# การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในการสร้างความเชื่อมั่น เพื่อการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ

วันที่รับบทความ : 26/01/2565
วันที่แก้ไขบทความ : 22/05/2565
วันที่ตอบรับบทความ : 23/06/2565

นิรมล บางพระ[1]
ธนพล สมพลกรัง [2]

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาสื่อและการประเมินผลลัพธ์ของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับสร้างความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ตั้งแต่ปี 2563 การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วยเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview) โดยการสัมภาษณ์ ได้แก่ สาธารณสุขจังหวัด สาธารณสุขอำเภอ ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการด้านการผลิตสื่อ วิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการพรรณนาวิเคราะห์และตีความโดยอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการประชาสัมพันธ์และการออกแบบสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ภาครัฐทั้งระดับจังหวัด อำเภอ และหมู่บ้าน ได้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคระบาดโควิด-19 หลากหลายรูปแบบ เช่น สถานการณ์ของโรค สาเหตุ อาการ วิธีการป้องกันตนเอง และการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆในการรักษา มีการใช้สื่อในการสื่อสารหลากหลายประเภททั้งสื่อมวลชน สื่อท้องถิ่น สื่อสังคมออนไลน์ และสื่อกิจกรรม เมื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มภาคีเครือข่ายจังหวัดสมุทรปราการมาสังเคราะห์จึงได้ข้อสรุปในการพัฒนาสื่อดังนี้ สื่อที่ควรพัฒนาออกแบบและสร้างสรรค์มี 2 ประเภท คือ 1.สื่อวิดีทัศน์ และ 2.สื่อเสียง สำหรับสื่อเสียงนั้นได้มีการเพิ่มเติมภาษาต่างประเทศ 2 ภาษา คือ ภาษาเมียนมาร์และภาษากัมพูชา ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความเข้าใจ มีความตระหนักรู้ และสามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างง่ายๆ อีกทั้งยังสามารถนำไปปฏิบัติตนตามได้จริง แต่อาจจะมีข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อของกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้ใช้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านที่ไม่สามารถเข้าถึงเรื่องเทคโนโลยีและระบบการสื่อสารแบบออนไลน์ได้

**คำสำคัญ** : การพัฒนาสื่อ, ชุมชนวิถีใหม่, จังหวัดสมุทรปราการ

[1] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี E-mail: niramon.b@dru.ac.th
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี E-mail: tanapol.s@dru.ac.th

# Development of media for public relations to build confidence in the new normal community in Samutprakan Province

Received : 26/01/2022
Revised : 22/05/2022
Accepted : 23/06/2022

Niramon Bangphra [1]
Tanapol Sompolkrang [2]

## ABSTRACT

The purpose of this research was to study the process of media development and to assess the outcome of media use for public relations for building confidence in community adaptation in a new normal. In Samut Prakan Province Due to the epidemic situation of Covid-19 since 2020, this research is a qualitative research consisting of research tools, the interview. District public health, community leaders and media production operators Data were analyzed using descriptive data analysis, analysis and interpretation based on the concept of public relations process and the design of public relations messages. The results showed that The government at the provincial, district and village level has publicized information, knowledge and understanding about the Covid-19 epidemic. Many forms such as the situation of the disease, causes, symptoms, methods of self-defense. and liaison with various departments in the treatment. Medias are used for communication including mass media, local media, social media. and media activities While people still need some information, such as the reason why people need to follow the announcement to stop the spread of the Covid-19 infectious disease. or policies and announcements of Samut Prakan Province on various issues easy to understand And when the information from the interviews was synthesized, the conclusions for media development were as follows: There are 2 types of media that should be developed : 1. Video media and 2. Audio media, For audio media series have added 2 foreign languages, Myanmar and Cambodia. The results of the satisfaction assessment with public relations media revealed that media access measures of some target groups, such as workers from neighboring countries, did not have access to technology and online communication systems.

[1] Assistant Professor, Communication Arts Program Dhonburi Rajabhat University E-mail: niramon.b@dru.ac.th

[2] Assistant Professor, Communication Arts Program Dhonburi Rajabhat University E-mail: tanapol.s@dru.ac.th

**Keywords:** media development, new normal community, Samutprakan Province

**บทนำ**

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ตั้งแต่ปี 2563 ส่งผลกระทบก่อให้เกิดภาวะวิกฤติขึ้นทั่วโลก ทั้งปัญหาด้านเศรษฐกิจ สังคม ถึงในระดับครัวเรือน ประชาชนได้รับความเดือด สมาชิกในครัวเรือนตกงานทำให้ขาดรายได้เพราะบริษัทเลิกจ้าง สำหรับกิจการบางแห่งไม่สามารถที่จะดำเนินกิจการต่อไปได้ ระบบเศรษฐกิจของประเทศตกต่ำและได้รับความเดือนร้อนในวงกว้าง และประชาชนยังขาดความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้องในการปฏิบัติตนในภาวะวิกฤติเช่นนี้ สำหรับข้อมูลข่าวสารที่มีในสื่อสารมวลชนในช่วงสถานการณ์โควิด-19 นั้นมีหลายประเภทข้อมูลและหลากหลายช่องทาง ส่งผลให้ประชาชนที่เปิดรับสื่อนั้นต้องใช้วิจารณญาณเป็นอย่างมากในการเลือกสรรข่าวสารและคัดกรองสื่อที่มีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นผู้ผลิตสารต้องดำเนินการผลิตสารที่เป็นความจริง น่าเชื่อถือและตรงกับความต้องการผู้รับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่สถานการณ์เริ่มต้นของโควิด-19 ที่ประชาชนยังอยู่ในภาวะขาดความเข้าใจและความสามารถในการเข้าถึงข่าวสารได้ไม่ครบถ้วนสมบูรณ์เพียงพอที่จะนำไปใช้ในการดูแลตนเองและครอบครัวได้ โดยสถานการณ์การแพร่เชื้อไวรัสโควิด -19 ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการนั้น ทางภาครัฐบาลได้ประกาศยกระดับให้เป็นพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด หรือ พื้นที่สีแดงเข้ม สืบเนื่องจากมีการแพร่เชื้อในพื้นที่และจังหวัดใกล้เคียงจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าในตลาด กลุ่มผู้ใช้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน คือ แรงงานชาวเมียนม่าร์และแรงงานชาวกัมพูชาซึ่งเป็นกลุ่มแรงงานที่มีอยู่ในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ทำให้มีคำสั่งจังหวัดสมุทรปราการออกจำนวนหลายฉบับ เช่น เรื่องปิดสถานที่เสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคติดต่ออันตรายในจังหวัดสมุทรปราการภายใต้มาตรการเร่งด่วนในการป้องกันและควบคุมโรคโควิด-19 หรือเรื่องการขยายเวลาปิดสถานที่เสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคติดต่ออันตราย ผู้ว่าราชการจังหวัดสมุทรปราการ โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัดสมุทรปราการ โดยงานวิจัยฉบับนี้เป็นการดำเนินงานตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏและยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏ ที่กำหนดให้เป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการวิจัยและการพัฒนาท้องถิ่น โดยจังหวัดสมุทรปราการนั้นเป็นพื้นที่ที่อยู่ในความดูแลของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีโดยตรง จึงทำให้งานวิจัยฉบับนี้ได้กำหนดพื้นที่การวิจัยในจังหวัดสมุทรปราการเพียงพื้นที่เดียว ซึ่งการวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมการใช้ชีวิต การปรับตัว และการเรียนรู้ สู่การปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ ศึกษาวิธีป้องกันและแก้ไขปัญหาการแพร่ระบาด ศึกษากระบวนการสร้างการเรียนรู้ในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ และศึกษาแนวทางการวางมาตรการป้องกันร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในการสร้างความเชื่อมั่นเพื่อการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

