



รูปแบบการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรค ผ่านการเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโรค
โควิด-19 บนสื่อมัลติมีเดีย



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสาร
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

รูปแบบการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรค ผ่านการเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโรค
โควิด-19 บนสื่อมัลติมีเดีย



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสาร
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง “รูปแบบการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรค ผ่านการเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโรค
โควิด-19 บนสื่อมัลติมีเดีย”

ของ อภิภู ออมสิน

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรหม ชมงาม)

.....ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา ชาญวิชัย)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ศรีพันธ์)

อนุมัติ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.กรรองกาญจน์ ชูทิพย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	รูปแบบการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรค ผ่านการเล่าเรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 บนสื่อมัลติมีเดีย
ผู้วิจัย	อภิญญา ออมสิน
ประธานที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา ชานุวิชัย
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ นศ.ม สาขาวิชาการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2567
คำสำคัญ	การสื่อสารด้านสุขภาพ, การเล่าเรื่อง, โควิด-19, มัลติมีเดีย, กรมควบคุมโรค

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา รูปแบบการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด 19 ที่ประกอบด้วยลักษณะการเล่าเรื่อง องค์ประกอบ และรูปแบบสื่อมัลติมีเดีย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ทำการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ทางการของกรมควบคุมโรค (www.moph.go.th) ทั้งหมด 35 วิดีโอระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 เนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564 ในประเทศไทย ซึ่งเป็นเหตุการณ์สำคัญที่ควรค่าแก่การศึกษา เป็นการศึกษาควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อมัลติมีเดีย 3) ผู้เขียนบท เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรคได้กำหนดลักษณะในการเล่าเรื่องออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ลักษณะการเล่าเรื่องแบบให้ความรู้ 2) ลักษณะการเล่าเรื่องแบบแนะนำแนวทางปฏิบัติ 3) ลักษณะการเล่าเรื่องแบบแจ้งเพื่อทราบ ทั้งนี้ก็เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปใช้งาน ในส่วนองค์ประกอบสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค ทั้งหมด 35 วิดีโอ กรมควบคุมโรคมีการประยุกต์นำเอาสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ เสียง ตัวอักษร ภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว วิดีทัศน์ นำมาประกอบสร้างขึ้นใหม่ให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ผ่านรูปแบบของสื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชัน และสื่อมัลติมีเดียรูปแบบข่าวสั้นตามความเหมาะสมของแต่ละเหตุการณ์ ณ ขณะนั้น

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ลักษณะการเล่าเรื่องในการสื่อสารสุขภาพนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการให้ความรู้แก่ประชาชนที่ไม่เพียงแต่การสอนวิธีป้องกันโรคพื้นฐาน แต่ยังรวมถึงการนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ เกี่ยวกับ "วิถีใหม่" (New normal) ซึ่งหมายถึงการปรับวิถีชีวิตที่ต้องใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ในโลกที่มีการระบาดของโควิด-19 ให้สามารถดำเนินต่อไปได้อย่างปลอดภัยจากการติดเชื้อรอลงมา คือ สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ ที่จะช่วยให้ประชาชนสามารถดำเนินการได้อย่างมีระเบียบในสถานการณ์เฉพาะ เช่น เมื่อมีคณไม่สบายในโรงเรียนหรือที่ทำงาน หรือกรณีการพบผู้ติดเชื้อในชุมชน เพื่อให้มีการรับมืออย่างมีประสิทธิภาพ โดยนิยมใช้สื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชัน เพราะเหมาะสมกว่าการใช้ สื่อรูปแบบข่าวสั้น ส่งผลให้สามารถผลิตสื่อรูปแบบแอนิเมชันได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลาย ได้แก่ กลุ่มเด็ก กลุ่มวัยรุ่น ไปจนถึงผู้ใหญ่วัยทำงาน เพราะสามารถเลือกใช้ลูกเล่นต่าง ๆ นำมาปรับใช้ให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นได้ และอันดับสุดท้ายสื่อแฉ่งเพื่อทราบ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการแจ้งข่าวสารสำคัญ เช่น การตั้งโรงพยาบาลสนาม หรือการดำเนินการในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนทราบถึงความคืบหน้าในการควบคุมการระบาด และสามารถทำการตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูล โดยจะนิยมใช้ในสื่อมัลติมีเดียรูปแบบข่าวสั้น มากที่สุดเนื่องจากเนื้อหาประเภทนี้จำเป็นต้องการความน่าเชื่อถือจากผู้เชี่ยวชาญหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีตัวตนอยู่บนโลกแห่งความเป็นจริง เพื่อให้ผู้รับสารเชื่อในข้อมูลที่ถูกต้องมากที่สุด ในขณะที่ เนื่องจากมีข่าวปลอม หรือการให้ข่าวแบบผิดๆ ทำให้ผู้รับสารเกิดความวิตกกังวล ไม่กล้าเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาสื่อที่เน้นให้ความรู้ แนะนำแนวทางปฏิบัติ และแจ้งเพื่อทราบ ในครั้งต่อไปอาจศึกษาสื่อด้านสุขภาพที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิงควบคู่กัน เช่น การสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อโฆษณา หรือการสื่อสารสุขภาพผ่านหนังสือ เพื่อเป็นการศึกษาการเล่าเรื่องในประเด็นที่แตกต่างกันออกไป

Title	HEALTH COMMUNICATION MODEL OF THE DEPARTMENT OF DISEASE CONTROL THROUGH STORYTELLING RELATED TO COVID-19 ON MULTIMEDIA WITH ENGLISH TITLES.
Author	APIPHOO OMSIN
Advisor	Associate Professor Kittima Chanvichai, Ph.D.
Academic Paper	M.Com.Arts. Thesis in Communications – (Type A 2), Naresuan University, 2024
Keywords	Health Communication, Storytelling, COVID-19, Multimedia, Department of Disease Control

ABSTRACT

This research aimed to study the health communication patterns of the Department of Disease Control related to COVID-19, which consisted of storytelling characteristics, components, and multimedia formats. This is qualitative research that was published on the official website of the Department of Disease Control (www.moph.go.th), a total of 35 videos between February 1, 2020, as it was the beginning of the COVID-19 outbreak, until December 31, 2021 in Thailand, which is an important event that is worth studying was conducted in conjunction with in-depth interviews. The researchers selected purposive informants, divided into 3 groups: 1) Ministry of Public Health officials, 2) multimedia production experts, and 3) scriptwriters, in order to obtain complete data and use it to effectively analyze the research results.

The study results found that the Department of Disease Control's COVID-19 multimedia storytelling style was divided into 3 types: The storytelling format is educational. 2) The storytelling format is a guide to practice. 3) The storytelling format is informative. This is to make it easy to use. In terms of multimedia components related to COVID-19 of the Department of Disease Control, there are a total of 35 videos. The Department of Disease Control has applied various types of media, including sound, text, still/moving images, and video, to create new ones to

make them more interesting form of multimedia in the form of animation and short news multimedia, according to the appropriateness of each event at that time.

The results of the in-depth interviews found that the storytelling style in health communication is mostly about providing knowledge to the public, not just teaching basic disease prevention methods, but also presenting new ideas about the New Normal means adjusting the way of life that must be lived in a new way in the world with the COVID-19 outbreak to be able to continue safely from infection. Next is the media that recommends guidelines that will help people to be able to act orderly in specific situations for example, when someone is sick at school or work, or when an infected person is found in the community, in order to deal with it effectively, animation multimedia is popular because it is more suitable than short news media results in the production of animation media that is fast, timely, and reaches a wide range of target groups, including children, teenagers, and working adults, because they can choose to use various gimmicks to make it more interesting and finally, the media informs people, which aims to inform important news, such as the establishment of field hospitals or operations in various places, so that the public is informed of the progress of controlling the outbreak and can make informed decisions is most commonly used in short news multimedia because this type of content requires credibility from experts or famous people who actually exist in the real world in order for the recipient to believe in the most accurate information at that time because there is fake news or misinformation, it makes the recipients feel anxious and afraid to get vaccinated against COVID-19. Therefore, this research is a study of media that focuses on providing knowledge, providing guidelines and informing. In the future, we may study health media that provides both knowledge and entertainment for example, health communication through advertising media or health communication through short films to study storytelling on different issues.

ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเมตตา ความกรุณา และความเสียสละอย่างหาที่เปรียบมิได้ของท่านผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ในด้านการสนับสนุน ชี้แนะ และอยู่เคียงข้างผู้วิจัยตลอดเส้นทางการค้นคว้าครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.กิตติมา ชาญวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เปี่ยมด้วยความรู้ความสามารถ และความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ท่านได้อุทิศเวลาอันมีค่าคอยชี้แนะ ติดตามงานวิจัยอย่างละเอียดถี่ถ้วน พร้อมทั้งมอบคำแนะนำ แรงบันดาลใจ และแรงกระตุ้น งานวิจัยฉบับนี้ดำเนินไปด้วยความสำเร็จด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.อัญฉรา ศรีพันธ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ชี้แนะแนวทางการศึกษา วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ให้มีโครงสร้างที่มั่นคง ส่งผลให้วิจัยฉบับนี้มีการพัฒนาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.พรพรหม ชมงาม ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ชี้แนะแนวทางเชิงวิชาการที่มีคุณค่า และการอุดหนุนช่วยเหลือของงานฉบับนี้ ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนา วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีข้อมูลสมบูรณ์ครบถ้วน

ขอขอบพระคุณ ดร.พิทักษ์ ปานเปรม ผู้จุดประกาย และขัดเกลางานวิจัยฉบับนี้ในช่วงเริ่มต้นการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ด้วยความใส่ใจ และคอยช่วยเหลือแนะนำแนวทาง ตลอดระยะเวลาการดำเนินงาน ถือเป็นก้าวแรกอันสำคัญของงานวิจัยฉบับนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ ได้แก่ เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข และบริษัท ผลิตสื่อ ทุกท่าน ที่สละเวลาอันมีค่า ในการให้ความร่วมมือในการศึกษาหาคำตอบในครั้งนี้เป็นอย่างดี ถือเป็นข้อมูลอันมีประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา และบุคคลอันเป็นที่รัก ที่ให้การสนับสนุน ให้กำลังใจเสมอมา จนสามารถทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

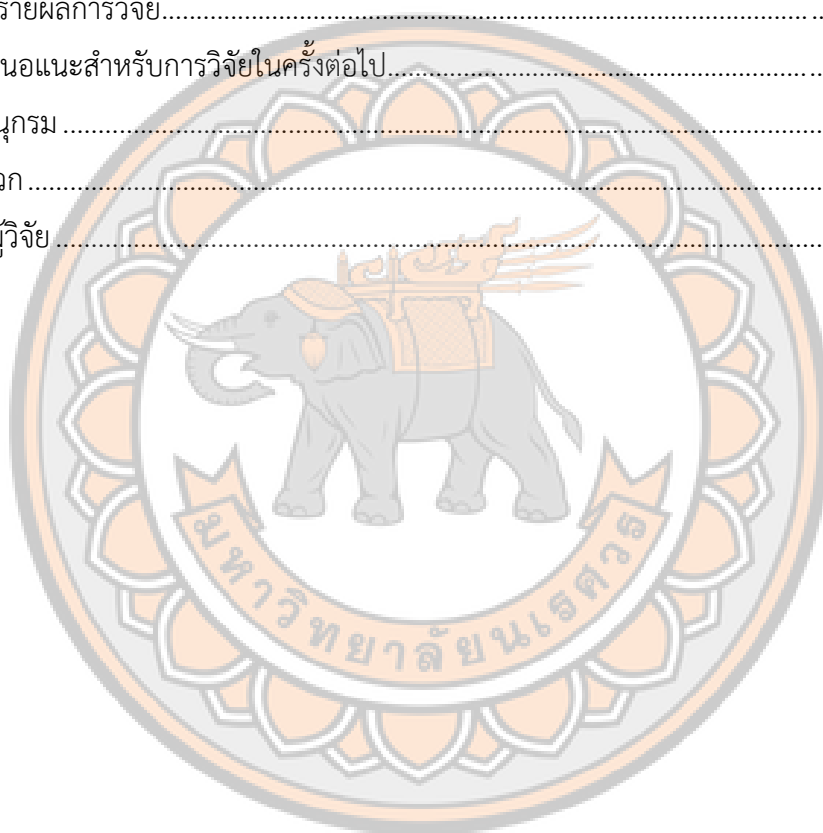
อภิภู ออมสิน

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
ประกาศคุุณูปการ	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์.....	7
ขอบเขตงานวิจัย.....	7
นิยามศัพท์.....	8
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ.....	11
แนวคิดการผลิตสื่อมัลติมีเดีย.....	17
แนวคิดการเล่าเรื่อง.....	23
แนวคิดการสื่อสารในภาวะวิกฤต.....	25
แนวคิดสื่อใหม่.....	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	42
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	43
แหล่งข้อมูล.....	43
เครื่องมือในการวิจัย.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47
การตรวจสอบข้อมูล.....	48

การนำเสนอข้อมูล.....	48
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	49
ตอนที่ 1 ศึกษาลักษณะการเล่าเรื่อง องค์ประกอบ และรูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับ โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค.....	49
ตอนที่ 2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	77
บทที่ 5 บทสรุป.....	85
สรุปผลการวิจัย.....	85
อภิปรายผลการวิจัย.....	105
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป.....	112
บรรณานุกรม	114
ภาคผนวก	121
ประวัติผู้วิจัย.....	125



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 แสดงรายละเอียดสื่อมัลติมีเดียที่ใช้ในการศึกษา	44
ตาราง 2 สื่อมัลติมีเดียให้ความรู้.....	50
ตาราง 3 สื่อมัลติมีเดียแจ้งเพื่อทราบ.....	62
ตาราง 4 สื่อมัลติมีเดียแนะนำแนวทางปฏิบัติ.....	70
ตาราง 5 ผลการสัมภาษณ์.....	102
ตาราง 6 การเปรียบเทียบระหว่างรูปแบบข่าวสั้น และแอนิเมชัน.....	112



สารบัญญภาพ

หน้า

[illegible]

ภาพ 29 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย	73
ภาพ 30 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย	73
ภาพ 31 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย	74
ภาพ 32 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย	74
ภาพ 33 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย	74
ภาพ 34 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย	75
ภาพ 35 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย	76
ภาพ 36 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย	77



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โรคโควิด-19 (COVID-19) เป็นโรคหนึ่งในตระกูล ซาร์ส ที่เคยเกิดการระบาดในเอเชียปี พ.ศ. 2545 และเมอร์ส ที่เคยเกิดการระบาดในตะวันออกกลาง เมื่อปี พ.ศ. 2555 ซึ่งโรคสองชนิดนี้ เป็นโรคที่ส่งผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจ ทำให้มีผู้เสียชีวิตเป็นจำนวนมาก โดยเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นเชื้อตระกูลเดียวกัน ที่สามารถติดต่อเข้าสู่ผู้คน ผ่านทางการไอ จาม สัมผัสโดยตรงกับสารคัดหลั่ง เช่น น้ำมูก น้ำลาย จากการศึกษาการติดเชื้อจากไวรัสดังกล่าว พบว่า คนติดเชื้อหนึ่งคนสามารถแพร่เชื้อไปให้ผู้อื่นได้ประมาณ 2-6 คน (สุภาภรณ์ วงธิ, 2564, น. 1)

เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ระบาดไปทั่วโลกในปี พ.ศ. 2562 ได้รับรายงานครั้งแรกจากนครอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน เมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2562 พบว่าผู้ป่วยจำนวนมากเข้ามาเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล โดยมีอาการไข้สูง ไอแห้ง และอ่อนเพลีย มีอาการปอดอักเสบโดยไม่ทราบสาเหตุ จากการสอบถาม พบว่าผู้ป่วยได้ไปที่ร้านค้าในตลาดแห่งหนึ่งที่ขายอาหารทะเลและสัตว์ป่าที่มีชีวิต ได้แก่ ค้างคาว งู และอื่น ๆ ต่อมาจึงพบว่า อาการดังกล่าวเกิดจากโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ที่ไม่เคยพบมาก่อน และเรียกไวรัสนี้อย่างไม่เป็นทางการว่า “nCoV-2019” มีที่มาจากคำว่า new coronavirus 2019 องค์การอนามัยโลกได้ประกาศชื่อโรคนี้อย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2563 ว่า “COVID-19” (โควิด-19) มาจากคำว่า “Coronavirus Disease 2019” อันหมายถึงโรคที่เกิดจากไวรัสโคโรนาที่ระบาดในปี 2019 และในวันที่ 11 มีนาคม 2563 องค์การอนามัยโลกได้ประกาศว่าการแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นแบบ pandemic ซึ่งหมายถึงการแพร่ระบาดใน 100 กว่าประเทศทั่วโลก สำหรับประเทศไทยเป็นประเทศแรกนอกประเทศจีน ที่มีผู้ป่วยยืนยันติดเชื้อไวรัสโคโรนา (โควิด-19) โดยพบรายแรกเมื่อวันที่ 13 มกราคม 2563 กระทรวงสาธารณสุขออกประกาศในวันที่ 1 มีนาคม 2563 ว่าโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา เป็นโรคติดต่ออันตราย ภายใต้พระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564, น. 1)

การแพร่ระบาดระลอกที่ 1 ประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อรายแรก เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2563 มาเป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์ และในวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2563 ประเทศไทยมีรายงานพบผู้ป่วยชาวไทยคนแรก อาชีพขับรถแท็กซี่ ซึ่งไม่เคยมีประวัติเดินทางไปต่างประเทศ แต่มีประวัติขับรถแท็กซี่ให้บริการกับผู้โดยสารชาวจีน ในระยะเวลาต่อมาจำนวนของผู้ป่วยได้เพิ่มขึ้นต่อเนื่องอย่างช้า ๆ ทั้งผู้ป่วยที่เดินทางมาจากต่างประเทศ

และผู้ป่วยที่ติดเชื้อภายในประเทศ จึงส่งผลให้กระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศในราชกิจจานุเบกษา โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2563 โดยกำหนดให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 เป็นโรคติดต่ออันตราย ลำดับที่ 14 ตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 ส่งผลให้มีการยกระดับมาตรการในการเฝ้าระวัง และควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สูงขึ้น ทั้งหน่วยงานราชการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน หลังจากมีการประกาศ ประเทศไทยพบจำนวนผู้ติดเชื้อลดลงอย่างเห็นได้ชัด โดยในช่วงเดือนพฤษภาคม เป็นต้นมา ผู้ติดเชื้อที่พบส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เดินทางมาจากต่างประเทศ และอยู่ภายใต้การดูแลของเจ้าหน้าที่ในสถานที่กักกันอย่างเคร่งครัด (กรมควบคุมโรค, 2564, น. 2-12)

การแพร่ระบาดระลอกที่ 2 เกิดขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 โดยผู้ติดเชื้อจากการระบาดใหญ่ในครั้งนี้ คือกลุ่มประชากรต่างด้าวที่อาศัยอยู่กันอย่างหนาแน่นในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นแหล่ง อุตสาหกรรมสัตว์น้ำ ที่มีผู้ค้าขายเดินทางไปมาเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับชาวไทย ส่งผลให้เกิดการระบาดเป็นหลายกลุ่มใหญ่ และทำให้การแพร่กระจายของเชื้อเป็นไปอย่างรวดเร็ว รุกเข้าถึงจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านตะวันตกและจังหวัดใกล้เคียง เช่น นนทบุรี นครปฐม ปทุมธานี ราชบุรี โดยมีความรุนแรงสูงสุดเกือบพันคนต่อวัน (กรมควบคุมโรค, 2563, น. 3-4)

การแพร่ระบาดระลอกที่ 3 เกิดขึ้นในเดือนเมษายน พ.ศ. 2564 โดยผู้ติดเชื้อในครั้งนี้เกิดจากคลัสเตอร์สถานบันเทิงในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ย่านสุขุมวิท ทองหล่อ ซึ่งเชื้อได้กระจายไปในหลายกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ที่เที่ยวกลางคืน ศิลปิน นักแสดง และประชาชนทั่วไป ส่งผลให้เกิดการแพร่ระบาดของโรค ในหลายพื้นที่ ซึ่งเป็นผลมาจากการเดินทางกลับภูมิลำเนา และผู้ติดเชื้อบางส่วนไม่แสดงอาการหรือมีอาการเพียงเล็กน้อย ทำให้ยากต่อการสังเกต อีกทั้งยังเป็นช่วงวันหยุดยาว จึงส่งผลให้มีแนวโน้มของผู้ติดเชื้อที่เพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กรมควบคุมโรค, 2564, น. 3)

สถานการณ์ปัจจุบันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทยยังคงรุนแรง โดยกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ได้ให้ข้อมูลของผู้ติดเชื้อ เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2565 ซึ่งมีผู้ป่วยสะสมอยู่ที่ 2,226,446 คน ผู้เสียชีวิตสะสมทั่วประเทศอยู่ที่ 21,708 คน ผู้ป่วยรักษาตัวหาย กลับบ้านได้แล้ว สะสมอยู่ที่ 2,171,809 คน (กระทรวงสาธารณสุข, 2565)

องค์กรที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในสถานการณ์ครั้งนี้คือ กรมควบคุมโรค (Department of Disease Control) ถือเป็นหน่วยงานราชการ สังกัดกระทรวงสาธารณสุข (Ministry of Public Health) มีหน้าที่ในการศึกษา วิเคราะห์ วิจัย และพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อนำความรู้ทางวิชาการและเทคโนโลยี มาประยุกต์ใช้ในการควบคุมโรคภายในระดับประเทศและระดับนานาชาติ (ราชกิจจานุเบกษา, 2552) อีกทั้งกรมควบคุมโรคยังมีแนวทางการพัฒนาแบบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี

ในด้านการป้องกันควบคุมโรคและภัยสุขภาพ (พ.ศ. 2560 - 2579) เพื่อพัฒนาสมรรถนะและประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการเฝ้าระวัง ป้องกัน และการควบคุมโรคระดับประเทศ เพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดีขึ้น เจ้าหน้าที่มีความสุข ระบบสุขภาพมีความยั่งยืน ภายใต้พันธกิจแห่งการพัฒนาและอภิบาลระบบสุขภาพอย่างมีส่วนร่วมและยั่งยืน (พงศธร พอกเพิ่มดี, 2561, น. 38)

บทบาทหน้าที่ของกรมควบคุมโรค มีความสอดคล้องกับการสื่อสารสุขภาพ โดยเป็นการดำเนินงาน เพื่อการสื่อสารระหว่างสองฝ่ายเกี่ยวกับประเด็นทางสาธารณสุข เป็นการเปิดโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ อาจใช้วิธีการโน้มน้าวใจผ่านเนื้อหา วิดีโอ รูปภาพ หรือข้อมูลที่ทำให้อีกฝ่ายรู้สึกว่าเป็นเรื่อง ใกล้ตัว มีข้อมูลการจำลองสถานการณ์ การนำเสนอข้อเท็จจริง หลักฐานทางสถิติ เพื่อส่งเสริมทัศนคติเชิงบวก ต่อการจัดการสุขภาวะ นอกจากนี้การสื่อสารสุขภาพต้องประกอบด้วยวาระทางสุขภาพวาระใด วาระหนึ่ง หรือหลายวาระ ได้แก่ การให้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสุขภาพ การส่งเสริมการรับรู้ความเสี่ยง การสร้างความตระหนัก การส่งเสริมการมีส่วนร่วม การรับฟังหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การช่วยเหลือชีวิต การป้องกัน การระบาดของโรค การปรับปรุงระบบการให้บริการด้านสุขภาพ การเปิดโอกาสให้สังคมมีส่วนร่วมในระบบสุขภาพ การลดต้นทุนของการบริการด้านสุขภาพ และด้านอื่น ๆ โดยแบ่งเป็นการสื่อสารสุขภาพระดับบุคคล ระดับพื้นที่ และระดับนโยบาย (สิโรตม มณีแฮด และสร้อยญา เชื้อทอง, 2563, น. 94-95)

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ได้กล่าวมาข้างต้น การสื่อสารถือเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นต่อประชาชน และทุกสถานการณ์ของสังคม รวมไปถึงการนำมาใช้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการส่งเสริมด้านสุขภาพหรือด้านสุขภาวะ ส่งผลให้การสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) ได้รับการกำหนดให้นำมาใช้เป็นยุทธศาสตร์เพื่อการส่งเสริมด้านสุขภาวะของหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และองค์กรสาธารณะที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะกรมควบคุมโรค (Department of Disease Control) สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ได้ถูกกำหนดบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจนว่ามีหน้าที่ในการควบคุมโรค พัฒนานโยบาย มาตรการ ในการเฝ้าระวัง และให้บริการด้านการป้องกันการควบคุมโรคและภัยสุขภาพ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ที่มีอยู่ให้เกิดเป็นประสิทธิภาพสูงสุด และทำการถ่ายทอดความรู้ดังกล่าวสู่สาธารณชน โดยมีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนได้มีโอกาสรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินการต่าง ๆ อย่างเข้าใจ (ราชกิจจานุเบกษา, 2562)

จากที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทย พบว่าในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คนไทยทำลายสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตนานที่สุด เฉลี่ยวันละ 12 ชั่วโมง 5 นาที จากการสำรวจอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลา 9 ปี (นับตั้งแต่ปี 2556) โดยกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มที่1 Gen Z (อายุน้อยกว่า 21 ปี) เฉลี่ยวันละ 12 ชั่วโมง 5 นาที กลุ่มที่2 Gen Y (อายุ 21-40 ปี) เฉลี่ยวันละ 11 ชั่วโมง 52 นาที กลุ่มที่3 Gen X (อายุ 41-56 ปี) เฉลี่ยวัน

ละ 9 ชั่วโมง 21 นาที และกลุ่มที่ 4 Baby Boomer (อายุ 57-75 ปี) เฉลี่ยวันละ 6 ชั่วโมง 21 นาที ซึ่งมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยกิจกรรมออนไลน์ที่นิยมทำมากที่สุด คือ การติดต่อสื่อสาร, การทำงานหรือการเรียนรู้ที่บ้าน, บริโภคสื่อบันเทิง, อ่านข่าว บทความ หรือหนังสือ เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ 2564)

ด้วยเหตุนี้กรมควบคุมโรคหันมาผลิตและเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์มากยิ่งขึ้น เพราะผู้รับสารจำนวนมากนิยมบริโภคข่าวสารผ่านอินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือสื่อสาร ที่นำเสนอข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สามารถปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมข้อมูลให้ทันสมัยได้ตลอดเวลา ส่งผลให้เข้าถึงผู้รับสารได้โดยไม่มีอุปสรรค และมีประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจในบริบทต่าง ๆ และที่สำคัญคือเป็นสื่อที่ช่วยส่งเสริมความเข้าใจ และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารได้เป็นอย่างดี ทำให้ทางองค์กรใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ และวิดีโอ (นิพัทธา อินทรักษา, 2560, น. 4)

กรมควบคุมโรค เป็นองค์กรที่นำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้กับการดำเนินงาน ในแผนการสื่อสารเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์โควิด-19 โดยมีการกำหนดประเด็นเนื้อหาข้อมูลที่จะสื่อสาร โดยปรับถ้อยคำ ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสาร ซึ่งมีการแบ่งเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มประชาชนทั่วไป และกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ โดยใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย ประกอบด้วย สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมวลชน สื่อโซเชียลมีเดีย สื่อกิจกรรม และสื่อใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต, เว็บไซต์ เป็นต้น (วิภาวิน โมสูงเนิน, 2553, น. 166-167)

ทั้งนี้การนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการทำงานของกรมควบคุมโรค ถือเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ ในการสร้างผลประโยชน์แบบวงกว้าง ส่งเสริมให้ข้อมูลหรือสื่อที่ถูกส่งออกไปนั้น มีประสิทธิภาพต่อผู้รับสารมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสื่อที่สร้างขึ้นสามารถตอบสนองความแตกต่างของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี สามารถลดช่องว่าง ในเรื่องของเวลา สถานที่ เนื้อหา และรูปแบบได้อย่างอิสระ จึงกล่าวได้ว่าการใช้สื่อที่สร้างโดยคอมพิวเตอร์ เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการรับรู้ของผู้รับสารในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี (สุพรรณษา ครุฑเงิน, 2555, น. 1)

สื่อประเภทหนึ่ง ที่กรมควบคุมโรคใช้ในการให้ความรู้ในสถานการณ์โควิด-19 ในครั้งนี้ คือ สื่อมัลติมีเดีย ถูกจัดเป็นสื่อด้านการเผยแพร่ ของกรมควบคุมโรค มีองค์ประกอบเป็นสื่อที่ผสมระหว่างหลาย ๆ สื่อเข้าไว้ด้วยกัน เช่น ตัวอักษร ภาพนิ่ง เสียง ภาพเคลื่อนไหว การเชื่อมโยงแบบปฏิสัมพันธ์ และวิดีโอ ซึ่งนิยมผลิตเป็นสื่อมัลติมีเดีย ประเภทให้ข้อมูลข่าวสาร แจ้งเพื่อทราบ แนะนำแนวทางปฏิบัติ เพื่อป้องกันโควิด-19 ผ่านการนำเสนอในรูปแบบสื่อมัลติมีเดียรูปแบบข่าว (Scoop) และสื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชัน (Animation) ที่มีลักษณะสั้น กระชับ เข้าใจได้ง่าย โดยมีการจัดลำดับการนำเสนอเนื้อหา ตามวันเวลาที่เผยแพร่ โดยให้เนื้อหาที่สร้างล่าสุดอยู่ในลำดับแรกหรือบนสุดของหน้าแรก (คณิศร รักจิตร, 2557, น. 131) นอกจากนี้การใช้สื่อมัลติมีเดียยังประหยัดในด้านกำลังคน

เวลา และงบประมาณ ลดความจำเป็นในเรื่อง ของเครื่องมือที่มีราคาสูง และยังเป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ ได้ตลอดเวลา ทำให้สื่อสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ในวงกว้างมากขึ้น (สุพรรณษา ครุฑเงิน, 2555, น. 2)

ด้วยเหตุนี้ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 กรมควบคุมโรคเริ่มเผยแพร่ข้อมูลและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 สู่สาธารณชนทั้งประเทศ ผ่านสื่อมัลติมีเดียในช่องทางเว็บไซต์ทางการของกระทรวงสาธารณสุข คือ www.moph.go.th โดยการให้ข้อมูลผ่านสื่อมัลติมีเดีย ถือว่ามีความสำคัญต่อการส่งเสริมและพัฒนาสุขภาพของคนในชาติ ส่งผลให้เกิดความเข้าใจ การตระหนักรู้ เพื่อยับยั้งและป้องกันความเสี่ยงจากโรคโควิด-19 โดยสื่อมัลติมีเดียถูกผลิตขึ้นเพื่อนำมาใช้ในบริบทของการให้ข้อมูลข่าวสาร เช่น การแนะนำโรคที่อุบัติขึ้นใหม่, วิถีปฏิบัติตนให้ปลอดภัยจากโควิด-19, การเตรียมความพร้อมก่อนฉีดวัคซีน และอื่น ๆ เป็นต้น

ในระยะเวลาต่อมาวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564 ผลจากการที่ประเทศไทยได้ปฏิบัติตามมาตรการ การควบคุมโรค อย่างมีระเบียบวินัยตลอดเรื่อยมา ส่งผลให้ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นประเทศ ที่มีความเข้มแข็งด้านความมั่นคงด้านสุขภาพเป็นอันดับที่ 5 จากทั้งหมด 195 ประเทศ อีกทั้งยังเป็นอันดับ 1 ของเอเชียที่มีความพร้อมในการรับมือการระบาดของโรคมากที่สุด จนได้รับรางวัลชนะเลิศระดับประเทศ ขององค์การสหประชาชาติ (United Nations) ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ข่าวประชาสัมพันธ์กรมควบคุมโรค, 2564) จากผลงานการสกัดกั้นโรคไวรัสโควิด-19 จนได้กลายเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก อันนำไปสู่การถอดบทเรียนความสำเร็จของกรมควบคุมโรค ซึ่งได้ก้าวเป็นสถาบันต้นแบบ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน และหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จในครั้งนี้ ได้แก่ การสื่อสารที่มีความรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ องค์ความรู้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ส่งผลให้ประชาชนมีความรู้ในการป้องกันตนเองจากโรคโควิด-19

จากผลการวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโควิด-19 จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข พบว่า ผู้รับสารมีการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ในระดับสูงมาก โดยเฉพาะช่องทางเว็บไซต์ และแฟนเพจเฟซบุ๊ก เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่เกิดการระบาดของโรค อย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและทั่วโลก ทำให้ผู้รับสารมีการตื่นตัวในการเปิดรับข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 เพื่อป้องกันตนเองให้รอดพ้นจากการระบาด ซึ่งการสื่อสารในเว็บไซต์ของกรมควบคุมโรคได้มีการเปิดหน้าพิเศษเพื่อให้ความรู้ อัปเดตสถานการณ์ พร้อมให้คำแนะนำแก่ประชาชนเกี่ยวกับโรคโควิด-19 เช่น คำแนะนำสำหรับประชาชน มาตรการต่าง ๆ ไปจนถึงสื่อที่ให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ สื่อมัลติมีเดีย และสื่ออินโฟกราฟิก (วรทัย ราวิญญ์ และพิริวัฒน์ เทพจักร, 2564, น. 320) ในการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในด้านความไว้วางใจของประชาชน พบว่า กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข เป็นแหล่งข้อมูลที่มีการอ้างอิงมากที่สุด มีความน่าเชื่อถือไว้วางใจ มีความโปร่งใส สื่อสารอย่างตรงไปตรงมา เปิดเผย ถูกต้องตาม

ความเป็นจริง ซึ่งผ่านกระบวนการวิเคราะห์ ความเข้าใจของสาธารณชน อีกทั้งในสถานการณ์ดังกล่าว กรมควบคุมโรค มีการสื่อสารเพื่อป้องกันและยับยั้งการเผยแพร่ข้อมูลเท็จหรือข่าวปลอม อันเป็นเหตุ นำไปสู่ปัญหาการปฏิบัติตามแนวทางป้องกันโรคที่ผิดวิธี (ศาวัต จันทนะ และณัฐชุตา วิจิตรจามรี, 2564, น. 583)

สอดคล้องกับสื่อที่ใช้ในการรณรงค์เพื่อป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ของประเทศไทย เนื่องจากสื่อรณรงค์เป็นสื่อที่มีเป้าหมายชัดเจน มีการกำหนด และลำดับเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง มีการเลือกใช้สื่อที่มีความหลากหลาย ได้แก่ สื่อภาพนิ่ง และสื่อภาพเคลื่อนไหว และยังเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การรณรงค์ มีความสำคัญต่อการทำงานของภาครัฐ 3 ข้อ ดังนี้ 1) เป็นกลไกและเครื่องมือสำคัญขององค์กรภาครัฐ ในการพัฒนาและการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อเรียกร้องความร่วมมือจากกลุ่มเป้าหมายในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสาธารณสุข และด้านวัฒนธรรม 2) เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมชื่อเสียง โดยเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรภาครัฐ และนำไปสู่ภาพลักษณ์ของประเทศไทยด้วย 3) เป็นเครื่องมือในการพัฒนาศักยภาพของประชาชน (อภิษฎาพัทร์ กุสิยารังสีธิ, 2563, น. 81)

ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ได้ใช้สื่อใหม่ เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการให้ความรู้ และข้อมูลข่าวสารกับประชาชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนสามารถทราบถึงแนวทางในการปฏิบัติตัวได้ตลอดเวลา โดยสื่อที่สามารถอธิบายข้อมูล เชิงวิชาการเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ข้อมูลจากการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข ข้อมูลจากงานวิจัยทางการแพทย์ หรือข้อมูลในการสาคิตขั้นตอนการปฏิบัติตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ ให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน สื่อมัลติมีเดียจึงเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่ง ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญ ในการนำเสนอข้อมูลที่ไม่ได้จำกัดเพียงแค่ภาพนิ่ง เนื่องจากเป็นสื่อผสม ที่สามารถใช้เทคนิคหรือลูกเล่นในการสื่อสารได้อย่างอิสระ ทั้งนี้ก็เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และสร้างความเข้าใจต่อผู้รับสารให้ได้มากที่สุด ซึ่งสื่อมัลติมีเดียได้ทำการผลิตอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่เริ่มต้นการแพร่ระบาดโควิด-19 มาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเนื้อหาถูกรวบรวมไว้ในเว็บไซต์ทางการของกรมควบคุมโรค

นอกจากนี้การนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อมัลติมีเดียของกรมควบคุมโรคในปัจจุบัน ได้ใช้เทคนิคในการเล่าเรื่องมาช่วยในการสร้างสรรค์เนื้อหา และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ผู้รับสาร เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลแบบการเล่าเรื่อง สามารถสอดแทรกเนื้อหาที่มีการร้อยเรียงข้อมูลให้เกิดความน่าสนใจผ่านภาพนิ่ง หรือวิดีโอสั้นได้เป็นอย่างดี ซึ่งเหมาะสำหรับการบริโภคข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารในปัจจุบัน ทั้งนี้การใช้เทคนิคในการเล่าเรื่องถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการสร้างการรับรู้ และเพิ่มคุณค่าให้กับข้อมูลเชิงวิชาการที่มีอยู่ให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น โดยอาศัยอุปกรณ์ต่าง ๆ บนคอมพิวเตอร์มาประยุกต์ใช้ควบคู่ไปกับการเล่าเรื่องถึงสถานการณ์โควิด-19 ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ให้เห็นเป็นภาพจำลองในสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ไปสู่ผู้รับสารได้อย่างชัดเจน

การศึกษารัชนี ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาเกี่ยวกับ รูปแบบการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรค ผ่านการเล่าเรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 บนสื่อมัลติมีเดีย โดยเลือกวิเคราะห์ในส่วนของคุณลักษณะ การเล่าเรื่อง และองค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดีย เพื่อวิเคราะห์ให้ทราบถึงหลักการหรือแนวคิดของสื่อ มัลติมีเดีย ที่ถูกเผยแพร่ไปยังผู้รับสาร ในช่วงภาวะวิกฤตที่เกิดจากการระบาดของโรคโควิด-19 ที่รุนแรงอย่างต่อเนื่อง โดยหวังว่าผลการศึกษาดังกล่าวสามารถนำไปปรับใช้ประโยชน์ในการ ดำเนินงานภายในองค์กรต่าง ๆ และหน่วยงานด้านสุขภาพ หรือเป็นข้อมูลสนับสนุน สำหรับผู้ที่มี ความสนใจอยากจะศึกษาการสื่อสารสุขภาพบนสื่อมัลติมีเดียต่อไป

ปัญหานำวิจัย

1. กรมควบคุมโรค ใช้สื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ผ่านแนวคิดการเล่าเรื่อง ไปสู่ผู้รับสารอย่างไร
2. สื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค มีองค์ประกอบอย่างไร
3. รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชัน และรูปแบบข่าวสั้นในกรณีโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค ที่ถูกใช้ในสถานการณ์ การแพร่ระบาดโควิด-19 เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค
3. เพื่อศึกษารูปแบบของสื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชัน และรูปแบบข่าวสั้นในกรณี โควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

ขอบเขตงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1.1 ศึกษาลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดีย แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่
 - 1) สื่อให้ความรู้ 2) สื่อแจ้งเพื่อทราบ 3) สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ
- 1.2 ศึกษาองค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดีย แบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่
 - 1) ตัวอักษร 2) เสียง 3) ภาพ 4) การสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ 5) วิดีทัศน์
- 1.3 ศึกษารูปแบบของสื่อมัลติมีเดีย แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่
 - 1) สื่อมัลติมีเดียสั้นรูปแบบข่าว 2) สื่อมัลติมีเดียสั้นรูปแบบแอนิเมชัน

2. ขอบเขตด้านข้อมูล

2.1 ศึกษาสื่อมัลติมีเดีย ที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข หรือ www.moph.go.th โดยเริ่มศึกษาตั้งแต่ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 จนถึง 31 ธันวาคม 2564 จำนวน 35 วิดีโอ

2.2 สัมภาษณ์นักวิชาการกระทรวงสาธารณสุข ที่ปฏิบัติหน้าที่ในด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการเผยแพร่สื่อที่เกี่ยวข้องกับโรคเชื้อไวรัสโควิด-19 และสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อ ที่เคยร่วมงานกับกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ในการผลิตสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19

2.3 ศึกษาค้นคว้า เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยในครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ มกราคม 2566 จนถึง กุมภาพันธ์ 2567

นิยามศัพท์

การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรค หมายถึง การนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 บนช่องทางเว็บไซต์ส่วนกลางของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (www.moph.go.th) ในประเภทสื่อเผยแพร่ หมดหม่อมมัลติมีเดีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้ความเข้าใจ ทราบถึงแนวทางการปฏิบัติตนระหว่างเกิดการเกิดโรคระบาด และเพื่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ที่นำไปสู่สุขภาวะด้านสุขภาพที่ดีขึ้น

สื่อมัลติมีเดีย หมายถึง การรวมกันของสื่อต่างๆ ได้แก่ ภาพนิ่ง ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว เสียง และวิดีโอ โดยสื่อเหล่านี้จะทำงานประสานกัน เพื่อให้สื่อที่ออกมานั้นเป็นสื่อที่สามารถสื่อสารออกไปยังหลากหลายกลุ่มเป้าหมาย และสามารถสื่อความคิดไปสู่ผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากที่กล่าวมาข้างต้น สื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ของกรมควบคุมโรคได้นำมาผลิตเป็นสื่อมัลติมีเดียเพื่อการสื่อสารสุขภาพสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

1) **สื่อมัลติมีเดียสั้นรูปแบบข่าว (Scoop)** หมายถึง การเล่าเรื่องที่คล้ายสารคดี เพียงแต่มีความสั้น กระชับตรงประเด็นกว่า โดยถูกนำเสนอผ่านเนื้อหาที่มีความสำคัญ น่าสนใจ หรือเป็นประเด็นที่สังคมกำลังกล่าวถึงอยู่ในขณะนั้น การเล่าเรื่องในรูปแบบนี้เป็นการบอกเล่าเรื่องราวอย่างละเอียด ตรงไปตรงมา

2) **สื่อมัลติมีเดียสัณรูปแบบแอนิเมชัน (Animation)** หมายถึง การนำเอาข้อมูลเชิงวิชาการหรือประเด็นที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม นำมาเล่าเรื่องในรูปแบบการ์ตูน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายเรื่องที่ซับซ้อนและเข้าใจยากให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น

ลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19

ประกอบด้วย 3 ลักษณะ ได้แก่

- 1) การเล่าเรื่องเพื่อให้ความรู้ หมายถึง การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 เพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจแก่ผู้รับสาร
 - 2) การเล่าเรื่องเพื่อแจ้งให้ทราบ หมายถึง การแจ้งให้ทราบถึงสถานการณ์โควิด-19 ในแต่ละช่วงเวลา
 - 3) การเล่าเรื่องเพื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ หมายถึง การแนะนำแนวทางป้องกันตัวจากโรคโควิด-19
- สื่อมัลติมีเดีย

องค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดีย ประกอบด้วย 5 รูปแบบ ได้แก่

1. **ตัวอักษร (Text)** หมายถึง สื่อประเภทหนึ่งมีลักษณะเป็นข้อความหรือเป็นตัวหนังสือ
2. **เสียง (Sound)** หมายถึง สื่อประเภทหนึ่งมีลักษณะการถ่ายทอดผ่านการใช้เสียงในวิดีโอ ได้แก่ เสียงบรรยาย เสียงสัมภาษณ์ และเสียงบรรยากาศ เป็นต้น

3. **ภาพ (Picture)** หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากการบันทึกผ่านกล้อง หรือการสร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ มี 2 ลักษณะ ดังนี้

3.1 **ภาพนิ่ง (Still Image)** หมายถึง เป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพลายเส้น แผนภูมิ แผนที่ โลโก้ เป็นต้น

3.2 **ภาพเคลื่อนไหว (Animation)** หมายถึง การสร้างภาพเคลื่อนไหวโดยใช้การฉายภาพนิ่งหลาย ๆ ภาพต่อเนื่องกันด้วยความเร็วสูง ผ่านการใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกในการคำนวณ การสร้างภาพลักษณะนี้ จะเรียกว่าการสร้างภาพเคลื่อนไหวด้วยคอมพิวเตอร์หรือ คอมพิวเตอร์แอนิเมชัน เป็นการสร้างสรรค์ จากข้อมูลที่มีอยู่นำมาต่อยอดให้เกิดความน่าสนใจ มักใช้เทคนิคการถ่ายภาพหรือวาดรูปเข้ามาเสริม

4. **การสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive links)** หมายถึง การสื่อสารโดยมีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง ผู้คนทั่วไป เจ้าหน้าที่สาธารณสุข หรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านสุขภาพ ผ่านช่องทางเว็บไซต์ มี 2 รูปแบบ ประกอบด้วย

4.1 มัลติมีเดียเพื่อการนำเสนอ (Presentation Multimedia) มัลติมีเดียรูปแบบนี้มุ่งสร้างความตื่นตาตื่นใจ น่าสนใจ ผ่านการถ่ายทอดที่มีความหลากหลาย ได้แก่ ตัวอักษร ภาพ และเสียง โดยเน้นการนำไปใช้งานเพื่อเสนอข้อมูลข่าวสาร ที่ผู้ผลิตได้วางแผนการนำเสนอ เป็นขั้นตอนไว้เรียบร้อยแล้ว เช่น มัลติมีเดียแนะนำการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ หรือในลักษณะประกอบการบรรยาย ผู้รับสารจะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้รับชมสื่อเท่านั้น โดยจะไม่มีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกัน อาจจะมีบ้างในลักษณะการกดปุ่มให้เล่น หรือให้หยุด แต่ก็ไม่ถือว่าเป็นการมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ ซึ่งมัลติมีเดียลักษณะนี้จัดเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One way communication)

4.2 มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) เป็นรูปแบบที่เน้นให้ผู้รับสารสามารถโต้ตอบสื่อสารกับสื่อได้โดยตรง ผ่านโปรแกรมมัลติมีเดียที่มีลักษณะของสื่อหลายมิติที่เนื้อหาภายใน สามารถเชื่อมโยงถึงกัน มัลติมีเดียรูปแบบนี้นอกจากผู้ใช้งานจะสามารถดูข้อมูลได้หลากหลายลักษณะ เช่นเดียวกับรูปแบบมัลติมีเดียเพื่อการนำเสนอแล้ว ผู้ใช้ยังสามารถสื่อสารโต้ตอบกับตัวสื่อผ่านการคลิกเมาส์ แป้นพิมพ์ หรืออุปกรณ์อื่น ๆ เพื่อสื่อสารกับคอมพิวเตอร์ว่าผู้ใช้ต้องการอะไร มัลติมีเดียรูปแบบนี้จัดเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication)

5. วิดีทัศน์ (Video) หมายถึง คลิปวิดีโอของกรรมควบคุมโรคที่มีลักษณะเป็นภาพเคลื่อนไหว ซึ่งเกิดจากการถ่ายวิดีโอ และการสร้างภาพเคลื่อนไหวจากอินโฟกราฟิก แล้วนำมาตัดต่อผ่านโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ ให้กลายเป็นคลิปวิดีโอสั้น เพื่อนำเสนอเรื่องราวความรู้ต่าง ๆ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. สามารถใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้า ผู้ที่มีความสนใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องในอนาคต
2. หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถนำลักษณะการเล่าเรื่อง องค์ประกอบสื่อมัลติมีเดีย และรูปแบบการนำเสนอ ไปปรับใช้ในการผลิตสื่อภายในองค์กร ด้านการสื่อสารสุขภาพ
3. องค์กรอื่นๆ ได้แก่ สถานศึกษา สื่อมวลชน สมาคม มูลนิธิ สามารถนำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางในการสื่อสารด้านสุขภาพ ให้เกิดความเข้าใจด้านการผลิตสื่อ และด้านการสื่อสารในช่วงเกิดภัยพิบัติร้ายแรงในอนาคต

