

## ผลกระทบของอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพในยุคดิจิทัล กรณีศึกษา แพทย์และพยาบาล กลุ่มเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

สิริกัญจน์ ชัยหาร\*

โรงพยาบาลศิริราช

ลัดดาวลัย แก้วกิติพงษ์

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

สุรัตน์ โคอินทรานุกร

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

\*Correspondence: sirikarn-cha61@tbs.tu.ac.th

doi: 10.14456/jisb.2022.3

วันที่รับบทความ: 13 ธ.ค. 2564

วันแก้ไขบทความ: 13 ม.ค. 2565

วันที่ตอบรับบทความ: 28 ม.ค. 2565

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ และอัตลักษณ์ทางวิชาชีพของแพทย์และพยาบาลกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (อายุ 23-32 ปี) ผลกระทบของการเผยแพร่ภาพถ่ายหรือข้อความลงสื่อสังคมออนไลน์ต่อบทบาททางวิชาชีพของแพทย์และพยาบาล และศึกษาทัศนคติของบุคลากรทางการแพทย์ที่เผยแพร่ภาพถ่ายสื่อสังคมออนไลน์ โดยงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากแพทย์และพยาบาลเจนเอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์และได้รับผลกระทบจากการเผยแพร่ข้อความหรือภาพถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบของการแสดงอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์แบ่งได้ 2 กรณี คือ กรณีที่หนึ่งเป็นบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการแสดงอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่อเนื่องไปยังอัตลักษณ์ทางวิชาชีพ ได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับโพสต์ หลากหลายรูปแบบ เช่น การกดไลก์ การแสดงความเห็น การกดติดตาม แชร์ แท็ก และทักแชทส่วนตัว โดยมีทิศทางความสัมพันธ์เชิงบวก (เช่น ข้อความแสดงความยินดี ชื่นชม หรืออยากเอาเป็นแบบอย่าง) และเชิงลบ (เช่น คู่กรณีเกิดความเสียหาย ได้รับการแสดงความเห็นเชิงขู่สาว) โดยจัดกลุ่มระดับความรุนแรงของผลกระทบได้ 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่ได้รับผลกระทบทางวิชาชีพน้อย และกลุ่มที่ได้รับผลกระทบทางวิชาชีพมาก ส่วนกรณีที่สองเป็นบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการแสดงอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่อเนื่อง แต่ไม่กระทบถึงอัตลักษณ์ทางวิชาชีพ โดยเป็นผลมาจากผู้ติดตามทางสื่อสังคมออนไลน์ไม่ทราบหรือรับรู้ว่าเป็นพยาบาล จึงไม่ได้รับผลกระทบด้านนี้

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์; อัตลักษณ์ทางวิชาชีพ; แพทย์และพยาบาล

# **Spillover Effects of Digital Identity for Professional Identity in Digital Economy Era the Case of Generation Y Physicians and Nurses in Bangkok**

**Sirikarn Chaiharn\***

Siriraj Hospital

**Laddawan Kaewkitipong**

Thammasat Business School, Thammasat University

**Surat Kointarangkul**

Thammasat Business School, Thammasat University

\***Correspondence:** sirikarn-cha61@tbs.tu.ac.th

doi: 10.14456/jisb.2022.3

Received: 13 Dec 2021

Revised: 13 Jan 2022

Accepted: 28 Jan 2022

## **Abstract**

The purposes of this research are to study social media identities and the professional identity of physicians and nurse generation Y (aged between 23-32) in terms of the impact of photos or messages posted on social media on their professional roles. Attitudes of healthcare providers who posted photos or messages on social media were also studied. In-depth interviews were conducted with generation Y physicians and nurses in Bangkok who used social media and were affected by the spreading of messages or photos on social media. Results were that the impact of social media identities can be categorized into two groups The first group's professional identities were continuously affected by their social media identities, demonstrating the relationship between people and posts through liking, commenting, following, sharing, tagging and personal chat. The impacts were found both positive and negative with varied degree of severity. The second group's professional identities were not affected by social media identities. However, this was mainly because their professional identities were not disclosed.

**Keywords:** Social media identity; Professional identity; Physician and nurse

## 1. บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

ยุคปัจจุบันการใช้งานอุปกรณ์สมาร์ตโฟนกลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิต โดยประเทศไทยมีปริมาณการใช้สมาร์ตโฟนสูงขึ้น จากการสำรวจปี 2561 คิดเป็นร้อยละ 89.6 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) การใช้งานสมาร์ตโฟนส่วนใหญ่คือด้านโซเชียลมีเดียร้อยละ 94.1 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) ซึ่งกิจกรรมการใช้งานยอดนิยม 5 อันดับ ได้แก่ เฟซบุ๊ก (Facebook), ทวิตเตอร์ (Twitter), อินสตาแกรม (Instagram) ร้อยละ 93.6 การรับ-ส่งอีเมลร้อยละ 74.2 การค้นหาข้อมูลร้อยละ 70.8 การดูโทรทัศน์ ดูคลิปวิดีโอ ฟังเพลงทางออนไลน์ร้อยละ 60.7 และการซื้อสินค้า/บริการทางออนไลน์ร้อยละ 51.3 โดยการสำรวจปริมาณการใช้อินเทอร์เน็ตพบว่า กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) เป็นกลุ่มที่มีจำนวนชั่วโมงการใช้งานอินเทอร์เน็ตมากที่สุด โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 10 ชั่วโมง 22 นาทีต่อวัน (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561) บุคคลกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายเกิดระหว่างปี ค.ศ. 1977-1994 (Morton, 2002) เป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสารสนเทศ มีลักษณะที่สำคัญคือ การเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งมีทั้งข้อดีและข้อเสียในแง่ของความคิด อารมณ์และสังคม (Immordino-Yang, Christodoulou, and Singh, 2012) ยกตัวอย่าง เช่น พวกเขาพึ่งพาเทคโนโลยีเพื่อความบันเทิง เพื่อมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น

เนื่องจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีปริมาณสูง การเผยแพร่รูปถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ ก็เป็นสิ่งที่คนยุคปัจจุบันนิยมเช่นกัน โดยบุคคลมีพฤติกรรมการอัปโหลดรูปถ่าย/วิดีโอทันที หลังถ่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยตั้งค่าเป็นสาธารณะร้อยละ 37.9 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561) ซึ่งเป็นพฤติกรรมเสี่ยงในการถูกละเมิดข้อมูล นอกจากนี้การเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทมากขึ้นในสังคม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวคิดหรือการปฏิบัติตัวของผู้ใช้งานสื่อออนไลน์โดยเฉพาะกลุ่มวิชาชีพ ตัวอย่าง เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ เกษัชกร วิศวกร ทนายความ สถาปนิก ครู เป็นต้น ผู้วิจัยสนใจจะศึกษากลุ่มแพทย์และพยาบาลที่ได้รับผลกระทบจากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากเป็นกลุ่มวิชาชีพที่มีความอนุรักษนิยม มีกรอบบรรทัดฐานของวิชาชีพ ต้องการได้รับความเชื่อถือจากคนในสังคม การโพสต์ภาพหรือข้อความของตัวเองในโลกออนไลน์ก็ส่งผลต่อวิชาชีพ (Cain, 2011) และถือเป็นการแสดงออกถึงตัวตนและสะท้อนอัตลักษณ์ของผู้โพสต์อีกด้วย เช่น โพสต์รูปสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนถึงการชอบท่องเที่ยว (รัชชัย สุสีดา, 2562) แต่มนุษย์มีหลายอัตลักษณ์ในตนเอง (Tajfel, 1981) นอกจากบุคคลจะมีอัตลักษณ์ด้านสื่อสังคมออนไลน์แล้วยังมีอัตลักษณ์ทางวิชาชีพที่เกิดจากการหล่อหลอมจากสื่อ การศึกษา ประสบการณ์ และแบบอย่าง (Browne et al., 2018) เป็นอาชีพที่ถูกกำหนดบทบาททางสังคม เมื่อโพสต์สิ่งใดลงไปบนสื่อสังคมออนไลน์แล้ว มักมีประเด็นที่ถูกนำมาพูดถึง โดยเฉพาะในเรื่องของความเหมาะสมและมีประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพราะเป็นวิชาชีพถูกตั้งอยู่บนความคาดหวังของสังคม ปัจจุบันมีรายงานข่าวเกี่ยวกับบุคลากรทางการแพทย์ที่ถูกเผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถพบได้ ได้แก่

กรณีราม่าเครื่องแบบ “น้องแป้ง” ทหารห้ามจับพยาบาล โพสต์ภาพถ่ายขณะใส่ชุดพยาบาล จากนั้น มีผู้เข้ามาติดตามเธอเป็นจำนวนมากผ่านทางเฟซบุ๊ก ทั้งชื่นชมความน่ารักของเธอ และวิจารณ์การแต่งกายของเธอเกี่ยวกับชุดพยาบาลถึงความเหมาะสมของชุด ว่ากระโปรงสั้นไปและไม่เหมาะสมกับการทำงานดูแลผู้ป่วย (คมชัดลึก, 2560)

กรณีแพทย์ที่ประเทศรัสเซีย โรงพยาบาลเมืองวิเต็บสค์ ทางเหนือของเบลารุส ถ่ายคลิปปลดกระดูกเสื่อถ่านผยให้เห็นชุดว่ายน้ำลายซูเปอร์แมน และโพสต์ข้อความว่า “หากคุณไม่พร้อม จะเป็นซูเปอร์ฮีโร่สำหรับผู้ป่วยและทำทุกวิถีทางให้ผู้ป่วยแข็งแรง คุณไม่ต้องมาทำงานในวงการแพทย์เลย” จากนั้นมีผู้เข้าชมผ่านอินสตาแกรมจำนวนมาก แสดงความเห็นเรื่องทั่วๆ ไป การวางตัวในวิชาชีพ และตำหนิพฤติกรรมของเธอ (ข่าวสด, 2561)

กรณีแพทย์ชาวเมียนมาร์ชื่อว่า Nang Mwe San อายุ 28 ปี มีผู้ติดตามทางเฟซบุ๊ก มากกว่า 500,000 คน ถ่ายรูปเป็นนางแบบแฟชั่นชั๊กชั๊กที่เป็นอาชีพเสริมของเธอลงบนเฟซบุ๊ก โดยเธอได้ถูกแพทยสภาเมียนมาร์สั่งถอดถอนใบประกอบวิชาชีพ ซึ่งเธอได้ยื่นอุทธรณ์โดยมีเหตุผลว่าการถ่ายแบบของเธอเป็นสิทธิส่วนบุคคล (Sputniknews, 2019)

กรณีเพจเฟซบุ๊กหมอลีแล็บแพนด้า ผู้นำเสนอตัวตนออนไลน์ในรูปแบบชายใส่ชุดกาวน์ขอใบสั่งยา เพื่อบ่งบอกถึงการเข้าเวรตึก ทำงานหนักจนทำให้ชอบตามีสีคล้ำ นอกจากนี้ภายในเพจยังนำเสนอวิชาการผสมกับมุขตลกสายเครียดผ่านมุมมองของคุณภาคภูมิ เทพหัสดิน ผู้เป็นเจ้าของเพจเพื่อเผยแพร่ข้อมูลทางการแพทย์ที่ถูกต้อง (กรุงเทพธุรกิจ, 2559)

