

พลวัตการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านภาพอินโฟกราฟิกของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กับการรับรู้ข่าวสารของคนในสังคมจากโรคระบาดโควิด-19
Crisis communication dynamics through the infographic of the Thai Health Promotion Foundation (Thai Health Promotion Foundation) and social perception of the COVID-19 epidemic

เกศินี บัวดีศ¹**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวการปฏิบัติ การใส่หน้ากาก การกักตัว และการป้องกันตัว การปฏิบัติในการดำเนินชีวิตแต่ละวัน และ 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของกราฟิกในการออกแบบ เช่น ภาพ สี ข้อความ ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และองค์ประกอบของกราฟิกที่ใช้ในการสื่อสาร การป้องกัน การกักตัว หรือการรับรู้ข่าวสาร เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม มีทั้งหมด 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป และตอนที่ 2 ประกอบด้วย 3 ด้านคือ ด้านที่ 1 การรับรู้เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ด้านที่ 2 ความรู้ความเข้าใจในการดูแลตัวเอง ครอบครัว และด้านที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการกักตัวลดความเสี่ยง เรื่องสีและข้อความการรับรู้ข่าวสารของกราฟิกเกี่ยวข้องกับการระบาดโรคโควิด-19 สถิติที่ใช้ ค่าร้อยละ, \bar{x} , S.D และ แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 399 คน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ผู้สอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 อายุระหว่าง 18 - 24 ปี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 68 ส่วนใหญ่ จบการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 อาชีพส่วนใหญ่ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.2 ตอนที่ 2 ด้านการรับรู้เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.35, S.D. = 1.03) ด้านความรู้ความเข้าใจในการดูแลตัวเอง ครอบครัว ด้านออกกำลังกายสม่ำเสมอ นอนหลับให้เพียงพอ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.55, S.D. = 1.02) ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการกักตัวลดความเสี่ยง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.67, S.D. = 1.13) สึกกับการรับรู้ข่าวสารของกราฟิกเกี่ยวข้องกับการระบาดโรคโควิด-19 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.91, S.D. = 0.90) และข้อความกับการรับรู้ข่าวสารของกราฟิกเกี่ยวข้องกับการระบาดโรคโควิด-19 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.99, S.D. = 0.88)

คำสำคัญ : พลวัตการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านภาพอินโฟกราฟิก

¹อาจารย์ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

²มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา



Abstract

This research aims to 1) study practices, masking, detention and self-defense. 2) To study graphic elements in design, such as images, colors, texts of the Office of the Health Promotion Fund (NSA), and graphic elements used in communication. prevention Detention or awareness of news There are 2 episodes, part 1, general information, and part 2: 3 areas, 1 content recognition and patterns of infographic communication. Side 2: Cognition to take care of yourself Family and 3rd side, awareness of the news about detention reduces the risk. The graphics' color and message of awareness relate to the COVID-19 outbreak, static using percentage, S.D. and questionnaires with a sample of 399 people.

The findings are summarized as follows: Part 1 General Data: Most of the questionnaire takers were female, with 68.2 % between the ages of 18 and 24, 271 of them, 68 percent of them with bachelor's degrees, 1) 84 of which accounted for 46 majority of occupations. 332 students/students accounted for 83.2% of the second part of content awareness and patterns of communication through infographics. The picture is very high ($\bar{x} = 3.35$, S.D. = 1.03) cognitive aspects of self-care. Family, regular exercise, enough sleep. The picture is very high ($\bar{x} = 3.55$, S.D. = 1.0) 2) the perception of news about risk reduction detention. ($\bar{x} = 91$, S.D. = 0.90) and text with graphical awareness related to the COVID-19 outbreak, the picture is very high ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.88).

