การออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

A Design of News Graphic of Bangkok Metropolitan Administration Data Center for Public Health Communication During COVID-19 Crisis

สิโรดม มณีแฮด[1], ศรินญา นิยมวงศ์[2]

Sirodom Maneehaet[1], Sarinya Niyomwong[2]

[1]อาจารย์, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอุดรธานี

[1]Lecture, Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sports University Udon Thani Campus

[2]อาจารย์, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ วิทยาเขตอุดรธานี

[2]Lecture, Faculty of Liberal Arts, Thailand National Sports University Udon Thani Campus

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สังเคราะห์องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร 2) สังเคราะห์วาระการสื่อสารสาธารณสุขโดยใช้เรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 และ 3) ศึกษาการออกแบบเรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงผสมผสานที่ใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบทในเรขภาพข่าว จำนวนทั้งสิ้น 26 เรื่อง

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยทัศนธาตุ 3 ด้าน คือ 1) ทัศนธาตุด้านข้อมูล ได้แก่ ข้อความ ตัวอักษรและตัวเลข 2) ทัศนธาตุด้านภาพ ได้แก่ ภาพถ่าย การ์ตูน แผนภูมิภาพ สัญรูปและเรขาคณิต และ 3) ทัศนธาตุด้านโทนสี ได้แก่ สีโทนร้อนและสีโทนเย็น สำหรับวาระการสื่อสารทางสาธารณสุขโดยใช้เรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 พบว่า ประกอบด้วย 5 วาระ ได้แก่ 1) วาระการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป 2) วาระการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง 3) วาระการสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักทางสังคม 4) วาระการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน 5) วาระการสื่อสารเพื่อเปิดรับข้อมูลความคิดเห็นย้อนกลับ นอกจากนี้พบว่า การออกแบบเรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 1) วัตถุประสงค์ 2) กลุ่มเป้าหมาย 3) เนื้อหาที่สื่อสาร และ 4) ช่องทางการนำเสนอ

คำสำคัญ: การสื่อสารสาธารณสุข เรขภาพข่าว การออกแบบ การประชาสัมพันธ์ โคโรนาไวรัส

ABSTRACT

The purpose of this research aims 1) to synthesis the visual elements that appear in the news graphic of the Bangkok Metropolitan Administration Data Center, 2) to synthesis agenda of public health communication using news graphic, and 3) to study the design of news graphic of the Bangkok Metropolitan Administration Data Center. This is a mixed methods research that uses textual analysis in 26 topics of news graphic during the COVID-19 crisis of the Bangkok Metropolitan Administration Data Center.

The results of the research showed that the news graphic visual elements during the COVID-19 crisis of the Bangkok Metropolitan Administration Data Center had 3 aspects which consist of 1) data such as text, alphabet, and numeral, 2) image such as photograph, cartoon, chart or diagram, icon, and geometry, and 3) color tone such as warm tone, and cool tone. The public health communication of the Bangkok Metropolitan Administration Data Center using news graphic during the COVID-19 crisis has public health agenda that published which are 1) providing tidings and general information, 2) promoting awareness of risk factors, 3) raising social awareness, 4) promoting people participation, and 5) listening to opinions and feedback. Moreover, the design of news graphic during the COVID-19 crisis it consists of 1) objective, 2) target group, 3) content, and 4) channel.

Keywords: Public health communication, News graphic, Design, Public relations, Coronavirus

บทนำ

การสื่อสารมวลชนเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาชาติ เพราะสื่อมวลชนซึ่งเป็นบุคลากรผู้ทำหน้าที่หลักในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชน มีบทบทหน้าที่หลักอยู่ 3 ประการ ได้แก่ ประการแรก คือการเป็นผู้ตรวจสอบ เฝ้าดูและรายงานข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหวของสังคมให้แก่สาธารณชนได้รับรู้ ประการต่อมา คือการเป็นผู้ผลักดันนโยบาย หรือจุดประกายประเด็นต่าง ๆ ให้อยู่ในกระแสความสนใจของคนในสังคมและผลักดันสู่การตัดสินใจเชิงนโยบายของผู้บริหารประเทศ ผู้มีอำนาจทางการปกครอง หรือผู้มีบทบาทในการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้อง ประการสุดท้าย คือการเป็นผู้สอน คอยแนะนำวิธีการหรือแนวทางปฏิบัติ ปลูกฝังค่านิยมและสื่อสารข้อมูลเพื่อการเรียนรู้ที่เหมาะสมแก่ประชาชนให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกิดขึ้น (Photisuwan, 2019) ทั้งนี้ ในมุมมองของ Wilbur Schramm ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านการสื่อสารชาวอเมริกันเคยกล่าวไว้ว่า การสื่อสารมีอิทธิพลต่อผู้คน เพราะการสื่อสารเป็นพลวัตขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมผ่านมิติต่าง ๆ ได้แก่ มิติการสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศ การเมือง เศรษฐกิจและสังคม การศึกษาและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สิ่งแวดล้อมและการเกษตร รวมถึงการสาธารณสุข (Schramm, 1969 as cited in Photisuwan, 2019)

การสื่อสารสาธารณสุข (Public Health Communication) คือ การดำเนินงานเพื่อการสื่อสารเกี่ยวกับประเด็นทางสุขภาพของสาธารณชน เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการสุขภาวะของตน การให้ความรู้เรื่องสุขภาพ ความเข้าใจ

