

การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ)

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

2565

การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย

เพ็ญนภา หงษ์ทอง

คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.กุลทิพย์ ศาสตรระจุ)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ๊กกินส์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรวรรณ องค์กรุฑรรักษา)

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	นางสาวเพ็ญญา หงษ์ทอง
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร)
ปีการศึกษา	2565

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะและเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย รวมถึงเพื่อศึกษาความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยกับสถานการณ์การแพร่ระบาด บริบททางสังคม และมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดที่รัฐบาลประกาศ โดยวิเคราะห์เนื้อหาแถลงการณ์ของนายกรัฐมนตรีที่ออกอากาศทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2563 ถึงวันที่ 31 ตุลาคม พ.ศ. 2564 รวมทั้งสิ้น 14 ครั้ง และสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ท่าน โดยใช้โมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติและวิกฤติฉุกเฉิน (Crisis and Emergency Risk Communication: CERC) เป็นกรอบวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารของผู้นำไทยภายใต้กรอบ CERC มีการพูดถึง “ข้อมูลการรักษา” “การวิจัยทางการแพทย์” และ “การอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูล” น้อยที่สุด โดยพบว่าการสื่อสารทั้ง 14 ครั้ง มีการกล่าวถึงประเด็นทั้ง 3 เพียง 2 ครั้ง 1 ครั้ง และ 2 ครั้ง ตามลำดับ ประเด็นภายใต้กรอบ CERC ที่พบในการสื่อสารของผู้นำประเทศไทยมากที่สุดคือ “การรายงานสถานการณ์” รองลงไปได้แก่ “ปฏิบัติการที่กำลังลงมือทำ” เมื่อพิจารณากรอบประเด็นการสื่อสารหลักพบว่ากรอบประเด็นหลักในการสื่อสารของผู้นำคือ การรายงานสถานการณ์ และมาตรการทางเศรษฐกิจ ผลการศึกษายังพบว่าเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย มีความสอดคล้องกับมาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาดของรัฐบาลมากกว่า สถานการณ์การแพร่ระบาด และบริบททางสังคม

ABSTRACT

Title of Thesis	LEADERSHIP CRISIS COMMUNICATION DURING THE COVID-19 PANDEMIC IN THAILAND
Author	Miss PENNAPA HONGTHONG
Degree	Master of Arts (Communication and Innovation)
Year	2022

The purpose of this study was to analyze the characteristics and content of crisis communication delivered by the leader of Thailand during the first-four phase of COVID-19 pandemic in Thailand. The study also aimed to examine the consistency of communication content of Thai leader during the COVID-19 pandemic in Thailand and the crisis situations, social context and pandemic control measures announced by the government. The study focused on the Prime Minister Gen Prayuth Chan-O-Cha's statement broadcasted through TV Pool of Thailand between March 1, 2020 and March 10, 2022, a total of 14 times and in-depth interviews with five public relations professionals. The principles of Crisis and Emergency Risk Communication (CERC) recommended by the World Health Organization as main research tool.

Findings indicated that Thai PM included few features of CERC within his official messaging. "Treatment information", "Medical research", and "Information referrals" were found less common in his crisis communication. The most common CERC themes in the PM's message was "Basic information" which was found in all his statements, followed by "Actions being taken". When considering the main frame of communication, basic information about the pandemic situation and economic measures were found dominant frames, while public health measures were found invisible in the PM's statement. The findings also indicated that the communication of the country's leader during the COVID-19 pandemic in Thailand was more in line with the policy measures than the pandemic situation and social context.

กิตติกรรมประกาศ

กราบขอบพระคุณ “ครู” 4 ท่าน ที่อยู่เบื้องหลังการศึกษาระดับปริญญาโทและการ
ทำการศึกษาค้นคว้าของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ครั้นนี้

ครูท่านที่ 1 รศ. ดร. กุลทิพย์ ศาสตรระจฤจิ ประธานกรรมการสอบคัดเลือกนักศึกษาผู้รับ
ทุนการศึกษาของคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ที่เปิด
โอกาสให้ข้าพเจ้าได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันแห่งนี้ในฐานะนักศึกษาทุน และยังยินดีตอบรับเป็น
อาจารย์ที่ปรึกษาให้กับการทำวิทยานิพนธ์ในทันทีที่ข้าพเจ้าร้องขอ ด้วยคำแนะนำของท่านตั้งแต่วิธีคิด
และวิธีทำในการออกแบบและดำเนินการวิจัย ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์อีกด้วย

ครูท่านที่ 2 รศ.ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่คอยให้
คำแนะนำอันทรงคุณค่าตั้งแต่ขั้นตอนการสอบหัวข้อจนถึงการสอบป้องกัน

ครูท่านที่ 3 รศ.ดร.อุษา บิ๊กกินส์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ไม่เพียงตั้งคำถามให้ข้าพเจ้าได้ขบ
คิดเพื่อพัฒนาโครงสร้างวิทยานิพนธ์ให้มีความแข็งแกร่งและไม่หลงทิศทาง แต่ยังสนับสนุนและให้ความรู้
เกี่ยวกับการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

ครูท่านที่ 4 รศ.ดร.วรวรรณ องค์กรรักษา กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่เป็นมากกว่า
กรรมการ หากคอยให้คำแนะนำ ให้ข้อสังเกต ตั้งคำถาม รวมทั้งสนับสนุนข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ช่วย
เปิดโลกทัศน์ในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

การทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้นอกจากทำให้ข้าพเจ้ามีครูเพิ่มในชีวิต 4 ท่าน ยังได้เห็นข้อดีของการ
แพร่ระบาดของโควิด 19 ที่ทำให้ข้าพเจ้ามีเวลามากพอที่จะศึกษาต่อในระดับปริญญาโท และเป็นหัวข้อ
ของการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จการศึกษา หลังก้าวออกจากรั้วมหาวิทยาลัยที่ศึกษาระดับปริญญาตรีมา
นานกว่า 30 ปี ขอบคุณจิตติ เอื้อนรการกิจ ผู้ “ผลึก” และ “ลาก” ข้าพเจ้าเข้าสู่การเรียนรู้อัน
ปริญญาโทในครั้งนี้

เพ็ญญา หงษ์ทอง

กรกฎาคม 2566

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ค
ABSTRACT.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ณ
สารบัญภาพ.....	1
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำการวิจัย.....	5
1.3 วัตถุประสงค์.....	5
1.4 ขอบเขตการศึกษา.....	5
1.5 นิยามศัพท์ในการวิจัย.....	6
1.6 ประโยชน์ที่จะได้รับ.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และการวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาวะวิกฤติและการสื่อสารในภาวะวิกฤติ (Crisis and Crisis Communication).....	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำทางการเมืองและผู้นำในภาวะวิกฤติ (Political Leadership and Crisis Leadership).....	17
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis).....	22
2.4 ทฤษฎีวิจ্ঞากรรม (Theory of Speech Acts).....	24
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของภาครัฐในสถานการณ์การ.....	28

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	40
3.1 วิธีวิจัย	40
3.2 แหล่งข้อมูล	40
3.3 เครื่องมือวิจัย.....	41
3.4 ความน่าเชื่อถือของข้อมูล	46
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	47
3.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	49
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	50
4.1 ลักษณะการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย	56
4.2 เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ภายใต้โมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติและความเสี่ยงฉุกเฉิน (CERC).....	71
4.3 ความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 บริบททางสังคม และมาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาด	84
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	99
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	99
5.1.1 คุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ใน	99
5.1.2 เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ภายใต้ CERC	101
5.1.3 ความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 บริบททางสังคม และมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล	102
5.2 อภิปรายผล.....	103
5.2.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย	103
5.2.2 การศึกษาเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19	106

5.2.3 การศึกษาความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำไทย ในภาวะวิกฤติการ 107

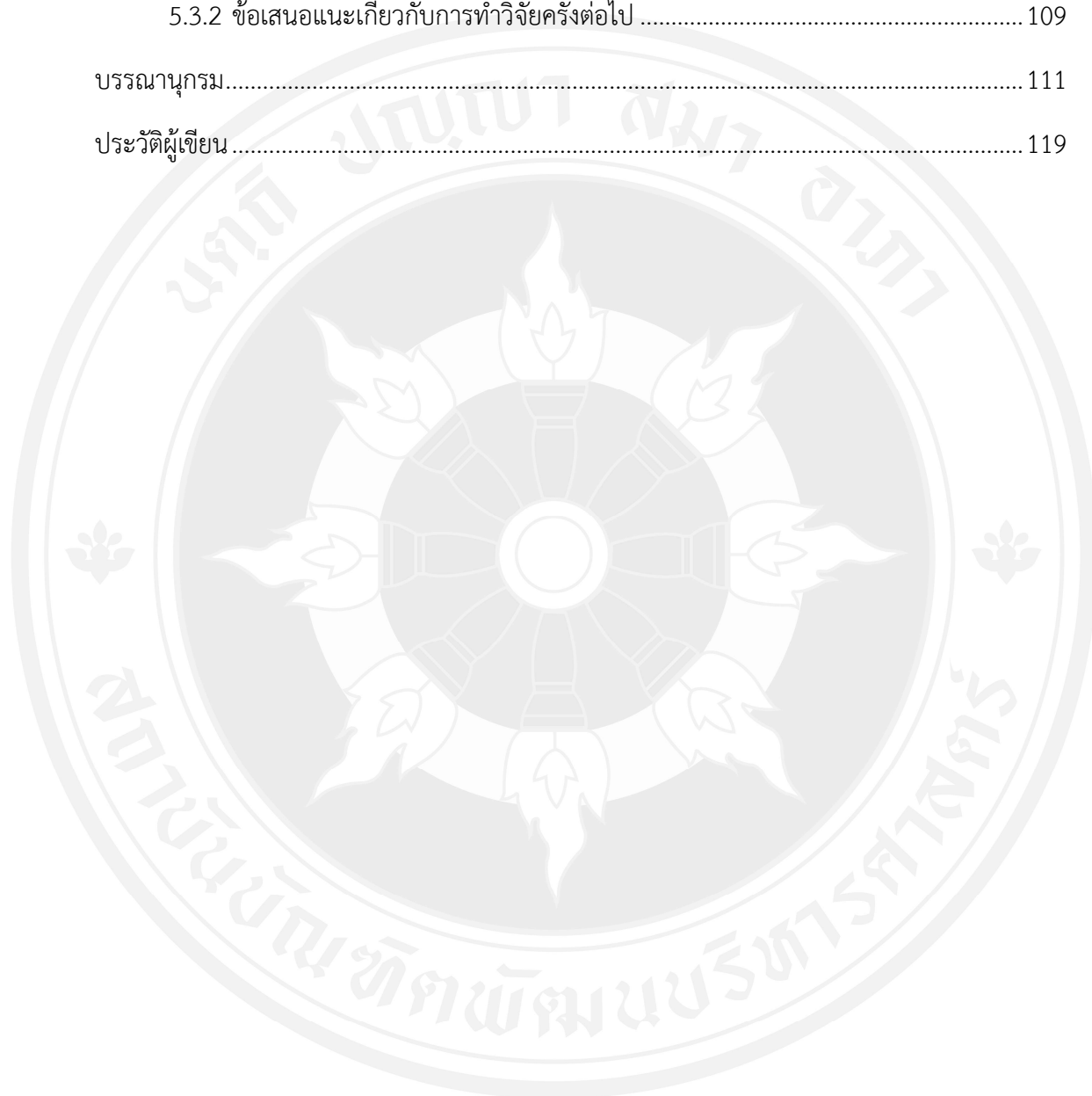
5.3 ข้อเสนอแนะ..... 109

5.3.1 ด้านการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย 109

5.3.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำวิจัยครั้งต่อไป 109

บรรณานุกรม..... 111

ประวัติผู้เขียน..... 119



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1	ประเด็นวิเคราะห์คุณภาพเนื้อหาการสื่อสารประยุกต์จากโมเดล CERC 13
ตารางที่ 4.1	แสดงผลการจำแนกวัจนกรรมในการสื่อสารของผู้นำในช่วงที่เกิดวิกฤติ การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย 63
ตารางที่ 4.2	แสดงภาพรวมของเนื้อหาการสื่อสารของ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา เมื่อพิจารณาตามกรอบ CERC..... 72
ตารางที่ 4.3	แสดงรายละเอียดช่วงเวลาการสื่อสารของผู้นำในช่วงการแพร่ระบาดของ โควิด 19 ในระลอกแรก 87
ตารางที่ 4.5	ภาพรวมการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยในประเด็นการสื่อสารหลักเปรียบเทียบกับระลอก ของการแพร่ระบาด..... 90
ตารางที่ 4.6	ความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารกับบริบททางสังคม..... 92
ตารางที่ 4.7	ความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารกับมาตรการในควบคุม การแพร่ระบาดของรัฐบาล..... 97

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1	STREMI Model ของการสื่อสารทางโซเชียลในภาวะวิกฤติ.....	15
ภาพที่ 3.1	แบบบันทึกข้อมูลชุดที่ 1 การวิเคราะห์คุณลักษณะทางการใช้ภาษา.....	42
ภาพที่ 3.2	แบบบันทึกข้อมูลชุดที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหาตามกรอบโมเดล CERC.....	43
ภาพที่ 3.3	กรอบแนวคิดในการวิจัย	49
ภาพที่ 4.1	ป้ายประกาศควบคุมการใช้น้ำกากอนามัยในโรงพยาบาล.....	51
ภาพที่ 4.2	บุคลากรทางการแพทย์ต้องเย็บหน้ากากผ้าเพื่อใช้ในโรงพยาบาลเอง.....	52
ภาพที่ 4.3	ผลการศึกษาสัดส่วนประเด็นหลักในการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติ การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย	59
ภาพที่ 4.4	แสดงการกระจายของช่วงเวลาในการสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะวิกฤติ การแพร่ระบาดของโควิด 19 เปรียบเทียบกับระลอกของการระบาด	62
ภาพที่ 4.5	แสดงสัดส่วนวัจนกรรมในการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติ การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยทั้ง 14 ครั้ง.....	64
ภาพที่ 4.6	กราฟแท่งแสดงการจำแนกเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติ การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยตามกรอบ CERC	73
ภาพที่ 4.7	จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวัน วันที่ 9 – 30 มีนาคม พ.ศ. 2563	86
ภาพที่ 4.8	จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวัน วันที่ 9 พฤศจิกายน – 30 ธันวาคม พ.ศ. 2563.....	88
ภาพที่ 4.9	จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวัน วันที่ 28 กุมภาพันธ์ – 30 เมษายน พ.ศ. 2564.....	89
ภาพที่ 4.10	จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวัน วันที่ 31 สิงหาคม – 31 ตุลาคม พ.ศ. 2564	90

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

เดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ทุกประเทศทั่วโลกต้องเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกสั้นๆ ว่าโควิด 19 โรคติดเชื้ออุบัติใหม่ที่กลายเป็นภัยฉุกเฉินด้านสุขภาพคุกคามประชาชนทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว ภายในเวลาเพียงไม่ถึง 4 เดือน นับจากวันที่พบผู้ติดเชื้อยืนยันรายแรกของโลก ที่เมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน ในวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2562 โควิด 19 ได้แพร่กระจายไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว วันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2563 องค์การอนามัยโลกประกาศให้โควิด 19 เป็นภาวะฉุกเฉินโลกด้านสาธารณสุข (Public Health Emergency of International Concern) และประกาศให้เป็นโรคที่มีการระบาดใหญ่ไปทั่วโลก (pandemic) ในวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2563 หมายถึงการเป็นโรคติดต่อที่แพร่ระบาดเป็นวงกว้าง ข้ามเขตแดนระหว่างประเทศ และส่งผลกระทบต่อผู้คนจำนวนมาก (2563) ต่อมาวันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2563 องค์การอนามัยโลกประกาศให้ทวีปยุโรปเป็นศูนย์กลางการระบาดทั่วโลกของโควิด 19 มีผู้ติดเชื้อในประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรปเพิ่มขึ้น 2 เท่าในระยะเวลาเพียง 3 ถึง 4 วัน วันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2564 จำนวนผู้เสียชีวิตสะสมในทวีปยุโรปมากกว่า 1 ล้านราย ส่วนทวีปอเมริกา มหาวิทยาลัยจอห์น ฮอปกินส์เปิดเผยว่าวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ.2564 มีจำนวนผู้ติดเชื้อรายวันสูงที่สุดในสหรัฐอเมริกาคือ 512,553 ราย และมีผู้ติดเชื้อเสียชีวิตในวันเดียวกัน 1,764 ราย (Center for Diseases Control and Prevention [CDC, 2021])

การแพร่ระบาดอย่างรุนแรงของโควิด 19 เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องนานกว่า 2 ปี ถึงปัจจุบัน พ.ศ. 2566 ยังคงมีรายงานผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตจากโรคโควิด 19 ข้อมูล ณ วันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 องค์การอนามัยโลกระบุจำนวนผู้ติดเชื้อยืนยันสะสมทั่วโลก 766,440,796 ราย และมีผู้เสียชีวิตสะสมทั่วโลก 6,932,591 ราย (WHO, 2023) (WHO, 2023) อย่างไรก็ตามแนวโน้มความรุนแรงของการแพร่ระบาดลดลง วันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 องค์การอนามัยโลกได้ประกาศยุติภาวะฉุกเฉินโลกด้านสาธารณสุขจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 (UN, 2023) แต่ยืนยันว่ายังไม่สามารถกำจัดโควิด 19 ให้หมดไปจากโลก (Eradication) หรือหมดไปจากท้องถิ่น (Elimination) ได้ เพราะโควิด 19

สามารถติดต่อระหว่างสัตว์สู่คนและจากคนกลับสู่สัตว์ (Zoonotic Infection) จึงยากมากที่จะกำจัดให้หมดไปจากโลก

ประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อยืนยันรายแรกในวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2563 เป็นหญิงชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย องค์การอนามัยโลกประกาศให้เป็นการพบผู้ติดเชื้อยืนยันนอกประเทศจีนเป็นครั้งแรก (WHO, 2020c) ต่อมาวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2563 พบผู้ติดเชื้อยืนยันชาวไทยในประเทศไทยเป็นคนแรก วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2563 กระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศในราชกิจจานุเบกษากำหนดให้โควิด 19 เป็นโรคติดต่ออันตราย ลำดับที่ 14 ตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ. 2558 และรัฐบาลประกาศตั้ง “ศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019” (ศบค.) ในวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2563 โดยมี พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการ มีทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเป็นทีมที่ปรึกษาและทีมงานโฆษก วันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2563 จำนวนผู้ติดเชื้อยืนยันสะสมในประเทศเกิน 100 ราย และวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2563 รัฐบาลออกพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินฯ เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาดของโรคติดต่ออันตรายร้ายแรงในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร (รัฐบาลไทย, 2563)

การแพร่ระบาดอย่างรุนแรงในประเทศไทยเริ่มตั้งแต่ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 – เดือนธันวาคม พ.ศ. 2564 เป็นช่วงเวลาที่สถานการณ์การแพร่ระบาดรุนแรงที่สุด โดยวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2563 เกิดการระบาดเป็นคลัสเตอร์เป็นครั้งแรกในประเทศ คือคลัสเตอร์สนามมวยลุมพินีที่ทำให้มีผู้ติดเชื้อจากการเข้าชมการแข่งขันชกมวยที่เวทีมวยลุมพินี กรุงเทพฯ ในวันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2563 มากกว่า 100 ราย (ไทยรัฐสปอร์ต, 2563) วันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2564 มีผู้ติดเชื้อยืนยันในประเทศถึงหลัก 1 ล้านรายเป็นวันแรก (ศบค, 2564)

ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2564 มีผู้ติดเชื้อสะสมรวมทั้งตั้งแต่วันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2563 - วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2564 รวม 2,220,324 ราย เสียชีวิตสะสม 21,672 ราย การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยเริ่มลดความรุนแรงลงตั้งแต่ปลายเดือนธันวาคม พ.ศ. 2565 วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2565 กรมควบคุมโรคเปิดเผยถึงแนวทางการปรับระดับโรคโควิด 19 ให้เป็นโรคประจำถิ่น ซึ่งตามนิยามจะประกอบด้วย 3 หลักเกณฑ์ ได้แก่ 1) โรคที่เป็นสายพันธุ์คงที่ไม่มีมีการกลายพันธุ์ที่รุนแรงกว่าเดิม 2) มีอัตราป่วยคงที่ และ 3) คาดเดาการระบาดได้ (พันธุ์ทิพา หอมทิพย์, 2565) และมีการประกาศปรับการรายงานตัวเลขผู้ติดเชื้อ และผู้เสียชีวิตโดยเริ่มนับจำนวนใหม่ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2565 และนับเฉพาะจำนวนผู้ติดเชื้อที่มีอาการหนักต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล (Coverage, 2565)

ในภาวะวิกฤติเช่นนี้การสื่อสารของผู้นำประเทศมีบทบาทสำคัญในการจัดการสถานการณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้ประชาชนในประเทศเพื่อร่วมกันพาประเทศผ่านพ้นวิกฤติไปได้ องค์การ

อนามัยโลกกล่าวถึงความสำคัญของการสื่อสารของผู้นำประเทศในภาวะวิกฤติว่าจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของแต่ละประเทศได้ และได้กำหนดให้การสื่อสารของรัฐบาลเป็น 1 ใน 9 เสาหลักในการบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 ที่รัฐบาลทั่วโลกควรนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติ (WHO, 2020b) ดร.ทีดรอส อัดฮานอม เกเบรเยซุส ผู้อำนวยการใหญ่องค์การอนามัยโลก ได้กล่าวไว้ในช่วงแรกๆ ของการแพร่ระบาดของโควิด 19 ว่า “เราไม่ได้ต่อสู้กับโรคระบาดเท่านั้น แต่เรากำลังต่อสู้กับการระบาดของข้อมูลข่าวสารด้วย (Lancet, 2020) ทั้งนี้หากการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติ มีความผิดพลาดคลาดเคลื่อนเพียง 1-2 ครั้ง สามารถส่งผลกระทบต่อวงกว้าง และจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสถานการณ์วิกฤติ (ลัดดา ประสาร, 2564) ที่ผ่านมานำทั่วโลก ต่างออกมาสื่อสารกับประชาชนของตนเองกันอย่างต่อเนื่อง

สำหรับประเทศไทยพบว่าระหว่างปี พ.ศ. 2563 – 2564 ช่วงที่กำลังประสบกับการแพร่ระบาดของโควิด 19 อย่างรุนแรง ผู้นำประเทศคือ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้สื่อสารกับประชาชนด้วยการออกแถลงการณ์ผ่านโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย 14 ครั้ง แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญในการสื่อสารกับประชาชนในภาวะวิกฤติของรัฐบาลไทย

การสื่อสารในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ของผู้นำในประเทศต่างๆ ได้รับความสนใจทั้งจากสื่อมวลชนและนักวิชาการด้านการสื่อสาร โดยพบว่ามีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ของประเทศต่างๆ ออกมาเป็นจำนวนมาก เช่น Bernard et al. (2021) ศึกษาวิเคราะห์การสื่อสารของนายกรัฐมนตรีสก็อต มอร์ริสัน แห่งประเทศออสเตรเลีย โดยใช้โมเดลคุณภาพการสื่อสารในภาวะวิกฤติและความเสี่ยงฉุกเฉิน (Crisis and Emergency Risk Communication: CERC) ซึ่งองค์การอนามัยโลก (WHO) แนะนำให้ผู้นำประเทศต่างๆ ใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่านายกรัฐมนตรีมอร์ริสัน มีการถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาและข้อมูลทางการแพทย์ของโรคโควิด 19 ตามกรอบโมเดล CERC ให้ประชาชนอย่างสม่ำเสมอ และสามารถใช้ภาษาและเทคนิคการสื่อสารที่ทำให้ประชาชนที่ได้รับฟังคล้อยตามและเชื่อมั่นได้ และขณะเจซินต้า อาร์เตร์น นายกรัฐมนตรีประเทศนิวซีแลนด์ ได้รับคำชมมากว่าเป็นผู้นำประเทศที่สามารถสื่อสารกับประชาชนตนเองรับมือกับการแพร่ระบาดของโควิด 19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Tomkins, 2020) จากการที่สื่อสารกับประชาชนทุกวันผ่านทางสถานีโทรทัศน์และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของตนเอง โดยเน้นที่การบอกเล่าสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงความเสี่ยง และประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐบาลในการควบคุมการแพร่กระจายของไวรัส รวมถึงการที่องค์การอนามัยโลกออกมาชื่นชมการแถลงข่าวของนายกรัฐมนตรี ลี เซียนลุง ของสิงคโปร์ ว่าเป็นต้นแบบในการรับมือกับการแพร่ระบาดของ โควิด 19 โดยสามารถสื่อสารกับประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนได้ (สำนักข่าวบีบีซี, 2563a)

ในขณะเดียวกันก็พบว่า มีผู้นำหลายประเทศไม่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารกับประชาชนตนเองในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 เช่น ประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ แห่งสหรัฐอเมริกา ได้รับเสียงวิจารณ์เชิงลบเกี่ยวกับการออกมาสื่อสารกับประชาชนหลายครั้ง โดยพบว่า ประธานาธิบดีทรัมป์มักให้ข้อมูลและความเห็นที่ขัดแย้ง รวมไปถึงการกล่าวประณามที่ปรึกษาด้านการแพทย์ของตนเอง เช่น การมักกล่าวปฏิเสธความรุนแรงของโควิด 19 และการกล่าวแสดงความไม่เห็นด้วยกับการสวมใส่หน้ากากอนามัยต่อสื่อมวลชน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2020) ส่วนประธานาธิบดีมาอีร์ โบลโซนาโร แห่งประเทศบราซิล พบว่ามีการสื่อสารเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโควิด 19 ด้วยข้อมูลผิดจนส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสชนิดนี้ในประเทศ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2020)

ในส่วนของประเทศไทย จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งในต่างประเทศและในประเทศยังไม่พบว่ามีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารในภาวะวิกฤติในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ของผู้นำประเทศไทยในภาวะวิกฤติ ตามหลักวิชาการว่าด้วยการสื่อสารในภาวะวิกฤติ การศึกษาเรื่องการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย จึงถูกพัฒนาขึ้นบนฐานคิดว่าจะทำให้เข้าใจคุณลักษณะและเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำไทยในวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ซึ่งอาจนำไปสู่การปรับการสื่อสารในภาวะวิกฤติของผู้นำประเทศในอนาคต

ผู้วิจัยออกแบบการศึกษาครั้งนี้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยได้ศึกษาแถลงการณ์ของนายกรัฐมนตรี ที่สื่อสารกับประชาชนผ่านโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจในช่วงการแพร่ระบาดตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2563 ถึงวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2565 รวมทั้งสิ้น 14 ครั้ง แบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกวิเคราะห์คุณลักษณะการสื่อสารในภาพรวม โดยศึกษาเนื้อหาจากเอกสารแถลงการณ์ของพล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในภาวะวิกฤติ โดยวิเคราะห์ตามกรอบคุณลักษณะการสื่อสารในภาวะวิกฤติและแนวคิดวัจนกรรม ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ของแถลงการณ์ทั้ง 14 ครั้ง ภายใต้กรอบโมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติและความเสี่ยงฉุกเฉิน (Crisis and Emergency Risk Communication: CERC) ซึ่งองค์การอนามัยโลก (WHO) แนะนำให้ผู้นำประเทศใช้สื่อสารกับประชาชนในภาวะวิกฤติภัยฉุกเฉินด้านสุขภาพ (Bernard et al. (2021)

ปัจจุบัน (เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2566) โควิด 19 ยังคงไม่ได้รับการประกาศจากองค์การอนามัยโลกให้เป็นโรคประจำถิ่น โอกาสที่โควิด 19 จะกลับมาแพร่ระบาดอย่างรุนแรงจึงยังคงมีอยู่ การสื่อสารในภาวะวิกฤติโดยเฉพาะที่เนื่องด้วยโรคระบาดของผู้นำประเทศก็จำเป็นต้องเกิดขึ้นอีก การศึกษา การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย จึงจะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบรูปแบบ เนื้อหา และแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤติสำหรับผู้นำต่อไปใน

อนาคต ทั้งนี้ มีผลการศึกษายืนยันว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจากรัฐบาลและหน่วยงานด้านสาธารณสุขไปยังประชาชนในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโรคติดต่อที่มีความรุนแรง ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาด สามารถชี้แนะแนวทางปฏิบัติที่ถูกต้องให้ประชาชน ลดการสูญเสียชีวิตประชากรได้ (Lee & Basnyat, 2014)

1.2 ปัญหานำการวิจัย

1.2.1 การสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยมีคุณลักษณะการสื่อสารอย่างไร

1.2.2 เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับโมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติและความเสี่ยงฉุกเฉิน (Crisis and Emergency Risk Communication – CERC) หรือไม่ อย่างไร

1.2.3 เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาด บริบททางสังคม และมาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาด หรือไม่ อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย

1.3.2 เพื่อศึกษาเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ภายใต้โมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติและความเสี่ยงฉุกเฉิน (CERC)

1.3.3 เพื่อศึกษาความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยกับสถานการณ์การแพร่ระบาด บริบททางสังคม และมาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาด

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านการวิจัย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth Interview) เป็นเครื่องมือ

ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเฉพาะการสื่อสารของ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่ออกอากาศในลักษณะการออกแถลงการณ์ทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะแห่งประเทศไทย ในช่วงการแพร่ระบาดตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นที่พบผู้ติดเชื้อโควิด 19 ในประเทศไทยคนแรก เป็นหญิงชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ถึงวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2565 ซึ่งเป็นวันที่คณะกรรมการโรคติดต่อแห่งชาติ มีมติเห็นชอบให้ปรับโควิด 19 เป็นโรคประจำถิ่น มีผลในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2565 (Coverage, 2565) มีจำนวนการสื่อสารรวมทั้งสิ้น 14 ครั้ง

1.5 นิยามศัพท์ในการวิจัย

การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย หมายถึง การออกแถลงการณ์ผ่านสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทยของผู้นำประเทศไทยในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของโควิด 19 ระหว่างวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2563 – วันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2565

ผู้นำ ในที่นี้ หมายถึงผู้นำรัฐบาลในช่วงที่เกิดวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 คือ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

ภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 หมายถึง สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อที่เกิดจากไวรัสโควิด 19 (COVID 19) ที่ติดต่อจากคนสู่คน ทำให้มีผู้ป่วยและผู้เสียชีวิตจำนวนมาก ที่มีการแพร่ระบาดอย่างรุนแรงในประเทศไทยระหว่างวันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2563 – วันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2565

คุณลักษณะการสื่อสาร ในที่นี้หมายถึง ของการสื่อสาร ได้คุณลักษณะต่างๆ ของการสื่อสาร ได้แก่ ช่วงเวลาในการสื่อสาร ความยาวของการสื่อสาร และคุณลักษณะทางภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร

รายงานสถานการณ์ ในที่นี้หมายถึง การรายงานสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของโควิด 19 เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อ จำนวนผู้เสียชีวิต จังหวัดที่พบว่ามี การแพร่ระบาด และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการแพร่ระบาด เช่น จำนวนผู้ได้รับการฉีดวัคซีน เป็นต้น

มาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาด หมายถึงมาตรการหรือนโยบายที่รัฐบาลประกาศใช้เพื่อบริหารจัดการการแพร่ระบาดของโควิด 19 หมายรวมถึงมาตรการทางสาธารณสุข มาตรการทางการเมือง มาตรการทางเศรษฐกิจ และมาตรการทางสังคม

มาตรการทางสาธารณสุข ในที่นี้หมายถึงมาตรการทางสาธารณสุขที่รัฐบาลประกาศใช้เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด 19 เช่น การขอความร่วมมือให้สวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลาที่อยู่ในที่สาธารณะ การกักตัวที่บ้าน การล้างมือด้วยสบู่ หรือแอลกอฮอล์

มาตรการทางการเมือง ในที่นี้หมายถึงมาตรการหรือนโยบายทางการเมืองที่รัฐบาลประกาศใช้เพื่อผลในการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด 19 เช่น การออกพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด 19 การประกาศเคอร์ฟิว การห้ามชุมนุมทางการเมือง

มาตรการทางเศรษฐกิจ ในที่นี้หมายถึงมาตรการหรือนโยบายทางเศรษฐกิจที่รัฐบาลประกาศใช้เพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ หรือเยียวยาประชาชนในเชิงเศรษฐกิจในระหว่างหรือหลังการแพร่กระจายของโควิด 19 เช่น การออกพระราชกำหนดการกู้เงินเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากโควิด 19 มาตรการคนละครึ่ง มาตรการเราเที่ยวด้วยกัน

มาตรการทางสังคม ในที่นี้หมายถึงมาตรการหรือนโยบายทางสังคมที่รัฐบาลประกาศใช้เพื่อประโยชน์ในการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด 19 เช่น การควบคุมเวลาเปิด-ปิด สถานบริการ การสั่งปิดสถานศึกษา การห้ามจัดงานสงกรานต์

บริบททางสังคม ในที่นี้หมายถึง เหตุการณ์ทางสังคมที่มีความเกี่ยวข้องหรือสืบเนื่องจากโควิด 19 ที่กำลังเกิดขึ้น เช่น การขาดแคลนหน้ากากอนามัย, มาตรการ หรือนโยบายรัฐในการรับมือกับบริบทที่กำลังเกิดขึ้น เช่น การลือศาดาวน การประกาศปิดสถานศึกษา

รูปแบบการสื่อสาร ในที่นี้หมายถึงคุณลักษณะทางภาษา และเนื้อหาในการแถลงข่าวของ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่ถ่ายทอดสดผ่านสถานีโทรทัศน์ทรูสปาร์ครวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย ตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2563 – 10 มีนาคม พ.ศ. 2565

โมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติและความเสี่ยงฉุกเฉิน (Crisis and Emergency Risk Communication หมายถึงโมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติและความเสี่ยงฉุกเฉินที่เน้นการใช้หลักฐานทางวิทยาศาสตร์รองรับเพื่อให้ผู้นำใช้สื่อสารกับสาธารณะ

นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ ในที่นี้หมายถึงผู้ที่ประกอบวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์มานานกว่า 30 ปี เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการสื่อสารในภาวะวิกฤติ และติดตามการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 อย่างสม่ำเสมอ

ช่วงเวลาในการสื่อสาร ในที่นี้หมายถึง ช่วงเวลาที่ผู้นำสื่อสารกับประชาชนในภาวะวิกฤติของการแพร่ระบาดของโควิด 19 แบ่งตามการแพร่ระบาดของโควิด เป็น 4 ระลอก อ้างอิงตามการแบ่งของกรมควบคุมโรค

คุณลักษณะทางภาษา หมายถึง คุณลักษณะของคำที่แสดงการกระทำที่ใช้ในการสื่อสารของผู้นำ ได้แก่ บรรยายหรือแจ้งให้ทราบ ชี้แจง ชูจุดเด่น แสดงความรู้สึก ประกาศหรือแถลงการณ์

เนื้อหาการสื่อสารในสถานการณ์ระบาดโควิด 19 หมายถึง สาระสำคัญของการสื่อสาร แบ่งประเภทตามโมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติและความเสี่ยงฉุกเฉิน (Crisis and Emergency Risk Communication: CERC)

ประเด็นหลักของการสื่อสาร ในที่นี้หมายถึงกรอบประเด็นสำคัญที่ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในฐานะนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของโควิด 19 สื่อสารกับประชาชนผ่านการออกแถลงการณ์ทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะแห่งประเทศไทย

1.6 ประโยชน์ที่จะได้รับ

- 1) เชิงการนำไปประยุกต์ใช้/ แนวทางปฏิบัติ หน่วยงานทางนโยบายสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการบริหารจัดการการสื่อสารของผู้นำต่อในภาวะวิกฤติ ในสถานการณ์ที่เป็นภาวะวิกฤติโดยเฉพาะภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิดรวมถึงโรคอุบัติใหม่ที่เป็นภัยฉุกเฉินทางสุขภาพที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต
- 2) เชิงวิชาการ: นักวิชาการด้านการสื่อสารสุขภาพ/ นักนิเทศศาสตร์ สามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาการด้านสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติโดยเฉพาะภาวะวิกฤติที่เกี่ยวข้องกับโรคอุบัติใหม่ต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่ถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษา การสื่อสารของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในภาวะวิกฤติสถานการณ์โควิด 19 ครั้งนี้ประกอบไปด้วย

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะวิกฤติและการสื่อสารในสถานการณ์วิกฤติ (Crisis and Crisis Communication)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำทางการเมืองและผู้นำในภาวะวิกฤติ(Political Leadership and Crisis Leadership)
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
- 2.4 ทฤษฎีวิัจจนกรรม (Theory of Speech Acts)
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับภาวะวิกฤติและการสื่อสารในภาวะวิกฤติ (Crisis and Crisis Communication)

การศึกษาครั้งนี้เชื่อมโยงอย่างยิ่งกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ซึ่งองค์การอนามัยโลกประกาศให้เป็นภาวะฉุกเฉินโลกด้านสาธารณสุข (WHO, 2020b) แนวคิดเกี่ยวกับภาวะวิกฤติและการสื่อสารในภาวะวิกฤติจึงถูกนำมาใช้เพื่อทำความเข้าใจสถานการณ์และโครงสร้างการสื่อสารที่เหมาะสมกับภาวะการแพร่ระบาดของโควิด 19 และเพื่อกำหนดตัวแปรในการศึกษา

2.1.1 ภาวะวิกฤติ

“ภาวะวิกฤติ” เป็นศัพท์ที่มีผู้ให้คำนิยามไว้หลากหลายขึ้นอยู่กับบริบทที่นำไปใช้ แต่ส่วนใหญ่จะมีความหมายร่วมกันในแง่ที่เป็นภาวะที่มีเหตุการณ์ไม่ปกติเกิดขึ้นอย่างไม่มีใครคาดคิด ส่งผลกระทบต่อสมาชิกในสังคมอย่างรุนแรงและเป็นวงกว้าง สามารถนำสู่วิกฤติศรัทธาต่อผู้นำได้หากไม่สามารถบริหารจัดการภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นจุดที่ “บ่งบอกถึงความอยู่รอดหรือความล้มเหลวขององค์กร” (วิภาวิน โมสูงเนิน, 2553) ขณะที่ Seeger, Sellnow and

Ulmer (2007) นิยามภาวะวิกฤติโดยพิจารณาจากคุณลักษณะของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหากเข้าองค์ประกอบ 4 อย่างนี้ถือเป็นภาวะวิกฤติ ได้แก่

- 1) เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างทันทีทันใด ไม่มีเวลาให้เตรียมการรับมือ
- 2) เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด ผู้คนที่ได้รับผลกระทบไม่เคยคิดว่าจะเกิดเหตุการณ์เช่นนั้นกับตนเอง
- 3) ส่งผลกระทบทั้งร่างกายและจิตใจ เช่น ความเสียหายต่อชีวิตทรัพย์สิน และสร้างความตระหนกตื่นกลัว
- 4) มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก

Seeger, Sellnow and Ulmer (2007) จำแนกภาวะวิกฤติเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ภาวะวิกฤติที่มีผู้จงใจทำให้เกิดขึ้น กับภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้นเองโดยไม่ตั้งใจ ภาวะวิกฤติที่มีผู้จงใจทำให้เกิดขึ้น เช่น การก่อการร้าย (Terrorism) เหตุรุนแรงในที่ทำงาน (Workplace Violence) การก่อวินาศกรรม (Sabotage) ไปจนถึงการเข้าซื้อกิจการอย่างไม่เป็นมิตร (Hostile Takeover) และการทำตนเป็นผู้นำที่ไร้ศีลธรรม (Unethical Leadership) ส่วนภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้นโดยไม่มีใครตั้งใจให้เกิดขึ้น เช่น ภัยธรรมชาติ (Natural Disaster) การแพร่ระบาดของโรค (Disease Outbreak) ไปจนถึงเหตุขัดข้องทางเทคนิคที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดขึ้น (Unforeseeable Technical Interaction)

ภาวะวิกฤติเป็นภาวะที่ต้องการการบริหารจัดการเพื่อควบคุมให้ความเสียหายเกิดขึ้นในวงแคบที่สุดและเพื่อให้สถานการณ์ไม่ปกตินั้นกลับคืนสู่ความเป็นปกติให้เร็วที่สุด แนวคิดในการจัดการภาวะวิกฤติที่ได้รับการยอมรับและมีการอ้างอิงในงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภาวะวิกฤติอย่างแพร่หลายคือแนวคิดการจัดการภาวะวิกฤติของ (Coombs, 2010) ซึ่งแบ่งการจัดการภาวะวิกฤติเป็น 3 ช่วงตามวงจรของภาวะวิกฤติ (Crisis Life Cycle) ที่เขาวิเคราะห์ไว้ได้แก่

- 1) การจัดการภาวะวิกฤติช่วงก่อนเกิดภาวะวิกฤติ (Pre-Crisis) เป็นช่วงที่วิกฤติการณ์ยังไม่เกิดขึ้น แต่มีสัญญาณบางอย่างบ่งชี้ว่าจะมีปัญหาบางอย่างที่สามารถลุกลามกลายเป็นวิกฤติได้เกิดขึ้น สิ่งที่สามารถทำได้ในช่วงนี้คือการตรวจหาสัญญาณเตือนว่าจะเกิดปัญหาที่บานปลายเป็นวิกฤติแล้วพยายามแก้ไขที่ปัญหานั้น (Issue Management) รวมถึงการจัดการความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น (Risk Management) ขณะเดียวกันต้องเตรียมพร้อมรับภาวะวิกฤติด้วย (Crisis Preparation) ซึ่งครอบคลุมถึงการทำแผนจัดการภาวะวิกฤติ กำหนดคนรับผิดชอบสถานการณ์ด้านต่างๆ โดยการสื่อสารถือเป็นงานสำคัญที่ต้องวางโครงสร้างคนทำงานและกำหนดความรับผิดชอบชัดเจนโดยเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่สื่อสารกับสาธารณะ

- 2) การจัดการช่วงที่กำลังเกิดเหตุการณ์ภาวะวิกฤติ (Crisis Event) ช่วงนี้มีสัญญาณบ่งบอกว่าภาวะวิกฤติได้เกิดขึ้นแล้ว สิ่งสำคัญที่ควรทำในช่วงนี้คือการทำให้ทุกคนในองค์กร

ตระหนักถึงภาวะวิกฤติที่กำลังเกิดขึ้นและให้ติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด ในขณะที่ผู้บริหารองค์กรต้องลงมือแก้ไขวิกฤติการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อควบคุมให้อยู่ในวงแคบที่สุด โดยใช้แผนการจัดการภาวะวิกฤติที่เตรียมไว้ และต้องมีการสื่อสารกับสาธารณะอย่างสม่ำเสมอเพื่อควบคุมสถานการณ์ให้กลับคืนสู่ภาวะปกติเร็วที่สุด

3) การบริหารจัดการสถานการณ์ช่วงหลังเหตุการณ์ภาวะวิกฤติ (Post-Crisis) เป็นช่วงที่ภาวะวิกฤติได้ผ่านพ้นไปแล้ว สิ่งสำคัญที่ควรทำคือการถอดบทเรียนของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อป้องกันไม่ให้อาการวิกฤตินั้นเกิดขึ้นซ้ำอีก อาจต้องมีการกำหนดมาตรการรองรับความเปลี่ยนแปลงขององค์กรที่เปิดขึ้นหลังสิ้นสุดภาวะวิกฤติ การบริหารจัดการในช่วงนี้จะมีผลต่อการกอบกู้ชื่อเสียง ภาพลักษณ์และศรัทธาจากสาธารณะที่อาจลดลงใน 2 ช่วงแรกกลับมาได้

2.1.2 การสื่อสารในภาวะวิกฤติ (Crisis Communication)

ในแง่ทฤษฎีทางการสื่อสารแล้ว การสื่อสารในภาวะวิกฤติมีความใกล้เคียงกับการสื่อสารความเสี่ยง (Risk Communication) อยู่มาก โดยเฉพาะเมื่อภาวะวิกฤตินั้นเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภัยฉุกเฉินทางสุขภาพที่จะกระทบกับประชาชนจำนวนมาก อย่างไรก็ตามหากพิจารณาให้ดีแล้วจะเห็นความแตกต่างของการสื่อสารทั้ง 2 ประเภทนี้อย่างชัดเจน กล่าวคือการสื่อสารความเสี่ยงจะอยู่บนฐานของการให้ข้อมูลกับสาธารณะเกี่ยวกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น และเน้นสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้เปลี่ยนพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์และสร้างพฤติกรรมใหม่ที่พึงประสงค์เพื่อลดความเสี่ยงนั้น (Seeger, 2006) ขณะที่การสื่อสารในภาวะวิกฤติจะเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และมุ่งลดผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดได้จากวิกฤติการณ์นั้นๆ (Coombs, 2010; Reynolds & Seeger, 2008; Vaughan & Tinker, 2009) การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (2551) กระทรวงสาธารณสุข ได้แบ่งการสื่อสารในภาวะวิกฤติเป็น 5 ระยะ ตามการแบ่งระยะเวลาของการเกิดวิกฤติโดยจำแนกย่อยลงไปมากกว่าการแบ่งของ Coombs และมีความสอดคล้องกับโมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติและความเสี่ยงฉุกเฉิน (Crisis and Emergency Risk Communication - CERC) ที่องค์การอนามัยโลกแนะนำให้ผู้นำประเทศต่างๆ ใช้ (Bernard et al., 2021) มีรายละเอียดดังนี้

1) ระยะก่อนเกิดวิกฤติ (Pre-Crisis Phase) เป็นระยะที่สามารถคาดเดาได้ว่าจะมีวิกฤติเกิดขึ้นและต้องเตรียมรับมือ ในช่วงนี้องค์กรต้องวิเคราะห์ให้ได้ว่าจะต้องพบกับคำถามอะไรบ้าง และเตรียมข้อมูลสำหรับการตอบคำถามนั้น เตรียมวางแผนการสื่อสารซึ่งหมายถึงความรวมถึงการเตรียมทีมสื่อสาร โดยคัดเลือกผู้ร่วมทีมที่มีความรู้ ความเข้าใจ และเชี่ยวชาญในประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับวิกฤติที่กำลังจะเกิดขึ้น และต้องมั่นใจได้ว่าทุกคนในทีมจะเข้าใจตรงกันและพูดตรงกัน

เมื่อเกิดสถานการณ์ การสื่อสารในระยะนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญ 4 ข้อ คือ เพื่อเตรียมความพร้อม สร้างทีมงาน พัฒนาวิธีการที่ทุกคนเห็นร่วมกัน และทดลองวิธีการที่จะใช้

2) ระยะฟักตัว (Initial Phase) เป็นการสื่อสารที่อยู่ในช่วงก่อนเหตุการณ์จะเกิดขึ้น เป็นช่วงที่ต้องคอยเก็บข้อมูลข้อเท็จจริงให้มากที่สุด เพื่อให้ตอบสนองเหตุการณ์ได้อย่างน่าเชื่อถือและมีน้ำหนัก อีกทั้งต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวสาร การตั้งคำถามและการสังเกตจากสื่อมวลชน เพื่อประเมินความต้องการข่าวสารของสาธารณะ การสื่อสารในระยะนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อแจ้งและอธิบายความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นให้สาธารณะ สร้างความน่าเชื่อถือให้ทีมสื่อสารโดยเฉพาะโฆษก แนะนำข้อควรปฏิบัติในภาวะฉุกเฉิน แนะนำแหล่งข้อมูลให้ประชาชน และเป็นการสร้างสัญญาใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาชน

3) ระยะเกิดเหตุการณ์ (Maintenance Phase) เมื่อภาวะวิกฤติเกิดขึ้น แนวทางการสื่อสารที่สำคัญคือการให้ข้อมูลกับสื่อตามที่สื่อต้องการ โดยต้องตรวจสอบข้อมูลอย่างรอบคอบ เป็นช่วงที่ต้องควบคุมการไหลของข้อมูลข่าวสารอย่างละเอียด พยายามใช้ข้อมูลหลักฐานแก้ไขข่าวลือหรือข้อมูลผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น เปิดรับฟังการตอบรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้รับสาร เพื่อปรับปรุงการสื่อสารให้แม่นยำมากขึ้น วัตถุประสงค์สำคัญของการสื่อสารในระยะนี้คือทำให้สังคมมองเห็นและเข้าใจความเสี่ยงของตนเองที่เนื่องด้วยวิกฤติที่กำลังเกิดขึ้นให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ให้ข้อมูลกับผู้ที่ต้องการ อธิบายข้อเสนอแนะ แนวทางปฏิบัติในภาวะฉุกเฉิน และต้องผลักดันให้เกิดการตัดสินใจในด้านความเสี่ยง

4) ระยะคลี่คลาย (Resolution) เป็นช่วงเวลาหลังเหตุการณ์วิกฤติผ่านพ้นไปใหม่ๆ ช่วงนี้สื่อมวลชนและสาธารณะให้ความสำคัญกับข้อมูลลดลง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องศึกษาปัญหาและวิเคราะห์ความเสียหาย การสื่อสารในช่วงนี้มุ่งให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่สาธารณะในการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่จะเกิดเหตุการณ์คล้ายกันอีกในอนาคต โน้มน้าวใจให้ประชาชนสนับสนุนนโยบายของภาครัฐที่ออกมาเนื่องด้วยเหตุการณ์วิกฤติ ทีมสื่อสารต้องป้อนข้อมูลความรู้เพิ่มเติมให้ประชาชนและสื่อมวลชน ระยะนี้อาจต้องเน้นตอบคำถาม และรับฟังการวิพากษ์วิจารณ์จากสื่อมวลชน

5) ระยะประเมินผล (Evaluation) เป็นการสื่อสารหลังจากสถานการณ์เริ่มเข้าสู่ภาวะปกติ

โมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

มีผู้สร้างรูปแบบหรือโมเดลของการสื่อสารในภาวะวิกฤติไว้ค่อนข้างหลากหลาย ทุกโมเดลล้วนมุ่งลดผลกระทบ ลดความรุนแรง และจำกัดพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบที่เกิดจากภาวะวิกฤติ ส่วน

ใหญ่จะเน้นไปที่ความเสี่ยงต่อการเกิดความเสียหายต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กรในโลกโซเชียล (Bernard et al., 2021) โมเดลการสื่อสารที่สำคัญและมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่

1) การสื่อสารในภาวะวิกฤติและความเสี่ยงฉุกเฉิน (Crisis and Emergency Risk Communication - CERC) แบ่งภาวะวิกฤติเป็น 5 ระยะ ได้แก่ ระยะก่อนเกิดวิกฤติ (Pre-Crisis Phase), ระยะฟักตัว (Initial Phase), ระยะเกิดเหตุการณ์ (Maintenance Phase), ระยะคลี่คลาย (Resolution) และ ระยะประเมินผล (Evaluation) และออกแบบการสื่อสารให้ครอบคลุมทั้ง 5 ระยะ โมเดล CERC มีจุดเด่นด้านการนำความรู้ที่เกี่ยวข้องกับภาวะวิกฤติและผลกระทบของวิกฤติการณ์นั้นๆ ต่อกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ เข้ามาใช้ในการสื่อสาร เป็นการวางกรอบการสื่อสารในภาวะวิกฤติที่ใช้หลักฐานทางวิทยาศาสตร์รองรับเพื่อให้ผู้นำใช้สื่อสารกับสาธารณะทั้งประเด็นความเสี่ยงและประโยชน์ที่ได้รับในช่วงเวลาแห่งความฉุกเฉินนั้น เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักรู้ถึงสิ่งอันควรทำและไม่ควรทำเพื่อให้ทั้งสังคมสามารถก้าวผ่านวิกฤติไปได้ (Public Awareness) โมเดล CERC เป็นโมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติที่องค์การอนามัยโลกแนะนำให้ผู้นำประเทศใช้ในการสื่อสารในภาวะวิกฤติโดยเฉพาะที่เป็นภัยฉุกเฉินด้านสุขภาพ (Bernard et al., 2021)

Bernard et al. (2021) ได้นำโมเดล CERC มาประยุกต์เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารของนายกรัฐมนตรีออสเตอร์เลียในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด - 19 โดยได้สร้างเกณฑ์การวิเคราะห์เพื่อหาคุณภาพของเนื้อหาการสื่อสารความเสี่ยงตามโมเดล CERC ใน 4 ประเด็น คือ ความไว้วางใจ (Trust), ความน่าเชื่อถือ (Credibility), ความโปร่งใส (Transparency) และความรับผิดชอบ (Accountability) สามารถจำแนกได้ 9 ประเด็น ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 ประเด็นวิเคราะห์คุณภาพเนื้อหาการสื่อสารประยุกต์จากโมเดล CERC

ประเด็น	รายละเอียด
1.ประเด็นหลักที่ต้องการสื่อสาร	ระบุประเด็นหลักที่ต้องการสื่อสารกับสาธารณะในขณะนั้น
2.ปฏิบัติการที่กำลังลงมือทำ	อธิบาย และ/หรือระบุปฏิบัติการ/กิจกรรมที่กำลังทำเพื่อควบคุมภาวะวิกฤติที่กำลังเกิดขึ้น
3.แผนปฏิบัติการในอนาคตอันใกล้	อธิบาย และ/หรือระบุแผนปฏิบัติการ/กิจกรรมที่จะลงมือทำในอนาคตอันใกล้เพื่อควบคุมภาวะวิกฤติที่กำลังเกิดขึ้น
4.ความร่วมมือที่ต้องการจากสาธารณะ	บอกแนวทางและอธิบายสิ่งที่ประชาชนหรือสังคมสามารถให้ความช่วยเหลือหรือความร่วมมือ เพื่อสนับสนุนการควบคุมภาวะวิกฤติที่รัฐบาลกำลังดำเนินการ

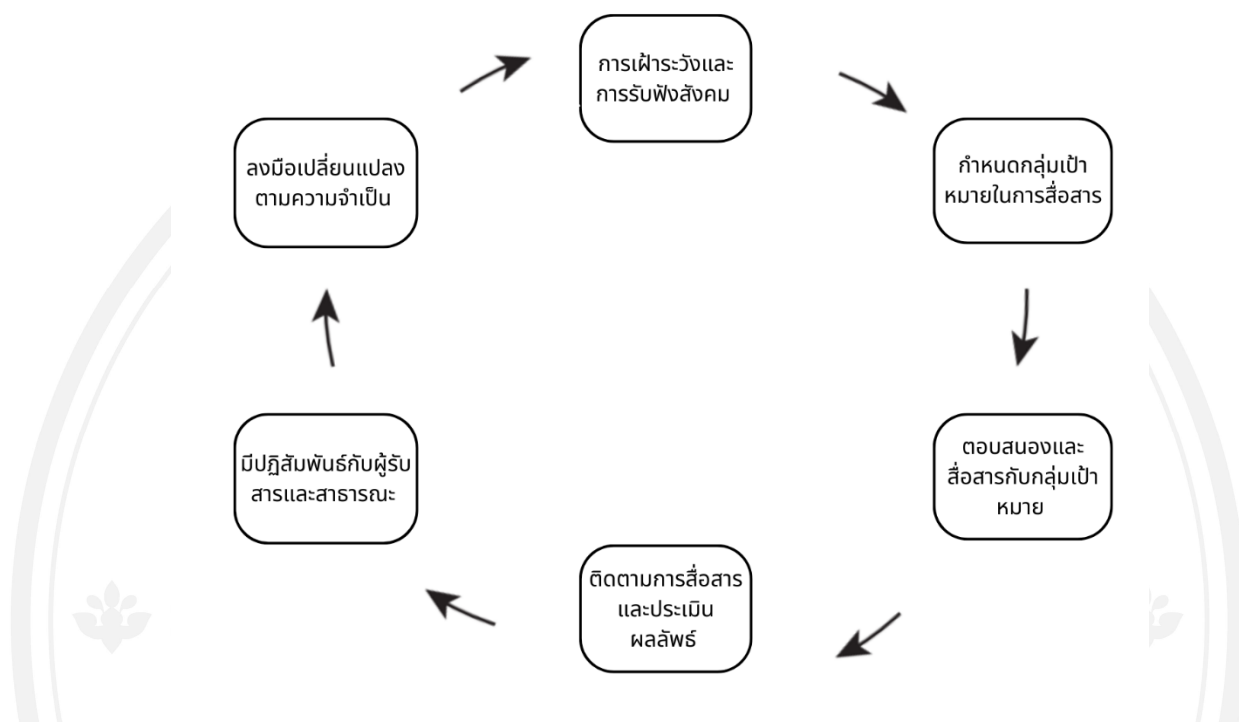
ประเด็น	รายละเอียด
5.แหล่งข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชน	ให้คำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่สามารถให้รายละเอียดกับประชาชนในเรื่องต่าง ๆ ได้ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคม หรือออนไลน์
6.ถ่ายทอดความรู้สึกเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจ (Expression of Empathy)	สื่อสารให้ประชาชนรับรู้ถึงความเข้าใจ ความเห็นอกเห็นใจ
7.สร้างความกระจ่าง ความชัดเจน ในข้อมูล ข้อเท็จจริงที่รู้แล้ว	<ul style="list-style-type: none"> - อธิบาย/ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงด้วยภาษาที่ชัดเจน ประชาชนทุกกลุ่มทุกระดับการศึกษาสามารถเข้าใจได้ - ถ้อยแถลงต้องมีข้อมูลข้อเท็จจริงมาสนับสนุน หากมีความผิดพลาดเชิงตัวเลขสถิติ ต้องรีบแก้ไขข้อมูล
8.บอก/ระบุข้อมูลที่ยังไม่รู้ หรือยังมีข้อมูลไม่ชัดเจน ครบถ้วน	<ul style="list-style-type: none"> - ชี้แจงให้ประชาชนรับรู้ถึงความไม่แน่นอนที่ดำรงอยู่ - ชี้แจงจุดอ่อนจุดแข็งของข้อมูลในมือ - ระบุถึงข้อมูลที่ยังไม่รู้ด้วยวิธีการที่โปร่งใส เช่น “ผมยังไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับ.....” แทนการใช้คำว่า “ผมไม่สามารถบอกได้ว่า.....”
9.ชี้แจงขั้นตอน/กระบวนการที่จะทำ ให้ได้คำตอบของข้อมูลที่ยังไม่รู้	<ul style="list-style-type: none"> - อธิบายกระบวนการ/ขั้นตอนการหาข้อมูล หากคำตอบ - อธิบายเหตุผลหรือปัจจัยที่ทำให้เกิดความล่าช้าในการหาข้อมูล

แหล่งที่มา: Bernard et al. (2021).

เนื่องจากโมเดล CERC เป็นโมเดลที่กระทรวงสาธารณสุขของประเทศไทย โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (2551) นำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤติของกรม ผู้วิจัยจึงนำโมเดล CERC มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยในครั้งนี้

2) STREMI Model ของ Stewart and Wilson (2015) ซึ่งเน้นจัดการวิกฤติที่เนื่องด้วยการสื่อสารบนโซเชียลมีเดีย ในช่วงที่สหรัฐอเมริกาเผชิญหน้ากับพายุเฮอริเคนแมทธิวปี 2015 STREMI Model พูดยุทธศาสตร์ประกอบ 6 อย่างที่เชื่อมโยงกันได้แก่ 1) การเฝ้าระวังและการรับฟังสังคม (Surveillance & Social Listening) 2) กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารให้เหมาะสม (Identify Target Audiences) 3) ตอบสนองและสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย (Respond & Engage Audiences)

4) ติดตามการสื่อสารและประเมินผลลัพธ์ (Monitor Landscape & Evaluate Outcomes) 5) มีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารและสาธารณะ (Interact with Consumers and Publics) 6) ลงมือเปลี่ยนแปลงตามความจำเป็น (Implement Necessary Changes)



ภาพที่ 2.1 STREMI Model ของการสื่อสารทางโซเชียลในภาวะวิกฤติ
แหล่งที่มา: Stewart & Wilson (2015).

การรับฟังสังคม (Social Listening) ของ STREMI Model หมายถึง “กระบวนการเข้าถึงสังเกต ตีความ หรือตอบสนองสิ่งเร้าผ่านทางสื่อต่างๆ รวมทั้งระบบอิเล็กทรอนิกส์และสื่อสังคม” (Stewart & Wilson, 2015) ซึ่งได้รับการมองว่าเป็นขั้นตอนการสื่อสารที่สำคัญมากในช่วงที่กำลังเกิดภาวะวิกฤติที่ผู้มีอำนาจจำเป็นต้องตัดสินใจรวบรวมข้อมูลต่างๆ ให้มากที่สุด เพื่อตอบสนองและป้อนข้อมูลให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งเมื่อผนวกรวมกับการสื่อสารในขั้นตอนที่ 2 คือการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งหมายความว่ารวมถึงกลุ่มผู้มีอิทธิพลบนโซเชียลมีเดีย กลุ่มผู้ให้การสนับสนุนการทำงานของภาครัฐ กลุ่มผู้คอยวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งทุกคนล้วนสามารถช่วยสนับสนุนหรือขัดขวางการบริหารจัดการภาวะวิกฤติที่รัฐกำลังดำเนินการอยู่ได้ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายทำให้ผู้มีอำนาจตัดสินใจสามารถค้นพบสัญญาณของการที่ข่าวสารที่ไม่เป็นความจริงจะถูกแพร่กระจายทางโซเชียลมีเดีย ซึ่งจะเป็นจุดที่ก่อให้เกิดวิกฤติการณ์ตามมาได้ (Stewart & Young, 2018)

3) Integrated Crisis Mapping (ICM) (Jin, Pang, & Cameron, 2012) มุ่งควบคุมอารมณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หาสาเหตุของวิกฤติที่เกิดขึ้น ทั้งปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน และปัจจัยสาธารณะ ยอมปล่อยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแสดงออกทางอารมณ์เมื่อต้องประสบภาวะวิกฤติ โมเดลนี้ให้ความสำคัญกับจุดกำเนิดของภาวะวิกฤติ ทั้งที่เกิดจากเหตุภายนอกและภายในองค์กร เน้นการสื่อสารที่ตอบสนองอารมณ์หลักของมนุษย์ 3 อย่างได้แก่ โกรธ เศร้า และหวาดกลัว ซึ่งจะเกิดขึ้นตามสถานการณ์ของจุดกำเนิดของภาวะวิกฤติซึ่งจะมี 3 คู่ ได้แก่ เกิดจากปัจจัยภายในหรือปัจจัยภายนอก เกิดจากปัจจัยส่วนบุคคลหรือสาธารณะ และเกิดขึ้นจากปัจจัยทางธรรมชาติหรือไม่ใช่ธรรมชาติ โดยโมเดล ICM จะคาดการณ์อารมณ์ของผู้คนที่เกิดขึ้นจากจุดกำเนิดของภาวะวิกฤตินั้น ๆ (Umar Ali Bukar et al., 2020)

4) Situation Crisis Communication Theory (SCCT) (Coombs, 2018) ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ เน้นการสื่อสารบนฐานของหลักฐานข้อเท็จจริง เพื่อตอบสนองอารมณ์ความรู้สึกของสาธารณะที่จะอยากรู้และพยายามค้นหาสาเหตุของภาวะวิกฤติที่เกิดขึ้น Coombs (2018) เสนอรูปแบบการตอบสนองภาวะวิกฤติไว้ 2 ส่วน คือ การตอบสนองในช่วงต้น และการตอบสนองในลักษณะของความตั้งใจเชิงพฤติกรรม

(1) การตอบสนองในช่วงต้น เกิดขึ้นหลังจากรับรู้ว่ามีวิกฤติเกิดขึ้นในช่วงแรกๆ การตอบสนองในช่วงนี้ควรเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หากเป็นไปได้ควรตอบสนองหรือสื่อสารทันทีภายในหนึ่งชั่วโมงแรกหลังพบภาวะวิกฤติ และต้องเป็นการตอบสนองที่ถูกต้อง อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง คำนึงถึงความปลอดภัยหรือประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ใช้ช่องทางการสื่อสารทั้งหมด และแสดงออกให้เห็นถึงความพร้อมในการให้คำปรึกษาผู้ได้รับผลกระทบทุกคน

(2) ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม หลังจากภาวะวิกฤติเกิดขึ้นสิ่งที่จะตามมาคือความเสียหายต่อภาพลักษณ์องค์กร (Coombs, 2018) การตอบสนองที่เกิดขึ้นตามมาคือการต้องซ่อมแซมภาพลักษณ์องค์กร ด้วยการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้ได้รับความเสียหาย แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการทำสิ่งต่อไปนี้ การตอบโต้ผู้กล่าวหาหรือโจมตีองค์กร การปฏิเสธข้อกล่าวหา การแก้ข้อกล่าวหาที่ต้องทำในลักษณะของการรับผิดชอบ และอธิบายเหตุผลที่เกิดภาวะวิกฤตินั้นขึ้น พร้อมแสดงให้เห็นว่าองค์กรไม่ได้ต้องการให้เกิดภาวะวิกฤตินั้น สุดท้ายต้องมีการจ่ายค่าชดเชย หรือค่าเยียวยา และต้องขอโทษผู้ได้รับความเสียหาย

โมเดลการสื่อสารแบบ SCCT แนะนำแนวทางการจัดลำดับความสำคัญในการปกป้องชื่อเสียงองค์กรจากการเกิดภาวะวิกฤติ 2 ขั้นตอน ได้แก่ (Coombs & Holladay, 2012) การให้และปรับเปลี่ยนข้อมูลอย่างเหมาะสม โดยเตรียมข้อมูลสำหรับประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับวิธีที่องค์กรสามารถใช้เพื่อปกป้องตนเองจากภาวะวิกฤติทางกายภาพ ควบคู่กับการปรับเปลี่ยนข้อมูลสำหรับประชาสัมพันธ์และรับมือกับภาวะวิกฤติทางจิตวิทยา และการเลือกใช้ 3 กลยุทธ์หลักในการ

ตอบสนองวิกฤติ ได้แก่ การปฏิเสธวิกฤติ (Deny) การบรรเทาวิกฤติ (Diminish) และการกู้คืนภาพลักษณ์ (Rebuild)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำทางการเมืองและผู้นำในภาวะวิกฤติ (Political Leadership and Crisis Leadership)

แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำทางการเมืองและผู้นำในภาวะวิกฤติ ถูกนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจาก “ผู้นำ” ในการศึกษาครั้งนี้มีสถานะเป็นผู้นำทางการเมือง ที่ต้องเข้ามารับมือกับบทบาทหน้าที่การเป็นผู้นำในภาวะวิกฤติ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดภาวะผู้นำทางการเมืองและผู้นำในภาวะวิกฤติจึงถูกนำมาใช้ประกอบการสร้างกรอบการศึกษา เพื่อประโยชน์ในการตอบคำถามนำวิจัยข้อที่ 3

2.2.1 ผู้นำทางการเมือง (Political Leadership)

การเมืองเป็นเรื่องของการต่อสู้เพื่อให้ได้มาซึ่ง “อำนาจรัฐ แล้วใช้อำนาจรัฐนั้นวางนโยบายและใช้ทรัพยากรเพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาประเทศ” (ลิขิต ธีรเวคิน, 2550) ขณะเดียวกันกระบวนการทางการเมืองยังเป็นเรื่องของ “ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับประชาชน เช่น การตัดสินใจในการจัดสรรสิ่งที่มีคุณค่าสู่สังคม การต่อรองผลประโยชน์ เป็นต้น” (ไชยะ เทพา, 2557) ในกระบวนการทางการเมืองจะมีบุคคลที่เป็นผู้นำทางการเมืองซึ่งหมายถึงผู้ที่เข้าสู่อำนาจรัฐตามแนวทางที่กฎหมายกำหนด เพื่อเข้ามาใช้อำนาจทางการเมืองกำหนดนโยบายของประเทศ และอำนาจในการกำหนดตัวคนที่จะช่วยบริหารประเทศ (ณรงค์ สินสวัสดิ์, 2550)

ผู้นำทางการเมืองเป็นผู้ที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบในการปกป้องพลเมืองของตนเองจากอันตรายและความเสียหายทางเศรษฐกิจ ผ่านทางการสืบสานค่านิยม การตรากฎหมาย และการให้ความปลอดภัยกับสาธารณะ (Couto, 2010; Fench, 2011; Kearns et al., 2019) เหตุผลที่จำเป็นต้องมีผู้นำทางการเมืองเกิดขึ้นในสังคมเพราะผู้คนไม่สามารถปกครองตนเองได้ ผู้นำทางการเมืองสามารถเกิดขึ้นได้ในสังคมใน 2 กรณีคือ เกิดจากการที่ประชาชนไม่สามารถปกครองตนเองได้ แล้วผู้ที่มีความรู้ ความสามารถ มีทรัพยากร และมีความเป็นผู้นำ ก็จะก้าวขึ้นมาบริหารทางการเมือง หรือกรณีที่ 2 ตรงข้ามกันคือเกิดในกรณีที่ประชาชนปกครองตนเองได้ แต่ประชาชนเลือกที่จะไม่ใช้อำนาจหรือความสามารถตนเองเพื่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม จึงเปิดทางให้มีการคัดเลือกตัวแทนตนเองขึ้นมาทำบทบาทนำแทน ไม่ว่าจะเกิดขึ้นด้วยบริบททางสังคมแบบใด ผู้นำทางการเมืองต้องทำหน้าที่ตนเองบนความพยายามรักษาสมดุลด้านคุณค่าและความเชื่อทางการเมืองเพื่อเติม

เต็มเจตจำนงของประชาชน การปฏิบัติหน้าที่ของผู้นำทางการเมืองจะต้องยืนอยู่บนหลักการว่า ประชาชนสามารถปฏิเสธอำนาจของพวกเขาได้ผ่านทางทางเลือกตั้ง (Watkins & Clevenger, 2011)

โรเบิร์ต ดาห์ล (Robert Dahl) นักทฤษฎีประชาธิปไตยผู้มีอิทธิพลในศตวรรษที่ 20 ได้บัญญัติศัพท์คำว่า พหุธิปไตย (Polyarchy) หมายถึงการปกครองระบอบประชาธิปไตยของสังคมขนาดใหญ่ที่ซับซ้อน มีทั้งการเปิดกว้างให้คนเข้ามามีส่วนร่วม และให้มีการแข่งขัน ชัดแย้ง โต้เถียง และปฏิปักษ์ (Keohane, 2015; พิชญ์ พงศ์สวัสดิ์, 2558) ภายในสังคมพหุธิปไตย ประชาชนควบคุมวาระทางการเมือง มีโอกาสรับหรือปฏิเสธซ้ำๆ ผู้แทนของพวกเขา ต้องการการเข้าถึงข้อมูลโดยเสรี และเรียกร้องความเท่าเทียมกันทางการเมือง รวมทั้งสามารถใช้เสรีภาพในการมีส่วนร่วมของตนเองในระดับที่สามารถเห็นต่างและต่อต้านรัฐบาลได้ งานเขียนของดาห์ลในช่วงแรกๆ แสดงให้เห็นภาพผู้นำทางการเมืองที่ถูกควบคุมโดยประชาชน อย่างไรก็ตามดาห์ลได้พัฒนาไปสู่ความเชื่อว่าผู้นำทางการเมืองมักจะค่อยๆ สัมผัสอิทธิพลที่ไม่ธรรมดาเมื่อเทียบกับคนอื่นๆ (Keohane, 2015)

ขณะที่แมกซ์ เวเบอร์ (Max Weber) (Parrish, 2010) มองว่าผู้นำทางการเมืองที่ดีคือบุคคลที่มีคุณธรรมแต่เต็มใจกระทำอันเป็นทุจริตเพื่อบรรลุเป้าหมายบางอย่าง เฉพาะผู้มีคุณธรรมเช่นนี้เท่านั้นที่จะกระทำด้วยความยับยั้งชั่งใจเนื่องจากมีโอกาสใช้อำนาจในทางที่ผิด เวเบอร์ตั้งข้อสังเกตว่านักการเมืองที่ประสบความสำเร็จต้องสร้างและควบคุมกลไกทางการเมืองที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ติดตามและใช้อำนาจจนความรุนแรงหรือความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจะสิ้นสุดลง

Weber ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะและจริยธรรมของผู้นำทางการเมืองไว้ว่าต้องประกอบด้วยคุณสมบัติ 3 ประการ ดังนี้ (Parrish, 2010)

- 1) มีอารมณ์ผูกพัน (Passion) คือมีความจริงใจอย่างแรงกล้าในการอุทิศตัวให้กับอุดมการณ์
- 2) มีความรู้สึกรับผิดชอบ (Sense of Responsibility) คือการรับผิดชอบต่อผลของการกระทำที่ตนเองตัดสินใจกระทำลงไป
- 3) มีความสามารถในการคาดการณ์และการตัดสินใจ (Judgement) สามารถประเมินสถานการณ์ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้ และเข้าถึงประชาชนได้

Keller and Yang (2008, as cited in Watkins & Clevenger, 2011) นำทฤษฎี Poliheuristic ซึ่งเน้นที่สาเหตุและวิธีการตัดสินใจ โดยมีแนวคิดหลักคือผู้มีอำนาจตัดสินใจมีความอ่อนไหวต่อทั้งข้อจำกัดด้านความรู้ความเข้าใจและสิ่งแวดล้อม และมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับผลทางการเมืองจากการตัดสินใจของตนเองเป็นพิเศษมาประยุกต์ใช้กับผู้นำทางการเมืองและพบว่าผู้นำทางการเมืองจะมีการตัดสินใจ 2 ระยะ ระยะแรก เป็นระยะที่เรียกว่า "ไม่มีการชดเชย" พวกเขาจะใช้ความรู้ความเข้าใจของตนเองมาพิจารณาความเป็นไปได้หรือความเหมาะสมทางการเมืองมาเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ ระยะที่สองเรียกว่าระยะของการใช้เหตุผล เป็นระยะของการหันไปใช้การ

วิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์เพื่อดำเนินการเปรียบเทียบตัวเลือก การศึกษาของ Keller and Yang (2008) แสดงให้เห็นว่าผู้นำทางการเมืองลดคุณค่าของทัศนคติของผู้มีสิทธิเลือกตั้งเมื่อเผชิญกับการยั่วยุ การค้นพบนี้ชี้ให้เห็นว่าผู้นำเชื่อว่าตัวแปรตามสถานการณ์ เช่น การถูกยั่วยุหรือมีส่วนร่วมในวิกฤติ ทำให้พวกเขาได้รับอนุญาตให้ทำตามสัญชาตญาณมากกว่าที่จะเป็นไปตามเจตจำนงของประชาชน ผู้ชายมีแนวโน้มที่จะเพิกเฉยต่อความต้องการของประชาชนมากกว่าผู้หญิงอย่างมีนัยสำคัญ

2.2.2 ผู้นำในภาวะวิกฤติ

ภาวะผู้นำในภาวะวิกฤติคือ “กระบวนการนำสมาชิกในกลุ่มผ่านสถานการณ์เชิงลบอย่างฉับพลันและไม่คาดคิดเป็นส่วนใหญ่ สถานการณ์เชิงลบอย่างรุนแรง และระบอบอารมณ์” (Liu, Iles, & Herovic, 2020)

การบริหารภาวะวิกฤติ (Crisis Management) เป็นบทบาทหน้าที่ที่สำคัญยิ่งสำหรับผู้นำ เพราะภาวะวิกฤติไม่ว่าจะเกิดจากสาเหตุใดล้วนส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และภาพลักษณ์องค์กร (Covello & MacCallum, 1989) โดยผู้นำนอกจากจะต้องบริหารจัดการสถานการณ์วิกฤติที่กำลังเกิดขึ้นเพื่อ แล้วยังต้องบริหารงานด้านอื่นเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องด้วย (Welch & Welch, 2007)

ผู้นำจำเป็นต้องบริหารจัดการภาวะวิกฤติให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในเวลาอันรวดเร็วด้วยเหตุผล 3 ประการ (Newsom, Turk, & Kruckerberg, 2004) ได้แก่ 1) กำจัดวิกฤติที่กำลังเกิดขึ้นให้จบลงและหมดไปโดยเร็ว บนความสูญเสียที่น้อยที่สุด 2) ป้องกันการเกิดวิกฤติซ้ำ โดยต้องทำแผนจัดการล่วงหน้า 3) สร้างความเชื่อมั่นอีกครั้ง การจะบรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ประการจำเป็นต้องมีการวางแผนที่ดี รอบคอบ และมีประสิทธิภาพ

Comfort et al. (2020) พุดถึงองค์ประกอบ 4 อย่างของการตัดสินใจที่ผู้นำควรพิจารณาในภาวะวิกฤติ ได้แก่ 1) ความรู้ความเข้าใจของตนเองต่อสถานการณ์วิกฤติที่กำลังเกิดขึ้น รวมถึงข้อมูลต่างๆ ที่มีในมือที่จะสามารถนำมาใช้ช่วยเหลือประชาชนได้ 2) การสื่อสาร หมายถึงกระบวนการสร้างความหมายร่วมกันซึ่งส่งผลให้มีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยงและการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพ 3) การประสานงาน คือระดับของการพึ่งพาซึ่งกันและกัน และการจัดตำแหน่งระหว่างผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง 4) การควบคุม เกี่ยวข้องกับการตอบสนองต่อภัยคุกคามอย่างมีประสิทธิภาพในขณะเดียวกันก็รักษาระบบสังคม (เช่น กิจกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจ) ไว้ด้วย

Welch and Welch (2007) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการสื่อสารเกี่ยวกับภาวะวิกฤติของผู้นำองค์กรในภาวะวิกฤติไว้ว่าหากไม่สามารถควบคุมการสื่อสารโดยเฉพาะกับภายนอกองค์กรได้ดี จะยิ่งทำให้วิกฤติรุนแรงมากขึ้น ทั้งนี้วิกฤติที่ปรากฏมักมีปัญหามากกว่าซ่อนอยู่เสมอ และเป็นหน้าที่ของผู้นำองค์กรที่จะต้องเป็นผู้เปิดเผยวิกฤติที่ซ่อนอยู่นั้นมากกว่าการปล่อยให้บุคคลภายนอกเป็นผู้

เปิดเผยเพราะจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือขององค์กร Welch and Welch (2007) แนะนำสิ่งที่ผู้นำองค์กรควรต้องปฏิบัติตัวในด้านที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารไว้ 4 ประเด็น

- 1) อย่ากล่าวโทษผู้อื่นไม่ว่าในเรื่องใด
- 2) อย่ากล่าวคาดเดาหรือคิดเองในที่สาธารณะ
- 3) อย่าปฏิเสธที่จะตอบคำถามด้วยเหตุผลว่าไม่ต้องการสื่อสาร หรือไม่ขอออกความเห็น ต่อสื่อมวลชน โดย Welch and Welch อ้างว่ามีงานวิจัยพบว่า 65 เปอร์เซ็นต์ของคนที่ยืนยันข้อความในลักษณะนี้จะเชื่อว่าผู้พูดต้องการปิดบังบางสิ่งบางอย่าง
- 4) ไม่ส่งต่อข้อมูลที่จะทำให้ผู้อื่นเกิดความสูญเสีย

Newsom, Turk, and Kruckerberg (2004) พบว่าปัญหาหนึ่งของการบริหารจัดการภาวะวิกฤติที่พบได้บ่อยครั้งคือ การไม่สื่อสารหรือการสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพของผู้นำองค์กร ซึ่งรวมถึงการไม่สื่อสารแผนการจัดการ Newsom and Carrell (2001) ได้กล่าวถึงแผนการเตรียมรับมือขององค์กรในการจัดการภาวะวิกฤติ ว่าต้องเป็นแผนที่ตั้งง่ายต่อการทำความเข้าใจ ในที่นี้จะขอกกล่าวถึงเฉพาะแผนที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวทางการสื่อสารของผู้นำ

- 1) ต้องระบุความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นให้ได้ เช่น กรณีการมีสารปนเปื้อนในนมที่อาจทำให้ผู้บริโภคเกิดอาการปวดท้อง ผู้บริหารต้องสามารถคาดเดาความเสี่ยงได้ เช่น อาจนำสู่ความเสี่ยงในการต้องถูกปิดโรงงาน และต้องสื่อสารความเสี่ยงนั้น ผู้บริหารที่เข้าใจสถานการณ์และประเมินความเสี่ยงได้ และสื่อสารออกไปอย่างตรงไปตรงมา จะสามารถโน้มน้าวบุคลากรให้มีส่วนร่วมในการลดความเสี่ยง รวมทั้งชักชวนทุกคนที่ต้องเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการความเสี่ยงร่วมกัน

- 2) ความสามารถในการนำเสนอสิ่งที่องค์กรต้องดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาจากความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น เช่น การเสนอให้ผู้บริโภคหยุดดื่มนมที่มีปัญหา Newsom and Carrell (2001) มองว่าหากองค์กรสามารถกำหนดแนวทางแก้ปัญหาได้ชัดเจนและน่าเชื่อถือ ผู้บริโภคจะให้ความเชื่อมั่นในแนวทางแก้ปัญหาขององค์กร

- 3) สามารถชี้ให้เห็นเหตุแห่งความเสี่ยงนั้น บนความเชื่อว่าหากสังคมรู้ถึง การที่องค์กรตระหนักถึงสาเหตุแห่งปัญหาหรือความเสี่ยง จะทำให้สังคมยอมรับได้ว่าองค์กรจะสามารถแก้ไขปัญหาได้

- 4) แสดงให้เห็นความรับผิดชอบและความพยายามรับผิดชอบ ในช่วงต้นของการเกิดภาวะวิกฤติ อาจมีความสับสนไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้ แต่หากผู้บริหารองค์กรสามารถสื่อสารให้สังคมเห็นถึงแผนความรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหา จะทำให้สังคมเชื่อว่าวิกฤติหรือความเสี่ยงนั้นอยู่ในการควบคุมขององค์กรแล้ว

5) ให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางสื่อออนไลน์ ต้องใช้เป็นช่องทางการสื่อสารทั้งภายในองค์กรและกับภายนอกองค์กร บนหน้าเว็บไซต์ขององค์กรต้องมีการชี้แจงสถานการณ์ที่เกิดขึ้น คำแนะนำในการปฏิบัติตัว เปิดให้ผู้ชมเข้ามาชมได้

ขณะที่ Newsom, Turk and Kruckerberg (2004) เน้นถึงความสำคัญของการสื่อสารภายใน ที่ผู้นำต้องสร้างความตระหนักให้บุคลากรทุกคนรู้ถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสาร และระมัดระวังเรื่องการส่งสารออกไปยังภายนอก ไม่ว่าจะโดยได้รับอนุญาตหรือไม่ได้รับอนุญาต การส่งต่อข้อมูลจากบุคลากรภายในไปยังบุคคลภายนอกในลักษณะปากต่อปาก อาจทำให้กลายเป็นข่าวลือที่ยากแก่การควบคุม Newsom, Turk and Kruckerberg (2004) ระบุถึงแนวทางที่ผู้นำองค์กรควรปฏิบัติเพื่อประโยชน์ในการสื่อสารในภาวะวิกฤติ ดังนี้

- 1) เตรียมข้อมูลจุดยืนที่ชัดเจน ตรงไปตรงมา พร้อมประกาศให้สาธารณะรับรู้
- 2) ผู้บริหารระดับสูงคนอื่นๆ ขององค์กรต้องเข้ามามีส่วนในการวางแผนและการตัดสินใจ
- 3) แสวงหาการสนับสนุนจากองค์กรหรือบุคคลภายนอกที่ไม่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ ให้เข้ามามีบทบาทร่วมในการจัดการภาวะวิกฤติ และการให้ข้อเสนอแนะ
- 4) จัดตั้งทีมเฉพาะกิจเพื่อบริหารภาวะวิกฤติโดยให้เป็นศูนย์รวมของการสื่อสารด้วย เพื่อให้สามารถควบคุมการสื่อสารได้
- 5) ให้ความสำคัญกับการเลือกโฆษก อาจเป็นผู้นำสูงสุดขององค์กรหรือคนอื่นก็ได้ แต่ต้องเป็นผู้มีส่วนร่วม และมีความรู้ความเข้าใจในบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาวะวิกฤตินั้นๆ และต้องมีความสามารถในการสื่อสารให้เข้าใจง่าย วิกฤติการณ์แต่ละครั้งอาจต้องการโฆษกที่แตกต่างกันกับความเหมาะสม เช่น วิกฤติที่เกี่ยวกับภัยฉุกเฉินทางสุขภาพ อาจให้แพทย์เป็นโฆษก วิกฤติที่เกี่ยวข้องกับการรั่วไหลของสารเคมีอาจให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสารเคมีเป็นโฆษก
- 6) กำหนดให้สมาชิกของทีมเฉพาะกิจเพื่อบริหารภาวะวิกฤติเป็นผู้ประเมินผลของภาวะวิกฤติ และมีหน้าที่ควบคุมดูแลการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร
- 7) ให้ความร่วมมือกับสื่อมวลชน กำหนดแนวทางปฏิบัติมาตรฐานสำหรับสื่อขององค์กรในการสื่อสารกับสื่อมวลชน
- 8) เตรียมวิธีการและรูปแบบสื่อสาร เช่น การประกาศ การแถลงข่าว การออกแถลงการณ์ มีระบบตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารก่อนแพร่กระจายข่าวสาร เตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ต้องใช้ในการสื่อสาร เช่น คอมพิวเตอร์ ระบบโทรศัพท์
- 9) จัดตั้งศูนย์การสื่อสารที่มีอุปกรณ์ครบ เพื่อคอยติดตามสถานการณ์ข่าวสาร และการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ โดยเฉพาะระบบการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ต ที่สารเดินทางเร็วและแพร่กระจายในวงกว้าง

10) ซีแจงบุคลากรในองค์กร ให้มีข้อมูลที่ครบถ้วนและ มีความเข้าใจสถานการณ์ ถูกต้อง เพื่อลดการแพร่กระจายของข้อมูลที่อาจพัฒนาเป็นข่าวลือที่ไม่ถูกต้องและยากต่อการควบคุม

11) ในการสื่อสารห้ามให้ข้อมูลเท็จ ห้ามคาดเดา ต้องบอกเล่าเรื่องราวทั้งหมด อย่างตรงไปตรงมา และนำเสนอเฉพาะข้อเท็จจริงเท่านั้น

12) ควรมีการประกาศเรื่องราวปัญหาและแนวทางแก้ไข รวมถึงความคืบหน้าในการบริหารจัดการสถานการณ์ และให้ข้อมูลล่าสุดที่เป็นปัจจุบันของสถานการณ์ทางหน้าเว็บไซต์ องค์กรตลอด

Herman (2020) ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของผู้นำที่ต้องการสร้างความประทับใจให้ทุกคนที่พบเห็น ด้วยบุคลิกภาพที่ดี ซึ่งส่งผลต่อความน่าเชื่อถือให้กับสารที่นำเสนอ โดยเขาบอกว่า ภาพลักษณ์ที่ดีต้องประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) ลักษณะภายนอก คือผู้นำองค์กรต้องแต่งกายให้เหมาะสมกับตำแหน่ง ดูแลความเรียบร้อยของตนเอง ทั้งผม หน้าตา บุคลิก และ 2) การนำเสนอ ซึ่งหมายถึงทักษะต่างๆ เช่น ทักษะในการสื่อสาร ได้แก่ การฟัง การพูด ใช้ภาษาง่ายเน้นสร้างความเข้าใจ น้ำเสียงน่าฟัง น่าเชื่อถือ มีการสื่อสารด้วยภาษาที่สร้างเสริมความเชื่อมั่นในข่าวสารที่นำเสนอไป

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

Berelson (1952, cited in Hsiu & Shannon, 2005) กล่าวถึงการวิเคราะห์เนื้อหาว่าเป็นเทคนิคการวิจัยที่พยายามอธิบายเนื้อหาของข้อความหรือข้อมูลที่นักวิจัยเก็บรวบรวมได้จากกระบวนการทำวิจัย โดยการอธิบายนั้นจะมีการจำแนกแจกแจงข้อมูลอย่างเป็นระบบและยึดตามวัตถุวิสัย (Objectivity) คือไม่มีการใส่ความรู้สึกหรืออคติของนักวิจัยลงไป

แนวคิดในการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นแนวคิดในการศึกษางานวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีช่วงหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในงานวิจัยเชิงปริมาณค่อนข้างมาก ด้วยการนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาใส่และถอดรหัส จำแนกประเภท และนำเสนอในลักษณะสถิติ แต่ปัจจุบันมีการนำการวิเคราะห์เนื้อหามาใช้กับงานวิจัยเชิงคุณภาพมากขึ้น ในลักษณะของการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) โดยใช้มากในการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ การวิจัยเชิงประชากร และการวิจัยด้านการสื่อสาร (Nandy & Sarvela, 1997)

งานวิจัยเชิงคุณภาพที่นำการวิเคราะห์เนื้อหามาใช้ มักเป็นการศึกษาที่เน้นไปที่คุณลักษณะของภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ให้ความสำคัญกับความหมายของสารหรือตัวบท เนื้อหา หรือตัวบทที่นำมาวิเคราะห์สามารถเป็นได้ทั้งที่เป็นคำพูด ข้อความที่พิมพ์ หรือในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเนื้อหาหรือข้อมูลสามารถได้มาจากหลายช่องทาง ทั้งการบรรยาย การสัมภาษณ์ การเก็บข้อมูล

จากแบบสอบถามปลายเปิด การทำโฟกัส กรุ๊ป การสังเกตจากสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือ บทความ คู่มือต่าง ๆ เป้าหมายสำคัญของการนำการวิเคราะห์เนื้อหามาใช้กับงานเชิงคุณภาพคือ “เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจในปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ที่กำลังศึกษา” (Kondracki & Wellman, 2002)

Hsiu and Shannon (2005) แบ่งการวิเคราะห์เนื้อหาเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ

1) การวิเคราะห์เนื้อหาแบบกระแสหลัก (Conventional Content Analysis) ส่วนใหญ่ใช้กับการศึกษาที่มุ่งอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น เหมาะสำหรับนำมาใช้เมื่อปรากฏการณ์ที่ทำการศึกษาไม่ค่อยมีคำอธิบายทางทฤษฎี นักวิจัยจะหลีกเลี่ยงการจำแนกข้อมูลเป็นประเภทหรือหมวดหมู่ตามที่เคยมีผู้แบ่งไว้ แต่จะใคร่ครวญข้อมูลที่มี แล้วใช้วิธีเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อลงลึกในประเด็นที่สนใจมากขึ้น ส่วนใหญ่จะใช้การเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ หรือแบบสอบถามปลายเปิด

การวิเคราะห์เนื้อหาแบบกระแสหลักนักวิจัยจะกำหนดประเภทของข้อมูลเอง อาจจำแนกเป็นประเภทหลัก (Categories) ประเภทย่อย (Sub-Categories) การใส่รหัส (Code) เพิ่มขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ได้ และต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา (Morse & Field, 1995) ข้อดีของการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยวิธีนี้คือทำให้ได้ข้อมูลตรงจากกระบวนการทำวิจัยโดยไม่ถูกตีกรอบจากแนวคิดที่มีอยู่แล้ว Lincoln and Guba (1985, cited in Hsiu & Shannon, 2005) กล่าวว่า เป็นความน่าเชื่อถือในกระบวนทัศน์ที่เป็นธรรมชาติ (Naturalistic Paradigm) คือความน่าเชื่อถือที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้ข้อมูลกับบริบททางสังคมที่เป็นจริง ขณะเดียวกันก็เป็นวิธีการที่มีความท้าทายใน 2 ประการ คือ ยากต่อการนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ไปเชื่อมต่อกับหมวดหมู่ข้อมูลของทฤษฎีอื่น และยังมีใกล้เคียงกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้ทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory Method) และปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) (Hsiu & Shannon, 2005)

2) การวิเคราะห์เนื้อหาแบบมีทิศทาง (Directed Content Analysis)

ใช้ในกรณีที่ปรากฏการณ์ที่ศึกษา มีทฤษฎีหรือแนวคิดที่เกี่ยวข้องอยู่บ้างแล้ว งานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้เทคนิคนี้จะออกแบบงานวิจัยของตนเองให้สอดคล้องกับแนวคิดหรือทฤษฎีที่มีอยู่แล้ว หรือนำทฤษฎีที่มีอยู่แล้วมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์และอธิบายข้อมูล (Potter & Levine-Donnerstein, 1999) เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาแบบมีโครงสร้างการวิเคราะห์ การนำเสนอผลการศึกษาที่ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบมีทิศทางอาจออกมาในลักษณะการรายงานข้อมูลหรือผลการศึกษามีความเหมือน ความต่าง หรือ สอดคล้องกับแนวคิดที่ยกมาเป็นกรอบการศึกษาหรือไม่อย่างไร

ข้อจำกัดของการวิเคราะห์เนื้อหาแบบมีทิศทางนี้คือทำให้เกิดการตีกรอบการเก็บข้อมูล ไปจนถึงกรอบการวิเคราะห์ตีความข้อมูล ซึ่งอาจนำไปสู่การมีอคติของนักวิจัยลงไปในผลการวิจัย

ด้วย และนักวิจัยมีแนวโน้มที่จะหาข้อสรุปที่สอดคล้องกับทฤษฎีที่มีอยู่แล้วมากกว่าจะมุ่งหากล้าทฤษฎี (Hsiu & Shannon, 2005)

3) การวิเคราะห์เนื้อหาแบบประเมินผลรวม (Summative Content Analysis)

เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาที่มุ่งไปที่การใช้คำ โดยมีการกำหนดคำที่ต้องการศึกษาไว้ชัดเจน เป้าหมายหลักคือดูการใช้ (Usage) คำที่สนใจศึกษาในบริบทต่างๆ แล้ววิเคราะห์หาความหมายของคำนั้น ๆ ในการใช้ที่บริบทแตกต่างกัน (Kondracki & Wellman, 2002) มักใช้ในการศึกษาวิจัยที่ให้ความสำคัญกับบริบททางสังคม ผลของการศึกษาอาจออกมาในลักษณะการค้นพบการใช้คำต่าง ๆ ในมิติหรือบริบทที่แตกต่างไป ให้ความสำคัญกับนัยยะหรือเนื้อหาที่ซ่อนเร้นซึ่งจะเกิดขึ้นจากกระบวนการตีความหมายของผู้วิจัยเอง (Holsti, 1969 as cited in Hsiu & Shannon, 2005)

สุภางค์ จันทวานิช (2557) กล่าวถึงองค์ประกอบของเนื้อหาที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ว่า มี 6 ส่วนหลัก

- 1) แหล่งที่มาของข้อความหรือสารที่ปรากฏในเนื้อหา (Source หรือ Sender)
- 2) กระบวนการใส่ความหมายของสาร (Encoding Process)
- 3) ตัวสารหรือข้อความ (Message)
- 4) วิธีการถ่ายทอดสารไปยังผู้อื่น (Channel of Transmission)
- 5) ผู้รับสาร (Detector)
- 6) กระบวนการถอดความหมายของสาร (Decoding Process)

2.4 ทฤษฎีวิจ্ঞกรรม (Theory of Speech Acts)

วิจ্ঞกรรม (Speech Acts) เป็นแนวคิดหนึ่งในวิจ্ঞนปฏิบัติศาสตร์ (Pragmatics) ซึ่งเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งทางภาษาศาสตร์ อธิบายการเลือกใช้ภาษาอย่างเป็นระบบ โดยเน้นพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ภาษากับผู้ใช้ภาษา หรือกล่าวอย่างง่าย ๆ ว่าเป็นการศึกษาการใช้ภาษาในบริบททางสังคมโดยเน้นที่เจตนา และการตีความหมายของผู้ใช้ภาษาเป็นสำคัญ (สุจริตลักษณ์ ดีผดุง, 2549) ผู้วิจัยเลือกนำทฤษฎีนี้มาใช้เพื่อให้เข้าใจวัตถุประสงค์ของการใช้ภาษา และช่วยให้เข้าใจเจตนาที่แฝงอยู่ได้ชัดเจน

2.4.1 แนวคิดวัจนกรรมของ John Austin

Austin ได้ชื่อว่าเป็นผู้บุกเบิกแนวคิดวัจนกรรม โดยตั้งข้อสังเกตว่าการใช้ภาษาของมนุษย์บางลักษณะอาจไม่ชัดเจนและไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ควรจะเป็น แต่ออสตินมองว่าการใช้ภาษาในลักษณะนั้นไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร เพราะธรรมชาติของการมีปฏิสัมพันธ์ย่อมมีการใช้ภาษาในลักษณะที่ต่างกัน (กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ & ธีรานุช โชคสุวณิช, 2551)

Austin (1975) แบ่งวัจนกรรมออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1) การกล่าวตัดสิน (Verdictives) คือวัจนกรรมชี้ขาด ได้แก่ คำตัดสิน การคาดการณ์ คำนวน ประมาณ หรือให้คำตอบ ตัวอย่างคำกริยาของวัจนกรรมการกล่าวตัดสิน เช่น ตัดสินให้พ้นโทษ (Acquit) ตัดสินว่ากระทำผิด (Convict) เข้าใจ (Understand) ประเมิน (Reckon) วิเคราะห์ (Analyze)

2) การกล่าวแนะนำ (Exercitives) คือวัจนกรรมที่เกิดจากการใช้อำนาจ สิทธิ หรือ อิทธิพล ตัวอย่าง คำว่า จัดเก็บ (Levy) เสนอชื่อให้เลือกตั้ง (Nominate) เลือก (Choose) อ้าง (Claim) ให้อภัย (Pardon) เตือน (Warn) แนะนำ (Advise) แก้อาการ (Plead)

3) การกล่าวผูกพัน (Commissives) คือวัจนกรรมของการสัญญาหรือรับรองว่าจะทำอะไรบางอย่างโดยมีการประกาศและแสดงความตั้งใจ เช่น คำว่า สัญญา (Promise) ข้อตกลง (Covenant) มุ่งหมาย (Purpose) จะต้อง (Shall) และ สาบาน (Vow) เป็นต้น

4) การกล่าวแสดงอาการ (Behabivitives) คือวัจนกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางสังคม ทศนคติ เช่น คำว่า ตำหนิ (Deplore) เห็นใจ (Commiserate) ชม (Compliment) ปลอบโยน (Condole) แสดงความยินดี (Congratulate) เห็นอกเห็นใจ (Sympathize) เป็นต้น

5) การกล่าวแสดงผล (Expositives) คือวัจนกรรมที่เกี่ยวข้องกับการโต้แย้ง การแสดงความเห็น เช่น คำว่า ปฏิเสธ (Deny) ถูกต้อง (Correct) เรียกร้อง (Claim) ยืนยัน (Affirm) สละสิทธิ์ (Disclaim) แถลงการณ์ (Declare) แนะนำ (Suggest)

2.4.2 แนวคิดวัจนกรรมของ John Searle

Searle (1969) ได้ปรับปรุงและสานต่อแนวคิดวัจนกรรมของออสติน โดยเชื่อว่าการกระทำ (Act) เป็นหน่วยพื้นฐานของความหมายในการสื่อสาร เขาจึงให้ความสำคัญกับหน่วยของภาษาที่รวมเป็นรูปแบบของวัจนกรรม โดยเขามองว่าในการกล่าวถ้อยคำหนึ่งคำ ผู้พูดสามารถมีพฤติกรรมพร้อมกันหลายอย่าง ดังนี้ (ธิดารัตน์ อเนกะเวียง, 2548)

1) การกล่าวถ้อยคำ (Utterance Act) คือการกระทำที่เป็นการกล่าวถ้อยคำ นับตั้งแต่การเปล่งเสียงออกมาครั้งหนึ่งหนึ่ง มีผลของการกระทำนั้น ๆ เป็นคำ หรือประโยค รวมถึงเป็นพฤติกรรมที่มุ่งเปล่งเสียงเท่านั้น ไม่ได้เกิดจากความตั้งใจสร้างประโยคเพื่อสื่อความหมายใดๆ เช่น การที่นักร้องเปล่งเสียงเพื่อออร์มเสียง

2) การนำเสนอความ (Propositional Act) เป็นการกระทำที่เป็นการนำเสนอความ ซึ่งอ้างอิงสรรพสิ่ง (Reference) และลักษณะอาการต่าง ๆ (Predicates) เป็นการอ้างอิงผู้พูดในสิ่งที่เชื่อว่าถูกต้อง เช่น การอ่านหนังสือออกเสียงว่า “แก้วใบหนึ่ง” เป็นการเชื่อมระหว่างแก้วกับคำพูดเข้าด้วยกัน

3) การแสดงเจตนา (Illocutionary Act) เป็นพฤติกรรมที่แสดงเจตนาของการกล่าวถ้อยคำนั้น ประกอบด้วยประเภทของ Acts ได้แก่ การให้สัญญา การถามคำถาม การสั่ง

นอกจากนี้ Searle (ธิดารัตน์ อเนกะเวียง, 2548) ยังแบ่งประเภทของวจนกรรรมใหม่ แตกต่างจากที่ Austin ได้แบ่งไว้ โดยจัดเป็น 5 กลุ่มใหม่ ดังนี้

1) กลุ่มบรรยายหรือกลุ่มบอกกล่าว (Representatives) คือวจนกรรรมหรือถ้อยคำที่บรรยายสภาพการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เน้นให้เห็นว่าผู้พูดเชื่อในความจริงเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และความ เป็นไปที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว ดังนั้น จึงต้องการบอกเล่าข้อมูลดังกล่าว อาจเพราะเห็นว่าผู้ฟังยังไม่ทราบ หรือคิดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง เช่น การพูด (Saying) การกล่าว (Stating) การยืนยัน (Asserting) การสรุป (Concluding) วจนกรรรมในกลุ่มนี้จะทำให้ผู้พูดได้เข้าถึงความจริงของข้อความที่ตนเองพูด ออกมา และอาจสร้างความพึงพอใจเพราะได้รับประโยชน์จากการพูดของตนเอง เช่น การได้พูดโอ้อวด (Boasting)

2) กลุ่มชี้แนะ (Directives) หมายถึงวจนกรรรมที่แสดงถึงความพยายามของผู้พูดที่ต้องการให้ผู้ฟังกระทำการบางอย่างเพื่อประโยชน์ของผู้พูด วจนกรรรมในกลุ่มนี้มีหลากหลายและ น้ำหนักของคำแต่ละคำขึ้นกับสถานการณ์ทางสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง เช่น การออกคำสั่ง (Commanding) การขอร้อง (Requesting) การเสนอแนะ (Suggesting) เป็นต้น

3) กลุ่มผูกมัด (Commissive) คือวจนกรรรมที่กล่าวออกมาแล้วเกิดการผูกมัดให้ผู้พูดและผู้ฟังกระทำการบางอย่างในเวลาต่อมา เช่น การสาบาน (Vowing) การสัญญา (Promising) การเสนอตัว (Offering) การปลอบโยน (Reassuring) การขู่ (Threatening) เป็นต้น

4) กลุ่มแสดงความรู้สึก (Expressives) คือวจนกรรรมที่บ่งบอกอารมณ์ ความรู้สึก และทัศนคติของผู้พูดที่มีต่อผู้ฟัง หรือสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว ไม่มีความประสงค์จะชี้แนะให้ผู้ฟังทำอะไร หรือต้องการให้ทราบถึงข้อมูลสำคัญแต่อย่างใด เพียงแต่แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ทางจิตวิทยาหรือ

ความคิดเห็นของผู้พูด เช่น การขอบคุณ (Thanking) การขอโทษ (Apologizing) การทักทาย (Greeting)

5) กลุ่มประกาศหรือแถลงการณ์ (Declarations) คือวัจจนกรรมที่ผู้พูดประกาศเพื่อกระทำการบางสิ่งบางอย่าง อันมีผลให้สภาพสิ่งของ บุคคล หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไป เป็นกลุ่มวัจจนกรรมที่แสดงเจตนาของผู้พูดอย่างชัดเจน และมักใช้ในบริบททางการสูง เช่น การแต่งตั้ง (Appointing) การเสนอชื่อ (Nominating) การไล่ออกจากงาน (Firing From Employment) การตัดสินจำคุก (Sentencing To Imprisonment)

นอกจากนี้ Searle ยังมองว่าความเหมาะสมของวัจจนกรรมที่ Austin เสนอไว้เน้นที่สถานการณ์ความเป็นทางการมาก ยังไม่สามารถนำไปใช้วิเคราะห์สถานการณ์การใช้ภาษาที่มีความเป็นทางการหรือน้อยกว่านั้นได้เท่าที่ควร Searle จึงได้ปรับเป็น “เงื่อนไขวัจจนกรรม” (Speech Act Condition) โดยได้ยกตัวอย่างวัจจนกรรมสัญญา ซึ่งอยู่ในกลุ่มผูกมัด (Commissive) เป็นกรณีศึกษา (ทรงธรรม อินทจักร, 2550; บุญโชค เขียวมา, 2551)

1) เงื่อนไขเนื้อหาข้อความ (Propositional Content Condition) หมายถึง กฎพื้นฐานบอกเนื้อหาข้อความนำเสนอ ประกอบด้วย คำนาม ภาคแสดง และคำกริยาต้องแสดงเวลาในขณะที่พูด ในวัจจนกรรมสัญญาผู้พูดต้องเลือกใช้ถ้อยคำเนื้อหาที่เกี่ยวกับการสัญญา และถ้อยคำสัญญานี้ต้องเกี่ยวกับการกระทำ หรือเหตุการณ์ในอนาคตเท่านั้น โดยผู้พูดเป็นผู้กล่าวสัญญาด้วยตนเอง

2) เงื่อนไขเตรียมการ (Preparatory Condition) หมายถึง กฎพื้นฐานซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ว่าวัจจนกรรมที่เกิดขึ้นเป็นวัจจนกรรมชนิดใด และจะต้องมีบริบทที่เหมาะสมเท่านั้นจึงสัมฤทธิ์ผล ในวัจจนกรรมสัญญาผู้พูดต้องคำนึงเสมอว่าการกล่าวสัญญาต้องให้ประโยชน์แก่ผู้ฟังเท่านั้น และคำสัญญาต้องไม่เกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นปกติวิสัยอยู่แล้ว

3) เงื่อนไขความจริงใจ (Sincerity Condition) หมายถึง กฎว่าถ้อยคำที่ผู้พูดกล่าวต้องเกิดจากความตั้งใจจริง หรือมีเจตนาอันจริงใจที่เด่นชัดในการกล่าวถ้อยคำ หากผู้พูดขาดความจริงใจวัจจนกรรมนั้นก็จะไม่สัมฤทธิ์ผล ในวัจจนกรรมสัญญาผู้พูดต้องมีความตั้งใจจริงที่จะให้ผลประโยชน์แก่ผู้ฟังขณะกล่าวคำสัญญา ถ้าคำสัญญานั้นไม่จริงใจหรือกล่าวอย่างขอไปที นอกจากทำให้ผู้ฟังไม่ได้ประโยชน์แล้ว อาจยังทำให้เสียประโยชน์ด้วย

4) เงื่อนไขความครบถ้วน (Essential Condition) หมายถึง กฎที่ผู้พูดต้องพยายามทำให้การสื่อเจตนาบรรลุเป้าหมาย เป็นความตั้งใจของผู้พูดในการกระทำวัจจนกรรมนั้นๆ ในวัจจนกรรมสัญญาผู้พูดต้องมีความตั้งใจแน่วแน่ในการรักษาสัญญาและต้องกระทำตามสัญญานั้นด้วยตนเอง

กรอบแนวคิดวัจนกรรมถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์คุณสมบัติของการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 เพราะจะช่วยทำให้ผู้วิจัยเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางภาษา ความหมาย และเจตนาในการส่งสารของผู้นำ และช่วยให้สามารถตีความถ้อยคำในกรณีที่ไวยากรณ์ไม่อาจบอกเจตนาที่แท้จริงของสารได้ ซึ่งจะทำให้การวิจัยนี้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อ 1 โดยผู้วิจัยอ้างอิงแนวคิดวัจนกรรมของ Searle เนื่องจากเน้นศึกษาถ้อยคำที่อยู่ในบริบทประจำวันมากกว่าการศึกษาของ Austin ทั้งนี้แม้การศึกษาครั้งนี้จะเป็นการศึกษาการสื่อสารของผู้นำ แต่เนื้อหาและบริบทการสื่อสารมีความเกี่ยวข้องกับบริบทประจำวันมากกว่าการศึกษาของ Austin (พิมพ์ผกา ไชยโชค และสาวิตรี คทวณิช, 2019) ทั้งนี้แม้การศึกษาครั้งนี้จะเป็นการศึกษาการสื่อสารของผู้นำ แต่เนื้อหาและบริบทการสื่อสารมีความเกี่ยวข้องกับบริบทประจำวันมากกว่า

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของภาครัฐในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19

ในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่เกิดการแพร่ระบาดของโควิด 19 วงการวิชาการด้านสื่อของประเทศไทย ให้ความสำคัญกับการศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของโควิด 19 โดยพบว่ามีการศึกษาออกมาหลายชิ้น ส่วนใหญ่จะเป็นการวิเคราะห์การสื่อสารของหน่วยงานภาครัฐ โดยพบว่ามีการสื่อสารในมิติต่างๆ ของทั้ง 4 องค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสาร คือ ผู้ส่ง (Sender) สาร (Message) ช่องทางการสื่อสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) อย่างไรก็ตามไม่พบว่ามีการศึกษาการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีโดยตรง ที่พบส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาการสื่อสารในภาพรวมของรัฐบาลไทย

ผลงานการศึกษาที่น่าสนใจได้แก่งานเรื่อง “3 ชุดคำถามฉายภาพการสื่อสารของรัฐบาลไทยกับการตอบสนองต่อภาวะวิกฤตโรคอุบัติใหม่” โควิด 19 โดย ลัดดา ประสาร (2564) ซึ่งศึกษากลยุทธ์การจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤติของภาครัฐกับโรคอุบัติใหม่กรณีโควิด 19 โดยการสังเคราะห์ข่าวการระบาดของโรคโควิด 19 ระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 - พฤษภาคม พ.ศ. 2564 ร่วมกับกรอบทฤษฎีการสื่อสารในภาวะวิกฤติของ Coombs (2018) และ Finset (2020) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะวิกฤติโควิด 19 โดยนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างวิธีการตอบสนองของภาครัฐต่อภาวะวิกฤติโควิด - 19 โดยศึกษาในกรอบคำถาม 3 ข้อ ได้แก่ 1) คำถามต่อขอบข่ายความรับผิดชอบของภาครัฐต่อสภาวะวิกฤติทั้งในปัจจุบันและอนาคต 2) คำถามที่ต้องการคำตอบในระดับปัจเจกบุคคล และ 3) คำถามเชิงจริยธรรมต่อผลกระทบที่เกิดจากการใช้เครื่องมืออณรรงค์และการใช้มาตรการทางสังคม

ผลการศึกษา คำถามชุดแรกคำถามต่อขอขยายความรับผิดชอบของภาครัฐต่อสถานะวิกฤติ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ลัดดาพบว่ารัฐบาลไทยมีความล่าช้าในการสร้าง “Once Voice” คือการทำให้ข้อมูลที่หลั่งไหลออกจากหลายแหล่งข่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และความล่าช้าในการคัดเลือก โฆษกที่เหมาะสม ทำให้เกิดความโกลาหลทางการสื่อสารในช่วงแรกของการแพร่ระบาดของโควิด 19 และเมื่อพิจารณาภาพรวมในการรับผิดชอบต่อการสื่อสารของภาครัฐ ลัดดาพบว่าบทบาทของรัฐออกไปในทางการตั้งรับทางการสื่อสารจากเสียงสะท้อนของประชาชน ขณะที่ประชาชนมีแนวโน้มของการเป็นผู้รับสื่อที่ทรงพลังมากขึ้น ในด้านคำถามที่ต้องการคำตอบในระดับปัจเจกบุคคล ลัดดาพบว่ายังคงเต็มไปด้วยความคลุมเครือ โดยลัดดาได้ยกตัวอย่างคำถามที่ต้องการคำตอบในระดับปัจเจกบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการระบาดของโควิด 19 ว่า ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับมาตรฐานของหน้ากากอนามัย เช่นการคุมราคาและการกักตุน คำถามเกี่ยวกับการจำแนกกลุ่มเสี่ยงและวิธีปฏิบัติตนในแต่ละสถานการณ์ และการป้องกัน ไปจนถึงคำถามเกี่ยวกับวัคซีน ซึ่งลัดดาพบว่า การสื่อสารของรัฐบาลในประเด็นนี้ยังคงมีความคลุมเครือ แม้จะเป็นภายหลังมีการแต่งตั้งโฆษกแล้วก็ตาม สารที่ส่งออกมา ยังคงนำเสนอข้อมูลที่ไม่ชัดเจน และขัดแย้งในตัวเองนำไปสู่ความไม่เชื่อมั่นของประชาชน และสุดท้ายคำถามเชิงจริยธรรมต่อผลกระทบที่เกิดจากการใช้เครื่องมือรณรงค์และการใช้มาตรการทางสังคม ลัดดาให้ความสำคัญกับคำถามทางจริยธรรมต่อการใช้มาตรการทางสังคมของภาครัฐ เช่น การกักตนเอง มาตรการการคัดกรองผู้ป่วยและกลุ่มเสี่ยง รวมถึงคำถามเกี่ยวกับความเสมอภาคในการบังคับใช้มาตรการควบคุมความเสี่ยงกับบุคคลแต่ละกลุ่ม ซึ่งอาจนำไปสู่ความเหลื่อมล้ำในการใช้มาตรการทางสังคม ซึ่งเป็นประเด็นที่รัฐบาลไทยให้ความสำคัญน้อยมาก

การศึกษาส่วนใหญ่ที่พบมักจะเป็นการจำแนกหรือวิเคราะห์ในเชิงรูปแบบการสื่อสารมากกว่า การวิเคราะห์ด้วยบทหรือเนื้อหาของสาร เช่น งานของ สิริธม มณีแฮด และสร้อยญา เชื้อทอง (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟฟิกในสถานการณ์โควิด 19 เป็นการวิเคราะห์โครงสร้างสื่ออินโฟกราฟฟิกในสถานการณ์โควิด 19 ของกรมควบคุมโรค ที่เผยแพร่อย่างเป็นทางการในเว็บไซต์กระทรวงสาธารณสุข ระหว่างวันที่ 5 มกราคม – 30 เมษายน พ.ศ. 2563 โดยเลือกเฉพาะอินโฟกราฟฟิกที่มีองค์ประกอบครบทั้ง 3 ด้าน คือด้านสื่อ ด้านการเล่าเรื่อง และด้านการสื่อสารสุขภาพ รวมจำนวน 31 ชิ้น ทำการวิเคราะห์โดยใช้กรอบแนวคิดการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) และทฤษฎีการเล่าเรื่อง (Narrative Theory) พบว่า องค์ประกอบของอินโฟกราฟฟิกที่กรมควบคุมโรคใช้ในสถานการณ์โควิด 19 ประกอบไปด้วย ตัวเลข ตัวอักษร ข้อความ สัญลักษณ์ เรขาคณิต แผนภูมิภาพ การ์ตูน ภาพถ่าย สีวรรณะเย็น และสีวรรณะร้อน ส่วนการเล่าเรื่องพบว่าในอินโฟกราฟฟิกแต่ละชิ้นจะประกอบไปด้วยส่วนนำ เนื้อหา และส่วนสรุป เล่าเรื่องโดยใช้ทั้งวงจภาษาและอวัจนภาษา มีทั้งการเล่าเรื่องผ่านตัวบุคคล ตัวแทนบุคคล สถานที่ หรือสิ่งของที่ปรากฏในสถานการณ์โควิด 19 เพื่อถ่ายทอดข่าวสาร นอกจากนี้ยังพบว่ามี

เผยแพร่เนื้อหาที่เป็นวาระทางสุขภาพ ได้แก่ วาระสุขภาพด้านการให้ข้อมูลทั่วไป ด้านการส่งเสริมให้รับรู้ปัจจัยเสี่ยง ด้านการสร้างความตระหนัก ด้านการส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วม และด้านการเปิดรับฟังความคิดเห็น

มีงานวิจัยด้านสื่อในยุคการแพร่ระบาดของโควิด 19 ที่เกี่ยวข้องกับตัวบทของสารบ้าง แต่ก็อาจจะไม่โดยตรงนัก คืองานของ Wirichada Pan-ngum, et al (2020) จากหน่วยวิจัยโรคเขตร้อนมหิดล-ออกซ์ฟอร์ด ทำการศึกษาเรื่อง “มุมมองเชิงสังคม จริยธรรม และความเปลี่ยนแปลงในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19” เพื่อสอบถามข้อคิดเห็นและทัศนคติประชาชนต่อมาตรการยับยั้งและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคที่ไม่ใช่มาตรการทางการแพทย์ และการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับโรคโควิด 19 ศึกษาทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ เชิงปริมาณ: เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ไม่กำหนดคุณสมบัติผู้ตอบ ผู้วิจัยโพสต์ประกาศเชิญชวนผู้สนใจร่วมให้ข้อมูลในโครงการ ว่าจ้างบริษัทเอกชนชื่อ บริษัท Super Poll จำกัด มาออกแบบระบบเพื่อให้ได้ผู้ร่วมให้ข้อมูลมาจากทุกภาคคือ เหนือ กลาง ตะวันออกเฉียงเหนือ ใต้ และกรุงเทพฯ เก็บข้อมูลช่วง 1 – 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 มีผู้ตอบแบบสอบถาม 1,020 คน ไม่กำหนดกลุ่มประชากร เปิดกว้างให้คนทั่วไปตอบโดยไม่เปิดเผยตัวตน และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในส่วนของประเด็นการสื่อสารนั้นผลการศึกษาพบว่าสื่อที่ประชาชนใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโควิด 19 ของรัฐบาลมากที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะการรายงานสถานการณ์สดผ่านทางสถานีโทรทัศน์ในช่วงเที่ยงของทุกวัน แม้สื่อโทรทัศน์จะได้รับความนิยมสูง แต่ช่องทางการรับชมสื่อโทรทัศน์พบว่าส่วนใหญ่จะรับชมผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ของสื่ออื่นๆ เช่น เฟซบุ๊ก หรือแอปพลิเคชันไลน์ Wirichada Pan-ngum et al (2020) และคณะยังได้ศึกษาถึงไปถึงความชัดเจนในข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับพบว่า ร้อยละ 59 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 1,020 คน ตอบว่าได้รับข้อมูลข่าวสารในส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการแพร่ระบาดของโรคไม่ชัดเจน ยังคงสับสนเกี่ยวกับมาตรการช่วยเหลือเยียวยาจากภาครัฐ แต่ในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันและการควบคุมโรค เช่น แนวทางการเว้นระยะห่างทางสังคม การจัดการตนเองเมื่อเกิดอาการ และความเสี่ยงจากการติดเชื้อ พบว่าได้รับข้อมูลด้านนี้มากพอเมื่อเทียบกับข้อมูลด้านอื่น ๆ ผู้วิจัยได้สรุปเกี่ยวกับการสื่อสารในสถานการณ์โควิด 19 ไว้ว่า การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง แม่นยำ ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก และเพื่อช่วยให้ประชาชนสามารถปฏิบัติตามมาตรการการยับยั้งการแพร่ระบาดของโรค การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและตรงเป้าหมายโดยแหล่งที่มาที่เชื่อถือได้ สม่ำเสมอ เรียบง่าย และชัดเจน มีความสำคัญอย่างยิ่งในช่วงการระบาดของโรค เนื่องจากข้อความเชิงบวกหรือลบล้วนมีอิทธิพลต่อสาธารณะ

การศึกษาชิ้นที่น่าสนใจและมีความคล้ายคลึงกับแนวคิดการวิจัยของการศึกษาในครั้งนี้คือ การศึกษาเกี่ยวกับ “การสื่อสารขององค์การอนามัยโลก (WHO) ในภาวะวิกฤติ – กรณีศึกษาช่วงการระบาดของโรคโควิด 19” ของ กัญญรัตน์ เวชชาชีวะ (2563) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของแนวทางการสื่อสารโดยองค์การอนามัยโลกในภาวะวิกฤติที่มีความจำเป็นเร่งด่วนและขาดแคลนข้อมูลเฉพาะหน้า และเพื่อสังเคราะห์บทเรียนสำหรับองค์กรสาธารณสุขที่มีการกิจสำคัญด้านการสื่อสารต่อสาธารณชน กัญญรัตน์กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ที่การสื่อสารข้อมูลและข้อแนะนำเกี่ยวกับโรคโควิด 19 จาก WHO ไปสู่ประเทศ สมาชิกเพื่อให้ปฏิบัติตาม ใน 3 ประเด็น ได้แก่ (1) การประกาศระดับความเสี่ยง (Risk Assessment) และความรุนแรงของการระบาด รวมถึงการประกาศว่าโรคนี้เข้าสู่การระบาดใหญ่ (Pandemic) แล้วหรือไม่ (2) การประกาศคำแนะนำเรื่องการเดินทางระหว่างประเทศ และ (3) การให้คำแนะนำเรื่องการใช้หน้ากากอนามัย โดยรวบรวมการสื่อสารทั้งหมดที่ WHO แลกเปลี่ยนต่อสาธารณะทั้งทางเว็บไซต์องค์กร การบรรยายสรุปแก่ผู้แทนรัฐบาล ประเทศสมาชิก และการแถลงข่าวต่อสาธารณชน ในช่วงเดือนมกราคม - มิถุนายน พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นช่วงเกิดการระบาดทั่วโลกครั้งแรก แล้วนำมาวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารคือ WHO กับผู้รับสารคือประเทศสมาชิก ใช้กรอบความคิดตามทฤษฎีการสื่อสารขององค์การสาธารณสุขในภาวะวิกฤติที่มองการสื่อสารโดยองค์การสาธารณสุขใน 2 มิติเชื่อมโยงกันคือมิติ “ระดับ” ของการสื่อสาร (Operational VS Strategic) และมิติ “เป้าประสงค์” ของการสื่อสาร (Reputation – Induced VS Resilience – Induced)

กัญญรัตน์พบว่า WHO ใช้การสื่อสารระดับ Operational Communication เป็นหลัก คือนำเสนอการสื่อสารข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ให้ข้อมูลล่าสุดทางวิทยาศาสตร์ที่เกี่ยวกับโรค แต่แม้ WHO จะพยายามสื่อสารให้ข้อเท็จจริงในแต่ละขณะให้มากที่สุดเพื่อเพิ่มพูนศักยภาพของประเทศสมาชิกในการรับมือกับการระบาด แต่ในบางกรณีก็พบว่า WHO มีแรงจูงใจในการสื่อสารเพื่อรักษาภาพลักษณ์ของตนเองมากกว่า เช่นการที่ต้องใช้เวลานานก่อนจะเปลี่ยนคำแนะนำเรื่องการใช้หน้ากากอนามัยทั้งที่มีข้อมูลจากงานวิจัยใหม่ๆ ออกมาหักล้างคำแนะนำเดิมที่ทำให้ WHO เสียความน่าเชื่อถือและประเทศสมาชิกทะเลาะข้อแนะนำของ WHO เกี่ยวกับการเดินทางระหว่างประเทศและการใช้หน้ากากอนามัย หรือกรณีการประกาศให้คำแนะนำการเดินทางพบว่า WHO เขียนถ้อยคำอย่างคลุมเครือและการประกาศมีความล่าช้า

นอกจากการวิเคราะห์เนื้อหาแล้วกัญญรัตน์ยังได้ศึกษาวิธีการสื่อสารด้วย โดยพบว่าฝ่ายเลขานุการ WHO เลือกใช้บุคลากรเพียงกลุ่มเดียวในการสื่อสารทั้งการบรรยายสรุปต่อประเทศสมาชิกและการแถลงข่าว คือผู้บริหารระดับสูงสุดของหน่วยงานในสาขาที่ปฏิบัติงานโดยตรง เป็นผู้ตอบคำถามในสาขาหน้าที่และความเชี่ยวชาญของตนทำให้สามารถตอบคำถาม และเน้นย้ำสาระสำคัญของการแถลงข่าวได้อย่างแม่นยำ นอกจากนี้ฝ่ายเลขานุการยังได้จัดทำสื่อสาธารณะสำหรับการ

สื่อสารรูปแบบต่างๆ ทั้งทางเว็บไซต์ ทางโซเชียลมีเดีย และแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น WhatsApp รวมทั้งแปลข้อมูลและข้อแนะนำการปฏิบัติตัวที่สำคัญเป็นภาษาต่างๆ จำนวนมาก ไม่ได้จำกัดเฉพาะภาษาทางการขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งก็ถูกรัตน์มองว่าทั้งสองประการเป็นจุดแข็งในการสื่อสารในภาวะวิกฤติโควิด 19 ของ WHO ในขณะที่เดียวกันการศึกษาชิ้นนี้ก็ค้นพบจุดอ่อนในการสื่อสารของ WHO ด้วยเช่นกัน ได้แก่ การใช้ภาษาที่คลุมเครือ ในลักษณะของการ “Play Safe” เขียนข้อความเพื่อการสื่อสารอย่างระมัดระวังจนกลายเป็นความคลุมเครือ เช่น การไม่ปรากฏว่า WHO มีการประกาศอย่างชัดเจนว่าโรคนี้อาจมีความเสี่ยงสูงที่จะกลายเป็นการระบาดใหญ่แต่ใช้การแถลงรายละเอียดวิธีการแพร่ระบาดของโรคว่าระบาดด้วยวิธีเดียวกับไข้หวัดใหญ่

หากพิจารณาการสื่อสารที่เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การสื่อสารประชาสัมพันธ์ของภาครัฐในภาวะวิกฤติ พบว่ามีงานศึกษาในช่วงที่เกิดน้ำท่วมใหญ่ในปี 2554 โดยเป็นการศึกษาของ พชรมน ธรรมประสิทธิ์ (2555) ซึ่งวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การสื่อสารในภาวะวิกฤติ กรณีศึกษาคลิปวิดีโอ “รู้สู้ Flood” โดยศึกษาใน 2 ประเด็น คือ 1) เนื้อหาที่นำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วม และ 2) รูปแบบและเทคนิคการนำเสนอข้อมูลในภาวะวิกฤติน้ำท่วม ใช้แนวคิดการจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤติ และการสื่อสารในสังคมยุคใหม่ เป็นกรอบในการวิจัย พชรมนเลือกศึกษาคลิปวิดีโอ “รู้สู้ Flood” เพราะเป็นสื่อที่สามารถสื่อสารกับประชาชนในช่วงเกิดภัยพิบัติน้ำท่วมใหญ่ปี 2554 ได้ประสบความสำเร็จ ประชาชนติดตาม จนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และมีแนวโน้มที่ประชาชนจะเชื่อมั่นในข้อมูลที่นำเสนอผ่านทางคลิปวิดีโอที่มีทั้งหมด 10 ตอน มากกว่าข้อมูลจากรัฐ ทั้งที่กลุ่มคนที่ทำคลิปวิดีโอชุดนี้เป็นกลุ่มอาสาสมัครที่ชื่อรู้สู้ flood และสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และออกเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาที่เผยแพร่ในคลิปวิดีโอออนไลน์ “รู้สู้ Flood” จะเน้นไปที่เนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง มุ่งอธิบายเกี่ยวกับ บุคคล สัตว์ สิ่งของ และเหตุการณ์ ใช้รูปแบบการนำเสนอในลักษณะ Motion Animation ประกอบเสียงบรรยาย และเสียงดนตรี มีตัวอักษรประกอบการบรรยายเนื้อหาสาร โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้และเปลี่ยนแปลงทัศนคติ กลยุทธ์การสื่อสารที่คลิปวิดีโอชุดนี้ใช้พบว่ามีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการตามแนวคิดของ Lasswell คือ ใคร บอกอะไร แก่ใคร โดยช่องทางไหน และมีผลอย่างไร ไม่ได้ศึกษาตัวบทของสารที่คลิปสื่อสารออกมา

2.5.2 การศึกษาเกี่ยวข้องกับการสื่อสารของผู้นำประเทศในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19

Bernard, et al. (2021) ได้นำโมเดล CERC มาประยุกต์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีหรือสตรีเลขาธิการในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 โดยได้สร้างเกณฑ์การ

วิเคราะห์เพื่อหาคุณภาพของเนื้อหาการสื่อสารในภาวะวิกฤติตามโมเดล CERC ทั้ง 9 ประเด็น ดังรายละเอียดในตารางที่ 2.1 แล้วนำเกณฑ์นี้ใช้ศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีสกอต มอร์ริสัน แห่งประเทศออสเตรเลีย โดยศึกษาการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีออสเตรเลียที่สื่อสารผ่านสื่อมวลชน ระหว่างวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2563 ถึงวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 Bernard et al. (2021) ใช้ข้อมูลนำเข้าเพื่อการศึกษาทั้งหมด 91 ชิ้น จำแนกตามรูปแบบการสื่อสารเป็น 3 กลุ่ม คือการสื่อสารผ่านการจัดการแถลงข่าว (Press Conference) จำนวน 51 ชิ้น เอกสารถ้อยแถลงของนายกรัฐมนตรีในลักษณะข่าวประชาสัมพันธ์ (Media Release) จำนวน 22 ชิ้น และเอกสารในลักษณะแถลงการณ์ต่อสื่อมวลชน (Media Statement) 18 ชิ้น ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบมีทิศทางเป็นเครื่องมือสำคัญในการศึกษา โดยใช้การสื่อสารความเสี่ยงตามโมเดล CERC เป็นกรอบในการวิเคราะห์

บริบทการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศออสเตรเลียในขณะนั้นคือ เป็นช่วงของการแพร่ระบาดระลอกแรก โดยวันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2563 เป็นวันที่พบผู้ติดเชื้อรายแรกในประเทศ และมีการตั้งคณะกรรมการฉุกเฉินด้านสุขภาพระหว่างประเทศ (International Health Regulation Emergency Committee) และวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เป็นวันที่ยอดผู้ติดเชื้อยืนยันสะสม 24,916 ราย และเสียชีวิต 517 ราย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ Bernard et al. ให้ความสำคัญกับการวางกรอบในการสื่อสารของผู้ว่าออสเตรเลีย เพราะกรอบการสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาธารณสุข เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่รัฐบาลและสื่อมวลชนสามารถนำมาใช้เพื่อให้มีอิทธิพลต่อประชาชนหรือสังคมได้ และยังสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเฉพาะ โดยกรอบที่รัฐบาลใช้สื่อสารก็มีความเชื่อมโยงกับนโยบายของรัฐ (Park & Reber, 2010)

ผลการศึกษา Bernard et al. (2021) พบว่ากรอบประเด็นหลักที่พบในการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีออสเตรเลียคือ บริบททางการเมืองและเศรษฐกิจ โดยพบว่าการสื่อสาร 76 ครั้ง จากทั้งหมด 91 ครั้ง (คิดเป็น 83.52%) จะมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจ มาตรการสนับสนุนทางเศรษฐกิจ และการตัดสินใจของคณะรัฐมนตรีปรากฏอยู่ด้วย ซึ่งหากเป็นการสื่อสารในกลุ่มของการแถลงข่าวต่อสื่อมวลชน จะมีการให้ข้อมูลขยายวงกว้างไปถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจและมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดที่รัฐบาลกำลังดำเนินการอยู่ การจัดสรรทางการเงิน การสร้างและรักษางานให้คงอยู่ เช่น การแถลงข่าวในวันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563

ผลกระทบของโคโรนาไวรัสต่อสุขภาพไม่ได้เป็นเพียงผลกระทบของไวรัสนี้ต่อเศรษฐกิจโลก แต่เป็นผลกระทบต่อเศรษฐกิจออสเตรเลียอย่างแท้จริง เรากำลังให้ความสำคัญกับผลกระทบในประเด็นนี้อย่างยิ่ง....สิ่งที่กำลังเกิดขึ้นไม่เหมือนวิกฤติการเงินของโลก แต่มันคือวิกฤติ

สุขภาพของโลก และเศรษฐกิจโลกก็มีความเชื่อมโยงและพึ่งพากันมากขึ้นเรื่อย ๆ เป็นเวลาหลายปี (Bernard et al., 2021)

สำหรับกรอบประเด็นรองลงไปอันดับสองในการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีออสเตรเลีย Bernard et al. (2021) พบว่ามีความแตกต่างกันตามรูปแบบของการสื่อสาร การสื่อสารในรูปแบบของข่าวแจกหรือข่าวประชาสัมพันธ์ (Media Release) จากรัฐบาลจะให้ความสำคัญกับการอ้างถึงรัฐและดินแดน (State and territories) รวมถึงการดำเนินการตามคำแนะนำทางการแพทย์ ส่วนการสื่อสารในรูปแบบของการแถลงข่าว เนื้อหาประเด็นการแถลงข่าวจะให้น้ำหนักกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับระบบสาธารณสุขและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ ตัวอย่างเนื้อหาการสื่อสารปรากฏในการแถลงข่าวของนายกรัฐมนตรีสกอต มอร์ริสัน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางสาธารณสุขและคำแนะนำทางการแพทย์ เช่น การแถลงข่าววันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2563 : “การกระทำของรัฐบาลทุกครั้ง ทำตามคำแนะนำทางการแพทย์ที่ดีที่สุด ขณะเดียวกันเราให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตทางเศรษฐกิจและสังคมของชาวออสเตรเลียเป็นลำดับต้นๆ และเป็นศูนย์กลางการตอบสนองการระบาด” และการแถลงข่าววันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2563 : “ทีมผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์แจ้งกับเราว่า ชาวออสเตรเลียที่มีสุขภาพแข็งแรงเมื่อติดเชื้อไวรัสจะมีการเจ็บป่วยเพียงเล็กน้อย” (Bernard et al., 2021)

ส่วนกรอบประเด็นเนื้อหาการสื่อสารลำดับที่ 3 ที่ พบในการสื่อสารของผู้นำประเทศออสเตรเลียคือ “ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป” เช่น ตัวเลขสถิติจำนวนผู้ติดเชื้อ ผู้เสียชีวิต ผู้หายจากอาการป่วย ซึ่งข้อมูลตัวเลขในรายละเอียดจะพบมากขึ้นในเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์หรือแถลงการณ์ที่แจกให้กับสื่อมวลชน ตัวอย่างเนื้อหาการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีออสเตรเลียที่ Bernard et al. (2021) นำมาแสดงให้เห็น เช่น การแถลงข่าวในวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2563 : “ไวรัสนี้พบเป็นครั้งแรกในจีน และขณะนี้ได้แพร่ระบาดไปถึง 114 ประเทศแล้ว มีผู้ติดเชื้อรวมมากกว่า 124,000 ราย รวมถึง 140 รายในออสเตรเลีย ไวรัสนี้ยังมีอัตราการติดต่อสูง และสำหรับชาวออสเตรเลียที่อยู่ในกลุ่มเสี่ยง โดยเฉพาะผู้สูงอายุจะมีความเสี่ยงสูงและอาการรุนแรงกว่ากลุ่มอื่น” (Bernard et al., 2021) และการแถลงข่าววันที่ 26 มิถุนายน พ.ศ. 2563

มีผู้ติดเชื้อมากกว่า 7,500 รายในออสเตรเลีย และเป็นเรื่องน่าเศร้าที่มีผู้เสียชีวิตในออสเตรเลียแล้ว 104 ราย ขณะนี้มีผู้ติดเชื้อในออสเตรเลียแล้วประมาณ 500 ราย ในรอบสัปดาห์ที่ผ่านมาอัตราการติดเชื้อใหม่ยังคงอยู่ในระดับต่ำ การทดสอบหาเชื้อยังคงทำอยู่ในจำนวนมาก โดยมีผู้ได้รับการตรวจหาเชื้อแล้ว 2.2 ล้านคน (Bernard et al., 2021)

กรอบประเด็นเนื้อหาการสื่อสารลำดับที่ 4 ของผู้นำออสเตรเลียคือ “บริบททางสังคม” ซึ่งพบในการสื่อสาร 55 ครั้ง จากตัวอย่างการสื่อสารที่นำมาวิเคราะห์ 91 ครั้ง (คิดเป็น 60.44%) โดยเนื้อหาภายใต้กรอบประเด็นนี้จะ เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมทางสังคม การรวมตัวกันในที่สาธารณะ การเปิดโรงเรียน ความรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงประเด็นสุขภาพจิต โดย Bernard et al. (2021) พบว่ามีการกล่าวถึงประเด็นทางสังคม นายกรัฐมนตรีสกอต เมอร์ริสัน จะให้ข้อมูลรายละเอียดของนโยบาย หรือวันเวลา หรือระยะเวลาที่เกี่ยวข้องด้วยเสมอ ตัวอย่างการแถลงข่าววันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2563

นายกรัฐมนตรีและหัวหน้าคณะรัฐมนตรีเห็นพ้องกันที่จะดำเนินการผ่านทางกฎหมายของรัฐและดินแดน ดังนี้ ข้อกำหนดเกี่ยวกับการรวมกลุ่มทางสังคมระดับที่ 1 ใหม่ จะได้รับการพิจารณาตรวจสอบเป็นประจำทุกเดือน โดยประชาชนชาวออสเตรเลียทุกคนพึงต้องตระหนักว่ามาตรการนี้จะดำรงอยู่เป็นเวลาอย่างน้อย 6 เดือน (Bernard et al., 2021)

ส่วนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลในเชิงการป้องกันการแพร่ระบาดพบในการสื่อสาร 54 ครั้ง จากทั้งหมด 91 ครั้ง (คิดเป็น 59.34%)

Bernard et al. (2021) ยังนำเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำออสเตรเลีย มาหาความสัมพันธ์กับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศออสเตรเลียในช่วงเวลาเดียวกันและพบว่าในช่วงแรกของการแพร่ระบาดรัฐบาลประกาศใช้มาตรการที่เกี่ยวข้องกับการจำกัดการเดินทางและการปิดพรมแดน เพื่อไม่ให้มีการแพร่เชื้อในประเทศ และควบคุมการติดเชื้อของชาวออสเตรเลียให้คงอยู่ในระดับต่ำ การสื่อสารของผู้นำประเทศในช่วงนี้จะเน้นที่การนำเสนอข้อเท็จจริง การขอความร่วมมือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับปฏิบัติการต่างๆ ที่รัฐบาลดำเนินการอยู่ และข้อมูลสำคัญที่รัฐบาลต้องการสื่อสารกับประชาชน ส่วนในระยะเวลาที่สถานการณ์เข้าสู่ระยะวิกฤติคือจำนวนผู้ติดเชื้อยืนยันและผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นสูง ซึ่งรัฐบาลประกาศดำเนินนโยบายควบคุมขั้นสูงสุดคือการล็อกดาวน์ประเทศ Bernard et al. (2021) พบว่าการสื่อสารของผู้นำประเทศในช่วงนี้จะมีศูนย์กลางของเนื้อหาอยู่ที่บริบททางการเมืองและสังคม และการแถลงยืนยันจากรัฐบาล

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่านายกรัฐมนตรีเมอร์ริสัน สามารถใช้เทคนิคทางการสื่อสารและความสามารถในการใช้ภาษาที่ทำให้ประชาชนที่ได้รับฟังคล้อยตามและเชื่อมั่นได้ ขณะเดียวกันมีการเนื้อหาของสื่อสารมีการอ้างอิงข้อมูลหลักฐานทางวิทยาศาสตร์และการแพทย์ เกือบทุกครั้ง ซึ่งตรงกับเกณฑ์การสื่อสารในภาวะวิกฤติด้านสุขภาพหรือสถานการณ์การเกิดโรคระบาด

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย” ในครั้งนี้ได้นำเครื่องมือที่ Bernard et al. ใช้ในการศึกษาการสื่อสารของนายกรัฐมนตรี

ออสเตรเลียมาใช้เพื่อศึกษาเนื้อหาในการสื่อสารของผู้นำประเทศไทยในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ด้วย

สำหรับการสื่อสารของผู้นำประเทศที่ได้รับการยกย่องมากที่สุดคือการกล่าวสุนทรพจน์ทางโทรทัศน์ของนายกรัฐมนตรีอังเกลา แมร์เคิล แห่งประเทศเยอรมนี ในวันที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2563 ในช่วงที่ประเทศเยอรมนีกำลังประสบกับภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 อย่างรุนแรง โดยคณะผู้เชี่ยวชาญด้านวาทศิลป์จากมหาวิทยาลัยทูบิงเงิน (University of Tübingen) ประเทศเยอรมนีลงมติยกย่องให้เป็นสุนทรพจน์แห่งปี (Speech of the Year) (Timothy, 2020) ให้เหตุผลว่าเป็นสุนทรพจน์ของผู้นำประเทศที่สามารถทำให้ประชาชนเข้าใจสถานการณ์การระบาด ขณะเดียวกันก็สะท้อนถึงความเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกประชาชน สามารถเรียกร้องให้ประชาชนเคารพมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาลได้อย่างดี มีการใช้ถ้อยคำที่เป็นกลางแต่แฝงด้วยความเร่งด่วนชัดเจน ไม่ซับซ้อน โพร่งใส และตรงไปตรงมา ไม่มีการกล่าวโทษประชาชน โอ้อวดผลงานรัฐบาล หรือเรียกร้องความเห็นใจต่อรัฐบาล อีกทั้งยังสามารถอธิบายข้อมูลเชิงวิทยาศาสตร์ที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่าย (Timothy, 2020) การสื่อสารของนายกรัฐมนตรีแมร์เคิล ประเทศเยอรมนี ในครั้งนี้ยังได้รับคำชื่นชมจากบรรดาผู้นำประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะผู้นำประเทศในทวีปยุโรปที่ต่างกำลังประสบภาวะวิกฤติจากโควิด 19 อย่างรุนแรงเช่นเดียวกัน (Davidson, 2020)

สาระสำคัญของการกล่าวสุนทรพจน์ต่อประชาชนเยอรมันในวันนี้คือ การขอให้ประชาชน “จริงจัง” กับสถานการณ์การแพร่ระบาด ซึ่งนายกรัฐมนตรีแมร์เคิลเรียกว่าเป็นความท้าทายที่ใหญ่ที่สุดของประเทศเยอรมันนับตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา ยกย่องนายกรัฐมนตรีแมร์เคิลได้เปรียบเทียบให้เห็นภาพความรุนแรงจำนวนผู้เสียชีวิตว่า “สิ่งเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงตัวเลขนามธรรมในเชิงสถิติ แต่นั่นคือพ่อ แม่ ปู่ ย่า หรือคู่ชีวิตของพวกเขาที่เป็นคน เราเป็นชุมชนที่ทุกชีวิตและทุกคนมีความหมาย (Davidson, 2020)

นอกจากการกล่าวสุนทรพจน์ครั้งแรกในวันที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2563 นายกรัฐมนตรีอังเกลา แมร์เคิล ยังได้มีแถลงการณ์ที่เกี่ยวข้องกับโควิด 19 ตามมาในภายหลังอีก 3 ครั้ง ทุกครั้งได้รับคำชื่นชมจากประชาคมโลก (Karoon Chetpayak, 2021) ตัวอย่างเนื้อหาแถลงการณ์ครั้งอื่นๆ เช่น การแถลงครั้งที่ 2 ซึ่งเป็นการแถลงต่อรัฐสภา ในวันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ. 2563 เรียกร้องให้ประชาชนในเยอรมนีปฏิบัติตามกฎและร่วมมือกันต่อสู้กับโควิด 19 “การแพร่ระบาดเป็นการทดสอบที่สำคัญ ทั้งในแง่การแพทย์ เศรษฐกิจ สังคม จิตใจ การเมือง และสุขภาพจิต มันเป็นบททดสอบที่เราจะผ่านไปได้อย่างไรเมื่อเรายืนหยัดด้วยกัน” การกล่าวสุนทรพจน์ต่อรัฐสภาในครั้งนี้ นายกรัฐมนตรีแมร์เคิลได้เชื่อมโยงประเด็นทางการเมืองเข้ากับการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด 19 ด้วยการกระตุ้นให้ทุกคนทั้งในรัฐสภาและประชาชนชาวเยอรมันทั้งหมดตระหนักถึงบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของการเป็นพลเมืองภายใต้การปกครองแบบประชาธิปไตย

นายกรัฐมนตรีแมร์เคลยังได้ตั้งเป้ากับประชาชนว่า ต้องการลดจำนวนลดผู้ติดเชื้อลง และขอความร่วมมือทุกภาคส่วน ซึ่งท่านได้กล่าวว่าแม้จะต้องทำตามมาตรการต่างๆ ที่จำกัดเสรีภาพ แต่เสรีภาพในสถานการณ์นี้ หมายถึง ความรับผิดชอบ “เสรีภาพไม่ได้หมายความว่าทุกคนสามารถทำในสิ่งที่ต้องการได้ เสรีภาพในตอนนี้อย่างหมายถึงความรับผิดชอบ ความรับผิดชอบต่อตัวเอง ต่อครอบครัวของเราสำหรับคนที่เราทำงานด้วยและในบริบทที่กว้างขึ้นสำหรับเราทุกคน” (Karoon Chetpayak, 2021)

การสื่อสารครั้งที่ 3 เป็นการกล่าวสุนทรพจน์ในรัฐสภา ในวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2563 เพื่อเรียกร้องให้ชาวเยอรมันปฏิบัติตามมาตรการล็อกดาวน์ในช่วงเทศกาลคริสต์มาส ตัวอย่างเนื้อหา เช่น “ดิฉันขอโทษ (ที่ต้องล็อกดาวน์ประเทศในช่วงนี้) เป็นการขอโทษจากกันบั้งหัวใจจริงๆ แต่ถ้าราคาที่เราจ่ายไปคือผู้เสียชีวิต 590 รายต่อวัน เป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้ในมุมมองของดิฉัน”

การกล่าวสุนทรพจน์ครั้งสุดท้ายของนายกรัฐมนตรีแมร์เคล คือการกล่าวสุนทรพจน์เนื่องในวันปีใหม่กับกับประชาชนชาวเยอรมัน ในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นการสื่อสารกับประชาชนครั้งสุดท้ายก่อนที่จะหมดวาระการดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีของท่าน สารสำคัญของสุนทรพจน์ครั้งนี้คือการกล่าวขอบคุณทุกภาคส่วนของประเทศ ทั้งบุคลากรในระบบสุขภาพ และประชาชนในสาขาอาชีพต่างๆ ที่ไม่ต้องดำรงชีวิตในภาวะวิกฤติแต่ทุกคนก็ร่วมมือกันทำให้ประเทศเยอรมนีผ่านปี พ.ศ. 2563 ได้ ขณะเดียวกันก็ยังขอร้องให้ทุกคนปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด 19 ต่อไป “ในตอนท้ายของปีที่ไม่หยุดยั้งนี้ เราควรหยุดหายใจชั่วคราว และเพื่อไว้อาลัย เราในฐานะประชาชน ต้องไม่ลืมว่ามีคนที่สูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก และไม่สามารถใกล้ชิดกับพวกเขาได้ในช่วงสุดท้ายของชีวิต ดิฉันไม่สามารถบรรเทาความเจ็บปวดของพวกเขาได้ แต่ดิฉันจะระลึกถึงพวกเขา” (Schuetze, 2021)

นอกจากนี้ยังพบว่า นายกรัฐมนตรีเจซินดา อาร์เดิร์น แห่งนิวซีแลนด์ สื่อสารกับประชาชนอย่างบ่อยครั้ง โดยเฉพาะในช่วงที่มีจำนวนผู้ติดเชื้อในประเทศสูงพบว่าการสื่อสารทุกวันผ่านทางสถานีโทรทัศน์และแพลตฟอร์มโซเชียล มีเดียของตนเอง บอกเล่าสถานการณ์ปัจจุบัน และประชาสัมพันธ์นโยบายของรัฐบาลในการควบคุมการแพร่กระจายของไวรัส หลายครั้งที่นายกรัฐมนตรีอาร์เดิร์นแถลงต่อประชาชนผ่านสื่อมวลชนพร้อม ดร. แอชลีย์ บลูมฟิลด์ ที่ปรึกษาด้านการแพทย์ หากเป็นการแถลงคนเดียวและมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องการข้อมูล ความรู้ หรือการปฏิบัติตนทางด้านสุขภาพ เธอจะให้ข้อมูลที่สอดคล้องกับที่ปรึกษาทางการแพทย์ของเธอ เป็นผู้นำประเทศที่ได้รับคำชมมากในการสื่อสารเพื่อรับมือกับการแพร่ระบาดของโควิด 19 (Tomkins, 2020)

ประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ แห่งสหรัฐอเมริกา เป็นผู้นำประเทศที่ได้รับคำวิจารณ์เชิงลบเกี่ยวกับการออกมาสื่อสารกับประชาชนหลายครั้ง โดยพบว่าประธานาธิบดีทรัมป์มักให้ข้อมูลและความเห็นที่ขัดแย้ง รวมไปถึงการกล่าวประณาม ดร. แอนโทนี ฟอว์ซี ที่ปรึกษาด้านการแพทย์ของ

ตนเอง (Helmore, 2020) เช่น การมีกล่าวปฏิเสศความรุนแรงของโควิด 19 และการกล่าวแสดงความไม่เห็นด้วยกับการสวมใส่หน้ากากอนามัยต่อสื่อมวลชน (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2020) ส่วนประธานาธิบดีมาอีร์ โบลโซนาโร แห่งบราซิล ถูกพบว่ามี การสื่อสารเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโควิด 19 อย่างผิดๆ จนส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสในนี้ในประเทศ เช่น การให้ข้อมูลว่ายา Hydroxychloroquine สามารถใช้รักษาโรคโควิด 19 ได้ รวมทั้งการให้สัมภาษณ์ว่าชาวบราซิลมีภูมิคุ้มกันโควิด 19 อยู่ในตัวเอง (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2020)

2.5.3 งานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทผู้นำในสถานการณ์วิกฤติ

นอกจากการศึกษาในศาสตร์ด้านการสื่อสารแล้ว ยังพบว่าม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทผู้นำในการบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 โดย จิรวัดน์ สุริยะโชติชยางกูร (2563) ศึกษาบทเรียนสภาวะผู้นำในสถานการณ์วิกฤติโควิด 19 โดยเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้นำประเทศต่างๆ ในการบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 และพบว่าผู้นำที่ถูกวิจารณ์ในทางลบมากที่สุดคนหนึ่งคือประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา นายโดนัลด์ ทรัมป์ ที่มีออกมาปฏิเสศความรุนแรงของโรค และไม่ชักจูงให้ชาวอเมริกันปฏิบัติตนอย่างเหมาะสมภายใต้สถานการณ์การระบาด อีกทั้งยังมีการใช้สถานการณ์การระบาดเป็นเครื่องมือทางการเมือง ส่งผลให้ประเทศอเมริกามีอัตราการติดเชื้อและเสียชีวิตสูงเป็นอันดับต้นๆ ของโลก ผู้นำประเทศที่ถูกวิจารณ์อย่างรุนแรงอีกคนหนึ่งคือนายมาอีร์ โบลโซนาโร แห่งประเทศบราซิล ที่ไม่ยอมใช้มาตรการปิดเมืองในภาวะที่มีการระบาดสูง และไม่เป็นแบบอย่างให้แก่ประชาชนในการสวมใส่หน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2020) ในขณะที่ผู้นำที่ดำเนินบทบาทได้อย่างมีประสิทธิภาพคือนายกรัฐมนตรีสิงคโปร์ นายลี เซียนลุง (Lee Hsien Loong) ที่สื่อสารกับประชาชนให้ตระหนักถึงความร้ายแรงของวิกฤติทางด้านสุขภาพในครั้งนี้ อธิบายมุมมองของรัฐบาล รวมทั้งแนวทางการจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาดของรัฐ และสื่อสารเพื่อขอความร่วมมือจากประชาชนในการปฏิบัติตามมาตรการของภาครัฐอย่างเคร่งครัด มีการสื่อสารที่แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจในความทุกข์ยากลำบากของประชาชนที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตแบบใหม่ ในขณะที่ประเทศไทย จิรวัดน์พบว่าในช่วงแรกของการระบาดมีปัญหาเรื่องการสื่อสารของผู้นำอยู่บ้าง เช่น กรณีที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขกล่าวกับสื่อมวลชนว่าโควิด 19 ไม่ใช่โรคระบาดที่หน้าวิตกกังวล

จิรวัดน์ได้ระบุถึงข้อเสนอเชิงนโยบาย 4 ประการ จากการศึกษาในครั้งนี้

1) ผู้นำประเทศและผู้นำระดับองค์กรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีความชัดเจนในการตัดสินใจบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 และต้องมีมาตรการรองรับเพื่อช่วยเหลือประชาชนอย่างชัดเจน

- 2) ผู้นำประเทศและผู้ในระดับองค์กรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องระมัดระวังการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ ไม่กล่าวสิ่งที่ไม่ถูกต้องหรือยังไม่แน่นอน เพื่อหลีกเลี่ยงการสร้างความเข้าใจผิดหรือตื่นตระหนกในหมู่ประชาชน
- 3) ผู้นำประเทศและผู้ในระดับองค์กรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่เหมาะสม เพื่อให้ประชาชนเกิดความมั่นใจในแนวทางปฏิบัติ
- 4) ผู้นำประเทศและผู้ในระดับองค์กรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องบังคับใช้มาตรการป้องกันความเสี่ยงอย่างจริงจัง และไม่เลือกปฏิบัติ เพื่อควบคุมความเสี่ยงไม่ให้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจสังคมระยะยาว และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชน



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) วิธีวิจัยหลักที่ใช้คือและการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีรายละเอียดเกี่ยวกับ เครื่องมือและระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

3.1 วิธีวิจัย

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาแถลงการณ์ของผู้นำ ประเทศไทยที่เกิดขึ้นในขณะเกิดการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย โดยมีกรอบโมเดลการสื่อสาร CERC ขององค์การอนามัยโลกเป็นตัวกำหนดกรอบและทิศทางในการวิเคราะห์เนื้อหา หากำตอบให้กับคำถามนำวิจัยข้อที่ 2 คือ เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับกรอบคุณภาพการสื่อสารในภาวะวิกฤติและวิกฤติฉุกเฉิน (CERC) ขององค์การอนามัยโลกหรือไม่ อย่างไร

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกนักประชาสัมพันธ์ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในภาวะวิกฤติ 5 ท่าน เพื่อนำความเห็นมาประกอบกับการวิเคราะห์เนื้อหาของผู้วิจัย เพื่อหาคำตอบให้กับคำถามนำวิจัยข้อแรก คือ การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยมีคุณลักษณะอย่างไร

3.2 แหล่งข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้มีแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ได้แก่

ข้อมูลเอกสาร คือแถลงการณ์ของผู้นำประเทศไทยในขณะที่เกิดการแพร่ระบาดของโควิด 19 คือ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่สื่อสารกับประชาชนไทยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย ในช่วงการแพร่ระบาดตั้งแต่วันที่ 15 มีนาคม พ.ศ. 2565 รวมทั้งสิ้น 14

ครั้ง ดังนี้ แดงการณณ์ในวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2563, วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563, วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2563, วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2563, วันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2563, วันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2563, วันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2563, วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2563, วันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2563, วันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2563, วันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2564, วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2564, วันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2564, และวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2564

ข้อมูลบุคคล เป็นนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยใช้การคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) 5 ท่าน กำหนดคุณสมบัติดังต่อไปนี้ 1) ทำงานในวิชาชีพประชาสัมพันธ์ระดับองค์กรนาน 30 ปีขึ้นไป 2) มีประสบการณ์การสื่อสารในภาวะวิกฤติ 3) ติดตามการสื่อสารเกี่ยวกับโควิด 19 ของผู้นำประเทศตลอด และ 4) ยินดีให้ความร่วมมือในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

ท่านที่ 1 นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์อาวุโส ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการจัดการการสื่อสารและที่ปรึกษายุทธศาสตร์สื่อสารองค์กรชั้นนำทั้งภาครัฐและเอกชน

ท่านที่ 2 นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์อาวุโส ปัจจุบันเป็นวิทยากร อาจารย์พิเศษ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์และการประชาสัมพันธ์ ให้กับหลายสถาบัน

ท่านที่ 3 นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์อาวุโส อดีตผู้ช่วยกรรมการอำนวยการอาวุโสด้านการบริหารจัดการภาวะวิกฤติ ของบริษัทเอกชนด้านการสื่อสารขนาดใหญ่ในประเทศไทย

ท่านที่ 4 อดีตผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ บริษัทเอกชนที่ทำกิจการด้านการโทรคมนาคม และอาจารย์พิเศษและวิทยากรด้านการสื่อสารในภาวะอ่อนไหวและภาวะวิกฤติ ให้สถาบันการศึกษาและหน่วยงานต่างๆ

ท่านที่ 5 ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารของหน่วยงานราชการไทย มีประสบการณ์ในการร่างแถลงการณ์ให้ผู้นำประเทศทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤติเป็นระยะเวลานานกว่า 20 ปี

3.3 เครื่องมือวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีเครื่องมือวิจัย ดังนี้

1) แบบบันทึกข้อมูล ประกอบด้วยแบบบันทึกข้อมูล 2 ชุด ชุดที่ 1 ใช้สำหรับการวิจัยเอกสารเพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะทางการใช้ภาษา เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาผ่านการใช้ภาษาในการสื่อสารของผู้นำ โดยการออกแบบบันทึกข้อมูลชุดนี้ ผู้วิจัยสังเคราะห์จากประเภทของวัจนกรรมของ Searle เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประกอบการการหาคำตอบให้กับคำถามนำวิจัยข้อที่ 1 คือ การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยมีคุณลักษณะอย่างไร และแบบบันทึกข้อมูลชุดที่ 2 ใช้สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย เพื่อหาคำตอบให้กับคำถามนำวิจัยข้อที่ 2 คือ เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะ

วิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยมีความสอดคล้องกับโมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติและความเสี่ยงฉุกเฉิน (CERC) หรือไม่ อย่างไร โดยผู้วิจัยนำเครื่องมือที่ Bernard et al. (2021) ประยุกต์มาจากโมเดล CERC เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีออสเตรเลียในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 มาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ โดยผู้วิจัยแปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย

แบบบันทึกข้อมูลชุดที่ 1 การวิเคราะห์คุณลักษณะทางการใช้ภาษา

ข้อมูลวันที่

ประเภท	ตัวอย่างคำ/ บริบทการใช้คำ	จำนวนครั้งที่พบ
1. บรรยายหรือแจ้งให้ทราบ		
2. ชี้แนะ		
3. ผูกมัด		
4. แสดงความรู้สึก		
5. ประกาศหรือแถลงการณ์		

ภาพที่ 3.1 แบบบันทึกข้อมูลชุดที่ 1 การวิเคราะห์คุณลักษณะทางการใช้ภาษา

แบบบันทึกข้อมูลชุดที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหาตามกรอบโมเดล CERC

ข้อมูลวันที่

สถานการณ์การแพร่ระบาดในขณะนั้น.....

บริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองในขณะนั้น.....

ประเด็น	รายละเอียด	ตัวอย่าง
1.สถานการณ์ทั่วไปเกี่ยวกับการแพร่ระบาด	พูดถึงสถานการณ์ในภาพรวม ตัวเลขผู้ติดเชื้อและเสียชีวิต	
2.ปฏิบัติการที่กำลังลงมือทำ	อธิบายและ/หรือระบุปฏิบัติการ/กิจกรรมที่กำลังทำเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดที่กำลังเกิดขึ้น	
3.แผนปฏิบัติการในอนาคตอันใกล้	อธิบาย และ/หรือระบุแผนปฏิบัติการ/กิจกรรมที่จะลงมือทำในอนาคตอันใกล้	
4.ข้อมูลการรักษา	ชี้แจงข้อมูลการรักษาที่มีในปัจจุบัน	
5.งานวิจัยทางการแพทย์	อธิบายงานวิจัยทางการแพทย์เกี่ยวกับโควิด-19 ที่กำลังดำเนินอยู่ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก	
6.ความร่วมมือที่ต้องการจากสาธารณะ	บอกแนวทางและอธิบายสิ่งที่ประชาชนหรือสังคมสามารถให้ความช่วยเหลือหรือความร่วมมือ เพื่อสนับสนุนการควบคุมภาวะวิกฤติที่รัฐบาลกำลังดำเนินการ	
7.แหล่งข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชน	ให้คำแนะนำเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่สามารถให้รายละเอียดกับประชาชนในเรื่องต่างๆ ได้ เช่น เว็บไซต์ สื่อสังคม หรือฮอตไลน์	
8.ถ่ายทอดความรู้สึกเข้าใจ และเห็นอกเห็นใจ (expression of empathy)	สื่อสารให้ประชาชนรับรู้ถึงความเข้าใจ ความเห็นอกเห็นใจ	
9.อ้างอิงแหล่งข้อมูลที่น่ามาแสดง	-บอกที่มาของข้อมูล	
10.บอก/ระบุข้อมูลที่ยังไม่รู้ หรือยังมีข้อมูลไม่ชัดเจน ครบถ้วน	- ให้ประชาชนรับรู้ถึงความไม่แน่นอนที่ดำรงอยู่ - ชี้แจงจุดอ่อนจุดแข็งของข้อมูลในมือ - ระบุถึงข้อมูลที่ยังไม่รู้ด้วยวิธีการที่โปร่งใส	
11.ชี้แจงขั้นตอน/กระบวนการที่จะทำได้คำตอบของข้อมูลที่ยังไม่รู้	- อธิบายกระบวนการ/ขั้นตอนการหาข้อมูล หากคำตอบ - อธิบายเหตุผลที่ทำให้เกิดความล่าช้าในการหาข้อมูล	
12.บริบททางสังคม	บอกถึงบริบททางสังคมที่เกี่ยวข้องหรือสืบเนื่องจากโควิด 19 ที่กำลังเกิดขึ้น, มาตรการ หรือนโยบายรัฐในการรับมือ	
13.บริบททางเศรษฐกิจ	บอกถึงบริบททางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องหรือสืบเนื่องกับโควิด 19 ที่กำลังเกิดขึ้น, มาตรการหรือนโยบายรัฐในการรับมือ	
14.บริบททางการเมือง	บอกถึงบริบททางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องหรือสืบเนื่องกับโควิด 19 ที่กำลังเกิดขึ้น, มาตรการหรือนโยบายรัฐในการรับมือ	

ภาพที่ 3.2 แบบบันทึกข้อมูลชุดที่ 2 การวิเคราะห์เนื้อหาตามกรอบโมเดล CERC

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อเก็บข้อมูลจากนักประชาสัมพันธ์ที่มีประสบการณ์การสื่อสารในภาวะวิกฤติ แบ่งประเด็นคำถามการให้สัมภาษณ์เป็น 2 หมวด ดังนี้

หมวดที่ 1: องค์ประกอบการสื่อสารและการใช้ภาษาในการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

หมวดที่ 2: เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ใน 4 ประเด็นหลักตามกรอบโมเดล CERC คือ การให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโควิด19, ควบคุมการแพร่ระบาดของโรค, การให้แนวทางปฏิบัติตนต่อประชาชน/ ความร่วมมือที่ต้องการจากสาธารณะ และการให้แหล่งข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชน

กรอบประเด็นและแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก

หมวดที่ 1 องค์ประกอบการสื่อสารและการใช้ภาษาในการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

1) ความสอดคล้องกับสถานการณ์

(1) ช่วงเวลาในการสื่อสารสามารถทำได้ทัน/สอดคล้องสถานการณ์การวิกฤติ

(2) ประเด็นหลักในการสื่อสารของ พล.อ.ประยุทธ์ แต่ละครั้งมีความสอดคล้อง

เหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดในขณะนั้นหรือไม่ อย่างไร

2) ช่วงเวลาของการสื่อสาร

(1) ความเหมาะสมของช่วงเวลาที่ย่อแกลงการณ์ในแต่ละครั้ง

(2) ความเหมาะสมของเวลาที่ใช้ในการแกลงการณ์แต่ละครั้ง

3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร

(1) ความเห็นต่อการใช้คำ

(2) ตัวอย่างการใช้คำที่เหมาะสมและไม่เหมาะสม พร้อมทั้งเหตุผล

หมวดที่ 2 เนื้อหาการสื่อสารในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19

1) ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโควิด 19

(1) การให้ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับโควิด 19

(2) ข้อมูลเฉพาะทางวิทยาศาสตร์/ การแพทย์ เกี่ยวกับโควิด 19 หรือไม่ อย่างไร

(3) ข้อมูลที่ได้รับส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในตัวโรคและการระบาดของโรคในหมู่

ประชาชนหรือไม่ อย่างไร

(4) อธิบาย/ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงด้วยภาษาที่ชัดเจน ประชาชนทุกกลุ่มทุกระดับ

การศึกษาสามารถเข้าใจได้

(5) ถ้อยแถลงต้องมีข้อมูลข้อเท็จจริงมาสนับสนุน หากมีความผิดพลาดเชิงตัวเลข

สถิติ ต้องรีบแก้ไขข้อมูล

2) ควบคุมการแพร่ระบาดของโรค

(1) ปฏิบัติการที่รัฐกำลังลงมือทำ มีการอธิบาย หรือระบุแผนปฏิบัติการ หรือกิจกรรมที่กำลังควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในขณะนั้นหรือไม่ อย่างไร

(2) มีการอธิบาย หรือระบุแผนปฏิบัติการในอนาคตเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด 19 หรือไม่อย่างไร

3) การให้แนวทางปฏิบัติต่อประชาชน/ ความร่วมมือที่ต้องการจากสาธารณะ

(1) การขอความร่วมมือจากประชาชนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับแนวนโยบาย

(2) อธิบาย/ บอกแนวทางที่ประชาชนสามารถให้ความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการควบคุมภาวะวิกฤติโควิด 19 ที่รัฐกำลังดำเนินโครงการ

4) การให้แหล่งข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชน

(1) การให้แหล่งข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชนเพื่อติดตามสถานการณ์/ หาความรู้เพิ่มเติม

กรอบประเด็นและ แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก

หมวดที่ 1 องค์ประกอบการสื่อสารและการใช้ภาษาในการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

1) ความสอดคล้องกับสถานการณ์

(1) ช่วงเวลาในการสื่อสารสามารถทำได้ทัน/สอดคล้องสถานการณ์การวิกฤติ

(2) ประเด็นหลักในการสื่อสารของ พล.อ.ประยุทธ์ แต่ครั้งมีความสอดคล้อง

เหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดในขณะนั้นหรือไม่ อย่างไร

2) ช่วงเวลาของการสื่อสาร

(1) ความเหมาะสมของช่วงเวลาที่ยกแถลงการณ์ในแต่ละครั้ง

(2) ความเหมาะสมของเวลาที่ใช้ในการแถลงการณ์แต่ละครั้ง

3) การใช้ภาษาในการสื่อสาร

(1) ความเห็นต่อการใช้คำ

(2) ตัวอย่างการใช้คำที่เหมาะสมและไม่เหมาะสม พร้อมทั้งเหตุผล

หมวดที่ 2 เนื้อหาการสื่อสารในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19

1) ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโควิด 19

- (1) การให้ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับโควิด 19
 - (2) ข้อมูลเฉพาะทางวิทยาศาสตร์/ การแพทย์ เกี่ยวกับโควิด 19 หรือไม่ อย่างไร
 - (3) ข้อมูลที่ได้รับส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจในตัวโรคและการระบาดของโรคในหมู่ประชาชนหรือไม่ อย่างไร
 - (4) อธิบาย/ให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงด้วยภาษาที่ชัดเจน ประชาชนทุกกลุ่มทุกระดับการศึกษาสามารถเข้าใจได้
 - (5) ถ้อยแถลงต้องมีข้อมูลข้อเท็จจริงมาสนับสนุน หากมีความผิดพลาดเชิงตัวเลข สถิติ ต้องรีบแก้ไขข้อมูล
- 2) ควบคุมการแพร่ระบาดของโรค
- (1) ปฏิบัติการที่รัฐกำลังลงมือทำ มีการอธิบาย หรือระบุแผนปฏิบัติการ หรือกิจกรรมที่กำลังควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในขณะนั้นหรือไม่ อย่างไร
 - (2) มีการอธิบาย หรือระบุแผนปฏิบัติการในอนาคตเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด 19 หรือไม่อย่างไร
- 3) การให้แนวทางปฏิบัติต่อประชาชน/ ความร่วมมือที่ต้องการจากสาธารณะ
- (1) การขอความร่วมมือจากประชาชนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย
 - (2) อธิบาย/ บอกแนวทางที่ประชาชนสามารถให้ความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการควบคุมภาวะวิกฤติโควิด 19 ที่รัฐกำลังดำเนินโครงการ
- 4) การให้แหล่งข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชน
- (1) การให้แหล่งข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชนเพื่อติดตามสถานการณ์/ หาความรู้เพิ่มเติม

3.4 ความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นศึกษาเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้นำเครื่องมือทั้งหมด ได้แก่แบบบันทึกข้อมูลทั้ง 2 ชุด และกรอบประเด็นพร้อมทั้งแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ก่อนที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง นอกจากนี้ใน

กระบวนการบันทึกข้อมูลผู้วิจัยใช้ผู้บันทึกข้อมูลในแบบบันทึกข้อมูลทั้ง 2 ชุด 2 คน (ไม่นับรวมผู้วิจัย) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความเข้าใจในเนื้อหาและประเด็นที่จะทำการวิเคราะห์ โดยผู้ร่วมลงข้อมูลในแบบบันทึกข้อมูลทั้ง 2 คน ทำการบันทึกแยกกัน ก่อนที่จะบันทึก ผู้บันทึกข้อมูลทั้ง 2 คน อ่านเนื้อหาแถลงการณ์ของผู้นำที่สื่อสารทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจทั้ง 14 ครั้ง ที่ผู้วิจัยถอดเทปมาอย่างละเอียด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารภายใต้กรอบแบบบันทึกข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความเชี่ยวชาญในเครื่องมือที่ใช้และประเด็นที่ต้องการวิเคราะห์ โดยแยกการวิเคราะห์เพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์การศึกษาทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย มีคุณลักษณะเด่นที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้คือ ประเด็นหลัก (Theme) ของการสื่อสารแต่ละครั้ง, ช่วงเวลาในการสื่อสาร, ความยาวของการสื่อสาร และประเภทของถ้อยคำที่พบบ่อย โดยนำผลการศึกษาเอกสารของผู้วิจัยมาวิเคราะห์ร่วมกับทัศนคติของนักวิชาชีพด้านการประชาสัมพันธ์ที่ผู้วิจัยสัมภาษณ์เชิงลึก

ในการหาประเด็นหลักของการสื่อสาร ผู้วิจัยวิเคราะห์แถลงการณ์ของ พล.อ. ประยุทธ์ ทั้ง 14 ครั้ง แล้วนำมาจัดกลุ่มตามกรอบประเด็นหลักของการสื่อสารอ้างอิงจากกรอบที่ Bernard et al. (2021) ใช้ในการศึกษาการสื่อสารของผู้นำประเทศออสเตรเลียในระหว่างการแพร่ระบาดของโควิด 19 แบ่งเป็น 6 กรอบ คือ รายงานสถานการณ์ มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล มาตรการทางสาธารณสุข มาตรการทางการเมือง มาตรการทางเศรษฐกิจ และมาตรการทางสังคม

เนื่องจากการออกแถลงการณ์ในแต่ละครั้งของ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา อาจมีการแถลงสาระในหลายประเด็น การพิจารณาว่าประเด็นใดเป็นประเด็นหลักในการสื่อสารหรือการออกแถลงการณ์แต่ละครั้ง ผู้วิจัยพิจารณาจากปัจจัยต่อไปนี้

- 1) กรณีที่การแถลงมีประเด็นเดียวชัดเจน ผู้วิจัยถือว่าประเด็นนั้นเป็นประเด็นหลัก เช่น การแถลงของนายกรัฐมนตรีครั้งแรกในวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2563 เนื้อหาสาระเป็นการบอกเล่าตัวเลขผู้ติดเชื้อยืนยันสะสมและผู้เสียชีวิตสะสมในประเทศไทยและภาพรวมสถานการณ์ทั่วโลก รวมถึงการคาดการณ์การระบาดขององค์การอนามัยโลก ผู้วิจัยจึงจัดให้ประเด็นหลักของการสื่อสารในวันนั้นคือการรายงานสถานการณ์

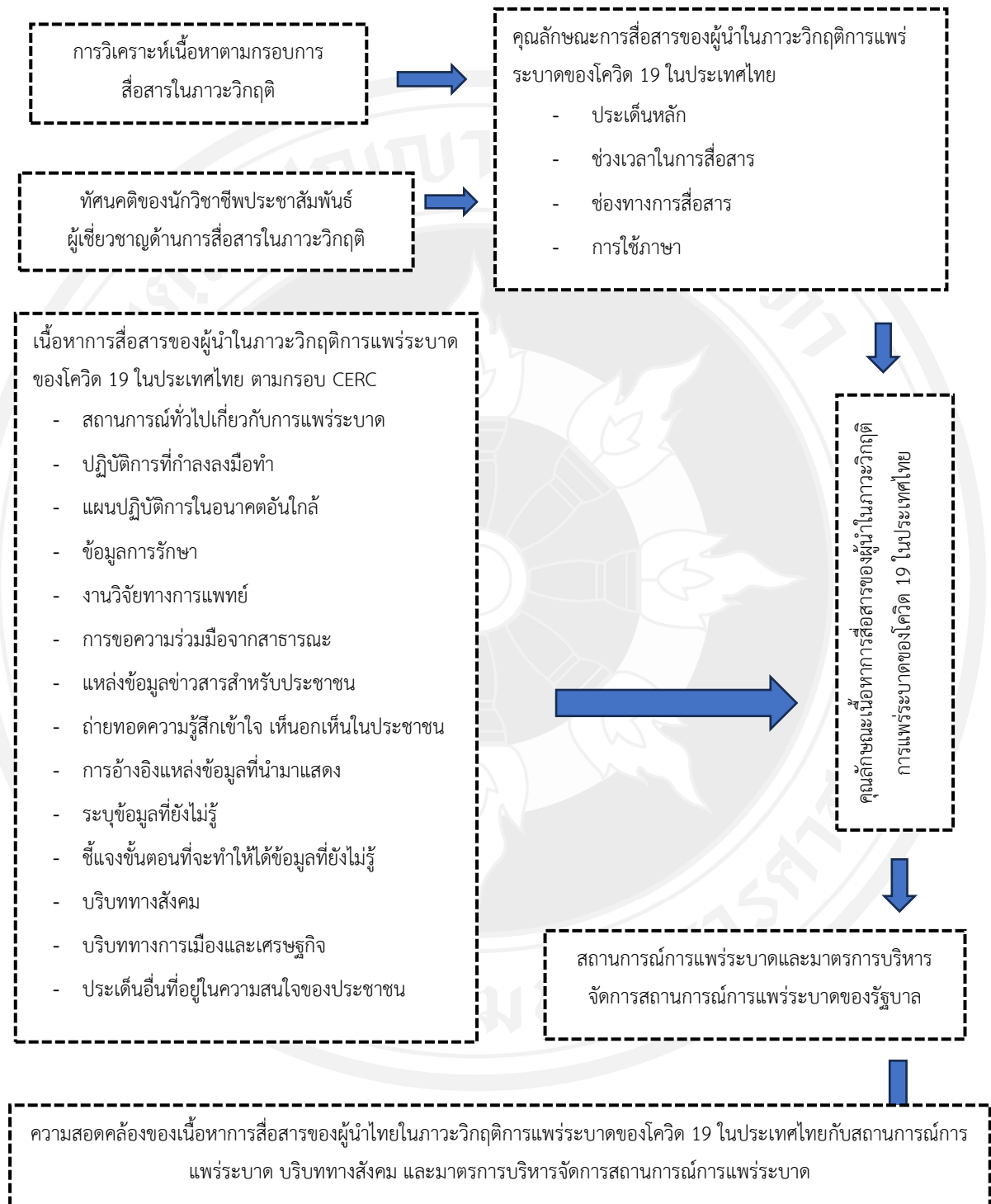
2) พิจารณาจากการชี้แจงของ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา เอง โดยในระหว่างการแถลงหาการสื่อสารครั้งไหนมีคำพูดที่แสดงให้เห็นถึงวัตถุประสงค์หรือเนื้อหาหลักของการสื่อสารในครั้งนั้น ผู้วิจัยจะพิจารณาให้ประเด็นที่ตามมานั้นเป็นประเด็นหลัก เช่น เนื้อหาของการสื่อสารวันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2563 “วันนี้ผมต้องขอพูดเรื่องสำคัญ...คือ...” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) หรือ การสื่อสารในวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2563 “วันนี้ผมอยากจะอัปเดตให้ทุกท่านทราบถึงโรคแมงป่องที่กำลังจะเดินหน้าต่อไป...” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

3) กรณีที่การแถลงการณ์ครั้งหนึ่งๆ มีหลายประเด็น และในเนื้อหาที่แถลงไม่มีการใช้คำที่แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดถึงประเด็นหลักที่ พล.อ. ประยุทธ์ ต้องการสื่อสาร ผู้วิจัยพิจารณาโดยการให้น้ำหนักกับประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อประชาชนมากที่สุด และได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนมากที่สุด โดยพิจารณาจากประเด็นหลักที่สื่อมวลชนนำเสนอการแถลงของ พล.อ. ประยุทธ์ ที่มักเกิดขึ้น 1 วันหลังการสื่อสารหรือการออกแถลงการณ์ทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ

ข้อ 2 ศึกษาเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ภายใต้กรอบโมเดล CERC

ข้อ 3 ศึกษาความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยกับสถานการณ์การแพร่ระบาด และมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดที่รัฐบาลประกาศ โดยผู้วิจัยนำผลการศึกษาในข้อ 1 และ 2 มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในช่วงเวลาของการสื่อสารของผู้นำในแต่ละครั้งเพื่อดูความสอดคล้องกัน

3.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 3.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษา การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ครอบคลุมถึงการออกแถลงการณ์ของ พล. อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในฐานะนายกรัฐมนตรี ทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ 14 ครั้ง ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระหว่างการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในช่วงประมาณ 2 ปีแรกที่พบว่ามีการระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยเป็นวงกว้าง โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการศึกษาตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นวันที่พบผู้ติดเชื้อในประเทศไทยเป็นรายแรกคือหญิงชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (สำนักข่าวบีบีซี, 2563b) ถึงวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2565 ซึ่งเป็นวันที่คณะกรรมการโรคติดต่อแห่งชาติ มีมติเห็นชอบให้ปรับโควิด 19 เป็นโรคประจำถิ่น มีผลในวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2565 (Coverage, 2565)

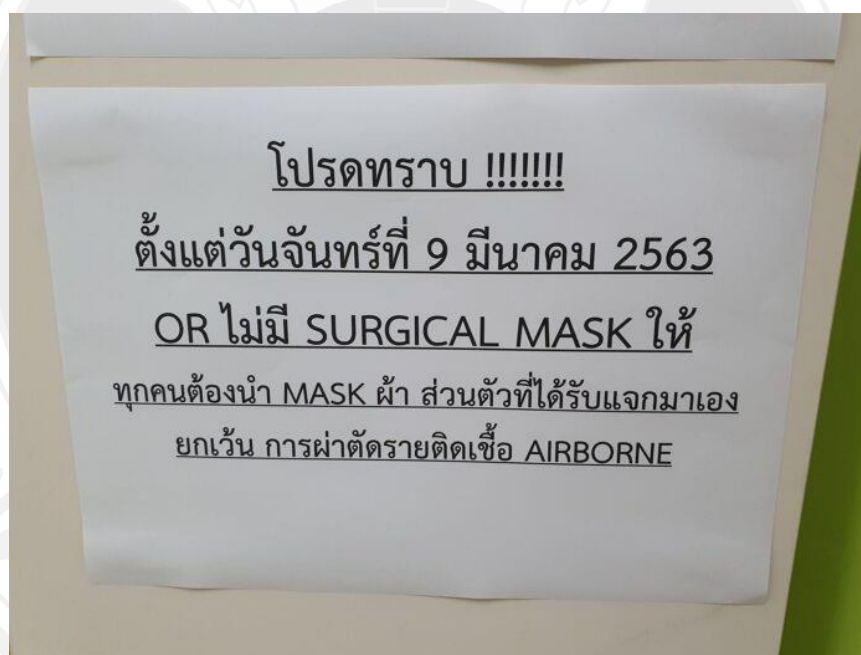
ในช่วงระยะเวลาที่เป็นขอบเขตการศึกษาในครั้งนี้ ได้เกิดการระบาดใหญ่ในประเทศไทย 4 ระลอก มีรายละเอียดดังนี้

การระบาดระลอกที่ 1 เกิดคลัสเตอร์สนามมวยลุมพินี โดยเริ่มจากการจัดการแข่งขันชกมวย วันที่ 6 มีนาคม พ.ศ. 2563 มีผู้เข้าชมรายหนึ่งได้รับเชื้อจากคนในครอบครัวที่เพิ่งเดินทางกลับจากประเทศอิตาลี ทำให้เกิดการแพร่เชื้อในวงกว้าง (ไทยรัฐสปอร์ต, 2563) และเกิดคลัสเตอร์สถานบันเทิงย่านสุขุมวิท - ทองหล่อ ครั้งที่ 1 ซึ่งเริ่มพบผู้ติดเชื้อยืนยันที่ไปเที่ยวสถานบันเทิงในวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2563 การระบาดระลอกแรกทำให้มีผู้ติดเชื้อยืนยันเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จากจำนวนผู้ติดเชื้อยืนยันรายใหม่ 5 รายในวันที่ 13 มีนาคม เพิ่มขึ้นเป็น 32 ราย ในวันที่ 15 มีนาคม และพุ่งสูงถึง 188 ราย ในวันที่ 22 มีนาคม และ 215 รายในวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2563 ตามลำดับ การระบาดในระลอกแรกครอบคลุมระยะเวลาถึงประมาณปลายเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ซึ่งจำนวนผู้ติดเชื้อยืนยันรายใหม่ในแต่ละวันลดจำนวนลงอย่างต่อเนื่อง โดยวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 มีจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่เพิ่มขึ้น 21 ราย เมื่อนับจำนวนผู้ติดเชื้อยืนยันสะสมตั้งแต่พบผู้ติดเชื้อชาวไทยในประเทศไทยคนแรกในวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2563 ครอบคลุมการระบาดระลอกแรกถึงวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 มีจำนวนรวม 3,998 ราย และผู้เสียชีวิตรวม 60 ราย (ศบค, 2563)

จำนวนผู้ติดเชื้อจำนวนมากทำให้รัฐบาลต้องเปิดโรงพยาบาลสนาม รวมถึงการขอความร่วมมือจากโรงแรมหลายแห่งให้ใช้สถานที่กักตัวผู้ติดเชื้อ

ในช่วงของการระบาดระลอกแรก สังคมไทยตกอยู่ในความตื่นตระหนกและหวาดกลัว เช่นเดียวกับเกือบทุกประเทศทั่วโลก เนื่องจากโควิด 19 เป็นโรคอุบัติใหม่ที่องค์ความรู้ในปัจจุบันทั้ง

ทางวิทยาศาสตร์และการแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาและการป้องกันยังไม่สามารถรับมือได้ทัน ความกลัวและความหวาดวิตกของสังคมสะท้อนให้เห็นผ่านปรากฏการณ์การกักตุนหน้ากากอนามัยทางการแพทย์ แอลกอฮอล์ฆ่าเชื้อ และอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อส่วนบุคคล (PPE) จนเกิดปรากฏการณ์หน้ากากอนามัยราคาสูงถึงกล่องละ 665 บาท เฉลี่ยราคาชิ้นละ 13.30 บาท สูงกว่าราคาในภาวะปกติถึงประมาณ 20-30 เท่า (ไทยรัฐ, 2563) การขาดแคลนหน้ากากอนามัยและชุด PPE กระทบถึงการทำงานของบุคลากรในระบบสุขภาพ โรงพยาบาลหลายแห่งควบคุมการใช้หน้ากากอนามัย (Surgical Mask) ขณะเดียวกันโรงพยาบาลหลายแห่งต้องให้บุคลากรทางการแพทย์ของตนเองเย็บหน้ากากผ้าเพื่อใช้ในโรงพยาบาลแทนหน้ากากอนามัย เดือนมีนาคมและเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 มีข่าวการจับกุมผู้กักตุนและจำหน่ายหน้ากากอนามัยและแอลกอฮอล์ราคาแพงกว่าที่กฎหมายอนุญาตได้เป็นจำนวนมาก รวมถึงผู้กระทำความผิดรายใหญ่ที่เป็นบุคคลใกล้ชิดกับรัฐมนตรีท่านหนึ่งในรัฐบาล ซึ่งเจ้าหน้าที่ตำรวจสามารถจับกุมได้พร้อมของกลางหน้ากากอนามัย 200 ล้านชิ้น



ภาพที่ 4.1 ป้ายประกาศควบคุมการใช้หน้ากากอนามัยในโรงพยาบาลวชิรพยาบาล แหล่งที่มา: ข่าวสดออนไลน์ (2563).



ภาพที่ 4.2 บุคลากรทางการแพทย์ต้องเย็บหน้ากากผ้าเพื่อใช้ในโรงพยาบาลเอง
แหล่งที่มา: สยามรัฐ (2563).

ในช่วงนี้รัฐบาลเน้นการใช้มาตรการเฝ้าระวังการแพร่กระจายของเชื้อ วันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2563 รัฐบาลโดย พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี มีคำสั่งตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ ศบค. ต่อมา วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563 คณะรัฐมนตรีมีมติออกมาตรการ 6 ด้าน เพื่อลดการแพร่ระบาดของโควิด 19 สรุปความสำคัญ มาตรการทั้ง 6 ด้าน ได้ดังนี้

มาตรการด้านสาธารณสุข - เพิ่มมาตรการคัดกรองชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย และห้ามข้าราชการ พนักงานของรัฐ และรัฐวิสาหกิจเดินทางไปต่างประเทศ และให้ประชาชนงดการเดินทางในประเทศ ขณะเดียวกันสั่งการให้เตรียมเพิ่มอุปกรณ์และบุคลากรทางการแพทย์ และอุปกรณ์ป้องกันโรคให้กับสถานพยาบาล

มาตรการด้านเวชภัณฑ์ป้องกัน - เร่งจัดหาหน้ากากอนามัย ชุด PPE และแอลกอฮอล์

มาตรการด้านข้อมูล - กำหนดให้กระทรวงสาธารณสุข เป็นผู้แถลงข่าวและข้อมูลทางการแพทย์และสาธารณสุข และศูนย์โควิด 19 แถลงภาพรวมด้านอื่นๆ

มาตรการด้านต่างประเทศ - จัดตั้งทีมดูแลคนไทยในต่างประเทศ

มาตรการด้านป้องกัน - สั่งปิดสถานที่ที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคมากขึ้น รวมถึงสถานศึกษาทุกแห่ง งดกิจกรรมที่จะทำให้เกิดการรวมตัวของประชาชน เช่น คอนเสิร์ต ยกเลิกวันหยุดสงกรานต์ ให้ห้างสรรพสินค้าและร้านอาหารทุกแห่งปฏิบัติตามมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของกระทรวงสาธารณสุข

มาตรการช่วยเหลือเยียวยา - มีการกำหนดมาตรการช่วยเหลือธุรกิจในด้านต่างๆ และประชาชนทั่วไปที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของโรค โดยแต่ละภาคส่วนมีรายละเอียดการช่วยเหลือแตกต่างกัน

ต่อมาวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2563 รัฐบาลออกพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินเพื่อควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ตามมาด้วยการประกาศเคอร์ฟิวทั่วประเทศในวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2563 ห้ามออกจากเคหสถานยามวิกาลระหว่างเวลา 22.00 - 04.00 น. ยกเว้นบางอาชีพ และมีการประกาศยกเลิกเคอร์ฟิวในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563

เดือนเมษายน พ.ศ. 2563 รัฐบาลเริ่มให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังจากได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดอย่างรุนแรงในเดือนมีนาคม โดย พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้ส่งจดหมายถึงมหาเศรษฐีไทย 20 อันดับ เพื่อขอความสนับสนุนการแก้ไขปัญหา ร่วมกับรัฐบาล และรัฐบาลได้ออกพระราชกำหนดให้อำนาจกระทรวงการคลังกู้เงินเพื่อแก้ไขปัญหาเยียวยา และฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด 19 รวม 3 ฉบับ รวมวงเงินมูลค่า 1.9 ล้านล้านบาท

ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2563 การระบาดระลอกแรกเริ่มลดความรุนแรงลง รัฐบาลเริ่มใช้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศ เช่น โครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” และ “คนละครึ่ง” ขณะเดียวกันเริ่มมีการคลายมาตรการทางสังคมที่เข้มงวดลง เช่น ให้สถานศึกษาเปิดเรียนเต็มรูปแบบ ขนส่งสาธารณะสามารถเปิดให้บริการตามปกติ โดยออกมาตรการ “วิถีชีวิตแนวใหม่” (new normal) เช่น การสวมหน้ากากอนามัยในที่สาธารณะ การรักษาระยะห่างทางสังคม การล้างมือด้วยแอลกอฮอล์ เป็นต้น มากำกับควบคุมไปด้วย เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2563 รัฐบาลเริ่มพูดถึงการส่งจอบวัคซีนจากต่างประเทศ แต่ยังไม่มีการดำเนินการที่เป็นรูปธรรม

การระบาดระลอกที่ 2 เกิดการระบาดเป็นคลัสเตอร์หลายแห่ง ได้แก่ ตลาดกลางกุ้ง อำเภอมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร และคลัสเตอร์ด้านชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก คลัสเตอร์บ่อนการพนันในจังหวัดระยอง และคลัสเตอร์ดีเจมะตูม (ประเทศไทย, 2565) การระบาดระลอกนี้ครอบคลุมระยะเวลาประมาณต้นเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 ถึงประมาณปลายเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 มีจำนวนผู้ติดเชื้อยืนยันสะสมนับถึงวันที่ 28 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 รวม 25,951 ราย และผู้เสียชีวิตรวม 83 ราย โดยวันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2564 มีจำนวนผู้ติดเชื้อยืนยันสะสมถึง 10,000 ราย เป็นวันแรก (ศบค, 2564)

มาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดในช่วงนี้รัฐบาลใช้การล็อกดาวน์เฉพาะจังหวัดที่มีการแพร่ระบาดเป็นคลัสเตอร์ ได้แก่ สมุทรสาคร ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด รัฐบาลเพิ่มมาตรการช่วยเหลือประชาชนด้านเศรษฐกิจ เช่น การลดค่าไฟฟ้า และน้ำประปา เป็นเวลา 2 เดือน ครอบคลุมเดือนกุมภาพันธ์ – เดือนมีนาคม พ.ศ. 2564

บริบททางสังคมที่สำคัญในช่วงของการแพร่ระบาดระลอกที่ 2 คือ ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับวัคซีน โดยในวันที่ 31 เดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 องค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้วัคซีนป้องกันโควิด 19 ของบริษัทไฟเซอร์ได้รับการขึ้นบัญชีวัคซีนสำหรับการใช้งานฉุกเฉินเพื่อฉีดให้กับประชาชนจำนวนมาก หลังจากนั้นองค์การอนามัยโลกได้ประกาศขึ้นบัญชีวัคซีนของบริษัทอื่นๆ ตามมา (WHO, 2020a) ทำให้รัฐบาลของหลายประเทศรีบประกาศจองวัคซีนกับบริษัทผู้ผลิตเพื่อฉีดให้กับประชาชนของตนเอง ในขณะเดียวกันประชาคมโลกได้ร่วมกันจัดตั้งโครงการความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อความเท่าเทียมในการเข้าถึงวัคซีนโควิด 19 ทั่วโลก หรือโครงการโคแวกซ์ โดยมีเป้าหมายส่งมอบวัคซีนโควิด 19 จำนวน 2 พันล้านโดส ให้กับประเทศที่เข้าร่วมภายในสิ้นปี พ.ศ. 2564 มีประเทศกว่า 180 ประเทศเข้าร่วมโครงการโคแวกซ์ แต่รัฐบาลไทยไม่ได้สมัครเข้าร่วมโครงการในช่วงต้น โดยให้เหตุผลว่าประเทศไทยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ซึ่งตามเงื่อนไขของโคแวกซ์ไม่สามารถได้รับวัคซีนฟรีแต่ต้องเสียเงินซื้อจากโครงการโคแวกซ์ รัฐบาลจึงเลือกการติดต่อซื้อจากบริษัทผู้ผลิตวัคซีนโดยตรง (Hfocus, 2564) นโยบายด้านวัคซีนของประเทศไทยในช่วงนี้คือการสั่งซื้อวัคซีนซิโนแวค ซึ่งเป็นวัคซีนซื้อตายเป็นจากประเทศจีน และการผลักดันให้บริษัทเอกชนไทยคือสยามไบ

ไอโซเออนซ์เป็นผู้ผลิตวัคซีนเองโดยรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากบริษัทแอสตราซีเนกา ผู้ผลิตวัคซีนโควิดรายหนึ่ง

ประเทศไทยได้รับวัคซีนชุดแรก 317,000 โดส โดยวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 เริ่มต้นฉีดวัคซีนป้องกันโควิด 19 โดยจำกัดเฉพาะบุคลากรทางการแพทย์กับประชากรกลุ่มเสี่ยงก่อน ทั้งนี้ วันที่ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 มีแพทย์ไทยเสียชีวิตจากการได้รับเชื้อโควิด 19 จากผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษานในโรงพยาบาลมหาสารคาม เป็นการเสียชีวิตรายแรกและทำให้บุคลากรในระบบสุขภาพมีการขับเคลื่อนเรียกร้องเพื่อให้รัฐบาลจัดระบบป้องกันตัวเองให้กับบุคลากรให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

การระบาดระลอกที่ 3 เริ่มต้นประมาณวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2564 ถึง 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 ในช่วงนี้มีการระบาดในลักษณะคลัสเตอร์ 4 แห่ง ได้แก่ คลัสเตอร์สถานบันเทิงย่านทองหล่อ รอบ 2 คลัสเตอร์ทัตสสถานหญิงกลางและเรียนจำพิเศษกรุงเทพมหานคร คลัสเตอร์แคมป์คนงานก่อสร้างหลักสี่ และคลัสเตอร์อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส (กรมควบคุมโรค, 2564) จำนวนผู้ติดเชื้อยืนยันสะสมถึงวันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 อยู่ที่ 159,792 ราย ผู้เสียชีวิตรวม 1,031 ราย โดยวันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 มีผู้ติดเชื้อรายใหม่เพิ่มขึ้นสูงที่สุดคือจำนวน 9,635 ราย (ศบค, 2564)

ในช่วงของการระบาดระลอกที่ 3 มีรายงานการติดเชื้อของบุคลากรทางการแพทย์เพิ่มสูงขึ้นเป็นจำนวนมาก ข้อมูลจากกองระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ระบุว่าตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน – 10 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 มีบุคลากรทางการแพทย์ได้รับเชื้อโควิด 19 รวม 880 ราย เสียชีวิต 7 ราย โดยเป็นผู้ที่ยังไม่ได้รับวัคซีนโควิด 19 เลย 5 ราย

มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดในช่วงนี้รัฐบาลเน้นบริหารจัดการตามระดับของพื้นที่เสี่ยง โดยการจัดโซนความรุนแรงของการแพร่ระบาด ไม่มีการล็อกดาวน์ ใช้การควบคุมเวลาแทน

การระบาดระลอกที่ 4 เริ่มต้นเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2564 จนถึงประมาณต้นเดือนมีนาคม พ.ศ. 2565 การระบาดระบอบอกนี้ไม่มีการเกิดคลัสเตอร์ แต่มีการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 ในวงกว้าง จากการมีไวรัสกลายพันธุ์เพิ่มขึ้น ทั้งสายพันธุ์เดลต้าจากประเทศอินเดียและสายพันธุ์โอไมครอนที่พบครั้งแรกในประเทศแอฟริกาใต้ การแพร่ระบาดในระลอกนี้ทำให้มีผู้ติดเชื้อใหม่รายวันเพิ่มสูงขึ้นถึงระดับ 10,000 ราย โดยพบว่าตั้งแต่วันที่ 17 กรกฎาคม – 27 กันยายน พ.ศ. 2564 ไม่มีวันใดที่ยอดผู้ติดเชื้อใหม่รายวันต่ำกว่า 10,000 ราย วันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2564 ถูกบันทึกว่าเป็นวันที่มีผู้ติดเชื้อใหม่รายวันสูงที่สุดคือ 23,418 ราย และวันที่ 30 สิงหาคม มีผู้เสียชีวิตสูงที่สุด 256 ราย

เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 รัฐบาลประกาศใช้มาตรการให้ผู้ติดกลุ่มสีเขียวเชื่อกักตัวที่บ้าน (home isolation) และการกักตัวในชุมชน (Community Isolation) เพื่อแก้ปัญหาเตียงในโรงพยาบาลและโรงพยาบาลสนามไม่เพียงพอสำหรับผู้ติดเชื้อ

ในช่วงนี้รัฐบาลให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ มีการเปิดตัว Phuket Sandbox เพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ

ในช่วงการแพร่ระบาดตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม พ.ศ. 2563 ถึงวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2563 พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ในฐานะผู้นำประเทศได้ออกแถลงการณ์ผ่านสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจรวม 14 ครั้ง คือ วันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2563, วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563, วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2563, วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2563, วันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2563, วันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2563, วันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2563, วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2563, วันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2563, วันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2563, วันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2564, วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2564, วันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2564, และวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2564 โดยเกือบทุกครั้งเป็นการแถลงสด มีการแถลงเพียง 1 ครั้ง คือในวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563 เป็นการแถลงโดยการบันทึกเทปแล้วนำมาเผยแพร่

การนำเสนอผลการศึกษาเรื่อง การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ในครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอเป็น 3 ส่วน ตามวัตถุประสงค์การศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 นำเสนอผลการศึกษาคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย

ส่วนที่ 2 นำเสนอผลการศึกษาเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ภายใต้กรอบโมเดล CERC

ส่วนที่ 3 นำเสนอความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยกับสถานการณ์การแพร่ระบาด และมาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดที่รัฐบาลประกาศ

4.1 ลักษณะการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย

1) ประเด็นหลักของการสื่อสาร

ผลการศึกษาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย พบว่าประเด็นหลักที่พบมากที่สุดในการแถลงการณ์ทั้ง 14 ครั้ง ของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในฐานะผู้นำประเทศไทยในช่วงที่มีการแพร่ระบาด 4 ระลอกแรก มี 2 ประเด็น คือ การรายงานสถานการณ์ และมาตรการทางเศรษฐกิจ พบว่าเป็นประเด็นหลักของการสื่อสารประเด็นละ 5 เท่ากัน ครั้ง จากการสื่อสารทั้งหมด 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.7 ของการสื่อสารทั้งหมด โดยเนื้อหาที่อยู่ใน

กรอบประเด็นหลัก สถานการณ์จะเป็นจำนวนของผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตทั้งในประเทศและทั่วโลก มี 1 ครั้งที่ทำให้ข้อมูลจำนวนผู้ได้รับการฉีดวัคซีน ตัวอย่างเนื้อหาแถลงการณ์ในประเด็นหลักที่เป็นกรรณการงานสถานการณ์ เช่น

การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโควิด 19 ตั้งแต่เดือนธันวาคมปี 2562 จนถึงวันนี้ 16 มีนาคม 2563 มีการระบาดไปแล้วถึง 154 ประเทศ มีจำนวนผู้ป่วยรวม 167,543 รายทั่วโลก และประเทศไทยเอง ด้วย จนถึงวันนี้ประเทศไทย มีผู้ติดเชื้อแล้ว 146 ราย รักษาหายกลับบ้านแล้ว 38 ราย เสียชีวิต 1 ราย และยังไม่พบมีผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้น - การสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2563 (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อโควิด 19 ในวันนี้ มีอัตราการติดเชื้อทั่วโลกประมาณ 8 แสนคน และยังมีแนวโน้มที่จะอยู่ในอัตราที่สูงอยู่ องค์การอนามัยโลกก็ได้เตือนว่าจะเกิดวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ทั่วโลกอีกรอบ...ในวันนี้ประเทศไทยมียอดผู้ป่วยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2,070 ราย อันเป็นผลมาจากคลัสเตอร์ล่าสุดช่วงก่อนเทศกาลสงกรานต์ ที่ยังคงส่งผลสืบเนื่องต่อมาอีกอย่างน้อย 2 สัปดาห์ - การสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2564 (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564)

เนื้อหาการสื่อสารที่พบภายใต้กรอบมาตรการทางเศรษฐกิจเน้นไปที่การชี้แจงมาตรการของรัฐบาลในการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังจากประเทศได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ทั้งมาตรการที่กำลังดำเนินการอยู่และมาตรการที่รัฐบาลวางแผนจะกระทำในอนาคต เช่น การออกพระราชกำหนดเงินกู้ 1 ล้านล้านบาท และการออกพระราชกำหนดให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME หรือแผนการเชิญมหาเศรษฐีของประเทศ 20 คน เข้ามาร่วมเป็นส่วนหนึ่งกับรัฐบาลในการสู่วิกฤติเศรษฐกิจที่เป็นผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ตัวอย่างเนื้อหาแถลงการณ์ในกรอบมาตรการทางเศรษฐกิจ

รัฐบาลได้อนุมัติมาตรการดูแลและเยียวยา ทั้งทางตรงและทางอ้อม ระยะที่ 1 และ 2 ซึ่งเป็น “ระยะเร่งด่วน” สำหรับประชาชน “ทุกกลุ่ม” ไปแล้ว ล่าสุด รัฐบาลได้ออกมาตรการ “เพิ่มเติม” ในระยะที่ 3 อีก เพื่อรักษา เยียวยา และเตรียมความพร้อมของประเทศในทุกมิติ เป็นวงเงิน หนึ่งล้านเก้าแสนล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 ของ GDP - การสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2563 (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

วันนี้ผมอยากจะพูดถึงสิ่งที่เราต้องทำเพื่อจะพลิกฟื้นเศรษฐกิจให้กลับไปได้โดยเร็ว... ในช่วงสัปดาห์ข้างหน้าผมจะขอให้แต่ละภาคส่วน ได้เตรียมการเข้ามานำเสนอวิสัยทัศน์ และ