Keywords: Crisis communication dynamics through the infographic

บทนำ

สถานการณ์ของการแพร่ระบาดเรื่องของโรคโคโรนาไวรัสสายพันธุ์ใหม่ 2019 โดยการระบาดครั้งนี้ ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของทุกคน ทำให้ผู้คนอยู่ในสังคมเริ่มหวาดกลัวและวิตกกังวล และพยายามมองหาข้อมูล จากสื่อต่าง ๆ เพื่อเป็นทางแนวในการปฏิบัติ บางครั้งการสื่อสารที่มีข้อมูลที่ซับซ้อน และการสร้างความเข้าใจในการรับรู้ข่าวสารเป็นเรื่องที่ยาก และต้องอาศัยข้อมูลที่สื่อสารอย่างง่าย และสามารถเข้าถึงได้ง่าย หรือค้นหาอ่านจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีข่าวสารประชาสัมพันธ์ของการเผยแพร่การระบาดของโรคโควิด-19 สำหรับสื่ออินโฟกราฟิกในการเผยแพร่ข้อมูลเพื่อรับมือกับภาวะวิกฤติโควิด-19 ด้านเนื้อหาต้องนำเสนออย่างครอบคลุม ทั้งการให้ข้อมูลทั่วไป การให้ความรู้ วิธีการปฏิบัติ การส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยง การสร้างความตระหนัก การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทำให้คนในสังคมได้ปฏิบัติตัวอย่างถูกต้อง และสามารถสร้างการ

ส่งเสริม ให้เกิดการมีส่วนร่วม ส่วนด้านการออกแบบ ควรใช้หลักการเน้นที่หัวข้อหลักหัวข้อเดียว เข้าใจง่าย ใช้อินโฟกราฟิกเป็นตัวเล่าเรื่อง ใช้สีเพื่อดึงดูดความสนใจ ใช้คำพูดที่กระชับ และการทำไฟล์อินโฟกราฟิกให้ขนาดเล็กลง เพื่อให้ผู้ชมเข้าถึงและดาวน์โหลดข้อมูลได้ง่าย

สุพริศร์ สุวรรณิก (2563) ได้แสดงทรรศนะไว้ว่า เมื่อการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สิ้นสุดลง สังคมโลกจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในแง่มุมต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การทวนกระแสโลกาภิวัตน์ (deglobalization) จะมีความเข้มข้นมากขึ้น และทำให้ห่วงโซ่ อุปทานโลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาเกิดวิกฤตครั้งนี้ เราได้เห็นหลาย ประเทศใช้นโยบายแบบเน้นตนเอง (inward-looking policy) หรือปกป้องทางการค้า (protectionism) อย่างชัดเจนกันอยู่แล้ว โดยเฉพาะจากสงครามการค้าที่ปะทุขึ้นโดยประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ แห่งสหรัฐฯ ที่ส่งเสริมให้บริษัทสัญชาติอเมริกันกลับมามีผลผลิต

ในประเทศมากขึ้น และกีดกันการค้า จากต่างประเทศ ประเด็นนี้กลับมาชัดเจนยิ่งขึ้นอีกด้วยเมื่อวิกฤตไวรัสโควิด-19 ที่กำลังตอกย้ำ ความเชื่อของฝ่ายขวาจัดและผู้ไม่สนับสนุนโลกาภิวัตน์ว่า การพึ่งพิงระบบการผลิตระหว่างประเทศ มากเกินไปเป็นเรื่องอันตราย ซึ่งจะเร่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานโลกที่มีอยู่แล้ว ให้ยิ่งรวดเร็วมากขึ้น กล่าวคือ ประเทศต่าง ๆ จะหันมาพึ่งพาห่วงโซ่อุปทานในประเทศตนเองเพิ่มขึ้นอีก และกระจายความเสี่ยงด้านการผลิตและขายสินค้า โดยไม่พึ่งพาแต่ประเทศใดประเทศหนึ่งเท่านั้น เพราะเห็นผลกระทบชัดเจนจากขั้นตอนการผลิตหรือตลาดขายสินค้าเมื่อยามที่ต้องปิดตัวลง ซึ่งเป็นผลจากมาตรการต่าง ๆ อาทิ การปิดเมืองหรือประเทศเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด นอกจากนี้ รัฐบาลประเทศต่าง ๆ อาจเปลี่ยนวิกฤตครั้งนี้ให้เป็นโอกาส ในการคิดทบทวนอย่างรอบคอบว่า นโยบายเศรษฐกิจของประเทศ จะเดินไปในทิศทางใด โดยจะพยายามกระจายความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ โดยไม่พึ่งพารายได้ทางใดทางหนึ่งจนเกินไป อาทิ ไม่พึ่งพาแต่การส่งออกหรือการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่อาศัยการบริโภคและการลงทุนในประเทศเป็นเครื่องจักรสำคัญ

2. ปัญหาเชิงโครงสร้างโดยเฉพาะด้านสาธารณสุข จะได้รับการแก้ไขให้ทั่วถึงและเสมอภาค มากขึ้น วิกฤตไวรัสโควิด-19 สร้างแรงกดดันให้รัฐบาลหลายประเทศหันมาใส่ใจพื้นฐาน ด้านสาธารณสุขของประชาชน และไม่ปล่อยให้กลไกตลาดเป็นตัวจัดการอย่างที่เคยเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐฯ ที่ระบบสาธารณสุขไม่มีระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า วิกฤตครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าการที่บุคคล จะเข้าถึงบริการสาธารณสุขได้หรือไม่นั้นไม่ควรเป็นเรื่องของปัจเจกชนอีกต่อไป เพราะคนคนหนึ่งที่เป็นพาหะของโรคอยู่ แต่ไม่สามารถไปใช้บริการตรวจหาเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ เพราะจ่าย ค่าตรวจไม่ไหวทั้ง ๆ ที่อยากตรวจ จึงต้องใช้ชีวิตแบบเดิมตามปกติ ทำให้การแพร่ระบาดไปสู่ผู้อื่น โดยไม่รู้ตัว จนในที่สุดการควบคุมโรคในภาพรวมจะทำได้ยากลำบาก และเป็นเหตุส่วนหนึ่งที่ทำให้ ประเทศสหรัฐอเมริกา ต้องเผชิญกับวิกฤตการแพร่ระบาดหนักกว่าประเทศพัฒนาแล้วอื่น ๆ ดังที่ปรากฏในปัจจุบันตามยอดผู้ติดเชื้อในประเทศ

สหรัฐอเมริกาที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วข้างหน้า ประเทศอิตาลีไปแล้ว ดังนั้น หลังผ่านพ้นวิกฤตครั้งนี้ อาจได้เห็นบทบาทที่เพิ่มขึ้นของระบบรัฐสวัสดิการในแต่ละประเทศก็เป็นได้

3. สังคมจะก้าวเข้าสู่ระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อให้ทันพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่เปลี่ยนแปลงไป ย้อนกลับไปในช่วงการแพร่ระบาดของโรคซาร์สในปี 2545 ก็สร้างจุดเปลี่ยนสำคัญ สำหรับการใช้เทคโนโลยีออนไลน์อย่างอีคอมเมิร์ซในจีนให้มาเป็นที่ยอมรับในหมู่ประชาชนอย่างสูง โดยเฉพาะอาลีบาบาและเจดิดอทคอม เพราะผู้คนหลีกเลี่ยงการติดเชื้อจากพื้นที่สาธารณะและหันมา สั่งซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น มาถึงวิกฤตครั้งนี้ก็จะทิ้งร่องรอยไว้เช่นกัน โดยเป็นการตอกย้ำให้ร้านค้า และห้างสรรพสินค้าแบบดั้งเดิมต้องเร่งพัฒนาอย่างก้าวกระโดด เพื่อช่วงชิงตลาดจากการค้าขาย แบบออนไลน์มากขึ้นอีก รวมทั้งเทคโนโลยีดิจิทัลหลายประเภทที่มีมานานแล้วแต่ยังไม่มีคนใช้กันมากนัก วิกฤตครั้งนี้กลับบังคับให้คนต้องหันมาใช้เทคโนโลยีเหล่านี้อย่างจริงจัง และสร้างโอกาสต่อยอด ให้มีผู้เล่นในตลาดมากยิ่งขึ้น อาทิ แพลตฟอร์มที่ช่วยสื่อสารทางไกล จัดประชุม หรืออีเวนท์ ซึ่งผู้บริโภคจะเกิดความคุ้นเคยและเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาใช้เทคโนโลยีอย่างถาวร นอกจากนี้ แม้กระทั่งสถาบันการศึกษาก็ต้องพัฒนาไปใช้วิธีการสอนแบบออนไลน์ทดแทนทั้งหมดในช่วงวิกฤต ซึ่งอาจพลิกโฉมระบบการศึกษาโลกไปโดยสิ้นเชิงหลังผ่านพ้นวิกฤตแล้ว และสุดท้ายแต่ไม่ท้ายสุด ผู้คนอาจจะกลัวการใช้เงินสดหรือธนบัตร เพราะกระดากอาจเป็นพาหะของเชื้อโรคได้แม้ผ่านพ้น วิกฤตไวรัสโควิด-19 ไปแล้ว และจะเริ่มคุ้นชินกับการรักษาสุขอนามัยอย่างเข้มงวดไปจนถึงการใช้ชีวิตประจำวันที่คำนึงถึงความปลอดภัยต่อสุขภาพ ด้วยปัจจัยเหล่านี้จะทำให้ระบบการชำระเงิน แบบอิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นได้

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นหน่วยงานของรัฐที่มีใช้ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกองทุน จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ. 2544 โดยมีหน้าที่ริเริ่ม ผลักดัน กระตุ้น สนับสนุน และร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ ในสังคม ในการขับเคลื่อน



กระบวนการสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อให้คนไทยมีสุขภาพดีครบ 4 ด้าน กาย จิต ปัญญา สังคม และร่วมสร้างประเทศไทยให้น่าอยู่ และสิ่งหนึ่งที่น่าสนใจคือ การสร้างสื่อแบบง่าย ๆ ด้วยภาพอินโฟกราฟิก ภาพ เนื้อหามีความน่าสนใจมากกว่าข้อความซึ่งอาจดูง่ายมากกว่าข้อความที่เยอะ ๆ เพราะคงไม่มีใครอ่าน หากเปลี่ยนจากข้อความเยอะมาก มาเป็นภาพ เพิ่มความน่าสนใจของภาพ สี และเนื้อหาที่สำคัญสั้น ๆ เท่านั้นในการออกแบบ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยจึงสนใจทางการศึกษาเรื่อง ว่า ภาพ สามารถสื่อความหมายในการป้องกัน การดูแล การปฏิบัติตัวและมีวิธีการอย่างไร ในเรื่องของสื่อสร้างสุขของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มีความน่าสนใจในเรื่องของ หน้ากาก การกักตัว และการป้องกันตัว การปฏิบัติในภาวะที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิต ในแต่ละวัน เพื่อศึกษา หน้ากาก การกักตัว และการป้องกันตัว การปฏิบัติในภาวะที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิต ในแต่ละวัน และเพื่อศึกษาองค์ประกอบของกราฟิกในการออกแบบ เช่น ภาพ สี ข้อความ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทาง เรื่อง การใส่หน้ากาก การกักตัว และการป้องกันตัว การปฏิบัติในการดำเนินชีวิตแต่ละวัน
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของกราฟิกในการออกแบบ เช่น ภาพ สี ข้อความ

การรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

เก็บข้อมูล ในเดือน มกราคม – กุมภาพันธ์ 2564

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชน นักศึกษา ในกรุงเทพฯ และนครสวรรค์ จำนวน 400 คน แล้วใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวข้องกับ ข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ

ตอนที่ 2 ด้านการรับรู้เนื้อหาและรูปแบบ ในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก จำนวน 7 ข้อ

ด้านความรู้ความเข้าใจในการดูแลตัวเอง ครอบคลุม จำนวน 3 ข้อ

ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการกักตัว ลดความเสี่ยง จำนวน 7 ข้อ

สีกับการรับรู้ข่าวสารของกราฟิกเกี่ยวข้องกับการระบาดของโรคโควิด-19 จำนวน 5 ข้อ

ข้อความกับการรับรู้ข่าวสารของกราฟิก เกี่ยวข้องกับการระบาดโรคโควิด-19 จำนวน 4 ข้อ

ในการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับ องค์ประกอบของภาพอินโฟกราฟิกกับการสื่อสารจากโรคระบาดโควิด-19

