

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารในภาวะวิกฤต COVID-19 จากหน่วยงานภาครัฐไทยของประชาชน

Use and Gratification and Crisis Communication in COVID-19 of Thai Government from Thai Citizens

กฤชนัท แสอว

Kritchanat Santawee

Corresponding author, E-mail : good0773@gmail.com

Received : February 3, 2023
Revised : April 20, 2023
Accepted : May 25, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามปลายปิด จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนจากประชาชนไทยใน 4 ภูมิภาคและกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.10, S.D. = 0.84) ส่วนการใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.24, S.D. = 0.80) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณการใช้ประโยชน์การดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐไทย ได้แก่ 1) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ Covid-19 โดยภาครัฐสามารถสร้างความเชื่อมั่นและส่งผลกระทบต่อสังคมไทยสามารถผ่านพ้นสถานการณ์ Covid-19 ได้ในอนาคตอันใกล้ และ 2) มีความรู้เกี่ยวกับโรค Covid-19 จากการเปิดรับข้อมูล

ข่าวสารที่ภาครัฐนำเสนออย่างถูกต้องแก่ สามารถร่วมกันพยากรณ์ ความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ ได้ร้อยละ 70 ($R^2 = 0.70$)

คำสำคัญ: การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ, การสื่อสารภาวะวิกฤต, โควิด-19

Abstract

This research aimed to study the utilization and satisfaction of the communication operations in Covid-19 situation of Thai government using quantitative research method, data were collected with closed-ended questionnaires from multi-stage random sampling of 400 Thai citizens in 4 regions and Bangkok. Data were analyzed by amount, percentage, mean, standard deviation, one-way ANOVA and multiple regression analysis. The results found that the respondents had a moderate level of satisfaction on communication in Covid-19 situation (mean = 3.10, S.D. = 0.84)

As for the utilization of the information presentation in Covid-19 situation of Thai government in overall was at the moderate level (mean = 3.24, S.D. = 0.80) The multiple regression analysis of utilization of communication operations in Covid-19 situation of Thai government includes: 1) the presentation of information about Covid-19 by Thai government can create the confidence and help Thai society to get through Covid-19 crisis in the near future 2) have knowledge about Covid-19 from the full exposure of information from Thai government. Together, the satisfaction of the communication operations in Covid-19 situation of Thai government can be predicted by 70% (R Square = 0.70)

Keywords: Uses and gratification, Crisis communication, Covid-19

บทนำ

จากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทยตั้งแต่ช่วงปลายปี 2562 ส่งผลให้มีคนไทยติดเชื้อโควิด-19 และเกิดอาการป่วยจากโรคดังกล่าว ซึ่งมีประชาชนที่ได้รับเชื้อและรักษาหายรวมทั้งมีผู้ป่วยจำนวนหนึ่งต้องเสียชีวิต สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคดังกล่าวได้มีการรุกรานไปทั่วทั้งโลกจากวิกฤตการณ์ทางสาธารณสุข ขยายวงกว้างจนนำไปสู่ภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ โดยประเทศหลายประเทศที่มีศักยภาพทางด้านการแพทย์ได้พยายามคิดค้นวิธีการรักษาโรคจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 นี้ ตลอดจนการผลิตวัคซีนป้องกันโรคดังกล่าวได้สำเร็จ เพื่อลดความรุนแรงและจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้น จากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นส่งผลให้รัฐบาลของแต่ละประเทศรวมถึงประเทศไทย และองค์กรต่าง ๆ ระดับโลก เช่น องค์การอนามัยโรค หรือองค์การอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้มีความพยายามแก้ไขปัญหา โดยสิ่งหนึ่งที่ทุกประเทศได้ดำเนินการอย่างทันทั่วทั้งคือการสื่อสารกับประชาชนของตนเอง ซึ่งการสื่อสารดังกล่าวย่อมต้องมีความแตกต่างไปจากการสื่อสารภายใต้สถานการณ์ปกติที่ภาครัฐได้เคยกระทำ เนื่องจากการเป็นการสื่อสารในภาวะวิกฤตการณ์ทางสุขภาพ ซึ่งย่อมมีโอกาสส่งผลกระทบต่อทุกคนในระดับปัจเจกอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ โดยการสื่อสารของภาครัฐภายใต้กระแสความตื่นตระหนกนี้จึงจำเป็นต้องมีแนวทางและกระบวนการสื่อสารที่รัดกุมและเป็นไปด้วยความระมัดระวัง

สำหรับการสื่อสารภาวะวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโค

วิด-19 ในประเทศไทยที่ผ่านมาพบว่า ในระยะแรกหน่วยงานภาครัฐยังไม่สามารถดำเนินการสื่อสารเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก ยังคงมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความคลาดเคลื่อนและขัดแย้งกันระหว่างหน่วยงานในระดับต่าง ๆ อยู่พอสมควร จนถึงปัจจุบันที่สถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ยังคงมีผู้ติดเชื้อรายใหม่เพิ่มขึ้นเป็นประจำทุกวัน ซึ่งอาจเห็นได้ว่าการสื่อสารภาวะวิกฤตการณ์เหตุการณ์นี้หน่วยงานภาครัฐของไทยสามารถจัดระบบการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นมีหน่วยงานที่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่ยังคงถูกตั้งคำถามหรือข้อสงสัยจากประชาชนเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือและความจริงใจในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารดังกล่าวอยู่บ้างพอสมควร โดยเฉพาะฝ่ายการเมือง ขั้วตรงข้ามหรือฝ่ายค้าน โดยโฆษกพรรคเพื่อไทยได้แสดงความเห็นผ่านทางสื่อมวลชนเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวสารของภาครัฐว่าสิ่งที่คนไทยต้องการเห็นการดำเนินงาน คือ ความรับผิดชอบและความเป็นมืออาชีพในการบริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรค ซึ่งในสถานการณ์วิกฤตนี้ รัฐบาลต้องเปิดเผยข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงของผู้ติดเชื้อที่ไม่แสดงอาการ เช่น สุ่มตรวจแล้วก็ตาย เมื่อเทียบสัดส่วนการสุ่มตรวจกับประชากรที่ยังไม่ตรวจเป็นจำนวนมากน้อยเพียงใด รวมทั้งการสื่อสารของ ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) และนายกรัฐมนตรีต้องใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อให้ประชาชนมีความเข้าใจและปฏิบัติตามได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้รู้ว่าการดำเนินการในขณะนั้นอันตราย หรือการที่ กรุงเทพมหานคร ออกคำสั่งงดนั่งรับประทานอาหารในร้านก่อน 19.00 น. และนายกรัฐมนตรีออกมาแก้ไขเป็น 21.00 น. สิ่งเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าแม้แต่การสื่อสารใน ศบค. ซึ่งเป็นศูนย์บัญชาการจัดการโรคระบาดยังผิดพลาดภายใน ช้ำยังแสดงความผิดพลาดออกสู่สาธารณชน ตลอดจนการระบาดที่เกิดขึ้นไม่ใช่ความผิดประชาชนต้นเหตุเกิดจากความหละหลวมปล่อยเชื้อเข้ามาในประเทศด้วยการทำผิดกฎหมายของเจ้าหน้าที่รัฐหรือไม่ ประชาชนส่วนใหญ่สวมหน้ากาก ตื่นตัวและให้ความร่วมมืออย่างดีกับเจ้าหน้าที่มาต่อเนื่อง โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดในตอนนี้ คือ ความเชื่อมั่น รัฐบาลที่เป็นมืออาชีพจะต้องมีวิสัยทัศน์สร้างความมั่นใจให้พลเมืองในประเทศร่วมแรงร่วมใจฝ่าฟันสถานการณ์วิกฤตนี้ไปด้วยกัน ซึ่งบางประเทศที่ผู้นำลงมือทำแผนฟื้นฟูประเทศแล้ว (กรุงเทพฯธุรกิจออนไลน์, 6 มกราคม 2564)