Bernays (Doug Newsom and Jim Haynes, 2008, p. 5) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์มีลักษณะของการสื่อสารสองทาง มีผู้นำในการจัดการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสาธารณะและประชามติ ซึ่งการสื่อสารสองทางนี้ผู้นำจะทำการจัดการสื่อสารทางสาธารณะให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายตามความต้องการ

จากนิยามของการประชาสัมพันธ์ข้างต้นทำให้เห็นได้ชัดเจนว่า การสื่อสารนั้นต้องประกอบด้วยหน่วยงานหรือองค์กรที่ต้องการทำการประชาสัมพันธ์วัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งให้บรรลุเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญแก่ความต้องการที่แท้จริงของประชาชนผู้รับสารผู้รับสารด้วย โดยนิยามของการประชาสัมพันธ์มีดังนี้

Public Relation Association (Doug Newsom and Jim Haynes, 2008, p. 3) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การประชาสัมพันธ์มีลักษณะของความเป็นศาสตร์และศิลป์ ที่องค์กรหรือหน่วยงานคาดการณ์เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามแผนการในการดำเนินงานขององค์กรหรือหน่วยงานเพื่อผลประโยชน์ของประชาชน

การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์โดยใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกัน ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างหน่วยงานขององค์กรหรือสาธารณชนต่าง ๆ อันจะนำมาซึ่งความเชื่อถือศรัทธา ความไว้วางใจตลอดจนความร่วมมือและสนับสนุนจากสาธารณชน (สมิทธิ์ บุญชุติมา, 2561, น. ช)

Doug Newsom and Jim Haynes (2008, p. 47) ได้กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์นั้นมีลักษณะของการโน้มน้าวใจซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งของการสื่อสารที่เกิดขึ้นในทุก ๆ สถานการณ์ โดยกระบวนการสื่อสารนั้นจะประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบ มีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งสาร (source) คือ สิ่งแรกที่เป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสารที่มีความสำคัญในการสร้างสารหรือข้อมูลข่าวสาร ซึ่งต้องคำนึงว่า สารที่ออกจากแหล่งสารนั้นต้องสามารถมีอิทธิพลในการสื่อสารได้ องค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสารคือ แหล่งสารต้องแสดงถึงความเชี่ยวชาญและวัตถุประสงค์ในเรื่องที่ต้องการสื่อสาร เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นกับองค์กรหรือหน่วยงาน

2. ข้อมูลข่าวสาร (message) คือ ข้อมูลข่าวสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสาร การสร้างข้อมูลข่าวสารนั้นต้องคำนึงถึงสิ่งที่ต้องการสื่อสาร เรื่องที่ต้องการสื่อสารและลักษณะของภาษาที่ควรใช้ในการสื่อสาร เนื้อหาของสารต้องสามารถนำเสนอเรื่องราวที่ชัดเจน แม้ในบางครั้งข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอนั้นมีทั้งเรื่องดีและเรื่องไม่ดีก็ควรพิจารณานำเสนอในเรื่องที่ดีก่อน เพื่อให้ผู้ฟังเกิดการยอมรับในการนำเสนอสาร

3. สื่อกลางหรือช่องทางในการสื่อสาร (medium) นั้น Marshall Mcluhan ได้กล่าวว่า “the medium is the message” ซึ่งหมายความว่า ช่องทางการสื่อสารนั้นก็คือข้อมูลข่าวสารอีกประเภทหนึ่งและมีอิทธิพลต่อผลของการโน้มน้าวใจในการสื่อสาร ผู้ส่งสารควรเลือกใช้สารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายสาธารณะและช่องทางการสื่อสารนั้นควรสร้างให้เกิดความสนใจแก่ผู้รับสารด้วย

4. ผู้รับสารซึ่งในการประชาสัมพันธ์มีลักษณะรูปแบบของความเป็นสาธารณะ (public) การเตรียมข้อมูลข่าวสารและการเลือกช่องทางการสื่อสารนั้นมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของผู้รับสารในการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะในลักษณะที่มีความเป็นสาธารณะ การส่งสารนั้นต้องเลือกผู้ที่จะเป็นตัวแทนของการสื่อสารให้มีความน่าเชื่อถือและไม่ได้เป็นที่ต่อต้านจากสาธารณชน เพื่อให้เกิดการยอมรับสารที่ต้องการสื่อสาร อย่างไรก็ดีสิ่งที่สำคัญคือ ต้องทำให้ผู้รับสารเกิดการจดจำและเกิดการตระหนักรู้ในข้อมูลข่าวสารตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

5. ผลกระทบหรือผลตอบกลับ (effect) วัตถุประสงค์ของการสื่อสารคือหัวใจของการประชาสัมพันธ์ ประเด็นใดคือสิ่งที่ต้องการให้ผู้รับสารรับรู้เนื้อหาของสารนั้นต้องมีแรงจูงใจและมีเจตนาที่ชัดเจนซึ่งผลของการสื่อสารนั้นจะดูได้จากการเปลี่ยนแปลงของความรู้สึกในการตอบกลับของกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการหรือไม่

เมื่อทราบถึงกระบวนการในการประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 องค์ประกอบแล้วสิ่งที่เป็นปัจจัยสำคัญของการสื่อสารให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์คือ แนวทางของการออกแบบสารเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นควรยึดหลัก 3 ประการ ได้แก่ (พนม คลี่ฉายา, 2555, น. 48-50)

1. ปัจจัยในการออกแบบสาร ควรเข้าใจในสถานการณ์การสื่อสาร โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและควรทำความรู้จักกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสาร

2. การออกแบบสารเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ของการสื่อสาร การออกแบบสารต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โดยเข้าใจถึงกลยุทธ์ของการสื่อสาร

3. ออกแบบสารให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของสื่อ เช่น สื่อวิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อที่มีเพียงเสียงพูด เสียงดนตรีและเสียงประกอบ ในขณะที่วิทยุโทรทัศน์นั้นมีทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงพูด เสียงดนตรี เสียงประกอบ กราฟิกลายเส้น เทคนิคภาพเคลื่อนไหว