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้การเล่าเรื่องบนสื่อ
มัลติมีเดีย ที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษายาใต้กรอบ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย
ที่เกี่ยวข้องเพื่อ เป็นพื้นฐานความเข้าใจต่อกระบวนการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ
2. แนวคิดการผลิตสื่อมัลติมีเดีย
3. แนวคิดการเล่าเรื่อง
4. แนวคิดการสื่อสารในภาวะวิกฤต
5. แนวคิดสื่อใหม่
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
7. กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ

การสื่อสารสุขภาพ หมายถึง กระบวนการสื่อสาร ที่ส่งผลต่อสุขภาพในด้านการป้องกันโรค
และการสร้างเสริมสุขภาพโดยใช้กลยุทธ์ของศาสตร์ด้านการสื่อสาร ในงานสุขภาพ เพื่อให้ประชาชน
ทั่วไปหรือกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้สนใจ ตระหนัก เกิดการเรียนรู้ มีความรู้ มีค่านิยมด้านสุขภาพ และ
จิตสำนึกในการปฏิบัติตนด้านสุขภาพ โดยระดมสรรพกำลังของการสื่อสารทุกระดับ ทุกประเภท
ตั้งแต่การสื่อสารส่วนบุคคล ระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารองค์กร การสื่อสารสาธารณะ
ไปจนถึงการสื่อสารมวลชน โดยใช้สื่อขนาดเล็ก สื่อบุคคล สื่อพื้นบ้าน สื่อท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจ
ไปจนถึงสื่อขนาดใหญ่ คือสื่อมวลชนและการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การรณรงค์ การจัดงานพิเศษ
ในรูปแบบของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม (วาสนา จันทรสว่างและ
คณะ, 2550, น. 54-55 อ้างถึงใน วิภาวิน โมสูงเนิน)

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 1996 หรือ WHO) ให้ความหมาย
“การสื่อสารสุขภาพ” ว่า “เป็นการใช้กลยุทธ์หลัก ๆ ในการบอกกล่าวหรือแจ้ง (Inform)
ให้สาธารณชนทราบเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ ด้วยการใช้การสื่อสารมวลชน (Mass communication)
และการใช้สื่อผสมประเภทอื่น ๆ (Multimedia) รวมทั้งนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ
ที่มุ่งเผยแพร่เนื้อหา ข้อมูลด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน เพื่อให้เกิดการตระหนักใน

ประเด็นดังกล่าว ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และในระดับสังคม” รวมไปถึงการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาสุขภาพ (Health development) โดย WHO ได้ให้คำอธิบายเพิ่มเติมดังนี้ (เหมือนฝัน ไม่สูญผล, 2557, น. 63)

“การสื่อสารสุขภาพ” เป็นกระบวนการที่ส่งผลโดยตรงต่อการปรับปรุงสุขภาพทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคมโดยรวม โดยมีการผสมผสานวัฒนธรรมใหม่ๆ (Modern cultures) ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ได้แก่ สื่อใหม่ แพลตฟอร์มออนไลน์ เว็บไซต์ต่าง ๆ ตามความเหมาะสม เพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ในยุคปัจจุบัน ที่ผู้รับสารส่วนใหญ่เน้นบริโภคข้อมูลข่าวสารโดยอาศัยใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันกันมากขึ้น จึงทำให้การสื่อสารสุขภาพสามารถเข้าถึง และส่งผลถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายได้ตามที่ต้องการเป็นวงกว้าง

ทั้งนี้องค์การอนามัยโลก ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า “การสื่อสารสุขภาพ” จะประกอบด้วยศาสตร์หลาย ๆ ศาสตร์ เช่น สารบันเทิง (Edutainment หรือ entertainment-education) วารสารสุขภาพ (Health Journalism) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) การชี้นำด้านสื่อ (Media advocacy) การสื่อสารในองค์กร (Organization communication) การสื่อสารความเสี่ยง (Risk Communication) การสื่อสารเพื่อสังคม (Social communication and Social marketing) การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) ที่สามารถนำเสนอได้หลายรูปแบบ ควบคู่ไปกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างสื่อประสม และเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถช่วยในการให้ข้อมูลด้านสุขภาพได้เป็นอย่างดี ในการเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพที่มีมากขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทั้งในระดับบุคคลและสังคม

รูปแบบและประเด็นเนื้อหาด้านสุขภาพ จะถูกนำเสนอโดยใช้สื่อที่มีความหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การเล่าเรื่องโดยใช้บุคคลมาแสดง การนำเสนอด้วยการตูน การนำเสนอด้วยบทเพลง การใช้สื่อใหม่ เช่น สมาร์ทโฟน ฯลฯ รวมทั้งการใช้สื่อประสมที่ประกอบไปด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยในปัจจุบัน ได้แก่ แพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม เว็บไซต์ เป็นต้น เพื่อให้สามารถเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ด้านสุขภาพ แก่กลุ่มเป้าหมายให้ได้มากยิ่งขึ้นและมีประสิทธิภาพสูงสุด (เหมือนฝัน ไม่สูญผล, 2557, น. 64)

Kevin (2008) ได้กล่าวว่า การสื่อสารและสุขภาพ มีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างดี โดยเฉพาะในด้านของปัญหาสุขภาพที่อาจช่วยให้ลดภาวะของความเจ็บป่วย ความทรมานจากความเจ็บป่วย และอัตราการเสียชีวิตในขณะที่สภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและความสามารถในการดูแลสุขภาพของสมาชิกในสังคม โดยการเติมความต้องการข้อมูลความเคลื่อนไหวทั้งระดับโลกหรือเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่ง การให้ข้อมูล ของสภาพที่เกิดความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว เช่น ในกรณีโรคซาร์ส หรือภาวะคุกคามที่มีผลโดยตรง ต่อสุขภาพ ประชาชนส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ทันสมัยตลอดเวลา เกี่ยวกับสถานการณ์สุขภาพ สื่อมวลชนสามารถช่วยเติมเต็มความต้องการ

เหล่านี้ สำหรับประชาชนอาจคลายความกังวลจากโรคต่าง ๆ ด้วยการเก็บข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ติดตามข่าวโดยรับชมผ่านโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นสื่อกลางหรือสื่อท้องถิ่น หรืออาจจะเรียนรู้เรื่องสุขภาพโดยรับชมผ่านรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ ที่ให้ความบันเทิงหรือความสนุกสนาน เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด การรับชมรายการสุขภาพจะทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับการรักษาทางการแพทย์ และประเด็นสุขภาพที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ซึ่งจะเป็นผลดีต่อประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มที่ไม่ชอบหรือหลีกเลี่ยงการติดตามรายการข่าวต่าง ๆ (Kevin et al., 2008, pp. 181-182 อ้างถึงใน เขมจิราทองสม 2553, น. 10)

Apfel Franklin (1998) ได้รวบรวมข้อสรุปเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสุขภาพที่มีประสิทธิภาพควรจะต้องประกอบ คุณลักษณะดังต่อไปนี้ (ธนกร นุกูลโรจน์, 2564, น. 24-25)

1. การที่สามารถเข้าถึงเนื้อหาด้านสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ที่มีความต้องการที่หลากหลายแตกต่างกันได้ โดยโอกาสในการเข้าถึงอาจอยู่ในรูปแบบของสื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่ หรือสื่อประสม เป็นต้น
2. ความต่อเนื่องและการทวนซ้ำ ที่จะต้องมีความต่อเนื่อง และอาจต้องมีการทวนซ้ำในบางประเด็นเพื่อให้เกิดผลกระทบตามที่คาดหวัง และเพื่อเป็นการส่งต่อสู่คนกลุ่มใหม่ คนรุ่นใหม่ในประเด็นสุขภาพที่ต้องการให้เกิดขึ้นถาวร
3. ความถูกต้องของเนื้อหา/ข้อมูล
4. ความเชื่อถือของเนื้อหา/ข้อมูล ที่จะต้องมีการตรวจสอบ หรือปรับให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา หรือสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เป็นจริง
5. ความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นจำนวนมาก
6. ความต่อเนื่องของเนื้อหา หรือข้อมูลที่สำคัญที่มีความต่อเนื่อง และสอดคล้องกับแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย
7. การเท่าทันต่อเวลา โดยที่เนื้อหา/ข้อมูลจะต้องสามารถสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือสถานการณ์ปัญหาต่างๆ ตามที่ต้องการได้
8. ความสมดุล เนื้อหา/ข้อมูล หรือรวมทั้งวิธีการต่าง ๆ ต้องมีความสมดุลในการนำเสนอทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ หรือส่วนที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ การนำเสนอต้องมีความเที่ยงตรง
9. ความเหมาะสมกับความแตกต่างในวัฒนธรรม สังคม สิ่งแวดล้อมของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม

10. ความสามารถในการที่จะสื่อสารความเข้าใจ ทั้งนี้เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมาก โดยอาจได้มาจากการสำรวจ การศึกษาวิจัย หรือแม้แต่ได้มาจากผลการดำเนินงาน การถอดบทเรียน จากกิจกรรม โครงการต่างๆ ที่สอดคล้องซึ่งกันและกัน

11. การมีแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือได้เป็นสิ่งจำเป็นมากโดยอาจได้มาจากการสำรวจ การศึกษาวิจัย การดำเนินงาน การถอดบทเรียนจากกิจกรรมหรือโครงการอื่นๆ เป็นต้น

12. การเชื่อมประสานต้องมีการเชื่อมประสานจากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมประสานสื่อในรูปแบบของการใช้สื่อประสม การเชื่อมประสานภาคี การเชื่อมประสานนโยบายกิจกรรมและโครงการที่สอดคล้องกัน

Ratzan and Other (1999) ได้กล่าวว่า การสื่อสารสุขภาพ คือ การใช้ศิลปะและเทคนิคต่าง ๆ ในการบอกกล่าว (Inform) การสร้างอิทธิพล (Influence) แจ้งให้ทราบ และการสร้างแรงจูงใจในระดับปัจเจกชน องค์กร และสาธารณชน เกี่ยวกับประเด็นความสำคัญของสุขภาพ ซึ่งมีขอบเขตรวมถึงการป้องกันโรคร้ายต่างๆ (Disease prevention) การส่งเสริมสุขภาพ (Health promotion) นโยบายในการดูแลสุขภาพและธุรกิจบริการด้านสุขภาพ (Health care policy and business) รวมถึงการมีคุณภาพชีวิตและสุขภาพที่ดีทั้งในระดับปัจเจกชนและระดับสังคม (เหมือนฝัน ไม่สูญผล, 2557, น. 67)

การสื่อสารเพื่อสุขภาพจะประกอบด้วยกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารด้วยสุขภาพและมีอิทธิพลต่อประชาชน เพื่อการมีสุขภาพที่ดีว่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายในระดับปัจเจกบุคคล ระดับสถาบัน องค์กร และประชาชนทั่วไป ซึ่งแต่ละกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพจะเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ที่แตกต่างกันออกไป โดยมีองค์ประกอบดังนี้ (ตรีชฎา หวังพิทักษ์, 2562, น. 11)

1. สุขศึกษา (Health Education) เป็นกิจกรรมเพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการมีสุขภาพที่ดีโดยการให้ข้อมูลและการให้การศึกษา แก่ปัจเจกบุคคลผ่านสื่อและกิจกรรมต่าง ๆ

2. การตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) เป็นกิจกรรมเพื่อส่งเสริม หรือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางสุขภาพสู่พฤติกรรมทางบวก โดยใช้หลักการตลาดพร้อมกับสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ

3. การชี้นำ (Advocacy) เป็นกิจกรรมที่ใช้สื่อสารมวลชนในการส่งเสริมนโยบาย กฎระเบียบ และโครงการต่างๆ เพื่อการส่งเสริมสุขภาพ

4. การสื่อสารเกี่ยวกับภาวะความเสี่ยง (Risk Communication) เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพที่เกี่ยวข้องเฉพาะกลุ่ม โดยต้องพิจารณาจากสภาพแวดล้อม และทางเลือกต่าง ๆ ในการจัดการภาวะเสี่ยงต่าง ๆ

5. การสื่อสารกับผู้ป่วย (Patient Communication) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะด้านสุขภาพ เพื่อการบำบัดและรักษา การให้ความรู้ความเข้าใจในรูปแบบ และวิธีการต่าง ๆ เช่น การสื่อสารระหว่างแพทย์กับคนไข้ และการสื่อสารระหว่างกลุ่มเพื่อน หรือกลุ่มที่อยู่สภาพเดียวกัน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. การให้ข้อมูลด้านสุขภาพ (Consumer health information) ช่วยให้ปัจเจกบุคคลเข้าใจเกี่ยวกับสุขภาพตนเอง และสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับสุขภาพของตนเองได้ หรือของครอบครัวได้ รวมทั้งการนำเสนอด้านสุขภาพในลักษณะต่าง ๆ เช่น การป้องกัน และการดูแลสุขภาพตนเอง

7. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศประเภทต่าง ๆ (New information technologies) เช่น อินเทอร์เน็ต และเว็ลด์ ไวด์ เว็บไซท์ เสริมกับสื่อมวลชนดั้งเดิม เช่น สื่อ โทรทัศน์ วิทยุ และการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อทำให้มีการแพร่กระจายแนวความคิดการสื่อสารสุขภาพได้มากและทั่วถึงยิ่งขึ้น

กฤษฎา แก้วเทพ และเจียรชัย อิศรเดช (2549, น.4) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารที่เข้ามาช่วยงานด้านสุขภาพ ดังต่อไปนี้

1. ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและรวดเร็วด้านสุขภาพอนามัย
2. ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารที่แก้ไขความเข้าใจผิดต่างๆ ในด้านสุขภาพอนามัย
3. ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดการตระหนักรู้ด้านสุขภาพ
4. ในกระบวนการรักษาของแพทย์ให้กับผู้ป่วยนั้น เกิดกระบวนการสื่อสารอย่างครบองค์ประกอบอีกทั้งยังเป็นการสื่อสารสองทางที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลในการสื่อสาร ซึ่งมีผลดีต่อการรักษาที่ทำให้แพทย์ได้รับข้อมูลในการวินิจฉัยอย่างถูกต้อง และผู้ป่วยได้รับคำแนะนำในการรักษา และแนวทางป้องกันไม่ให้เกิดความเจ็บป่วยซ้ำ

องค์ประกอบของการสื่อสารสุขภาพ

การสื่อสารสุขภาพเป็นกระบวนการสื่อสารที่ส่งผลต่อสุขภาพในด้านการป้องกันโรคและการสร้างเสริมสุขภาพ โดยใช้การสื่อสารหลายรูปแบบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการสื่อสารสุขภาพ อธิบายองค์ประกอบได้ดังนี้ (วาสนา จันทรสว่าง และคณะ, 2550, อ้างถึงใน มูทิตา โพธิ์กระสังข์, 2551, น. 12-13)

- 1) ผู้ส่งสาร หมายถึง ผู้นำด้านสุขภาพ หรือผู้ปฏิบัติการด้านสุขภาพ ซึ่งมีบทบาทในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่กลุ่มเป้าหมาย
- 2) เนื้อหาของสาร หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ การสร้างจิตสำนึกเพื่อการสร้างเสริมปรับเปลี่ยน และคงไว้ซึ่งพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อพัฒนาสุขภาพและคุณภาพชีวิต

- 3) สื่อหรือช่องทาง กิจกรรม รูปแบบ และวิธีการสื่อสารสุขภาพ
- 4) กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ในเรื่องสุขภาพ จะเป็นประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากภัยพิบัติของโรค
- 5) ผลของการสื่อสาร อาจเกิดขึ้นในรูปของการรับรู้ ความสนใจ ความตระหนักและการปฏิบัติตนด้านสุขภาพ
- 6) ผลกระทบ หมายถึง ประโยชน์หรือโทษที่เกิดขึ้นตามจากการดำเนินงานของการสื่อสาร

องค์ประกอบของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

(มูทิตา โพธิ์กะสังข์, 2551, น. 12-13)

1. ผู้ส่งสาร
 - มีความรู้ความสามารถ มีทักษะการสื่อสาร
 - บุคลิกดี
 - น่าเชื่อถือ ศรัทธา
 - รับผิดชอบ
 - จิตสาธารณะ
2. สาร
 - ข้อมูลเพียงพอในการนำไปปฏิบัติได้
 - จัดเก็บเหมาะสม สามารถนำไปใช้งานได้
 - เนื้อหาเป็นรูปธรรม
 - ทดสอบก่อนนำไปใช้ ปรับแต่งให้เหมาะสมกับผู้รับสาร
 - สารสร้างสรรค์ไม่น่าเบื่อ
 - ข้อมูลท้องถิ่น ข้อมูลชุมชน
 - สารสอดคล้องวัตถุประสงค์
 - กระตุ้นอารมณ์เข้ากับบริบทชุมชน และสังคม เนื้อหา
 - องค์กรร่วมด้านสุขภาพครอบคลุมทุกมิติ
3. สื่อ/ช่องทาง
 - เข้าถึงผู้รับสาร
 - มีการใช้สื่อมวลชน และสื่อชุมชนในสัดส่วนที่เหมาะสม
 - มีการใช้สื่อผสม
 - จัดกิจกรรมพิเศษพอเหมาะพอควร เพื่อสร้างกระแสสังคม
 - มีความต่อเนื่อง และครบวงจร

- ความนิยม และความน่าเชื่อถือของสื่อ

4. ผู้รับสาร

- มีปฏิกริยาโต้ตอบ
- แบ่งกลุ่มย่อย ๆ (Audience segmentation) เพื่อส่งสารเฉพาะเหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสาร
- เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักตัวจริง

จากการศึกษาผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ ในหลากหลายความหมาย สามารถนำมาใช้อธิบาย ในด้านรูปแบบคุณลักษณะ กลยุทธ์ ของสื่อมัลติมีเดียที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค ซึ่งทั้งนี้จะทำให้ทราบถึงแนวทางของกรมควบคุมโรคว่ามีการจัดการในการเผยแพร่สื่อในลักษณะอย่างไร และการสื่อสารสุขภาพในด้านการป้องกันโรค และส่งเสริมสุขภาพ ที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีเกณฑ์และองค์ประกอบต่าง ๆ โดยข้อมูลในส่วนนี้สามารถนำมาตอบวัตถุประสงค์ในหัวข้อ ลักษณะของการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

แนวคิดการผลิตสื่อมัลติมีเดีย

กฤษมนต์ วัฒนานรงค์ (2542) ได้กล่าวว่า สื่อมัลติมีเดีย หมายถึง การนำสื่อชนิดต่าง ๆ มาใช้ร่วมกัน การใช้คอมพิวเตอร์สร้างและบรรทุกภาพ เสียง ตัวอักษรสถานการณ์จำลองการสื่อสาร การปฏิสัมพันธ์ และการเรียกใช้ข้อมูลด้วยระบบดิจิทัลจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งในและนอกเครือข่าย

มนต์ชัย เทียนทอง (2545) ได้กล่าวว่า สื่อมัลติมีเดีย หมายถึง การรวบรวมเทคโนโลยีหลายอย่างเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการออกแบบ และใช้งานมัลติมีเดียเกี่ยวข้องกับสื่อและวิธีการ จำนวน 5 ส่วน ดังนี้ ข้อความ (Text) เสียง (Sound) ภาพ (Picture) วิดิทัศน์ (Video) การปฏิสัมพันธ์ (Interaction)

ธีระ ดิษยรัตน์ (2546) ได้กล่าวว่า สื่อมัลติมีเดีย หมายถึง การใช้เทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ในการเก็บและถ่ายทอดข้อมูลหลาย ๆ รูปแบบที่ผสมผสานกันอย่างเป็นระบบ ได้แก่ ตัวอักษร รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียงพูด เสียงดนตรี วิดิโอ โดยมาควบคุมการแสดงผลของสื่อ โดยใช้โปรแกรมสั่งงานคอมพิวเตอร์ ทำให้สื่อมีลักษณะที่พิเศษน่าสนใจ และเหมาะสมกับผู้ใช้ทุกระดับ

สุนิดา โดยอาษา (2550) ได้กล่าวว่า สื่อมัลติมีเดียเป็นการรวบรวมกระบวนการทำงานของเสียง ภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง ข้อความ ฐานข้อมูล และวิดิทัศน์ เข้ามาผสมผสานและประยุกต์รวมกัน โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์เป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารหลากหลายชนิด

นลินพร แก้วศิริวิมล (2552) ได้กล่าวว่า ความหมายของสื่อมัลติมีเดีย เป็นเทคโนโลยีที่ทำให้คอมพิวเตอร์สามารถแสดงข้อความเสียงและภาพ ซึ่งอาจจะเป็นภาพนิ่งหรือภาพเคลื่อนไหวได้พร้อม ๆ กัน โดยผู้ใช้งานสามารถโต้ตอบกับข้อความภาพ และเสียงที่เห็นและได้ยิน

กิดานันท์ มลิทอง (2539) ได้กล่าวว่า มัลติมีเดีย หมายถึง การนำสื่อที่มีความหลากหลายมาปรับใช้ร่วมกัน รวมไปถึงกระบวนการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยใช้สื่อแต่ละอย่างตามลำดับขั้นตอนของเนื้อหา ในปัจจุบันมีการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ ในด้านการผลิตหรือควบคุมการทำงานของอุปกรณ์ต่าง ๆ ในการนำเสนอข้อมูล ได้แก่ ตัวอักษร ภาพกราฟิก ภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหว วิดีทัศน์ และเสียง

จากการศึกษาผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า สื่อมัลติมีเดียของกรมควบคุมโรคที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 เป็นการนำสื่อหลาย ๆ ประเภทมาผสมผสานรวมกัน ได้แก่ ตัวอักษร ภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหว เสียง และภาพกราฟิก โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการผลิตสื่อรูปแบบต่างๆ โดยสามารถผลิตได้จากหลากหลายโปรแกรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้ออกมาสูงสุด

องค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดีย

องค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดียมีผู้ให้คำนิยาม และความหมายที่หลากหลาย ผู้วิจัยจึงทำการคัดเลือกองค์ประกอบที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ โดยจะมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (สุพรรณษา ครุฑเงิน, 2555, น. 8-9)

1) ตัวอักษร (Text) หมายถึง ตัวหนังสือและข้อความที่สามารถสร้าง ได้หลายรูปแบบหลายขนาด การออกแบบให้ข้อความเคลื่อนไหวสวยงาม แปลกตาและน่าสนใจได้ตามต้องการ ยังสามารถสร้างข้อความ ให้เชื่อมโยงกับคำสำคัญอื่น ๆ ซึ่งอาจจะเน้นคำสำคัญเหล่านั้นด้วยการเน้นสี ตัวอักษรด้วยการขีดเส้นใต้ เพื่อให้ผู้ใช้ทราบตำแหน่ง ที่จะเข้าสู่คำอธิบายเพิ่มเติม ที่เรียกว่า ไฮเปอร์เท็กซ์ (Hypertext) คำอธิบายเหล่านั้นอาจสร้างไว้ในรูปแบบที่น่าสนใจ เช่น กล่องข้อความเพิ่มเติม (Pop-up Boxes) แอนิเมชัน วิดีทัศน์ เสียง เป็นต้น

2) เสียง (Sound) หมายถึง การนำเสียงประกอบมาใช้ในการนำเสนอ เช่น เสียงบรรยาย เสียงดนตรี ฯลฯ เมื่อนำมาเรียบเรียงอย่างเหมาะสมจะทำให้มัลติมีเดียมีความสมบูรณ์เหมือนจริงมากขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อประกอบการนำเสนอที่เหมือนจริง และทำให้ผู้รับสารรู้สึกเหมือนตนเองได้อยู่ในเหตุการณ์จริง โดยเสียงแบ่งออกได้ดังต่อไปนี้

2.1 เสียงบรรยายหรือเสียงพูด (Speech/Narration) เป็นเสียงที่ใช้อธิบายในเนื้อหาต่าง ๆ ผู้บรรยายจำเป็นต้องมีการใช้เสียงที่ชัดเจน มีลีลาการใช้เน้นถ้อยคำเพื่อทำให้เกิดความน่าสนใจ ทำให้เนื้อหาที่ถูกนำเสนอติดตาม ซึ่งมีจุดเด่น 2 ส่วน คือ จุดเด่นด้านคุณภาพและจุดเด่นด้านการ

ออกเสียง การออกแบบเสียงสำคัญอยู่ที่การเตรียมบทเสียง (Sound script) ผู้ออกแบบบทเสียงจะต้องออกแบบการใช้ถ้อยคำให้สละสลวย และสื่อความหมายกะทัดรัด ชัดเจน มีจังหวะคล้องจองกับการนำเสนอภาพ และข้อความหน้าจอ

2.2 เสียงเอฟเฟค (Sound effect) หรือที่เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า เสียงประกอบ จำแนกเป็น 2 ประเภทหลักคือ 1) Synchronized Sound ซึ่งเป็นเสียงหลักที่เกิดจากการกระทำ (Action) โดยตรงจากจอภาพ มักจะเป็นสัญญาณเสียงสั้น ๆ เช่น เสียงแก้วแตก ลูกโป่งแตก เคลื่อนย้ายสิ่งของ 2) Background Sound เป็นเสียงที่ยาวนานกว่าเสียงประเภทแรก โดยจะเป็นเสียงที่ทำให้เกิดอารมณ์ และความรู้สึกคล้อยตามเนื้อหา หรือภาพที่ปรากฏบนหน้าจอ

2.3 เสียงดนตรีประกอบ (Music Background) สัญญาณเสียงดนตรีสามารถจัดรวมอยู่ในรูปแบบของเสียง Background โดยจะเป็นเสียงที่ถูกบันทึกผ่านอุปกรณ์ที่ผลิตจากเครื่องดนตรีเอาไว้ และเสียงที่บันทึกไว้จะกลายเป็นสัญญาณดิจิทัลซึ่งมีรูปแบบเป็น Audio File โดยเสียงดนตรีนิยมใช้เป็นเสียงที่ทำให้เกิดความรู้สึกต่อเนื่อง ทำให้ผู้รับสารไม่รู้สึกรบกวนช่วงในขณะที่รับชมเนื้อหาสาร

3) ภาพ (Picture) หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นจากการบันทึกผ่านกล้อง หรือการสร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยีทางคอมพิวเตอร์ มี 2 ลักษณะ ดังนี้

3.1 ภาพนิ่ง (Still Image) หมายถึง เป็นภาพที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เช่น ภาพถ่าย ภาพลายเส้น แผนภูมิ แผนที่ โลโก้ เป็นต้น ภาพนิ่งมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการถ่ายทอดความหมาย ไปสู่ผู้รับสารให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งมากกว่าตัวอักษร

3.2 ภาพเคลื่อนไหว (Animation) หมายถึง การสร้างภาพเคลื่อนไหวโดยใช้การฉายภาพนิ่งหลาย ๆ ภาพต่อเนื่องกันด้วยความเร็วสูง ผ่านการใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกในการคำนวณ การสร้างภาพลักษณะนี้จะเรียกว่า การสร้างภาพเคลื่อนไหวด้วยคอมพิวเตอร์ หรือคอมพิวเตอร์แอนิเมชัน เป็นการสร้างสรรค์จากข้อมูลที่มีอยู่นำมาต่อยอดให้เกิดความน่าสนใจ มักใช้เทคนิคการถ่ายภาพหรือวาดรูปเข้ามาเสริม

4) การเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์ (Interactive links) หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ ที่ผู้รับสารสามารถตอบโต้กับแพลตฟอร์มนั้นได้ทันที วิธีการเช่นนี้ทำให้ผู้รับสารสามารถใช้เมาส์ชี้แล้วคลิกที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของหน้าจอภาพเพื่อออกชุดคำสั่ง เช่น การคลิกเมาส์เพื่อเลือกรับชมข้อมูลที่ตนเองสนใจ การคลิกเพื่อหยุดหรือเพื่อข้ามไปยังช่วงเวลาต่าง ๆ ของวิดีโอ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้คือการตอบสนองหรือการมีปฏิสัมพันธ์ต่อผู้รับสารได้ทันที โดยผู้รับสารสามารถมีอิสระในการใช้งานภายในระบบได้ตามที่ต้องการ

5) วิดีทัศน์ (Video) การใช้มัลติมีเดียในอนาคต จะเกี่ยวข้องกับการนำภาพยนตร์ วิดีทัศน์ ซึ่งอยู่ในรูปของดิจิทัลรวมเข้าไปกับโปรแกรมประยุกต์ที่เขียนขึ้น โดยทั่วไปของวิดีโอทัศน์จะนำเสนอด้วยเวลาจริง ที่จำนวน 30 ภาพต่อวินาที ในลักษณะนี้จะเรียกว่า วิดีทัศน์ดิจิทัล (Digital Video) คุณภาพของวิดีโอทัศน์ดิจิทัลจะทัดเทียมกับคุณภาพที่เห็นจากจอโทรทัศน์ ดังนั้น วิดีทัศน์ดิจิทัล และเสียงจึงเป็นส่วนที่ผนวกเข้าไปสู่การนำเสนอและการเขียนโปรแกรมมัลติมีเดีย วิดีทัศน์สามารถนำเสนอได้ทันทีด้วยจอคอมพิวเตอร์ ในขณะที่เสียงสามารถเล่นออกไปยังลำโพงภายนอกได้ผ่านการ์ดเสียง (Sound Card)

จากการศึกษาผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบภายในสื่อมัลติมีเดียของกรมควบคุมโรคที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 เป็นการนำเอา ตัวอักษร เสียงบรรยายหรือเสียงพูด เสียงเอฟเฟค เสียงดนตรีประกอบ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว การเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์ วิดีทัศน์ มาผสมผสานรวมกันในแต่ละคลิปวิดีโอ จนเกิดเป็นการนำเสนอข้อมูลแบบสื่อใหม่ ที่เรียกว่า มัลติมีเดีย ซึ่งเป็นสื่ออีกหนึ่งประเภทที่สร้างความน่าสนใจให้กับผู้รับสารในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

ประเภทของมัลติมีเดีย

การแบ่งประเภทของมัลติมีเดีย โดยอาศัยลักษณะสำคัญของมัลติมีเดีย ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้นำไปใช้ได้มีโอกาสโต้ตอบ (Interaction) กับสื่อหรือข้อมูลข่าวสารที่รับอยู่ตามลักษณะการนำไปใช้งานไว้ดังนี้ (เชาวลิตพลอยแหวน, 2556, น. 37-38)

1. มัลติมีเดียเพื่อการศึกษา (Education Multimedia) เป็นโปรแกรมมัลติมีเดียที่ผลิตเพื่อใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนเริ่มได้รับความนิยมและนำมาใช้ในการฝึกอบรม (Computer Based Training) เฉพาะงานก่อนที่จะนำมาใช้ในระบบชั้นเรียนอย่างจริงจัง เป็นโปรแกรมในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โปรแกรมพัฒนาภาษา และโปรแกรมทบทวนสำหรับเด็ก
2. มัลติมีเดียเพื่อการอบรม (Training Multimedia) เป็นโปรแกรมมัลติมีเดียที่ผลิตขึ้นเพื่อการฝึกอบรม ช่วยในการพัฒนาประสิทธิภาพของบุคคล ด้านทักษะการทำงาน เจตคติต่อการทำงาน ในหน่วยงาน
3. มัลติมีเดียเพื่อความบันเทิง (Entertainment Multimedia) เป็นโปรแกรมที่ผลิตขึ้นเพื่อความบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ การ์ตูน เพลง เป็นต้น
4. มัลติมีเดียเพื่องานด้านข่าวสาร (Information Access Multimedia) เป็นโปรแกรมมัลติมีเดีย ที่รวบรวมข้อมูลใช้เฉพาะงานข้อมูลจะเก็บไว้ในรูป ซีดี-รอม หรือมัลติมีเดียเพื่อช่วยรับส่งข่าวสาร (Conveying Information) ใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการรับส่งข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ

5. มัลติมีเดียเพื่องานขายและการตลาด (Sales and Marketing Multimedia) เป็นมัลติมีเดียเพื่อการนำเสนอและส่งข่าวสาร (Presentation Information) เป็นการนำเสนอและส่งข่าวสารในรูปแบบวิธีการที่น่าสนใจ ประกอบด้วยสื่อหลายอย่างประกอบด้วยการนำเสนอ เช่น ด้านการตลาด รวบรวมข้อมูลการซื้อขาย แหล่งซื้อขายสินค้าต่างๆ นำเสนอข่าวสารด้วยการซื้อขายทุกด้าน ผู้ที่สนใจยังสามารถซื้อสินค้าหรือคำอธิบายเพิ่มเติมในเรื่องนั้นๆ ได้ทันที

6. มัลติมีเดียเพื่อการค้นคว้า (Book Adaptation Multimedia) เป็นโปรแกรมมัลติมีเดียที่รวบรวมสื่อที่มีความหลากหลาย เช่น แผนที่ แผนที่ ภูมิประเทศของประเทศต่างๆ ทำให้การศึกษามีความน่าสนใจและมีรูปแบบเป็นพื้นฐานข้อมูลมัลติมีเดีย (Multimedia Databases) ผ่านโครงสร้างไฮเปอร์เท็กซ์ ได้แก่ สารานุกรมต่างๆ โปรแกรม Microsoft Bookshelf, Encyclopedia เป็นต้น

7. มัลติมีเดียเพื่อช่วยวางแผน (Multimedia as a Planning Aid) เป็นกระบวนการสร้างและนำเสนองานแต่ละชนิดให้มีความจริง (Virtual Reality) มี 3 มิติ เช่น การออกแบบทางด้านสถาปัตยกรรม และภูมิศาสตร์ หรือนำไปใช้ในด้านการศึกษา การทหาร การเดินทาง โดยสร้างสถานการณ์จำลอง เพื่อให้ผู้ใช้ได้สัมผัสเหมือนอยู่ในสถานการณ์จริง ซึ่งบางครั้งไม่สามารถจะไปอยู่ในสถานการณ์จริงได้

8. มัลติมีเดียเพื่อสถานีข่าวสาร (Information Terminals) พบเห็นในงานบริการข้อมูลข่าวสารทางด้านธุรกิจ จะติดตั้งอยู่ส่วนหน้าของหน่วยงานเพื่อบริการลูกค้า โดยลูกค้าสามารถเข้าสู่ระบบบริการของหน่วยงานนั้นได้ด้วยตนเอง ลูกค้าสามารถใช้บริการต่าง ๆ ตามที่นำเสนอไว้โดยผ่านหน้าจอคอมพิวเตอร์ ทำให้สะดวกทั้งในส่วนผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการจัดทำเป็นป้าย หรือจออิเล็กทรอนิกส์ขนาดต่างๆ ติดตามกำแพง (Multimedia Wall System) เสนอภาพเสียงข้อความต่างๆ ที่น่าสนใจ

จากการค้นคว้าประเภทของสื่อมัลติมีเดียของกรมควบคุมโรค นิยมใช้เป็นสื่อมัลติมีเดียประเภทช่วยวางแผน สื่อมัลติมีเดียประเภทข่าวสาร และสื่อมัลติมีเดียประเภทให้ความบันเทิง ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้ทราบถึงการปฏิบัติตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ที่ส่งผลต่อชีวิตและสุขภาพของประชาชน เช่น การรับมือในสถานการณ์ที่ต้องเข้าไปอยู่ในพื้นที่เสี่ยง หรือการได้รับข้อมูลข่าวสารอัปเดตเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ในขณะนั้น โดยสื่อมัลติมีเดียที่ได้กล่าวมา การนำเสนอส่วนใหญ่มักนิยมสอดแทรกความบันเทิงควบคู่กับความรู้เชิงวิชาการ เนื่องจากการลดความกดดันในสถานการณ์ที่ตึงเครียด อีกทั้งยังเป็นการสร้างความน่าสนใจให้กับผู้รับสาร ให้สามารถรับชมสื่อมัลติมีเดียได้หลากหลายกลุ่มและเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

รูปแบบของมัลติมีเดีย

สื่อมัลติมีเดียสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้ (สงกรานต์ ลาพิมล, 2560, น. 27-28)

1. มัลติมีเดียเพื่อการนำเสนอ (Presentation Multimedia) มัลติมีเดียรูปแบบนี้มุ่งสร้างความตื่นตาตื่นใจ น่าสนใจ ผ่านการถ่ายทอดที่มีความหลากหลาย ได้แก่ ตัวอักษร ภาพ และเสียง โดยเน้นการนำไปใช้งานเพื่อเสนอข้อมูลข่าวสาร ที่ผู้ผลิตได้วางแผนการนำเสนอ เป็นขั้นตอนไว้เรียบร้อยแล้ว เช่น มัลติมีเดียแนะนำองค์กร หรือในลักษณะประกอบการบรรยาย ส่วนใหญ่มักใช้ได้ทั้งการนำเสนอเป็นรายบุคคลและการนำเสนอ ต่อกลุ่มใหญ่ ผู้ใช้จะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้ชมสื่อ โดยที่ผู้ใช้และสื่อแทบจะไม่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน อาจจะมีบ้างในลักษณะการกดปุ่มให้เล่น หรือให้หยุด แต่ก็ไม่ถือว่าเป็นการมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ ซึ่งมัลติมีเดียลักษณะนี้จัดเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One way communication)

2. มัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ (Interactive Multimedia) เป็นรูปแบบที่เน้นให้ผู้ใช้สามารถโต้ตอบสื่อสารกับสื่อได้โดยตรงผ่านโปรแกรมมัลติมีเดียที่มีลักษณะของสื่อหลายมิติที่เนื้อหาภายในสามารถเชื่อมโยงถึงกัน มัลติมีเดียรูปแบบนี้นอกจากผู้ใช้จะสามารถดูข้อมูลได้หลากหลายลักษณะ เช่นเดียวกับรูปแบบมัลติมีเดีย เพื่อการนำเสนอแล้ว ผู้ใช้ยังสามารถสื่อสารโต้ตอบกับตัวสื่อผ่านการคลิกเมาส์ แป้นพิมพ์ หรืออุปกรณ์อื่นๆ เพื่อสื่อสารกับคอมพิวเตอร์ว่าผู้ใช้ต้องการอะไร มัลติมีเดียรูปแบบนี้จัดเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication)

ประโยชน์ของสื่อมัลติมีเดีย

สื่อมัลติมีเดีย สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานในด้านต่าง ๆ ได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ ในการนำไปใช้งาน เช่น การนำมาใช้สร้างสื่อการเรียนการสอน สื่อให้ความรู้ หรือสื่อโฆษณา เป็นต้น โดยสื่อมัลติมีเดียนี้จะช่วยให้งานมีความหลากหลายและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น สามารถอธิบายประโยชน์ของสื่อมัลติมีเดียได้ดังนี้ (สุทธิณี ภาพพิมพ์ใจ, 2561, น. 21)

1. สร้างแรงจูงใจ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร โดยใช้วิธีการนำเสนอด้วยสื่อประสม (Multimedia) ซึ่งประกอบด้วย กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว แสง สี เสียง และความสวยงาม ช่วยให้ผู้รับสารสามารถเกิดความพึงพอใจ เกิดทัศนคติที่ดี สามารถเข้าใจเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว

2. ง่ายต่อการใช้งาน องค์ประกอบส่วนใหญ่ของมัลติมีเดียส่วนใหญ่มีพื้นฐานมาจากตัวอักษร รูปภาพ เสียง และสื่อชนิดอื่น ๆ ซึ่งเป็นสื่อทั่วไป ในชีวิตประจำวัน ทำให้สามารถนำสื่อมัลติมีเดียมาใช้กับระบบคอมพิวเตอร์ได้ง่าย

3. สร้างความรู้สึกรู้สึก สื่อมัลติมีเดียสามารถสร้างความรู้สึกรู้สึกให้กับผู้รับสารได้ เช่น การใช้เสียงเพลงเพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึก เป็นต้น

4. เพิ่มความสามารถในการรับรู้ของผู้รับสาร เนื่องจากแต่ละบุคคลมีประสบการณ์ในการรับรู้ที่แตกต่างกัน การนำสื่อมัลติมีเดียมาประยุกต์ใช้ เพื่อนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มความเข้าใจสำหรับตัวบุคคลได้ดียิ่งขึ้น

5. คุ่มค่าต่อการลงทุน การใช้โปรแกรมด้านมัลติมีเดียจะช่วยลดระยะเวลา และประหยัดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการจ้างผู้เชี่ยวชาญมาเผยแพร่ความรู้ เช่น การจัดหาวิทยากร การเดินทาง การจัดหาสถานที่และการจัดหาช่องทางการนำเสนอผ่านสื่อ เป็นต้น

จากการศึกษาผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า แนวคิดการผลิตสื่อมัลติมีเดีย สามารถนำมาใช้อธิบายเกี่ยวกับตัวสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ในด้านองค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดีย ประกอบไปด้วย 1) ตัวอักษร 2) เสียง 3) ภาพ 4) การเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์ 5) วิทัศน์ และสามารถอธิบายถึงประเภทของสื่อมัลติมีเดีย ที่กรมควบคุมโรคใช้เผยแพร่สู่สาธารณะ ประกอบไปด้วย 1) มัลติมีเดียเพื่องานด้านข่าวสาร 2) มัลติมีเดียเพื่อช่วยวางแผน 3) มัลติมีเดียเพื่อสถานีข่าวสาร โดยเป็นรูปแบบมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ จากที่กล่าวมาผู้วิจัยนำข้อมูลในส่วนดังกล่าวมาใช้วิเคราะห์ในประเด็นองค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค เพื่อนำมาตอบวัตถุประสงค์การวิจัยหัวข้อ องค์ประกอบสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

แนวคิดการเล่าเรื่อง

แนวคิดการเล่าเรื่องถือเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลของผู้ที่ให้นิยามความหมายของการเล่าเรื่องโดยมี ดังต่อไปนี้

ความหมายของการเล่าเรื่อง

องค์ประกอบของการเล่าเรื่อง เป็นสูตรที่ทำให้เราเข้าใจว่าเนื้อหา ของเรื่องเล่านั้น ควรจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร ได้รู้ว่าเรื่องเล่านั้นถูกสร้างขึ้นมาได้อย่างไร ทำหน้าที่และส่งผลอย่างไรต่อผู้รับชม รวมไปถึงทำให้เราคาดหวังได้ว่าเรื่องที่เรากำลังจะชมนั้นเป็นเรื่องแบบไหน โดยหน้าที่หลักของการเล่าเรื่อง คือทำหน้าที่ถ่ายทอดจินตนาการ (Imagination) และความสนุกสนานเพลิดเพลิน ช่วยให้มนุษย์เข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างถ่องแท้ยิ่งขึ้น การเล่าเรื่องจะทำหน้าที่ค้นหาเปิดเผย เสนอเรื่องจริง รวมทั้งการโน้มน้าวใจ ซึ่งทำให้การเล่าเรื่องต้องมีการเรียบเรียงถ้อยคำ มีรูปแบบและวิธีการเล่าเรื่องที่สอดคล้องกัน นอกจากนี้ สำหรับผู้รับสาร การเล่าเรื่องช่วยให้ผู้รับสารสามารถสร้างความหมายด้วยการปะติดปะต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นที่ละส่วนเลี้ยวให้รวมเข้าเป็นเรื่องเดียวกันจนเข้าใจได้คล้าย ๆ กับการเล่นรูปต่อจิ๊กซอว์ (Jigsaw puzzle) (กาญจนา แก้วเทพ, 2544, อ้างถึงใน GU XINXI, 2560, น. 7-8)

Onega & Landa (อ้างถึงใน อีราวดี ไตลังคะ, 2546, น. 5) อธิบายถึงศาสตร์แห่งการเล่าเรื่อง ว่าหมายถึงทฤษฎีของเรื่องเล่าซึ่งเป็นการศึกษาลักษณะและหน้าที่ของเรื่องเล่า ซึ่งมีลักษณะร่วมของเรื่องเล่าแบบต่าง ๆ ซึ่งเป็นแก่นแท้ของศาสตร์นี้ เชื่อว่าเรื่องเล่าทุกประเภทย่อมมีลักษณะร่วมกันของงานเขียนประเภทต่าง ๆ ข้อสังเกตอีกประการ คือ ศาสตร์นี้ไม่ได้ศึกษาเฉพาะวรรณคดีเท่านั้นแต่เป็นการศึกษา เรื่องเล่าทุกชนิด คำว่าเรื่องเล่า หมายถึง เหตุการณ์สมมุติที่ร้อยเรียงเป็นเรื่องราว ซึ่งอาจจะสื่อได้ทั้งในแง่ของตัวอักษร เสียง ภาพ ดังนั้นเรื่องเล่าที่แสดงเหตุการณ์เป็นเรื่องราวทั้งในรูปแบบบทกวี กวีนิพนธ์ บันเทิงคดี ภาพเขียน ภาพยนตร์ การ์ตูน (ปัญจพร ทาทอง, 2561, น. 15)

การเล่าเรื่อง (Storytelling) หมายถึง การบอกเล่าเรื่องราวความรู้ต่าง ๆ ที่ขึ้นอยู่กับตัวบุคคล มาจากประสบการณ์การดำเนินชีวิต เรื่องราวที่ประทับใจ จากการศึกษา การทำงานที่สั่งสมจนเป็นทักษะที่ดี หรือจากพรสวรรค์ที่ติดตัวมาให้บุคคลอื่นรับรู้ เพื่อให้ผู้รับสารนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันของตนเอง โดยการเล่าเรื่องจัดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สัมผัสไม่ได้ ซึ่งสามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การเขียนเรื่องเล่า การเล่าเรื่องผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นต้น (นิพิฐ อินทรักษา, 2560, น. 15)

จากการศึกษาผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า การเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียของกรมควบคุมโรค ที่ใช้ในสถานการณ์โควิด-19 เป็นการบอกเล่าเรื่องราวที่น่าเสนอความเป็นจริง ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างไปสู่ประชาชนในช่วงเวลานั้น โดยมีการใช้ข้อมูลเชิงวิชาการทางการแพทย์ นำมาเรียบเรียงถ้อยคำ และสร้างรูปแบบการนำเสนอขึ้นใหม่ เพื่อเป็นการบอกเล่าเรื่องราวที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในสิ่งที่ตนเองกำลังเผชิญอยู่ ซึ่งมีการใช้เทคโนโลยีในปัจจุบัน เข้ามาช่วยในการสร้างเหตุการณ์จำลองเสมือนจริง ได้แก่ การ์ตูน หรือการใช้บุคคลมาแสดงแทน เป็นต้น มีองค์ประกอบ คือ ตัวอักษร ภาพ เสียง หรือภาพเคลื่อนไหว องค์ประกอบเหล่านี้สามารถสร้างความเข้าใจให้กับผู้รับสารหลากหลายกลุ่ม ที่มีประสบการณ์การดำเนินชีวิตแตกต่างกัน ก็สามารถเข้าใจสิ่งที่กรมควบคุมโรคได้ถ่ายทอดผ่านสื่อได้ทั่วกัน

