



## กรมอนามัย ศูนย์สื่อสารสาธารณะ

### ประกาศนโยบายการสื่อสารเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ประจำปี งบประมาณ ๒๕๖๓

ศูนย์สื่อสารสาธารณะ ในฐานะเป็นหน่วยงานหลักด้านการสื่อสารของกรมอนามัย มีหน้าที่ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม เผื่อระวังข้อมูลข่าวสาร และพัฒนาบุคลากรด้านการสื่อสารสาธารณะ เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสาร การกิจของกรมอนามัยที่ถูกต้อง ผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนับสนุนให้กรมอนามัยก้าวไปสู่องค์กรที่ทำหน้าที่หลักในการอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมของประเทศ ขอประกาศนโยบายการสื่อสารเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ เพื่อเป็นทิศทาง แนวทางการดำเนินงาน การสร้างประเด็นความรอบรู้ด้านสุขภาพในการผลิตและเผยแพร่สื่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ๔ ช่องทาง ได้แก่ website Facebook Line@ และ Youtube ในความรับผิดชอบ เพื่อรองรับนโยบายการกระจายข้อมูลข่าวสารสุขภาพของกรมอนามัย ๔.๐ ที่เน้นการพัฒนาแบบการดำเนินงานสื่อสารจากออนไลน์ ให้เป็นดิจิทัล เพื่อให้ประชาชนสามารถสืบค้นข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพผ่านสื่อสมัยใหม่อย่างรวดเร็ว เข้าใจง่าย มีประสิทธิภาพ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมอนามัยในฐานะหน่วยงานหลักในการอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมของประเทศ โดยกำหนดมาตรการสำคัญเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ๓ มาตรการ สำหรับให้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานผลิตและเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ถือปฏิบัติ ดังนี้

**มาตรการที่ ๑ แนวทางการเผยแพร่สื่อผ่านช่องทางอนาไมมีเดีย** โดยกำหนดให้เว็บไซต์อนาไมมีเดีย <http://multimedia.anamai.moph.go.th/> เป็น ช่องทางการจัดทำ Data base / Information base ที่รวบรวมสื่อที่มีการผลิตและเผยแพร่โดยกรมอนามัย สำหรับให้บริการแก่ประชาชนครอบคลุมทุกกลุ่มวัย โดยแยกหมวดหมู่การสืบค้นตามกลุ่มวัย สาสุขขั้วร ชาวสำหรับสื่อมวลชน สำหรับภาคี แยกการให้บริการข้อมูลตามประเภทสื่อ เช่น บทความ คลิปวิดีโอ อนาไมตูน อินโฟกราฟฟิคเพื่อให้ประชาชนสามารถสืบค้นได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีสื่อที่หลากหลายสำหรับให้บริการตามความต้องการที่แตกต่างกัน หน่วยงานภายในกรมที่จะนำสื่อเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์อนาไมมีเดีย ต้องปฏิบัติตามขั้นตอนที่ได้ชี้แจงในที่ประชุมกรมอนามัย เมื่อวันที่ ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ และยังใช้ต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน คือ

๑. ปฏิบัติตามขั้นตอนการเผยแพร่สื่อผ่านอนาไมมีเดีย
  - ๑.๑ หน่วยงานต้องทำบันทึกในการขอส่งสื่อเพื่อเผยแพร่ผ่านอนาไมมีเดีย (หน่วยงานใช้เก็บเป็นหลักฐานเพื่อตอบตัวชี้วัด)โดยแจ้งรายชื่อและเบอร์ติดต่อผู้ประสานหลักไว้ด้วย
  - ๑.๒ ในกรณีขนาดไม่เกิน ๒๕ Mb สามารถส่งสื่อมาทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ที่ [prapapan.p@anamai.mail.go.th](mailto:prapapan.p@anamai.mail.go.th)
  - ๑.๓ ส่งสื่อพร้อมแบบฟอร์มรายละเอียดสื่อมาพร้อมกัน ๑ สื่อ ต่อ ๑ แบบฟอร์ม
  - ๑.๔ สามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้ที่ <http://borc.anamai.moph.go.th>