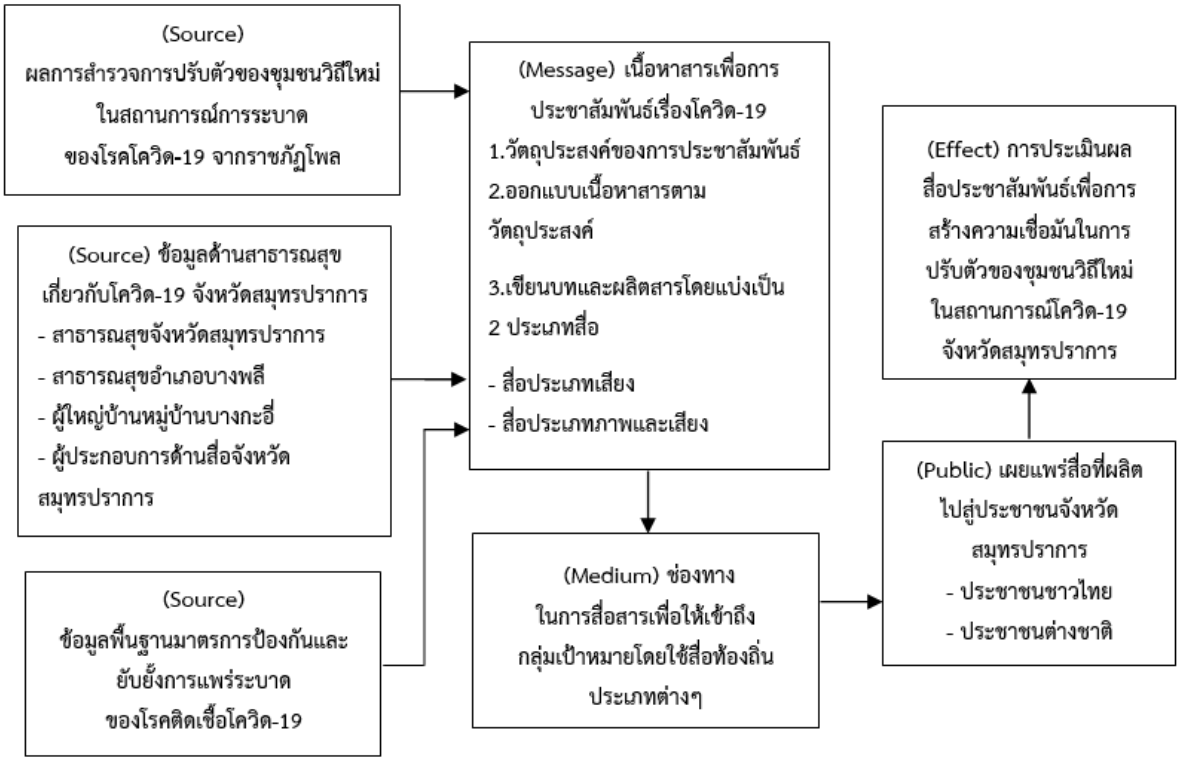
ซึ่งงานวิจัยฉบับนี้ได้นำแนวทางของกระบวนการในการประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 องค์ประกอบ และแนวทางของการออกแบบสารเพื่อการประชาสัมพันธ์มาใช้ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในภาวะวิกฤตของโรคอุบัติใหม่ โควิด-19 ของจังหวัดสมุทรปราการ โดยรูปแบบของการพัฒนาสื่อนั้นให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นที่จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีลักษณะของการปรับตัววิถีใหม่ยุคนิวนอร์มัล กล่าวได้ว่า ต้องการให้ผู้รับสื่อมีความสามารถในการปรับตัวเพื่อการอยู่รอดโดยยึดเป็นแนวปฏิบัติต่าง ๆ ที่ไม่คุ้นเคย ความปกติใหม่จึงเป็นสิ่งที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวในอยู่รอดภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ซึ่งพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับสุขภาวะและมีความสัมพันธ์กับรูปแบบวิถีการดำเนินชีวิตปกติให้เกิดประสิทธิผลกับประชาชนจังหวัดสมุทรปราการ

**วัตถุประสงค์ของการวิจัย**

1. เพื่อศึกษากระบวนการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับสร้างความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ

2. เพื่อประเมินผลลัพธ์ของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ

**กรอบแนวคิดในการวิจัย**




**วิธีดำเนินการวิจัย**

**1. แบบแผนการวิจัย**

การพัฒนาสื่อเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ในส่วนนี้ใช้ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ (Interview) มุ่งศึกษาข้อมูลจากบุคคลสำคัญ โดยการสัมภาษณ์ การศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ สังเคราะห์ข้อมูล กำหนดประเด็นแนวทางการพัฒนาและการสร้างสื่อ วิพากษ์ปรับแก้ไขสื่อให้เหมาะสม และประเมินผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ ไปยังประชาชนเป้าหมายในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นเกี่ยวกับการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่

**2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สาธารณสุขจังหวัด จำนวน 1 คน สาธารณสุขอำเภอ จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 2 คน ผู้นำชุมชน จำนวน 3 คน และผู้ประกอบการด้านการผลิตสื่อ จำนวน 2 คน รวม 10 คน เกณฑ์ในการคัดเลือกหน่วยในการวิเคราะห์ ได้แก่ เป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญเกี่ยวกับการควบคุมสถานการณ์การแพร่เชื้อไวรัสโควิด 19 ซึ่งเป็นหน่วยงานภาคีเครือข่ายในจังหวัด

สมุทรปราการ ทั้งในระดับจังหวัด ระดับอำเภอ ระดับชุมชนท้องถิ่นและผู้มีประสบการณ์ในการใช้สื่อเพื่อเข้าถึงประชาชน

**3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้เลือกใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview) การเข้าถึงแหล่งข้อมูลเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล การเข้าพบเป็นการส่วนตัว และการกำหนดให้มีการประชุมออนไลน์ ผ่านระบบ Meeting Zoom ทั้งในระดับจังหวัด ระดับอำเภอ ระดับผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการด้านการผลิตสื่อ

**4. การเก็บรวบรวมข้อมูล**

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ อุปกรณ์ในการสัมภาษณ์มีดังนี้ การจดบันทึกโดยบันทึกประเด็นจากการตอบคำถามในการสัมภาษณ์ การใช้เครื่องบันทึกเสียงและบันทึกจากการประชุมออนไลน์ ผ่านระบบ Meeting Zoom เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ภายหลัง

**5. การวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิจัยเชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการพรรณนาวิเคราะห์และตีความโดยอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการประชาสัมพันธ์และการออกแบบสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ โดยทั้งหมดมีความเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

**สรุปและอภิปรายผลการวิจัย**

**สรุปผลการวิจัย**

ผลการสัมภาษณ์ภาคีเครือข่ายของจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ในจังหวัดสมุทรปราการนั้น สาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ ได้มีการสื่อสารข่าวสารสถานการณ์ในประเด็นต่างๆสู่ประชาชนแล้ว สามารถสรุปได้ดังนี้

**1. ประเด็นในการสื่อสารของหน่วยงานสาธารณสุขจังหวัด มีดังนี้**

1.1 โรคติดเชื้อโควิค- 19 คืออะไร สถานการณ์ของโรค สาเหตุ อาการ การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆในการรักษา ขั้นตอนการรักษา ความรุนแรงของโรค ลักษณะอาการ และวิธีการป้องกันตนเอง

1.2 คำแนะนำในการปฏิบัติตน ของกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้ที่มีโรคประจำตัว ผู้ที่เดินทางไป-กลับจากพื้นที่ระบาด และการปฏิบัติตัวระหว่างสังเกตอาการอยู่ที่บ้าน

1.3 แนวทางการเฝ้าระวังโรคและสอบสวนโรค ผู้ป่วยที่เข้าเกณฑ์สอบสวนโรคที่มีประวัติเดินทางไปพื้นที่เสี่ยง การดำเนินงานเมื่อพบผู้ป่วย การจัดการผู้ป่วยหลังผลการตรวจทางห้องปฏิบัติการออก การค้นหาผู้สัมผัสผู้ป่วย

1.4 แนวทางการปฏิบัติป้องกันโรคโควิด-19 ในที่พักอาศัย สถานศึกษา สถานที่ทำงาน โรงงาน สถานที่ประกอบพิธีทางสถานศาสนา เรือนจำ สถานรับเลี้ยงเด็ก สถานดูแลผู้สูงอายุ สถานบันเทิง สถานออกำลังกาย สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ สถานดูแลสัตว์ สถานอาบอบนวด สวนน้ำ สวนสนุก สระว่ายน้ำ สนามแข่งขันต่างๆ สนามกีฬา สนามพระเครื่อง สนามซ้อมทุกประเภท ห้างสรรพสินค้า โรงแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ภัตตาคาร ร้านค้าปลีก ร้านค้าส่ง ร้านเสริมสวย ร้านเกม ร้านอินเทอร์เน็ต โรงภาพยนตร์ พิพิธภัณฑ์ และสวนสัตว์