กำหนดค่าคะแนนเฉลี่ยในการแปลความ ดังนี้
เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยความคิดเห็นทั้ง 5 ระดับ ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 ระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 ระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 ระดับความคิดเห็นมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS for windows Vision 16.0 เพื่อให้เหมาะสมสอดคล้องกับข้อมูลที่รวบรวมมา การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติดังนี้ ร้อยละ สำหรับข้อมูลทั่วไป ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ในภาพรวมข้อมูลทั่วไป สรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลด้านเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 เป็นเพศชาย มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8

2. ข้อมูลด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ อายุ ระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองมาเป็นช่วงอายุ 25 – 34 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และ อายุ 35 – 44 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

3. ข้อมูลด้านการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ จบปริญญาตรี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองมาเป็นช่วงมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ตามลำดับ

4. ข้อมูลด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.2 รองมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ด้านการรับรู้เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก

ด้านการรับรู้เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก พบว่า ส่วนใหญ่รับรู้ วิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 จำนวน คิดเป็นร้อยละ จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 % รองลงมา ล้างมือบ่อย ๆ โดยใช้สบู่และน้ำ หรือเจลล้างมือที่มีส่วนผสมหลักเป็นแอลกอฮอล์ คือ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 % และรักษาระยะห่างที่ปลอดภัยจากผู้ไอหรือจาม จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 % และ ภาพรวมระดับความ คิดเห็นปานกลาง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{x} = 3.35$ และ S.D รวม 1.03 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ด้านการรับรู้เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก

รายการ	เข้าใจมาก	เข้าใจ	เข้าใจง่าย	เข้าใจง่ายมาก	\bar{x}	SD
วิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19	242	20	133	4	2.75	0.95
	60.7%	5.0%	33.3%	1.0%		
ล้างมือบ่อยๆ โดยใช้สบู่และน้ำ หรือ เจลล้างมือที่มีส่วนผสมหลักเป็นแอลกอฮอล์	139	-	256	4	3.31	0.96
	34.8 %		64.2%	1.0%		
รักษาระยะห่างที่ปลอดภัยจากผู้ไอหรือจาม	151	-	204	44	3.35	1.10
	37.8%		51.1%	11%		
ไม่สัมผัสตา จมูก หรือปาก	115	28	200	48	3.47	1.03
	28.8 %	7.0 %	52.1 %	12.%		
ปิดจมูกและปากด้วยข้อพับด้านในข้อศอก หรือกระดาษชำระเมื่อไอหรือจาม	167	-	184	48	3.28	1.13
	41.9 %		46.1 %	12. %		
เก็บตัวอยู่บ้านเมื่อรู้สึกไม่สบาย	112	-	239	48	3.56	1.02
	28.1%		59%	12.0%		
หากมีไข้ ไอ และหายใจลำบากโปรดไปพบแพทย์	112	-	239	48	3.56	1.02
	28.1%		59%	12.%		
					รวม	1.03
					3.35	



ด้านความรู้ความเข้าใจในการดูแลตัวเอง ครอบครัว ด้านออกกำลังกายสม่ำเสมอ นอนหลับให้เพียงพอ มีค่าเท่ากับ จำนวน 239 คิดเป็นร้อยละ 59.9 % รองลงมา กินร้อน ซ่อนกลาง กินอาหารที่มีประโยชน์ คือ

จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80 % และภาพรวมระดับความคิดเห็นมาก มีค่าเฉลี่ยในภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{x} = 3.55$ และ S.D รวม 1.02 (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ด้านความรู้ความเข้าใจในการดูแลตัวเอง ครอบครัว

รายการ	เข้าใจ	เข้าใจ	เข้าใจ	\bar{x}	sd
	ยาก	ง่าย	ง่ายมาก		
ออกกำลังกายสม่ำเสมอ	48 12 %	239 60 %	112 28 %	3.55	1.02
กินร้อน ซ่อนกลาง กินอาหารที่มีประโยชน์	-	320 80 %	80 20%	3.55	1.02
นอนหลับให้เพียงพอ	41 10.27 %	239 60%	120 30%	3.55	1.02
			รวม	3.55	1.02

ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการกักตัวลดความเสี่ยง มีค่าเท่ากับ ควรหยุดเรียน หยุดงาน และพักอยู่บ้านจนกว่าจะครบ 14 วันหลังการสัมผัส ควรนอนแยกห้อง ไม่ออกไปนอกบ้าน ไม่เดินทางไปที่ชุมชนหรือที่สาธารณะ จำนวน 239 คิดเป็นร้อยละ 59.9 % รองลงมา คือ ไม่ใช่ของใช้ส่วนตัว เช่น ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดตัว แก้วน้ำ หลอดดูดน้ำ ร่วมกับผู้อื่น จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 % และ

ควรสวมหน้ากากอนามัย ให้เปรียบเสมือนว่าเป็นผู้ติดเชื้อ และอาจสามารถแพร่เชื้อได้ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 % และภาพรวมระดับความคิดเห็นมาก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{x} = 3.67$ รวม SD รวม 1.13 (ตารางที่ 3)

ในเรื่องของความสัมพันธ์ของภาพ สี และข้อความที่เป็นองค์ประกอบของกราฟิก มีความสัมพันธ์กันองค์ประกอบ

ตารางที่ 3 ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการกักตัวลดความเสี่ยง

รายการ	เข้าใจ	เข้าใจ	เข้าใจ	\bar{x}	sd
	ยาก	ง่าย	ง่ายมาก		
ควรหยุดเรียน หยุดงาน และพักอยู่บ้านจนกว่าจะครบ 14 วันหลังการสัมผัส	41 12.8 %	239 59.9%	120 28.1%	3.55	1.02
ควรสวมหน้ากากอนามัย ให้เปรียบเสมือนว่าเป็นผู้ติดเชื้อ และอาจสามารถแพร่เชื้อได้	39 9.70 %	89 22.3 %	272 68%	3.69	1.13
ควรนอนแยกห้อง ไม่ออกไปนอกบ้าน ไม่เดินทางไปที่ชุมชนหรือที่สาธารณะ	41 12.8%	239 59.9%	120 28.1%	3.68	1.13
ไม่ใช่ของใช้ส่วนตัว เช่น ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดตัว แก้วน้ำ หลอดดูดน้ำ ร่วมกับผู้อื่น	103 25.8 %	112 28.1 %	184 46.1%	3.73	1.16

รายการ	เข้าใจ ยาก	เข้าใจ ง่าย	เข้าใจ ง่ายมาก	\bar{x}	sd
ควรเว้นระยะห่าง หรืออยู่ห่างจากคนในบ้าน หรือคนในครอบครัวประมาณ 1 - 2 เมตร หรืออย่างน้อยประมาณหนึ่งช่วงแขน	25	20	355	3.67	1.17
สมาชิกทุกคนในบ้านควรล้างมือบ่อยครั้งที่สุดเพื่อลดการรับและแพร่เชื้อ	36	76	288	3.68	1.16
ควรทำความสะอาดห้องรับแขก ห้องน้ำ หรือห้องที่คนในบ้านมีการใช้บ่อยๆ โดยเฉพาะห้องน้ำ พื้น ลูกบิดประตู ก๊อกน้ำ เป็นต้น	12	103	285	3.73	1.16
			รวม	3.67	1.13

ด้านสื่อกับการรับรู้ข่าวสารของกราฟิกเกี่ยวข้องกับการระบาดของโรคโควิด-19 พบว่าส่วนใหญ่ ความสวยงาม จำนวน 160 คิดเป็นร้อยละ 41.1 % รองลงมาความเหมาะสม คือ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 % และ

ความสบายตา จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 % และในภาพรวมระดับความคิดเห็นมาก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก $\bar{x} = 3.91$ รวม S.D รวม 0.90 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 สื่อกับการรับรู้ข่าวสารของกราฟิกเกี่ยวข้องกับการระบาดของโรคโควิด-19