จากข้อมูลที่ปรากฏทางสื่อมวลชนดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินงานด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤตของหน่วยงานภาครัฐในภาพรวมของประเทศไทย ที่ยังคงมีความ

บกพร่องและไม่สามารถสร้างการสื่อสารในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก จึงทำให้เกิดประเด็นที่ฝ่ายการเมืองขัดแย้งกับภาครัฐออกมาวิพากษ์วิจารณ์การดำเนินงานภายใต้ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจสืบเนื่องมาจากการภาครัฐของไทยยังขาดประสบการณ์และองค์ความรู้ในการสื่อสารภาวะวิกฤตทางสุขภาพ ตลอดจนขาดการศึกษาถึงความต้องการและความจำเป็นในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารภาวะวิกฤตดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ภาคการเมืองและประชาชนเกิดการตั้งคำถามต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานของภาครัฐในการสื่อสารช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคดังกล่าว ด้วยเหตุเพราะสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นส่งผลต่อประเทศในหลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม ด้านสุขภาพ ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและภาคบริการ ตลอดจนธุรกิจประเภทอื่น ๆ ทั้งระบบ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำลายชื่อเสียงและความปลอดภัยในชีวิตของประชาชน และยังส่งผลให้เกิดความรู้สึกและการรับรู้ในเชิงลบต่อ นักท่องเที่ยว และผู้เกี่ยวข้อง โดย Coomb (2007) ได้เสนอว่าสถานการณ์วิกฤตนั้น เป็นการรับรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ไม่สามารถรู้ล่วงหน้าได้ ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายกลุ่ม และสามารถส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการดำเนินงานได้ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้นถึงแม้จะไม่อาจรู้ล่วงหน้าได้ แต่ก็จะสามารถคาดหมายได้จากประเด็นที่เกิดขึ้น องค์กรที่มีการจัดการที่ดีย่อมคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะเกิดวิกฤตการณ์ในเรื่องใดขึ้นกับองค์กรบ้าง แต่ไม่อาจกำหนดหรือระบุได้ว่าภาวะวิกฤตนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อไร โดยในหลายกรณีพบว่ามักมีสัญญาณหรือสถานการณ์ที่นำไปสู่วิกฤตที่จะเกิดขึ้นได้ก่อนเสมอ ภาวะวิกฤตมีผลกระทบต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของประเทศชาติ และจะทำลายความคาดหวังต่าง ๆ ที่เคยมีอยู่ในจิตใจของผู้เกี่ยวข้องในประเด็นที่เป็นวิกฤตนั้นก่อให้เกิดความไม่สบายใจ ไม่เชื่อมั่น ทำลายความรู้สึกและความสัมพันธ์อันดี จนเข้าสู่พฤติกรรมต่อต้านหน่วยงานภาครัฐที่ไม่สามารถจัดการสถานการณ์วิกฤตนั้นได้ ดังนั้น สถานการณ์วิกฤตจึงเป็นสาเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อความมีชื่อเสียงของประเทศ (Country reputation) ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้แนวคิดเรื่องการสื่อสารในภาวะวิกฤต (Crisis communication) ขึ้นและมีพัฒนาการอย่างรวดเร็วทั้งในด้านปฏิบัติการและด้านวิชาการ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน และทำการสื่อสารระหว่างเกิดสถานการณ์วิกฤตขึ้น ทั้งก่อนการเกิดสถานการณ์ ระหว่างเกิดสถานการณ์ และภายหลังสิ้นสุดสถานการณ์วิกฤตนั้น จึงทำให้ภาวะวิกฤตมีอิทธิพลต่อการเลือกกำหนดกลยุทธ์ในการ

ดำเนินงานขณะนั้น ซึ่งเป็นแนวทางในการดำเนินงานสื่อสารที่หน่วยงานภาครัฐในระดับต่าง ๆ พึงกระทำ

จากมุมมองด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤตเป็นปัญหาทางธุรกิจและปัญหาขององค์กรที่เกิดขึ้นจากความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งภาวะวิกฤตนั้นสามารถเกิดขึ้นได้หลากหลายรูปแบบทั้งที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติและจากมนุษย์เป็นผู้ก่อขึ้น ทั้งนี้ Robert และ Lajtha (2002) ได้จำแนกประเภทของภาวะวิกฤตควรให้ความสนใจ และสามารถเกิดขึ้นเป็นภาวะวิกฤตได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) ความสำคัญต่อความปลอดภัย 2) การให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานที่โปร่งใส 3) การให้ความสำคัญต่อการนำเสนอข่าวสารที่บิดเบือน 4) การให้ความสำคัญต่อความยุติธรรมและความเสมอภาค 5) การให้ความสำคัญต่ออำนาจรัฐทั้งนี้จากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ที่กำลังเผชิญอยู่ในขณะนี้ภาครัฐมีความจำเป็นต้องมีการตรวจสอบ ติดตาม การดำเนินและ/หรือประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ทุกระยะและทุกมิติ โดยเฉพาะในด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากการสื่อสารในสภาวะวิกฤต ว่าประชาชนได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับนั้นไปใช้ประโยชน์ในการป้องกันตนและปฏิบัติตนในชีวิตประจำวันอย่างไร ตลอดจนเกิดความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ถูกเผยแพร่โดยหน่วยงานของภาครัฐหรือไม่ เพื่อสามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนให้มากที่สุดต่อไป ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจถึงการใช้อย่างมีประสิทธิภาพและความพึงพอใจต่อการสื่อสารในภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด-19 ของภาครัฐไทย เพื่อนำไปสู่การเสนอแนะแนวปฏิบัติสำหรับการดำเนินงานสื่อสารในระยะต่อไป และนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการดำเนินการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤตโรคระบาดอื่น ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากการสื่อสารภาวะวิกฤตของหน่วยงานภาครัฐไทยในสถานการณ์แพร่ระบาด COVID-19

2) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสารภาวะวิกฤตของหน่วยงานภาครัฐไทยในสถานการณ์แพร่ระบาด COVID-19

3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการใช้ประโยชน์ที่มีต่อความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