1.5 ประกาศต่างๆจากจังหวัดสมุทรปราการ เรื่องมาตรการป้องกันและยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ฉบับที่ 1-3

1.6 การบังคับใช้กฎหมายตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ.2558 กรณีผู้ป่วยโควิดปกปิดข้อมูลไทม์ไลน์

1.7 ความก้าวหน้าทางการแพทย์ เรื่องยา และวัคซีนป้องกันโควิด-19

**2. ช่องทางและสื่อที่ใช้การสื่อสารระหว่างหน่วยงานของจังหวัดสมุทรปราการกับประชาชน**

2.1 สื่อมวลชน ได้แก่หนังสือพิมพ์ เสียงตามสายเทศบาล วิทยุชุมชน โทรทัศน์ เคเบิ้ลทีวี

2.2 สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ หนังสือ คู่มือ แผ่นไวนิล

2.3 สื่อโสตทัศน์ ได้แก่ เทปบันทึกภาพ(สัมภาษณ์ผู้บริหาร เทปบันทึกเสียง (รถประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่) ป้ายไฟวิ่ง อินโฟกราพิค

2.4 สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซด์และเฟคบุ๊คของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มไลน์ของกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งในแต่ละหมู่บ้านก็จะมีกลุ่มย่อยอีกหลายกลุ่ม ฉะนั้นไลน์จะเป็นการสื่อสารแบบการกระจายจากจุดใหญ่ลงไปจุดย่อยๆ

2.5 สื่อกิจกรรม ได้แก่ งานแถลงข่าว การอบรม การประชุม เวทีประชาคม การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้

**3. ปัญหาและผลกระทบการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและการใช้เทคโนโลยีของประชาชนที่ผ่านมา**

3.1 ประชาชนในพื้นที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเฟสบุคส์หรือ Application Line เกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 แต่ถูกตั้งคำถามว่า ข่าวสารที่ได้รับนั้นเป็นความจริงหรือไม่ อาจมีการบิดเบือนจากความจริง เป็นข่าวสารปลอม การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 จากสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีความเชื่อถือได้หรือใหม่ เพราะเป็นการรับสื่อที่ไม่ใช่จากหน่วยงานภาครัฐ ประชาชนจำนวนมากเกิดความตระหนก วิตกกังวลว่า ตนเองติดเชื้อแล้วหรือไม่

3.2 การใช้เทคโนโลยีของประชาชนในพื้นที่ มีประชาชนในพื้นที่บางกลุ่มที่ไม่ได้รับข่าวสาร ไม่สามารถเข้าถึงข่าวสารได้ เพราะไม่มีเทคโนโลยีคือโทรศัพท์ เพื่อรับข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 กลุ่มผู้ใช้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านที่ไม่เข้าใจภาษาไทย ฟัง พูด อ่านเขียน ไม่ได้ ถึงแม้จะเป็นคนกลุ่มน้อย แต่ก็เกิดให้เกิดความเสี่ยงสูง สังคมอาจมองข้ามกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสทางสังคม กลุ่มคนฐานะ

ทางเศรษฐกิจไม่ดี ยากจน ไม่มีโอกาสใช้เครื่องมือการสื่อสาร ประชาชนกลุ่มนี้จึงสร้างความวิตกกังวลอยู่ในพื้นที่อยู่ไม่น้อย เนื่องจากว่าเป็นกลุ่มเสี่ยงที่อาจก่อให้เกิดการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ง่าย

**4. ประเด็นข่าวสารที่ประชาชนต้องการให้สื่อสาร**

4.1 การสร้างความเข้าใจและความเข้าใจถึงเหตุผลความจำเป็นที่ประชาชน ต้องปฏิบัติตามประกาศจังหวัดสมุทรปราการในเรื่องมาตรการป้องกันและยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิค-19 อย่างเคร่งครัด และให้ถูกต้องและเป็นไปตามมาตรการการป้องกันโรคติดต่อนโยบายระดับประเทศ

4.2 การสร้างความเข้าใจถึงนโยบายและประกาศของจังหวัดสมุทรปราการเรื่อง มาตรการป้องกันและยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิค-19

**5. ประเภทของสื่อที่ควรใช้ในการสื่อสาร**

จากการสัมภาษณ์กลุ่มภาคีเครือข่าย จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า มีความต้องการให้ออกแบบและสร้างสรรค์สื่อ 2 ประเภท ดังนี้

5.1 สื่อวิดีทัศน์ การสื่อสารผ่านสื่อแบบวิดีทัศน์นั้น เป็นการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง โดยผ่านการส่งผ่าน Application Line อีกทั้งสามารถสร้างให้เกิดความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายได้เพราะสื่อสารผ่านภาพและเสียง

5.2 สื่อเสียง สื่อเสียงสามารถนำไปใช้สื่อสารได้หลากหลายช่องทางการสื่อสาร เช่น การสื่อสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง การสื่อสารผ่านหอกระจายข่าวในชุมชน การสื่อสารผ่าน Application Line และควรมีการสร้างสรรค์สื่อภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาเมียนมาร์ และภาษากัมพูชา เนื่องจากพื้นที่สมุทรปราการนั้นนอกจากประชากรที่เป็นคนไทยแล้ว ยังมีประชากรที่เป็นชาวต่างชาติซึ่งได้เข้ามาทำงานในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการเป็นจำนวนมาก

**ขั้นตอนการพัฒนาสื่อเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ มีดังนี้**

ขั้นที่ 1-3 เป็นการสรุปผลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในการศึกษากระบวนการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับสร้างความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ**

การดำเนินการในส่วนนี้เป็นการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาคีเครือข่าย หน่วยงานปกครองหน่วยงานท้องที่ ประกอบด้วย สาธารณสุขจังหวัด สาธารณสุขอำเภอ ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการด้านการผลิตสื่อ เพื่อดำเนินการสัมภาษณ์และนำข้อมูลที่ได้มาสังเคราะห์ ในประเด็นของการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในการสร้างความเชื่อมั่นและการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ ในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อโควิค-19 ของจังหวัดสมุทรปราการ

**ขั้นที่ 2 กระบวนการพัฒนาสื่อ**

การพัฒนาสื่อตามประเด็นเนื้อหาสื่อที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 คณะผู้วิจัยดำเนินการเขียนบทและกำหนดเนื้อหาสื่อเพื่อนำไปสู่ขั้นตอนกระบวนการพัฒนาสื่อ ดังนี้

1. การเขียนบททั้งสื่อเสียงและสื่อวิดีทัศน์ การเขียนบทนั้นเนื้อหาและแนวคิดมาจากการสัมภาษณ์ภาคีเครือข่าย จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเมื่อนำมาสร้างสรรค์และพัฒนาการบทรายการ มีรายละเอียดดังนี้

1.1 สื่อวิดีทัศน์

นำเสนอสถานการณ์ปัจจุบันของระบาดของโรคติดเชื้อโควิค-19 ในจังหวัดสมุทรปราการ ชื่อชุดว่า “#สมุทรปราการ ไม่ประมาท การ์ดอย่าตก” มาจากแนวคิดในประเด็น “การปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19”

1.2 สื่อเสียง

ข้อมูลจากสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ นำมาทำเป็นบทประกาศ เพื่อส่งคลิปเสียงต่อให้กับสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการนำไปส่งต่อให้ประชาชน และส่งต่อให้ผู้นำชุมชนส่งต่อให้ประชาชนในท้องถิ่นปกครองของตนเอง ซึ่งสื่อประเภทเสียง มีรายการเสียง 5 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 happy birthday song มาจากแนวคิดในประเด็น “ป้องกันโควิด-19 ด้วยการล้างมือ 20 วินาที” โดยนำมาจากแนวคิดเรื่อง ในการล้างมือให้ได้อย่างน้อย 20 วินาที โดยใช้เพลง happy birthday ซึ่งเป็นที่รู้จักกันนำมาเป็นสื่อ

ชุดที่ 2 บทกลอนป้องกันโควิด-19 มาจากแนวคิดในประเด็น “การดูแล ป้องกันและสังเกตอาการโควิด-19”

ชุดที่ 3 ไม่แซ่บ ไม่หอม มาจากแนวคิดในประเด็น “การสังเกตอาการโควิด-19”

ชุดที่ 4 สังเกตตนเอง ประกอบได้ด้วย ชุดภาษา 3 ภาษา ได้แก่ ไทย/เมียนมาร์/กัมพูชามาจากแนวคิดในประเด็น “การสังเกตอาการโควิด-19”

ชุดที่ 5 การ์ดอย่าตก ประกอบได้ด้วย ชุดภาษา 3 ภาษา ได้แก่ ไทย/เมียนมาร์/กัมพูชา) มาจากแนวคิดในประเด็น “การดูแลและป้องกันตนเองจากโควิด-19

สำหรับสื่อเสียงในชุดที่ 4 และ ชุดที่ 5 ได้มีการเพิ่มเติมภาษาต่างประเทศ 2 ภาษา คือ ภาษาเมียนมาร์และภาษากัมพูชา เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคีเครือข่ายจังหวัดสมุทรปราการ และสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารกับประชาชนต่างชาติได้

**ตัวอย่างบทรายการสื่อเสียงภาษากัมพูชา**

**บทวิทยุกระจายเสียงเพื่อการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในสถานการณ์**
**การระบาดของโรคโควิด-19**

**ชุดที่ 4** สังเกตตนเอง (3 ภาษา ไทย/เมียนมาร์/กัมพูชา)
**เรื่อง** การสังเกตอาการโควิด-19
**หน่วยงาน** สาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการและมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
**ความยาว** 46 วินาที

| คำสั่ง | เนื้อหา | เวลา (วินาที) |
|---|---|---|
| 1.fade in<br>2.fade under | เพลงบรรเลงเร้าใจ | 2 |
| 3.m/0 | วันนี้ท่านสังเกตตนเองดีแล้วหรือยังครับ<br>หากพบว่ามีไข้สูงมากกว่า 37.5 องศา เจ็บคอ อ่อนเพลีย หายใจเหนื่อยหอบ<br>จมูกไม่ได้กลิ่น ลิ้นไม่รับรส ท่านอาจเสี่ยงติดเชื้อโควิด-19 ได้ ให้รีบไปพบแพทย์ทันที | |
| 4.fade up<br>5.fade under | เพลงบรรเลงเร้าใจ | 2 |
| 6.f/0 | ด้วยความปรารถนาดีจากสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง และ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สายด่วนโควิด โทร 063-192-9272 #สมุทรปราการ ไม่ประมาท การ์ดอย่าตก | 22 |
| 7.fade up<br>8.fade out | เพลงบรรเลงเร้าใจ | 2 |
| | รวม | 46 |

**ตัวอย่างบทรายการสื่อเสียงภาษาเมียนม่าร์**

**บทวิทยุกระจายเสียงเพื่อการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในสถานการณ์**
**การระบาดของโรคโควิด-19**

**ชุดที่ 5** การ์ดอย่าตก (3 ภาษา ไทย/เมียนมาร์/กัมพูชา)
**เรื่อง** การดูแลและป้องกันตนเองจากโควิด-19
**หน่วยงาน** สาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการและมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
**ความยาว** 58 วินาที

| คำสั่ง | เนื้อหา | เวลา (วินาที) |
|---|---|---|
| 1.fade in<br>2.fade under | เพลงบรรเลงเร้าใจ | 2 |
| 3.m/0 | ไม่ประมาทการ์ดอย่าตก เพราะโควิด-19 น่ากลัวมากกว่าที่คุณจะละเลย ออกจากบ้านสวมหน้ากากให้มิดชิด ล้างมือด้วยแอลกอฮอล์หรือสบู่ 20 วินาที ไม่สัมผัสตา จมูกและปาก ไม่ใช้ของร่วมกับผู้อื่น งดกินอาหารดิบ อยู่ห่างกัน 2 เมตร เลี่ยงการกระจายของเชื้อโรค ไม่ไปงานเลี้ยงหรือสถานที่ที่แออัด และงดการเดินทางเข้าสู่พื้นที่เสี่ยง ถ้าปฏิบัติดังนี้ทุกคนจะห่างไกลโควิด-19ค่ะ | 30 |
| 4.fade up<br>5.fade under | เพลงบรรเลงเร้าใจ | 2 |
| 6.f/0 | ด้วยความปรารถนาดีจากสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง และ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สายด่วนโควิด โทร 063-192-9272 #สมุทรปราการ ไม่ประมาท การ์ดอย่าตก | 22 |
| 7.fade up<br>8.fade out | เพลงบรรเลงเร้าใจ | 2 |
| | รวม | 58 |

**ขั้นที่ 3 ขั้นตอนการผลิตสื่อ มีดังนี้**

3.1 การดำเนินการผลิตสื่อ สำหรับสื่อวิดีทัศน์สามารถดำเนินการผลิตรายการได้ทันที โดยทำการถ่ายทำสื่อวิดีทัศน์ตามบทรายการที่ได้ออกแบบไว้ แต่สำหรับสื่อเสียงนั้นคณะผู้วิจัยทำการติดต่อประสานงานกับชาวเมียนม่าร์และกัมพูชาที่พำนักอยู่ในประเทศไทยเป็นระยะเวลา 10 ปี ซึ่งมีความรู้ความสามารถในการเข้าใจในภาษาไทย อ่านออกและเขียนได้ เพื่อแปลบทรายการสื่อเสียงและเขียนบทขึ้นใหม่ให้เป็นภาษาเมียนม่าร์และภาษากัมพูชา ก่อนดำเนินการบันทึกเสียงต่อไป

3.2 การตัดต่อและตรวจสอบ สำหรับในส่วนของสื่อวิดีทัศน์เมื่อถ่ายทำเสร็จเรียบร้อยสามารถดำเนินการตัดต่อเนื้อหาได้ทันที สำหรับสื่อเสียงที่มีภาษาต่างชาตินั้น ได้นำไปให้ประชากรที่เป็นชาวเมียนม่าร์และชาวกัมพูชา ได้รับฟังก่อน เพื่อตรวจสอบความเข้าใจในสารของสื่อให้ความถูกต้องและเหมาะสม

3.3 การกล่าวถึงหน่วยงานการสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์การสร้างความเชื่อมั่นเพื่อการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จังหวัดสมุทรปราการ ต้องกล่าวถึงหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนงานวิจัยในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ตามโครงการราชภัฏโพลล์ (Poll) ซึ่งมีดังนี้

3.3.1 สำหรับสื่อวิดีทัศน์จะปรากฏตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนงานวิจัย ได้แก่ เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง ตราสัญลักษณ์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ตราสัญลักษณ์ของสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ตราสัญลักษณ์ของสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ และตราสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

3.3.2 สำหรับสื่อเสียงในตอนรายการจะกล่าวว่า “ด้วยความปรารถนาดีจากสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ สำนักงาน การวิจัยแห่งชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ 38 แห่ง และ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สายด่วนโควิด โทร 063-192-9272 #สมุทรปราการ ไม่ประมาท การ์ดอย่าตก”

