

กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และ การป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา Crisis Communication Strategy to Raise Awareness and Self-Defense in Emerging Infectious Disease Situation of People in Yala Province



ภาวีนี ต่วนมุดอ¹ (Dawinee Tuanmudor)¹
ชินีเพ็ญ มะลิสสุวรรณ² (Chineephen Malisuwan)²
เวอาชีชะห์ ดาหะยี³ (Wae-arsesah Dahayee)³

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา” มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ พัฒนา และถ่ายทอดกลยุทธ์การสื่อสาร ที่เหมาะสมกับบริบทสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยมุ่งเน้นสถานการณ์โรคโควิด-19 งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากประชาชนในอำเภอเมืองยะลาและอำเภอเบตง จำนวน 400 คน และข้อมูลเชิงคุณภาพ

¹อาจารย์ภาวีนี ต่วนมุดอ สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจและนวัตกรรมการสื่อสาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ยะลา 95000, อีเมล: dawinee.t@yru.ac.th

²รองศาสตราจารย์ ดร.ชินีเพ็ญ มะลิสสุวรรณ สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจและนวัตกรรมการสื่อสาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ยะลา 95000, อีเมล: chineephen.s@yru.ac.th

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์เวอาชีชะห์ ดาหะยี สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจและนวัตกรรมการสื่อสาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ยะลา 95000, อีเมล: waearesah.d@yru.ac.th

¹Lecturer, Business Communication Arts and Communication Innovation Program, Faculty of Management Science, Yala Rajabhat University, Yala 95000, Thailand, Email: dawinee.t@yru.ac.th

²Assoc. Prof. Dr., Business Communication Arts and Communication Innovation Program, Faculty of Management Science, Yala Rajabhat University, Yala 95000, Thailand, Email: chineephen.s@yru.ac.th

³Asst. Prof. Business Communication Arts and Communication Innovation Program, Faculty of Management Science, Yala Rajabhat University, Yala 95000, Thailand, Email: waearesah.d@yru.ac.th

*Corresponding author : E-mail Address : dawinee.t@yru.ac.th

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารในพื้นที่ จำนวน 12 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยความเข้าใจในบริบท วัฒนธรรมของพื้นที่ ทั้งด้านภาษา ศาสนา วิถีชีวิต และความสำคัญของ การออกแบบคู่มือต้องมีข้อมูลเนื้อหาที่เหมาะสม ชัดเจน เข้าใจง่าย ส่งผ่านโดยผู้ส่งสารที่น่าเชื่อถือ และนำเสนอในช่วงเวลาที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง ผ่านช่องทางที่หลากหลายทั้งสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ เสริมสร้างความเข้าใจ ความตระหนักรู้ และการป้องกันตนเองของประชาชนในพื้นที่ต่อสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ได้อย่างถูกต้อง ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคู่มือกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตอยู่ในระดับมาก (4.47) โดยประชาชนมีความพึงพอใจมากที่สุด ในด้านการนำไปประยุกต์ใช้ (4.51) และรูปแบบการนำเสนอ (4.50) สะท้อนถึงความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารในภาวะวิกฤตที่มีประสิทธิภาพในจังหวัดยะลาต้องคำนึงถึงความละเอียดอ่อนทางวัฒนธรรมและบริบทเฉพาะพื้นที่ จึงจะสามารถสร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมการป้องกันตนเองของประชาชนได้อย่างเหมาะสม ลดผลกระทบของโรคอุบัติใหม่ และเพิ่มความเชื่อมั่นในระบบสุขภาพของชุมชน

คำสำคัญ : กลยุทธ์การสื่อสาร, ภาวะวิกฤต, โรคอุบัติใหม่

Abstract

This study on “Crisis Communication Strategy to Raise Awareness and Self-Defense in Emerging Infectious Disease Situation of People in Yala Province” aimed to analyze, develop, and transfer crisis communication strategies that are appropriate to the local socio-cultural context, with a focus on the COVID-19 pandemic. A mixed-methods research design was employed, consisting of quantitative data collected from 400 residents in Mueang Yala and Betong districts, and qualitative data obtained through in-depth interviews

with 12 key informants, including experts, academics, and communication practitioners in the area.

The findings revealed that effective crisis communication strategies must be grounded in an understanding of the multicultural context of the region, encompassing language, religion, lifestyle, and local beliefs. The development of a communication guidebook should emphasize appropriate, clear, and easily comprehensible content, delivered by credible messengers, and disseminated consistently in a timely manner through diverse channels, both offline and online. Such strategies enhance understanding, awareness, and self-protection among local communities in response to emerging diseases. The evaluation of the crisis communication strategy guidebook indicated a high overall level of satisfaction (4.47). Respondents expressed the highest satisfaction with the applicability of the manual (4.51) and its presentation format (4.50), reflecting its relevance and alignment with community needs.

This study highlights that effective crisis communication in Yala Province requires sensitivity to cultural nuances and local contexts, which significantly contributes to raising public awareness, strengthening self-protective behaviors, mitigating the impacts of emerging diseases, and enhancing public confidence in the healthcare system.

Keywords : Communication Strategy, Crisis, Emerging Infectious Diseases

บทนำ (Introduction)

ประเทศไทยเผชิญกับความเสี่ยงต่อโรคติดต่ออุบัติใหม่ และเกิดโรคอุบัติใหม่ซ้ำ โดยในช่วงระยะเวลาเกือบหกปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปลายปี พ.ศ.2562 จนถึงปัจจุบัน มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสชนิดหนึ่งที่สามารถกลายพันธุ์ได้นั้นคือ โรค Covid-19 หรือเชื้อไวรัสโคโรนา (กรมควบคุมโรค, 2563) ก่อให้เกิดโรคระบบทางเดินหายใจที่ส่งผลความรุนแรงถึงขั้นเสียชีวิต ทำให้มีผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนในภาวะวิกฤต ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การดำเนินชีวิตและสุขภาพ “การสื่อสาร” จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ประชาชนได้ทราบข้อมูลข่าวสารในช่วงเวลาที่ประเทศหรือสังคมกำลังเผชิญกับภาวะวิกฤตต่าง ๆ เช่นเดียวกันกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (ณัฐวรรณ คำแสน, 2564) เนื่องจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องจะเป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญที่จะช่วยให้การแก้ไขปัญหาได้ถูกต้อง ถูกจุด และเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ได้

จังหวัดยะลาเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีรายงานผู้ติดเชื้อโควิด-19 สะสมในระดับสูง และมีลักษณะการระบาดเป็นกลุ่มก้อน (cluster) ตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2563 ที่เริ่มมีการแพร่ระบาดในพื้นที่ (ศูนย์ควบคุมโรคติดต่อจังหวัดยะลา, 2564) จากลักษณะเฉพาะของพื้นที่ซึ่งเป็นพรมแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศมาเลเซีย มีการเคลื่อนย้ายของประชาชนเข้าออกในพื้นที่ระหว่างสองประเทศอยู่ตลอด การดำเนินกิจกรรมทางศาสนาแบบกลุ่มใหญ่ และการเข้าถึงการบริการด้านสุขภาพที่ยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การควบคุมโรคไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ทั้งในด้านการติดตามผู้สัมผัส การจำกัดกิจกรรมทางศาสนา และการสื่อสารความเสี่ยงกับประชาชน ซึ่งเป็นหนึ่งในอุปสรรคสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของมาตรการป้องกันโรค โดยเฉพาะเมื่อเนื้อหาที่เผยแพร่โดยหน่วยงานรัฐมีลักษณะเป็นทางการ ไม่สอดคล้องกับภาษา วัฒนธรรม และวิถีชีวิตในพื้นที่ ทำให้ประชาชนบางส่วนไม่สามารถเข้าถึงหรือเข้าใจสารสนเทศด้านสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งการตัดสินใจปฏิบัติตามคำแนะนำด้านสาธารณสุขของประชาชนในจังหวัดยะลานั้น ได้รับอิทธิพลอย่างมากจากผู้นำศาสนาและบุคคลที่ประชาชนให้ความเชื่อถือมากกว่าจากเจ้าหน้าที่รัฐหรือสื่อหลัก สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการออกแบบการสื่อสารที่สอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น เพื่อเพิ่มความเข้าใจ การยอมรับ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการควบคุมโรคอย่างยั่งยืน (ยุทธอ เลี้ยวแม และคณะ, 2565)

สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารด้านสุขภาพในสังคมไทยยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ประชาชนใช้เป็นแหล่งข้อมูลหลักในการติดตามข่าวสาร ด้วยลักษณะการเปิดกว้าง

ของแพลตฟอร์มดังกล่าวเอื้อต่อการแพร่กระจายของข่าวปลอม (Fake News) ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับสาเหตุของโรค วิธีการรักษา หรือมาตรการของรัฐ ซึ่งมักถูกส่งต่อโดยอาศัยความน่าเชื่อถือของผู้ส่งและความไว้วางใจภายในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ขณะเดียวกันประชาชนจำนวนมากไม่ยอมขาดทักษะการตรวจสอบข้อมูล ทำให้เกิดการเชื่อและส่งต่อข้อมูลโดยไม่ผ่านการกลั่นกรอง ส่งผลให้เกิดความสับสน ความตื่นตระหนก และบั่นทอนการปฏิบัติตามมาตรการสาธารณสุขในระดับพื้นที่ (วิจิตรดา คงเคียรพธรรม, 2565) กรณีของจังหวัดยะลายังสะท้อนภาพปัญหาในลักษณะเดียวกัน โดยเฉพาะกลุ่มประชาชนที่ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลจากทางหน่วยงานราชการ หรือมีข้อจำกัดด้านภาษาและวัฒนธรรม ส่งผลให้การสื่อสารภาครัฐขาดประสิทธิภาพ และการตอบสนองต่อสถานการณ์ระดับเป็นไปอย่างล่าช้า และยุ่งยาก (เสวนาวิชาการเรื่อง “Covid-19 กับผลกระทบต่อ การสื่อสาร”, 2564) สถานการณ์นี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นของการเสริมสร้างทักษะการรับรู้สื่อที่ถูกต้อง และการพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่สอดคล้องกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และพื้นที่อย่างเป็นระบบ ช่วยให้เกิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง การจัดการข่าวปลอมอย่างเป็นระบบ เพื่อรองรับการจัดการภาวะวิกฤตสุขภาพ และสามารถปฏิบัติตามคำแนะนำในการรับมือกับการแพร่ระบาดของโรคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยในเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้ และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา จึงเห็นความสำคัญของ “การสื่อสารในงานวิจัย” เกิดจากการต่อยอดองค์ความรู้จากเวทีเสวนาวิชาการเรื่อง “Covid-19 กับผลกระทบต่อ การสื่อสาร” (2564) ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายสาขาเข้าร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์และข้อเสนอแนะด้านกลไกการสื่อสารในสถานการณ์ฉุกเฉินอย่างรอบด้าน มุ่งเน้นวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทของจังหวัดยะลา ที่มีความหลากหลายทั้งด้านศาสนา ภาษา และวัฒนธรรม ส่งผลต่อพฤติกรรม การรับรู้ และการตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารด้านสาธารณสุข ผ่านแนวคิดการสื่อสารในภาวะวิกฤต โดยงานวิจัยนี้จัดอยู่ในขั้นตอนการเกิดวิกฤต (Crisis) ซึ่งถือเป็นช่วงเวลาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเชื่อมั่นของประชาชนต่อระบบสาธารณสุขและหน่วยงานรัฐ (Coombs, 2012) ผ่านการถ่ายทอดบทเรียน การสื่อสารอย่างโปร่งใส และการสื่อสาร

อย่างต่อเนื่องที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจ ที่ถูกต้องและสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการป้องกันตนเองได้อย่างเหมาะสม การสื่อสารสุขภาพในพื้นที่ชายแดนใต้ที่ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้นำศาสนา เครือข่ายท้องถิ่น และกลุ่มสื่อสารในระดับชุมชน เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและการยอมรับในหมู่ประชาชน (คอลิด ครูนันท์ และคณะ, 2566) ก่อให้เกิดการพัฒนาต้นแบบกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตที่มีความยืดหยุ่น เชื่อมโยงกับบริบทของพื้นที่จริง สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นในการรับมือกับโรคอุบัติใหม่ ช่วยลดความสับสน จากข้อมูลข่าวสารที่คลาดเคลื่อน สร้างภูมิคุ้มกันทางความคิด ส่งเสริมพฤติกรรม การป้องกันตนเองในระดับปัจเจกและชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้ และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา
2. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา
3. เพื่อถ่ายทอดกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้ และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา

การทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Review of Literature)

จอมรุจจิโรจน์ เหตุเกษ (2563) ศึกษาเกี่ยวกับ กลยุทธ์ในการจัดการ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลบางเมือง อำเภอมืองสมุทรปราการ พบว่า กลยุทธ์ของผู้บริหารในการจัดการสถานการณ์ การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด - 19 มี ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ กลยุทธ์ด้านการ ตรวจสอบวัดครองสุขภาพ กลยุทธ์ด้านการรักษาความสะอาด กลยุทธ์ด้านการปฏิบัติตน การประชาสัมพันธ์และติดตามข้อมูลข่าวสาร กลยุทธ์ด้านการรับมือต่อการแพร่ระบาด โดยใช้ประกาศเทศบาลตำบลเมือง เป็นรูปแบบวิธีการดำเนินงานที่ผู้บริหารใช้

ในการจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส โควิด - 19 ซึ่งปัญหาด้านพื้นที่และจำนวนประชากรที่มีประชากรรวม ประชากรแฝง ขั้นตอนการดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้างวัสดุ กลายเป็นสาเหตุของปัญหาและอุปสรรคในการจัดการกับสถานการณ์การแพร่ระบาด จึงใช้วิธีการติดต่อประสานงานและร่วมวางแผนการดำเนินงานกับผู้แทนชุมชนในเขตพื้นที่และใช้พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546 มาเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการจัดการกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของ ไวรัสโควิด-19 เพื่อลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน

สรารุณี จบศรี (2564) ศึกษาเกี่ยวกับ การสื่อสารในภาวะวิกฤติของกระทรวงสาธารณสุข ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พบว่า กระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานหลักในการสื่อสารทำความเข้าใจกับประชาชน ในการป้องกันการแพร่ระบาดของ โรคโควิด-19 ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากในภาวะเช่นนี้เพราะเป็นหน่วยงานหลักที่ประชาชนให้ความเชื่อถือ เชื่อว่าข่าวสารต้องมีความแม่นยำ ถูกต้อง ชัดเจน น่าเชื่อถือ และข่าวต้องอธิบายให้เข้าใจ ไม่สับสน และไม่ให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคมถึงความเชื่อมั่น และการให้ข่าวของกระทรวง เนื้อหาต้องเป็นไปทิศทางเดียวกัน ไม่ขัดแย้งกัน รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ โดยเฉพาะข่าวที่เป็นกระแสลบ จึงทำการแถลงข่าวเร่งด่วนเพื่อตอบโต้ข่าวกระแสลบด้วยการจัดการแถลงข่าว โดยเชิญสื่อมวลชนร่วม ทำข่าวเผยแพร่ผ่านสื่อของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งอาจจะมีการจัดทำเป็นคลิปวิดีโอสั้น หรือ Infographic ในการสร้างความเชื่อมั่น ตอกย้ำในประเด็นข่าวที่สนใจ จัดทำเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ (Press release) ส่งต่อให้กับนักข่าวผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ ร่วมสร้างภาคีเครือข่ายในการร่วมมือทุกช่องทางในการสื่อสาร ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนินการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในชื่อ “ไทยรู้สู้โควิด” เป็นสื่อรวมในการลงข่าวสาร เนื่องจากมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากสำหรับประเด็นหลักที่กระทรวงสาธารณสุขเน้นให้ประชาชนปฏิบัติ เช่น มาตรการ DMHTTA การเว้นระยะห่าง สวมหน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้า ล้างมือบ่อย ๆ ตรวจวัดอุณหภูมิ ตรวจเชื้อโควิด-19 และใช้แอปพลิเคชันไทยชนะ/หมอชนะและให้ประชาชนตอบกลับ เสนอแนะข้อคิดเห็นผ่านทางสายด่วนของกระทรวงสาธารณสุข

ปณิณวัชร พิชัยบวรภัสร์ (2560) ศึกษาเกี่ยวกับ กลยุทธ์การจัดการสื่อสาร ในภาวะวิกฤตในยุคดิจิทัล กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการบินและบริการ: สายการบินยูไนเต็ด แอร์ไลน์ สายการบินแอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์ ซึ่งล้วนเผชิญกับสถานการณ์วิกฤตที่กระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของสาธารณชนอย่างมีนัยสำคัญ งานวิจัยชิ้นนี้นำเสนอการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านกระบวนการ 3 ระยะ ได้แก่ ระยะก่อนเกิดวิกฤต (Pre-crisis) ซึ่งองค์กรต้องเตรียมแผนสื่อสารภาวะวิกฤตอย่างเป็นระบบ กำหนดโฆษกกลาง เตรียมช่องทางสื่อสาร และฝึกซ้อมรับมือเหตุการณ์จำลองอย่างต่อเนื่อง ระยะขณะเกิดวิกฤต (Crisis) ซึ่งองค์กรต้องตั้งศูนย์ปฏิบัติการด้านการสื่อสาร (PR Operation Center) เพื่อประเมินสถานการณ์อย่างรวดเร็วและสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน และตรงประเด็นผ่านสื่อดิจิทัลที่หลากหลาย พร้อมทั้งเน้นความจริงใจ โปร่งใส และสื่อสารอย่างต่อเนื่องกับสาธารณชน และระยะหลังวิกฤต (Post-crisis) ซึ่งเป็นช่วงของการฟื้นฟูภาพลักษณ์องค์กร โดยเน้นการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์เพื่อฟื้นความเชื่อมั่น พร้อมทั้งสรุปบทเรียนและปรับปรุงแผนการจัดการวิกฤตในอนาคต งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลในฐานะกลไกสำคัญที่สามารถพลิกวิกฤตให้กลายเป็นโอกาสได้ หากองค์กรสามารถบริหารจัดการการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้กรอบของความรับผิดชอบและความโปร่งใส

เบญจามา ทับทอง (2564) ศึกษาเกี่ยวกับ การสื่อสารกับสื่อมวลชนต่างประเทศของกรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ ในช่วงภาวะวิกฤตโควิด-19 โดยมุ่งวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารที่รัฐไทยใช้เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อประชาคมระหว่างประเทศ ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดที่ส่งผลกระทบต่อทั้งในด้านสุขภาพ สังคม และภาพลักษณ์ของประเทศ การสื่อสารในภาวะวิกฤตจึงถูกวางบทบาทให้เป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารสถานการณ์ภายใต้หลักการที่เน้นความโปร่งใส ถูกต้อง และทันต่อเหตุการณ์ โดยกรมสารนิเทศได้ประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสื่อสารที่หลากหลาย ทั้งการจัดแถลงข่าวรายวัน การเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย การประสานงานกับผู้สื่อข่าวต่างประเทศอย่างใกล้ชิด ตลอดจนการใช้ภาษาต่างประเทศอย่างมืออาชีพในการสื่อสารสารสนเทศสำคัญ ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานของกรมสารนิเทศมีประสิทธิภาพ

ในระดับสูง โดยสามารถสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นมืออาชีพและความน่าเชื่อถือให้แก่ประเทศไทยในสายตาสื่อต่างประเทศ อีกทั้งยังช่วยลดความเข้าใจคลาดเคลื่อนและสร้างความร่วมมือกับนานาประเทศในช่วงวิกฤตได้อย่างเหมาะสมและทันต่อสถานการณ์

เครื่องมือวิจัย และวิธีการศึกษา (Materials and Methods)

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา” เป็นงานวิจัยที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) โดยบูรณาการการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งด้านแนวคิดเชิงกลยุทธ์การสื่อสาร พฤติกรรม ความเข้าใจ และระดับการตระหนักรู้ของประชาชนในพื้นที่จริงต่อสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ (Covid-19) โดยในส่วนของวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 12 คน เป็นเครื่องมือวิจัย ซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เกณฑ์ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ประสบการณ์ตรงและบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤต ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วยนักวิชาการและนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ นักวิชาการและนักวิชาชีพด้านสาธารณสุข รวมถึงผู้บริหารระดับนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ข้อมูลจากการสนทนาถูกนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยแบ่งเป็นประเด็นหลักตามตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เช่น กลยุทธ์การสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร ความท้าทายในการเผยแพร่ข้อมูล และความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์การสื่อสารในภาวะวิกฤตในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของจังหวัดยะลา และ (2) พัฒนากลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในช่วงวิกฤต

ในขณะที่การวิจัยเชิงปริมาณใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัย เพื่อรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในพื้นที่อำเภอเมืองยะลาและอำเภอบางขัน จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งคำนวณจากสูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กลุ่มตัวอย่างดังกล่าว

ถูกเลือกโดยมีหลักเกณฑ์จากสภาพพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรสูง มีลักษณะเป็นศูนย์กลางของการคมนาคม เศรษฐกิจ และการสื่อสารของจังหวัด อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงต่อการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ และประสบอุปสรรคด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต ทั้งในมิติของการเข้าถึงข้อมูลที่ต้องและระดับการรู้เท่าทันสื่อของประชาชน การวิจัยในส่วนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (3) ถ่ายทอดกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ที่เป็นสังคมพหุวัฒนธรรม วิถีชุมชน และโครงสร้างการเข้าถึงสื่อที่หลากหลายเพื่อสร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมพฤติกรรมการป้องกันตนเองของประชาชนในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่

กระบวนการวิจัยได้มีการดำเนินการจากเชิงคุณภาพนำไปสู่เชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่จังหวัดยะลา เพื่อเก็บข้อมูลจากทั้งสองแนวทางอย่างเป็นระบบ สำหรับข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณนั้นนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) พร้อมทั้งแปลผลโดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้ รวมถึงการประเมินผลความพึงพอใจของการใช้คู่มือกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลาที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัย โดยคู่มือดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของพื้นที่เสี่ยงส่งเสริมกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตที่มีประสิทธิภาพผ่านช่องทางสื่อออนไลน์และออฟไลน์ ครอบคลุมทั้งระดับปฏิบัติการและระดับชุมชนในบริบทของจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลการศึกษาและอภิปรายผล (Results and Discussion)

1. ผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ที่ 1 : เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา

การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ในจังหวัดยะลาครั้งนี้ มีรากฐานอยู่บนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจำนวน 12 คน ประกอบด้วย นักวิชาการและนักวิชาชีพด้านนิเทศศาสตร์ นักวิชาการและนักวิชาชีพด้านสาธารณสุข และผู้บริหารองค์กรภาครัฐและเอกชนที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการสื่อสารในพื้นที่ภาวะวิกฤต โดยใช้กรอบแนวคิดการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Crisis Communication) ทั้งในเชิงโครงสร้าง องค์ประกอบ และบริบทที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งภาวะวิกฤตเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะเวลาก่อนวิกฤต (Pre-crisis Phase), ระยะเวลาช่วงวิกฤต (Crisis Phase) และระยะหลังวิกฤต (Post-crisis Phase) ร่วมกับการสื่อสารแบบองค์รวมที่วิเคราะห์ผ่านผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในพื้นที่จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นพื้นที่ชายแดนภาคใต้ที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ศาสนา ภาษา และบริบททางสังคม วัฒนธรรม การสื่อสารที่สะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์การสื่อสารที่ปรับตัวตามสถานการณ์ พร้อมทั้งสร้างการตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่โควิด-19 มีลักษณะสำคัญ 4 ประการดังนี้

1) ความเข้มข้นและความถี่ของการสื่อสาร (Message Intensity and Frequency) ในภาวะปกติ ประชาชนอาจเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจ แต่ในช่วงวิกฤตโควิด-19 ลักษณะของการสื่อสารต้องมี “ความเข้มข้น” (intensity) และ “ความถี่” (frequency) ที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ การใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลายทั้ง ออนไลน์ (เช่น Line Official Account, Facebook Page หน่วยงานรัฐ, TikTok สำหรับกลุ่มวัยรุ่น) และ ออฟไลน์ (เช่น วิทยุชุมชน การแถลงข่าว โทรโข่ง