แม้ว่าปัจจุบันจะมีมาตรการกฎระเบียบควบคุมการเผยแพร่ภาพบุคลากรทางการแพทย์ แต่ก็ยังมีภาพถ่ายออกมาให้เห็นในข่าวได้เรื่อยๆ จากการรายงานข่าวพบว่า แพทย์และพยาบาลที่ถ่ายรูปลงสื่อสังคมออนไลน์ได้รับผลกระทบจากการเผยแพร่ภาพในด้านต่างๆ โดยผลกระทบทางตรงคือได้รับการวิจารณ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบุคลากรทางการแพทย์ และผลกระทบทางอ้อมคือ การตัดสินใจออกจากวิชาชีพหลังเกิดการเผยแพร่ภาพถ่าย จึงเป็นที่มาของการศึกษาอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์กับผลกระทบที่ตามมาในหน้าที่การงานในยุคดิจิทัล ของแพทย์และพยาบาลกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ว่ามีประเด็นใดที่น่าสนใจบ้าง ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดมาตรการควบคุมการถ่ายภาพ การกำหนดบทบาทของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นแพทย์และพยาบาลต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

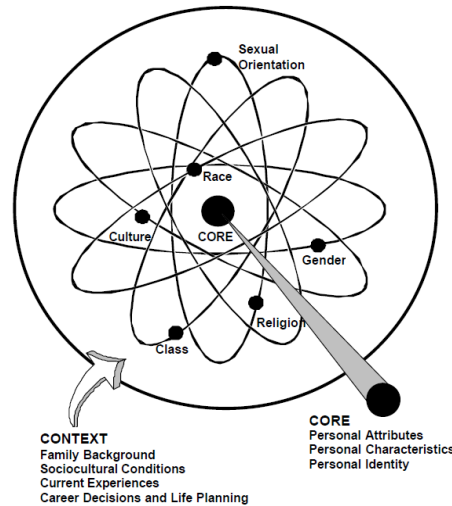
เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ และอัตลักษณ์ทางวิชาชีพของแพทย์และพยาบาลกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ผลกระทบของการเผยแพร่ภาพถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์ต่อบทบาททางวิชาชีพของแพทย์และพยาบาล และศึกษาทัศนคติของบุคลากรทางการแพทย์ที่เผยแพร่ภาพถ่ายลงสื่อสังคมออนไลน์

## 2. ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคม (Social identity theory)

Turner and Tjfel (1986) ได้อธิบายทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคมไว้ว่าส่วนหนึ่งของแนวคิดเกี่ยวกับตนเองนั้นมาจากกลุ่มที่บุคคลนั้นอยู่ร่วมกัน แต่ละคนไม่เพียง แต่มีความเป็นตัวของตัวเอง แต่ยังมีตัวตนและอัตลักษณ์ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มที่ตนเองอยู่ร่วมด้วย บุคคลอาจทำหน้าที่แตกต่างกันในบริบททางสังคมที่แตกต่างกันไปตามกลุ่มที่พวกเขาอยู่ ซึ่งอาจรวมถึงทีมกีฬาที่พวกเขาติดตาม ครอบครัวของพวกเขา ประเทศของเขา สัญชาติ เพื่อนบ้านที่อยู่ละแวกเดียวกันและอาศัยอยู่ท่ามกลางกลุ่ม หรือสังคมความเป็นไปได้อื่นๆ

แบบจำลองแนวคิดมิติหลายมิติของอัตลักษณ์โดย Jones and McEwen (2000) ซึ่งศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) นักเรียนผู้หญิง 10 คน อายุระหว่าง 20-24 ปี ที่มีความแตกต่างกันทั้งเชื้อชาติและภูมิหลัง แสดงให้เห็นถึงความรู้สึกหลักของตัวตน โดยมีคุณลักษณะ อุปนิสัย และอัตลักษณ์ส่วนบุคคลอยู่ตรงแกนกลาง ล้อมรอบด้วยวงรีซึ่งเป็นมิติข้อมูลเฉพาะตัวที่สำคัญ เช่น เชื้อชาติ รสนิยมทางเพศ และศาสนา เป็นต้น และอิทธิพลจากบริบทรอบนอกที่ส่งผลต่ออัตลักษณ์ เช่น ภูมิหลังครอบครัว ประสบการณ์ชีวิต เป็นต้น ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 Model of Multiple Dimensions of Identity  
ที่มา: Jones & McEwen (2000)

จากภาพ 1 จุดดำบนเส้นวงรี หมายถึงระดับการให้ความสำคัญกับมิตินั้น ยิ่งใกล้แกนกลางมากยิ่งขึ้น และวงรีมีจุดที่ตัดกัน หมายถึงมิติต่างๆ สามารถมีส่วนร่วมกันในบุคคลเวลาใดเวลาหนึ่ง นอกจากนี้สิ่งกำหนดภายนอก จะไม่เข้าไปเปลี่ยนแปลงตรงแกนกลางโดยตรง แต่อาจมีเงื่อนไขบางอย่างที่เข้าไปกระทบ เช่น การเหยียดเชื้อชาติ อัตลักษณ์จึงอาจมีการสะท้อนกลับในมิติที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น ความสำคัญของมิติข้อมูลเฉพาะตัวขึ้นอยู่กับบริบทที่พวกเขาประสบ ดังนั้นทั้งความแตกต่างและสิทธิต่างๆ ใช้เป็นสื่อกลางในการเชื่อมต่อหลากหลายมิติเข้าด้วยกัน (เช่น เชื้อชาติไม่มีบทบาทสำคัญสำหรับผู้หญิงผิวขาว ศาสนานั้นมีความสำคัญมากสำหรับผู้หญิงชาวยิว วัฒนธรรมมีความสำคัญสำหรับผู้หญิงชาวเอเชียอินเดีย)

Foucault (1988) กล่าวว่า มนุษย์ต้องอาศัย “วัตถุติบ” ในการสร้างอัตลักษณ์ โดย อัตลักษณ์ของมนุษย์ถูกสร้างผ่านเทคนิคและการปฏิบัติที่เรียกว่า “เทคโนโลยีของตัวตน” (Technologies of the Self) อันหมายถึงแนวปฏิบัติที่ทำให้เราเข้าใจตัวตนและหล่อหลอมอัตลักษณ์ของเรา ซึ่งการสร้างอัตลักษณ์ดังกล่าวอยู่ภายใต้วาทกรรมของอำนาจ (Power Discourse) กล่าวคือ มนุษย์สามารถสร้างอัตลักษณ์ขึ้นได้ แต่อัตลักษณ์นั้นต้องเข้ากันได้กับระบบสังคมที่มนุษย์อาศัยอยู่ การสร้างอัตลักษณ์ของมนุษย์ จึงเป็นการสร้างและหล่อหลอมอัตลักษณ์จากวาทกรรมและแนวปฏิบัติที่มีอยู่ในสังคม

## 2.2 สื่อสังคมออนไลน์ หรือโซเชียลมีเดีย (Social Media)

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง สื่อที่ใช้สร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้ใช้งานออนไลน์ โดยเป็นคำที่มีความหมายครอบคลุมถึงทั้งโซเชียลเน็ตเวิร์ค (Social Network) และเว็บไซต์แบบผู้ใช้มีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหา บทบาทของโซเชียลมีเดียกับการสร้างอัตลักษณ์ มี 3 ประเด็น (ฐิตินันท์ บคอมมอน, 2560)

### 2.2.1 บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหา “วัตถุติบของอัตลักษณ์”

สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งค้นหาวัตถุติบของเอกลักษณ์ ได้แก่ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว คำพูด ข้อความ เพื่อนำมาปรับแต่งอัตลักษณ์ของผู้ใช้ โดยเมื่อผู้ใช้ได้เห็นสิ่งที่ตนเองสนใจผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เสื้อผ้าที่บุคคลที่ชื่นชอบสวมใส่ ท่าทางการโพสต์ที่น่าสนใจ ก็จะนำวัตถุติบนั้นมาปรับใช้กับการแสดงอัตลักษณ์ของตนเอง

### 2.2.2 บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในการเป็นพื้นที่แสดงออกทางอัตลักษณ์

การแสดงออกทางอัตลักษณ์เป็นขั้นตอนในการพัฒนาอัตลักษณ์ขึ้นหนึ่งเพื่อให้สังคมได้รับรู้ โดย Rene Descartes นักปรัชญา นักคณิตศาสตร์และนักวิทยาศาสตร์ชาวฝรั่งเศสได้กล่าวภาษาละตินที่แปลเป็นภาษาอังกฤษได้ว่า “I think therefore I am” หรือก็คือ “เพราะฉันคิด ฉันจึงดำรงอยู่” ดังนั้น การปรากฏตัวอยู่ในโซเชียลมีเดีย ก็หมายถึง

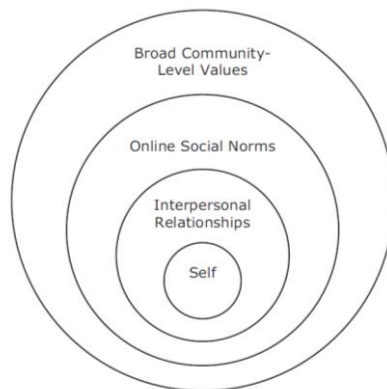
การดำรงอยู่เช่นกัน ซึ่งการแสดงออกนี้อาจจะออกมาในรูปแบบของการสร้างโปรไฟล์ (Profile) โพสต์ข้อความ เพลง รูปภาพตนเอง คนอื่น หรือวิวแบบต่าง ๆ เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของผู้ใช้งาน

### 2.2.3 บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในการเป็นช่องทางทดสอบอัตลักษณ์

การทดสอบอัตลักษณ์เป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ ซึ่งอัตลักษณ์จะไม่สามารถหล่อหลอมได้โดยไม่ได้รับการยินยอมจากผู้อื่น โดยการรับผลสะท้อนกลับ (Feedback) จากสังคม จะเห็นได้ว่าโซเชียลมีเดีย ยกตัวอย่างเช่น เฟซบุ๊ก มีช่องทางการสะท้อนอัตลักษณ์ของผู้ใช้ ผ่านการกดไลค์ (Like) กดแสดงความรู้สึก การแสดงความคิดเห็น (Comments) แบ่งปัน (Share) เนื้อหาที่โพสต์ ซึ่งผู้ใช้งานจะได้รับผลสะท้อนกลับอย่างรวดเร็วและสามารถนำผลสะท้อนนี้ไปปรับปรุงเอกลักษณ์ของตนเองได้อีก

จากการศึกษาของ Cover (2012) เกี่ยวกับการแสดงและการเลิกแสดงตัวตนออนไลน์ เครือข่ายสังคมทฤษฎีตัวตน และความไม่ลงรอยกันของโปรไฟล์ออนไลน์และระบบมิตรภาพ ผลที่ได้คือความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายทางสังคม (และกิจกรรมออนไลน์อื่นๆ) และการปฏิบัติของอัตลักษณ์ภายในบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม โครงสร้าง และกรอบการทำงาน เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงว่าการใช้เครือข่ายสังคม กิจกรรม การเปลี่ยนแปลง การปรับปรุง และการจัดการบัญชี ไม่เพียงแต่เป็นการแสดงถึงการมีสติรับรู้และตัวเลือกสำหรับการเข้าถึงเท่านั้น แต่ยังรวมถึงกิจกรรมหรือการแสดงที่สร้างเอกลักษณ์และความเป็นตัวของตัวเอง

Davis (2011) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความตึงเครียดของตัวตนในยุคเครือข่าย มุมมองของคนหนุ่มสาวเกี่ยวกับความเสี่ยงและผลตอบแทนของการแสดงออกทางออนไลน์ จากเยาวชนที่ใช้โซเชียลมีเดียออนไลน์ 24 คน มีอายุระหว่าง 15 – 25 ปี โดยผู้เข้าร่วมจะได้รับสถานการณ์ที่สมมติเพื่อให้แสดงแนวคิดของตัวตนทั้งเรื่องออนไลน์และออฟไลน์ ผู้เข้าร่วมให้นำหนักแต่ละวงกลมแตกต่างกันไป ซึ่งมี 4 ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เกี่ยวกับตัวเอง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล บรรทัดฐานทางสังคมออนไลน์ และคุณค่าแต่ละระดับของสังคมในวงกว้าง ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 Spheres of obligation