๒. ลักษณะของสื่อที่ต้องการเผยแพร่เป็นดังนี้

๒.๑ เนื้อหาหลักของสื่อเป็นการเผยแพร่เพื่อประชาชนเป็นหลัก

๒.๒ ตัวสื่อมีความทันสมัย เนื้อหาทันสมัย รูปแบบอ่านเข้าใจง่าย

๒.๓ ตั้งชื่อไฟล์เป็นภาษาอังกฤษที่สื่อความหมายถึงเนื้อหาของสื่อ ชื่อไฟล์ที่ไม่ควรตั้ง เช่น ๐๐๑.jpg, untitled๐๑.jpg, final.jpg เป็นต้น

๓. ติดต่อบริษัทผู้ให้บริการเพิ่มเติมได้ที่ผู้ประสานหลักของศูนย์สื่อสารสาธารณะ หมายเลขโทรศัพท์

๐ ๒๕๕๐ ๔๐๕๓ ประภาพรรณ

ทั้งนี้ ศูนย์สื่อสารสาธารณะสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาสื่อที่เหมาะสมในการเผยแพร่ต่อสาธารณะผ่านอนาถามีเดีย

**มาตรการที่ ๒** แนวทางการสนับสนุนการผลิตสื่อเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพของประชาชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของกรมอนามัย โดยกำหนดให้งานผลิตสื่อ กลุ่มสื่อสารและรณรงค์ ให้การสนับสนุนการผลิตสื่อโครงการ กิจกรรมสำคัญ ประเด็นปัญหาสุขภาพและอนาถามีเดียสิ่งแวดล้อมของหน่วยงานตามนโยบายเร่งด่วนของกรมอนามัย เพื่อสื่อสารสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพให้แก่ประชาชนและเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในความรับผิดชอบ โดยหน่วยงานภายในกรมที่ประสงค์จะขอรับการสนับสนุนให้ศูนย์สื่อสารสาธารณะผลิตสื่อเป็นกรณีพิเศษ ต้องปฏิบัติตามขั้นตอนที่ได้ชี้แจงในที่ประชุมกรมอนามัย เมื่อวันที่ ๑๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๒ และยังใช้ต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน คือ

๑. หน่วยงานทำการสรุปเนื้อหาที่ต้องการผลิตสื่อมาไม่เกิน ๑ หน้ากระดาษ A๔ ฟอนต์ ๑๖ โดยในสื่อชิ้นหนึ่งควรมีประเด็นที่ต้องการจะสื่อชัดเจน

๒. เนื้อหาที่จะผลิตสื่อเป็นเนื้อหาให้ความรู้เพื่อประชาชน หรือตอบโต้สถานการณ์ด้านสุขภาพและอนาถามีเดียสิ่งแวดล้อมที่เป็นประเด็นขณะนั้น

๓. หน่วยงานผู้จัดส่งมีหน้าที่ในการตรวจสอบความถูกต้องของชิ้นงานและรับรองความถูกต้องของเนื้อหาส่วนเรื่องความสวยงามเป็นดุลยพินิจของผู้ผลิต

๔. หากเป็นสื่อที่ผลิตเพื่อเผยแพร่ให้กับประชาชน หากทางศูนย์สื่อสารสาธารณะเป็นผู้ผลิตให้ขอสงวนออกในนามของกรมอนามัย ตามรูปแบบของกรมอนามัยเท่านั้น หากท่านต้องการแสดงชื่อหน่วยงานขอให้แจ้งในแบบฟอร์มรายละเอียดของสื่อ

**มาตรการที่ ๓** แนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ โดยศูนย์สื่อสารสาธารณะได้นำองค์ความรู้ที่ได้จากการสำรวจการรับรู้ภาพลักษณ์กรมอนามัย ปี๒๕๖๑ มาใช้ในการพัฒนาเรื่องการออกแบบสื่อในปีงบประมาณ ๒๕๖๓ นี้ ซึ่งได้จัดทำคู่มือแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้หน่วยงานนำกลับไปปฏิบัติตาม โดยจะทำให้สื่อทุกชนิดของกรมอนามัยจะมีอัตลักษณ์เดียวกันทั้งกรม คือ การวางตราสัญลักษณ์กรมอนามัย การใช้ตัวอักษรอัตลักษณ์ สีที่ใช้ และการออกแบบที่เป็นทิศทางเดียวกันทั้งกรม