และสื่อบุคคล) เป็นกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อความหลากหลายของประชากรในระยะกลางได้อย่างครอบคลุม ตัวอย่างเช่น การส่งคลิปวิดีโอในภาษามลายูผ่าน Line Official ที่มีผู้ติดตามกว่า 30,000 คนในเขตเทศบาลนครยะลา เนื่องจากความเข้มข้นของข้อมูลและความถี่ที่มีการสื่อสารอย่างต่อเนื่องจะเพิ่มโอกาสที่ประชาชนจะได้เห็น จำ และนำข้อมูลเหล่านั้นไปปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง การสื่อสารที่ความถี่เหมาะสมสามารถเข้าถึงความรุนแรงของโรคและวิธีการป้องกันที่ชัดเจน นอกจากนี้ การปรับกลยุทธ์การสื่อสารให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ ทั้งในส่วนของภาษา ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร เช่น ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา จะเปลี่ยนสามารถความกลัวเป็นการตระหนักรู้และป้องกันตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) จุดมุ่งหมายของการสื่อสารที่ชัดเจน (Clear Communication Objectives) การสื่อสาร ในภาวะวิกฤตมีความซับซ้อน เนื่องจากประชาชนผู้รับสารอยู่ในภาวะที่เต็มไปด้วยความกลัว ความไม่แน่นอน และข้อมูลที่หลากหลาย การสื่อสารในภาวะเช่นนี้ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการให้ข้อมูลเท่านั้น แต่ต้องมีเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจน มีทิศทาง การสื่อสารที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่กระจัดกระจาย และมุ่งตอบเจตย์ในสิ่งที่ประชาชนต้องการในเวลานั้น เพื่อสร้างความเข้าใจต่อมาตรการการป้องกันโรค เช่น การลดความสับสน ความวิตกกังวล และความตื่นตระหนกของประชาชน โดยให้ข้อมูลที่สอดคล้องกันทุกช่องทาง การสร้างความเชื่อมั่นจากการสร้างข้อมูลที่ เป็นระบบ มีเหตุผล สะท้อนถึงความพร้อมของหน่วยงานที่รับผิดชอบ เป็นต้น นอกจากนี้ การออกแบบเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม กระชับ เข้าใจง่าย สอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมของประชาชนในพื้นที่ และมีรูปแบบการสื่อสารที่ชัดเจน สามารถกระตุ้นการตระหนักรู้และพฤติกรรมป้องกันตนเอง ปฏิบัติตาม มาตรการสาธารณสุขได้อย่างถูกต้อง

3) รูปแบบการสื่อสารแบบสองทางและเน้นสื่อบุคคล (Two-Way Communication and Personal Media) การสื่อสารในภาวะวิกฤตต้องอาศัยรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย โดยเลือกใช้ทั้งสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ เพื่อให้สามารถสื่อสาร และสร้างความเข้าใจต่อประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและทั่วถึง และมีบทบาทสำคัญในการสร้างการตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ เนื่องจากกลยุทธ์การสื่อสารในลักษณะนี้ไม่ใช่เพียงการสื่อสาร

ฝ่ายเดียว แต่เปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยน ขจัดข้อสงสัย แก้ไขปัญหาข่าวปลอม ลดความวิตกกังวล สร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และกระตุ้นการมีส่วนร่วม โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอนและข่าวสารที่หลากหลาย ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการดูแลสุขภาพของประชาชนเพื่อการป้องกันตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึกสามารถสรุปได้ว่า “สื่อบุคคล” โดยการส่งสารผ่านอาสาสมัครสาธารณสุข ผู้นำชุมชน ผู้นำศาสนา เป็นรูปแบบการสื่อสารที่สำคัญที่สุดในช่วงภาวะวิกฤต โดยเฉพาะในช่วงระหว่างที่มีการแพร่ระบาดอย่างรุนแรง ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้ สามารถสร้างความใกล้ชิดกับประชาชน สร้างความน่าเชื่อถือ สร้างความไว้วางใจ และสามารถถ่ายทอดสารในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การลงพื้นที่เพื่อพูดคุยให้ความรู้และทำความเข้าใจกับประชาชน โดยใช้ภาษามลายูเพื่อสื่อสารกับชุมชนท้องถิ่น พร้อมทั้งส่งคลิปผ่าน Line Official Account ที่มีสมาชิกประมาณ 30,000 คนในเขตเทศบาลนครยะลา แสดงให้เห็นถึงการทำงานเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทุกคนสามารถรับรู้ถึงสถานการณ์ได้อย่างทั่วถึง

4) การวางแผนสื่อสารตามช่วงเวลา (Time-Phased Crisis Communication Planning) เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างการตระหนักรู้และกระตุ้นการป้องกันตนเองของประชาชนในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ เนื่องจากระบาดของโรคมักเกิดขึ้นเป็นลำดับขั้นตอน มีความรุนแรงและความไม่แน่นอนสูง การส่งสารที่สอดคล้องกับระยะเวลาและสถานการณ์ปัจจุบัน จะช่วยให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่เหมาะสมในเวลาที่ต้องการใช้การตัดสินใจและลงมือปฏิบัติ จากข้อมูลที่รวบรวมพบว่า การสื่อสารในจังหวัดยะลาในช่วงการระบาดของโรค โควิด-19 มีการวางแผนตาม “ช่วงเวลา” ของวิกฤตอย่างชัดเจน ได้แก่

ช่วงก่อนวิกฤต : ถือเป็นช่วงเวลาที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการเตรียมการที่ดีและการวางแผนล่วงหน้าจะช่วยให้สามารถกำหนดวิธีการและขั้นตอนการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม ทำให้ประชาชนเข้าใจสถานการณ์ได้ดีขึ้น ซึ่งในพื้นที่จังหวัดยะลาทางภาครัฐได้มีการศึกษาความรู้เกี่ยวกับโรคอุบัติใหม่ที่เกิดขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือกับการแพร่ระบาดของโรค เนื่องจากไม่ได้เป็นพื้นที่แรกที่เกิดการระบาด

จึงมีเวลาในการเตรียมความพร้อมในการรับมือ และจัดหาแนวทางในการป้องกัน และควบคุมการแพร่ระบาดของโรคอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านมาตรการป้องกันพื้นฐาน เป็นต้น

ช่วงระหว่างวิกฤต : การสื่อสารจะต้องดำเนินการตลอดต่อเนื่องทั้งวัน โดยเน้นการสื่อสารที่รวดเร็วและทันต่อสถานการณ์ แต่ยังคงต้องมีความระมัดระวัง และรอบคอบ การกระจายข่าวสารควรมีความถี่มากขึ้นกว่าภาวะปกติ พบว่า ช่วงเช้าและช่วงเย็นเป็นช่วงที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยเฉพาะระหว่างเวลา 8.00 น. และ 17.00 น. ซึ่งเป็นช่วงที่มีผู้รับสารมากที่สุด สำหรับกลุ่มวัยทำงานและผู้สูงอายุ มักนิยมฟังรายการข่าวในช่วงค่ำ ในขณะที่คนส่วนใหญ่เน้นการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ในช่วงเช้าก่อนไปทำงาน

ช่วงหลังวิกฤต : มุ่งเน้นการฟื้นฟูความเข้าใจ การประเมินผล การสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนปฏิบัติตามแนวทางใหม่ ๆ และเสริมสร้างความรู้เท่าทันในอนาคต

ลักษณะการสื่อสารในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของจังหวัดยะลา แสดงให้เห็นถึงการนำหลักการและกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตมาใช้อย่างมีแบบแผน โดยคำนึงถึงบริบทเฉพาะของพื้นที่ชายแดนภาคใต้ ซึ่งมีทั้งความหลากหลายทางวัฒนธรรม การเข้าถึงเทคโนโลยีที่แตกต่าง และปัญหาความเชื่อมั่นที่เปราะบาง ด้วยการเน้นความถี่ ความหลากหลาย จุดมุ่งหมายชัดเจน การมีส่วนร่วม และการวางแผนเชิงช่วงเวลา ทำให้สามารถตอบสนองของสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ที่ 2 : เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์และสาธารณสุข รวมถึงข้อมูลสนับสนุนจากแบบสอบถามเชิงปริมาณในพื้นที่ พบว่า กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเอง จะต้องมีความเข้มข้นและความถี่ของการสื่อสาร มีจุดมุ่งหมายของการสื่อสารที่ชัดเจน มีรูปแบบการสื่อสาร

ที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่และสถานการณ์ (แบบสองทางและเน้นสื่อบุคคล) และมีการวางแผน สื่อสารตามช่วงเวลาให้เหมาะสม นอกจากนี้ กลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะต้องอิงอยู่บน หลักการสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) ความน่าเชื่อถือในผู้ส่งสาร (2) ความเหมาะสมของเนื้อหา และ (3) ความสามารถในการเข้าถึงและใช้งานของสื่อ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ความน่าเชื่อถือในผู้ส่งสาร เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประชาชนยอมรับข้อมูลและพร้อมปรับพฤติกรรม จากการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านจำนวน 12 คน พบว่า การเลือกผู้ส่งสาร (Message Source) ที่มีความน่าเชื่อถือในบริบทท้องถิ่น มีผลอย่างยิ่งต่อการยอมรับสารของคนในชุมชน โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางศาสนาและสุขภาพ บุคคลที่ชุมชนให้ความไว้วางใจ จึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความเชื่อถือและโน้มน้าวให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมียผลมากขึ้นเมื่อมีการส่งต่อข้อมูลอย่างต่อเนื่องและมีความเข้มข้นสูง เพราะประชาชนจะให้ความสนใจและเชื่อถือมากกว่าข้อมูลจากแหล่งที่ไม่น่าเชื่อถือแม้จะมีความถี่และความเข้มข้นเท่ากัน

2) ความเหมาะสมของเนื้อหา การออกแบบเนื้อหาและสื่อประชาสัมพันธ์ ต้องมีความตรงประเด็น เหมาะสมกับพฤติกรรมการรับสารของประชาชน และสอดคล้องกับบริบทของสถานการณ์ พบว่า กลไกการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ต้องไม่เพียงแค่ส่ง “ข้อมูล” เท่านั้น แต่ต้องสามารถ “แปลข้อมูลเป็นความเข้าใจ” ได้ด้วย ดังนั้น การออกแบบเนื้อหา (Message Design) จึงเป็นอีกกลยุทธ์ที่มีความสำคัญในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ให้ความสำคัญกับการจัดวางองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งภาพ สี และตัวอักษรอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดความสนใจจากผู้รับสาร การเลือกใช้ภาษาที่กระชับ เข้าใจง่าย การลดข้อความที่เป็นวิชาการ เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงและเข้าใจได้จริง คำนึงถึงบริบททางวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย หากมีการกำหนดจุดมุ่งหมายของการสื่อสารที่ชัดเจนและเนื้อหาที่เหมาะสมจะช่วยให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมาย เพราะผู้รับสารสามารถเข้าใจและเชื่อมโยงเนื้อหาเข้ากับการปฏิบัติได้ทันที

3) ความสามารถในการเข้าถึงและใช้งานของสื่อ เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสารในภาวะวิกฤต หากประชาชนเข้าถึงสื่อได้ง่ายและครอบคลุม ทั้งสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ ชุดข้อมูลจะถูกส่งต่อไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและตรงจุด การออกแบบคู่มือการสื่อสารที่เหมาะสมต่อการใช้งานจริง เพื่อการสื่อสารในภาวะวิกฤตจำเป็นต้องยึดหลักการออกแบบที่คำนึงถึงบริบทความต้องการ และความสามารถของผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดยะลา ซึ่งอาจมีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงเทคโนโลยี ช่วงเวลาในการทำงาน และทักษะการอ่านสื่อที่ซับซ้อน อีกทั้งขนาด ความยาว และโครงสร้างของสื่อ ล้วนส่งผลต่อการนำคู่มือไปใช้งานจริง โดยรูปแบบที่ได้รับการตอบรับที่ดีที่สุดคือ คู่มือขนาดไม่เกิน A4 จำนวนไม่เกิน 5 หน้า มีการจัดวางเนื้อหาในลักษณะสั้น กระชับ แบ่งเป็นหมวดหมู่ชัดเจน พร้อมภาพประกอบที่สื่อความหมายได้ทันที ทั้งนี้ การสื่อสารแบบสองทางและสื่อบุคคลจะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อผู้รับสารสามารถเข้าถึงช่องทางของสื่อได้ง่าย เพราะจะเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและได้ตอบอย่างแท้จริง และเมื่อผนวกรวมกับการวางแผนการสื่อสารตามช่วงเวลาที่เหมาะสม มีการสื่อสารให้ประชาชนเข้าถึงสื่ออย่างต่อเนื่อง จะทำให้การสื่อสารไม่เป็นเพียงแค่การถ่ายทอดข้อมูล แต่กลายเป็นเครื่องมือในการสร้างความตระหนักรู้และพฤติกรรม การป้องกันตนเองที่มีประสิทธิภาพ และสามารถปรับใช้ได้ทันตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาคู่มือในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-manual) เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายวัยทำงานและเยาวชนในเขตเมือง ซึ่งมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อผ่าน แอปพลิเคชัน Line และ Facebook เป็นหลัก การออกแบบสื่อในรูปแบบดิจิทัลจึงเน้นความคล่องตัว ความยืดหยุ่นในการแชร์ข้อมูล และการปรับให้เข้ากับอุปกรณ์พกพา เช่น โทรศัพท์มือถือและแท็บเล็ต เป็นต้น

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อถ่ายทอดกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากประชากรกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อำเภอเมืองยะลาและอำเภอเบตง ร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ พบว่า การถ่ายทอดกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตในพื้นที่จังหวัดยะลาจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์เฉพาะที่สอดคล้องกับบริบทของสังคมพหุวัฒนธรรม วิถีชุมชน และโครงสร้างการเข้าถึงสื่อที่หลากหลาย โดยวิเคราะห์ได้เป็น 3 ประเด็นสำคัญ คือ (1) การถ่ายทอดกลยุทธ์การสื่อสารต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตและความไว้วางใจของชุมชน ที่ผสมผสานระหว่างการสื่อสารทางการกับการสื่อสารไม่เป็นทางการ (2) การเลือกรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และ (3) การผสมผสานระหว่าง “สารทางการ” กับ “ภาษาท้องถิ่น” ช่วยลดแรงต้านและเพิ่มการยอมรับพร้อมกับปรับเนื้อหาให้เข้ากับบริบททางศาสนาและวัฒนธรรมในชุมชน พร้อมทั้งวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากการสำรวจความพึงพอใจ พอใจต่อคู่มือกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อคู่มือกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลาของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

ที่	หัวข้อการประเมิน/ด้าน	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.	ด้านรูปแบบการนำเสนอ	4.50	.53	พึงพอใจมากที่สุด
	1.1 รูปแบบการนำเสนอมีความทันสมัยดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน	4.52	.58	พึงพอใจมากที่สุด
	1.2 รูปแบบการจัดวางองค์ประกอบของข้อความ ภาพ และสีสรรที่เลือกใช้ดูสบายตาน่าอ่าน	4.50	.58	พึงพอใจมากที่สุด

ที่	หัวข้อการประเมิน/ด้าน	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	1.3 รูปแบบการนำเสนอเป็นลำดับ ขั้นตอน มีความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน	4.48	.56	พึงพอใจมาก
2. ด้านความเหมาะสมของเนื้อหา		4.46	.52	พึงพอใจมาก
	2.1 เนื้อหามีความชัดเจน อ่านแล้วได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคอุบัติใหม่ (ไวรัสโคโรนา โรคฝีดาษลิง)	4.44	.57	พึงพอใจมาก
	2.2 เนื้อหามีความน่าสนใจ ทันสมัย สร้างความตื่นตัวในการดูแลตนเอง	4.48	.57	พึงพอใจมาก
	2.3 เนื้อหามีความละเอียด กระชับ เข้าใจง่าย สามารถปฏิบัติตามขั้นตอนในการป้องกันตนเอง ครอบคลุม และสังคมได้	4.47	.56	พึงพอใจมาก
3. ด้านความเหมาะสมของคู่มือ		4.42	.53	พึงพอใจมาก
	3.1 ขนาดของคู่มือมีความเหมาะสม พกพาสะดวก	4.44	.60	พึงพอใจมาก
	3.2 จำนวนหน้ามีความเหมาะสม น่าสนใจ	4.41	.58	พึงพอใจมาก
	3.3 การจัดลำดับข้อมูลโรคอุบัติใหม่ (ไวรัสโคโรนา โรคฝีดาษลิง) เป็นลำดับขั้นตอน มีความเหมาะสม	4.42	.57	พึงพอใจมาก
4. ด้านความเข้าใจที่มีต่อคู่มือ		4.46	.51	พึงพอใจมาก
	4.1 ท่านมีความเข้าใจต่อกระบวนการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในคู่มือ	4.45	.53	พึงพอใจมาก
	4.2 ท่านสามารถทำความเข้าใจหรือตีความข้อมูลข่าวสารในคู่มือด้วยตนเองได้	4.47	.54	พึงพอใจมาก
	4.3 ท่านคิดว่าองค์ประกอบของคู่มือ เช่น เนื้อหา ภาพ ตัวอักษร การออกแบบ และ สีสันทัน เป็นต้น ส่งผลต่อความเข้าใจ	4.47	.55	พึงพอใจมาก
5. ด้านการนำไปปรับประยุกต์ใช้		4.51	.51	พึงพอใจมากที่สุด
	5.1 ท่านสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากคู่มือไปปฏิบัติและแนะนำผู้อื่นได้	4.51	.57	พึงพอใจมากที่สุด