ความคิดในการเปลี่ยนโฉมและขับเคลื่อนภาคส่วนต่างๆ ไปสู่ทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งจะช่วยนำพาประเทศไทยให้ก้าวไปข้างหน้าได้อย่างรวดเร็วขึ้น โกลบอล - การสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2563 (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

ประเด็นการสื่อสารหลักที่พบเป็นอันดับ 2 ได้แก่ มาตรการทางการเมือง ซึ่งผลการศึกษาพบว่าในการสื่อสารทั้ง 14 ครั้ง ของ พล.อ.ประยุทธ์ มีการสื่อสารที่มีประเด็นมาตรการทางการเมืองเป็นประเด็นหลัก 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.3 เนื้อหาที่อยู่ภายใต้กรอบประเด็นการเมืองคือ การประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน และการประกาศเคอร์ฟิว ตัวอย่าง

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมการระบาด และลดการสัญจรของพี่น้องประชาชนผมจะประกาศข้อกำหนดห้ามบุคคลออกนอกเคหสถานหรือที่เรียกว่าเคอร์ฟิว ตั้งแต่เวลา 22.00 – 04.00 น. ท้าวราชอาณาจักร - การสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2563 (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

ผมจะเป็นผู้นำในภารกิจนี้ และรายงานตรงต่อประชาชนชาวไทยทุกคน โดยจะประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วราชอาณาจักร โดยอาศัยอำนาจ ตามพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินฯ เพื่อควบคุมสถานการณ์การระบาดของโรคติดต่ออันตรายร้ายแรงตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2563 เป็นต้นไป ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบแล้ว - การสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2563 (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

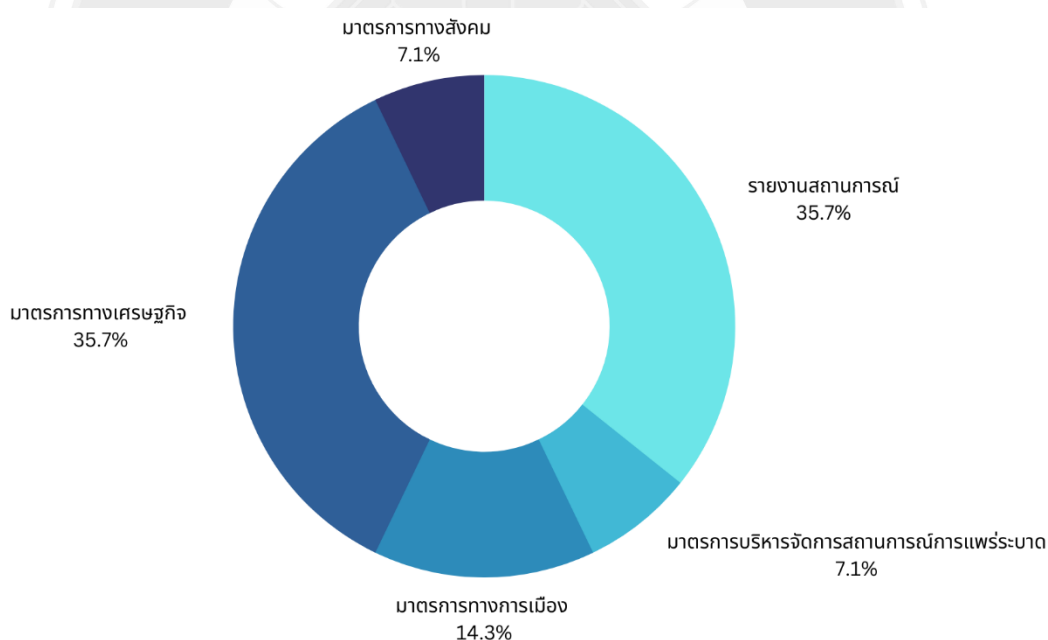
ประเด็นหลัก 2 อันดับสุดท้าย มีสัดส่วนเท่ากัน คือ มาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาด และมาตรการทางสังคม ผลการศึกษาพบว่าประเด็นหลักการสื่อสารของ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ประเด็นละ 1 ครั้ง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.1 เนื้อหาของมาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาด เป็นการสื่อสารถึงมติคณะรัฐมนตรีเพื่อบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาดในทุกมิติ ทั้งการควบคุมการแพร่ระบาด การเยียวยาทางเศรษฐกิจ เป็นต้น ส่วนมาตรการทางสังคม ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาในกรอบประเด็นนี้เป็นการปรับเปลี่ยนมาตรการคัดกรองผู้ที่เดินทางมาจากต่างประเทศ เช่น

เมื่อเดินทางเข้าประเทศไทย ทุกคนต้องแสดงตัวว่าปลอดเชื้อโควิด-19 โดยต้องมีหลักฐานผลการตรวจหาเชื้อโควิดด้วยวิธี RT-PCR ซึ่งทำการตรวจก่อนเดินทางออกจากประเทศต้นทาง และจะมีการตรวจหาเชื้อโควิดอีกครั้ง เมื่อเดินทางมาถึงประเทศไทย หลังจากนั้นจึงสามารถเดินทางไปที่ต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ เช่นเดียวกับที่คนไทยปกติทั่วไปสามารถทำได้ในเบื้องต้น เราเริ่มต้นกำหนดรายชื่อประเทศความเสี่ยงต่ำ ที่จะสามารถเดินทางเข้าประเทศ

ไทยได้ โดยไม่ต้องกักตัว ที่อย่างน้อย 10 ประเทศ ซึ่งจะรวมประเทศ อย่างเช่น อังกฤษ สิงคโปร์ เยอรมนี จีน และอเมริกา- การสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2564 (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564)

เป็นที่น่าสังเกตว่าในการสื่อสารของ พล.อ.ประยุทธ์ ไม่มีครั้งใดที่ประเด็นหลักในการสื่อสารพูดถึงมาตรการทางสาธารณสุขเป็นหลัก มีการพูดแทรกอยู่บ้างในการสื่อสารหลายๆ ครั้ง แต่ไม่ได้รับการให้นำหนักเป็นประเด็นหลักของการสื่อสาร ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า พล.อ.ประยุทธ์ต้องการให้ประชาชนรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการทางสาธารณสุขจาก ศบค. ซึ่งรัฐบาลแต่งตั้งขึ้นมาในวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2563 เพื่อให้ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวข้องกับการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาธารณสุขและการแพทย์

ภาพรวมสัดส่วนประเด็นหลักในการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ดังแสดงในภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 ผลการศึกษาสัดส่วนประเด็นหลักในการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย

ผลการศึกษาเอกสารของผู้วิจัยในส่วนของประเด็นหลักการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย สอดคล้องกับความเห็นของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ท่าน โดยเฉพาะสัดส่วนของการรายงานสถานการณ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่าเป็นสัดส่วนอันดับ 1

เท่ากับมาตรการทางเศรษฐกิจ โดยนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ท่าน ตั้งข้อสังเกตว่า พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ให้ความสำคัญกับการรายงานสถานการณ์ “มากเกินไป” โดยนักประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ท่าน มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าในช่วงภาวะวิกฤติ เมื่อผู้นำออกมาสื่อสารกับประชาชน ประเด็นหลักของการสื่อสารไม่ควรเป็นการรายงานสถานการณ์ ประเด็นหลักของการสื่อสารของผู้นำ ในภาวะวิกฤติไม่ควรเป็นข้อมูลทั่วไปที่ประชาชนสามารถรับฟังจากแหล่งอื่นได้ สาระในการสื่อสารของผู้นำประเทศในภาวะวิกฤติควรเป็นสารที่มีความจำเพาะเจาะจงที่ต้องเป็นผู้นำประเทศเท่านั้นที่จะเป็นผู้แถลงให้ประชาชนรับทราบ ประเด็นหลักที่นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ท่าน มีความเห็นว่าเป็นประเด็นหลักที่ผู้นำประเทศควรสื่อสารกับประชาชนในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ได้แก่ การวิเคราะห์เกี่ยวกับการแพร่ระบาดและการควบคุมการแพร่ระบาดโดยตรง ที่จะแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่รัฐต้องขอความร่วมมือให้ประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของรัฐบาล หรือความจำเป็นที่รัฐต้องประกาศใช้มาตรการรุนแรงทางการเมืองที่จะกระทบถึงสิทธิพื้นฐานของประชาชน ข้อมูลที่แสดงถึงศักยภาพของรัฐบาลในการควบคุมการแพร่ระบาดเพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่น รวมถึงการตอบสนองต่อประเด็นที่กำลังเป็นที่วิตกของประชาชน เช่น มาตรการทางสังคมหรือมาตรการทางการเมืองในการจัดการกับปรากฏการณ์หน้ากากอนามัยขาดตลาด หรือการแถลงเกี่ยวกับการจัดหาวัคซีนให้กับประชาชน โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่สังคมตั้งคำถามถึงการไม่เข้าร่วมโครงการโคแวกซ์ แต่เลือกการสนับสนุนให้บริษัทเอกชนในประเทศไทย คือ บริษัท สยามไบโอไซเอนซ์ จำกัด เป็นผู้ผลิตวัคซีนโดยการรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากบริษัทแอสตรา เซเนกา ซึ่งประเด็นเหล่านี้ไม่ปรากฏในการสื่อสารของผู้นำประเทศไทยทั้ง 14 ครั้ง ตัวอย่างการแสดงความเห็นต่อคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำไทยในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยที่มีต่อประเด็นหลักในการสื่อสาร เช่น

ในฐานะผู้นำประเทศประชาชนเขารอฟัง ผมในฐานะประชาชนคนหนึ่งก็รอฟัง ผมอยากรู้บทบาทหน้าที่ อยากรู้ศักยภาพของรัฐบาล แต่ท่านใช้เวลากับการรีวิวนโยบาย การเล่าเรื่อง นั้นไม่ใช่บทบาทผู้นำประเทศ การแถลงใน 3 ครั้งแรก เหมือนท่านมานั่งอ่านข่าวเอง ผมซึ่งตามข่าวตลอดอยู่แล้วฟังแล้วหงุดหงิดมาก ท่านควรต้องบอกไปเลยว่าจากสถานการณ์แบบนี้รัฐบาลจะทำอะไร มีหลักคิดหรือแนวโน้มในการรับมืออย่างไร ซึ่งผมว่าจำเป็นมาก (นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์คนที่ 2, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน 2565)

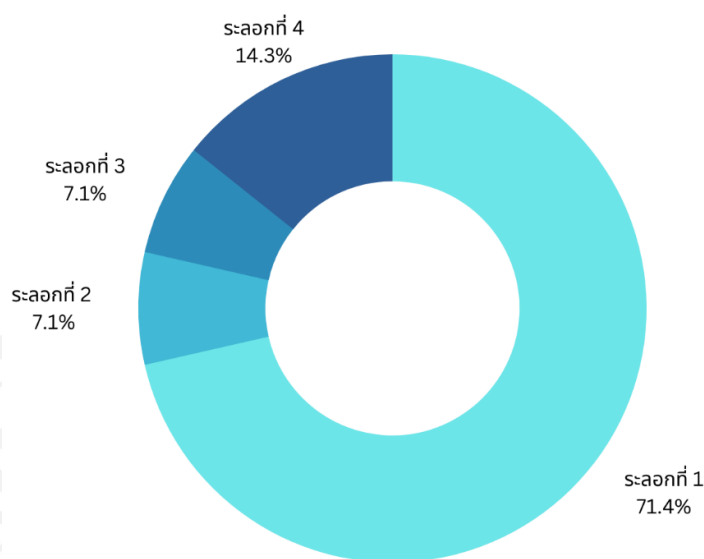
อย่างเรื่องโคแวกซ์ที่หลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศที่รวยและมีศักยภาพมากกว่าไทยพากันเข้าร่วมแต่ไทยไม่เข้า การตัดสินใจตรงนี้ผู้นำต้องชี้แจงกับประชาชนโดยตรงถึงเหตุผลของการตัดสินใจ และผลกระทบที่จะเกิดตามมา รวมถึงทางเลือกอื่นที่จะทำให้เราสามารถเข้าถึงวัคซีนได้ รัฐบาลบอกว่าจะผลิตวัคซีนเอง แต่ก็ไม่มีมาให้ข้อมูลถึงศักยภาพของโรงงานที่จะตั้งขึ้น ตลอดระยะเวลานั้นไม่มีการชี้แจงถึงโรงงานที่รัฐบาลให้เงิน

สนับสนุนไปด้วย แล้วสุดท้ายสิ่งที่เกิดขึ้นคือรัฐบาลไปซื้อวัคซีนจากจีนในราคาที่แพงกว่าที่ประเทศอื่นซื้อ ทำให้ประชาชนไม่พอใจ และไม่เชื่อมั่นรัฐบาล เรื่องสำคัญแบบนี้ นายกรัฐมนตรีในฐานะผู้นำประเทศต้องออกมาชี้แจงให้ประชาชนทราบด้วยตัวเอง และต้องมีเหตุผลที่ดีพอมารองรับ (นักวิชาชีพรักษาสัมพันธ์คนที่ 5, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565)

นักวิชาชีพรักษาสัมพันธ์คนที่ 1 แสดงความเห็นต่อประเด็นหลักในการสื่อสารของผู้นำว่า ควรต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ณ ขณะนั้น “การสื่อสารต้องโดนเขา ตอนนั้นเขากลับ เขาอยากรู้ว่าถ้าป่วยต้องทำอะไร ไม่ป่วยต้องทำอะไร ทำอย่างไรจะไม่ป่วย และประเทศจะได้รับผลกระทบอะไรบ้าง ข้อมูลพวกนี้ต้องปรากฏในการสื่อสารของผู้นำ” (นักวิชาชีพรักษาสัมพันธ์คนที่ 1, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565)

2) ช่วงเวลาในการสื่อสาร

ผู้วิจัยนำวันที่ที่ผู้นำประเทศ คือ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา สื่อสารกับประชาชนในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 ทั้ง 14 ครั้ง ไปเปรียบเทียบกับช่วงเวลาของการแพร่ระบาดระลอกต่างๆ ทั้ง 4 ระลอก เพื่อพิจารณาช่วงเวลาการสื่อสารเทียบกับระยะวิกฤติที่เกิดขึ้น ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสาร 10 ครั้ง จากจำนวน 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 71.4 เป็นการสื่อสารในช่วงเวลาของการระบาดระลอกแรก คือ ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม – 30 พฤศจิกายน 2563 ส่วนการสื่อสารครั้งที่เหลือกระจายกันไปในการระบาดระลอกที่ 2 และระลอกที่ 3 จำนวน 1 ครั้ง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และในการแพร่ระบาดระลอกที่ 4 จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.3 ภาพรวมการกระจายของช่วงเวลาในการสื่อสารดังแสดงในภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 แสดงการกระจายของช่วงเวลาในการสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 เปรียบเทียบกับระลอกของการระบาด

3) ช่องทางการสื่อสาร

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้กำหนดขอบเขตที่การสื่อสารของผู้นำผ่านทางออกแถลงการณ์ทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ ซึ่งออกอากาศผ่านการถ่ายทอดสดพร้อมกันทางสถานีโทรทัศน์ที่เป็นสมาชิกทั้ง 15 สถานี ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 (ทั้งช่อง 3 ออร์จินัล, ช่อง 3 HD และ ช่อง 33), สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 (ช่อง 1), สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 HD (ช่อง 35), สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 MCOT HD (ช่อง 30), สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (ช่อง 2) สถานีโทรทัศน์ TPBS (ช่อง 3), TNN News (ช่อง 16) ช่องทรูפורยู (ช่อง 24), ช่องวัน 31, GMM ช่อง 25, อมรินทร์ทีวี ช่อง 34, เนชั่นทีวี ช่อง 22 และ ช่องนิว 18 ออกอากาศพร้อมกัน

เมื่อศึกษาช่องทางการสื่อสารของผู้นำพบว่า มีการนำการสื่อสารของ พล.อ.ประยุทธ์ ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแล้ว ไปโพสต์ทางโซเชียลมีเดียด้วย เพื่อให้สาธารณชนสามารถรับชมย้อนหลังได้ โดยเฟซบุ๊กเพจ “ไทยคู่ฟ้า” และช่องยูทูป “ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล” ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารทางโซเชียลมีเดียที่เป็นทางการของรัฐบาลไทย live การสื่อสารของนายกรัฐมนตรีทุกครั้ง ปัจจุบัน นอกจากนีเฟซบุ๊กเพจ “ไทยรู้สู้โควิด” ซึ่งเป็นเพจที่กระทรวงสาธารณสุขเปิดขึ้นเพื่อสื่อสารเกี่ยวกับสถานการณ์โรคโควิด 19 กับประชาชนเป็นการเฉพาะ ได้สรุปเนื้อหาการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีทุกครั้งเผยแพร่ทางเพจด้วย โดยทำกราฟฟิกสรุปสาระสำคัญของการสื่อสารประกอบ เพจ “ไทยรู้สู้โควิด” จะเผยแพร่เนื้อหาสรุปการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีหลังวันออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ 1 วัน นอกจากนี้ยังพบว่าช่องยูทูปของกรม

ประชาสัมพันธน์มีการอัปโหลดคลิปวิดีโอการสื่อสารของนายกรัฐมนตรี้ด้วย แต่ไม่ได้มีการเผยแพร่ทุกครั้งที่มีการสื่อสาร พบว่าคลิปวิดีโอการสื่อสารที่มีการอัปโหลดในช่องยูทูปของกรมประชาสัมพันธ์มีเพียง 4 ครั้ง คือ การสื่อสารในวันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2563 การสื่อสารในวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2563 การสื่อสารในวันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2563 และการสื่อสารในวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2563

4) คุณลักษณะด้านการใช้ภาษา

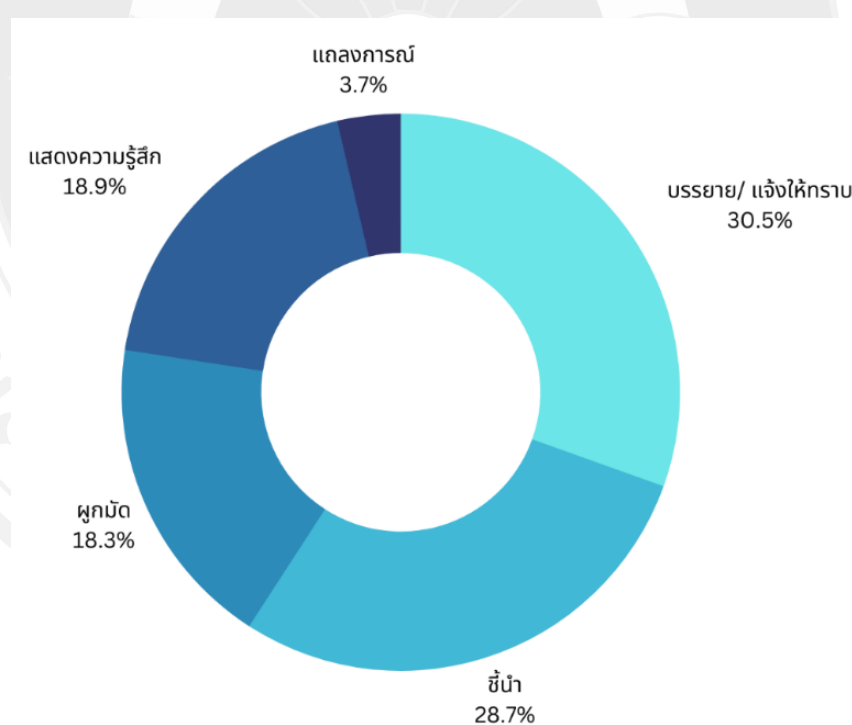
ผลจากการวิเคราะห์การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยตามแนวคิดวัจนกรรม โดยจำแนกถ้อยคำที่เป็นวัจนกรรม ซึ่งหมายความรวมถึงคำ วลี และอนุประโยค ที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำของภาษาในการสื่อสารของนายฯ เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มการบรรยายหรือแจ้งให้ทราบ กลุ่มชี้แนะ กลุ่มผูกมัด และแสดงความรู้สึก และกลุ่มประกาศหรือแถลงการณ์ ผลการวิเคราะห์พบว่าในการสื่อสารของนายกรัฐมนตรี้ทั้งหมด 14 ครั้ง มีถ้อยคำที่เป็นวัจนกรรมทั้งหมด 165 ถ้อยคำ เป็นถ้อยคำในกลุ่มชี้แนะมากที่สุดจำนวน 47 ถ้อยคำ รองลงไปคือถ้อยคำประเภทบรรยายหรือแจ้งให้ทราบ จำนวน 43 ถ้อยคำ ประเภทของวัจนกรรมที่มีการใช้น้อยที่สุดคือแถลงการณ์ มีจำนวน 14 ถ้อยคำ

รายละเอียดผลการจำแนกประเภทวัจนกรรมในการสื่อสารของพล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในภาวะวิกฤติการสถานการณ์โควิด 19 ดังปรากฏในตารางที่ 4.1 และภาพที่ 4.5

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการจำแนกวัจนกรรมในการสื่อสารของผู้นำในช่วงที่เกิดวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย

วันที่ทำการสื่อสาร	ประเภทวัจนกรรม					รวม
	บรรยายหรือแจ้งให้ทราบ	ชี้แนะ	ผูกมัด	แสดงความรู้สึก	แถลงการณ์	
16 มีนาคม 2563	2	5	-	2	-	9
17 มีนาคม 2563	5	3	2	2	-	12
25 มีนาคม 2563	2	5	7	-	1	14
2 เมษายน 2563	6	6	3	2	1	18
10 เมษายน 2563	5	1	-	2	-	8
17 เมษายน 2563	5	5	1	1	-	13
26 พฤษภาคม	3	1	3	3	-	10

วันที่ทำการสื่อสาร	ประเภทกิจกรรม					รวม
	บรรยาย หรือแจ้งให้ ทราบ	ชี้แนะ	ผูกมัด	แสดง ความรู้สึก	แลกเปลี่ยน	
17 มิถุนายน 2563	3	6	4	1	3	17
13 สิงหาคม 2563	1	4	2	2	-	9
17 กันยายน 2563	1	3	1	3	-	8
22 ธันวาคม 2563	3	3	1	2	-	9
23 เมษายน 2564	6	-	2	4	-	12
16 มิถุนายน 2564	3	3	1	4	-	11
11 ตุลาคม 2564	5	2	3	3	1	14
รวม	50	47	30	31	6	164



ภาพที่ 4.5 แสดงสัดส่วนกิจกรรมในการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยทั้ง 14 ครั้ง

เมื่อพิจารณาวัจนกรรมประเภทต่างๆ อย่างละเอียด ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

1) วัจนกรรมประเภทบรรยายหรือแจ้งให้ทราบ

จากการศึกษาพบว่าการใช้สื่อสารของนายกรัฐมนตรีมีการใช้วัจนกรรมประเภทบอกกล่าวหรือแจ้งให้ทราบมีทั้งหมด 50 ถ้อยคำ คิดเป็นร้อยละ 30.5 ของวัจนกรรมที่พบในการสื่อสารของผู้นำประเทศในช่วงภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย โดยมีปรากฏในการสื่อสารทุกครั้ง มีการใช้ในลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้

(1) บอกกล่าววัตถุประสงค์ของการสื่อสาร โดยจะใช้ในช่วงต้นของการสื่อสาร หลังจากกล่าวทักทายผู้ฟัง เช่น คำว่า “ขอรายงาน” “เรียนให้ทราบ” และ “ขอประกาศให้ทราบว่า” ตัวอย่างประโยคในการสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2563 “ผมในฐานะนายกรัฐมนตรีและผู้อำนวยการศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด 19 หรือ ศบค. ขอรายงานความคืบหน้าการดำเนินการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินของศูนย์ฯ ดังต่อไปนี้” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) และ วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563 “วันนี้มีเรื่องเรียนให้ทราบดังต่อไปนี้ครับ” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

(2) การแจ้งให้ทราบถึงความรู้สึกนึกคิดของตนเอง เพื่อให้ประชาชนศรัทธาและสร้างความมั่นใจ เช่น คำว่า “อยากให้ทุกคนรู้ว่า” “ยืนยัน” และ “คาดหวัง” ตัวอย่างประโยคในการสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ ในวันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 “ผมอยากให้ทุกคนรู้ว่าผมนึกถึงพี่น้องนับล้านๆ คน ที่ต้องพึ่งพาหารายได้จากธุรกิจท่องเที่ยวและบริการอยู่ตลอด” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) และ วันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2564 “ขอยืนยันว่ารัฐบาลและ ศบค. มีความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์การแพร่ระบาดครั้งนี้อย่างเต็มที่” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564)

(3) แจ้งให้ทราบถึงการดำเนินงานหรือการใช้อำนาจในฐานะนายกรัฐมนตรี เช่น คำว่า “ตัดสินใจ” “ได้สั่งการ” “ได้เร่งรัด” ตัวอย่างประโยคจากการสื่อสารในวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2564 “ผมได้ตัดสินใจอย่างชัดเจนแน่วแน่ปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทางด้านสาธารณสุขที่ยอดเยี่ยมของเราที่มีอยู่มากมายหลายท่าน” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564) และวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2564 “ผมได้สั่งการให้มีการเตรียมความพร้อมระบบสาธารณสุขของประเทศในด้านต่างๆ เพื่อสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564)

2) วัจนกรรมประเภทชี้แนะ

พบว่ามีการใช้คำในกลุ่มของการขอร้อง (Requesting) ออกคำสั่ง (Commanding) และโน้มน้าวใจ (Persuading)

(1) การชี้แนะในกลุ่มขอร้อง มุ่งสื่อสารตรงสู่สาธารณะ พบว่ามีการใช้วัจนกรรมกลุ่มนี้เมื่อต้องการให้สาธารณะปฏิบัติตามแนวทางของรัฐบาลในด้านการควบคุมการแพร่กระจายของโรค

เช่น คำว่า “ขอให้เชื่อมั่น” “ขอความร่วมมือ” “ขอให้สู้ไปด้วยกัน” ตัวอย่างประโยคจากการสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2563 “ขอให้เชื่อมั่นว่าผู้ป่วยติดเชื้อโควิดทุกคนจะมีเตียงและยาในการดูแลรักษาอาการป่วยตามมาตรฐานสากลทุกประการ” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) และ “ช่วงนี้ต้องขอความร่วมมือให้ชะลอการเดินทางเข้าประเทศไทยตั้งแต่วันนี้จนถึงวันที่ 15 เมษายน เพื่อรักษาสุขภาพทุกคนภายในประเทศและท่านที่จะเดินทางกลับมาด้วย” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) และ “ขอให้ทุกคนได้สู้ไปด้วยกันนะครับ ประเทศไทยต้องชนะ” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

(2) การชี้้นำในกลุ่มออกคำสั่ง เป็นกลุ่มที่พบมากที่สุดในกลุ่มย่อยของวัจนกรรมประเภทชี้นำ ทั้งหมด โดยผลการศึกษาพบว่ามีการสื่อสารที่ต้องการออกคำสั่งคนเฉพาะกลุ่มและมุ่งตรงสู่สาธารณะ ส่วนใหญ่มีคำว่า “ต้อง” “ห้าม” “งด” “อย่า” มีการใช้คำว่า “ขอให้” แต่ปิดท้ายด้วยคำว่า “เท่านั้น” ทำให้เป็นถ้อยคำของการสั่งมากกว่าการขอร้อง การออกคำสั่งจะใช้กับมาตรการที่สอดคล้องกับมติคณะรัฐมนตรีหรือข้อบังคับของ ศบค. หวังผลทั้งในด้านการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค และการควบคุมทางการเมือง ตัวอย่างประโยคการสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2563 “ผมขอให้สื่อมวลชนทุกสำนักรวมทั้งสื่อโซเชียลได้ใช้ความระมัดระวังในการสื่อสาร โดยขอให้ใช้ข้อมูลจากศูนย์ฯ นี้เท่านั้น” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) และวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563 “ชาวต่างชาติที่เดินทางจากประเทศซึ่งเป็นพื้นที่เขตโรคติดต่ออันตราย ต้องมีใบรับรองแพทย์อายุไม่เกิน 3 วัน ต้องมีประกันสุขภาพ และต้องยินยอมใช้แอปพลิเคชันติดตามของรัฐ” และ “ห้ามข้าราชการพนักงานของรัฐและรัฐวิสาหกิจเดินทางไปต่างประเทศ” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) คำว่า “ห้าม” ยังพบว่ามีการใช้ในเชิงคำสั่ง ที่ไม่มีบทลงโทษ เช่น “ห้ามกักตุนสินค้าและขึ้นราคาโดยไม่มีเหตุผล” “ห้ามการเสนอข่าวบิดเบือน” “ห้ามเข้าพื้นที่เสี่ยง”

(3) การชี้นำในกลุ่มโน้มน้าวใจ พบว่ามุ่งสื่อสารถึงกลุ่มการเมืองที่ออกมาเคลื่อนไหวทางการเมืองเป็นหลัก สารหรือเนื้อหาของการสื่อสารส่วนใหญ่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 โดยตรง แต่มุ่งให้กลุ่มก้อนทางการเมืองเปลี่ยนทัศนคติทางการเมืองเพื่อประโยชน์แก่รัฐบาลเป็นหลัก เช่น คำว่า “ถึงเวลาแล้ว” “ต้องหยุด” ตัวอย่างประโยคการสื่อสารในวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2563 “ผมคิดว่าถึงเวลาแล้วนะครับที่รัฐบาลและทั้งประเทศควรจะทำงานในทุกวันให้เหมือนกับว่าเราอยู่ในวิกฤติ เราต้องก้าวข้ามเกมการเมืองต้องร่วมมือกันทำงานอย่างจริงจังให้ได้เต็มเม็ดเต็มหน่วยมากขึ้น” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) และ “เราต้องไม่เสียเวลาไปกับการถกเถียงอย่างไม่มีที่สิ้นสุดและปล่อยให้คนไทยต้องอดทนหยุดรออยู่กับที่ต่อไปอีกเป็นเดือนๆ ปี” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) และวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2563 “ขอฝากไปถึงทุกคนที่จะออกมารวมตัวกันว่าขอให้นึกถึงพี่น้องคนไทยด้วยกันให้มากๆ คนไทยอีกเป็นสิบล้านคนที่จะได้รับ

ผลกระทบจากการที่ท่านกำลังเพิ่มความเสี่ยงในการเจ็บป่วยจากโควิด” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

(4) การชี้แนะในลักษณะของการชี้แจง พบว่ามีการใช้ 1 ครั้ง คำที่ใช้คำว่า “ขอเตือน” ได้แก่ประโยคที่ว่า “ผมขอเตือนกลุ่มคนที่อาจจะฉวยโอกาสหาผลประโยชน์บนความทุกข์ร้อน ความเป็นความตายของประชาชน ให้รู้ไว้ว่าอย่าคิดว่าจะหลุดพ้นได้” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) เป็นการพูดในบริบทที่หน้าากอนามัยและอุปกรณ์ป้องกันการติดเชื้อส่วนบุคคล (ชุด PPE) ขาดตลาด มีจำหน่ายเฉพาะในออนไลน์ในราคาที่สูงเกินกว่าที่กฎหมายกำหนดหลายเท่าตัว แม้จะใช้คำว่า “ขอเตือน” แต่บริบทการสื่อสารทั้งหมดออกมาในลักษณะของการชี้แจง เพียงแต่เป็นการชี้แจงในลักษณะการกล่าวลอยๆ ไม่มีรายละเอียดการวางแผนการจับกุมผู้กระทำผิดจริง

3) วจนกรรมประเภทผูกมัด

จากการศึกษาพบว่าวจนกรรมในกลุ่มนี้เป็นการที่ผู้พูดคือ ผูกมัดตัวเองต่อภาระหน้าที่ที่ต้องกระทำในฐานะผู้นำประเทศ และเป็นถ้อยคำที่แสดงให้เห็นความมั่นใจของผู้นำว่าการผูกมัดตนเองกับภาระงานนั้นๆ จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดกับประชาชนได้ ตัวอย่างถ้อยคำ ส่วนใหญ่ประกอบด้วยคำว่า “ผมจะ” เช่น การสื่อสารในวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2564 “ผมจะพยายามทำทุกทางเพื่อให้เราได้รับส่งมอบวัคซีนตามกำหนดการ” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564) วันที่ 26 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 “ผมจะไปพบกับสมาคมภาคธุรกิจไม่ว่าจะขนาดกลาง หรือขนาดเล็ก เพื่อรับฟังพวกท่านด้วยตัวของผมเองโดยตรง ไม่ต้องผ่านหน่วยงานใดเพื่อให้ผมได้รับทราบถึงสถานการณ์ที่แท้จริง” และ “ผมจะติดตามเรื่องนี้ด้วยตนเอง โดยผมได้สั่งการให้หน่วยงานรัฐทำรายงานให้ผมรับทราบตอนสิ้นปี” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) วันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2564 : “ผมและรัฐบาลจะทำทุกทางเพื่อให้เราผ่านวิกฤติในระลอกนี้ไปได้ พวกเราทุกคนจะสู้ไปด้วยกันอีกครั้ง” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564) วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2563 : “ผมจะเข้ามาบัญชาการการจัดการกับไวรัสโควิด 19 ในทุกมิติอย่างเต็มตัว” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

4) วจนกรรมประเภทแสดงความรู้สึก

ผลการศึกษาพบว่ามีการแสดงความรู้สึกเชิงบวก 13 คำ เชิงลบ 2 คำ โดยถ้อยคำเชิงบวก เช่น คำว่า “ขอบคุณ” “ขอชื่นชม” “เบาใจ” “ทิ้ง” “ภูมิใจ” “ยกย่อง” “ยกความดีความชอบให้” โดยคำว่า “ขอบคุณ” พบว่ามีการใช้มากที่สุดคือ 7 ครั้ง รองลงไปคือคำว่า “ขอชื่นชม” พบว่ามีการใช้ 4 ครั้ง ส่วนใหญ่คำแสดงความรู้สึกเชิงบวกจะใช้เมื่อสื่อสารถึงบุคลากรทางการแพทย์ และผู้ที่สนับสนุนการทำงานของรัฐบาล รวมถึงผู้ที่กำลังใจนายกรัฐมนตรื เช่น วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2564 : “ผมต้องขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่แนะนำให้เราเลือกเดินทางในแนวทางนี้” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564) วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2563 : “ผมต้องขอชื่นชมบุคลากรทางการแพทย์ และสาธารณสุขทุกท่าน อสม. เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) วันที่ 2 เมษายน

พ.ศ. 2563 : “ผมขอขอบคุณจิตอาสาทุกคนที่ไม่ยอมนิ่งดูดาที่จจะรวมพลังความรักความสามัคคี ร่วมกันทำเพื่อประเทศชาติและประชาชน” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

มีกล่าวชื่นชมสื่อมวลชน 1 ครั้ง ได้แก่ การสื่อสารในวันที่ 13 สิงหาคม 2563 “ผมอยากจะขอชื่นชมสื่อทุกคนด้วยความเคารพสำหรับการสละเวลาพบผม นำเสนอความคิดและคำแนะนำเพื่ออนาคตของประเทศ” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

ผลการศึกษาพบการใช้คำแสดงความรู้สึกเชิงบวกกับประชาชน 2 ครั้ง ได้แก่ วันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2564 “ขอขอบคุณประชาชนทุกคนที่ให้ความร่วมมือ ให้ความช่วยเหลือในการฝ่าวิกฤติครั้งนี้” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564) วันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2563 : “การที่เราทำได้อย่างนี้ต้องยกความดีความชอบเป็นของประชาชนคนไทยทุกคนที่ให้ความร่วมมือ มีความเป็นหนึ่งเดียวกัน และมีความรับผิดชอบต่อสังคม” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

และพบถ้อยคำแสดงความรู้สึกเชิงลบ 2 ถ้อยคำ คือคำว่า “ไม่เป็นที่น่าพอใจนัก” ใช้สื่อความหมายไปยังกลุ่มกลุ่มผู้ฝ่าฝืนคำสั่งของรัฐ ได้แก่ การสื่อสารในวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2563 “ยังคงมีผู้ฝ่าฝืนมีการมั่วสุมชุมนุมกันในยามวิกาลกว่า 6,500 ราย ในช่วงวันที่ 3 – 10 เมษายน ที่ผ่านมา ยังไม่เป็นที่น่าพอใจนัก เนื่องจากถือว่าเป็นตัวเลขที่สูงเกินไป ในแง่การจำกัดการแพร่ระบาดของโรคให้มีประสิทธิภาพสูงสุด” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) และการเรียกกลุ่มผู้ชุมนุมประท้วงทางการเมืองว่าเป็น “บุคคลที่ขาดจิตสำนึก” ตัวอย่างประโยคในวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2563 “บุคคลที่ขาดจิตสำนึก ขาดความรับผิดชอบต่อเหล่านี้จะทำให้พ่อ แม่ พี่น้อง ประชาชน คนไทย ที่หาเช้ากินค่ำ และคนส่วนใหญ่ ต้องลำบากในการใช้ชีวิตในช่วงเวลานี้ ผมขอเตือนให้แก้ไขตัวเอง” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

ถ้อยคำแสดงความเห็นอกเห็นใจประชาชน เช่น การสื่อสารวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2563 : “ผมก็รู้ถึงความเจ็บปวดของทุกคนที่อยู่ในภาคการท่องเที่ยว ผมรู้สึกจริงๆ ครับว่าทุกคนเจ็บปวดหลายครั้งผมนอนไม่หลับนะครับ” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

5) วิจารณ์กรมประมงประกาศหรือแถลงการณ์

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเป็นกลุ่มของวิจารณ์ที่พบน้อยที่สุดในการสื่อสารทั้ง 14 ครั้ง ของผู้นำคือพบเพียง 6 ถ้อยคำเท่านั้น ส่วนใหญ่คือ 4 จาก 6 ถ้อยคำ เป็นการแถลงสั่งการหน่วยงานของรัฐ 1 ครั้ง เป็นการประกาศเคอร์ฟิว และ 1 ครั้ง เป็นการแถลงให้ทราบถึงสิ่งที่ตนเองต้องการ ซึ่งมีนัยให้ประชาชนต้องทำตาม ตัวอย่างการใช้ถ้อยคำในกลุ่มนี้ ได้แก่ การสื่อสารในวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2563 : “ผมจะขอให้แต่ละภาคส่วนได้เตรียมการเข้ามานำเสนอวิสัยทัศน์และความคิดในการเปลี่ยนโฉมและขับเคลื่อนส่วนต่างๆ ไปสู่ทิศทางที่ดีขึ้น” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2563 : “เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมการระบาด และลดการสัญจรของพี่น้องประชาชน ผมจะประกาศข้อกำหนดห้ามบุคคลออกนอกเคหะสถานหรือที่เรียกว่าเคอร์ฟิวตั้งแต่วเวลา

22.00 น. – 04.00 น. ท้าวราชอาณาจักร” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) และ วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2563 : “ต่อไปนี้รัฐบาลจะต้องทำงานโดยดึงทุกภาคส่วนและทุกระดับในสังคมเข้ามามีส่วนร่วม มีบทบาทมากขึ้น ในการช่วยกันกำหนดอนาคตของประเทศหลังโควิด 19” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

เมื่อให้นักวิชาชีพระชาสัมพันธ์แสดงทัศนะต่อประเด็นการใช้ภาษาในการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย พบว่าประเด็นที่ทุกท่านให้ความเห็นสอดคล้องกันคือ การใช้ถ้อยคำเชิงลบ ในลักษณะของการตำหนิ ประชาชน แม้จะพบว่ามีการใช้เพียง 2 คำ แต่ในทัศนะของนักวิชาชีพระชาสัมพันธ์เห็นว่าเป็นสิ่งไม่เหมาะสม ไม่ควรเกิดขึ้น โดยเฉพาะเมื่อมีการใช้ถ้อยคำเชิงลบในลักษณะของการขมขู่ เช่น วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2563 : “ผมขอเตือนกลุ่มคนที่จะฉวยโอกาสหาผลประโยชน์บนความทุกข์ร้อน ความเป็นความตายของประชาชน ให้รู้ไว้ว่าอย่าคิดว่าจะหลุดพ้นได้” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) เป็นต้น

ตัวอย่างความเห็นของนักวิชาชีพระชาสัมพันธ์ต่อประเด็นนี้ เช่น

“ในสถานการณ์เช่นนี้ผู้นำไม่ควรพูดพาดพิงถึงความขัดแย้งเพราะทำให้การสื่อสารออกมาเป็นลบ” (นักวิชาชีพระชาสัมพันธ์คนที่ 1, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565)

“เป็นสิ่งที่พูดไปแล้วไม่ทำให้สถานการณ์ดีขึ้น” (นักวิชาชีพระชาสัมพันธ์คนที่ 2, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565)

“การเลือกใช้คำของท่านหลายครั้งแสดงให้เห็นถึงการไม่เข้าใจหรือเห็นอกเห็นใจผู้ฟัง” (นักวิชาชีพระชาสัมพันธ์คนที่ 3, สัมภาษณ์, 2 ธันวาคม พ.ศ. 2565)

“การใช้คำพูดเชิงลบไม่เหมาะสมกับสถานการณ์การระบาดที่รุนแรง และทุกภาคส่วนที่ได้รับผลกระทบ” (นักวิชาชีพระชาสัมพันธ์คนที่ 4, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม พ.ศ. 2565)

“การเลือกใช้คำที่ไม่เหมาะสมเมื่อมาผนวกกับการใช้น้ำเสียงแบบทหารแล้ว มันไม่ใช่การสื่อสารที่ดีในสถานการณ์นี้ มันส่งผลต่อการขอความร่วมมือจากประชาชน” (นักวิชาชีพระชาสัมพันธ์คนที่ 5, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565)

นักวิชาชีพระชาสัมพันธ์จำนวน 3 ท่าน แสดงความไม่เห็นด้วยกับการใช้ถ้อยคำในลักษณะของการออกคำสั่ง เพราะในช่วงภาวะวิกฤติประชาชนส่วนใหญ่ตกอยู่ในภาวะของความหวาดกลัวอยู่แล้ว และรัฐบาลก็ต้องการความร่วมมือจากประชาชน จึงควรเน้นการใช้คำที่มีคุณลักษณะของการขอร้อง ซึ่งควรต้องควบคู่ไปกับบริบทการสื่อสารที่แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจและเห็นใจประชาชนด้วย “โควิด 19 เป็นโรคใหม่ ยังไม่มียารักษา และมีคนเสียชีวิตให้เห็นทุกวัน ไม่ต้องขู่ประชาชนก็กลัวอยู่แล้ว ในภาวะวิกฤติเช่นนี้ผู้นำควรให้กำลังใจและแสดงความเห็นใจประชาชนมากกว่า” (นักวิชาชีพระชาสัมพันธ์คนที่ 1, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565) “หลายคนต้องเสียญาติยังอยู่ในความเสียใจ จึงไม่ควรใช้คำรุนแรง และซ้ำเติม” (นักวิชาชีพระชาสัมพันธ์คนที่ 4, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม

พ.ศ. 2565) “ไม่ใช่คำพูดที่ดี พอท่านพูดออกมาแล้วเหมือนการชู่ตะคอกประชาชน” (นักวิชาชีพรักษาสัมพันธ์คนที่ 5, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2565)

ผลการศึกษายังพบว่านักวิชาชีพรักษาสัมพันธ์ 3 ใน 5 ท่าน ให้ความสำคัญกับการใช้ถ้อยคำในลักษณะผูกมัดตนเองของผู้นำ เช่น ที่พบในการสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2564 : “ผมจะพยายามทำทุกทางเพื่อให้เราได้รับส่งมอบวัคซีนตามกำหนดการ” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564) และวันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2563 : “ผมจะไปพบกับสมาคมภาคธุรกิจ ไม่ว่าจะขนาดกลาง หรือขนาดเล็ก เพื่อรับฟังพวกท่านด้วยตัวของผมเองโดยตรง ไม่ต้องผ่านหน่วยงานใดเพื่อให้ผมได้รับทราบถึงสถานการณ์ที่แท้จริง” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) และ “ผมจะติดตามเรื่องนี้ด้วยตนเอง โดยผมได้สั่งการให้หน่วยงานรัฐทำรายงานให้ผมรับทราบตอนสิ้นปี” และ “ผมจะเข้ามาบัญชาการการจัดการกับไวรัสโควิด 19 ในทุกมิติอย่างเต็มตัว” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563) โดยมีความเห็นว่าเป็นการใช้ภาษาที่ให้อารมณ์ความรู้สึกของการ “โอ้อวด” ซึ่ง “การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติ ไม่ควรใช้ถ้อยคำที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกว่าผู้นำกำลังโอ้อวดตนเอง เพราะจะทำให้ขอความร่วมมือจากสาธารณะได้ยาก” (นักวิชาชีพรักษาสัมพันธ์คนที่ 4, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม พ.ศ. 2565) “การสื่อสารในภาวะวิกฤติต้องเน้นโน้มน้าวใจคนให้ปรับตัวตามคำแนะนำของรัฐ ไม่ใช่การมานั่งอวดอ้าง หรือเน้นใช้อำนาจออกคำสั่งประชาชน” (นักวิชาชีพรักษาสัมพันธ์คนที่ 1, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565) และ “การจะแสดงให้ประชาชนเห็นถึงผลงานหรือความสามารถในการควบคุมการแพร่ระบาดต้องพูดด้วยหลักฐานเชิงประจักษ์ ให้เห็นว่ารัฐบาลทำอะไรไปบ้างแล้ว ผลของการกระทำมีอะไรเกิดขึ้นบ้าง” (นักวิชาชีพรักษาสัมพันธ์คนที่ 5, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565)

นักวิชาชีพรักษาสัมพันธ์ท่านหนึ่งเสนอแนะว่าเมื่อต้องการสื่อสารให้ประชาชนรับรู้ถึงภารกิจหรือแผนการที่จะดำเนินในอนาคตเพื่อบริหารจัดการสถานการณ์วิกฤติ การใช้ถ้อยคำในลักษณะการผูกมัดสามารถทำได้ แต่ผู้นำไม่ควรใช้สรรพนามแทนตนเองว่า “ผม” ซึ่งให้อารมณ์ความรู้สึกของการเป็นปัจเจกบุคคล ซึ่งการสื่อสารของผู้นำประเทศ เป็นการสื่อสารในฐานะผู้แทนคณะรัฐบาลที่ทำหน้าที่บริหารประเทศ การใช้ถ้อยคำที่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าผู้พูดกำลังส่งสารในฐานะตัวแทนรัฐบาล จะเหมาะสมกว่า และจะช่วยให้ไม่เกิดความรู้สึกโอ้อวดด้วย ตัวอย่างถ้อยคำที่นักวิชาชีพรักษาสัมพันธ์แนะนำให้ใช้ เช่น เปลี่ยนคำว่า “ผม” เป็น “รัฐบาล” หรือ การใช้คำว่า “ผม” เหมือนเดิมแต่เพิ่มส่วนขยาย เช่น “ผม ในฐานะหัวหน้ารัฐบาล...” “ผมและคณะรัฐมนตรี”

นักวิชาชีพรักษาสัมพันธ์ทั้ง 5 ท่าน ยังมีความเห็นต่อการใช้ถ้อยคำที่แสดงความรู้สึกว่า ในการสื่อสารของผู้นำประเทศในภาวะวิกฤติสถานการณ์โควิด 19 มีการสื่อสารที่แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจประชาชนที่กำลังได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ค่อนข้างน้อย สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์เนื้อหาของผู้วิจัยที่พบว่ามีการใช้ถ้อยคำที่แสดงอารมณ์ความรู้สึก

31 ถ้อยคำ ส่วนใหญ่เป็นการแสดงความรู้สึกชอบคุณบุคลากรในระบบสุขภาพและประชาชนที่ให้ความร่วมมือปฏิบัติตามมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล มีถ้อยคำที่แสดงความรู้สึกเห็นอกเห็นใจประชาชนเพียง 1 ถ้อยคำ

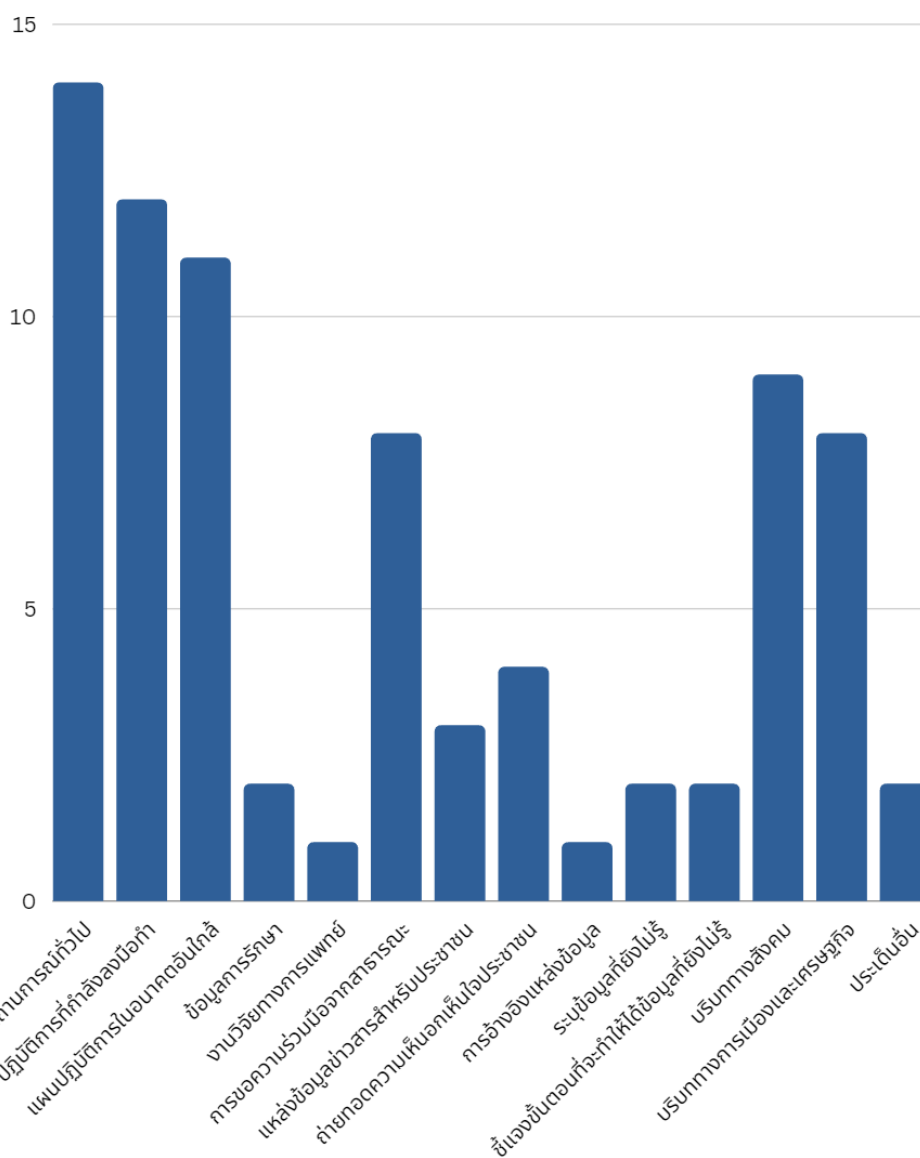
4.2 เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ภายใต้โมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติและความเสี่ยงฉุกเฉิน (CERC)