รูปแบบการเล่าเรื่อง

สื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ที่ทำการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของกรมควบคุมโรค ในหมวดหมู่ สื่อมัลติมีเดีย ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบสื่อมัลติมีเดียที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ และจึงสรุปได้ 2 รูปแบบดังนี้

1) **สื่อมัลติมีเดียรูปแบบข่าว (Scoop)** คือ การเล่าเรื่องที่คล้ายสารคดี เพียงแต่มีความสั้น กระชับตรงประเด็นกว่า โดยถูกนำเสนอผ่านเนื้อหาที่มีความสำคัญ น่าสนใจ หรือเป็นประเด็นที่สังคม กำลังกล่าวถึงอยู่ในขณะนั้น การเล่าเรื่องในรูปแบบนี้เป็นการบอกเล่าเรื่องราวอย่างละเอียด ตรงไปตรงมา ทั้งการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ การสัมภาษณ์ความคิดเห็นต่อบุคคลทั่วไป ทำให้ผู้รับสาร เห็นภาพ และเกิดความเข้าใจว่าผู้ส่งสารต้องการจะสื่อความหมายอะไร

2) **สื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชัน (Animation)** คือ การนำเอาข้อมูลเชิงวิชาการ หรือประเด็น ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม นำมาเล่าเรื่องในรูปแบบการ์ตูน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบาย เรื่องที่ซับซ้อน และเข้าใจยากให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น เป็นการอาศัยการใช้จินตนาการเน้นอธิบายในส่วน สำคัญให้ชัดเจน และกระชับขึ้นได้

โดยสื่อที่ได้กล่าวมาข้างต้นมีลักษณะเนื้อหาสั้น กระชับ โดยเนื้อหามีการตรวจสอบ และ ผ่านการ คัดกรองข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำมาตัดต่อโดยใส่ข้อความ (Message) ให้เข้าใจง่ายขึ้น เป็นการเล่าเรื่องพร้อมมีภาพบรรยายประกอบ (Insert) มีเสียงบรรยาย (Speech/Narration) เสียง เอฟเฟกต์ (Sound effect) โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1. สื่อให้ความรู้ 2. สื่อแจ้งเพื่อ ทราบ 3. สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ (สราวุฒิจบศรี, 2564, น. 23-24)

จากการศึกษาผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า รูปแบบการเล่าเรื่อง สามารถนำมาใช้ในการอธิบาย รูปแบบการ เล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค ได้แก่ 1) สื่อ มัลติมีเดียรูปแบบข่าว 2) สื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชัน รวมไปถึงสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูล สนับสนุนจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อมัลติมีเดีย จากการร่วมงานกับเจ้าหน้าที่กรมควบคุม โรค ในการผลิตสื่อเผยแพร่ใช้หลักการเดียวกันหรือไม่อย่างไร

การสื่อสารในภาวะวิกฤต

การเกิดภาวะวิกฤตควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับการรับมือ และปัญหาที่เกิดขึ้นผ่านการ วิเคราะห์ข้อมูลการปฏิบัติตามแผนการสื่อสารในแต่ละช่วงเวลาของการเกิดภาวะวิกฤตอย่างเหมาะสม โดยลักษณะ การสื่อสารในภาวะวิกฤตถูกพัฒนาโดย Combs W. Timothy ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้ (สุนันท์ อังกุลดี, 2564, น. 35)

1. ช่วงก่อนเกิดภาวะวิกฤต (Pre-Crisis) เป็นช่วงที่ยังไม่เกิดขึ้น โดยองค์กรเริ่มเล็งเห็นถึง ประเด็นปัญหาที่อาจจะกลายเป็นภาวะวิกฤต ส่งผลให้องค์กรควรมีการบริหารจัดการกับประเด็น ปัญหาหรือการจัดทำแผนเพื่อนเตรียมความพร้อมเพื่อไม่ให้ลุกลามกลายเป็นภาวะวิกฤตได้

2. ช่วงเกิดเหตุการณ์ภาวะวิกฤต (Crisis Event) เป็นช่วงที่ภาวะวิกฤตได้เริ่มต้นขึ้น และจะ ครอบคลุมถึงตอนที่ภาวะวิกฤตได้สิ้นสุดลงเป็นที่เรียบร้อยแล้ว องค์กรควรมีการประเมินสถานการณ์ ด้วยความรอบคอบและเลือกวิธีการจัดการต่อสถานการณ์ให้เหมาะสม

3. ช่วงหลังเกิดเหตุการณ์ภาวะวิกฤต (Post-Crisis) เป็นช่วงที่ผ่านพ้นสถานการณ์วิกฤต โดยองค์กรควรมีการประเมินผลถึงปัญหาที่ผ่านพ้นไปแล้วเพื่อนำไปพิจารณากำหนดมาตรการรองรับความเปลี่ยนแปลงหลังภาวะวิกฤตสิ้นสุดลง รวมถึงเพื่อถือเป็นกรณีศึกษาที่ไม่ควรให้เกิดซ้ำขึ้นอีก เช่น การประเมินผลการจัดการในภาวะวิกฤต, การแก้ไขปรับปรุงส่วนของแผนงานที่มีข้อบกพร่อง, การติดตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อป้องกันการเกิดซ้ำของภาวะวิกฤต เป็นต้น

นอกจากนี้ Coombs (2007) นักวิชาการด้านการสื่อสารภาวะวิกฤต ได้เสนอแนะแนวคิดเรื่อง ภาวะวิกฤตว่ามี 9 ประเภท ดังนี้

1. ภาวะวิกฤตจากภัยธรรมชาติ (Natural Disasters) เป็นความเสียหายซึ่งเป็นผลมาจากสภาพดินฟ้าอากาศ เช่น แผ่นดินไหว พายุ น้ำท่วม ภูเขาไฟระเบิด คลื่นสึนามิ
2. ภาวะวิกฤตในสำนักงาน (Workplace Violence) เป็นความรุนแรงที่เกิดจากการประทุษร้ายระหว่างผู้บริหาร หรือบุคลากร ภายในองค์กร
3. ภาวะวิกฤตจากข่าวลือ (Rumours) เป็นการทำลายการเผยแพร่ข่าวสารหรือการให้ข้อมูลที่ผิดพลาดไปจากข้อเท็จจริงการสร้างข่าวปลอมที่เกี่ยวข้องกับองค์ผลิตภัณฑ์ และการบริการ
4. ภาวะวิกฤตจากการให้ร้าย (Malevolence) เป็นการประสังค์ร้ายโดยใช้การโจมตีด้วยวิธีที่รุนแรง เช่น การโจรกรรมข้อมูลออนไลน์ การปลอมแปลงการเลียนแบบผลิตภัณฑ์ การก่อการร้าย การลักพาตัว
5. ภาวะวิกฤตจากความท้าทาย (Challenge) เป็นการเผชิญการคัดค้านของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งไม่พอใจ การดำเนินธุรกิจขององค์กร
6. ภาวะวิกฤตจากเทคนิค (Technical Error Harm) เป็นอุบัติเหตุที่เกิดจากผิดพลาดทางเทคนิค การใช้เทคโนโลยีกระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการในอุตสาหกรรมพนักงานประสบอุบัติเหตุในระหว่างการทำงาน
7. ภาวะวิกฤตจากผลิตภัณฑ์ (Technical Error Ham) เป็นความผิดพลาด ที่เกิดจากกระบวนการผลิตการให้บริการ
8. ภาวะวิกฤตจากบุคลากร (Human Error Product Ham) เป็นความผิดพลาดที่เกิดจากการปฏิบัติการของพนักงานการมีสารเจือปนหรือส่วนผสมที่ผิด โดยส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคทั้งทางตรงและทางอ้อม
9. ภาวะวิกฤตจากองค์กร (Organizational Misdeeds) เป็นความผิดพลาดที่เกิดจากการกระทำผิดขององค์กร การดำเนินธุรกิจ ที่ละเมิดกฎเกณฑ์ของทางกฎหมาย และจริยธรรมทางธุรกิจ (สุนันท์ อังกุลดี, 2564, น. 32-33)

กระบวนการสื่อสารในภาวะวิกฤต

แนวคิดทฤษฎีภาวะวิกฤตถูกแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ 1. ระยะก่อนเกิดวิกฤต (Pre-Crisis) ที่สามารถรับรู้ ได้ถึงสัญญาณของการเกิดวิกฤต และหาวิธีในการป้องกันเพื่อให้วิกฤตนั้นๆไม่ขยายวงกว้าง 2. ระยะเกิดวิกฤต (Crisis) หรือช่วงที่รับรู้แล้วว่าวิกฤตนั้นเกิดขึ้นแล้วและจะอย่างไรเพื่อหยุดวิกฤตเหล่านั้นให้ได้โดยเร็วที่สุด และ 3. ระยะหลังเกิดวิกฤต (Post-Crisis) ที่ต้องมีการฟื้นฟูเยียวยารวมไปถึงการป้องกันไม่ให้เกิดวิกฤตขึ้นอีกในครั้งต่อไป

ช่วงก่อนเกิดภาวะวิกฤต (Pre-Crisis)

1. การคาดการณ์การเกิดวิกฤต เมื่อเรารับรู้ที่กำลังจะเกิดวิกฤตในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เราจำเป็นต้องตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการรับมือกับวิกฤตในครั้งนี้และได้เวลาระดมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อวางแผน และประเมินถึงทุกโอกาสที่สามารถทำให้เกิดวิกฤตที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กร ทั้งในแง่ดีไปจนแง่ร้ายที่สุดและหาทางแก้ไข หรือรับมือให้ทันทั่วทั้งกับทุกเหตุการณ์ โดยไม่ควรรอให้เกิดวิกฤตแล้วค่อยมาคิดหาวิธีแก้ภายหลัง เพราะจะเกิดความกดดันและไม่ทันการณ์ การประเมินสถานการณ์ในลักษณะนี้จะช่วยให้เราสามารถสร้างแผนการตอบโต้กับทีมบุคลากรปฏิบัติการและบุคลากรทางการสื่อสารขององค์กรในช่วงที่เกิดภาวะวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ตั้งทีมงานด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต การตั้งทีมงานในช่วงที่เกิดภาวะวิกฤตควรมีผู้บริหารระดับสูงที่มีประสบการณ์ ในด้านของผู้นำควรเป็นผู้นำสูงสุดขององค์กร โดยมีผู้บริหารในฝ่ายประชาสัมพันธ์และทีมกฎหมายที่มีประสบการณ์ในภาวะวิกฤตเป็นที่ปรึกษา หรือบางกรณีอาจใช้ที่ปรึกษาที่เป็นหน่วยงานภายนอก ซึ่งเป็นบุคคลที่มีประสบการณ์มาก่อน และฝ่ายอื่นๆในองค์กรก็ควรเตรียมความพร้อมเผื่อว่าเหตุการณ์ต่าง ๆ นั้นอาจส่งผลกระทบต่อทั้งองค์กร ทุกคนในทีมควรถ่ายทอดข้อมูลซึ่งกันและกันเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในระดับของความเป็นองค์กร การให้ความเห็นในที่สาธารณะ เช่น การแถลงข่าวควรมีฝ่ายกฎหมายให้คำแนะนำในการเผยแพร่ข้อมูลไปสู่ผู้รับสาร เพราะอาจจะสร้างให้เกิดผลเชิงลบมากกว่าผลบวกได้เช่นกัน

3. เลือกตัวแทนในการแถลงข่าวที่มีประสบการณ์และฝึกฝนให้ชำนาญ เมื่อเราเห็นสัญญาณว่ากำลังจะเข้าสู่ภาวะวิกฤตแล้วสิ่งที่ขาดไม่ได้คือ การที่ต้องมีใครสักคนเป็นคนที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับความคืบหน้าของเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งควรเป็นคนที่เพียงคนเดียวที่มีอำนาจเด็ดขาดในการสื่อสาร ทีมสื่อสารองค์กรควรมีส่วนในการคัดเลือกคนที่เหมาะสมและฝึกฝนให้มีความชำนาญในการพูดต่อหน้าสาธารณะชน และช่วยสนับสนุนข้อมูลต่างๆในหลากหลายช่องทางการสื่อสารและสิ่งที่คุณนั้นควรมีคือ มีความรู้ความชำนาญอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมและได้รับการฝึกฝนเป็นอย่างดี

เพราะถ้าหากปราศจากคุณสมบัติทั้ง 3 อย่างนี้อาจเกิดโอกาสผิดพลาดแล้วกลายเป็นคำพูดที่ผูกมัดออกไปยังโลกโซเชียลมีเดียได้อย่างรวดเร็วจนอาจกลายเป็นวิกฤตซ้ำสองได้

4. ตั้งระบบตรวจสอบระบบการสื่อสารและรับเรื่องร้องเรียนต่างๆ ในภาวะวิกฤตนั้นทุกอย่างต้องมีความรวดเร็วทั้งการแก้ไขปัญหา รวมถึงการเตรียมความพร้อมด้านต่างๆ และยังเป็นผลกระทบที่ใหญ่ระดับองค์กรก็ต้องมีการเตรียมตัวรับในทุกๆ ด้าน ในสถานการณ์วิกฤตนั้นจะทำให้คนในสังคมเห็นว่าองค์กรของเราตอบสนองต่อภาวะวิกฤตได้ดีแค่ไหน และใส่ใจจะแก้ไขปัญหาเหล่านั้นมากน้อยแค่ไหน ยิ่งในโลกโซเชียลหากเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นและมีคนส่งข่าวต่อมันอาจจะไปได้เร็วเกินกว่าจะควบคุมจนทำให้เรื่องราวใหญ่โตเข้าไปอีก ฉะนั้นช่องทางการสื่อสารควรมีการระบอบอย่างชัดเจนว่าในภาวะวิกฤตนั้นองค์กรควรมีช่องทางการสื่อสารในรูปแบบใดบ้าง ใครเป็นคนควบคุมช่องทางเหล่านี้และควรมีระบบการแจ้งเตือนหรือเฝ้าระวังเหตุการณ์เพื่อดูว่ามีใครพูดถึงเหตุการณ์ในประเด็นใดบ้างเพื่อนำมาเตรียมความพร้อมในการชี้แจงข้อมูลต่างๆ การส่งข้อมูลข่าวสารให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องก็ควรมาจากแหล่งข้อมูลเดียวกัน จากทีมงานเดียวกันเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการสื่อสารที่ผิดพลาด

5. ระบุผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดใครคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกที่มีความสำคัญต่อองค์กร ซึ่งพนักงานในองค์กรนับเป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุดเพราะพนักงานทุกคนเป็นตัวแทนในการประชาสัมพันธ์ที่ดีที่สุดขององค์กร ทุกครั้งที่เกิดภาวะวิกฤตผู้บริหารควรชี้แจงให้พนักงานทราบรายละเอียดต่างๆ เป็นอันดับแรก เพื่อแน่ใจว่าการสื่อสารทั้งหมดจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันนอกเหนือจากพนักงานภายในองค์กรแล้วคู่ค้าทางธุรกิจ ผู้ถือหุ้น ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขององค์กรในทุกด้านก็นับเป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ และเตรียมพร้อมสำหรับการสื่อสารกับคนกลุ่มต่างๆ ด้วยข้อมูลที่ชัดเจน รวมถึงการขอความช่วยเหลือหรือสนับสนุนเพื่อแก้ไขปัญหาวิกฤต เพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่าองค์กรสามารถรับมือกับภาวะวิกฤตได้เป็นอย่างดีและสร้างความอุ่นใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ตัวอย่างกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องภายนอกองค์กร เช่น ผู้ถือหุ้น คู่ค้าทางธุรกิจ องค์กร NGO หน่วยงานภาครัฐ ชุมชน องค์กรต่างๆ

6. เตรียมถ้อยคำแถลงการณ์สิ่งที่สำคัญเวลาเกิดภาวะวิกฤตนั้น ก็คือ การสื่อสารซึ่งในช่วงของการเกิดวิกฤตโดยในช่วงแรกๆ นั้นเราไม่สามารถจะบรรยายละเอียดเนื้อหาหรือถ้อยคำที่จะแถลงหรือพูดต่อสาธารณชนได้ทั้งหมด โดยเนื้อหาแบบเต็มรูปแบบนั้นจะเห็นได้อย่างชัดเจนก็ต่อเมื่อเกิดวิกฤตต่างๆ ขึ้นมาแล้ว ดังนั้นจึงต้องมีการเตรียมการสำหรับการสื่อสารในช่วงต้นเอาไว้ด้วยเช่น “เราได้มีการดำเนินการตามแผนรับมือวิกฤตโดยให้ความสำคัญสูงสุดต่อสุขภาพและความปลอดภัยของแขกผู้พักอาศัย รวมถึงพนักงานของเรา” “ทีมงานของเราได้ประสานงานส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเพื่อรับมือกับสถานการณ์และเราจะมีแถลงการณ์ความคืบหน้าต่อไป” “สำหรับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทางเรารู้สึก

เสียใจและกำลังพยายามหาทางแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยเราจะมีการแถลงข่าวให้ข้อมูลเพิ่มเติมและโพสต์ไว้บนเว็บไซต์รวมถึงโซเชียลมีเดียของเรา” (สุนันท์ อังกุลดี, 2564, น. 32)

ช่วงเกิดภาวะวิกฤต (Crisis)

ในความเป็นจริงแล้วช่วงที่กำลังประสบกับภาวะวิกฤต นับเป็นช่วงเร่งด่วนในการหาวิธีแก้ไขปัญหาและมีการรายงานหรือการออกแถลงการณ์เป็นฉบับ เพื่อแจ้งให้สังคมหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ทราบรายละเอียดทุกขั้นตอน ส่วนใหญ่เราจะเห็นกันในกรณีภาวะวิกฤตที่เป็นระดับประเทศหรือมีผลกระทบอย่างรุนแรง เช่น น้ำมันรั่วในทะเล สารพิษรั่วไหลลงแหล่งน้ำชุมชน ปัญหาไฟไหม้ป่า ที่เกิดจากสาเหตุต่างๆ เป็นต้น เพราะเหตุการณ์เหล่านี้ไม่สามารถใช้เวลาจัดการได้ในเวลาอันสั้นฉะนั้นการเตรียมการด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤตนั้น ควรมีการระดมทีมงานทุกส่วนที่เกี่ยวข้องในลักษณะของการทำวอร์รูม (War Room) เพื่อตรวจสอบรายละเอียดทุกขั้นตอนแบบเรียลไทม์สรุปขั้นตอนวิธีการรับมือกับการแก้ไขปัญหาในทุกประเด็นที่มีผลกระทบ และเขียนออกมาเป็นถ้อยคำแถลงการณ์เพื่อสื่อสารกับคนภายนอก โดยจะเป็นรูปแบบของการแถลงข่าวหรือเปิดเป็นเว็บไซต์สำหรับการแก้ไขภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นโดยเฉพาะและรายงานทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นก็ได้

ช่วงหลังภาวะวิกฤต (Post-Crisis)

1. ประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมด การเตรียมความพร้อมด้านการสื่อสารในช่วงที่จบภาวะวิกฤต ถือเป็นสิ่งที่จำเป็นที่เราควรเตรียมวางแผนเอาไว้ล่วงหน้า เมื่อเราสามารถทำตามขั้นตอนดังกล่าวข้างต้นได้อย่างมีระเบียบแบบแผน จะทำให้เราเห็นภาพรวมของสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น และมีการถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างถูกต้องจากจุดเริ่มต้นของภาวะวิกฤตมาถึงจุดที่องค์กรสามารถแก้ไขปัญหาวิกฤตต่างๆได้ ข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำมาเรียบเรียงเพื่อประชุมสรุปสถานการณ์ในทีมสื่อสารในภาวะวิกฤต และเตรียมความพร้อมสำหรับการเตรียมการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ

2. ตรวจสอบ Key Message และปรับใช้ให้เหมาะสม Key Message หรือคำพูดหลักๆ ที่ใช้ตั้งแต่ช่วงแรกของการเกิดวิกฤตมาจนถึงช่วงหลังการแก้ไขปัญหาวิกฤตได้แล้ว จะไม่ใช่คำพูดหรือเนื้อหาที่เหมือนกัน การสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่มก็ไม่เหมือนกัน หากเป็นชุมชนที่ได้รับผลกระทบก็คงจะอยากทราบว่าจะมีแนวทางการเยียวยาอย่างไร หากเป็นผู้ถือหุ้นก็คงจะอยากรู้ว่าองค์กรมีการบริหารจัดการอย่างไรเพื่อดึงความน่าเชื่อถือกลับมา แต่ละเหตุการณ์ก็จะมี Key Message ที่ทีมสื่อสารในภาวะวิกฤตต้องเตรียมให้กับผู้บริหารในการออกแถลงการณ์คำพูดที่พูดออกสื่อก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันตามรูปแบบสื่อ เช่น หากเราใช้ทวีตเตอร์ซึ่งจำกัดข้อความในการเขียนก็จำเป็นต้องใช้ข้อความที่สั้นกระชับให้ได้ใจความ แต่ถ้าเป็นเว็บไซต์ก็สามารถเขียนข้อมูลได้อย่างเต็มรูปแบบ เป็นต้น

3. วิเคราะห์เหตุการณ์หลังจากสิ้นสุดวิกฤต หากมองในมุมของการสื่อสารในภาวะวิกฤตแล้ว ถือว่าขั้นตอนนี้เป็น การวิเคราะห์ภาพรวมโดยสรุปตั้งแต่เรารู้สึกได้ถึง การเกิดวิกฤต ที่ได้มีการเตรียมการรับมือในเชิงการสื่อสารซึ่งจะทำให้เราเห็นว่าในแต่ละเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลานั้นมีอะไรที่เป็นจุดบกพร่องบ้างหรือไม่ เพื่อเตรียมการแก้ไขหากเกิดวิกฤตในครั้งต่อไป หากสิ่งไหนที่เราทำดีแล้วก็พัฒนาให้ดียิ่งขึ้นเพื่อการตอบสนองที่รวดเร็วและแม่นยำ

แนวคิดสื่อใหม่

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media) สื่อใหม่ (New Media) คือ สื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลายของสื่อในตัวเองและมี ความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้เพื่อใช้ส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งเฉพาะบุคคล และเครือข่ายอื่นๆ (กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยชุมพล, 2555) เป็นเทคโนโลยีหรือสื่อที่ เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมากผ่านระบบการสื่อสาร ที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง จะเห็นได้ชัดเจนว่า จากยุคดั้งเดิมมนุษย์สื่อสารตัวต่อตัวโดยใช้คำพูด และการใช้สัญลักษณ์ ต่อมาการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการพัฒนาการทางการสื่อสารมากขึ้น ทำให้เกิดการสื่อสารกันผ่านสื่อมวลชน (Mass Media) มากขึ้น จึงเกิดสื่อมวลชนขึ้นมาหลายประเภท เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันการสื่อสารเน้น เป็นแบบเฉพาะเจาะจงตัวบุคคลมากขึ้น แต่ก็มี ความหลากหลายได้ในเวลาเดียวกัน เราเรียกการ สื่อสารรูปแบบนี้ว่า “สื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์” หรือ “โซเชียลมีเดีย” (Social Media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) เป็นต้น (Rogers, 1995 อ้างถึงในภัทรวิชี เลอร์, 2555) สอดคล้องกับที่ ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์ (2551) กล่าวถึง คุณลักษณะของสื่อใหม่ว่า สื่อใหม่เป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการสารสนเทศได้ตามความต้องการ เปิดรับสารของผู้รับสารมากที่สุด เพราะสื่อใหม่สามารถสร้างโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการบรรจุ เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารได้อย่างเป็นระบบมีการค้นหาข้อมูลที่ต้องการง่าย อันจะส่งผลให้เกิด ความสำเร็จในงานเผยแพร่ และรวบรวมข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า อีกทั้งยังใช้คุณสมบัติของระบบ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ผสมผสานสื่อต่างๆ ที่เรียกว่า “สื่อผสมผสาน” หรือ “สื่อบูรณาการ”

การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อใหม่

ข่าวสารและเนื้อหาที่องค์กรระดับโลกต้องเผยแพร่ข่าวสารหรือสื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์มีอยู่ทั้งหมด 10 ประเภท กล่าวคือ (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2555)

1) การสื่อสารความเคลื่อนไหวของ (Corporate Movement and Information) องค์กร การสื่อสารเรื่องราวขององค์กรในด้านต่างๆ เช่น แนวทางการบริหาร วิสัยทัศน์องค์กร ศักยภาพ ความรู้ ความสามารถของผู้บริหารและพนักงาน รวมถึงการให้ข้อมูล รายงานธุรกรรม การเงินเพื่อประโยชน์ต่อลูกค้า ผู้ถือหุ้น ตลอดจนสาธารณชนได้รับทราบข้อมูลที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง

2) การบอกเล่าเรื่องราวทางธุรกิจ (Business Market Positioning) การกล่าวถึง ปริมาณ ธุรกรรม ยอดจำนวนธุรกิจ ส่วนแบ่งทางการตลาด ยอดขาย ยอดจำหน่ายเพื่อบอกสถานะของ ธุรกิจ ต่อตลาดในภาพรวมกิจกรรมทางธุรกิจ

3) การแสดงวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร (Executive Vision) การให้ความเห็น วิเคราะห์ บทบาท ของธุรกิจต่อสถานการณ์ สภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น บทความ บทสัมภาษณ์ ความ คิดเห็นเพื่อแสดงถึงประสิทธิภาพความรู้และความเชี่ยวชาญของผู้บริหารองค์กร

4) การแสดงคุณค่าสินค้าหรือบริการ (Product and Service Value) การบอก กล่าวหรือ อธิบายความโดดเด่นของตัวสินค้าหรือบริการ ด้วยการแสดงถึงคุณค่าที่เหนือกว่าแบรนด์ อื่นๆ การ อธิบายแจ้งมูลค่า เช่น การให้ข้อมูล ค่าธรรมเนียม อัตราค่าบริการและสิทธิประโยชน์

5) การสื่อสารข้อมูลเพื่อสร้างความผูกพัน (Communication for Engagement) การ สื่อสารข้อมูลเพื่อสร้างความผูกพัน ความมั่นใจ และความสัมพันธ์ระยะยาว เช่น การรายงาน มาตรฐาน การชักจูงความร่วมมือระบบการป้องกันที่เกี่ยวข้อง การให้รายละเอียดของส่วนผสมข้อมูล มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง การรายงานผลประกอบการ การแทรกมุมมองการวิเคราะห์สถานการณ์ทาง การตลาด รวมทั้งความเห็นต่อธุรกิจที่มีในภาพรวมด้วยหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใส

6) การให้ข้อมูลบทวิเคราะห์และคำปรึกษา การบริการในเชิงวิชาการ (Data Research Service and Consultant) เช่น ศูนย์ข้อมูล บทวิเคราะห์ ผลการวิจัยโพลล์ งานสรุป ค้นคว้าที่เป็น ประโยชน์ต่อลูกค้า รายงานการวิจัย รวมถึงการปกป้องคุ้มครองสิทธิของลูกค้าตลอดจน การให้ คำแนะนำที่เกี่ยวข้อง

7) การแจ้งกำหนดการที่สำคัญขององค์กร (Corporate Marketing Agenda) การ กำหนด กิจกรรมต่างๆ เช่น รายงานกิจกรรม การจัดประชุม การแถลงข่าวในประเด็นต่างๆ ทั้งด้าน บริหาร ด้านผลิตภัณฑ์ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด

8) การแสดงความก้าวหน้าทางนวัตกรรมและเครือข่ายธุรกิจ (Innovation and Business Connection) ความก้าวหน้าของระบบ เครื่องจักร การเปิดโรงงาน การใช้ระบบ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ การปรับระบบงานใหม่ ความก้าวหน้าการค้นพบและการเป็นผู้นำด้านความคิดทั้ง ด้านสินค้าและ ธุรกิจ การร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ข้อตกลงระหว่างหน่วยงานกับ หน่วยงานอื่นๆ เพื่อ แสดงถึงความสำเร็จ ความคล่องตัว เครือข่าย ประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

9) การแสดงให้เห็นถึงการยอมรับความเชี่ยวชาญ (Expert, Award, Ranking) การ สื่อสาร เรื่องราว ประเด็น ความรู้ ความสามารถในการธุรกิจนั้นๆ คุณงามความดี เช่น การได้รับรางวัลการ จัด อันดับจากสถาบันต่างๆ การยอมรับในมาตรฐานการรองรับจากหน่วยงาน องค์กรที่มีความ น่าเชื่อถือ

10) การสื่อสารประเด็นทางสังคม (Social Content) การสร้างการรับรู้และเข้าใจ ให้กับผู้ที่ เกี่ยวข้องในสิ่งที่องค์กรดำเนินการทางสังคม เช่น การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม กิจกรรมของ องค์กรเพื่อสังคมโดยมิใช่การโฆษณาประกาศความดี แต่เป็นการสร้างความตื่นตัวไปยัง ผู้เกี่ยวข้องให้ พัฒนาไปพร้อมๆ กับองค์กร สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการสร้างความชัดเจนใน บทบาท ทิศทาง ขององค์กรต่อสังคม

การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อเว็บไซต์ (Website)

เว็บ (Web) หมายถึง โยแมงมุม ส่วน ไซต์ (Site) หมายถึง โครงข่าย ดังนั้น เว็บไซต์ (Website) จึงหมายถึง โครงข่ายโยแมงมุม โลกอินเทอร์เน็ตเป็นแหล่งรวมข้อมูลเอกสาร อิเล็กทรอนิกส์ โดยเอกสารแต่ละหน้าเรียกว่า เว็บเพจ (Web Page) ซึ่งอาจประกอบด้วย ข้อความ รูปภาพ เสียง หรือวิดีโอ โดยส่วนใหญ่เว็บเพจจะรวมอยู่ในเว็บไซต์ (Website) สำหรับหน้าแรกของ เว็บไซต์ เรียกว่า โฮมเพจ (Home Page) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการเข้าชมเว็บไซต์ โดยประกอบด้วย ลิงค์ (Links) ที่จะนำไปสู่เนื้อหาต่าง ๆ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2548)

ปัจจุบันเว็บไซต์มีความสำคัญต่อองค์กรมาก ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในทางธุรกิจที่จะ สื่อสาร ไปยังลูกค้า พนักงาน นักลงทุน และสื่อมวลชนต่างๆ ดังนั้นเว็บไซต์จึงไม่ใช่สิ่งที่ทำกันเล่นๆ อีก ต่อไป ในเมื่อมีโอกาสสร้างเว็บไซต์แล้ว ควรที่จะสร้างเว็บไซต์ที่มีคุณค่าและยั่งยืน ที่ไม่ล้าสมัย และไม่ เปลี่ยนตามแฟชั่น เป็นเว็บที่สร้างขึ้นด้วยการนำความรู้ด้านการพัฒนาเว็บใหม่ๆ เข้ามาใช้ให้เกิด ประโยชน์ ขณะเดียวกันก็ไม่ใช้เทคโนโลยีที่เกินความจำเป็น โดยให้ความสำคัญกับขั้นตอนการทำให้ น้อยไปกว่าสิ่งที่ปรากฏต่อหน้าผู้ใช้ เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับความสะดวกและประสบการณ์ที่ดี ขณะเดียวกันก็ สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้สร้างเว็บด้วย โดยเฉพาะการปรับปรุงรูปแบบเว็บไซต์ในภายหลัง (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2548)

ประเภทของเว็บไซต์

การที่จะสามารถใช้งานเว็บไซต์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง เข้าใจถึงลักษณะของเว็บไซต์และจำแนกแยกแยะได้ว่าเว็บไซต์เหล่านั้นมีความแตกต่างหรือเหมือนกันประการใดรวมถึงมีหน้าที่หลักเฉพาะตัวอย่างไรบ้าง เว็บไซต์สามารถแบ่งออกได้เป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 8 ประเภทตามลักษณะของเนื้อหาและรูปแบบของเว็บไซต์ กลุ่มเว็บทั้ง 8 ประเภท ได้แก่ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2548)

1) เว็บท่า (Portal Site) เว็บท่า นั้น อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งได้ว่า เว็บวาไรตี้ (Variety Web) ซึ่งหมายถึงเว็บที่ให้บริการต่างๆ ไว้มากมาย มักประกอบไปด้วยบริการเครื่องมือ ค้นหา ที่รวบรวมลิงค์ของเว็บไซต์ที่น่าสนใจไว้มากมายให้ได้ค้นหา รวมถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวที่มีสาระและบันเทิงหลากหลายประเภท เช่น ดูหนัง ฟังเพลง ดูดวง ท่องเที่ยว IT เกม สุขภาพ หรืออื่นๆ นอกจากนั้นแล้วเว็บท่ายังมีลักษณะในการเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้คนในสังคมในเรื่อง เกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ซึ่งเรียกว่า เว็บชุมชน (Community Web) คือเป็นเว็บที่ให้บริการพื้นที่แก่ กลุ่มคนผู้ที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้เข้ามาแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นกัน

2) เว็บข่าว (News Site) เว็บข่าวมักเป็นเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นโดยองค์กรข่าวหรือสถาบันสื่อสารมวลชนต่างๆ ที่มีสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ของตนอยู่เป็นหลัก เช่น สถานีโทรทัศน์ สถานีวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร หรือแม้กระทั่งกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ แต่องค์กร เหล่านี้ได้นำเว็บไซต์มาใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่ง เพื่อนำเสนอข่าวและสาระที่เป็น การสรุปใจความสำคัญหรือรวบรวมเนื้อหาจากข่าวในรอบเดือนหรือรอบปี ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลและติดตามข่าวสารได้ทุกที่ทุกเวลา แม้ว่าจะอยู่ที่ใดก็ตาม

3) เว็บข้อมูล (Information Site) เว็บข้อมูลนั้นเป็นเว็บที่ให้บริการ เกี่ยวกับการสืบค้นข้อมูลข่าวสาร หรือข้อเท็จจริงต่างๆ ตนเองขึ้นมา เพื่อเป็นช่องทางให้ประชาชน หรือกลุ่มบุคคลที่สนใจ ได้เข้ามาศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรของตนได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจอันดีให้เกิดแก่ประชาชนในสังคมอีกด้วย

4) เว็บธุรกิจหรือการตลาด (Business/ Marketing Site) เว็บธุรกิจหรือ การตลาด เป็นเว็บไซต์ที่มีสร้างขึ้นโดยองค์กรธุรกิจต่างๆ มีจุดมุ่งหมายหลักในการประชาสัมพันธ์องค์กรและเพิ่มผลกำไรทางการค้า โดยเนื้อหาส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดมักจะเป็นการนำเสนอที่มี ความน่าสนใจและตรงใจกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ทั้งนี้เพื่อผลกำไรทางธุรกิจนั่นเอง

5) เว็บการศึกษา (Education Site) เว็บการศึกษามักเป็นเว็บที่สร้างขึ้น โดยสถาบันการศึกษาต่างๆ หรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีนโยบายในการเผยแพร่ความรู้ และ ให้โอกาสในการค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อการศึกษาแก่นักเรียน นิสิต นักศึกษา รวมถึงประชาชนทั่วไป เว็บการศึกษาให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้ทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เว็บที่เกี่ยวข้องกับ

การศึกษาโดยตรงนั้น ได้แก่เว็บของสถาบันการศึกษา ห้องสมุด และเว็บที่ให้บริการการเรียนรู้แบบออนไลน์ที่เรียกว่า อี-เลิร์นนิง (E-Learning) นอกจากนี้แล้วยังรวมถึงเว็บที่สอนหรือให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เช่น การทำเว็บ การทำอาหาร การถ่ายภาพ การเขียนโปรแกรม ฯลฯ

6) เว็บบันเทิง (Entertainment Site) เว็บบันเทิงนั้นมุ่งเสนอและให้บริการต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความบันเทิง โดยทั่วไปอาจนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการบันเทิงทั่วไป เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ ดารา กีฬา ความรัก บทกลอน การ์ตูน เรื่องขำขัน รวมถึงการให้บริการดาวน์โหลดไฟล์ และริงโทนสำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกด้วย เว็บประเภทนี้อาจมีรูปแบบที่เป็นอินเทอร์เน็ตแคททิฟที่ตื่นเต้น ตื่นใจ หรือใช้เทคโนโลยีมีลติมีเดียได้มากกว่าเว็บประเภทอื่น

7) เว็บองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร (None-Profit Organization Site) เว็บ ประเภทนี้มักจะเป็นเว็บที่สร้างขึ้นโดยกลุ่มบุคคลหรือองค์กรต่างๆ ที่มีนโยบายในการสร้างสรรค์ที่ ช่วยเหลือสังคมโดยไม่หวังผลกำไรหรือค่าตอบแทน ซึ่งกลุ่มบุคคลหรือองค์กรเหล่านี้ได้แก่ สมาคม ชมรม มูลนิธิ และโครงการต่างๆ โดยอาจมีจุดประสงค์เฉพาะที่แตกต่างกัน เช่น เพื่อทำความดี สร้างสรรค์สังคม พิทักษ์สิ่งแวดล้อม ปกป้องสิทธิมนุษยชน รณรงค์ไม่ให้สูบบุหรี่ หรืออาจรวมตัวกัน เพื่อดูแลผลประโยชน์ของสมาชิกในกลุ่ม

8) เว็บส่วนตัว (Personal Site) เว็บส่วนตัวอาจเป็นเว็บของคนๆ เดียว เพื่อนฝูง หรือครอบครัวก็ได้ โดยอาจจัดทำขึ้นด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน เช่น แนะนำกลุ่มเพื่อน โชว์ รูปภาพ แสดงความคิดเห็น เขียนไดอารี่ประจำวัน นำเสนอผลงาน ถ่ายทอดประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่ง ที่เชี่ยวชาญ หรือสนใจ โดยทั้งหมดนี้อาจทำเป็นเว็บไซต์หรือเป็นเพียงเว็บเพจหน้าเดียวก็ได้

เว็บไซต์ที่ออกแบบดี (Well-designed Web Site)

แม้ว่าความสวยงามนั้นเป็นสิ่งที่ผู้ชมมองเห็นก่อน แต่ความสวยงามไม่ใช่สิ่งสำคัญที่สุดของการออกแบบ ที่ยากไปกว่านั้นก็คือ ความสวยงามนั้นขึ้นอยู่กับสายตาของแต่ละคน ดังนั้น การออกแบบเว็บที่ดีนั้นจึงไม่ขึ้นกับศิลปะหรือความสวยงามมากนัก เว็บนั้นถูกออกแบบมาเพื่อให้ใช้งาน จึงควรตัดสินใจด้วยเหตุผลมากกว่า เว็บไซต์ที่ออกแบบดีควรมีลักษณะดังนี้ (ธวัชชัย ศรีสุเทพ, 2548)

1) ช่วยให้ผู้ใช้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ มีการออกแบบซึ่งเน้นที่การใช้งาน เป็นหลัก และออกแบบให้ผู้ใช้เข้าใจได้ง่าย รูปแบบของเว็บควรจะช่วยทำให้ผู้ใช้ได้รับสิ่งที่ต้องการได้ อย่างสะดวกและรวดเร็ว เพื่อให้ผู้ใช้กลับเข้ามาใช้บริการในเว็บบ่อยๆ

2) แสดงถึงความมุ่งหมายและหน้าที่ของเว็บอย่างชัดเจน เนื่องจากเว็บนั้น เป็นสื่อสารพัดประโยชน์ที่สามารถใช้ทำอะไรได้หลากหลาย ผู้ออกแบบจะต้องพยายามแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า เว็บไซต์นั้นนำเสนอหรือให้บริการอะไรเพื่อผู้ใช้เข้าใจได้ทันทีว่าเป็นเว็บที่กำลังมองหาอยู่หรือไม่

3) เป็นไปตามรูปแบบมาตรฐาน เว็บไซต์ส่วนใหญ่ที่เราได้เห็นนั้นมักจะมี รูปแบบที่คล้ายคลึงกัน มีระบบการใช้งานที่ใกล้เคียงกัน แม้ว่าหน้าตาเว็บไซต์ของคุณนั้นจะแตกต่าง จากเว็บอื่น แต่ควรมีระบบการทำงานที่ตรงกับความคิดของผู้ใช้ เพื่อให้ชีวิตของผู้ใช้นั้นสบายขึ้น

4) แสดงผลได้อย่างรวดเร็ว เว็บเพจแต่ละหน้าควรจะปรากฏขึ้นมาบนหน้าจออย่างรวดเร็ว ถ้าคุณอยากให้คนเข้ามาใช้เยอะๆ คุณจะต้องหาจุดที่เหมาะสมระหว่างสิ่งที่ใส่ เข้าไปกับเวลาที่ผู้ใช้ต้องรอ โดยเฉพาะเว็บที่มีคนเข้ามาใช้มากๆ ยิ่งต้องให้ความสำคัญกับความเร็ว มากยิ่งขึ้น

5) แสดงผลได้ดีในสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน เว็บไซต์นั้นจะแสดงผลไม่ เหมือนกันบนหน้าจอของผู้ใช้แต่ละคน เนื่องจากความแตกต่างของคอมพิวเตอร์ มอนิเตอร์ และเบราว์เซอร์ของผู้ใช้ การออกแบบที่ดีจะทำให้เว็บนั้นใช้งานได้ในทุกสิ่งแวดล้อม แม้ว่าจะมีรูปแบบแตกต่างกันไป

6) มีสไตล์ แม้ว่ามีข้อจำกัดต่างๆในการแสดงผล แต่ผู้ออกแบบก็ควรจะทำให้เว็บนั้นมีความสวยงาม และมีสไตล์เป็นของตัวเอง ไม่ปล่อยให้เว็บดูน่าเบื่อ หรือมีแต่ตัวอักษรเพียง อย่างเดียว

การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network)

สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้งานการเผยแพร่ข่าวสาร แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้ (ณัฐา ขางชูโต, 2554)

1) บล็อก (Blog) ลักษณะของบล็อก คือ หน้าเว็บที่เจ้าของบล็อกซึ่งเรียกว่า บล็อกเกอร์ (Blogger) เป็นรูปแบบของการเขียนบทความ สามารถเพิ่มเติมเนื้อหาใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา บล็อกประกอบด้วยข้อความ ภาพ ลิงค์ บางครั้งจะรวมสื่อต่างๆ เช่น เพลง วิดีโอในหลายรูปแบบ บล็อกจะเปิดให้ผู้อ่านแสดงความคิดเห็น ผู้เขียนสามารถได้ผลตอบกลับในทันที บล็อกเพื่อการ ประชาสัมพันธ์ แบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1.1) บล็อกขององค์กร (Corporate Blog) เป็นบล็อกที่จัดทำขึ้น เพื่อการรายงานข่าวสาร สินค้า/บริการไปยังกลุ่มลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งองค์กรควรมีบล็อกของ องค์กรเพื่อให้ ง่ายต่อการตรวจสอบและทราบความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนอกจากนี้ องค์กรสามารถใช้บล็อกแสดงความคิดเห็นในบล็อกของคนอื่น เพื่อนำข้อมูลมาใช้เป็น แนวทางในการ ดำเนินงานประชาสัมพันธ์และบริหารจัดการบล็อกขององค์กรด้วย การประชาสัมพันธ์ เช่น องค์กร ผ่านบล็อกควรเป็นสินค้าหรือองค์กรที่มีแฟนคลับหรือบุคคลที่นิยมชมชอบจำนวนมาก บล็อกของ สตาร์บัคส์จะมีสมาชิกที่นิยมดื่มกาแฟ สตาร์บัคส์ นำเสนอ my star bucks idea เป็น star bucks social network เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาแสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบรนด์ นอกจากนี้ควรเป็น สินค้าที่มีเอกลักษณ์ มีจุดเด่นไม่เหมือนใคร เช่น บล็อกท่องเที่ยวไลฟ์สไตล์ของรถยนต์มาสด้าที่ สอดคล้องกับ บุคลิกของสินค้า ควรเป็นสินค้าที่ใช้อารมณ์ตัดสินใจซื้อ เป็นสินค้าที่ลูกค้ามีแรงจูงใจเรื่องของอารมณ์ มากกว่าการตัดสินใจซื้อสินค้าในเชิงคุณภาพ เช่น เครื่องสำอาง กระเป๋า รองเท้า แบรนด์ เนม และ

ควรเป็นสินค้าที่ลูกค้ามีความจงรักภักดี มีการซื้ออย่างต่อเนื่อง เช่น กระเป๋าลูกลุยส์วิตตอง นาฬิกาโรเล็กซ์ รถเบนซ์ เป็นต้น

1.2) ไมโครบล็อก (Micro Blog) เป็นบล็อกขนาดเล็กใช้ในการ โพสต์ข้อความสั้นๆ ไม่เกิน 140 ตัวอักษร สามารถส่งข้อความสั้นๆ ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยไม่ต้อง เปิดอ่านผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบทันทีทันใด ปัจจุบันได้รับความนิยมทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทยก็คือ ทวิตเตอร์ (Twitter) ข้อดีของการใช้ทวิตเตอร์ คือ ช่วยย่อโลกของการ สื่อสารให้ง่ายขึ้น ช่วยกระจายข่าวสารที่เกี่ยวกับองค์กรเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว เช่น การ แจ้งข่าวสารใหม่ๆ ขององค์กร การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การนำเสนอโปรโมชั่นพิเศษ เป็นต้น

1.3) บล็อกผู้เขียนอิสระ (Blogger) เป็นช่องทางการสื่อสารของ บุคคลที่มีความสามารถในการเขียนเรื่องที่ตนถนัด การประชาสัมพันธ์บล็อกในรูปแบบนี้จะใช้วิธีการ ให้ผู้เขียนอิสระเข้าร่วมงานแถลงข่าว ให้ทดลองใช้สินค้าแทนการใช้ดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นฟรีเซนเตอร์ให้ผู้เขียนอิสระเขียนข้อความในลักษณะสนับสนุนหรือแนะนำสินค้าซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรสินค้า/บริการวิธีหนึ่ง

2) แหล่งข้อมูลหรือความรู้ (Data/ Knowledge) เป็นเว็บไซต์ที่รวบรวม ข้อมูล ความรู้ในเรื่องต่างๆ เนื้อหาอิสระ ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สินค้าและบริการ โดย มุ่งเน้นให้บุคคลที่มีความรู้ในเรื่องต่างๆ เป็นผู้เขียน ส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการ นักวิชาชีพหรือ ผู้เชี่ยวชาญ เช่น วิกิพีเดีย (Wikipedia) ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ต่างๆ ด้วยต้นทุนต่ำอีกวิธีหนึ่งมหาวิทยาลัย

3) ชุมชนออนไลน์ (Community) หรือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) เป็นเว็บที่ต้องสร้างประวัติ (Profile) ของตนเอง โดยการใส่รูปภาพ หรือการฟิคที่แสดง ความเป็นตัวตน มีลักษณะของการแลกเปลี่ยนเรื่องราวถ่ายทอดประสบการณ์ต่างๆ ร่วมกัน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) อินสตราแกรม (Instagram) เป็นต้น

4) สื่อหรือเว็บประเภทแบ่งปัน (Media and Sharing) เป็นเว็บที่ใช้ไฟล์ ประเภทมัลติมีเดีย เช่น คลิปวิดีโอ ภาพยนตร์ เพลง เป็นต้น เว็บที่นิยมใช้กันมากที่สุด คือ เว็บไซต์ยูทูบ (YouTube) ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสาร หลายองค์กรได้นำสื่อที่เคยแพร่ ผ่านวิทยุโทรทัศน์หรือช่องทางการประชาสัมพันธ์แบบเดิมๆ นำมาเผยแพร่ซ้ำอีกครั้งบนเว็บไซต์ยูทูบแต่อาจจะมีการปรับปรุงเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอให้เข้ากับบริบทของโลกออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ยูทูบให้น่าสนใจควรยึดหลักการตลาดแบบปากต่อปากซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการใช้เครื่องมือดังกล่าว การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ยูทูบไม่จำเป็นต้องมีการผลิตที่ อลังการหรือใช้งบประมาณมหาศาล หากแต่เนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจและถูกใจกลุ่มเป้าหมายที่ต้องให้ความสำคัญ ถึงจะได้รับการตอบรับในวงกว้าง ตัวอย่างของประเทศไทยที่ ประสบความสำเร็จ คือ การใช้เว็บไซต์ยูทูบในการ

