



การสื่อสารในภาวะวิกฤติของกระทรวงสาธารณสุข ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ
โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

Ministry of Public Health's Communication in the Situation of
Coronavirus Disease (COVID-19) Pandemic

สราวุฒิ จบศรี¹

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นบทความวิชาการมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารในภาวะวิกฤติของกระทรวงสาธารณสุขในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับรู้รับทราบข่าวสาร เพื่อนำไปปฏิบัติและเป็นแนวทางในการป้องกันโรคโควิด 19 กระทรวงสาธารณสุขได้ทำการตอบโต้ข่าวสารในประเด็นข่าวลบที่ประชาชนและสื่อมวลชนให้ความสนใจ ผ่านการแถลงข่าวเป็นหลัก โดยเฉพาะประเด็นยอดผู้ติดเชื้อ กลุ่มคลัสเตอร์ การฉีดวัคซีน ด้านสื่อที่เผยแพร่ กระทรวงสาธารณสุขใช้สื่อที่ตนเองมีอยู่และใช้เครือข่ายเป็นช่องทางในการสื่อสาร โดยที่ประชาชนจะเป็นผู้ให้ข้อคิดเห็นผ่านช่องทางของกระทรวงสาธารณสุข รวมถึงช่องทางของสื่อสังคมออนไลน์ และผู้มีอิทธิพลทางความคิด การสื่อสารในภาวะวิกฤติในสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคโควิด 19 จึงมีความสำคัญอย่างมาก เพราะเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของประชาชนทุกกลุ่ม ดังนั้น ความน่าเชื่อถือของข่าวสารและการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในสถานการณ์เช่นนี้

คำสำคัญ: การสื่อสารในภาวะวิกฤติ, โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019, กระทรวงสาธารณสุข

¹ นักประชาสัมพันธ์ชำนาญการ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (Public Relations Officer, Professional Level, Department of Health Service Support, Ministry of Public Health)



Abstract

The aim of this academic article was to analyse Thailand's Ministry of Public Health's communication in the situation of COVID-19 pandemic. As the main organisation fulfilling an obligation to inform people in the country about guidelines and other information relating to COVID-19 prevention, the Ministry of Public Health has used a press conference as a platform to respond to negative news that was interested at that moment especially news about numbers of infected people, COVID-19 clusters and vaccination. The ministry has used their own media to broadcast news and used their networks to communicate while people have given their opinions through the ministry's channels including social media and influencers. As aforementioned, communication is extremely important in the situation of COVID-19 since it is related to people in the country at all levels. Therefore, the reliability of the information and the respect of people's opinion are the most essential elements in this crisis.

Keywords: Communication in Crisis, Coronavirus Disease (COVID-19), Ministry of Public Health



บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่มีอย่างต่อเนื่องในช่วงเดือนมกราคม 2563 กระทรวงสาธารณสุข เป็นหน่วยงานหลักในการสื่อสาร ที่ทำความเข้าใจให้ประชาชนมีความรู้ในการป้องกันการแพร่ระบาด เพื่อลดการแพร่ระบาด เพราะการระบาดของโควิด 19 ส่งผลกระทบทั่วโลกติดต่อกันได้ง่าย และมีโอกาสในการเสียชีวิตได้ การสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ต้องอาศัยผู้ที่ทำหน้าที่ให้ข่าวสารสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน ด้วยข้อมูลที่กลั่นกรองจากผู้บริหาร แพทย์และนักวิชาการของกระทรวงสาธารณสุข ในการให้ข้อมูล การสื่อสารสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ เช่น การแถลงข่าว การจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ การจัดทำคลิป เพื่อสื่อสารผ่านสื่อมวลชน และสื่อที่หน่วยงานมีอยู่ ทั้งยังร่วมกับเครือข่ายในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลในทุกช่องทาง ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขได้มีการสื่อสารในการเกิดภาวะวิกฤติโรคระบาดนี้เคยมีมาก่อน เช่น โรคไข้หวัดนก โรคซาร์ส การสื่อสารภาวะวิกฤติในขณะนั้นได้มีการสื่อสารด้วยการสร้างความเชื่อมั่น หาข้อมูลข้อเท็จจริงทำให้ประชาชนเชื่อถือ (อภิสิทธิ์ เหมาะสมสกุล, 2547) ดังนั้น การจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติจึงมีความสำคัญ การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤติแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ **ระยะที่ ๑ ระยะก่อนเกิดวิกฤติ (Pre-Crisis)** ที่สามารถรับรู้ได้ถึงสัญญาณของการเกิดวิกฤติ และหาวิธีในการป้องกันเพื่อให้วิกฤตินั้นๆ ไม่ขยายวงกว้างออกไป **ระยะที่ ๒ ระยะเกิดวิกฤติ (Crisis)** หรือช่วงที่รับรู้แล้วว่าวิกฤตินั้นเกิดขึ้นแล้ว และ**ระยะที่ ๓ ระยะหลังเกิดวิกฤติ (Post-Crisis)** เป็นระยะที่ต้องมีการฟื้นฟู เยียวยารวมถึงป้องกันไม่ให้เกิดวิกฤติขึ้นอีกในครั้งต่อไป (ปรีดี นุกุลสมปรารถนา, 2563) สำหรับการสื่อสารในภาวะวิกฤติของสาธารณสุข คือ เหตุการณ์ที่เฉพาะเจาะจง เกิดโดยไม่คาดคิด และไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ ซึ่งก่อให้เกิดระดับความไม่แน่นอนและภัยคุกคามต่อสุขภาพและชีวิตประจำวัน/ ชุมชน/ สังคม (สำนักงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2552) ซึ่งสถานการณ์วิกฤติของโรคโควิด 19 ที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง และยังไม่มีความมั่นใจว่าจะยุติลงในเวลาอันใกล้ ทำให้ประชาชนเริ่มมีสภาวะเสียแรงจูงใจ (Demotivation) จากการที่ต้องปฏิบัติตามมาตรการสาธารณสุขเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคตามที่รัฐกำหนดอย่างเข้มงวด (Pandemic fatigue) (WHO, 2020)

ในภาวะวิกฤติเช่นนี้ กระทรวงสาธารณสุข ได้มีการชี้แจง ทำความเข้าใจกับประชาชน และเชื่อมโยงข้อมูลกับในการสื่อสารร่วมกับศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) (ศบค.) ที่มีแถลงข่าวเป็นประจำทุกวันผ่านสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ที่ได้มีการรายงานยอดผู้ติดเชื้อ ผู้เสียชีวิต ผู้ที่หายกลับบ้าน เป็นประจำวัน



ทุกวัน และรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงมาตรการต่างๆ ที่กำหนดให้สถานประกอบการและประชาชนปฏิบัติ เพื่อควบคุมการแพร่กระจายของโควิด 19 โดยกระทรวงสาธารณสุขจะมีการแถลงข่าวแบบเร่งด่วนเมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤติเมื่อเหตุการณ์เร่งด่วนที่เป็นที่สนใจในสังคม และมีการแถลงข่าวประจำวันในการรายงานยอดผู้ติดเชื้อซึ่งข้อมูลสอดคล้องกับ ศบค. แต่เพิ่มเนื้อหาประเด็นข่าวที่กำลังเป็นที่สนใจของประชาชนในช่วงนั้นๆ ผ่านทาง facebook ของกระทรวงสาธารณสุข ประเด็น คือ การสื่อสารของกระทรวงสาธารณสุข มีวิธีดำเนินการอย่างไรในภาวะวิกฤตเช่นนี้ และการสื่อสารดังกล่าวเข้าถึงประชาชนหรือไม่ ประชาชนรับรู้ข่าวสารและนำไปปฏิบัติจริงหรือไม่

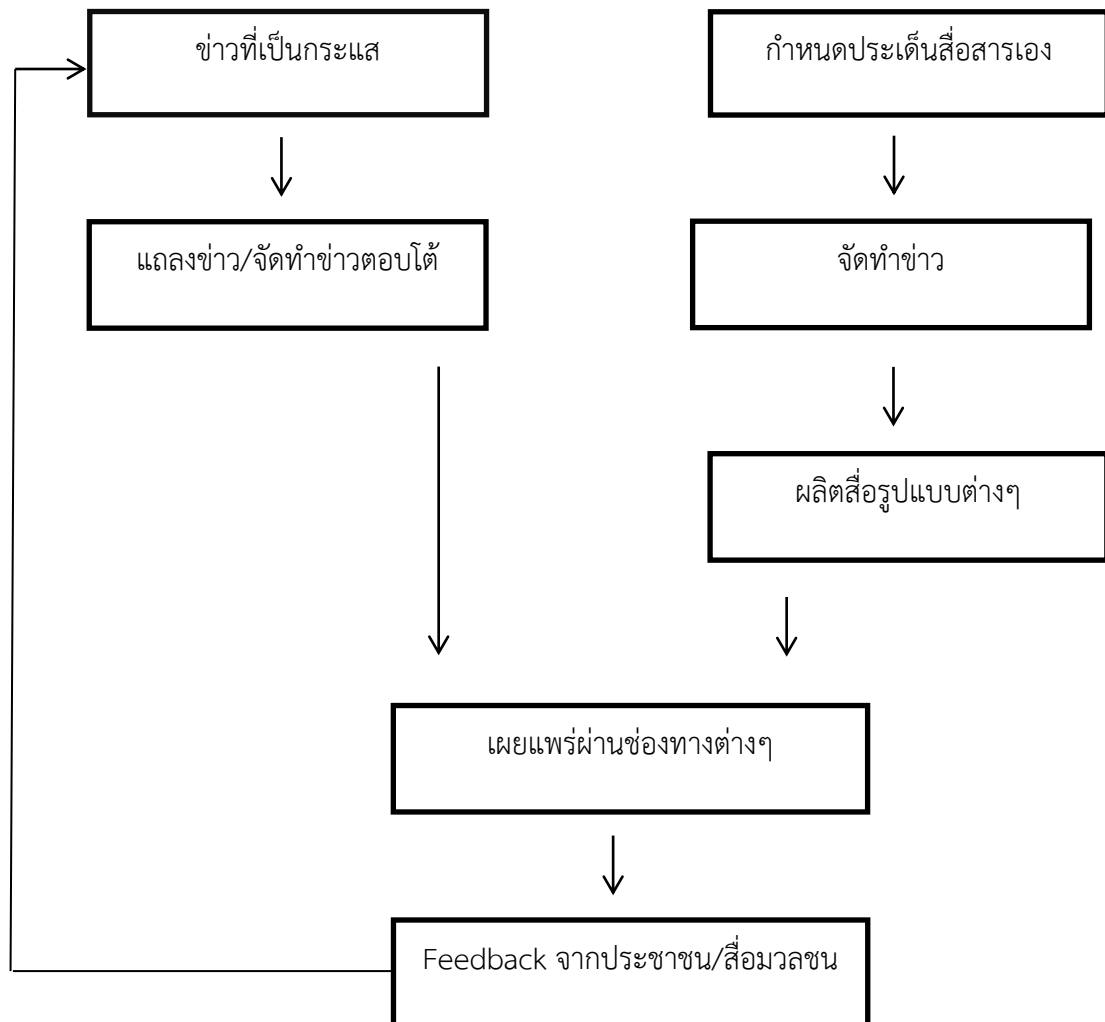
บทความนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารในภาวะวิกฤติของกระทรวงสาธารณสุข ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่กระทรวงสาธารณสุขได้สื่อสารประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รับทราบข่าวสาร เพื่อนำไปปฏิบัติ และเป็นแนวทางในการป้องกันโรคโควิด 19 บทความนี้มีการวิเคราะห์งานสื่อสารในภาวะวิกฤติ เฉพาะของกระทรวงสาธารณสุขเท่านั้น ซึ่งเป็นประโยชน์แนวทางที่กระทรวงสาธารณสุขจะสื่อสารให้กับประชาชน เมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤตดังกล่าวว่าจะมีแนวทางในการรับมืออย่างไร และหน่วยงานต่างๆ สามารถนำเป็นข้อมูลและแนวทางในการสื่อสารเมื่อเกิดภาวะวิกฤตดังกล่าวได้เช่นกัน

