

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤติไวรัสโคโรนา 2019 ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ซึ่งใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research Method) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือจากผู้บริหารสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการจากบุคคลที่รับผิดชอบในการจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤติไวรัสโคโรนา 2019 จำนวน 4 คน และการวิเคราะห์เนื้อหาสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี จำนวน 6 องค์ประกอบคุณค่าของข่าว คือ 1) ความสอดคล้องสมัย (timeliness) หรือความรวดเร็ว (immediacy) 2) ความใกล้ชิด (proximity or nearness) 3) ความสำคัญหรือความเด่น (prominence) 4) ผลกระทบกระเทือน (consequence or impact) 5) ความมีเงื่อนงำ (suspense or mystery) 6) ปุณฺชนสนใจ (human interest)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการอ้างอิง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปร ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดเกี่ยวกับภาวะวิกฤติในสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 และแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบคุณค่าของข่าว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์ และวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และระบุตัวแปรในกรอบแนวคิด เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ศึกษาและตอบวัตถุประสงค์ โดยได้ข้อสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งจะนำเสนอรายละเอียดซึ่งแบ่งเป็น 3 หัวข้อ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จาก Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จากสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี เพื่อวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบคุณค่าของข่าว โดยแบ่งออกเป็น 6 องค์ประกอบคุณค่าของข่าว ดังนี้

1.1 องค์ประกอบคุณค่าของข่าวด้านความสอดคล้อง (timeliness) หรือความรวดเร็ว (immediacy)

ผลการวิจัยพบว่า สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการรายงานสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 เมื่อปลายปี พ.ศ. 2562 ตั้งแต่เริ่มมีการระบาดครั้งแรกในประเทศไทย โดยการนำเสนอสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ในรูปแบบการรายงานข่าวผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page ที่เป็นภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง ข้อมูล สถิติ ตัวเลข ข่าวสาร ผู้ติดเชื้อ และจำนวนผู้ป่วย จากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จากทั่วภูมิภาคของไทย และจากทั่วโลก เพื่อสื่อสารให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถดูแลป้องกันตนเองได้ และเพื่อไม่ให้ประชาชนเกิดความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 มากจนเกินไป สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีบทบาทและหน้าที่ในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 กับประชาชน ที่ต้องกระทำอย่างรวดเร็วส่งผลทำให้ประชาชนมีข้อมูลที่ใช้ในการป้องกัน ดูแลรักษาตนเอง ให้ปราศจากการติดเชื้อ และผ่านพ้นเหตุการณ์หรือสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ไปได้ด้วยดี การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page เป็นการรายงานสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างรวดเร็วสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชนได้อย่างทันท่วงที ที่แสดงถึงความเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับประชาชน อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มโอกาสหรือช่องทางการสื่อสารให้กับสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ความรวดเร็วในการให้ข้อมูลข่าวสารกับประชาชนเป็นปัจจัยที่สำคัญ เพราะหากการสื่อสารข้อมูลข่าวสารล่าช้า ประชาชนอาจโน้มเอียงไปเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ประเภทอื่นที่ไม่น่าเชื่อถืออาจส่งผลให้สถานการณ์หรือเหตุการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ยิ่งรุนแรงยากที่รัฐบาลจะควบคุมได้

1.2 องค์ประคณค่าของข่าวด้านความใกล้ชิด (proximity or nearness)

ผลการวิจัยพบว่า การนำเสนอสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี โดยมีการอธิบายให้ประชาชนทราบถึงความเป็นมาของสถานการณ์หรือเหตุการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และมีการนำเสนอให้เห็นว่าไวรัสโคโรนา 2019 สามารถติดต่อได้อย่างง่ายดายเพียงแค่อุบัติใกล้ หรือได้สัมผัสกับผู้ที่มีเชื้ออยู่ในร่างกาย และมีการรายงานการเกิดการแพร่ระบาดขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกว่าแหล่งที่เกิดการแพร่ระบาดเป็นภูมิศาสตร์ที่เป็นพื้นที่ที่ใกล้ชิดกับตนเอง ทำให้ประชาชนมีความรู้สึกที่ไวรัสโคโรนา 2019 เป็นเรื่องใกล้ตัวและมีความใกล้ชิดที่อาจส่งผลกระทบต่อร่างกายจนกลายเป็นผู้ติดเชื้อ หรือผู้ป่วย อีกทั้งการนำเสนอสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ทางสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ยังมีลักษณะการนำเสนอที่ทำให้ประชาชนมีความรู้สึกที่คนป่วยที่ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ต้องเผชิญกับความทุกข์ทรมานทั้งทางร่างกายและจิตใจ และเป็นคนไทยด้วยกัน พวกเขาคนไทยต้องเห็นใจกัน ดูแลซึ่งกันและกัน การนำเสนอในลักษณะนี้ทำให้ประชาชนมีความรู้สึกจึงเป็นความใกล้ชิดทางด้านจิตใจอีกด้วย

1.3 องค์ประคณค่าของข่าวด้านความสำคัญหรือความเด่น (prominence)

ผลการวิจัยพบว่า สื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการนำเสนอเกี่ยวกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งเป็นโรคอุบัติใหม่ที่มีความร้ายแรงที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่คุ้นเคย การให้ความรู้ที่กระจ่างชัดเกี่ยวกับไวรัสโคโรนา 2019 เป็นความรู้เฉพาะด้าน สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี จึงใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะหรือผู้รับผิดชอบโดยตรง คือ มีการนำข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 มาจากศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ซึ่งเป็นแหล่งข่าวหลักที่มีหน้าที่รับผิดชอบการสื่อสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 แหล่งเดียวที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อชักจูงใจให้ประชาชนเกิดความรู้ จนเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อหรือค่านิยม เช่น การนำเสนอให้คนไทยหันมาดูแล ป้องกันตนเองและครอบครัว ตามที่รัฐบาลหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับไวรัสโคโรนา 2019 แนะนำ สถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมาไม่นาน และเป็นสถานการณ์ที่มีความร้ายแรงจึงถูกนำเสนอเป็นข่าวตลอดเวลา ไวรัสโคโรนา 2019

1.4 องค์ประคณค่าของข่าวด้านผลกระทบกระเทือน (consequence or impact)

ผลการวิจัยพบว่า สื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี โดยมีการรายงานสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดการระบาดในขณะนี้ให้ประชาชนจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์ที่อาจมีระยะเวลาที่ยาวนาน อดทนและประหยัด เพื่อให้สามารถผ่านเหตุการณ์ครั้งนี้ไปได้ และมีการรายงานจำนวนประชาชนที่จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 คือ ประชาชนที่เป็นแรงงานในภาคอุตสาหกรรมจะได้รับผลกระทบมากถึง 4.7 ล้านคน ซึ่งจำนวน 1.1 ล้านคน มีความเสี่ยงที่จะตกงาน และอีก 3.6 ล้านคนมีความเสี่ยงที่รายได้จะลดลงอย่างมาก และเศรษฐกิจโดยรวมของไทยในปี 2563 เติบโตต่ำกว่าปี 2562 สถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ก่อให้เกิดผลกระทบต่อความรู้สึกของประชาชนในวงกว้าง ประชาชนจึงให้ความสนใจติดตามข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จากสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี เป็นจำนวนมาก

1.5 องค์ประคณค่าของข่าวด้านความมีเงื่อนงำ (suspense or mystery)

ผลการวิจัยพบว่า สื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการจัดสรรให้ข้อมูลข่าวสารไวรัสโคโรนา 2019 ทั้งภาพ เสียง ตัวอักษรและสิ่งที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ให้ปรากฏในการนำเสนออย่างลงตัวตามความหลักการเรื่องของการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ ความเป็นเอกภาพของการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ไม่ได้นำเสนอภาพ เสียง และตัวอักษรที่มีลักษณะสอดคล้องกันเพียงอย่างเดียว แต่มีการนำเสนอภาพ เสียง และตัวอักษรที่มีลักษณะของความขัดแย้งด้วย หรือไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้เมื่อภาพ เสียง และตัวอักษรมีความขัดแย้งกัน สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ได้มีการจัดให้มีผสมผสานโดยการเชื่อมโยง โดยการใช้การแทรกสี เส้น แสง เงา เพื่อเป็นตัวเชื่อมให้ความขัดแย้งระหว่างภาพ เสียงและตัวอักษรนั้นมีความเหมาะสม ความเป็นเอกภาพนี้ยังทำให้เนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page เป็นเรื่องราวสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้ประชาชนรู้สึกว่าการแพร่ระบาดอย่างรุนแรงที่เกิดขึ้นมีเงื่อนงำและมีความซับซ้อน ทำให้ประชาชนเกิดความอยากรู้ติดตาม เพื่อให้ทราบสิ่งที่ถูกปิดบังซ่อนเร้นนั้น เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อ การเสียชีวิต และแหล่งของการแพร่ระบาด

1.6 องค์ประคณค่าของข่าวด้านปูลุชนสนใจ (human interest)

ผลการวิจัยพบว่า สื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization :WHO) มาเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนรับทราบว่าเป็นไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคติดต่อที่ร้ายแรงที่เป็นอันตรายถึงแก่ชีวิต ที่มีการแพร่ระบาดครั้งแรกในประเทศจีนที่เป็นที่เริ่มต้นของการแพร่ระบาดและแพร่ไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุขของไทย ได้ออกประกาศว่า "โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019" หรือ "โรคโควิด 19" เป็นโรคติดต่ออันตรายตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 เพื่อประโยชน์ในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคติดต่ออันตราย ประกาศฉบับนี้ ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มีนาคม 2563 ซึ่งสาระสำคัญของประกาศนี้คือ การกำหนดให้ประชาชน ผู้ประกอบการ เช่น โรงแรม มีหน้าที่ตามกฎหมายที่ต้องรายงานและแจ้ง เมื่อสงสัยหรือมีเหตุอันควรสงสัยว่าจะเป็น "โรคโควิด 19" ที่เป็นโรคติดต่ออันตราย ผู้ที่เดินทางกลับมาจากพื้นที่ที่มีการระบาด หรือมีโอกาสใกล้ชิดกับผู้ป่วย เมื่อมีอาการไข้ หรืออาการเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ ต้องให้ข้อมูลที่เป็นจริงกับแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่ สถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จึงเป็นเหตุการณ์ที่ทำให้ประชาชนไทยให้ความสนใจเป็นอย่างมาก

2. ผลการศึกษาการจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ของ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกการจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ของ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี โดยแบ่งเป็น 8 ข้อคำถาม ดังนี้

2.1 สถานการณ์ของไวรัสโคโรนา 2019 มองว่าเป็นภาวะวิกฤตที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยอย่างไร

ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา หรือ Covid-19 เป็นสาเหตุการเกิดขึ้นจากธรรมชาติที่ทำให้เกิดความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน และของรัฐอย่างกว้างขวางรุนแรง อีกทั้งสถานการณ์ของไวรัสโคโรนา 2019 ยังทำให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศ ส่งผลให้รัฐบาลต้องใช้มาตรการที่เข้มข้นเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยได้เริ่มใช้มาตรการขั้นต้นคือการล็อกดาวน์ ส่งผลให้

เศรษฐกิจหยุดชะงัก ซึ่งมาตรการต่าง ๆ นอกจากจะส่งผลกระทบต่อการค้าเงินชีวิตของประชาชนแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย ซึ่งประเทศไทยเริ่มได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 มาตั้งแต่ต้นปี พ.ศ. 2563 โดยนับเป็นสถานการณ์วิกฤตที่เกิดจากโรคอุบัติใหม่ ที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทย ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา และศาสนา เรียกได้ว่า ผลกระทบของภาวะวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 นั้นเกิดขึ้นกับทุกมิติของประเทศไทย

2.2 ในสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 มีการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร เพื่อเผยแพร่อย่างไร

ผลการวิจัยพบว่า สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อทำหน้าที่เฉพาะในการสื่อสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ประกอบด้วย ข้าราชการ พนักงานราชการ และบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และมีศักยภาพ เพื่อสร้างความเป็นเอกภาพในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างสร้างสรรค์ และคณะทำงานดังกล่าวยังมีอำนาจในการกำหนดแนวทางในการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบข้อมูล ข่าวสารของสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ Face book Fan page และสื่อหลักอื่น ๆ ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี เช่น สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์กรมประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อสารไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็ว และประชาชนได้รับรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียด ในวงกว้าง ประชาชนจึงให้ความสนใจและติดตามข้อมูลข่าวสารจากสื่อออนไลน์ Face book Fan page และสื่อหลักอื่น ๆ ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี

2.3 ทำไมถึงเลือกใช้ Face book เป็นสื่อในการสื่อสารนโยบายของรัฐบาล

ผลการวิจัยพบว่า สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี เป็นสื่อสารมวลชนภาครัฐที่ต้องให้ข้อมูล ข่าวสาร ข้อเท็จจริงกับประชาชน จำเป็นต้องมีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงองค์การให้มีโครงสร้างในลักษณะที่ยืดหยุ่น สอดคล้องกับบริบทของสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่เป็นปรากฏการณ์และทิศทางการสื่อสารสมัยใหม่ของโลกในอนาคต การสื่อสารข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ให้ประชาชนรับทราบได้อย่างทั่วถึง ทำให้เกิดผลดีคือประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและ

พฤติกรรมของประชาชนคนไทยที่นิยมใช้สื่อ Face book เป็นจำนวนมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด การที่สำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐให้ความสนใจโดยเข้าไปดำเนินการใช้สื่อออนไลน์ Face book เพื่อสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ประชาชนได้ทราบข้อมูลอย่างรวดเร็วและทั่วถึง และมีความรู้ดีกว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือเพราะสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี เป็นหน่วยงานของรัฐ อีกทั้งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อออนไลน์ Face book ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี เป็นวิธีการปรับกระบวนการสื่อสาร โดยเริ่มจากสิ่งที่ประชาชนอยากรู้ สิ่งที่ประชาชนต้องการ ซึ่งเป็นการสื่อสารยุคใหม่ ที่หน่วยงานสื่อต่าง ๆ ต้องปรับตัวให้เข้ากับบริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

2.4 การสื่อสารโดยใช้ Face book ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี มีการเลือกใช้สื่อประเภทใดบ้าง

ผลการวิจัยพบว่า สำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี ใช้สื่อออนไลน์ Face book เพื่อนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 เป็นข้อมูลวิชาการทางการแพทย์ ที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการบริหารจัดการโดยการนำข้อมูลทางการแพทย์ทั้งหมดมาศึกษา และวิเคราะห์อย่างละเอียดจนเกิดความเข้าใจเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 อย่างถ่องแท้ แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาทำเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี โดยทำการผลิตเป็นรายการโดยใช้วิธีการ โพสต์ข่าว ตกแต่งภาพกราฟิก สถิติ ตัวอักษรให้กระชับแต่ยังคงความครบถ้วนของข้อมูล ข่าวสารเพื่อให้ประชาชนเข้าใจได้ง่าย และประชาชนสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง สำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี นำข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จาก Face book Live, คลิปวิดีโอ, อินโฟกราฟฟิก มานำเสนอในสื่อออนไลน์ Face book Fan page ทำให้ประชาชนเข้าใจในแต่ละประเด็นได้อย่างชัดเจนไม่เกิดความสับสน เนื้อหาที่สื่อสารในแต่ละครั้งไม่ยาวจนเกินไป กระชับและมีความชัดเจน ทำให้ประชาชนสามารถซึมซับความรู้เกี่ยวกับไวรัสโคโรนา 2019 และมีความเข้าใจอย่างถูกต้องเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019

2.5 สื่อประเภทใดที่ได้รับความสนใจจากประชาชนมากที่สุด เพราะเหตุใด

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนให้ความสนใจสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี มากที่สุด เพราะระบบอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ (Social

Media) มีการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ก่อให้เกิดวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีของสื่อสังคมออนไลน์หลากหลายประเภท ปัจจุบัน Social Media เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเฉพาะกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งประชาชนกลุ่มต่าง ๆ มีการใช้ Social Media เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างประชาชนด้วยกันอย่างแพร่หลาย และ Social Media ยังมีบทบาทกับระบบการสื่อสารของภาครัฐด้วย โดยสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการประยุกต์ใช้ Social Media ให้เข้ากับบทบาทหน้าที่ในการให้ความรู้กับประชาชน โดยนำ Social Media คือสื่อ Face book ที่กำลังเป็นที่นิยมของประชาชนมาเป็นช่องทางในการจัดการข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 อย่างมีระบบ และมีประสิทธิภาพเพื่อให้ทันต่อยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป สื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี สามารถสื่อสารไปถึงประชาชนได้ง่าย สะดวก และมีความรวดเร็วสอดคล้องกับพฤติกรรมและการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชน

2.6 ในการทำสื่อแต่ละประเภทต้องมีจุดเด่นอย่างไร

ผลการวิจัยพบว่า สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ซึ่งเป็นสื่อสารมวลชนของรัฐมีการปรับตัวโดยการนำแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และหลักการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 โดยการนำสื่อสังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ค (Face book) มาเป็นสื่อ และใช้เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถสร้างความรวดเร็วในการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อให้เกิดการกระจายข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ในหมู่ประชาชนแค่เพียงประชาชนกดไลค์ หรือกดแชร์ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 นั้นก็จะถูกกระจายออกไปอย่างรวดเร็ว และง่ายดาย ด้วยเหตุผลนี้ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี จึงใช้สื่อสังคมออนไลน์ Face book และสร้าง Face book pan page ด้วยลักษณะที่โดดเด่นของสื่อสังคมออนไลน์ Face book ที่เต็มไปด้วยประชาชนที่เป็นกลุ่มคนที่พร้อมจะสนใจ และเข้ามารับรู้ข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จากสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี การเลือกใช้สื่อออนไลน์ Face book สามารถทำให้ประชาชนทั่วไปที่สนใจมีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ได้ง่ายขึ้น และกลุ่มประชาชนเหล่านี้จะเป็นผู้ที่สื่อสารข้อมูลเหล่านี้ไปสู่บุคคลใกล้ชิดต่อกันไปเรื่อย ๆ อันเป็นผลดีต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ประชาชนเกิดความตระหนักในการดูแล ป้องกันตนเองไม่ให้เป็นผู้ติดเชื้อหรือเป็นผู้ป่วย เมื่อประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศไม่เป็นผู้ป่วยหรือผู้ติดเชื้อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของประชาชนส่วนใหญ่กลับเข้าสู่ภาวะปกติก็จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

2.7 โซเชียลมีเดีย จะมีประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐอย่างไร

ผลการวิจัยพบว่า สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการเสนอสถานการณ์ที่เป็นเหตุการณ์วิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ปรากฏว่ามีจำนวนผู้ติดตาม Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี เพิ่มขึ้นในช่วงที่เกิดเหตุการณ์มากกว่า 300,000 คน เป็นปรากฏการณ์ที่พิสูจน์ให้เห็นชัดเจนว่าสื่อสังคมออนไลน์มีประโยชน์อย่างมากในการนำเสนอเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะเหตุการณ์วิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 ที่หน่วยงานภาครัฐควรจะต้องมีการทบทวนถึงแผนการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับประชาชน ด้วยคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นสื่อที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 สามารถกระจายออกไปสู่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว และกว้างขวาง สามารถทำให้ประชาชนเกิดการรับรู้ จนกระทั่งประชาชนเกิดการเรียนรู้ จนถึงการที่ประชาชนมีความรู้มากอย่างเพียงพอ ความรู้ดังกล่าวจะทำให้ประชาชนค่อย ๆ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ทักษะ ค่านิยม ไปในทิศทางที่ถูกต้อง คือ ประชาชนสามารถป้องกัน ดูแล และรักษาตนเองให้ปราศจากโรคติดต่อที่เกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ตามเป้าหมายของรัฐ หรือที่สังคมคาดหวัง

2.8 สถานการณ์วิกฤติ ถือว่าเป็นโอกาส ของหน่วยงานภาครัฐในการสร้างความเชื่อมั่นต่อประชาชนที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างไร

ผลการวิจัยพบว่า วิกฤติไวรัสโคโรนา 2019 ถือว่าเป็นเรื่องใหญ่และมีความร้ายแรงที่ส่งกระทบต่อประชาชนจำนวนมาก แต่เดิมประชาชนคนส่วนใหญ่ในสังคมไทย มีพฤติกรรมการติดตามข่าวสารจากสำนักข่าวต่าง ๆ ที่เป็นทางการ โดยตรงซึ่งมีการตรวจสอบแหล่งที่มาที่ไปของข้อมูลข่าวสารได้ดีในระดับหนึ่ง แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาจนเกิดความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก และประชาชนไทยมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับสาร มาเป็นวิธีการเปิดรับสาร เช่น อ่านข่าวสารจากหน้า Feed บนเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ หรือการอ่านข้อความที่ถูกส่งต่อกันทางแชท ของแอปพลิเคชันไลน์ การสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็วทำให้เกิดการขาดความไตร่ตรองในข่าวสารที่ได้รับ และด้วยพฤติกรรมพื้นฐานของมนุษย์ที่มักมีแนวโน้ม เชื่อในสิ่งที่เราเชื่ออยู่แล้ว ทำให้ข่าวสารที่ไม่ถูกต้องในข้อเท็จจริง (Fact) แต่ถูกใจคนอ่าน ได้รับความนิยมนำไปด้วย ให้สังคมไทยเผชิญปัญหามากมายทั้งการสร้างเรื่องราวให้เกิดความเข้าใจผิด การหลอกลวงให้เกิดความเสียหาย รวมไปถึงการสร้างข่าวเท็จ ที่ส่งผลให้เกิดการเสียหายต่อบุคคลและองค์กร การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยทั่วไปอาจทำให้ประชาชนเกิดความสับสน เนื่องจากว่าสื่อออนไลน์ส่วนใหญ่ไม่ผ่านการกลั่นกรองหรือตรวจสอบหรือผู้ที่ใช้สื่อออนไลน์ขาดความรู้ ความ

เข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่ควรนำเสนอ ทำให้ข้อมูลที่นำเสนอเป็นเรื่องจริงบ้าง มีข่าวปลอมบ้าง แต่โดยนิสัยของมนุษย์ย่อมต้องการแสวงหาความจริง และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อออนไลน์ Face book Pan Page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี นั้นตรงกับมุมมองของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย คือความต้องการบริโภคข่าวสารที่มีผลกระทบอย่างรุนแรงอย่างเหตุการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ได้สร้างคอนเทนต์จากมุมมองขององค์กร และสร้างคอนเทนต์จากมุมมองของประชาชนผู้รับสาร ที่ประชาชนเกิดความวิตก และหวาดกลัว อยากรับความปลอดภัยอยากได้ความมั่นใจว่าตัวเลขผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นหรือลดอย่างไร สถานการณ์เป็นอย่างไร เพราะมันกระทบกับชีวิตของประชาชนโดยตรง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ทางสื่อออนไลน์ Face book Pan Page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการคัดกรอง ตรวจสอบว่าเป็นความจริง และมีความน่าเชื่อถือ ประชาชนจึงเกิดความเชื่อมั่นต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ทางสื่อออนไลน์ Face book Pan Page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี

อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จาก Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี

1. การวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ด้านความสอดคล้อง (timeliness) หรือความรวดเร็ว (immediacy) พบว่า สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการนำเสนอสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ในรูปแบบการรายงานข่าวผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page ที่เป็นภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง ข้อมูล สถิติ ตัวเลข ข่าวสาร ผู้ติดเชื้อ และจำนวนผู้ป่วย จากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จากทั่วภูมิภาคของไทย และจากทั่วโลก เพื่อสื่อสารให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถดูแลป้องกันตนเองให้ปราศจากการติดเชื้อ และผ่านพ้นเหตุการณ์หรือสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ไปได้ด้วยดี สถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 มีความสำคัญจำเป็นและเร่งด่วนที่ต้องกระทำอย่างรวดเร็วเพื่อสื่อสารกับประชาชน ส่งผลทำให้ประชาชนมีข้อมูลที่ใช้ในการป้องกัน ดูแลรักษาตนเอง การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page เป็นการรายงานสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างรวดเร็วสามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชนได้อย่างทันที่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสริมสิริ นิลดำ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง คุณค่าข่าวในวิกฤตการณ์ทางสุขอนามัย กรณีศึกษาวิกฤตการณ์ไข้หวัดนก ที่พบว่า ความรวดเร็วในการนำเสนอ เป็นองค์ประกอบด้านคุณลักษณะการนำเสนอที่มีคุณค่าควรเป็นข่าวเป็นอันดับแรก วิกฤตการณ์ไข้หวัดนก เป็นเหตุการณ์ที่สมควร

เสนอเป็นข่าวด้วยความรวดเร็วเป็นการรายงานข่าวในลักษณะปรากฏการณ์รายวัน และการเผยแพร่องค์ความรู้ของโรค ซึ่งถูกประเมินว่าสมควรเสนอในระดับมาก โดยมีเหตุผลว่า เชื้อไขหวัดนกซึ่งเป็นโรคที่มีกำเนิดในสัตว์ปีกสามารถติดต่อ และความรุนแรงของโรคสามารถทำให้เสียชีวิตได้รวมทั้งวิวัฒนาการของเชื้อไวรัสไขหวัดนกเองที่มีการพัฒนาตัวเองอยู่ตลอดเวลา ทำให้ยารักษาโรคและวัคซีนไม่อาจควบคุมการแพร่ระบาดได้ ความจำเป็นที่จะเสนอข่าวสารอย่างรวดเร็วเกี่ยวกับการพบพื้นที่ที่เกิดการระบาดหรือพื้นที่เสี่ยง และบุคคลที่สงสัยว่าติดเชื้อไขหวัดนก รวมทั้งให้องค์ความรู้ในเรื่องโรค จะทำให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ โรคที่ถูกต้อง มีพฤติกรรมที่เหมาะสม และให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการควบคุมโรค และยังสอดคล้องกับแนวคิดความสำคัญของการสื่อสารที่มีต่อความเป็นสังคมของ Niditch (1975) ที่กล่าวว่า การสื่อสารคือเครื่องมือในการรายงานความเคลื่อนไหวของสังคมและควบคุมสังคม ด้วยเหตุที่สังคมประกอบด้วยส่วนย่อยหรือหน่วยย่อยต่าง ๆ มากมายซึ่งเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกในสังคม ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวใด ๆ ในสังคมจึงส่งผลกระทบต่อสมาชิกในสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทในการรายงานเหตุการณ์ทั้งหลายให้สมาชิกได้รับทราบเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความสับสนวุ่นวาย จนส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของสังคม อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Schramm (1949) ที่ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่มนุษย์ใช้เป็นเครื่องมือ ว่าหมายถึงวัตถุประสงค์ซึ่งผู้ส่งสารไม่ได้หวังจะให้เกิดผลขึ้นแก่ตนและผู้รับสารโดยตรงและทันทีทันใด แต่ผู้ส่งสารมุ่งหวังว่าผู้รับสารจะนำข่าวสารข้อมูลที่ได้รับนั้นไปเป็นจุดเริ่มต้น หรือเป็นเครื่องมือทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม หรือนำไปเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจหรือใช้ในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ต่อไป

2. การวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ด้านความใกล้ชิด (proximity or nearness) พบว่า การนำเสนอสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการอธิบายให้ประชาชนทราบถึงความเป็นมาของสถานการณ์หรือเหตุการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และมีการนำเสนอให้เห็นว่าไวรัสโคโรนา 2019 สามารถติดต่อได้อย่างง่ายดายเพียงแค่อู่ใกล้ หรือได้สัมผัสกับผู้ที่มีเชื้ออยู่ในร่างกาย และมีการรายงานการเกิดการแพร่ระบาดขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกว่าแหล่งที่เกิดการแพร่ระบาดเป็นภูมิศาสตร์ที่เป็นพื้นที่ที่ใกล้ชิดกับตนเอง ทำให้ประชาชนมีความรู้สึกที่ไวรัสโคโรนา 2019 เป็นเรื่องใกล้ตัวและมีความใกล้ชิดที่อาจส่งผลกระทบต่อร่างกายจนกลายเป็นผู้ติดเชื้อ หรือกลายเป็นผู้ป่วย อีกทั้งการนำเสนอสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ทางสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ยังมีลักษณะการนำเสนอที่ทำให้ประชาชนมีความรู้สึกที่คนป่วยที่ติด

เชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ต้องเผชิญกับความทุกข์ทรมานทั้งทางร่างกายและจิตใจ และมีความเป็น คนไทยด้วยกัน พวกเราคนไทยต้องเห็นใจกัน ดูแลซึ่งกันและกัน การนำเสนอในลักษณะนี้ทำให้ ประชาชนมีความรู้สึกจึงเป็นความใกล้ชิดทางด้านจิตใจด้วย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสริม สิรี นิลคำ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง คุณค่าข่าวในวิกฤตการณ์ทางสุขอนามัย กรณีศึกษาวิกฤตการณ์ ไข้หวัดนก ที่พบว่า นอกจากความรวดเร็วในการนำเสนอแล้ว ยังมีองค์ประกอบหลายประการที่ เกี่ยวข้องกับวิธีการนำเสนอและความสำคัญหรือน่าสนใจของเนื้อหา อาทิ ความสดทันเหตุการณ์ (Timelines) ความดึงดูดทางสายตา (Visual Attractiveness) ความสั้นกระชับ (Brevity) ฯลฯ ซึ่งผล การศึกษานี้ก็ยังพบอีกว่า การนำเสนอที่รวดเร็วต้องสัมพันธ์กับองค์ประกอบคุณค่าของข่าวอื่น ๆ ด้วย เช่น การนำเสนอ ความรวดเร็วในการนำเสนอ ในผลการศึกษาไม่ได้หมายถึงการเสนอ เหตุการณ์เกิดขึ้นอย่างทันทีทันใดแต่เป็นความรวดเร็วในการเสนอข่าวกิจกรรมที่สร้างกำลังใจ การติดตามการบริหารงานของภาครัฐ และปรากฏการณ์รายวัน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การ เสนอข่าวในภาวะวิกฤตทางสังคม คุณลักษณะการนำเสนอด้านความรวดเร็วต้องมีเป้าหมายในเชิง สร้างสรรค์ ส่งผลต่อการแก้ปัญหา และการเตือนภัย อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ คาร์ล เอ. สไลเคิว (Slaikeu, 1984) ที่ได้อธิบายให้เห็นถึงลักษณะข้อมูลที่มีลักษณะที่ทำให้ผู้รับสารมี ความรู้สึกว่าเป็นเรื่องใกล้ตัวหรือมีความใกล้ชิด สถานการณ์ที่จะบ่งชี้ว่ากำลังอยู่ในภาวะวิกฤติว่ามี องค์ประกอบเหตุการณ์ซึ่งมีลักษณะฉุกเฉินมีผลกระทบกระเทือนต่อสภาพร่างกายและจิตใจจำเป็น ที่จะต้องมีการแก้ไขอย่างเฉียบพลันอย่างเป็นขั้นเป็นตอน

3. การวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ด้านองค์ประกอบคุณค่าของข่าวด้านความสำคัญหรือความเด่น (prominence) พบว่า สื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการนำเสนอเกี่ยวกับสถานการณ์หรือ เหตุการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งเป็นโรคอุบัติใหม่ที่มีความร้ายแรงที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่ ค้นเคย การให้ความรู้ที่กระจ่างชัดเกี่ยวกับไวรัส โคโรนา 2019 เป็นความรู้เฉพาะด้าน สำนัก ประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี จึงใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะหรือผู้รับผิดชอบโดยตรง คือ มีการนำข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 มาจากศูนย์บริหารสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส โคโรนา 2019 (ศบค.) ซึ่งเป็นแหล่งข่าวหลักที่มีหน้าที่ รับผิดชอบการสื่อสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 แหล่งเดียวที่มีความน่าเชื่อถือ เพื่อ ชักจูงใจให้ประชาชนเกิดความรู้ จนเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อหรือค่านิยม เช่น การนำเสนอให้คนไทยหันมาดูแล ป้องกันตนเองและครอบครัว ตามที่รัฐบาลหรือหน่วยงานที่ รับผิดชอบเกี่ยวกับไวรัสโคโรนา 2019 แนะนำ สถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 เป็นเหตุการณ์ที่เกิด ขึ้นมาไม่นาน และเป็นสถานการณ์ที่มีความร้ายแรงจึงถูกนำเสนอเป็นข่าวตลอดเวลา ไวรัส

โคโรนา 2019 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสริมสิริ นิลดำ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง คุณค่าข่าวในวิกฤตการณ์ทางสุขอนามัย กรณีศึกษาวิกฤตการณ์ไข้หวัดนก ที่พบว่า ความรวดเร็วเป็นองค์ประกอบคุณค่าของข่าวซึ่งเป็นหัวใจสำคัญซึ่งการนำเสนออย่างรวดเร็วอาจสัมพันธ์กับองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น ความโดดเด่นหรือมีชื่อเสียงของบุคคล และอื่น ๆ และยังพบว่าองค์ประกอบของหลักคุณค่าข่าวที่พบในการศึกษามีคุณลักษณะบางประการที่มีความเชื่อมโยงกับหลักคุณค่าข่าวดั้งเดิม อาทิ ในองค์ประกอบ การแก้ปัญหาของรัฐ ซึ่งองค์ประกอบนี้มีความสัมพันธ์ด้านคุณลักษณะของข้อมูลกับองค์ประกอบของหลักคุณค่าข่าวดั้งเดิมในด้านความสำคัญ (Prominence) ซึ่งหมายถึงความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของบุคคล องค์กร สถานที่ หรือสถานการณ์ที่เป็นข่าว อีกทั้งยังสอดคล้องกับ อัจฉรา ปัทมานนวงศ์(2563) ที่ได้เสนอแนวคิด เรื่องการสื่อสารจากแหล่งเดียวอย่างเป็นทางการ ในช่วงระหว่างเกิดสถานการณ์วิกฤตการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 เมื่อต้นปี 2563 โดยระบุว่ารัฐบาลควรใช้การสื่อสารจากแหล่งเดียวอย่างเป็นทางการ เน้นการสื่อสารด้วยการเขียน และสื่อสารผ่าน Owned Media ในภาวะวิกฤต เพื่อควบคุมความถูกต้องของเนื้อหา สร้างความชัดเจนในการสื่อสาร ซึ่งถ้าทำได้ แหล่งข่าวนี้อาจเป็นที่พึ่งด้านข่าวสารของสื่อมวลชนและประชาชน ได้อย่างน่าพอใจ โดยในด้านการสื่อสารนั้น ทีมบริหารจะต้องมีการจัดการที่มีแผนงานรัดกุม รวบรวมข้อมูลทุก อย่างเข้ามาในศูนย์บัญชาการกลาง และสื่อสารสู่สังคมตามช่องทางที่มีประสิทธิภาพ ที่สำคัญต้องเป็น One team One voice สื่อสารตรงกัน ไม่ขัดแย้งกัน ไม่ควรแหล่งสื่อสารมากกว่า 1 แหล่ง เพื่อให้เกิดข้อมูลข่าวสารเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (single message)

4. การวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 องค์ประกอบคุณค่าของข่าวด้านผลกระทบกระเทือน (consequence or impact) พบว่า สื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการรายงานสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดการระบาดในขณะนี้ให้ประชาชนชนจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์ที่อาจมีระยะเวลาที่ยาวนาน อดทนและประหยัดเพื่อให้สามารถผ่านเหตุการณ์ครั้งนี้ไปได้ และมีการรายงานจำนวนประชาชนที่จะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 คือ ประชาชนที่เป็นแรงงานในภาคอุตสาหกรรมจะได้รับผลกระทบมากถึง 4.7 ล้านคน ซึ่งจำนวน 1.1 ล้านคน มีความเสี่ยงที่จะตกงาน และอีก 3.6 ล้านคนมีความเสี่ยงที่รายได้จะลดลงอย่างมาก และเศรษฐกิจโดยรวมของไทยในปี 2563 เติบโตต่ำกว่าปี 2562 สถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ก่อให้เกิดผลกระทบต่อความรู้สึกของประชาชนในวงกว้าง ประชาชนจึงให้ความสนใจติดตามข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 จากสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี เป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสริมสิริ นิลดำ

(2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง คุณค่าข่าวในวิกฤตการณ์ทางสุขอนามัย กรณีศึกษาวิกฤตการณ์ไข้หวัดนก ที่พบว่า องค์ประกอบคุณค่าของข่าวด้านผลกระทบ ถูกประเมินว่าสมควรเสนอเป็นข่าวในระดับมาก ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อผู้บริโภคทั้งด้านการบริโภคสัตว์ปีก และสุขภาพจิต ต่อผู้ประกอบการรายย่อยและผู้ประกอบส่งออกสัตว์ปีกและผลิตภัณฑ์จากสัตว์ปีก ตลอดจนสถิติต่าง ๆ ที่แสดงถึงผลของการแพร่ระบาด องค์ประกอบด้านผลกระทบนี้สัมพันธ์กับองค์ประกอบด้านความเข้าอารมณ์ เพื่อช่วยสร้างความเห็นใจ ลดความหวาดระแวง และเป็นการปลอบประโลมทางสังคม ช่วยเพิ่มพูนความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์เหล่านั้น และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ พิศิษฐ์ ชวลาธวัช (2549) ที่กล่าวว่านักวิชาการด้านวารสารศาสตร์หลายคนได้จำแนกองค์ประกอบของข่าว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของข่าวไว้แตกต่างกันไป ซึ่งองค์ประกอบข่าวที่ใช้ในการพิจารณาคุณค่าของข่าวมีอยู่ 10 องค์ประกอบ และคุณค่าด้านผลกระทบก็เป็น 1 ใน 10 องค์ประกอบสำคัญ ที่ใช้วัดค่าความเป็นข่าวโดยพิจารณาจากผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสาธารณชนว่าเกิดผลกระทบในวงกว้างมากแค่ไหน หรือเกิดเฉพาะคนกลุ่มใด อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สุทธิชัย หยุ่น ที่ได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ภาวะวิกฤต Covid-19 ผ่านไทยรัฐออนไลน์ เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2562 ไว้ว่าทำให้วิถีชีวิตของผู้คนไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป เนื่องจากเป็นตัวเร่งให้กระบวนการของการปรับตัวนั้นเร็วขึ้น กลายเป็นบทเรียนให้เราต้องออกจาก Comfort Zone และปรับตัวโดยไม่สามารถรอเวลาได้ เพราะไม่มีใครตอบได้ว่าเหตุการณ์นี้จะจบลงเมื่อไรหรือจบอย่างไร ซึ่งวิถีชีวิตของคนจากนี้ไปจะไม่เหมือนเดิม เนื่องจากจะสามารถใช้สื่อเพื่อสื่อสารแก้ปัญหา นำไปสู่การใช้ชีวิต ในวิถีชีวิตใหม่ได้อย่างจริงจัง โดยในอนาคตคาดว่าจะมีการสื่อสารแบบไฮบริดนี้ เป็นการสื่อสารทั้งแบบเดิมและแบบใหม่ผสมผสานกัน

5. การวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 องค์ประกอบคุณค่าของข่าวด้านความมีเงื่อนงำหรือมีความซับซ้อน (suspense or mystery) พบว่าสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการจัดการให้ข้อมูลข่าวสารไวรัสโคโรนา 2019 ทั้งภาพ เสียง ตัวอักษร และสิ่งที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ให้ปรากฏในรายการเพื่อนำเสนออย่างลงตัวตามความหลักการเรื่องของเอกภาพในการนำเสนอรายงานข่าวผ่านสื่อออนไลน์ ความเป็นเอกภาพของการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ไม่ได้เพียงแต่นำเสนอด้วยภาพ เสียง และตัวอักษรที่มีลักษณะสอดคล้องกันเพียงอย่างเดียว แต่มีการนำเสนอภาพ เสียง และตัวอักษรที่มีลักษณะของความขัดแย้งด้วย หรือไม่ไปในทิศทางเดียวกันทั้งนี้เมื่อภาพ เสียง และตัวอักษรมีความขัดแย้งกัน สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ได้มีการจัดให้มีผสมผสานโดยการเชื่อมโยงด้วยการใช้การแทรกสี เส้น แสง เงา เพื่อเป็นตัวเชื่อมให้ความขัดแย้งระหว่างภาพ เสียง และตัวอักษรในรายงานเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 นั้นให้มีความเหมาะสม ความเป็น

เอกภาพนี้ยังทำให้เนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page เป็นเรื่องราวสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน การนำเสนอในลักษณะนี้ทำให้ประชาชนรู้สึกว่าการแพร่ระบาดอย่างรุนแรงที่เกิดขึ้นมีเงื่อนงำและมีความซับซ้อน ทำให้ประชาชนเกิดความอยากรู้อยากเห็น เพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ถูกปิดบังซ่อนเร้นนั้น เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อ การเสียชีวิต และแหล่งของการแพร่ระบาด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสริมสิริ นิลคำ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง คุณค่าข่าวในวิกฤตการณ์ทางสุขอนามัย กรณีศึกษาวิกฤตการณ์ไข้หวัดนก ที่พบว่า ข้อมูลความขัดแย้งที่เกิดขึ้นทั้งความขัดแย้งเรื่องของแนวคิดและมาตรการในการแก้ไขปัญหาของภาครัฐ และความขัดแย้งเรื่องความรู้ทางวิชาการเกี่ยวกับเชื้อไข้หวัดนก ซึ่งเหตุของความขัดแย้งนั้นอาจเกิดจากการนำเสนอข้อมูล เนื้อหา ข่าวสารที่มีลักษณะของความเงื่อนงำหรือมีความซับซ้อน เมื่อใดข่าวสารในสังคมถูกนำเสนอด้วยการตีความเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นคนละกรอบหรือใช้หลายกรอบในการตีความจะทำให้สังคมเกิดมุมมองที่ทำให้ถูกคิด ประชาชนจะมีการพิจารณาข้อมูลของแต่ละส่วน แต่ละฝ่ายอย่างละเอียดรอบคอบมากยิ่งขึ้น และยังสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบของคุณค่าข่าวของ จำเริญ คังคะศรี (2549) ที่อธิบายว่า บางครั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอาจมีเบื้องหลังที่ลึกซึ้งและมีความซับซ้อน คือข้อมูลนั้นมีความไม่ชัดเจนเป็นเงื่อนงำ ข่าวที่มีลักษณะเช่นนี้ประชาชนจะให้ความสนใจอยากรู้อยากเห็นเป็นจำนวนมาก และสื่อมวลชนมักให้ความสนใจขุดคุ้ยและนำมาตีแผ่เสนอเป็นข่าวติดต่อกันเป็นเวลาหลาย ๆ วัน

6. การวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 องค์ประกอบค่าของข่าวด้านองค์ประกอบค่าของข่าวด้านปฏิกิริยาสนใจ (human interest) พบว่าสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการนำข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization :WHO) มาเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนรับทราบว่าไวรัสโคโรนา 2019 เป็นโรคติดต่อที่ร้ายแรงที่เป็นอันตรายถึงแก่ชีวิต ที่มีการแพร่ระบาดครั้งแรกในประเทศจีนที่เป็นที่เริ่มต้นของการแพร่ระบาดและแพร่ไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุขของไทย ได้ออกประกาศว่า "โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019" หรือ "โรคโควิด 19" เป็นโรคติดต่ออันตรายตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 เพื่อประโยชน์ในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคติดต่ออันตราย ประกาศฉบับนี้ ซึ่งมีผลบังคับใช้ในวันที่ 1 มีนาคม 2563 ซึ่งสาระสำคัญของประกาศนี้คือการกำหนดให้ประชาชน ผู้ประกอบการ เช่น โรงแรม มีหน้าที่ตามกฎหมายที่ต้องรายงานและแจ้งเมื่อสงสัยหรือมีเหตุอันควรสงสัยว่าจะเป็น "โรคโควิด 19" ที่เป็นโรคติดต่ออันตราย ผู้ที่เดินทางกลับมาจากพื้นที่ที่มีการระบาด หรือมีโอกาสใกล้ชิดกับผู้ป่วย เมื่อมีอาการไข้ หรืออาการเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ ต้องให้ข้อมูลที่จริงกับแพทย์ พยาบาล และเจ้าหน้าที่ สถานการณ์ไวรัส

โคโรนา 2019 จึงเป็นเหตุการณ์ที่ทำให้ประชาชนไทยให้ความสนใจเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสริมสิริ นิลดำ (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง คุณค่าข่าวในวิกฤตการณ์ทางสุขอนามัยกรณีศึกษาวิกฤตการณ์ไข้หวัดนก ที่พบว่า องค์ประกอบความรู้เกี่ยวกับโรค มีคุณค่าความเป็นข่าวอยู่ในระดับมาก การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ในอาการของคนและสัตว์ที่ติดเชื้อไวรัสไข้หวัดนก พาหะของเชื้อไวรัสไข้หวัดนกที่นำไปสู่การติดเชื้อในสัตว์ปีกและคน ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการระบาดของโรคไข้หวัดนกมาสู่คน และวิธีการที่จะควบคุมการแพร่ระบาด ด้วยเหตุที่ว่าไข้หวัดนกเป็นโรคอุบัติใหม่ประชาชนไทยยังขาดความรู้ไม่มีประสบการณ์ในการรับมือ และระดับความรุนแรงของโรคถึงขั้นสูญเสียชีวิต สังคมไทยจึงต้องการความรู้ ความเข้าใจที่จะจัดการกับปัญหา และสอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบของคุณค่าข่าวของ จำริญ คังคะศรี (2549) ที่อธิบายว่า เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นแล้วทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกสะเทือนอารมณ์ (emotion) ต่อเหตุการณ์หรือมีความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าวด้วย เช่น เห็นอกเห็นใจ เสรี โศกเสียใจ กลัวหรือหวาดระแวงว่าสักวันหนึ่งอาจเกิดขึ้นกับตัวเองได้ ข่าวที่ก่อให้เกิดความรู้สึกสะเทือนอารมณ์ดังกล่าวนี้ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสนใจอยากรู้สาเหตุที่แท้จริงว่าเนื่องจากอะไรถือได้ว่าเป็นข่าวที่ป้อนชนทั่วไปสนใจจึงนับว่ามีคุณค่าข่าวสูง

ส่วนที่ 2 การศึกษาการจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี

1. การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ด้านสถานการณ์ของไวรัสโคโรนา 2019 มองว่าเป็นภาวะวิกฤตที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยอย่างไร พบว่า สถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา หรือ Covid-19 เป็นสภาวะเหตุการณ์เกิดขึ้นจากธรรมชาติที่ทำให้เกิดความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน และของรัฐอย่างกว้างขวางรุนแรง อีกทั้งสถานการณ์ของไวรัสโคโรนา 2019 ยังทำให้เกิดความเสียหายต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศ ส่งผลให้รัฐบาลต้องใช้มาตรการที่เข้มข้นเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยได้เริ่มใช้มาตรการขั้นต้นคือการล็อกดาวน์ ส่งผลให้เศรษฐกิจหยุดชะงัก ซึ่งมาตรการต่าง ๆ นอกจากจะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของประชาชนแล้วยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจ และเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย ผลกระทบดังกล่าวเกิดขึ้นกับทุกมิติของประเทศไทย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพัตรา รุ่งรัตน์, ชูลีฟกอร์ มาโซ และยุทธนา กาเดิม (2563) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากสถานการณ์โควิด 19 ของประชาชนในเขต เทศบาลเมืองยะลา จังหวัดยะลา ที่พบว่า โรคอุบัติใหม่ไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจและสังคม ในภาพรวมอยู่ในระดับ