รณรงค์ประชาสัมพันธ์ “การใช้โทรศัพท์แต่พอดี” ของคลื่นโทรศัพท์ดีแทค ภาพยนตร์ดังกล่าว นำเสนอไว้ในยูทูบ (YouTube) ได้รับความสนใจและส่งต่อหรือแบ่งปันวิดีโอ ยอดผู้ชมมากกว่า 800,000 ครั้งภายใน 1 สัปดาห์ และติดอันดับ 1 ในหมวด People and Blogs บน เว็บไซต์ยูทูบ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การสื่อสารสุขภาพผ่านเว็บไซต์

มุทิตา โพธิ์กะสังข์ (2551) ศึกษาเว็บไซต์สุขภาพ การสื่อสารสุขภาพแบบมีปฏิสัมพันธ์ และคุณภาพข้อมูลในเชิงการแพทย์ และสาธารณสุข โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อบรรยาย แนวทางในการสร้างเนื้อหาของผู้สร้าง/ผู้จัดทำเนื้อหาด้านสุขภาพ 2) เพื่อประเมิน ลักษณะการสื่อสารสุขภาพแบบมีปฏิสัมพันธ์ของเว็บไซต์สุขภาพ 3) เพื่อประเมินคุณภาพข้อมูลเชิง การแพทย์และสาธารณสุข ในเว็บไซต์สุขภาพ งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยวิธีการประเมินลักษณะการสื่อสารสุขภาพแบบมีปฏิสัมพันธ์ และการ วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ในเว็บไซต์สุขภาพ

ผลการวิจัยพบว่า เว็บไซต์สุขภาพมีกระบวนการสร้างเนื้อหา ดังนี้คือ 1) การกำหนด วัตถุประสงค์นโยบายของเว็บไซต์ 2) การคัดเลือกเนื้อหาจากแหล่งต่าง ๆ 3) การนำเสนอเนื้อหา สุขภาพลงบนเว็บไซต์ในส่วนของลักษณะการสื่อสารสุขภาพแบบมีปฏิสัมพันธ์ของเว็บไซต์สุขภาพ เว็บไซต์ส่วนใหญ่ มีลักษณะการสื่อสารสุขภาพแบบมีปฏิสัมพันธ์ แต่ปรากฏในส่วนของการสร้าง เครือข่ายข้อมูลข่าวสารโดยผู้ใช้ ผู้บริโภค สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ที่มีประสบการณ์ร่วมในภาวะ ปัญหาสุขภาพเดียวกัน (Peers) และนักปฏิบัติทางด้านสุขภาพ ผ่านกลไกในเว็บไซต์ และความ ทนสมัยของข้อมูลน้อยที่สุด

สำหรับคุณภาพข้อมูลเชิงการแพทย์และสาธารณสุข เว็บไซต์เชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่มีคุณภาพ ในระดับพอใช้ (Fair) และยังใช้ไม่ได้ (Poor) เว็บไซต์ของรัฐ หรือส่วนราชการส่วนใหญ่มีคุณภาพใน ระดับต้องปรับปรุง (Weak) และในเว็บไซต์เอกชนที่ไม่ได้แสวงหากำไร ส่วนใหญ่มีคุณภาพในระดับที่ ยังใช้ไม่ได้ (Poor) และต้องปรับปรุง (Weak)

สุทธิภา เถลิ้มพัคตร์ (2562) ศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการรายงานข่าวสารแบบ Real Time โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และแนวทางบริหารจัดการภาครัฐด้านการรายงานข่าวสารแบบ Real Time โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 : กรณีศึกษา ศูนย์สารสนเทศ กรมควบคุมโรค โดยมี วัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจด้านรูปแบบเนื้อหา ด้านการบริหาร จัดการข้อมูลข่าวสาร ด้านการนำมาใช้ประโยชน์ของประชาชนต่อการรายงานข่าวสารแบบเรียลไทม์

โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ศูนย์สารสนเทศ กรมควบคุมโรค 2) เพื่อศึกษาหลักแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐด้านการรายงานข่าวสารแบบเรียลไทม์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ศูนย์สารสนเทศ กรมควบคุมโรค

3) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐ ด้านการรายงานข่าวสารแบบเรียลไทม์ โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ศูนย์สารสนเทศ กรมควบคุมโรค 4) เพื่อเสนอแนะแนวทางเพื่อพัฒนาการรายงานข่าวสารแบบเรียลไทม์ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข เพื่อเป็นแนวทางแก่หน่วยงานภาครัฐอื่น และเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการให้บริการประชาชน

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ หรือแบบผสมผสาน (Mixed Method) ผลวิจัยพบว่า ประชาชนมีความพึงพอใจด้านรูปแบบเนื้อหาการรายงานข่าวสาร ด้านการบริหารจัดการ ด้านการใช้ประโยชน์จากการรายงานข่าวแบบเรียลไทม์ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยประชาชนพึงพอใจในการนำเสนอข้อมูลแบบเรียลไทม์ ทำให้สังคมไทยมีความตื่นตัวและตระหนักในการป้องกันโรคอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐด้านการรายงานข่าวสารแบบเรียลไทม์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีแนวทางการบริหารงานที่เป็นไปตามพระราชบัญญัติการบริหารงาน และการให้บริการภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล 2562 เน้นความถูกต้อง โปร่งใส โดยมีหลักการในการดำเนินงานในด้านข้อมูลข่าวสาร คือ กระบวนการจัดระบบข้อมูลข่าวสาร และการบริการข้อมูลข่าวสารในรูปแบบทันสมัย หลากหลายช่องทาง ทันสถานการณ์ในปัจจุบัน และสามารถรองรับการพัฒนาในยุคโลกาภิวัตน์

ศาสตราจารย์ จันทนะ และณัฐชดา วิจิตรจามรี (2565) ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุขและความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาการกลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุขในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 2) เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) การศึกษาเอกสาร (Documentary analysis) จากสื่อใหม่ของกระทรวงสาธารณสุข ได้แก่ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ดิจิต็อก ยูทูบ และไลน์ออฟฟิเชียลแอดเคาท์ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล 4 กลุ่ม ได้แก่ นักวิชาการ สื่อมวลชน บุคลากรทางการแพทย์ และผู้รับสาร คือ ประชาชนทั่วไป จำนวน 15 คน

ผลวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ ได้แก่ 1. ประเด็นที่ทันกระแส 2. แหล่งสารน่าเชื่อถือ 3. รูปแบบการสื่อสาร ได้แก่ 1) สื่อสารผ่านบุคคลที่สาม 2) สื่อสารด้วยภาพ 3) สร้างการมีส่วนร่วม 4) ใช้แฮชแท็ก 5) ใช้สื่อหลากหลาย และ 6) ใช้ช่องทางหลากหลาย ผลการศึกษาแนว

ทางการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความไว้วางใจ พบว่า 1. ผู้ส่งสาร ควรเป็นศูนย์กลางการสื่อสารให้ผู้ส่งสารที่มีความรู้ใกล้ชิดเกี่ยวข้องกับทักษะการสื่อสาร มีคุณลักษณะทางอารมณ์ มีจังหวะที่ดี วิเคราะห์ผู้รับสารได้ตรงไปตรงมา เห็นอกเห็นใจ ใช้การสื่อสารเชิงรุก และมีการทบทวนบทบาท 2. ช่องทางการสื่อสารที่รวดเร็ว เข้าถึง และใช้งานง่าย เผยแพร่สื่อได้หลายองค์ประกอบ และหลายช่องทาง 3. สารมีความถูกต้อง รวดเร็ว เข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน สม่่าเสมอ ครบถ้วน มีข้อมูลทางวิชาการ สอดคล้องไปกับแนวปฏิบัติงาน แหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ใช้ข้อมูล ชัดเดียว ป้องกันข่าวปลอมและออกแบบสื่อดี 4. ผู้รับสาร ต้องเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง เลือกรับข้อมูลจากสื่อหลักหรือผู้เชี่ยวชาญ

การนำเสนอข้อมูลด้านการสื่อสารสุขภาพ

วิภาวิน โมสูงเนิน (2553) ศึกษาการสื่อสารสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุขในกรณีการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ 1) เพื่อศึกษาการจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อการสื่อสารสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุข ในกรณีการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 2) เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารสุขภาพ การกำหนดประเด็นเนื้อหา วิธีการ ช่องทางการสื่อสาร และกลุ่มเป้าหมาย ของกระทรวงสาธารณสุขในกรณีการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และศึกษาเอกสาร (Documentary analysis)

ผลวิจัยพบว่า 1) การจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อการสื่อสารสุขภาพ ของกระทรวงสาธารณสุข มีการตั้งคณะทำงานศูนย์ปฏิบัติการเตรียมความพร้อมป้องกัน และควบคุมแก้ไขสถานการณ์การระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 (War room) โดยให้มีหน้าที่ในการกำหนดประเด็นเนื้อหา องค์ความรู้ที่จะสื่อสาร เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจกับประชาชน ซึ่งมีข้อมูลที่สำคัญคือ องค์การอนามัยโลก (WHO) หน่วยงาน CDC ของสหรัฐอเมริกา และองค์ความรู้ของผู้เชี่ยวชาญด้านโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 โดยมีคณะทำงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ดำเนินการ จัดการเรียบเรียงเนื้อหาสาระที่ผ่านการอนุมัติจากคณะทำงาน War room ให้เป็นเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ก่อนจะกำหนดสื่อและช่องทางเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ต่อไป

2) รูปแบบการสื่อสารสุขภาพ การกำหนดประเด็นเนื้อหา วิธีการ ช่องทางการสื่อสาร และกลุ่มเป้าหมาย กระทรวงสาธารณสุขบูรณาการ สื่อสารประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง โดยกำหนดประเด็นเนื้อหาการสื่อสารเป็นสองส่วนคือ 1) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สถานการณ์การระบาดของโรค 2) การสื่อสารความรู้เรื่องพฤติกรรมสุขภาพและอนามัยส่วนบุคคล เพื่อการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 สำหรับตนเอง ครอบครัว และสังคม โดยกลุ่มเป้าหมายคือประชาชนทั่วไป และความรู้เรื่องการดูแลรักษาผู้ป่วยและผู้ติดเชื้อโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 สำหรับบุคลากรทางการแพทย์

พิชชาพร โกศลประดิษฐ์ (2563) ศึกษาการสื่อสารภาวะวิกฤตผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ของบริษัทรบบขนส่งมวลชนกรุงเทพจำกัด(มหาชน) หรือรถไฟฟ้าบีทีเอสภายใต้สถานการณ์ไวรัสโคโรนา2019(COVID-19) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อศึกษาการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ของบริษัทรบบขนส่งมวลชนกรุงเทพจำกัด (มหาชน) หรือรถไฟฟ้าบีทีเอสภายใต้สถานการณ์ไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้บริหารของรถไฟฟ้าบีทีเอส และเจ้าหน้าที่สื่อสารองค์กร บริษัท เอ็นเอสซีพลัส จำกัด

ผลวิจัยพบว่า ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หรือรถไฟฟ้า บีทีเอส นำหลักปฏิบัติการแพร่ระบาดของโรคชนิดอื่น เช่น โรคซาร์ส และโรคไข้หวัดนก ที่รถไฟฟ้าเคยเผชิญเหตุการณ์มาปรับประยุกต์ในการวางแผนสื่อสารเพื่อเฝ้าระวังอย่างเข้มข้นและต่อเนื่อง

ระลอกแรกในช่วงก่อนเกิดวิกฤตไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) ฝ่ายการสื่อสารองค์กรได้มีการติดตามข่าวสารตั้งแต่เริ่มมีการระบาดที่เมืองอู่ฮั่น สาธารณรัฐประชาชนจีน และได้มีการร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐกระทรวงสาธารณสุขในการเผยแพร่ความรู้การป้องกันโรคผ่านสื่อโปสเตอร์ และเสียงประกาศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบอกกล่าว (Inform) ให้ผู้โดยสารทราบสาระสำคัญ เช่น ประชาสัมพันธ์เรื่อง การสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ และทางบริษัท ฯ ได้มีการติดโปสเตอร์ภายในขบวนรถ และเสียงประกาศในขบวนรถเตือนผู้โดยสาร เพื่อนำมาวางแผนด้านการสื่อสาร หากมีการแพร่ระบาด ในกรุงเทพมหานคร ต่อไปในการออกแบบสารช่วงก่อนวิกฤต จึงเป็นการใช้อินโฟกราฟิกมาใช้ในการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้

ในช่วงขณะเกิดวิกฤตไวรัสโคโรนา2019 (COVID-19) มีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ฝ่ายสื่อสารองค์กรได้นำมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดมาเผยแพร่ในขบวนรถไฟฟ้า เช่น การวัดอุณหภูมิไม่เกิน 37.5 องศา การสวมหน้ากากอนามัย 100% การนั่งเว้นที่ในขบวนรถไฟฟ้า เป็นต้น อีกทั้งยังมีวิดีโอ ในการส่งเสริมกำลังใจให้ผู้โดยสารสามารถฝ่าวิกฤตนี้ไปด้วยกัน การออกแบบสารในช่วงวิกฤต จึงมีการนำโปสเตอร์ เสียงประกาศ และวิดีโอ มาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้โดยสารรับทราบถึงมาตรการของรถไฟฟ้าบีทีเอส และเป็นการโน้มน้าวให้ประชาชน หันมาสวมหน้ากากอนามัย

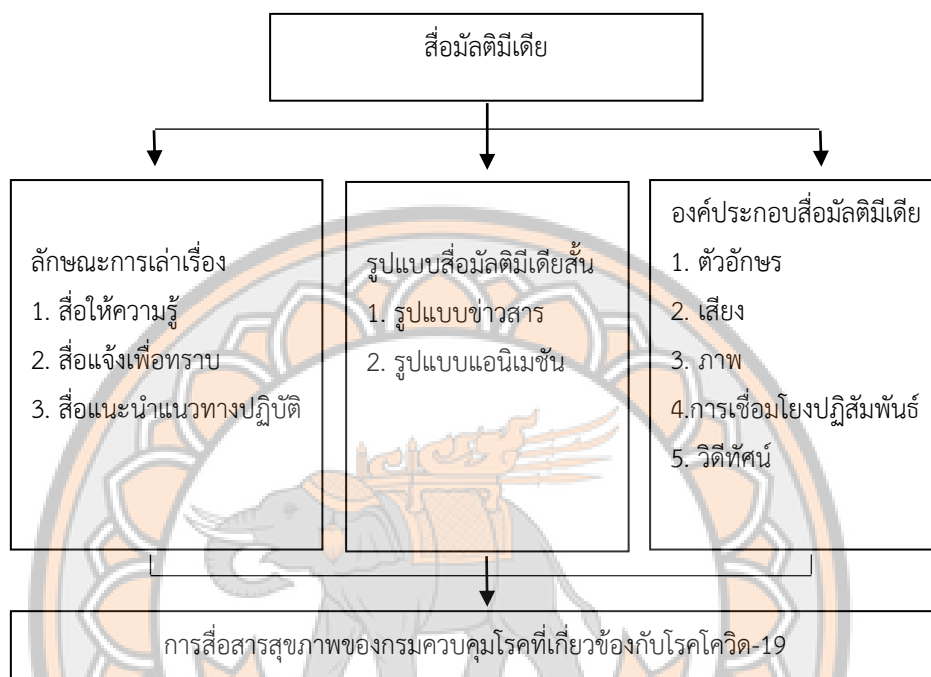
ในช่วงหลังเกิดวิกฤตการระบาดในประเทศไทยลดน้อยลง รัฐบาลได้มีการผ่อนปรนมาตรการต่าง ๆ หลังจากมีการออก พรก.ฉุกเฉิน ฯ เพื่อควบคุมการเดินทางของประชาชนในช่วง 4 เดือนที่ผ่านมา บริษัทฯ ได้มีการปรับแนวทางการสื่อสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ โดยยังคงเน้นมาตรการในการป้องกัน เช่น การสวมหน้ากากอนามัยขณะเดินทางด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอส และการสร้างภาพลักษณ์และ

ความมั่นใจในการโดยสาร โดยถ่ายทอดผ่านวิดีโอ ในเรื่องของการทำความสะอาดทั้งภายในและภายนอกขบวนรถ พร้อมทั้งยกเลิกการนั่งเว้นที่นั่ง และเลิกจัดกลุ่มผู้โดยสารรถไฟเพื่อลดความแออัด อีกด้วยการออกแบบสารในช่วงหลังวิกฤตรถไฟฟ้ายานบีทีเอส ได้มีการจัดทำมิวสิควิดีโอเพลงมีเนื้อหามุ่งไปทางให้กำลังใจผู้โดยสาร สร้างความเข้าใจ การสร้างความเห็นใจ การโน้มน้าวใจ การกระตุ้นการกระทำ เป็นต้น

ในช่วงโควิดระลอกที่ 2 และ 3 เนื้อหาและความถี่การประชาสัมพันธ์ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก แต่ได้มีการเน้นย้ำมาตรการต่าง ๆ ผ่านสื่อวิดีโอ เช่น มาตรการต้อนรับเปิดเทอมสวมหน้ากากอนามัย วัดอุณหภูมิก่อนเข้าใช้บริการ และล้างมือด้วยแอลกอฮอล์อย่างสม่ำเสมอ มีความถี่ในการเผยแพร่ 20-30 ครั้ง/วัน ความยาว 30 วินาที สลับกับโฆษณาอื่น ๆ การออกแบบสารในช่วงระลอกที่ 2-3 มีการนำการประชาสัมพันธ์ สิ่งที่เคยใช้ไปตอนระลอกที่ 1 กลับมาใช้อีกครั้ง และมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้เข้าถึงง่ายมากขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์มาตรการ D-M-H-T-T ของภาครัฐ เป็นต้น



กรอบแนวความคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิด

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคผ่านการเล่าเรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 บนสื่อมัลติมีเดีย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มุ่งศึกษาการเล่าเรื่อง และองค์ประกอบสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ที่ทำการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ทางการ ของกรมควบคุมโรค โดยใช้การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ประกอบกับการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document Analysis) และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับเจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อมัลติมีเดีย โดยผู้วิจัยได้วางแผนการดำเนินการดังนี้

1. แหล่งข้อมูล
2. เครื่องมือในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. การตรวจสอบข้อมูล
6. การนำเสนอข้อมูล

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. สื่อมัลติมีเดีย

เกณฑ์การคัดเลือกสื่อมัลติมีเดีย จำนวน 35 วิดีโอ ในการนำมาวิเคราะห์เนื้อหาในครั้งนี้ ได้แก่

ผู้วิจัยเลือกศึกษาสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของกรมควบคุมโรค หรือ www.moph.go.th จากการค้นหาในหมวดหมู่สื่อเผยแพร่ ประเภทมัลติมีเดีย ระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 จนถึง 31 ธันวาคม 2564 เนื่องจากเป็นจุดเริ่มต้นของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย จึงทำให้ช่วงเวลาดังกล่าว เป็นเหตุการณ์สำคัญที่ควรค่าแก่การศึกษา อีกทั้งยังเป็นช่วงเวลาที่ประชาชนเกิดความหวาดกลัว ต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่ทันตั้งตัว ทั้งนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาสื่อที่ถูกใช้ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน ที่

ทำให้ประชาชนได้เกิดการตระหนักรู้ และปรับพฤติกรรมให้สามารถใช้ชีวิตในช่วงเกิดโรคระบาด
ร้ายแรงได้อย่างปลอดภัย โดยแบ่งออกเป็นสามช่วงเวลาที่มีความสำคัญ
ได้แก่ ช่วงที่ 1 จุดเริ่มต้นของการระบาด ช่วงที่ 2 การปรับตัวสู่ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) และ
ช่วงที่ 3 ความปกติหลังชีวิตวิถีใหม่

ดังนั้นสื่อมัลติมีเดียที่เลือกศึกษาจะประกอบไปด้วย 3 ลักษณะการเล่าเรื่อง ประกอบด้วย

1. การเล่าเรื่องเพื่อให้ความรู้ คือ สื่อที่ถูกผลิตขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมอบความรู้ให้กับ
ประชาชน ให้ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องโควิด-19
2. การเล่าเรื่องเพื่อแจ้งให้ทราบ คือ สื่อที่จัดทำขึ้น เพื่อแจ้งข่าวสารสำคัญในช่วงเวลานั้น
ให้กับประชาชนได้ทราบ
3. การเล่าเรื่องเพื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ คือ สื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อ แนะนำการปฏิบัติตัวให้
สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างปลอดภัย ในสถานการณ์ต่างๆ

ตาราง 1 แสดงรายละเอียดสื่อมัลติมีเดียที่ใช้ในการศึกษา

ลำดับ	ชื่อสื่อมัลติมีเดีย	วันที่	ระยะเวลา
1	คำแนะนำโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019	2/2/63	0:57
2	10 พฤติกรรมเคยชิน เสี่ยง โควิด-19 กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข	24/4/63	2:01
3	สวมหน้ากากอนามัย ป้องกันโรคระบบทางเดินหายใจ	17/5/63	3:15
4	5 วิธีปฏิบัติตนให้ปลอดภัยโควิด-19 เมื่อใช้ชีวิตนอกบ้าน	29/5/63	2:07
5	COVID-19 New Normal	1/6/63	4:19
6	วิธีการป้องกันตัวเองจากเชื้อโควิด 19	4/6/63	1:40
7	รู้หน้าไม่รู้ใคร? มีอะไรอยู่ที่หน้ากาก?	9/6/63	1:34
8	ขั้นตอนการคัดกรองผู้โดยสาร ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	29/7/63	2:33
9	แผนจัดการโรคโควิด-19 ตามระยะการระบาด	31/8/63	4:08
10	โรคร้ายๆ ภัยทำงาน - EP.1 วิกฤต Covid-19 'ประชุม' อย่างไรให้ปลอดภัย	14/10/63	1:57
11	โรงพยาบาลสนามตลาดกลางกุ้ง จังหวัดสมุทรสาคร	29/12/63	2:07
12	มีโควิด ต้องปิดโรงเรียนไหม	12/1/64	4:41
13	ทำอย่างไร เมื่อมีคนไม่สบายในโรงเรียน	12/1/64	3:04

14	เพลง สู้โควิดตัวร้าย	12/1/64	2:42
15	คลายข้อสงสัยผู้ปกครอง	12/1/64	4:48
16	วิธีใหม่ในรั้วโรงเรียน New normal	13/1/64	6:02
17	รู้จัก "หมอชนะ" แอปติดตามและประเมินความเสี่ยงโควิด19	13/1/64	2:04
18	หมอชนะ แอปพลิเคชันแจ้งเตือน เมื่อมีความเสี่ยง จากการใกล้ชิดผู้ติดเชื้อ COVID-19	29/1/64	2:26
19	การป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 สำหรับผู้เดินทางในประเทศไทย	19/3/64	4:22
20	คลิปแนะนำ การป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตอน หลัก3ล. ช่วยป้องกัน ไวรัสโคโรนา2019	23/4/64	2:00
21	ทำความเข้าใจโรคโควิด-19 แม้จะมีวัคซีน	23/4/64	2:00
22	ทำอะไรเมื่อพบคนในบ้านป่วยเป็นโรคโควิด-19	26/4/64	3:20
23	เหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ ภายหลังได้รับการสร้างเสริมภูมิคุ้มกันโรคโควิด-19	5/5/64	4:50
24	หมอเล็บแพนด้า ! เชิญชวนคนไทยฉีดวัคซีนโควิด 19	7/5/64	0:54
25	สถานที่กักกันของรัฐ State Quarantine	17/5/64	3:00
26	เราพร้อมฉีดวัคซีน "สร้างภูมิคุ้มกัน"	21/5/64	2:04
27	ฉีดวัคซีนดีไหม? ODPC9	21/5/64	5:01
28	มาตรการประจำวัน มาตรการที่ทำได้ทันที เริ่มต้นได้ที่ตัวเรา DMHTTA	14/6/64	2:11
29	ตามหลักวิธีป้องกันก็ยังคงตามเดิม คือใส่หน้ากากอนามัย ล้างมือให้บ่อย พยายามเว้นระยะห่าง	22/8/64	2:00
30	ประเมินตนเองอย่างไร เมื่อเป็นผู้ติดเชื้อ COVID-19	31/8/64	1:45
31	“ผมเลือกฉีดวัคซีน เพราะผมไม่อยากเสี่ยง” บอย พิชฌุ	17/9/64	1:57
32	ในความเป็นจริง พอทุกอย่างดีขึ้น เราก็ต้องออกไปอยู่ดี แต่คราวนี้เราไม่รู้ว่าจะเชื่อมั่นมันยังคงอยู่กับเรา อยู่บนโลกเราหรือเปล่า ไปอีกนานแค่ไหน" นายชาคริต แย้มนาม	20/9/64	2:04
33	ห่วงคุณแม่ ห่วงครอบครัว มาฉีดวัคซีนกันครับ : หลุยส์ สก๊อต	21/9/64	1:34
34	มาฉีดวัคซีนกันดีกว่าค่ะ เพื่อหยุดการแพร่เชื้อโควิด19 : เบนซ์ ปุณยาพร	24/9/64	2:00
35	การฉีดวัคซีนไฟเซอร์ (Pfizer) ในเด็กนักเรียน	1/10/64	4:32

การคัดเลือกสื่อมัลติมีเดียของกรมควบคุมโรค เป็นการคัดเลือกตามแนวคิด ทฤษฎี เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยสื่อมัลติมีเดียจำเป็นต้องมีลักษณะการเล่าเรื่อง ได้แก่ 1.เป็นสื่อให้ความรู้ 2.เป็นสื่อแจ้งเพื่อทราบ 3.เป็นสื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ โดยต้อง มีองค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดีย 5 อย่าง ได้แก่ 1.อักษร 2.เสียง 3.ภาพ 4.การเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์ 5. วิดีทัศน์ และมีการนำเสนอรูปแบบที่ผ่านการคิดและกลั่นกรอง จากผู้เชี่ยวชาญในการผลิตสื่อ ก่อนนำไปเผยแพร่สู่ผู้รับสาร ได้แก่ 1.สื่อมัลติมีเดียรูปแบบข่าว 2.สื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชัน

2. แหล่งข้อมูลบุคคล

ผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข

นางสาวมณีวรรณ ปักษา	นักประชาสัมพันธ์
นางสาวจิตาภา รอดอยู่	นักวิชาการเผยแพร่

ผู้วิจัยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากเจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข (สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่2 จังหวัดพิษณุโลก) ที่มีอายุการปฏิบัติงานมากกว่า 10 ปี ที่มีความเกี่ยวข้องเกี่ยวกับงานด้านการผลิตสื่อและด้านการเผยแพร่

2. ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อมัลติมีเดีย

นายกฤษฎา จงรักษ์	ผู้บริหาร/ฝ่ายควบคุมการผลิต บริษัทอินไซด์
นางสาวอินทอร สีน้าเงิน	กรรมการ/ฝ่ายเขียนบท และผลิตบริษัทญาติาโซลูชั่น

3. ผู้เขียนบท

นางสาวเยาวนาฏ ลักกิตโร	ผู้เขียนบท บริษัทอินไซด์
------------------------	--------------------------

ผู้วิจัยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากบริษัทรับจ้างทำสื่อมัลติมีเดีย โดยพิจารณาจากอายุปฏิบัติงานมากกว่า 5 ปี และต้องมีประสบการณ์การทำงานร่วมกับ กรมควบคุมโรคในการผลิตสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19

เครื่องมือการวิจัย

1.แบบสัมภาษณ์

2.การวิเคราะห์ตัวบท (Textual analysis)

3.แบบบันทึกรูปแบบการสื่อสารสุขภาพ การเล่าเรื่องที่ องค์ประกอบ บนสื่อมัลติมีเดีย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลเอกสาร

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ เช่น เอกสาร จดหมายเหตุ บันทึกทางราชการ บทความ วารสาร สื่อออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

2. ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก

ใช้การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ (formal interview) โดยเป็นการสัมภาษณ์ตามลำดับคำถามที่มีการเตรียมไว้ ในประเด็นที่ต้องการจะศึกษา พร้อมมีการบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ และจดบันทึกระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาสรุปและวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป

3. ข้อมูลตัวบทสื่อมวลชน

รวบรวมข้อมูลตัวบทจากสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค ผ่านช่องทางเว็บไซต์ทางการของกรมควบคุมโรค (www.moph.go.th) โดยตัวสื่อมวลชนที่ใช่เก็บข้อมูลทั้งหมด 35 วิดีโอ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคผ่านการเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 บนสื่อมวลชน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการรับชมสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ที่เผยแพร่ผ่านช่องทางเว็บไซต์ทางการของกรมควบคุมโรค (www.moph.go.th) จำนวน 35 วิดีโอ โดยเลือกวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์งานวิจัยทั้ง 3 หัวข้อ ได้แก่

1.1 ลักษณะการเล่าเรื่อง ประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ

1.1.1 สื่อให้ความรู้

1.1.2 สื่อแจ้งเพื่อทราบ

1.1.3 สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ

1.2 องค์ประกอบสื่อมวลชน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ

1.2.1 ตัวอักษร

1.2.2 เสียง

1.2.3 ภาพ

1.2.4 การเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์

1.2.5 วิถีทัศน์

1.3 รูปแบบสื่อมัลติมีเดีย ประกอบด้วย 2 รูปแบบ คือ

1.3.1 สื่อมัลติมีเดียรูปแบบข่าว

1.3.2 สื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชัน

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักมี 3 กลุ่ม ได้แก่

1.4.1 เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข

1.4.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อมัลติมีเดีย

1.4.3 ผู้เขียนบท

โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก มาประกอบการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่ถูกต้องมากที่สุด

การตรวจสอบข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัย ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และจากการเก็บรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อความถูกต้อง และความเที่ยงตรงของข้อมูลทั้งหมด

การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การนำเสนอในรูปแบบบรรยาย (Descriptive) โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย 3 ข้อดังนี้

1. ลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค
2. องค์ประกอบสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค
3. รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียในกรณีโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคผ่านการเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 บนสื่อมัลติมีเดีย” ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในรูปแบบการวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis) โดยทำการศึกษาจากเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้านสุขภาพของกรมควบคุมโรคผ่านการเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ที่ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกจำนวน 35 วิดีโอ เป็นข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 จนถึง 31 ธันวาคม 2564 ร่วมกับวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นจำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต สื่อมัลติมีเดีย และกลุ่มผู้เขียนบท โดยผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาลักษณะการเล่าเรื่อง องค์ประกอบ และรูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

ตารางที่ 2 : สื่อมัลติมีเดียให้ความรู้

ตารางที่ 3 : สื่อมัลติมีเดียแจ้งเพื่อทราบ

ตารางที่ 4 : สื่อมัลติมีเดียแนะนำแนวทางปฏิบัติ

ตาราง 2 แสดงผลการศึกษาลักษณะการเล่าเรื่อง องค์ประกอบ และรูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564

ตารางที่ 2 : สื่อมัลติมีเดียให้ความรู้

ลำดับ	วันที่	ลักษณะ การเล่าเรื่อง ผ่านสื่อมัลติมีเดีย ที่เกี่ยวข้องกับโค วิด-19 ของกรม ควบคุมโรค			องค์ประกอบสื่อมัลติมีเดีย ที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค					รูปแบบของสื่อมัลติมีเดีย ที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค	
		สื่อให้ความรู้	สื่อแจ้งเพื่อทราบ	สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ	ตัวอักษร	เสียง	ภาพนิ่ง	ภาพเคลื่อนไหว	วีดิทัศน์	รูปแบบข่าว	รูปแบบนิเทศ
1	12/1/2564	มีโควิด ต้องปิดโรงเรียนไหม									
		/			/	/		/	/		/
2	12/1/2564	คลายข้อสงสัยผู้ปกครอง									
		/			/	/		/			/
3	13/1/2564	วิถีใหม่ในรั้วโรงเรียน New normal									
		/			/	/		/			/
4	13/1/2564	รู้จัก "หมอชนะ" แอปติดตามและประเมินความเสี่ยงโควิด-19									
		/			/	/	/			/	
5	19/3/2564	การป้องกันควบคุมโรคโควิด-19 สำหรับผู้เดินทางในประเทศไทย									
		/			/	/		/			/
6	29/1/2564	หมอชนะ แอปพลิเคชันแจ้งเตือน เมื่อมีความเสี่ยงจากการใกล้ชิดผู้ติดเชื้อ COVID-19									
		/			/	/	/	/	/	/	
7	23/4/2564	ทำความเข้าใจโรคโควิด-19 แม้จะมีวัคซีน									
		/			/	/		/			/
8	5/5/2564	เหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ ภายหลังได้รับการสร้างเสริมภูมิคุ้มกันโควิด-19									
		/			/	/		/			/

ตารางที่ 2 : สื่อมัลติมีเดียให้ความรู้ (ต่อ)

ลำดับ	วันที่	ลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค			องค์ประกอบสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค					รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค	
		สื่อให้ความรู้	สื่อแจ้งเพื่อทราบ	สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ	ตัวอักษร	เสียง	ภาพนิ่ง	ภาพเคลื่อนไหว	วีดิทัศน์	รูปแบบข่าว	รูปแบบแอนิเมชัน
9	17/5/2563	สวมหน้ากากอนามัย ป้องกันโรคระบบทางเดินหายใจ									
		/			/	/		/	/	/	
10	17/1/2564	สถานที่กักกันของรัฐ State Quarantine									
		/			/	/		/			/
11	21/5/2564	ฉีดวัคซีนดีไหม ?									
		/			/	/		/	/	/	
12	22/8/2564	ตามหลักวิธีป้องกันก็ยังตามเดิม คือใส่หน้ากากอนามัย ล้างมือให้บ่อย พยายามเว้นระยะห่าง									
		/			/	/		/			/
13	31/8/2564	ประเมินตนเองอย่างไร เมื่อเป็นผู้ติดเชื้อ COVID-19									
		/			/	/		/			/
14	1/10/2564	การฉีดวัคซีนไฟเซอร์ (Pfizer) ในเด็กนักเรียน									
		/			/	/		/	/	/	
รวม				14	14	2	13	6	5	9	

3.1 สื่อมัลติมีเดียให้ความรู้

จากการวิเคราะห์สื่อมัลติมีเดีย ประเภทสื่อให้ความรู้ทั้ง 14 วิดีโอ พบว่า เป็นสื่อที่เน้นถ่ายทอดข้อมูลความรู้เชิงวิชาการด้านสุขภาพ เพื่อให้ผู้รับสาร เกิดความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้น โดยเฉพาะเรื่องที่ส่งผลกระทบออกเป็นวงกว้าง ถือเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับสารเบื้องต้น ที่มีความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างรวดเร็ว และเท่าทันต่อเหตุการณ์ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับโรคโควิด-19 และการให้ข้อมูลการฉีดวัคซีนที่ปลอดภัย

วิดีโอวันที่ 12/1/2564 ชื่อเรื่อง : มีโควิด ต้องปิดโรงเรียนไหม



ภาพ 2 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=OUMie9-FNvU>

วิดีโอวันที่ 12/1/2564 ชื่อเรื่อง : คลายข้อสงสัยผู้ปกครอง



ภาพ 3 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=3SUVLTB1bS0>

วิดีโอวันที่ 13/1/2564 ชื่อเรื่อง : วิธีใหม่ในรั้วโรงเรียน New normal



ภาพ 4 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=SSu-xbY2df8&t=122s>

วิดีโอชื่อ : “มีโควิดต้องปิดโรงเรียนไหม” , “คลายข้อสงสัยผู้ปกครอง” และ “วิธีใหม่ในรั้วโรงเรียน New normal” พบว่า เนื้อหาภายในวิดีโอมีลักษณะคล้ายกัน โดยเป็นการนำเอาประเด็นหรือปัญหาที่เป็นข้อสงสัยของผู้ปกครอง เมื่อบุตรหลานต้องไปโรงเรียนในสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งเป็นการนำเอาปัญหาต่าง ๆ มาตอบในรูปแบบของ แอนิเมชัน โดยมีการจำลองเป็นเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้เห็นภาพอย่างชัดเจน เพื่อคลายความกังวลของผู้ปกครอง

ความโดดเด่นขององค์ประกอบในการนำเสนอ มีการใช้ข้อความที่เป็นซับไตเติ้ลตลอดทั้งวิดีโอตั้งแต่ต้นจนจบ และมีการใช้ข้อความแจ้งเตือนขนาดใหญ่ เป็นการเน้นย้ำข้อความที่มีใจความสำคัญเป็นบางช่วงเวลา เพื่อเป็นการย้ำเตือนให้ผู้รับชมเกิดความเข้าใจว่า ข้อความในส่วนดังกล่าวมีความสำคัญมากกว่าข้อความที่เป็นซับไตเติ้ล ในขณะเดียวกันการใช้ภาพกราฟิกจะมีการใส่ลูกเล่นที่เน้นให้เกิดความบันเทิงร่วมด้วย ได้แก่ การใช้ภาพกราฟิกเพื่อแสดงอารมณ์ ความรู้สึก ที่มีความคล้ายคลึงเสมือนกับการได้รับชมการ์ตูนญี่ปุ่น

ในด้านการใช้เสียงจะมีเสียงของผู้บรรยายเป็นผู้ดำเนินเนื้อเรื่องหลัก มีการใช้น้ำเสียงที่สดใส มีจังหวะสูงต่ำในการอธิบายเนื้อหา และมีการเพิ่มความน่าสนใจ โดยใช้เสียงดนตรีประกอบ เสียงเอฟเฟค และการพากย์เสียงเป็นตัวละครผู้ปกครองเพื่อตั้งคำถาม และให้ผู้บรรยายได้ตอบกลับคำถามนั้น ๆ เพื่อคลายข้อสงสัยในประเด็นที่ได้ตั้งมา

วิดีโอวันที่ 13/1/2564 ชื่อเรื่อง : รู้จัก "หมอชนะ" แอปติดตามและประเมินความเสี่ยงโควิด-19



ภาพ 5 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=yMPu4vAD-cA>

ภายในวิดีโอเป็นการนำเสนอข้อมูล เพื่อให้ผู้รับสารได้รู้จักกับ แอป “หมอชนะ” โดยมีการใช้ผู้นำเสนอเป็นนายแพทย์ ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านนวัตกรรมและวิจัย ของกรมควบคุมโรค มาให้ความรู้เกี่ยวกับแอป หมอชนะ ในด้านของจุดเด่น การใช้งาน และความปลอดภัยในการใช้งาน

การนำเสนอในวิดีโอเป็นรูปแบบข่าวสั้น เน้นใช้เสียงบรรยายจากนายแพทย์โดยตรงตลอด ตั้งแต่ต้นจนจบ ควบคู่กับเสียงเพลงประกอบที่มีความดังน้อยกว่าเสียงของผู้บรรยาย ในระหว่างการอธิบายเนื้อหา มีการใช้ภาพนิ่งมาประกอบเป็นส่วนข้อมูลเสริม ที่มีเนื้อหาแตกต่างจากเสียงบรรยาย โดยภาพนิ่งที่ปรากฏมีการเพิ่มลูกเล่นให้เกิดความน่าสนใจด้วยเอฟเฟกต์แสงแฟร์ (Lens Flare) เคลื่อนผ่านภาพในบริเวณกลางภาพ เพื่อให้ภาพนิ่งธรรมดาเกิดความน่าสนใจมากขึ้น

วิดีโอวันที่ 29/1/2564 ชื่อเรื่อง : หมอชนะ แอปพลิเคชันแจ้งเตือน ความเสี่ยงผู้ติดเชื้อ COVID-19



ภาพ 6 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=l_H3gh0uSDw

วิดีโอนี้เป็นการนำเสนอเหตุผลว่าทำไมประชาชนจึงจำเป็นต้องใช้แอปพลิเคชัน (Application) “หมอชนะ” โดยจะมีการอธิบายถึง ความรวดเร็ว ความแม่นยำ ประสิทธิภาพ ความปลอดภัย ของแอปพลิเคชัน และข้อดีของการใช้แอปที่สามารถช่วยเหลือบุคลากรทางการแพทย์ ให้สามารถทำงาน คัดกรองโรคโควิด-19 ในแต่ละพื้นที่ได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

การนำเสนอในวิดีโอนี้เป็นรูปแบบข่าวสั้น มีการนำวิดีโอ มาใช้ประกอบในการเล่าเรื่อง โดยเป็นวิดีโอที่ถูกลำเลียงมาจากสถานการณ์จริง และจากการประกอบสร้างขึ้นเพื่อให้มีความสอดคล้องกับเนื้อหาตามเสียงบรรยาย ในส่วนของการลำดับภาพจะใช้ภาพกราฟิกสลับกับวิดีโอที่ตัดสลับไปมาอย่างต่อเนื่อง แต่ละฉากที่ปรากฏจะมีความเกี่ยวข้องตามเสียงบรรยายทุกฉาก

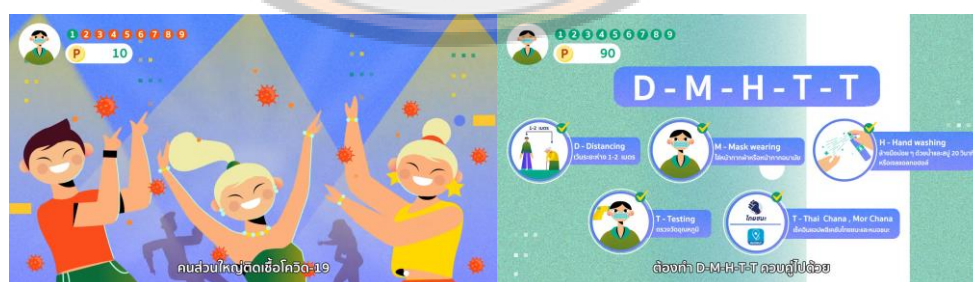
วิดีโอวันที่ 19/3/2564 ชื่อเรื่อง : การป้องกันควบคุมโรคโควิด-19 สำหรับผู้เดินทางในประเทศไทย



ภาพ 7 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=pxGLYXst5i0&t=167s>

วิดีโอวันที่ 23/4/2564 ชื่อเรื่อง : ทำความเข้าใจโรคโควิด-19 แม้จะมีวัคซีน



ภาพ 8 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=ydku4FYUlpM>

วิดีโอชื่อเรื่อง : “การป้องกันควบคุมโรคโควิด-19 สำหรับผู้เดินทางในประเทศไทย” และ “ทำความเข้าใจโรคโควิด-19 แม้จะมีวัคซีน” พบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาที่คล้ายคลึงกันคือ มาตรการ D-M-H-T-T หรือก็คือ แนวทางปฏิบัติที่กระทรวงสาธารณสุขแนะนำให้ใช้ในการชะลอการระบาดของโควิด-19 ถึงแม้ทั้งสองวิดีโอ จะมีเนื้อหาที่คล้ายคลึงกัน ใช้การนำเสนอรูปแบบแอนิเมชันเหมือนกัน แต่ใช้การเกริ่นประเด็นที่แตกต่างกันในช่วงต้น โดยวิดีโอเรื่อง : การป้องกันควบคุมโรคโควิด-19 สำหรับผู้เดินทางในประเทศไทย ใช้การเล่าเรื่องจากวงกว้าง ซึ่งเป็นกลุ่มนักเดินทางจากต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาสู่ประเทศไทย แต่วิดีโอเรื่อง ทำความเข้าใจโรคโควิด-19 แม้จะมีวัคซีนใช้การเกริ่นเรื่องจากวงแคบ ซึ่งเป็นการใช้ชีวิตประจำวัน ที่เป็นพฤติกรรมเสี่ยงของผู้คนในปัจจุบัน ข้อแตกต่างดังกล่าว ทำให้เห็นถึง ความมั่นคงของมาตรการที่สามารถนำมาปรับใช้ได้หลากหลายกลุ่มประชากร และช่วงเวลาตั้งแต่เริ่มต้น-ปัจจุบัน

ในส่วนขององค์ประกอบ ของทั้งสองวิดีโอ ได้มีการเน้นใช้ภาพกราฟิกแบบแอนิเมชันที่มีสีสันสดใส เน้นใช้เอฟเฟกต์การเคลื่อนไหวของภาพกราฟิกอย่างลื่นไหล และใช้เสียงดนตรีประกอบที่ทำให้รู้สึกสบาย ผ่อนคลาย แต่ไม่ถึงกับดูไม่น่าเชื่อถือมากเกินไป ควบคู่ไปกับเสียงของผู้บรรยายเนื้อหาที่ใช้น้ำเสียงกึ่งทางการ ทำให้เสียงที่ใช้ในการบรรยายฟังดูมีชีวิตชีวา ทำให้รู้สึกเป็นกันเอง ไม่ตึงเครียดมากเกินไป

วิดีโอวันที่ 5/5/2564 ชื่อเรื่อง : เหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ ภายหลังได้รับการสร้างเสริมภูมิคุ้มกัน

โควิด-19



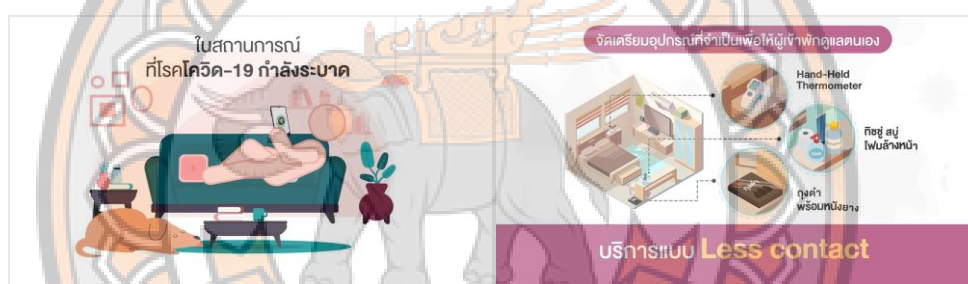
ภาพ 9 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=DsFe42nEFmw&t=190s>

วิดีโอเรื่อง : เหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ ภายหลังได้รับการสร้างเสริมภูมิคุ้มกันโควิด-19 พบว่าเป็นการนำเสนอในรูปแบบแอนิเมชัน โดยมีซับไตเติ้ลตลอดทั้งวิดีโอตั้งแต่ต้นจนจบ โดยซับไตเติ้ลที่ปรากฏทั้งหมดภายในวิดีโอ ถูกนำมาใช้เป็นข้อความหลักตลอดการบรรยาย โดยมีการเพิ่มขนาดให้มีความหลากหลาย ตามความสำคัญของเนื้อหา ซึ่งแตกต่างจากวิดีโออื่น ๆ ที่ซับไตเติ้ลจะเป็นเพียงแค่อักษรเล็ก ๆ อยู่บริเวณด้านล่างของวิดีโอเท่านั้น

ความโดดเด่นด้านการสื่อสารด้วยภาพของวิดีโอนี้ เป็นการสร้างภาพประกอบที่เข้าใจได้ง่าย มีความสอดคล้องกับ เสียงผู้บรรยาย และตัวอักษรทุกประการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารที่มีความบกพร่องทางด้านภาษา ก็สามารถตีความหมาย และรับรู้ได้จากการรับชมเพียงแค่ภาพอย่างเดียวก็ได้เช่นเดียวกัน

วิดีโอวันที่ 17/5/2563 ชื่อเรื่อง : สถานที่กักกันของรัฐ State Quarantine

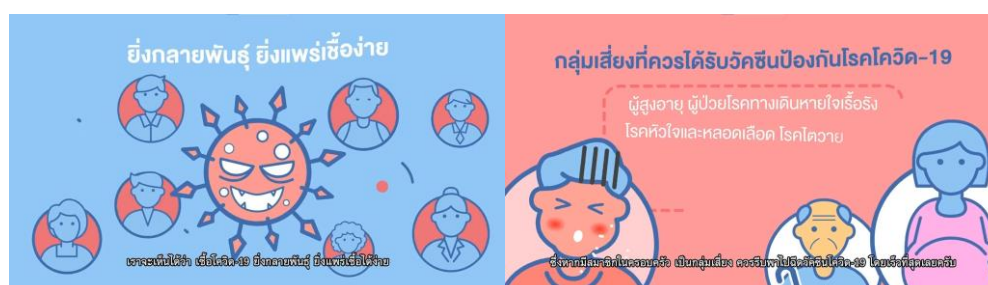


ภาพ 10 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=1pG8G30dYuw&t=104s>

วิดีโอวันที่ 22/8/2564 ชื่อเรื่อง : ตามหลักวิธีป้องกันก็ยังตามเดิม คือใส่หน้ากากอนามัย ล้างมือให้

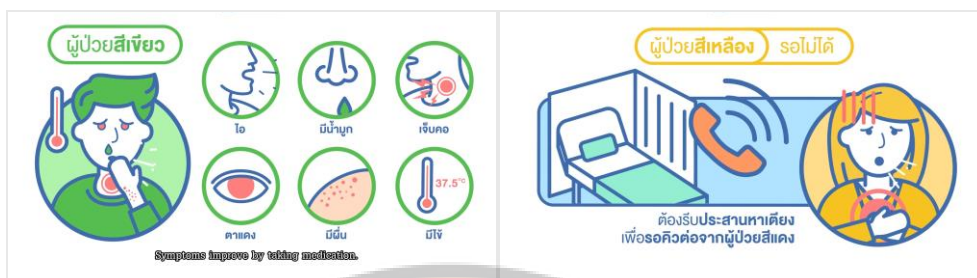
บ่อยพยายามเว้นระยะห่าง



ภาพ 11 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=HF2OvISRFaE&t=5s>

วิดีโอวันที่ 31/8/2564 ชื่อเรื่อง : ประเมินตนเองอย่างไร เมื่อเป็นผู้ติดเชื้อ COVID-19



ภาพ 12 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=KlhxZE1QaJg>

สำหรับวิดีโอเรื่อง “สถานที่กักกันของรัฐ (State Quarantine)”, “ตามหลักวิธีป้องกันก็ยังตามเดิม คือใส่หน้ากากอนามัย ล้างมือให้บ่อย พยายามเว้นระยะห่าง” และ “ประเมินตนเองอย่างไรเมื่อเป็นผู้ติดเชื้อ COVID-19” พบว่า เป็นการนำเสนอในรูปแบบแอนิเมชัน ที่มีความคล้ายคลึงกันในด้านการใช้ลูกเล่นให้กับตัวอักษร และซับไตเติ้ลภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ โดยจะปรากฏเป็นตัวอักษรที่มีการเคลื่อนไหวอย่างลื่นไหล และใช้ซับไตเติ้ลนำมาเป็นข้อความหลักในการเน้นข้อความ ได้แก่ การเพิ่มขนาด การใช้สีที่หลากหลายการใส่เอฟเฟค ซูมเข้า-ออก (Zoom-in Zoom-out) ทั้งนี้ก็เพื่อให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

การใช้เสียงประกอบ สำหรับเสียงของผู้บรรยายจะใช้น้ำเสียงเป็นทางการ ควบคู่กับเสียงดนตรีประกอบที่เบากว่าเสียงผู้บรรยาย โดยจะเป็นดนตรีบรรเลง ฟังสบาย และมีการใช้เสียงเอฟเฟคในทุก ๆ การเคลื่อนไหว ได้แก่ การเคลื่อนไหวของตัวอักษร การเปลี่ยนฉาก การปรากฏของภาพกราฟิก

วิดีโอวันที่ 17/1/2564 ชื่อเรื่อง : สวมหน้ากากอนามัย ป้องกันโรคระบบทางเดินหายใจ



ภาพ 13 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=ZpfLgK9NGAc&t=117s>

สำหรับวิดีโอเรื่อง : “สวมหน้ากากอนามัย ป้องกันโรคระบบทางเดินหายใจ” พบว่า เป็นการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบข่าวสั้น เกี่ยวกับการสวมหน้ากากอนามัย วิธีการจัดการกับหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้ว ในช่วงท้ายของวิดีโอได้แนะนำวิธีการประดิษฐ์หน้ากากอนามัยใช้เอง เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุน และเพื่อการป้องกันโรคระบบทางเดินหายใจ

ภายในวิดีโอจะเน้นใช้ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหว และตัวอักษรผสมผสานกัน ซึ่งจะใช้ในการอธิบายเนื้อหาสำคัญ ในบางช่วงจะใช้เพื่อเสริมการอธิบายในประเด็นเพิ่มเติม ที่ตัวละครผู้ดำเนินเรื่องไม่ได้บรรยายไว้สำหรับการใช้เสียงดนตรีภายในวิดีโอ จะใช้ดนตรีที่สนุกสนาน ผ่อนคลาย ซึ่งจะเสียงดังในช่วงผู้บรรยายเงียบ แต่จะเสียงเบาลงในช่วงที่ผู้บรรยายเริ่มพูด และการใช้เสียงเอฟเฟคจะถูกใช้เล็กน้อย ในช่วงที่มีตัวอักษรปรากฏขึ้น หรือใช้กับภาพกราฟิกต่าง ๆ

วิดีโอวันที่ 21/5/2564 ชื่อเรื่อง : ฉีดวัคซีนดีไหม ?