ที่	หัวข้อการประเมิน/ด้าน	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	5.2 ท่านสามารถนำเนื้อหาในคู่มือไปประยุกต์ใช้กับการป้องกันโรคอุบัติใหม่ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้	4.50	.54	พึงพอใจมากที่สุด
	5.3 ท่านสามารถนำเนื้อหาในคู่มือไปถ่ายทอดให้กับสมาชิกในครอบครัว องค์กร หรือหน่วยงาน และประชาชนในชุมชนได้	4.52	.54	พึงพอใจมากที่สุด
	รวม	4.47	.43	พึงพอใจมาก

ที่มา : จัดทำขึ้นโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนต่อคู่มือ กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา พบว่าโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.47, S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านการนำไปปรับประยุกต์ใช้ (ค่าเฉลี่ย = 4.51, S.D. = 0.51) ซึ่งสะท้อนถึงประโยชน์เชิงปฏิบัติของคู่มือที่สามารถนำไปใช้จริงในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม ถัดมาเป็นด้านรูปแบบการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย = 4.50, S.D. = 0.53) ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีความทันสมัย ดึงดูดความสนใจ และจัดลำดับเนื้อหาได้อย่างชัดเจน ตามด้วยด้านความเข้าใจที่มีต่อคู่มือ และด้านความเหมาะสมของเนื้อหา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 4.46 แต่ต่างกันเล็กน้อยในส่วนของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.51 และ 0.52 ตามลำดับ) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้สามารถทำความเข้าใจเนื้อหาได้ด้วยตนเอง และเห็นว่าเนื้อหามีความกระชับ ชัดเจน และทันสมัย ส่วนด้านที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุดแต่ยังอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความเหมาะสมของคู่มือ (ค่าเฉลี่ย = 4.42, S.D. = 0.53) โดยยังคงสะท้อนถึงความพึงพอใจต่อโครงสร้าง ขนาด และจำนวนหน้าของคู่มือที่เอื้อต่อการใช้งานจริง ทั้งนี้ผลการประเมินดังกล่าวสะท้อนถึงประสิทธิภาพของคู่มือในการเป็นเครื่องมือสื่อสารสุขภาพในภาวะวิกฤตที่สามารถเข้าถึง เข้าใจ และใช้งานได้จริงในบริบทของพื้นที่จังหวัดยะลา

2. อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1: เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา

การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตในจังหวัดยะลา สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการปรับใช้แนวคิดทางวิชาการกับบริบทเฉพาะของพื้นที่ โดยมีกลไกที่หลากหลายและตอบโจทย์ความซับซ้อนของพื้นที่พหุวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้สื่อบุคคลควบคู่กับเทคโนโลยีดิจิทัล การออกแบบการสื่อสารให้สอดคล้องกับช่วงเวลาของภาวะวิกฤต และการให้ความสำคัญกับความไว้วางใจและการมีส่วนร่วมของประชาชน ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารในภาวะวิกฤตในพื้นที่จังหวัดยะลามีความเป็นระบบและมีการวางแผนที่เหมาะสม โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1) ความเข้มข้นและความถี่ของสาร (Message Intensity and Frequency) ในช่วงวิกฤต การสื่อสารจำเป็นต้องเพิ่มทั้งความถี่และความเข้มข้นของข้อมูลเพื่อให้สามารถส่งผ่านสารสำคัญเกี่ยวกับโรค มาตรการป้องกัน และแนวทางการปฏิบัติตนให้ประชาชนอย่างรวดเร็วและทั่วถึง สอดคล้องกับแนวคิด Crisis and Emergency Risk Communication (CERC) ของ Reynolds and Seeger (2005) ที่เน้นการสื่อสารซ้ำผ่านหลายช่องทางในภาวะวิกฤต และมีความต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจ ความจำ และความมั่นใจให้กับประชาชน

2) กำหนดจุดมุ่งหมายของการสื่อสารที่ชัดเจน (Clear Communication Objectives) สารในภาวะวิกฤตต้องไม่เพียงแต่การให้ข้อมูลอย่างเดียว แต่ยังต้องมุ่งเน้นเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ เสริมสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง กระตุ้นพฤติกรรมด้านสุขภาพที่เหมาะสม และสร้างความเชื่อมั่นในมาตรการของรัฐ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความเชื่อทางศาสนาที่เข้มแข็ง การเลือกผู้ส่งสารที่น่าเชื่อถือ เช่น ผู้นำศาสนา หรือผู้นำชุมชน จึงปัจจัยสิ่งสำคัญที่ส่งเสริมให้การสื่อสารสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุดและบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Seeger et al. (2003) ที่เน้นว่าจุดมุ่งหมายของหลักการสื่อสารในภาวะ

วิกฤตจะต้องสร้างความเชื่อมั่น การฟื้นฟูความไว้วางใจ การสร้างความร่วมมือ และการสนับสนุนพฤติกรรมที่ปลอดภัยอย่างเหมาะสม

3) รูปแบบการสื่อสารแบบสองทางและเน้นสื่อบุคคล (Two-Way Communication and Personal Media) ในภาวะวิกฤต การสื่อสารแบบสองทางที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมผ่านการแสดงความคิดเห็นและการรับฟัง ถือเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้หน่วยงานสามารถปรับกลยุทธ์ได้อย่างทันท่วงที ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวสะท้อนถึงแบบจำลอง Two-Way Symmetrical Communication ของ Grunig & Hunt (1984) ซึ่งมุ่งเน้นการสื่อสารแบบสมดุลและสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐกับประชาชน ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วในการสื่อสารผ่านช่องทางที่หลากหลาย เน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล และส่งเสริมความร่วมมือมากกว่าการบังคับ

4) การวางแผนสื่อสารตามช่วงเวลา (Time-Phased Crisis Communication Planning) การสื่อสารถูกออกแบบให้สอดคล้องกับแต่ละระยะของวิกฤตตามแนวคิดของ Fink (1986) ได้แก่ ระยะก่อนวิกฤต (เตรียมความพร้อม), ระยะระหว่างวิกฤต (การสื่อสารเชิงรุกอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง) และระยะหลังวิกฤต (การประเมินผลและการฟื้นฟูความเข้าใจของประชาชน) โดยมีการกำหนดช่วงเวลาการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เช่น ช่วงเช้าและช่วงเย็นเป็นช่วงที่ได้รับการตอบรับดีที่สุดระหว่างเวลา 8.00 น. และ 17.00 น. รวมถึงการเลือกเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจและความจำเป็นของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละช่วง

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม การสื่อสารในภาวะวิกฤตในจังหวัดยะลาจึงเป็นตัวอย่างของการประยุกต์แนวคิดทางทฤษฎีเข้ากับการปฏิบัติในพื้นที่จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความซับซ้อนทางสังคมและวัฒนธรรม การสื่อสารไม่ได้เป็นเพียงการส่งผ่านข้อมูลจากรัฐไปยังประชาชนเท่านั้น แต่ยังเป็นกลยุทธ์ที่เสริมสร้างความไว้วางใจ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการรับมือกับภาวะวิกฤตด้านสาธารณสุข และเป็นต้นแบบที่สามารถประยุกต์ใช้ในบริบทพื้นที่ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันทั้งในระดับประเทศและภูมิภาคอื่น ๆ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา

การพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตในพื้นที่จังหวัดยะลาต้องตั้งอยู่บนฐานของความเข้าใจบริบทวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะในพื้นที่ชายแดนใต้ที่มีความหลากหลายทางศาสนา ภาษา และวิถีชีวิต ซึ่งลักษณะเฉพาะนี้ส่งผลโดยตรงต่อรูปแบบและประสิทธิภาพของการสื่อสารในภาวะวิกฤต กลไกที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจึงต้องครอบคลุมทั้ง “ผู้ส่งสารที่น่าเชื่อถือ” “เนื้อหาที่เหมาะสม” และ “สื่อที่เข้าถึงได้จริง” ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยมีกรอบแนวคิดสนับสนุนจากองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์ จิตวิทยาการสื่อสาร และสุขภาพชุมชนอย่างสอดคล้องกัน