ปานกลาง ประชาชนมีการปรับตัว โดยการสวมหน้ากากอนามัยเพื่อไม่ให้รับเชื้อโควิด 19 ล้างมือ ด้วยสบู่ก่อนและหลังปรุงอาหาร พกแอลกอฮอล์เจลบางครั้ง และเว้นระยะเพื่อลดระยะเวลาการอยู่ในพื้นที่สาธารณะ แต่เห็นว่าวิธีดังกล่าวช่วยลดโอกาสการระบาดของโรคโควิด 19 ได้ปานกลาง และยังไม่เชื่อมั่นในการปฏิบัติตัว เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ตามแนวทางของกระทรวงสาธารณสุข แนวทางในการแก้ปัญหาผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยการช่วยเหลือเงินเยียวยา การส่งเสริมสร้างอาชีพ การใช้มาตรการช่วยเหลือเกี่ยวกับค่าครองชีพ แนวทางในการแก้ปัญหาผลกระทบทางสังคม ทั้งแนวทางดูแลด้วยตัวประชาชนเอง ได้แก่ การดูแลสุขภาพ ลดการพบปะในสถานที่สาธารณะ ทุกคนในสังคมต้องเข้าใจซึ่งกันและกัน ส่วนแนวทางการส่งเสริมสุขภาพของประชาชนโดยภาครัฐ ได้แก่การแจกหน้ากากอนามัยให้ทั่วถึง ส่งเสริมให้คนในชุมชนหันมาออกกำลังกาย การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลการปฏิบัติเพื่อตนเอง การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรักษาโรค และปรับปรุงเรื่องการรักษาทางการแพทย์ และยังคงสอดคล้องกับแนวทางการปฏิบัติการประชาสัมพันธ์ภาวะวิกฤติของกรมประชาสัมพันธ์ (2545) ได้กล่าวถึงการบริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤติไว้ว่า การบริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤติมีความหมายครอบคลุมถึงการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร และการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ การบริหารจัดการภาวะวิกฤติให้เป็นผลสำเร็จโดยที่จะรักษาชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือขององค์กรหรือสถาบันนั้นไว้ได้จำเป็นจะต้องเข้าใจถึงธรรมชาติของภาวะวิกฤติ ในส่วนเหตุการณ์ที่มีความรุนแรงสูงมีผลกระทบรุนแรงต่อชีวิตทรัพย์สินหรือชื่อเสียงองค์กรไม่ว่าจะมีอำนาจในการรับมือหรือไม่ ต้องให้ความสนใจอย่างเร่งด่วน โดยจะต้องรีบดำเนินการแก้ไขตามแผนการรับมือภาวะวิกฤติอย่างเคร่งครัด หากยังไม่มีแผนการรับมือก็ต้องระดมผู้มีอำนาจเกี่ยวข้องดำเนินการวางแผนในทันทีทั้งนี้ ปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วไม่สามารถจะไปแก้ไขอะไรได้มีเพียงแต่วิธีการทางประชาสัมพันธ์ที่จะเป็นการสื่อสารที่ลดความขัดแย้ง สร้างความเข้าใจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและไม่ทำให้วิกฤตการณ์ดังกล่าวบานปลายกลายเป็นปัญหาใหญ่ที่แก้ไขได้ยากกว่าเดิม

2. การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ด้านการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อเผยแพร่อย่างไร พบว่า สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการแต่งตั้งคณะทำงานเพื่อทำหน้าที่เฉพาะการสื่อสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ที่ประกอบด้วยข้าราชการ พนักงานราชการ และบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และมีศักยภาพในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 อย่างสร้างสรรค์ และคณะทำงานดังกล่าวยังมีอำนาจในการกำหนดแนวทางในการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบข้อมูลข่าวสารของสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ Face book Fan page และ

สื่อหลักอื่น ๆ ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี เช่น สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุโทรทัศน์กรมประชาสัมพันธ์ เพื่อสื่อสารสู่ประชาชนอย่างรวดเร็ว และประชาชนได้รับรู้ในวงกว้างต่อไป สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อิศริย์ อัครสุวพิชญ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารภาวะวิกฤตของบริษัท ปตท. กรณีน้ำมันรั่วที่อ่าวพร้าว จังหวัดระยอง พบว่า ความความคิดเห็นของประชาชนและพนักงานของบริษัท ปตท. มีทัศนคติต่อเรื่องดังกล่าวแตกต่างกัน ส่งผลให้การสื่อสารในภาวะวิกฤตครั้งนี้ไม่สามารถสัมฤทธิ์ผลได้เนื่องจากการที่บริษัทปตท. มองว่าการดำเนินงานของตนมีความเหมาะสมและเพียงพอแล้ว ทำให้องค์กรขาดความกระตือรือร้นและเพิกเฉยที่จะนำเสนอข้อมูลโดยยึดหลักการเข้าถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบอย่างจริงจัง ทำให้ผู้รับข่าวสารมองว่าการสื่อสารดังกล่าวไม่ได้แสดงให้เห็นถึงข้อเท็จจริง ฉะนั้นแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือการสื่อสารภาวะวิกฤติน้ำมันรั่วที่อ่าวพร้าว จังหวัดระยอง บริษัท ปตท. ควรที่จะมีแนวทางในการสื่อสารอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน และควรมองถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมโดยการแก้ไขปัญหาให้อยู่ในวงจำกัด โดยเร็วที่สุดเพื่อบรรเทาความรุนแรงและช่วยรักษาภาพลักษณ์ขององค์กรไว้เพื่อแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบ และการให้ความช่วยเหลืออย่างแท้จริง และยังสอดคล้องกับแนวคิดหลักการออกแบบอินโฟกราฟิกซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการข้อมูลเพื่อเผยแพร่ของ จงรัก เทศนา (2558) ที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีอินโฟกราฟิกไว้ว่าการแบ่งปันความรู้ในอินเทอร์เน็ต (Releasing it into the world) อินโฟกราฟิกส่วนใหญ่เผยแพร่แบ่งปันในอินเทอร์เน็ตมีแพร่หลายเป็นที่นิยม เป็นการทดสอบผลงานข้อมูลที่มีลักษณะที่น่าสนใจจะถูกอ่าน โดยบุคคลทั่วไป ข้อมูลที่ถูกตรวจสอบและพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญแล้วไม่ได้หมายความว่าเราจะเป็นผู้ค้นพบวิธีการเล่าเรื่องราว นั้น ถึงแม้ว่าผลงานจะเคยถูกเผยแพร่มาแล้ว การวิพากษ์วิจารณ์จากอินเทอร์เน็ตจะช่วยขยายข้อโต้แย้งและค้นพบวิธีการนำเสนอข้อมูลวิธีใหม่ได้ข้อคิดเห็นต่าง ๆ จะได้รับการปรับปรุงแก้ไข ผลงานที่ถูกวิจารณ์จากผู้เชี่ยวชาญมาสู่ตัวเราเหมือนเป็นรางวัลในการทำงาน การออกแบบที่ถูกถกถล่มกรองอย่างเข้มข้นเป็นส่วนหนึ่งที่จะสะกดผู้ชม

3. การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ด้านทำไมถึงเลือกใช้ Face book เป็นสื่อในการสื่อสารนโยบายของรัฐบาล พบว่า สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี เป็นสื่อสารมวลชนภาครัฐที่ต้องให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงกับประชาชน จำเป็นต้องมีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงองค์การให้มีโครงสร้างในลักษณะที่ยืดหยุ่นสอดคล้องกับบริบทของสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ เทคโนโลยี และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่เป็นปรากฏการณ์และทิศทางสื่อสารสมัยใหม่ของโลกในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและพฤติกรรมของประชาชนคนไทยที่นิยมใช้สื่อ Face book เป็นจำนวนมาก สำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐให้ความสนใจโดยเข้าไปดำเนินการ

ใช้สื่อออนไลน์ Face book เพื่อสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ประชาชนรู้สึกว่ามีเพื่อนที่เชื่อถือ และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อออนไลน์ Face book ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี เป็นวิธีการปรับกระบวนการสื่อสาร โดยเริ่มจากสิ่งที่ประชาชนอยากรู้ สิ่งที่ประชาชนต้องการ ซึ่งเป็นการสื่อสารยุคใหม่ที่หน่วยงานสื่อต่าง ๆ ต้องปรับตัวให้เข้ากับบริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ตฤณรัชช วงษ์ประเสริฐ และกุลทิพย์ ศาสตร์ระจิก (2559) ที่ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก (Face book) ของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการใช้งานเฟซบุ๊ก (Face book) 7 วันต่อสัปดาห์ มีการใช้งานมากกว่า 10 ครั้งต่อวัน และเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญต่อการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นในปัจจุบัน และยังสอดคล้องกับแนวคิดการใช้สื่อออนไลน์ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2560) ที่อธิบายถึงปัจจุบันว่าการสื่อสารของมนุษย์ได้รับการพัฒนาให้สื่อสารถึงกันอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น สื่อชนิดหนึ่งที่ใช้ใช้สามารถมีส่วนร่วมสร้าง และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ คือ social media ที่คนทั่วไปเรียกว่า สื่อออนไลน์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ ช่วยผู้รับสารสามารถรับสารได้ทุกที่ทุกเวลา โดยสามารถสนทนากันโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมทั้งผู้รับสารด้วยกันเอง ทั้งนี้สมาชิกในสังคมออนไลน์จะมีการ ปฏิสัมพันธ์โต้ตอบการสื่อสาร (Types of Interaction) ความก้าวหน้าทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และเข้าถึงกันได้ง่ายมากขึ้น โดยเฉพาะเฟซบุ๊กซึ่งกลายมาเป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสาร และช่องทางในการมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย

4. การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ด้านการสื่อสารโดยใช้ Face book ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี มีการเลือกใช้สื่อประเภทใดบ้างพบว่า สำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี ใช้สื่อออนไลน์ Face book เพื่อนำเสนอเนื้อหาข้อมูลข่าวสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งเป็นข้อมูลวิชาการทางการแพทย์ ที่สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการบริหารจัดการ โดยการนำข้อมูลทางการแพทย์ทั้งหมดมาศึกษา และวิเคราะห์อย่างละเอียดจนเกิดความเข้าใจเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 อย่างถ่องแท้ แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี โดยทำการผลิตเป็นรายการใช้วิธีการโพสต์ข่าว ตกแต่งภาพกราฟิก สถิติ ตัวอักษรให้กระชับแต่ยังคงความครบถ้วนของข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ประชาชนเข้าใจได้ง่าย และประชาชนสามารถติดตามข้อมูลข่าวสารได้อย่างต่อเนื่อง สำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี นำข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019

จาก Face book Live, คลิปวิดีโอ, อินโฟกราฟฟิก มานำเสนอในสื่อออนไลน์ Face book Fan page ทำให้ประชาชนเข้าใจในแต่ละประเด็นได้อย่างชัดเจนไม่เกิดความสับสน เนื้อหาที่สื่อสารในแต่ละครั้งไม่ยาวจนเกินไป กระชับและมีความชัดเจน ทำให้ประชาชนสามารถซึมซับความรู้เกี่ยวกับไวรัสโคโรนา 2019 และมีความเข้าใจอย่างถูกต้องเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กายกาญจน์ เสนแก้ว (2558) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ใน กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคน Gen-X ที่อาศัยอยู่ใน กรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคน Gen-X ที่อาศัยอยู่ใน กรุงเทพมหานคร ใช้สื่อออนไลน์เพื่อต้องการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น เช่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงความคิดเห็น (Comment) ความรู้สึก หรือเรื่องต่าง ๆ ในโพสต์ของเพื่อน หรือกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ และยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคน Gen-X ที่อาศัยอยู่ใน กรุงเทพมหานคร ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะต้องการติดต่อสื่อสารอย่างเร่งด่วน หรือสะดวกรวดเร็ว และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉริยา พุ่งแจ้ง (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ที่พบว่า การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์นอกจากเพื่อความบันเทิงแล้ว การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจใช้สื่อออนไลน์เพราะสื่อออนไลน์ทำให้เกิดสะดวกสบายและรวดเร็ว ตลอดจนสามารถสร้างสรรค์คอนเทนต์ใหม่ ๆ กระจายผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ และสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับรายการ รวมทั้งมีความยืดหยุ่น ผู้คนจึงเริ่มหันมารับชมรายการผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่ารับชมผ่านโทรทัศน์ภายในบ้านแบบเดิม

5. จัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ด้านสื่อประเภทใดที่ได้รับความสนใจจากประชาชนมากที่สุด เพราะเหตุใด พบว่า ประชาชนให้ความสนใจสื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 7 จันทบุรี มากที่สุด เพราะระบบอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ก่อให้เกิดวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีของสื่อสังคมออนไลน์หลากหลายประเภท ปัจจุบัน Social Media เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น โดยเฉพาะกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งประชาชนกลุ่มต่าง ๆ มีการใช้ Social Media เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างประชาชนด้วยกันอย่างแพร่หลาย และ Social Media ยังมีบทบาทกับระบบการสื่อสารของภาครัฐด้วย โดยสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี สามารถประยุกต์ใช้ Social Media กับบทบาทในการให้ความรู้กับประชาชน โดยนำ Social Media มาเป็นช่องทางในการจัดการข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 อย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพเพื่อให้ทันต่อยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป สื่อออนไลน์ Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี สามารถ

สื่อสารไปถึงประชาชนได้ง่ายและสะดวก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ กายกาญจน์ เสนแก้ว (2558) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Gen-X ใน กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคน Gen-X ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ พฤติกรรมพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็น คน Gen-X ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ใช้สื่อออนไลน์เพื่อต้องการติดต่อกับผู้อื่น เช่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แสดงความคิดเห็น (Comment) ความรู้สึก หรือเรื่องต่าง ๆ ในโพสต์ของ เพื่อน หรือกลุ่มกิจกรรมต่าง ๆ และยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคน Gen-X ที่อาศัยอยู่ใน กรุงเทพมหานคร ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพราะต้องการติดต่อกับผู้อื่นอย่างเร่งด่วน หรือสะดวก รวดเร็ว และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ อัจฉริยา ทุงแจ้ง (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเลือกรับชมรายการผ่านทางสื่อออนไลน์ ที่พบว่า การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากเพื่อความบันเทิงแล้ว การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจใช้สื่อ ออนไลน์เพราะสื่อออนไลน์ทำให้เกิดสะดวกสบายและรวดเร็ว ตลอดจนสามารถสร้างสรรค์คอน เทนต์ใหม่ ๆ กระจายผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ และสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับรายการ รวมทั้งมี ความยืดหยุ่น ผู้คนจึงเริ่มหันมารับชมรายการผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่ารับชมผ่านโทรทัศน์ ภายในบ้านแบบเดิม อีกทั้งยังสอดคล้องกับนิยามความหมายของสื่อออนไลน์ที่ปรากฏใน พจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ (2559) ได้ให้ความหมายว่าสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยให้ผู้ส่งสารสามารถสื่อสารไปยังผู้รับสารผ่านสื่อออนไลน์ และช่วยผู้รับสาร สามารถรับสารได้ทุกที่ทุกเวลา โดยสามารถสนทนากันโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมทั้งผู้รับสารด้วยตนเอง ทั้งนี้สมาชิกในสังคมออนไลน์จะมีการ ปฏิสัมพันธ์โต้ตอบการสื่อสาร (Types of Interaction)

6. จัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ด้านใน การทำสื่อแต่ละประเภทต้องมีจุดเด่นอย่างไร พบว่า สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ซึ่งเป็น สื่อสารมวลชนของรัฐมีการปรับตัวโดยการนำแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และหลักการ ตลาดมาประยุกต์ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 โดยการนำสื่อ สังคมออนไลน์ เฟสบุ๊ก (Face book) มาเป็นสื่อ และใช้เป็นอีกหนึ่งช่องทางหนึ่งในการติดต่อกับ สื่อเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 เพื่อให้เกิดการกระจายข้อมูล ข่าวสารด้วยความรวดเร็ว เพื่อประชาชนทั่วโลก หรือกดแชร์ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 นั้นก็จะถูก กระจายออกไปอย่างรวดเร็ว สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี จึงใช้สื่อสังคมออนไลน์ Face book และสร้าง Face book pan page เพื่อให้ประชาชนเกิดความตระหนักในการดูแล ป้องกัน ตนเองไม่ให้เป็นผู้ติดเชื้อหรือเป็นผู้ป่วย เมื่อประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศไม่เป็นผู้ป่วยหรือผู้ติด

เชื้อการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของประชาชนส่วนใหญ่กลับเข้าสู่ภาวะปกติก็จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปวันรัตน์ ตรีพจนาน ฉัตรชัย อินทสังข์ และปิยมาภรณ์ เทียมจิตร (2563) ที่ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าตลาดนัดเซฟวันจังหวัดนครราชสีมา พบว่า สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการตลาดนัดเซฟวัน ทั้ง 3 มิติ แสดงให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์ Face book และ YouTube มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เพราะ Face book มีลักษณะเด่นที่สามารถเสนอเนื้อหา และรายละเอียดในการสื่อสารได้อย่างครบถ้วน สามารถแจ้งข้อมูลข่าวสารอย่างชัดเจน มีการสื่อสารและพูดคุยโต้ตอบกับผู้บริโภคได้ทันทีที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง และสามารถให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วม รวมถึงมีเนื้อหาและรายละเอียดมีความน่าสนใจ ความคมชัด ของงานออกแบบกราฟฟิก สร้างแรงจูงใจโดยการแนะนำร้านผ่านวิดีโอคลิป และการให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในกิจกรรมและแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางรายการของตนเอง อีกทั้งยังสอดคล้องกับนิยามความหมายของสื่อออนไลน์ที่ปรากฏในพจนานุกรมศัพท์คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ (2559) ได้ให้ความหมายว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยให้ผู้ส่งสารสามารถสื่อสารไปยังผู้รับสารผ่านสื่อออนไลน์ และช่วยผู้รับสารสามารถรับสารได้ทุกที่ทุกเวลา โดยสามารถสนทนากันโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมทั้งผู้รับสารด้วยตนเอง ทั้งนี้สมาชิกในสังคมออนไลน์จะมีการ ปฏิสัมพันธ์โต้ตอบการสื่อสาร (Types of Interaction)

7. จัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ด้าน โฆษณามีเดีย จะมีประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐอย่างไร พบว่า สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี มีการเสนอสถานการณ์ที่เป็นเหตุการณ์วิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อออนไลน์ Face book Fan page สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ปรากฏว่ามีจำนวนผู้ติดตาม Face book Fan page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี เพิ่มขึ้นในช่วงที่เกิดเหตุการณ์มากกว่า 300,000 คน เป็นสิ่งที่พิสูจน์ให้เห็นชัดเจนว่าสื่อสังคมออนไลน์มีประโยชน์อย่างมาก ที่หน่วยงานภาครัฐควรต้องมีการทบทวนถึงแผนการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้เป็นสื่อกลางในการที่ทำให้ประชาชนเกิดการรับรู้ จนกระทั่งประชาชนเกิดการเรียนรู้ และค่อย ๆ ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ทศคดี คำนิยมจนไปถึงมีความรู้ไปในทิศทางที่รัฐคาดหวัง ด้วยคุณลักษณะของสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นสื่อที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 สามารถกระจายออกไปสู่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว และกว้างขวาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Rancati & Gordini (2014) ศึกษาเรื่อง Content Marketing metrics: Theoretical aspects and empirical evidence โดยงานวิจัยได้มีการวิเคราะห์ตัวชี้วัดคุณภาพของคอนเทนต์ เพื่อใช้ในการประเมินคุณภาพของคอนเทนต์ ผลการศึกษาโดยสรุปพบว่า คอนเทนต์ที่มีคุณภาพในสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ คุณภาพของคอนเทนต์ คือ ยอด Share

และ Like ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ผู้ประกอบการนิยมนำมาใช้ในการวัดคุณภาพคอนเทนต์ ซึ่งคุณภาพ Content Marketing metrics มากถึงร้อยละ 72 เป็นสัดส่วนที่สูงที่สุด รองจากตัวชี้วัดที่เป็นข้อมูลเชิงลึก สำหรับเจ้าของเว็บไซต์ หรือผู้ที่เป็นแอดมินเฟซบุ๊กแฟนเพจที่จะสามารถเห็นตัวเลขสถิติ ข้อมูลดังกล่าว และหนึ่งในการแสดงปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสารที่นิยมมากที่สุดคือการกดถูกใจ (Like)

8. จัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ด้านสถานการณ์วิกฤติ ถือว่าเป็น โอกาส ของหน่วยงานภาครัฐในการสร้างความเชื่อมั่นต่อประชาชนที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารได้อย่างไร พบว่า วิกฤติไวรัสโคโรนา 2019 ถือว่าเป็นเรื่องใหญ่และมีความร้ายแรงที่ส่งกระทบต่อประชาชนจำนวนมาก แต่เดิมประชาชนคนส่วนใหญ่ในสังคมไทย มีพฤติกรรมติดตามข่าวสารจากสำนักข่าวต่าง ๆ ที่เป็นทางการโดยตรงซึ่งมีการตรวจสอบแหล่งที่มาที่ไปของข้อมูลข่าวสารได้ดีในระดับหนึ่ง แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีมีการพัฒนาจนเกิดความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก และประชาชนไทยมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรับสาร มาเป็นวิธีการเปิดรับสาร เช่นอ่านข่าวสารจากหน้า Feed บนเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ หรือการอ่านข้อความที่ถูกส่งต่อกันทางแชท ของแอปพลิเคชันไลน์ การสื่อสารที่สะดวกและรวดเร็วทำให้เกิดการขาดความไตร่ตรองในข่าวสารที่ได้รับ และด้วยพฤติกรรมพื้นฐานของมนุษย์ที่มักมีแนวโน้ม เชื่อในสิ่งที่เราเชื่ออยู่แล้ว ทำให้ข่าวสารที่ไม่ถูกต้องในข้อเท็จจริง (Fact) แต่ถูกใจคนอ่านได้รับความนิยมนมากขึ้นตามไปด้วยทำให้สังคมไทยเผชิญปัญหาความสับสนทั้งการสร้างเรื่องราวให้เกิดความเข้าใจผิด การหลอกลวงให้เกิดความเสียหาย รวมไปถึงการสร้างข่าวเท็จ ที่ส่งผลให้เกิดการเสียหายต่อบุคคลและองค์กร การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยทั่วไปอาจทำให้ประชาชนเกิดความสับสน เนื่องจากว่าสื่อออนไลน์ส่วนใหญ่ไม่ผ่านการกลั่นกรองหรือตรวจสอบหรือผู้ใช้สื่อออนไลน์ขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่ควรนำเสนอ ทำให้ข้อมูลที่น่าเสนอเป็นเรื่องจริงบ้าง มีข่าวปลอมบ้าง แต่โดยนิสัยของมนุษย์ย่อมต้องการแสวงหาความจริง และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ผ่านสื่อออนไลน์ Face book Pan Page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี นั้นตรงกับมุมมองของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย คือความต้องการบริโภคข่าวสารที่มีผลกระทบอย่างรุนแรงอย่างเหตุการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ได้สร้างคอนเทนต์จากมุมมองขององค์กร และสร้างคอนเทนต์จากมุมมองของประชาชนผู้รับสาร ที่ประชาชนเกิดความวิตก และหวาดกลัว อยากรับความปลอดภัยอยากได้ความมั่นใจว่าตัวเลขผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นหรือลดอย่างไร สถานการณ์เป็นอย่างไร เพราะกระทบกับชีวิตของประชาชนโดยตรง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ทางสื่อออนไลน์ Face book Pan Page ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ได้มีการกลั่นกรอง

ตรวจสอบว่าเป็นความจริง และมีความน่าเชื่อถือ ประชาชนจึงเกิดความเชื่อมั่นต่อการนำเสนอ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 ทางสื่อออนไลน์ Face book Pan Page ของ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ เสริมสิริ นิลคำ (2550) ที่ได้ ศึกษาเรื่อง คุณค่าข่าวในวิกฤตการณ์ทางสุขอนามัย กรณีศึกษาวิกฤตการณ์ไข้หวัดนก ที่พบว่า นอกจากความรวดเร็วในการนำเสนอแล้ว ยังมีองค์ประกอบหลายประการที่เกี่ยวข้องกับวิธีการ นำเสนอและความสำคัญหรือน่าสนใจของเนื้อหา อาทิ ความสดทันเหตุการณ์ (Timelines) ความดึงดูดทางสายตา (Visual Attractiveness) ความสั้นกระชับ (Brevity) ฯลฯ ซึ่งผลการศึกษานี้ก็ ยังพบอีกว่า การนำเสนอที่รวดเร็วต้องสัมพันธ์กับองค์ประกอบคุณค่าของข่าวอื่น ๆ ด้วย เช่น ความรวดเร็วในการนำเสนอ ในผลการศึกษานี้ไม่ได้หมายถึงการเสนอเหตุการณ์เกิดขึ้นอย่าง ทันทีทันใดแต่เป็นความรวดเร็วในการเสนอข่าวกิจกรรมที่สร้างกำลังใจ การติดตามการบริหารงาน ของภาครัฐ และปรากฏการณ์รายวัน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การเสนอข่าวในภาวะวิกฤตทาง สังคม คุณลักษณะการนำเสนอด้านความรวดเร็วต้องมีเป้าหมายในเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อการ แก้ปัญหา และการเตือนภัยซึ่งเป็นการจัดการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์วิกฤตที่จะทำให้ ประชาชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดความเชื่อมั่นในแนวทางการแก้ปัญหา อีกทั้งยังสอดคล้องกับ แนวคิดของ คาร์ล เอ. สไลเคอ (Slaikeu, 1984) ที่ได้อธิบายให้เห็นถึงลักษณะข้อมูลที่มีลักษณะที่ทำให้ ผู้รับสารมีความรู้สึกว่าเป็นเรื่องใกล้ตัวหรือมีความใกล้ชิด สถานการณ์ที่จะบ่งชี้ว่ากำลังอยู่ในภาวะ วิกฤตว่ามีองค์ประกอบเหตุการณ์ซึ่งมีลักษณะฉุกเฉินมีผลกระทบกระเทือนต่อสภาพร่างกายและ จิตใจจำเป็นที่จะต้องมีการแก้ไขอย่างเฉียบพลันอย่างเป็นขั้นเป็นตอน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 ของสำนัก ประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี สามารถประยุกต์ใช้ความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบ คุณค่าของข่าวในสื่อหลัก เช่น สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา และสื่อรอง คือ สื่อออนไลน์ เพราะ ประชาชนส่วนหนึ่งให้ความสนใจกับองค์ประกอบของคุณค่าของข่าว เช่น ความรวดเร็ว สดและทัน ต่อเหตุการณ์ มีความใกล้ชิด มีผลกระทบ และปลุกชวนสนใจ เป็นต้น

2. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี สามารถนำความรู้เกี่ยวกับการจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 นี้ไปประยุกต์ใช้กับวิกฤตการณ์ด้านอื่น ๆ และไปประยุกต์ใช้การสื่อสารเพื่อแก้ไขปัญหาอื่น ๆ เช่น ปัญหาข้อมูลเท็จ ปัญหาความรุนแรงในสังคม ฯลฯ

3. การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี แสดงให้เห็นถึงการใช้บุคลากรที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการจัดโครงสร้างการบริหารข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบ มีผู้รับผิดชอบภาวะวิกฤตในส่วนต่าง ๆ ทั้งการกำหนดนโยบาย และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนรับทราบ ทำให้การจัดการระบบข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสื่อสารกับประชาชนได้อย่างรวดเร็ว และเมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤตอื่น ๆ ขึ้นในอนาคต สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี ควรใช้แนวทางดังกล่าวนี้ในการแก้ปัญหาคือไป

4. สำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี สามารถนำแนวทางการจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 ไปกำหนดเป็นแนวทาง หรือนโยบาย ในการขับเคลื่อนวิธีการสื่อสารรักษาได้อีกทางเลือกหนึ่ง

5. สื่อสารมวลชน ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการข้อมูลข่าวสาร ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน สามารถนำแนวทางการจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 ไปใช้ได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือสถานการณ์ไวรัสโคโรนา 2019 กับประชาชนโดยการคำแนะนำการดูแล การป้องกันสุขภาพตนเอง ในลักษณะของการสร้างความรู้ ความเข้าใจผ่านสื่อออนไลน์ ควรมีศึกษาการจัดการการสื่อสารภาวะวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 ในสื่อประเภทอื่น ๆ

2. การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารในภาวะวิกฤต ซึ่งเป็นการศึกษาการนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ Face Book โดยศึกษาถึงองค์ประกอบคุณค่าของข่าว จำนวน 6 องค์ประกอบคุณค่าของข่าว คือ 1) ความสอดคล้อง (timeliness) หรือ ความรวดเร็ว (immediacy) 2) ความใกล้ชิด (proximity or nearness) 3) ความสำคัญหรือความเด่น (prominence) 4) ผลกระทบกระเทือน (consequence or impact) 5) ความมีเงื่อนงำ (suspense or mystery) 6) ปุณชนสนใจ (human interest) ควรมีการศึกษาถึงองค์ประกอบคุณค่าของข่าวด้านอื่น ๆ เพื่อได้แนวทางการจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตที่เหมาะสมกับบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป

3. จากการศึกษาการจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 ของสำนักประชาสัมพันธ์เขต 7 จันทบุรี พบว่า การนำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นผู้สื่อสารในภาวะวิกฤตไวรัส

โคโรนา 2019 ที่สำคัญแล้ว มีข้อค้นพบว่า การจัดการข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ เช่น การจัดตั้งคณะบุคคลเพื่อรับผิดชอบในการสื่อสารเหตุการณ์วิกฤตไวรัสโคโรนา 2019 ไปสู่ประชาชน เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพสูง ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการสื่อสาร เช่น ประสิทธิภาพ และบทบาทหน้าที่ในการสื่อสารของผู้รับผิดชอบ เป็นต้น



ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี