

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "การถ่ายทอดความรู้เรื่องโรคไข้หวัดนกผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์" มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับไข้หวัดนก และศึกษาการใช้จุดสนใจในการนำเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับโรคไข้หวัดนกผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งศึกษากระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องโรคไข้หวัดนก ที่ผลิตโดยกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จำนวน 38 ชิ้น โดยใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) วิเคราะห์เนื้อหาข่าวสาร (Content analysis) ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth interview) ผู้จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าว จำนวน 5 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดต่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูล และดำเนินการสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่องไข้หวัดนกจาก เจ้าหน้าที่กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงสาธารณสุข และองค์การยูนิเซฟ ไทยแลนด์ พร้อมทั้งศึกษารายละเอียดเอกสารการดำเนินงานการสื่อสาร และการใช้สื่อประเภทต่างๆเกี่ยวกับไข้หวัดนก ตลอดจนศึกษาจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

สรุปผลการวิจัย

สำหรับผลการวิจัย ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ตามปัญหาคำถามการวิจัย คือ

ส่วนที่ 1 การให้ความรู้และเสริมสร้างทักษะในเรื่องไข้หวัดนกต่อกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งประเด็น/เรื่องราวที่นำเสนอ

ส่วนที่ 2 ลักษณะและรูปแบบในการนำเสนอสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก

ส่วนที่ 3 การใช้จุดสนใจของสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก

ส่วนที่ 4 กระบวนการผลิตและจำหน่ายแจกไปยังกลุ่มเป้าหมายของสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก

ส่วนที่ 1 การให้ความรู้และเสริมสร้างทักษะในเรื่องใช้วัตถุดิบต่อกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้ง ประเด็น/เรื่องราวที่น่าสนใจ

การแก้ปัญหาใช้วัตถุดิบจำเป็นต้องมีการดำเนินงานอย่างบูรณาการและเป็นระบบ เพราะ ปัญหามีความสลับซับซ้อนเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายด้าน การดำเนินงานอย่างแยกส่วนไม่อาจแก้ปัญหา ได้ จึงจำเป็นต้องมีแผนยุทธศาสตร์เพื่อบูรณาการการดำเนินการอย่างเป็นระบบขึ้น ซึ่งแผนยุทธศาสตร์ นี้ มุ่งเน้นประเด็นที่มีความจำเป็นเร่งด่วน และมีลำดับความสำคัญสูงเป็นหลัก โดยแผนยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาการจัดการระบบปศุสัตว์ปลอดโรค

วัตถุประสงค์ เพื่อให้สัตว์ปลอดโรค และผู้บริโภคมั่นใจความปลอดภัย

กลุ่มเป้าหมาย เกษตรกรรายย่อย ผู้เลี้ยงเปิดโล่งๆ เปิดเนื้อรายย่อย ผู้เลี้ยงสัตว์ปีกพื้นเมือง สัตว์ปีก สวยงาม และผู้เลี้ยงไก่ชน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเฝ้าระวังและควบคุมเมื่อเกิดการระบาดของโรค

วัตถุประสงค์ เพื่อให้สามารถตรวจจับการเกิดโรคใช้วัตถุดิบได้อย่างฉับไว และติดตามการเปลี่ยนแปลงของปัญหาได้อย่างใกล้ชิด

กลุ่มเป้าหมาย ประชาชนทั่วไป บุคลากรด้านการแพทย์และสาธารณสุข อาสาสมัครจากหน่วยงาน ต่างๆ เกษตรกรรายย่อย ผู้เลี้ยงเปิดโล่งๆ เปิดเนื้อรายย่อย ผู้เลี้ยงสัตว์ปีกพื้นเมือง สัตว์ปีกสวยงาม และผู้เลี้ยงไก่ชน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างและจัดการความรู้เรื่องใช้วัตถุดิบ

วัตถุประสงค์ เพื่อสร้างและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อใช้ในการแก้ปัญหาใช้วัตถุดิบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลุ่มเป้าหมาย บุคลากรด้านการแพทย์และสาธารณสุข อาสาสมัครจากหน่วยงานต่างๆ แกนนำ ชุมชนประชาชนทั่วไป รวมทั้งเกษตรกรรายย่อย ผู้เลี้ยงเปิดโล่งๆ เปิดเนื้อรายย่อย ผู้เลี้ยงสัตว์ปีกพื้นเมือง สัตว์ปีกสวยงาม และผู้เลี้ยงไก่ชน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างเสริมศักยภาพขององค์กรและบุคลากร

วัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรและบุคลากรที่ทำงานด้านระบบเฝ้าระวังและควบคุมโรคทุกระดับ

กลุ่มเป้าหมาย บุคลากรด้านการแพทย์และสาธารณสุข อาสาสมัครจากหน่วยงานต่างๆ แกนนำชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและธุรกิจ

วัตถุประสงค์ ส่งเสริมบทบาทภาคประชาสังคมในการป้องกันและควบคุมการระบาดของโรค

กลุ่มเป้าหมาย เครือข่ายอาสาสมัคร เกษตรกรรายย่อย รวมทั้ง กลุ่ม/ชมรม/สมาคมผู้เลี้ยงไข่ไก่ ผู้เลี้ยงไก่เนื้อ ผู้เลี้ยงเปิดไล่ทุ่ง เป็ดเนื้อรายย่อย ผู้เลี้ยงสัตว์ปีกพื้นเมือง สัตว์ปีกสวยงาม ผู้เลี้ยงไก่ชน ผู้ประกอบการโรงฆ่าสัตว์

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาระบบและกลไกการจัดการเชิงบูรณาการ

วัตถุประสงค์ สร้างระบบและกลไกการจัดการปัญหาใช้วัตุนกอย่างมีประสิทธิภาพและมีเอกภาพ

กลุ่มเป้าหมาย ผู้ว่าราชการจังหวัดในจังหวัดที่มีการระบาด ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคประชาชน (ได้แก่ อาสาสมัครสาธารณสุข อาสาสมัครปศุสัตว์ อาสาสมัครพิทักษ์สัตว์ป่า และผู้ประกอบการในพื้นที่)

จากแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า ถึงแม้ว่าหลักการในการแก้ไขปัญหาใช้วัตุนกจะให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของประชาชนเป็นอันดับแรก แต่ความสำคัญของการดำเนินงานต้องทำควบคู่กันไประหว่างการควบคุมโรคในสัตว์ การป้องกันการระบาดจากสัตว์สู่คน และการบำบัดรักษาหากมีการเจ็บป่วย รวมทั้งการเตรียมการและการป้องกันการระบาดจากคนสู่คนด้วย

การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจเรื่องโรคใช้วัตุนกแก่ประชาชนมีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในพยาธิสภาพของโรคใช้วัตุนก
2. เพื่อการเสริมสร้างศักยภาพ (empowerment) ในการปรับพฤติกรรม การดูแลสุขภาพตนเองของประชาชน (self care) ทั้งทางด้านส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค รักษาพยาบาล และฟื้นฟูสมรรถภาพ

3. เพื่อให้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานทั้งด้านสาธารณสุขและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร ที่ถูกต้อง ทันสมัย สำหรับใช้ปรับแนวทางการดำเนินงานให้เป็นปัจจุบัน

กลุ่มเป้าหมาย คือ

1. ประชาชนทั่วไปมีความรู้ ความเข้าใจและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพเพื่อป้องกันการแพร่เชื้อ ไข้หวัดนก
2. บุคลากรด้านสาธารณสุขและบุคลากรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้ความเคลื่อนไหวของ สถานการณ์ในภาวะการระบาดและปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามสถานการณ์จัดตั้ง ศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ระหว่างการระบาด

จากแผนยุทธศาสตร์ที่กล่าวมาข้างต้น ประกอบกับข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของผู้เกี่ยวข้องใน การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่องไข้หวัดนก ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าถึงแม้ว่าหลักการใน การแก้ไขปัญหาไข้หวัดนกจะให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของประชาชนเป็นอันดับ แรก แต่ความสำคัญของการดำเนินงานต้องทำควบคู่กันไประหว่างการควบคุมโรคในสัตว์ การป้องกัน การระบาดจากสัตว์สู่คน และการบำบัดรักษาหากมีการเจ็บป่วย รวมทั้งการเตรียมการและการป้องกัน การระบาดจากคนสู่คนด้วย ดังจะเห็นได้จากกรณีหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องดังกล่าว หลายหน่วยงาน แต่ละหน่วยงานก็มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ รวมทั้งกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ออกไป ซึ่งการดำเนินงานต้องมีความเชื่อมโยงกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการสื่อสารไปยัง ประชาชนกลุ่มเป้าหมายต่อไป แต่เป้าหมายหลักของทุกหน่วยงานคือ ทำอย่างไรที่จะให้ข้อมูลที่ถูกต้อง, เสริมสร้างความรู้ และลดความตื่นตระหนกแก่ประชาชน รวมทั้งควบคุมและเฝ้าระวังโรคไข้หวัดนกใน สัตว์เพื่อป้องกันการติดเชื้อสู่คนและเกิดการกลายพันธุ์สู่โรคไข้หวัดใหญ่ได้

ประเด็น/เรื่องราวที่ปรากฏอยู่ในสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก

- 1) สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดนก
- 2) ความรู้เรื่องโรคไข้หวัดนก
- 3) การติดต่อของโรคไข้หวัดนกจากสัตว์ปีกมาสู่คน
- 4) การสังเกตอาการเบื้องต้นในผู้ป่วยต้องสงสัย
- 5) การสังเกตอาการเบื้องต้นในสัตว์ปีกต้องสงสัย
- 6) วิธีปฏิบัติเมื่อพบผู้ป่วยต้องสงสัย

- 7) แนวทางปฏิบัติสำหรับประชาชนเพื่อป้องกันโรคไข้หวัดนก
- 8) การควบคุมและลดการกระจายเชื้อโรค
- 9) การเฝ้าระวังโรคไข้หวัดนก

ส่วนที่ 2 ลัก ษณะและรูปแบบในการนำเสนอสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก

การศึกษาลักษณะและรูปแบบในการนำเสนอของสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับไข้หวัดนก ของกระทรวงสาธารณสุข และกรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ จำนวน 38 ชิ้น โดยเป็นสื่อที่ใช้เผยแพร่ตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 เป็นต้นมา ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกนักวิชาการเผยแพร่ 8 กอง สุขศึกษา กระทรวงสาธารณสุข, ผู้ช่วยโครงการฝ่ายสารนิเทศ องค์การยูนิเซฟ ไทยแลนด์, นักวิชาการ สาธารณสุข 7 หัวหน้ากลุ่มเผยแพร่ สำนักงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค กระทรวง สาธารณสุข ซึ่งผู้วิจัยต้องพิจารณาถึงประเภทของสื่อที่ใช้ในการถ่ายทอดความรู้เรื่องไข้หวัดนก โดยสามารถ แบ่งประเภทของสื่อได้ดังนี้

1. แผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 9 ชิ้น
2. คู่มือ จำนวน 9 ชิ้น
3. จุลสาร จำนวน 3 ชิ้น
4. โปสเตอร์ จำนวน 6 ชิ้น
5. สติกเกอร์ จำนวน 3 ชิ้น
6. ซีดีรอม จำนวน 4 ชิ้น
7. เทปบันทึกเสียง จำนวน 2 ชิ้น
8. เว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต จำนวน 2 เว็บไซต์

ตารางที่ 8 แสดงรูปแบบแผ่นพับ/ใบปลิว

ประเภทสื่อ (สื่อสิ่งพิมพ์)	การใช้สี		ขนาดของสื่อ (ซม. x ซม.)	การใช้ภาพประกอบ					การใช้ตัวอักษร		
	2 สี	4 สี		ภาพถ่าย	ภาพวาด	การ์ตูน	กราฟฟิก	มีแต่ข้อความ	ทันสมัย	ทางการ	ไม่เป็นทางการ
แผ่นพับ/ใบปลิว (9 ชิ้น)											
1. แผ่นพับ - ให้ความรู้เรื่องโรคไข้หวัดนก		✓	A4 พับ 3	✓	✓					✓	✓
2. ใบปลิว - ร่วมด้วยช่วยกัน สกัดกันไข้หวัดนก	✓		A4	✓						✓	
3. ใบปลิว - ร่วมด้วยช่วยกัน สกัดกันไข้หวัดนก	✓		A4	✓						✓	
4. แผ่นพับ - ให้ความรู้เรื่องโรคไข้หวัดนก		✓	A4 พับ 3	✓	✓		✓			✓	
5. ใบปลิว - การมีส่วนร่วมในการป้องกัน ไข้หวัดนก		✓	A4	✓						✓	

ตารางที่ 9 แสดงรูปแบบแผ่นพับ/ใบปลิว (ต่อ)

ประเภทสื่อ (สื่อสิ่งพิมพ์)	การใช้สี		ขนาดของสื่อ (ซม. x ซม.)	การใช้ภาพประกอบ					การใช้ตัวอักษร		
	2 สี	4 สี		ภาพถ่าย	ภาพวาด	การ์ตูน	กราฟฟิก	มีแต่ข้อความ	ทันสมัย	ทางการ	ไม่เป็นทางการ
แผ่นพับ/ใบปลิว (9 ชิ้น)											
6. ใบปลิว - การป้องกันโรคไข้หวัดนกและนำสัตว์ปีกเข้า เลี้ยงใหม่		✓	A4	✓							✓
7. ใบปลิว - การเคลื่อนย้ายสัตว์ปีก		✓	A4	✓							✓
8. ใบปลิว - ให้ความรู้เรื่องโรคไข้หวัดนก		✓	A4	✓	✓						✓
9. ใบปลิว - โรคไข้หวัดนกในสัตว์ปีก		✓	A4	✓							✓

ตารางที่ 10 แสดงรูปแบบคู่มือ

ประเภทสื่อ (สื่อสิ่งพิมพ์)	การใช้สี		ขนาดของสื่อ (ซม. x ซม.)	การใช้ภาพประกอบ					การใช้ตัวอักษร			
	2 สี	4 สี		ภาพ ถ่าย	ภาพ วาด	รูป เรขาคณิต	ภาพ พิมพ์	มี คำ อธิบาย	มี คำ อธิบาย	ขนาด ตัว อักษร	ชนิด ตัว อักษร	
คู่มือ (9 ชิ้น)												
1. แนวทางการปฏิบัติในการเฝ้าระวังและ การดูแลผู้ป่วยใช้หวัดนก	✓		A4	✓							✓	
2. การทำลายสัตว์ปีกสำหรับผู้ปฏิบัติงาน		✓	10 x 14	✓			✓				✓	
3. ความรู้เรื่องโรคใช้หวัดนก		✓	10 x 14	✓	✓	✓					✓	✓
4. นื่องไก่ สู้ภัยใช้หวัดนก		✓	17.5 x 17.5			✓						✓
5. การทำลายสัตว์ปีกสำหรับ ผู้ปฏิบัติงาน (ฉบับปรับปรุง)		✓	10 x 14	✓			✓				✓	
6. คู่มือปฏิบัติงานควบคุมโรคใช้หวัดนก	✓		A4	✓		✓					✓	
7. รู้ทันโรคใช้หวัดนก		✓	15 x 21	✓	✓						✓	✓
8. คำแนะนำสำหรับเกษตรกรเพื่อป้องกัน โรคใช้หวัดนก		✓	10 x 14	✓			✓				✓	
9. คำแนะนำสำหรับเกษตรกรเพื่อป้องกัน โรคใช้หวัดนก		✓	10 x 14	✓	✓						✓	

ตารางที่ 11 แสดงรูปแบบจุลสาร โปสเตอร์

ประเภทสื่อ (สื่อสิ่งพิมพ์)	การใช้สี		ขนาดของสื่อ (ซม. x ซม.)	การใช้ภาพประกอบ					การใช้ตัวอักษร		
	2 สี	4 สี		ภาพถ่าย	ภาพวาด	การ์ตูน	กราฟฟิก	มีแต่ข้อความ	ทันสมัย	ทางการ	ไม่เป็นทางการ
จุลสาร											
1. คำถาม-ตอบโรคไข้หวัดนก		✓	A4	✓			✓			✓	
2. ความรู้เรื่องโรคไข้หวัดนก		✓	A4	✓						✓	
โปสเตอร์											
1. ล้างมือบ่อยๆ พิษไข้หวัดนก		✓	30x42					✓		✓	
2. ร่วมด้วยช่วยกัน ป้องกันโรคไข้หวัดนก			43x58.5	✓	✓		✓			✓	
3. การล้างมือคือหนึ่งใน สุขบัญญัติควรปฏิบัติให้เป็นนิสัย		✓	43x58.5	✓	✓					✓	
4. การป้องกันโรคไข้หวัดนก		✓	51x76	✓						✓	
5. แนวทางการดูแลผู้ป่วย สำหรับแพทย์และบุคลากรสาธารณสุข		✓	44x61.5					✓		✓	
6. ป้องกันไข้หวัดนก ด้วยสุขบัญญัติ		✓	43x58.5			✓				✓	✓

ตารางที่ 12 แสดงรูปแบบสติกเกอร์ เว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต

ประเภทสื่อ (สื่อสิ่งพิมพ์)	การใช้สี		ขนาดของสื่อ (ซม. x ซม.)	การใช้ภาพประกอบ				การใช้ตัวอักษร			
	2 สี	4 สี		ภาพถ่าย	ภาพวาด	การ์ตูน	กราฟิก	มีแต่ข้อความ	ทันสมัย	ทางการ	ไม่เป็นทางการ
สติกเกอร์											
1. การเคลื่อนย้ายสัตว์ปีกซากสัตว์ปีกและไขพันธุ์		✓	25 x 12	✓						✓	✓
2. ระวังโรคไข้หวัดนก หากสัตว์ปีกของท่านมีอาการ...		✓	25 x 12	✓			✓			✓	✓
3. การป้องกันโรคไข้หวัดนก และนำสัตว์ปีกเข้าเลี้ยงใหม่		✓	25 x 12	✓			✓			✓	✓
เว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต											
1. www.moph.go.th		✓		✓						✓	✓
2. www.dld.go.th		✓		✓						✓	✓
จำนวนรวม	4	26		27			8		2	30	8

ตารางที่ 13 แสดงรูปแบบซีดีรอม เทปบันทึกเสียง

ประเภทสื่อ (สื่ออิเล็กทรอนิกส์)	การใช้ซีดี		ขนาดของสื่อ (เวลา)	การใช้ดนตรีประกอบ			การใช้น้ำเสียงผู้พูด					
	2 ซีดี	4 ซีดี		ดนตรีช้า	ดนตรีเร็ว	ดนตรีเร้าใจ	โทนเสียงเดียว	น้ำเสียงสูงต่ำ	น้ำเสียงเร้าใจ	น้ำเสียงหนักแน่น	น้ำเสียงนุ่มนวล	น้ำเสียงเร่งเร้า
ซีดีรอม												
1. Audio CD คำแนะนำสำหรับเกษตรกรและประชาชน ทั่วไปในการป้องกันโรคไข้หวัดนก			6.20 นาที		✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓
2. Audio CD สปอตความรู้โรคไข้หวัดนก			1.15 นาที		✓	✓		✓	✓	✓		✓
3. Audio CD สปอตความรู้โรคไข้หวัดนก			34.12 นาที	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	
4. Audio CD สปอตความรู้โรคไข้หวัดนก			24.37 นาที		✓	✓		✓		✓	✓	✓
เทปบันทึกเสียง												
1. สารคดีความรู้โรคไข้หวัดนก			34.12 นาที	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
2. สารคดีความรู้โรคไข้หวัดนก			34.12 นาที	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓
จำนวนรวม				3	6	6	3	6	2	6	5	5

ส่วนที่ 3 การใช้ จุดจูงใจของสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก

การศึกษาถึงจุดจูงใจของสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก ผู้จัดทำ คือ กระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้นำกลยุทธ์สารของสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนกมาเป็นแก่นสำคัญในกระบวนการโน้มน้าวใจ การทำให้บุคคลกลุ่มเป้าหมายซึ่งก็คือประชาชนทั่วไป, กลุ่มประชาชนที่เสี่ยงต่อการติดโรค, เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ รวมถึงเจ้าหน้าที่สาธารณสุขให้เกิดการเปิดรับต่อการเผยแพร่ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับไข้หวัดนก โดยประสิทธิภาพของสารที่นำเสนอจะขึ้นอยู่กับลักษณะของการใช้สี, ขนาดของสื่อ, การใช้ภาพประกอบ (ภาพการ์ตูน, ภาพเหมือนจริง และ ไม่มีภาพมีแต่ข้อความประกอบ), รูปแบบการจัดหน้าและภาพ รวมถึงการใช้ตัวอักษร นอกจากนี้ผู้วิจัยยังวิเคราะห์ลักษณะของการโน้มน้าวใจของสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก โดยใช้จุดจูงใจในสาร (Message Appeals) มาเป็นแนวทางในการจัดทำสื่อ

โดยผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์จุดจูงใจของสื่อเพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก ซึ่งประกอบด้วยแนวทางต่างๆ ดังนี้

1. จุดจูงใจโดยใช้ความกลัว (Fear Appeals) ลักษณะที่นำมาใช้โน้มน้าวใจ นำเสนอได้ดังนี้

1.1 มีการนำภาพสัตว์ปีกที่ป่วยเป็นโรคไข้หวัดนกมาประกอบสื่อแผ่นพับ/ใบปลิว โปสเตอร์ คู่มือ สติกเกอร์ การใช้ตัวอักษร และสีที่ดูน่ากลัว เช่น สีแดง หรือสีเข้ม เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความสนใจและตระหนักถึงความน่ากลัวของโรคไข้หวัดนก

1.2 มีการใช้ข้อความที่แสดงถึงการให้ความกลัวมาโน้มน้าวใจผู้รับสาร ได้แก่

- "ระวัง โรคไข้หวัดนก หากสัตว์ปีกของท่านมีอาการดังต่อไปนี้..." (สติกเกอร์)

- "ป้องกันโรคไข้หวัดนก ต้องระวัง..."

ปลอดภัยแน่นอน ถ้า..." (โปสเตอร์)

- "สาเหตุของการกลับมาระบาดในช่วงนี้ส่วนหนึ่งมีสาเหตุมาจาก เมื่อเกิดการระบาดครั้งแรก ภาครัฐมีมาตรการทำลายสัตว์ในจุดที่ตรวจพบเชื้อไข้หวัดและสัตว์ปีกในรัศมี 5 กิโลเมตร การเฝ้าระวังโรคในสัตว์ รัศมี 50 กิโลเมตร ห้ามเคลื่อนย้ายสัตว์ภายในรัศมี 60 กิโลเมตร แต่ในทางปฏิบัติไม่ได้มีการทำตามที่กำหนดอย่างเคร่งครัด จึงน่าจะยังมีเชื้อหลงเหลืออยู่อาจจะเป็นไก่ ไม่ว่าจะเป็นไก่บ้าน ไก่ฟาร์ม ไก่ชน เป็ด ฯลฯ ..." (จุลสาร)

- "จากผลการตรวจเชื้อในผู้ป่วยไข้หวัดนกสายพันธุ์ล่าสุดที่อาจเกิดจากการติดต่อจากคนสู่คนนั้น พบว่ายังคงเป็นสายพันธุ์เดิมที่เกิดการระบาดอยู่ในปัจจุบันคือ H5N1 ยังไม่มีการกลายพันธุ์แต่อย่างใด ส่วนเรื่องความเป็นไปได้เรื่องการกลายพันธุ์ หากคนหรือหมูเป็นไข้หวัดใหญ่อยู่เดิมแล้วติดเชื้อไข้หวัดนกเข้าชั้นเข้าไป อาจจะทำให้เชื้อไวรัสไข้หวัดนกเกิดการกลายพันธุ์เป็นสายพันธุ์ใหม่ และรุนแรงมากขึ้น และอาจพัฒนาเป็นการติดต่อจากคนสู่คนและเกิดการระบาดในวงกว้างได้" (จุลสาร)

2. จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional Appeals) ลักษณะที่นำมาใช้โน้มน้าวใจนำเสนอได้ดังนี้

2.1 ใช้คำพูดที่แสดงถึงการเกิดอารมณ์ร่วมเพื่อร่วมมือกันในการป้องกันโรคไข้หวัดนกได้แก่

- "ร่วมด้วยช่วยกัน...สกัดกั้นไข้หวัดนก..." (แผ่นพับ/ใบปลิว)

2.2 ใช้คำพูดที่แสดงถึงการไม่วิตกกังวลจนเกินไป และสามารถหาแนวทางป้องกันได้
ได้แก่

- "อย่าวิตก! ถ้ามีอาการคล้ายไข้หวัดใหญ่..." (แผ่นพับ/ใบปลิว)

3. จุดจูงใจโดยใช้แรงจูงใจ (Motivational Appeals) ลักษณะที่นำมาใช้โน้มน้าวใจนำเสนอได้ดังนี้

มีการใช้ถ้อยคำที่เป็นเหตุเป็นผลเพื่อจูงใจให้ผู้รับสารเกิดการปฏิบัติตาม อาทิเช่น

3.1 "ไข้หวัดนก โรคน่ารู้ คุณหนูๆ ควรจะฟัง..." (แผ่นพับ/ใบปลิว)

3.2 "ปลอดภัยแน่นอน ถ้าหากต้องสัมผัสสัตว์ปีก ต้องสวมถุงมือ ใช้ผ้าปิดปากปิดจมูก หลังจากนั้นให้รับล้างมือ อาบน้ำชำระร่างกายให้สะอาด และเปลี่ยนเสื้อผ้า..."