ที่มา: Davis (2011)

วงกลมแรก เกี่ยวข้องกับอันตรายส่วนบุคคลที่อาจเกิดขึ้นจากการแสดงออกทางออนไลน์ของแต่ละบุคคล ในขณะที่ผู้เข้าร่วมบางคนอาจจะได้รับผลจากการมีที่ระบายความรู้สึกที่ถูกเก็บไว้ ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการเก็บรักษาอารมณ์เหล่านี้ไม่ได้เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการปฏิบัติตน

วงกลมที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลก่อให้เกิดพันธะผูกพันที่สอง ผู้เข้าร่วมหลายคนแสดงความไม่พอใจกับข่าวซุบซิบเกี่ยวกับพวกเขาหรือกลุ่มเพื่อนในโซเชียลมีเดีย พวกเขาบอกว่าคำพูดเช่นนี้เป็นการโจมตีส่วนบุคคล ซึ่งทำให้พวกเขาขุ่นเคืองและบั่นทอนมิตรภาพระหว่างกัน สิ่งที่น่าสนใจคือผู้เข้าร่วมหลายคนรู้สึกกังวลถึงถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว แม้จะไม่ได้กล่าวถึงพวกเขาโดยตรง ตามที่นักวิชาการเช่น Erikson (1968) กล่าวคือ ตัวตนของคน ๆ หนึ่งเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น

วงกลมที่ 3 ขอบเขตที่สามของภาวะผูกพันขยายเกินความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เฉพาะเจาะจงกับบรรทัดฐานทางสังคมที่กำหนดไว้และปฏิบัติตามในบริบทออนไลน์ เยาวชนในตัวอย่างนี้เห็นว่าบรรทัดฐานของอินเทอร์เน็ตค่อนข้างกว้าง ยืดหยุ่น และค่อนข้างจะแตกต่างจากบรรทัดฐานทางสังคมแบบออฟไลน์ ผู้เข้าร่วมอ้างถึงบรรทัดฐานทางสังคมออนไลน์ทำให้พวกเขาไม่ใส่ใจกับเนื้อหาบางอย่างในโพรไฟล์ เช่น พฤติกรรมผิดปกติ หรือแม้แต่พฤติกรรมที่เป็นอันตราย หรือก้าวร้าว หลายคนกล่าวว่าพวกเขาจะตีความเนื้อหาดังกล่าวว่าเป็นเรื่องตลก เนื่องจากเรื่องตลกเป็นพฤติกรรมเชิงบรรทัดฐานออนไลน์ อย่างไรก็ตามผู้เข้าร่วมหลายคนแสดงความเชื่อว่าพฤติกรรมบางอย่างอยู่นอกขอบเขตของการประพฤติปฏิบัติที่ยอมรับได้ทางออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพวกเขาเชื่อว่ามีความแตกต่างบางอย่างในการแสดงออกของตัวตนทางออนไลน์และออฟไลน์นั้นให้เป็นที่ยอมรับ แต่โดยทั่วไปผู้คนจะไม่เบี่ยงเบนไปจากพฤติกรรมออฟไลน์อย่างมากเมื่อพวกเขาออนไลน์ (Hardey, 2002) การค้นพบนี้ตอกย้ำความจริงที่ว่าการตีความตัวตนออนไลน์มักขึ้นอยู่กับความรู้ของบริบทออฟไลน์บางอย่าง (Boyd, 2011)

วงกลมที่ 4 ขอบเขตสุดท้ายของภาวะผูกพันเกี่ยวข้องกับระดับชุมชนและมาตรฐานของพฤติกรรมที่ครอบคลุมทั้งพลวัตของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคมออนไลน์ โดยไม่อนุมัติให้ผู้เข้าร่วมบางคนแสดงออกถึงการหาคำพูดแสดงความเกลียดชังในโพรไฟล์อื่น ผู้เข้าร่วมเหล่านี้มุ่งเน้นไปที่อันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากคำพูดเสียดสีที่เกิดขึ้นกับกลุ่มคนทั้งหมด

จากการศึกษาข้างต้น พบว่าตัวตนออนไลน์และออฟไลน์นั้นมีความสอดคล้องกัน กล่าวคือพฤติกรรมออฟไลน์ของบุคคลจะไม่เบี่ยงเบนไปจากพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (Hardey, 2002) ในบางครั้งวงกลมบางอันอาจขัดแย้งกัน ตัวอย่างเช่น เราเห็นว่าผู้เข้าร่วมรับรู้เกี่ยวกับบรรทัดฐานทางสังคมโดยรอบ การแสดงออกของคำพูดแสดงความเกลียดชังออนไลน์ซึ่งขัดแย้งกับพฤติกรรมที่เหมาะสมที่ผู้คนส่วนใหญ่ยอมรับ อย่างไรก็ตามวงกลมแต่ละอันมีบทบาทที่แตกต่างกัน และมีส่วนช่วยในการเชื่อมโยงตัวตนออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกัน ขอบเขตของภาวะผูกพันและความตึงเครียดภายในนั้นมีนัยสำคัญสำหรับความพยายามทางการศึกษาที่มุ่งลดพฤติกรรมที่เป็นอันตรายทางออนไลน์

### 2.3 ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการแสดงออกทางสื่อสังคมออนไลน์

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความไว้วางใจ ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเปิดเผยตัวเองสูงจะส่งผลให้ผู้ใช้งานมีความไว้วางใจกัน และมีการเปิดเผยตนเองสูงตามกลุ่มสังคมออนไลน์ที่ตนเป็นสมาชิก (พิชญานี ภูตระกูล, 2559)

### 2.4 อัตลักษณ์ของวิชาชีพแพทย์และพยาบาล

อัตลักษณ์ทางวิชาชีพเกิดจากการหล่อหลอมจากสื่อ การศึกษา ประสบการณ์ และแบบอย่าง (Browne et al., 2018) การศึกษาของ Real et al. (2009) พิจารณาถึงผลกระทบของลักษณะสัญลักษณ์และธรรมชาติของอัตลักษณ์แพทย์เพื่อการสื่อสารกับผู้ป่วยการสัมภาษณ์เชิงลึกของแพทย์ในบริบทขององค์กรหลายแห่งเผยให้เห็นว่าอัตลักษณ์ของแพทย์เป็นกระบวนการที่ครอบคลุมในการกำหนดความสำคัญโดยเฉพาะในเรื่องของความเชื่อ ค่านิยม และ การกระทำที่ถูกสร้างขึ้นภายในบริบทเฉพาะ อัตลักษณ์เฉพาะตัวของแพทย์แต่ละคนนั้นเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทั่วไปของแพทย์และบริบททางการแพทย์ในท้องถิ่น ตัวตนของแพทย์แต่ละบุคคลมีการเชื่อมโยงกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ กฎหมาย และสังคมของแพทย์

จากการศึกษา Öhlén and Segesten (1998) อัตลักษณ์ทางวิชาชีพของพยาบาล การวิเคราะห์แนวคิดและการพัฒนาจุดมุ่งหมายของบทความนี้คือการเน้นแนวคิดของอัตลักษณ์ทางวิชาชีพของพยาบาลเพื่อส่งเสริมความชัดเจนทางทฤษฎีและตรวจสอบผลกระทบสำหรับการปฏิบัติการพยาบาล พยาบาลมีคุณสมบัติสามารถให้ความรู้ผู้อื่น ให้การดูแลรักษา อัตลักษณ์วิชาชีพของพยาบาลนั้นผสมผสานกับอัตลักษณ์ส่วนบุคคลของพยาบาล ซึ่งประกอบด้วยความรู้สึกและประสบการณ์ของเขาหรือเธอในฐานะพยาบาล

จากงานวิจัยศึกษาอัตลักษณ์ของแพทย์และพยาบาลในอดีต สามารถสรุปได้ว่าภาพลักษณ์ของแพทย์และพยาบาลเกี่ยวข้องกับค่านิยมทางสังคม สิ่งแวดล้อม และอัตลักษณ์ส่วนบุคคลซึ่งจะส่งผลต่อการแสดงตัวตนด้านวิชาชีพ ซึ่งพื้นฐานที่สำคัญของอัตลักษณ์ด้านวิชาชีพคือความรู้สึกเห็นคุณค่าในตัวเอง โดยแสดงตัวตนผ่านบทบาทด้านการดูแลรักษาต่อผู้ป่วย

## 2.5 ผลกระทบที่เกี่ยวข้องในหน้าที่การงาน

2.5.1 โอกาสในการประกอบอาชีพ (Opportunities of Job) เมื่อใดก็ตามที่ข้อมูลถูกออนไลน์แล้ว การลบข้อมูลออกเป็นเรื่องที่ยาก เพราะมันสามารถแพร่กระจายไปได้อย่างรวดเร็วซึ่งเป็นเรื่องเหนือการควบคุมที่คนใดคนหนึ่งจะทำได้ แต่พริบตาเดียวที่ข้อมูลถูกเผยแพร่ไปแม้ว่าจะไม่ตั้งใจและไม่สามารถแก้ไขได้ จะสามารถส่งผลกระทบต่ออนาคตได้ ตัวอย่างเช่น การหยุดพักการเรียนในโรงเรียนแพทย์ การไม่ได้รับการจ้างงานในฐานะแพทย์ และหมดความเชื่อถือในวิชาชีพ (Mansfield et al., 2011) มันเป็นเรื่องที่ควรกังวลเพราะมันเกี่ยวข้องกับหน้าที่การงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต มีหลายกรณีที่นักศึกษา แพทย์ฝึกงาน และบุคลากรทางการแพทย์ถูกพักงานเนื่องจากภาพลักษณ์ที่ไม่เป็นมืออาชีพในโลกออนไลน์ (Chretien et al., 2009)

2.5.2 ด้านชื่อเสียง (Reputation) การรักษาชื่อเสียง บุคลากรทางการแพทย์ ควรใช้ความระมัดระวังเมื่อแสดงความคิดเห็นทางออนไลน์ เกี่ยวกับเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรด้านสุขภาพ ถึงแม้ว่าจะใช้นามแฝงก็ตาม การกระทำที่หมิ่นประมาทอาจส่งผลให้ถูกไล่ออกจากงาน และอาจมีการเรียกร้องทางแพ่ง ทำให้ประชาชนหมดความมั่นใจในวิชาชีพได้ (Mansfield et al., 2011)

การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของบุคลากร ทางวิชาชีพยุคใหม่ มีความจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบุคคลออนไลน์ที่อาจได้รับประโยชน์หรือส่งผลเสียต่ออาชีพการงานของเขา (Cain, 2011) สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือที่สำคัญและมีประสิทธิภาพเมื่อใช้งานอย่างเหมาะสม (Cleary et al., 2013)

## 2.6 ผลกระทบ (Spillover effect)

Hearn and Buffardi (2016) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบ ระบุแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบใช้บ่งบอวัตถุประสงค์ได้หลายอย่าง เช่น ในทุกขั้นตอนของการพัฒนาโปรแกรม การวางแผนการพัฒนาโปรแกรม การอภิปรายเกี่ยวกับผลกระทบที่เกิดจากความตั้งใจสามารถใช้เพื่อทำให้วิสัยทัศน์ชัดเจนขึ้นซึ่งจะสร้างความร่วมมือและการประสานงานกัน การประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจะใช้เพื่อระบุความเสี่ยงหรือผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

ผลกระทบที่ดูเหมือนจะตั้งใจให้เกิดหรือไม่ตั้งใจให้เกิดก็ตามมักจะมีทั้งบวกหรือลบ นอกจากนี้เรายังสามารถอนุมานได้ว่าผลกระทบที่เฉพาะเจาะจงอาจได้รับการคาดการณ์ล่วงหน้าหรือเป็นเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึงถึงเลยก็ได้ สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงขอบเขตของความเป็นไปได้ของผลกระทบประเภทที่โปรแกรมอาจมี จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของผลกระทบต่อเนื่อง



ตารางที่ 1 ผลกระทบต่อความเป็นไปได้ต่อเนื่องพร้อมตัวอย่างจากโปรแกรมทักษะการทำงาน  
เพื่อลดการว่างงานในหมู่นักเรียนในเขตชนบท

	ผลที่เกิดจากความตั้งใจ	ผลที่เกิดจากความไม่ตั้งใจเชิงบวก	ผลที่เกิดจากความไม่ตั้งใจเชิงลบ
คาดการณ์ได้	เป้าหมายที่ถูกตั้งไว้ตามแผน เช่น อัตราการว่างงานลดลง	ผลกระทบต่อเนื่องที่ถูกคาดการณ์ได้ เช่น การลงทุนในธุรกิจท้องถิ่นเพิ่มขึ้น	ความเสี่ยงที่ถูกคาดการณ์ได้หรือผลข้างเคียง เช่น นักเรียนจากโปรแกรมย้ายไปหางานที่ดีกว่า
ไม่สามารถคาดการณ์ได้	เป้าหมายกรณีฉุกเฉิน เช่น ระหว่างดำเนินการ โปรแกรมตระหนักถึงความสำคัญของการเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และแหล่งรายได้ และเพิ่มสิ่งนี้เป็นเป้าหมาย	ความแปลกใจที่ดี เช่น นักเรียนจากโปรแกรมเริ่มให้คำปรึกษาพี่น้องและเพื่อนของพวกเขา	ภัยพิบัติ อุบัติเหตุ หรือการต่อต้าน เช่น เยาวชนที่ไม่ได้อยู่ในโปรแกรมคบค้าสมาคมกับนักเรียนในโปรแกรมและทำลายทรัพย์สินของธุรกิจท้องถิ่น

ที่มา: Weaver (2019)

**ผลกระทบระดับโปรแกรม** คือผลกระทบที่บริการส่วนบุคคลมีต่อคนที่เข้าร่วมโดยตรง

**ผลกระทบของระดับประชากรหรือระดับชุมชน** เป็นผลกระทบที่คู่ค้าที่แตกต่างกันจำนวนมากทำงานร่วมกัน และมีต่อประชากรเฉพาะหรือชุมชนเมืองหรือรัฐ

Hitesh (2018) ให้ความหมายของ ผลกระทบ (Spillover effect) ว่าเป็นเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากสิ่งที่อยู่ในบริบทที่ไม่เกี่ยวข้อง มันหมายถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในบริบทหนึ่งที่มีผลต่อเหตุการณ์ในบริบทที่แตกต่างกัน

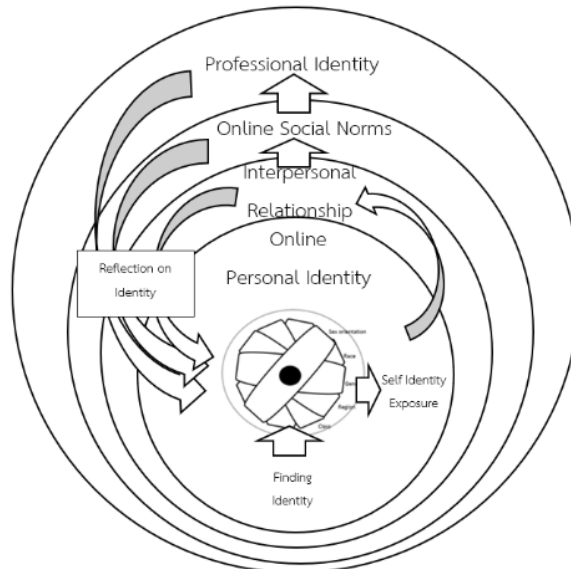
วรรณพงษ์ ดุรงค์เวโรจน์ (2554) ให้ความหมายว่า เป็นผลกระทบภายนอกที่เกิดขึ้นกับบุคคลที่สาม (Third Party) ตัวอย่างของผลกระทบภายนอกเชิงบวก (Positive Externalities/ Spillover benefit) เช่น โครงการเรียนฟรี 15 ปี ได้ผลกระทบทางตรงคือ นักเรียนได้เรียนหนังสือ มีความรู้ ประโยชน์ทางอ้อมคือ เมื่อคนมีการศึกษา การพัฒนาเรื่องต่างๆ จะง่ายขึ้น คนจะกลายเป็นแรงงานที่มีคุณภาพของสังคม ส่วนผลกระทบภายนอกเชิงลบ (Negative Externalities/ Spillover Cost) ตัวอย่างเช่น เพื่อนบ้านปลูกดอกไม้ แต่บ้านนั้นอยู่ติดกับบ้านคนที่แพ้เกสรดอกไม้ ดังนั้นคนข้างบ้านจึงมีโอกาสเกิดอาการแพ้เกสรดอกไม้ได้ หรือในกรณีเมื่อมีคนมีกลิ่นตัวเข้ามาในลิฟท์ เมื่อคนนั้นออกจากลิฟท์ไปก่อนแต่ในลิฟท์ยังคงมีกลิ่นติดอยู่ คนที่เข้าลิฟท์คนถัดไปจะคิดว่ากลิ่นตัวนั้นเป็นกลิ่นตัวของเรา เป็นต้น

ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า **ผลกระทบต่อเนื่อง (Spillover Effect)** หมายถึง ผลกระทบจากเหตุการณ์หนึ่งนำไปสู่เหตุการณ์อื่นซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกันก็ได้ โดยจะมีการถ่ายโอนคุณค่าของเหตุการณ์แรกไปยังเหตุการณ์อื่นด้วย เช่น การถ่ายโอนผลกระทบคุณค่าของอัตลักษณ์จากอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ไปสู่อัตลักษณ์ทางวิชาชีพ

เนื่องจากผลกระทบของอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพจะอยู่ในรูปแบบการแสดงอัตลักษณ์ทางสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยจึงได้แบ่งขอบเขตปัจจัยที่สัมพันธ์กันระหว่างอัตลักษณ์และผลกระทบระหว่าง อัตลักษณ์สื่อสังคมออนไลน์ ผลกระทบระหว่างบุคคล ผลกระทบต่อบรรทัดฐานทางสังคม และอัตลักษณ์ด้านวิชาชีพ เท่านั้น มีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อผลกระทบของอัตลักษณ์ทางสื่อออนไลน์ต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพของแพทย์พยาบาลในยุคดิจิทัลนั้น ประกอบด้วย การค้นหาอัตลักษณ์ (Finding Identity), อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity), การแสดงออกของอัตลักษณ์ (Self Identity Exposure), ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Relationship), บรรทัดฐานทางสังคมออนไลน์ (Online Social Norm), อัตลักษณ์ทางวิชาชีพ (Professional Identity) และรับผลสะท้อนกลับของอัตลักษณ์ (Reflection of Identity)

### 3. กรอบการวิจัยและคำถามการวิจัย

#### 3.1 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัยผลกระทบของอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพ

#### 3.2 คำถามการวิจัย

อัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพอย่างไร

### 4. วิธีการดำเนินการวิจัย

#### 4.1 ระเบียบวิธีวิจัย

วัตถุประสงค์งานวิจัยของงานนี้เน้นไปที่การอธิบายผลกระทบของอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพของแพทย์และพยาบาล ซึ่งต้องได้รับข้อมูลที่ละเอียดลึกซึ้งเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ได้ ดังนั้น งานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จึงเป็นวิธีที่เหมาะสมจากวัตถุประสงค์งานวิจัยผู้ให้สัมภาษณ์จะต้องเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ทางวิชาชีพที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์และได้รับผลจากการโพสต์ภาพถ่ายตัวเอง หรือโพสต์ข้อความ ผู้วิจัยทำการคัดเลือกอาสาสมัครผู้ให้สัมภาษณ์ผ่านการชักชวนในกลุ่มแพทย์และพยาบาล และผู้วิจัยจะติดต่อเพื่อนัดสัมภาษณ์ต่อไป

#### 4.2 การออกแบบวิธีวิจัย

##### 4.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ใช้แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก ที่มีลักษณะการสัมภาษณ์โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-end Question) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพ ผู้วิจัยได้จัดสร้างชุดคำถามสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview Question) โดยเขียนคำถามให้มีลักษณะปลายเปิด ข้อคำถามจะอยู่ในขอบเขต ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นส่วนข้อมูลส่วนตัวของผู้สัมภาษณ์

(1) ชื่อ (2) เพศ (3) อายุ (4) ประสบการณ์ทำงานโดยย่อ (5) ประวัติการศึกษา (6) สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ และจำนวนเพื่อนหรือผู้ติดตาม

**ส่วนที่ 2** เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับตัวตนทางสังคมออนไลน์ ตัวตนทางวิชาชีพ และผลกระทบของตัวตนทางสื่อสังคมออนไลน์ต่อวิชาชีพ

(1) คุณเคยมีประสบการณ์ดูตัวอย่างแฟชั่นจากดารา ศิลปินที่ชอบ หรือการนำเสนอข้อความจากเพจ เช่น ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ หรือไม่ ถ้ามีแล้วคุณนำมาปรับให้เข้ากับตัวตนของคุณอย่างไร

(2) คุณเคยมีเหตุการณ์โพสต์ภาพหรือข้อความทางสื่อสังคมออนไลน์แล้วได้รับผลตอบรับในวงกว้างหรือไม่ เหตุการณ์นั้นเป็นอย่างไร (ผลตอบรับในวงกว้าง คือ การที่โพสต์นั้นได้รับความสนใจแพร่หลาย มีการแชร์ กดไลก์ คอมเมนต์ รับการกล่าวถึงอย่างแพร่หลาย)

(3) จากเหตุการณ์ในข้อที่ 2 บ่งบอกถึงตัวตนของคุณอย่างไร

(4) จากเหตุการณ์ในข้อที่ 2 ภาพหรือข้อความ ที่คุณโพสต์ไปแล้วส่งผลกระทบต่อเพื่อน ครอบครัวหรือคนที่รู้จักอย่างไร

(5) จากเหตุการณ์ในข้อที่ 2 เพื่อน ครอบครัว หรือคนที่รู้จักในสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลต่อความเชื่อ ความคาดหวังของคนในสังคม อย่างไร

(6) จากเหตุการณ์ในข้อที่ 2 ความคาดหวังของคนในสังคมส่งผลต่อหน้าที่การงาน หรือสังคมวิชาชีพอย่างไร

(7) จากเหตุการณ์ในข้อที่ 2 หน้าที่การงาน หรือสังคมวิชาชีพ ส่งผลอย่างไรต่อตัวตนของคุณ

(8) จากเหตุการณ์ในข้อที่ 2 ความคาดหวังของสังคมออนไลน์ ส่งผลอย่างไรต่อตัวตนของคุณ

(9) จากเหตุการณ์ในข้อที่ 2 เพื่อน ครอบครัวหรือคนที่รู้จักในสื่อออนไลน์ ส่งผลอย่างไรต่อตัวตนของคุณ

(10) จากผลกระทบของเหตุการณ์ในข้อที่ 2 ที่มาจากสังคมวิชาชีพความคาดหวังทางสังคม เพื่อน ครอบครัวหรือคนที่รู้จักทางสื่อสังคมออนไลน์ คุณมีการปรับตัว ระวังตัว หรือการแสดงออกตอบโต้อย่างไร