นอกจากนี้ Katz et al. (1973 อ้างถึงใน มนชนก เชนเอียงและคณะ, 2564) ได้กล่าวไว้ว่าทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ นั้นจะเน้นและให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งเป็นการศึกษาผู้รับสาร เกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าว แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ อันก่อให้เกิดการได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ ซึ่งสามารถสรุปเป็นความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อหรือการรับสื่อของผู้รับสารในแง่ต่าง ๆ 5 รูปแบบ ดังนี้

1) ความต้องการที่จะรู้ (Cognitive needs) คือ ความต้องการด้านความข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิด และความเข้าใจ

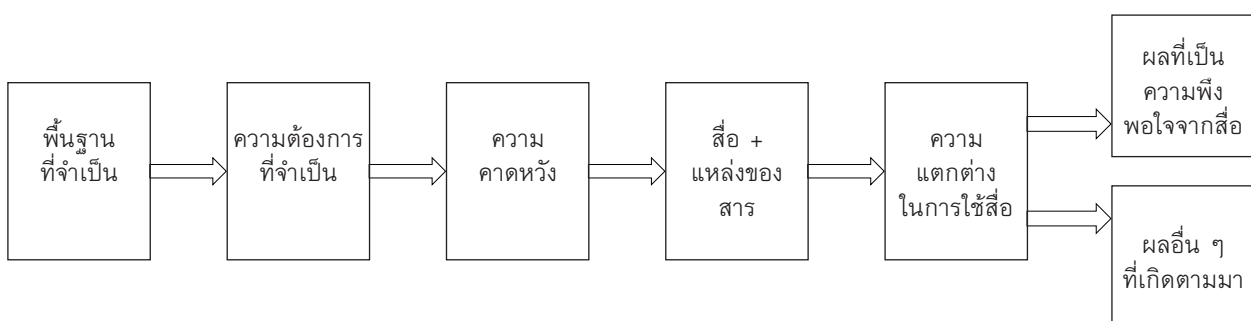
2) ความต้องการด้านอารมณ์ (Affective needs) คือความต้องการด้านความคิดเห็น ความบันเทิง และความสุนทรีย์

3) ความต้องการการไม่แปลกแยก (Personal integrative needs) คือ ความต้องการในการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง ด้านความน่าเชื่อถือ ความสนใจ ความมั่นคง และสถานภาพของ ตนเอง

4) ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Social integrative needs) คือ ความเชื่อมั่นใน การติดต่อสัมพันธ์ทางสังคมกับคนในครอบครัวเพื่อน และคนอื่น ๆ ในสังคม

5) ความต้องการที่ปลดปล่อยตัวจากความตึงเครียด (Tension release needs) คือ ความต้องการหนีเห และหลีกเลี่ยงความกดดันและปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันโดยหันไปหาสิ่งบันเทิงใจในสื่อมวลชนเพื่อลดความเครียด

กาญจนา แก้วเทพ (2554) เสนอว่า ส่วนใหญ่ในการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อเพื่อควบคุมสถานการณ์ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการลงมือกระทำ เมื่อมีความตั้งใจที่แน่วแนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงมีใช้กิจกรรมที่กระทำไปตามยุทธการหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน (เรียกว่าเป็น Goal – oriented activity) ในท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกเดียวของบุคคล หากทว่าเป็นเพียงตัวเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกตัวอื่นๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่าแหล่งข่าวสารอื่นๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งไปโดยปริยาย (หลักการข้อนี้มีนัยยะที่ลดสถานะและความสำคัญของสื่อมวลชนที่มีต่อบุคคลลงมา) สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวจะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่างๆ



ภาพที่ 1 แสดงกระบวนการใช้สื่อและความพึงพอใจ
ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ (2554)

กล่าวได้ว่าทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น เกิดขึ้นจากการสภาวะทางจิตใจและสังคมของแต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกัน โดยเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้บุคคล

คาดหวังว่าสื่อแต่ละประเภทจะสามารถสนองความพอใจได้แตกต่างกันและเป็นสิ่งนำไปสู่ความแตกต่างในการใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อของบุคคลอันเป็นผลทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อที่แตกต่างกันและยังก่อให้เกิดผลอื่น ๆ

ที่ไม่ได้คาดหวังไว้ตามมาอีกด้วย ดังนั้น จากสถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้ประชาชนจำเป็นต้องแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคอุบัติใหม่ในครั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการในการป้องกันการติดเชื้อ และการใช้ชีวิตแบบปกติใหม่อย่างเหมาะสมตามที่ตนเองคาดหวังจากสื่อต่าง ๆ ซึ่งเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

ภททิรา กลิ่นเลขา (2561) สรุปสาระเกี่ยวกับความสำคัญของการเปิดรับข่าวสาร ไว้ว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่มีทัศนคติทันต่อเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย ผู้รับข่าวสาร แต่ละบุคคลจะมีระดับการเปิดรับสื่อและข่าวสารที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะและ ปัจจัยที่แตกต่างกันซึ่งเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการดังนี้

1) ความเหงา ซึ่งเป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่า โดยปกติคนเราจะไม่ชอบอยู่ตามลำพังเนื่องจากจะทำให้เกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเฝ้าระวังจากสังคม จึงต้องพยายามที่จะรวมกลุ่มหรือติดต่อกับบุคคลโดยตรง หรือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ

2) ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ โดยปกติความอยากรู้อยากเห็นจะเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวก่อน ตลอดจนถึงที่อยู่ห่างตัวเอง ที่จะมีผลกระทบต่ตัวเอง ทั้งทางตรงและทางอ้อมแล้ว มนุษย์ยังสนใจอยากรู้อยากเห็นสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ ด้วย รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือบุคคลอื่นด้วย

3) ประโยชน์ใช้สอยของตนโดยพื้นฐานมนุษย์มีความเห็นแก่ตัว ดังนั้น ในฐานะที่เป็นผู้รับสาร จึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง

4) ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพรายได้ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนทัศนคติความเชื่อต่าง ๆ จะมีอิทธิพลต่อระดับในการเปิดรับสารแล้ว ลักษณะเฉพาะของผู้รับสารก็มีความต้องการที่ต่างกัน ดังนั้น ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละชนิดมีส่วนทำให้ผู้รับสารจากสื่อมวลชนมีจำนวนและองค์ประกอบที่แตกต่างกันเพราะผู้รับสารจะเลือกรับข่าวสารเฉพาะอย่างที่สามารถสนอง ความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง

ประกอบกับ ปิยะนันท์ บุญณะโยไทย (2556) ได้สรุปถึง กระบวนการเลือกสรร (Selective process) ข้อมูลข่าวสารของมนุษย์ไว้ดังนี้

1) การเลือกรับ (Selective exposure) เป็นขั้นตอนแรกของการเลือกสรรในการกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ ซึ่งจะแปรเปลี่ยนไปตามทักษะและความชำนาญในการรับรู้ และการทำความเข้าใจข่าวสารของบุคคลนั้น รูปแบบสารที่รับก็มีความแตกต่างกันไป บางคนถนัดเขียนมากกว่าพูดหรือถนัดฟังมากกว่าอ่าน สิ่งเหล่านี้เป็นตัวกำหนดการเลือกรับสื่อและข่าวสารต่าง ๆ ของมนุษย์ บางคนจึงเลือกที่จะอ่านหนังสือในขณะที่บางคนเลือกที่จะดูโทรทัศน์

2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective attention) จากข้อจำกัดในระบบความจำของมนุษย์ซึ่งมีความสามารถในการรับรู้ข้อมูลเพียง 500 ส่วนใน 1 วินาที เท่านั้น แต่ในเวลาหนึ่ง ๆ สมองคนเราถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าและข่าวสารมากมาย ทั้งจากภายในและภายนอก จึงต้องคัดเลือกข่าวสารที่เข้ามากระทบประสาทสัมผัสตลอดเวลา และกรองเฉพาะที่เกี่ยวข้อง ตรงกับความสนใจและตรงกับความต้องการของตน

3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective perception and interpretation) เมื่อมีการเปิดรับข่าวสาร บุคคลต้องเลือกรับรู้และตีความหมายของข่าวสารนั้นให้สอดคล้องกับประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ทัศนคติ ค่านิยมเดิมของตน แล้วจึงหรือปรับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับข่าวสารเดิมในขั้นตอนนี้ ทำให้ผู้รับสารแต่ละคนตีความสารเดียวกันแตกต่างกันออกไป จึงเป็นขั้นตอนที่ทำให้การสื่อสารล้มเหลวได้

4) การเลือกจดจำ (Selective retention) เมื่อตีความหมายแล้ว คนเรายังเลือกจำสารไว้ในระบบความจำ โดยจัดระเบียบข่าวสารให้สามารถเรียกกลับมาใช้ได้อีกในอนาคต ซึ่งข่าวสารที่มนุษย์เลือกจดจำไว้มักเป็นข่าวสารที่ช่วยเสริมช่วยย้ำ และสนับสนุนความรู้สึก ความคิด ทัศนคติ ค่านิยม ของแต่ละคนที่มีอยู่แล้วให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เมื่อต้องการแก้ปัญหา ตัดสินใจ หรือเกิดความขัดแย้งระหว่างข่าวสารเก่ากับข่าวสารใหม่ก็สามารถเรียกข่าวสารนั้นออกมาใช้ได้

McCombs และ Becker (1979)อ้างถึงในภททิรา กลิ่นเลขา, 2561) ได้กล่าวว่า มนุษย์จะใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตน 6 ประการ ดังนี้

1) เพื่อต้องการทราบเหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้ได้รู้เท่าทันเหตุการณ์ ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่พอจะเรียนรู้

2) เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อสถานการณ์หรือเหตุการณ์รอบๆตัว โดยเฉพาะการตัดสินใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน

3) เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับสื่อสารมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลนำไปใช้ในการพูดคุยกับคนอื่น ๆ

4) เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นรอบๆตัวของบุคคลได้

5) เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ทาลงไปแล้ว

6) เพื่อความบันเทิง (Entertainment) ทำให้เกิดความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์จากการเปิดรับสื่อไม่ว่าจะเป็นสื่อในรูปแบบไหน สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์หรือแม้แต่สื่อโซเชียลมีเดียเอง เกิดจากการตอบสนองความต้องการของตนเองแล้ว ผลกระทบของการเปิดรับสื่อหรือพฤติกรรมของการใช้สื่อก็มีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตในแต่ละด้าน

ดังนั้น การเลือกเปิดรับสื่อของประชาชนในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ส่วนมากจึงมักเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการทราบเหตุการณ์ การต้องการช่วยตัดสินใจ การเสริมความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ดังกล่าว ผ่านกระบวนการเลือกการเลือกให้ความสนใจการเลือกรับรู้และตีความหมายการเลือกจดจำ ข้อมูลข่าวสารที่ภาครัฐได้มีการเผยแพร่และสื่อสารในช่วงสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

แนวคิดการสื่อสารในภาวะวิกฤต

Coombs (2004) เสนอว่า สถานการณ์หรือภาวะวิกฤตเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทันทีทันใด (Sudden) และไม่ได้คาดคิด (Unexpected) ซึ่งเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรทั้งในด้านการเงิน และด้านชื่อเสียง ทั้งยังสร้างความสูญเสียทางร่างกายและความรู้สึกให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจนทำให้เกิดมุมมองและความรู้สึกที่ไม่ดีต่อองค์กรในที่สุด และเปลี่ยนจากการชื่นชอบในองค์กรกลายเป็นความไม่ชื่นชอบในองค์กร และทำให้ชื่อเสียงขององค์กรจะเสียหายไปในที่สุด ภาวะวิกฤตจึงเป็นสิ่งที่ทำลายชื่อเสียงองค์กร อย่างไรก็ตามในทางกลับกันความชื่นชอบในองค์กรก่อนที่จะเกิดภาวะวิกฤต (Pre-crisis) ซึ่งเป็นทุนหรือสินทรัพย์ทางชื่อเสียง (Reputation capital) จะเป็นสิ่งช่วยรับแรงปะทะที่เกิดจากวิกฤตได้ องค์กรที่มีชื่อเสียงมีมาก่อนหน้า (Priority relational reputation) จะยังมีความเข้มแข็งทางชื่อเสียงต่อไปภายหลังจากเกิดวิกฤต (post-crisis) ขึ้น โดยได้จัดหมวดหมู่หรือประเภทของภาวะวิกฤตไว้ในหนังสือ

Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, Responding ไว้อย่างน้อย 10 ประเภท ดังนี้

1) จากเหตุการณ์ทางธรรมชาติ (Natural disasters) เช่น การเกิดแผ่นดินไหว ไฟป่า น้ำท่วม พายุ ภูเขาไฟระเบิด เป็นต้น ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้เป็นสิ่งที่อยู่เหนือการควบคุม แต่เป็นสิ่งที่สามารถคาดหมายและเตรียมมาตรการบรรเทาความรุนแรงจากวิกฤตการณ์ได้ ซึ่งอาจต้องใช้ความร่วมมือจากหน่วยงานหลายฝ่ายดำเนินการแก้ไขด้วยกันตามความเชี่ยวชาญเฉพาะ

2) ความรุนแรงภายในสถานที่ทำงาน (Workplace violence) เมื่อเกิดเหตุทะเลาะวิวาทกันขึ้นระหว่างผู้ปฏิบัติงานไม่ว่าจะเป็นการชกต่อย ตบตี หรือการด่าทอกัน ภายในสถานที่ทำงานหรือในองค์กร ทั้งระหว่างปฏิบัติงานและนอกเวลาปฏิบัติงาน และในบางครั้งอาจเกิดเหตุขึ้นนอกสถานที่ทำงาน แต่เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากพนักงานในองค์กรเดียวกันทะเลาะวิวาทกัน

3) ข่าวลือ (Rumors) เป็นการแพร่กระจายของข่าวสารหรือข้อมูลที่ผิดพลาด ถูกปลอมแปลง สร้างขึ้น เพื่อมุ่งทำลายชื่อเสียงองค์กร หรือคุณภาพสินค้า ในบางครั้งข่าวลืออาจเกิดจากความไม่ตั้งใจหรือความเข้าใจผิดบางประการ เช่น เกิดจากสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกันทำให้เกิดความเข้าใจผิด และในบางครั้งข่าวลืออาจเกิดจากบุคคลภายในองค์กรเป็นผู้ให้ข่าวต่อลูกค้าเอง เป็นต้น

4) การให้ร้ายหรือการประสงคร้าย (Malevolence) เกิดจากคู่แข่งหรือผู้ไม่หวังดีต่อองค์กรซึ่งอาจเป็นบุคคลในองค์กร หรือคู่แข่งจากองค์กรอื่น ใช้วิธีการที่รุนแรงโจมตี เช่น การแทรกแซงสินค้า การปั่นป่วนสินค้า การปลอมแปลงสินค้า เป็นต้น

5) การท้าทาย การต่อต้าน (Challenges) อาจเกิดขึ้นได้จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ เช่น ลูกค้า NGOs เจ้าของวัตถุดิบ เจ้าหน้าที่ของรัฐ ประชาชน เป็นต้น ที่อาจไม่เห็นด้วยต่อการดำเนินงาน หรือสินค้าที่องค์กรผลิต

6) อุบัติเหตุที่เกิดจากความผิดพลาดทางเทคนิค (Technical-error accident) เมื่อเทคโนโลยีที่องค์กรนำมาใช้เกิดผลต่อพนักงานให้ได้รับอันตรายจากการปฏิบัติงานที่ไม่ได้รับความปลอดภัย

7) ความผิดพลาดทางเทคนิคต่อผลิตภัณฑ์ (Technical-error product harm) ในการใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องจักรในการผลิตอาจได้รับความผิดพลาด เช่น จากอายุการใช้งานของเครื่องจักรที่มีระยะเวลานาน ทักษะของผู้ปฏิบัติงานไม่สนับสนุนต่อความทันสมัย เป็นต้น และอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าที่ผลิต

ทั้งนี้ กลยุทธ์หลักในการสื่อสารในภาวะวิกฤต คือ กลยุทธ์ประเภทการเสริมแรง ได้แก่ การเตือนความจำ การแสดงเป็นผู้เสียหาย และกลยุทธ์ประเภทไม่ยอมรับ (พิมพ์ ชญา ภมรพล และเจษฎา ศาลาทอง, 2565) แต่อย่างไรก็ตาม การเกิดขึ้นของสถานการณ์โควิด 19 นั้น อาจเป็นผลมาจากเหตุการณ์ทางธรรมชาติ ซึ่งเป็นการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสชนิดหนึ่ง และส่งผลไปสู่การเกิดสถานการณ์วิกฤตในรูปแบบอื่น ๆ ในหลากหลายระดับ เช่น การเกิดข่าวลือเกี่ยวกับโรคระบาด ความผิดพลาดจากการรักษาโรค ความผิดพลาดทางเทคนิคจากการผลิตวัคซีน การทำหาย และการต่อต้าน ฝ่าฝืน มาตรการของภาครัฐ เป็นต้น และจากวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ภาครัฐจำเป็นต้องวางแผนเพื่อกำหนดแนวทางในการรองรับและแก้ไขต่อสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างเป็นวงกว้าง ซึ่งภาครัฐจำเป็นต้องดำเนินการเข้าสู่กระบวนการจัดทำแผนการจัดการภาวะวิกฤต (Crisis management plan: CMP) หรือในบางครั้งเรียกว่าแผนการสื่อสารภาวะวิกฤต ขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมและมีการบูรณาการการดำเนินงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มากกว่าการใช้กลยุทธ์ทางการสื่อสารในการตอบโต้ต่อภาวะวิกฤตเช่นเดียวกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะองค์กรใดองค์กรหนึ่ง

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชากรของประเทศไทย โดยการจับสลากตัวแทนจังหวัดในแต่ละภูมิภาค ซึ่งเป็นพื้นที่ตัวอย่างในแต่ละภูมิภาค ทั้ง 4 ภาค คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ จำนวนภาคละ 2 จังหวัด และพื้นที่กรุงเทพมหานคร รวมจำนวน 9 พื้นที่ โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากตัวอย่างซึ่งมีอายุระหว่าง 20 – 60 ปี จากจำนวนประชากรของประเทศไทยทั้งประเทศ จำนวน 66,171,439 คน โดยสูตรการคำนวณตัวอย่างของ Taro Yamane ได้ตัวอย่าง จำนวน 400คนจาก (1) ภาคเหนือ คือ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย (2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดนครราชสีมา (3) ภาคกลาง คือ จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดสมุทรปราการ (4) ภาคใต้ คือ จังหวัดสงขลา (จังหวัดภูเก็ต และ(5) กรุงเทพมหานคร พื้นที่ละ 80 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 โดยตรง และจำเป็นต้องติดตามการสื่อสารในภาวะวิกฤต Covid-19 ของหน่วยงานภาครัฐ โดยมีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ผ่านกูเกิลฟอร์มเพื่อลดการสัมผัสด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

บริเวณสถานที่ชุมชน เช่น สถานที่ราชการ ตลาด เป็นต้น ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยเป็นแบบสอบถามปลายปิด จำนวน 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อตอนที่ 2 การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับ Covid-19จำนวน 4ข้อตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐจำนวน 13 ข้อ และตอนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ จำนวน 15 ข้อ โดยทดสอบความตรง (Validity) ของแบบสอบถามในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) ในแบบสอบถาม จากผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 2ท่าน โดยการหาค่าความน่าเชื่อถือจะคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาช (Cronbach's coefficient alpha) ทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างก่อนนำแบบสอบถามไปใช้จริงโดยผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้ (Pre-test) กับประชาชนในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบคำตอบที่ได้รับจากผู้ทำการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนวิเคราะห์ถึงความยากง่ายของภาษาที่ใช้ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปได้ค่าความเชื่อมั่นโดยรวม 0.987

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณความพึงพอใจต่อการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐที่มีต่อการใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ

ผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80 รองลงมา คือ เพศชาย จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 -40 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 โดยมีการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.30 รองลงมา คือ การศึกษาปริญญาโท จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 ส่วนมากมีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน

116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาท จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมา คือ น้อยกว่า 9,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64

2. การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับ Covid-19

1) ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับ Covid-19 ผ่านช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภท

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับ Covid-19 ผ่านช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภทที่มีความถี่สูงมากที่สุด ได้แก่ (1) เฟซบุ๊ก คือ ความถี่มากที่สุด จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 (2) ทวิตเตอร์ คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 (3) อินสตาแกรม คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 (4) ยูทูบ คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 (5) โทรศัพท์ คือ ความถี่มากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 (6) วิทยุ คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 (7) หนังสือพิมพ์ คือ ไม่เคย จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 (8) หนังสือพิมพ์ออนไลน์ คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 (9) นิตยสาร/ วารสาร คือ ไม่เคย จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 (10) เว็บไซต์หน่วยงานรัฐ คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 (11) เว็บไซต์เกี่ยวกับสุขภาพ คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 (12) เว็บไซต์หน่วยงานเอกชน คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 (13) เจ้าหน้าที่สาธารณสุข/ อสม. คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 (14) TIKTOK คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.50