การสื่อสารของกระทรวงสาธารณสุขในสถานการณ์โควิด 19

กระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนินการในการจัดการรับมือป้องกัน การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตั้งแต่เริ่มมีการระบาดในเดือนมกราคม 2563 ในประเทศไทยจนถึงปัจจุบัน เริ่มจากสำนักสารนิเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานประชาสัมพันธ์กลางจะดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ โดยเริ่มจากมีการประชุมสื่อสารความเสี่ยงเพื่อกำหนดประเด็นที่ได้รับการประชุม คณะทำงาน war room และมากำหนดรูปแบบการสื่อสารสุขภาพ การกำหนดประเด็นเนื้อหา วิธีการ ช่องทางการสื่อสาร และกลุ่มเป้าหมาย กระทรวงสาธารณสุขบูรณาการสื่อสารประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง เช่นเดียวกับการเกิดเหตุการณ์เมื่อการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 (วิภาวิน โมสูงเนิน, 2553) ซึ่งจากสถานการณ์โควิด 19 กระทรวงสาธารณสุขได้มีการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ และแถลงข่าวเรื่องราวประเด็นด้านสถานการณ์จำนวนตัวเลขผู้ติดเชื้อรายวัน และมาวิเคราะห์ประเด็นจากสื่อต่างๆ ที่สื่อมวลชนกำลังให้ความสนใจ ประเด็นบวก ประเด็นลบ และมากำหนดเป็นประเด็นที่ควรตอบโต้และสื่อสาร



ให้ประชาชนมีความเข้าใจ รวมถึงวิธีการต่างๆ ในการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 โดยมีวิเคราะห์ตามผังที่กระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนินการสื่อสาร ดังนี้



ผังแสดงลักษณะภาพรวมขั้นตอนการสื่อสารของกระทรวงสาธารณสุข
ในสถานการณ์โรคโควิด 19

เลือกคนส่งสาร

ผู้ทำหน้าที่ในการสื่อสารและเป็นผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ที่กำหนดนโยบาย และสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนในภาวะวิกฤติโควิด 19 ได้ คือ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข ปลัดกระทรวงสาธารณสุข ผู้บริหารระดับสูง กรมต่างๆ ผู้บริหารระดับอำนวยการ ความ



น่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนับว่ามีผลโดยตรงต่อประชาชน เพราะประชาชนจะนำข้อมูลของผู้ส่งสารไปบอกต่อ และนำไปสื่อสารในช่องทางของตนเอง การให้ข่าวสารจึงต้องถูกต้อง แม่นยำ หากข้อมูลมีการผิดพลาด จะเกิด กระแสลบ และเกิดปฏิกิริยาตอบกลับจากประชาชนทันที ซึ่งมีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ให้ข่าว และความ มั่นใจต่อผู้ให้ข่าว

การวิเคราะห์สื่อสารความเสี่ยง

การประชุมผู้บริหารของกระทรวงสาธารณสุข (EOC) ได้มีการดำเนินการ สั่งการในการปฏิบัติงาน และสื่อสารให้หน่วยงานส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค ให้ทราบ เข้าใจและปฏิบัติร่วมกัน โดยคณะทำงานสื่อสาร ความเสี่ยงโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Risk Communication) ได้มีการประชุมร่วมกันทุกกรมฯ ในการ วิเคราะห์สถานการณ์โควิด 19 วิเคราะห์ข่าว ข่าวบวก ข่าวลบ ที่ต้องตอบโต้ทำความเข้าใจ วิเคราะห์สื่อที่ เผยแพร่ แบ่งเป็นสื่อประเภทใดบ้าง เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ แนวโน้มของสื่อที่ให้ความสนใจ การวิเคราะห์ข่าวในประเทศและต่างประเทศในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับโควิดทั้งหมด รายงานอันดับผู้ติดตาม สื่อหลักๆ คือ ไทยรัฐสู้โควิด ผู้ติดตาม คลิป ข่าวที่มีผู้ติดตามมากที่สุด และจัดทำประเด็นแถลงข่าวประจำวัน โดยมีการแถลงข่าวเป็นประจำทุกวัน ในช่วงสถานการณ์ที่รุนแรงและเป็นกระแส และแถลงข่าวเป็นบางวัน ตามที่กำหนด เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดคลี่คลาย

ผู้ส่งสารตามบทบาทความรับผิดชอบ

กระทรวงสาธารณสุข มีหน่วยงาน ในสังกัดต่างๆ ที่มีบทบาท หน้าที่ในความรับผิดชอบในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับโควิด 19 โดยแบ่งความรับผิดชอบ (กระทรวงสาธารณสุข, 2564) ดังนี้

1. สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข เช่น นโยบายของผู้บริหารในการสั่งการ การกำหนดนโยบาย ควบคุม เพื่อป้องกันการแพร่ระบาด โดยผู้ให้ข่าว เป็นระดับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข รัฐมนตรีช่วย ปลัดกระทรวงสาธารณสุข และผู้บริหารระดับสูง ที่สามารถให้ข่าวได้

2. กรมการแพทย์ เช่น งานทางด้านการแพทย์ ความรู้ องค์ความรู้ด้านวิชาการทางการแพทย์ โรงพยาบาลภาครัฐในสังกัดกรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข และหมายเลขโทรศัพท์ 1668 ในการส่งต่อ ผู้ป่วยเมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤติ เป็นต้น



3. กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก เช่น สมุนไพรทางการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกในการสนับสนุน การช่วยยับยั้งเชื้อโควิด 19

4. กรมควบคุมโรค เช่น มาตรการการควบคุมโรค ความรู้ องค์กรความรู้โดยรวมในการป้องกันไวรัสโควิด 19 ซึ่งเป็นหน่วยกลางในการควบคุมการแพร่ระบาด และเป็นหน่วยงานวิชาการหลัก ในการชี้แนะแนวทางในการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19

5. กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เช่น มาตรการป้องกันโควิด 19 ของของคลินิก โรงพยาบาลเอกชน ร้านนวด ร้านสปา สถานดูแลผู้สูงอายุ สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ การดำเนินงานของอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) งานสถานที่กักกัน โรคโควิด 19 Alternative State Quarantine (ASQ) Alternative Hospital Quarantine (AHQ) Golf Quarantine (GQ) เป็นต้น

6. กรมสุขภาพจิต เช่น การให้ปรึกษาจัดการความเครียด การปรึกษาความเครียด ความวิตกกังวล โรคซึมเศร้า ซึ่งอาจส่งผลต่อการฆ่าตัวตายในช่วงสถานการณ์โควิด 19

7. กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ เช่น มาตรฐานห้องปฏิบัติการ (Lab) ตรวจเชื้อโควิด 19 มาตรฐานของวัคซีนโควิด 19 เป็นต้น

8. กรมอนามัย เช่น อนามัยความสะอาด สิ่งแวดล้อม การจัดการร้านค้า ตลาดสด ตลาดนัด อนามัยแม่และเด็ก สุขลักษณะส่วนบุคคล สุขาภิบาลอาหารและน้ำ ที่มีผลกระทบต่อการแพร่ระบาดของโควิด 19 เป็นต้น

9. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เช่น งานทางด้าน การขึ้นทะเบียนยา การขึ้นทะเบียนวัคซีนโควิด 19 กฎหมายทางด้านเครื่องมือแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับโควิด 19 เป็นต้น

10. องค์การเภสัชกรรม เช่น การจัดซื้อ นำเข้าวัคซีน การนำเข้า การผลิตหน้ากากอนามัย เจลล้างมือ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานในการดูแลของกระทรวงสาธารณสุข เช่น สถาบันการแพทย์ฉุกเฉิน (สพฉ.) สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) สถาบันวัคซีนแห่งชาติ สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข เป็นต้น อีกทั้งได้ทำงานเป็นเครือข่ายทั่วประเทศโดยมีหน่วยงานในการสั่งการจากสำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข ในการสื่อสารถึงส่วนภูมิภาค เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาลศูนย์/โรงพยาบาลทั่วไป



โรงพยาบาลชุมชน สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) และหน่วยงานอื่นๆ

Message ประเด็นสื่อสาร

กระทรวงสาธารณสุขมีการกำหนดประเด็น เนื้อหาในการสื่อสารซึ่งกำลังเป็นกระแส สื่อมวลชน และประชาชนให้ความสนใจ เป็นประเด็นที่ต้องการบอกล่วงหน้าเพื่อสร้างความเข้าใจ รับรู้ และเกิดพฤติกรรม ประเด็นหลักที่กระทรวงสาธารณสุขเน้นย้ำและต้องการให้ปฏิบัติ คือ มาตรการ DMHTTA โดยการเว้นระยะห่าง (Distancing) สวมกากอนามัย/หน้ากากผ้า (Mask wearing) ล้างมือบ่อยๆ (Hand washing) ตรวจวัดอุณหภูมิ (Temperature) ตรวจเชื้อโควิด 19 (Testing) และใช้แอปพลิเคชันไทยชนะ/หมอชนะ (Application Thaichana) (กรมควบคุมโรค, 2564) และมีประเด็นต่างๆ ที่สามารถรวบรวมได้ ดังนี้

1. **วัคซีน** เช่น การเชิญชวนประชาชนฉีดวัคซีน ประสิทธิภาพของวัคซีน การจัดหาวัคซีน ขั้นตอนการฉีดวัคซีน การดูแล ก่อน ระหว่าง หลัง การฉีดวัคซีน ข้อแนะนำต่างๆ ในการฉีดวัคซีน ประโยชน์ของการฉีดวัคซีน กลุ่มเสี่ยงที่เข้ารับการฉีด เป็นต้น
2. **มาตรการป้องกันการแพร่ระบาด** เช่น นโยบายในการควบคุมป้องกันการแพร่ระบาด การสวมหน้ากากอนามัยที่ถูกต้อง ประสิทธิภาพของการสวมหน้ากากในการป้องกันโควิด การล้างมือ การเว้นระยะห่าง การปฏิบัติตัวป้องกันโควิดในชีวิตประจำวัน การปฏิบัติตัว 14 วัน การกักตัว อนามัยความสะอาดในครอบครัว สถานที่ที่กักกันโรคประเภทต่างๆ เป็นต้น
3. **การปฏิบัติตัวของสถานที่ต่างๆ** เช่น มาตรการที่ควรปฏิบัติเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดในร้านค้า ร้านอาหาร สถานประกอบการ สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ สถานที่ทำงาน ไรเดอร์ ผู้ส่งอาหาร เป็นต้น
4. **การบริหารจัดการของโรงพยาบาล/ โรงพยาบาลสนาม** เช่น การบริหารจัดการเตียง เครื่องมือแพทย์ การเตรียมความพร้อมของบุคลากรทางการแพทย์ การบริหารจัดการโรงพยาบาลสนาม มาตรฐานของสถานที่ต้องมีมาตรฐานและความสะอาด การปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)
5. **การดูแลด้านสุขภาพทางกายและใจ** เช่น การออกกำลังกายในช่วงโควิด การดูแลสุขภาพจิต ความเครียด การบริหารสุขภาพจิต



6. สายด่วนและเรื่องที่ประชาชนสอบถาม เช่น การติดต่อเบอร์สายด่วนเมื่อติดโควิด เบอร์โทรติดต่อสายด่วนต่างๆ การตรวจโควิดตามสถานที่ต่างๆ การฉีดวัคซีนตามสถานที่ต่างๆ

7. ความเชื่อมั่นของห้องปฏิบัติการ การตรวจโควิดจากห้องปฏิบัติการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ผลการตรวจสอบมาตรฐานวัคซีนจากห้องปฏิบัติการ

8. เรื่องดีๆ ในสังคม เช่น การให้กำลังใจบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข อสม. บุคลากรด่านหน้า การช่วยเหลือในช่วงโควิด 19

9. ข่าวปลอม เช่น แก๊สข่าวปลอม ข้อความ รูปภาพที่ถูกปลอมขึ้นมา และบิดเบือนโดยการแก้ไขข้อความบางส่วน เกิดให้เข้าใจผิด เกิดความตระหนก และเกิดการแชร์ต่อ

10. แอปพลิเคชันต่างๆ เช่น การใช้แอปพลิเคชันหมอพร้อม ไทยชนะ หมอชนะ รวมทั้งแอปพลิเคชันต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

โดยเนื้อหาที่กระทรวงสาธารณสุขได้สื่อสารเป็น message ข้อความย้ำเตือน ในรูปแบบผ่านสื่อต่างๆ โดยสื่อที่นักข่าวติดตามและให้ความสนใจอย่างมากในการนำเสนอ เช่น จำนวนของผู้ติดเชื้อในแต่ละวัน ยอดผู้เสียชีวิต ผู้มีชื่อเสียงติดโควิด คลัสเตอร์ตามสถานที่ต่างๆ ติดตามโซเชียลมีเดียผู้ติดเชื้อ ประสิทธิภาพของวัคซีน ผลข้างเคียงของวัคซีน ซึ่งประชาชนให้ความสนใจในประเด็นดังกล่าวเป็นอย่างมาก โดยสื่อมวลชนได้ติดตามข่าวสารจากสื่อออนไลน์ กระแสสังคม และติดตามประเด็นจากผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก

ความน่าเชื่อถือของข้อมูล เนื้อหาข้อมูลต่างๆ ต้องผ่านการตรวจสอบจากผู้บริหาร ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความรวดเร็วของข้อมูล หากข่าวได้รับการตรวจสอบช้า จะทำให้ข่าวไม่ทันสมัย ประชาชนจะเสียสื่อกับมีความเชื่อข่าวที่ได้รับข่าวสารก่อนหน้านี้ ทำให้คุณค่าของข่าวลดลงตามไปด้วย สำหรับต่างประเทศได้มีการเรียกร้องให้ประเทศสมาชิกองค์การอนามัยโลกจะต้องจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้ กำหนดมาตรการในการรับมือกับข้อมูลที่ผิด และข้อมูลที่ถูกบิดเบือน และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลในการรับมือโรคโควิด 19 (WHO, 2020)

สำหรับประเด็นข่าวปลอม มีการส่งประเด็นข่าวประจำวัน ที่มีในโซเชียลมีเดียที่เกี่ยวข้องกับโควิด 19 โดยให้หน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขดำเนินการตรวจสอบว่าเป็น ข่าวจริง ข่าวปลอม ข่าวบิดเบือน



หรือไม่ ทั้งนี้ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้สำรวจข่าว เพื่อให้หน่วยงานในกระทรวงสาธารณสุข ดำเนินการตรวจสอบดำเนินการตรวจสอบข่าว หลังจากที่เราพบข่าวกระทรวงสาธารณสุขจะทำข่าวตอบโต้ด้วยการทำข่าวประชาสัมพันธ์ และจัดทำ infographic ว่าเป็นข่าวปลอมและใช้ตัวอักษรว่า Fake news หรือเครื่องหมายกากบาทเพื่อแสดงว่าข่าวดังกล่าวเป็นข่าวปลอม ไม่ควรแชร์ต่อ เช่น ประเด็น การรับประทานสมุนไพรบางชนิดสามารถต้านโรคโควิดได้ กลุ่มคลัสเตอร์ที่มีผู้ติดเชื้อตามสถานที่ต่างๆ ซึ่งไม่เป็นจริง หรือ การฉีดวัคซีนของหญิงตั้งครรภ์ทำให้มีบุตรยาก เป็นต้น

ช่องทางการสื่อสาร

สื่อของกระทรวงสาธารณสุข หน่วยงานต่างๆ มีสื่อโซเชียลประจำ ซึ่งหลักๆ จะใช้การสื่อสารที่เป็นแพลตฟอร์มเดียวกันผ่าน “ไทยรู้สู้โควิด” (เฉพาะ Facebook) มีผู้ติดตามทั้งหมด 2.6 ล้านคน (เดือนกรกฎาคม 2564) นอกจากนี้ยังมีช่องทางอื่นๆ เช่น Twitter Instagram Tiktok ด้วย เป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารโดยรวมจากหน่วยงานต่างๆ ในกระทรวงสาธารณสุข และหน่วยงานอื่นที่ไม่ได้สังกัดกระทรวงสาธารณสุข สามารถวิเคราะห์สื่อและรูปแบบต่างๆ ที่กระทรวงสาธารณสุขได้ส่งถึงประชาชน เป็นช่องทางของกระทรวงสาธารณสุขเอง ดังนี้

Facebook : หน่วยงานส่วนกลาง และหน่วยงานในสังกัดของกระทรวงสาธารณสุข โพสต์ข่าวเป็นประจำทุกวัน โดยลงในรูปแบบทั้งข่าวประชาสัมพันธ์ คลิป เสียงภาพ วิดีโอ สามารถรับข้อเสนอแนะจากประชาชนได้ กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มหลากหลายวัย

Twitter : ใช้ข้อความสั้น วิดีโอ อาศัยการใช้แฮชแท็กติดแฮชแท็ก เช่น #โควิด19 #วัคซีนโควิด19 ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นวัยรุ่น วัยทำงานที่ใช้สื่อดังกล่าว ภาษาไม่เป็นทางการมากนัก

Instagram : ลงรูปภาพสื่อ infographic ที่เป็นผู้บริหาร และข้อความที่ผู้บริหารพูดในการแถลงข่าว หรือให้สัมภาษณ์ และใช้วิดีโอสั้นๆ จำนวนผู้ติดตามในแต่ละวัน เน้นกลุ่มวัยรุ่น

Youtube : ลงคลิปวิดีโอที่จัดทำขึ้นเอง และจัดจ้างประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบตัดต่อจากการแถลงข่าว คลิปสั้นๆ SPOT Scoop การ์ตูนแอนิเมชันความรู้ motion graphic กลุ่มเป้าหมายประชาชนทั่วไป

Tiktok : ลงคลิปสั้นๆ มีดนตรีประกอบ ใช้เวลาไม่นานในการรับชม กลุ่มเป้าหมายวัยเด็ก วัยรุ่น



Line เครือข่าย : ส่งแชร์ข้อความให้กับหน่วยงานในเครือข่ายของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีอยู่ทั่วประเทศ เช่น โรงพยาบาลในสังกัดกระทรวง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของแต่ละหน่วยงานองค์กร กลุ่มสื่อมวลชน เป็นต้น

สำหรับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนกระทรวงสาธารณสุขมีสื่อของตนเองที่เป็นทางการ ของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งให้ประชาชนติดตามข่าวสารโดยตรงจากกระทรวงสาธารณสุข มีการเปิดเผยเลขตัวยอดผู้ติดเชื้อประจำวัน การเข้าถึงของประชาชน หากข่าวหรือข้อมูลเป็นสิ่งที่ประชาชนสนใจ เช่น การรายงานสถานการณ์โรคโควิด 19 ประจำวัน จะทำให้เกิดการแชร์ข้อมูล ส่งผลทำให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลได้มากขึ้น

รูปแบบของสื่อ

กระทรวงสาธารณสุขมีการผลิตสื่อเอง และใช้วิธีการจัดจ้างในการประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบต่างๆ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ คลิปวิดีโอ Infographic ซึ่งสื่อต่างๆ ที่เผยแพร่ต้องผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อความถูกต้องก่อนเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีรูปแบบต่างๆ แบ่งได้ ดังนี้

1. ข่าวประชาสัมพันธ์ (press release) หรือข่าวแจก มีข้อความหัวเรื่อง ความนำข่าว เนื้อข่าว ซึ่งจะใช้ข่าวของแต่ละหน่วยงาน โดยให้ผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานเป็นผู้ให้ข่าว ต้องผ่านการตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อนส่งให้ผู้บริหารตรวจสอบ หากเป็นข่าวนโยบายระดับประเทศ จะมีการออกข่าว โดยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข ปลัดกระทรวงสาธารณสุข

2. Infographic ใช้ลักษณะของการ์ตูน ประกอบข้อความ พร้อมแหล่งอ้างอิง และใช้วันที่กำกับในการจัดทำสื่อ โดยสื่อ infographic นอกจากนี้นี้ยังมี Info การใช้ข้อความที่ผู้บริหารได้แถลงข่าวและสัมภาษณ์สั้นๆ ประมาณ 3-4 บรรทัด พร้อมระบุ ชื่อ ตำแหน่ง และวันที่ในการให้สัมภาษณ์ มีหลากหลายขนาดทั้งแนวนั่ง แนวนอน ให้เหมาะสมไปกับสื่อที่จะลง

3. การแถลงข่าว มีการแถลงข่าวประจำวัน โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริหารระดับหน่วยงานมาให้ข่าว รายงานสถานการณ์ประจำวัน ว่ามีผู้ติดเชื้อจำนวนเท่าไร เสียชีวิต การได้รับวัคซีนแล้ว โดยรายงานเป็นประจำทุกวัน ประกอบกับการเชิญผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่างๆ มาชี้แจง บอกกล่าวทำความเข้าใจ ในประเด็นที่กำลังเป็นกระแส และพร้อมตอบข้อซักถามในประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจ ในประเด็นของโควิด 19 เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อ มาตรการการป้องกัน วิธีการป้องกันการแพร่ระบาด ข่าวปลอม กระแสข่าวลือ โดยถ่ายทอดผ่านทาง facebook ของกระทรวงสาธารณสุข และช่องโทรทัศน์ NBT 2 HD



4. คลิปวิดีโอ ลักษณะเป็นคลิปสั้น มีทั้งคลิปสัมภาษณ์ผู้บริหารที่ติดต่อเป็น message ให้เข้าใจง่าย คลิปเล่าเรื่องพร้อม insert ภาพบรรยายประกอบ และจัดทำในลักษณะ Scoop ข่าว/SPOT สั้น/การ์ตูน แอนิเมชัน/motion graphic

5. รายการ มีการดำเนินเรื่อง การสัมภาษณ์ มีผู้ดำเนินรายการ การแสดงละครเล่าเรื่อง เพื่อให้น่าสนใจ

6. บทความ ใช้ข้อความบรรยาย สถิติการสำรวจ สอดแทรกความรู้เรื่องของการป้องกันโควิด 19

7. สื่อกิจกรรม event เช่น กิจกรรมการล้างมือ การรณรงค์ให้ประชาชนป้องกันโควิด 19 งานที่เกี่ยวกับวัคซีน ซึ่งการจัดกิจกรรม event รณรงค์ต่างๆ มีการจัดเวที เชิญผู้บริหารเปิด มีการเดินรณรงค์ให้ความรู้ในการป้องกันโควิด 19

8. คู่มือ มีทั้งสื่อในรูปแบบ manual และสื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับดาวน์โหลด เช่น คู่มือการปฏิบัติตัวในการป้องกันโควิด ซึ่งประชาชนสามารถดาวน์โหลดได้ผ่านทางเว็บไซต์ของหน่วยงาน ทั้งนี้มีหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์สื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น สสส. เป็นต้น

9. สื่อเฉพาะกิจอื่นๆ เช่น สื่อแผ่นพับ เอกสารความรู้ ใบปลิว สื่อตั้งโต๊ะ (pop up) สื่อเคลื่อนที่ของที่ระลึกต่าง ๆ เป็นต้น

สำหรับประเด็นนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขที่เป็นข้อกำหนด มาตรการ จะได้รับการเผยแพร่จากหลายสื่อ หลายสำนัก เพราะเป็นข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจและติดตาม นอกจากนี้การแถลงข่าวประจำวันของกระทรวงสาธารณสุขเป็นข่าวที่สื่อมวลชนนำมารายงานข่าวทางสถานีโทรทัศน์ และนำภาพมาประกอบข่าว infographic มาใช้ในการนำเสนอด้วย สื่อมวลชนได้นำข่าวจากกระแสในสื่อสังคมออนไลน์ facebook twitter tiktok ที่ประชาชนพูดคุยในสื่อสังคม จากผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) มาจัดทำเป็นข่าว และมีการติดต่อขอสัมภาษณ์ในรายการ และ phone in สัมภาษณ์สด ในประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจในสังคม

สำหรับต่างประเทศ ภาครัฐมีการสื่อสารกับประชาชนแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศยกตัวอย่างประเทศที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร เช่น ประเทศสิงคโปร์ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ คือ การสื่อสารของภาครัฐที่จะต้องโปร่งใส แม่นยำ และชัดเจน ทั้งในเรื่องวิธีดูแลสุขอนามัยที่ถูกต้องและมาตรการเว้น



ระยะห่างทางสังคมที่รัฐบาลเตรียมจะประกาศใช้ เพื่อสร้างความตระหนักถึงสถานการณ์แต่ไม่ก่อให้เกิดความตระหนกแก่ประชาชนซึ่งนำไปสู่ร่วมมือระหว่างภาครัฐและประชาชน ส่วนเกาหลีใต้ได้มีการส่งข้อความ SMS ผ่านทางโทรศัพท์มือถือแจ้งกรณีการติดเชื้อในแต่ละวัน และเส้นทางการเดินทางของผู้ป่วย เพื่อให้ประชาชนสามารถวินิจฉัยได้ว่าตนอยู่ในกลุ่มเสี่ยงในการติดเชื้อหรือไม่ (ชาคร เลิศนิทัศน์ และคณะ, 2563)

เสียงสะท้อนจากประชาชน

กระทรวงสาธารณสุข มีสายด่วนในการให้ติดต่อสื่อสารในช่วงภาวะวิกฤต โดยติดต่อเบอร์โทรศัพท์ตามภารกิจของกรมฯ ที่รับผิดชอบ โดยรับฟังเสียงสะท้อนกลับจากประชาชนผ่านช่องทางต่างๆ รวมถึงเรื่องร้องเรียน เช่น เบอร์สายด่วน 1668 1669 1330 1323 1426 เป็นต้น มีเจ้าหน้าที่รับข้อเสนอแนะ อีกทั้งกระทรวงสาธารณสุขได้นำข้อคิดเห็นจากสายด่วนของรัฐบาล 1111 โดยนำข้อเสนอแนะมาแก้ไข และจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ ผ่านทางช่องทางต่างๆ ปฏิบัติการตอบกลับของประชาชนสามารถรับรู้ได้จากการการโทรศัพท์เข้ามาสอบถาม การแสดงความคิดเห็นผ่านทางเพจต่างๆ ของกระทรวงสาธารณสุข โดยเฉพาะการแสดงความคิดเห็นเมื่อเกิดข่าวกระแสลบ เช่น ยอดผู้ติดเชื้อ ยอดผู้เสียชีวิต ประสิทธิภาพของวัคซีน เป็นต้น

นอกจากนี้ การร้องเรียนผ่านสื่อมวลชน เป็นช่องทางหนึ่งที่กระทรวงสาธารณสุขนำมาตอบโต้ข่าวยกตัวอย่าง เช่น โรงพยาบาลเรียกเก็บค่ารักษาพยาบาลโควิด 19 ซึ่งกระทรวงสาธารณสุข ทำการตอบโต้ข่าวโดยให้ข้อมูลว่าโรงพยาบาลไม่สามารถเรียกเก็บได้ ประชาชนสามารถร้องเรียนผ่านช่องที่กระทรวงสาธารณสุขเผยแพร่ไป

ความร่วมมือของเครือข่าย

เครือข่ายของกระทรวงสาธารณสุขมีหลากหลายหน่วยงานที่เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อน และได้ให้ความร่วมมือ เพราะโควิด 19 เป็นเรื่องที่สำคัญของประเทศ ที่ได้รับความร่วมมือจากภาคีเครือข่ายที่สำคัญ เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นหน่วยงานที่มีภาคีเครือข่ายหลายภาคส่วน มีสื่อที่สร้างสรรค์ มีงบประมาณ และมีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสื่อออกสู่มวลชน เช่น สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเคลื่อนที่ (รถโดยสารประจำทาง) สื่อออนไลน์ ที่มีความหลากหลายและเข้าถึงถึงทุกกลุ่ม โดยรูปแบบเป็นการผลิตโฆษณาสั้นๆ สื่อ infographic เป็นชุด เช่น การเชิญชวนประชาชน เข้ารับ



การฉีดวัคซีน โดยเนื้อหากระทรวงสาธารณสุขเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตรวจสอบ เมื่อเสร็จสมบูรณ์เผยแพร่ผ่านช่องทางของกระทรวงสาธารณสุขเช่นเดียวกัน

สรุป

การสื่อสารในภาวะวิกฤติของกระทรวงสาธารณสุข ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานหลักในการสื่อสารทำความเข้าใจกับประชาชน ในการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ซึ่งผู้ให้ข่าวในระดับนโยบาย คือ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข สื่อมวลชนจะให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยเฉพาะข่าวที่เป็นกระแสลบ กระทรวงสาธารณสุขจึงทำการแถลงข่าวเร่งด่วน เพื่อตอบโต้ข่าวกระแสลบ ด้วยการจัดการแถลงข่าว โดยเชิญสื่อมวลชนร่วมทำข่าว อีกทั้งมีการเผยแพร่ถ่ายทอดสดผ่านสื่อของกระทรวงสาธารณสุขด้วย เมื่อจบการแถลงข่าวแล้วจะมีการจัดทำเป็นคลิปวิดีโอสั้นหรือ Infographic ในการสร้างความเชื่อมั่น ต่อยอดประเด็นข่าวที่สนใจ รวมถึงจัดทำเป็นข่าวประชาสัมพันธ์ (Press release) พร้อมภาพถ่ายส่งให้กับนักข่าวผ่านช่องทางต่างๆ และลงสื่อของกระทรวงสาธารณสุขด้วย ประเด็นข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจ เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อโควิดตามสถานที่ต่างๆ ติดตามเรื่องวัคซีนโควิด 19 คนมีชื่อเสียงติดโควิด และประเด็นต่างๆ โดยสื่อได้ติดตามประเด็นที่สนใจจากสื่อสังคมออนไลน์ และผู้มีอิทธิพลทางความคิด (Influencer) ในภาวะวิกฤติโควิด 19 กระทรวงสาธารณสุขร่วมภาคีเครือข่ายในการร่วมมือทุกช่องทางในการสื่อสาร กระทรวงสาธารณสุขได้ดำเนินการใช้โซเชียล โดยใช้ชื่อ “ไทยรู้สู้โควิด” เป็นสื่อรวมในการลงข่าวสาร เนื่องจากมีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก สำหรับประเด็นหลักที่กระทรวงสาธารณสุขเน้นให้ประชาชนปฏิบัติ คือ มาตรการ DMHTTA การเว้นระยะห่าง สวมหน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้า ล้างมือบ่อยๆ ตรวจวัดอุณหภูมิ ตรวจเชื้อโควิด 19 และใช้แอปพลิเคชันไทยชนะ/หมอชนะ และให้ประชาชนตอบกลับเสนอแนะข้อคิดเห็นผ่านทางสายด่วนของกระทรวงสาธารณสุข

การสื่อสารภาวะวิกฤติของกระทรวงสาธารณสุข ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 มีความสำคัญอย่างมากในภาวะเช่นนี้เพราะเป็นหน่วยงานหลักที่ประชาชนให้ความเชื่อถือ ดังนั้นข่าวสารต้องมีความแม่นยำ ถูกต้อง น่าเชื่อถือ และข่าวต้องอธิบายให้เข้าใจ ไม่สับสน และไม่ให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคม ถึงความเชื่อมั่นและการให้ข่าวของกระทรวงสาธารณสุข ความน่าเชื่อถือของผู้ให้ข่าวต้องมีความชัดเจน ไม่สับสน และข่าวต้องน่าเชื่อถือ และควรมีการสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกระทรวงสาธารณสุข และ ศบค. เนื้อหาต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ขัดแย้งกัน และสามารถใช้อ้างอิงร่วมกันได้ การเกิดเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นภาวะวิกฤติที่หน่วยงานในกระทรวงสาธารณสุขต้องเรียนรู้ร่วมกัน และทำความเข้าใจ



เข้าใจในการสื่อสารจะมีวิธีการอย่างไรในการส่งสารให้ถึงประชาชนด้วยข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ รวดเร็ว และทันต่อสถานการณ์ ซึ่งเชื่อว่ากระทรวงสาธารณสุขจะเป็นต้นแบบที่ดีในการสื่อสารในภาวะวิกฤติ เพื่อให้ประชาชนสามารถรับรู้ข่าวสาร และปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง และเชื่อถือต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดทำสื่อของกระทรวงสาธารณสุข การใช้แคมเปญ ยังมีลักษณะข้อมูลที่ยังคงมีความเป็นวิชาการ และผ่านการตรวจสอบหลายฝ่ายทำให้บางสื่อไม่ทันต่อสถานการณ์ ดังนั้น ควรมีผู้ที่กำหนดหรือนักวิชาการที่สามารถให้คำตอบ ที่มีความถูกต้อง และรวดเร็ว
2. การจัดทำสื่อของแต่ละหน่วยงานยังมีความเป็นเอกเทศ ไม่รวมตัว ทำเป็นเฉพาะของแต่ละหน่วยงานซึ่งควรมีการใช้โลโก้ที่สามารถใช้ร่วมกันได้ และแชร์ข้อมูลร่วมกันได้
3. สื่อของหน่วยงานมีจำนวนมาก แต่ยังพบว่ามีความซ้ำซ้อนจำนวนมาก ต้องมีส่วนกลางหรือเจ้าภาพในการรวมทุกสื่อที่ผลิตอยู่ในแหล่งเดียว และสามารถสืบค้นได้
4. การให้ข่าวของกระทรวงสาธารณสุขต้องมีความถูกต้องแม่นยำ ไม่ทำให้เกิดความสับสน รวมถึงผู้บริหารสามารถตอบคำถามสื่อมวลชนได้ และเข้าใจบริบทของสื่อมวลชน



เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค. (2564) ข่าวประชาสัมพันธ์ ขอความร่วมมือประชาชนเคร่งครัดมาตรการ D-M-H-T-T-A ฝอยอย่างต่อเนื่อง เพื่อป้องกันโรคโควิด 19. สืบค้นเมื่อ 6 มิถุนายน 2564. ddc.moph.go.th

กระทรวงสาธารณสุข. (2564). เว็บไซต์หน่วยงาน. สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2564. www.moph.go.th

ชาคร เลิศนิทัศน์ และคณะ. (2563). บทความประสบการณ์ต่างประเทศของการระบาด และ มาตรการคุมการระบาดไวรัสโควิด-19 : 5 ข้อสังเกต 4 บทเรียน 3 ความสำเร็จ จุดเปลี่ยน 1 เปิดเมือง สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2564. <https://tdri.or.th/2020/04/how-countries-worldwide-are-fighting-covid-19/>

ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2563). บทความการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Crisis Communication). สืบค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2564. www.popticles.com/business/crisis-communication

วิภาวิน โมสูงเนิน. (2553). *การสื่อสารสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุขในกรณีการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต การสื่อสารประยุกต์). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.

สำนักงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2552). คู่มือการสื่อสารในภาวะความเสี่ยง อุกเหตุน และวิกฤติทางสาธารณสุข. นนทบุรี: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด

อภิสิทธิ์ เหมะสมสกุล. (2547). *การสื่อสารภาวะวิกฤต : กรณีศึกษาเปรียบเทียบโรคซาร์สและโรคไข้หวัดนกของกระทรวงสาธารณสุข*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

World Health Organization (WHO). (2020). Managing the COVID-19 infodemic: Promoting healthy behaviours and mitigating the harm from misinformation and disinformation.



World Health Organization (WHO). (2020). Pandemic fatigue–reinvigorating the public to prevent COVID-19.