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ผ่านทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ ทั้ง 14 ครั้ง ภายใต้กรอบโมเดล CERC พบว่า หัวข้อที่มีการกล่าวถึงในการสื่อสารของผู้นำประเทศทุกครั้ง มีหัวข้อเดียวคือ “สถานการณ์ทั่วไปเกี่ยวกับการแพร่ระบาด” รองลงไปได้แก่หัวข้อ “ปฏิบัติการที่รัฐบาลกำลังลงมือทำ” มีการกล่าวถึงจำนวน 12 ครั้ง และอันดับ 3 คือ “แผนปฏิบัติการในอนาคตอันใกล้” ไม่มีหัวข้อหรือประเด็นใดที่ไม่ปรากฏในการสื่อสารทั้ง 14 ครั้งเลย หัวข้อที่มีการกล่าวถึงน้อยที่สุดภาพรวมของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำประเทศ 3 อันดับ คือ “การวิจัยทางการแพทย์” “การอ้างอิงแหล่งข้อมูล” พบว่ามีการกล่าวถึงเพียงประเด็นละ 1 ครั้ง รองลงมาคือ “ข้อมูลการรักษา” “การระบุข้อมูลที่ยังไม่รู้” และ “ชี้แจงขั้นตอน/ วิธีการที่จะทำให้ได้ข้อมูลที่ยังไม่รู้นั้น” โดยพบว่ามีกล่าวถึงประเด็นละ 2 ครั้ง เท่ากัน

สามารถสรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ตามกรอบ CERC ดังแสดงในตารางที่ 4.2 และ ภาพที่ 4.6

ตารางที่ 4.2 แสดงภาพรวมของเนื้อหาการสื่อสารของ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา เมื่อพิจารณาตาม
กรอบ CERC

วันที่สื่อสาร	ประเด็นหลักการสื่อสาร														
		1. สถานการณ์การระบาด	2. ปฏิบัติการที่ใกล้ถึงมือ	3. แผนปฏิบัติการในอนาคตอันใกล้	4. ข้อมูลการรักษา	5. การวิจัยทางการแพทย์	6. ความร่วมมือที่ต้องการจากสาธารณะ	7. แหล่งข้อมูลสำหรับประชาชน	8. อำนวยความสะดวกแก่ผู้เสียใจ	9. อ้างอิงแหล่งข้อมูล	10. ระบุข้อมูลที่ยังไม่รู้	11. ชี้แจงขั้นตอนให้ได้ข้อมูล	12. ปรับทางสังคม	13. ปรับปรุงทางเศรษฐกิจและการเมือง	14. อื่น ๆ ที่ประชาชนสนใจ
16 มี.ค. 63	รายงานสถานการณ์	/	/	/		/	/	/							
17 มี.ค. 63	มาตรการบริหารจัดการ สถานการณ์การแพร่ระบาด	/	/	/		/	/			/	/	/	/		
25 มี.ค. 63	มาตรการทางการเมือง	/	/	/		/	/	/				/			
2 เม.ย. 63	มาตรการทางการเมือง	/	/	/		/	/								
10 เม.ย. 63	มาตรการทางเศรษฐกิจ	/	/	/	/	/						/			/
17 เม.ย. 63	มาตรการทางเศรษฐกิจ	/	/	/				/		/	/	/	/		
26 พ.ค. 63	มาตรการทางเศรษฐกิจ	/	/												/
17 มิ.ย. 63	มาตรการทางเศรษฐกิจ	/	/	/								/			
13 ส.ค. 63	มาตรการทางเศรษฐกิจ	/													/
17 ก.ย. 63	รายงานสถานการณ์	/				/	/		/			/	/		
22 ธ.ค. 63	รายงานสถานการณ์	/	/	/	/	/	/	/				/	/		
23 เม.ย. 64	รายงานสถานการณ์	/	/	/	/										/
16 มิ.ย. 64	รายงานสถานการณ์	/	/	/				/				/	/		
11 ต.ค. 64	มาตรการทางสังคม	/	/	/								/	/		
รวม		14	12	11	2	1	8	3	4	1	2	2	10	8	2



ภาพที่ 4.6 กราฟแท่งแสดงการจำแนกเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยตามกรอบ CERC

เมื่อวิเคราะห์จำแนกรายละเอียดของเนื้อหาการสื่อสารตามกรอบโมเดล CERC ตามหัวข้อจะ
ได้ผลดังนี้

1) สถานการณ์ทั่วไปเกี่ยวกับการแพร่ระบาด ผลการศึกษาพบว่าการกล่าวถึงในการสื่อสาร
ของผู้นำทั้ง 14 ครั้ง โดยส่วนใหญ่เป็นการกล่าวถึงอย่างกว้างๆ ในลักษณะของการให้สถิติเชิงตัวเลข
เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อ จำนวนผู้เสียชีวิต จำนวนผู้ได้รับการฉีดวัคซีน จำนวนผู้ได้รับยาฟาวิพิราเวียร์
โดยไม่ลงลึกในรายละเอียดในเหตุผลหรือปัจจัยสืบเนื่อง และไม่มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของตัวเลข เช่น

ในวันนี้ประเทศไทยมียอดผู้ป่วยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2,070 ราย อันเป็นผลมาจากคลัสเตอร์ล่าสุดช่วงก่อนเทศกาลสงกรานต์ที่ยังคงส่งผลสืบเนื่องต่อมาอีกอย่างน้อย 2 สัปดาห์ โดยอัตราการแพร่ระบาดในครั้งนี้นำมาซึ่งการแพร่ระบาดที่มีความรุนแรงและเป็นวงกว้างกว่าระลอกที่ผ่านมา (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

องค์การเภสัชกรรมได้มีการสำรองและกระจายยาฟาวิพิราเวียร์สำหรับรักษาผู้ป่วยโควิด 19 จำนวนมากกว่า 3 แสนเม็ด โดยมีการกระจายไปสำรองในพื้นที่ต่างๆ แล้ว และกำลังนำเข้าเพิ่มอีก 2 ล้านเม็ด (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564)

การนำเข้ายาฟาวิพิราเวียร์ จากประเทศจีนและญี่ปุ่นที่ผ่านมา ดำเนินการไปแล้ว 5 ครั้ง รวม 187,000 เม็ด และอยู่ระหว่างการจัดหาเพิ่มเติมอีก 200,000 เม็ด นอกจากนี้ การจัดเตรียมเตียงเพิ่มและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ในการรองรับดูแลผู้ป่วย จำนวน 98 แห่ง ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล หาดห้อง ICU เพิ่มอีก 80 เตียง เพื่อรองรับสถานการณ์ในอนาคต (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

และพบว่าการกล่าวถึงสถานการณ์การแพร่ระบาดในต่างประเทศ 1 ครั้ง ในช่วงที่สถานการณ์การแพร่ระบาดในประเทศไทยเริ่มดีขึ้นสวนทางกับสถานการณ์ในต่างประเทศ ตัวเลขผู้ติดเชื้อใหม่ยืนยัน และตัวเลขผู้เสียชีวิตถูกหดยิบยกมาสื่อสารให้ประชาชน มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นความสามารถในการคุมสถานการณ์ของประเทศไทย การอ้างอิงสถิติตัวเลขของต่างประเทศพบว่าเป็นการกล่าวถึง โดยไม่มีการอ้างอิงแหล่งที่มา

ปัจจุบันฝรั่งเศสมีผู้เสียชีวิตไปแล้วมากกว่า 30,000 คน ส่วนที่ประเทศอังกฤษมีผู้ติดเชื้อรายใหม่เพิ่มขึ้นเท่าตัวในหนึ่งสัปดาห์ และมีผู้เสียชีวิตไปแล้วกว่า 42,000 คน และที่อื่นๆ ในโลกก็ด้วย อย่างที่ประเทศอินเดียตอนนี้มีผู้ติดเชื้อรายใหม่ภายในแค่วันเดียวกว่า 90,000 คน หรือที่ประเทศสหรัฐอเมริกา มีผู้ติดเชื้อรายใหม่มากกว่า 30,000 คนต่อวัน และมีผู้เสียชีวิตไปแล้วเกือบ 200,000 คน โลกกำลังตกอยู่ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ครั้งใหญ่ระลอก 2 อย่างชัดเจน (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

2) ปฏิบัติการที่รัฐบาลกำลังลงมือทำ จากการศึกษาพบว่าการสื่อสารของผู้นำประเทศในช่วงภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย รวม 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 85 ของการสื่อสารทั้งหมด โดยการสื่อสารที่มีเนื้อหาประเด็นเกี่ยวกับปฏิบัติการของรัฐบาลในการควบคุมการแพร่ระบาดชัดเจนที่สุดคือวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563 และวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2563 โดยการสื่อสารในวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563 ถ่ายทอดให้เห็นถึงปฏิบัติการของรัฐบาลทั้ง 6 ด้านที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ด้านสาธารณสุข ด้านเวชภัณฑ์ป้องกัน ด้านข้อมูล การชี้แจงและการรับเรื่องร้องเรียน ด้านการ

ต่างประเทศ ด้านมาตรการป้องกัน และด้านมาตรการให้ความช่วยเหลือเยียวยา ส่วนการสื่อสารในวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2563 เนื้อหาที่สื่อสารเป็นผลมติคณะรัฐมนตรีวันก่อนหน้านั้นเช่นเดียวกัน และความคืบหน้าในการดำเนินมาตรการต่างๆ

การสื่อสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับปฏิบัติการของรัฐบาลในการควบคุมการแพร่ระบาด ที่พบในการสื่อสารวันอื่นๆ พบว่าเป็นการกล่าวถึงอย่างกว้างๆ ในแนวความคิดการทำงานของรัฐบาล ไม่ได้ลงลึกหรือกล่าวถึงการปฏิบัติการของภาครัฐอย่างละเอียด เช่น การสื่อสารในวันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2563

ตอนนี้งานที่ผมมุ่งเน้นเป็นสำคัญแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มงานหลัก กลุ่มงานแรกคือ งานที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ หมายถึงสิ่งที่เราต้องทำเพื่อลดการแพร่กระจายของโรคโควิด 19 และเพิ่มเพิ่มความสามารถในการรักษาผู้ติดเชื้อ กลุ่มงานที่ 2 คือ งานเกี่ยวกับการช่วยเหลือพี่น้องประชาชนให้มีเงินเพียงพอต่อการดำรงชีวิตผ่านมาตรการและความช่วยเหลือต่างๆ” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

กรณีที่มีการลงรายละเอียดพบว่าเป็นลักษณะของการรายงานผลการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การสื่อสารในวันที่ 20 กรกฎาคม พ.ศ. 2564 “วันนี้กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขได้ลงนามทำสัญญากับบริษัทไฟเซอร์ และไบออนเทคในการจัดซื้อวัคซีนชนิด mRNA จำนวน 20 ล้านโดส ซึ่งจะสามารถนำส่งได้ในไตรมาสที่ 4 ของปีนี้” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564) และ “องค์การเภสัชกรรมได้มีการสำรองและกระจายยาฟาวิพิราเวียร์สำหรับรักษาผู้ป่วยโควิด 19 จำนวนมากกว่า 3 แสนเม็ด โดยมีการกระจายไปสำรองในพื้นที่ต่างๆ แล้ว และกำลังนำเข้าเพิ่มอีก 2 ล้านเม็ด (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564)

3) แผนปฏิบัติการในอนาคตอันใกล้ จากการศึกษาพบว่าการสื่อสารการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาด ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแผนปฏิบัติการในอนาคตอันใกล้ มักปรากฏควบคู่ไปกับการสื่อสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับปฏิบัติการที่รัฐบาลกำลังลงมือทำ โดยเมื่อสื่อสารถึงปฏิบัติการที่กำลังลงมือทำแล้ว ก็จะบอกแผนการต่อไปในประเด็นที่สืบเนื่อง เช่น เมื่อพูดถึงสถานการณ์การจัดหาวัคซีนในปัจจุบัน ก็จะทำให้ข้อมูลถึงแผนบริหารจัดการวัคซีนในอนาคตต่อไป ดังตัวอย่างการสื่อสารในวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2564

ที่ผ่านมาเราจัดหาแล้ว 64 ล้านโดส ประกอบด้วยแอสตรา เซเนก้า 61 ล้านโดส เริ่มส่งมอบเดือนมิถุนายนนี้ 6 ล้านโดส และเดือนต่อไปอีกเดือนละ 10 ล้านโดส...รัฐต้องจัดหาเพิ่มเติมอีก 36 ล้านโดส....เพื่อเป็นการเติมเต็มภาครัฐและเกิดการดำเนินงานเชิงรุกมากขึ้นผมได้ตั้งคณะทำงานพิจารณาการจัดหาวัคซีนป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ขึ้น ประกอบด้วย.....เพื่อให้ประเทศไทยของเรามีวัคซีนเพื่อฉีดให้กับประชาชนให้ครบ 50 ล้านคน ภายในสิ้นปีนี้ (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564)

อย่างไรก็ดีจากการศึกษาพบว่า การสื่อสารที่มีการพูดถึงแผนปฏิบัติการในอนาคต 12 ครั้ง นั้น มีเพียง 2 ครั้ง ที่พูดถึงแผนเกี่ยวข้องการบริหารสถานการณ์เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดโดยตรง โดยทั้ง 2 ครั้ง เป็นการพูดถึงแผนการนำเข้าวัคซีน การสื่อสารที่พูดถึงแผนปฏิบัติการในอนาคตส่วนใหญ่ คือ จำนวน 10 ครั้ง ใน 12 ครั้ง เป็นการสื่อสารถึงแผนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ เช่น การพูดถึงแผนการเปิดประเทศใน 120 วัน เพื่อให้ประเทศสามารถสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ ในวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2564

เพื่อเดินหน้าสู่เป้าหมายการเปิดประเทศภายใน 120 วัน เราจะเริ่มนำร่องที่จังหวัดภูเก็ตที่เตรียมผ่อนคลายบางมาตรการ และเปิดรับนักท่องเที่ยวเข้ามาแบบ sandbox ผมได้เร่งรัดให้นำเรื่องนี้เข้าที่ประชุมคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาและอนุมัติในช่วงสัปดาห์หน้าเพื่อจะได้เดินหน้าทำให้เกิดขึ้นจริงตามแผน (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564)

สิ่งที่ผมจะทำในช่วงสัปดาห์ข้างหน้า ประการแรกคือผมจะออกจดหมายเปิดผนึกถึงมหาเศรษฐีที่ร่ำรวยที่สุดในประเทศไทย 20 ท่าน ขอให้ท่านเหล่านั้นได้บอกผมว่าในฐานะที่ท่านเป็นผู้อาวุโสของสังคม ท่านจะร่วมมือกับประเทศเราอย่างไร และท่านจะลงมือช่วยเหลือประเทศของเราให้มากขึ้นได้อย่างไรบ้าง..... ประการที่สอง ผมจะไปพบกับสมาคมภาคธุรกิจ ไม่ว่าจะขนาดกลางหรือขนาดเล็ก เพื่อรับฟังพวกท่านด้วยตัวผมเองโดยตรง ไม่ต้องผ่านหน่วยงานใดเพื่อให้ผมได้รับทราบถึงสถานการณ์ที่แท้จริง (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

4) ข้อมูลการรักษา จากการศึกษพบว่า การสื่อสารของผู้นำประเทศทั้ง 14 ครั้ง มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับข้อมูลการรักษา 2 ครั้ง โดยเป็นเนื้อหาในลักษณะกว้างๆ ในลักษณะของการเตรียมทรัพยากรสำหรับการรักษา ได้แก่ การนำเข้า และการกระจายยาฟาวิพิราเวียร์ และการพูดถึงการบริหารจัดการทรัพยากรในระบบสุขภาพทั้งทรัพยากรบุคคล และอุปกรณ์ทางการแพทย์ เช่น การสื่อสารในวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2563

ส่วนการนำเข้ายาฟาวิพิราเวียร์ จากประเทศจีนและญี่ปุ่นที่ผ่านมา ดำเนินการไปแล้ว 5 ครั้ง รวม 187,000 เม็ด และอยู่ระหว่างการจัดหาเพิ่มเติมอีก 200,000 เม็ด นอกจากนี้ การจัดเตรียมเตียงเพิ่มและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ในการรองรับดูแลผู้ป่วย จำนวน 98 แห่ง ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล หาดห้อง ICU เพิ่มอีก 80 เตียง เพื่อรองรับสถานการณ์ในอนาคต (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

5) งานวิจัยทางการแพทย์ เป็นเนื้อหาที่พบน้อยที่สุดในการสื่อสารของผู้นำ โดยผลการศึกษาพบการสื่อสารของผู้นำประเทศที่มีเนื้อหาอยู่ในกรอบเนื้อหาการวิจัยทางการแพทย์ 1 ครั้ง เป็นการ

กล่าวถึงการค้นพบเชื้อโควิด 19 สายพันธุ์ใหม่ในต่างประเทศ คือการสื่อสารของพล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ตัวอย่าง “ไม่กี่วันก่อนประเทศอังกฤษยืนยันว่าพบโควิดสายพันธุ์ใหม่ ซึ่งสามารถติดต่อกันได้ง่ายกว่าเร็วกว่า มีรายงานจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่เพิ่มขึ้นกว่า 1 แสนคน ภายในแค่สัปดาห์เดียว และดูเหมือนจะมีการพบโควิดสายพันธุ์ใหม่นี้ในประเทศอื่นๆ แล้วด้วย” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

6) การขอความร่วมมือจากสาธารณะ ผลการศึกษาพบว่าการสื่อสารของผู้นำ 8 ครั้ง จากการสื่อสาร 14 ครั้ง ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการขอความร่วมมือจากสาธารณะ ส่วนใหญ่จะเป็นการขอความร่วมมือให้อดทน และให้ความร่วมมือกับมาตรการต่างๆ ของรัฐบาล โดยพบว่าหลายครั้ง ประเด็นนี้ถูกสื่อสารออกมาพร้อมกับการแสดงความขอบคุณหรือเห็นใจประชาชน ตัวอย่าง การสื่อสารในวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2564

ผมขอขอบคุณประชาชนทุกคนที่ให้ความร่วมมือ ให้ความช่วยเหลือในการฝ่าวิกฤติครั้งนี้ ขอขอบคุณบุคลากรทางการแพทย์ หมอ พยาบาล อสม. เจ้าหน้าที่ทุกคนที่เสียสละอดทน แม้ว่าตนเองจะเสี่ยงอันตรายและเหน็ดเหนื่อยเพียงใด แต่ยังคงมุ่งมั่นทำหน้าที่เพื่อส่วนรวม ผมขอยกย่องทุกท่านจากใจจริง ดังนั้นพวกเราทุกคนจึงต้องช่วยกันปกป้องทีมแพทย์ของประเทศไทย ด้วยการระมัดระวังตัว ลดความเสี่ยงให้มากที่สุดในช่วงเวลานี้ คือการเว้นระยะห่าง ล้างมือ และใส่แมสก์ให้มากที่สุดเมื่อต้องพบเจอคนอื่น (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564)

เรากำลังเดินเข้าสู่ช่วงเวลาที่ว่ายยากลำบากมากขึ้น เราจึงควรวางเรื่องการเมืองเอาไว้ก่อน แล้วจับมือร่วมแรงร่วมใจกัน ผ่านพ้นความยากลำบากที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ในประวัติศาสตร์โลกไปให้ได้ ผมขอให้ทุกคนยกการ์ดของตัวเองให้สูงอีกครั้ง สวมหน้ากากอนามัยตลอดเวลา หมั่นล้างมือ เว้นระยะห่างทางสังคม และโหวตปิตธของความเป็นไทยต่อไป ด้วยการร่วมแรงร่วมใจกันเอาชนะโควิดไปให้ได้ (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังพบว่าการสื่อสารที่มีเนื้อหาเป็นการขอความร่วมมือที่ไม่เกี่ยวกับการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดโดยตรง แต่เป็นการขอความร่วมมือในทางการเมือง ได้แก่ ผมขอพูดต่อหน้าประชาชนคนไทยทุกคนว่า กรุณาปฏิเสธความเกลียดชัง และการแบ่งแยกทางการเมือง ขอให้ปฏิเสธการเมืองแบบเก่าที่แพร่กระจายเชื้อโรคของความแตกแยกระหว่างความเชื่อที่แตกต่าง คนรุ่นใหม่ คนรุ่นเก่า คนรวย คนจน หรือความแตกต่างอะไรก็ตามที่ถูกใส่เข้าไปในสังคมของเรา อนาคตเป็นของคนรุ่นใหม่ และอนาคตก็อยู่ในมือของคนรุ่นใหม่ ให้คนรุ่นใหม่แสดงออกมาให้ทุกคนเห็นว่าเรามีพลังที่จะเดินหน้าประเทศ ไปในเส้นทางที่จะร่วมแรงร่วมใจกันทุกคน ทุกฝ่าย ก้าวข้ามความคิดเห็น ความขัดแย้ง ความแตกต่างกันบ้าง เพื่อ

ช่วยแก้ปัญหาปากท้องในปัจจุบัน และก้าวไปสู่อนาคตที่ดีขึ้น เราต้องอยู่เหนือการโต้เถียงกัน และเราต้องอยู่เหนือการเมือง (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

7) แหล่งข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชน ในการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ทั้ง 14 ครั้ง มีเนื้อหาที่เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลข่าวสารกับประชาชน 2 ครั้ง ทั้ง 2 ครั้งกล่าวถึงแหล่งข้อมูลเดียวกันคือให้รับข้อมูลจากการแถลงข่าวจากกระทรวงสาธารณสุข และ ศบค. ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วพบว่าทำให้แหล่งข้อมูลข่าวสารสำหรับประชาชนมีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมการไหลของข่าวปลอม (fake news) มากกว่าจะสื่อสารเพื่อให้ประชาชนรับรู้แหล่งข้อมูลสำคัญที่เชื่อถือได้ และเข้าถึงข้อมูลได้เอง โดยพบว่าการสื่อสารเนื้อหาประเด็นนั้นนอกจากจะมุ่งสื่อสารกับสาธารณะแล้วยังพุ่งเป้าไปที่สื่อมวลชนต่างๆ ด้วย แม้จะมีการพูดถึงแหล่งข้อมูลออนไลน์ แต่ไม่มีการบรรยายละเอียด ตัวอย่างการสื่อสารที่มีเนื้อหาให้แหล่งข้อมูลสำหรับประชาชน เช่น การสื่อสารในวันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2563

นอกจากนี้ ผมจะปรับปรุงให้การสื่อสารเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด 19 กับประชาชน ให้มีความถูกต้อง ชัดเจน และครบถ้วน โดยผมได้สั่งการให้มีการแถลงข่าวเกี่ยวกับสถานการณ์และมาตรการต่างๆ รวมถึงคำแนะนำต่อประชาชน เพียงวันละหนึ่งครั้ง เพื่อลดความซ้ำซ้อน ลดการบิดเบือนข้อมูล และลดการสร้างความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน ผมขอยืนยันว่าประชาชนจะได้รับข้อมูลที่เป็นทางการ ตรงไปตรงมา โปร่งใส และชัดเจน จากเพียงแหล่งเดียว เป็นประจำทุกวัน นอกจากนี้ ผมขอความร่วมมือให้สื่อมวลชน เพิ่มความรับผิดชอบในการรายงานข่าว ขอให้ใช้ข้อมูลจากการแถลงประจำวันของทีมสื่อสารเฉพาะกิจ และทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเป็นหลัก แทนการขอสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่และบุคลากรทางการแพทย์ต่างๆ เพื่อให้ท่านเหล่านั้น สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ ผมเชื่อว่าหากทำได้เช่นนี้ สื่อมวลชนจะเป็นกำลังสำคัญในการสู้กับภัยโควิด 19 ครั้งนี้ สำหรับผู้ใช้โซเชียล มีเดียทุกท่าน พวกเราคือทีมเดียวกัน ทุกท่านสามารถร่วมแชร์ข้อมูลที่ถูกต้อง จากการแถลงประจำวัน ช่วยกันรายงาน และต่อต้านการแชร์ข่าวปลอม และใช้ความคิดสร้างสรรค์ของท่าน ช่วยให้ประชาชนทุกเพศทุกวัยรับรู้และเข้าใจข้อมูลได้ง่ายและกว้างขวางยิ่งขึ้น (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือด้านการสื่อสารในสภาวะวิกฤติ เพื่อให้ประชาชนมีความมั่นใจ และผู้ปฏิบัติงานมีความชัดเจนไม่สับสนหรือสร้างความขัดแย้ง ศบค. จึงได้จัดให้มีระบบการสื่อสาร ที่เป็นเอกภาพไปในทิศทางเดียวกันหรือ Single Voice โดยจะมีการแถลงข่าวที่ถ่ายทอดสดไปทั่วประเทศในทุกช่องทางเป็นประจำทุกวันหลังจากการประชุมในช่วงเช้า โดยโฆษกศูนย์ฯ และผู้รับผิดชอบโดยตรงเท่านั้น งดเว้นและหลีกเลี่ยงการให้สัมภาษณ์

ของผู้ที่ไม่ได้รับมอบหมายหรือเกี่ยวข้องกับมาตรการต่างๆ ของศูนย์ ผมขอให้สื่อมวลชนทุกสำนักรวมทั้งสื่อโซเชียลได้ใช้ความระมัดระวังในการสื่อสาร โดยขอให้ใช้ข้อมูลจากศูนย์นี้เท่านั้น ห้ามการสื่อสารที่อาจจะก่อให้เกิดความขัดแย้งความเข้าใจผิดหรือบิดเบือนข้อมูล รวมถึงผู้ที่สร้างข่าวปลอมหรือเฟคนิวส์ และการส่งต่อข่าวปลอมบางครั้งที่ไม่เจตนาหรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ที่มีผลต่อความมั่นคงก็จะมีโทษตามพระราชกำหนดในสถานการณ์ฉุกเฉินนี้ อย่างหนัก (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

8) ถ่ายทอดความรู้สึกเข้าใจ เห็นอกเห็นใจประชาชน พบว่าเนื้อหาของการสื่อสารที่ถ่ายทอดความรู้สึกเข้าใจหรือเห็นใจประชาชน มักควบคู่ไปกับการประกาศมาตรการของรัฐที่รุนแรงมากขึ้น เพื่อควบคุมการแพร่ระบาด เช่น การสื่อสารใน วันที่ 22 ธันวาคม 2563 “ผมอาจจำเป็นต้องประกาศ มาตรการเพิ่มเติม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กิจกรรมเฉลิมฉลองปีใหม่ จะมีมาตรการอย่างไร หรือต้องงดจัด ผมเข้าใจดี ทุกคนต้องการผ่อนคลาย ธุรกิจร้านค้าก็อยากมีรายได้” การถ่ายทอดความรู้สึกเข้าใจประชาชนที่ปรากฏชัดเจนที่สุดคือการสื่อสารในวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2563 เป็นการถ่ายทอดความเห็นใจเฉพาะกลุ่มคือมุ่งไปที่กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ที่ได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจอย่างมาก “ผมก็รู้ถึงความเจ็บปวดของทุกคนที่อยู่ในภาคการท่องเที่ยว ผมรู้สึกจริงๆ ครับว่าทุกคนเจ็บปวด หลายครั้งผมนอนไม่หลับนะครับ”

9) การอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่นำมาแสดง จากการศึกษาพบว่าในการสื่อสารทั้ง 14 ครั้ง พบว่ามีการอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่ชัดเจน 1 ครั้ง เป็นการการอ้างการคาดการณ์ขององค์การอนามัยโลกว่าโควิด 19 จะแพร่ระบาดเป็นวงกว้าง พบในการสื่อสารครั้งแรกคือวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2563 “องค์การอนามัยโลกประเมินว่าการระบาดของโรคโควิด 19 จะเป็นการระบาดเป็นวงกว้าง โดยคาดว่าจะมีผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก และอาจมีผู้เสียชีวิตเพิ่มมากขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้”

10) การระบุข้อมูลที่ยังไม่รู้หรือมีข้อมูลยังไม่ชัดเจนครบถ้วน และการชี้แจงกระบวนการที่จะได้ข้อมูล จากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่าการสื่อสารที่มีการกล่าวถึงข้อมูลที่ยังไม่รู้ และกระบวนการที่จะได้ข้อมูลที่ยังไม่รู้ในการสื่อสาร 2 ครั้ง แต่เป็นรายละเอียดที่ไม่เกี่ยวกับตัวโรคโควิด 19 การรักษา การวิจัยทางการแพทย์ หรือการควบคุมการแพร่ระบาดโดยตรง แต่เป็นการสื่อสารถึงมาตรการที่เกี่ยวข้อง โดย การสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563 กล่าวถึงเรื่องหน้ากากอนามัย และเจลแอลกอฮอล์ ที่ในขณะนั้นเป็นของหายาก มีราคาแพง โดยนายกรัฐมนตรี ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ในลักษณะว่ารัฐบาลยังมีข้อมูลไม่พอ ซึ่งได้ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมแล้ว เพื่อนำมาประกอบการทำนโยบายในการดูแลจัดหาหน้ากากอนามัยและแอลกอฮอล์ให้กับประชาชนต่อไป

11) ชี้แจงขั้นตอนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ยังไม่รู้ จากการศึกษาพบว่าผู้นำมีการชี้แจงขั้นตอนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ยังไม่รู้ในการสื่อสาร 2 ครั้ง คือในวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563 กล่าวถึงเรื่องหน้ากากอนามัย และเจลแอลกอฮอล์ ที่ในขณะนั้นเป็นของหายาก มีราคาแพง โดยนายกรัฐมนตรี ได้กล่าวถึงประเด็นนี้ในลักษณะว่ารัฐบาลยังมีข้อมูลไม่พอ ซึ่งได้ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตรวจสอบข้อมูลเพิ่มแล้ว เพื่อนำมาประกอบการทำนโยบายในการดูแลจัดหาหน้ากากอนามัยและแอลกอฮอล์ให้กับประชาชนต่อไป และวันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2563 ซึ่งมีการกล่าวถึงความกังวลของประชาชนต่อมาตรการเยียวยา 5,000 บาท โดยมีการชี้แจงประชาชนว่าได้สั่งการให้กระทรวงการคลังเป็นผู้รับผิดชอบหาข้อเท็จจริง

ตัวอย่างประโยคจากการสื่อสารในวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563

ในส่วนของการสำรวจข้อมูลต่างๆ ในการส่งออก ขณะนี้กำลังดำเนินการอยู่ เราสามารถดำเนินการอะไรได้แล้ว หลายอย่างเป็นข้อตกลง หลายอย่างเป็นสัญญาทางการค้า และมีการผลิตทั้งในประเทศ จำหน่ายในประเทศ และมีการรับจ้างผลิตจากนอกประเทศมาด้วย เป็นแบรนด์เฉพาะของเขา วันนี้กำลังตรวจสอบให้ชัดเจน ถ้ามีความจำเป็นเราสามารถที่จะเอามาใช้ได้สำหรับในประเทศไทยก็จะดำเนินการ รัฐบาลจำเป็นต้องดูแลในเรื่องเหล่านี้ (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

ผมทราบถึงความกังวลของพี่น้องประชาชน เกี่ยวกับมาตรการเยียวยา 5,000 บาท และมาตรการอื่นๆ ของกระทรวงการคลัง ผมไม่ได้นิ่งนอนใจ วันนี้ผมได้สั่งการเรียกรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง และผู้เกี่ยวข้องให้เข้ามาพบผมเพื่ออธิบายที่มาที่ไปและเหตุการณ์ทั้งหมดให้ผมทราบว่าปัญหาเกิดจากอะไร และจะแก้ไขอย่างไร (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

12) บริบททางสังคม จากการศึกษาการสื่อสารพบว่ามีเนื้อหาเกี่ยวกับบริบททางสังคม 10 ครั้ง มีรายละเอียดที่กล่าวถึงผลกระทบทางสังคมและระบบบริการสุขภาพของประเทศ และมาตรการที่รัฐดำเนินการ เช่น ความเสี่ยงที่บุคลากรในระบบสุขภาพต้องประสบ การต้องงดจัดกิจกรรมบันเทิงรื่นเริงต่างๆ หรือการสื่อสารให้เห็นว่ามีวิกฤติการสื่อสารที่พบ “ข่าวปลอม” ระบาด เช่น การสื่อสารในวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2563

การขาดแคลนเจลแอลกอฮอล์ และการขายหน้ากากอนามัยในราคาแพง: “รัฐบาลกำลังทำเจล ผลิตเพื่อแจกจ่ายในสถานที่ร้านค้า ปิมน้ำมันบางจาก และ ปตท. ขอให้ติดตามกันต่อไป..... การตรวจสอบการขาย online การกักตุนและการระบายสินค้า เป็นเรื่องที่มีความสำคัญยิ่ง รัฐบาลได้ตั้งคณะกรรมการลงไปตรวจสอบแล้ว (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

ผมขอเตือนกลุ่มคนที่จะฉวยโอกาสหาผลประโยชน์บนความทุกข์ร้อน ความเป็นความตายของประชาชน ให้รู้ไว้ว่า อย่าคิดว่าจะหลุดพ้นไปได้ ผมจะทำทุกทาง ที่จะใช้กฎหมายจัดการกับกลุ่มคนเหล่านี้ อย่างรวดเร็ว เด็ดขาด และไม่ปรานี (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

ตัวอย่างการสื่อสารของพล .อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่มาการอ้างถึงบริบททางสังคมเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของ fake news เช่น การสื่อสารในวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2563 ผมขอให้สื่อมวลชนทุกสำนักรวมทั้งสื่อโซเชียลได้ใช้ความระมัดระวังในการสื่อสาร โดยขอให้ใช้ข้อมูลจากศูนย์นี้เท่านั้น ห้ามการสื่อสารที่อาจจะก่อให้เกิดความขัดแย้งความเข้าใจผิดหรือบิดเบือนข้อมูลรวมถึงผู้ที่สร้างข่าวปลอมหรือเฟคนิวส์ และการส่งต่อข่าวปลอมบางครั้งที่ไม่เจตนาหรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ที่มีผลต่อความมั่นคงก็จะมีโทษตามพระราชกำหนดในสถานการณ์ฉุกเฉินนี้อย่างหนัก” (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

ตัวอย่างการสื่อสารของพล .อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่มาการอ้างถึงบริบททางสังคมเกี่ยวกับการปรับตัวให้เข้าวิถีชีวิตใหม่ของยุคโควิด 19 เช่น การสื่อสารวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2563 ทุกคนพูดกันว่าหลังวิกฤติโควิดครั้งนี้ โลกของเราจะเปลี่ยนไป เป็นเหมือนโลกใบใหม่ที่ไม่เหมือนเดิม แล้วเราจะต้องใช้ชีวิตกันในรูปแบบใหม่ แบบที่เรียกว่า New Normal เพื่อที่จะอยู่รอดและก้าวต่อไปข้างหน้าได้ ซึ่งหมายความรวมถึงการทำงานของรัฐบาลด้วย วันนี้ผมจึงขอประกาศให้ทุกท่านทราบว่า เมื่อเราเข้าสู่โลกใหม่ จากวันนี้เป็นต้นไป การทำงานของรัฐบาลจะต้องนิวนอร์มอล ปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานแบบใหม่ด้วย โดยผนึกทุกภาคส่วนร่วมกันวางอนาคตประเทศไทย ต่อไปนี้รัฐบาลจะต้องทำงานโดยดึงทุกภาคส่วน และทุกระดับ ในสังคมเข้ามามีส่วนร่วม มีบทบาทมากขึ้น (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

13) บริบททางเศรษฐกิจและการเมือง จากการศึกษาพบว่าในการสื่อสารทั้ง 14 ครั้ง มีเนื้อหาที่สื่อถึงบริบททางการเมืองเศรษฐกิจและการเมือง 8 ครั้ง ส่วนใหญ่เนื้อหาทางการเมืองจะกล่าวถึงการชุมนุมประท้วงของกลุ่มการเมืองต่างๆ ที่อาจส่งผลต่อการควบคุมการแพร่ระบาด เช่น การสื่อสารในวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2563

ผมขอบอกทุกคนที่อยากจะออกมาชุมนุม ชัดๆ ว่า ผมได้ยินสิ่งที่ท่านพูด ผมรับทราบความคับข้องใจของพวกท่านในเรื่องการเมือง และความไม่พอใจเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ ผมเคารพความคิดเห็นและความรู้สึกของท่าน แต่วันนี้ประเทศไทยกำลังเผชิญกับความเจ็บปวดเร่งด่วน ที่เราจำเป็นต้องจัดการก่อน นั่นคือการบรรเทาความเสียหายทางเศรษฐกิจที่โควิดได้

ก่อให้เกิดขึ้นไปทั่วโลกเราไม่ควรทำให้สถานการณ์เลวร้ายยิ่งไปกว่านี้ การชุมนุมจะทำให้การฟื้นฟูเศรษฐกิจเกิดการล่าช้า (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

ส่วนเนื้อหาที่เป็นประเด็นบริบททางเศรษฐกิจ ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาเป็นการกล่าวถึงมาตรการทางเศรษฐกิจของรัฐบาลที่จัดให้มีขึ้นเพื่อหล่อเลี้ยงสังคมในช่วงที่วิกฤติการแพร่ระบาดกำลังรุนแรง และเพื่อนฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังวิกฤติผ่านพ้น เช่น การสื่อสารในวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2564

รัฐบาลได้เตรียมงบประมาณในการเยียวยาและฟื้นฟูเศรษฐกิจไว้อีกประมาณ 3.8 แสนล้านบาท โดยมาจาก พ.ร.ก.เงินกู้ 1 ล้านล้านบาท ในส่วนของเงินกู้เพื่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจ 2.4 แสนล้านบาท งบกลางปีงบประมาณ 2564 อีก 9.9 หมื่นล้านบาท และค่าใช้จ่ายบรรเทาโควิด-19 อีก 4 หมื่นล้านบาท โดยฝ่ายเศรษฐกิจได้เตรียมโครงการที่จะช่วยเพิ่มเงินในกระเป๋าให้กับผู้ที่ได้รับผลกระทบเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายและการบริโภค รวมไปถึงโครงการที่จะก่อให้เกิดการลงทุนและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2564)

14) ประเด็นอื่นๆ ที่อยู่ในความสนใจของประชาชน หมายถึงประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การแพร่ระบาดของโควิด 19 เป็นที่สนใจของประชาชน แต่ไม่อยู่ในหัวข้อประเด็นข้างต้น ผลการศึกษาพบว่าการสื่อสารในประเด็นนี้ 2 ครั้ง ครั้งแรก การสื่อสารในวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นการสื่อสารของผู้นำประเทศผ่านสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจเป็นครั้งแรก เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นในช่วงที่การแพร่ระบาดของเชื้อกำลังรุนแรง และประชาชนต้องการรู้แนวทางการปฏิบัติตัวในช่วงการแพร่ระบาด การสื่อสารครั้งนี้ มีการให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่เป็นคำแนะนำการปฏิบัติตัวของประชาชน หลายประการ เช่น การสื่อสารในวันที่ 16 มีนาคม พ.ศ. 2563

รักษาสุขอนามัยส่วนตัว เพื่อป้องกันการติดเชื้อ ได้แก่ กินร้อน อาหารปรุงสุกใหม่ สะอาด ไม่กินของแปดก ซ้อนเรา แก้วเรา ห้ามกินน้ำแก้วเดียวกัน สวมหน้ากากอนามัยในพื้นที่เสี่ยง คนไม่ป่วยใช้หน้ากากผ้า แต่ถ้ามีอาการป่วยควรสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือด้วยสบู่บ่อยๆ กรณีไปที่สาธารณะแล้วต้องจับ ลูกบิดประตู ราวจับเมล์ ปุ่มกดลิฟต์ บันไดเลื่อน ห้องน้ำ เป็นต้น ผู้ที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดโรครุนแรง ได้แก่ ผู้สูงอายุ ผู้ที่มีโรคประจำตัวเรื้อรัง เช่น โรคปอด โรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง ต้องดูแลรักษาสุขภาพให้แข็งแรง กินยาอย่างสม่ำเสมอ เพราะหากติดเชื้อจะมีอาการหนัก และมีโอกาสเสียชีวิตสูง หลีกเลี่ยงการไปสถานที่แออัด อากาศถ่ายเทไม่สะดวก เพราะมีโอกาสจะแพร่เชื้อ หากหลีกเลี่ยงไม่ได้ ควรสวมหน้ากากอนามัย และยืนห่างกันอย่างน้อย 1 เมตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้เจ็บป่วย ไม่สบาย ควรอยู่บ้าน อย่ากักตุนของ อย่าวิตก กังวลจนเกินไป ขอให้มีความเชื่อมั่นในรัฐบาลจะจัดการให้มั่นใจได้ว่าจะมีหน้ากากอนามัย เครื่องอุปโภค บริโภค และสิ่งจำเป็นที่ต้องใช้อย่าง

เพียงพอ ขอความร่วมมือผู้ที่ยังไม่มีอาการ ไม่มีประวัติเสี่ยงติดเชื้อ และแพทย์วินิจฉัยแล้วว่ายังไม่มี
ความจำเป็นต้องตรวจ ก็ขอให้สังเกตอาการต่อไป (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

ในวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2563 ยังมีการสื่อสารในประเด็นที่ประชาชนให้ความสนใจใน
ขณะนั้น คือการดำเนินคดีกับผู้ขายหน้ากากอนามัยและเจลแอลกอฮอล์ในราคาสูงเกินกว่าที่กฎหมาย
กำหนด โดยในช่วงนั้นมีการพบว่ามีผู้ที่ใกล้ชิดกับบุคคลในคณะรัฐมนตรีเป็นผู้กักตุนหน้ากากอนามัย
และประชาชนให้ความสนใจว่ารัฐบาลจะอย่างไร พบว่าผู้นำได้มีการพูดถึงประเด็นนี้ แต่เป็นการ
สื่อสารในลักษณะภาพรวมของการจับกุม ไม่ได้โฟกัสไปที่การจับกุมบุคคลใดเป็นพิเศษ และไม่มีการ
สื่อสารว่าจะดำเนินการอย่างไรต่อไป

นับตั้งแต่ 4 ก.พ. 63 ที่ประกาศให้หน้ากากอนามัย และเจลล้างมือแอลกอฮอล์เป็นสินค้า
ควบคุม มีสถิติการกระทำผิดเกี่ยวกับหน้ากากอนามัยและเวชภัณฑ์ โดยจับกุม 334
คดี ยึดของกลางเป็นหน้ากากกว่า 2,700,000 ชิ้น แอลกอฮอล์มากกว่า 330,000 ลิตร ชุด
ตรวจ Covid-19 60,000 ชุด และเครื่องวัดอุณหภูมิ กว่า 4,000 เครื่อง คิดเป็นมูลค่ารวม
มากกว่า 177 ล้านบาท (ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล, 2563)

ผลศึกษาความเห็นของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ต่อประเด็นเนื้อหาในการสื่อสารของผู้นำ
พบว่าสอดคล้องกับการวิเคราะห์เนื้อหาตามกรอบ CERC ของผู้วิจัย โดยนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ทั้ง
5 ท่านมีความเห็นสอดคล้องกันว่าเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำไม่มีสารที่เป็นความจำเพาะเจาะจงที่
ประชาชนต้องรอฟังจากผู้นำประเทศหรือผู้บัญชาการสถานการณ์วิกฤติเท่านั้น แต่เป็นการให้ข้อมูล
รายละเอียด โดยเฉพาะตัวเลขสถิติต่างๆ ที่ประชาชนสามารถเข้าถึงได้จากแหล่งข้อมูลอื่น ทำให้การ
สื่อสารของผู้นำไม่มีลักษณะพิเศษที่ประชาชนต้องติดตาม ตัวอย่างความเห็นของนักวิชาชีพ
ประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ท่าน ต่อประเด็นเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาพรวม

“ผู้นำ ต้องพูดรวบ พูดให้เห็นภาพใหญ่ ไม่ใช่มานั่งแจกแจงประเด็นเล็ก ประเด็น
น้อย” (นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์คนที่ 1, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565)

“มันกลายเป็นการสรุปประเด็นซ้ำซ้อนกับการสื่อสารของ ศบค.” (นักวิชาชีพ
ประชาสัมพันธ์คนที่ 2, สัมภาษณ์, 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565)

“ผมอยากรู้ศักยภาพของรัฐบาล แต่ท่านใช้เวลากับการรีวิวนโยบาย การเล่าเรื่อง
นั้นไม่ใช่บทบาทผู้นำประเทศ ท่านควรต้องบอกไปเลยว่าจากสถานการณ์แบบนี้รัฐบาลจะทำ
อะไร มีหลักคิดหรือแนวโน้มในการรับมืออย่างไร ซึ่งผมว่าจำเป็นมาก” (นักวิชาชีพ
ประชาสัมพันธ์คนที่ 3, สัมภาษณ์, 16 ธันวาคม พ.ศ. 2565)

สารที่สื่อออกมาทำให้เห็นว่าท่านเน้นบทบาทตนเองที่เป็นผู้นำรัฐบาลจะฟื้นฟูเศรษฐกิจอย่างไร จะขอความร่วมมือจากมหาเศรษฐีอย่างไร จะจัดการท่องเที่ยวอย่างไร แต่เราไม่ค่อยเห็นข้อมูลหรือการวิเคราะห์ที่เกี่ยวกับการแพร่ระบาดหรือการควบคุมโรคโดยตรง (นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์คนที่ 4, สัมภาษณ์, 19 ธันวาคม พ.ศ. 2565)

อย่างเรื่องโคแวกซ์ที่หลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศที่รวยและมีศักยภาพมากกว่าไทยพากันเข้าร่วมแต่ไทยไม่เข้า การตัดสินใจตรงนี้ผู้นำต้องชี้แจงกับประชาชนโดยตรงถึงเหตุผลของการตัดสินใจ และผลกระทบที่จะเกิดตามมา รวมถึงทางเลือกอื่นที่จะทำให้เราสามารถเข้าถึงวัคซีนได้ รัฐบาลบอกว่าจะผลิตวัคซีนเอง แต่ก็ไม่มีมาให้ข้อมูลถึงศักยภาพของโรงงานที่จะตั้งขึ้น ตลอดระยะเวลานั้นไม่มีการชี้แจงถึงโรงงานที่รัฐบาลให้เงินสนับสนุนไปด้วย แล้วสุดท้ายสิ่งที่เกิดขึ้นคือรัฐบาลไปซื้อวัคซีนจากจีนในราคาแพงกว่าที่ประเทศอื่นซื้อ ทำให้ประชาชนไม่พอใจ และไม่เชื่อมั่นรัฐบาล เรื่องสำคัญแบบนี้ นายกรัฐมนตรีในฐานะผู้นำประเทศต้องออกมาชี้แจงให้ประชาชนทราบด้วยตัวเอง และต้องมีเหตุผลที่ดีพอมารองรับ (นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์คนที่ 5, สัมภาษณ์, 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565)

4.3 ความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 บริบททางสังคม และมาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาด

เมื่อนำผลการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยประเด็นหลักของการสื่อสาร ช่วงเวลาในการสื่อสาร และการใช้ภาษา และผลการศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ตามกรอบ CERC มาเปรียบเทียบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดและมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดที่รัฐบาลประกาศใช้ในช่วงที่มีการสื่อสารของผู้นำเพื่อวิเคราะห์หาความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยกับสถานการณ์การแพร่ระบาดและมาตรการ ควบคุมการแพร่ระบาดที่รัฐบาลประกาศได้ผลการศึกษา ดังนี้

1) ความสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาด จากการศึกษาพบว่าเมื่อพิจารณาจากมิติช่วงเวลาในการสื่อสารโดยนำการสื่อสารของผู้นำเป็นตัวตั้งพบว่าการสื่อสารของผู้นำไทยในช่วงภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 มีความสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาด กล่าวคือส่วนใหญ่

ของการสื่อสารที่เกิดขึ้น คือการสื่อสาร 10 ครั้ง จากจำนวน 14 เกิดขึ้นในช่วงของการแพร่ระบาดระลอกที่ 1 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ประชาชนไทยกำลังหวาดวิตกกับโควิด 19 ซึ่งเป็นภัยที่ทุกคนไม่เคยรู้จักมาก่อน ต้องการรับรู้ข้อมูลทั้งคำแนะนำ การที่ผู้นำประเทศให้ความสำคัญมีการสื่อสารกับประชาชนผ่านสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจในช่วงเวลานี้เป็นจำนวนครั้งมากกว่าการแพร่ระบาดในระลอกอื่นจึงถือได้ว่าสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาด

เพื่อให้เห็นภาพช่วงเวลาของการสื่อสารเมื่อเทียบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 ตามโครงสร้างภาวะวิกฤติ ซึ่งจะให้เห็นโครงสร้างการสื่อสารของผู้นำเมื่อเทียบกับช่วงเวลาวิกฤติได้ชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยนำแนวคิดกรอบการสื่อสารตามโมเดล CERC ซึ่งแบ่งระยะของการเกิดภาวะวิกฤติเป็น 5 ระยะคือ ระยะก่อนเกิดวิกฤติ ระยะพักตัว ระยะเกิดเหตุการณ์ ระยะคลี่คลาย และระยะประเมินผล มาเป็นเกณฑ์แบ่งระยะภาวะวิกฤติของการระบาดระลอกแรกซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์ของการสื่อสารของผู้นำประเทศไทยมาที่สุดเป็น 5 ระยะ โดยใช้จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวันละมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาลเป็นเกณฑ์ในการแบ่งระยะภาวะวิกฤติของการแพร่ระบาดระลอกแรก ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม – 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 ได้ดังนี้

ระยะที่ 1 – ก่อนเกิดวิกฤติ อยู่ในช่วงวันที่ 1 – 5 มีนาคม พ.ศ. 2563 เป็น เป็นช่วงเวลาที่ยังไม่พบการแพร่ระบาดในลักษณะคลัสเตอร์ และกระทรวงสาธารณสุขยังไม่เริ่มนับจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่สะสม

ระยะที่ 2 – ระยะพักตัว อยู่ในช่วงวันที่ 6 – 14 มีนาคม พ.ศ. 2563 โดยวันที่ 6 มีนาคม มีรายงานพบผู้ติดเชื้อในกลุ่มผู้เข้าชมมวยที่สนามมวยลุมพินี และวันที่ 12 มีนาคม พบผู้ติดเชื้อในกลุ่มผู้เที่ยวสถานบันเทิงย่านทองหล่อ กระทรวงสาธารณสุขคาดการณ์ว่าจะเกิดการแพร่ระบาดในลักษณะคลัสเตอร์จากสถานที่ทั้ง 2 แห่ง มีการรายงานจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวัน โดยจำนวนยังคงมีการปรับขึ้นและลง ส่วนใหญ่จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวันยังคงเป็นเลขตัวเดียว

ระยะที่ 3 - ระยะเกิดเหตุการณ์ อยู่ในช่วงวันที่ 15 มีนาคม – 8 เมษายน พ.ศ. 2563 โดยวันที่ 15 มีนาคม วันแรกที่จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวันเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญคือ จากจำนวน 7 ราย ในวันที่ 14 มีนาคม เป็น 32 ราย และเพิ่มขึ้นสูงสุดในวันที่ 22 มีนาคม ซึ่งมีผู้ติดเชื้อใหม่สูงถึง 188 ราย วันที่ 9 เมษายน จำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ลดลงจากจำนวน 111 รายในวันที่ 8 เมษายน ลงมาอยู่ที่ 54 ราย และมีการลดลงของจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่อย่างต่อเนื่อง ในช่วงระยะเกิดเหตุการณ์ รัฐบาลประกาศใช้มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดระดับสูงสุด ทั้งมาตรการทางเมือง เช่น การประกาศภาวะฉุกเฉิน และการประกาศเคอร์ฟิว และมาตรการทางสังคม เช่น การประกาศล็อกดาวน์ประเทศในเดือนเมษายน

จำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ในแต่ละวัน (ตั้งแต่วันที่ 9 มีนาคม 2563 ถึงปัจจุบัน)



ภาพที่ 4.7 จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวัน วันที่ 9 – 30 มีนาคม พ.ศ. 2563

แหล่งที่มา: ศบค (2563).

