

ข้อมูลระดับ 1

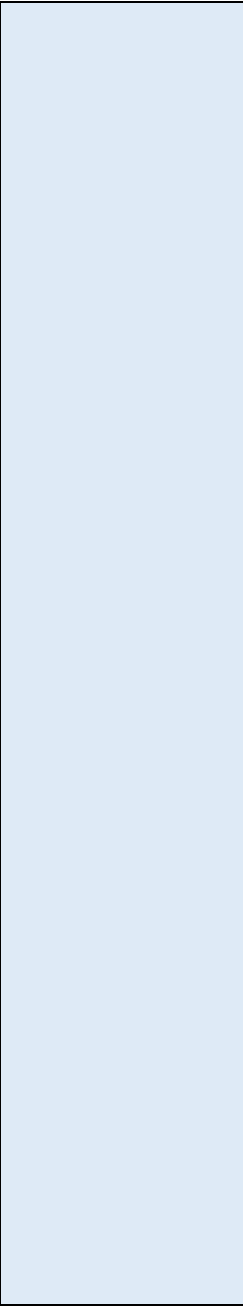
ตัวชี้วัด F2 ระดับความสำเร็จของการเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมอนามัยผ่านสื่อสาธารณะและสื่อสังคมออนไลน์

| สถานการณ์ / การวิเคราะห์ | ข้อมูลสารสนเทศและความรู้ | | | มาตรการ | ประเด็นความรู้ | เหตุผลประกอบ |
|---|---|---|--|---|--|---|
| | ข้อมูลเชิงปริมาณ | ข้อมูลเชิงคุณภาพ | ข้อมูลความต้องการ / ความคาดหวัง / ความพึงพอใจของ ผู้รับบริการ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | การสื่อสารประเด็นสำคัญ การเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารของกรมอนามัยผ่านสื่อ สาธารณะและสื่อสังคมออนไลน์ | ผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย | |
| <p>การเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมอนามัยผ่านสื่อสาธารณะและสื่อสังคมออนไลน์ จึงเป็นอีกหนึ่งระบบที่สำคัญที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการสารจำเป็นต้องมีความรอบรู้ ความเข้าใจ วิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงต่อข้อมูลข่าวสารหรือข้อมูลสุขภาพที่ไม่เป็นจริงได้เป็นอย่างดี มีข้อมูลด้านสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม โดยสำนัก/กองวิชาการกรมอนามัย ได้จัดส่งข้อมูลวิชาการเพื่อการเฝ้าระวังและสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยในช่วง ปี 2561-2563 มี ได้ดำเนินการผลิตเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจำนวน ทั้งสิ้น จำนวน 482 ข่าว แบ่งเป็น ปี 2562 จำนวน 242 ข่าว และ ปี 2563 จำนวน 240 ข่าว พร้อมทั้งกระบวนการเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นรูปธรรมในการดำเนินงาน เพื่อเผยแพร่และถ่ายทอดองค์ความรู้ ข้อมูลที่ถูกต้อง เหมาะสม รวมทั้งชี้แจง แกไขความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นให้กับประชาชนอย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ โดยในปี 2562 ศูนย์สื่อสารสาธารณะได้มีการเฝ้าระวังและสื่อสารข้อมูลข่าวสารภายในระยะเวลา 1 วัน จำนวน 12 ข่าว และในปี 2563 ศูนย์สื่อสารสาธารณะได้มีการเฝ้าระวังและสื่อสารข้อมูลข่าวสารภายในระยะเวลา 1 วัน จำนวน 10 ข่าว ทั้งนี้ การเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือสื่อสารความเสี่ยง ของกรมอนามัย ควรมีการกำหนด/จำแนกกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารเพื่อตอบโต้ข้อมูลสุขภาพที่เป็นเท็จ โดยจะพิจารณาทั้งจากต้นทางที่มีการเผยแพร่สื่อ นั้น ๆ เป็นต้นทางแรก เมื่อมีการผลิตสื่อที่ถูกต้อง ก็จะส่งไปยังต้นทางนั้นเพื่อสื่อสารให้รับทราบข้อมูลที่เป็นจริงและถูกต้องต่อไป โดยเฉพาะกลุ่มสื่อมวลชนที่จะช่วยสื่อสารของมูลของกรมอนามัยที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ไปยังกลุ่มประชาชนในวงกว้าง และกลุ่มภาคีเครือข่ายด้านการสื่อสารทั้งภายในกรมอนามัย และระหว่างกรมต่าง ๆ เช่น กลุ่มไลน์ อสม. ก็จะสื่อสารข้อมูลสุขภาพผ่านช่องทางนี้</p> | <p>ศูนย์สื่อสารสาธารณะได้ดำเนินการจัดทำข่าวเพื่อดำเนินการสื่อสารผ่านสื่อสาธารณะและสื่อสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความรู้ให้กับประชาชน ตลอดจนผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยมีจำนวนการจัดทำข่าวตลอดปีงบประมาณ 2562-2563 จำนวน 482 ข่าว แบ่งเป็นปี 2562 จำนวน 242 ข่าว และ ปี 2563 จำนวน 240 ข่าว</p> | <p>ศูนย์สื่อสารสาธารณะได้ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นรูปธรรม เพื่อเผยแพร่และถ่ายทอดองค์ความรู้ ข้อมูลที่ถูกต้อง เหมาะสม รวมทั้งชี้แจง แกไขความเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นให้กับประชาชนอย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ โดยในปี 2562 ศูนย์สื่อสารสาธารณะได้มีการเฝ้าระวังและสื่อสารข้อมูลข่าวสารภายในระยะเวลา 1 วัน จำนวน 12 ข่าว และในปี 2563 ศูนย์สื่อสารสาธารณะได้มีการเฝ้าระวังและสื่อสารข้อมูลข่าวสารภายในระยะเวลา 1 วัน จำนวน 10 ข่าว</p> | <p>จากข้อมูลการสอบถามความคิดเห็นสื่อมวลชน เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข” ประจำปี 2563 พบว่า ข้อมูลเนื้อหาข่าวกรมอนามัยที่สื่อมวลชนต้องการและให้ความสนใจมากที่สุดคือ เรื่องไวรัสโคโรนา 2019 ร้อยละ 80.4 รองลงมาคือ ออกกำลังกาย ร้อยละ 58.9 สำหรับความพึงพอใจของภาพรวมในการให้บริการงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัย พบว่า พึงพอใจระดับมาก ร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ มาก ร้อยละ 35.7</p> | <p>กลยุทธ์ PIRAB</p> <p>P : Partnership (ชั้นนำ สื่อสาร) กำหนดประเด็นการสื่อสารประจำเดือนโดยจัดทำเป็นปฏิทินประเด็นการสื่อสารประจำปี 2564 เพื่อให้มีการสื่อสารไปในทิศทางเดียวกันทั้งในส่วนกลางและศูนย์อนามัย</p> <p>I : Invest (การลงทุน) ของงบประมาณเพื่อดำเนินการจ้างผลิตและเผยแพร่ข่าวผ่านสื่อสาธารณะ และจ้างตัดข่าว Clipping Online เพื่อประโยชน์ในการเฝ้าระวังสถานการณ์ข่าวประจำวันและสื่อสารตอบโต้ข่าวได้อย่างทันท่วงที</p> <p>R : Regulation (การกำกับ ควบคุม) มอบหมายผู้รับผิดชอบดำเนินการเฝ้าระวังสถานการณ์ข่าวประจำวันและดำเนินการสื่อสารข้อมูลที่ต้องภายใน 1 วัน หากเป็นประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อหรือเกี่ยวข้องกับบทบาทภารกิจของกรมอนามัย</p> | <p>สื่อสารประเด็นความรู้ตามปฏิทินประเด็นการสื่อสารประจำปี 2564</p> <p>-----</p> <p>การเฝ้าระวังข้อมูลข่าวสารประเด็นด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม (Key Message) ตามบทบาทภารกิจของกรมอนามัย ทั้งในสถานการณ์ปกติและในภาวะวิกฤติ พร้อมสื่อสารข้อมูลข่าวสารเป็นรายเดือนตามแผนปฏิทินกิจกรรมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ถูกต้อง และเชื่อถือได้ โดยศูนย์สื่อสารได้จัดทำในรูปแบบของปฏิทินประเด็นการสื่อสารประจำเดือน ปีงบประมาณ 2564</p> <p>-----</p> <p>(ปฏิทินประเด็นการสื่อสารประจำปี 2564)</p> | <p>เป็นการกำหนดประเด็นความรู้ที่มุ่งเน้นให้ครอบคลุมบทบาทภารกิจของกรมอนามัยและวันสำคัญทางด้านสาธารณสุขในแต่ละเดือน จะช่วยให้การสื่อสารไปยังผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทำได้อย่างเป็นระบบและสามารถคาดการณ์หรือเฝ้าระวังประเด็นข่าวในช่วงเดือนนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพช่วยให้การสื่อสารข้อมูลทำได้รวดเร็วและทันท่วงที นอกจากนี้การสื่อสารภายใต้ประเด็นสถานการณ์ระดับโลกและระดับประเทศที่ยังคงต้องเฝ้าระวังอย่างต่อเนื่องต่อสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ก็ เป็นประเด็นสำคัญ</p> |
| | | | | | | |

เช่นเดียวกัน และกลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มคนที่ตรงเป้าหมายกับเรื่องที่ต้องการสื่อสารข้อมูลที่เป็นจริงออกไป เช่น กลุ่มหญิงตั้งครรภ์ กลุ่มผู้สูงอายุ นักเรียน และพระสงฆ์ กลุ่มเหล่านี้ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่ต้องอาศัยภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการเป็นช่องทางที่จะตอบโต้ข้อมูลสุขภาพเท็จให้เกิด การรับรู้และรอบรู้ด้านสุขภาพมากยิ่งขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลการวิเคราะห์ GAB ปัญหาการเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร โดยใช้หลัก 7C กับการสื่อสารที่ดี เมื่อปี 2562 ประกอบด้วย Credibility ความน่าเชื่อถือ Content เนื้อหาสาระ Clearly ความชัดเจน Context ความเหมาะสม Channel ช่องทางการสื่อสาร Continuity and Consistency ความต่อเนื่อง สม่าเสมอบ่อย ๆ และ Cabability of audience ความสามารถของผู้รับสาร โดยพบว่าการดำเนินเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนั้น "Cabability of audience ความสามารถของผู้รับสาร" คือ GB ลำดับต้นที่ต้องดำเนินการ เนื่องจากลักษณะของปัญหาที่เกิดขึ้นและมักพบบ่อยจากการนำเสนอข่าวในกลุ่มผู้รับสารคือ

- 1) ขาดการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมาย
- 2) กลุ่มเป้าหมายรับรู้หรือตีความข้อมูลข่าวสารที่ไม่ถูกต้อง
- 3) กลุ่มเป้าหมายมีความเชื่อเดิม ๆ และต่อต้านการเปลี่ยนแปลง
- 4) ความยากลำบากในการเข้าถึงข้อมูล หรือการนำข้อมูลไปสื่อสารต่อในวงกว้าง
- 5) ขาดความสนใจในปัญหาของความเสี่ยง

ดังนั้น จึงต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสาร เพื่อจะได้กำหนดรูปแบบการสื่อสาร ข้อความที่ต้องการสื่อสาร ได้ตรงกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายที่รับสื่อ และความต้องการที่จะรับสื่อของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ที่มักมีการโฆษณาชวนเชื่อและนำเสนอข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง การสร้างความรู้ด้านสุขภาพในกลุ่มนี้จึงมีความสำคัญและยังคงต้องสื่อสารข้อมูลที่สร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องอย่างเร่งด่วนและต่อเนื่อง



A : Advocacy (ข้อเสนอเชิงนโยบาย)
 มีการกำหนดนโยบายในการดำเนินงาน เฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมอนามัย โดยจัดทำประกาศมาตรการ ประเด็นความรู้ เพื่อการขับเคลื่อนให้หน่วยงานเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยให้ทุกคนยึดถือและปฏิบัติ

B : Building Capacity (พัฒนาศักยภาพผู้รับบริการ)
 เปิดโอกาสให้บุคลากรศูนย์สื่อสารสาธารณะได้พัฒนาตนเองได้เรียนรู้ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนางานอย่างเต็มที่ ตลอดจนมีการอบรมพัฒนาเครือข่ายผู้ปฏิบัติงานด้านสื่อสารและประชาสัมพันธ์เพื่อร่วมกันพัฒนางานเฝ้าระวังและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของกรมอนามัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ทำให้การสื่อสารของกรมอนามัยในการป้องกันและเฝ้าระวังสุขภาพสำหรับประชาชนจำเป็นต้องสื่อสารและเฝ้าระวังอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกัน

