

คิตดีไอดอล การผลิตสื่อสร้างสรรค์และกระบวนการสร้างนักร้องสื่อสารสุขภาพภาคใต้ KIDDEEIDOL Creative media production and Procedure of Creating the creator for Health Promotion in Southern

ทีปวิธ พงศ์ไพบูลย์¹

Teepavit Pongpaibool

Article History

Received: 2022-04-30

Revised: 2022-05-17

Accepted: 2022-05-18

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอถึงการบูรณาการความรู้ข้ามศาสตร์ระหว่างหลักการด้านนิเทศศาสตร์ กับหลักการด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพเข้าด้วยกัน ซึ่งก่อให้เกิด “การสื่อสารเพื่อสุขภาพ” ตามมา โดยการนำเสนอเนื้อหาด้วยการวิเคราะห์ผ่านโครงการ “คิตดีไอดอล สื่อดีมีไอเดีย” ซึ่งเป็นโครงการผลิตสื่อสุขภาพเชิงสร้างสรรค์ โดยกลุ่มผู้ผลิตสื่อซึ่งเป็นเยาวชนที่ผ่านการคัดเลือกจากสถาบันการศึกษาทั่วภาคใต้ และได้ผลิตสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ขึ้นตามประเด็นปัญหาและสถานการณ์ด้านสุขภาพที่ส่งผลกระทบต่อเด็ก และเยาวชนในพื้นที่ภาคใต้ และนำสื่อที่ผลิตขึ้นมานั้นออกเผยแพร่สู่พื้นที่ปฏิบัติการชุมชน โดยมุ่งหวังให้เกิดการสร้าง ความตระหนักรู้ในประเด็นสุขภาพแก่กลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย โครงการนี้ดำเนินต่อเนื่องมาเป็นเวลา 5 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 ถึง 2564 (และยังคงดำเนินการอยู่จวบจนปัจจุบัน) ภายใต้การบริหารจัดการโครงการโดยองค์กรสาธารณะและได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

คำสำคัญ : คิตดีไอดอล การผลิตสื่อสร้างสรรค์ กระบวนการสร้างนักร้องสื่อสารสุขภาพ ภาคใต้

Abstract

This academic article aims to integrate the knowledge of two fields: Communication Sciences and Health Sciences to promote better health care. The researcher analyzed “KIDDEE IDOL”, the program created by the selected youth from southern institutions throughout the south who produced creative clips and short films according to problems and issues the creators encountered in their areas. Consequently, after production, the

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Asst. Prof., Faculty of Humanities and Social Sciences Thaksin University, E-mail: Teepavit@hotmail.com*Corresponding author

clips will be distributed to the community to improve health awareness. Significantly, this KIDDEEIDOL program, sponsored by Thai Health Promotion Foundation, has been organizing from year 2017 till present under public organizations

Keywords: KIDDEEIDOL Program, Creative Media Production, Procedure of Creating the creator for Health Promotion, Southern Thailand

บทนำ

ในสถานการณ์ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของโลกเป็นไปอย่างรวดเร็ว และมีความสลับซับซ้อนมากขึ้น รวมไปถึงการเคลื่อนตัวไหลบ่าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบกับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาเป็นอย่างมาก สถานการณ์ที่กล่าวมาส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมไทย และส่งผลกระทบตามมาต่อวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะปัญหาด้านสุขภาพในมิติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้คนทุกวัยสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อเด็ก เยาวชน และครอบครัวในภาคใต้ และปัญหาที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะประเด็นจากสื่อที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในยุคหลอมรวมที่มีความซับซ้อนเพิ่มขึ้น โดยพบว่า เด็กในวัยนี้มีการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียเป็นหลัก และเป็นช่วงวัยของการเติบโตซึ่งมาพร้อมกับเทคโนโลยี มีการเสพและใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น มีพฤติกรรมที่ไวต่อการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะพฤติกรรมเสี่ยงที่เกิดขึ้นอันสามารถส่งผลกระทบต่อปัญหาด้านสุขภาพตามมาในอนาคต ทั้งนี้ปัญหาสุขภาพที่เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชนนั้นมีปัจจัยและที่มาของปัญหาหลากหลายประเด็น ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพของเด็กและเยาวชนในมิติที่อาจเหมือนหรือแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล เพศและวัย ตลอดจนแต่ละบริบทของสิ่งแวดล้อมและสังคม ความจำเป็นต่อการสร้างระบบนิเวศสื่อสุขภาพเพื่อให้เกิดการรู้เท่าทันสื่อท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคมอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตเป็นอย่างมาก ประกอบกับสภาวะการณ์ของสังคมที่เปลี่ยนไป การปรับเปลี่ยนจากวิถีชีวิตแบบเดิมจึงเกิดขึ้นไม่เว้นแม้กระทั่งเด็กและเยาวชนในชุมชนชนบท ซึ่งจำเป็นต้องเรียนรู้ เกิดทักษะชีวิตและมีภูมิคุ้มกันทางสังคมที่ดี การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ซับซ้อนเต็มไปด้วยสิ่งเร้า ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพ โดยเฉพาะปัญหา