3.4 นำสื่อที่ผลิตเสร็จแล้วส่งให้กับภาคีเครือข่ายตรวจสอบและวิพากษ์สื่อ มีการปรับแก้ให้เหมาะสมก่อนการเผยแพร่ โดยคณะผู้วิจัยผลิตสื่อวิดีทัศน์และสื่อเสียงเพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารมี 2 รูปแบบคือ

3.4.1 สื่อวิดีทัศน์และสื่อเสียงในรูปแบบไฟล์ข้อมูล เพื่อให้สามารถดาวน์โหลดและส่งต่อได้ในระบบออนไลน์ และส่งผ่าน Application Line ให้หน่วยงานต่างๆ ของจังหวัดในการสื่อสารสู่ประชาชน

3.4.2 สื่อวิดีทัศน์และสื่อเสียงบันทึกในรูปแบบของแผ่น DVD เพื่อนำไปมอบให้หน่วยงานต่างๆ ของจังหวัดในการสื่อสารสู่ประชาชน

ขั้นที่ 4 เป็นการสรุปผลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ในการประเมินผลลัพธ์ของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ มีรายละเอียดดังนี้

**ขั้นที่ 4 การประเมินความพึงพอใจของเครือข่ายภาคีที่มีต่อสื่อวิดีทัศน์และสื่อเสียง**

4.1 เนื้อหาในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่เชื้อไวรัสโควิดในพื้นที่นั้นตรงกับความต้องการและสามารถนำไปใช้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายในการสร้างความเข้าใจ สร้างให้เกิดความตระหนักรู้ สามารถเข้าถึงสื่อได้อย่างง่ายๆ และสามารถนำไปปฏิบัติตนได้จริง

4.2 ประชาชนบางกลุ่มหรืออาจเป็นกลุ่มน้อยที่ไม่สามารถเข้าถึงสื่อได้ เช่น กลุ่มผู้ใช้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน ไม่มีโอกาสเข้าถึงหรือไม่สามารถเปิดรับสื่อ จึงทำให้ไม่เข้าใจเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 เพราะไม่มีความสามารถในเรื่องเทคโนโลยีและไม่มีเครื่องมือในการสื่อสารระบบออนไลน์ส่วนบุคคล

4.3 การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพจะต้องอาศัยผู้นำชุมชนที่มีจิตอาสาที่จะดูแลสมาชิกในชุมชน มีการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เสียงตามสายประจำหมู่บ้าน และการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนผู้ประกอบการ ที่มีความพร้อมที่จะพัฒนาศักยภาพชุมชนให้มีสื่อสารและต้องมีความต่อเนื่องในการสื่อสาร

**อภิปรายผลการวิจัย**

การอภิปรายผลการวิจัยนั้นคณะผู้วิจัยขอนำเสนอเป็นประเด็นต่างๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

**1. การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์สำหรับสร้างความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ**

การพัฒนาสื่อเริ่มจากการศึกษาถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นพื้นที่ควบคุมสูงสุด มีการแพร่เชื้อไวรัสโควิดมีทั้งในหมู่คนไทยและชาวต่างชาติคือ ชาวเมียนมาร์และกัมพูชา ประชาชนในพื้นที่มีความวิตกกังวลค่อนข้างสูง ซึ่งช่วงแรกของการแพร่ระบาดนั้น สมาชิกครัวเรือนส่วนใหญ่จะอยู่ภายในบ้าน ทำกิจกรรมระหว่างสมาชิกของครัวเรือน ทั้งนี้เนื่องจากสถานที่ให้บริการ ผู้ประกอบการร้านค้าอาหารหยุดกิจการ ทำให้ไม่สามารถดำเนินกิจกรรมความสัมพันธ์ในสังคมชุมชนได้ ในชุมชนมีการเว้นระยะห่างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชุมชน มีการยกเลิกกิจกรรมในชุมชน เช่น การประชุมคณะกรรมการชุมชน การประชุมสมาชิกในหมู่บ้าน ผู้นำชุมชนหรือคณะกรรมการชุมชน มีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เป็นไปตามนโยบายของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ เช่น การยกเลิกการประชุม ไม่ให้มีการชุมนุมของผู้คนเป็นจำนวนมาก และสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบหนักมากยิ่งขึ้นคือ กลุ่มผู้ใช้แรงงานชาวเมียนมาร์ มีจำนวนการแพร่เชื้อไวรัสค่อนข้างสูง เนื่องจากมีพฤติกรรมเสี่ยงโดยกลุ่มผู้ใช้แรงงานในพื้นที่ยังคงมีการรวมกลุ่ม เดินทางไปหามาหาสู่กันในระหว่างกลุ่มเพื่อนของตนที่มาจากประเทศเดียวกันและยังมีการเดินทางข้ามจังหวัดไปยังผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดที่มีความเสี่ยงสูงอย่างจังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นที่มาของการแพร่เชื้อโควิด-19 ของจังหวัดสมุทรปราการอีกทางหนึ่งด้วย ถึงแม้จะเป็นกลุ่มขนาดเล็กแต่ก็ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ง่าย สาธารณสุขในพื้นที่ได้พยายามสื่อสารไปยังกลุ่มผู้ใช้แรงงานดังกล่าว แต่ก็ไม่ทั่วถึงเนื่องจากกลุ่มผู้ใช้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านเมื่อเข้าที่พักอาศัยแล้วก็ยากที่จะควบคุมและการไม่รู้ภาษาไทยของกลุ่มผู้ใช้แรงานในพื้นที่นั้นเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการใช้มาตรการป้องกันและยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ของจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับ บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย (2561, น. 199) กล่าวว่า ปัญหาการ

สื่อสารที่พบมากที่สุดในการทำงานร่วมกับชาวต่างชาติ คือ ปัญหาเรื่องกำแพงภาษาและปัญหาเรื่องการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ล่าช้า ซึ่งเพื่อนร่วมงานชาวไทยก็เห็นว่าเป็นปัญหาสำคัญที่แก้ไขได้ยาก เพราะแม้แต่บุคลากรชาวไทยบางครั้งก็ได้รับข้อมูลมาอย่างกระชั้นชิดหรือตกข่าวเช่นเดียวกัน จากสถานการณ์ดังกล่าวในจังหวัดสมุทรปราการจึงทำให้กลุ่มผู้ใช้แรงงานดังกล่าวจึงเป็นกลุ่มเสี่ยงในพื้นที่ นายจ้างมีการนำกลุ่มผู้ใช้แรงงานไปทิ้งไว้ตามสถานที่ต่าง ๆ เพราะกลัวความผิด ปัญหาดังกล่าวนี้จึงนับว่าเป็นผลกระทบต่อจิตใจของประชาชนในพื้นที่เกิดความวิตกกังวลเป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นพื้นที่ควบคุมสูงสุด มีจำนวนผู้ติดเชื้อเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใช้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านและส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่แทบไม่กล้าออกจากบ้านเรือน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Jim Macnamara (2021 p.237) ได้ศึกษาเรื่อง New insights into crisis communication from an “inside” emic perspective during COVID-19 ซึ่งผลการวิจัยพบว่าการระบาดของ COVID-19 แพร่กระจายไปทั่วโลกจำเป็นต้องมีการจัดการฉุกเฉิน โดยการวิจัยได้นำทฤษฎีการสื่อสารสถานการณ์วิกฤต (SCCT) เป็นกรอบการวิเคราะห์การสื่อสารในภาวะวิกฤติดังกล่าว ซึ่งภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นนั้นมีลักษณะของการกระจายตัวของสื่อและรูปแบบของข่าวสารออกไปหลากหลายรูปแบบ มีการบิดเบือนข้อมูล อีกทั้งความไว้วางใจและความเชื่อถือของประชาชนที่มีต่อการดำเนินการของภาครัฐในระดับต่ำจึงทำให้การสื่อสารนั้นควรวิเคราะห์เรื่องของมุมมองผ่านชาติพันธุ์วิทยาด้วย และควรนำเสนอข้อมูลเชิงลึกใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น จากวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการศึกษาลงในรายละเอียดถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละชนชาติหรือแต่ละชาติพันธุ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างสารเพื่อการประชาสัมพันธ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019