#### 4.2.2 ผู้ให้สัมภาษณ์

การศึกษานี้ได้ดำเนินการคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อตอบคำถามงานวิจัยที่กำหนดไว้ การเลือกผู้ให้สัมภาษณ์แบบมีวัตถุประสงค์ (Purposeful Sampling) งานวิจัยนี้ผู้วิจัยชักชวนผู้สัมภาษณ์ภายในกลุ่มวิชาชีพแพทย์และพยาบาลรวมถึงการเชิญชวนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ได้ผู้สัมภาษณ์ 14 คน แม้ปัจจุบันเพศชายจะมีบทบาทใกล้เคียงกับเพศหญิง แต่ผู้สัมภาษณ์ที่มาจากวิชาชีพพยาบาลจะเป็นเพศหญิงเสียส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นวิชาชีพที่เพศหญิงประกอบอาชีพมากที่สุด เป็นบุคคลที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก, อินสตาแกรม หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ และผู้สัมภาษณ์นั้นได้แสดงความสมัครใจให้ ความร่วมมือในการทำวิจัย และนอกจากนี้ผู้สัมภาษณ์ต้องมีภาพถ่ายอย่างน้อย 4 ครั้งต่อ 1 เดือน มีจำนวนผู้กดไลก์ หรือคอมเมนต์ อย่างน้อย 100 คนขึ้นไป

#### 4.2.3 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

(1) ผู้วิจัยค้นหางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยขึ้นมา

(2) สอบถามชักชวนในกลุ่มแพทย์และพยาบาลที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย และนัดวันสัมภาษณ์พร้อมช่องทางติดต่อ

(3) ดำเนินการสัมภาษณ์ตามวันและเวลาที่ได้นัดหมาย ใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 1 ชั่วโมง และระหว่างนั้นขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์อัดเสียงการสัมภาษณ์

(4) ผู้วิจัยถอดเทปบทสัมภาษณ์ให้อยู่ในรูปแบบลายลักษณ์อักษร

(5) วิเคราะห์ข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ เพื่อตอบคำถามงานวิจัย โดยอาจนั้นมีการสอบถามผู้ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติม

(6) นำข้อมูลการสัมภาษณ์มาถอดเทปเป็นลายลักษณ์อักษรอีกครั้งและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

(7) ผู้วิจัยวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ด้วยการวิเคราะห์กลุ่มคำ กำหนดรหัสคำจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นโดยการดูบทสัมภาษณ์เทียบกับรหัสคำ และจัดกลุ่มของรหัสคำ

### 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการทำดัชนีข้อมูล คือการเลือกคำบางคำมาใช้เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูล สาเหตุของการทำดัชนีคือข้อมูลที่จัดบันทึกเมื่อสะสมมากขึ้นจะมีจำนวนมากเกินกว่าจะจดจำได้ ดังนั้นการทำดัชนีจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) โดยสามารถจำแนกดัชนี ดังนี้

#### 4.3.1 ดัชนีเชิงบรรยายที่ได้จากการทบทวนงานวิจัย

ดัชนีเชิงบรรยาย (Descriptive index) ประกอบด้วย คำหรือข้อความที่สร้างขึ้นเพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูลที่เป็นการบรรยายแบบพรรณนา ซึ่งได้มาจากการอ้างอิงจากเอกสารทบทวนงานวิจัยในบทที่ 2 ทำให้ได้ตัวแปร ได้แก่ การแสดงอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ การค้นหาอัตลักษณ์ อัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล บรรทัดฐานทางสังคม อัตลักษณ์ทวิวิชาชีพ และการสะท้อนกลับของอัตลักษณ์

#### 4.3.2 ดัชนีเชิงอธิบายที่ได้จากการสัมภาษณ์

ดัชนีเชิงอธิบาย (Explanatory index) ประกอบด้วย คำหรือข้อความที่แสดงแบบแผนของเหตุการณ์ ความเชื่อมโยง ความสัมพันธ์ และอธิบายเหตุการณ์ ซึ่งได้มาจากการบริบทจากการสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 14 ท่าน ดัชนีที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เกี่ยวกับผลกระทบของอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพในแพทย์พยาบาล รายละเอียดการวิเคราะห์แยกคำแสดงดัชนีเชิงอธิบายจากบทสัมภาษณ์

#### 4.3.3 การวิเคราะห์และการตีความ

ดัชนีเชิงตีความ (Interpretive index) ประกอบด้วย คำหรือข้อความที่มีลักษณะซับซ้อนขึ้นกว่าดัชนีเชิงบรรยาย โดยส่วนใหญ่เป็นรายละเอียดที่เพิ่มขึ้นจากการพยายามทำความเข้าใจหรือตีความเหตุการณ์ให้ละเอียดยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการนำดัชนีเชิงบรรยายและดัชนีเชิงอธิบายมาเชื่อมโยงกันเพื่อให้ทำความเข้าใจและสามารถเห็นภาพเหตุการณ์ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยนำปัจจัยที่พบจากการทบทวนงานวิจัยและปัจจัยผลกระทบที่ได้จากการสัมภาษณ์สามารถนำมาจับคู่จากข้อมูลที่มาจากแหล่งข้อมูลที่ต่างกัน

## 5. ผู้ให้สัมภาษณ์และการวิเคราะห์ข้อมูล

### 5.1 รายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เคยประสบกับเหตุการณ์ของผลกระทบของการแสดงอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ทั้งสิ้น 14 ท่าน เป็นเพศหญิง 13 ท่าน เพศชาย 1 ท่าน ช่วงอายุ 23-32 ปี มีอาชีพแพทย์และพยาบาล ที่เคยมีประสบการณ์แสดงตัวตนทางสื่อสังคมออนไลน์โดยการโพสต์รูป ข้อความ หรือคลิปวิดีโอและได้รับผลกระทบที่เกิดจากการโพสต์ตามมา โดยมีรายละเอียดของผู้ให้สัมภาษณ์เบื้องต้น ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 รายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์สำหรับงานวิจัย

	ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์	รายละเอียดเบื้องต้นของเหตุการณ์
คนที่ 1	เพศหญิง อายุ 23 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพยาบาล	โพสต์ภาพถ่ายนอกรอบรับปริญญา มีคนกดไลก์ในเฟซบุ๊กประมาณ 700 กว่าไลก์
คนที่ 2	เพศหญิง อายุ 27 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพยาบาล	โพสต์คลิปร้องเพลงลิปซิงค์ คลิปนั้นเราแต่งชุดพยาบาลนั่งโต๊ะ แล้วก็ลิปซิงค์พากย์เสียงคำพูดตลกๆ หลายคนก็เข้ามากดหัวใจให้เยอะ ประมาณ 15,000 ไลก์
คนที่ 3	เพศหญิง อายุ 26 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพยาบาล	อินสตาแกรมชื่อดัง ส่งข้อความส่วนตัวทางอินสตาแกรม มาขอรูปที่เคยโพสต์ในอินสตาแกรม ไปลงในอินสตาแกรมเพจก็เลยเลือกภาพหนึ่งให้ มีคนเข้ามาติดตามในอินสตาแกรมส่วนตัวมากขึ้น มีลูกค้ามาจ้างให้เรานำเสนอสินค้าผ่านอินสตาแกรมมาตลอด
คนที่ 4	เพศหญิง อายุ 28 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพยาบาล	โพสต์รูปไปเที่ยวทะเลในเฟซบุ๊ก รูปนั้นเป็นรูปเราใส่ชุดบิกินีสีส้มแดง คนกดไลก์จากเพื่อนในเฟซบุ๊กเรา ประมาณ 400 กว่าไลก์ และมีคนเข้ามาคอมเมนต์ชมเราพอสมควร
คนที่ 5	เพศชาย อายุ 32 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพ แพทย์เฉพาะทาง	ไปญี่ปุ่นแล้วนำเรื่องพยาธิในปลาดิบมาเล่าในเพจเฟซบุ๊ก มาคุยกันคนแชร์ในช่วงเวลาสั้นๆ ก็หลักหมื่น แต่คนที่เห็นโพสต์ก็หลักล้านได้
คนที่ 6	เพศหญิง อายุ 26 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพ พยาบาล	แคปรูปหน้าจอที่เคยแชทกับชายคนหนึ่งเรื่องการใช้น้ำปัสสาวะล้างแผลให้คนไข้ แล้วโพสต์ลงในเฟซบุ๊กไว้อ่านขำๆ มีคนเอาไปลงข่าวเรื่องเล่าเช้านี้ ว่ามีพยาบาลสาวผู้พิทักษ์
คนที่ 7	เพศหญิง อายุ 29 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพ พยาบาล	แชร์ประสบการณ์พร้อมรูปในคำบรรยาย โดยบรรยายให้เห็นถึงความพยายามของคนเรียนไม่เก่งแต่ใช้ความพยายามอย่างสูงจนได้ประสบความสำเร็จ

ตารางที่ 2 รายละเอียดผู้ให้สัมภาษณ์สำหรับงานวิจัย (ต่อ)

	ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์	รายละเอียดเบื้องต้นของเหตุการณ์
คนที่ 8	เพศหญิง อายุ 26 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพฯ สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ พยาบาล	ถ่ายรูปรับปริญญาครอบ ในรูปเป็นรูปเดี่ยว สวมชุดกิ่งชูดครูยี่ง ชูดนักศึกษา บรรยากาศในรูปเป็นต้นไม้สีเขียว เราโพสต์ท่าไม่มอง กล้อง แล้วโพสต์ลงเฟซบุ๊ก มีคนเข้ามากดไลก์จำนวนมากกว่า 1,000 คน คนชื่นชอบภาพกันเยอะ มาคอมเมนต์ชื่นชมเยอะ
คนที่ 9	เพศหญิง อายุ 29 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพฯ สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ พยาบาล	หลังจากได้ไปแข่งขันรายการร้องเพลงชื่อดัง ก็มีการแชร์คลิปประกวด ร้องเพลง จากนั้นเพื่อนในเฟซบุ๊กก็เข้ามาแสดงความคิดเห็น แชร์คลิป การแข่งขันในรายการ นอกจากนี้ก็มีอีเวนต์รับร้องเพลงบ้าง
คนที่ 10	เพศหญิง อายุ 30 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ พยาบาล	เคยโพสต์ภาพที่ตัวเองใส่ชุดพยาบาลในเฟซบุ๊ก พอเวลาผ่านไปแล้วมี แอดมินเพจดังหนึ่งติดต่อมาหาทางข้อความส่วนตัวบอกว่าขอรูปที่ใส่ ชุดพยาบาล จะเอาไปโพสต์ในเพจเฟซบุ๊ก บางคนก็คอมเมนต์น่ารักก็มี แต่ยังมีบางคนคอมเมนต์ในทางขี้สาว
คนที่ 11	เพศหญิง อายุ 28 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ พยาบาล	เดินโคฟเวอร์เพลงคูกี้เสียงหาย แล้วโพสต์คลิปในเฟซบุ๊ก จากนั้นก็มี เพื่อนที่อยู่สำนักพิมพ์ชื่อดัง ขอนำไปลงข่าวในเพจ จากนั้นคนที่รู้จัก เห็นก็จะแชร์ข่าวเราเดินคูกี้เสียงหายแล้วแท็กมาบอก
คนที่ 12	เพศหญิง อายุ 26 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ พยาบาล	เปิดเพจท่องเที่ยว ริวิวร้านชาบู แกวอิสรภาพ แจกบัตรกำนัล (Gift voucher)
คนที่ 13	เพศหญิง อายุ 26 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ พยาบาล	ไปเที่ยวจังหวัดน่าน จากนั้นก็โพสต์ภาพและข้อความลงเพจท่องเที่ยว เพื่อริวิวการเดินทางท่องเที่ยว โพสต์นั้นได้รับความนิยมมาก มีคนขอ เอาไปริวิวลงเว็บไซต์ชื่อดัง ให้เครดิตภาพถ่ายจึงทำให้อยากเปิดเพจ เที่ยวของตัวเอง
คนที่ 14	เพศหญิง อายุ 32 ปี อาศัยอยู่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ เคยเป็นพยาบาล 6 ปี ปัจจุบันทำ บล๊อคเกอร์ด้านการท่องเที่ยว 3 ปี	ได้เปิดเพจแนวท่องเที่ยวขึ้นมา เคยโพสต์เล่าว่าทำไมถึงลาออกจาก พยาบาล ได้รับความนิยมสูงสุด หลังจากทำเพจ ด้วยความที่เป็น พยาบาลพยาบาลหลายคนส่งข้อความส่วนตัวหาเยอะมาก บอกว่า อยากลาออกจากวิชาชีพพยาบาล