3.3 มีการใช้ฟรีเซนเตอร์ในการนำเสนอสื่อเรื่องไข้หวัดนก โดยเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและชาวบ้านรู้จักเป็นอย่างดี มีลักษณะของความติดดิน รวมทั้งมีกิจกรรมที่เข้ากับชาวบ้านได้ อาทิ คุณธงไชย แมคอินไตย์ คุณคำรณ หวังหวังศรี ฯลฯ

จากการศึกษาพบว่า การถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่องไข้หวัดนกนั้น มีการใช้กลยุทธ์ด้านสารทั้งหมด 4 แนวทาง ประกอบด้วย การเน้นข้อความที่เข้าใจง่าย, การเน้นข้อความสะดุดหู, การใช้บุคคลที่น่าเชื่อถือทำหน้าที่สื่อสารกับสาธารณชน และการใช้สื่อผสม

1. การเน้นข้อความที่เข้าใจง่าย

กลยุทธ์สารอย่างหนึ่งที่ผู้ผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนกใช้ คือ การเน้นข้อความที่เข้าใจง่าย เนื่องจากเมื่อเกิดการระบาดของโรคไข้หวัดนกขึ้นในระยะแรกนั้น เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ปีก รวมทั้งประชาชนทั่วไปต่างยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับโรคไข้หวัดนกมากนัก ว่าสาเหตุการติดต่อกันการแพร่ระบาดเกิดจากอะไร และจะป้องกันตนเองและคนใกล้ชิดได้อย่างไร นับว่าเป็นโรคใหม่สำหรับประชาชน ดังนั้น ผู้ผลิตสื่อจึงต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายก่อน ซึ่งก็คือกลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ปีก ผู้ประกอบการธุรกิจสัตว์ปีก ตลอดจนประชาชนผู้บริโภคสัตว์ปีก ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มที่ไม่มีความรู้ด้านวิชาการในเรื่องไข้หวัดนก เนื้อหาที่อยู่ในสารจึงต้องใช้ข้อความที่เข้าใจง่าย ไม่มีการใช้ภาษาที่ยุ่งยาก ซับซ้อน ไม่เน้นภาษาอังกฤษ แต่ถ้าเป็นสื่อที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเจ้าหน้าที่การแพทย์และสาธารณสุข เนื้อหาจะเป็นอีกลักษณะ มีเนื้อหาสาระในเชิงวิชาการ การใช้ภาษาอังกฤษ อธิบายถึงกลุ่มโรคที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นกล่าวโดยสรุปคือ เนื้อหาที่อยู่ในสื่อแต่ละประเภทนั้น จะขึ้นอยู่กับสื่อที่ผลิตขึ้นนั้นต้องการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายใด ตัวอย่างเช่น คู่มือ กลุ่มเป้าหมายคือ เจ้าหน้าที่การแพทย์และสาธารณสุข เนื้อหาที่อยู่ในหนังสือคู่มือ ก็จะประกอบด้วยข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับโรคไข้หวัดนก ทั้งสาเหตุการเกิดโรค การติดต่อของเชื้อไข้หวัดนก ตลอดจนการปฏิบัติตนเพื่อป้องกันไม่ให้ติดโรคไข้หวัดนก ส่วนแผ่นพับ/ใบปลิว หรือโปสเตอร์นั้น กลุ่มเป้าหมายได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ปีก ผู้ประกอบการธุรกิจสัตว์ปีก ซึ่งต้องใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่ใช่เนื้อหาทางวิชาการมากนัก

2. การเน้นข้อความสะดุดหู สะดุดตา

สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนกนั้น มีแนวทางของการเน้นข้อความสะดุดหู สะดุดตา โดยข้อความหลักจะเป็นคำสั้นๆ ได้ใจความที่ต้องการสื่อออกไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เข้าใจง่าย เน้นให้เกิดการปฏิบัติตามได้ง่าย ในการทำให้ผู้รับสารตระหนักแต่ไม่ตระหนก และได้รับข้อมูลเรื่องไข้หวัดนกอย่างถูกต้อง พร้อมจะปฏิบัติตาม ซึ่งลักษณะเนื้อหาที่ใช้เพื่อให้เกิดความสนใจในเรื่องเกี่ยวกับสุขอนามัยนั้น กลยุทธ์หนึ่งก็คือ ต้องกระตุ้นให้เกิดความกลัว พร้อมทั้งชี้แนะวิธีการป้องกันรักษาไปด้วย จะเห็นได้จากใบปลิวที่ผลิตโดยกระทรวงสาธารณสุขมีการเน้นข้อความ "ร่วมด้วยช่วยกัน... สกัดกัน ไข้หวัดนก" พร้อมทั้งมีการบอกวิธีป้องกันตนเองด้วย นอกจากนี้ รูปแบบที่ใช้ก็มีการนำเสนอในรูปแบบของการ์ตูน ซึ่งจะช่วยชักจูงเด็กที่โตพอจะอ่านหนังสือได้หันมาให้ความสนใจกับเรื่องไข้หวัดนกได้มากขึ้น และนำสารที่รับรู้มาไปบอกต่อกับญาติพี่น้องและเพื่อนได้ทางหนึ่ง

3. การใช้บุคคลที่น่าเชื่อถือทำหน้าที่สื่อสารกับสาธารณชน

ในช่วงแรกของการเกิดการระบาดใช้หัดคนนั้น ประชาชนต่างเกิดความตระหนกตกใจ และหวาดกลัวต่อการแพร่ระบาดของโรคใช้หัดคน ประกอบกับประชาชนยังไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และคิดว่าการบริโภคเนื้อไก่นั้นอันตราย ภาครัฐจึงต้องหาแนวทางในการทำให้ประชาชนหันมาบริโภคไก่อย่างถูกวิธี และปลอดภัยต่อการติดเชื้อใช้หัดคน นอกจากการผลิตสื่อที่มีเนื้อหาว่ารับประทานไก่อย่างไรให้ปลอดภัยจากใช้หัดคนแล้ว กระทรวงสาธารณสุข ยังนำเสนอภาพของ พันตำรวจโท ทักษิณ ชินวัตร ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี และคุณหญิงสุดาวรัตน์ เกษราพันธ์ ซึ่งดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขอยู่ในขณะนั้นรับประทานไก่ที่ทำให้สุกแล้วผ่านสื่อประเภทต่างๆ รวมทั้งมีนำเสนอการรับประทานไก่และไข่ไก่ที่สุกแล้ว ผ่านมหกรรมกินไก่ที่ท้องสนามหลวง โดยเชิญศิลปิน ดารา นักแสดงที่มีชื่อเสียงหลายท่านเข้าร่วมงานดังกล่าวด้วย อาทิเช่น เบิร์ด ธงไชย แมคอินไตย์ นักร้องซูเปอร์สตาร์ เป็นต้น

4. การใช้สื่อผสม

การใช้สื่อในการถ่ายทอดความรู้เรื่องใช้หัดคนแก่สาธารณชนนั้น มีการใช้สื่อประเภทต่างๆ ร่วมกันไป เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้รับสาร ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อบุคคล

4.1 สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ/ใบปลิว คู่มือ จุลสาร ไปสเตอร์ สติกเกอร์

4.2 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ซีดีรอม เทปบันทึกเสียง เว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต

4.3 สื่อบุคคล ได้แก่ สาธารณสุขจังหวัด สาธารณสุขอำเภอ แกนนำชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุข เป็นต้น

เช่นเดียวกับการเลือกช่องทางในการแพร่กระจายสารมีการกำหนดสื่อที่ใช้อย่างหลากหลาย ตั้งแต่ช่วงแรกที่มีสถานการณ์ระบาดเกิดขึ้น ไปจนถึงช่วงที่สถานการณ์เริ่มนิ่งแล้ว ประกอบด้วยการเผยแพร่ในรูปแบบของสื่อมวลชน อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ รวมไปถึงการใช้สื่อบุคคลดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ส่วนที่ 4 กระบวนการผลิตและจำหน่ายจ่ายแจกไปยังกลุ่มเป้าหมายของสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก

ไข้หวัดนกได้เริ่มระบาดในประเทศไทยครั้งแรกในต้นปี พ.ศ. 2547 และมีแนวโน้มว่าจะกลายเป็นโรคประจำถิ่นมีการระบาดอีกหลายระลอกไปอีกหลายปี หากไม่มีมาตรการควบคุมป้องกันที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ และหากเชื้อไข้หวัดนกเกิดการเปลี่ยนแปลงสายพันธุ์โดยเฉพาะการผสมข้ามสายพันธุ์กับเชื้อไวรัสไข้หวัดใหญ่ในคนหรือมีการกลายพันธุ์ จนสามารถติดต่อได้ง่าย จะมีโอกาสเกิดการระบาดจากคนสู่คน ซึ่งจะนำไปสู่การระบาดของไข้หวัดใหญ่ที่รุนแรงและทำให้มีผู้เสียชีวิตจำนวนมากได้

หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการสกัดกั้นและควบคุมการเกิดโรคไข้หวัดนกไม่ให้ติดต่อมายังคนได้ จึงได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับไข้หวัดนกได้อย่างถูกต้อง และไม่ให้ประชาชนเกิดความตระหนก โดยผู้วิจัยสามารถสรุปขั้นตอนการดำเนินการประชาสัมพันธ์รวมทั้งกระบวนการผลิตและจำหน่ายจ่ายแจกสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก ดังนี้

1. กระบวนการผลิตสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก

1.1 การทำความเข้าใจกับข้อมูลต่างๆ

ผู้วิจัยพบว่า ผู้ผลิตสื่อต้องพิจารณาและทำความเข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับโรคไข้หวัดนกก่อน ได้แก่ สถานการณ์การแพร่ระบาดของไข้หวัดนก, สาเหตุของการระบาด, ลักษณะของโรค, พฤติกรรมการบริโภค, การเลี้ยงสัตว์ปีก รวมถึงสุขอนามัยของประชาชน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไข้หวัดนกทั้งสิ้น คณะผู้จัดทำและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องพิจารณาว่าสถานการณ์ในขณะนั้น เป็นอย่างไร ประชาชนต้องได้รับข้อมูลข่าวสารอะไร อย่างไรบ้าง สื่อประเภทไหนที่จะเข้าถึงประชาชนได้ดีที่สุดภายใต้สถานการณ์ขณะนั้น พฤติกรรมด้านสุขอนามัยของประชาชนเป็นอย่างไร

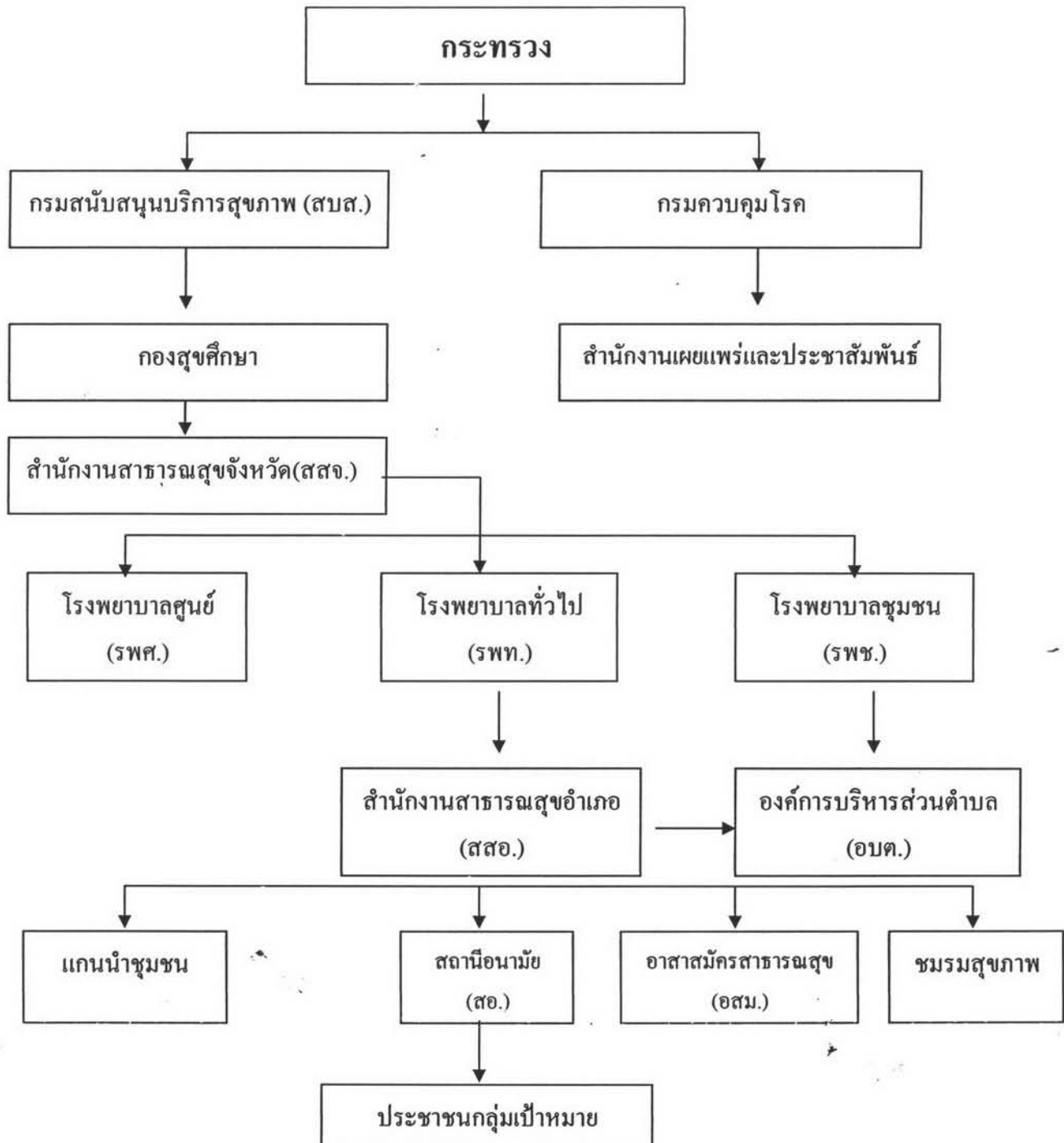
1.2 การวางแผน (Planning)

ผู้วิจัยพบว่าการผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก ดำเนินการภายใต้สถานการณ์ที่เร่งด่วน เนื่องจากเป็นโรคระบาดที่มีระดับความรุนแรง และสร้างความเสียหายให้กับประชาชนได้มาก ดังนั้นการวางแผนเตรียมการรับมือกับโรคไข้หวัดนก จึงต้องมีการดำเนินการแบบเร่งด่วนและ

ดำเนินการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในที่นี้คือ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และองค์การยูนิเซฟ ไทยแลนด์

1.3 การดำเนินงานตามแผน (Implementation)

เมื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับไข้หวัดนกได้วางแผนงานร่วมกัน ทั้งวางแผนระหว่างหน่วยงาน และในหน่วยงานเดียวกัน มีการ Brain Storming ร่วมกัน ซึ่งเมื่อมีการประชุมกันระหว่างคณะกรรมการพิจารณาแก้ไขสถานการณ์โรคไข้หวัดนก และคณะทำงานแผนยุทธศาสตร์เตรียมความพร้อมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการระบาดของไข้หวัดใหญ่ โดยคณะกรรมการฯ แต่ละชุดนั้นประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ผู้ทรงคุณวุฒิจากหลายหน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมควบคุมโรค สำนักระบาดวิทยา สำนักโรคติดต่อทั่วไป สังกัดกระทรวงสาธารณสุข คณะสัตวแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สำนักควบคุม ป้องกัน และบำบัดโรคสัตว์ กรมปศุสัตว์ เป็นต้น เมื่อมีมติที่ประชุมออกมาแล้ว ก็จะส่งการไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำแผนไปปฏิบัติ ในกรณีของกองสุขศึกษา กระทรวงสาธารณสุข เมื่อได้รับนโยบายจากคณะทำงานฯ ชุดดังกล่าวแล้ว ก็ต้องดำเนินการผลิตสื่อตามขอบเขตความรับผิดชอบของกองสุขศึกษาต่อไป นั่นก็คือ ผลิตสื่อไข้หวัดนก และส่งสื่อเหล่านั้น ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยช่องทาง การจำหน่ายแจกผ่านเครือข่ายที่มีอยู่ อันได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด, สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ, อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.), โรงพยาบาลศูนย์, สถานีอนามัย, ตำบล, อำเภอ รวมไปถึงแกนนำชุมชนต่างๆ มีแผนภาพดังต่อไปนี้



อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การให้ความรู้และเสริมสร้างทักษะในเรื่องไข้หวัดนกต่อกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งประเด็น/เรื่องราวที่น่าสนใจ

