

กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุข
และความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการระบาด
ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19*

NEW MEDIA COMMUNICATION STRATEGIES OF THE PUBLIC HEALTH
MINISTRY AND PUBLIC TRUST DURING THE COVID-19 PANDEMIC

ศาสวัต จันทนะ

Sasawat Chantana

ณัฐชуда วิจิตรจามรี

Natchuda Wijtjammaree

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Kasetsart University, Thailand

E-Mail: sasawat.cha@ku.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุข และศึกษาแนวทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความไว้วางใจของประชาชน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ 2 ส่วน ได้แก่ การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารด้วยวิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) จากสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุข ในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ระลอก 4 ในประเทศไทย ระหว่างวันที่ 20 กรกฎาคม – 30 กันยายน 2564 และการศึกษาแนวทางการสื่อสารที่ส่งเสริมความไว้วางใจด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ นักวิชาการ สื่อมวลชน บุคลากรทางการแพทย์ และผู้บริหาร จำนวน 15 คน ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ ได้แก่ 1. ประเด็นที่ทันกระแส 2. แหล่งสารน่าเชื่อถือ และ 3. รูปแบบการสื่อสาร ได้แก่ 1) สื่อสารผ่านบุคคลที่สาม 2) สื่อสารด้วยภาพ 3) สร้างการมีส่วนร่วม 4) ใช้แฮชแท็ก 5) ใช้สื่อหลากหลาย และ 6) ใช้ช่องทางหลากหลาย ผลการศึกษาแนวทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความไว้วางใจ พบว่า 1. ผู้ส่งสาร ควรเป็นศูนย์กลางการสื่อสาร ใช้ผู้ส่งสารที่มีความรู้ ใกล้ชิด เกี่ยวข้อง มีทักษะการสื่อสาร มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีจังหวะที่ดี วิเคราะห์ผู้รับสารได้ตรงไปตรงมา เห็นอกเห็นใจ ใช้การสื่อสารเชิงรุก และมีการทบทวนบทบาท 2. ช่องทางการ

* Received April 7, 2022; Revised April 15, 2022; Accepted April 26, 2022



สื่อสาร ที่รวดเร็ว เข้าถึงและใช้งานง่าย เผยแพร่สื่อได้หลายองค์ประกอบ และหลายช่องทาง 3. สาร มีความถูกต้อง รวดเร็ว เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน สม่่าเสมอ ครบถ้วน มีข้อมูลทางวิชาการ สอดคล้องไปกับแนวปฏิบัติงาน แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ใช้ข้อมูลชุดเดียว ป้องกันข่าวปลอม และออกแบบสื่อดี 4. ผู้รับสาร ต้องเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง เลือกรับข้อมูลจากสื่อหลัก หรือผู้เชี่ยวชาญ

คำสำคัญ: โควิด-19, กลยุทธ์การสื่อสาร, ความไว้วางใจ

Abstract

The objectives of this research article were to study communication strategies through the new media of the Ministry of Public Health and to study the communication guidelines to promote public trust. The study used qualitative research design, divided into two parts: a study of communication strategies through the new media of the Ministry of Public Health during Thailand's fourth wave of the COVID-19 epidemic between 20 July – 30 September 2021 through document analysis; and a study of communication guidelines for promoting public trust through in-depth interviews with 15 key informants, including academics, public newsmen, medical professionals, and information receivers. The results indicated that communication strategies implemented by Ministry of Public Health included: 1. Trending topics, 2. Reliable sources of information, and 3. Forms of communication that include the following: 1) Communication via a third party, 2) Communication via images, 3) Participation, 4) Using hashtags, 5) Using a variety of media, and 6) Using a variety of channels. In addition, communication guidelines to promote public trust include 1. The communication should be conducted based on a sender-oriented form by relying on a knowledgeable, close, relevant, and communicatively skilled sender. Besides, a sender should possess emotional maturity, a good communication rhythm, the ability to analyze receivers, straightforwardness, empathy, the ability to use proactive communication, and role review. 2. Communication channels should be fast, easily accessible and easy to use, published through media with multi-dimension and multiple ways. 3. Information should be accurate, fast, easy to understand, concise, clear, consistent, complete, contains academic information. in accordance with the operational



guidelines reliable, reliable source with a single data set, prevention of fake news and efficient media design. 4. Receiver should compare information from many sources by only selecting to receive information from the mainstream media or an expert.

Keywords: COVID-19, Communication strategies, Trust

บทนำ

โรคระบาด (Epidemic) คือ โรคติดต่อที่สามารถแพร่เชื้อไปสู่ผู้อื่นได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง อาจมีภาวะของการเกิดโรคมามากผิดปกติกว่าที่เคยเป็นมา (พระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ.2558 (ฉบับที่1), 2558) ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชน ถือเป็นภัยคุกคามด้านสุขภาพและก่อให้เกิดความวิตกกังวล โดยในสถานการณ์โรคระบาดการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศที่ทำให้สถานการณ์การระบาดที่เกิดขึ้นได้รับการตอบสนอง นำเสนอ และถ่ายทอดสู่สาธารณชนอย่างรวดเร็ว ซึ่งการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งของสังคมโลกภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) มีส่วนในการกระตุ้นองค์ประกอบของโรคระบาด 3 ด้าน ได้แก่ บุคคล ตัวเกิดโรค และสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้เกิดการระบาดของโรค ซึ่งในปี พ.ศ. 2563 เกิดการระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา-19 ที่องค์การอนามัยโลกได้ประกาศภาวะฉุกเฉินสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public health emergency of international concern PHEIC) และกระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศให้เป็นโรคติดต่ออันตราย ตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 (กรมควบคุมโรค, 2563) นับเป็นโรคระบาดครั้งใหญ่ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อทั้งด้านสุขภาพ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านความมั่นคง อีกทั้งยังสร้างการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของประชากรทั่วโลก

จากสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้นในประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุข (Ministry of Public Health) มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการจัดการสถานการณ์โรคระบาดทั้งในด้านการป้องกันควบคุมโรค และการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจกับประชาชน เนื่องจากกระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานหลักด้านสุขภาพของรัฐบาลที่ทำหน้าที่พัฒนานโยบายและขับเคลื่อนการปฏิบัติงานด้านสุขภาพของประเทศ ภายใต้สถานการณ์การระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา-19 กระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานหลักในการเฝ้าระวัง และป้องกันโรค โดยการกำหนดมาตรการทางด้านสาธารณสุข เฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกประเทศ รวมถึงวิเคราะห์แนวโน้มของการระบาดเพื่อกำหนดนโยบายในการบริหารจัดการ นอกจากนี้กระทรวงสาธารณสุขยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางสำคัญในการสื่อสารกับประชาชนอย่างสม่ำเสมอให้ประชาชนได้รับรู้ความเสี่ยง และข้อเสนอแนะที่ประชาชนสามารถ



ปฏิบัติตนได้ถูกต้องตามคำแนะนำทางสาธารณสุข (กรมควบคุมโรค, 2563) ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ความไว้วางใจของสาธารณสุขชนมีความสำคัญต่อการรับมือกับสถานการณ์ เนื่องจากความไว้วางใจของประชาชนเป็นกลไกสำคัญที่ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชนในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคด้วยการปฏิบัติตามแนวทาง และคำแนะนำด้านสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด

หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการรับผิดชอบจึงมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากสถานการณ์ รวมถึงต้องมีการพัฒนาการสื่อสารมาตรการที่จะช่วยยับยั้ง ป้องกัน ควบคุม และลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ด้วยการสื่อสารที่แสดงถึงความเอาใจใส่ ถูกต้อง และสะท้อนถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน (IFRC, & Unicef, 2020) ซึ่งการสื่อสารในสถานการณ์โรคระบาดเพื่อสร้างไว้วางใจแก่ประชาชนถือเป็นงานบริการสาธารณะที่สะท้อนถึงข้อตกลงหรือความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับประชาชนในการแลกเปลี่ยนความเชื่อถือ และความซื่อสัตย์จริงใจในการบริหารจัดการสถานการณ์โรคระบาด ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ระดับองค์กร รวมถึงระบบการบริหารจัดการ โดยรัฐบาลจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม และครอบคลุมการสื่อสารในทุกขั้นตอน ซึ่งการสื่อสารในสถานการณ์โรคระบาดนับเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยลดความตื่นตระหนก สร้างความตระหนัก คลี่คลายสถานการณ์ สะท้อนถึงความชัดเจนในการดำเนินงานตามเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนเชื่อถือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับและเชื่อมั่นในการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐบาล (เพชรพจน์ นันทรามาศ และคณะ, 2564) โดยเฉพาะในปัจจุบันที่สื่อใหม่ (New Media) เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสื่อสาร การสื่อสารของภาครัฐในปัจจุบันจึงต้องเพิ่มช่องทางการนำเสนอให้เหมาะสมกับบริบท สถานการณ์ และพฤติกรรมของประชาชนในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น โดยเพิ่มบทบาททั้งในแง่ของผู้สร้างข้อมูล และผู้ทำหน้าที่ให้บริการข้อมูลผ่านสื่อใหม่ เป็นช่องทางในการสื่อสารกับประชาชนโดยตรงในสถานการณ์โรคระบาด ด้วยการยึดโยงรัฐบาลเป็นศูนย์กลางในการสื่อสารข้อมูลที่มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือ (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ และสังคม, 2559) เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างกว้างขวาง เข้าถึงง่าย รวดเร็ว รวมถึงตอบสนองต่อพฤติกรรมมารับสารของประชาชนในปัจจุบันที่มุ่งเน้นการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น (กรมควบคุมโรค, 2563)

การสื่อสารของกระทรวงสาธารณสุขในสถานการณ์โรคระบาด จึงจำเป็นต้องมีการวางกลยุทธ์ในการและกำหนดแนวทางการสื่อสารกับประชาชนที่ถูกต้องสอดคล้องเหมาะสมกับบริบทของสังคม และสถานการณ์ อีกทั้งยังสามารถสร้างความไว้วางใจของประชาชนซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จในการจัดการสถานการณ์โรคระบาด รวมถึงเป็นกลไกในการสร้างความไว้วางใจให้แก่สาธารณสุขชนถึงประสิทธิภาพการบริหารงานและการจัดการกับสถานการณ์โรคระบาดของกระทรวงสาธารณสุข จึงเป็นที่มาของการศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารผ่าน



สื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุข และความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19” เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุขในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 รวมถึงปัจจัยการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เพื่อนำไปเป็นแนวทางปรับปรุงการสื่อสาร และยกระดับความไว้วางใจของประชาชนในสถานการณ์โรคระบาดของกระทรวงสาธารณสุขต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุขในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19
2. เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19

วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุข และความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) ได้แก่

ส่วนที่ 1 การศึกษาการกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุขในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ด้วยวิธีการการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ 1. กลยุทธ์เกี่ยวกับประเด็นการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุข 2. กลยุทธ์เกี่ยวกับการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล หรือแหล่งที่มาของสาร ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ และองค์กรที่มีความเกี่ยวข้อง 3. กลยุทธ์เกี่ยวกับรูปแบบหรือกลวิธีในการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุข โดยการเก็บข้อมูลจากสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ดิจิตัล ยูทูป และไลน์ออฟฟิเชียลแอดเดสระหว่างวันที่ 20 กรกฎาคม – 30 กันยายน 2564 ซึ่งเป็นการระบาดระลอกที่ 4 เป็นข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุข และผู้วิจัยได้ทำการจัดหมวดหมู่เพื่อนำมาวิเคราะห์ ประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 แหล่งที่มาหรือแหล่งของสาร และรูปแบบหรือกลวิธีในการสื่อสารผ่านสื่อใหม่