เกี่ยวกับภาวะเสี่ยงทางสุขภาวะต่าง ๆ เปิดโอกาสให้ประชาชนได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้จากพื้นที่ และมีการรับฟังข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นด้านสาธารณสุขระหว่างหน่วยงานกับประชาชน (Areeya, 2009) โดยใช้สื่อสมัยใหม่เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมกิจกรรมการสื่อสารเพื่อสาธารณสุข โดยผู้สื่อสารสาธารณสุข (Public Health Communicator) ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดหรือเผยแพร่เนื้อหาและข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาวะไปยังประชาชน ต้องมีทักษะในการสื่อสารอย่างดี รู้จักการเลือกใช้คำพูดที่เข้าใจง่าย มีการให้ข้อมูลที่จำเป็นและตรงกับความต้องการของประชาชนผู้รับบริการทางสุขภาพ หลีกเลี่ยงคำศัพท์เฉพาะทางการแพทย์หรือศัพท์วิชาการที่ยากต่อความเข้าใจของคนทั่วไป และเลือกใช้สื่อและช่องทางที่เหมาะสมกับนำเสนอเนื้อหาเหล่านั้น การสื่อสารสาธารณสุขมีความสำคัญในการช่วยยับยั้งการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ในวงกว้างได้ นั่นเพราะเมื่อมีการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับภัยสุขภาพให้แก่ประชาชน จะช่วยทำให้พวกเขารับทราบข้อมูลอันตราย สาเหตุ วิธีหลีกเลี่ยง ป้องกัน รวมถึงมีความรับผิดชอบและตระหนักต่อการใช้ชีวิตเพื่อให้ตนและสังคมปลอดภัยจากโรคภัยและวิกฤตของการแพร่ระบาด (Balint & Bilandzic, 2017; Khopolklang & Gunpai, 2010; Tachavijitjaru, 2018)

วิกฤตของการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (Coronavirus Disease 2019) หรือโควิด-19 (COVID-19) ที่เป็นโรคที่แสดงอาการคล้ายคลึงกับไข้หวัดโดยทั่วไปซึ่งสามารถติดต่อจากคนสู่คน อาการของโรคไม่รุนแรงแต่จะมีภาวะแทรกซ้อนที่รุนแรง และไม่มียาจำเพาะโรคที่จะนำมาใช้รักษาจนส่งผลให้ผู้ป่วยมีอาการปอดอักเสบ การเฝ้าระวังป้องกันรวมถึงสร้างเนื้อหาความรู้และนำเสนอข่าวสารให้แก่ประชาชนจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะช่วยให้ประชาชนรู้เท่าทันโรค (Yuanjai, Klinkhajon, Woramalee, & Watcharakasemsuntron, 2020) ซึ่งเริ่มอุบัติขึ้นในโลกเมื่อปลายปี 2562 ที่ผ่านมา ประกอบกับกระแสของการปฏิรูปอนาคตระบบสาธารณสุขของประเทศไทยที่มีอยู่เป็นทุนเดิมโดยมีการผลักดันมาตั้งแต่เมื่อ 5-6 ปีที่แล้วนั้น ทำให้การสื่อสารสาธารณสุขถูกหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ส่วนกลางอย่างกรุงเทพมหานคร ส่วนภูมิภาคในทุกจังหวัดของประเทศ และองค์การภาคประชาชนหยิบยกคำนี้มาใช้กำหนดเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งเพื่อการสร้างเสริมสุขภาวะของตนเองและสังคมให้พร้อมต่อสู้กับวิกฤตโควิด-19 ทั้งนี้ องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ได้รับแจ้งเหตุเมื่อช่วงเดือนธันวาคม 2562 ว่าพบกลุ่มผู้ป่วยมีอาการปอดบวมโดยไม่ทราบสาเหตุในพื้นที่ของเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย สาธารณรัฐประชาชนจีน ต่อมามีรายงานว่าเป็นเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่เป็นสาเหตุของการก่อโรคปอดบวมอย่างรุนแรงกำลังแพร่ระบาดไปยังประเทศต่าง ๆ รวมถึงประเทศไทย โดยพบว่าโรคนี้สามารถทำให้ระบบหายใจล้มเหลวได้ แต่ยังไม่มีวัคซีนป้องกันหรือยาที่จะมาช่วยต้านไวรัสเฉพาะได้ ดังนั้นการส่งเสริมให้สาธารณชนได้มีความรู้ ความเข้าใจ มีข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับวิกฤตโควิด-19 ที่กำลังแพร่ระบาดในพื้นที่ทั่วประเทศ โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครซึ่งมียอดผู้ป่วยสะสมสูงนั้น อาจจะช่วยให้ประชาชนมีความพร้อมในการรับมือกับการระบาดและควบคุมโรคมากขึ้น (Manmana, Iamsirithaworn, & Uttayamakul, 2020; Pilasant et al., 2016)

กรุงเทพมหานคร (Bangkok Metropolitan) เป็นเมืองหลวงที่มีประชากรมากที่สุดของประเทศไทย เพราะเป็นศูนย์กลางของการปกครอง การศึกษา คมนาคม การขนส่ง การเงินและธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสาร อุตสาหกรรมและความเจริญต่าง ๆ ตั้งอยู่บนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำ มีแม่น้ำ

เจ้าพระยาไหลผ่านและแบ่งเมืองออกเป็น 2 ฝั่ง คือ ฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี มีพื้นที่รวมกันประมาณ 1,500 ตารางกิโลเมตร และมีจำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎรรวมกับจำนวนประชากรแฝงกว่า 10 ล้านคน กรุงเทพมหานครจึงแออัดไปด้วยผู้คนมหาศาลหากเทียบกับจังหวัดที่มีเนื้อที่ขนาดใหญ่อื่น ๆ ปัจจุบันมีองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษกรุงเทพมหานคร (Bangkok Metropolitan Administration) เป็นหน่วยงานกำกับนโยบายและบริหารด้านต่าง ๆ และมีผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครเป็นผู้บริหาร (BMA City Planning Department, 2019)

อีกบทบาทสำคัญของการบริหารกรุงเทพมหานครในช่วงวิกฤตโควิด-19 นั่นคือการเป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารอันเนื่องมาจากวิกฤตของการแพร่ระบาดของโรค โดยมีสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร (Bangkok Metropolitan Administration Data Center) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้สังกัดมาดูแลเรื่องนี้ ทั้งนี้ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา สำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครมีการสื่อสารสาธารณสุขไปยังสาธารณชนอย่างต่อเนื่อง โดยเนื้อหาสำคัญเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ที่นำเสนอผ่านเรขภาพข่าว ซึ่งออกแบบไว้ก่อนนำไปเผยแพร่บนเว็บไซต์ http://www.bangkok.go.th เว็บไซต์หลักอย่างเป็นทางการของกรุงเทพมหานคร

จากความสำคัญที่ได้กล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร อันจะเป็นประโยชน์สำหรับการต่อยอดและพัฒนางานด้านการสื่อสารสาธารณสุขโดยใช้การออกแบบเนื้อหาสื่อมาเป็นเครื่องมือสำคัญ รวมถึงเกิดประโยชน์แก่สังคมในด้านการเข้าถึงข้อมูลด้านการจัดการทางสุขภาวะและสุขภาพที่ดี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อสังเคราะห์วาระการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 โดยใช้เรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยผู้วิจัยดำเนินการวิจัยผ่านรูปแบบการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีระเบียบวิจัยสำหรับการวิเคราะห์เกี่ยวกับประเภท องค์ประกอบหรือเนื้อหาสื่อต่าง ๆ (Kaewthep, 1999) มีรายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ไว้ดังนี้

1) ขอบเขตด้านประชากร คือ เรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ทั้งหมดจำนวน 26 เรื่อง ได้มาจากเรขภาพข่าวที่มีการเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์อย่างเป็นทางการของกรุงเทพมหานคร ทางเว็บไซต์ http://www.bangkok.go.th ระหว่างวันที่ 10 มกราคม ถึงวันที่ 30 เมษายน 2563

2) ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ วิเคราะห์ตัวบทของเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ตัวบท ได้แก่ ตัวบทด้านองค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าว ตัวบทด้านการออกแบบเรขภาพข่าว และตัวบทด้านวาระการสื่อสารสาธารณสุขโดยใช้เรขภาพข่าว

3) ขอบเขตด้านเวลา คือ ศึกษาเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร เรื่องที่เริ่มเผยแพร่ครั้งแรก (วันที่ 10 มกราคม 2563) จนถึงเรื่องสุดท้ายที่เผยแพร่ในวันสุดท้ายของการประกาศพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ระยะที่ 1 (วันที่ 30 เมษายน 2563)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

1) ชุดเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร จำนวน 26 เรื่อง ซึ่งได้มาจากเรขภาพข่าวที่เผยแพร่ในช่วงระหว่างวันที่ 10 มกราคม ถึงวันที่ 30 เมษายน 2563 ทางเว็บไซต์ http://www.bangkok.go.th ของกรุงเทพมหานคร มีรายละเอียดชื่อเรื่องและวันเริ่มเผยแพร่ ดังนี้

ตารางที่ 1 ชุดเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

ที่	ชื่อเรื่องของเรขภาพข่าว	วันเริ่มเผยแพร่		ที่	ชื่อเรื่องของเรขภาพข่าว	วันเริ่มเผยแพร่
1.	ใครเสี่ยงเป็นโรคปอดอักเสบ	10 ม.ค. 63		2.	รู้จักโรคปอดอักเสบจากไวรัส	28 ม.ค. 63
3.	7 วิธีป้องกันตัวจากไวรัส	05 ก.พ. 63		4.	ทำความสะอาดจุดสัมผัสร่วม	18 ก.พ. 63
5.	ทิ้งหน้ากากอนามัยให้ถูกวิธี	28 ก.พ. 63		6.	มาตรการในสถานศึกษา กทม.	28 ก.พ. 63
7.	มาทำหน้ากากอนามัยกันเถอะ	28 ก.พ. 63		8.	ฆ่าเชื้อโรคง่ายๆ ทำเองได้ที่บ้าน	12 มี.ค. 63
9.	แยกตัวกักโรค ไม่ใช่เรื่องน่ากลัว	17 มี.ค. 63		10.	10 วิธีกักตัวเฝ้าระวัง	17 มี.ค. 63
11.	เพิ่มระยะห่างเพิ่มความปลอดภัย	20 มี.ค. 63		12.	ปิดสถานที่เสี่ยง ลดการระบาด	20 มี.ค. 63
13.	7 มาตรการขอความร่วมมือ	25 มี.ค. 63		14.	ไขข้อข้องใจ เมื่อไร่ต้องไปตรวจ	31 มี.ค. 63

15.	การจัดการศพผู้เสียชีวิต	02 เม.ย. 63		16.	หากสงสัยว่าจะติดเชื้อ	07 เม.ย. 63
17.	คำแนะนำสำหรับรถโดยสาร	07 เม.ย. 63		18.	กรุงเทพฯ ห้ามจำหน่ายสุรา	10 เม.ย. 63
19.	7 สิ่งต้องงดในช่วงสงกรานต์ปีนี้	12 เม.ย. 63		20.	ไม่ฉีดพ่นละอองฝอย	15 เม.ย. 63
21.	หากจำเป็นต้องออกนอกบ้าน	21 เม.ย. 63		22.	กทม. ปรับรูปแบบการศึกษา	21 เม.ย. 63
23.	STOP Bullying	23 เม.ย. 63		24.	ตลาดสดยุคใหม่ห่างภัยโควิด-19	27 เม.ย. 63
25.	ไม่ประมาท การ์ดอย่าตก	29 เม.ย. 63		26.	New Normal - New Me	30 เม.ย. 63

2) แบบสังเคราะห์องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยการกำหนดหัวข้อในการบันทึกข้อมูลคุณลักษณะ (Feature Data Recording) จึงได้แบบสังเคราะห์องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ออกมา มีองค์ประกอบทัศนธาตุ 3 ด้าน ประกอบกอบด้วย 1) ด้านข้อมูล ได้แก่ ข้อความ ตัวอักษรและตัวเลข 2) ด้านภาพ ได้แก่ ภาพถ่าย การ์ตูน แผนภูมิภาพ สัญรูปและเรขาคณิต และ 3) ด้านโทนสี ได้แก่ สีโทนร้อนและสีโทนเย็น จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสังเคราะห์องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ที่ออกแบบขึ้น ไปตรวจสอบหาดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากเรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

3) แบบสังเคราะห์วาระการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 โดยใช้เรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยการกำหนดหัวข้อในการบันทึกข้อมูลคุณลักษณะ (Feature Data Recording) จึงได้แบบสังเคราะห์วาระการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 โดยใช้เรขภาพข่าวออกมา มี 5 วาระการสื่อสารประกอบกอบด้วย 1) วาระการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป 2) วาระการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง 3) วาระการสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักทางสังคม 4) วาระการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน และ 5) วาระการสื่อสารเพื่อเปิดรับข้อมูลความคิดเห็นย้อนกลับ จากนั้นนำแบบสังเคราะห์วาระการสื่อสารสาธารณสุขที่ออกแบบขึ้น นำไปตรวจสอบหาดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ และปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากเรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ดังนี้

1) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยบันทึกลงในแบบสังเคราะห์องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุข และแบบสังเคราะห์วาระการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 โดยใช้เรขภาพข่าว ทั้งนี้ข้อมูลที่บันทึกมาจากเรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร จำนวน 26 เรื่อง ซึ่งเริ่มเผยแพร่ระหว่างวันที่ 10 มกราคม ถึงวันที่ 30 เมษายน 2563 ตามกำหนดไว้ในขอบเขตการวิจัย โดยบันทึกข้อมูลลงในแบบสังเคราะห์ตามโครงสร้างที่ออกแบบไว้

2) ดำเนินการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลจากเรขภาพข่าวที่บันทึกไว้ โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

3) ดำเนินการนำเสนอผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดยเป็นตารางสังเคราะห์ข้อมูล (Data Synthesis Table) และการพรรณนาวิเคราะห์เป็นความเรียง (Descriptive Analysis)

4. การวิเคราะห์ทางสถิติ

ในงานวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการประมวลผลการวิจัยจากการบันทึกข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่และการหาค่าร้อยละ ก่อนดำเนินการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ข้อมูลและการรายงานผลการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

เรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร เป็นสื่อที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์คือเว็บไซต์หลักอย่างเป็นทางการของกรุงเทพมหานคร ทางเว็บไซต์ http://www.bangkok.go.th ซึ่งผู้วิจัยศึกษาเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 จำนวน 26 เรื่อง ตามแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเรขภาพข่าวที่ประกอบด้วยองค์ประกอบทัศนธาตุสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ทัศนธาตุด้านข้อมูล (Data) คือ ข้อความ (Text) ตัวอักษร (Alphabet) และตัวเลข (Numeral) 2) ทัศนธาตุด้านภาพ (Image) คือ ภาพถ่าย (Photograph) การ์ตูน (Cartoon) แผนภูมิภาพ (Chart or Diagram) สัญรูป (Icon) และเรขาคณิต (Geometry) และ 3) ทัศนธาตุด้านโทนสี (Color Tone) คือ สีโทนร้อน (Warm Tone) และสีโทนเย็น (Cool Tone) โดยพบว่า เรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร มีองค์ประกอบทัศนธาตุดังนี้

ตารางที่ 2 องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19

ที่	ชื่อเรื่องของเรขภาพข่าว	องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าว									
		ด้านข้อมูล			ด้านภาพ					ด้านโทนสี	
		ข้อความ	ตัวอักษร	ตัวเลข	ภาพถ่าย	การ์ตูน	แผนภูมิภาพ	สัญรูป	เรขาคณิต	สีโทนร้อน	สีโทนเย็น
1.	ใครเสี่ยงเป็นโรคปอดอักเสบ	√				√		√	√	√	
2.	รู้จักโรคปอดอักเสบจากไวรัส	√				√		√	√		√
3.	7 วิธีป้องกันตัวจากไวรัส	√	√	√		√			√	√	
4.	ทำความสะอาดจุดสัมผัสร่วม	√				√		√			√
5.	ทิ้งหน้ากากอนามัยให้ถูกวิธี	√		√		√	√	√	√		√
6.	มาตรการในสถานศึกษา กทม.	√		√		√	√	√	√	√	
7.	มาทำหน้ากากอนามัยกันเถอะ	√	√	√		√	√	√	√		√
8.	ฆ่าเชื้อโรคง่ายๆ ทำเองได้ที่บ้าน	√	√			√		√	√		√
9.	แยกตัวกักโรค ไม่ใช่เรื่องน่ากลัว	√		√		√		√	√	√	
10.	10 วิธีกักตัวเฝ้าระวัง	√	√	√		√			√		√
11.	เพิ่มระยะห่างเพิ่มความปลอดภัย	√				√			√	√	
12.	ปิดสถานที่เสี่ยง ลดการระบาด	√	√	√		√			√		√
13.	7 มาตรการขอความร่วมมือ	√	√	√		√	√				√
14.	ไขข้อข้องใจ เมื่อไร่ต้องไปตรวจ	√	√	√		√			√		√
15.	การจัดการศพผู้เสียชีวิต	√	√			√		√	√		√

16.	หากสงสัยว่าจะติดเชื้อ	√	√	√		√			√		√
17.	คำแนะนำสำหรับรถโดยสาร	√	√			√		√	√	√	
18.	กรุงเทพฯ ห้ามจำหน่ายสุรา	√	√			√		√		√	
19.	7 สิ่งต้องงดในช่วงสงกรานต์ปีนี้	√	√	√				√		√	
20.	ไม่ฉีดพ่นละอองฝอย	√	√	√		√		√	√	√	
21.	หากจำเป็นต้องออกนอกบ้าน	√				√		√	√		√
22.	กทม. ปรับรูปแบบการศึกษา	√				√		√	√		√
23.	STOP Bullying	√	√			√		√	√		√
24.	ตลาดสดยุคใหม่ห่างภัยโควิด-19	√	√	√	√	√			√		√
25.	ไม่ประมาท การ์ดอย่าตก	√	√	√		√	√		√		√
26.	New Normal - New Me	√	√			√			√	√	

จากตารางที่ 2 แสดงผลการสังเคราะห์องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ภาพรวมพบว่า มีการใช้องค์ประกอบทัศนธาตุของการออกแบบที่ปรากฏในเรขภาพข่าวอย่างหลากหลาย คือ 1) ทัศนธาตุด้านข้อมูล ได้แก่ ข้อความ ตัวอักษร และตัวเลข, 2) ทัศนธาตุด้านภาพ ได้แก่ ภาพถ่าย การ์ตูน แผนภูมิภาพ สัญรูป และเรขาคณิต, และ 3) ทัศนธาตุด้านโทนสี ได้แก่ สีโทนร้อน และสีโทนเย็น รายละเอียดดังนี้

1) ทัศนธาตุด้านข้อมูล ได้แก่ การใส่ข้อความ การออกแบบตัวอักษร และการออกแบบตัวเลข โดยพบว่า ในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร มีการใส่ข้อความมากที่สุด จำนวนทั้ง 26 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 100, รองลงมาคือการออกแบบตัวอักษรถูกใช้ 17 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 65.38, และการออกแบบตัวเลขถูกใช้น้อยที่สุด จำนวน 14 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 53.85

ลักษณะของการใส่ข้อความจะเน้นข้อความที่เป็นประโยคสั้น ลักษณะของการออกแบบตัวอักษรจะเน้นตัวอักษรขนาดใหญ่ มองเห็นได้ชัด ทั้งตัวอักษรแบบมีหัวและไม่มีหัว และลักษณะของการออกแบบตัวเลขจะเน้นการวางตัวเลขบนรูปเรขาคณิตและออกแบบตัวเลขเพื่อการเรียงลำดับข้อมูลข่าวที่เสนอ

ภาพที่ 1 ตัวอย่างการออกแบบและใช้ตัวเลขเพื่อลำดับเวลาและการออกแบบตัวอักษรหัวเรื่องในเรขภาพข่าว
ที่มา: สำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

2) ทัศนธาตุด้านภาพ ได้แก่ การใส่ภาพถ่าย การใส่การ์ตูน การจัดทำแผนภูมิภาพ การใส่สัญรูป และการจัดทำเรขาคณิต โดยพบว่า ในเรขภาพภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร มีการใส่การ์ตูนมากที่สุด จำนวน 25 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 96.15, รองลงมาคือ การจัดทำเรขาคณิต จำนวน 22 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 84.62, การใส่สัญรูป จำนวน 16 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 61.54, การจัดทำแผนภูมิ จำนวน 5 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 19.23, และภาพถ่ายถูกใช้น้อยที่สุด จำนวนเพียง 1 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 3.85

ลักษณะของการใส่ภาพถ่าย การ์ตูน และสัญรูป พบว่าเน้นการเลือกใช้ตามเนื้อหา เช่น เนื้อหาที่เป็นการสาธิตวิธีการโดยส่วนใหญ่จะใช้การ์ตูนผสมกับสัญรูป ส่วนลักษณะของการจัดทำแผนภาพและเรขาคณิต พบว่าเน้นการจัดทำแผนภาพและเรขคณิตในเรขภาพข่าวที่มีเนื้อหาแบบลำดับเวลาหรือลำดับเหตุการณ์เป็นหลัก

ภาพที่ 2 ตัวอย่างการใส่การ์ตูนในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19
ที่มา: สำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

3) ทัศนธาตุด้านโทนสี ได้แก่ การเน้นใช้สีโทนร้อน และการเน้นใช้สีโทนเย็น โดยพบว่าในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร มีการเน้นใช้สีโทนเย็นมากที่สุด จำนวน 16 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 61.54, ที่เหลืออีก 10 เรื่องเน้นใช้สีโทนร้อน คิดเป็นร้อยละ 38.46

ลักษณะของการใช้สี พบว่า สีโทนร้อนจะถูกใช้ในเนื้อหาข่าวที่เน้นการเตือน สอดแทรกเนื้อหาความเสี่ยง การแสดงความอันตรายหรือความน่าหวาดกลัว และสีโทนเย็นจะถูกใช้ในเนื้อหาข่าวทั่วไป

ภาพที่ 3 ตัวอย่างการเน้นใช้สีโทนร้อนมากกว่าสีโทนเย็นในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19
ที่มา: สำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

2. ผลการสังเคราะห์วาระการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 โดยใช้เรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

นอกจากการสังเคราะห์องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร และการศึกษาการออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครแล้ว ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยยังทำการสังเคราะห์วาระการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 โดยใช้เรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ตามแนวคิดเรื่องการสื่อสารสาธารณสุข (Public Health Communication) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 วาระการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 โดยใช้เรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์ฯ

วาระการสื่อสารทางสาธารณสุข	เรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 เรื่องที่.....												
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	13.
1. เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป	√	√				√			√			√	√
2. เพื่อส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
3. เพื่อสร้างความตระหนักทางสังคม			√	√	√				√	√	√	√	
4. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมฯ		√	√	√	√		√	√	√	√	√	√	√
5. เพื่อเปิดรับข้อมูลความเห็นย้อนกลับ	√					√			√				

1. เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป	√		√		√				√		√		√
2. เพื่อส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง	√	√				√	√	√			√	√	√
3. เพื่อสร้างความตระหนักทางสังคม		√		√	√	√			√	√	√	√	√
4. เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมฯ	√	√	√	√	√	√	√	√		√	√	√	√
5. เพื่อเปิดรับข้อมูลความเห็นย้อนกลับ	√	√	√		√				√				

จากตารางที่ 3 แสดงผลการสังเคราะห์วาระการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 โดยใช้เรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร พบว่า สามารถแจกแจงวาระการสื่อสารทางสาธารณสุขที่พบออกเป็น 5 วาระ ดังต่อไปนี้

1) วาระการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป (Providing Tidings and General Information) โดยพบว่า ในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร มีการสื่อสารข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับรายละเอียดของโรค การระบาดของโรคในพื้นที่ต่าง ๆ ข่าวสารจากองค์การที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลด้านสาธารณสุข รายละเอียดการปิดสถานประกอบการณ์และภาคบริการ การสรุปเหตุการณ์สำคัญ การประกาศข่าวสารจากภาครัฐ ทั้งนี้พบว่า วาระการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป ปรากฏในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร จำนวน 12 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 46.15

2) วาระการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง (Promoting Awareness of Risk Factors) โดยพบว่า ในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร มีการสื่อสารข้อมูลความเสี่ยงต่อตัวบุคคล ปัจจัยหลักที่อาจทำให้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสและโรคร้าย กรณีศึกษาเปรียบเทียบให้เห็นความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น ผลกระทบและความเสี่ยงจากการที่ประชาชนบางกลุ่มไม่ให้ความสำคัญกับประกาศเตือนของหน่วยงานด้านสาธารณสุข กิจกรรมทั้งกลางแจ้งและภายในอาคารที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่กระจายของเชื้อโรค พื้นที่หรือสถานที่ที่เสี่ยง ทั้งนี้พบว่า วาระการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง ปรากฏในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร จำนวน 21 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 80.77

3) วาระการสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักทางสังคม (Raising Social Awareness) โดยพบว่า ในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร มีการสื่อสารแนวทางการเว้นระยะห่างทางสัง การอยู่บ้านเพื่อหยุดการแพร่ระบาดของเชื้อ การนำเสนอให้เห็นผลกระทบต่อสังคมหากละเลยไม่ปฏิบัติตามนโยบายสาธารณสุข แนวปฏิบัติที่ถูกต้องเมื่อจำเป็นต้องออกนอกที่อยู่อาศัย การปฏิบัติเมื่อต้องใช้พื้นที่ร่วมกับผู้อื่น การแยกขยะติดเชื้อเพื่อดูแลสุขภาวะของสังคม ทั้งนี้พบว่า วาระการสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักทางสังคม ปรากฏในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร จำนวน 16 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 61.54

4) วาระการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน (Promoting People Participation) โดยพบว่า ในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร มีการสื่อสารการขอความร่วมมือกับประชาชน องค์การธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและ

ภาคเอกชนในการให้ความร่วมมือและพร้อมปฏิบัติตามข้อนโยบายหรือข้อบังคับต่าง ๆ การแสดงช่องทางการติดต่อสำหรับประชาชน การแสดงแนวทางที่เป็นคู่มือปฏิบัติฉบับย่อสำหรับการรับมือและป้องกันภัยจากโรคโควิด-19 การสื่อสารคำแนะนำสำหรับประชาชนที่มีความจำเป็นต้องเดินทางหรือมีกิจธุระในช่วงที่มีการบริหารงานในสถานการณ์ฉุกเฉิน ทั้งนี้พบว่า วาระการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน ปรากฏในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร จำนวน 23 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 88.46

5) วาระการสื่อสารเพื่อเปิดรับข้อมูลความคิดเห็นย้อนกลับ (Listening to Opinions and Feedback) โดยพบว่า ในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร มีการสื่อสารเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานในสังกัดกรุงเทพมหานครและหน่วยงานด้านสาธารณสุข โดยมีการแสดงชื่อบัญชีเพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์และหมายเลขโทรศัพท์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพร้อมระบุข้อความเชิญชวนสำหรับประชาชนที่มีประเด็นจะติดต่อกับหน่วยงาน ทั้งนี้พบว่า วาระการสื่อสารเพื่อเปิดรับข้อมูลความคิดเห็นย้อนกลับ ปรากฏในเรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร จำนวน 8 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 30.77

3. ผลการศึกษาการออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร

การศึกษาการออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเรขภาพข่าวจำนวน 26 เรื่อง โดยศึกษาตามหลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบ (Design) โดยพบว่า การออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยการกำหนดแนวทาง 4 ด้าน ได้แก่ วัตถุประสงค์ (Objective) กลุ่มเป้าหมาย (Target Group) เนื้อหาที่สื่อสาร (Content) และช่องทางการนำเสนอ (Channel) มีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านวัตถุประสงค์ (Objective) การออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ทั้ง 26 เรื่อง ในแต่ละเรื่องนั้นสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครมีการกำหนดวัตถุประสงค์ของการออกแบบและนำเสนอไว้หลายวัตถุประสงค์ แต่พบว่าวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป เพื่อส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง เพื่อสร้างความตระหนักทางสังคม เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน และเพื่อเปิดรับข้อมูลความคิดเห็นย้อนกลับ อาทิ การให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันของการแพร่ระบาด การประชาสัมพันธ์นโยบายการบริหารจัดการวิกฤตและข่าวสารความเคลื่อนไหวของหน่วยงานภาครัฐ การรายงานข้อมูลเกี่ยวกับโรค การรายงานข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการเฝ้าระวังป้องกัน ตลอดจนการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารของประชาชน

2) ด้านกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) สำหรับการวางกลุ่มเป้าหมายในการรับสารจากเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ทั้ง 26 เรื่อง ประกอบด้วย กลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคคล โดยมีการแบ่งตามช่วงวัย อาชีพและกิจกรรมที่ทำ กลุ่มเป้าหมายภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไป กลุ่มเป้าหมายที่เป็นสถาบันการศึกษา กลุ่มเป้าหมายภาครัฐและภาคเอกชน กลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบอาชีพอิสระ และกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ

3) ด้านเนื้อหาที่สื่อสาร (Content) เนื้อหาที่สำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครสื่อสารโดยใช้เรขภาพข่าวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ทั้ง 26 เรื่อง ประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับบุคคลกลุ่มเสี่ยง ข้อมูลของโรค วิธีการป้องกันตัว การทำความสะอาด การกำจัดพาหะหรือแหล่งสะสมเชื้อโรค มาตรการสำหรับสถานศึกษา การผลิตสารและอุปกรณ์ป้องกัน ขั้นตอนการกักตัวเฝ้าระวัง การเพิ่มระยะห่างทางสังคม การปิดสถานที่เสี่ยง มาตรการขอความร่วมมือ คำแนะนำสำหรับบุคคลและองค์การ ข้อห้าม ข้อปฏิบัติ และแนวทางส่งเสริมการใช้ชีวิตภายหลังวิกฤตบางเบา

4) ด้านช่องทางการนำเสนอ (Channel) สำหรับสื่อหรือช่องทางที่สำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครใช้ในการนำเสนอเผยแพร่เรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 พบว่า สื่อหรือช่องทางหลักคือการนำเสนอผ่านทางเว็บไซต์หลักอย่างเป็นทางการของกรุงเทพมหานคร ที่เว็บไซต์ http://www.bangkok.go.th นอกจากนี้ยังพบว่า เรขภาพข่าวทั้ง 26 เรื่อง ถูกแชร์ต่อไปยังสื่อหรือช่องทางการนำเสนอรอง นั่นคือบัญชีเพจเฟซบุ๊กและบัญชีทวิตเตอร์ของกรุงเทพมหานครอีกด้วย

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร ดังต่อไปนี้

1. การสังเคราะห์องค์ประกอบทัศนธาตุที่ปรากฏในเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร พบว่า สำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครมีการออกแบบและนำเสนอเรขภาพข่าวที่มีองค์ประกอบทัศนธาตุ 3 ด้าน คือ 1) ทัศนธาตุด้านข้อมูล ได้แก่ ข้อความ ตัวอักษร และตัวเลข 2) ทัศนธาตุด้านภาพ ได้แก่ ภาพถ่าย การ์ตูน แผนภูมิภาพสัญรูป และเรขาคณิต และ 3) ทัศนธาตุด้านด้านโทนสี ได้แก่ สีโทนร้อน และสีโทนเย็น โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Prasongngoen (2013) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านการออกแบบกราฟิกแผ่นภาพที่สื่อสาระด้านวิชาการที่มีผลต่อการดึงดูดและสื่อสาระที่เข้าใจ ซึ่งพบว่าปัจจัยการสื่อสารและการออกแบบกราฟิกที่ส่งผลต่อการดึงดูด มีจำนวน 14 ปัจจัย ได้แก่ ตัวอักษรไม่เป็นทางการ ตัวอักษรเป็นทางการ พื้นสีตัวอักษรสีดำ พื้นขาวตัวอักษรสีดำ ตัวอักษรมีสี ตัวอักษรไม่มีสี หนาแน่นมาก หนึ่งคอลัมน์ ภาพขนาดใหญ่ ภาพสี ภาพกราฟิก กราฟเส้น แผนภาพ ภาพอยู่บนตัวอักษรอยู่ล่าง และพื้นสีอ่อน นอกจากนี้ ปัจจัยการสื่อสารและการออกแบบกราฟิกส่งผลให้เกิดพฤติกรรมความสนใจจากกลุ่มตัวอย่างด้วย

2. การสังเคราะห์วาระการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 โดยใช้เรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร พบว่า เรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครมีวาระการสื่อสารสาธารณสุข 5 วาระ ได้แก่ วาระการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป วาระการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง วาระการสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักทางสังคม วาระการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน และวาระการสื่อสารเพื่อเปิดรับข้อมูลความคิดเห็นย้อนกลับ โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ Vanichvasin (2015) เกี่ยวกับศักยภาพของอินโฟกราฟิกในการเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้ ซึ่งพบว่าอินโฟกราฟิกถูกนำไปประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการการเรียนการสอนเพื่อเพิ่มคุณภาพของการเรียนรู้ในมิติการสื่อสารเพื่อสร้างความน่าสนใจ เข้าใจและจดจำ และ มิติการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจในการเรียนรู้ นอกจากนี้วาระสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารการเรียนรู้ ประกอบด้วยวาระด้านการ

สร้างปฏิสัมพันธ์และการมีส่วนร่วม วาระด้านการปรับบทบาทของผู้สอนแบบเชิงรุก และวาระด้านการเปลี่ยนบทบาทของผู้เรียนเชิงปฏิสัมพันธ์

3. การศึกษาการออกแบบเรขภาพข่าวสำหรับการสื่อสารสาธารณสุขในช่วงวิกฤตโควิด-19 ของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานคร พบว่า การออกแบบเรขภาพข่าวของสำนักงานประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครประกอบด้วยการกำหนดแนวทาง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านวัตถุประสงค์ ด้านกลุ่มเป้าหมาย ด้านเนื้อหาที่สื่อสาร และด้านช่องทางการนำเสนอ โดยสอดคล้องกับ Smiciklas (2012) ที่ระบุว่า การออกแบบมีพลังช่วยสร้างสรรค์สังคม โดยการออกแบบงานผลงานและสื่อประเภทใประเภทหนึ่ง ต้องมีการกำหนดจุดประสงค์ที่ชัดเจน มีการวางกลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสารไปถึง กำหนดช่องทางในการนำเสนอหรือสื่อสารผลงาน รวมถึงมีการวางรูปแบบของเนื้อหาและวิธีการของการนำเสนอเนื้อหาที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์หรือสถานการณ์ของสังคม

ข้อเสนอแนะ

1. การผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารในช่วงที่สุขภาวะไม่ปกติ ผู้ผลิตควรมีความรู้ทางการออกแบบสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ หรือสื่อการเรียนรู้ต่าง ๆ อย่างดี นอกจากนี้ควรมีความเข้าใจและความอดทนอดกลั้นต่อวิกฤตการณ์ มีทักษะการสื่อสารได้อย่างครบถ้วนทั้งด้านการออกแบบ ด้านความถูกต้องของเนื้อหา และด้านอารมณ์สังคม

2. จากงานวิจัยครั้งนี้ ควรมีการต่อยอดการศึกษาวิจัยด้านการสื่อสารสาธารณสุขในหลากบริบทองค์การ ทั้งสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ในทุกระดับ เพื่อให้สาธารณชนทุกภาคส่วนมีการรู้เท่าทันและความฉลาดทางสุขภาพ (Health Literacy) หากมีโรคอุบัติใหม่เกิดขึ้น

REFERENCE

Areeya, K. (2009). Concept of Health Communication. In Pacharee Thanasomboonkit (Ed.). **Communicating with Heart to a Healthy**. (pp. 63-70). Nonthaburi: Ministry of Public Health. [in Thai]

Balint, K. E., & Bilandzic, H. (2017). Health Communication Through Media Narratives: Factors, Processes, and Effects. **International Journal of Communication, 11**(1), 4858–4864.

BMA City Planning Department. (2019). **225 Years of Rattanakosin, the History of Ayutthaya, the Capital of the Kingdom of Thailand**. Bangkok: City Planning Department. [in Thai]

Kaewthep, K. (1999). **Media Analysis: Concepts and Techniques** (2nd ed.). Bangkok: Edison Press Products. [in Thai]

Manmana, S., Iamsirithaworn, S., & Uttayamakul, S. (2020). Coronavirus Disease-19. **Journal of Bamrasnaradura Infectious Diseases Institute, 4**(2), 1-10. [in Thai]

Pilasant, S., Yamabhai, I., Kumluang, S., Kumdee, C., Bussabawalai, T., Werayingyong, P., et al. (2016). Addressing the Research Gap for Improving the Thai Health Systems:

Choosing Health Research Topics for the Future. **Journal of Health Systems Research, 10**(3), 215-229. [in Thai]

Photisuwan, T. (2019). System, Function and Role of Media. In Kanpoom Boonthavi (Ed.). **Introduction to Mass Media**. (pp. 53-104). Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. [in Thai]

Prasongngoen, U. (2013). Graphic Design Factors that Affect Attraction and Comprehension of Information: A Case of Conference Poster Conveying Academic Content. **RMUTP Research Journal Science & Technology, 7**(1), 79-89. [in Thai]

Smiciklas, M. (2012). **The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience**. Indiana: Que Publishing.

Vanichvasin, P. (2015). Potentials of Using Infographics in Enhancing the Quality of Learning. **Panyapiwat Journal, 7**(1), 227-240. [in Thai]

Yuanjai, A., Klinkhajon, U., Woramalee, S., & Watcharakasemsuntron, J. (2020). A Case of Coronavirus Disease 2019: Case Report. **Siriraj Medical Bulletin Journal, 13**(2), 155-163. [in Thai]