## 5.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการแสดงอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่อวิชาชีพทั้งสิ้น 14 ท่าน มาวิเคราะห์ผลตามกรอบแนวคิดการวิจัยเบื้องต้นที่กล่าวไว้ในหัวข้อที่ 4

## 5.3 ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้ง 14 ท่าน สามารถนำผลจากการสัมภาษณ์มาไว้เพื่อตอบคำถามงานวิจัย และบรรลุลักษณะวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ได้ดังนี้

คำถามงานวิจัย อัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพอย่างไร

คำตอบของงานวิจัย ที่ได้จากการสัมภาษณ์ 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นผลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการแสดงอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่อเนื่องไปยังอัตลักษณ์ทางวิชาชีพ และส่วนที่ 2 เป็นผลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการแสดงอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่อเนื่อง แต่ไม่กระทบถึงอัตลักษณ์ทางวิชาชีพ และยังบรรลุลักษณะวัตถุประสงค์ของงานวิจัยอีกด้วย

5.3.1 บุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการแสดงอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่อเนื่องไปยังอัตลักษณ์ทางวิชาชีพ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 14 ท่าน ได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับโพสต์ หลากหลายรูปแบบ เช่น การกดไลก์ การแสดงความคิดเห็น การกดติดตาม แฮชแท็ก และแท็กส่วนตัวต่อผู้ให้สัมภาษณ์ นอกจากนี้จากผลการสัมภาษณ์ยังมองเห็นทิศทางการสัมพันธ์อีกด้วย มีทั้งเชิงบวก และเชิงลบ โดยเป็นกลุ่มข้อความแสดงความยินดี ชื่นชม แสดงความภาคภูมิใจ เป็นข้อความเกี่ยวกับความรู้ และเป็นกลุ่มข้อความที่แสดงความรู้สึกอยากเอาเป็นตัวอย่างอยากทำตาม มีผู้ให้สัมภาษณ์ 2 คน ได้รับการแสดงความคิดเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 ได้รับข้อความแสดงความคิดเห็นด้านบวก คือมีคนเห็นด้วยกับความคิดเห็นของผู้สัมภาษณ์ และได้รับข้อความแสดงความคิดเห็นด้านลบต่อคุณธรรมของผู้สัมภาษณ์คือ มีคนวิพากษ์วิจารณ์คุณธรรมให้เกิดความเสียหายในวงกว้าง ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 10 ได้รับข้อความแสดงความคิดเห็นด้านบวกคือ คนชื่นชมรูปที่โพสต์ ส่วนความคิดเห็นด้านลบ จะได้รับข้อความแสดงความคิดเห็นเชิงขู่สา

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 14 ท่าน ได้แสดงความรู้สึกเกี่ยวกับบรรทัดฐานทางสังคม ค่านิยมและความคาดหวังได้หลายแง่มุม เช่น ลักษณะกิจกรรมที่ต้องการเห็น บทบาทด้านวิชาชีพ และภาพลักษณ์ด้านวิชาชีพ

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 12 ท่าน ได้แสดงให้เห็นถึงการได้รับผลกระทบด้านอัตลักษณ์ทางวิชาชีพด้านต่างๆ เช่น คนชื่นชอบอยากมาเรียนพยาบาลตาม คนรับรู้ว่า เป็นพยาบาล/มีความเสี่ยงโดนจับผิด บทบาทด้านวิชาชีพ และด้านภาพลักษณ์/ชื่อเสียงของวิชาชีพ โดยจัดกลุ่มระดับความรุนแรงของผลกระทบได้ 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่ได้รับผลกระทบทางวิชาชีพน้อย และกลุ่มที่ได้รับผลกระทบทางวิชาชีพมาก

5.3.2 บุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการแสดงอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่อเนื่อง แต่ไม่กระทบถึงอัตลักษณ์ทางวิชาชีพ

มีผู้ให้สัมภาษณ์ 2 จาก 14 คน ได้แก่ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 และ 12 ได้แสดงให้เห็นถึงเหตุผลที่ไม่ได้รับผลกระทบด้านอัตลักษณ์ทางวิชาชีพ โดยระบุว่า ผู้ติดตามทางสื่อสังคมออนไลน์ไม่รับทราบ หรือรับรู้ว่าเป็นพยาบาล จึงไม่ได้รับผลกระทบด้านนี้

## 6. สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

### 6.1 สรุปผลของงานวิจัย

จากการวิเคราะห์ห้บทสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสิ้น 14 ท่าน ทำให้ได้ข้อสรุปสนับสนุน ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือบุคคลเริ่มมีการค้นหาอัตลักษณ์และนำมาปรับใช้กับตนเองจากนั้นแสดงอัตลักษณ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อน พี่น้อง ครอบครัว หรือคนรู้จักในสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับโพสต์ ส่งผลให้เกิดความคาดหวังทางสังคม บรรทัดฐานทางสังคมออนไลน์ และส่งผลไปยังอัตลักษณ์ทางวิชาชีพ หลังจากนั้นอัตลักษณ์ทางวิชาชีพ

ความคาดหวังของสังคม และเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่ออัตลักษณ์ตนเอง เพื่อเป็นการรับผลสะท้อนกลับของการแสดงอัตลักษณ์อีกครั้ง กระบวนการดังกล่าวมีรายละเอียดดังนี้

#### 6.1.1 การค้นหาอัตลักษณ์ส่งผลต่ออัตลักษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ ได้แสดงให้เห็นถึงการค้นหาอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ มีการแสดงออกที่แตกต่างกัน เช่น การติดตามบุคคลที่มีชื่อเสียง ดารา หรือการนำเสนอข่าวจากเพจเพื่อประโยชน์ด้านการถ่ายรูปการโพสต์ท่าทาง ค้นหาสถานที่เพื่อถ่ายรูป การดูสไตล์การแต่งตัวเพื่อปรับใช้กับตนเอง และติดตามบุคคลตัวอย่างเพื่อเป็นแบบอย่างในการทำกิจกรรม เช่น ต้นแบบการร้องเพลง ต้นแบบด้านการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ และต้นแบบด้านออกกำลังกาย เป็นต้น

#### 6.1.2 การแสดงอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้แสดงอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์หลายรูปแบบ เช่น การโพสต์รูป การเขียนข้อความเล่าบรรยาย และการโพสต์คลิปวิดีโอ นอกจากนี้จากผู้ให้สัมภาษณ์จะโพสต์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่วนตัวแล้วยังโพสต์ผ่านเพจสาธารณะอีกด้วย

#### 6.1.3 อัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่สื่อออกมาทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งบ่งบอกความเป็นตัวตนได้หลายรูปแบบ เช่น บ่งบอกความเป็นวิชาชีพแพทย์หรือพยาบาลของตนเอง บ่งบอกลักษณะความชอบ เช่น ชอบคาเฟ่ ชอบการแต่งตัว รักการท่องเที่ยว ชอบธรรมชาติ ชอบร้องเพลง และชอบกิน เป็นต้น บ่งบอกบุคลิกภาพ เช่น บ่งบอกว่าเป็นคนรักความถูกต้อง รักความยุติธรรม บ่งบอกว่าเป็นคนไม่ยอมแพ้ และบ่งบอกว่าเป็นคนสนุกสนานเฮฮา เป็นต้น และบ่งบอกอารมณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์เอง

#### 6.1.4 อัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับโพสต์ หลากหลายรูปแบบ เช่น การกดไลก์ การแสดงความคิดเห็น การกดติดตาม แชร์ แท็ก และทักแชทส่วนตัว นอกจากนี้จากแบบสัมภาษณ์ยังมองเห็นทิศทางความสัมพันธ์อีกด้วย มีทั้งเชิงบวก และเชิงลบ ความคิดเห็นเชิงบวก เป็นกลุ่มข้อความแสดงความยินดี ชื่นชม แสดงความภาคภูมิใจ ข้อความเกี่ยวกับความรู้ และแสดงความรู้สึกรักอยากเอาเป็นตัวอย่าง อยากทำตาม ส่วนความคิดเห็นด้านลบเกิดกับคู่กรณีของผู้สัมภาษณ์ มีคนวิพากษ์วิจารณ์คู่กรณีให้เกิดความเสียหายในวงกว้าง และความคิดเห็นเชิงขู่สาว

#### 6.1.5 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลส่งผลต่อบรรทัดฐานทางสังคม/ค่านิยมทางสังคม

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดแสดงความรู้สึกเกี่ยวกับบรรทัดฐานทางสังคม ค่านิยมและความคาดหวังได้หลายแง่มุม เช่น ด้านลักษณะกิจกรรมที่ต้องการเห็น ได้แก่ คนอยากเห็นคลิป ร้องเพลง อยากเห็นรูปสวยๆ อยากให้แต่งตัวเรียบร้อย อยากให้รีวิวอาหารดีๆ อยากให้เปิดเพจเที่ยว และอยากให้เป็นตัวอย่งในการลาออก ด้านบทบาทด้านวิชาชีพ ได้แก่ อยากเห็นทำงานในบทบาทวิชาชีพได้ดี ให้ความรู้แก่ประชาชนได้ดี สามารถปกป้องวิชาชีพ และมีการช่วยเหลือสังคม และด้านภาพลักษณ์ด้านวิชาชีพได้ระบุเกี่ยวกับการขัดกับความเชื่อที่ว่าพยาบาลต้องเรียบร้อย การแต่งกายให้ถูกระเบียบ และการรู้สึกถูกคาดหวังจากสังคมเพราะวิชาชีพ

#### 6.1.6 บรรทัดฐานทางสังคม/ค่านิยมทางสังคมส่งผลต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพ

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงการได้รับผลกระทบด้านอัตลักษณ์ทางวิชาชีพด้านต่างๆ เช่น คนที่ชอบอยากมาเรียนพยาบาลตาม คนรับรู้ว่าเป็นพยาบาลมีความเสี่ยงโดนจับผิด บททางด้านวิชาชีพ ได้แก่ เช่น การโพสต์เกี่ยวกับความรู้เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน การแสดงบทบาทปกป้องวิชาชีพ การนำความรู้ไปช่วยเหลือสังคม การทำกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการทำงาน ไปจนถึงด้านการยุติบทบาททางวิชาชีพ และด้านภาพลักษณ์หรือชื่อเสียงของวิชาชีพ เช่น การโพสต์ความรู้ตอกย้ำความเป็นวิชาชีพมีคนเชื่อถือ การเสียชื่อเสียงของวิชาชีพ ผิดจริยธรรมทางวิชาชีพ เนื่องจากมีการนำวิชาชีพไปใช้เผยแพร่ความรู้ในทางที่ผิด การรักษาภาพลักษณ์วิชาชีพแม้จะนอกเวลาทำงาน การระมัดระวังไม่ให้คนมองภาพลักษณ์วิชาชีพในทางที่ไม่ดี และการให้เกียรติวิชาชีพ และชุดฟอร์มที่สวมใส่ จัดกลุ่มระดับความรุนแรงของผลกระทบได้ 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่ได้รับผลกระทบทางวิชาชีพน้อย