ส่วนที่ 2 การศึกษาแนวทางการสื่อสารที่ส่งเสริมความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก จากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล 4 กลุ่ม ได้แก่ นักวิชาการ สื่อมวลชน บุคลากรทางการแพทย์ และผู้รับสาร ได้แก่ ประชาชนทั่วไป เช่น ผู้ประกอบการ ผู้ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการ



โรงแรม จำนวน 15 คน โดยการเลือกแบบเจาะจงตามเกณฑ์ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นแนวทางในการสนทนา ซึ่งมีการกำหนดประเด็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการสื่อสารที่ส่งเสริมความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 โดยกำหนดประเด็นคำถาม 5 ประเด็น ได้แก่ 1) ผู้ส่งสาร ซึ่งได้แก่ บทบาทของผู้ส่งสาร ลักษณะของผู้ส่งสาร และแนวทางการสื่อสาร 2) ช่องทางการสื่อสาร ได้แก่ คุณลักษณะของช่องทางการสื่อสาร 3) สาร ได้แก่ รูปแบบหรือลักษณะของสารที่ใช้ในการสื่อสาร และประเด็นที่เหมาะสมการสื่อสารช่วงก่อนการแพร่ระบาด ระหว่างการระบาด และหลังการระบาด และผู้รับสาร ได้แก่ การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของข่าวสารในช่วงการแพร่ระบาด

งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลโดยใช้การพิจารณาแหล่งเวลาและบุคคลในการสัมภาษณ์ที่แตกต่างกันเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และในส่วนของการวิเคราะห์เอกสารจะมีการพิจารณาเปรียบเทียบเนื้อหาจากหลายแหล่งข้อมูลโดยการตรวจสอบที่มาของข้อมูลด้านเวลา และสถานที่เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (สงศรี ชมพวงค์, 2547)

งานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ได้ทั้งทางตรง และทางอ้อมนำมาจำแนกข้อมูลออกเป็นเป็นหมวดหมู่ และวิเคราะห์ตีความโดยผู้วิจัยโดยคำนึงถึงบริบทและสภาพแวดล้อมของข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์ และนำเอาข้อมูลที่ได้มาสรุปประเด็นคำตอบแล้วนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่

ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุขในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 3 ด้าน ได้แก่ 1) ประเด็นเนื้อหา 2) แหล่งที่มาของข้อมูลหรือแหล่งของสาร 3) รูปแบบหรือกลวิธีการสื่อสาร

ส่วนที่ 2 แนวทางการสื่อสารที่ส่งเสริมความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา-19 ตามองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้แก่ 1) ผู้ส่งสาร 2) ช่องทางการสื่อสาร 3) สาร ซึ่งได้แก่ รูปแบบการสื่อสาร และประเด็นการสื่อสาร 4) ผู้รับสาร

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุขในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19

ผลจากการวิเคราะห์เอกสารและสื่อที่เผยแพร่บนสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุขในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ดังนี้

1. **ประเด็นการสื่อสาร** พบว่า มีการสื่อสารประเด็นที่ทันกระแสที่ ได้แก่ 1) ประเด็นความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับไวรัสโคโรนา-19 เช่น ความรู้เรื่องเชื้อไวรัสก่อโรค ความเสี่ยงในการติดเชื้อ



2) ประเด็นคำแนะนำและแนวปฏิบัติในการป้องกันโรค เช่น มาตรการ DMHTTA 3) ประเด็นคำแนะนำ และแนวปฏิบัติเมื่อติดเชื้อไวรัสโควิด-19 และการประสานงานขอความช่วยเหลือ 4) ประเด็นมาตรการบริหารจัดการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 5) การสื่อสารประเด็นความพร้อมด้านสถานพยาบาล หน่วยบริการทางการแพทย์ ครุภัณฑ์ และเวชภัณฑ์ 6) การสื่อสารประเด็นการรายงานและการประเมินสถานการณ์ เช่น รายงานสถานการณ์เกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 7) ประเด็นเกี่ยวกับวัคซีนป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 เช่น ประเภทของวัคซีน

2. แหล่งที่มาของข้อมูลหรือแหล่งของสาร พบว่า มีการสื่อสารประเด็นต่าง ๆ มีการอ้างอิงหน่วยงาน ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นกลไกในการสร้างความมั่นใจในข้อมูลข่าวสารที่กระทรวงสาธารณสุขนำเสนอ และโน้มน้าวใจให้ประชาชนปฏิบัติตามมาตรการ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ บุคลากรทางการแพทย์ นักวิชาการด้านโรคติดต่อ เช่น นายแพทย์เฉวตสรร นามวาท นายแพทย์โอภาส การย์กวินพงศ์ 2) องค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ ได้แก่ ศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 กระทรวงสาธารณสุข กรมควบคุมโรค กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก เนื่องจากความเชี่ยวชาญของแหล่งสารแสดงถึงการมีความรู้และสามารถยืนยันความถูกต้องของข้อมูล

3. รูปแบบหรือกลวิธีการสื่อสาร พบว่า กระทรวงสาธารณสุขใช้กลยุทธ์รูปแบบหรือกลวิธีการสื่อสาร ดังนี้

3.1 กลยุทธ์การสื่อสารผ่านบุคคลที่สาม (Third Party Endorsement Strategy) พบว่า กระทรวงสาธารณสุขใช้บุคคลที่สาม ได้แก่ บุคคลที่มีชื่อเสียง และผู้มีอิทธิพลบนสื่อใหม่ที่ผู้รับสารให้ความไว้วางใจ หรือบุคคลที่สามที่มีความคล้ายคลึงกับกลุ่มเป้าหมายในด้านใดด้านหนึ่ง เช่น เพศ อายุ การศึกษา สถานะ อาชีพ หรือรูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นตัวแทนในการสื่อสารกับประชาชนเพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นและมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามคำแนะนำ เช่น การรณรงค์การฉีดวัคซีนโดย คุณนิรุจน์ ศิริจรรยา (นักแสดง)

3.2 กลยุทธ์การสื่อสารด้วยภาพ (Visual Communication Strategy) พบว่า กระทรวงสาธารณสุขได้นำข้อมูล ข่าวสาร สารสนเทศมาสรุปในรูปแบบของงานกราฟิกทั้งในรูปแบบภาพนิ่ง และเคลื่อนไหวให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจง่ายในระยะเวลาอันรวดเร็วให้ประชาชนเกิดความสนใจสามารถรับรู้ เข้าใจข่าวสารได้ง่าย เช่น ภาพอินโฟกราฟิกคำแนะนำในการปฏิบัติเพื่อป้องกันไวรัสโควิด-19

3.3 กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement Strategy) พบว่า มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับข้อมูลข่าวสารที่มีความน่าสนใจโดยการหยิบยกคำ หรือวลีที่เป็นกระแสมาสร้างเนื้อหา กระตุ้นให้ประชาชนแสดงความรู้สึก ความคิดเห็นและมีการส่งต่อข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งข้อมูลที่สื่อสารผ่านกลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วม



ได้แก่ 1) ชุดข้อมูลที่สร้างปฏิสัมพันธ์ 2) ชุดข้อมูลที่มีความชัดเจน 3) ชุดข้อมูลที่แสดงตัวตนขององค์กร

3.4 กลยุทธ์การใช้แฮชแท็ก (Hashtag Strategy) พบว่า กระทรวงสาธารณสุขได้ใช้แฮชแท็ก เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูลเป็นเครือข่ายเพื่อเชื่อมโยงประเด็นในการสื่อสารที่ตรงกับความต้องการของผู้สื่อสาร และทำให้ผู้รับสารสามารถสืบค้นข้อมูลได้สะดวก รวดเร็ว พบว่า มีการใช้แฮชแท็ก 4 หมวดหมู่ ได้แก่ 1) หมวดหมู่เนื้อหาเกี่ยวกับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เช่น #โควิด19 2) หมวดหมู่องค์กร เช่น #กรมควบคุมโรค 3) หมวดหมู่ณรงค์ เช่น #อยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ 4) หมวดหมู่มาตรการ และประกาศข้อบังคับ เช่น #CovidfreeSetting

3.5 กลยุทธ์การใช้สื่อหลากหลาย (Variety of Media Strategy) พบว่า มีการเลือกใช้สื่อหลากหลายรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีพฤติกรรมของผู้รับสารความแตกต่างกัน ได้แก่ 1) สื่อรูปภาพ ได้แก่ ภาพจริง ภาพกราฟิก และภาพอินโฟกราฟิกที่ 2) สื่อวิดีโอ 3) ข้อความ

3.6 กลยุทธ์ช่องทางที่หลากหลาย (Multiple Channel Strategy) พบว่า มีการใช้ช่องทางที่มีความหลากหลายให้เข้าถึงประชาชนที่มีพฤติกรรมแตกต่างกันแต่ยังคงมีประเด็นหลักเดียวกัน ได้แก่ ได้แก่ เว็บไซต์ เพจบุ๊กแฟนเพจ ทวิตเตอร์ อิน스타그램 ยูทูบ ดีกิต็อก และไลน์ออฟฟิเชียลแอดแคชท์ นำเสนอประเด็น เช่น มาตรการทางสาธารณสุข

ส่วนที่ 2 แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 กระทรวงสาธารณสุขควรมีแนวทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความไว้วางใจของประชาชน ดังนี้

1. ผู้ส่งสาร

1.1 บทบาทของผู้ส่งสาร พบว่า กระทรวงสาธารณสุขควรมีบทบาทในการเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโรค การสื่อสารเพื่อเตรียมความพร้อม และรายงานความเสี่ยงด้านสุขภาพของประชาชนในการรายงานสถานการณ์ภาพรวมทั้งในประเทศ และต่างประเทศเพื่อประเมินสถานการณ์ให้ประชาชนรอบด้านอย่างรวดเร็ว

“เป็นหน่วยงานกลางในการสื่อสารกับประชาชนเพื่อให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลว่า เรากำลังเผชิญกับโรคระบาดอะไร และจะมีวิธีการรับมืออย่างไร ทั้งในส่วนข้อมูลด้านวิชาการ ข้อมูลด้านนโยบาย และการบริหาร” (วัฒนศักดิ์ โสสุต, 2564)



1.2 คุณลักษณะของผู้ส่งสาร พบว่า กระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานภายใต้สังกัดของกระทรวงสาธารณสุข รวมไปถึงโฆษกและตัวแทนในการสื่อสารของกระทรวงในวาระต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ รัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุข ผู้ช่วยรัฐมนตรี หรืออธิบดีกรมต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ในฐานะผู้ส่งสารควรมีคุณลักษณะ ดังนี้

1) โฆษก หรือตัวแทนในการสื่อสาร ควรมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่ต้องการสื่อสาร เป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและเป็นบุคคลประชาชนเชื่อถือในความสามารถ

2) โฆษก หรือตัวแทนในการสื่อสารควรมีความใกล้ชิด เนื่องผู้ส่งสารที่มีจากความใกล้ชิดประชาชนไว้วางใจและสามารถเข้าหาได้จึงทำให้ง่ายในการสร้างความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสาร

3) โฆษก หรือตัวแทนในการสื่อสารควรมีความเกี่ยวข้องโดยตรง หรือมีหน้าที่รับผิดชอบในสถานการณ์ดังกล่าวอย่างชัดเจน แสดงถึงการมีข้อมูล ความเข้าใจปัญหา และความเข้าใจ

“คนที่จะสื่อสารกับประชาชนต้องเป็นข้าราชการระดับสูงถึงจะสร้างความไว้วางใจได้ เพราะว่าเขาเป็นคนที่กำหนดทิศทาง เป็นคนที่มีอำนาจตัดสินใจ” (ติณห์ อินทยุง, 2564)

4) โฆษก หรือตัวแทนในการสื่อสารควรมีทักษะการสื่อสารที่ดีทั้งวงจภาษาและอวัจนภาษาเพื่อสื่อสารให้ประชาชนรับรู้ และเกิดความเข้าใจ

“มีทักษะการพูด การใช้คำที่ถูกต้องเหมาะสม ไม่ทำให้เกิดข้อสงสัย หรือเข้าใจผิดได้ คนที่สามารถรับมือกับสถานการณ์เฉพาะหน้าแบบนี้ได้ดี” (เสาวภาคย์ รัตนพงศ์, 2564)

5) โฆษก หรือตัวแทนในการสื่อสารควรมีวุฒิภาวะทางอารมณ์และทัศนคติเชิงบวกในการแสดงออกระหว่างการสื่อสารแม้ในสภาวะที่ยากลำบากจึงจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ และช่วยลดทอนอคติที่อาจเกิดขึ้นจากการสื่อสาร

“มีภาวะผู้นำ และมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ หรือความฉลาดทางอารมณ์ เพราะฉะนั้นการสื่อสารที่เป็นทางการบางครั้งที่มีความฉลาดทางอารมณ์ทำให้การสื่อสารนั้นดูไม่น่ากลัวเกินความจำเป็น” (สุทธิพงษ์ วรอุไร, 2564)

6) โฆษก หรือตัวแทนในการสื่อสารควรมีจังหวะการสื่อสารที่ดีในการสื่อสารประเด็นต่าง ๆ อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับสถานการณ์ และอารมณ์ของประชาชนซึ่งจะช่วยให้ประชาชนเห็นถึงความใส่ใจที่ผู้ส่งสารมีต่อผู้รับสาร



7) โฆษก หรือตัวแทนในการสื่อสารควรมีความสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารให้เข้าใจถึงความแตกต่างของพฤติกรรมมารับสาร และความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารของประชาชน ก่อนวางแผนการสื่อสารที่ครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่ม

“คนที่ส่งสารต้องรู้ก่อนว่า คนที่เราจะสื่อสารเรื่องต่าง ๆ นั้นด้วยว่าเป็นใคร ชอบข้อมูลแบบไหน หรือใช้ช่องทางการสื่อสารไหนเยอะ ดังนั้น สิ่งที่ต้องทำคือวิเคราะห์ผู้ส่งสารก่อน” (พรรณฉวี สือกกลาง, 2564)

8) โฆษก หรือตัวแทนในการสื่อสารควรมีความจริงใจ เปิดเผย โปร่งใส ตรงไปตรงมา ในการสื่อสารทั้งด้านสถานการณ์ การบริหารจัดการ การรับมือ ที่ตรงไปตรงมา และตรวจสอบได้

“โปร่งใส เปิดเผย คือ จริงใจกับประชาชน มีอะไรต้องบอกตามความเป็นจริง จะถูก จะผิด จะผิดพลาดก็ต้องบอกทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อถือ” (เสาวภาคย์ รัตนพงศ์, 2564)

9) โฆษก หรือตัวแทนในการสื่อสารควรมีความเห็นอกเห็นใจ และความร่วมทุกข์ร่วมสุขกับประชาชน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องได้ปฏิบัติหน้าที่เพื่อจัดการสถานการณ์อย่างเต็มที่

“อย่างน้อยสิ่งที่เราควรรับรู้ได้คือความเห็นอกเห็นใจจากคนที่ออกมาพูด เราควรได้เห็นอะไรที่สื่อว่าเขาเห็นใจในความลำบากของประชาชน” (พิชามญช์ สิริเพชรศักดิ์, 2564)

1.3 แนวการสื่อสาร พบว่า ควรมีการสื่อสารเชิงรุกที่ผลักดันข้อมูลข่าวสารสู่ประชาชนโดยตรง ให้ประชาชนเกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในปริมาณมาก รวดเร็วที่สุด และมีการตอบคำถามประชาชนในประเด็นต่าง ๆ ให้ทันต่อความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารของประชาชน

2. ช่องทางการสื่อสาร พบว่า ในสถานการณ์ที่ข้อมูลมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว กระทรวงสาธารณสุขควรเลือกช่องทางการสื่อสารที่มีความรวดเร็ว เข้าถึงง่าย เผยแพร่สื่อได้หลากหลายองค์ประกอบและมีการบูรณาการการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้ประชาชนในการเปิดรับสื่อในรูปแบบและช่องทางที่เหมาะสมกับตนเอง

“ต้องเป็นสื่อที่สะดวก และรวดเร็ว เพราะข้อมูลมันเปลี่ยนแปลงบ่อย และเร็วมาก เพราะฉะนั้นสื่อที่จะใช้ก็ต้องรวดเร็วด้วย เลยบอกว่าสื่อออนไลน์เป็นอีกสื่อที่ช่วยเรื่องนี้ได้เยอะ” (ติณห์ อินทยุง, 2564)

3. สาร พบว่า กระทรวงสาธารณสุขในฐานะผู้ส่งสารควรใช้สารที่มีลักษณะการสื่อสารที่รวดเร็ว ถูกต้องเข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน มีความสม่ำเสมอ มีข้อมูลเชิงวิชาการและ



แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ ใช้ข้อมูลในการสื่อสารเพียงชุดเดียว โดยการนำเสนออย่างครบถ้วน เพียงพอรอบด้านเพื่อป้องกันข้อมูลเท็จและข่าวปลอม รวมถึงมีการออกแบบสื่อที่ดี รวมถึงกระทรวงสาธารณสุขมีการสื่อสารประเด็นต่าง ๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ช่วงได้แก่ ก่อนการแพร่ระบาด ระหว่างการแพร่ระบาด และหลังการแพร่ระบาด อีกทั้งแนวทางการสื่อสารเชิงรุกและการทบทวนบทบาทด้านการสื่อสารของกระทรวงสาธารณสุข ดังนี้

3.1 ลักษณะการสื่อสาร พบว่า กระทรวงสาธารณสุขในฐานะผู้ส่งสารควรมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ 1) มีความถูกต้อง 2) มีความรวดเร็ว และทันเหตุการณ์ 3) มีความเข้าใจง่าย 4) มีความกระชับ 5) มีความชัดเจน 6) มีความสม่ำเสมอ 7) มีข้อมูลทางวิชาการ และข้อเชิงลึก ประกอบการสื่อสาร 8) มีความสอดคล้องไปกับแนวทางการดำเนินงาน และการปฏิบัติงานจริงของเจ้าหน้าที่ส่วนต่าง ๆ ของหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้อง 9) มีความครบถ้วน เพียงพอ รอบด้าน ด้วยการให้ข้อมูลในปริมาณที่มากกว่าความต้องการของประชาชน ครอบคลุมรอบด้านกับทุกประเด็นที่ประชาชนต้องการ 10) มีแหล่งที่มาของข้อมูลที่เชื่อถือได้จากหน่วยงาน หรือองค์กรที่ได้รับการยอมรับนำมาประกอบข้อมูลก่อนการเผยแพร่ 11) ใช้ข้อมูลชุดเดียว ในการสื่อสารให้ประชาชนที่มีความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน ป้องกันความสับสน และป้องกันการเข้าใจผิด 12) มีการป้องกันข้อมูลเท็จและข่าวปลอม 13) มีการออกแบบสื่อที่ดี ทั้งสี การจัดวาง และการเรียงลำดับความสำคัญในงานออกแบบสื่อ

“ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนเผยแพร่ทุกครั้ง ความถูกต้องของประเด็นการสื่อสารมันสำคัญมาก” (เสาวภาคย์ รัตนพงศ์, 2564)

“ลักษณะของเนื้อหาที่ต้องสื่อสารกับประชาชนต้องมีความกระชับ สั้น และสรุปจบได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว” (ธนธร นพคุณ, 2564)

“มีความชัดเจนในการสื่อสาร โดยต้องสื่อสารข้อมูลเนื้อหาที่ประชาชนอย่างตรงประเด็น เพื่อให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง และลดการบิดเบือนข้อมูล” (วัฒนศักดิ์ โสสุต, 2564)

“ต้องมีแหล่งที่มาที่ไป มีแหล่งข้อมูลอ้างอิง โดยเฉพาะชุดข้อมูลที่มีการเผยแพร่บนสื่อออนไลน์หลัก ๆ เช่น เพจของกรมควบคุมโรค เพราะเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง” (นภา บุระเนตร, 2564)

3.2 ประเด็นการสื่อสาร พบว่า กระทรวงสาธารณสุขในฐานะผู้ส่งสารควรสื่อสารประเด็นต่าง ๆ โดย แบ่งออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงก่อนการแพร่ระบาด ช่วงที่มีการแพร่ระบาด และช่วงหลังการแพร่ระบาด ดังนี้

3.2.1 ช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ควรสื่อสารประเด็นเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคระบาดและโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เพื่อสร้าง



ความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติตัว แนวทางการรับมือ และมาตรการป้องกันการแพร่ระบาด ให้ประชาชนรับรู้ ตั้งรับ และเตรียมความพร้อมให้ความร่วมมือในการป้องกันการแพร่ระบาด

3.2.2 ช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 พบว่า ควรสื่อสารประเด็นการปฏิบัติตัวหลังติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ข้อมูลช่องทางการติดต่อเมื่อติดเชื้อ การแบ่งระดับอาการของผู้ติดเชื้อ มาตรการการรักษาตัวของผู้ป่วยแต่ละระดับ การรายงานสถานการณ์โดยรวมทั้งในประเทศและต่างประเทศ รายงานทางวิชาการที่ได้มีการค้นพบ ชี้แจงความพร้อมในการรับมือวางมาตรการหรือการปฏิบัติงานในการยับยั้งการแพร่ระบาด ควบคู่ไปกับการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับวัคซีน

3.2.3 ช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรค พบว่า ควรมีการสื่อสารสถานการณ์ปัจจุบันว่าโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 กลายเป็นโรคไข้หวัดประจำถิ่นที่อาจมีการระบาดใหม่แต่มีอัตราการเสียชีวิตต่ำและประชาชนสามารถใช้ชีวิตได้ตามปกติได้ ผลการปฏิบัติงาน รวบรวมบทเรียน การเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกับโรค และการสื่อสารการเตรียมความพร้อมการรับมือกับโรคระบาดในอนาคต

4. ผู้รับสาร พบว่า ผู้รับสารควรมีการเปิดรับ และเปรียบเทียบข้อมูลข่าวสารจากหลายแหล่ง โดยปราศจากอคติซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลที่มีงานด้านวิชาการ ผลการวิจัยที่ตรวจสอบและเชื่อถือได้ สื่อกระแสหลักที่มีการรายงานข้อมูล ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ แพทย์ที่มีความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ที่มีการนำเสนอข้อมูลก่อนวิเคราะห์แนวโน้ม และตัดสินใจเชื่อถือข้อมูลชุดใดชุดหนึ่ง

อภิปรายผล

กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุขในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ได้มีการสื่อสารประเด็นที่ทันต่อกระแสของสังคม และความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารของประชาชนอยู่เสมอ โดยการอ้างอิงจากแหล่งที่มาของข้อมูล หรือแหล่งของสารจากองค์กร หน่วยงาน ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงที่มีความเชื่อ น่าเชื่อถือมาประกอบการสื่อสารในประเด็นต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทธวรรณ ปิ่นแก้ว ที่อธิบายว่าในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ H1N1 การสื่อสารประเด็นข่าวสารจะมีการอ้างอิงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขเป็นแหล่งข้อมูลที่มีการอ้างอิงมากที่สุด นอกจากนั้นในสถานการณ์โรคระบาด กระทรวงสาธารณสุขควรมีรูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่มีความเหมาะสม สอดคล้อง ต่อพฤติกรรมการรับสาร และรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนโดยการเลือกประเด็นการสื่อสารที่มีความน่าสนใจ ใช้สื่อที่มีความหลากหลายโดยอาศัยองค์ประกอบการสื่อสารด้วยภาพ สี ตัวอักษร ที่มีความสวยงาม น่าดึงดูด สามารถสร้างการมีส่วนร่วม และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้



ส่งสารผ่านช่องทางที่หลากหลายให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ อีกทั้งยังมีการจัดหมวดหมู่ข้อมูลข่าวสารบนสื่อใหม่ให้ประชาชนสามารถสืบค้นข้อมูลที่ต้องการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว (ภัทรวรรณ ปิ่นแก้ว, 2555) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ที่อธิบายว่าในการสื่อสารภาวะวิกฤตควรมีการผลิตชุดข้อมูลข่าวสารผ่านแม่แบบการสื่อสารแบบสองทางที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อการส่งต่อข้อมูลระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร อีกทั้งในสถานการณ์ดังกล่าวกระทรวงสาธารณสุขได้ใช้บุคคลที่สามซึ่งเป็นผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดและพฤติกรรมของประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารของกระทรวงสาธารณสุข

แนวทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความไว้วางใจของประชาชนในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 กระทรวงสาธารณสุขในฐานะผู้ส่งสารต้องทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการให้ข้อมูล โดยทำหน้าที่ในการสื่อสารความเสี่ยงด้านภัยสุขภาพ หรือภาวะฉุกเฉินด้านสุขภาพให้แก่ประชาชนแบบเชิงรุก ซึ่งตัวแทนของหน่วยงานหรือโฆษกต้องเป็นผู้ที่มีความใกล้ชิดที่ประชาชนให้ความไว้วางใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shaniene B. Bickham and Diane B. Francis ที่อธิบายว่าในสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารและมาตรการจากเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนมากกว่ารัฐบาลกลาง และในสถานการณ์โรคระบาดกระทรวงสาธารณสุขควรเลือกใช้มีความรู้ ความเข้าใจ และเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงในเรื่องที่ต้องการสื่อสาร โดยอาศัยทักษะการสื่อสารและจังหวะการสื่อสารที่ดีทั้งวจนภาษา อัจฉนาภาษา และการเลือกจังหวะการสื่อสารที่เหมาะสม (Bickham, S. & Francis, D., 2021) สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิติมา สุรสุนธิ ที่อธิบายว่า ในสถานการณ์วิกฤตควรใช้ผู้ส่งสารที่มีความรู้ และมีทักษะการสื่อสารเป็นมืออาชีพ และมีความน่าเชื่อถือ มีกระบวนการวางแผนการสื่อสารที่ครบถ้วนและครอบคลุม ซึ่งผ่านการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีความแตกต่างกัน อีกทั้งในสถานการณ์โรคระบาดผู้ทำหน้าที่ส่งสารต้องสามารถควบคุมอารมณ์ระหว่างการสื่อสารได้อย่างดี แสดงออกด้วยความจริงใจ เปิดเผยโปร่งใส ตรวจสอบได้ และแสดงออกให้เห็นถึงความเห็นอกเห็นใจ (กิติมา สุรสุนธิ, 2559) สอดคล้องกับแนวคิดของ IFRC and Unicef ได้อธิบายถึงการสร้างความไว้วางใจในภาวะฉุกเฉินด้านสุขภาพ ได้แก่ การเป็นผู้นำด้วยความไว้วางใจ การแสดงให้เห็นถึงจริยธรรมและความสามารถ การแสดงถึงความมุ่งมั่นและการแสดงถึงความเข้าใจซึ่งกันและกัน และหน่วยที่ที่ทำหน้าที่ในการสื่อสารควรมีการทบทวนบทบาทการสื่อสารอยู่เสมอ ใช้ช่องทางการสื่อสารที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว เข้าถึงและใช้งานง่าย สามารถนำเสนอสื่อได้หลายองค์ประกอบและเผยแพร่ในช่องทางสื่อใหม่ที่หลากหลาย โดยสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่มีความถูกต้องตามหลักทางวิชาการและให้ข้อมูลเชิงลึกจากแหล่งที่มาที่เชื่อถือได้และได้รับการยอมรับ (IFRC, & Unicef, 2020) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hye-Jin Paek and Thomas Hove อธิบายว่า การสื่อสารในภาวะวิกฤตโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ควรสื่อสารข้อมูลเชิงลึกที่เป็น

ประโยชน์ผ่านช่องทางที่หลากหลายนอกจากนั้นกระทรวงสาธารณสุขควรนำข้อมูลเหล่านั้นมาสรุปและเผยแพร่ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน ตรงประเด็นและมีทิศทางในการนำเสนอด้วยข้อมูลชุดเดียวกัน (Paek, H. & Hove, T., 2021) สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิติมา สุรสนธิ ที่อธิบายว่า การสื่อสารในสถานการณ์วิกฤตควรใช้สารที่มีความดึงดูดความสนใจง่ายต่อการทำความเข้าใจทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหาอีกทั้งยังต้องมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วครบถ้วน เพียงพอต่อความต้องการอย่างรอบด้าน ตอบสนองต่อความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชนได้อย่างทันการณ์ สม่่าเสมอ และสอดคล้องไปกับแนวทางการดำเนินงานและการปฏิบัติงานจริง (กิติมา สุรสนธิ, 2559) สอดคล้องกับแนวคิดของที่ได้เสนอแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤตว่าควรมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ การประกาศที่รวดเร็ว ความโปร่งใส สื่อสารอย่างตรงไปตรงมา เปิดเผย และถูกต้องตามความเป็นจริงซึ่งผ่านกระบวนการวิเคราะห์ความเข้าใจของสาธารณชน อีกทั้งในสถานการณ์ดังกล่าวต้องมีการสื่อสารเพื่อป้องกัน และยับยั้งการเผยแพร่ข้อมูลเท็จและข่าวปลอม ซึ่งในช่วงดังกล่าวประชาชนในฐานะผู้รับสารต้องมีการเปิดรับข้อมูลจากหลายแหล่ง มีการประเมินคุณภาพของข่าวสาร และใช้วิจารณญาณในการวิเคราะห์ก่อนตัดสินใจเปิดรับและส่งต่อ

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย พบว่า ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 กระทรวงสาธารณสุขควรใช้สื่อใหม่ในการสื่อสารกับประชาชนมากยิ่งขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การเปิดรับสื่อของผู้รับสารในปัจจุบัน โดยประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ ได้แก่ 1. การสื่อสารประเด็นที่ทันกระแส 2. แหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ และ 3. กลยุทธ์รูปแบบการสื่อสาร ได้แก่ 1) การสื่อสารผ่านบุคคลที่สาม 2) การสื่อสารด้วยภาพ 3) การสร้างการมีส่วนร่วม 4) การใช้แฮชแท็ก 5) การใช้สื่อหลากหลาย 6) การใช้ช่องทางหลากหลาย ซึ่งต้องอาศัยความเข้าใจรูปแบบการสื่อสารในปัจจุบันและสามารถปรับใช้สื่อใหม่เพื่อสื่อสารในสถานการณ์โรคระบาดในอนาคตเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของประชาชนที่มีการเปิดรับสื่อจากสื่อใหม่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ผลการศึกษาแนวทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความไว้วางใจ กระทรวงสาธารณสุขควรมีบทบาทเป็นศูนย์กลางของการสื่อสาร และการสื่อสารความเสี่ยงได้ภัยสุขภาพควรใช้ผู้ส่งสารทั้งหน่วยงาน ตัวแทนสื่อสาร หรือโฆษกที่มีความรู้ความเข้าใจ มีความใกล้ชิด มีความเกี่ยวข้องโดยตรง มีทักษะการสื่อสาร มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีจังหวะการสื่อสารที่ดี มีความสามารถในการวิเคราะห์ผู้รับสาร มีความจริงใจ เปิดเผย โปร่งใส ตรงไปตรงมา และมีความเห็นอกเห็นใจ อีกทั้งสามารถวิเคราะห์ข่าวสารที่ได้รับอย่างมีวิจารณญาณ ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และยับยั้งการแพร่ระบาดของโรค ช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นทั้งต่อระบบสาธารณสุข เศรษฐกิจ และสังคมได้ ผลจากการวิจัยในครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางใน



การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของกระทรวงสาธารณสุขในสถานการณ์โรคระบาดที่ครอบคลุมทั้งสื่อเก่า และสื่อใหม่ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างของกลยุทธ์การสื่อสารในช่องทางที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

- กรมควบคุมโรค. (2563). คู่มือเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในการตอบโต้ภาวะฉุกเฉินกรณีการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในประเทศไทย. เรียกใช้เมื่อ 16 สิงหาคม 2564 จาก https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/file/g_other/g_other05.pdf
- กิติมา สุรสุนธิ. (2559). การสำรวจสภาพการณ์การสื่อสาร พ.ศ. 2556 เพื่อการกำหนดนโยบายการสื่อสารในภาวะน้ำท่วม. วารสารศาสตร์, 9(12), 7-23.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สุริยวิทยาสาน์.
- พชรพจน์ นันทรามาศ และคณะ. (2564). Economic Outlook 2021. เรียกใช้เมื่อ 16 สิงหาคม 2564 จาก https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_454Economic_Outlook_13_01_64.pdf
- พระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ.2558 (ฉบับที่1). (2558). ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 132 ตอนที่ 86 ก หน้า 27 (8 กันยายน 2558).
- ภัทรวรรณ ปิ่นแก้ว. (2555). การสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจกับสาธารณสุขชนเรื่องไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ (H1N1) 2009. ใน วิทยานิพนธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนการ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สงศรี ชมพวงศ์. (2547). การวิจัย. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- Bickham, S. & Francis, D. (2021). The Public's Perceptions of Government Officials' Communication in the Wake of the COVID-19 Pandemic. *Journal of Creative Communications*, 16(2), 190-202.
- IFRC, & Unicef. (2020). Building Trust Within and Across Communities for Health Emergency Preparedness. Retrieved 5 September 2021 from https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/IFRC_UNICEF_Building_Trust_within_and_across_communities_Jul2020.pdf
- Paek, H. & Hove, T. (2021). Information Communication Technologies (ICTs), Crisis Communication Principles and the COVID-19 Response in South Korea. *Journal of Creative Communications*, 16 (2), 213-221.