2) การรับรู้การจัดการข่าวสารของภาครัฐจากการเปิดรับสื่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้การจัดการข่าวสารของภาครัฐจากการเปิดรับสื่อที่มีความถี่สูงมากที่สุด ได้แก่ (1) มีความชัดเจนและเพียงพอ คือ รับรู้มาก จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 (2) ไม่เปิดเผยและปกปิดความจริงบางเรื่อง คือ รับรู้มากที่สุด จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 (3) มีการกำหนดตารางเวลาการเผยแพร่ที่เหมาะสม คือ รับรู้มาก จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 (4) เสนอจำนวนผู้ติดเชื้อที่สับสน คือ รับรู้มาก จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 (5) มีข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 (6) ช่วยเตือนภัยให้กับสังคม คือ รับรู้มาก จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50

3) การรับรู้การจัดการข่าวสารของภาครัฐด้านเนื้อหา

3.1) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้การจัดการข่าวสารของภาครัฐด้านเนื้อหา เรื่อง ประชาชนต้องอุ่นใจว่า Covid-19 ไม่ได้มีความอันตรายต่อประชาชนทุกคน ที่มีความถี่สูงมากที่สุด ได้แก่ (1) มีความชัดเจนและเพียงพอ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 (2) ไม่เปิดเผยและปกปิดความจริงบางเรื่อง คือ รับรู้มาก จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 (3) มีการกำหนดตารางเวลาการเผยแพร่ที่เหมาะสม คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 (4) เสนอจำนวนผู้ติดเชื้อที่สับสน คือ รับรู้มาก จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 (5) มีข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 (6) ช่วยเตือนภัยให้กับสังคม คือ รับรู้มาก จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00

3.2) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้การจัดการข่าวสารของภาครัฐด้านเนื้อหาเรื่อง Covid-19 จะติดเฉพาะผู้สูงอายุและผู้ป่วยจากโรคบางชนิดเท่านั้น ที่มีความถี่สูงมากที่สุด ได้แก่ (1) มีความชัดเจนและเพียงพอ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 (2) ไม่เปิดเผยและปกปิดความจริงบางเรื่อง คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 (3) มีการกำหนดตารางเวลาการเผยแพร่ที่เหมาะสม คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 (4) เสนอจำนวนผู้ติดเชื้อที่สับสน คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 (5) มีข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 (6) ช่วยเตือนภัยให้กับสังคม คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50

3.3) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้การจัดการข่าวสารของภาครัฐด้านเนื้อหาเรื่อง ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัคซีน Covid-19 แต่ละชนิด ที่มีความถี่สูงมากที่สุด ได้แก่ (1) มีความชัดเจนและเพียงพอ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 (2) ไม่เปิดเผยและปกปิดความจริงบางเรื่อง คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 (3) มีการกำหนดตารางเวลาการเผยแพร่ที่เหมาะสม คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30 (4) เสนอจำนวนผู้ติดเชื้อที่สับสน คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 (5) มีข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 (6) ช่วยเตือนภัยให้กับสังคม คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.80

3.4) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้การจัดการข่าวสารของภาครัฐด้านเนื้อหา เรื่อง Covid-19 แพร่เชื้อได้ง่ายและท่านต้องกักตัวอยู่บ้านทำให้ต้องขาดรายได้ ที่มีความถี่สูงมากที่สุด

ที่สุด ได้แก่ (1) มีความชัดเจนและเพียงพอ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 (2) ไม่เปิดเผยและปกปิดความจริงบางเรื่อง คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 (3) มีการกำหนดตารางเวลาการเผยแพร่ที่เหมาะสม คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 (4) เสนอจำนวนผู้ติดเชื้อที่สับสน คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.30 (5) มีข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 (6) ช่วยเตือนภัยให้กับสังคม คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80

3.5) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้การจัดการข่าวสารของภาครัฐด้านเนื้อหา เรื่อง การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฉีดวัคซีน Covid-19 ที่มีความถี่สูงมากที่สุด ได้แก่ (1) มีความชัดเจนและเพียงพอ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.00 (2) ไม่เปิดเผยและปกปิดความจริงบางเรื่อง คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 (3) มีการกำหนดตารางเวลาการเผยแพร่ที่เหมาะสม คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 (4) เสนอจำนวนผู้ติดเชื้อที่สับสน คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 (5) มีข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 (6) ช่วยเตือนภัยให้กับสังคม คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00

3.6) ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้การจัดการข่าวสารของภาครัฐด้านเนื้อหาเรื่อง Covid-19 อันตรายและติดต่อได้ง่ายจึงจำเป็นต้องปิดประเทศและห้ามเดินทาง ที่มีความถี่สูงมากที่สุด ได้แก่ (1) มีความชัดเจนและเพียงพอ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 (2) ไม่เปิดเผยและปกปิดความจริงบางเรื่อง คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.80 (3) มีการกำหนดตารางเวลาการเผยแพร่ที่เหมาะสม คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 51.00 (4) เสนอจำนวนผู้ติดเชื้อที่สับสน คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 (5) มีข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 (6) ช่วยเตือนภัยให้กับสังคม คือ รับรู้ปานกลาง จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50

4) ความเชื่อถือในแหล่งข้อมูลข่าวสาร

ความเชื่อถือในแหล่งข้อมูลข่าวสาร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.27, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถี่ในองค์กรอนามัยระดับโลก เช่น องค์การอนามัย

โลก (WHO) (ค่าเฉลี่ย = 3.71, S.D. = 0.95) ในระดับมาก รองลงมา คือ ความเชื่อถือบุคลากรทางการแพทย์ในโซเชียลมีเดีย (ค่าเฉลี่ย = 3.55, S.D. = 0.80) ในระดับมาก ลำดับที่ 3 คือ ความเชื่อถือในบุคลากรที่มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลจากหน่วยงานด้านสาธารณสุข (ค่าเฉลี่ย = 3.42, S.D. = 0.85) ในระดับปานกลาง

3. ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ

ความพึงพอใจต่อการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.10, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณาประเด็น พบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเสนอข่าวของสื่อมวลชนในการรายงานการประเมินสถานการณ์ควบคุม Covid-19 ของภาครัฐ (ค่าเฉลี่ย = 3.24, S.D. = 1.01) ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ การเสนอข่าวสารเกี่ยวกับมาตรการควบคุม Covid-19 ของภาครัฐ เช่น การสวมแมส การล้างมือ การปิดสถานบันเทิง (ค่าเฉลี่ย = 3.22, S.D. = 0.87) ในระดับปานกลาง ลำดับที่ 3 คือ การสื่อสารของภาครัฐเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการฉีดวัคซีนป้องกัน Covid-19 (ค่าเฉลี่ย = 3.21, S.D. = 1.00) ในระดับปานกลาง

4. การใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ

การใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.24, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สามารถปรับตัวตามมาตรการของภาครัฐในสถานการณ์ Covid-19 ได้อย่างเหมาะสม และเคร่งครัด (ค่าเฉลี่ย = 3.42, S.D. = 0.90) ในระดับปานกลาง รองลงมา คือ สามารถปรับตัวและดำรงชีวิตในรูปแบบ NEW NORMAL ตามแนวทางที่ภาครัฐนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย = 3.39, S.D. = 0.90) ในระดับปานกลาง ลำดับที่ 3 คือ สามารถแนะนำผู้อื่นเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อและการแพร่ระบาดของ Covid-19 ได้ตามที่ภาครัฐนำเสนอ (ค่าเฉลี่ย = 3.36, S.D. = 0.86) ในระดับปานกลาง

5. การเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรต่อความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ

1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ ในภาพรวมแตกต่างกัน (P-Value = 0.00) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

7. การเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์

โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ คือ ความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารใน สถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ = $0.44 + 0.41$ (การนำ เสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ Covid-19 โดยภาครัฐสามารถ สร้างความเชื่อมั่นและส่งผลให้สังคมไทยสามารถผ่านพ้น สถานการณ์ Covid-19 ได้ในอนาคตอันใกล้) + 0.23 (มี ความรู้เกี่ยวกับโรค Covid-19 จากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ ภาครัฐนำเสนออย่างถูกต้องแท้) ทั้งนี้ เขียนสมการในรูปคะแนน มาตรฐานได้ คือ Z (ความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับ การสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ) = 0.48 (Z การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ Covid-19 โดยภาค รัฐสามารถสร้างความเชื่อมั่นและส่งผลให้สังคมไทยสามารถ ผ่านพ้นสถานการณ์ Covid-19 ได้ในอนาคตอันใกล้) + 0.41 (มีความรู้เกี่ยวกับโรค Covid-19 จากการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารที่ภาครัฐนำเสนออย่างถูกต้องแท้)

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณการใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐต่อความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ

การใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ	B	SE _B	β	t
1) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ Covid-19 โดยภาครัฐ สามารถสร้างความเชื่อมั่นและส่งผลกระทบต่อสังคมไทยสามารถผ่านพ้น สถานการณ์ Covid-19 ได้ในอนาคตอันใกล้	0.45	0.04	0.48	10.95
2) มีความรู้เกี่ยวกับโรค Covid-19 จากการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ที่ภาครัฐนำเสนออย่างถูกต้องเหมาะสมสามารถร่วมกันพยากรณ์ ความพึง พอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ	0.36	0.04	0.41	9.31
R - Square = 0.70 F = 472.07 Constant = 0.55 * ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05				

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับ Covid-19 ผ่านช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภทที่มีความถี่สูงมากที่สุด ได้แก่ (1) เฟซบุ๊ก คือ ความถี่มากที่สุด จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 (2) ทวิตเตอร์ คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 (3) อินสตาแกรม คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 (4) ยูทูบ คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 (5) โทรศัพท์ คือ ความถี่มากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 (6) วิทยู คือ ความถี่ปานกลาง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 (7) หนังสือพิมพ์ คือ ไม่เคย จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ Covid-19 มากกว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนซึ่งสอดคล้องกับ กาญจนนา แก้วเทพ (2554) เสนอว่า การเข้าไปใช้สื่อจึงมีใช้กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน (เรียกว่าเป็น Goal – oriented activity) ในท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกเดียวของบุคคล หากทว่าเป็นเพียงตัวเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกตัวอื่น ๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่าแหล่งข่าวสารอื่น ๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งไปโดยปริยาย (หลักการข้อนี้มีนัยยะที่ลดสถานะและความสำคัญของสื่อมวลชนที่มีต่อบุคคลลงมา) สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวจะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ

(Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ

ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าความพึงพอใจต่อการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง รวมถึงการใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้วยเช่นกัน โดย Coomb (2007) ได้เสนอว่าภาวะวิกฤตเป็นการรับรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่ไม่สามารถรู้ล่วงหน้าได้ ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และสามารถส่งผลกระทบต่อความรุนแรงต่อการดำเนินงาน อย่างไรก็ตามภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นถึงแม้ไม่อาจรู้ล่วงหน้าได้ แต่วิกฤตสามารถคาดการณ์ได้จากประเด็นที่เกิดขึ้น การจัดการที่ดีย่อมคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าจะเกิดวิกฤตการณ์ในเรื่องใดขึ้นได้บ้างแต่ไม่อาจกำหนดหรือระบุได้ว่าภาวะวิกฤตนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อไร แต่ในหลายๆ กรณีพบว่ามักมีสัญญาณหรือสถานการณ์ที่น่าไปสู่วิกฤตการณ์ก่อนเสมอ ภาวะวิกฤตมีผลต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กร และจะทำลายความคาดหวังต่างๆ ที่เคยมีอยู่ในจิตใจของผู้เกี่ยวข้องในประเด็นที่เป็นวิกฤตนั้น ก่อให้เกิดความไม่สบายใจ ไม่เชื่อมั่น ทำลายความรู้สึกและความสัมพันธ์อันดี ดังนั้น จึงอาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ ที่อยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากเหตุการณ์ระบาดของโควิด-19 ได้เกิดขึ้นและมีความรุนแรงอย่างที่ยังคงภาครัฐไม่คาดคิด และยังไม่สามารถจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤตได้อย่างสอดคล้องกับสถานการณ์และความรุนแรงของผลกระทบที่เกิดขึ้น

สำหรับการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรต่อความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ และการเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะทางประชากรต่อการใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ พบว่า ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน ส่งผลให้ความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ และการใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับ Schramm (1973 อ้างถึงใน พิชามณัฐธีระพันธ์, 2559) เสนอว่า มนุษย์จะมีกระบวนการเลือกรับข่าวสาร ดังที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นในกระบวนการสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมในการเลือกรับข่าวสารได้แก่ (1) ประสบการณ์ต่างกันทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน (2) การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารโดยผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนเองอย่างใดอย่างหนึ่ง (3) ภูมิหลังที่แตกต่างกัน ให้ความสนใจแตกต่างกัน (4) การศึกษา และสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร (5) บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร (6) ความสามารถในการรับสารทั้งสภาพร่างกายและจิตใจ รวมถึงทักษะและความชำนาญทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมในการเลือกรับข่าวสารแตกต่างกัน (7) อารมณ์หรือสภาพอารมณ์ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็เป็นได้ (8) ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งเร้าหรือสิ่งที่ได้พบโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันที่ต้องใช้ข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่คลุมเครือ ความต้องการข่าวสารยิ่งเพิ่มมากขึ้นทำให้มนุษย์มีการเลือกรับข่าวสารเพิ่มขึ้น