และกลุ่มที่ได้รับผลกระทบทางวิชาชีพมาก กลุ่มที่ได้รับผลกระทบน้อย เนื่องจากเป็นกลุ่มเหตุการณ์ที่ไม่เกิดผลร้ายแรงกับตัวผู้สัมภาษณ์เองและผู้อื่นในสังคม เป็นเหตุการณ์ที่ผู้สัมภาษณ์ได้ตระหนักรู้ และสามารถระมัดระวัง หรือยุติเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ได้เอง กลุ่มที่ได้รับผลกระทบมาก เป็นกลุ่มเหตุการณ์ที่เกิดผลกระทบได้ในวงกว้างเพราะมีระดับผู้ติดตามจำนวนมาก และยังมีอาการออกข่าวทางโทรทัศน์ ทั้งอาจเกิดผลกระทบกับตัวเองและผู้อื่น เหตุการณ์ที่เกิดผลกระทบวงกว้าง เป็นเหตุการณ์ที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการรับประทานปลาดิบทำให้เกิดพยาธิในลำไส้ ผลกระทบเกิดกับประชาชนในวงกว้างในด้านความรู้ คนติดตาม 181,960 คน ได้รับการแชร์มากมาย คนเห็นข้อความนี้หลักล้านคนได้รับข้อมูลนี้ก็เชื่อถือในบทความเพราะแพทย์เป็นคนเขียนข้อความนี้เอง ประชาชนมีโอกาสเปลี่ยนความประพฤติในการรับประทานอาหารประเภทนี้มากขึ้น แม้จะตระหนักถึงความรู้ในเวลาอันสั้นก็ตาม เหตุการณ์ถัดมาผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แชร์รูปหน้าตาทางการแพทย์กับบุคคลที่อ้างตนว่าเป็นพยาบาลวิชาชีพเกี่ยวกับการใช้น้ำปัสสาวะมาทำความสะอาดแผล โดยเรื่องนี้ได้รับการแชร์อย่างมาก จนได้รับการออกข่าวทางโทรทัศน์ ทำให้สังคมได้รับรู้ว่าพยาบาลบางคนก็นำน้ำปัสสาวะมาใช้ในการรักษา มีคนแสดงความเห็นในแง่ลบจำนวนมาก ส่งผลถึงชื่อเสียงของสถาบันวิชาชีพ สภาการพยาบาลได้ออกมาชี้แจงประเด็นเรื่องการใช้หน้าปัสสาวะมารักษาผู้ป่วยว่าไม่อยู่ในตำราเรียน เป็นสิ่งไม่ถูกต้องส่งผลให้คู่กรณีของผู้สัมภาษณ์ปิดเฟซบุ๊กหนี ส่วนผลกระทบมายังผู้สัมภาษณ์เองคือ มีคนชื่นชมว่าเป็นพยาบาลผู้พิทักษ์ เป็นผู้ปกป้องวิชาชีพ และเหตุการณ์สุดท้ายได้โพสต์เกี่ยวกับการลาออกจากวิชาชีพแล้วออกมาทำตามความฝันของตัวเอง ออกมาเที่ยว เรื่องนี้ไม่ได้เกิดผลกระทบต่อวิชาชีพของตัวเอง เพราะได้ลาออกจากวิชาชีพแล้ว แต่ส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่นมาก มีจำนวนผู้ติดตามผู้สัมภาษณ์ 548,142 คน โพสต์นี้ได้รับการแชร์จำนวนมาก มีบุคคลจำนวนมากที่เห็นเป็นแบบอย่างและอยากทำตาม อยากยุติบทบาทด้านวิชาชีพ อยากลาออก ถึงแม้บางคนจะไม่ได้เป็นกลุ่มแพทย์หรือพยาบาลก็มีคนเห็นเป็นไอดอล ต้นแบบ มีคนทักข้อความส่วนตัวเข้ามาหาเยอะ ให้แนะนำเกี่ยวกับการออกจากวิชาชีพ นอกจากนี้ ยังมีผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนน้อยแสดงให้เห็นถึงเหตุผลที่ไม่ได้รับผลกระทบด้านอัตลักษณ์ทางวิชาชีพ โดยระบุว่า ผู้ติดตามทางสื่อสังคมออนไลน์ไม่รับทราบ หรือรับรู้ว่าเป็นพยาบาล จึงไม่ได้รับผลกระทบด้านนี้

#### 6.1.7 อัตลักษณ์ทางวิชาชีพต่ออัตลักษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่แสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ทางวิชาชีพส่งผลต่อการแสดงอัตลักษณ์ โดยส่งผลให้ระมัดระวังการโพสต์มากขึ้น คิดก่อนโพสต์มากขึ้น เห็นด้วยกับกฎระเบียบของโรงพยาบาล ของวิชาชีพ เป็นสิ่งที่ต้องปฏิบัติตาม ต้องโพสต์สิ่งที่ไม่ขัดกับวิชาชีพ เพื่อให้คนเชื่อถือ และรักษาภาพลักษณ์ของวิชาชีพ และส่งผลให้ต้องปิดบังตัวตนทางวิชาชีพ เพราะไม่ต้องการให้มีคนกล่าวหาวิชาชีพ

#### 6.1.8 บรรทัดฐานทางสังคม/ค่านิยมทางสังคมต่ออัตลักษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่แสดงผลกระทบของบรรทัดฐานทางสังคม ค่านิยม ความเชื่อที่ได้รับรู้ว่าส่งผลให้ต้องวางตัวให้เหมาะสม คิดก่อนโพสต์ ไม่โพสต์สิ่งที่ทำให้เกิดผลเสีย เข้าใจผิดได้ง่าย หรือรูปที่ล่อแหลม ทำสิ่งที่คนในสังคมต้องการ เช่น การโพสต์คลิป การรีวิว ที่คนขอมา หรือการทำเพจท่องเที่ยว โดยฝึกถ่ายรูปให้เก่งมากขึ้น

#### 6.1.9 ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่ออัตลักษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่แสดงให้เห็นถึงผลกระทบของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อการแสดงอัตลักษณ์ โดยระบุว่ารู้สึกดี ภูมิใจ มีการเข้าไปแสดงความเห็นขอบคุณ และกดไลค์ เมื่อมีบุคคลที่ไม่ชอบแล้วมาติดตาม จะจัดการบล็อกคนนั้น ต้องการโพสต์ในสิ่งที่ดี ถ้าคนไม่เห็นด้วยก็ไม่โพสต์ เวลาโพสต์ให้ดูกาลเทศะ ไปจนถึงหลีกเลี่ยงการโพสต์ไปเลย เปลี่ยนไปใช้สื่อสังคมออนไลน์ช่องทางอื่นแทนเพื่อหลีกเลี่ยงการกระทบความสัมพันธ์ จะโพสต์รูปให้หน้าสนใจมากขึ้น โพสต์ตามที่เพื่อนอยากเห็น ตามที่เพื่อนบอกในคอมเมนต์ เพื่อนอยากเห็นภาพสวยๆ อยากให้รีวิอาหารอร่อยๆ อยากให้เปิดเพจท่องเที่ยว

#### 6.1.10 การสะท้อนกลับของอัตลักษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดแสดงการสะท้อนกลับของอัตลักษณ์เมื่อมีเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์หรือเหตุการณ์ที่น่ายินดีเกิด โดยระบุว่าได้มีการระวังการโพสต์มากขึ้น ไม่โพสต์เรื่องงาน อาจเลี่ยงไปโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์ช่องทางอื่นที่คนไม่รู้จัก เช่น ทวิตเตอร์ เป็นต้น ระวังการโพสต์คลิปเมื่อใส่ชุดพยาบาล ไม่โพสต์รูปเมื่ออยู่สถานที่จริงเวลาจริง ระวังการเปิดเผยตัวตน อาจมีการลบคอมเมนต์หรือโพสต์ มีการตรวจสอบบุคคลที่เข้ามาเพิ่มเพื่อนหรือเป็นผู้ติดตาม ไม่รับแอด ไปจนถึงการบล็อก เลิกโพสต์แต่สิ่งที่ดีๆ อาจมีการขอบคุณ เมื่อมีคนเข้ามาแสดงความเห็นให้ในทางที่ดี ผู้ให้สัมภาษณ์บางคนก็อาจจะไป

### 6.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้ ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางทฤษฎีและทางปฏิบัติ ดังนี้

#### 6.2.1 ประโยชน์ของงานวิจัยทางทฤษฎี

งานวิจัยนี้ขยายกรอบแนวคิดผลกระทบต่อเนื่องของอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ ต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพ จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยบุคคลเริ่มมีการค้นหาอัตลักษณ์และนำมาปรับใช้กับตนเองจากนั้นแสดงอัตลักษณ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อน พี่น้อง ครอบครัว หรือคนรู้จักในสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับโพสต์ ส่งผลให้เกิดความคาดหวังทางสังคม บรรทัดฐานทางสังคมออนไลน์ และส่งผลไปยังอัตลักษณ์ทางวิชาชีพ การวิจัยสนับสนุนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังขยายกรอบแนวคิดผลกระทบต่อเนื่องจากด้านต่างๆ สู่ตนเอง นั่นคือ จากด้านอัตลักษณ์ทางวิชาชีพ ความคาดหวังของสังคม และเพื่อนในสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่ออัตลักษณ์ตนเอง เพื่อเป็นการรับผลสะท้อนกลับของการแสดงอัตลักษณ์

#### 6.2.2 ประโยชน์ของงานวิจัยในทางปฏิบัติ

งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงผลกระทบของอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพ โดยสาเหตุที่ทำให้เกิดผลกระทบมาจากการที่ผู้ที่ติดตามในสื่อสังคมออนไลน์รับทราบว่ามีการทำงานด้านแพทย์และพยาบาล เรื่องที่โพสต์เกี่ยวข้องกับบทบาท ชื่อเสียงของวิชาชีพ แม้ว่าจะไม่ได้โพสต์เกี่ยวข้องกับบทบาททางวิชาชีพ ก็มีความเสี่ยงต่อการเสื่อมเสียชื่อเสียงได้ง่ายเพราะบุคคลทั่วไปรับรู้ความเป็นวิชาชีพ ดังนั้นจึงควรหลีกเลี่ยงที่จะโพสต์เกี่ยวกับบทบาททางวิชาชีพทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อลดความเสี่ยงต่อการถูกจับผิด หรือถ้าหากต้องการโพสต์ก็ควรระวังการคิดก่อนโพสต์ ดังนั้น หน่วยงานโรงพยาบาลทั้งภาครัฐบาล และเอกชน ควรสร้างความตระหนักให้กับบุคลากรในองค์กรเกี่ยวกับระเบียบวิธีปฏิบัติ ผลกระทบ แนวทางการป้องกันแก่บุคลากรทางวิชาชีพที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นแก่บุคลากรเอง ต่อหน่วยงาน ต่อสังคม ตลอดจนไปถึงวิชาชีพ แนวทางการปฏิบัติตัวของบุคลากรแพทย์และพยาบาลที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เทียบระหว่างผลที่ได้จากทฤษฎีและผลที่ได้จากการวิจัย สรุปได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แนวทางการปฏิบัติตัวของบุคลากรแพทย์และพยาบาลที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์