ซึ่งแนวทางการพัฒนาสื่อของคณะผู้วิจัยนั้นได้นำกระบวนการสื่อสารนั้นจะประกอบไปด้วยแหล่งสาร (source) ข้อมูลข่าวสาร (message) สื่อกลางหรือช่องทางในการสื่อสาร (medium) ผู้รับสารซึ่งในการประชาสัมพันธ์มีลักษณะรูปแบบของความเป็นสาธารณะ (public) และผลกระทบหรือผลตอบกลับ (effect) มาเป็นแนวทางเริ่มต้นในการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์การสร้างความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งสอดคล้องกับ วิภาวิน โมสูงเนิน (2553, น. 164) ในงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุขในกรณีการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 พบว่า การจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อการสื่อสารสุขภาพของการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 นั้นมีการตั้งคณะทำงานเพื่อรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล และคณะทำงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่เรียบเรียงเนื้อหาและข้อมูลด้านวิชาการให้เป็นข้อความและเนื้อสารที่สามารถสื่อสารกับประชาชนให้สามารถเข้าใจได้อย่างง่าย ๆ รวมถึงการกำหนดช่องทางในการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หลังจากคณะผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากทีมภาคีเครือข่ายที่ทำงานด้านการแก้ไขปัญหาสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการแล้ว ข้อมูลนั้นพบว่า ข่าวสารที่ประชาชนต้องการมีเนื้อหาในการสร้างความเข้าใจและเหตุผลความจำเป็นที่ประชาชนต้องปฏิบัติตามประกาศจังหวัดสมุทรปราการ ในเรื่องมาตรการการป้องกันและยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิค-19 อย่าง

เคร่งครัด อย่างถูกต้องและเป็นไปตามมาตรการการป้องกันโรคติดต่อนโยบายระดับประเทศ ผลวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุวรรณ กิตตินราภรณ์ (2564, น. 22) ซึ่งพบว่า เนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับจากสื่อต่าง ๆ ในบริบทการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรน่า (Covid-19) ระยะแรก (เดือนกุมภาพันธ์ 2563 ถึงเดือนเมษายน 2563) เนื้อหาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ การป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโคโรน่า (Covid-19) อันดับรองลงมา ได้แก่ รายงานจำนวนผู้ติดเชื้อจากศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (ศบค.) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร โดย สิโรดม มณีแฮด และ ศรินญา นิยมวงศ์ (2563, น. 162) พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการประชาสัมพันธ์ คือ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป เพื่อส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง เพื่อสร้างความตระหนักทางสังคม เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน และเพื่อเปิดรับข้อมูลความคิดเห็นย้อนกลับ อาทิ การให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันของการแพร่ระบาด การประชาสัมพันธ์นโยบายการบริหารจัดการวิกฤตและข่าวสารความเคลื่อนไหวของหน่วยงานภาครัฐ การรายงานข้อมูลเกี่ยวกับโรค การรายงานข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการเฝ้าระวังป้องกัน ตลอดจนการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารของประชาชน

ในการพัฒนาสื่อในท้องถิ่นนั้นสิ่งที่ขาดไม่ได้คือ การศึกษาถึงสถานการณ์ในการใช้สื่อของประชาชนในพื้นที่ซึ่งพบว่า มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านเฟสบุคส์ ไลน์ เพื่อรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 แต่ทำให้ถูกตั้งคำถามว่า ข่าวสารที่ได้รับนั้นเป็นความจริงหรือไม่ เพราะมีการบิดเบือนจากความจริง มีบางเรื่องไม่ใช่ความจริง เป็นข่าวสารปลอม การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 จากสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีความเชื่อถือได้หรือใหม่ เพราะเป็นการรับสื่อที่ไม่ใช่จากหน่วยงานภาครัฐทำให้ประชาชนจำนวนมากเกิดความตระหนก วิตกกังวลว่า ตนเองติดเชื้อแล้วหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับจารุวรรณ กิตตินราภรณ์ (2564, น. 30) ที่ได้กล่าวถึงการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19ไว้ว่า ควรใช้ทั้งสื่ออินเตอร์เน็ตและสื่อโทรทัศน์ควบคู่กันไป เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่ออินเตอร์เน็ตมากที่สุด แต่เชื่อข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์มากกว่า ทางภาครัฐควรใช้ความน่าเชื่อถือของสื่อโทรทัศน์ในการสื่อสารกับประชาชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง แต่ไม่ควรละเลยสื่ออินเตอร์เน็ตเฟซบุ๊ก (Facebook) และที่ทวิตเตอร์ (Twitter) เนื่องจากประชาชนเข้าถึงและเพื่อให้ชุดข้อมูลไปในทิศทางเดียวกันรวมถึงการป้องกันปัญหาข่าวลวง (Fake News) ได้อีกทางหนึ่งด้วย อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิโรดม มณีแฮด และ ศรินญา นิยมวงศ์ (2563, น. 163) กล่าวว่า ช่องทางการนำเสนอ (Channel) สำหรับสื่อหรือช่องทางที่สำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครใช้ในการนำเสนอเผยแพร่เรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 พบว่า สื่อหรือช่องทางหลักคือ การนำเสนอผ่านทางเว็บไซต์หลักอย่างเป็นทางการของกรุงเทพมหานคร ที่เว็บไซต์ http://www.bangkok.go.th นอกจากนี้ยังพบว่า เรขภาพข่าวทั้ง 26 เรื่องถูกแชร์ต่อไปยังสื่อหรือช่องทางการนำเสนอรอง นั่นคือบัญชีเพจเฟซบุ๊กและบัญชีทวิตเตอร์ของกรุงเทพมหานครอีกด้วย

**2. ผลลัพธ์ของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ**

เมื่อดำเนินการผลิตสื่อทั้งสื่อวีดิทัศน์และสื่อเสียงตามแนวทางการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ในการสร้างความเชื่อมั่นในการปรับตัวของชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการเสร็จเรียบร้อยแล้ว ทางคณะผู้วิจัยได้ส่งมอบสื่อไปยังสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการ สาธารณสุขอำเภอ และผู้นำชุมชนเพื่อนำไปใช้ในการสื่อสารต่อให้กับประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ ภาคีเครือข่ายด้านสาธารณสุขจังหวัดสมุทรปราการให้ทัศนะว่า ภาษาในสื่อที่ใช้เพื่อการสื่อสารของพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการที่ผ่านมานั้นยังขาดการสื่อสารในส่วนของภาษาต่างประเทศ ทั้งที่ในจังหวัดสมุทรปราการมีกลุ่มผู้ใช้แรงงานต่างชาติเป็นจำนวนมากแต่ไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาสารที่สื่อสาร อีกทั้งยังไม่มีโอกาสเข้าถึงหรือไม่สามารถเปิดรับสื่อ จึงทำให้ไม่เข้าใจเกี่ยวกับการป้องกันการแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 เพราะไม่มีความสามารถในเรื่องเทคโนโลยีและไม่มีเครื่องมือในการสื่อสารระบบออนไลน์ส่วนบุคคล แต่สื่อที่ทางคณะผู้จัดทำผลิตขึ้นนั้นได้นำภาษากัมพูชาและภาษาเมียนม่าร์มาใช้ในการสื่อสาร ซึ่งมีความเหมาะสมที่จะสามารถนำไปใช้งานได้จริง ทั้งยังมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการให้ประชาชนรับทราบข้อมูลตามมาตรการการป้องกันและยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิค-19 ของจังหวัดสมุทรปราการและนโยบายของรัฐบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลรัตน์ (ศักดิ์สมบูรณ์) เทอร์เนอร์ และ ศุภาพิชญ์ (มณีสาคร) โฟน โบร์แมนน์ (2556, น. 11) เรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพและการรับรู้คุณภาพบริการสุขภาพของชาวต่างชาติในประเทศไทย พบว่า ชาวต่างชาติส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลสุขภาพจากคำบอกเล่าของคนในครอบครัวหรือคนรู้จัก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดทางด้านภาษาเพราะการให้ข้อมูลและความรู้ด้านสุขภาพในประเทศไทยเกือบทั้งหมด เป็นภาษาไทยดังนั้นชาวต่างชาติจึงต้องอาศัยข้อมูลจากบุคคลในครอบครัว หรือเพื่อนที่เป็นคนไทย และบางคนก็ไม่เคยได้รับข้อมูลเลย ดังนั้นเพื่อให้ชาวต่างชาติที่อยู่ในประเทศไทยได้รับข้อมูลสุขภาพมากขึ้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรมีการพัฒนาช่องทางและสื่อด้านสุขภาพที่ชาวต่างชาติสามารถเข้าถึงและเข้าใจ