ภาพ 14 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.facebook.com/watch/?v=521920989170961>

สำหรับวิดีโอเรื่อง : “ฉีดวัคซีนดีไหม?” พบว่า เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ในการฉีดวัคซีนต้านโควิด-19 ว่ามีความปลอดภัยต่อประชาชนหลายกลุ่ม ไม่ว่าทั้งบุคคลทั่วไป หรือบุคคลที่มีโรคประจำตัวก็สามารถเข้ารับการฉีดวัคซีนได้

การลำดับฉากในวิดีโอ ภายในวิดีโอได้ใช้นักวิชาการสาธารณสุข มาเป็นผู้ดำเนินเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบ โดยจะทำหน้าที่ในการตอบคำถามในประเด็นที่เป็นที่สงสัยในขณะนั้น ในช่วงที่ตอบคำถามจะปรากฏเป็นภาพนิ่ง หรือวิดีโอที่ประกอบประกอบอธิบายให้เข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น สำหรับช่วงไหนที่มีความสำคัญจะปรากฏเป็นตัวอักษรที่เน้นขนาดใหญ่ และเน้นสีที่แตกต่างกันเพื่อให้เข้าใจถึงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย

ในด้านการใช้เสียง ตลอดทั้งวิดีโอจะใส่เสียงดนตรีประกอบตลอดตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งเป็นดนตรีที่เน้นให้ความรู้สึกในเชิงบวก และในบางช่วงได้มีการใช้เสียงเอฟเฟกต์ประกอบประกอบปรากฏของตัวอักษร ภาพนิ่ง หรือการเปลี่ยนฉาก เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และความรู้สึกของผู้รับชมให้รู้สึกผ่อนคลายในขณะรับชม

วิดีโอวันที่ 1/10/2564 ชื่อเรื่อง : การฉีดวัคซีนไฟเซอร์ (Pfizer) ในเด็กนักเรียน



ภาพ 15 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=DXNk5QGUM0U>

สำหรับวิดีโอเรื่อง : “การฉีดวัคซีนไฟเซอร์ (Pfizer) ในเด็กนักเรียน” พบว่า เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการฉีดวัคซีนไฟเซอร์ (Pfizer) ในเด็กนักเรียน ซึ่งได้มีการหยิบยกประเด็นของผู้ปกครองในขณะนั้น ว่าการฉีดวัคซีนไฟเซอร์เป็นผลดีต่อบุตรหลานจริงหรือไม่

การลำดับภาพภายในวิดีโอได้มีการจัดทำเป็นละครสั้นในช่วงต้นเรื่อง เพื่อจำลองสถานการณ์ของผู้ปกครองที่เกิดความกังวลในเรื่องการฉีดวัคซีนของบุตรหลาน พอในช่วงกลางเรื่องจะมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญมาให้คำตอบในประเด็นต่าง ๆ ในช่วงท้ายของเรื่อง จะนำเสนอภาพของเด็กนักเรียนที่ได้เข้ารับการฉีดวัคซีน และได้มีการเชิญชวนให้ออกมาฉีดวัคซีนในตอนจบ ภายในวิดีโอตัวอักษรจะถูกใช้

ในช่วงที่บุคลากรทางการแพทย์ออกมาให้ข้อมูล และในช่วงที่มีการอธิบายเกี่ยวกับขั้นตอนการเข้ารับ
ฉีดวัคซีนเท่านั้น

การใช้เสียงดนตรีภายในวิดีโอ จะถูกใช้ในช่วงของละครสั้น หรือในช่วงที่เป็นเนื้อหาเบา
สำหรับในช่วงการให้ข้อมูลในการฉีดวัคซีน เสียงดนตรีจะไม่ถูกใช้งาน จะมีเพียงแค่เสียงของผู้บรรยาย
เท่านั้น



ตารางที่ 3 : สื่อมัลติมีเดียแจ้งเพื่อทราบ

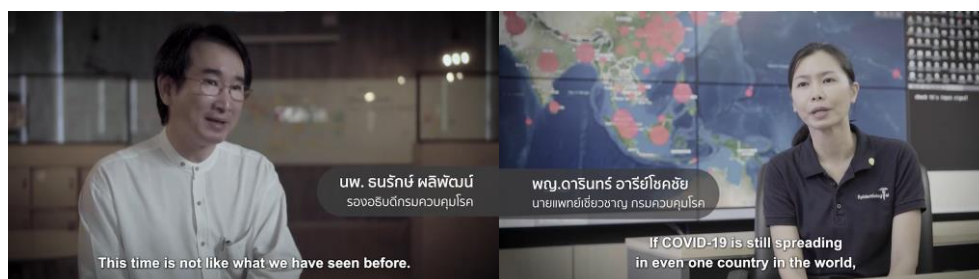
ลำดับ	วันที่	ลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค			องค์ประกอบสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค					รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค	
		สื่อให้ความรู้	สื่อแจ้งเพื่อทราบ	สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ	ตัวอักษร	เสียง	ภาพนิ่ง	ภาพเคลื่อนไหว	วีดิทัศน์	รูปแบบข่าว	รูปแบบอินโฟกราฟิก
1	1/6/2563	COVID-19 New Normal									
			/		/	/	/		/	/	
2	24/4/2564	10 พฤติกรรมเคยชิน เสี่ยง โควิด-19 กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข									
			/		/	/	/	/			/
3	29/7/2564	ขั้นตอนการคัดกรองผู้โดยสาร ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ									
			/						/	/	
4	29/12/2563	โรงพยาบาลสนามตลาดกลางกุ้ง จังหวัดสมุทรสาคร									
			/			/			/	/	
5	7/5/2564	หมอแล็บแพนด้า ! เชิญชวนคนไทยฉีดวัคซีนโควิด-19									
			/		/	/		/	/	/	
6	21/5/2564	เราพร้อมฉีดวัคซีน "สร้างภูมิคุ้มกัน"									
			/		/	/		/	/	/	
7	14/6/2564	มาตรการประจำวัน มาตรการที่ทำได้ทันทีเริ่มต้นได้ที่ตัวเรา D-M-H-T-T-A									
			/		/	/		/	/	/	
8	17/9/2564	“ผมเลือกฉีดวัคซีน เพราะผมไม่ยอมเสี่ยง” บอย พิชฌุ									
			/		/	/		/	/	/	

ลำดับ	วันที่	ลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค	องค์ประกอบสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค					รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค	
		สื่อให้ความรู้	สื่อแจ้งเพื่อทราบ	สื่อแนะนำแนวทางการปฏิบัติ	ตัวอักษร	เสียง	ภาพนิ่ง	ภาพเคลื่อนไหว	วีดิทัศน์
9	20/9/2564	ในความเป็นจริง พอทุกอย่างดีขึ้น เราก็ต้องออกไปอยู่ดี แต่คราวนี้เราไม่รู้ว่าจะดีขึ้นมันยังคงอยู่กับเรา อยู่บนโลกเราหรือเปล่า ไปอีกนานแค่ไหน" นายชาคริต แย้มนาม							
		/		/	/		/	/	/
10	21/9/2564	ห้วงคุณแม่ ห่วงครอบครัว มาฉีควัคซีนกันครับ : หลุยส์ สก๊อต							
		/		/	/		/	/	/
11	24/9/2564	มาฉีควัคซีนกันดีกว่าค่ะ เพื่อหยุดการแพร่เชื้อโควิด19 : เบนซ์ ปุณยาพร							
		/		/	/		/	/	/
รวม					9	10	1	8	10
									10
									1

3.2 สื่อมัลติมีเดียแจ้งเพื่อทราบ

จากการวิเคราะห์สื่อมัลติมีเดีย ประเภทสื่อแจ้งเพื่อทราบทั้ง 11 วิดีโอ พบว่า เป็นการนำเสนอข้อมูลที่กระชับ ได้ใจความ หรือเป็นเนื้อหาที่ถูกสร้างมาเพื่อการแก้ไขความเข้าใจผิด ความหลากหลายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ที่ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบ ที่ขัดต่อการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์ จึงได้มีการนำเสนอเนื้อหาผ่านบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ หรือบุคคลสาธารณะที่มีชื่อเสียง เพื่อให้สามารถส่งข้อมูลข่าวสาร เข้าไปถึงกลุ่มผู้รับสารได้เป็นวงกว้างมากขึ้น

วิดีโอวันที่ 1/6/2563 ชื่อเรื่อง : COVID-19 New Normal



ภาพ 16 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=sTLEe89_nf8&t=6s

วิดีโอเรื่อง : COVID-19 New Normal พบว่า ในสถานการณ์ดังเครียด จากสถานการณ์โควิด-19 พบบ่อยผู้ติดเชื้อสูงขึ้นเรื่อย ๆ 123 ประเทศภายในระยะเวลาไม่ถึง 2 เดือน จนประชาชนต่างตั้งคำถามว่า “โควิด-19 จะหายไปจากประเทศไทยหรือไม่” จะเห็นได้ว่าภายในวิดีโอได้มีการหยิบยกปัญหาที่กำลังเป็นประเด็นทางสังคมอยู่ในขณะนั้น นำมาเปิดไว้ข้างต้นของวิดีโอ โดยมีการใช้บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือมาเป็นผู้บรรยายเนื้อหาตลอดทั้งวิดีโอ ได้แก่ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และรองอธิบดีกรมควบคุมโรค มาตอบคำถามที่เป็นประเด็นอยู่ในขณะนั้น และในช่วงกลางของวิดีโอ ได้มีการลงพื้นที่สัมภาษณ์ประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ว่ามีการใช้ชีวิต หรือการทำงานที่แตกต่างไปจากเดิมอย่างไร ก่อนในช่วงท้ายของวิดีโอจะเป็นการพูดเพื่อให้กำลังใจประชาชนทุกคน ที่ต้องเผชิญกับโรคโควิด-19 ให้ต่อสู้ต่อไป เพราะสักวันจะต้องชนะแน่นอน

ภายในวิดีโอได้มีการใช้ซับไตเติ้ลภาษาอังกฤษตลอดตั้งแต่ต้นจนจบ บางช่วงของวิดีโอได้มีการเน้นข้อความที่เป็นใจความสำคัญ ได้แก่ การเน้นขนาดข้อความให้มีขนาดใหญ่ เน้นข้อความด้วยสีแดง มีการใช้ภาพนิ่งในช่วงท้ายเล็กน้อย เพียงไม่กี่วินาที โดยเป็นการบอกเล่าเรื่องราวการปรับตัวของประชาชนแต่ละอาชีพอย่างรวดเร็ว โดยดนตรีประกอบภายในวิดีโอตลอดทั้งคลิป จะเป็นดนตรีที่ฟังแล้วให้ความรู้สึกมีความหวัง ปลุกกำลังใจ เปรียบเสมือนการต่อสู้ในครั้งนี้ ย่อมมีหนทางที่จะชนะในสักวันหนึ่ง

วิดีโอวันที่ 24/4/2564 ชื่อเรื่อง : 10 พฤติกรรมเคยชิน เสี่ยง โควิด-19 กรมควบคุมโรค

กระทรวงสาธารณสุข



ภาพ 17 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=zfVEzvjMnvY&t=32s>

วิดีโอเรื่อง : 10 พฤติกรรมเคยชิน เสี่ยง โควิด-19 กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข พบว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กรมควบคุมโรคได้ทำวิดีโอเพื่อกระตุ้นพฤติกรรมของประชาชน ที่อาจปฏิบัติตนเป็นความเสี่ยงต่อตนเอง และบุคคลรอบข้าง ด้วยการเกริ่นนำถึง 10 พฤติกรรมความเสี่ยงโควิด-19 ที่คนทั่วไปอาจจะทำจนเป็นเรื่องเคยชิน อาจถึงขั้นปล่อยปะละเลยถึงความปลอดภัยได้ และก่อนจบวิดีโอได้มีการทิ้งข้อความเพื่อกระตุ้นผู้รับชมว่า ทั้ง 10 พฤติกรรมที่กล่าวมาข้างต้น สามารถเริ่มต้นได้ที่ตัวของเราเอง

ภายในวิดีโอเน้นใช้ภาพกราฟิก ภาพเคลื่อนไหวเป็นหลัก โดยการเคลื่อนไหวต่าง ๆ เป็นการเคลื่อนไหวเพื่อสื่อความหมาย ถึงพฤติกรรมของผู้ที่กำลังปฏิบัติพฤติกรรมที่มีความเสี่ยงทั้ง 10 ข้อ ควบคู่กับตัวอักษรที่เน้นให้มีขนาดใหญ่ โดยขณะปรากฏขึ้นมาจะมีการใช้เอฟเฟคเพื่อเพิ่มความน่าสนใจในหัวข้อต่าง ๆ ควบคู่กับมีเสียงเอฟเฟคประกอบในทุก ๆ การเคลื่อนไหวของวัตถุ

วิดีโอวันที่ 29/7/2564 ชื่อเรื่อง : ขั้นตอนการคัดกรองผู้โดยสาร ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ



ภาพ 18 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=pTigdzxfLak&t=45s>

วิดีโอวันที่ 29/12/2563 ชื่อเรื่อง : โรงพยาบาลสนามตลาดกลางกุ้ง จังหวัดสมุทรสาคร



ภาพ 19 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=F6KOaCHaT28&t=48s>

วิดีโอเรื่อง : “ขั้นตอนการคัดกรองผู้โดยสาร ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” และ “โรงพยาบาลสนามตลาดกลางกุ้ง จังหวัดสมุทรสาคร” พบว่า เนื้อหาภายในวิดีโอมีลักษณะคล้ายกัน โดยใช้บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือทางการแพทย์มาเป็นผู้บรรยายเนื้อหาตลอดทั้งวิดีโอ ลักษณะการนำเสนอจะเป็นการลงพื้นที่เพื่อไปอธิบายในจุดต่าง ๆ ว่ามีระบบการทำงานอย่างไร เพื่อให้ประชาชนที่มีความเกี่ยวข้องสามารถเข้าใจถึงข้อควรปฏิบัติในการใช้งาน โรงพยาบาลสนาม และสนามบินสุวรรณภูมิ ได้จากการรับชมวิดีโอดังกล่าว

ภายในวิดีโอเน้นใช้วิดีโอที่ถ่ายจากสถานที่จริง ได้แก่ ภาพบรรยากาศ ภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการแพทย์ และภาพประชาชนภายในพื้นที่ที่มาใช้บริการ โดยทั้งสองวิดีโอไม่มีการใช้ซับไตเติ้ล ไม่มีการเน้นขนาดหรือการใส่ข้อความ มีการใส่เสียงดนตรีประกอบเพียงเล็กน้อยในตอนจบของวิดีโอ

วิดีโอวันที่ 14/6/2564 ชื่อเรื่อง : มาตรการประจำวัน มาตรการที่ทำได้ทันทีเริ่มต้นได้ที่ตัวเรา

D-M-H-T-T-A



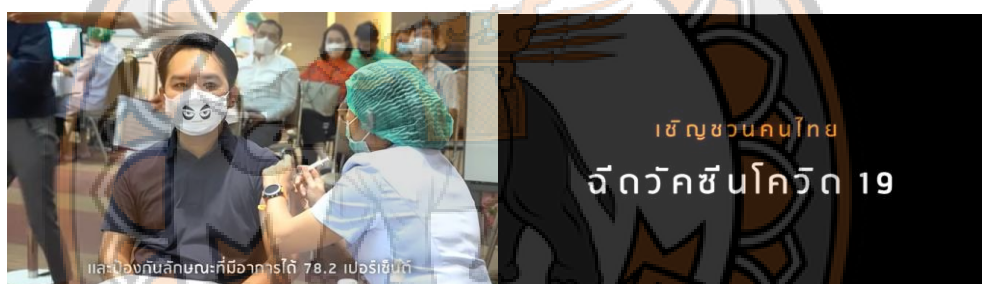
ภาพ 20 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=4L6yFY7SuYw&t=42s>

วิดีโอเรื่อง : “มาตรการประจำวัน มาตรการที่ทำได้ทันทีที่เริ่มต้นได้ที่ตัวเรา D-M-H-T-T-A” พบว่า เป็นการนำเสนอว่าประชาชนส่วนใหญ่สามารถปรับตัว และใช้ชีวิตภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ในบริบทต่าง ๆ ได้ดีมากยิ่งขึ้น แต่ถึงกระนั้นก็ไม่ควรไว้วางใจ ปล่อยปะละเลย ในการใช้ชีวิต ทุกคนยังต้องปฏิบัติตามมาตรการ D-M-H-T-T-A อยู่ เพื่อให้แน่ใจว่าโควิด-19 จะหมดลงแล้วจริง ๆ

ภายในวิดีโอได้มีการเน้นใช้ชีวิตที่ศรัทธาจากหลากหลายแหล่งช่องทางออนไลน์ ได้แก่ จากช่องสำนักข่าว จากช่องยูทูบที่มีชื่อเสียง จากการลงพื้นที่ถ่ายชีวิตประจำวันของประชาชน โดยตลอดทั้งคลิปวิดีโอมีการใส่ซับไตเติ้ลภาษาไทย ประกอบเสียงผู้บรรยาย บางช่วงเวลามีการเน้นขนาดข้อความ เน้นสีข้อความ ที่เป็นใจความสำคัญ ควบคู่กับเสียงดนตรีเบา ๆ ที่ให้ความรู้สึกมีความหวัง ผ่อนคลาย ไม่ตึงเครียด เพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ในขณะนั้น ที่ประชาชนส่วนใหญ่สามารถปรับตัวได้แล้ว

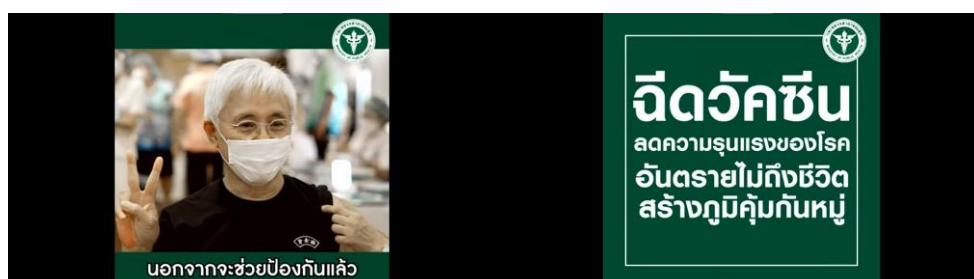
วิดีโอวันที่ 7/5/2564 ชื่อเรื่อง : หมอเล็บแพนด้า ! เชิญชวนคนไทยฉีดวัคซีนโควิด-19



ภาพ 21 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=qu9RnC9dYZY&t=11s>

วิดีโอวันที่ 21/5/2564 ชื่อเรื่อง : เราพร้อมฉีดวัคซีน "สร้างภูมิคุ้มกัน"



ภาพ 22 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=Q71lrUQwjG8>

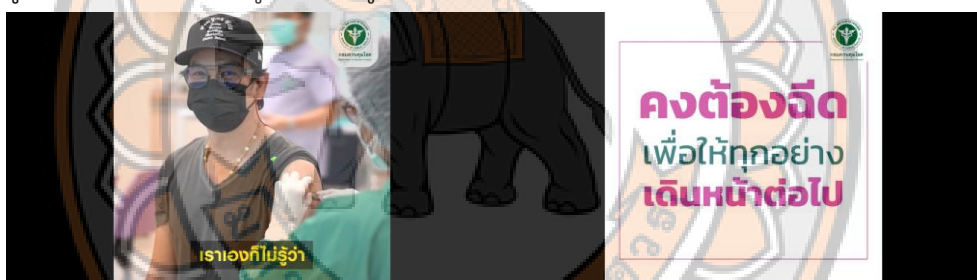
วิดีโอวันที่ 17/9/2564 ชื่อเรื่อง : “ผมเลือกฉีดวัคซีน เพราะผมไม่อยากเสี่ยง” บอย พิษณุ



ภาพ 23 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=j2V17FPIkcw&t=26s>

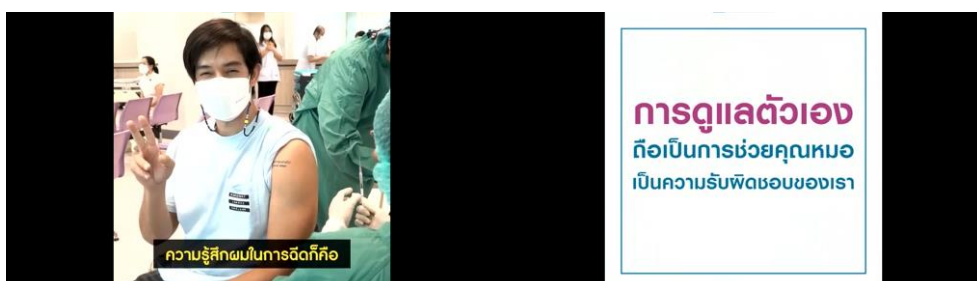
วิดีโอวันที่ 20/9/2564 ชื่อเรื่อง : ในความเป็นจริง พอทุกอย่างดีขึ้น เราก็ต้องออกไปอยู่ดี แต่คราวนี้เราไม่รู้ว่าเชื้อตัวนี้นั้นยังคงอยู่กับเรา อยู่บนโลกเราหรือเปล่า ไปอีกนานแค่ไหน" นายชาคริต แย้มนาม



ภาพ 24 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=TWo4HssWD3E&t=2s>

วิดีโอวันที่ 21/9/2564 ชื่อเรื่อง : ห่วงคุณแม่ ห่วงครอบครัว มาฉีดวัคซีนกันครับ : หลุยส์ สก๊อต



ภาพ 25 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=kFKvYvwy3ms>

วิดีโอวันที่ 24/9/2564 ชื่อเรื่อง : มาฉีดวัคซีนกันดีกว่าค่ะ เพื่อหยุดการแพร่เชื้อโควิด19 :

เบนซ์ ปุณยาพร



ภาพ 26 แสดงภาพตัวอย่างองค์ประกอบที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=0IPlnnFZFmA>

วิดีโอเรื่อง : “หมอเล็บแพนด้า ! เชิญชวนคนไทยฉีดวัคซีนโควิด-19”, “เราพร้อมฉีดวัคซีน “สร้างภูมิคุ้มกัน” , “ผมเลือกฉีดวัคซีน เพราะผมไม่อย่างเสี่ยง” บอย พิษณุ , ในความเป็นจริง พอทุกอย่างดีขึ้น เราก็ต้องออกไปอยู่ดี แต่คราวนี้เราไม่รู้ว่าเชื้อตัวนี้มันยังคงอยู่กับเรา อยู่บนโลกเราหรือเปล่า ไปอีกนานแค่ไหน” นายชาคริต แย้มนาม , ห่วงคุณแม่ ห่วงครอบครัว มาฉีดวัคซีนกันครับ : หลุยส์ สก๊อต และมาฉีดวัคซีนกันดีกว่าค่ะ เพื่อหยุดการแพร่เชื้อโควิด19 : เบนซ์ ปุณยาพร พบว่า มีลักษณะการนำเสนอในช่วงเวลาที่ใกล้เคียงกัน และเป็นเนื้อหาการเชิญชวนประชาชนมาร่วมฉีดวัคซีน เพื่อเป็นการรับผิดชอบต่อสังคม ภายในวิดีโอได้ใช้บุคคลสาธารณะ ที่มีชื่อเสียงให้ออกมาพูดถึงเหตุผลว่าทำไมตนเองถึงเลือกที่จะออกมาฉีดวัคซีน ในขณะที่ในช่วงเวลานั้น ประชาชนต่างหวาดกลัวการฉีดวัคซีน และมองว่าการฉีดวัคซีนอาจให้โทษมากกว่าส่งผลดีต่อตนเอง

ลำดับการนำเสนอภายในวิดีโอ ได้มีการเปิดเรื่องด้วยประเด็นคำถามในลักษณะเป็นตัวอักษร ปรากฏขึ้นมา แล้วใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นผู้ดำเนินเรื่องหรือตอบคำถาม โดยจะใช้เสียงของผู้ดำเนินเรื่องตั้งแต่ต้นจนจบ ควบคู่กับการใช้ซับไตเติ้ล ที่เน้นขนาดให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติ และปิดจบวิดีโอด้วย คำพูดที่ฝากไปถึงประชาชน หรือบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งเป็นคำเชิญชวนให้มาร่วมฉีดวัคซีน หรือเป็นคำพูดที่ให้กำลังใจแก่บุคลากรทางการแพทย์ที่ทำงานหนักทุกคน

ตารางที่ 4 : สื่อมัลติมีเดียแนะนำแนวทางปฏิบัติ

ลำดับ	วันที่	ลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค			องค์ประกอบสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค					รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค	
		สื่อให้ความรู้	สื่อแจ้งเพื่อทราบ	สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ	ตัวอักษร	เสียง	ภาพนิ่ง	ภาพเคลื่อนไหว	วีดิทัศน์	รูปแบบข่าว	รูปแบบนิเทศ
1	2/2/2563	คำแนะนำโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019									
				/	/	/	/	/	/	/	
2	29/5/2563	5 วิธีปฏิบัติตนให้ปลอดภัยโควิด-19 เมื่อใช้ชีวิตนอกบ้าน									
				/	/	/	/	/			/
3	4/6/2563	วิธีการป้องกันตัวเองจากเชื้อโควิด-19									
				/	/	/	/	/			/
4	9/6/2563	รู้หน้าไม่รู้ใคร? มีอะไรอยู่ที่หน้ากาก?									
				/	/	/	/	/			/
5	12/1/2564	ทำอะไร เมื่อมีคนไม่สบายในโรงเรียน									
				/	/	/	/	/			/
6	12/1/2564	เพลง สู้โควิดตัวร้าย									
				/	/	/	/	/			/
7	23/4/2563	คลิปแนะนำ การป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตอน หลัก3ล. ช่วยป้องกันไวรัสโคโรนา2019									
				/	/	/	/	/			/
8	26/4/2564	ทำอะไรเมื่อพบคนในบ้านป่วยเป็นโรคโควิด-19									
				/	/	/	/	/			/

ตารางที่ 4 : สื่อมัลติมีเดียแนะนำแนวทางปฏิบัติ (ต่อ)

ลำดับ	วันที่	ลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค			องค์ประกอบสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค					รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค	
		สื่อให้ความรู้	สื่อแจ้งเพื่อทราบ	สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ	ตัวอักษร	เสียง	ภาพนิ่ง	ภาพเคลื่อนไหว	วีดิทัศน์	รูปแบบข่าว	รูปแบบแอนิเมชัน
9	31/8/2563	แผนจัดการโรคโควิด-19 ตามระยะการระบาด									
				/	/	/		/			/
10	14/10/2563	โรคภัยร้าย ๆ ภัยทำงาน - EP.1 วิกฤต Covid-19 “ประชุม” อย่างไรให้ปลอดภัย									
				/	/	/		/	/	/	
รวม					10	10	2	10	2	2	8

3.3 สื่อมัลติมีเดียแนะนำแนวทางปฏิบัติ

จากการวิเคราะห์สื่อมัลติมีเดีย ประเภทสื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติทั้ง 10 วิดีโอพบว่า เป็นสื่อที่มีความต่อเนื่องจากสื่อมัลติมีเดียให้ความรู้ โดยจะเน้นนำเสนอขั้นตอนการปฏิบัติ และให้คำแนะนำเชิงวิชาการด้านสุขภาพ โดยใช้นโยบาย กฎระเบียบและโครงการต่างๆ แนะนำเป็นลำดับเพื่อให้เกิดความเข้าใจง่าย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ ผู้รับสารสามารถป้องกันตนเองจากโรคโควิด-19 ได้อย่างทันทั่วทั้งที่

วิดีโอวันที่ 2/2/2563 ชื่อเรื่อง : คำแนะนำโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019



ภาพ 27 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสไลด์มัลติมีเดีย

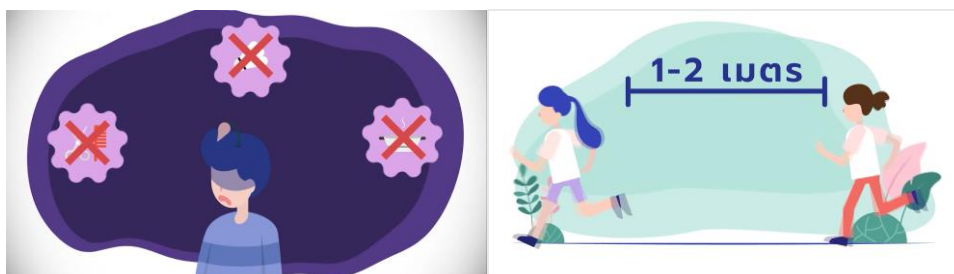
ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=3SUvLTB1bS0>

วิดีโอเรื่อง : “คำแนะนำโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019” พบว่าเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นแนวทางปฏิบัติ เกี่ยวกับการปฏิบัติตนหลังจากเดินทางกลับมาจากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย วิธีสังเกตอาการที่อาจเป็นความเสี่ยงในการเกิดโรคโควิด-19 และข้อปฏิบัติตนสำหรับหลังจากรู้ว่าตนเองเป็นผู้ติดเชื้อโควิด-19

ภายในวิดีโอมีการใช้ข้อความที่เป็นซับไตเติ้ลตลอดทั้งวิดีโอ บางช่วงเวลามีการเน้นขนาดข้อความให้มีขนาดใหญ่ ได้แก่ หัวข้อในการปฏิบัติตนในการป้องกันโรคโควิด-19 และ เบอร์สายด่วน 1422 โดยเป็นการเน้นข้อความที่มีความสำคัญต่อผู้รับชม ให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจน จดจำง่าย

สำหรับการลำดับภาพภายในวิดีโอ จะลำดับภาพตามเสียงของผู้บรรยาย โดยแต่ละฉากจะสอดคล้องกับคำบรรยายทุกประการ ไม่ว่าจะเป็นภาพนิ่ง หรือวิดีโอ โดยน้ำเสียงที่ใช้ภายในวิดีโอใช้น้ำเสียงเป็นทางการ เพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ที่มีความเคร่งครัดในช่วงเวลานั้น

วิดีโอวันที่ 29/5/2563 ชื่อเรื่อง : 5 วิธีปฏิบัติตนให้ปลอดภัยโควิด-19 เมื่อใช้ชีวิตนอกบ้าน



ภาพ 28 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสไลด์มัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=xO-FTUdO16Q>

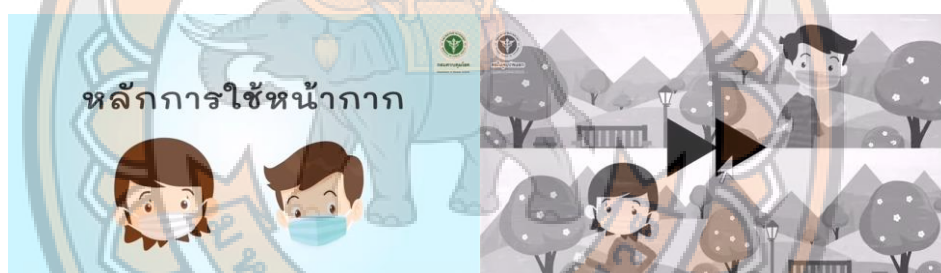
วิดีโอวันที่ 4/6/2563 ชื่อเรื่อง : วิธีการป้องกันตัวเองจากเชื้อโควิด-19



ภาพ 29 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=KdRXe6ZfK6w>

วิดีโอวันที่ 9/6/2563 ชื่อเรื่อง : รู้หน้าไม่รู้ใคร? มีอะไรอยู่ที่หน้ากาก?



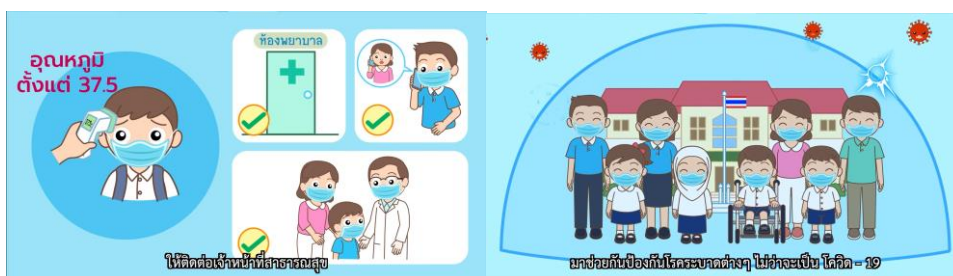
ภาพ 30 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=pZ3utA4OT4M>

วิดีโอเรื่อง : “5 วิธีปฏิบัติตนให้ปลอดภัยโควิด-19 เมื่อใช้ชีวิตนอกบ้าน” , “วิธีการป้องกันตัวเองจากเชื้อโควิด-19” และ “รู้หน้าไม่รู้ใคร? มีอะไรอยู่ที่หน้ากาก?” พบว่า เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นแนวทางปฏิบัติ ในรูปแบบแอนิเมชัน เกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติตนอย่างไรให้ปลอดภัยจากโรคโควิด-19 ขณะใช้ชีวิตประจำวันนอกบ้าน และภายในบ้าน รวมไปถึงการแนะนำแนวทางบริหารจัดการกับหน้ากากอนามัยที่ใช้แล้ว ว่าควรทำอย่างไร

องค์ประกอบที่ใช้ภายในวิดีโอ เน้นการเล่าเรื่องด้วยการใช้ภาพและเสียงในการสื่อสาร โดยตลอดทั้งวิดีโอจะประกอบไปด้วยเสียงของผู้บรรยาย เสียงเอฟเฟค เสียงดนตรี และภาพประกอบการบรรยาย ซึ่งมีการใช้ตัวอักษรเพียงเล็กน้อยเท่านั้น โดยตัวอักษรที่ถูกใช้งาน จะถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายภาพที่สามารถเข้าใจได้ยาก หรือเป็นการอธิบายรายละเอียดประกอบภาพในฉากเข้าเกิดความเข้าใจได้มากยิ่งขึ้น

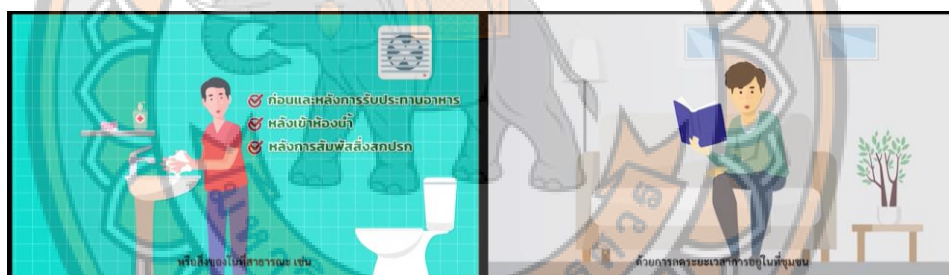
วันที่ 12/1/2564 ชื่อเรื่อง : ทำอย่างไร เมื่อมีคนไม่สบายในโรงเรียน



ภาพ 31 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=i0ywkfqPPT0&t=80s>

วันที่ 23/4/2563 ชื่อเรื่อง : คลิปแนะนำการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตอน หลัก3ล.
ช่วยป้องกันไวรัสโคโรนา2019



ภาพ 32 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=rn0V5S5lCAo>

วันที่ 26/4/2564 ชื่อเรื่อง : ทำอย่างไรเมื่อพบคนในบ้านป่วยเป็นโรคโควิด-19



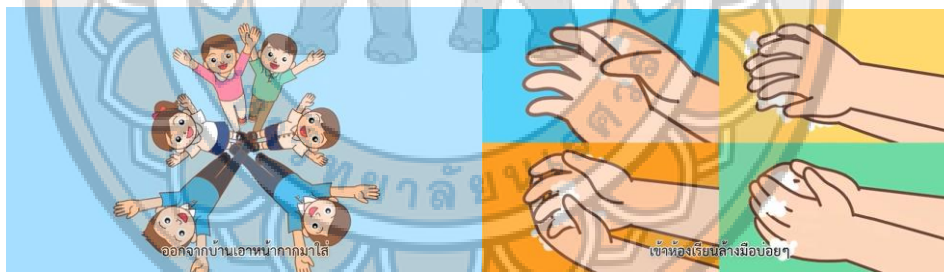
ภาพ 33 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: https://www.youtube.com/watch?v=axZszETV_DM

วิดีโอเรื่อง : “ทำอะไร เมื่อมีคนไม่สบายในโรงเรียน” , “คลิปแนะนำ การป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตอน หลีก3ล. ช่วยป้องกันไวรัสโคโรนา2019” และ “ทำอะไรเมื่อพบคนในบ้านป่วยเป็น โรคโควิด-19” พบว่า เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นแนวทางปฏิบัติ ในรูปแบบแอนิเมชัน ที่มีลักษณะการนำเสนอที่คล้ายคลึงกัน เกี่ยวกับการปฏิบัติตนตามมาตรการ D-M-H-T-T ของกรมควบคุมโรค โดยแต่ละวิดีโอจะมีการนำเสนอเนื้อหาภายใต้หัวข้อเดียวกัน แต่แตกต่างกันที่ เหตุการณ์ สถานที่ และบริบทของประชาชนที่แตกต่างกันออกไป

องค์ประกอบที่ถูกใช้ภายในวิดีโอ ใช้การเล่าเรื่องด้วยภาพกราฟิก มีการใช้เอฟเฟคเพื่อเพิ่มให้ภาพกราฟิกมีความน่าสนใจมากขึ้น และมีการใช้ซับไตเติ้ลตลอดทั้งวิดีโอตั้งแต่ต้นจนจบ ในด้านของเสียงภายในวิดีโอ โดยตลอดทั้งวิดีโอจะใช้เสียงของผู้บรรยายเป็นผู้ดำเนินเรื่อง ซึ่งในบางช่วงจะมีการใช้เสียงเอฟเฟค เพื่อเพิ่มอรรถรสให้การเล่าเรื่อง เกิดความต่อเนื่อง และน่าสนใจมากขึ้น ในส่วนของดนตรีประกอบทั้งสามวิดีโอจะใช้ดนตรี ที่เน้นจังหวะฟังสบายๆ ผ่อนคลาย ทั้งนี้ก็เพื่อแบ่งเบาภาระการรับรู้ต่อผู้รับสาร ซึ่งจะส่งผลให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกผ่อนคลายขณะรับชม เนื่องจากเป็นเนื้อหาเชิงวิชาการ ที่ถูกเผยแพร่ในสถานการณ์ที่ตึงเครียด

วิดีโอวันที่ 12/1/2564 ชื่อเรื่อง : เพลง สู้โควิดตัวร้าย



ภาพ 34 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

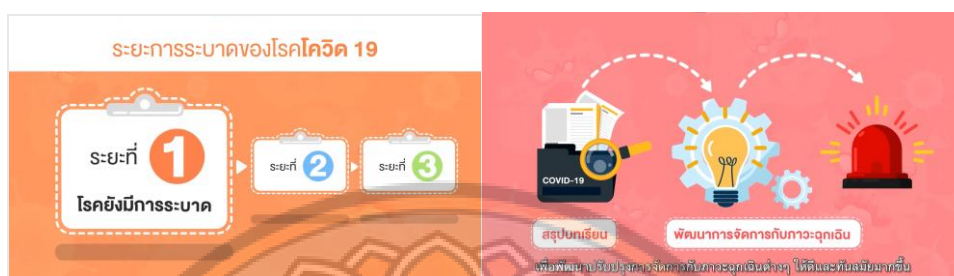
ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=2lkfjFd--yA>

วิดีโอเรื่อง : “เพลง สู้โควิดตัวร้าย” พบว่า เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นแนวทางปฏิบัติ ในรูปแบบแอนิเมชัน ที่แตกต่างจากวิดีโออื่น ๆ เนื่องจากการเผยแพร่ข้อมูลผ่านบทเพลง เกี่ยวกับการต่อสู้กับ โรคโควิด-19 โดยเป็นการนำเอาข้อปฏิบัติตามมาตรการ D-M-H-T-T-A มาแต่งเป็นบทเพลง เพื่อทำให้ผู้รับชมเกิดการติดหู จดจำมาตรการต่าง ๆ ได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

ภายในวิดีโอเน้นใช้ภาพกราฟิกเคลื่อนไหว ที่มีสีสันสวยงาม และใช้ซับไตเติ้ลภาษาไทยตลอด ตั้งแต่ต้นจนจบ เพื่อทำให้เกิดความรู้สึกเหมือนกำลังได้รับชม มิวสิควิดีโอเพลงอยู่ โดยจะมีเสียงของผู้

ขับร้อง ควบคู่กับเสียงดนตรีประกอบ ซึ่งในแต่ละตอนที่ขับร้องจะสอดคล้องกับฉากตามเนื้อเพลงทุกประการ เพื่อเป็นการสื่อความหมายที่ตรงไปตรงมา เข้าใจได้ง่ายต่อกลุ่มผู้รับชมที่เป็นเยาวชน