แนวทางปฏิบัติที่ได้จากทฤษฎีและงานวิจัย	แนวทางปฏิบัติที่ได้จากผลการวิจัย
1. ระวังระวังข้อมูลที่ถูกเผยแพร่ทางออนไลน์ แม้จะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจจะสามารถส่งผลกระทบต่ออนาคตได้ เช่น การถูกพักการเรียนในโรงเรียนแพทย์ การไม่ได้รับการจ้างงานในฐานะแพทย์ และประชาชนหมดความเชื่อถือในวิชาชีพ	1. ระวังระวังการโพสต์ ทั้งคำพูด การกระทำ คิดก่อนโพสต์มากขึ้น
2. ระวังระวังเมื่อแสดงความเห็นทางออนไลน์เกี่ยวกับเพื่อนร่วมงานหรือองค์กรด้านสุขภาพ ถึงแม้จะใช้นามแฝง อาจเป็นการกระทำที่หมิ่นประมาท ส่งผลให้ถูกไล่ออกจากงาน	2. ปฏิบัติตามกฎระเบียบของโรงพยาบาล
3. รับทราบข้อตกลงและเงื่อนไขของการใช้งาน การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว ตรวจสอบและอัปเดตเป็นประจำ	3. ปิดบังตัวตนทางวิชาชีพเพื่อเลี่ยงการถูกพูดถึงเกี่ยวกับวิชาชีพในทางไม่ดี
4. สิ่งใดก็ตามที่โพสต์ไปแล้วต้องตระหนักว่าออกสู่สาธารณะไปแล้ว อาจเกิดการตีความเข้าใจผิด ตีความหมายผิด และนำไปสู่ผลกระทบทางวิชาชีพได้	4. คิดมากขึ้นโดยใช้ความรู้ทางวิชาชีพเป็นพื้นฐาน คัดกรองสินค้ามากขึ้น ไม่เชื่อคำโฆษณา 100 เปอร์เซ็นต์
5. สิ่งที่โพสต์จะไม่ถูกระบุว่าเป็นใครแต่จะสามารถถูกค้นหาได้โดยยูทิลิตี้	5. ไม่โพสต์ในเวลางาน
6. ตรวจสอบสถานะทางออนไลน์และชื่อเสียงอยู่เสมอ	6. ตรวจสอบความเหมาะสมว่าโพสต์ของเราเหมาะสมหรือไม่ คนสามารถนำไปตีความผิดหรือไม่
7. ตรวจสอบให้แน่ใจว่าคุณปฏิบัติตามมาตรฐาน นโยบายของหน่วยงานและเป็นข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับกฎหมายความเป็นส่วนตัวและความน่าเชื่อถือ	7. คิดถึงผลข้างเคียงจากการโพสต์ว่าส่งผลกระทบต่อใครบ้าง
8. ลิขสิทธิ์ การค้าขาย และกฎหมายหมิ่นประมาทถูกนำมาใช้ในการโพสต์ลงออนไลน์	8. ไม่ลงรูปล้อแหลมแซะใคร เพราะคิดว่าไม่เหมาะสม
9. เคารพและรักษาขอบเขตของวิชาชีพตามแนวทางจรรยาบรรณวิชาชีพ	9. ไม่ควรถ่ายรูปติดผู้ป่วย เอกสารมีชื่อผู้ป่วย ต้องโพสต์ก็ให้เบลอชื่อผู้ป่วยออก ระวังเรื่องสิทธิผู้ป่วย
10. แยกพื้นที่เนื้อหาส่วนตัวและวิชาชีพออกจากกัน (ตัวอย่างเช่น เฟซบุ๊กสำหรับเพื่อน ลิงคอิน สำหรับเพื่อนร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องทางวิชาชีพ)	10. เมื่อใส่ชุดพยาบาลถ่ายรูปโพสต์ลงสื่อสังคมออนไลน์ให้รักษาภาพลักษณ์ มีลักษณะสำรวม
11. อย่าโพสต์เนื้อหานอกขอบเขตความเชี่ยวชาญของคุณ	11. เลี่ยงไปใช้งานทวีตเตอร์หรืออินสตาแกรมแทน เฟซบุ๊กเมื่อมีข้อความเกี่ยวกับสถานที่ทำงาน หรือโพสต์รูปที่แต่งตัวไม่เรียบร้อย เพราะในเฟซบุ๊กมีคนรู้จักเยอะ
	12. นอกเวลางานแต่งตัวโพสต์ตามความชอบได้ แต่ต้องให้ดูเหมาะสม สถานที่ ต้องดูความเหมาะสม
	13. ไม่โพสต์เรื่องงานหรือเรื่องส่วนตัวลงในสื่อสังคมออนไลน์มากเกินไป
	14. เพิกเฉย ลบโพสต์ หรือบล็อกบุคคลที่โพสต์ก่อกวน หรือคอมเมนต์ในทางที่ไม่ดี

### 6.3 ข้อจำกัดของงานวิจัย

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก และมีสัดส่วนของผู้หญิงถึงร้อยละ 92.9 อาจเป็นเพราะวิชาชีพพยาบาลมีสัดส่วนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้การได้สัมภาษณ์เพศหญิงและชายในสัดส่วนที่ใกล้เคียง อาจได้ประเด็นด้านผลกระทบ รวมถึงสาเหตุของเหตุการณ์ที่แตกต่างออกไป

### 6.4 งานวิจัยต่อเนื่อง

การศึกษาผลกระทบของอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพนี้ มีจำนวนผู้สัมภาษณ์ที่ได้รับผลกระทบต่อวิชาชีพในระดับรุนแรง ก่อนข้างน้อย อีกทั้งสัดส่วนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และยังจำกัดขอบเขตแค่ในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจทำการศึกษาผลกระทบของอัตลักษณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ต่ออัตลักษณ์ทางวิชาชีพอื่นเพื่อเปรียบเทียบผลกระทบ และแนวทางการจัดการ

### บรรณานุกรม

- สุภางค์ จันทวานิช. (2554). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตินัน บ. คอมมอน. (2560). โซเชียลมีเดีย: เทคโนโลยีแห่งตัวตนและการสร้างอัตลักษณ์ในยุคสังคมหลังสมัยใหม่. *สุทธิปริทัศน์*, 31, 247-257.
- พิชญานี ภูตระกูล. (2559). การเปิดเผยตนเองในเครือข่ายสังคมออนไลน์ : แนวทางการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพล และผลกระทบ. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, ฉบับที่ 2, 1-16.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2559). *ภาคภูมิ เดชหัสดิน หมอแล็บแพนด้า*. ดึงข้อมูลวันที่ 18 สิงหาคม 2559, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/693992>.
- ข่าวสด. (2561). *วิจารณ์สนั่น! พญ.โซว์ถอดเสื้อกาวรัดอวดหุ่นงูชูด่วยน้ำเซ็กซี่*. ดึงข้อมูลวันที่ 19 พฤษภาคม 2561, จาก [https://www.khaosod.co.th/monitor-news/news\\_722221](https://www.khaosod.co.th/monitor-news/news_722221).
- คมชัดลึก. (2560). *ดราม่า!!! เครื่องแบบ "น้องแป้ง ทหารห้ามจีบพยาบาล"*. ดึงข้อมูลวันที่ 23 มีนาคม 2562, จาก <http://www.komchadluek.net/news/regional/278143>.
- รัชชชัย สุสีดา. (2562). *อัตลักษณ์ของมนุษย์ในโลกโซเชียลมีเดียที่สังคมเป็นผู้หยิบยื่นให้*. ดึงข้อมูลวันที่ 25 พฤษภาคม 2562, จาก <http://blog.dpu.ac.th/ajtonrak/index.php/2018/12/24/virtual-space/>.
- วรรณพงษ์ ดุรงคเวโรจน์. (2554). *ผลกระทบภายนอกเชิงลบ (Externalities): สิ่งที่ถูกมองข้ามจากสังคม*. ดึงข้อมูลวันที่ 20 มิถุนายน 2562, จาก <http://wannaphong.blogspot.com/2011/12/externalities.html>.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2561). *รายงานสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2561 Thailand Internet User Profile 2018*. ดึงข้อมูลวันที่ 19 มีนาคม 2562, จาก <https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *การสำรวจการมี การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2561*. ดึงข้อมูลวันที่ 19 มีนาคม 2562, จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/ด้านICT/เทคโนโลยีในครัวเรือน/2561/ict61-CompleteReport-Q1.pdf>.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity, Youth, and Crisis (1st edn)*. New York: W. W. Norton.
- Martin, L.H., Gutman, H., & Hutton P. H. (1988). *Technologies of the Self: A Seminar with Michael Foucault*. London: Tavistock.
- Hearn, S. and Buffardi, A.L. (2016). *'What is impact?'. A Methods Lab publication*. London: Overseas Development Institute.

- Tajfel, H. (1981). *Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Browne, C., Wall, P., Batt, S., & Bennett, S. (2018). Understanding perceptions of nursing professional identity in students entering an Australian undergraduate nursing degree. *Nurse Education in Practice*, 32, 90-96.
- Cain, J. (2011). Social media in health care: The case for organizational policy and employee education. *American Journal of Health-System Pharmacy*, 68(11), 1036–1040.
- Chretien, K., Greysen, S., Chretien, J., & Kind, T. (2009). Online posting of unprofessional content by medical students. *The Journal of the American Medical Association*, 302(12), 1309–1315.
- Cleary, M., Ferguson, C., Jackson, D., & Watson, R. (2013). Social media and the new e-professionalism. *Contemporary Nurse*, 45(2), 152-154.
- Cover, R. (2012). Performing and undoing identity online: Social networking, identity theories and the incompatibility of online profiles and friendship regimes. *Convergence*, 18(2), 177-193.
- Davis, K. (2011). Tension of identity in a networked era: Young people's perspectives on the risks and rewards of online self-expression. *New media & society*, 14(4), 634-651.
- Hardey, M. (2002). Life beyond the screen: Embodiment and identity through the internet. *The Sociological Review*, 50(4), 570–585.
- Jones, S. R., & McEwen, M. K. (2000). A Conceptual Model of Multiple Dimensions of Identity. *Journal of College Student Development*, 41(4), 405-414.
- Mansfield, S., Morrison, S., Stephens, H., Bonning, M., Wang, S. H., Withers, A., Olver, R., & Perry, A. (2011). Social media and the medical profession. *The Medical Journal of Australia*, 194(12), 642-643.
- Morton, L. P. (2002). Targeting Generation Y. *Public Relationship Quarterly*, 47(2), 46-48.
- Öhlén, J., & Segesten, K. (1998). The professional identity of the nurse: concept analysis and development. *Journal of advanced nursing*, 28(4), 720-727.
- Real, K., Bramson, R., & Poole, M. S. (2009). The symbolic and material nature of physician identity: Implications for physician–patient communication. *Health communication*, 24(7), 575-587.
- Turner, J. C., & Tajfel, H. (1986). The social identity theory of intergroup behavior. *Psychology of intergroup relations*, 7-24.
- Boyd, d. (2011). *Living a networked public life*. Paper presented at the second annual meeting of the Digital Media and Learning Conference, Long Beach, CA.
- Hitesh, B. (2018). *What is Spillover Effect*. Retrieved June 20, 2019, from <https://www.marketing91.com/what-is-spillover-effect/>.
- Sputniknews. (2019). *Model Behavior? Myanmar Doctor's License Revoked Over Racy Facebook Shots (PHOTOS, VIDEO)*. Retrieve 4 August, 2019, from <https://sputniknews.com/society/201906141075879432-medical-license-revoked-facebook-photos/>.
- Weaver, K. (2019). *What is Impact and How we Measure it?* Retrieve 16 December, 2019, from <https://clearimpact.com/how-to-define-impact/>.