ระยะที่ 4 - ระยะคลี่คลาย อยู่ในช่วงวันที่ 9 เมษายน – 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2563 เป็นช่วงเวลาที่จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่ลดลงต่ำกว่าวันละ 20 รายอย่างต่อเนื่อง และเป็นช่วงที่รัฐบาลโดยกระทรวงสาธารณสุขประกาศดำเนินมาตรการผ่อนคลายกิจการและกิจกรรมเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 เป็นระยะ เริ่มตั้งแต่การผ่อนคลายกิจกรรมที่มีความเสี่ยงต่ำไปถึงกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูง จนถึงการประกาศยกเลิกเคอร์ฟิวในวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2563 และประกาศมาตรการผ่อนปรนระยะที่ 5 ซึ่งเป็นระยะสุดท้ายในวันที่ 1 กรกฎาคม นอกจากนี้ยังมีการประกาศใช้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเป็นระยะด้วย

ระยะที่ 5 - ระยะประเมินผล อยู่ในช่วงวันที่ 2 กรกฎาคม – 30 พฤศจิกายน เป็นช่วงที่จำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ลดลงจนอยู่ในระดับต่ำกว่าวันละ 10 ราย มีจำนวนวันที่ผู้ติดเชื้อเป็นศูนย์รายต่อเนื่องเป็นเวลาหลายวันเป็นช่วงๆ ระยะนี้รัฐบาลดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

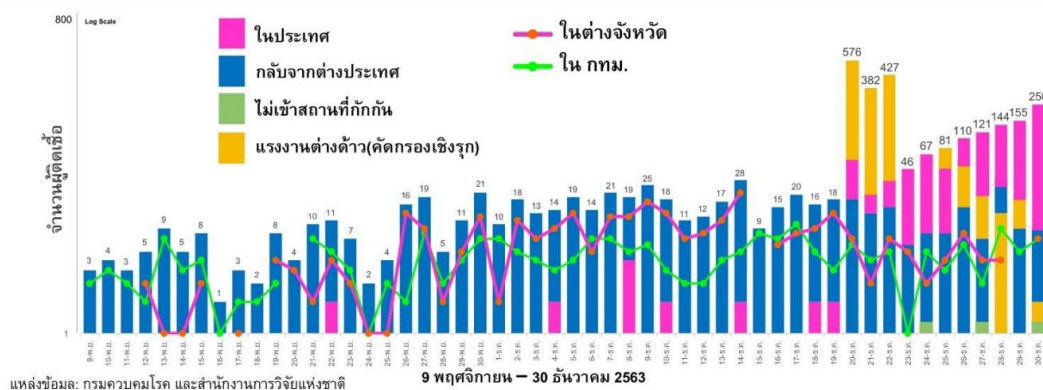
เมื่อนำการสื่อสารของผู้นำในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 ระลอกแรก มาเปรียบเทียบกับระยะของภาวะวิกฤติของระลอกแรกจะพบว่าการสื่อสารของผู้นำประเทศไทยเกิดขึ้นใน 3 ระยะสุดท้าย คือ ระยะที่ 3 ระยะเกิดเหตุการณ์ มีการสื่อสาร 4 ครั้ง ระยะที่ 4 ระยะคลี่คลาย มีการสื่อสาร 4 ครั้ง และระยะที่ 5 ระยะประเมินผล มีการสื่อสาร 2 ครั้ง รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงรายละเอียดช่วงเวลาการสื่อสารของผู้นำในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในระลอกแรก

วันที่สื่อสาร	ระยะของภาวะวิกฤติ	ประเด็นหลักการสื่อสาร
16 มี.ค. 2563	ระยะที่ 3 ระยะเกิดเหตุการณ์	รายงานสถานการณ์
17 มี.ค. 2563	ระยะที่ 3 ระยะเกิดเหตุการณ์	มาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาลในภาพรวม
25 มี.ค. 2563	ระยะที่ 3 ระยะเกิดเหตุการณ์	มาตรการทางการเมือง
2 เม.ย. 2563	ระยะที่ 3 ระยะเกิดเหตุการณ์	มาตรการทางการเมือง
10 เม.ย. 2563	ระยะที่ 4 ระยะคลี่คลาย	มาตรการทางเศรษฐกิจ
17 เม.ย. 2563	ระยะที่ 4 ระยะคลี่คลาย	มาตรการทางเศรษฐกิจ
26 พ.ค. 2563	ระยะที่ 4 ระยะคลี่คลาย	มาตรการทางเศรษฐกิจ
17 มิ.ย. 2563	ระยะที่ 4 ระยะคลี่คลาย	มาตรการทางเศรษฐกิจ
13 ส.ค. 2563	ระยะที่ 5 ระยะประเมินผล	มาตรการทางเศรษฐกิจ
17 ก.ย. 2563	ระยะที่ 5 ระยะประเมินผล	รายงานสถานการณ์

จากตารางที่ 4.3 จะเห็นได้ว่าประเด็นหลักของการสื่อสารของผู้นำไทยในช่วงการแพร่ระบาดระลอกแรก ซึ่งมีทั้งหมด 10 ครั้ง เริ่มต้นครั้งแรกด้วยการรายงานสถานการณ์ และจบลงครั้งสุดท้ายด้วยการรายงานสถานการณ์เช่นเดียวกัน และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่าประเด็นหลักของการสื่อสารในช่วงของการแพร่ระบาดระลอกแรกประกอบไปด้วยการรายงานสถานการณ์ มาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาลในภาพรวม และมาตรการทางการเมือง โดยการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดเกิดขึ้นในช่วงระยะเกิดเหตุการณ์วิกฤติ ส่วนระยะคลี่คลายประเด็นหลักการสื่อสารของ พล.อ.ประยุทธ์ ชัยบัญชา มาตรการทางเศรษฐกิจซึ่งมีเป้าหมายเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศหลังได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดอย่างวิกฤติ

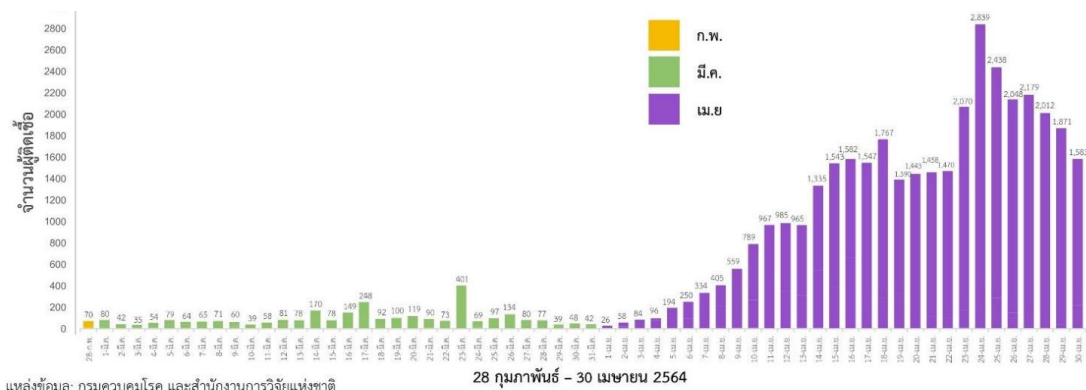
ส่วนการสื่อสารในช่วงการแพร่ระบาดระลอกที่ 2 เกิดขึ้นในช่วงที่อยู่ในช่วงระยะเกิดเหตุการณ์คือกำลังเกิดภาวะวิกฤติของคลัสเตอร์ตลาดกลางกุ้ง จังหวัดสมุทรสาคร วันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นวันที่นายกรัฐมนตรีออกมาสื่อสารกับประชาชนเป็นวันที่สามที่จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวันกลับมาเพิ่มสูงขึ้นหลังจากลดลงอย่างต่อเนื่องมานานหลายเดือน ดังแสดงในภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.8 จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวัน วันที่ 9 พฤศจิกายน – 30 ธันวาคม พ.ศ. 2563
แหล่งที่มา: ศบค (2563).

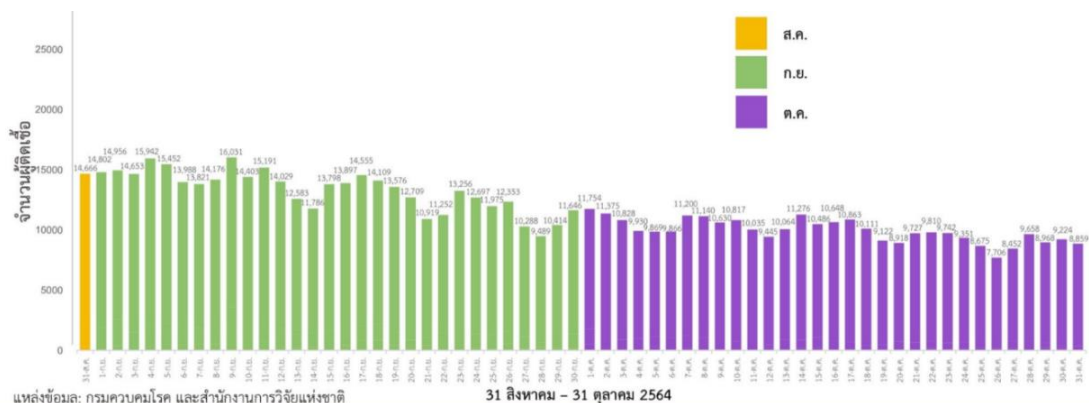
จากภาพที่ 4.8 จะเห็นว่า จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวันเพิ่มจาก 18 ราย ในวันที่ 19 ธันวาคม เป็น 576 ราย ในวันที่ 20 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ก่อนจะลดลงเป็น 382 ราย ในวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2563 และเพิ่มขึ้นอีกครั้งเป็น 427 ราย ในวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นวันที่ นายกรัฐมนตรีออกมาสื่อสารกับประชาชน แสดงให้เห็นว่าเป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นในระยะเกิด เหตุการณ์พอดี ซึ่งประเด็นหลักที่นายกรัฐมนตรีสื่อสารในช่วงนี้คือการรายงานสถานการณ์

ในช่วงของการแพร่ระบาดระลอกที่ 3 มีการสื่อสารของผู้นำ 1 ครั้ง คือ การสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นช่วงที่อยู่ในระยะเกิดเหตุการณ์ของการ ระบาดในระลอกที่ 3 โดยเป็นช่วงที่จำนวนผู้ติดเชื้อกำลังเพิ่มสูงขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 4.9 จากภาพจะ เห็นว่าจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวันเริ่มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่วันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2564 หลังจากมีจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่อยู่ในระดับต่ำค่อนข้างคงที่อย่างต่อเนื่องตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ. 2564 โดยวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2564 มีผู้ติดเชื้อใหม่จำนวน 58 ราย เพิ่มเป็น 194 ราย ในวันที่ 6 เมษายน และ 1,335 ราย ในวันที่ 14 เมษายน และเพิ่มเป็น 2,070 ราย ในวันที่ 23 เมษายน และมีจำนวนผู้ ติดเชื้อใหม่รายวันในการแพร่ระบาดระลอกที่ 3 สูงสุดในวันที่ 24 เมษายน จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวัน ของการแพร่ระบาดระลอกนี้เริ่มลดลง อยู่ในระยะคลี่คลายในช่วงปลายเดือนเมษายน ก่อนจะกลับมา มีจำนวนผู้ติดเชื้อใหม่เพิ่มขึ้นอีกครั้งในช่วงครึ่งหลังของเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 ประเด็นหลักของ การสื่อสารของผู้นำประเทศไทยในช่วงนี้คือการรายงานสถานการณ์ เน้นการรายงานในเชิงตัวเลข ทั้ง จำนวนผู้ติดเชื้อในภาพรวม จำนวนผู้ได้รับการฉีดวัคซีน และจำนวนผู้ป่วยที่ได้รับยาฟาวิพิราเวียร์



ภาพที่ 4.9 จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวัน วันที่ 28 กุมภาพันธ์ – 30 เมษายน พ.ศ. 2564
แหล่งที่มา: ศบค (2565).

ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 ระบาดระลอกที่ 4 พบว่ามีการสื่อสารของผู้นำประเทศ 2 ครั้ง คือ การสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2564 และ การสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2564 โดยวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2564 เป็นช่วงเริ่มต้นของการแพร่ระบาดระลอกนี้ จำนวนผู้ติดเชื้อรายวันกำลังเพิ่มขึ้น ประเด็นหลักในการสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในวันนี้คือการรายงานสถานการณ์ ส่วนการสื่อสารในวันที่ 11 ตุลาคม พ.ศ. 2564 ถือเป็น การสื่อสารในช่วงระยะเกิดเหตุการณ์ของการแพร่ระบาดระลอกที่ 4 คือ ซึ่งมีจำนวนผู้ติดเชื้อรายวันสูงกว่า 10,000 ราย มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปลายเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 ดังภาพที่ 48 ประเด็นหลักของการสื่อสารของผู้นำในวันนี้ คือมาตรการทางสังคม โดยเป็นการสื่อสารถึงนโยบายของรัฐบาลในการผ่อนคลายนโยบายมาตรการการกักตัวผู้ที่เดินทางมาจากต่างประเทศ และการผ่อนคลายนโยบายและกิจกรรมในที่สาธารณะ เช่น การพิจารณาให้ดื่มแอลกอฮอล์ในร้านอาหารได้ การพิจารณาอนุญาตให้สถานที่พักผ่อนและสถานบันเทิงเปิดให้บริการได้ ซึ่งเป็นมาตรการทางสังคมของรัฐบาลในช่วงนั้น



ภาพที่ 4.10 จำนวนผู้ติดเชื้อใหม่รายวัน วันที่ 31 สิงหาคม – 31 ตุลาคม พ.ศ. 2564
แหล่งที่มา: ศบค (2565).

สำหรับผลการศึกษาประเด็นช่วงเวลาของการสื่อสารจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักประชาสัมพันธ์มีความสอดคล้องกับการวิเคราะห์เนื้อหา โดยนักประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ท่าน มีความเห็นพ้องกันว่า ผู้นำของประเทศไทยออกมาสื่อสารกับประชาชนช้าเกินไป การสื่อสารครั้งแรกควรเกิดขึ้นตั้งแต่ระยะก่อนเกิดวิกฤติ ซึ่งหากมองภาพรวมการแพร่ระบาดในประเทศไทยแล้วจะหมายถึงระยะเวลาก่อนเกิดการแพร่ระบาดระลอกที่ 1 โดยช่วงเวลาที่ผู้นำประเทศควรสื่อสารกับประชาชนอย่างเป็นทางการในทัศนะของนักประชาสัมพันธ์ควรเกิดขึ้นตั้งแต่วันที่พบว่ามียกทองเที่ยวชาวจีนติดเชื้อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย หรืออย่างช้าควรเป็นวันที่พบว่ามีคนไทยติดเชื้อในประเทศเป็นรายแรก อย่างไรก็ตามการที่ผู้นำประเทศให้ความสำคัญกับการสื่อสารกับประชาชนในช่วงของการแพร่ระบาดระลอกแรก ซึ่งพบว่าการสื่อสารถึง 10 ครั้ง จาก 14 ครั้ง ได้รับการยอมรับจากนักประชาสัมพันธ์ว่าเป็นการกำหนดช่วงเวลาการสื่อสารที่สอดคล้องกับสถานการณ์

สามารถสรุปผลการการศึกษาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ในภาพรวมได้ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ภาพรวมการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย
ในประเด็นการสื่อสารหลักเปรียบเทียบกับระลอกของการแพร่ระบาด

ครั้งที่: วันที่แถลง/ ระลอก	กรอบประเด็นหลัก	รายละเอียด
ครั้งที่1: 16 มีนาคม 2563 การระบาดระลอกที่ 1	รายงานสถานการณ์	อยู่ในช่วงที่การแพร่ระบาดระลอกที่ 1 คลัสเตอร์สนามมวยลุมพินีกำลังรุนแรง ต้นเดือนมีผู้เสียชีวิตคนแรก สังคมสับสนและตื่นกลัว

ครั้งที่: วันที่แถลง/ ระลอก	กรอบประเด็นหลัก	รายละเอียด
ของการระบาด		
ครั้งที่ 2: 17 มีนาคม 2563 การระบาดระลอกที่ 1	มาตรการการควบคุมการ แพร่ระบาดของรัฐบาลใน ภาพรวม	อยู่ในช่วงที่การแพร่ระบาดระลอกที่ 1 คลัสเตอร์ สนามมวยลุมพินีกำลังรุนแรงต้นเดือนมีผู้เสียชีวิต คนแรก สังคมสับสนและตื่นกลัว ประชาชนผิตหวัง กับแถลงการณ์นายกฯ เมื่อวานนี้
ครั้งที่ 3: 25 มีนาคม 2563 การระบาดระลอกที่ 1	มาตรการทางการเมือง	อยู่ในช่วงที่การแพร่ระบาดระลอกที่ 1 คลัสเตอร์ สนามมวยลุมพินีกำลังรุนแรง
ครั้งที่ 4: 2 เมษายน 2563 การระบาดระลอกที่ 1	มาตรการทางการเมือง	อยู่ในช่วงที่การแพร่ระบาดระลอกที่ 1 คลัสเตอร์ สนามมวยลุมพินีกำลังรุนแรง และเกิดคลัสเตอร์ สถานบันเทิงย่านทองหล่อ (ครั้งที่ 1) เพิ่มขึ้นมา ยอดผู้ติดเชื้อใหม่รายวัน เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
ครั้งที่ 5: 10 เมษายน 2563 การระบาดระลอกที่ 1	มาตรการทางเศรษฐกิจ	อยู่ในช่วงที่การแพร่ระบาดระลอกที่ 1 คลัสเตอร์ สนามมวยลุมพินีกำลังรุนแรง และเกิดคลัสเตอร์ สถานบันเทิงย่านทองหล่อ (ครั้งที่ 1) เพิ่มขึ้นมา
ครั้งที่ 6: 17 เมษายน 2563 การระบาดระลอกที่ 1	มาตรการทางเศรษฐกิจ	สถานการณ์การแพร่ระบาดเริ่มลดความรุนแรงลง จำนวนผู้ติดเชื้อรายวันเริ่มลดลง
ครั้งที่ 7: 26 พฤษภาคม 2563 การระบาดระลอกที่ 1	มาตรการทางเศรษฐกิจ	อยู่ในช่วงที่การแพร่ระบาดลดความรุนแรงลงอย่าง ต่อเนื่องจนอยู่ที่ระดับศูนย์รายในวันที่ 13 พ.ค. 2563
ครั้งที่ 8: 17 มิถุนายน 2563 การระบาดระลอกที่ 1	มาตรการทางเศรษฐกิจ	อยู่ในช่วงที่การแพร่ระบาดลดความรุนแรงลงอย่าง ต่อเนื่อง
ครั้งที่ 9: 13 สิงหาคม 2563 การระบาดระลอกที่ 1	มาตรการทางเศรษฐกิจ	อยู่ในช่วงที่การแพร่ระบาดลดความรุนแรงลงอย่าง ต่อเนื่อง
ครั้งที่ 10: 17 กันยายน 2563 การระบาดระลอกที่ 1	รายงานสถานการณ์	อยู่ในช่วงที่การแพร่ระบาดลดความรุนแรงลงอย่าง ต่อเนื่องวันนี้มีรายงานผู้ติดเชื้อใหม่ศูนย์ราย
ครั้งที่ 11: 22 ธันวาคม 2563 การระบาดระลอกที่ 2	รายงานสถานการณ์	อยู่ในช่วงรุนแรงของการระบาดระลอกที่ 2 ที่ มีคลัสเตอร์ตลาดกลางกุ้ง จังหวัดสมุทรสาคร และ ชายแดนแม่สอด จังหวัดตาก เกิดขึ้นใหม่ตั้งแต่ต้น เดือนธันวาคม 2563

ครั้งที่: วันที่แถลง/ ระลอก	กรอบประเด็นหลัก	รายละเอียด
ของการระบาด		
ครั้งที่ 12: 23 เมษายน 2564 การระบาดระลอกที่ 3	รายงานสถานการณ์	อยู่ในช่วงการแพร่ระบาดที่รุนแรงของการแพร่ระบาดระลอกที่ 2 ที่เกิดคลัสเตอร์สถานบันเทิงทองหล่อ (ครั้งที่ 2) เป็นแถลงการณ์ครั้งแรกของปี 2564 เกิดกระแสความต้องการวัคซีนและความสับสนในการจองตั้งแต่ประมาณเดือนมีนาคม 2564
ครั้งที่ 13: 16 มิถุนายน 2564 การระบาดระลอกที่ 4	รายงานสถานการณ์	อยู่ในช่วงคลี่คลาย การแพร่ระบาดลดความรุนแรงลงแล้ว
ครั้งที่ 14: 11 ตุลาคม 2564 การระบาดระลอกที่ 4	มาตรการทางสังคม	อยู่ในช่วงการแพร่ระบาดที่รุนแรง กระจายตัวทั่วประเทศจากคลัสเตอร์ไซต์งานก่อสร้างในกรุงเทพฯ แล้วไม่สามารถควบคุมการเดินทางของคนงานได้ ยอดผู้ติดเชื้อใหม่รายวันสูงกว่า 10,000 ราย

2) ความสอดคล้องกับบริบททางสังคม ผู้วิจัยนำเนื้อหาในการสื่อสารแต่ละครั้งของผู้นำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับบริบททางสังคมที่เกี่ยวข้องเนื่องด้วยการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในช่วงเวลาเดียวกันพบว่าการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย มีความสอดคล้องหรือกล่าวถึงบริบททางสังคมในขณะนั้นๆ เพียง 4 ครั้ง จาก 14 ครั้ง รายละเอียดดังตารางที่ 4.5 ความไม่สอดคล้องส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นเมื่อสังคมตั้งคำถามหรือต้องการคำชี้แจงจากภาครัฐ เช่น เมื่อน้ำกากอนามัยขาดตลาดและมีการจับกุมผู้ใกล้ชิดกับรัฐมนตรีในข้อหากักตุนน้ำกากอนามัย หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัคซีน เช่น การตั้งคำถามถึงการไม่เข้าร่วมโครงการโคแวกซ์ ส่วนบริบททางสังคมที่พบว่ามีกล่าวถึงในเนื้อหาการสื่อสารมักเกิดขึ้นในช่วงที่การแพร่ระบาดลดความรุนแรงลงและประชาชนเริ่มมองถึงการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ

ตารางที่ 4.5 ความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารกับบริบททางสังคม

วันที่สื่อสาร	บริบททางสังคม	เนื้อหาในการสื่อสาร	
		มี	ไม่มี
16 มี.ค. 2563	- หน้ากากอนามัย ชุด PPE และแอลกอฮอล์ขาดตลาด/ราคาสูงกว่าปกติ 20-30 เท่า) บุคลากรทางการแพทย์ต้อง	●	

วันที่สื่อสาร	บริบททางสังคม	เนื้อหาในการสื่อสาร	
		มี	ไม่มี
	ขอรับบริจาคและบางส่วนเย็บหน้ากากผ้าใช้เองในโรงพยาบาล		
17 มี.ค. 2563	- หน้ากากอนามัย ชุด PPE และแอลกอฮอล์ขาดตลาด/ราคาสูงกว่าปกติ 20-30 เท่า) บุคลากรทางการแพทย์ต้องขอรับบริจาคและบางส่วนเย็บหน้ากากผ้าใช้เองในโรงพยาบาล	•	
25 มี.ค. 2563	- หน้ากากอนามัย ชุด PPE และแอลกอฮอล์ขาดตลาด/ราคาสูงกว่าปกติ 20-30 เท่า) บุคลากรทางการแพทย์ต้องขอรับบริจาคและบางส่วนเย็บหน้ากากผ้าใช้เองในโรงพยาบาล		•
	- ผู้ติดเชื้อเพิ่มจำนวนขึ้น ประชาชนหวัดก บุคลากรทางการแพทย์เรียกร้องให้ใช้มาตรการล๊อคดาวน์		
2 เม.ย. 2563	- หน้ากากอนามัย ชุด PPE และแอลกอฮอล์ขาดตลาด/ราคาสูงกว่าปกติ 20-30 เท่า) บุคลากรทางการแพทย์ต้องขอรับบริจาคและบางส่วนเย็บหน้ากากผ้าใช้เองในโรงพยาบาล		•
	- มีการจับกุมผู้กักตุนหน้ากากอนามัยรายใหญ่ได้พร้อมของกลางหน้ากากอนามัย 200 ล้านชิ้น		
	- มี รพ.สนามเกิดขึ้นทั่วประเทศ		
	- ประชาชนตื่นกลัว รพ.หลายแห่งเริ่มจำกัดการให้บริการเพราะบุคลากรติดเชื้อ บุคลากรทางการแพทย์เรียกร้องให้ใช้มาตรการล๊อคดาวน์		
10 เม.ย. 2563	- ผู้ติดเชื้อจำนวนมากไม่สามารถหารถรับส่งจากบ้านไปโรงพยาบาล เกิดปรากฏการณ์ผู้ติดเชื้อนอนป่วยจนเสียชีวิตที่บ้าน		•
	- ประชาชนเรียกร้องให้รัฐบาลเปิดเผยไทม์ไลน์ผู้ติดเชื้อ		
17 เม.ย. 2563	- ผู้ติดเชื้อจำนวนมากไม่สามารถหารถรับส่งจากบ้านไปโรงพยาบาล เกิดปรากฏการณ์ผู้ติดเชื้อนอนป่วยจนเสียชีวิตที่บ้าน		•

วันที่สื่อสาร	บริบททางสังคม	เนื้อหาในการสื่อสาร	
		มี	ไม่มี
	<ul style="list-style-type: none"> - ประชาชนเรียกร้องให้รัฐบาลเปิดเผยไทม์ไลน์ผู้ติดเชื้อ และเรียกร้องกลุ่มเสี่ยงให้กักตัวอยู่บ้าน - องค์การอนามัยโลกชื่นชม การทำงานของ อสม. กักการคัดกรองผู้ติดเชื้อ ป้องกันการแพร่ระบาด 		
26 พ.ค. 2563	<ul style="list-style-type: none"> - เกิดปรากฏการณ์ประชาชนรวมกลุ่มกันเพื่ออำนวยความสะดวกส่งผู้ติดเชื้อไป รพ. มีกลุ่มเส้นด้ายเป็นผู้นำ 		●
17 มิ.ย. 2563	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนผู้ติดเชื้อลดลง - ยกเลิกเคอร์ฟิว - ตั้งแต่เดือนมิถุนายน - ตุลาคม มีการประท้วงและเดินขบวนทางการเมืองเป็นระยะ 		●
13 ส.ค. 2563	<ul style="list-style-type: none"> - สถานการณ์การแพร่ระบาดลดลง ตั้งแต่เดือนมิถุนายน - ตุลาคม มีการประท้วงและเดินขบวนทางการเมืองเป็นระยะ - ประชาชนได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจ เรียกร้องให้มีการเยียวยา 		●
17 ก.ย. 2563	<ul style="list-style-type: none"> - สถานการณ์การแพร่ระบาดลดลง ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม - ตุลาคม มีการประท้วงและเดินขบวนทางการเมืองเป็นระยะ 		●
22 ธ.ค. 2563	<ul style="list-style-type: none"> - สังคมตื่นตัวเรื่องวัคซีน สื่อตั้งคำถามถึงการไม่เข้าร่วมโครงการโคแวกซ์ และการที่รัฐบาลสั่งซื้อวัคซีนเชื้อตาย แทนการสั่งซื้อวัคซีน mRNA ที่หลายประเทศซื้อ 		●
23 เม.ย. 2564	<ul style="list-style-type: none"> - ชุมชนและวัดหลายแห่งจับมือกันตั้ง “ศูนย์พักคอย” เพื่อให้ผู้ติดเชื้อกลุ่มสีเขียวได้พักอาศัย เนื่องจาก รพ. และ รพ.สนาม ไม่มีเตียงพอสำหรับรองรับผู้ติดเชื้อ - ประชาชนจำนวนมากเข้ารับการฉีดวัคซีนที่สถานีกลางบางซื่อ ท่ามกลางเสียงเรียกร้องให้มีการกระจายสถานที่ฉีดวัคซีน - มีความเคลื่อนไหวจาก รพ. เอกชน ในการขอนำเข้าวัคซีนทางเลือก และ รพ. หลายแห่งเปิดให้ประชาชนจอง 		●

วันที่สื่อสาร	บริบททางสังคม	เนื้อหาในการสื่อสาร	
		มี	ไม่มี
	<p>วัคซีนทางเลือก</p> <p>- สังคมถามถึงวัคซีนแอสตราเซเนกาที่บริษัท สยามไบโอไซเอนซ์ของไทยเป็นผู้ผลิต</p> <p>- รพ.เอกชนจำนวนหนึ่งปฏิเสธการตรวจหาเชื้อโควิด 19 ให้เหตุผลว่าน้ำยาไม่พอ/ ประชาชนหาซื้อชุดตรวจ ATK เอง</p>		
16 มิ.ย. 2564	<p>- ประชาชนตั้งคำถามกับความปลอดภัยของวัคซีนโควิด 19 หลังพบผู้เสียชีวิตหลังได้รับการฉีดวัคซีนเพิ่มมากขึ้น</p> <p>- ชุดตรวจ ATK ขาดตลาดและราคาแพงมาก</p>		•
11 ต.ค. 2564	<p>- สังคมเรียกร้องให้ควบคุมการเดินทางเคลื่อนที่ของแรงงานต่างด้าว</p> <p>- ธุรกิจอาหารทะเลประสบปัญหา เพราะประชาชนไม่กล้าซื้อกลัวจะมีเชื้อโควิด 19 จากตลาดกลางกุ้งติดมา</p>		•

ตัวอย่างการสื่อสารที่ไม่สอดคล้องกับบริบททางสังคม เช่น การสื่อสารในช่วงเดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นช่วงแรกของการแพร่ระบาดของโควิด 19 และเกิดปรากฏการณ์การกักตุน หน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์ และชุดป้องกันการติดเชื้อส่วนบุคคล จนเกิดปรากฏการณ์หน้ากากอนามัยราคาสูงถึงกล่องละ 665 บาท เฉลี่ยราคาขึ้นละ 13.30 บาท สูงกว่าราคาในภาวะปกติถึงประมาณ 20-30 เท่า (ไทยรัฐ, 2563) โรงพยาบาลหลายแห่งควบคุมการใช้หน้ากากอนามัย ขณะเดียวกันโรงพยาบาลหลายแห่งต้องให้บุคลากรทางการแพทย์ของตนเองเย็บหน้ากากผ้าเพื่อใช้ในโรงพยาบาลแทนหน้ากากอนามัย เดือนมีนาคมและเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 มีข่าวการจับกุมผู้กักตุนและจำหน่ายหน้ากากอนามัยและแอลกอฮอล์ราคาแพงกว่าที่กฎหมายอนุญาตได้เป็นจำนวนมาก รวมถึงผู้กระทำความผิดรายใหญ่ที่เป็นบุคคลใกล้ชิดกับรัฐมนตรีท่านหนึ่งในรัฐบาล ซึ่งเจ้าหน้าที่ตำรวจสามารถจับกุมได้พร้อมของกลางหน้ากากอนามัย 200 ล้านชิ้น แต่เนื้อหาในการสื่อสารของผู้นำกลับไม่มีการกล่าวถึงปรากฏการณ์นี้ รวมทั้งไม่กล่าวถึงมาตรการที่รัฐบาลจะดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหา หน้ากากอนามัยราคาสูง เนื้อหาในการสื่อสารของผู้นำในช่วงนี้มีเพียงการขอความร่วมมือให้ประชาชนสวมหน้ากากอนามัย และการให้ข้อมูลถึงการจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการกระจายหน้ากากอนามัย แต่ไม่กล่าวถึงประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชน เช่น การทำให้ราคาหน้ากากอนามัยในท้องตลาดต่ำลงและไม่ถูกกักตุน

เดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 สังกมไทยตื่นตัวเรื่องวัคซีนตามความเคลื่อนไหวในกระแสโลก ยิ่งภายหลังจากการที่องค์การอนามัยโลกขึ้นบัญชีวัคซีนสำหรับการใช้งานฉุกเฉิน ทำให้รัฐบาลหลายประเทศเร่งเจรจากับบริษัทผู้ผลิตเพื่อจองวัคซีนสำหรับประชาชนตนเอง รวมถึงการที่ประชาคมโลกร่วมมือกันตั้งโครงการโคแวกซ์ นโยบายด้านวัคซีนของประเทศไทยในขณะนั้นคือการไม่เข้าร่วมโคแวกซ์แต่ใช้สั่งซื้อวัคซีนซิโนแวค ซึ่งเป็นวัคซีนเชื้อตายจากประเทศจีน และสังคมมีคำถามถึงเรื่องความปลอดภัยและประสิทธิภาพ เนื่องจากเป็นวัคซีนที่หลายประเทศไม่นำไปฉีดให้กับประชาชนของตนเอง อีกทั้งรัฐบาลไทยยังผลักดันให้บริษัทเอกชนไทยคือสยามไบโอไซเอนซ์เป็นผู้ผลิตวัคซีนเองโดยรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากบริษัทแอสตราเซเนกา ผู้ผลิตวัคซีนโควิดรายหนึ่ง ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 ต่อเนื่องถึงต้นปี 2564 ประเด็นเรื่องวัคซีนจึงเป็นสิ่งที่สังคมไทยให้ความสำคัญและต้องการรู้ข้อมูล แต่กลับไม่ปรากฏประเด็นเกี่ยวกับวัคซีนในการสื่อสารของผู้นำประเทศ แม้การสื่อสารในวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2564 จะมีการกล่าวถึงวัคซีน แต่เป็นการให้ข้อมูลถึงสถานการณ์วัคซีนในประเทศคือปริมาณและยี่ห้อที่มีอยู่ รวมถึงแผนการนำเข้าวัคซีนเพิ่ม แต่ไม่ปรากฏเนื้อหาเกี่ยวกับโคแวกซ์และบริษัทสยามไบโอไซเอนซ์ จำกัด แต่อย่างใด

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของผู้วิจัยในประเด็นนี้สอดคล้องทัศนคติของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ที่เสนอความเห็นว่าการสื่อสารของผู้นำไม่โดนใจประชาชน เพราะไม่ค่อยมีเนื้อหาที่ตอบสนองความอยากรู้ของประชาชน ดังการแสดงความคิดเห็นของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์คนที่ 1 ว่า

ต้องให้ความสำคัญกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้ฟังมากกว่านี้ ทีมร่างแถลงการณ์ควรต้องทำการศึกษาก่อนว่าในช่วงเวลานั้น สังคม หรือประชาชนสนใจประเด็นไหน แล้วต้องสื่อสารในประเด็นนั้น เป็นการแสดงให้เห็นว่าผู้นำให้ความสำคัญกับประชาชน สมัยนี้โทรศัพท์สนรวมการเฉพาะกิจไม่ใช่การสื่อสารทางเดียว ก่อนจะสื่อสารควรมีทีมงานสำรวจว่าประชาชนต้องการข้อมูลใด และเมื่อสื่อสารแล้วก็สามารถประเมินความรู้สึกผู้ฟังที่สะท้อนผ่านโซเชียลมีเดียได้ (นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์คนที่ 1, สัมภาษณ์, 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2565)

3) ความสอดคล้องกับมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล จากการเปรียบเทียบเนื้อหาการสื่อสารเปรียบเทียบกับนโยบายหรือมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐในช่วงเวลาเดียวกัน พบว่าการสื่อสารส่วนใหญ่คือ 11 ครั้ง จาก 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 78.57 จะมีความสอดคล้องหรือสะท้อนให้เห็นนโยบายของรัฐที่เกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในช่วงเวลานั้นๆ ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.6 ความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารกับมาตรการในควบคุมการแพร่ระบาดของ
รัฐบาล

วันที่สื่อสาร	นโยบาย/ ปฏิบัติการของรัฐบาลในช่วงเดียวกัน	เนื้อหาในการสื่อสาร	
		มี	ไม่มี
16 มี.ค. 2563	- 1 มีนาคม กระทรวงสาธารณสุขประกาศให้โควิด 19 เป็นโรคติดต่ออันตราย - 12 มีนาคม รัฐบาลตั้ง ศบค. - เพิ่มมาตรการคัดกรองผู้เดินทางเข้าประเทศ - ปิดสถานที่ที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาด - เริ่มมาตรการเฝ้าผู้ได้รับผลกระทบ		●
17 มี.ค. 2563	- 1 มีนาคม กระทรวงสาธารณสุขประกาศให้โควิด 19 เป็นโรคติดต่ออันตราย - 12 มีนาคม รัฐบาลตั้ง ศบค. - เพิ่มมาตรการคัดกรองผู้เดินทางเข้าประเทศ - ปิดสถานที่ที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาด - เริ่มมาตรการเฝ้าผู้ได้รับผลกระทบ	●	
25 มี.ค. 2563	- ออก พ.ร.ก. การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉินให้มีผลบังคับใช้ 26 มีนาคม	●	
2 เม.ย. 2563	- กระทรวงสาธารณสุขประกาศให้โควิดเป็นภัยฉุกเฉินเข้ารับการรักษาได้ที่สถานบริการทุกแห่ง - จัดตั้ง รพ.สนามทั่วประเทศ - ยกเว้นการคัดกรองผู้เดินทางจากต่างประเทศ	●	
10 เม.ย. 2563	- เน้นมาตรการทางสังคม ห้ามการรวมตัวในที่สาธารณะ เลื่อนเปิดเทอม ยกเลิกวันหยุดสงกรานต์ - เริ่มมาตรการเฝ้าหวายทางเศรษฐกิจ	●	
17 เม.ย. 2563	- เริ่มมาตรการเฝ้าหวาย และฟื้นฟูทางเศรษฐกิจ	●	
26 พ.ค. 2563	- ฟื้นฟูเศรษฐกิจ - เริ่มดำเนินมาตรการผ่อนปรน	●	
17 มิ.ย. 2563	- ยกเลิกเคอร์ฟิว - ประกาศใช้มาตรการผ่อนปรนระยะที่ 3-4	●	

วันที่สื่อสาร	นโยบาย/ ปฏิบัติการของรัฐบาลในช่วงเดียวกัน	เนื้อหาในการสื่อสาร	
		มี	ไม่มี
13 ส.ค. 2563	- นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น เราเที่ยวด้วยกัน คนละครึ่ง	●	
17 ก.ย. 2563	- นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ	●	
22 ธ.ค. 2563	- เน้นมาตรการป้องกันควบคุมการแพร่ระบาดให้อยู่ในพื้นที่จำกัด		●
23 เม.ย. 2564	- เน้นมาตรการป้องกันควบคุมการแพร่ระบาดให้อยู่ในพื้นที่		●
16 มิ.ย. 2564	- เน้นมาตรการเศรษฐกิจ เตรียมพื้นที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	●	
11 ต.ค. 2564	- ผ่อนคลายมาตรการกักตัวผู้เดินทางจากต่างประเทศ - เตรียมพื้นที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว	●	

โดยผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาที่ผู้นำสื่อสารจะเน้นไปที่การให้เหตุผลสนับสนุนมาตรการของรัฐบาล และบางครั้งก็เป็นการให้ข้อมูลถึงแผนกิจกรรมของตนเองในฐานะนายกรัฐมนตรีซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวนโยบายรัฐในขณะนั้น เช่น ในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2563 เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดยังคงรุนแรงอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลเริ่มผ่อนคลายนโยบายในการควบคุมการแพร่ระบาดหันมาให้ความสำคัญกับการเยียวยาทางเศรษฐกิจให้กับผู้ที่ได้รับผลกระทบทาง การสื่อสารในช่วงนี้มีเนื้อหาที่ให้บริบทความเสียหายทางเศรษฐกิจ และความจำเป็นที่รัฐบาลต้องเร่งดำเนินมาตรการเยียวยา รวมถึงการบอกเล่าแผนกำหนดการของผู้นำ ซึ่งเป็นการให้นัยยะถึงนโยบายหรือแผนปฏิบัติการของรัฐบาลในอนาคตอันใกล้ เช่น การเตรียมเชิญมหาเศรษฐีของประเทศให้เข้ามาร่วมมีบทบาทในการเยียวยาประเทศ และแผนการเข้าพบสมาคมธุรกิจขนาดต่างๆ เพื่อรับทราบปัญหาและความต้องการ หรือในช่วงที่รัฐบาลกำลังดำเนินมาตรการผ่อนปรนการควบคุมกิจกรรมต่างๆ เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดเริ่มคลี่คลาย เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำก็จะประกอบไปด้วยการเตรียมปรับมาตรการทางสังคม การปรับเข้าสู่ภาวะวิถีใหม่ รวมถึงการขอบคุณบุคลากรทางการแพทย์ มีการสื่อสาร 2 ครั้ง คือ การสื่อสารของพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา วันที่ 17 มีนาคม และ วันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2563 เป็นการนำเนื้อหาของมติคณะรัฐมนตรีที่ออกในวันเดียวกันมาสื่อสารกับประชาชน

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 คุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย

ผลการศึกษาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย พบว่า ประเด็นหลักที่พบมากที่สุดในการแถลงการณ์ทั้ง 14 ครั้ง ของผู้นำประเทศในช่วงที่มีการแพร่ระบาด มี 2 ประเด็น คือ การรายงานสถานการณ์ และมาตรการทางเศรษฐกิจ พบว่าเป็นประเด็นหลักของการสื่อสารประเด็นละ 5 ครั้ง เท่ากัน ครั้ง จากการสื่อสารทั้งหมด 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 35.7 ของการสื่อสารทั้งหมด โดยเนื้อหาที่อยู่ในกรอบประเด็นหลักการสถานการณ์จะเป็นจำนวนของผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตทั้งในประเทศและทั่วโลก มี 1 ครั้งที่ให้ข้อมูลจำนวนผู้ได้รับการฉีดวัคซีน ส่วนเนื้อหาการสื่อสารภายใต้กรอบมาตรการทางเศรษฐกิจผลการศึกษาพบว่าเน้นไปที่การชี้แจงมาตรการของรัฐบาลในการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังจากประเทศได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ทั้งมาตรการที่กำลังดำเนินการอยู่และมาตรการที่รัฐบาลวางแผนจะกระทำในอนาคต

ประเด็นการสื่อสารหลักที่พบเป็นอันดับ 2 ได้แก่ มาตรการทางการเมือง ซึ่งผลการศึกษาพบว่าในการสื่อสารทั้ง 14 ครั้ง ของ พล.อ.ประยุทธ์ มีการสื่อสารที่มีประเด็นมาตรการทางการเมืองเป็นประเด็นหลัก 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.3 เนื้อหาที่อยู่ภายใต้กรอบประเด็นการเมืองคือ การประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน และการประกาศเคอร์ฟิว ประเด็นหลัก 2 อันดับสุดท้าย มีสัดส่วนเท่ากันคือ มาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาด และมาตรการทางสังคม ผลการศึกษาพบว่าเป็นประเด็นหลักการสื่อสารประเด็นละ 1 ครั้ง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.1 เนื้อหาของมาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาด เป็นการสื่อสารถึงมติคณะรัฐมนตรีเพื่อบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาดในทุกมิติ ทั้งการควบคุมการแพร่ระบาด การเยียวยาทางเศรษฐกิจ เป็นต้น ส่วนมาตรการทางสังคม ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาในกรอบประเด็นนี้เป็นการปรับเปลี่ยนมาตรการการคัดกรองผู้ที่เดินทางมาจากต่างประเทศ

ผลการศึกษาเอกสารในส่วนของประเด็นหลักการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย สอดคล้องกับความเห็นของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ท่าน โดยเฉพาะสัดส่วนของการรายงานสถานการณ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่าเป็นสัดส่วนอันดับ 1 เท่ากับมาตรการทางเศรษฐกิจ โดยนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ท่าน ตั้งข้อสังเกตว่า พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ให้ความสำคัญกับการรายงานสถานการณ์ “มากไป” โดยนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ท่าน มีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าในช่วงภาวะวิกฤติ เมื่อผู้นำออกมาสื่อสารกับประชาชน ประเด็นหลักของการสื่อสารไม่ควรเป็นการรายงานสถานการณ์ ซึ่งเป็นข้อมูลทั่วไปที่ประชาชนสามารถรับฟังจากแหล่งอื่นได้ ประเด็นหลักที่นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ทั้ง 5 ท่าน มีความเห็นว่าเป็นประเด็นหลักที่ผู้นำประเทศควรสื่อสารกับประชาชนในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ได้แก่ การวิเคราะห์เกี่ยวกับการแพร่ระบาดและการควบคุมการแพร่ระบาดโดยตรง ที่ จะแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่รัฐต้องขอความร่วมมือให้ประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของรัฐบาล หรือความจำเป็นที่รัฐต้องประกาศใช้ มาตรการรุนแรงทางการเมืองที่จะกระทบถึงสิทธิพื้นฐานของประชาชน ข้อมูลที่แสดงถึงศักยภาพของ รัฐบาลในการควบคุมการแพร่ระบาดเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น รวมถึงการตอบสนองต่อ ประเด็นที่กำลังเป็นที่วิตกของประชาชน เช่น มาตรการทางสังคมหรือมาตรการทางการเมืองในการ จัดการกับปรากฏการณ์หน้ากอกอนามัยขาดตลาด หรือการแถลงเกี่ยวกับการจัดหาวัคซีนให้กับ ประชาชน โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่สังคมตั้งคำถามถึงการไม่เข้าร่วมโครงการโคแวกซ์

จากผลการศึกษาเป็นที่น่าสังเกตว่าในการสื่อสารของ พล.อ.ประยุทธ์ ไม่มีครั้งใดที่ประเด็นหลักในการสื่อสารพูดถึงมาตรการทางสาธารณสุขเป็นหลัก มีการพูดแทรกอยู่บ้างในการสื่อสาร หลายๆ ครั้ง แต่ไม่ได้รับการให้นำหนักเป็นประเด็นหลักของการสื่อสาร

สำหรับช่วงเวลาในการสื่อสาร ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ของการสื่อสาร คือ การสื่อสาร 10 ครั้ง จากจำนวน 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 71.4 เป็นการสื่อสารในช่วงเวลาของการระบาดระลอก แรก คือ ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม – 30 พฤศจิกายน 2563 ส่วนการสื่อสารครั้งที่เหลือกระจายกันไป ในการระบาดระลอกที่ 2 และระลอกที่ 3 จำนวน 1 ครั้ง เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และในการแพร่ ระบาดระลอกที่ 4 จำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 14.3

ในด้านการใช้ภาษา ผลจากการวิเคราะห์การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยตามแนวคิดวัจนกรรมพบว่ามีถ้อยคำที่เป็นวัจนกรรมทั้งหมด 165 ถ้อยคำ เป็นถ้อยคำในกลุ่มบรรยายหรือแจ้งให้ทราบมากที่สุดคือ 50 ถ้อยคำ กลุ่มของวัจนกรรมที่พบ รองลงไปได้แก่กลุ่มชี้แนะ พบ 47 คำ ส่วนใหญ่เป็นการชี้แนะในลักษณะการออกคำสั่ง เช่น “ต้อง” “ห้าม” “งด” “อย่า” ประเภทของวัจนกรรมที่มีการใช้น้อยที่สุดคือแถลงการณ์ มีจำนวน 14 ถ้อยคำ ที่น่าสนใจคือในส่วนของวัจนกรรมแสดงความรู้สึก ซึ่งผลการศึกษาพบที่มีการใช้คำแสดงความรู้สึก

เชิงบวก 13 ถ้อยคำ ส่วนใหญ่ใช้สื่อสารถึงบุคลากรทางการแพทย์ และผู้ที่สนับสนุนการทำงานของรัฐบาล รวมถึงผู้ที่ให้กำลังใจนายกรัฐมนตรี และแสดงความรู้สึกเชิงลบต่อประชาชน 2 ถ้อยคำ ได้แก่ “ไม่เป็นที่น่าพอใจนัก” และ “ขาดจิตสำนึก” ซึ่งการใช้ถ้อยคำเชิงลบต่อประชาชนเช่นนี้เป็นสิ่งที่นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์มองว่าไม่ควรปรากฏในการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติ และมีนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ 3 ท่าน แสดงความไม่เห็นด้วยกับการใช้ถ้อยคำในลักษณะของการออกคำสั่ง เพราะในช่วงภาวะวิกฤติประชาชนส่วนใหญ่ตกอยู่ในภาวะของความหวาดกลัวอยู่แล้ว และรัฐบาลก็ต้องการความร่วมมือจากประชาชน จึงควรเน้นการใช้คำที่มีคุณลักษณะของการขอร้อง ซึ่งควรต้องควบคู่ไปกับบริบทการสื่อสารที่แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจและเห็นใจประชาชนด้วย ขณะที่อีก 2 ท่าน ไม่ได้มีความเห็นในประเด็นนี้

ผลการศึกษายังพบว่านักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ 3 ใน 5 ท่าน ให้ความสำคัญกับการใช้ถ้อยคำในลักษณะผูกมัดตนเอง ของ พล.อ. ประยุทธ์ ในฐานะผู้นำประเทศ โดยมีความเห็นว่าเป็นการใช้ภาษาที่ให้อารมณ์ความรู้สึกของการ “โอ้อวด” ซึ่ง “การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติ ไม่ควรใช้ถ้อยคำที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกว่าผู้นำกำลังโอ้อวดตนเอง เพราะจะทำให้ขอความร่วมมือจากสาธารณะได้ยาก” (นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์คนที่ 4, สัมภาษณ์, วันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2565)

5.1.2 เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ภายใต้ CERC

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ผ่านทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ ทั้ง 14 ครั้ง ภายใต้กรอบโมเดล CERC พบว่าหัวข้อที่มีการกล่าวถึงในการสื่อสารของผู้นำประเทศทุกครั้ง มีหัวข้อเดียวคือ “สถานการณ์ทั่วไปเกี่ยวกับการแพร่ระบาด” ซึ่งทุกครั้งจะเป็นการนำเสนอสถานการณ์ในลักษณะของตัวเลขสถิติ เช่น จำนวนผู้ติดเชื้อยืนยัน จำนวนผู้เสียชีวิต จำนวนผู้ได้รับการฉีดวัคซีน จำนวนผู้ได้รับยาฟาวิพิราเวียร์ โดยไม่ลงลึกในรายละเอียดในเหตุผลหรือปัจจัยสืบเนื่อง และไม่มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของตัวเลข

หัวข้อที่พบบรองลงไปได้แก่หัวข้อ “ปฏิบัติการที่รัฐบาลกำลังลงมือทำ” มีการกล่าวถึงจำนวน 12 ครั้ง ส่วนใหญ่เป็นการรายงานผลการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด 19 และการนำมติ ครม. มาบอกเล่าขยายความเพิ่มเติม และอันดับ 3 คือ “แผนปฏิบัติการในอนาคตอันใกล้” ไม่มีหัวข้อหรือประเด็นใดที่ไม่ปรากฏในการสื่อสารทั้ง 14 ครั้งเลย

หัวข้อที่มีการกล่าวถึงน้อยที่สุดภาพรวมของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำประเทศ 3 อันดับ คือ “การวิจัยทางการแพทย์” พบว่ามีการสื่อสารในประเด็น 1 ครั้ง ในประเด็นการค้นพบสายพันธุ์โควิด 19 ใหม่ในประเทศอังกฤษ ซึ่งข้อมูลทางการแพทย์ระบุว่าจะติดต่อกันได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น “การอ้างอิง

แหล่งข้อมูล” มีการกล่าวถึง 1 ครั้ง รองลงมาคือ “ข้อมูลการรักษา” “การระบุข้อมูลที่ยังไม่รู้” และ “ชี้แจงขั้นตอน/ วิธีการที่จะทำให้ได้ข้อมูลที่ยังไม่รู้นั้น” โดยพบว่าการกล่าวถึงประเด็นละ 2 ครั้ง เท่ากัน

5.1.3 ความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 บริบททางสังคม และมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล

ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำมีความสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล แต่ความสอดคล้องกับบริบททางสังคมน้อย มีรายละเอียดดังนี้

ความสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาด พบว่ามีความสอดคล้องกันโดยการสื่อสาร 10 ครั้ง จากจำนวนทั้งหมด 14 ครั้ง อยู่ในช่วงของการแพร่ระบาดระลอกแรก ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ประชาชนไทยกำลังหวาดวิตกกับโควิด 19 ซึ่งเป็นภัยที่ทุกคนไม่เคยรู้จักมาก่อน ต้องการรับรู้ข้อมูลทั้งคำแนะนำ การที่ผู้นำประเทศให้ความสำคัญมีการสื่อสารกับประชาชนผ่านสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจในช่วงเวลานี้เป็นจำนวนครั้งมากกว่าการแพร่ระบาดในระลอกอื่นจึงถือได้ว่าสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาด โดยเฉพาะเมื่อศึกษาถึงไปถึงกรอบประเด็นหลักในการสื่อสาร เทียบเคียงกับระยะของภาวะวิกฤติของการแพร่ระบาดระลอกแรกตามโมเดล CERC ซึ่งผลการศึกษาแสดงให้เห็นชัดว่ามีความสอดคล้องกับสถานการณ์ กล่าวคือ ในช่วงระยะเกิดเหตุการณ์ ประเด็นหลักของการสื่อสารจะเป็นการรายงานสถานการณ์ มาตรการควบคุมการแพร่ระบาด และมาตรการทางการเมือง ซึ่งถูกนำมาใช้เพื่อควบคุมการแพร่ระบาด ต่อมาเมื่อสถานการณ์พัฒนาไปสู่ภาวะคลี่คลาย ประเด็นหลักการสื่อสารของผู้นำถูกเปลี่ยนเป็นมาตรการทางเศรษฐกิจ และเมื่อสถานการณ์พัฒนาไปสู่ระยะประเมนผล ประเด็นหลักในการสื่อสารก็เปลี่ยนเป็นการรายงานสถานการณ์อีกครั้งหนึ่ง

ความสอดคล้องกับบริบททางสังคม การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย มีความสอดคล้องหรือกล่าวถึงบริบททางสังคมในขณะนั้นๆ เพียง 4 ครั้ง จาก 14 ครั้ง ความไม่สอดคล้องส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นเมื่อสังคมตั้งคำถามหรือต้องการคำชี้แจงจากภาครัฐ เช่น เมื่อหน้ากากอนามัยขาดตลาดและมีการจับกุมผู้ใกล้ชิดกับรัฐมนตรีในข้อหากักตุนหน้ากากอนามัย หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัคซีน เช่น การตั้งคำถามถึงการไม่เข้าร่วมโครงการโคแวกซ์ ส่วนบริบททางสังคมที่พบว่าการกล่าวถึงในเนื้อหาการสื่อสารมักเกิดขึ้นในช่วงที่การแพร่ระบาดลดความรุนแรงลงและประชาชนเริ่มมองถึงการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ

ความสอดคล้องกับมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาล จากการเปรียบเทียบเนื้อหาการสื่อสารกับนโยบายหรือมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาลในช่วงเวลาเดียวกัน

พบว่าการสื่อสารส่วนใหญ่คือ 11 ครั้ง จาก 14 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 78.57 จะมีความสอดคล้องหรือสะท้อนให้เห็นนโยบายของรัฐที่เกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในช่วงเวลานั้นๆ

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า การสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ผ่านทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ พบว่าไม่มีการสื่อสารในระยะก่อนเกิดวิกฤติ คือ ก่อนที่จะพบผู้ติดเชื้อรายแรกในประเทศไทย และระยะฟักตัว คือ หลังพบผู้ติดเชื้อรายแรกแต่ยังไม่มีการแพร่ระบาด ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สังคมต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ และเป็นช่วงเวลาที่จะสามารถสร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นจากประชาชนได้มากที่สุด (Coombs, 2018)

เมื่อประเมินตามโมเดล CERC (Bernard et al., 2021) การขาดการสื่อสารในระยะก่อนวิกฤติและระยะฟักตัว อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในศักยภาพในการบริหารจัดการภาวะวิกฤติของผู้นำหรือขององค์กรได้ เพราะไม่มีสิ่งใดแสดงให้เห็นประชาชนหรือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤตินั้นๆ ว่าผู้นำหรือองค์กรสามารถตรวจสอบหาสัญญาณเตือนว่าจะเกิดปัญหาก่อนที่จะบานปลายกลายเป็นวิกฤติแล้วพยายามแก้ปัญหาที่นั้น ในกรณีวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์บางท่านมองว่าหากผู้นำสื่อสารกับประชาชนอย่างเป็นทางการเร็วกว่านี้ เช่น หากมีการสื่อสารของผู้นำตั้งแต่ตอนมีรายงานพบผู้ติดเชื้อในประเทศไทยคนแรกที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน อาจทำให้สามารถควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดได้ดีขึ้น เพราะรัฐบาลสามารถสื่อสารให้ประชาชนมองเห็นความเสี่ยงที่อาจเกิดการแพร่ระบาดในประเทศไทยได้ และกระตุ้นให้ประชาชนป้องกันตัวเองและลดความเสี่ยงได้

ในด้านการใช้ภาษาผลการศึกษาพบว่า เป็นประเด็นที่ได้รับคำวิจารณ์ในเชิงลบจากนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์มากที่สุด เพราะมีการใช้ถ้อยคำเชิงตำหนิผู้อื่น และมีลักษณะของการโอ้อวดตน ตรงข้ามกับการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีอังเกลา แมร์เคิล แห่งประเทศเยอรมนี ที่พบว่าเป็นการสื่อสารที่มีการเลือกสรรถ้อยคำที่ดี มีการใช้ถ้อยคำที่เป็นกลางแต่แฝงด้วยความเร่งด่วน ชัดเจน ไม่ซับซ้อน โปรงใส และตรงไปตรงมา ไม่มีการกล่าวโทษประชาชน โอ้อวดผลงานรัฐบาล หรือเรียกร้องความเห็นใจต่อ (Timothy, 2020) ซึ่งการสื่อสารของนายกรัฐมนตรี ของประเทศเยอรมนี ได้รับคำชื่นชมจากทีมผู้เชี่ยวชาญด้านวาทศิลป์จากมหาวิทยาลัยทูบิงเงิน (University of Tübingen) ประเทศเยอรมนี ลงมติยกย่องให้เป็นสุนทรพจน์แห่งปี (Speech of the Year) (Timothy, 2020) ว่าเป็นสุนทรพจน์ที่สะท้อนถึงความเข้าใจอารมณ์ความรู้สึกของประชาชน และสามารถเรียกร้องให้ประชาชนเคารพ

มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของรัฐบาลได้เป็นอย่างดี ขณะที่การสื่อสารของผู้นำไทยถูกมองจากนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ว่ามีการใช้ถ้อยคำที่ผู้นำไม่ควรใช้สื่อสารกับประชาชนในภาวะวิกฤติ โดยเฉพาะการตำหนิประชาชน ซึ่งจากผลการวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารของผู้นำ ผู้วิจัยพบว่ามีการใช้ถ้อยคำตำหนิประชาชน 2 คำ และมีการใช้ถ้อยคำในลักษณะการออกคำสั่งเป็นจำนวนมาก ซึ่งทั้งการตำหนิผู้อื่นและการออกคำสั่ง เป็นสิ่งที่ผู้นำไม่ควรทำในการสื่อสารกับประชาชนในภาวะวิกฤติ (Welch & Welch, 2007) ซึ่งนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ที่ร่วมให้ความเห็นในการวิจัยครั้งนี้ก็มีความเห็นว่า จะส่งผลเสียต่อการบริหารจัดการสถานการณ์วิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 มากกว่าที่จะช่วยควบคุมสถานการณ์

ผลการศึกษาทัศนคติของนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ต่อคุณลักษณะการสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในครั้งนี้ ออกมาในทิศทางที่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Helmore (2020) ที่วิเคราะห์คุณภาพการสื่อสารของประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ แห่งสหรัฐอเมริกา ในช่วงวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 และการศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2020) ที่ศึกษาการสื่อสารของประธานาธิบดีมาอีร์ โบลโซนาโร แห่งประเทศบราซิล ในแง่ที่เป็นการสื่อสารของผู้นำที่ได้รับเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากสังคมในแง่ลบ ซึ่งเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบความแตกต่างในเหตุผลของการเกิดทัศนคติเชิงลบต่อการสื่อสารของผู้นำประเทศทั้ง 3 คน ดังนี้ ผลการศึกษาของ Helmore พบว่าคำวิจารณ์เชิงลบต่อการสื่อสารของประธานาธิบดีอเมริกัน เกิดจากการให้ข้อมูลความเห็นที่ขัดแย้งกับข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ รวมถึงการกล่าวประณามที่ปรึกษาด้านการแพทย์ของตนเอง ขณะที่การสื่อสารของประธานาธิบดีมาอีร์แห่งประเทศบราซิล ถูกวิจารณ์จากการให้ข้อมูลผิดๆ ต่อประชาชน เช่น การกล่าวว่าชาวบราซิลมีภูมิคุ้มกันโควิด 19 ในตัวเอง (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2020) ขณะที่ผลการศึกษาการสื่อสารของผู้นำไทยในครั้งนี้พบว่า เหตุผลที่ทำให้การสื่อสารของผู้นำไทยได้รับคำวิจารณ์ในเชิงลบจากนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ เกิดจากการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสมคือมีการกล่าวตำหนิประชาชน ซึ่งนักวิชาชีพประชาสัมพันธ์มองว่า แสดงให้เห็นถึงการไม่เข้าใจและไม่เห็นใจประชาชนที่อยู่ในภาวะหวาดกลัวและเสียใจจากการสูญเสียบุคคลอันเป็นที่รัก รวมถึงเกิดจากการที่เนื้อหาการสื่อสารที่เป็นลักษณะของการนำเสนอข้อมูลเชิงสถิติที่เกี่ยวกับการแพร่ระบาดมากเกินไป

เมื่อพิจารณาเทียบกับการสื่อสารขององค์การอนามัยโลกที่สื่อสารกับประเทศสมาชิกในช่วงภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ซึ่ง ภัฏญรัตน์ เวชชาชีวะ (2563) ทำการศึกษาไว้ จะพบว่า มีทั้งความเหมือนและความต่างกัน ในส่วนของคุณลักษณะการสื่อสารที่พบว่ามี ความต่างกันคือ การสื่อสารขององค์การอนามัยโลกเน้นเผยแพร่ข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยใช้ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์เป็นพื้นฐานในการอธิบายเพื่อให้ประเทศสมาชิกแต่ละประเทศหาวิธีเพิ่มพูนศักยภาพตนเองในการรับมือกับการแพร่ระบาด แต่การสื่อสารของผู้นำประเทศไทยมีการอ้างอิงข้อมูลทาง

วิทยาศาสตร์และการแพทย์ค่อนข้างน้อย แต่เน้นการถ่ายทอดให้เห็นแนวนโยบายหรือการปฏิบัติของรัฐบาลในการรับมือการแพร่ระบาดทั้งในเชิงการป้องกันการแพร่ระบาดโดยตรงและการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมมากกว่า

คุณลักษณะการสื่อสารขององค์การอนามัยโลกที่เหมือนการสื่อสารของผู้นำไทยคือ ภายหลังจากเสร็จสิ้นการออกแถลงการณ์จะมีการนำไปเผยแพร่ต่อผ่านทางช่องทางสื่อต่างๆ ต่อ ภัฏญรัตน์ เวชชาชีวะ (2563) พบว่าภายหลังจากจบสิ้นการแถลงการณ์ของผู้อำนวยการองค์การอนามัยโลก จะมีทีมเลขานุการนำเนื้อหาการสื่อสารไปเผยแพร่ต่อในสื่อขององค์การอนามัยโลกทุกช่องทาง เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย รวมถึงแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น WhatsApp อีกทั้งมีการแปลเป็นภาษาทางการขององค์การสหประชาชาติทุกภาษา ในส่วนการสื่อสารของผู้นำประเทศไทย ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่าในช่วงเวลาเดียวกับที่มีการออกอากาศการสื่อสารของผู้นำทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ ผ่านสถานีโทรทัศน์ที่เป็นสมาชิกโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจทั้ง 15 สถานี สื่ออื่นๆ ต่างเชื่อมสัญญาณสดเพื่อเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของตนเองไปด้วย นอกจากนี้หลังจบการแถลงการณ์ยังพบว่ามีมีการนำคลิปการสื่อสารไปเผยแพร่ต่อทางโซเชียลมีเดียของหน่วยงานภาครัฐด้วย เพื่อให้สาธารณะสามารถรับชมย้อนหลังได้ โดยเฟซบุ๊กเพจ “ไทยคู่ฟ้า” และช่องยูทูป “ไทยคู่ฟ้า ทำเนียบรัฐบาล” ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารทางโซเชียลมีเดียที่เป็นทางการของรัฐบาลไทย live การสื่อสารของนายกรัฐมนตรีทุกครั้ง นอกจากนี้เฟซบุ๊กเพจ “ไทยรู้สู้โควิด” ซึ่งเป็นเพจที่กระทรวงสาธารณสุขเปิดขึ้นเพื่อสื่อสารเกี่ยวกับสถานการณ์โรคโควิด 19 กับประชาชนเป็นการเฉพาะ ได้สรุปเนื้อหาการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีทุกครั้งเผยแพร่ทางเพจด้วย โดยทำกราฟฟิกสรุปสาระสำคัญของการสื่อสารประกอบ เพจ “ไทยรู้สู้โควิด” จะเผยแพร่เนื้อหาสรุปการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีหลังวันออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ 1 วัน นอกจากนี้ยังพบว่าช่องยูทูปของกรมประชาสัมพันธ์มีการอัปโหลดคลิปวิดีโอการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีด้วย แต่ไม่ได้มีการเผยแพร่ทุกครั้งที่มีการสื่อสาร

การเลือกใช้สื่อในการสื่อสารคือการออกแถลงการณ์ทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ นอกจากนี้จะสอดคล้องกับธรรมชาติหรือวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจซึ่งเกิดขึ้นเพื่อเป็นช่องทางสำหรับรัฐบาลในการสื่อสารกับประชาชนในเรื่องที่มีความสำคัญระดับประเทศแล้ว ยังพบว่ามี ความสอดคล้องกับรูปการการรับสื่อเกี่ยวกับโควิด 19 ของประชาชน ตามผลการศึกษาของ Wirichada Pan-ngum et al. (2020) ที่สำรวจความเห็นและทัศนคติของประชาชนต่อการรับสารเกี่ยวกับโควิด 19 และพบว่าสื่อที่ประชาชนใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโควิด 19 มากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์

5.2.2 การศึกษาเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่าหัวข้อที่มีการกล่าวถึงในการสื่อสารของผู้นำประเทศทุกครั้ง มีหัวข้อเดียวคือ “สถานการณ์ทั่วไปเกี่ยวกับการแพร่ระบาด” รองลงไปได้แก่หัวข้อ “ปฏิบัติการที่รัฐบาลกำลังลงมือทำเพื่อควบคุมการแพร่ระบาด” และอันดับ 3 คือ แผนปฏิบัติการในอนาคตอันใกล้ หัวข้อที่มีการกล่าวถึงน้อยที่สุดภาพรวมของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำประเทศ 3 อันดับ คือ “การวิจัยทางการแพทย์” ที่พบที่มีการกล่าวถึงเพียง 1 ครั้ง “การรักษา” และ “การอ้างอิงแหล่งข้อมูล” ที่มีการกล่าวถึงประเด็นละ 2 ครั้ง ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่า นายกรัฐมนตรีต้องการให้ประชาชนรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการทางสาธารณสุขจากศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งรัฐบาลแต่งตั้งขึ้นมาในวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ. 2563 ก่อนที่นายกรัฐมนตรีจะออกแถลงการณ์สื่อสารกับประชาชนทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจครั้งแรก เพื่อให้ทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวข้องกับกาแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสาธารณสุขและการแพทย์

หากพิจารณาว่าการสื่อสารของผู้นำเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารของรัฐบาล จะพบว่าผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Wirichada Pan-ngum et al (2020) ที่สำรวจความเห็นและทัศนคติของประชาชนต่อการรับสารเกี่ยวกับโควิด 19 และพบว่าร้อยละ 59 ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าได้รับข้อมูลในส่วนของกาควบคุมการแพร่ระบาด เช่น แนวทางการเว้นระยะห่างทางสังคม การลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อ จากการสื่อสารของภาครัฐน้อยกว่าข้อมูลความรู้เกี่ยวกับโควิด 19 และเมื่อเปรียบเทียบกับกาวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารในภาวะวิกฤติของภาครัฐในช่วงที่เกิดน้ำท่วมใหญ่ปี 2554 ซึ่ง พชรมน ธรรมประสิทธิ์ (2555) ทำการศึกษาโดยวิเคราะห์เนื้อหาของคลิปวิดีโอ “รู้สู้ Flood” จำนวน 10 คลิป และพบว่ากาสื่อสารใน “รู้สู้ Flood” เน้นการนำเสนอข้อเท็จจริงเส้นทางกาเดินทางของน้ำ และมุ่งอธิบายผลกระทบต่อบุคคล สัตว์ และสิ่งของ และแนวทางการลดผลกระทบ และนำเสนอในรูปแบบภาพเคลื่อนไหว (Motion Animation) ทำให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้ง่าย และสามารถเปลี่ยนทัศนคติของประชาชนต่อปัญหาวิกฤติน้ำท่วมในครั้งนั้นได้ ซึ่งต่างจากการสื่อสารของผู้นำในประเทศ (ในฐานะส่วนหนึ่งของการสื่อสารของภาครัฐ) ในการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิดในครั้งนี ที่พบที่มีการให้ข้อมูลความรู้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับทิศทางกาแพร่ระบาดหรือกาเดินทางของโควิด 19 ค่อนข้างน้อย

เมื่อเปรียบเทียบการสื่อสารของผู้นำไทยภายใต้กรอบ CERC กับการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีออสเตรเลียที่ Bernard et al. (2021) ทำการศึกษาเนื้อหาภายใต้กรอบโมเดล CERC เช่นเดียวกัน พบว่าเนื้อหาการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีออสเตรเลียให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลด้านการรักษาและงานวิจัยทางการแพทย์มากกว่า และเนื้อหาในภาพรวมมีความสอดคล้องกับกรอบ

ของ CERC มากกว่า อย่างไรก็ตามการศึกษาของ Bernard et al. (2021) มีการนำเข้าสู่ข้อมูลการสื่อสารของนายกรัฐมนตรีจำนวนครั้งมากกว่าและหลากหลายรูปแบบมากกว่าการศึกษาการสื่อสารของนำภาวะวิกฤติการการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย ในครั้งนี้ นอกจากนี้แม้การศึกษาครั้งนี้จะพบว่าการสื่อสารในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย จะให้ความสำคัญกับข้อมูลการรักษาและงานวิจัยทางการแพทย์น้อย จึงไม่สามารถสรุปได้ว่าผู้นำไทยละเลยความสำคัญของข้อมูลใน 2 ประเด็นนี้ เนื่องจากรัฐบาลมีการตั้งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) เป็นศูนย์กลางการสื่อสารในมิติที่เกี่ยวกับสาธารณสุขและการแพทย์ของโควิด 19 เป็นการเฉพาะด้วย

อย่างไรก็ดีหากพิจารณาในแง่โมเดลที่โมเดล CERC เป็นโมเดลการสื่อสารในภาวะวิกฤติที่องค์การอนามัยโลกแนะนำให้ผู้นำประเทศต่างๆ ใช้สื่อสารกับประชาชนในช่วงที่เกิดภัยฉุกเฉินด้านสุขภาพ เพราะเป็นโมเดลที่จุดเด่นด้านการวางกรอบการสื่อสารในภาวะวิกฤติที่ใช้หลักฐานทางวิทยาศาสตร์รองรับเพื่อให้ผู้นำใช้สื่อสารกับสาธารณะทั้งประเด็นความเสี่ยงและประโยชน์ที่ได้รับในช่วงเวลาแห่งความฉุกเฉินนั้น เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนตระหนักถึงสิ่งอันควรทำและไม่ควรทำเพื่อให้ทั้งสังคมสามารถก้าวผ่านวิกฤติไปได้ (Bernard et al., 2021) การสื่อสารของผู้นำประเทศในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 จึงควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่เป็นการให้ความรู้ด้านการรักษา และข้อมูลทางการแพทย์ ไม่น้อยกว่าเนื้อหาการสื่อสารในประเด็นอื่น เพื่อให้ข้อมูลความรู้นั้นนำไปสู่การสร้างความตระหนักในการปฏิบัติตามคำแนะนำหรือมาตรการของรัฐในการควบคุมการแพร่ระบาดในหมู่ประชาชน กรณีการแพร่ระบาดของโควิด 19 หากพิจารณาบริบททางสังคมในช่วงระยะเวลาของการแพร่ระบาดแล้วจะพบว่าประชาชนค่อนข้างต้องการข้อมูลทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ ทั้งที่เกี่ยวกับตัวโรค การรักษา และข้อมูลเกี่ยวกับวัคซีน แต่ได้รับการตอบสนองข้อมูลในส่วนนี้จากการสื่อสารของผู้นำค่อนข้างน้อย

5.2.3 การศึกษาความสอดคล้องของเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำไทย ในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยกับสถานการณ์การแพร่ระบาด บริบททางสังคม และมาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาดของรัฐบาล

1) สถานการณ์การแพร่ระบาด - ผลการวิเคราะห์ช่วงเวลาการสื่อสารของผู้นำไทยพบว่ามี ความสอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาด คือร้อยละ 71.4 ของการสื่อสารเกิดขึ้นในช่วงของการแพร่ระบาดระลอกแรก ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ประชาชนกำลังหวาดวิตกกับโควิด 19 ที่ไม่เคยมีคนรู้จักมาก่อน ช่วงเวลานั้นประชาชนต้องการรับรู้ข้อมูลทั้งคำแนะนำจากรัฐบาล การสื่อสารจากผู้นำจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง (Bernard et al., 2021) การที่ผลการศึกษาพบว่าเฉพาะเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นเดือนที่สถานการณ์การแพร่ระบาดอย่างรุนแรงเกิดขึ้นเป็นครั้งแรก และมีประชาชนที่ติด

เชื้อเสียชีวิตเป็นรายแรก ผู้นำประเทศออกมาสื่อสารผ่านโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจถึง 3 ครั้ง แสดงให้เห็นถึงความพยายามของผู้นำคือ พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ในการเชื่อมต่อกับประชาชนในภาวะวิกฤติ และสื่อให้เห็นถึงการเป็นผู้นำที่มีอารมณ์ผูกพันกับประชาชน และมีความรับผิดชอบต่อตำแหน่งทางการเมืองของตัวพล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ซึ่งทั้ง 2 ประการนี้เป็นส่วนหนึ่งของคุณสมบัติที่ผู้นำในภาวะทางการเมืองควรมีตามทัศนะของเวเบอร์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติของ Newsom and Carrell (2001) ที่ระบุว่าเมื่อเกิดเหตุวิกฤติผู้นำควรต้องรีบออกมาสื่อสารกับประชาชนในช่วงต้นของการเกิดภาวะวิกฤติ เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่มีโอกาสความสับสนวุ่นวาย และไม่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้

2) บริบททางสังคม - เมื่อพิจารณาเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในแต่ละครั้ง เทียบกับบริบททางสังคมในแต่ละช่วงเวลาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของผู้นำ พบว่าการสื่อสารของผู้นำมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับบริบททางสังคมค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่สังคมเต็มไปด้วยความสับสน เช่น กรณีของวัคซีน ที่เกิดปรากฏการณ์ประชาชนแย่งกันจองคิวฉีดวัคซีนกับสถานบริการภาคเอกชนในราคาสูง หรือการที่ประชาชนบางส่วนเลือกเดินทางไปต่างประเทศเพื่อรับการฉีดวัคซีน ในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2564 เป็นช่วงที่ประชาชนต้องการความเชื่อมั่นในศักยภาพของรัฐบาลในการจัดหาวัคซีนที่มีคุณภาพให้กับประชาชน แต่การสื่อสารของผู้นำในช่วงนั้นกลับให้ความสำคัญกับมาตรการทางเศรษฐกิจและการรายงานสถานการณ์การแพร่ระบาดมากกว่า และมีการกล่าวถึงศักยภาพของรัฐบาลในการจัดหาวัคซีนในการสื่อสารวันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2564 ซึ่งบริบททางสังคมเปลี่ยนแปลงไปรัฐบาลสามารถนำเข้าวัคซีนเพิ่มได้มากขึ้น การที่เนื้อหาการสื่อสารไม่สอดคล้องกับบริบทสังคมเช่นนี้ อาจทำให้การสื่อสารอาจไม่ส่งผลหรือส่งผลน้อยต่อการบริหารจัดการสถานการณ์ในภาวะวิกฤติตามแนวคิดของ Stewart and Wilson (2015) ซึ่งมองว่าการสื่อสารในภาวะวิกฤติที่มีประสิทธิภาพต้องสื่อสารและตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยผู้นำต้องมีกระบวนการสำคัญที่เรียกว่า “การรับฟังสังคม” (Social listening) คือการรวบรวมข้อมูลความเห็น และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด เพื่อสามารถหาข้อมูลที่ตรงกับความต้องการมาป้อนให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งนอกจากจะทำให้การสื่อสารนั้นสามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารให้สนับสนุนการบริหารจัดการภาวะวิกฤติที่รัฐบาลกำลังดำเนินการอยู่แล้ว ยังจะสามารถช่วยป้องกันหรือลดกระแสการแพร่กระจายของข่าวลือหรือข่าวปลอมได้อีกด้วย การที่การสื่อสารของผู้นำไทยมีความสอดคล้องกับบริบททางสังคมค่อนข้างน้อย คือมีเพียง 4 ครั้ง จากการสื่อสาร 14 ครั้ง แสดงให้เห็นว่าในกระบวนการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยอาจยังไม่ให้ความสำคัญกับกระบวนการรับฟังสังคมมากพอก็เป็นได้

3) มาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาดของรัฐบาล - ผลการศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทย กับ

มาตรการบริหารจัดการสถานการณ์การแพร่ระบาดของรัฐบาล พบว่าการสื่อสารของผู้นำมีความสอดคล้องกับมาตรการในการควบคุมการแพร่ระบาดโควิด 19 ของรัฐบาลอย่างเห็นได้ชัด โดยพบว่าเกือบทุกครั้งของการสื่อสารจะมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับปฏิบัติการที่รัฐกำลังลงมือทำและปฏิบัติการที่จะทำในอนาคตอันใกล้ ซึ่งบางครั้งเนื้อหาที่สื่อสารคือการนำมาตี ตม. มาเผยแพร่ซ้ำ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับบทบาทการเป็นผู้นำทางการเมืองของตัว พล.อ. ประยุทธ์ จันทร์โอชา ซึ่งขณะนั้นดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี มากกว่าการแสดงบทบาทในฐานะผู้นำในภาวะวิกฤติ คือการเป็นผู้อำนวยความสะดวกศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ทั้งนี้บทบาทหน้าที่สำคัญของผู้นำทางการเมืองภายใต้การปกครองระบอบประชาธิปไตยคือ การใช้อำนาจทางการเมืองที่ได้รับมอบหมายจากประชาชนเพื่อการบริหารประเทศ กำหนดทิศทางการเคลื่อนไหวของทรัพยากรในประเทศ (ณรงค์ สิ้นสวัสดิ์, 2550) ในขณะที่บทบาทของผู้นำในภาวะวิกฤติจะเน้นการบริหารจัดการสถานการณ์วิกฤติที่กำลังเกิดขึ้น และส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และภาพลักษณ์ขององค์กรหรือประเทศ (Covello & MacCallum, 1989) ซึ่งจะเห็นว่าบทบาทของผู้นำในภาวะวิกฤติจะอิงกับสถานการณ์วิกฤติและบริบททางสังคมมากกว่า แต่การสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 กลับอิงมาตรการการบริหารจัดการของรัฐบาลมากกว่า

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ด้านการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

1) เชิงการนำประยุกต์ใช้ - หน่วยงานทางนโยบายสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นส่วนหนึ่งของการนโยบายการบริหารจัดการการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติ โดยเฉพาะภาวะวิกฤติที่เป็นภัยฉุกเฉินด้านสุขภาพ เช่น การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในอนาคต รวมถึงโรคอุบัติใหม่อื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

2) เชิงวิชาการ - นักวิชาการด้านนักสื่อสารสุขภาพ/ นักนิเทศศาสตร์ สามารถนำผลการศึกษาไปพัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาการด้านการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติ โดยเฉพาะภาวะวิกฤติที่เป็นภัยฉุกเฉินด้านสุขภาพ เช่น การแพร่ระบาดของโควิด 19 ในอนาคต รวมถึงโรคอุบัติใหม่อื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยการสื่อสารของผู้นำไทยในภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในประเทศไทยจัดทำขึ้นโดยกำหนดขอบเขตข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์แค่การสื่อสารของนายกรัฐมนตรีในรูปของการออกแถลงการณ์ทางโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย เพราะผู้วิจัยต้องการศึกษาการ

สื่อสารที่มีการเตรียมตัวล่วงหน้า ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดในการศึกษาประการหนึ่งของการศึกษาในครั้งนี้ จึงควรมีการศึกษาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติ โดยกำหนดขอบเขตการทำงานที่กว้างขึ้น ให้ครอบคลุมการสื่อสารในทุกรูปแบบ เช่น การแถลงข่าว การให้สัมภาษณ์ เพื่อให้ผลการศึกษาสะท้อนภาพเนื้อหาการสื่อสารของผู้นำในภาวะวิกฤติได้ชัดเจนยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- กรมควบคุมโรค. (2564). รายงานสถานการณ์ COVID-19 ระลอก 3. สืบค้นจาก <https://covid19.ddc.moph.go.th/>
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2551). การสื่อสารและการบริหารจัดการในภาวะวิกฤติ. นนทบุรี: พิมพ์
ลักษณะ.
- กฤษดาวรรณ หงส์ดารมภ์, & อีรินุช โชคสุวณิช. (2551). วัจนปฏิบัติศาสตร์. กรุงเทพฯ: โครงการ
เผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัญญรัตน์ เวชชาชีวะ. (2563). บทเรียนจากการสื่อสารขององค์การอนามัยโลกในภาวะวิกฤติ –
กรณีศึกษาช่วงการระบาดโรคโควิด (หลักสูตรนักบริหารการทูต รายงานการศึกษาส่วนบุคคล).
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
- คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี. (2563). *Pandemic Endemic Epidemic และ Outbreak
ระบาดอย่างไร? ต่างกันอย่างไร?* สืบค้นจาก
<https://www.rama.mahidol.ac.th/atrama/issue038/vocab-rama>
- จิรวัดน์ สุริยะโชติขยางกูร. (2563). บทเรียนสภาวะผู้นำในสถานการณ์วิกฤติโควิด – 19. สืบค้นจาก
<https://tdri.or.th/2020/01/covid-1/>
- ไชยะ เทพา. (2557). เอกสารประกอบการสอนรายวิชาความรู้เบื้องต้นทางรัฐศาสตร์. สืบค้นจาก
<http://portal5.udru.ac.th/ebook/pdf/upload/180Q2FhmEk9kFFAx9749.pdf>
- ณรงค์ สิ้นสวัสดิ์. (2550). เส้นทางผู้นำการเมือง. กรุงเทพฯ: แม็ค.
- ทรงธรรม อินทจักร. (2550). แนวคิดพื้นฐานด้านวัจนปฏิบัติศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล. (2563). แถลงการณ์นายกรัฐมนตรี สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ
โควิด 19. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=59E-aQ7mVQY>
- ไทยคู่ฟ้าทำเนียบรัฐบาล. (2564). แถลงการณ์นายกรัฐมนตรี สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ
โควิด-19. สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=59E-aQ7mVQY>
- ไทยรัฐ. (2563). จับอีก 7 ราย ขยายหน้ากักอนามัย แอลกอฮอล์ แพงเกินจริง - ไม่ติดป้ายราคา สืบค้น
จาก https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand_econ/1811788
- ไทยรัฐสปอร์ต. (2563). ย้อนรอยมรสุมวงการมวย หลังถูกตราหน้าว่าทำโควิด-19 ระบาดใหญ่ในไทย.
สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/sport/others/2003033>
- ธิดารัตน์ อเนกะเวียง. (2548). วาทกรรมวิเคราะห์ของสนธิ ลิ้มทองกุล ในรายการเมืองไทยรายสัปดาห์.

- (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
 บุญโชค เขียวมา. (2551). การศึกษาวัฒนธรรมบนป้ายหาเสียงของผู้สมัครรับเลือกตั้งผู้ว่าราชการ
 กรุงเทพมหานคร ปี 2547. (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
 ประชาไท. (2565). ย้อนเหตุการณ์สำคัญ 2 ปี COVID-19. สืบค้นจาก
<https://prachatai.com/journal/2022/03/97618>
- พชรมน ธรรมประสิทธิ์. (2555). วิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารในภาวะวิกฤติ: กรณีศึกษาคลิปวิดีโอ “รู้สู้
 Flood” (การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ,
 พันธุ์ทิพา หอมทิพย์. (2565). โควิด-19 บนเส้นทางเปลี่ยนผ่านสู่ “โรคประจำถิ่น”. สืบค้นจาก
<https://www.senate.go.th/assets/portals/93/fileups/253/files/san/Covid19.pdf>
- พิชญ์ พงศ์สวัสดิ์. (2558). ประชาชนในประชาธิปไตย. สืบค้นจาก
http://www.matichon.co.th/news_detail.php?newsid=1443507582
- พิมพ์ผกา ไชยโชค และสาวิตรี คทวณิช. (2019). การศึกษาวัฒนธรรมในเพลงประท้วงขบวนการ
 กาล. *MFU Journal*, 8(2), 125-153. สืบค้นจาก
<https://so05.tcithaijo.org/index.php/MFUconnexion/article/download/241044/164115/828258>
- รัฐบาลไทย. (2563). แถลงการณ์นายกรัฐมนตรี 25 มีนาคม 2563 ต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของ
 ไวรัสโคโรนา 19. สืบค้นจาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/27829>
- ลัดดา ประสาร. (2564). 3 ชุดคำถามฉายภาพการสื่อสารของรัฐบาลไทยกับการตอบสนองต่อภาวะ
 วิกฤติโรคอุบัติใหม่ โควิด – 19. *วารสารพัฒนาศาสตร์*, 4(1), 98 - 131. สืบค้นจาก
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/gvc-tu/article/download/252521/170966/>
- ลิขิต ธีรเวคิน. (2550). *ความเป็นผู้นำทางการเมือง*. สืบค้นจาก
<https://mgronline.com/daily/detail/9500000029811>
- วิภาวิน โมสูงเนิน. (2553). *การสื่อสารสุขภาพของกระทรวงสาธารณสุขในกรณีการระบาดของโรค
 ไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร
 ศาสตร์,
 ศบค. (2563). *สรุปสถานการณ์รายวัน*. สืบค้นจาก
<https://covid19.nrct.go.th/report/?month=11&y=2020>
- ศบค. (2564). *สรุปสถานการณ์รายวัน*. สืบค้นจาก <https://covid19.nrct.go.th/wp-content/uploads/2022/03/covid19-report-640531.pdf>
- ศบค. (2565). *สรุปสถานการณ์รายวัน*. สืบค้นจาก <https://covid19.nrct.go.th/wp-content/uploads/2022/03/covid19-report-640430.pdf>

- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2020). *บทเรียนสภาวะผู้นำในสถานการณ์วิกฤติโควิด - 19*. สืบค้นจาก <https://tdri.or.th/2020/01/covid-1/>
- สยามรัฐ. (2563). *ชาวเน็ตจุก! เห็นภาพหมอเย็บหน้ากากอนามัยใช้เอง 'หมอซูซึย' ลั่นไม่ได้อ่อนน้อมร้องขออะไร*. สืบค้นจาก <https://siamrath.co.th/n/142544>
- สำนักข่าวบีบีซี. (2563a). *WHO ยกย่องนายกฯ ลิงคโปล์ เป็นผู้นำที่สื่อสารมีประสิทธิภาพที่สุดในวิกฤติโรคระบาด*. สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/international-51473478>
- สำนักข่าวบีบีซี. (2563b). *โควิด-19: ลำดับเหตุการณ์ แผนที่ชีวิต อินโฟกราฟฟิก ยอดติดเชื้อ-เสียชีวิตในไทยและทั่วโลก*. สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-52090088>
- สิโรตม มณีแฮด, & สรัญญา เชื้อทอง. (2563). การสื่อสารสุขภาพของกรมควบคุมโรคโดยใช้เรื่องเล่าอินโฟกราฟฟิกในสถานการณ์โควิด 19. *วารสารการสื่อสารมวลชน*, 8(2), 92 - 119.
- สุจริตลักษณ์ ดิผดุง. (2549). *วิจัยปฏิบัติการเบื้องต้น*. นครปฐม: สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชนบท มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2557). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Austin, J. L. (1975). *How to do things with words*. USA: Harvard University Press.
- Bernard, R., Basit, A., Sofija, E., Phung, H., Lee, J., Rutherford, S., . . . Wiseman, N. (2021). Analysis of crisis communication by the Prime Minister of Australia during the Covid-19 pandemic. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 62. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2021.102375>
- CDC. (2021). COVID Data Tracker. Retrieved from <https://covid.cdc.gov/covid-data-tracker/#datatracker-home>
- Coombs, W. T. (2010). Sustainability: A New and Complex “Challenge” for Crisis Managers. *International Journal of Sustainable Strategic Management*, 2(1), 4-16. doi:10.1504/IJSSM.2010.032160
- Coombs, W. T. (2018). Crisis communication: the best evidence from research. In Robert P. Gephart, C. Chet Miller, & Karin Svedberg Helgesson (Eds.), *The Routledge Companion to Risk, Crisis and Emergency Management*. New York: Routledge.
- Coombs, W. T., & Holladay, S. J. (2012). *Managing Corporate Social Responsibility: A Communication Approach* (1 ed.). New York: Wiley.
- Couto, R. A. (2010). *Political and Civic Leadership: A reference handbook*. California: Sage.

- Covello, V. T., & MacCallum, D. B. (1989). *Effective Risk Communication: The Role and Responsibility of Government and Nongovernment Organizations*. New York: Plenum
- Coverage. (2565). สธ.ปรับระบบรายงานโควิดใหม่ ตั้งแต่ 1 มิ.ย. เป็นต้นไป นับเฉพาะผู้ป่วยแอดมิท. Retrieved from <https://www.thecoverage.info/news/content/3554>
- Davidson, J. (2020). The leader of the Free World gives a speech, and she nails it. Retrieved from https://nymag.com/intelligencer/2020/03/angela-merkel-nails-coronavirus-speech-unlike-trump.html?fbclid=IwAR2kceFKKDjpwOGTmPS39Vn8u3_8ldCv08r12y8faqN8ukxJz_1nONLHtKk
- Fench, P. E. (2011). Effective leadership in times of public health crises. *Public Administration Review*, 71(3). Retrieved from https://www.jstor.org/stable/23017506?seq=3#metadata_info_tab_contents.
- Finset, A. (2020). Effective health communication - a key factor in fighting the COVID-19 pandemic. *Patient Educ Counseling*, 103(5), 873-876. Retrieved from <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7180027/>
- Helmore, E. (2020, August 1). Donald Trump claims Anthony Fauci “wrong” about cause of Covid-19 surge, News report. *The Guardian*. Retrieved from <http://www.theguardian.com/us-news/2020/aug/01/trump-covid-19-fauci-cases-testing>
- Herman, I. (2020). *Managing your image in a week*. London: Hodder Headline.
- Hfocus. (2564). สถาบันวัคซีนแห่งชาติแจจชัด! เหตุไม่จองวัคซีนโควิดผ่านโคแวกซ์ เสียยได้รับเข้า-ราคาสูง. Retrieved from <https://www.hfocus.org/content/2021/02/21014>
- Hsiu, F. H., & Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9 November), 1277-1288. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/7561647_Three_Approaches_to_Qualitative_Content_Analysis
- Jin, Y., Pang, A., & Cameron, G. T. (2012). Toward a publics-driven, emotion-based conceptualization in crisis communication: Unearthing dominant emotions in multi-staged testing of the Integrated Crisis Mapping (ICM) Model. *Journal Public Relations Research*, 24(3), 266-298. Retrieved from

<https://doi.org/10.1080/1062726X.2012.676747>

- Karoon Chetpayak. (2021). ย้อนดูสปีชในภาวะวิกฤติของอังเกลา แมร์เคิล ผู้นำเยอรมนี. Retrieved from <https://thematter.co/quick-bite/angela-markel-covid19-speech/132216>
- Keller, K. W., & Yang, Y. E. (2008). Leadership style, decision context, and the poliheuristic theory of decision making: An experimental analysis. *Journal of Conflict Resolution*, 52(5), 687-712. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/0022002708320889>
- Keohane, N. O. (2015). Dahl's Concept of Leadership: Notes Towards a Theory of Leadership in a Democracy. *Journal of Political Power*, 8(2), 229-247. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/2158379X.2015.1054580>
- Kondracki, N. L., & Wellman, N. S. (2002). Content analysis: Review of methods and their applications in nutrition education. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 34, 224-230. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1499404606600973>
- Lancet. (2020). COVID-19: fighting panic with information. *Lancet*, 395(10224), 537. doi:[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)30379-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30379-2)
- Lee, S. T., & Basnyat, I. (2014). Framing of Influenza A (H1N1) Pandemic in Singaporean Newspaper. *Health Promote. Int.*, 30(4), 942-953. Retrieved from <http://doi.org/10.1093/heapro/dan028>
- Liu, B. F., Iles, I. A., & Herovic, E. (2020). Leadership under fire: How governments manage crisis communication. *Communication Studies*, 71(1), 128-147. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/10510974.2019.1683593>
- Louise K. Comfort, Naim Kapucu, Kilkon Ko, Scira Menoni, & Michael Siciliano. (2020). Crisis Decision-making on a global scale. Transition from cognition to collective action under threat of COVID-19. *Public Administration Review*, 80(4). Retrieved from <https://doi.org/10.1111/puar.13252>
- Morse, J. M., & Field, P. A. (1995). *Qualitative Research Methods for Health Professionals* (2 ed.). California: Sage.
- Nandy, B. R., & Sarvela, P. D. (1997). Content analysis reexamined: A relevant method for health education. *American Journal of Health Behavior*, 21, 222-234.
- Newsom, D., & Carrell, B. (2001). *Public Relations Writing: Form and Style* (5 ed.).

California: Thomson Wadsworth.

Newsom, D., Turk, J., & Kruckerberg, D. (2004). *This is PR: The realities of public relations* (8 ed.). Ontario: Thomson Wadsworth.

Pan-ngum, W., Poomchaichote, T., Peerawaranun, P., Kulpijit, N., Osterrieder, A., Waithira, N., . . . Cheah, P. Y. (2020). Perspective on public health interventions in the management of the COVID -19 pandemic in Thailand. Retrieved from <https://wellcomeopenresearch.org/articles/5-245>

Park, H., & Reber, B. H. (2010). Using public relations to promote health: a framing analysis of public relations strategies among health associations. *Journal of Health Communication.*, 15 (2010)(1), 39-54. doi:10.1080/10810730903460534

Parrish, J. (2010). Philosophical foundations of political leadership. In R. A. Couto (Ed.), *Political and civic leadership*. California: Sage.

Potter, W. J., & Levine-Donnerstein, D. (1999). Rethinking Validity and Reliability in Content Analysis. *Journal of Applied Communication Research*, 27, 258-284. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/00909889909365539>

Reynolds, B. N., & Seeger, M. W. (2008). Crisis communication as an integrative model. *Journal of Health Communication*, 10(1), 43-55. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10810730590904571>

Schuetze, F. (2021). Coronavirus dominates Merkel's lasy New Year's speech as Chancellor Retrieved from <https://www.nytimes.com/2020/12/31/world/europe/merkel-covid-new-year-speech.html>

Searle, J. (1969). *Speech Act: An essay in the philosophy of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

Seeger, M. W., Sellow, T. L., & Ulmer, R. R. (2007). Ambiguity, Uncertainty and Chaos: Public Relations and Crisis Communication. In R. L. Health (Ed.), *Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks: Sage.

Stewart, M. C., & Wilson, B. G. (2015). The dynamic role of social media during Hurricane Sandy: an introduction of the STREMI model to weather the storm of the crisis lifecycle. *Computers in Human Behavior*, 54, 1-8. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.009>

- Stewart, M. C., & Young, B. G. (2018). Revisiting STREMI: social Media Crisis communication During Hurricane Matthew. *Journal of International Crisis and Risk Communication Research*, 1(2), 279-301. Retrieved from <https://doi.org/10.30658/jicrcr.1.2.5>
- Timothy, J. (2020). Merkel COVID address honored as 'Speech of the Year'. Retrieved from <https://www.dw.com/en/germany-angela-merkels-coronavirus-address-honored-as-speech-of-the-year/a-55984728>
- Tomkins, L. (2020). Where is Boris Johnson? When and why it matters that leaders show up in a crisis. *Leadership*, 16(3), 331-342. Retrieved from <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1742715020919657>
- Umar Ali Bukar, Marzanah A. Jabar, Fatimah Sidi, Rozi Nor Haizan Binti Nor, Salfarina Abdullah, & Mohamed Othman. (2020). Crisis information in the context of social media crisis communication: Theoretical models, taxonomy, and open issues. *Access*, 8/2020, 185842-185869. Retrieved from <https://ieeexplore.ieee.org/stamp/stamp.jsp?tp=&number=9220091>
- UN. (2023). WHO chief declares end to COVID-19 as a global health emergency Retrieved from <https://news.un.org/en/story/2023/05/1136367>
- Vaughan, E., & Tinker, T. (2009). Effective Health Risk Communication about Pandemic Influenza for Vulnerable Populations. *American Journal of Public Health*, 99, 324-332. doi:10.2105/AJPH.2009.162537
- Watkins, D. V., & Clevenger, A. D. (2011). US Political Leadership and Crisis Communication During COVID-19. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1-33. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1901365>
- Welch, J., & Welch, S. (2007). *Winning* (International Edition ed.). New York: HarperCollins.
- WHO. (2020a). Coronavirus disease (COVID-19) questions and answers on vaccine. Retrieved from <https://www.who.int/thailand/emergencies/novel-coronavirus-2019/q-a-on-covid-19/q-a-on-covid-19-vaccines>
- WHO. (2020b). Covid-19 Strategic preparedness and response plan: Operation planning guidelines to support country preparedness and response. Retrieved from <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/covid-19-sprp->

operational-planning-guidelines-to-support-country-preparedness-and-response-(22may20).pdf

WHO. (2020c). WHO statement on novel coronavirus in Thailand. Retrieved from <https://www.who.int/news/item/13-01-2020-who-statement-on-novel-coronavirus-in-thailand>

WHO. (2023). Coronavirus disease (COVID-19) pandemic: Number at a glance. Retrieved from <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019?>



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวเพ็ญภา หงษ์ทอง
ประวัติการศึกษา	นิเทศศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีสำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2536
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2540-2553 ผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ เดอะ เนชั่น พ.ศ. 2557 Media specialist, World Wild Fund for Nature พ.ศ. 2558-2559 Contributing Editor เว็บไซต์ Media Inside Out พ.ศ. 2560-2561 Media advisor for UNEP (Thailand) 's Green Economy and Sustainable Development Program