จากการศึกษาพบว่า หลักการในการแก้ไขปัญหไข้หวัดนกได้ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของประชาชนเป็นอันดับแรก และการดำเนินงานก็มีความสำคัญที่ต้องทำควบคู่กันไป ระหว่างการควบคุมโรคในสัตว์ การป้องกันการระบาดจากสัตว์สู่คน และการบำบัดรักษาหากมีการเจ็บป่วย รวมทั้งการเตรียมการและการป้องกันการระบาดจากคนสู่คนด้วย ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายของการผลิตสื่อเพื่อให้ความรู้ในเรื่องไข้หวัดนก ที่ผลิตโดยกระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์จึงเป็นทั้งกลุ่มประชาชนทั่วไป กลุ่มเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ปีก กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสัตว์ปีก รวมทั้งบุคลากรด้านการแพทย์และสาธารณสุข ถือได้ว่าเป้าหมายในภาพรวมครอบคลุมกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดนก ส่วนวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ความรู้ไข้หวัดนกผ่านสื่อต่างๆ นั้น ผู้ส่งสารมีวัตถุประสงค์เพื่อลดความตระหนักตกใจเกินความเป็นจริงของสถานการณ์เตือนประชาชนถึงอันตรายที่มากับโรคไข้หวัดนก การแพร่ระบาด การติดต่อจากสัตว์สู่คน รวมทั้งการให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่ประชาชนในการปฏิบัติตน ป้องกันตนเองและบุคคลใกล้ชิดให้ห่างไกลจากโรคไข้หวัดนก ซึ่งตรงกับแนวคิดหน้าที่การสื่อสารโดยเฟรดเดอริก (Frederick, 1989: 72-81) ที่กล่าวไว้ว่าการสื่อสารต้องทำหน้าที่เพื่อทราบข้อมูล (Information) คือการให้ข้อเท็จจริง ดังเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยศึกษา นอกจากนั้นแล้วการสื่อสารยังต้องทำหน้าที่จูงใจ (Persuasion) ต้องมีทั้งข้อมูล ความบันเทิง การแนะนำ ซึ่งสื่อที่ให้ความรู้เรื่องไข้หวัดนกที่ผลิตโดยกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ต่างต้องการสื่อข้อมูล ข้อเท็จจริง พร้อมทั้งจูงใจเพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมให้อยู่ในแนวทางที่ปลอดภัยจากโรคไข้หวัดนก แต่การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับโรคไข้หวัดนกของรัฐบาลนั้นกระทำภายใต้สถานการณ์ความจำเป็นเร่งด่วน เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสุขอนามัยของประชาชนโดยตรง สอดคล้องกับแนวคิดการประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขภาวะวิกฤต ดังที่วิรัช ลิขิตรัตนกุล (2543) แนะนำไว้ว่ารัฐบาลควรประชาสัมพันธ์บอกกล่าวหรือแถลงชี้แจงรายละเอียดทุกสิ่งทุกอย่างให้ประชาชนทราบอย่างชัดเจนในเวลาที่รวดเร็ว มีการเผยแพร่ออกมาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ประชาชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียหรือเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น จะได้เกิดความสบายใจและลดความเครียดที่กดดันลงได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งสื่อที่ผลิตจากกระทรวง

สาธารณสุขนั้นมีประเด็นที่น่าเสนอครอบคลุมทุกประเด็นที่ประชาชน และเจ้าหน้าที่ด้านการแพทย์ และสาธารณสุขต้องรู้ การดำเนินการผลิตและการกระจายสู่กลุ่มเป้าหมายมีความต่อเนื่องในระดับหนึ่ง แต่ปัญหาอย่างหนึ่งที่ผู้วิจัยพบคือ หน่วยงานที่ทำหน้าที่ผลิตสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์เรื่องไข้หวัดนก ประสบปัญหางบประมาณไม่เพียงพอ เนื่องจากภาครัฐมีงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด และต้องกระจายไปยังส่วนงานอื่น และการแก้ปัญหาโรคอื่นด้วย ซึ่งทั้งกระทรวงสาธารณสุข และกรมปศุสัตว์ ต่างมีหน้าที่ความรับผิดชอบครอบคลุมหลายอย่าง อาทิเช่น การสร้างสุขอนามัยที่ดีให้กับประชาชน ซึ่งไม่ได้เฉพาะเจาะจงที่ไข้หวัดนกอย่างเดียว ส่วนกรมปศุสัตว์ก็มีหน้าที่ด้านการป้องกันการระบาดของสัตว์ด้านอื่นเช่นกัน ดังนั้นงบประมาณที่ภาครัฐจัดสรรมาให้ แต่ละหน่วยงานจึงต้องกระจายให้กับแต่ละงานอย่างทั่วถึง แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น การดำเนินงานก็ยังคงดำเนินการภายใต้สถานการณ์ความจำเป็นเร่งด่วน ดังที่ใน ปีพ.ศ.2549 ได้เกิดการระบาดของไข้หวัดนกเป็นระลอกที่ 4 ดังนั้นภาครัฐควรมีมาตรการการดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของใหญ่ของไข้หวัดนกต่อไป

ส่วนที่ 2 ลัก ษณะและรูปแบบในการนำเสนอสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก

2.1 การใช้สี

สื่อเพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก จำนวน 38 ชิ้น แบ่งออกเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการจัดพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์แบบ 4 สีมากที่สุด ถึง 26 ชิ้น สำหรับ 2 สี มี 4 ชิ้น ซึ่งเทรดเวลล์ (Treadwell, 2543) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ไว้ว่า ความดึงดูดใจของสื่อสิ่งพิมพ์ ในเรื่องสีล้นนั้น มีความน่าสนใจ และดึงดูดใจได้ ทั้งนี้เพราะสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทลายลักษณะอักษร ซึ่งหมายรวมถึงแผ่นพับ และโปสเตอร์ จะต้องมีความพิถีพิถันในการจัดทำเพื่อให้สามารถดึงดูดใจได้ด้วยเทคนิคต่างๆ ด้านการพิมพ์ทำการออกแบบ การผลิต การใช้สีล้น เพราะสื่อสิ่งพิมพ์สามารถกระตุ้นความสนใจในระยะเริ่มต้นได้ดี (วาสนา จันทรสว่าง, 2533:77)

นอกจากนี้ นภาพรณี อัจฉริยะกุล (2527) กล่าวถึงคุณสมบัติของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ไว้ดังนี้ คือ โปสเตอร์ 4 สี จะดึงดูดความสนใจได้มาก เพราะสามารถถ่ายทอดให้เห็นภาพได้อย่างชัดเจน รวมทั้งข้อความที่อยู่ในสื่อสิ่งพิมพ์ รวมทั้งข้อความที่อยู่ในสื่อสิ่งพิมพ์สร้างความหลากหลายได้

2.2 ขนาดของสื่อสิ่งพิมพ์

2.2.1 ขนาดของแผ่นพับ/ใบปลิว มีขนาดมาตรฐานคือ A4 พับ 3 (11.5"x8.5") ทั้ง 9 ชั้น

2.2.2 คู่มือมีขนาดแตกต่างกันไป ขนาดมาตรฐาน A4 (11.5"x8.5") จำนวน 2 ชั้น ขนาด 10 ซม. x 14 ซม. จำนวน 5 ชั้น ส่วนคู่มืออีก 2 ชั้น มีขนาด 15 ซม. x 21 ซม. และ 17.5 ซม. x 17.5 ซม.

2.2.3 จุลสาร มีขนาดมาตรฐาน A4 (11.5"x8.5") ทั้ง 2 ชั้น

2.2.4 โปสเตอร์ จากจำนวน 6 ชั้น มีขนาดแตกต่างกันออกไป ดังนี้ ขนาด 43 ซม. x 58.5 ซม. จำนวน 3 ชั้น ส่วนอีก 3 ชั้น มีขนาดดังนี้ 30 ซม. x 42 ซม., 44 ซม. x 61.5 ซม., 51 ซม. x 76 ซม.

2.2.5 สติกเกอร์มีขนาดเดียวกันทั้ง 3 ชั้น คือขนาด 25 ซม. x 12 ซม.