1) ความน่าเชื่อถือในผู้ส่งสาร การเลือกผู้ส่งสารในระดับชุมชนเป็นกลยุทธ์สำคัญที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้และการยอมรับสารของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและลดแรงต้านทานทางวัฒนธรรมในการสื่อสาร โดยแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดด้าน “Culturally Sensitive Communication” ของ Kreps & Sparks (2008) ที่ระบุว่า การสื่อสารด้านสุขภาพในสังคมวัฒนธรรมต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจค่านิยม ความเชื่อ และภาษาพื้นถิ่น เน้นการเลือกผู้นำความคิดในชุมชนมาเป็นผู้แปลสารอย่างเข้าอกเข้าใจและได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มเป้าหมาย

2) ความเหมาะสมของเนื้อหา การออกแบบเนื้อหาและสื่อประชาสัมพันธ์ต้องปรับให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสารของประชาชนในแต่ละกลุ่ม โดยให้ความสำคัญกับการใช้ภาษาที่กระชับ ชัดเจน เข้าใจง่าย การออกแบบด้วยภาพ สี ตัวอักษร และสัญลักษณ์ที่ตรงกับความเข้าใจและความคุ้นชินของประชาชนในพื้นที่ ไม่เพียงแต่ส่งข้อมูลเท่านั้น แต่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยแปลง “ข้อมูลเชิงวิชาการ” ให้เป็น “ความรู้ที่เข้าถึงได้จริง” สอดคล้องกับแนวคิด “Audience-Centered Health Communication” ของ Schiavo (2013) ที่เน้นการสื่อสารโดยยึดผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง ทั้งในแง่ภาษาศาสตร์ จิตวิทยาการจดจำ และบริบทสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย

3) ความสามารถในการเข้าถึงและใช้งานของสื่อ เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสารในภาวะวิกฤต เนื่องจากการเข้าถึงได้ง่ายและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายจะได้ข้อมูลที่ถูกต้องอย่างรวดเร็วและตรงจุด การออกแบบสื่อในรูปแบบคู่มือหรือเครื่องมือสนับสนุนการสื่อสาร ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการใช้งานจริงโดยผู้ปฏิบัติงานในระดับพื้นที่ ซึ่งอาจมีข้อจำกัดด้านเวลา เทคโนโลยี และทักษะการอ่านวิเคราะห์ข้อมูล แนวคิด “Human-Centered Design” (IDEO, 2015) ชี้ให้เห็นว่า เครื่องมือสื่อสารที่มีโครงสร้างเรียบง่าย ชัดเจน และสามารถประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้ โดยเฉพาะรูปแบบคู่มือกระดาษขนาด A4 ความยาวไม่เกิน 5 หน้า ที่มีหมวดหมู่ชัดเจน ใช้ภาพประกอบแทนคำอธิบาย ส่งเสริมให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ สามารถนำไปใช้ได้ทั้งในการพูดคุยรายบุคคลหรือการอบรมกลุ่มย่อย อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิด “Cognitive Load Theory” ของ Sweller (1988) ซึ่งเสนอว่า การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพเกิดจากการลดภาระทางความคิดของผู้รับสาร โดยนำเสนอเนื้อหาที่เป็นระเบียบ ไม่ซับซ้อน และเข้าใจง่าย

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม กลยุทธ์การสื่อสารที่ได้รับการพัฒนาขึ้นนี้ ไม่ได้เป็นเพียงช่องทางการส่งต่อข้อมูลด้านสาธารณสุขเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความร่วมมือ ความไว้วางใจ และความเข้าใจร่วมกันระหว่างภาครัฐกับประชาชน มุ่งเน้นให้การสื่อสารเป็นเครื่องมือพัฒนาทั้งความรู้ ทักษะคิด การตระหนักรู้ และพฤติกรรมการป้องกันตนเองของประชาชนได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อถ่ายทอดกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา

การถ่ายทอดกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตของจังหวัดยะลาสะท้อนให้เห็นถึงความประณีตและความซับซ้อนในการประสานองค์ความรู้เชิงวิชาการกับบริบทวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นอย่างลึกซึ้ง การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพต้องหลอมรวมระหว่างความเข้าใจในวิถีชีวิต ประเพณี และความไว้วางใจของชุมชน เข้ากับความยืดหยุ่นในการเลือกใช้ช่องทางสื่อสารที่ตอบสนองพฤติกรรมและศักยภาพของผู้รับสารอย่างหลากหลาย ผลการศึกษาสามารถวิเคราะห์และอภิปรายทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1) การถ่ายทอดกลยุทธ์การสื่อสารต้องสอดคล้องกับวิถีชีวิตและความไว้วางใจของชุมชน ต้องลดทอนความเป็นทางการที่อาจสร้างความห่างเหิน และเสริมสร้างการสื่อสารในรูปแบบที่อบอุ่น เป็นมิตร และอยู่ในวิถีปฏิบัติของชุมชนท้องถิ่น ด้วยการเลือกใช้ภาษา น้ำเสียง และบริบทที่ใกล้เคียงกับ ผู้รับสาร โดยคำนึงถึงข้อจำกัดด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีในพื้นที่ต่าง ๆ ตอบโจทย์พฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ความต่อเนื่องและความถี่ของการส่งสารในช่วงวิกฤต เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยสร้างความเข้าใจและลดความวิตกกังวล สอดคล้องกับหลักการ Crisis and Emergency Risk Communication (CERC) ของ Reynolds & Seeger (2005) ที่เน้นการสื่อสารที่ตอบสนองต่อความต้องการและความเชื่อของชุมชนในเวลาวิกฤตอย่างเหมาะสม มุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจร่วม โดยการใช้ภาษาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและการถ่ายทอดข้อมูลจากแหล่งที่มาที่ประชาชนเชื่อถือได้

2) การเลือกรูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายขึ้น การใช้ “สื่อบุคคล” เป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด เปรียบเสมือนสะพานเชื่อม ที่ทำให้สารผ่านจากภาครัฐสู่ประชาชนอย่างเป็นธรรมชาติและไว้วางใจได้ เกิดการรับฟังอย่างลึกซึ้ง ส่งเสริมความรับผิดชอบร่วมในการดูแลสุขภาพของชุมชน ซึ่งตรงกับแนวคิดในรูปแบบ Two-Step Flow of Communication ของ Katz and Lazarsfeld (1955) และ Participatory Communication ของ Servaes (1999) ที่ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารที่ประสบผลสำเร็จต้องเกิดขึ้นผ่านการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงและผ่านผู้นำความคิดเห็นที่เข้าถึงจิตใจของผู้รับสาร

3) การผสมผสานระหว่าง “สารทางการ” กับ “ภาษาท้องถิ่น” หนึ่งในกลไกการถ่ายทอดที่สำคัญผ่านการแปลง “สารทางการ” ให้กลายเป็น “ข้อความที่ชาวบ้านเข้าใจ” การถ่ายทอดสารต้องผ่านการแปรรูปจากข้อความทางการที่ซับซ้อนให้กลายเป็นข้อความที่ใช้ภาษาถิ่น การดำเนินการเช่นนี้ช่วยลดอุปสรรคทางจิตวิทยา เพิ่มความร่วมมือ และเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของสารอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนหลักการ Cultural Competency in Health Communication ของ Kreps & Sparks (2008) และ Audience-Centered Communication ของ Schiavo (2013) ที่เน้นการวางผู้รับสารเป็นศูนย์กลางของกระบวนการสื่อสาร

นอกจากนี้ จากการศึกษาความพึงพอใจต่อคู่มือกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อคู่มือในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.47, S.D. = 0.43) แสดงให้เห็นว่าคู่มือที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเมื่อพิจารณาในรายด้าน สามารถวิเคราะห์และอธิบายได้ดังนี้

ด้านประโยชน์ที่ได้รับจากคู่มือ เป็นด้านที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด (ค่าเฉลี่ย = 4.51, S.D. = 0.51) สะท้อนให้เห็นว่าคู่มือสามารถตอบสนองการใช้งานจริง และเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “Culturally Sensitive Communication” ของ Kreps & Sparks (2008 ที่มุ่งเน้นการสื่อสารที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเข้าใจค่านิยม ความเชื่อ และภาษาพื้นถิ่น ตอบสนองตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

ด้านที่ได้รับความพึงพอใจรองลงมา คือ รูปแบบการนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย = 4.50, S.D. = 0.53) แสดงให้เห็นว่าการจัดทำคู่มือที่มีรูปแบบชัดเจน เข้าใจง่าย มีเนื้อหากระชับส่งผลต่อการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “Cognitive Load Theory” ของ Sweller (1988) ที่เสนอว่า รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นระเบียบ ไม่ซับซ้อน และเข้าใจง่าย ส่งผลต่อการเรียนรู้ของผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

และด้านที่ได้รับความพึงพอใจต่ำที่สุด แต่ยังคงอยู่ในระดับมาก คือ ด้านความเหมาะสมของคู่มือ (ค่าเฉลี่ย = 4.42, S.D. = 0.53) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานยังคงมองว่าคู่มือสามารถใช้งานได้จริง แต่ยังคงคาดหวังเพิ่มเติมเกี่ยวกับการปรับให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิด “Human-Centered Design” ของ IDEO (2015) ที่เสนอว่า เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมจะต้องมีโครงสร้างเรียบง่าย ชัดเจน และสามารถประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริงได้

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวม การถ่ายทอดกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตของจังหวัดยะลา ไม่เพียงแต่เป็นการส่งผ่านข้อมูลข่าวสาร แต่เป็นการสร้างกระบวนการสื่อสารที่ลึกซึ้งและมีชีวิตชีวา ผ่านการผสมผสานความเข้าใจในบริบทสังคมวัฒนธรรม การออกแบบสารที่ถ่ายทอดด้วยภาษาท้องถิ่นและสอดคล้องกับวัฒนธรรม

ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจ ความตระหนักรู้ และการป้องกันตนเองของประชาชนในพื้นที่ต่อสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ข้อค้นพบยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบคู่มือให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ เพื่อประสิทธิผลในการนำไปใช้จริงต่อไป

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ (Conclusions)

จากผลการศึกษาพบว่า สื่อสารในภาวะวิกฤตของจังหวัดยะลา สะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานองค์ความรู้เชิงวิชาการเข้ากับบริบทพหุวัฒนธรรมที่ซับซ้อนอย่างลึกซึ้งและมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การสื่อสารถูกออกแบบอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการเพิ่มความถี่และความเข้มข้นของสาร ผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งสื่อดิจิทัลและสื่อบุคคล ตลอดจนการกำหนดวัตถุประสงค์สื่อสารที่ชัดเจนเพื่อสร้างความเข้าใจ ลดความตื่นตระหนก และกระตุ้นพฤติกรรมเชิงบวก พร้อมส่งเสริมความเชื่อมั่นต่อมาตรการของรัฐในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางศาสนาและวัฒนธรรม โดย “สื่อออนไลน์” ที่เข้าถึงประชาชนได้ง่าย กระชับ สร้างความเข้าใจรวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ อาทิ Facebook, Line, TikTok, Instagram รวมถึงเว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งเป็นช่องทางยอดนิยมในปัจจุบัน ทั้งนี้ต้องควบคู่กับ “สื่อบุคคล” ซึ่งเป็น “สื่อออฟไลน์” ที่มีความสำคัญและเป็นสำหรับการสื่อสารเชิงรุกในภาวะวิกฤต สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด ช่วยสร้างความเข้าใจแบบครอบคลุมรอบด้าน และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนในพื้นที่ได้ โดยสิ่งที่ประชาชนต้องการมากที่สุดในสถานการณ์ โรคอุบัติใหม่ คือ วิถีปฏิบัติตนและการดูแลตัวเองหลังติดเชื้อ เนื่องจากเป็นโรคติดต่อที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ข้อมูลเหล่านี้จึงมีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ในการสื่อสารภาวะวิกฤต

นอกจากนี้ ควรศึกษาการพัฒนารูปแบบสื่อสารในภาวะวิกฤตโดยปรับคู่มือให้เหมาะสมกับสื่อออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยม เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้สะดวก รวดเร็ว และกระจายได้กว้าง สื่อประเภทอื่น ๆ เช่น สื่อบันเทิง สื่อให้ความรู้ที่สามารถประยุกต์ใช้กับการสื่อสารในภาวะวิกฤตอื่น ๆ ได้ เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่เท่านั้น

กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgments)

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความร่วมมือจากคณะผู้วิจัยที่ได้ร่วมกันปรึกษาหารือตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จนกระทั่งงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณตัวแทนจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่งในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการจัดทำคู่มือสำหรับการพัฒนาไกการสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการป้องกันตนเองในสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ของประชาชนจังหวัดยะลา และในการทำงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

บรรณานุกรม (References)

- กรมควบคุมโรค. (2563). รายงานสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19). กรุงเทพฯ: กระทรวงสาธารณสุข.
- คอลิดิ ครุพันธ์ และคณะ. (2566). บทบาทของผู้นำศาสนาอิสลามในการคัดกรองและเฝ้าระวังโรคโควิด 19 : กรณีศึกษา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้, *วารสารคณะพยาบาลศาสตร์*, 31(3), 68-77.
- จอมรุจจิโรจน์ เหตุเกษ. (2563). *กลยุทธ์ในการจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ศึกษาเฉพาะกรณีเทศบาลตำบลบางเมืองอ่าวเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัฐวรรณ คำแสน. (2564). ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัส โควิด-19 ของประชาชนในเขตอ่าวคู่อุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี, *วารสารวิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า*, 4(1), 33-48.

- ปิ่นณวัชร พิชัยบวรภักดิ์. (2560). **กลยุทธ์การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตในยุคดิจิทัล กรณีศึกษา กลุ่มธุรกิจการบินและบริการ : สายการบินยูไนเต็ด แอร์ไลน์ สายการบินแอร์ เอเชีย และสายการบินนกแอร์** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยุชรอ เล้าแม่ และคณะ. (2565). ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการป้องกันโรคโควิด-19 ของผู้ปกครองเด็กวัยก่อนเรียน, **วารสารวิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า จังหวัดเพชรบุรี**. 5(1), 12–25.
- วิจิตรา คงเคียรธรรม. (2565). **การส่งต่อข่าวปลอมด้านสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย: กรณีศึกษาสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19)** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์ควบคุมโรคติดต่อจังหวัดยะลา. (2564). **รายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 จังหวัดยะลา**. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดยะลา. สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2564, จาก <https://ylo.moph.go.th/webssj/>.
- สรารุณี จบศรี. (2564). **การสื่อสารในภาวะวิกฤติของกระทรวงสาธารณสุขในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)**, **วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ.** 11(1), 13-29.
- เบญจภา ทับทอง. (2564). **การสื่อสารกับสื่อมวลชนต่างประเทศ กรมสารนิเทศกระทรวงการต่างประเทศในภาวะวิกฤต โควิด-19**, **วารสารนิเทศศาสตร์ มสธ.** 11(2), 66-77.
- Coombs, W. T. (2012). **Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding** (3rd ed.). Los Angeles : Sage Publications.
- Fink, S. (1986). **Crisis Management: Planning for the Inevitable**. New York : American Management Association.
- IDEO. (2015). **The Field Guide to Human-Centered Design**. San Francisco : IDEO.

- Katz, E., and Lazarsfeld, P. F. (1955). **Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications.** New York : Free Press.
- Kreps, G. L., and Sparks, L. (2008). **Meeting the Health Literacy Needs of immigrant populations,** *Patient Education and Counseling.* 71(3), 328–332.
- Mayer, R. E. (2005). **The Cambridge Handbook of Multimedia Learning.** Cambridge : Cambridge University Press.
- Reynolds, B., and Seeger M. W. (2005). Crisis and Emergency Risk Communication as an Integrative Model, **Journal of Health Communication.** 10(1), 43–55.
- Schiavo, R. (2013). **Health Communication: From Theory to Practice** (2nd ed.). San Francisco : Jossey-Bass.
- Seeger, M. W., Sellnow, T. L., and Ulmer, R. R. (2003). **Communication and Organizational Crisis.** California : Greenwood Publishing Group.
- Servaes, J. (1999). **Communication for Development: One World, Multiple Cultures.** New York : Hampton Press.
- Shannon, C. E., and Weaver, W. (1949). **The Mathematical Theory of Communication.** Illinois : University of Illinois Press.
- Sweller, J. (1988). **Cognitive Load During Problem Solving: Effects on Learning,** *Cognitive Science.* 12(2), 257–285.
- UNICEF. (2017). **Integrated Communication for Development (C4D).** New York : UNICEF Publications.
- Yamane, T. (1967). **Statistics: An Introductory Analysis (2nd ed.).** New York : Harper and Row.