นอกจากนี้ผลการวิจัยได้พบว่า ผู้นำชุมชนในจังหวัดสมุทรปราการมีการปรับตัวอย่างเห็นได้ชัด เช่น ความพยายามที่จะส่งข้อมูลไปยังสมาชิกลูกบ้าน ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค ไลน์ เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับสมาชิกลูกบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rety Palupi and Mincho Slavov (2020 p.30) The New Normal: Social Media's Novel Roles and Utilisation ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ในสถานการณ์ New Normal ที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ควรให้ความสำคัญที่มากขึ้นเกี่ยวกับโซเชียลมีเดียและการตลาดโซเชียลมีเดีย เพื่อให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลที่มีเนื้อหาครอบคลุมและครบถ้วน รวมทั้งวิธีการและความต้องการของผู้บริโภคในการใช้สื่อโซเชียลมีเดียที่มีมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งในจังหวัดสมุทรปราการนี้ผู้นำชุมชนในบางชุมชนได้มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างและการผลิตสื่อ มาสร้างสรรค์เนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับการปรับตัวท่ามกลางสถานการณ์โควิด-19 และการสร้างความเข้าใจให้ถูกต้อง ไม่หลงเชื่อข้อมูลข่าวสารปลอม บทบาทของผู้นำชุมชนมีการถ่ายทอดแนวทางการพัฒนาสื่อผ่านผู้นำชุมชน เพื่อขยายองค์ความรู้ไปสู่สมาชิกในหมู่บ้าน อีกทั้งผู้นำชุมชน คณะกรรมการชุมชน หรือสมาชิกในชุมชน ผู้สนใจ ได้มีโอกาส

เรียนรู้ทักษะความสามารถเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อต่าง ๆ ในการสร้างความเข้าใจต่อสถานการณ์การแพร่เชื้อไวรัสโควิด-19 ดังนั้นศักยภาพของผู้นำชุมชน นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จ การนำนโยบายข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐ ให้เข้าถึงสมาชิกในหมู่บ้าน ในชุมชน ผู้นำชุมชนจึงถือได้ว่าเป็นอีกช่องทางการสื่อสารหรืออาจเรียกได้ว่า ผู้นำชุมชนนั้นคือ สื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์ เพราะทำหน้าที่ได้ทั้งเป็นผู้ส่งสาร สะพานเชื่อมหรือช่องทางการสื่อสาร และในบางครั้งยังเป็นผู้ผลิตสารอีกด้วย จึงที่มีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์สื่อเพื่อเข้าถึงประชาชนได้เป็นอย่างดี

**ข้อเสนอแนะจากการวิจัย**

1. ควรคำนึงถึงช่องทางการเข้าถึงสื่อและความสามารถในการรับสื่อของประชาชนในแต่ละท้องถิ่นเป็นหลัก เช่น หากต้องการสื่อสารผ่านเสียงตามสายของหมู่บ้านทุกหมู่บ้านให้ครบถ้วนนั้นอาจต้องมีการปรับปรุงอุปกรณ์สำหรับการสื่อสาร หรือการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์อาจไม่ครอบคลุมประชาชนทุกเพราะข้อจำกัดด้านความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของประชาชน

2. การสร้างสรรค์และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับท้องถิ่นนั้น การร่วมกันทำงานของทั้งผู้วิจัยและเครือข่ายมีความจำเป็น เพราะการทำงานร่วมกันในองค์รวมทั้งในระดับบริหาร ระดับปฏิบัติการในพื้นที่ซึ่งควรสร้างให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบร่วมกัน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของงานร่วมกัน อีกทั้งมีการติดตามผลงานจากผู้บริหารทุกระดับนั้น จะส่งผลให้การประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

# บรรณานุกรม


กมลรัตน์ (ศักดิ์สมบูรณ์) เทอร์เนอร์ และ ศุภาพิชญ์ (มณีสาคร) โฟน โบร์แมนน์ (2556) **พฤติกรรมการใช้บริการสุขภาพและการรับรู้คุณภาพบริการสุขภาพของชาวต่างชาติในประเทศไทย.** วารสารพยาบาลกระทรวงสาธารณสุข ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2556) หน้า 1-29.

จารุวรรณ กิตตินราภรณ์ (2564) **การใช้สื่อกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมปกติใหม่ด้านสุขภาพในช่วงการระบาดของไวรัสโคโรน่า (Covid-19) : กรณีศึกษาจังหวัดปทุมธานี**. วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 25 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2564) หน้า 15-34.

บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย (2561) **ปัญหาในการสื่อสารและการปรับตัวข้ามวัฒนธรรมของชาวต่างชาติที่ทำงานในสถาบันการศึกษา จังหวัดเพชรบูรณ์.** วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 26 ฉบับที่ 50 มกราคม - เมษายน 2561 หน้า 189-212.

พนม คลี่ฉายา (2555) **เอกสารการสอนชุดวิชา การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์ : หน่วยที่ 3 เรื่อง การออกแบบสารเพื่อการประชาสัมพันธ์.** นนทบรี : พิมพ์ครั้งที่ 1. ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วิภาวิน โมสูงเนิน (2553) **การสื่อสารสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุขในกรณีการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารประยุกต์) คณะภาษาและการสื่อสาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สมิทธิ์ บุญชุติมา (2561) **การใช้เครื่องมือสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกระจายภาพและเสียง อินเตอร์เน็ต และสื่อกิจกรรมพิเศษ).** กรุงเทพฯ: พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัท 21 เซ็นจูรี่ จำกัด.

สิโรดม มณีแฮด และ ศรินญา นิยมวงศ์ (2563) **การออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร.** วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ**.** ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2563 หน้า 150-165.

Doug Newsom and Jim Haynes (2008) **Public Relations Writing From and Style.** Wadsworth Publishing; 8 edition.

Jim Macnamara (2021) **New insights into crisis communication from an “inside” emic perspective during COVID-19.** Public Relations Inquiry 2021, Vol. 10(2) 237–262

Rety Palupi and Mincho Slavov (2020) **The New Normal: Social Media's Novel Roles and Utilisation.** JURNAL ILMU KOMUNIKASI 7(1):25-32. March 2020