รายการ	5	4	3	2	1	\bar{x}	sd	แปลผล
สวยงาม	138	160	85	13	4	4.03	0.88	มาก
	34.1%	41.1%	21.4%	3.3%	1.0%			
เหมาะสม	135	155	92	12	4	4.01	0.88	มาก
	33.9 %	38.8%	23.1%	3.0 %	1.0 %			
สบายตา	108	179	88	20	4	3.91	0.88	มาก
	26.6%	44.9%	22.3%	5.0%	1.0%			
โทนสีร้อน	105	140	116	33	4	3.77	0.96	มาก
	26.3%	35.1%	29.1%	8.3%	1.0%			
โทนสีเย็น	180	57	80	35	48	3.83	0.93	มาก
	45%	14.25%	20%	8.75%	12%			
			รวม			3.91	0.90	มาก

ด้านข้อความกับการรับรู้ข่าวสารของกราฟิกเกี่ยวข้องกับการระบาดของโรคโควิด-19 พบว่าส่วนใหญ่ สะดุดตา จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.9 % เรื่องของอ่านง่าย จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 % และ เข้าใจง่าย

จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1% ตามลำดับ และ ภาพรวมอยู่ระดับมาก $\bar{x} = 3.99$ และ SD รวม 0.88 (ตารางที่ 4)



ตารางที่ 5 ข้อความกับการรับรู้ข่าวสารของกราฟิกเกี่ยวข้องกับการระบาดโรคโควิด-19

รายการ	5	4	3	2	1	\bar{x}	sd	แปลผล
เข้าใจง่าย	95 23.8%	156 33.1%	132 33.1%	8 2.0%	8 2.0%	4.07	0.87	มาก
สะดุดตา	68 17.0%	199 49.9%	104 26.1%	20 5.0%	8 2.0%	3.96	0.91	มาก
อ่านง่าย	101 25.3%	173 43.4%	104 26.1%	13 3.3%	8 2.0%	3.95	0.90	มาก
สามารถนำไปปฏิบัติได้	94 23.6%	141 35.3%	144 36.1%	12 3.0%	8 2.0%	3.99	0.87	มาก
รวม						3.99	0.88	มาก

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษา ข้อมูลทั่วไป สรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลด้านเพศของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีจำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 เป็นเพศชาย มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8

2. ข้อมูลด้านอายุของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ อายุ ระหว่าง 18-24 ปี จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองมาเป็นช่วงอายุ 25 – 34 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และ อายุ 35 – 44 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

3. ข้อมูลด้านการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ จบปริญญาตรี จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองมาเป็นช่วงมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 และระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ตามลำดับ

4. ข้อมูลด้านอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 83.2 รองมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ด้านการรับรู้เนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารผ่านสื่ออินโฟกราฟิก พบว่า ส่วนใหญ่ วิธีป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 จำนวน คิดเป็นร้อยละ จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7% รองลงมา ล้างมือบ่อย ๆ โดยใช้สบู่และน้ำ หรือเจลล้างมือที่มีส่วนผสมหลักเป็นแอลกอฮอล์ คือ จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 % และรักษาระยะห่างที่ปลอดภัยจากผู้ที่ไม่ไอหรือจาม จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 % และ ภาพรวมระดับความคิดเห็นปานกลาง มีค่าเฉลี่ย $\bar{x} = 3.35$ และ SD รวม 1.03

ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการกักตัวลดความเสี่ยง มีค่าเท่ากัน ควรหยุดเรียน หยุดงาน และพักอยู่บ้านจนกว่าจะครบ 14 วันหลังการสัมผัส ควรนอนแยกห้อง ไม่ออกไปนอกบ้าน ไม่เดินทางไปที่ชุมชนหรือที่สาธารณะ จำนวน 239 คิดเป็นร้อยละ 59.9 % รองลงมา คือ ไม่ใช่ของใช้ส่วนตัว เช่น ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดตัว แก้วน้ำ หลอดดูดน้ำ ร่วมกับผู้อื่น จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 % และ ควรสวมหน้ากากอนามัย ให้เปรียบเสมือนว่าเป็นผู้ติดเชื้อ และอาจสามารถแพร่เชื้อได้ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 % และภาพรวมเห็นมาก $\bar{x} = 3.67$ SD รวม 1.13

ด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการกักตัวลดความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ควรหยุดเรียน หยุดงาน และพักอยู่บ้านจนกว่าจะครบ 14 วันหลังการสัมผัส ควรนอน

แยกห้อง ไม่ออกไปนอกบ้าน ไม่เดินทางไปที่ชุมชนหรือที่สาธารณะจำนวน 239 คิดเป็นร้อยละ 59.9 % รองลงมาคือ ไม่ใช้ของใช้ส่วนตัว เช่น ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดตัว แก้วน้ำ หลอดดูดน้ำ ร่วมกับผู้อื่น จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 % และ ควรสวมหน้ากากอนามัย ให้เปรียบเสมือนว่าเป็นผู้ติดเชื้อและอาจสามารถแพร่เชื้อได้ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 % และภาพรวมระดับมาก $\bar{x} = 3.67$ รวม SD รวม 1.13

สื่อกับการรับรู้ข่าวสารของกราฟิกเกี่ยวข้องกับการระบาดของโรคโควิด-19 พบว่าส่วนใหญ่ รับรู้ความสวยงาม จำนวน 160 คิดเป็นร้อยละ 41.1 % รองลงมาความเหมาะสม คือ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 % และ ความสบายตา จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 % และในภาพรวมระดับมาก $\bar{x} = 3.91$ รวม S.D รวม 0.90

ข้อเสนอแนะ

สามารถนำงานวิจัยชิ้นนี้ไปต่อยอด ในเรื่องของการออกแบบภาพอินโฟกราฟิกกับงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงาน ต่าง ๆ เพราะหัวข้อมีความทันสมัยกับสภาวะปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาหน่วยงานใหญ่ เช่น กระทรวงสาธารณสุข เช่น งานประชาสัมพันธ์ ทำให้เกิดหลากหลายในงานวิจัย ได้แก่ ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต

เอกสารอ้างอิง

1. การใช้การสื่อสารในช่วงโควิดของมหาวิทยาลัยขอนแก่น. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 มกราคม 2564 จาก, <https://cad.kku.ac.th/?p=6476>.

2. เกศินี วุฒิวงศ์. (2563). มาตรการป้องกันเพื่อลดปัญหา การตีตราทางสังคมในมหาวิทยาลัยในประเทศไทย ช่วงการระบาดของโรคโควิด-19. **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม2563)** หน้า 1-14.
3. ณัฐวัฒน์ คณารักษ์สมบัติ. (2563). กลยุทธ์การสื่อสารสุขภาพทางสื่อโฆษณาออนไลน์ในช่วงการระบาดของไวรัสโควิด -19. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม -ธันวาคม 2563** หน้า 1-12.
4. นฤมล สีนสุพรรณ และคณะ. (2561). แนวทางการดูแลสุขภาพ โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน เพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ปีที่ 8 ฉบับที่ 1** (มกราคม - มิถุนายน 2561)หน้า 43-50.
5. สุพริษฐ์ สุวรรณิก. (2563). **โลกจะเปลี่ยนไปอย่างไร หลังวิกฤติโควิด-19 จบลง?**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.thairath.co.th/news/business/1807048> ค้นหามือ 30 มีนาคม 2563 <https://www.gamin.com/th-TH/blog/coronavirus-effect/>.
6. สงกรานต์ ลาพิม และคณะ. (2561). การพัฒนาสื่อด้านสุขภาพเรื่องการป้องกันโรคไข้เลือดออกสำหรับแกนนำสุขภาพ ประจำครอบครัวชนเผ่าลาหู่ ตำบลป่าป้อง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย ปีที่ 8 ฉบับที่ 1** (มกราคม-มิถุนายน 2561) หน้า 58-63.