สำหรับประเด็นความรู้ในการพัฒนางานสื่อสารเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๓ มุ่งเน้นการนำแนวคิดต่างๆ ดังนี้

**ประเด็นความรู้ที่ ๑** เรื่อง การสื่อสารสุขภาพ เพื่อนำมาสร้างช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสุขภาพที่ถูกต้อง (หนึ่งททัย ขอผลกลาง, ๒๐๑๐) ให้กรมอนามัยเป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลด้านสุขภาพประเทศที่น่าเชื่อถือของประชาชน รวมทั้ง การพัฒนาระเบียบวิธีวิจัยด้านการสื่อสารสุขภาพ ในด้านกระบวนการศึกษาวิจัย และระเบียบ



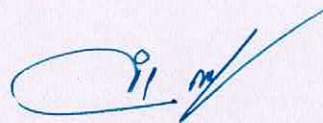
วิธีวิจัยที่หลากหลายและลึกซึ้ง ให้ความสำคัญต่อตัวแปรใหม่ ๆ ที่เข้ามามีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงความคิด ความรู้ และพฤติกรรมด้านสุขภาพอนามัย ตามเทคโนโลยี และสถานการณ์ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาด้านสุขภาพอนามัยที่มีลักษณะซับซ้อน และต้องอาศัยมิติการวิเคราะห์ และแก้ปัญหาที่หลากหลายซับซ้อนยิ่งขึ้น

**ประเด็นความรู้ที่ ๒ เรื่อง สื่อสังคมออนไลน์กับงานประชาสัมพันธ์** เพื่อนำไปสู่การบูรณาการช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่มาใช้ในการเพิ่มการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ภารกิจ ผลงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ของกรมอนามัยสู่ประชาชน โดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่าง ๆ ผสมผสานกัน ให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้หรือยอมรับอะไร อย่างไร รวมถึงมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน มีกลวิธีดำเนินการที่เหมาะสม จึงจะเกิดประสิทธิผลต่อการดำเนินงานได้ดี จุดมุ่งหมายที่สำคัญ คือ การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกเพจ/ผู้เข้าชมหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องการเลือกใช้กิจกรรมและสื่อต่าง ๆ ทางงานประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง การปลูกจิตสำนึก โน้มน้าวให้เห็นด้วยหรือคล้อยตามกับกิจกรรมขององค์กร รวมไปถึงการยอมรับ สร้างศรัทธาและการให้ความร่วมมือกับองค์กร เป็นต้น (สำนักประชาสัมพันธ์, ๒๕๖๑)

**ประเด็นความรู้ที่ ๓ เรื่อง การสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์** เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการแก้ปัญหาสุขภาพที่สำคัญของคนไทย ที่ถูกต้อง ทันการณ์ รวมทั้งช่องทาง และวิธีการสื่อสารที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพ ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชน (ชนวนทอง ธนสุกาญจน์, ๒๕๖๐)

**ประเด็นความรู้ที่ ๔ เรื่อง การเรียนรู้การออกแบบและผลิตสื่อกราฟิกเพื่อใช้ในการสื่อสารออนไลน์** เพื่อสร้างภาพจำในสื่อที่ออกแบบผลิตและเผยแพร่ของกรมอนามัยให้ประชาชนสามารถรับรู้ว่ามีสื่อที่ใช้โทนสีตัวอักษร การวางงานออกแบบเป็นของหน่วยงานกรมอนามัย ซึ่งกระบวนการพัฒนาปรับปรุงภาพลักษณ์ และสิ่งสำคัญในการปรับเปลี่ยนรูปแบบตราสัญลักษณ์ขององค์กร คือการรับฟังความคิดเห็นหรือประชาพิจารณ์ เพื่อสร้างให้เกิดความคุ้นเคยและการยอมรับแบบค่อยเป็นค่อยไป (อริญ วานิชกร, ๒๕๕๘)

ประกาศ ณ วันที่ ๖ เดือน มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๓



(นายวินัย รอดไทร)

นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการพิเศษ  
ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการศูนย์สื่อสารสาธารณะ