ด้านสุขภาพจิตของเด็กและเยาวชน และจากพฤติกรรมการใช้สื่อเป็นเวลานานของเด็ก ส่งผลกระทบต่อด้านอื่น ๆ ตามมา เช่น การบริโภคอาหารขยะ หรือ Junk Food น้ำอัดลม ขนมขบเคี้ยว รวมไปถึงของทอด อาหารที่ไร้ประโยชน์ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กเล็ก เด็กปฐมวัย จนทำให้เกิดภาวะอ้วนลงพุงในเด็กเพิ่มมากขึ้น ทั้งยังส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเสี่ยงต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ทั้งในกลุ่มเด็กวัยเรียน เด็กโตที่ขาดการออกกำลังกาย การติดเกมออนไลน์ ติดโทรศัพท์มือถือ ยังส่งผลให้เกิดพฤติกรรมเนือยนิ่งในการเคลื่อนไหวร่างกาย มีการนั่งหน้าจอานาน ๆ ไม่เกิดการขยับร่างกาย การใช้และเผาผลาญพลังงานกล้ามเนื้อมีน้อยมาก พฤติกรรมเนือยนิ่ง Sedentary Behavior ยังส่งผลต่อการเกิดภาวะโรคอ้วน ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเข้าสังคมและอาจส่งผลให้ผลการเรียนตกต่ำตามมา

กระบวนการผลิตสื่อสร้างสรรค์เพื่อสุขภาพมีความจำเป็นต่อการสร้างพลเมืองเด็ก เยาวชน คนรุ่นใหม่ที่มีจิตสำนึก รู้เท่าทันสื่อ รู้เท่าทันสุขภาพ ด้วยการสร้างพื้นที่กลางหรือวาระร่วมในการขับเคลื่อนไปพร้อมกัน นำไปสู่การแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ด้านสุขภาพที่เกิดขึ้นกับเด็กและเยาวชนภาคใต้ ส่งผลต่อเนื่องไปยังการดำเนินโครงการ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงขึ้นพื้นฐานในตัวบุคคลจากภายในตัวบุคคลนั้น ด้วยทักษะ ความรู้ การสร้างสรรค์ไอเดีย สู่การสร้างสื่อ สร้างพื้นที่ ภายใต้ความร่วมมือจากชุมชน จนเกิดเป็นเครือข่ายนักสื่อสารคนรุ่นใหม่ และสามารถสร้างพลังจากการสื่อสารให้เกิดเป็นนโยบายของชุมชนเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา ทั้งยังสามารถสร้างนักสื่อสารให้เกิดคุณลักษณะความเป็นไอดอล เกิดแบบอย่างที่ดีแก่เด็กและเยาวชนเป้าหมาย จึงเป็นที่มาของโครงการคิดดีไอดอล สื่อดีมีไอเดีย ซึ่งดำเนินการโดยศูนย์สื่อสารเด็กไทยมุสลิม ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสุขภาพ (Communication for Health)

เป็นแนวคิดที่ผสมผสานเข้ากันระหว่าง “การสื่อสาร” กับ “สุขภาพ” หรือกล่าวได้ว่า เป็นการผสมผสานแนวคิดระหว่างศาสตร์ด้านนิเทศศาสตร์และสาธารณสุขศาสตร์หรือวิทยาศาสตร์สุขภาพเข้าด้วยกัน ซึ่งเป็นแนวทางการสื่อสารที่ส่งเสริมให้ผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นประชาชนทั่วไปได้หันมาตระหนัก ให้ความสำคัญ เกิดความรู้ความเข้าใจและใส่ใจในการดูแลสุขภาพของตนเองไม่ให้เกิดโรคหรือมีปัญหาทางสุขภาพตามมา เป็นการสร้างความตระหนักให้เกิดขึ้นกับตนเองและคนรอบข้าง ช่วยลดการต้องไปพึ่งพิงแพทย์เมื่อเกิดการเจ็บป่วยขึ้นมา องค์การอนามัยโลก (WHO) ได้ให้ความหมายเรื่อง การสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) ว่า เป็นการใช้กลยุทธ์หลักในการบอกกล่าวหรือแจ้ง (Inform) ให้สาธารณชนทราบเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพด้วยการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) และการสื่อสารอื่นๆ รวมทั้งนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ โดยมุ่งเผยแพร่เนื้อหาข้อมูลด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน เพื่อให้เกิดความตระหนักในประเด็นดังกล่าว ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและในระดับสังคม อีกทั้งยังรวมถึงการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาสุขภาพ (Health Development) ด้วย (องค์การอนามัยโลก, อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547, น.4) รัทเซน และคณะ (Ratzan and other, 2004, p.8) กล่าวว่า การสื่อสารเพื่อสุขภาพคือ การใช้เทคนิคและศิลปะในการบอกกล่าวหรือแจ้งให้ทราบ (Inform) รวมทั้งการสร้างอิทธิพล (Influence) และแรงจูงใจ (Motivate) แก่กลุ่มเป้าหมายทั้งในระดับปัจเจกบุคคล ระดับองค์กรและระดับสาธารณชนเกี่ยวกับประเด็นสุขภาพ ส่วนขอบเขตของการสื่อสารเพื่อสุขภาพนั้นจะรวมถึง การป้องกันโรค (Disease Prevention) การสร้างเสริมสุขภาพ (Health Promotion) นโยบายและธุรกิจด้านการบริการสุขภาพ (Health Care Policy and Business) ทั้งยังรวมถึงการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในสังคมโดยรวมการสื่อสารเพื่อสุขภาพจะประกอบด้วยกระบวนการความรู้จากหลากหลายความรู้เข้าด้วยกัน เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารในองค์กร (Organization Communication) การสื่อสารในระดับชุมชน (Community Communication) การสื่อสารเพื่อสังคม (Social Communication) การขึ้นำด้านสื่อ

(Media Advocacy) หรือแม้แต่การนำ สารบันเทิง (Edutainment) เข้ามาช่วยในการสื่อสาร ฯลฯ ทั้งนี้ประเด็นเนื้อหาด้านสุขภาพต่าง ๆ จะถูกนำมาเสนอผ่านช่องทาง (Channel) หรือผ่านสื่อ (Media) ที่มีความหลากหลาย เพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพแก่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) มากยิ่งขึ้นทั้งนี้การสร้างสรรคและผลิตสื่อเพื่อสุขภาพจะ สามารถกระทำได้หลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับประเด็นหรือเรื่องราวสุขภาพที่ต้องการจะสื่อสาร วัตถุประสงค์ในการสื่อสาร กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อสาร หรือแม้แต่ปัจจัยควบคุมในด้านต่างๆ เช่น ความสามารถและศักยภาพของผู้ผลิตสื่อ เงินทุน ระยะเวลาในการดำเนินงานผลิต ระยะเวลาในการเผยแพร่สื่อ เป็นต้น ซึ่งโดยทั่วไปแล้วมักมีการผลิตสื่อเพื่อสุขภาพในรูปแบบของสื่อแตกต่างกันออกไป ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเสียง สื่อภาพ สื่อภาพเคลื่อนไหว สื่อวีดิทัศน์ สื่อภาพยนตร์ สื่อออนไลน์ สื่อสมัยใหม่ (New media) สื่อผสม และในบางกรณีอาจบูรณาการหรือนำสื่อจากหลากหลายรูปแบบมาใช้ร่วมกัน (ทิปวิท พงศ์พิบูลย์, 2562 น.3 - 4)

กล่าวโดยสรุปการสื่อสารเพื่อสุขภาพ จึงหมายถึง การนำความรู้จากการสื่อสารในหลากหลายรูปแบบหลากหลายช่องทางในการสื่อสาร มาบูรณาการเข้าด้วยกันโดยอาศัยกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อบอกกล่าวหรือให้ข้อมูลด้านสุขภาพต่อสาธารณชนหรือกลุ่มคนในระดับต่าง ๆ รวมถึงการสร้าง ความตระหนักและความสำคัญในด้านการดูแลสุขภาพ โดยใช้การสื่อสารผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ เพื่อเป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ เป็นกระบวนการในการส่งเสริมสุขภาพเพื่อให้สาธารณชนมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี

ความเป็นมาของโครงการ “คิดดีไอเดอล สื่อดีมีไอเดีย”

ศูนย์สื่อสารเด็กไทยมุสลิม (องค์กรสาธารณประโยชน์ เลขที่ 4314) อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ ซึ่งเป็นองค์กรที่ดำเนินงานในการขับเคลื่อนกระบวนการสื่อสารสร้างสรรค์ในกลุ่มเด็ก เยาวชน และครอบครัว ศูนย์ฯ ตระหนักในพลังของเยาวชนและต้องการเห็นเด็กและเยาวชนในพื้นที่ภาคใต้ได้มีศักยภาพในการสร้างสื่อเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม ทั้งยังเป็นการเพิ่มพื้นที่ในการสร้างประสบการณ์ สร้างโอกาสให้กับเด็กได้เติบโตและมีการพัฒนาไปตามวัย ตลอดจนยังมุ่งตอบสนองความต้องการของเด็ก ครอบครัว ชุมชน โดยผ่านการพัฒนาศักยภาพทักษะ

และเกิดการพัฒนาประเด็นจากแนวคิด“เปลี่ยนสังคม ด้วยพลังสื่อคนรุ่นใหม่” ซึ่งแนวคิดนี้ต้องการให้คนรุ่นใหม่ได้มองเห็นถึงสภาพปัญหาในชุมชนตนเอง และเกิดแรงบันดาลใจในการแก้ไข ปัญหาสุขภาวะของชุมชนโดยการสร้างสรรค์ผ่านสื่อ เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้ตนเองและสร้างภูมิคุ้มกันสู่ชุมชน โดยดำเนินการผ่านกระบวนการเรียนรู้ ริเริ่ม ร่วมทำ แบ่งปัน การสร้างฝัน เพื่อให้เกิดเป็นนักสื่อสารสร้างสรรค์สุขภาวะในพื้นที่ภาคใต้ ผลที่เกิดขึ้นจากแนวคิดนี้ยังสามารถสร้างเครือข่ายนักวิชาการในสาขานิเทศศาสตร์จากสถาบันการศึกษาทั่วพื้นที่ภาคใต้ ในการร่วมเข้ามาเป็นคณะทำงาน เป็นพี่เลี้ยงในการร่วมออกแบบกิจกรรมสู่พื้นที่เป้าหมาย (ฮาริส มาศชาย, 2562 ,สัมภาษณ์)

จากแนวคิดดังกล่าว ศูนย์สื่อสารเด็กไทยมุสลิมจึงได้พัฒนาโครงการ “คิดดีไอเดอล สื่อดีมีไอเดีย” เพื่อต้องการเห็นพลังจากคนรุ่นใหม่ซึ่งสามารถใช้พลังสื่อเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคมผ่านประเด็นสุขภาวะ สามารถสร้างพลังการเปลี่ยนแปลงจาก “สื่อ” และ “ผลงานของกิจกรรม” ที่เกิดขึ้นจากแกนนำของคนรุ่นใหม่สู่การสร้างสรรค์ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลง โดยการเริ่มจากตัวเอง ไปสู่เพื่อนสมาชิกในทีมและร่วมกันทำงานผ่านเครื่องมือการผลิตสื่อไปพร้อมกับการเรียนรู้ “ประเด็น” ที่ตนเองและทีมสนใจ จนสามารถมีผลงานพร้อมขยายผลไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับสื่อที่ถูกผลิตขึ้น และยังสามารถสร้างให้เกิดแรงบันดาลใจจากผลงานที่ผลิต ในขณะเดียวกันกับการสื่อสารผ่านไปยังช่องทางออนไลน์ เพื่อสร้างพื้นที่ปลอดภัยและพื้นที่สร้างสรรค์ (เอกสารประกอบโครงการคิดดีไอเดอลสื่อดีมีไอเดีย,2564..น.6)

โครงการคิดดีไอเดอล สื่อดีมีไอเดีย ยังเน้นการพัฒนาและส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เกิดความตระหนักในคุณค่าของตนเอง และนำมาซึ่งแรงบันดาลใจต่อการเกิดจิตสำนึกสาธารณะและการเข้าไปมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยมุ่งให้เยาวชนระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษาในภาคใต้เกิดกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของตนเองผ่านกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อสุขภาวะ และสามารถเป็น “นักสื่อสารสร้างสรรค์สุขภาวะ” (Creative Communication for Health) ซึ่งโครงการนี้จะค้นหาคนรุ่นใหม่ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษาจากสถาบันการศึกษาทั่วภาคใต้ที่มีความสามารถทางการสื่อสารเชิงประเด็นด้านการออกแบบสื่อในรูปแบบต่าง ๆ และนำเสนอสารผ่านกิจกรรมรูปที่หลากหลายในพื้นที่ปฏิบัติการชุมชน

โครงการคิดดีไอเดอล สื่อดีมีไอเดีย ได้ดำเนินโครงการเป็นปีแรกใน พ.ศ. 2560 ภายใต้การสนับสนุนการดำเนินงานจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ หรือ สสส โดยกำหนดโจทย์ให้มีการผลิตสื่อสุขภาวะสร้างสรรค์ขึ้นใน 3 ประเด็น คือ การรู้เท่าทันสื่อ คุณแม่วัยใส และปัจจัยเสี่ยงต่าง ๆ ทางด้านสุขภาวะ ก่อนทำการคัดเลือกผู้ส่งผลงานจากผู้สมัครเข้าร่วมโครงการจากสถาบันการศึกษาทั่วภาคใต้ทั้งหมดให้เหลือ 20 ทีม โดยโครงการปีแรกนั้นกำหนดให้มีการผลิตสื่อออกมาในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งจาก 3 รูปแบบ ได้แก่ สื่อสารคดี หรือสื่อภาพยนตร์สั้น หรือสื่อโฆษณาสั้นส่วนใน พ.ศ. 2561 ได้จัดโครงการเป็นปีที่ 2 กำหนดโจทย์ให้มีการผลิตสื่อสุขภาวะเชิงสร้างสรรค์ขึ้นใน 4 ประเด็นคือ ประเด็นกินผัก ประเด็นลดอ้วน ประเด็นไม่สูบบุหรี่ ประเด็นชัชช้อยออกกำลังกาย เพื่อให้เยาวชนในภาคใต้ส่งผลงานเข้าร่วมโครงการ ก่อนทำการคัดเลือกผู้ส่งผลงานทั้งหมดให้เหลือ 15 ทีม และได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการให้ทำการผลิตสื่อ (ภาพยนตร์สั้น) สุขภาวะเชิงสร้างสรรค์อย่างสมบูรณ์เพื่อสร้างความตระหนักสู่ชุมชนต่อไป

พ.ศ 2562 จัดโครงการขึ้นเป็นปีที่ 3 กำหนดโจทย์ให้มีการผลิตสื่อสุขภาวะเชิงสร้างสรรค์ขึ้นใน 3 ประเด็นคือ การลดความอ้วนในเด็ก ส่งเสริมการกินผักและผลไม้ การเพิ่มกิจกรรมทางกาย ก่อนทำการคัดเลือกผู้ส่งผลงานทั้งหมดให้เหลือ 20 ทีม และได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการให้ทำการผลิตสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง (ดังตารางที่ 1)

พ.ศ. 2563 จัดโครงการขึ้นเป็นปีที่ 4 กำหนดโจทย์ให้มีการผลิตสื่อสุขภาวะเชิงสร้างสรรค์ขึ้นเพียงประเด็นเดียวคือ สื่อเล่นให้สุข (ภาพ) สนุกสมวัย ก่อนทำการคัดเลือกผู้ส่งผลงานทั้งหมดให้เหลือ 12 ทีม และได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการให้ทำการผลิตสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง (ดังตารางที่ 1)

พ.ศ 2564 จัดโครงการขึ้นเป็นปีที่ 5 กำหนดโจทย์ให้มีการผลิตสื่อสุขภาวะเชิงสร้างสรรค์ขึ้นใน 4 ประเด็นคือ ลดการใช้หน้าจอ อาหารเพื่อสุขภาพ ปลูกผักไว้กินเอง และประเด็นลดหวานมันเค็ม ก่อนทำการคัดเลือกให้เหลือ 15 ทีม และได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการให้ทำการผลิตสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง (ดังตารางที่ 1)

รูปแบบการผลิตสื่อสุขภาวะในรอบ 5 ปี ของโครงการ คิตติไคดอล สื่อดีมีไอดี

ในรอบ 5 ปี ของการดำเนินโครงการ ฯ ตั้งแต่ พ.ศ. 2560 – 2564 มีรูปแบบของชิ้นงานสื่อสร้างสรรค์ที่ถูกผลิตขึ้น เพื่อใช้เป็นสื่อและเนื้อหาในการสื่อสารประเด็นสุขภาวะต่าง ๆ ด้วยรูปแบบ ดังนี้ สารคดีโทรทัศน์ ภาพยนตร์สั้น โฆษณาสั้น มิวสิควิดีโอ การ์ตูน पोสเตอร์ ชุดสื่อนิทาน บอร์ดเกม อินโฟกราฟิก Motion graphic E book Video Blog (ซึ่งทางโครงการ

ได้กำหนดรูปแบบของสื่อที่จะต้องผลิตจำแนกออกเป็นรายปี ดังแสดงในตารางที่ 1) โดยตลอด 5 ปีที่โครงการฯ ดำเนินมา มีการกำหนดจำนวนทีมผู้ผลิตสื่อทั้งหมดในแต่ละปีให้อยู่ระหว่าง 15 – 20 ทีมต่อปี ซึ่งไม่ได้จำเพาะเจาะจงว่าในแต่ละปีนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ในการผลิตสื่อในประเภทต่าง ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของชิ้นงานสื่อที่แต่ละทีมผลิตออกมาว่า มีรูปแบบสื่อ เนื้อหาในการนำเสนอ และกระบวนการสร้างสรรค์งานอย่างมีคุณภาพ ตรงตามประเด็นโจทย์สุขภาวะที่ทางโครงการกำหนดไว้เพียงใด

ตารางที่ 1

แสดงถึงรูปแบบของสื่อสุขภาวะเชิงสร้างสรรค์ที่ผลิตขึ้นแยกเป็นรายปี

พ.ศ. 2560	พ.ศ. 2561	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564
- สารคดีโทรทัศน์ - ภาพยนตร์สั้น - สปอตโฆษณา	- ภาพยนตร์สั้น	- ภาพยนตร์สั้น - อินโฟกราฟิก - पोสเตอร์ - E book - Animation	- มิวสิควิดีโอ - การ์ตูน - สื่อนิทาน - Motion graphic - Animation	- มิวสิควิดีโอ - การ์ตูน - บอร์ดเกม - Animation - Motion graphic - Video log

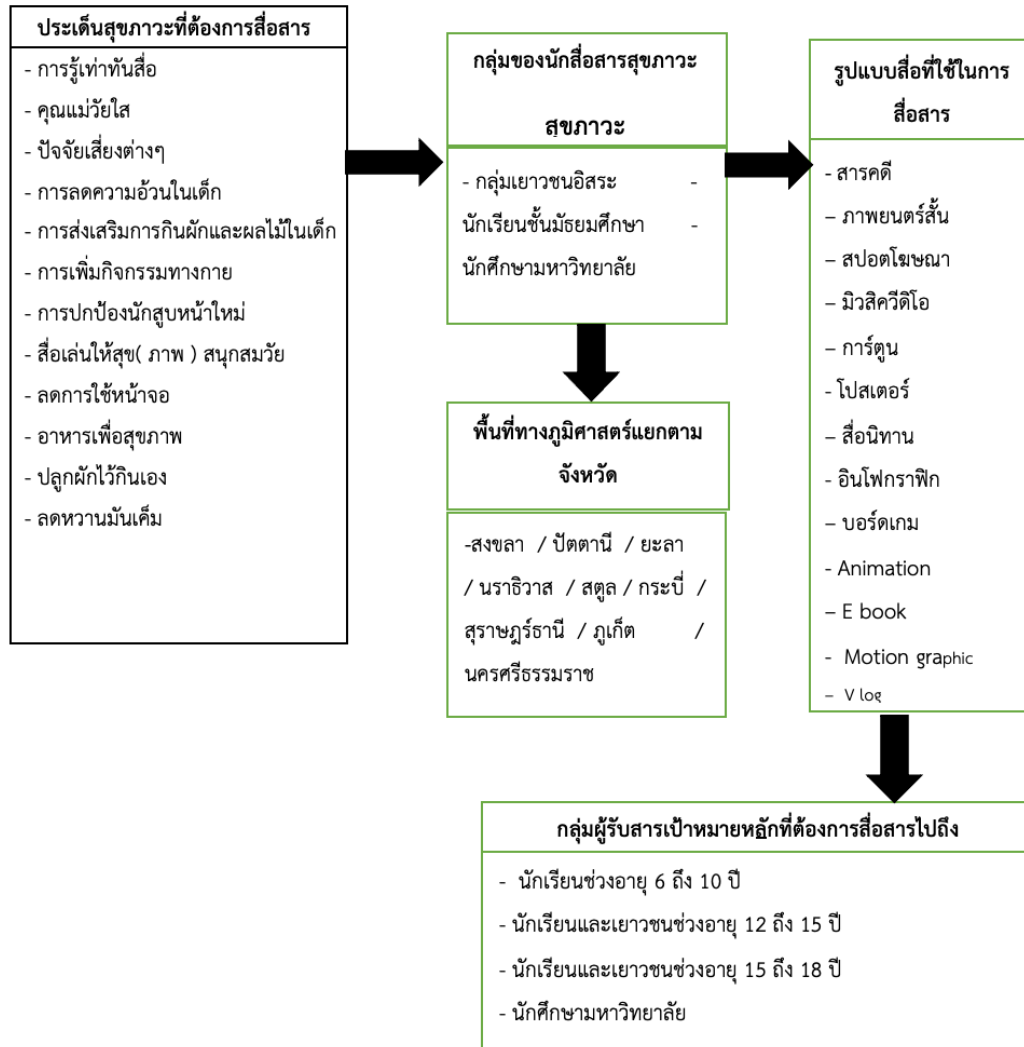
จากตาราง สามารถวิเคราะห์ในภาพรวมได้ว่า มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตสื่อในแต่ละปีให้มีความหลากหลาย และความเหมาะสมไปตามประเด็นโจทย์สุขภาวะที่ต้องการสื่อสารและความเหมาะสมกับกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายที่ต้องการสื่อสารไปถึง (โดยเฉพาะ พ.ศ. 2563 ซึ่งกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายหลัก คือเด็กอายุ 6 - 10 ปี) และนอกจากการนำสื่อซึ่งถูกผลิตขึ้นในแต่ละประเภทออกเผยแพร่และนำไปประกอบการจัดกิจกรรมสร้างความตระหนักรู้ในประเด็นสุขภาวะนั้นๆต่อกลุ่มชุมชนเป้าหมายซึ่งแต่ละทีมผู้ผลิตสื่อได้กำหนดไว้แล้ว

ทางโครงการฯ ยังได้นำสื่อสร้างสรรค์เหล่านั้นมาเผยแพร่สู่สาธารณะชนและสังคมวงกว้าง ผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งในรูปของเพจที่จัดทำขึ้นเป็นกรณีเฉพาะ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ คิตติไคดอล ได้จัดทำเพจ KiddeeiDOL ไว้เป็นช่องทางในการ

สื่อสารระหว่างตัวโครงการกับสมาชิกนักสื่อสารสุขภาวะภาคใต้ ตลอดจนประชาชนผู้สนใจทั่วไป มาตั้งแต่ปีที่เริ่มโครงการ (พ.ศ.2560) ซึ่งจวบจนปัจจุบันมีผู้ติดตามเพจนี้ 34,210 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 มีนาคม 2565) เพจ KiddeeiDOL จัดเป็นสื่อ (Media) และช่องทาง (Chanal) ในการนำผลงานการผลิตสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ของนักสื่อสารสุขภาวะภาคใต้จากโครงการ “คิตติไคดอล สื่อดีมีไอดี” ตลอดระยะเวลา 5 ปี มาเผยแพร่เป็นการ “สื่อสารเพื่อสุขภาพ” (Communication for Health) ออกสู่สาธารณชนวงกว้าง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความตระหนักรู้ต่อประเด็นปัญหาสุขภาวะต่าง ๆ ตามเป้าหมายที่ผู้ดำเนินโครงการและสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้วางไว้

แผนภาพที่ 1

แสดงถึงภาพรวมทั้งหมดของการผลิตสื่อในโครงการคิดดีได้อะดอล สื่อดีมีไอดี



การสร้างนักสื่อสารสุขภาวะภาคใต้

ฮาริส มาศชาย ประธานศูนย์สื่อสารเด็กไทยมุสลิม ผู้ริเริ่มและบริหารโครงการคิดดีได้อะดอล สื่อดีมีไอดี ให้คำจำกัดความของ “นักสื่อสารสร้างสรรค์สุขภาวะ” หรือ Creative Communication for Health หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีศักยภาพและทักษะในการใช้สื่อและการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนา เปลี่ยนแปลง และหรือแก้ไขปัญหาตนเอง ครอบครัว ชุมชน สังคมอย่างสร้างสรรค์และมีความรับผิดชอบ และนำไปสู่การมีภูมิรู้เท่าทันสื่อ เท่าทันสุขภาวะ มีหลักคิดเชิง