วิดีโอวันที่ 31/8/2563 ชื่อเรื่อง : แผนจัดการโรคโควิด-19 ตามระยะการระบาด



ภาพ 35 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=vgevUjsrQTQ&t=53s>

วิดีโอเรื่อง : “แผนจัดการโรคโควิด-19 ตามระยะการระบาด” พบว่า เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแผนจัดการโรคโควิด-19 ตามระยะการระบาดในช่วงเวลาต่าง ๆ เป็นการแนะนำแนวทางปฏิบัติอย่างเป็นวงกว้าง ทั้งในด้านของประชาชน และด้านบุคลากรทางการแพทย์ ว่าควรปฏิบัติอย่างไร เมื่ออยู่ในช่วงเวลาต่าง ๆ รวมไปถึงการอธิบายว่าควรปรับระบบการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์อย่างไร เพื่อให้สามารถควบคุมโรคโควิด-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภายในวิดีโอเน้นการใช้ภาพกราฟิก และเน้นการเคลื่อนไหว เพื่ออธิบายรายละเอียดเล็กน้อย ๆ ให้สามารถเข้าใจได้ทันที และใช้ซับไตเติ้ลภาษาไทยตลอดตั้งแต่ต้นจนจบ โดยตัวอักษรทั้งหมดภายในวิดีโอจะถูกใส่เอฟเฟค ให้สามารถเคลื่อนไหวได้เมื่อปรากฏออกมา ในส่วนของเสียงจะเน้นใช้เสียงเอฟเฟคในทุกครั้ง ที่มีวัตถุเคลื่อนไหว หรือปรากฏขึ้นภายในวิดีโอ ประกอบกับการใส่ดนตรีเบา ๆ ขณะที่เสียงผู้บรรยายกำลังอธิบายในหัวข้อต่าง ๆ แต่เสียงดนตรีจะดังขึ้นเมื่อจบหัวข้อ และจะเบาลงเมื่อหัวข้อใหม่ปรากฏขึ้นมา

วิดีโอวันที่ 14/10/2563 ชื่อเรื่อง : โครรวัย ๆ ้วยทำงาน - EP.1 วิกฤต Covid-19 “ประชุม”

อย่างไรให้ปลอดภัย



ภาพ 36 แสดงตัวอย่างองค์ประกอบที่เป็นข้อความที่ปรากฏภายในสื่อมัลติมีเดีย

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=YFr97AX51h0&t=25s>

วิดีโอเรื่อง : “โครรวัย ๆ ้วยทำงาน - EP.1 วิกฤต Covid-19 “ประชุม” อย่างไรให้ปลอดภัย” พบว่า เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นแนวทางปฏิบัติ ในรูปแบบข่าวสั้น ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตนที่เหมาะสมเมื่อต้องเข้าร่วมการประชุมในสถานการณ์โควิด-19 เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อตนเอง และบุคคลรอบข้าง

ภายในวิดีโอจะใช้แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นนักแสดงหลักในการดำเนินเรื่อง ในขณะที่อธิบายจะมีการใช้ภาพกราฟิกขึ้นมา พร้อมกับตัวอักษรที่ถูกเน้นสี เป็นการย้ำให้ผู้รับชมว่าเรื่องที่กำลังอธิบายอยู่เป็นสิ่งสำคัญ และหลังจากอธิบายในแต่ละเรื่องเสร็จ จะมีการตัดฉากเข้าสู่วิดีโอสถานการณ์จำลองที่ถูกจัดเตรียมไว้ เพื่อเป็นตัวอย่างในการปฏิบัติตามอย่างถูกวิธี

ตอนที่ 2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

การสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตสื่อมัลติมีเดียของกรมควบคุมในช่วงสถานการณ์โควิด-19 โดยการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการติดต่อผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือโปรแกรมสนทนาผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อสัมภาษณ์ถึงลักษณะการเล่าเรื่อง องค์ประกอบ และรูปแบบของสื่อมัลติมีเดียของกรมควบคุมโรคที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด-19 ที่ถูกเผยแพร่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพื่อตอบคำถามวิจัย 3 ข้อ โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

1. วิธีการเลือกใช้ลักษณะในการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่มีเนื้อหาโควิด-19

เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข พบว่า ในด้านการผลิตสื่อทุกรูปแบบ ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อวิดีโอ จะมีการแบ่งหน้าที่กันอย่างชัดเจนภายในแผนก เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำงาน และมีการจัดการกับข้อมูลเชิงวิชาการที่มีจำนวนมาก ซึ่งก่อนจะผลิตสื่อออกมา จะต้องมีการสำรวจพื้นที่ และการตรวจสอบเอกสาร ว่าในช่วงเวลาดังกล่าว มีประเด็นไหนที่มีความน่าเป็นห่วง ผู้คนกำลังสับสนสงสัย หรือหวาดกลัวกับสิ่งใดอยู่ เมื่อทราบประเด็นที่มีความสำคัญแล้วจึงหยิบเอาประเด็นเหล่านี้ มาเป็นหัวข้อหลักในการผลิตสื่อ ว่าควรทำเป็นสื่อเพื่อให้ความรู้ หรือสื่อเพื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติจึงจะเหมาะสมกับประเด็นดังกล่าว

“งานของพี่จะเป็นจำพวกงานด้านเอกสาร กับงานเผยแพร่ งานด้านเอกสาร คือ การหาประเด็นที่กำลังเป็นปัญหา หรือมีความสับสนในขณะนั้น เช่น ทำไมผู้คนในพื้นที่ ถึงไม่กล้าเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด ก็ต้องไปตรวจสอบควบคู่กับเอกสารว่ามีจำนวนผู้ที่ยังไม่ฉีดวัคซีนเยอะมากน้อยขนาดไหน มีคนติดโควิดในพื้นที่เยอะหรือป่าว พี่ก็จะเอาข้อมูลในส่วนนี้มาเรียบเรียงใหม่ให้เป็นชุดคำพูดที่ฟังแล้วเข้าใจง่ายที่สุด โดยส่วนใหญ่แล้วชุดข้อมูลตรงนี้ จะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความรู้กับประชาชน แล้วก็แนะนำวิธีการปฏิบัติที่ถูกต้อง ผ่านการเน้นใช้ข้อความสั้นๆ ใช้ภาพเยอะๆ มันดูเข้าถึงได้ง่ายๆ พอเขียนเนื้อหาเสร็จแล้ว ก็ส่งข้อมูลให้ฝ่ายผลิต พอฝ่ายผลิตทำเสร็จก็จะส่งกลับ คืนมาให้พี่ตรวจสอบอีกที ถ้าผ่านไม่มีอะไรต้องแก้ไข ก็สามารถเอาไปเผยแพร่ได้เลย ในช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์”

(มณีวรรณ ปักษา, สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม 2566)

“งานในส่วนของพี่คือการผลิตสื่อต่างๆ ที่ได้รับมอบหมาย พี่จะได้รับข้อมูลที่ผ่านการเรียบเรียงมาแล้ว จากฝ่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะมีการเขียนรายละเอียดต่างๆ ว่าถ้าเป็นวิดีโอจะต้องมีลักษณะ เป็นคลิปเกี่ยวกับการให้ความรู้ในเรื่อง ข้อดีของการได้รับวัคซีนป้องกันโควิด ภายในคลิปต้องเน้น ข้อความตรงส่วนนี้เพราะมีความสำคัญ ต้องใช้เสียงเพลงจังหวะประมาณไหน มีการใช้ภาพในช่วงเวลาไหนบ้าง พี่ก็จะสร้างสื่อตามที่ได้รับมอบหมายมา พอเสร็จแล้วจะส่งกลับไปให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์เช็คความถูกต้อง ว่ามีจุดไหนต้องปรับแก้หรือป่าว ถ้าสมบูรณ์แล้วก็สามารถนำไปเผยแพร่ได้เลย”

(จิตาภา รอดอยู่, สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม 2566)

บริษัทรับผลิตสื่อมัลติมีเดีย

บริษัทอินไซด์ และบริษัทยูดาโซลูชั่น เป็นองค์กรที่เคยร่วมงานกับกรมควบคุมโรค ในการผลิตสื่อมัลติมีเดียที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับโรคโควิด-19 ในช่วงการแพร่ระบาดของโรค โดยทั้งสององค์กรมีความเชี่ยวชาญ ในการผลิตสื่อมัลติมีเดียที่แตกต่างกัน บริษัทอินไซด์ จะเน้นผลิตสื่อแนวสารคดี และสื่อโฆษณา แต่สำหรับบริษัทยูดาโซลูชั่น จะเน้นผลิตสื่อที่มีเนื้อหาแบบแอนิเมชัน

ข้อมูลการสัมภาษณ์จาก บริษัทอินไซด์

“ลักษณะในการเล่าเรื่องทั้งหมดจะขึ้นอยู่กับลูกค้าครับ ทางบริษัทมีหน้าที่ทำตามbriefงานตามความต้องการ จากผู้ว่าจ้างงานครับ ตัวอย่างเช่น ในbriefจะบอกเนื้อหาที่ต้องใส่ภายในสื่อว่าต้องลงเสียงแบบไหน ต้องใส่ข้อความอะไรบ้าง หรือต้องการถ่ายโลเคชั่นที่ไหน ลูกค้าจะอธิบายมาแบบละเอียด ส่วนbriefงานที่ได้รับส่วนมากจะเป็นการผลิตสื่อให้ความรู้ เกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากโควิด-19 กับสื่อความรู้ในด้านการปฏิบัติตนในขณะติดโควิด”

(กฤษฎา จงรักษ์, สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2566)

ข้อมูลการสัมภาษณ์จาก บริษัทยูดาโซลูชั่น

“ถ้าเป็นเรื่องงานผลิตด้านสุขภาพ ส่วนใหญ่ลูกค้าจะเป็นกลุ่มแพทย์ หรือกลุ่มสาธารณสุขค่ะ ส่วนมากจะมีเนื้อหาเตรียมมาให้ แต่ว่าจะเป็นเนื้อหาแบบคร่าวๆ หรือบางทีอาจมีเป็นข้อย่ัสมว่า ต้องมีฉากที่พูดถึงขั้นตอนการปฏิบัติในวิธีต่างๆ หรือมีมาเป็นแบบชุดคำถาม พี่ก็จะมีหน้าที่แค่ช่วยขัดเกลาข้อความบางส่วนให้เหมาะสม กับเพิ่มเติมจุดเชื่อมโยงจาก 1 ไป 2 ไป 3 ไป 4 ไป 5 ให้ความรู้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น สื่อแทบทั้งหมดจะเป็นสื่อแนวๆ ให้ความรู้ กับสื่อแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติบ้าง”

(อินทอร สีน้าเงิน, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2566)

2. องค์ประกอบภายในสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ที่มีความสำคัญในด้านการสื่อสาร

เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข พบว่า ก่อนจะเริ่มการผลิตสื่อมัลติมีเดีย จำเป็นต้องลงพื้นที่ไปศึกษาผู้รับสารก่อน ว่ามีระดับการเปิดรับข้อมูลจากบุคลากรทางการแพทย์มากน้อยขนาดไหน เนื่องจากบางพื้นที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งต้องปฏิบัติตามวัฒนธรรมของตนเองเคร่งครัด จึงเป็นเรื่องยากที่จะเผยแพร่ข้อมูลให้เกิดความเข้าใจได้อย่างถ่องแท้ จำเป็นต้องอาศัยผู้นำชุมชนเพื่อช่วยในการอธิบายถึงข้อดีของการเข้ารับการฉีดวัคซีน ให้คนอื่นๆ เกิดความเข้าใจ

“ก่อนจะเริ่มผลิตชิ้นงาน พี่ต้องลงพื้นที่ไปดูก่อนว่าพื้นที่นั้นๆ ที่เราจะเอาสื่อไปเผยแพร่แบบออฟไลน์ มีการเป็นอยู่อย่างไรบ้าง มีระดับการรับรู้ประมาณไหน เปิดรับข้อมูลทางการแพทย์มากน้อยขนาดไหน เพราะบางคนอาจจะได้รับข่าวปลอมมาก่อน จนเกิดกลัวไม่กล้ามาฉีดวัคซีน หรือบางพื้นที่ๆ เป็นชนเผ่า ก็จะมีเรื่องของวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งเขาไม่ค่อยเปิดรับการฉีดวัคซีนเท่าไร ก็ต้องเข้าหาคนที่ป็นผู้นำชุมชน เอาสื่อที่มีไปอธิบายให้เข้าใจก่อน แล้วค่อยขอความร่วมมือให้ช่วยเกลี้ยกล่อมให้คนอื่นๆ ในหมู่บ้าน ให้เข้าใจว่าการฉีดวัคซีนไม่ใช่เรื่องที่ไม่ดี”

(มณีวรรณ ปึกษา, สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม 2566)

“พอพี่ได้ข้อมูลจากฝ่ายประชาสัมพันธ์ครบถ้วนแล้ว พี่ก็จะเริ่มผลิตสื่อวิดีโอ เน้นสีสดใส มีการพากย์เสียง ใส่เพลงประกอบ ใส่ภาพกับภาพเคลื่อนไหวเยอะกว่าข้อความ เป็นการทำให้ดูน่าสนใจ สำคัญเลยคือต้องให้รูปภาพสามารถเล่าเรื่องได้ด้วย เพราะบางทีพอดูผ่านโทรศัพท์จอบนคอนข้างเล็กอ่านไม่ได้ก็ หรือบางคนทีดูอาจจะไม่ได้เปิดเสียงก็สามารถดูแค่ภาพก็สามารถเข้าใจได้อีกอย่างบางคนเขาอาจจะอ่านภาษาไทยไม่ออก ก็จะได้มองภาพแล้วเข้าใจว่า การมาฉีดวัคซีนฉีดแล้วจะเป็นแบบนี้ๆ อาจมีอาการข้างเคียง 1 2 3 4 เลยต้องเน้นรูปภาพเป็นหลักเพราะเขาจะเข้าถึงง่ายกว่าข้อความ”

(จิตาภา รอดอยู่, สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม 2566)

“คลิปวิดีโอส่วนใหญ่ที่ทำก็จะไม่นานมากประมาณไม่เกิน 5 นาที โดยประมาณหรืออาจจะน้อยกว่านั้น เนื่องจากต้องการสื่อที่สั้น เน้นกระชับ แล้วหนึ่งคลิปต้องทำสองแบบ ทั้งแบบที่เป็นภาพเคลื่อนไหวกับคลิปเสียง เพื่อที่จะได้ส่งให้พวกสถานีวิทย์ หรือหอกระจายข่าว เสียงตามสายในหมู่บ้านเอาไปเปิดให้ลูกบ้านได้ฟัง”

(จิตาภา รอดอยู่, สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม 2566)

สำหรับในการผลิตสื่อมัลติมีเดีย กล่าวคือ กรมควบคุมโรค จะเน้นการผลิตและนำเสนอเนื้อหา ที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้รับสารหลากหลายกลุ่ม หลากหลายพฤติกรรม โดยจะผลิตสื่อมัลติมีเดียให้มืองค์ประกอบที่หลากหลาย ได้แก่ ตัวอักษร ภาพ วิดีโอ เสียงบรรยาย เสียงดนตรี ทั้งนี้เพื่อให้ผู้รับสารมีทางเลือกที่จะรับรู้ได้หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการอ่านข้อความ การรับรู้จากภาพ/ภาพเคลื่อนไหว หรือรับรู้จากเสียงบรรยายก็สามารถทำได้เช่นเดียวกัน

บริษัทรับผลิตสื่อมัลติมีเดีย

ข้อมูลการสัมภาษณ์จาก บริษัทอินไซด์

“การผลิตสื่อวิดีโอในเชิงสื่อให้ความรู้ จากที่ผมได้รับบริิฟงานจากลูกค้า ภายในวิดีโอจะเน้นการใช้สื่อที่เป็นภาพเคลื่อนไหวเป็นส่วนใหญ่ เพราะมีผลมากกว่าใช้ภาพนิ่ง เพราะมันทำให้เกิดความสนใจมากกว่า ดึงดูดการรับชมได้ดีกว่า สื่อสารได้ตรงประเด็นมากกว่าด้วย แต่สิ่งสำคัญคือตัวสื่อเอง ต้องตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสาร อย่างเช่น คลิปให้ความรู้โดยการใช้นักแสดงที่เป็นบุคคลจริงๆ เป็นหมอประจำโรงพยาบาล หรือคนที่มีความรู้ในเรื่องนั้นๆ เหมาะกับงานที่ต้องการความน่าเชื่อถือ ของบุคคล องค์กร สถานที่ จะผิดจากงานที่เป็นสื่อแบบโมชันกราฟิก อันนี้จะเหมาะกับการเล่าเรื่องราวที่เน้นให้ข้อมูลข่าวสารเพียงอย่างเดียว”

(กฤษฎา จงรักษ์, สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2566)

“เนื่องจากสื่อมัลติมีเดียทั้งสองรูปแบบ มีวิธีการคร่าวๆ ไม่ต่างกัน แต่จะแตกต่างกันในแง่ของเนื้อหามากกว่า วิธีการจะเริ่มจากการเขียนบทคัดย่อ แล้วค่อยเขียนบทลงดีเทลทีหลัง แต่จะมีความแตกต่างของบทคัดย่อ หากเป็นชิ้นงานแอนิเมชันกราฟิก หรือให้ความรู้ หรือสื่อที่ต้องพากษ์เสียงบรรยาย ก็จะเริ่มเขียนจากเขียนเสียงบรรยายเพื่อสโคปเนื้อหา ก่อนจะเขียนบทลงดีเทล แต่หากเป็นบทเชิงสารคดี หรือบทละคร ที่มีบทพูด จะเป็นการเขียนโครงบทเป็นเรื่องราวย่อๆ ว่าดำเนินเรื่องราวอย่างไรแล้วค่อยลงดีเทล บทพูด และเรื่องราวที่เกิดขึ้น”

(เยวานาฏ ลักกิตโร, สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2566)

ข้อมูลการสัมภาษณ์จาก บริษัทยูดาโซลูชั่น

“เนื่องจากบริษัทเน้นผลิตสื่อที่เป็นแอนิเมชัน ก่อนเราจะผลิตเราต้องไปดูรายละเอียดที่ลูกค้าส่งมาให้ก่อนว่ามีเนื้อหาเยอะหรือป่าว เคยมีงานชิ้นก่อนๆ ที่เคยทำมาลูกค้าส่งเนื้อหามาให้เยอะมากประมาณ 20 นาทีได้ อย่างเช่น เรื่องการดูแลผู้ป่วย การเตรียมความพร้อมรับมือโควิด หรือว่าทำไมถึงเกิดโรคนี้ขึ้นอะไรอย่างี้ ซึ่งมันมีหลากหลายประเด็นรวมๆ กันอยู่มากเกินไป พี่ก็จะแนะนำว่าควรแยกเป็นเรื่องๆ ดีกว่าไหม ไม่ควรเกิน 3 นาทีกำลังดี มากสุดคือ 5 นาทีไม่เกินนี้ ส่วนหัวข้อก็ตัดแยกเป็นประเด็นๆ ไป จะสื่อสารได้ง่ายกว่า เพราะพฤติกรรมของคนทีดูคลิปในทุกวันนี้ อะไรที่ยาวเกินก็จะเลื่อนผ่าน ควรเล่นเป็นเรื่องๆ ไปดีกว่า มันจะไม่กินเวลา ไม่น่าเบื่อด้วย ดีกว่าเราเล่นยาวไปเลย 10 นาที ไม่น่าเวิร์ค”

(อินทอร สีน้าเงิน, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2566)

“เรื่องการออกแบบที่จะบอกลูกค้าโดยลิสต์มาให้ดูแบบชัดเจนเลย ให้ดูว่าเนื้อเนื้อหาทางซ้ายเป็นภาพนะ ทางขวาเป็นเนื้อหา แล้วพี่ก็จะถามว่าถ้าอยากได้ภาพ อยากได้แนวๆ ประมาณไหน สมจริงมากหรือน้อย เน้นรายละเอียดมากไหม แต่ส่วนมากลูกค้าเขาก็จะบอกเพียงแค่ว่าอยากได้ภาพเชื้อไวรัสนะ พร้อมกับเซฟภาพมาให้ว่าอยากได้แบบนี้ละ ก็คือคุณต้องวาดแบบนี้ เขาจะไม่ให้ทางพี่ออกไอเดียก่อน”

(อินทอร สีน้าเงิน, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2566)

กล่าวได้ว่า กรมควบคุมโรคเป็นผู้กำหนดแนวทาง และองค์ประกอบที่ใช้ภายในสื่อมัลติมีเดียทั้งหมด โดยจะส่งรายละเอียดที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องแล้ว มายังบริษัทรับผลิตสื่อมัลติมีเดีย หน้าที่ของบริษัททั้งสองแห่ง คือการนำข้อมูลที่ได้รับ มาประกอบสร้างใหม่ให้เกิดความสมบูรณ์ เป็นสื่อมัลติมีเดียสองรูปแบบได้แก่ สื่อทั่วไป และสื่อแอนิเมชัน

องค์ประกอบของสื่อทั่วไป จะเน้นใช้ภาพเคลื่อนไหวมากกว่าการใช้ภาพนิ่ง เพราะสามารถดึงดูดผู้รับสารได้มากกว่า การรับชมภาพนิ่งพร้อมกับเสียงบรรยาย การนำเสนอเนื้อหาของสื่อทั่วไปจะใช้ตัวละครเป็นบุคคลจริงๆ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในประเด็นที่ต้องการจะนำเสนอ ได้แก่ หมอประจำโรงพยาบาล หรือนายแพทย์ที่เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ทั้งนี้การใช้นักแสดงจริงๆ จะช่วยส่งเสริมความน่าเชื่อถือ บุคคล องค์กร

องค์ประกอบของสื่อแอนิเมชัน จะเน้นใช้ภาพกราฟิกในการนำเสนอเนื้อหา มากกว่าการใช้ตัวละคร ที่เป็นบุคคลจริงๆ เนื่องจากมีความสะดวกมากกว่าในด้านการผลิต สามารถกำหนดการเล่าเรื่องได้ง่ายกว่าสื่อแบบทั่วไป เหมาะกับการใช้เป็นสื่อให้ความรู้ ที่จำเป็นต้องยกตัวอย่างสถานการณ์ในหลายๆสถานที่ สามารถใส่ลูกเล่นได้หลากหลาย ทำให้ผู้รับสารที่ได้รับชมเกิดความสนใจมากยิ่งขึ้น

3. รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่ใช้ในกรณีโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข

“สื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชัน เรา รู้กลุ่มเป้าหมายอยู่แล้วว่าเป็น เด็ก วัยรุ่น ไปจนถึงผู้ใหญ่ ถ้าเป็นเนื้อหาที่เน่อันตรายมากๆ สีที่ใช้อาจจะเน้นไปทางเข้มๆ หน่อย เช่น สีแดง สีส้ม สีดำ คนที่ดูส่วนใหญ่มีประสบการณ์อยู่แล้ว สามารถรับรู้ได้ว่าสีเหล่านี้มันคือสีที่ไม่ปลอดภัย กลับกันถ้าเป็นสื่อที่มีเนื้อหาไม่ร้ายแรงมาก โทนสีก็จะซอฟลงมา อย่างสีเขียว ฟ้ำ สดใสๆ น่ารักๆ”

(มณีนวรณ์ ปักษา, สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม 2566)

“สื่อมัลติมีเดียแบบทั่วไป แนวๆ สารคดีแบบสั้นๆ ก็จะมีความเป็นเชิงวิชาการ แต่จะไม่ใช้คำพูดวิชาการเยอะมากมาย แต่อาจจะมีแต่ๆ ศัพท์วิชาการบ้าง แล้วก็คำพูด น้ำเสียงต่างๆ ต้องฟังดูน่าเชื่อถือ จะเน้นสดใสเร้าแรงแบบแอนิเมชันไม่ได้ เพราะภาพที่น่าเสนอออกไปอาจเป็นการทำงานของบุคลากรทางการแพทย์ที่อยู่ในสถานการณ์จริงจัง อาจมีภาพของผู้ป่วย สำหรับการใส่เพลงก็อาจจะไม่ใส่เลย ถึงใส่ก็จะใช้เพลงที่เน้นปลุกเร้าอารมณ์ ให้เกิดความรู้สึกจริงจัง อารมณ์เลยจะแตกต่างจากสื่อที่เป็นการ์ตูน”

(มณีวรรณ ปึกษา, สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม 2566)

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุขพบว่า รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียที่ถูกผลิตและใช้งานในสถานการณ์โควิด-19 รูปแบบแอนิเมชันจะสามารถใช้ได้หลากหลายกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ โดยเนื้อหาที่ใช้นำเสนอสามารถเป็นได้ทั้งเนื้อหาการให้ความรู้ แนะนำแนวทางปฏิบัติ และแจ้งเพื่อทราบ ในทางกลับกัน สื่อมัลติมีเดียแบบทั่วไป จะเน้นการนำเสนอเนื้อหาเชิงวิชาการ หรือในเชิงที่จริงจังมากกว่ารูปแบบแอนิเมชัน

บริษัทผลิตสื่อมัลติมีเดีย

ข้อมูลการสัมภาษณ์จาก บริษัทอินไซด์

“รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียทั้งสอง ในด้านการผลิตเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้คนดู อันดับแรกก็ต้องไปดูก่อนว่า กลุ่มเป้าหมายที่เราจะต้องการให้สื่อไปถึงนั้นเป็นใคร อายุเท่าไร เพศอะไร และมีความชอบ หรือพฤติกรรมส่วนตัวเป็นอย่างไร หน้าที่ส่วนนี้เป็นของทางฝ่ายการตลาดที่ต้องไปทำการเก็บข้อมูล หรือวางมาว่ากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อถึงเป็นใคร แล้วค่อยทำการเขียนเนื้อหาให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนั้นเพื่อให้เกิดการดึงดูดอีกที เช่น การเขียนเชิงสารคดี หรือโฆษณาเชิญชวน ก็เจาะกลุ่มผู้บริโภคที่กำลังมีความเกี่ยวข้องในเหตุการณ์ในช่วงเวลานั้นๆ”

(เยาวนาฏ ลักกิตโร, สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2566)

“เมื่อได้ข้อมูลจากฝ่ายการตลาดมา ก็จะเริ่มวิเคราะห์เนื้อหาในงานว่าจะผลิตสื่อออกมาเป็นรูปแบบรายการ โฆษณา แอนิเมชัน หรือสารคดี เพื่อให้ผู้รับสาร สามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยชุดข้อมูลที่ได้มาก็จะมีการนำมาปรับ หากเป็นรายการ ก็จะทำให้พิธีกรโยนชุดคำถามที่สำคัญ แล้วให้แพทย์ช่วยตอบคำถาม หรืออธิบายให้ฟัง หากเป็นละคร ก็จะมีการเขียนอ้างอิงให้ใกล้เคียงกับประสบการณ์ของคนทั่วไปที่อาจจะมีความรู้ด้านสุขภาพเหล่านี้เกิดขึ้นได้ ทำให้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น หากเป็นวิดีโอแอนิเมชันก็จะย่อเนื้อหาที่เยอะหรือมีความยาวมากๆ บางครั้งก็จะปรับภาษาวิชาการที่ฟังยากๆ ให้ มีความกระชับขึ้น ลดคำสร้อยที่ไม่จำเป็น และใช้ภาษาที่ฟังง่ายมากขึ้น”

(เยาวนาฏ ลักกิตโร, สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2566)

ข้อมูลการสัมภาษณ์จาก บริษัทอินไซด์

“สื่อแอนิเมชันแต่ละแนวจะมีวิธีการผลิตที่ต่างกัน แยกตามกลุ่มเป้าหมายด้วย ถ้าเป็นการผลิตสื่อเพื่อให้ผู้สูงอายุดู ก็จะเน้นข้อความตัวใหญ่ๆ สีเส้นเรียบง่ายไม่เน้นสีสันฉูดฉาดแบบของวัยรุ่น การลงเสียงบรรยายก็จะเน้นโทนเสียงแบบจริงจัง แบบกึ่งทางการ แต่ถ้าเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมาย เป็นเด็กหรือวัยรุ่น ข้อความที่ใช้จะแตกต่างจากผู้ใหญ่ เช่น อาจจะใส่ลูกเล่นให้มีการเคลื่อนไหวได้ หรือใช้สีสันที่สดใส ฉูดฉาด หรือพาสเทล เสียงบรรยายจะมีความเป็นกันเองมากกว่า”

(อินทอร สีน้าเงิน, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2566)

จากการสัมภาษณ์จึงสรุปได้ว่า รูปแบบของสื่อมีลัทธิเดียวที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค ที่ใช้ในสถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ลำดับแรกต้องมีการสำรวจกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารให้ครอบคลุมเสียก่อน ได้แก่ เพศ อายุ ความชอบ และพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยข้อมูลในส่วนนี้จะทำหน้าที่ของฝ่ายการตลาด หรือเป็นข้อมูลที่ได้รับมาจากกรมควบคุมโรค แล้วจะเริ่มวางแผนในขั้นตอนการผลิตว่ากลุ่มเป้าหมายดังกล่าว เหมาะสมกับสื่อมีลัทธิเดียวประเภทใดมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์เรียบร้อยแล้ว จะเชื่อมโยงไปสู่องค์ประกอบภายในวิดีโอ ว่าต้องมีความยาวเท่าไร ตัวอักษรต้องมีขนาดใหญ่หรือเล็ก เพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสาร รวมไปถึงการใช้ลูกเล่น และสีสันต่างๆ

บทที่ 5

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคผ่านการเล่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 บนสื่อมัลติมีเดีย” ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการเล่าเรื่อง องค์ประกอบรูปแบบ ด้านการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรค ที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 ผ่านสื่อมัลติมีเดีย ที่ถูกใช้เผยแพร่ในช่วงการเกิดโรคระบาด การศึกษาในครั้งนี้เป็นการถอดรหัสในด้านการผลิตสื่อมัลติมีเดีย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ประกอบกับการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Document Analysis) และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้ และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อมัลติมีเดีย ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจงจากการค้นหาผ่าน www.google.com เมื่อพบกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามข้อมูลจากทางบริษัท เป็นการตรวจสอบคุณสมบัติ เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่ตรงตามความต้องการในการศึกษาครั้งนี้มากที่สุด โดยต้องเป็นบริษัทที่เคยร่วมงานกับกรมควบคุมโรคในช่วงการเกิดโรคระบาดโควิด-19 และมีประสบการณ์ในด้านการผลิตสื่อไม่น้อยกว่า 5 ปี จากการค้นหาจึงได้พบบริษัทที่มีความชำนาญเฉพาะทาง 2 บริษัท ได้แก่ บริษัทอินไซด์ มีความชำนาญด้านการผลิตสื่อรูปแบบให้ความรู้ โฆษณา สารคดี และบริษัทยูดาโซลูชั่น มีความชำนาญด้านการผลิตสื่อรูปแบบแอนิเมชัน จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 4 ตอน ตามวัตถุประสงค์งานวิจัย ได้แก่

- 1) ลักษณะการเล่าเรื่อง
- 2) องค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดีย
- 3) รูปแบบของสื่อมัลติมีเดีย
- 4) ข้อมูลการสัมภาษณ์ จากการสรุปมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19

ของกรมควบคุมโรค

จากการวิเคราะห์ลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค บนช่องทางเว็บไซต์ส่วนกลางของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (www.moph.go.th) พบว่า มีการนำเสนอสื่อมัลติมีเดีย 3 ลักษณะ โดยเรียงลำดับดังนี้

1. สื่อมัลติมีเดียให้ความรู้ 14 วิดีโอ
2. สื่อมัลติมีเดียแจ้งเพื่อทราบ 11 วิดีโอ
3. สื่อมัลติมีเดียแนะนำแนวทางปฏิบัติ 10 วิดีโอ

ช่วงที่ 1 การแพร่ระบาดของโควิด-19 ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2563 ถึง 31 ธันวาคม 2563 ในประเทศไทย ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อชีวิตประจำวันของประชาชน และทำให้เกิดความหวาดกลัวในสังคม การรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องการการสื่อสารที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพจากภาครัฐ หน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะกรมควบคุมโรคได้จัดทำสื่อมัลติมีเดียเพื่อให้ประชาชนเข้าใจ และปฏิบัติตามแนวทางการป้องกันโรคโควิด-19 อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ, สื่อแจ้งเพื่อทราบ, และสื่อให้ความรู้ โดยมีการจัดลำดับความสำคัญและวัตถุประสงค์ต่างกันไปตามลำดับดังนี้

1. สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ

สื่อในกลุ่มนี้มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อแนะนำให้ประชาชนรู้วิธีการปฏิบัติตัวในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น รวมถึงวิธีการป้องกันตัวจากการติดเชื้อโควิด-19 ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในช่วงแรกของการระบาด เนื่องจากยังไม่มีวัคซีนหรือการรักษาที่ได้ผลแน่ชัด ดังนั้น การเรียนรู้และปฏิบัติตามแนวทางที่ถูกต้องจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการควบคุมการแพร่กระจายของเชื้อโควิด-19 ตัวอย่างสื่อในกลุ่มนี้ได้แก่

1.1 คำแนะนำโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019

สื่อนี้มุ่งเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโรคปอดอักเสบจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (COVID-19) ซึ่งเป็นโรคที่เกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่มีการแพร่ระบาดไปทั่วโลกในปี 2563 ข้อมูลในสื่อประเภทนี้จะแนะนำเกี่ยวกับลักษณะของโรค อาการของผู้ติดเชื้อ วิธีการป้องกัน และมาตรการการรักษาเบื้องต้น เช่น การหลีกเลี่ยงการสัมผัสกับผู้ที่มีการป่วย, การล้างมือบ่อยๆ, การสวมหน้ากากอนามัย, การหลีกเลี่ยงสถานที่แออัด เพื่อป้องกันการติดเชื้อ รวมถึงให้ข้อมูลทางการแพทย์เกี่ยวกับการจัดการโรคและความสำคัญของการปฏิบัติตามคำแนะนำจากกรมควบคุมโรค

1.2 หัวข้อปฏิบัติตนให้ปลอดภัยโควิด-19 เมื่อใช้ชีวิตนอกบ้าน

ภายในสื่อได้แนะนำการปฏิบัติตามมาตรการต่างๆ เพื่อป้องกันการติดเชื้อ โดยเฉพาะเมื่อต้องออกไปใช้ชีวิตนอกบ้าน สื่อในประเภทนี้จะเน้นการให้คำแนะนำในด้านการปฏิบัติตัวที่ปลอดภัยในการทำกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ 1) การใส่หน้ากากอนามัยทุกครั้งเมื่อออกจากบ้าน 2) การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social distancing) อย่างน้อย 1-2 เมตร 3) การหลีกเลี่ยงการสัมผัสพื้นผิวหรือสิ่งของในที่สาธารณะที่อาจมีการแพร่เชื้อ 4) การล้างมือบ่อยๆ ด้วยสบู่และน้ำ หรือใช้แอลกอฮอล์เจลล้างมือ 5) การหลีกเลี่ยงการไปในสถานที่แออัด หรือพื้นที่ปิดที่มีการระบายอากาศไม่ดี

1.3 วิธีการป้องกันตัวเองจากเชื้อโควิด 19

ภายในสื่อนี้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 โดยจะเน้นที่การทำความเข้าใจถึงวิธีการที่สามารถช่วยลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ ได้แก่ 1) การสวมหน้ากากอนามัยอย่างถูกต้อง เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อจากการหายใจหรือการไอ 2) การล้างมือให้สะอาดโดยใช้สบู่และน้ำอย่างน้อย 20 วินาที หรือใช้แอลกอฮอล์เจลที่มีความเข้มข้น 70% ขึ้นไป 3) การหลีกเลี่ยงการสัมผัสตา จมูก และปาก โดยไม่ล้างมือก่อน 4) การรักษาระยะห่างจากผู้อื่น อย่างน้อย 1-2 เมตร เพื่อหลีกเลี่ยงการรับเชื้อจากการพูดคุยหรือการไอ 5) การตรวจเช็คสุขภาพของตนเองและหากมีอาการต้องรีบไปตรวจ

1.4 รู้หน้าไม่รู้ใคร? มีอะไรอยู่ที่หน้ากาก?

สื่อนี้ให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้หน้ากากอนามัยอย่างถูกวิธี เนื่องจากหน้ากากอนามัยเป็นหนึ่งในอุปกรณ์ที่สำคัญในการป้องกันการแพร่เชื้อ โดยเฉพาะจากการไอ จาม หรือพูดคุย สื่อจะอธิบายถึงการดูแลรักษาหน้ากากอนามัย เพื่อยืดอายุการใช้งานของหน้ากากอนามัย

1.5 แผนจัดการโรคโควิด-19 ตามระยะการระบาด

สื่อประเภทนี้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแผนการจัดการโรคโควิด-19 ที่กรมควบคุมโรคกำหนดไว้ในแต่ละระยะของการระบาด เช่น ระยะเริ่มต้น ระยะมีการแพร่ระบาดในวงกว้าง และระยะควบคุมได้แล้ว การให้ข้อมูลนี้ช่วยให้ประชาชนเข้าใจถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วง และรู้ว่าจะต้องปฏิบัติตัวอย่างไรในแต่ละระยะ เพื่อรักษาความปลอดภัยของตนเองและส่วนรวม

1.6 โรคระบาด ภัยร้ายทำงาน - EP.1 วิฤต Covid-19 'ประชุม' อย่างไรให้ปลอดภัย

เป็นเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงวิธีการป้องกันและปฏิบัติตัวในสถานการณ์การทำงานร่วมกับผู้อื่น ในการทำกิจกรรมต้องปรับตัวมากที่สุดคือการทำงาน การประชุมในที่ทำงานอาจเป็นสถานที่เสี่ยงที่มีการแพร่กระจายของเชื้อ โดยเฉพาะหากมีการรวมตัวของบุคคลจำนวนมาก ในสื่อประเภทนี้จะมีการแนะนำวิธีการประชุมที่ปลอดภัย

2. สื่อแจ้งเพื่อทราบ

สื่อในกลุ่มนี้เน้นการแจ้งข้อมูลสำคัญที่ประชาชนจำเป็นต้องรับรู้เพื่อปรับตัวและปรับพฤติกรรมให้เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยสื่อเหล่านี้ช่วยให้ประชาชนเข้าใจการเปลี่ยนแปลงในชีวิตประจำวันที่เกิดขึ้น และต้องการให้ประชาชนรับรู้ข้อควรระวังและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่างสื่อในกลุ่มนี้ ได้แก่

2.1 COVID-19 New Normal

เน้นให้ประชาชนรับรู้ถึงความเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตในช่วงที่มีการระบาด ซึ่งวิถีชีวิตของผู้คนต้องปรับตัวใหม่เพื่อป้องกันการติดเชื้อจากไวรัสนี้ และรักษาความปลอดภัยต่อสุขภาพ เช่น การสวมหน้ากากอนามัย การรักษาระยะห่างทางสังคม การล้างมืออย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการปรับตัวให้กับเทคโนโลยีต่างๆ เช่น การทำงานจากที่บ้าน (Work from Home) และการประชุมผ่านทางออนไลน์ เพื่อเป็นการลดความเสี่ยงในการติดเชื้อจากการสัมผัสหรือการรวมกลุ่มในที่แออัด

2.2 สืบพบกิจกรรมเคยชิน เสี่ยง โควิด-19 กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ภายในสื่อเป็นการแจ้งเตือนถึงพฤติกรรมที่ควรหลีกเลี่ยง ในช่วงโควิด-19 10 ประเด็น ที่สามารถช่วยให้รอดพ้นจากการติดโควิด-19 ได้มากขึ้น

2.3 ขั้นตอนการคัดกรองผู้โดยสาร ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ภายในสื่อเป็นข้อมูลที่สำคัญในการอธิบายวิธี การคัดกรอง และป้องกันการแพร่ระบาดโรคโควิด-19จากผู้เดินทางต่างประเทศ ที่เข้ามาสู่ประเทศไทย

3. สื่อให้ความรู้

แม้จะเป็นประเภทสื่อที่สำคัญแต่จัดอยู่ในอันดับที่สาม เนื่องจากประชาชนในช่วงแรกต้องการข้อมูล ที่เป็นเชิงปฏิบัติมากกว่า ส่วนสื่อให้ความรู้จะเน้นให้ประชาชนเข้าใจเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 อย่างลึกซึ้งเพื่อป้องกัน และดูแลสุขภาพตัวเองอย่างเหมาะสมในระยะยาว ตัวอย่างสื่อในกลุ่มนี้ ได้แก่

3.1 สวมหน้ากากอนามัย ป้องกันโรคระบบทางเดินหายใจ

ภายในสื่อเป็นข้อมูลที่ช่วยให้ประชาชนเข้าใจถึงความสำคัญของการใส่หน้ากากอนามัย และวิธีการประดิษฐ์หน้ากากอนามัยแบบขั้นตอนง่ายๆ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในช่วงโรคระบาด

การระบาดช่วงที่ 1 สื่อที่ใช้ในการสื่อสารจากกรมควบคุมโรคเน้นไปที่การให้แนวทางปฏิบัติตัวที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมเพื่อให้ประชาชนสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างปลอดภัยจากการติดเชื้อโควิด-19 โดยการให้คำแนะนำที่ชัดเจนทำให้ประชาชนสามารถปรับพฤติกรรมได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคในช่วงแรกที่ยังไม่รู้จักระยะการป้องกัน และรักษาโรคอย่างมีประสิทธิภาพ

สื่อในกลุ่มการแจ้งเพื่อทราบและให้ความรู้มีบทบาทเสริมเพื่อให้ประชาชนรับรู้ถึงมาตรการและวิธีการป้องกันที่สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน โดยมีเป้าหมายให้การสื่อสารเหล่านี้ทำให้ประชาชนรับรู้สถานการณ์และเข้าใจผลกระทบจากการแพร่ระบาดได้ดีขึ้น

โดยรวมแล้ว การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต้องการการส่งสารที่ทันเวลา ชัดเจน และสอดคล้องกับสถานการณ์จริง เพื่อให้ประชาชนสามารถปรับตัวได้อย่างทันท่วงทีและปฏิบัติตามมาตรการป้องกันได้อย่างถูกต้อง

ช่วงที่ 2 การแพร่ระบาดของโควิด-19 ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2563 ถึง 31 มีนาคม 2564 เป็นช่วงที่มียอดผู้ติดเชื้อสูงขึ้นอย่างมากจากกลุ่มแรงงานต่างด้าวในอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งมีการแพร่กระจายของเชื้อในกลุ่มแรงงานต่างด้าวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การดำเนินการของภาครัฐมีความจำเป็นต้องมีการใช้สื่อเพื่อให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่ประชาชนในหลายด้าน ทั้งในด้านการป้องกันตัวเองจากเชื้อโควิด-19 และการปรับวิถีชีวิตภายใต้สถานการณ์โควิด-19 ซึ่งเห็นได้จากประเภทของสื่อที่ถูกใช้ในช่วงนี้ ดังนี้

1. สื่อให้ความรู้

ในช่วงการแพร่ระบาดนี้ สื่อให้ความรู้มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากสังคมต้องการการปรับตัวในวิถีชีวิตใหม่ (New normal) อย่างรวดเร็ว โดยเน้นการให้ความรู้และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันโรคโควิด-19 เพื่อให้ประชาชนสามารถปรับตัวและดำเนินชีวิตได้อย่างปลอดภัย ตัวอย่างของสื่อที่ได้รับความนิยมในหมวดนี้ ได้แก่

1.1 มีโควิด ต้องปิดโรงเรียนไหม

สื่อนี้มุ่งเน้นไปที่การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการปิดโรงเรียนในกรณีที่มีการพบผู้ติดเชื้อโควิด-19 โดยเน้นการอธิบายว่า การปิดโรงเรียนจะต้องพิจารณาจากหลายปัจจัย เช่น การตรวจสอบสถานการณ์การแพร่ระบาดในพื้นที่ การติดตามอาการของผู้ติดเชื้อ และมาตรการป้องกันที่มีอยู่ เช่น การตรวจคัดกรองนักเรียนและครู หรือการเว้นระยะห่างทางสังคมในโรงเรียนเพื่อความปลอดภัยของทุกคน

1.2 คลายข้อสงสัยผู้ปกครอง

สื่อนี้ช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้ปกครองเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนวิธีการเรียนการสอนในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 การเรียนที่โรงเรียนด้วยมาตรการป้องกันที่เคร่งครัด หรือการแบ่งกลุ่มเรียนที่มีการเว้นระยะห่างระหว่างนักเรียน เพื่อให้ผู้ปกครองสามารถรับรู้วิธีการจัดการกับการศึกษาในช่วงวิกฤตนี้

1.3 วิธีใหม่ในรั้วโรงเรียน New normal

สื่อนี้เน้นการให้ความรู้เกี่ยวกับการปรับตัวของโรงเรียนในสถานการณ์โควิด-19 หรือ "วิธีใหม่" (New Normal) ซึ่งรวมถึงการปรับเปลี่ยนการเรียนการสอน ในการศึกษา ควรปฏิบัติตามมาตรการสุขอนามัย เช่น การสวมหน้ากากอนามัย การล้างมือบ่อยๆ และการตรวจคัดกรองอุณหภูมิทุกครั้งก่อนเข้าโรงเรียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดในโรงเรียน

1.4 รู้จัก "หมอชนะ" แอปติดตามและประเมินความเสี่ยงโควิด19

เป็นการแนะนำแอปพลิเคชันที่ช่วยติดตามและประเมินความเสี่ยงจากการติดเชื้อโควิด-19 ซึ่งเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการติดตามการเคลื่อนไหวของผู้ที่มีความเสี่ยง และช่วยให้ทุกคนสามารถตรวจสอบสถานะความปลอดภัยของตนเอง

1.5 หมอชนะแอปพลิเคชันแจ้งเตือน เมื่อมีความเสี่ยงจากการใกล้ชิดผู้ติดเชื้อ COVID-19 เป็นการแนะนำแอปพลิเคชัน หมอชนะ ถึงความสำคัญว่ามีความจำเป็นมากๆ ในสถานการณ์โควิด-19

1.6 การป้องกันควบคุมโรคโควิด 19 สำหรับผู้เดินทางในประเทศไทย

เป็นสื่อให้ความรู้เกี่ยวกับผู้ที่เดินทางจะต้องปฏิบัติเพื่อป้องกันการติดเชื้อและการแพร่ระบาดของโรค

2. สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ

เมื่อประชาชนมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการป้องกันโควิด-19 อยู่แล้ว แต่ยังต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น หากมีคนไม่สบายในโรงเรียน ควรทำอย่างไรหรือจะดำเนินการอย่างไรเมื่อมีการพบผู้ติดเชื้อในสถานศึกษา ตัวอย่างของสื่อในหมวดนี้ ได้แก่

2.2 ทำอย่างไร เมื่อมีคนไม่สบายในโรงเรียน

ภายในสื่อเป็นการแนะนำขั้นตอนการดูแลเมื่อพบผู้ป่วยในโรงเรียน เช่น การตรวจหาเชื้อ ฯลฯ

2.3 เพลง สู้โควิดตัวร้าย

เป็นสื่อที่มีเนื้อหากระตุ้นให้คนร่วมมือกันต่อสู้กับการแพร่ระบาด ผ่านเพลงที่ช่วยเสริมสร้างจิตสำนึกและส่งเสริมความร่วมมือจากประชาชน

3. สื่อแจ้งเพื่อทราบ

สื่อในหมวดนี้เป็นสื่อที่เน้นการแจ้งข้อมูลให้ประชาชนทราบเกี่ยวกับสถานการณ์การระบาดหรือข้อมูลที่สำคัญ โดยเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานที่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้ป่วย เช่น การแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับโรงพยาบาลสนาม หรือสถานที่ที่ใช้เป็นที่พักผู้ติดเชื้อ ตัวอย่างของสื่อในหมวดนี้ได้แก่

3.1 โรงพยาบาลสนามตลาดกลางกุ้ง จังหวัดสมุทรสาคร

เป็นสื่อแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับโรงพยาบาลสนามที่ใช้รองรับผู้ป่วยในพื้นที่ ซึ่งช่วยให้ประชาชนได้รับทราบถึงมาตรการในการรองรับและการจัดการกับการระบาด

การระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงที่ 2 ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 ถึงมีนาคม 2564 ถือเป็นช่วงที่มีการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มแรงงานต่างด้าวในอุตสาหกรรมสัตว์น้ำ โดยเฉพาะในจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งมีการระบาดที่รุนแรงและกระจายไปในพื้นที่ต่างๆ ส่งผลให้จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้การดำเนินการของภาครัฐต้องมีการตอบสนองที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในเรื่องการเผยแพร่ข้อมูลที่สำคัญเพื่อให้ประชาชนสามารถปรับตัวและปฏิบัติตามมาตรการต่างๆ อย่างเหมาะสม

ในการตอบสนองต่อสถานการณ์ดังกล่าว กรมควบคุมโรคจึงได้ดำเนินการผลิตและเผยแพร่สื่อสารในหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นที่การให้ความรู้แก่ประชาชนเป็นอันดับแรก เนื่องจากในช่วงนี้ประชาชนส่วนใหญ่ได้มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับวิธีการป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 ไปในระดับหนึ่งแล้ว เช่น การสวมหน้ากากอนามัย การล้างมือ การรักษาระยะห่างทางสังคม เป็นต้น ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวช่วยให้ประชาชนสามารถจัดการกับความเสี่ยงจากการติดเชื้อได้ในระดับหนึ่งแล้ว แต่ในขณะเดียวกัน สถานการณ์การแพร่ระบาดในครั้งนี้ทำให้จำเป็นต้องปรับวิถีการใช้ชีวิตให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป การให้ความรู้เพิ่มเติมในด้านการปรับตัวเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้ในสภาวะการระบาดนี้จึงเป็นเรื่องสำคัญ

การให้ความรู้ในช่วงนี้จึงไม่เพียงแต่การสอนวิธีป้องกันโรคพื้นฐาน แต่ยังรวมถึงการนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ เกี่ยวกับ "วิถีใหม่" (New normal) ซึ่งหมายถึงการปรับวิถีชีวิตที่ต้องใช้ชีวิตในรูปแบบใหม่ในโลกที่มีการระบาดของโควิด-19 อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน การเรียน การใช้ชีวิตประจำวัน หรือการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้สามารถดำเนินต่อไปได้อย่างปลอดภัยจากการติดเชื้อ ในขณะที่ยังคงรักษาความปกติในการใช้ชีวิตประจำวัน

ในส่วนของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลในช่วงการระบาดนี้ สื่อที่ได้รับการเน้นเป็นอันดับแรก คือ สื่อให้ความรู้ ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและเข้าใจถึงแนวทางการดำเนินชีวิตในภาวะวิกฤต โดยเฉพาะในเรื่องของการใช้เทคโนโลยีเพื่อการติดตามสถานะสุขภาพและการป้องกันโรค เช่น แอปพลิเคชัน "หมอชนะ" ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ประชาชนสามารถติดตามความเสี่ยงจากการใกล้ชิดผู้ติดเชื้อโควิด-19 และช่วยเพิ่มความมั่นใจในการใช้ชีวิตในสถานการณ์การแพร่ระบาด

จากนั้นในอันดับที่สอง กรมควบคุมโรคได้เน้นไปที่ สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ ที่จะช่วยให้ประชาชนสามารถดำเนินการได้อย่างมีระเบียบในสถานการณ์เฉพาะ เช่น เมื่อมีคนไม่สบายในโรงเรียน หรือที่ทำงาน หรือกรณีการพบผู้ติดเชื้อในชุมชน เพื่อให้มีการรับมืออย่างมีประสิทธิภาพ

อันดับสุดท้าย สื่อแจ้งเพื่อทราบ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการแจ้งข่าวสารสำคัญ เช่น การตั้งโรงพยาบาลสนาม หรือการดำเนินการในสถานที่ต่างๆ เพื่อให้ประชาชนทราบถึงความคืบหน้าในการควบคุมการระบาดและสามารถทำการตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูล

การให้ความรู้ในช่วงนี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการปรับวิถีชีวิตให้เข้ากับการระบาดของโควิด-19 ซึ่งเป็นการใช้ชีวิตที่ต้องมีการปรับตัวตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ชัดเจนจะช่วยให้ประชาชนสามารถเผชิญกับสถานการณ์นี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัยยิ่งขึ้น

ช่วงที่ 3 การระบาดของโรคโควิด-19 ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2564 ถึง 31 ธันวาคม 2564 ถือเป็นช่วงที่การแพร่ระบาดของโรคกลับมารุนแรงอีกครั้ง โดยเฉพาะจากกลุ่มคลัสเตอร์สถานบันเทิงในกรุงเทพมหานคร (ย่านสุขุมวิทและทองหล่อ) และการเดินทางของประชาชนกลับภูมิลำเนาในช่วงวันหยุดยาว ส่งผลให้มีการแพร่ระบาดของโรคในวงกว้างทั่วประเทศ การเคลื่อนย้ายของประชาชนในช่วงนี้สร้างความเสี่ยงในการแพร่กระจายของเชื้ออย่างมาก ทำให้จำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่มีการกลับมาของการแพร่ระบาดจากคลัสเตอร์ต่างๆ ทำให้การรับมือกับการระบาดในช่วงนี้ต้องมีความเข้มงวดมากขึ้น

ในช่วงนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะกรมควบคุมโรคต้องเผชิญกับปัญหาหลักๆ ที่มีผลกระทบต่อการรับมือการแพร่ระบาด โดยเฉพาะ ข่าวปลอม (Fake News) ที่แพร่กระจายเกี่ยวกับการฉีดวัคซีนโควิด-19 โดยมีข้อมูลบิดเบือนว่า "การฉีดวัคซีนจะส่งผลให้เสียชีวิต" ซึ่งเป็นข่าวที่ทำให้ประชาชนเกิดความวิตกกังวล และกลัวที่จะฉีดวัคซีน ซึ่งในความเป็นจริงการฉีดวัคซีนมีประโยชน์มากกว่าผลเสีย

ในสถานการณ์นี้ จึงมีการปรับกลยุทธ์ในการเผยแพร่สื่อสารเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจนแก่ประชาชนซึ่งสามารถแยกการดำเนินการได้ดังนี้

1. สื่อให้ความรู้

1.1 ทำความเข้าใจโรคโควิด-19 แม้จะมีวัคซีน

เป็นสื่อมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนเข้าใจว่าแม้ว่าจะมีการฉีดวัคซีนแล้ว แต่ก็ยังไม่สามารถรับประกันได้ว่าเราจะไม่ติดเชื้อโควิด-19 เลย เพราะวัคซีนช่วยลดความเสี่ยงในการติดเชื้อและลดความรุนแรงของโรค แต่ไม่สามารถป้องกันได้ทั้งหมด อย่างไรก็ตามการฉีดวัคซีนยังช่วยลดอัตราการเสียชีวิตและช่วยให้สามารถควบคุมการระบาดได้ดีขึ้น การทำความเข้าใจในเรื่องนี้จึงช่วยให้ประชาชนไม่รู้สึกประมาทและยังคงใช้มาตรการป้องกันอื่นๆ อย่างเข้มงวด

1.2 เหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ ภายหลังได้รับการสร้างเสริมภูมิคุ้มกันโรคโควิด-19

ข้อมูลนี้อธิบายเกี่ยวกับผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้นหลังการฉีดวัคซีนโควิด-19 ซึ่งในบางกรณีอาจมีอาการข้างเคียง เช่น อาการปวดบริเวณที่ฉีด, มีไข้, อ่อนเพลีย หรือเจ็บกล้ามเนื้อ แต่เหตุการณ์ไม่พึงประสงค์เหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นอาการชั่วคราวและสามารถหายได้เองในระยะเวลาสั้นๆ การแจ้งข้อมูลนี้ให้ประชาชนรู้จะช่วยลดความวิตกกังวลและให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดูแลตัวเองหลังจากการฉีดวัคซีน

1.3 สถานที่กักกันของรัฐ State Quarantine

ข้อมูลเกี่ยวกับ สถานที่กักกันของรัฐ จะอธิบายเกี่ยวกับการที่ผู้ที่เดินทางมาจากต่างประเทศ หรือผู้ที่มีความเสี่ยงสูงจะต้องเข้ากักตัวในสถานที่ที่ได้รับการจัดเตรียมโดยรัฐบาล (เช่น โรงแรมหรือสถานที่ที่ได้รับการรับรองจากทางการ) เพื่อป้องกันการแพร่เชื้อให้กับคนในชุมชน การกักตัวในสถานที่เหล่านี้จะช่วยให้สามารถตรวจสอบและติดตามอาการได้ง่ายขึ้น ลดความเสี่ยงในการระบาดของโควิด-19

1.4 ฉีดวัคซีนดีไหม? | ODPC9

ข้อมูลนี้เป็นการอธิบายถึงความสำคัญของการฉีดวัคซีนโควิด-19 โดยให้ประชาชนเข้าใจถึงประโยชน์ของการฉีดวัคซีนที่สามารถช่วยลดอัตราการติดเชื้อและความรุนแรงของโรค รวมถึงการช่วยลดการแพร่กระจายของเชื้อในสังคม เนื้อหานี้จะช่วยคลายข้อสงสัยและสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนในการตัดสินใจว่าจะฉีดวัคซีนหรือไม่ โดยอ้างอิงข้อมูลจากการวิจัยและการทดลองวัคซีนต่างๆ ที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานทางการ

1.5 ตามหลักวิธีป้องกันก็ยังตามเดิม คือใส่หน้ากากอนามัย ล้างมือให้บ่อย พยายามเว้นระยะห่าง

การให้ความรู้ในส่วนนี้เน้นไปที่มาตรการพื้นฐานที่ประชาชนต้องปฏิบัติ เพื่อป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 แม้ว่าจะมีวัคซีนแล้ว การใส่หน้ากากอนามัย, การล้างมืออย่างสม่ำเสมอ, และการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ยังคงเป็นสิ่งที่จำเป็นในการลดการแพร่กระจายของเชื้อ

วัคซีนจะช่วยลดความเสี่ยงได้ แต่การใช้มาตรการเหล่านี้ร่วมกันจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมการระบาดได้

1.6 ประเมินตนเองอย่างไร เมื่อเป็นผู้ติดเชื้อ COVID-19

ข้อมูลนี้ให้ความรู้เกี่ยวกับการประเมินอาการของตนเองเมื่อสงสัยว่าตนเองอาจติดเชื้อโควิด-19 ซึ่งอาจมีอาการหลากหลาย เช่น ไข้, ไอ, เจ็บคอ, หายใจลำบาก หรือเสียการรับรสและกลิ่น หากมีอาการเหล่านี้ควรไปตรวจหาเชื้อและเข้ารับการรักษาอย่างเหมาะสม การประเมินตนเองและรู้จักอาการของโรคจะช่วยให้ผู้ติดเชื้อสามารถรับการรักษาได้ทันทั่วถึง และลดการแพร่กระจายเชื้อสู่ผู้อื่น

1.7 การฉีดวัคซีนไฟเซอร์ (Pfizer) ในเด็กนักเรียน

ข้อมูลนี้กล่าวถึงการฉีดวัคซีนไฟเซอร์ (Pfizer) ให้กับเด็กนักเรียน ซึ่งได้รับการอนุมัติจากหน่วยงานด้านสุขภาพ โดยเน้นความสำคัญในการป้องกันโรคโควิด-19 ในกลุ่มเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี การฉีดวัคซีนจะช่วยสร้างภูมิคุ้มกันให้กับเด็กๆ เพื่อป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 ที่อาจมีอาการรุนแรงในบางกรณี การฉีดวัคซีนในเด็กยังช่วยลดการแพร่เชื้อในโรงเรียนและชุมชน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ในการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในระดับประเทศ

2. สื่อแจ้งเพื่อทราบ

2.1 หมอแล็บแพนด้า ! เชิญชวนคนไทยฉีดวัคซีนโควิด 19

การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือผู้ที่ได้รับความนิยม เช่น "หมอแล็บแพนด้า" เพื่อเชิญชวนให้คนไทยมาฉีดวัคซีนโควิด-19 เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การเผยแพร่ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการใช้บุคคลที่เป็นที่รู้จักและมีความน่าเชื่อถือในสายสุขภาพ เช่น หมอแล็บแพนด้า เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน และกระตุ้นให้ผู้คนเข้าร่วมในโครงการฉีดวัคซีน นอกจากนี้การใช้สื่อที่มีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้าง เช่น สื่อโซเชียลมีเดีย ยังช่วยให้การรณรงค์นี้มีการกระจายข้อมูลอย่างรวดเร็วและเข้าถึงได้มากขึ้น

2.2 เราพร้อมฉีดวัคซีน "สร้างภูมิคุ้มกัน"

เป็นสื่อที่เน้นการกระตุ้นความเชื่อมั่นของประชาชนเกี่ยวกับการฉีดวัคซีน โดยยืนยันว่าเราพร้อมที่จะปกป้องตัวเองและสร้างภูมิคุ้มกันต่อโรคโควิด-19 วัคซีนถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างภูมิคุ้มกันหมู่ (Herd Immunity) ซึ่งจะช่วยป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไปสู่ผู้อื่น การนำเสนอข้อความนี้ช่วยให้ประชาชนรู้สึกว่าการฉีดวัคซีนเป็นการทำหน้าที่ร่วมกันเพื่อปกป้องสังคมในวงกว้าง

2.3 มาตรการประจำวัน มาตรการที่ทำได้ทันที เริ่มต้นได้ที่ตัวเรา DMHTTA

DMHTTA คือคำย่อที่ย่อมาจาก D (Distancing) การเว้นระยะห่าง, M (Mask wearing) การใส่หน้ากากอนามัย, H (Hand washing) การล้างมือ, T (Temperature check) การตรวจวัดอุณหภูมิ, T (Testing) การตรวจหาเชื้อ, และ A (Application) การใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ที่ช่วยใน

การติดตามและประเมินความเสี่ยง เช่น แอปหมอชนะ สื่อนี้จึงเน้นการทำตามมาตรการพื้นฐานที่ง่ายต่อการปฏิบัติในชีวิตประจำวันเพื่อช่วยป้องกันการติดเชื้อโควิด-19 ซึ่งทุกคนสามารถทำได้ด้วยตนเอง และทำได้ทันที

2.4 “ผมเลือกฉีดวัคซีน เพราะผมไม่อยากเสี่ยง” บอย พิษณุ

การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง เช่น "บอย พิษณุ" มาช่วยให้ข้อมูลเกี่ยวกับการฉีดวัคซีน โดดเด่นด้วยการเปิดเผยเหตุผลส่วนตัวในการเลือกฉีดวัคซีน คือการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงของการติดเชื้อและการป้องกันตัวเองจากโรคโควิด-19 สื่อนี้จะช่วยให้ประชาชนเห็นถึงความสำคัญของการฉีดวัคซีนจากมุมมองของบุคคลที่อยู่ในวงการบันเทิง ซึ่งเป็นบุคคลที่อยู่เบื้องหน้า เป็นที่รู้จักเป็นวงกว้าง ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความเชื่อถือ

2.5 ในความเป็นจริง พอทุกอย่างดีขึ้น เราก็ต้องออกไปอยู่ดี แต่คราวนี้เราไม่รู้ว่าจะเชื่อ ตัวนี้มันยังคงอยู่กับเรา อยู่บนโลกเราหรือเปล่า ไปอีกนานแค่ไหน" นายชาคริต แย้มนาม

ภายในสื่อคำพูดของ ชาคริต แย้มนาม เป็นการสะท้อนความจริงของการดำเนินชีวิตในสถานการณ์โควิด-19 ที่แม้ว่าจะมีการผ่อนคลายหรือทุกอย่างดีขึ้นแล้ว แต่เชื้อโรคยังคงอยู่ และยังไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะอยู่ไปอีกนานแค่ไหน การพูดถึงสถานการณ์นี้ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักถึงความเสี่ยงและความสำคัญของการป้องกันตัวเองจากโรคในระยะยาว โดยไม่ประมาทและต้องยอมรับสถานการณ์ที่อาจยังคงต้องเผชิญ เป็นการย้ำเตือนประชาชนว่า แม้แต่นักแสดงที่มีชื่อเสียงยังให้ความสำคัญกับการฉีดวัคซีน โดยไม่เกรงกลัวต่อข่าวปลอมที่กำลังเผยแพร่ในขณะนั้น

2.6 ห่วงคุณแม่ ห่วงครอบครัว มาฉีดวัคซีนกันครับ : หลุยส์ สก๊อต

หลุยส์ สก๊อต ใช้คำพูดที่เน้นถึงความห่วงใยในครอบครัว และคนที่รักเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเข้าร่วมการฉีดวัคซีน ข้อความนี้จะช่วยให้ประชาชนคิดถึงผลกระทบต่อคนในครอบครัวและกลุ่มเสี่ยงที่อาจได้รับผลกระทบจากโควิด-19 การแสดงความห่วงใยผ่านบุคคลที่มีชื่อเสียงช่วยให้การรณรงค์การฉีดวัคซีนมีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.7 มาฉีดวัคซีนกันดีกว่าค่ะ เพื่อหยุดการแพร่เชื้อโควิด19 : เบนซ์ ปุณยาพร

การใช้บุคคลในวงการบันเทิง เช่น เบนซ์ ปุณยาพร มาช่วยรณรงค์ให้ประชาชนมาฉีดวัคซีน เพื่อหยุดการแพร่เชื้อโควิด-19 สื่อนี้มีจุดประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการฉีดวัคซีนในการหยุดยั้งการระบาด โดยอาศัยชื่อเสียงและความเป็นที่รู้จักของเบนซ์ในการเข้าถึงประชาชนในวงกว้าง ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลเกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการกระตุ้นให้คนมาฉีดวัคซีน

3. สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ

3.1 คลิปแนะนำ การป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตอน หลัก3ล. ช่วยป้องกันไวรัสโคโรนา2019

สื่อนี้มุ่งเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันโรคโควิด-19 ผ่านหลักการ "3 ล." ซึ่งเป็นแนวทางที่ง่ายและสามารถปฏิบัติได้ทุกคนเพื่อหลีกเลี่ยงการติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) โดยหลัก "3ล." ประกอบด้วย 1.ล้างมือ (Launder hands), 2.หลีกเลี่ยงการสัมผัส (Limit touch), 3.ใส่หน้ากาก (Lifesaving mask) วิธีการภายในสื่อจะช่วยให้ผู้ชมเข้าใจและจดจำวิธีการป้องกันได้ดีขึ้นในรูปแบบที่สนุกสนานและเข้าใจง่าย นอกจากนี้ยังช่วยให้การกระจายข้อมูลเกี่ยวกับการป้องกันโรคทำได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมกลุ่มคนที่หลากหลาย

3.2 ทำอย่างไรเมื่อพบคนในบ้านป่วยเป็นโรคโควิด-19

ภายในสื่อจะเป็นการจำลองว่า เมื่อพบว่าสมาชิกในบ้านป่วยด้วยโรคโควิด-19 จะต้องมีการดำเนินการอย่างรอบคอบเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อไปยังสมาชิกคนอื่นๆ ภายในบ้าน โดยในสื่อแนะนำนี้จะมีคำแนะนำที่ชัดเจนเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวในกรณีที่มีผู้ป่วยภายในบ้าน เช่น 1.แยกผู้ป่วยออกจากสมาชิกคนอื่นในบ้าน 2.สวมหน้ากากอนามัยและการล้างมือ และ 3.ทำความสะอาดบ้านและสิ่งของใช้ร่วมกัน 4.ตรวจสอบอาการและเข้ารับการรักษา 5.เฝ้าระวัง การนำเสนอจะช่วยให้ทุกคนในบ้านมีความเข้าใจที่ตรงกันเกี่ยวกับวิธีการจัดการกับผู้ป่วยโควิด-19 และสามารถดำเนินการได้อย่างถูกต้องเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดไปสู่ผู้อื่นภายในครอบครัว

การระบาดช่วงที่ 3 ของโรคโควิด-19 ในช่วงวิกฤตนี้ สื่อที่ถูกนำมาเผยแพร่เพื่อให้ข้อมูลแก่ประชาชนมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยกรมควบคุมโรคเลือกที่จะให้ความสำคัญกับ สื่อให้ความรู้ และ สื่อแจ้งเพื่อทราบ เป็นอันดับแรก เพราะเหตุผลหลายประการดังนี้

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวัคซีน ในขณะที่ข้อมูลเกี่ยวกับวัคซีนโควิด-19 ถูกเผยแพร่ไปในวงกว้าง แต่ข่าวปลอมที่กล่าวว่าวัคซีนจะทำให้เสียชีวิต หรือสร้างผลข้างเคียงรุนแรง กลับทำให้เกิดความวิตกกังวลในกลุ่มประชาชนจำนวนมาก สื่อให้ความรู้จึงถูกนำมาใช้เพื่อชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับวัคซีน เช่น ประโยชน์ของการฉีดวัคซีนที่สามารถป้องกันการเจ็บป่วยรุนแรง หรือช่วยลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อ ที่สำคัญการทำให้ประชาชนเข้าใจว่าการฉีดวัคซีนมีความปลอดภัยและมีประโยชน์ต่อทั้งบุคคลและสังคม จะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนในการเข้ารับการฉีดวัคซีนมากขึ้น

2. การให้ข้อมูลเชิงข่าวสารและข้อเท็จจริง สื่อแจ้งเพื่อทราบ คือ การเชิญชวนจากบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือผู้มีอิทธิพลในสังคม เช่น ดาราหรือคนในวงการบันเทิง การที่คนดังออกมาเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการฉีดวัคซีนมีผลกระทบในการเพิ่มความเชื่อมั่นแก่ประชาชน เพราะบุคคลเหล่านี้มีฐานผู้ติดตามที่มาก การใช้กลยุทธ์นี้ช่วยให้ข้อมูลถูกแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง

3. การใช้สื่อแบบเข้าใจง่าย ในช่วงนี้มีการใช้สื่อแบบเข้าใจง่ายเพื่อให้ข้อมูลที่ตรงไปตรงมา มากขึ้น เช่น คำแนะนำจากบุคคลที่มีชื่อเสียงในการฉีดวัคซีน ซึ่งช่วยให้ประชาชนไม่รู้สึกรำคาญเรื่อง โกลดตัว และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น การใช้สื่อลักษณะนี้ช่วยให้ผู้คนเกิดความเข้าใจใน ข้อมูลและได้รับแรงจูงใจในการตัดสินใจเข้ารับการฉีดวัคซีน

4. การสร้างความตระหนัก ในขณะเดียวกัน การเลือกที่จะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการ ฉีดวัคซีนมากขึ้นเป็นการช่วยสร้างความตระหนักในประชาชนว่า การฉีดวัคซีนไม่เพียงแต่ช่วยปกป้อง ตัวเอง แต่ยังช่วยลดการแพร่กระจายของเชื้อโควิด-19 ไปยังคนอื่น ๆ สื่อได้ทำการชี้แจงถึงความจำเป็น ในการฉีดวัคซีน และการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อ ทำให้ประชาชนเข้าใจในบทบาทสำคัญของ วัคซีนในการยับยั้งการระบาด

ตอนที่ 2 องค์ประกอบสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค ทั้งหมด 35 วิดีโอ ที่เผยแพร่บนช่องทางเว็บไซต์ส่วนกลางของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (www.moph.go.th) พบว่า มีการใช้องค์ประกอบ 5 รูปแบบ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้าน เสียง (Sound) จากการวิเคราะห์ข้อมูล การใช้เสียงในสื่อมัลติมีเดียถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร โดยเสียงช่วยเสริมความเข้าใจและสร้างความดึงดูดใจในการรับชมวิดีโอเกี่ยวกับโควิด-19 ผู้วิจัยพบองค์ประกอบเสียงที่เน้นใช้มี 3 ลักษณะ ดังนี้

1.1 เสียงผู้บรรยาย (Audio description)

เสียงผู้บรรยายมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลในลักษณะคำอธิบายและการเล่าเรื่อง เสียงนี้เปรียบเสมือน "ตัวนำทาง" ที่ช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเนื้อหาทั้งหมดได้ชัดเจนขึ้น โดยเฉพาะใน วิดีโอที่มีการนำเสนอข้อมูลเชิงวิชาการ เช่น การอธิบายกลไกการแพร่กระจายของไวรัส หรือขั้นตอน การฉีดวัคซีน ลักษณะของเสียงผู้บรรยายที่มีประสิทธิภาพ พบว่ามี 3 ลักษณะดังนี้

1.1.1 ความชัดเจน หมายถึง มีการออกเสียงชัดเจน ชัดคำ โดยเฉพาะคำศัพท์เฉพาะ หรือคำยากที่อาจมีความหมายสำคัญ จังหวะการพูด มีการเว้นช่วงระหว่างประโยคเพื่อให้ผู้ฟังมีเวลา ทำความเข้าใจข้อมูล โดยเฉพาะเมื่อมีการกล่าวถึงข้อมูลเชิงตัวเลขหรือข้อเท็จจริง และมีการหลีกเลี่ยง ใช้คำฟุ่มเฟือย โดยใช้คำที่ตรงประเด็นเพื่อป้องกันความสับสนต่อผู้ฟัง

1.1.2 น้ำเสียงที่น่าเชื่อถือ หมายถึง มีการใช้ระดับเสียงที่มั่นคง ไม่แกว่งขึ้นลงมากจน ทุ้มมันใจ เน้นคำสำคัญ โดยเน้นคำหรือประโยคที่ต้องการให้ผู้ฟังจดจำ เช่น การพูดเน้นตัวเลขสำคัญ หรือข้อมูลที่ควรทราบโดยตรง และมีการควบคุมอารมณ์ โดยใช้น้ำเสียงที่เรียบง่าย เป็นทางการ ไม่ดู ตื่นเต้นเกินไปหรือเชื่องช้าจนเกินไป

1.1.3 การใช้โทนเสียง หมายถึง การใช้โทนเสียงผู้วิจัยพบว่า มี 3 ลักษณะ ได้แก่

1.1.3.1 โทนเสียงจริงจัง ใช้เมื่อพูดถึงข้อมูลสำคัญ เช่น ความเสี่ยงด้านสุขภาพ หรือสถานการณ์เร่งด่วน โดยใช้น้ำเสียงต่ำและเน้นความหนักแน่นในคำพูด เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

1.1.3.2 โทนเสียงผ่อนคลายและเป็นมิตร เหมาะสำหรับการสอนหรือการแนะนำ เช่น การสอนวิธีปฏิบัติที่ถูกต้อง ใช้จังหวะการพูดที่ช้าและมีน้ำเสียงที่อ่อนโยน เพื่อสร้างความรู้สึกละสบายใจให้กับผู้ฟัง

1.1.3.3 โทนเสียงเร่งเร้า ใช้เพื่อกระตุ้นความสนใจ เช่น การแจ้งเตือนถึงสถานการณ์สำคัญ โดยจะใช้จังหวะการพูดที่เร็วขึ้นเล็กน้อย พร้อมเน้นคำที่เป็นใจความสำคัญ

โดยการใช้น้ำเสียงของผู้บรรยายจะปรับเปลี่ยนไปตาม สถานการณ์ ความเหมาะสม และกลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก จะใช้น้ำเสียงสดใส อธิบายง่าย พร้อมยกตัวอย่างที่เข้าใจได้ง่าย สำหรับผู้ใหญ่จะใช้น้ำเสียงสุภาพ เน้นความชัดเจนและความน่าเชื่อถือ

1.2 เสียงดนตรี (Background music)

เสียงดนตรีพื้นหลัง (Background Music) มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความน่าสนใจและอารมณ์ให้กับวิดีโอ โดยสามารถกำหนดบรรยากาศ และช่วยให้ผู้ชมมีความเชื่อมโยงกับเนื้อหาได้อย่างลึกซึ้งขึ้น นอกจากนี้ ยังช่วยเสริมเนื้อหาให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และลดความรู้สึกซ้ำซากที่อาจเกิดจากการเล่าเรื่องด้วยเสียงเพียงอย่างเดียวลักษณะของเสียงดนตรี พบว่ามี 3 ลักษณะดังนี้

1.2.1 ดนตรีที่สงบและเรียบง่าย เหมาะสำหรับวิดีโอที่เป็นการให้ข้อมูลด้านสุขภาพ การสอนอย่างเป็นขั้นตอน เช่น การล้างมือ การฉีดยาวัคซีน ลักษณะดนตรี จะเป็นดนตรีเปียโนเบาๆ หรือ ดนตรีสังเคราะห์เสียง (Ambient) เสียงดนตรีลักษณะนี้ส่งผลให้ ผู้ชมรู้สึกผ่อนคลายและสามารถจดจ่อกับเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น

1.2.2 ดนตรีที่เร่งเร้า เหมาะสำหรับใช้ในวิดีโอที่ต้องการกระตุ้นความรู้สึก เช่น การสื่อสารสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ความสำคัญของการปฏิบัติตามมาตรการ การนำเสนอข้อมูลเชิงเตือนภัย โดยดนตรีจะมีจังหวะเร่งและเร็ว หรือเสียงดนตรีแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่หนักแน่น เพื่อกระตุ้นความรู้สึกตื่นตัวและเร่งด่วน

1.2.3 ดนตรีที่สร้างแรงบันดาลใจ เหมาะสำหรับวิดีโอที่แสดงถึงความสำเร็จ เช่น การลดจำนวนผู้ติดเชื้อ หรือการฉีดยาวัคซีน หรือการกระตุ้นให้เกิดความหวังในสถานการณ์ที่เลวร้าย โดยดนตรีที่ใช้มีจังหวะไพเราะและมีพลัง เช่น เครื่องสายหรือเครื่องดนตรีที่ให้เสียงก้อง เพื่อสร้างความรู้สึกลึกซึ้ง และมุ่งมั่นในเป้าหมาย

1.3 เสียงเอฟเฟค (Sound effect)

เสียงเอฟเฟคต์ จะช่วยสร้างความสมจริงในวิดีโอ และเพิ่มความน่าสนใจในเนื้อหา โดยเฉพาะเมื่ออธิบายข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ หรือการกระทำที่มีผลกระทบโดยตรงลักษณะของเสียงเอฟเฟค พบว่ามี 3 ลักษณะดังนี้

1.3.1 เสียงเตือนภัย คือ เสียงไซเรนหรือเสียงเตือน เช่น เสียง “บีบ” เมื่อพูดถึงข้อมูลที่สำคัญ เช่น การแจ้งเตือนสถานการณ์การระบาด ตัวอย่างเช่น เมื่อแสดงกราฟที่แสดงการเพิ่มขึ้นของผู้ติดเชื้อ อาจใช้เสียงเตือนเพื่อเน้นข้อมูล

1.3.2 เสียงจำลองเหตุการณ์ คือ เสียงจาม ไอ ในวิดีโอที่อธิบายการแพร่กระจายของไวรัส เพื่อสร้างความเข้าใจถึงความเสี่ยง ตัวอย่างเช่น วิดีโอที่แสดงการแพร่เชื้อในพื้นที่ปิด เช่น ลิฟต์หรือห้องประชุม

1.3.3 เสียงเสริมจังหวะ คือ เสียง “ตึก” หรือเสียง “วูม” ใช้ในการเปลี่ยนฉาก หรือการแสดงจุดสำคัญของเนื้อหา ตัวอย่างเช่น เสียง “ตึก” เมื่อข้อความสำคัญปรากฏบนหน้าจอ เช่น “การล้างมือช่วยลดการแพร่เชื้อได้ถึง 80%”

2. องค์ประกอบด้าน ตัวอักษร (Text) จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบ 2 ลักษณะดังนี้

2.1 ข้อความบรรยาย (Subtitle)

ข้อความบรรยายในวิดีโอมีลักษณะคล้ายกับอยู่ในรูปแบบของ “คำบรรยายใต้ภาพ” (Subtitle) ซึ่งมีจุดประสงค์หลายประการ ได้แก่

2.1.1 ช่วยผู้ชมที่มีข้อจำกัด คือ สำหรับผู้ชมที่ไม่สามารถฟังเสียง เช่น ผู้ที่อยู่ในที่สาธารณะ หรือผู้ที่มีความบกพร่องทางการได้ยิน ในบางกรณี ผู้ชมที่ไม่เข้าใจภาษาที่ใช้ในเสียงบรรยาย อาจใช้คำบรรยายภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษในวิดีโอ

2.1.2 เน้นความสำคัญของเนื้อหา คือ คำบรรยายช่วยเสริมเนื้อหาในกรณีที่เสียงผู้บรรยายหรือภาพอาจไม่ชัดเจนพอ ช่วยย้ำข้อมูลที่เป็นหัวข้อสำคัญหรือต้องการเน้นย้ำให้ผู้ฟังเกิดการจดจำ เช่น แนวทางการปฏิบัติตัว หรือข้อควรระวัง

2.1.3 ลดความซับซ้อนของเนื้อหา คือ การใช้ข้อความบรรยายที่สั้น กระชับ ช่วยให้ผู้ชมเข้าใจข้อมูลที่ซับซ้อนได้ง่ายขึ้น เช่น ข้อความที่สรุปมาตรการในสถานการณ์ต่างๆ

2.2 ข้อความเคลื่อนไหว (Pop-up text)

บทบาทของข้อความเคลื่อนไหว ถูกใช้ในวิดีโอมีเดียเพื่อเน้นเนื้อหาหรือข้อความสำคัญที่ต้องการให้ผู้ชมจดจำได้ทันที โดยมักจะปรากฏบนหน้าจอในลักษณะเด่นชัด พร้อมกับเอฟเฟคต์การเคลื่อนไหวหรือเสียงประกอบ โดยลักษณะข้อความเคลื่อนไหว พบว่ามี 3 ลักษณะดังนี้

2.2.1 เพิ่มความน่าสนใจ คือ ข้อความเคลื่อนไหวช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ชม ทำให้เนื้อหาดูไม่น่าเบื่อ และช่วยให้สารสำคัญไม่ถูกมองข้าม

2.2.2 ย้ำเนื้อหาสำคัญ คือ การแสดงข้อความสำคัญในรูปแบบเคลื่อนไหวช่วยเพิ่มการจดจำ เช่น คำเตือน “สวมหน้ากากป้องกันชีวิตคุณและคนที่คุณรัก”

2.2.3 เน้นจุดที่ต้องการ คือ การใช้เอฟเฟกต์เคลื่อนไหว เช่น ข้อความที่เด่นขึ้นมา หรือข้อความที่ปรากฏพร้อมกับสีสันสดใสสดตา ช่วยให้ผู้ชมโฟกัสไปที่ข้อความนั้น

3. องค์ประกอบด้าน ภาพ (Picture) จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบ 3 ลักษณะดังนี้

3.1 ภาพนิ่ง (Still image) ภาพนิ่ง เช่น ภาพถ่ายหรือแผนที่ มักใช้เพื่อแสดงข้อมูลหรือสถานการณ์จริง เช่น ภาพของบุคลากรทางการแพทย์ ภาพของประชาชนที่ปฏิบัติตามมาตรการ

3.2 ภาพกราฟิก (Graphics) ใช้แสดงข้อมูลเชิงวิทยาศาสตร์ เช่น การแพร่กระจายของไวรัสหรือผลกระทบของวัคซีน กราฟิกช่วยลดความซับซ้อนของข้อมูลให้ประชาชนทั่วไปเข้าใจง่าย

3.3 ภาพเคลื่อนไหว (Animation) แอนิเมชันใช้ในการอธิบายข้อมูลที่ซับซ้อน เช่น ขั้นตอนการฉีดวัคซีน หรือการทำงานของระบบภูมิคุ้มกัน ตัวอย่างเช่น การจำลองการแพร่เชื้อจากการไอโดยใช้ภาพเคลื่อนไหวแสดงละอองฝอยที่กระจายในอากาศ

4. องค์ประกอบด้าน วิดีทัศน์ (Video) จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบ 1 ลักษณะดังนี้

4.1 วิดีโออัปโหลด ลักษณะของวิดีโอในบริบทของกรมควบคุมโรค ช่องทางเผยแพร่ที่หลากหลาย คือ วิดีโอถูกอัปโหลดและเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ที่เข้าถึงง่าย เช่น เว็บไซต์ทางการ www.moph.go.th และ โซเชียลมีเดีย ได้แก่ Facebook, YouTube, Instagram ลักษณะของการออกแบบจึงจำเป็นต้องมีความกระชับและตรงประเด็น เพื่อให้ผู้ชมสามารถรับสารได้รวดเร็วและเข้าใจง่าย ซึ่งเหมาะสำหรับผู้รับสารในยุคดิจิทัลที่มีช่วงความสนใจจำกัด

5. การสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive links) จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบว่าสื่อมัลติมีเดียของกรมควบคุมโรคที่ใช้เผยแพร่ในสถานการณ์โควิด-19 เป็นสื่อมัลติมีเดียเพื่อการนำเสนอ (Presentation Multimedia) โดยถ่ายทอดผ่านหลายองค์ประกอบ ได้แก่ ข้อความ เสียง ตัวอักษร และภาพ โดยจะเน้นให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับชม ตามช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ ซึ่งบางช่องทางสามารถกดปุ่มเพื่อเล่น หรือหยุดได้ แต่ไม่ถือว่าเป็นการมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบ ซึ่งมัลติมีเดียลักษณะนี้จัดเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One way communication)

ตอนที่ 3 รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียในกรณีโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

จากการวิเคราะห์รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียในกรณีโควิด-19 ของกรมควบคุมโรคทั้งหมด 35 วิดีโอ ที่เผยแพร่บนช่องทางเว็บไซต์ส่วนกลางของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (www.moph.go.th) พบว่า มีการใช้รูปแบบ 2 แบบ โดยเรียงลำดับดังนี้

1. รูปแบบข่าวสั้น (Scoop) 17 วิดีโอ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า สื่อมัลติมีเดียรูปแบบข่าวสั้น นิยมใช้กับสื่อแจ้งเพื่อทราบมากที่สุดเป็นอันดับแรก เนื่องจากเนื้อหาประเภทนี้จำเป็นต้องสร้างความน่าเชื่อถือจากผู้เชี่ยวชาญหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีตัวตนอยู่บนโลกแห่งความเป็นจริง เพื่อให้ผู้รับสารเชื่อในข้อมูลที่ถูกต้องมากที่สุด ในขณะที่ เนื่องจากมีข่าวปลอม หรือการให้ข่าวแบบผิดๆ ทำให้ผู้รับสารเกิดความวิตกกังวล ไม่กล้าเข้ารับการรักษาป้องกันโควิด-19

2. รูปแบบแอนิเมชัน (Animation) 18 วิดีโอ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า สื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชัน นิยมใช้กับสื่อให้ความรู้มากที่สุดเป็นอันดับแรก และสื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติเป็นอันดับสอง เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลเชิงวิชาการ จำเป็นต้องใช้เทคนิคเพิ่มความน่าสนใจให้กับเนื้อหา ดังนั้นการหยิบเอาสื่อรูปแบบแอนิเมชัน มาปรับใช้จึงเหมาะสมกว่าการใช้ สื่อรูปแบบข่าวสั้น อีกทั้งยังเป็นการประหยัดในด้านของ ต้นทุน เวลา และยังเป็นการลดปัจจัยด้านบุคคลกรในการผลิต ส่งผลให้สามารถผลิตสื่อรูปแบบแอนิเมชันได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลาย ได้แก่ กลุ่มเด็ก กลุ่มวัยรุ่น ไปจนถึงผู้ใหญ่วัยทำงาน เพราะสามารถเลือกใช้ลูกเล่นต่างๆ นำมาปรับใช้ให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นได้

ตอนที่ 4 ข้อมูลการสัมภาษณ์

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สาธารณสุข บริษัทอินไซด์ และบริษัทญาดาโซลูชั่น ผู้วิจัยได้สรุปประเด็น ตามประเด็นการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการสัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์	ประเด็นการสัมภาษณ์
	1.ลักษณะในการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดีย ของกรมควบคุมโรค
เจ้าหน้าที่สาธารณสุข 1.ผู้ให้สัมภาษณ์ 1 2.ผู้ให้สัมภาษณ์ 2	การกำหนดลักษณะการเล่าเรื่อง ควรลงพื้นที่เพื่อศึกษากลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน โดยประเด็นที่เป็นผลกระทบในขณะนั้นจะสามารถทำให้รู้ว่า ควรผลิตสื่อออกมาในลักษณะใด เมื่อทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว จึงหยิบเอาประเด็นเหล่านี้ มาเป็นหัวข้อหลักในการผลิตสื่อ ว่าควรทำเป็นสื่อเพื่อให้ความรู้ สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ หรือสื่อแจ้งเพื่อทราบจึงจะเหมาะสมและตรงประเด็น ในการผลิตสื่อควรมีลักษณะ เป็นสื่อที่มีความสั้น กระชับ ตรงประเด็น ใช้คำพูดที่ฟังแล้วเข้าใจง่ายที่สุด โดยชุดข้อมูลส่วนใหญ่จะเป็นการให้ความรู้แก่ประชาชน ลองลงมาจะเป็นสื่อแนะนำวิธีการปฏิบัติที่ถูกต้อง และต้องเป็นภาษาที่เข้าใจได้ง่าย ไม่เน้นภาษาเชิงวิชาการมากเกินไป
บริษัทรับผลิตสื่อ (บริษัทอินไซด์) 1.ผู้ให้สัมภาษณ์ 1 (บริษัทยูดาโซลูชั่น) 2.ผู้ให้สัมภาษณ์ 2	ในด้านขององค์กรที่เคยร่วมงานกับกรมควบคุมโรคทั้งสองแห่ง จะมีบทบาทในด้านการผลิตสื่อเพียงเท่านั้น โดยมีหน้าที่ในการเรียบเรียง จัดวางตามคำสั่งจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข โดยสื่อให้ความรู้ และสื่อแนะนำวิธีการปฏิบัติ จะมีการทำให้เกิดความน่าสนใจมากขึ้น หลังจากผลิตสื่อเสร็จก็จะส่งให้ทางเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเพื่อนำไปเผยแพร่ต่อไป ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

ผู้ให้สัมภาษณ์	ประเด็นการสัมภาษณ์
	2.องค์ประกอบภายในสื่อมีมิติเดียว ของกรมควบคุมโรค
เจ้าหน้าที่สาธารณสุข 1.ผู้ให้สัมภาษณ์ 1	องค์ประกอบมีความสำคัญต่อ การรับรู้ของผู้รับสารเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้รับสารมีความหลากหลาย ในด้านของอายุ เพศ การศึกษา การใช้องค์ประกอบที่มีความหลากหลายจึงเป็นตัวเลือกที่เหมาะสมมากกว่าการใช้ องค์ประกอบเพียงไม่กี่แบบ เนื่องจากเป็นการเปิดโอกาสในการรับรู้ของผู้รับสารให้เข้าใจได้มากยิ่งขึ้น
2.ผู้ให้สัมภาษณ์ 2	เนื่องจากผู้รับสารมีหลากหลายกลุ่ม หลากหลายพฤติกรรม การใช้ องค์ประกอบที่หลากหลาย ได้แก่ ตัวอักษร ภาพ วิดีโอ เสียงบรรยาย เสียงดนตรี ทั้งนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้รับสาร มีทางเลือกที่จะรับรู้ได้ หลากหลายนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการอ่านข้อความ การตีความหมายผ่าน รูปภาพ ภาพเคลื่อนไหว หรือรับรู้จากเสียงบรรยาย
บริษัทผลิตสื่อ (บริษัทอินไซด์) 1.ผู้ให้สัมภาษณ์ 1 (ผู้เขียนบท) 2.ผู้ให้สัมภาษณ์ 1	องค์ประกอบที่สำคัญคือการใช้ภาพเคลื่อนไหว เพราะมีผลมากกว่าการใช้ภาพนิ่ง เนื่องจากสามารถสร้างความน่าสนใจได้มากกว่า สื่อสารได้ตรง ประเด็น เหมาะสำหรับสื่อแนะนำวิธีการปฏิบัติ ในส่วนของภาพกราฟิกจะ เหมาะสำหรับ สื่อให้ความรู้ สำหรับองค์ประกอบด้านเสียง สื่อรูปแบบข่าวสั้นทั่วไป จะต้องใช้เสียง บรรยายเป็นทางการ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ แต่ถ้าหากเป็นสื่อรูปแบบ แอนิเมชัน จะเน้นการใช้เสียงบรรยายแบบไม่เป็นทางการ เพื่อให้ผู้รับสารที่เป็นเด็กไปจนถึงวัยรุ่นสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างการจดจำผ่านลูกเล่นที่ใส่เข้าไป
(บริษัทญาดาโซลูชั่น) 2.ผู้ให้สัมภาษณ์ 2	องค์ประกอบด้านเวลา และความเหมาะสมของเนื้อหา ควรมีการแบ่ง เนื้อหาเป็นส่วนๆ แยกเป็นประเภทอย่างชัดเจน ไม่ควรมีหลากหลาย ประเด็นในสื่อชิ้นเดียวมากเกินไป อาจส่งผลให้ชิ้นงานมีระยะเวลาที่นานเกินไปจนจำเป็น และเป็นการสร้างภาระให้กับผู้รับสาร ดังนั้นสื่อควรมี ความเหมาะสมกับยุคสมัยของผู้รับสารในยุคปัจจุบัน ที่นิยมเสพสื่อที่มี เนื้อหาสั้น กระชับ ไม่ยืดเยื้อ และควรมีเวลาอยู่ที่ 3-5 นาที ไม่ควรเกินไป มากกว่านี้

ผู้ให้สัมภาษณ์	ประเด็นการสัมภาษณ์
	3.รูปแบบของสื่อมัลติมีเดีย ของกรมควบคุมโรค
เจ้าหน้าที่สาธารณสุข 1.ผู้ให้สัมภาษณ์ 1 2.ผู้ให้สัมภาษณ์ 2	สื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชันนิยมถูกนำมาใช้มากที่สุด เนื่องจากสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้หลากหลายกลุ่ม ได้แก่ เด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่ โดยเนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็น สื่อให้ความรู้ แนะนำแนวทางปฏิบัติ เนื่องจากสามารถสร้างสรรค์ หรือจำลองสถานการณ์ต่างๆ ผ่านตัวการ์ตูนได้อย่างอิสระ และยังสามารถใส่ลูกเล่นได้หลากหลาย ได้แก่ การเน้นสี ขนาด ตัวอักษร สื่อมัลติมีเดียรูปแบบทั่วไป ได้แก่ แนวข่าวสั้น สารคดี จะเน้นการให้ข้อมูลเชิงวิชาการ แต่จะเป็นข้อความที่ถูกดัดแปลงมาแล้ว เพื่อให้เกิดการเข้าถึงได้ง่าย ภาพที่ถูกนำเสนอออกไป จะนิยมใช้ภาพจากสถานที่จริง เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือต่อข้อมูลที่น่าเสนอ
บริษัทผลิตสื่อ (บริษัทอินไซด์) 1.ผู้ให้สัมภาษณ์ 1 (บริษัทยูดาโซลูชั่น) 2.ผู้ให้สัมภาษณ์ 2	สื่อมัลติมีเดียทั้งสองรูปแบบ ก่อนจะเริ่มการผลิตสื่อจำเป็นต้อง ศึกษา กลุ่มเป้าหมายก่อนว่าเป็นใคร อายุเท่าไร เพศอะไร หรือมีพฤติกรรมในการเสพสื่อในรูปแบบไหน เพื่อที่จะได้จัดข้อมูลเนื้อหาได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย บวกกับการศึกษากระแสในช่วงเวลานั้น ว่านิยมอะไร ก็จะนำมาผสมกับสื่อที่ผลิต สื่อแอนิเมชันแต่ละแนวก็จะมีแตกต่างกัน มีการจำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย ถ้าผลิตให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ ก็จะเน้นข้อความขนาดใหญ่ สีเส้นเรียบง่ายสบายตา ไม่เน้นสีที่มีความฉูดฉาดมากเกินไป ใช้เสียงบรรยายกึ่งทางการ แต่ถ้าเป็นการผลิตสื่อในกลุ่มเด็ก-วัยรุ่น จะมีการใส่ลูกเล่นให้มีความน่าดึงดูด ใช้สีเส้นที่สดใส ฉูดฉาด และใช้เสียงบรรยายไม่เป็นทางการ เพื่อเพิ่มความเป็นกันเองกับผู้รับสารมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ผู้วิจัยจะทำการอภิปรายผลใน 3 ประเด็นตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ลักษณะการเล่าเรื่องผ่านสื่омัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