ส่วนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณการใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐต่อความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ โดยแบบจำลองการใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ ได้แก่ (1) การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ Covid-19 โดยภาครัฐสามารถสร้างความเชื่อมั่นและส่งผลให้สังคมไทยสามารถผ่านพ้นสถานการณ์ Covid-19 ได้ในอนาคตอันใกล้ และ (2) มีความรู้เกี่ยวกับโรค Covid-19 จากการเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่ภาครัฐนำเสนออย่างถ่องแท้สามารถร่วมกันพยากรณ์ ความพึงพอใจในการดำเนินงานเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ ได้ร้อยละ 70 ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับ ปิยะนันท์

บุญณะโยไทย (2556) ได้สรุปเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อตามวัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ (1) การแสวงหาข้อมูล (Information seeking) หมายถึง การที่บุคคลแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะเรื่องทั่วไป เพื่อให้ตนเองคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น (2) การเปิดรับข้อมูล (Information receptivity) หมายถึง การที่บุคคลเปิดรับข่าวสารเพื่อให้ทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจและอยากรู้ อยากเห็นในกรณีเฉพาะเจาะจง เช่น ชมรายการโทรทัศน์ที่มีผู้แนะนำมา ขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือชมโทรทัศน์แล้วมีข่าวที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็ให้ความสนใจเป็นพิเศษ (3) การเปิดรับประสบการณ์ (Experience receptivity) หมายถึง การที่บุคคลเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ เช่น ชมภาพยนตร์ บุคคลจึงมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่แตกต่างกันไปตามประเภทข่าวสาร สื่อ และวัตถุประสงค์ของการเปิดรับ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhong และคณะ (2020 อ้างถึงใน ณัฐวรรณ คำแสน, 2564) ศึกษาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ของชาวจีนจำนวน 6,910 คน ในช่วงการระบาดใหญ่ของโควิด-19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 90 ตอบคำถามเกี่ยวกับการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้ถูกต้อง ร้อยละ 97.10 มีความเชื่อมั่นว่าสาธารณรัฐประชาชนจีนจะสามารถลดการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ได้จากการปฏิบัติตามนโยบายป้องกันการติดเชื้อโดยร้อยละ 98 สวมหน้ากากอนามัยเมื่อออกนอกบ้าน นอกจากนี้ ผลการศึกษา พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 และการศึกษาวิจัยของ Hussein, Naqid, Jacksi, และ Abdi (2020 อ้างถึงใน ณัฐวรรณ คำแสน, 2564) ศึกษาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ของชาวอิรัก โดยการเก็บข้อมูลแบบสำรวจทางออนไลน์ (Online survey) จำนวน 1,959 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 75.80 มีความรู้เกี่ยวกับ โควิด-19 อยู่ในระดับดีตอบถูกต้องประมาณ ร้อยละ 86.20 ต่ำที่สุดคือร้อยละ 67.70 และ ร้อยละ 69.80 มีความเห็นว่าหน่วยงานในพื้นที่จะควบคุมการติดเชื้อได้สำเร็จ และร้อยละ 86.70 แสดงความมั่นใจว่ารัฐบาลภูมิภาคเคอร์ดิสถานจะสามารถควบคุมการระบาดได้ ร้อยละ 93 และยังสอดคล้องกับ Ángeles Moreno; Cristina Fuentes-Lara; Cristina Navarro(2020) ศึกษาเรื่องการสื่อสารเพื่อการจัดการสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศสเปน พบว่า มีการใช้รูปแบบสื่อและช่องทางที่หลากหลายร่วมกัน โดยส่วนใหญ่ยังคงใช้รูปแบบการนำเสนอข่าวผ่านสื่อกระแสหลัก อย่างไรก็ตาม แหล่งข้อมูลข่าวสารอีกช่องทางหนึ่ง คือ WhatsApp โดยประชาชนที่เปิดรับข่าวเกี่ยวกับ Covid-19 ผ่านสื่อกระแส

หลักในรูปแบบข่าวมีทัศนคติในเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสื่อสารของภาครัฐ และผลการวิจัยยัง พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความสามารถในระดับต่ำในการตรวจสอบความถูกต้องของคุณลักษณะข่าวสารของภาครัฐ และการตอบสนองต่อภาวะวิกฤตจากภาครัฐ รวมถึงความไว้วางใจต่อหน่วยงานสาธารณะยังคงมีความลดน้อยลง

การนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้

1) ภาครัฐควรมีการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤตจากโรคระบาดด้วยความชัดเจนและมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโรคระบาด

2) ภาครัฐควรมีการสื่อสารเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับประชาชนเกี่ยวกับการจัดการสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและสร้างความเชื่อมั่นว่าจะผ่านพ้นวิกฤตดังกล่าวไปอย่างรวดเร็ว

3) ควรมีการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤตผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ควบคู่ไปกับสื่อมวลชน ควบคู่ไปกับการตรวจสอบข้อมูลอันเป็นเท็จที่ปรากฏบนช่องทางสื่อสังคมออนไลน์

4) ควรสร้างสรรค์เนื้อหาสารในการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤตจากโรคระบาดให้มีความสอดคล้องกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดความสนใจและการเปิดรับอย่างเหมาะสม

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2554). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

กรุงเทพธุรกิจ. (2564). “เพื่อไทย” ชีกรัฐสอบตการสื่อสารในภาวะวิกฤตโควิด. สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2564, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/915781>.

ณัฐวรรณ คำแสน. (2564). ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันตนเองจากการติดเชื้อไวรัสโควิด-19 ของประชาชนในเขตอำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารวิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า จังหวัดเพชรบุรี, 4(1), 33-48.

ปิยะนันท์ บุญระโยไทย. (2556). การรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคต่อสื่อกิจกรรมการพัฒนาย่างยั่งยืนของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

พิชามญช์ ธีระพันธ์. (2559). การปัดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้งานของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อบริการโอนเงินและรับโอนเงินแบบใหม่ “พร้อมเพย์-PromptPay”. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิมพ์ชญา ภมรพล และเจษฎา ศาลาทอง. (2565). การสื่อสารในภาวะวิกฤตและการฟื้นฟูภาพลักษณ์ของสถานีโทรทัศน์เนชั่นทีวี วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 10(1), 109-122.

ภัททิรา กลิ่นเลขา. (2561). ผลกระทบจากการใช้โซเชียลมีเดียของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่จังหวัดสงขลา. เอกสารรายงานการประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9, 256-265. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา

মননক চেংএইং, জনতনি ঞ্চেএইয়, গসকর মীণু, লনিণ্যাপেচাআচে এবংনিজনাদ্ হনুওর. (2561). พฤติกรรมการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากแอปพลิเคชันไลน์ที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. 3(1), 145-176.

Moreno, A., Fuentes-Lara, C. & Navarro, C. (2020). Covid-19 communication management inSpain: Exploring the effect of information-seeking behavior and message reception in public's evaluation. *El profesional de la información*. 29(4), 1-16.

Coombs, W. T. (2007). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, Responding*. Sage Publication.

Robert, B., & Lajtha, C. (2002). *A New Approach to Crisis Management*. Blackwell Publishers, MA.