วิเคราะห์ประเด็นและสถานการณ์สุขภาวะที่สร้างสรรค์ KIDDEE IDOL จะเป็นเยาวชนตั้งแต่อายุ 16 ถึง 25 ปี ที่มีจิตอาสา และเป็นคนรุ่นใหม่ที่ดี คิดสร้างสรรค์ ที่สามารถใช้สื่อหรือมีเดียผ่านกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของตนเองสู่การเปลี่ยนแปลงผ่านประเด็นสุขภาวะ คิดได้ คิดเป็น และคิดทำสื่อดี “นักสื่อสารสุขภาวะภาคใต้” เป็นผลผลิตด้านบุคลากรที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนคนไทยให้ฉลาดใช้สื่อเพื่อเป็นเครื่องมือนำสู่วิถีสุขภาวะ เป็นกระบวนการในการพัฒนาเยาวชน นักเรียน นักศึกษา ให้สามารถทำหน้าที่เป็นนัก

สื่อสารสุขภาพและสามารถเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงด้านสื่อและสุขภาพ ทั้งยังช่วยสร้างนักสื่อสารเยาวชนที่ฉลาดใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์อันจะก่อให้เกิดภูมิปัญญาที่ดีทางสังคม การเกิดขึ้นของเยาวชนนักสื่อสารสุขภาพภาคใต้ยังเป็นกระบวนการสื่อสารในการขับเคลื่อนประเด็นสุขภาพด้วยการผลิตและสร้างสรรค์ “สื่อดี” เพื่อใช้ในการสื่อสารรณรงค์ให้เกิดความรู้และทักษะด้านสุขภาพ ที่มีความสอดคล้องกับประเด็นสุขภาพและสถานการณ์สุขภาพในพื้นที่ชุมชนปฏิบัติการต่าง ๆ ทั่วภาคใต้

ตลอดระยะเวลา 5 ปีนับแต่ พ.ศ.2560 ที่โครงการนี้ดำเนินการมา ได้สร้างเยาวชน นักเรียน และนักศึกษาให้เป็น “นักสื่อสารสุขภาพภาคใต้” รวมกันแล้วประมาณ 550 คน (จากจำนวนรวมทั้งหมดในระยะเวลา 5 ปีของผู้ที่เข้าร่วมผลิตสื่อให้กับทางโครงการ) ซึ่งสามารถจำแนกนักสื่อสารสุขภาพภาคใต้ตามสังกัดของสถาบันการศึกษาได้ดังนี้ ในระดับมัธยมศึกษา ได้แก่ นักเรียนโรงเรียนมุสลิมศึกษา จ.สตูล โรงเรียนกัลยาณีศรีธรรมราช จ.นครศรีธรรมราช โรงเรียนปากพนัง จ.นครศรีธรรมราช โรงเรียนเหนือคลองประชารัฐ จ.กระบี่ โรงเรียนปลายพระยาพิทยาคม จ.กระบี่ โรงเรียนการศึกษานอกโรงเรียน จ.ยะลา ส่วนนักสื่อสารสุขภาพภาคใต้ในระดับมหาวิทยาลัย ได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณ จ.สงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จ.สงขลา มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จ.สงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จ.ปัตตานี มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มหาวิทยาลัยฟาฏอนี จ.ยะลา มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ จ.นราธิวาส มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ทั้งนี้ทางโครงการฯ ได้จัดให้นักสื่อสารสุขภาพภาคใต้ทั้ง 5 รุ่นนี้ เข้ามาร่วมอยู่ในเครือข่ายเดียวกันผ่านช่องทางการสื่อสารออนไลน์ในลักษณะเฟซบุ๊กแฟนเพจของโครงการ

ในรอบ 5 ปีของโครงการฯ นักสื่อสารสุขภาพภาคใต้ได้นำสื่อสุขภาพเชิงสร้างสรรค์ตามรูปแบบซึ่งผลิตขึ้นจากประเด็นโจทย์สุขภาพของแต่ละปีออกไปเผยแพร่ พร้อมทั้งจัดกิจกรรมเสริมด้วยรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลายและเหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นเด็กและเยาวชนในพื้นที่ปฏิบัติการชุมชนทั่วภาคใต้ อันได้แก่ ชุมชนซึ่งอ่อนไหวต่อประเด็นสุขภาพ ศูนย์เยาวชน ศูนย์เด็กเล็ก ศูนย์ผู้บกพร่องทางการได้ยิน ศูนย์บำบัดเยาวชนผู้ติดยาเสพติด โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย

(แต่ละทีมผู้ผลิตสื่อจะเลือกพื้นที่ปฏิบัติการในชุมชนใด ๆ เพียงแหล่งเดียว) โดยการนำสื่อสุขภาพสร้างสรรค์เหล่านั้นมาเป็นเครื่องมือในการรณรงค์ให้กลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ ได้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนความตระหนักในประเด็นหรือสถานการณ์สุขภาพตามที่กำหนดไว้ โดยในรอบ 5 ปีที่ดำเนินโครงการมามีเด็กและเยาวชนในพื้นที่ภาคใต้ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์และมาเข้าร่วมโครงการนี้ประมาณ 5,700 คน (เข้าร่วมเฉลี่ยโครงการละ 50 – 120 คน)

สรุป

คิดดีไอเดอล สื่อดีมีไอเดีย เป็นโครงการในลักษณะของการสื่อสารสุขภาพ Health Communication ซึ่งสอดคล้องกับนิยามความหมายของการสื่อสารเพื่อสุขภาพที่องค์การอนามัยโลกได้จำกัดความไว้ว่า เป็นการใช้กลยุทธ์หลัก ๆ ในการบอกกล่าวหรือแจ้ง (Inform) ให้สาธารณชนทราบเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพด้วยการสื่อสารมวลชนและสื่อสารอื่น ๆ รวมทั้งนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ โดยมุ่งหมายเผยแพร่เนื้อหา ข้อมูลด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน เพื่อให้เกิดความตระหนักในประเด็นสุขภาพทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคม รวมถึงการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาสุขภาพ (Health Development) ด้วย

คิดดีไอเดอล สื่อดีมีไอเดีย ยังเป็นโครงการที่สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารเพื่อสุขภาพขององค์การอนามัยโลก (อ้างถึงใน กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2547) ซึ่งสรุปว่า การสื่อสารเพื่อสุขภาพจะประกอบด้วยกระบวนการความรู้จากหลากหลายความรู้เข้าด้วยกัน เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารในองค์กร (Organization Communication) การสื่อสารในระดับชุมชน (Community Communication) การสื่อสารเพื่อสังคม (Social Communication) การชี้นำด้านสื่อ (Media Advocacy) หรือแม้แต่การนำสาระบันเทิง (Edutainment) เข้ามาช่วยในการสื่อสาร ฯลฯ ทั้งนี้ประเด็นเนื้อหาด้านสุขภาพต่าง ๆ จะถูกนำมาเสนอผ่านช่องทาง (Channel) หรือผ่านสื่อ (Media) ที่มีความหลากหลาย เพื่อวัตถุประสงค์ในการเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพแก่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) มากยิ่งขึ้น

ในปี 2565 นี้ “คิดดีไอเดอล สื่อดีมีไอเดีย” ภายใต้การสนับสนุนการดำเนินงานโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้ดำเนินกิจกรรมมาเป็นปีที่ 6 และยังคงเปิดโอกาสให้นักเรียนและนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาทั่วพื้นที่ภาคใต้เข้าร่วมการคัดเลือกเพื่อเข้าสู่กระบวนการการผลิตสื่อสุขภาพเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบต่าง ๆ ด้วยประเด็นโจทย์ด้านสุขภาพตามที่โครงการและ สสส. ได้กำหนดขึ้น (ขณะนี้กำลังอยู่ในขั้นตอนการดำเนินกิจกรรม) อาจกล่าวได้ว่า “คิดดีไอเดอล สื่อดีมีไอเดีย” เป็นโครงการผลิตสื่อที่บูรณาการระหว่างศาสตร์ด้าน “นิเทศศาสตร์” และ “สาธารณสุขศาสตร์” (หรือวิทยาศาสตร์สุขภาพ) ได้อย่างเป็นรูปธรรม เกิดผลในทางปฏิบัติจริงที่สามารถจับต้องได้ และก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความตระหนักในประเด็นสุขภาพะ นำมาซึ่งการแก้ไขปัญหาสุขภาพระดับพื้นฐานที่ส่งผลต่อเด็กและเยาวชนในมิติต่าง ๆ เป็นการช่วยยกระดับ

คุณภาพชีวิตของประชากรรุ่นใหม่ และส่งผลต่อสังคมโดยภาพรวมในท้ายที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ความสำเร็จจากโครงการ “คิดดีไอเดอล สื่อดีมีไอเดีย” ควรได้รับการสนับสนุนให้มีการดำเนินกิจกรรมผลิตสื่อสุขภาพเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความตระหนักสู่ชุมชนอย่างต่อเนื่อง และนำมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารเพื่อสุขภาพในประเด็นสุขภาพประเด็นต่าง ๆ โดยอาจเพิ่มหรือคัดเลือกประเด็นสุขภาพที่ส่งผลกระทบต่อเด็กและเยาวชนมาเป็นโจทย์ในการผลิตสื่อสุขภาพในโอกาสต่อไป และในอนาคตควรขยายโครงการการผลิตสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการสื่อสารสุขภาพในลักษณะเช่นนี้ไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศ เพื่อขยายผลความสำเร็จและขยายกลุ่มเป้าหมายให้กว้างยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมอนามัย. (2560). *เอกสารรายงานประจำปี*. กรุงเทพมหานคร.
- กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2547). *การสื่อสารเพื่อสุขภาพ : วัฒนาการและการก้าวสู่ความท้าทายในศตวรรษที่ 21*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- คิดดีไอเดอล สื่อดีมีไอเดีย. (2564). *เอกสารประกอบโครงการคิดดีไอเดอล สื่อดีมีไอเดีย*. กระบี่.
- ทีปวิทย์ พงศ์ไพบูลย์. (2562). *การผลิตสื่อสุขภาพเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความตระหนักสู่ชุมชน โครงการคิดดีไอเดอล สื่อดีมีไอเดีย*. สงขลา : มหาวิทยาลัยทักษิณ
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2561). *คิดดีไอเดอล “เปลี่ยน” สังคมด้วยพลังสื่อคนรุ่นใหม่*.
- Gerald Millerson, Jim Owens. (2009). *Television Production*. New York.
- Ratzan, S. C., Payne, J. G., & Bishop, C. (1996). *The Status and Scope of Health Communication*. Journal of Health Communication.