จากการศึกษาลักษณะการเล่าเรื่อง บนสื่омัลติมีเดียของกรมควบคุมโรคที่เกี่ยวข้องกับโรคโควิด-19 พบว่า ได้มีการกำหนดลักษณะในการเล่าเรื่องออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) ลักษณะการเล่าเรื่องแบบให้ความรู้ 2) ลักษณะการเล่าเรื่องแบบแนะนำแนวทางปฏิบัติ 3) ลักษณะการเล่าเรื่องแบบแจ้งเพื่อทราบ สำหรับการผลิตสื่омัลติมีเดียแบบแยกหมวดหมู่ ทั้งนี้ก็เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปใช้งาน ในด้านการเผยแพร่ข้อมูลไปยังผู้รับสาร อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารสุขภาพของ Ratzan and Other (1999) คือ การสื่อสารสุขภาพเปรียบเสมือนการนำเอาเทคนิคในรูปแบบต่างๆ มาปรับใช้ในการให้ความรู้ แจ้งเพื่อทราบ และการสร้างแรงจูงใจในระดับ ปัจเจกชน หรือองค์กร ตามนโยบายในการดูแลสุขภาพ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการป้องกันโรคร้ายต่างๆ เพื่อคุณภาพชีวิตและสุขภาพที่ดีของประชาชน

จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข ในมุมมองด้านการคัดสรรประเด็น ที่จะถูกนำมาต่อยอดสำหรับการผลิตเป็นสื่омัลติมีเดีย ทางกรมควบคุมโรคจำเป็นต้องส่งเจ้าหน้าที่ลงไปยังพื้นที่เพื่อตรวจสอบข้อมูล ว่าในพื้นที่ๆ กำลังเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีประเด็นอะไรที่ประชาชนกำลังตั้งข้อสงสัย หรือเป็นประเด็นที่ผู้คนกำลังหาตระแว้งในเรื่องที่ตนเองยังไม่สามารถหาคำตอบที่แน่ชัดได้ ในส่วนนี้ทางเจ้าหน้าที่จะต้องสอบถามประชาชนภายในพื้นที่ ควบคู่กับการตรวจสอบข้อมูลเอกสารเชิงวิชาการ เพื่อเป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูล ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ เมื่อมั่นใจแล้วว่าประเด็นดังกล่าวเป็นปัญหาของประชาชนจริงๆ จึงนำชุดดังกล่าวกลับมาวิเคราะห์ถึงวิธีการแก้ไขปัญหานั้น ขั้นตอนต่อมาหลังจากวิเคราะห์เสร็จแล้ว ต้องนำข้อมูลดังกล่าวมาปรับเนื้อหาให้สามารถเข้าใจง่ายมากที่สุด โดยลักษณะของเนื้อหาจำเป็นต้องตรงประเด็น ข้อมูลมีความครบถ้วนไม่ตกหล่น อธิบายวิธีการแก้ไขปัญหาย่างครอบคลุม ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่าย ไม่เน้นคำศัพท์เชิงวิชาการมากเกินไป เมื่อเสร็จขั้นตอนนี้แล้ว ก็สามารถนำไปผลิตเป็นสื่омัลติมีเดีย และทำการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อใหม่ ได้แก่ ช่องทางออนไลน์ Facebook Page, Youtube, เว็บไซต์ทางการของกรมควบคุมโรค (www.moph.go.th) และยังสามารถนำไปเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อเก่า ได้แก่ หอวิทยุกระจายเสียงชุมชน และการส่งมอบสื่омัลติมีเดียที่ผลิตเสร็จแล้ว ให้กับอาสาสมัครสาธารณสุข เพื่อนำสื่อไปเผยแพร่ต่อไปให้กับประชาชนในพื้นที่ๆ ตนเองดูแลอยู่ ด้วยวิธีการนี้ส่งผลให้ข้อมูลข่าวสารสามารถส่งต่อไปอย่างรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์

ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ คณิต รักจิตร (2557) กล่าวว่า เนื้อหาในเว็บไซต์โดยปกติจะประกอบด้วยข้อมูลด้านสุขภาพ ได้แก่ ประเด็นการป้องกัน, แนะนำการดูแลสุขภาพ, การให้ความรู้ ข้อมูลโรค, การรักษา และข้อมูลที่ตอบสนองต่อสถานการณ์สุขภาพที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นๆ ซึ่งเป็น

เนื้อหาตามกระแสหรือสถานการณ์สุขภาพในขณะนั้น โดยในด้านเนื้อหาจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความสนใจ ทศนคติ ประสพการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ในการนำเสนอข้อมูลต้องเป็นประเด็นสุขภาพที่ตรงตามความต้องการ เป็นเรื่องใกล้ตัว และการสื่อสารที่ได้ผล คือ การสื่อสารที่อาศัยวัฒนธรรมท้องถิ่น เนื่องจากวัฒนธรรม เป็นวิธีดั้งเดิมของประชาชนในท้องถิ่น ฉะนั้นควรสื่อสารแบบเข้าใจง่าย สื่อแล้วแล้วนำไปคิดต่อ

ในการจัดการข้อมูลเพื่อสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุขในกรณีโควิด-19 สอดคล้องกับการศึกษาของ วิภาวิน โมสูงเนิน (2553) ซึ่งมีการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล และคณะทำงานสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อให้มีหน้าที่เรียบเรียงเนื้อหา และข้อมูลที่เป็นวิชาการให้เป็นข้อความหรือเนื้อหาที่สามารถสื่อสารให้ประชาชนได้เข้าใจอย่างง่าย ๆ และกำหนดสื่อและช่องทางในการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ในด้านเนื้อหาที่เผยแพร่ยังสอดคล้องกับ Apfel Franklin (1998, อ้างถึงในธนกร นุกุลโรจน์, 2564) กล่าวว่า ลักษณะของการสื่อสารสุขภาพที่มีประสิทธิภาพนั้น ประกอบไปด้วย 12 คุณลักษณะ ได้แก่

1) การเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพ กล่าวคือ สื่อของกรมควบคุมโรคจำเป็นต้องสามารถเข้าถึงได้อย่างหลากหลายทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ ซึ่งเป็นช่องทางที่ประชาชนในปัจจุบันสามารถเข้าถึงได้อย่างอิสระ ได้แก่ เว็บไซต์กรมควบคุมโรค, แพลตฟอร์มวิดีโอในหมวดหมู่ต่างๆ ต้องมีความสะดวก ไม่ยุ่งยาก หรือซับซ้อน

2) ความต่อเนื่องและการทบทวนซ้ำ กล่าวคือ มีการเผยแพร่ข้อมูลอย่างต่อเนื่อง เน้นย้ำในประเด็นที่มีความสำคัญซ้ำๆ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการจดจำ และบอกต่อ

3) ความถูกต้องของเนื้อหา/ข้อมูล กล่าวคือ ข้อมูลจากกรมควบคุมโรคต้องมีความถูกต้องและเชื่อถือได้ เนื่องจากเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงสาธารณสุขที่มีมาตรฐานในการเผยแพร่ข้อมูล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการระบาดวิทยา และการควบคุมโรค

4) ความเชื่อถือได้ของเนื้อหา/ข้อมูลต้องมีการตรวจสอบ กล่าวคือ กรมควบคุมโรคมีการจัดทำเอกสารแนวทางในการรายงานและตรวจสอบข้อมูล โดยมีการบันทึกประวัติอาการป่วย วันเริ่มป่วย การรักษา และผลตรวจเชื้ออย่างละเอียด เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความถูกต้องและเชื่อถือได้

5) ความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก กล่าวคือ กรมควบคุมโรค ใช้สื่อหลากหลายประเภทเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีตัวอย่างการใช้สื่อที่สำคัญได้แก่ โปสเตอร์, อินโฟกราฟิก, สื่อมัลติมีเดีย และข่าวสารออนไลน์ ซึ่งช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่สอดคล้องกับสถานการณ์สุขภาพและมาตรการที่ควรปฏิบัติ

6) ความต่อเนื่องของเนื้อหา/ข้อมูลมีความต่อเนื่องและสอดคล้องกับแหล่งข้อมูลอื่นๆ กล่าวคือ ข้อมูลมีการอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ เกี่ยวกับมาตรการป้องกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลา อีกทั้งกรมควบคุมโรคทำงานร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น องค์การอนามัยโลก (WHO) เพื่อให้ข้อมูลที่เผยแพร่มีความสอดคล้องและเชื่อถือได้ โดยมีการอ้างอิงถึงแนวทางปฏิบัติที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล

7) การเท่าทัน ต่อเวลาเนื้อหา/ข้อมูลสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือสถานการณ์ปัญหาต่างๆ กล่าวคือ กรมควบคุมโรค ได้สร้างเนื้อหาตามความผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อประชาชน เมื่อเกิดสถานการณ์โรคระบาด หรือประเด็นใหม่ๆ กรมจะมีการจัดทำเอกสารคู่มือและคำแนะนำที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีป้องกันและการดูแลสุขภาพ ในช่วงที่มีการระบาด ได้แก่ สื่อโซเชียลมีเดีย, เว็บไซต์, ประชาสัมพันธ์

8) ความสมดุลเนื้อหา/ข้อมูล และวิธีการต้องมีความเที่ยงตรง กล่าวคือ การตรวจสอบและอัปเดตข้อมูล ข้อมูลที่เผยแพร่จะได้รับการตรวจสอบและอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ จากบุคลากรทางการแพทย์ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ทันสมัย ถูกต้อง และน่าเชื่อถือ

9) ความเหมาะสมกับความแตกต่างในเชิงวัฒนธรรม สังคม สิ่งแวดล้อมของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม กล่าวคือ กรมควบคุมโรค มีการปรับเนื้อหาให้เข้ากับวัฒนธรรม โดยปรับเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และมีการอ้างอิงถึงประเพณีหรือวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อให้ข้อมูลมีความหมาย และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และการใช้สื่อที่หลากหลาย มีการใช้สื่อที่แตกต่างกันเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เช่น การจัดทำโปสเตอร์ อินโฟกราฟิก และวิดีโอ ที่สามารถเข้าถึงได้ทั้งในพื้นที่ชนบทและเมืองใหญ่ โดยคำนึงถึงระดับการศึกษาและความเข้าใจของประชาชนอย่างถี่ถ้วน

10) ความสามารถในการสื่อสาร ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย กล่าวคือ กรมควบคุมโรคแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มประชาชนทั่วไปและกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ โดยมีการปรับเนื้อหา และวิธีการสื่อสารให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม เช่น การให้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับโรคสำหรับประชาชนทั่วไป และแนวทางการรักษาสำหรับบุคลากรทางการแพทย์

11) การมีแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้ กล่าวคือ ข้อมูลส่วนใหญ่มาจากการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ เก็บข้อมูล จากประชาชน การดำเนินงาน การถอดบทเรียน และการศึกษาวิจัยในโครงการต่างๆ โดยผ่านการควบคุมจากทางภาครัฐทำให้ข้อมูลผ่านการคัดกรอง มีความน่าเชื่อถือ ก่อนเผยแพร่ไปสู่ประชาชน

12) การเชื่อมประสานต้องมีการเชื่อมประสานจากหลายมิติ กล่าวคือ กรมควบคุมโรค มีการจัดโครงการต่างๆ เพื่อรณรงค์ให้ในชุมชน ห่างไกลจากโรคโควิด-19 โดยใช้โปสเตอร์ อินโฟกราฟิก สื่อ

มัลติมีเดีย และกิจกรรมในชุมชนเพื่อสร้างความตระหนักรู้ ซึ่งช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และสามารถนำไปปฏิบัติได้ โดยมีอาสาสมัครภายในหมู่บ้านดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

และสอดคล้องกับผลวิจัยของ ศาสวัต จันทนะ และ ณีภัสร์ชุกดา วิจิตรจามรี (2565) พบว่า สารของกระทรวงสาธารณสุขในฐานะผู้ส่งสาร ใช้สารที่รวดเร็ว ถูกต้องเข้าใจง่าย กระชับ ชัดเจน มีความสม่ำเสมอ มีข้อมูลเชิงวิชาการและแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ รวมถึงมีการออกแบบสื่อที่ดี รวมถึงกระทรวงสาธารณสุขควรมีการสื่อสารประเด็นต่างๆ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ช่วงได้แก่ 1) ช่วงเริ่มการแพร่ระบาด 2) ระหว่างการแพร่ระบาด และ 3) หลังการแพร่ระบาด โดยทั้งสามช่วงดังกล่าวมีลักษณะสอดคล้องกับผลการวิจัยของผู้วิจัย ซึ่งวิเคราะห์การเผยแพร่สื่อของกรมควบคุมโรค ทั้ง 3 ช่วง เช่นเดียวกัน พบว่า ช่วงเริ่มการแพร่ระบาด กรมควบคุมโรคได้เน้นการใช้สื่อแนะนำแนวทางปฏิบัติ เพื่อให้ประชาชนได้รู้วิธีการปฏิบัติตนที่ถูกต้องในสถานการณ์สุ่มเสี่ยง ในช่วงระหว่างการแพร่ระบาด และหลังการแพร่ระบาด ทางกรมควบคุมโรคได้เน้นสื่อประเภทให้ความรู้ โดยเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการปรับตัววิถีชีวิตใหม่ (New normal) และเน้นย้ำการฉีดวัคซีน เพื่อความปลอดภัยต่อตนเองและผู้อื่น ซึ่งเผยแพร่สื่อในปริมาณที่เท่ากัน ผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลวิจัยของ พิชชาพร โกศรประดิษฐ์ และพรรษา รอดตาตม (2564) ได้สรุปผลวิจัยว่า 1) ช่วงที่ 1 กรมควบคุมโรคได้เผยแพร่เนื้อหา เกี่ยวกับการแนะนำ ความรู้เกี่ยวกับเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สำหรับการออกแบบสื่อ เนื้อหาจำเป็นต้องสั้น เข้าใจง่าย มีภาพประกอบ

2) ช่วงที่ 2 ออกแบบสารที่นำมาใช้ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ทราบถึงมาตรการกักกันโรค การให้ข้อมูลเพื่อโน้มน้าวให้ประชาชน หันมาสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ และรักษาระยะห่าง 3) ช่วงที่ 3 สื่อในช่วงนี้จะเป็นการสื่อสารอย่างต่อเนื่องโดยนำเนื้อหาเดิมมาเน้นย้ำประชาชนอีกครั้ง

2. องค์ประกอบสื่อมัลติมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

จากการวิเคราะห์สื่อมัลติมีเดียทั้งหมด 35 วิดีโอ พบว่า กรมควบคุมโรคมีการประยุกต์นำเอาสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ เสียง ตัวอักษร ภาพนิ่ง/ภาพเคลื่อนไหว วิดีทัศน์ นำมาประกอบสร้างขึ้นใหม่ ให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยองค์ประกอบดังกล่าวถูกผลิต ให้กลายเป็นมัลติมีเดียเพื่อการนำเสนอเนื้อหาไปสู่ผู้รับสารเพียงอย่างเดียว ซึ่งจะเน้นให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับชม ตามช่องทางโซเชียลมีเดียต่างๆ ในขณะที่รับชมผู้รับสามารถกดปุ่มเพื่อเลือกสื่อที่ต้องการจะรับชม สามารถกดหยุด หรือข้ามได้อย่างอิสระ แต่ไม่สามารถเข้าไปแก้ไขเนื้อหาภายในสื่อได้

โดยองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการสื่อสาร มีอยู่ 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้าน เสียง (Sound) จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบ 3 ลักษณะดังนี้

1.1 เสียงผู้บรรยาย (Audio description) เสียงบรรยายรายละเอียดประกอบภาพ โดยใช้ภาษาเชิงทางการ น้ำเสียงมีความเป็นกันเอง ไม่แข็งหรือดุดันจนเกินไป เป็นการสื่อสารสาระสำคัญของวิดีโอทั้งหมดผ่านบทพูด ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้พิการทางสายตาที่สามารถรับรู้เนื้อหาข่าวสารได้

1.2 เสียงดนตรี (Background music) เสียงดนตรีใช้ประกอบฉาก โดยจะมีเพียงทำนองของดนตรีที่ไม่มีเสียงของผู้ร้อง เช่น เสียงจากเครื่องดนตรี เป็นต้น สำหรับการใช้เสียงดนตรี เพื่อจุดประสงค์ในการสร้างอารมณ์ร่วมของผู้รับชม ให้เกิดความเพลิดเพลิน หรือเกิดความรู้สึกถึงความจริงจังของเนื้อหา

1.3 เสียงเอฟเฟค (Sound effect) เสียงที่ใช้เป็นองค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดีย เป็นได้ทั้งเสียงที่ถูกบันทึกจากสถานที่จริง ๆ หรือเป็นเสียงที่ถูกสร้างขึ้น เช่น เสียงโอ จาม เสียงล้างมือ เป็นต้น การใช้เสียงเอฟเฟคจะช่วยให้ สื่อมัลติมีเดียดูน่าสนใจ มีความเป็นทันสมัย ไม่น่าเบื่อ เข้าถึงได้หลากหลายกลุ่ม

2. องค์ประกอบด้าน ตัวอักษร (Text) จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบ 2 ลักษณะดังนี้

2.1 ข้อความบรรยาย (Subtitle) ข้อความประกอบเสียงผู้บรรยาย มีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ การใช้ข้อความบรรยายยังเป็นประโยชน์ต่อคนหูหนวก ที่ไม่สามารถรับข่าวสารจากการฟังเสียงได้อีกด้วย

2.2 ข้อความเคลื่อนไหว (Pop-up text) ข้อความเคลื่อนไหวเป็นเทคนิคพิเศษ ที่จะช่วยเพิ่มลูกเล่นให้กับสื่อมัลติมีเดียเกิดความน่าสนใจมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการทำให้งานดูทันสมัยไม่ตกยุค ไม่น่าเบื่อ แต่ต้องใช้ในปริมาณที่เหมาะสม ไม่เช่นนั้นอาจสร้างความรำคาญมากกว่า สร้างความประทับใจ

3. องค์ประกอบด้าน ภาพ (Picture) จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบ 3 ลักษณะดังนี้

3.1 ภาพนิ่ง (Still image) ภาพถ่ายที่ถูกบันทึกด้วยกล้องจากสถานที่จริง ซึ่งทางกรมควบคุมโรคได้ใช้ภาพนิ่งน้อยที่สุด เนื่องจากสื่อสารความหมายออกมาได้ไม่เยอะ อาจจะทำให้ผู้รับชม เกิดความเบื่อ ขณะรับชมได้

3.2 ภาพกราฟิก (Graphics) เป็นภาพที่ถูกสร้างขึ้นจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้สื่อสารในรูปแบบต่างๆ เช่น รูปภาพ ตัวอักษร ตัวละคร สถานที่ เป็นต้น ซึ่งภาพกราฟิกถูกใช้งานเกือบทุกงานของทางกรมควบคุมโรค เนื่องจากสามารถจำลองสถานที่ที่น่าสนใจมากกว่าการใช้ภาพนิ่งเฉยๆ

3.3 ภาพเคลื่อนไหว (Animation) ภาพที่ถูกสร้างขึ้นมาจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เกิดจากการนำเอาภาพนิ่งมาติดต่อกันให้สามารถเคลื่อนไหวได้ เป็นลูกเล่นที่ทำให้สื่อมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยจะมีประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก

4. องค์ประกอบด้าน วิทัศน์ (Video) จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยพบ 1 ลักษณะดังนี้

4.1 วิดีโออัพโหลด วิดีโอที่ถูกบันทึกจากกล้อง และผ่านการตัดต่อมาเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ก็เพื่อการนำเสนอเนื้อหาที่ตรงประเด็น ไม่ยืดเยื้อ ในส่วนไหนที่ไม่สำคัญก็จะถูกตัดออก

จากการสรุปผลการศึกษาเนื้อหาของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารสุขภาพ และจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข พบว่า องค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้น ถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ ต่อการรับรู้ของผู้รับสารในยุคปัจจุบันเป็นอย่างดี เนื่องจากลักษณะการบริโภคสื่อของผู้รับสารในปัจจุบัน นิยมบริโภคสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย มีความน่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็น ภาพ ภาพเคลื่อนไหว เสียงบรรยาย เสียงดนตรี หรือลูกเล่นต่างๆ ที่ถูกนำมาใช้ภายในสื่อ ในส่วนของบริษัทผลิตสื่ออินไซด์ ได้กล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสารคือ การนำภาพ หรือองค์ประกอบต่างๆ มาประกอบสร้างรวมกันกลายเป็นวิดีโอ เพราะสามารถสื่อสารได้มากกว่าการใช้ภาพนิ่ง เนื่องจากสามารถสร้างความน่าสนใจได้มากกว่า และในส่วนของบริษัทผลิตสื่ออูดาโซลูชั่น ได้กล่าวว่า องค์ประกอบด้านเวลา ต้องมีความเหมาะสม ควรมีการแบ่งเนื้อหาเป็นส่วนๆ

แยกเป็นประเภทอย่างชัดเจน ไม่ควรมีหลากหลายประเด็นในสื่อชิ้นเดียวมากเกินไป อาจส่งผลให้ชิ้นงานมีระยะเวลาที่นานเกินความจำเป็น สอดคล้องกับ มูทิตา โพธิ์กะสังข์ (2551) องค์ประกอบของการสื่อสารสุขภาพที่มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล สารที่มีประสิทธิภาพควรมีข้อมูลเพียงพอในการนำไปใช้เผยแพร่ เนื้อหาจำเป็นต้องมีความเข้าใจง่ายเป็นรูปธรรม มีความสร้างสรรค์ไม่น่าเบื่อ กระตุ้นอารมณ์เข้ากับบริบทชุมชน และสังคม และใช้ช่องทางที่เป็นที่นิยมในยุคสมัยนั้น และต้องมีความน่าเชื่อถือ

หนึ่งในปัจจัยที่ทำให้กรมควบคุมโรคสามารถควบคุมการระบาดของโควิด-19 ของประเทศไทย ประสบผลสำเร็จ คือ การที่ภาครัฐเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยการปรับเนื้อหาให้เข้ากับยุคปัจจุบันมากขึ้น สื่อมีความหลากหลาย ทันสมัย และเหมาะสม ทำให้เกิดการตระหนักรู้แก่ประชาชน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุทธิภา เฉลิมพัทธ์ (2562) ได้กล่าวว่า จากการสำรวจความพึงพอใจต่อการเผยแพร่เนื้อหาผ่านเว็บไซต์ทางการของกรมควบคุมโรค (moph.go.th) ในสถานการณ์โควิด-19 จากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแต่ละเขต และภาคของประชากรไทย พบว่า ประชากรมีความพึงพอใจด้านรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร เนื่องจากเป็นข้อมูลที่รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ และทำให้ประชาชนเกิดความตื่นตัวและตระหนักในการป้องกันโรคมากยิ่งขึ้น

ในด้านองค์ประกอบสื่อมัลติมีเดีย มีความสอดคล้องด้านการผลิตสื่อของ พิชชาพร โกศรประดิษฐ์ และพรรษา รอดอาตม (2564) ได้สรุปว่า การออกแบบสื่อวิดีโอ ออกแบบโดยเน้นเนื้อหาที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีภาพประกอบที่ชัดเจน เนื้อหาสาระกับวิดีโอต้องเข้าใจง่าย หลีกเลียงศัพท์เทคนิคต่างๆ ที่เข้าใจยาก ดังนั้นควรมีการใช้ข้อความที่สั้น กระชับ สามารถอ่านได้สะดวก ในด้านเสียง ต้องเป็นข้อความที่ฟังเข้าใจง่าย ควรมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เนื้อหาต้องสื่อสารตรงประเด็น

3. รูปแบบของสื่อมัลติมีเดียในกรณีโควิด-19 ของกรมควบคุมโรค

จากการศึกษารูปแบบสื่อมัลติมีเดียของกรมควบคุมโรค พบว่า สื่อมัลติมีเดียที่ใช้เผยแพร่ทั้ง 35 วิดีโอ แบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

1. สื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชัน เป็นสื่อถูกใช้มากที่สุดในการนำเสนอข้อมูลด้านให้ความรู้ และแนะนำแนวทางปฏิบัติ เนื่องจากสื่อให้ความรู้ และแนะนำแนวทางปฏิบัติ มีเนื้อหาเชิงวิชาการค่อนข้างเยอะ ดังนั้นการใช้สื่อแอนิเมชัน ถือเป็นการตอบโจทย์ผู้รับสารมากกว่าการใช้สื่อรูปแบบข่าวสั้น เพราะสื่อแอนิเมชันช่วยให้การอธิบายเรื่องที่มีความซับซ้อน หรือยากที่จะเข้าใจ ทำให้กลายเป็นเรื่องที่เข้าใจได้ง่ายขึ้น สามารถเน้นเนื้อหาในส่วนที่สำคัญ โดยใช้ภาพเคลื่อนไหวอธิบายได้เป็นอย่างดี ผ่านการใช้การจินตนาการอันไร้ขอบเขต โดยไม่มีปัจจัยอื่นๆ มาปิดกั้นทางความคิด ทำให้สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ผลงานออกมาได้อย่างอิสระ อีกทั้งยังเป็นการประหยัดต้นทุน ในด้านของเวลา บุคลากร สถานที่ อีกด้วย สอดคล้องกับแนวคิดการเล่าเรื่อง ของ Onega & Landa (1996) ได้กล่าวว่า การเล่าเรื่องเปรียบเสมือนการถ่ายทอดจินตนาการ (Imagination) และความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ส่งผลให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจได้ง่าย และรวดเร็ว โดยเฉพาะการนำเสนอเรื่องจริง เรื่องที่มีประโยชน์ต่อผู้คน ผ่านรูปแบบ ภาพเขียน ภาพยนตร์ การ์ตูน เป็นต้น

2. สื่อมัลติมีเดียรูปแบบข่าวสั้น เป็นสื่อถูกใช้มากที่สุดในการนำเสนอข้อมูลด้านแจ้งเพื่อทราบ เนื่องจากสื่อแจ้งเพื่อทราบ เป็นการนำเสนอข้อมูลที่ต้องอาศัยความน่าเชื่อถือ จากบุคคลที่มีตัวตนอยู่บนโลกแห่งความเป็นจริง อย่างเช่น สถานการณ์ที่ประชาชนไม่กล้าเข้ามารับการฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 ทางกรมควบคุมโรคจึงได้ใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง ได้แก่ หมอ ผู้กำกับ นักร้อง นักแสดง ให้มาช่วยกันประชาสัมพันธ์ ว่าการฉีดวัคซีนให้ประโยชน์ ไม่ใช่ให้โทษแต่อย่างใด ในสถานการณ์นี้การเลือกใช้สื่อมัลติมีเดียรูปแบบแอนิเมชันอาจจะไม่เหมาะสม เนื่องจากไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนทั่วไปได้มากพอ โดยส่วนใหญ่ สื่อมัลติมีเดียรูปแบบข่าวสั้นจะถูกหยิบยกมาใช้ เมื่อเกิดประเด็นที่ประชาชนกำลังหวาดกลัว หรือได้รับข่าวปลอมจากผู้ที่ไม่หวังดี ซึ่งมีสอดคล้องกับแนวคิดการเล่าเรื่อง ของ Berger (1992) ได้กล่าวว่า การเล่าเรื่องจะทำหน้าที่เปิดเผยเรื่องจริง รวมไปถึงการโน้มน้า

น่าใจ ซึ่งทำให้การเล่าเรื่องต้องมีการเรียบเรียงถ้อยคำ มีรูปแบบที่ถูกต้อง และวิธีการเล่าเรื่องที่สอดคล้องกัน

สอดคล้องกับผลวิจัยของ ศาสวัต จันทะ และณัฐชุตา วิจิตรจามรี (2565) กล่าวว่า การสื่อสารประเด็นต่างๆ ควรมีการอ้างอิงหน่วยงาน ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งจะ เป็นกลไกในการสร้างความมั่นใจในข้อมูลข่าวสารที่กระทรวงสาธารณสุขนำเสนอ และโน้มน้าวใจให้ ประชาชนปฏิบัติตามมาตรการ ภายในสื่อควรมี ผู้เชี่ยวชาญ, บุคลากรทางการแพทย์, นักวิชาการ เพื่อ แสดงถึงมีความรู้และสามารถยืนยันความถูกต้องของข้อมูล

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบระหว่างรูปแบบข่าวสั้น (Scoop) และแอนิเมชัน (Animation)

หัวข้อ	ข่าวสั้น (Scoop)	แอนิเมชัน (Animation)
เนื้อหา	เน้นการรายงานสถานการณ์จริง	เน้นการอธิบายข้อมูลที่ซับซ้อน
ความน่าเชื่อถือ	สูง เนื่องจากใช้บุคคลจริงและ เหตุการณ์จริง	สูง หากเนื้อหามาจากแหล่งข้อมูลที่ เชื่อถือได้
กลุ่มเป้าหมาย	ผู้ใหญ่ วัยทำงาน	เด็ก วัยรุ่น และกลุ่มผู้ใหญ่ทั่วไป
ต้นทุนการผลิต	สูง เนื่องจากต้องใช้ทีมงานและ สถานที่	ต่ำ และปรับเปลี่ยนได้ง่าย
ความเหมาะสมกับเนื้อหา	เหมาะกับเนื้อหาที่ต้องการสร้างความ น่าเชื่อถือ	เหมาะกับเนื้อหาที่ต้องการอธิบาย รายละเอียด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพียงเฉพาะสื่อมีลติมีเดีย ที่เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ทางการของ กรมควบคุมโรคเท่านั้น ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไป จึงสามารถศึกษาผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียอื่น เช่น Instagram, Facebook Page, Youtube, Tiktok เพื่อวิเคราะห์ว่ามีการผลิตสื่อออกมาในรูปแบบใด เนื่องจากแต่ละช่องทางมีเงื่อนไขการลงวิดีโอที่แตกต่างกัน กลุ่มเป้าหมายก็จะแตกต่างกันออกไปอีก ด้วย

2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาสื่อที่เน้นให้ความรู้ แนะนำแนวทางปฏิบัติ และแจ้งเพื่อ ทราบ ในครั้งต่อไปอาจศึกษาสื่อด้านสุขภาพที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิงควบคู่กัน เช่น การสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อโฆษณา หรือการสื่อสารสุขภาพผ่านหนังสือ เพื่อเป็นการศึกษาการเล่าเรื่องใน ประเด็นที่แตกต่างกันออกไป

3. ในการศึกษาครั้งต่อไป สามารถศึกษาสื่อประเภทอื่น ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกราฟิก เพื่อศึกษาองค์ประกอบสำคัญในการผลิตสื่อในเชิงการสื่อสารสุขภาพ

4. การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเผยแพร่ข้อมูลสุขภาพ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การใช้แอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ที่สามารถให้ข้อมูลสุขภาพแบบอินเตอร์แอคทีฟ หรือการใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารเพื่อสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมจากประชาชน เช่น การจัดกิจกรรมออนไลน์ที่มีการตอบคำถามหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและให้เกิดการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้งานมากขึ้น





บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: เอดิชั่น เพรสโปรดักส์.
- กาญจนา แก้วเทพ และเจียรชัย อิศรเดช. (2549). *สื่อพื้นบ้าน ชานรับงานสุขภาพ*. นนทบุรี: โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยชุมพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กิดานันท์ มลิทอง. (2539). *อธิบายศัพท์คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต มัลติมีเดีย*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาโสตศนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมควบคุมโรค. (2563, 20 ธันวาคม). *รายงานสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยศูนย์ปฏิบัติการภาวะฉุกเฉินกรมควบคุมโรค*. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/file/situation/situation-no352-201263.pdf>
- กรมควบคุมโรค. (2564, 6 เมษายน). *รายงานสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดย ศูนย์ปฏิบัติการ ภาวะฉุกเฉิน กรมควบคุมโรค*. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/file/situation/situation-no459-060464.pdf>
- กรมควบคุมโรค. (2564, 18 สิงหาคม). *สถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) มาตรการสาธารณสุข และปัญหาอุปสรรคการป้องกันควบคุมโรคในผู้เดินทาง*. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://ddc.moph.go.th/uploads/files/2017420210820025238.pdf>
- กรมควบคุมโรค. (2564, 13 ธันวาคม). *กรมควบคุมโรค เข้ารับรางวัล UNPSA จากผลงานการสกัดกั้นโควิด 19*. กรมควบคุมโรค. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://ddc.moph.go.th/brc/news.php?news=22250&deptcode=brc>
- กระทรวงสาธารณสุข. (2565, 1 มกราคม). *สถานการณ์ผู้ติดเชื้อ COVID-19 อัปเดตรายวัน*. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://ddc.moph.go.th/covid19-dashboard>

- กฤษมันต์ วัฒนานรงค์. (2542). *มัลติมีเดีย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ขวัญฤทัย สายประดิษฐ์. (2551). บทบาทนักประชาสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์ในสื่อใหม่ตอนที่ 2. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*, 20(66), 46-52.
- เข็มจิรา ทองสม. (2553). *การสื่อสารสุขภาพของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย* (วิทยานิพนธ์ ว.ม.). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก http://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:122349
- คณิศร รักจิตร. (2557). *กลยุทธ์บนเว็บเพื่อการสื่อสารสุขภาพท้องถิ่นกับประชาชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้* (วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2010/9519>
- เขาวลิต พลอยแหวน. (2556). *การผลิตสื่อมัลติมีเดียเรื่องเทคนิคการพิมพ์ออฟเซตสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรเทคโนโลยีการพิมพ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา* (วิทยานิพนธ์ ทล.บ.). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา, เชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <http://cmruir.cmru.ac.th/handle/123456789/85>
- จิตินัน บัญญาพ คอมมอน. (2556). *บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ณัฐา ชางชูโต. (2554). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแส Social Network. *วารสารนักบริหาร*, 31(2), 173-183.
- ตรีชฎา หวังพิทักษ์. (2562). *การสื่อสารการสร้างเสริมสุขภาวะของเว็บไซต์ไทยเฮลท์ในสื่อสังคมออนไลน์ กับการเปิดรับและการใช้ประโยชน์ของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ นศ.ม.). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Treechada.Wan.pdf>

- ธนกร นุกูลโรจน์. (2564). *สมรรถนะด้านการสื่อสารของนักสื่อสารสุขภาพ (นสส.) โครงการเฝ้าระวังและรณรงค์ป้องกันการมีสภาวะเสี่ยงเพื่อการมีสุขภาพที่ดีภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 (การค้นคว้าด้วยตนเอง นศ.ม.)*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://ir.stou.ac.th/bitstream/123456789/11374/1/168407.pdf>
- ธวัชชัย ศรีสุเทพ. (2548). *Beginning web design*. กรุงเทพฯ: มาร์คมายเว็บ.
- ธีระ ดิษยรัตน์. (2546). *การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เรื่องโลกและดวงดาว (วิทยานิพนธ์ ศษ.ม.)*. มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://buuir.buu.ac.th/handle/1234567890/14113>
- นลินพร แก้วศิริมิล. (2552). *การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์เรื่อง การใช้กาวยซีเมนต์สำหรับนักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาโยธา (การค้นคว้าด้วยตนเอง ศษ.ม.)*. มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://dric.nrct.go.th/index.php?/Search/SearchDetail/259365>
- นิพัทธา อินทรिक्षา. (2560). *การเล่าเรื่องประเด็นสังคมผ่านคลิปวิดีโอบนสื่อออนไลน์ (วิทยานิพนธ์ นศ.ม.)*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/59878>
- ปัญญพร ทาทอง. (2561). *เรื่องเล่าออนไลน์ในเฟซบุ๊กแฟนเพจ “มนุษย์กรุงเทพฯ” (การค้นคว้าด้วยตนเอง อ.ม.)*. มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1907/1/59208308.pdf>
- พงศธร พอกเพิ่มดี. (2561). *แผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี ด้านสาธารณสุข (พ.ศ. 2560-2579)*. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก https://drive.google.com/file/d/1YaDzed3TxKwBbYq-OxGfpJNySoR4bl_8/view
- พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2555). เมื่อโลกเปลี่ยน: ถึงจุดเปลี่ยนการสื่อสาร. *Communication Change*, 1(1), 64-75.

- พิชชาพร โกศลประดิษฐ์ และพรรษา รอดอาตม. (2563). การสื่อสารภาวะวิกฤตผ่านสื่อ
ประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ของบริษัทรบบขนส่งมวลชนกรุงเทพจำกัด (มหาชน) หรือรถไฟฟ้า
บีทีเอส: ภายใต้สถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) (การค้นคว้าด้วยตนเอง ว.ม.).
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก http://ethesisarchival.library.tu.ac.th/thesis/2020/TU_2020_6207011591_14374_16033.pdf
- มนต์ชัย เทียนทอง. (2545). การออกแบบและพัฒนาคอร์สแวร์สำหรับบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน.
กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ผลิตตำราเรียนสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- มุกิตา โพธิ์เกสังข์. (2551). เว็บไซต์สุขภาพ การสื่อสารสุขภาพแบบมีปฏิสัมพันธ์ และคุณภาพข้อมูล
ในเชิงการแพทย์ และสาธารณสุข (วิทยานิพนธ์ นศ.ม.). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้น
เมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://dric.nrct.go.th/Search/GetFulltext/2/206123>
- ราชกิจจานุเบกษา. (2562). โครงสร้างและการจัดหน่วยงาน อำนาจหน้าที่ และสถานที่ติดต่อเพื่อ
ขอรับข้อมูลข่าวสารของกรมควบคุมโรค (21 มีนาคม 2562), 136(22 ง), 2-12.
- วิภาวิน โหมสูงเนิน. (2553). การสื่อสารสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุขในกรณีการระบาดของโรค
ไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 (วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร,
กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก
<https://repository.nida.ac.th/handle/662723737/726>
- ศาศวัต จันทนะ และณัฐชดา วิจิตรจามรี. (2565). กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ของกระทรวง
สาธารณสุขและความไว้วางใจของประชาชนในช่วงการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19.
วารสารมหาจุฬานาครพรรณ์, 9(5), 570-584.
- สงกรานต์ ลาพิมล. (2560). การพัฒนาสื่อด้านสุขภาพเรื่องการป้องกันโรคไข้เลือดออกสำหรับแกนนำ
สุขภาพประจำครอบครัวชนเผ่าลาหู่ ตำบลป่าป้อง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
(วิทยานิพนธ์ ส.ม.). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, เชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565,
จาก <http://cmuir.cmru.ac.th/bitstream/123456789/1527/1/F433002.pdf>
- สรารุณี จบศรี. (2564). การสื่อสารในภาวะวิกฤตของกระทรวงสาธารณสุข ในสถานการณ์การแพร่
ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). วารสารนิเทศศาสตร์, 11(1),
13-29.

- สาลินี จินจรรยา. (2554). *ประสิทธิผลของการเผยแพร่ข่าวสารประชาสัมพันธ์เชิงบูรณาการบนสื่อใหม่ของมหาวิทยาลัยรังสิต* (วิทยานิพนธ์ นศ.ม.). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/50936>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2564). *ETDA เผยโควิด-19 เป็นเหตุสังเกตได้ Gen Z ใช้เน็ตสูงสุด ปีแรก ชนะ Gen Y แซง 6 สมัย*. กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx>
- สินโนบล สายเพชร. (2561). *ความเห็นของประชาชนต่อการออกแบบสารในภาวะวิกฤต* (วิทยานิพนธ์ นศ.ม.). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/2979/>
- สิโรตม มณีแฮด และสรัญญา เชื้อทอง. (2563). การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้การเล่าเรื่องด้วยสื่ออินโฟกราฟิกในสถานการณ์โควิด-19. *วารสารการสื่อสารมวลชน*, 8(2), 91-119.
- สุทธิณี ภาพพิมพ์ใจ. (2561). *การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยใช้ชุดกิจกรรมมัลติมีเดียเรื่องเทคโนโลยีน่ารู้สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3* (วิทยานิพนธ์ ศษ.ม.). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/54921490.pdf
- สุทธิภา เฉลิมพัทธ์. (2563). *ระดับความพึงพอใจต่อการรายงานข่าวสารแบบ Real Time โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และแนวทางบริหารจัดการภาครัฐด้านการรายงานข่าวสารแบบ Real Time โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 : กรณีศึกษา ศูนย์สารสนเทศ กรมควบคุมโรค* (สารนิพนธ์ รป.ม.). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สุนิตา โดยอาษา. (2550). *การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์เรื่อง การออกแบบเว็บไซต์ กลุ่มสาระการเรียนรู้การงานอาชีพและเทคโนโลยีสำหรับนักเรียนช่วงชั้นที่ 3* (วิทยานิพนธ์ ศษ.ม.). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Ed_Tech/Sanita_D.pdf

- สุพรรณษา ครุทเงิน. (2555). *สื่อมัลติมีเดียเพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองเรื่อง ข้อมูลและสารสนเทศ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1* (วิทยานิพนธ์ ศษ.ม.). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/handle/123456789/932>
- สุภาภรณ์ วงธิ. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านจังหวัดสุโขทัย* (วิทยานิพนธ์ ส.ม.). มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/3227>
- สุนันท์ อังกูตติ. (2564). *แนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤตโรคระบาดโควิด-19: กรณีศึกษาบริษัท แอสเซทไวส์ จำกัด (มหาชน)* (การค้นคว้าด้วยตนเอง ว.ม.). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:275393
- เหมือนฝัน ไม่สูญผล. (2557). *กระบวนการสื่อสารสุขภาพในบริบทการแพทย์แผนไทย* (วิทยานิพนธ์ นศ.ด.). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก <http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/157343.pdf>
- อภิญญาพัชร กุสิยารังสิหิ. (2563). สื่อที่ใช้ในการณรงค์ของภาครัฐเพื่อป้องกันโรคระบาดโควิด-19 ของประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีสื่อมวลชน*, 5(2), 77-86.
- อิรวดี ไตลังคะ. (2546). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการเล่าเรื่อง*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163.

- GU XINXI. (2560). ศึกษาการเล่าเรื่องและวัฒนธรรมในภาพยนตร์นอกกระแสไทยและจีน กรณีศึกษาเรื่อง “Mary is Happy Mary is Happy” และ “Ne Zha” (การค้นคว้าด้วยตนเอง นศ. ม.). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2565, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3331/1/gu_xinx.pdf
- Guth, D. W. (1995). Organizational crisis experience and public relations roles. *Public Relations Review*, 21(2), 123-136. Retrieved from <http://ezproxy.car.chula.ac.th/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ506387&site=eds-live>
- Roger, E. M. (1995). *Diffusion of innovations* (4th ed.). New York, NY: The Free Press.
- Siapera, E. (2012). *Understanding new media*. London: Sage.





ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1

คำถามรวม

(พนักงานสาธารณสุขตำแหน่งผลิตสื่อ และบริษัทรับผลิตสื่อตำแหน่งผลิตสื่อ)

1. สื่อมัลติมีเดียที่ใช้ในสถานการณ์โควิด-19 มีรูปแบบใดบ้าง
2. จากข้อที่1 สื่อมัลติมีเดียแต่ละรูปแบบ ใช้ลักษณะในการเล่าเรื่องแตกต่างกันอย่างไรบ้าง
3. ภายในสื่อมัลติมีเดียที่ผลิตมีการใช้องค์ประกอบใดบ้าง เพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพสูงสุด
4. จากข้อที่3 องค์ประกอบดังกล่าวมีความจำเป็น หรือสำคัญอย่างไร
5. ความเหมาะสมของสื่อมัลติมีเดียที่ใช้เผยแพร่ มีความเหมาะสมด้านเวลา ด้านเนื้อหา ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านบริบทสังคมอย่างไร

คำถามแยก (พนักงานสาธารณสุขตำแหน่งผลิตสื่อ)

1. การสื่อสารสุขภาพสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการเล่าเรื่องผ่านสื่อมัลติมีเดีย ให้มีประสิทธิภาพอย่างไร
2. จากข้อที่1 ในการผลิตสื่อมัลติมีเดียในสถานการณ์โควิด-19 ไปสู่ผู้รับสาร สื่อมัลติมีเดียเหล่านั้นมีวัตถุประสงค์ ได้แก่อะไร

(บริษัทรับผลิตสื่อตำแหน่งผลิตสื่อ)

1. ทางบริษัทมีหลักการ หรือแนวทางของตนเองอย่างไรในการผลิตสื่อมัลติมีเดีย
2. จากการได้ร่วมงานกับกรมควบคุมโรค ได้มีการใช้หรือการปรับเปลี่ยนแนวทางดังกล่าวเพื่อให้เกิดความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร
3. การใช้เสียงเอฟเฟค เสียงดนตรีประกอบ ภาพจำลองเหตุการณ์ หรือภาพเคลื่อนไหวแอนิเมชัน เป็นปัจจัยสำคัญให้ผู้รับสาร เปิดรับข้อมูลได้มากขึ้นหรือไม่ เพราะเหตุใด
4. การเล่าเรื่องโดยใช้รูปแบบคนแสดง มีความแตกต่างจากรูปแบบแอนิเมชันอย่างไร
5. การผลิตสื่อมัลติมีเดียส่วนใหญ่ เป็นรูปแบบมัลติมีเดียเพื่อการนำเสนอ หรือมัลติมีเดียปฏิสัมพันธ์ต่อผู้รับสาร และเหตุผลที่นิยมใช้เพราะอะไร

แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2

คำถามรวม

(พนักงานสาธารณสุขตำแหน่งรวบรวมข้อมูล และบริษัทรับผลิตสื่อตำแหน่งเขียนบท)

1. หลักในการเขียนบท ก่อนนำไปผลิตเป็นสื่อมัลติมีเดียควรมีลักษณะเป็นอย่างไร
2. เนื่องจากสื่อมัลติมีเดียมีหลากหลายรูปแบบ เนื้อหาภายในสื่อมัลติมีเดียแต่ละแบบ ใช้วิธีการเขียนบทแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
3. จากข้อที่2 ความเหมาะสมในการเขียนบทของสื่อแต่ละแบบ ควรมีลักษณะเป็นอย่างไร
4. การเขียนเนื้อหา เพื่อให้เข้ากับผู้รับสารในยุคปัจจุบันมีลักษณะเป็นอย่างไร

คำถามแยก (พนักงานสาธารณสุขตำแหน่งรวบรวมข้อมูล/เขียนบท)

1. ในสถานการณ์โควิด-19 มีวิธีการคัดเลือกประเด็นสำคัญอย่างไร ก่อนนำมาเขียนเป็นเนื้อหา
2. การสื่อสารสุขภาพ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในเขียนบทได้อย่างไร

(บริษัทรับผลิตสื่อตำแหน่งเขียนบท)

1. จากการร่วมงานกับกรมควบคุมโรค ชุดข้อมูลที่ได้รับมา มีการนำมาเรียบเรียง หรือนำมาเขียนเป็นเนื้อหาอย่างไร เพื่อให้สามารถถ่ายทอดข้อมูลไปสู่ผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ เข้าใจได้ง่าย