2.3 ขนาดของสื่ออิเล็กทรอนิกส์

2.3.1 ซีดีรอม มีความยาวดังนี้ 1.15 นาที, 6.20 นาที, 24.37 นาที และ 34.12 นาที

2.3.2 เทปบันทึกเสียง มีความยาว 34.12 นาที

สื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนกที่ผลิตโดยกระทรวงสาธารณสุข, กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์จัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก มีขนาดที่แตกต่างกันออกไปตามเนื้อหาที่ต้องการสื่อกับผู้รับสาร สอดคล้องกับที่ กรรณิการ์ อัครวทรเดชา, 2544 : 66-70) กล่าวไว้ว่าขนาดของสื่อขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่ต้องการเผยแพร่ รวมไปถึงวิธีการที่จะแจกจ่ายออกไป การจัดทำสื่อชนิดต่างๆ นั้นต้องคำนึงถึงผู้รับสารเป็นสำคัญ ในที่นี้คือ ประชาชนทั่วไป, กลุ่มประชาชนที่เสี่ยงต่อการติดโรค, เกษตรกร, เจ้าหน้าที่การแพทย์และเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ซึ่งมีความใกล้ชิดและเสี่ยงต่อการติดเชื้อไข้หวัดนกได้ ดังนั้น การจัดพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต้องมองถึงกลุ่มผู้รับสารด้วย ในแง่ของความรู้ ลักษณะงานที่ทำอยู่ โดยภาพรวมแล้ว ขนาดของสื่อมีความสำคัญอย่างยิ่ง นิวซอม และคาร์เรล (Newsom and Carrell, 2544 : 422-436) กล่าวว่าการจัดทำแผ่นพับมาตรฐาน ประกอบด้วยแผ่นพับขนาดพับ 4, พับ 8, พับ 12 และพับ 16 ซึ่งการจัดทำแผ่นพับขนาดต่างๆ เป็นตัวกำหนดภาพประกอบ จนถึงการเลือกตัวอักษรในลำดับต่อมาด้วย ซึ่งขนาดของสื่อแผ่นพับและโปสเตอร์เป็นส่วนแรกที่ทำให้เกิดความน่าสนใจจากผู้พบเห็น นอกจากนี้เทรดเวลล์ (Treadwell, 2543 : 382-389) ให้ความเห็นว่าขนาดของแผ่นพับที่เหมาะสม ควรมีขนาดระหว่าง 4"x8.5" และ 8.5"x11" สำหรับความยาวของเนื้อหาที่บรรจุอยู่ในสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภท แผ่นพับและโปสเตอร์ เป็นตัวกำหนดขนาดของแผ่นพับ ซึ่งมาตรฐานที่ใช้กันอยู่ สอดคล้องกับนิวซอม และคาร์เรลล์ คือขนาด พับ 1 เท่ากับ 2 หน้า พับ 3 เท่ากับ 6 หน้า พับ 4 เท่ากับ 8 หน้า พับ 6 เท่ากับ 12 หน้า และพับ 8 เท่ากับ 16 หน้า

การใช้ภาพประกอบในสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก ส่วนใหญ่มีการใช้ภาพถ่ายจากสถานการณ์ และสถานที่จริง รวมไปถึงภาพบุคคลที่มาเป็นฟรีเซนเตอร์ ให้กับโปสเตอร์ ส่วนภาพกราฟฟิคนั้นนำมาใช้ในลักษณะเป็นส่วนประกอบเท่านั้น ดังที่ กรรณิการ์ อัครเดชา (2544) ได้กล่าวถึงการใช้ภาพประกอบในสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ว่า ภาพประกอบ (Illustrations) ที่ใช้กันอยู่ประกอบด้วย ภาพถ่าย (Photographs) ภาพลายเส้น (Line Drawings) ภาพการ์ตูน (Cartoons) และแผนภูมิ (Charts)

เทรดเวลล์ (Treadwell, 2543) ให้แนวคิดว่า รูปภาพที่ดีจะบอกเรื่องราวที่ชัดเจน แต่ภาพที่ใช้ ต้องมีคุณภาพที่ดี พิมพ์อย่างดีเพื่อถ่ายทอดอารมณ์ภาพให้เห็นชัดเจน ข้อสำคัญควรจะใช้รูปภาพ ประกอบที่ใหญ่ เพื่อดึงดูดสายตา และที่สำคัญคือภาพที่ใหญ่ แสดงถึงเรื่องราวที่สำคัญในภาพนั้น

นอกจากนี้ ยังมีการใช้สื่อเฉพาะกิจประเภท สติกเกอร์ อินเทอร์เน็ต ซึ่งในการจัดทำสติกเกอร์ นั้น นำเสนอข้อมูลคือแนวทางปฏิบัติในการเฝ้าระวังและป้องกันโรคไข้หวัดนก เน้นสีสันสวยงาม พร้อม มีภาพประกอบเพื่อดึงดูดความสนใจ เพื่อแจกจ่ายให้กับประชาชนทั่วไป เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ปีก ใน ส่วนของอินเทอร์เน็ตการเผยแพร่ข้อมูลด้านไข้หวัดนกนั้น นับว่ามีความสำคัญมากเพราะปัจจุบันมี ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นมาก และในการนำเสนอผ่านสื่อนี้ กระทรวงสาธารณสุข กรมปศุสัตว์ ต่างมี การนำเสนอสถิติข้อมูล สถานการณ์เกี่ยวกับโรคไข้หวัดนกอย่างต่อเนื่อง และมีการ up date ให้ทันต่อ สถานการณ์ตลอดเวลา

ดังนั้น จากการใช้สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก ใช้ ภาพประกอบที่เป็นภาพจริง จากสถานการณ์จริง ซึ่งมีทั้งภาพสัตว์ปีกป่วยตาย เจ้าหน้าที่กำลัง ปฏิบัติการควบคุมโรคไข้หวัดนก สภาพแวดล้อมของฟาร์มเลี้ยงสัตว์ปีก รวมไปถึงผู้ที่มีชื่อเสียง มาเป็น ภาพประกอบอยู่ในสื่อประเภทต่างๆ เพื่อผลในการเตือนภัย แจ้งข้อมูลข้อเท็จจริง โน้มน้าวใจ สร้าง ความเชื่อถือ สร้างความศรัทธาให้กับผู้ที่ได้รับสาร กล่าวได้ว่าสอดคล้องกับแนวคิด และงานวิจัยของ ผู้ที่ได้กล่าวมา

สำหรับปัญหาที่ผู้วิจัยพบคือ ปัญหางบประมาณที่กระทรวงสาธารณสุขได้รับจากรัฐบาล ดังที่ คุณมนต์ชัย รัตนเศวตศักดิ์ นักวิชาการสาธารณสุข 7 หัวหน้ากลุ่มเผยแพร่ สำนักงานเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ได้ให้ข้อมูลในเรื่องงบประมาณไว้ว่า "งบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมควบคุมโรค ได้รับการจัดสรรมาก่อนข้างจำกัด ทำให้เราไม่สามารถดำเนินการได้อย่างครบกระบวนการ และเนื่องจากกระทรวงสาธารณสุขไม่ได้มีหน้าที่ด้าน เฝ้าระวังและควบคุมโรคใช้หัตถ์แต่เพียงโรคเดียว แต่ยังต้องให้ความสำคัญกับการควบคุมโรคอื่นๆ อีกด้วย ดังนั้น งบประมาณที่ได้รับมาจึงต้องจัดสรรให้กับหลายส่วน อีกทั้งรัฐบาลเน้นงบประมาณไปที่ การควบคุมโรคมากกว่างานด้านการประชาสัมพันธ์" (สัมภาษณ์เมื่อ 13 มีนาคม 2549) งบประมาณ จึงเป็นตัวชี้ที่สำคัญในการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก รวมไปถึงรูปแบบซึ่งสอดคล้อง กับที่ เกษม จันทรน้อย (2537 : 18-19) ได้กล่าวไว้ว่าอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสื่อ ช่องทางในการ สื่อสารนั้นมีข้อหนึ่งกล่าวไว้ว่า งบประมาณเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญว่าในการจัดทำสื่อต้องใช้งบประมาณ มาก หรือน้อยประกอบกับนโยบายขององค์กรต้องการให้นำเสนอในเรื่องใด การจัดทำสื่อจะจัดทำเพื่อ สนองนโยบายขององค์กร ในฐานะที่กระทรวงสาธารณสุข กรมปศุสัตว์ เป็นหน่วยงานรัฐที่ต้อง ดำเนินการเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนพร้อมทั้งแสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานภายนอก คือ องค์กรยูนิเซฟ ซึ่งการดำเนินการเช่นนี้สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์องค์การสา ธารณกุศล ซึ่งต้องการรณรงค์ให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กรแล้ว ยังใช้สื่อประชาสัมพันธ์เป็น ตัวเผยแพร่แนวคิดขององค์กรให้เป็นที่ยอมรับของสาธารณชน และเป็นช่องทางส่งข่าวสารไปยัง ประชาชนในวงกว้างต่อไป

ส่วนที่ 3 การใช้ จุดจูงใจของสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนก

กลยุทธ์สารเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ผู้รับสารได้รับ อิทธิพลจากเนื้อหาของสารที่ส่งออกไป และจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ซึ่งสอดคล้องกับโรเจอร์ (Rogers, 1976 อ้างถึงใน ชาญชัย เจริญลาภดิลก, 2539) ได้ให้หลักการใหญ่ๆ เกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ ต้องการจะให้เกิด คือ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร (to inform) เพื่อโน้มน้าวใจ (to persuade) อันจะนำไปสู่ การระดมให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม (to mobilize) และท้ายที่สุดก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการ กระทำปรากฏให้เห็น และเนื้อหาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โรคไข้หวัดนกนี้ เป็นการใช้นโยบายในการ โน้มน้าวใจด้วยการนำเสนอเนื้อหาด้านเดียว (one-sided argument) เนื่องจากเนื้อหาที่สรุปตายตัว

อยู่แล้ว คือ การโน้มน้าวใจให้มีพฤติกรรมที่ปลอดภัยจากการติดเชื้อใช้หวัดนก ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ต้องกระทำ

จากการวิเคราะห์จุดมุ่งใจในการจัดทำสื่อเพื่อเผยแพร่ความรู้โรคใช้หวัดนกนั้นมีทั้งการใช้จุดมุ่งใจโดยใช้ความกลัว (Fear Appeals), จุดมุ่งใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional Appeals) และจุดมุ่งใจโดยใช้แรงจูงใจ (Motivational Appeals) รวมทั้งมีการใช้กลยุทธ์สารที่หลากหลายแนวทาง คือ การเน้นข้อความสะดุดหู สะดุดตา โดยข้อความหลักจะเป็นคำสั้นๆ จำง่ายได้ใจความ เน้นให้เกิดการปฏิบัติตามได้ง่าย จากแนวความคิดของการพยายามที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องของความรู้ด้านใช้หวัดนกที่ถูกต้องออกมาให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขัญญา ลิ้มสกุล (2540) เรื่องกลยุทธ์และประสิทธิผลของแผนการรณรงค์โฆษณา โครงการเสริมสร้างความตื่นตัวในการปกป้องสิทธิผู้บริโภค "อย. ปกป้องสิทธิ" ผลการศึกษาในส่วนกลยุทธ์ของแผนรณรงค์โฆษณานั้น มีการตั้งโลโก้แผนโครงการว่า "อย. ปกป้องสิทธิ" เพื่อให้จดจำได้ง่ายขึ้น นอกจากนั้นแล้ว การเผยแพร่ความรู้เรื่องโรคใช้หวัดนกมีการใช้สื่อที่หลากหลายและผสมกันไปหลายแนวทาง โดยมีสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ แผ่นพับ ใบปลิว คู่มือ จุลสาร โปสเตอร์ สติกเกอร์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ เทปบันทึกเสียง ซีดีรอม เว็บไซต์/อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุขัญญา ลิ้มสกุล (2540) เช่นกันที่พบว่า กลยุทธ์หลักคือ การใช้สื่อมวลชนเพื่อให้ข่าวสารแพร่กระจายสู่ประชาชนได้ในวงกว้าง โดยสื่อหลักที่ใช้ได้แก่ โทรทัศน์ สื่อรองได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ โดยมีสื่อและกิจกรรมเสริมเข้าช่วย เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ และคอนเสิร์ต สอดคล้องกับผลการศึกษาของดวงทิพย์และคณะ (2536) ที่กล่าวว่าสื่อเดียวย่อมไม่มีพลังในการสร้างประสิทธิผลเท่ากับสื่อหลายสื่อ

การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง เพื่อเป็นตัวแทนของคนในสังคม และเชิญชวนให้ประชาชนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงการฯ โดยการใช้นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรี ศิลปิน ดาราที่มีชื่อเสียง เข้ามาร่วมเป็น presenter ตลอดจนการสื่อสารผ่านแกนนำชุมชน อาสาสมัครสาธารณสุข ฯลฯ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องกลยุทธ์การใช้สื่อในการรณรงค์ของปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2546) ในประเด็นของการใช้บุคคลที่น่าเชื่อถือทำหน้าที่สื่อสารกับสาธารณชนที่ว่า การใช้สื่อบุคคลที่สังคมให้ความเคารพนับถือและยอมรับ จะช่วยดึงดูดความสนใจ สร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างการยอมรับจากสาธารณชนได้

อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การดำเนินงานด้านการเผยแพร่ความรู้เรื่องใช้หวัดนกผ่านสื่อประเภทต่างๆ มีการดำเนินงานเชิงบูรณาการระหว่างหน่วยงานหลักและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อแก้ปัญหาในด้านต่างๆ ทั้งในเรื่องของข้อจำกัดด้านงบประมาณ เครือข่ายการกระจายสื่อ เป็นต้น อันจะทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. การสื่อสารในภาวะวิกฤตดังเช่นกรณีใช้หวิดนก ควรมีการใช้สื่อแบบบูรณาการ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบการสื่อสารได้อย่างครอบคลุมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด
2. จากการศึกษาพบว่าการจัดทำสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องใช้หวิดนก ต้องดำเนินการภายใต้สถานการณ์ความจำเป็นเร่งด่วน จึงไม่มีการจัดทำแผนการดำเนินการประชาสัมพันธ์ใช้หวิดนกไว้ล่วงหน้า และไม่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เนื่องด้วยงบประมาณที่ค่อนข้างจำกัด ดังนั้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินการผลิตสื่อดังกล่าวในอนาคต สามารถเตรียมการและวางแผนการดำเนินงานแต่เนิ่น ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องความกระชั้นชิดของเวลา ซึ่งปัญหาดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อในส่วนต่าง ๆ ทั้งการสร้างสรรคงาน การวางแผนงาน การประสานงานสื่อ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ทุกขั้นตอน รวมทั้งควรมีแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤตด้วย
3. ควรจะเพิ่มช่องทางการสื่อสารโดยกระจายสื่อเฉพาะกิจต่างๆ เพิ่มมากขึ้น เช่น สติกเกอร์ ควรมีการแจกจ่ายให้กับประชาชนทั่วไปมากขึ้น และควรจัดทำสติกเกอร์ที่มีเป้าหมายคือเด็กนักเรียน เนื่องจากเด็กมักสนใจสติกเกอร์มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นอยู่แล้ว และถือเป็นสื่อที่สามารถจดจำได้นาน
4. เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านงบประมาณและความเชี่ยวชาญในเชิงวิชาการ ดังนั้นการบูรณาการดำเนินงานและการผลิตสื่อจะทำให้การดำเนินงานจัดการเกี่ยวกับภาวะวิกฤตใช้หวิดนกมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น
5. หากในอนาคตมีภาวะวิกฤตด้านอื่นๆ ควรสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของสื่อในภาวะวิกฤตซึ่งแตกต่างจากบทบาทหรือการทำหน้าที่ของสื่อในภาวะปกติ เพื่อให้การดำเนินการด้านการสื่อสารสอดคล้องกับสถานการณ์ปัญหาที่เกิดขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ ศึกษาเฉพาะสื่อเพื่อการเผยแพร่ความรู้เรื่องไข้หวัดนกเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้ได้ผลไม่ครอบคลุมทุกด้าน ดังนั้น หากจะศึกษาในประเด็นนี้ให้สมบูรณ์ จึงควรศึกษาในมุมมองของผู้บริโภคเพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมพฤติกรรมการเปิดรับสาร การแสวงหาข่าวสาร และความต้องการด้านการสื่อสาร ศึกษาว่ากลุ่มเป้าหมายมีการเปิดรับสื่อใดมากที่สุด เพื่อให้สามารถกำหนดรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจหรือเข้าถึงได้ดีที่สุด
2. ควรมีการแยกศึกษาในเชิงคุณภาพของเนื้อหาสารที่ใช้ในสื่อเกี่ยวกับไข้หวัดนก เพื่อที่จะได้ทราบถึงประสิทธิผลของการสื่อสารผ่านสื่อประเภทต่างๆ ว่ากลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจสาร เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม ตรงตามวัตถุประสงค์ของการผลิตสื่อหรือไม่ เพื่อเป็นประโยชน์กับการออกแบบเนื้อหา รวมไปถึงรูปแบบ รูปลักษณ์ให้มีประสิทธิผลต่อการผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ความรู้โรคไข้หวัดนกมากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการศึกษาถึงแนวคิดและแนวคิดการผลิตสื่อขององค์การยูนิเซฟ ไทยแลนด์ เนื่องจากยูนิเซฟมีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างไปจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มผู้ด้อยโอกาส กลุ่มที่ภาครัฐไม่ได้ให้ความช่วยเหลือในแต่ละประเทศ อาทิ ชาวเขา กลุ่มผู้อพยพ ซึ่งวิถีการดำเนินชีวิตของกลุ่มบุคคลเหล่านี้ มีความแตกต่างจากประชาชนทั่วไป องค์การยูนิเซฟมีแนวคิดและขั้นตอนการดำเนินการอย่างไรบ้าง เพื่อให้เกิดประสิทธิผลต่อการจัดทำสื่อ
4. ควรศึกษาว่าจุดสนใจประเภทใดที่ให้ผลในการจูงใจหรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้ดีที่สุดในแต่กลุ่มเป้าหมาย