

การพัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดีย แหล่งรวมสื่อสร้างความรอบรู้ของกรมอนามัย

นางประภาพรพรณ หวังกิจ
นักวิชาการคอมพิวเตอร์ ศูนย์สื่อสารสาธารณะ

กระเพาะ KM กว่าจะเป็น Anamai Media แหล่งรวมสื่อสร้างความรอบรู้ของกรมอนามัย

1) การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) ความรู้ที่องค์กรจำเป็นต้องมี ต้องใช้ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ พันธกิจขององค์กรด้านการสื่อสาร ซึ่งศูนย์สื่อสารสาธารณะเป็นหน่วยงานหลักของกรมอนามัยในการเป็นศูนย์กลางการสื่อสาร เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ สร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพที่ถูกต้องเพื่อให้ประชาชนมีพฤติกรรมด้านสุขภาพที่ดีและอยู่ในสภาพอนามัยสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม โดยมีองค์ความรู้เดิมเป็นกระบวนการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย และการสื่อสารการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ปัจจุบันต้องพัฒนาองค์ความรู้เพิ่มด้านการสื่อสารสุขภาพ การสื่อสารผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ดังเห็นได้จากการพัฒนาสื่อในความรับผิดชอบ จากสื่อดั้งเดิมประเภทข่าวแจกสำหรับสื่อมวลชน การจัดทำสื่อบทความผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ มีการปรับเปลี่ยนมาจัดทำสื่อออนไลน์ในรูปแบบคลิปความรู้ Infographic Motion graphic และ Banner เพิ่มขึ้นเพื่อให้ตอบสนองความต้องการสื่อของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน

2) การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) เป็นการสร้างความรู้ใหม่ แสวงหาความรู้จากภายนอก รักษาความรู้เดิม ซึ่งทุก ๆ ปี ศูนย์สื่อสารสาธารณะจะมีประเมินความคิดเห็นผู้รับบริการข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน เพื่อนำมา จัดทำ SWOT วางแผนพัฒนารูปแบบสื่อในความรับผิดชอบให้ทันตามยุคสมัยตรงความต้องการของผู้รับบริการ จากเดิมที่เป็นการสื่อสารผ่านสื่อกระแสหลักในลักษณะข่าว บทความ บทสัมภาษณ์ print media งาน event มีการปรับเข้าสู่เทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างช่องทางสื่อสารออนไลน์ที่หลากหลาย ทั้งการจัดการเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ รวมทั้งมีการส่งบุคลากรไปศึกษาเพิ่มเติมเรื่องการทำสื่อ อินโฟกราฟิก โมชั่น การจัดการสื่อสารการตลาดออนไลน์ เพื่อพัฒนาช่องทางสื่อสารออนไลน์ของกรมอนามัยให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3) การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization) เป็นการวางโครงสร้างความรู้กำหนดวิธีการจัดเก็บและการค้นคืน เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเก็บความรู้ เพื่อให้สืบค้น เรียกคืน หรือนำไปใช้อย่างสะดวก ซึ่งจากการติดตามประเมินผลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์กรมอนามัย ระหว่างปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ ทำให้ศูนย์สื่อสารสาธารณะได้พบประเด็นสำคัญที่ได้จากการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการรับสื่อจากกรมอนามัย โดยผู้ตอบแบบสอบถาม online ผ่าน social media ไม่ชอบการสืบค้นเนื้อหาทางเว็บไซต์ เนื่องจากหาข้อมูลยาก สิ่งที่ต้องการให้ปรับปรุงในหน้าเว็บไซต์หน่วยงานคือ Banner เยอะ ไม่มีการแบ่งหมวดหมู่ที่ชัดเจน ไม่มีอะไรน่าดึงดูด ความต้องการข้อมูลข่าวสารของกรมอนามัยในเรื่องโภชนาการ ออกกำลังกาย และอนามัยผู้สูงอายุมากที่สุด ทำให้ผู้รับผิดชอบงานสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ได้ศึกษาค้นคว้าความรู้เรื่อง การสื่อสารสุขภาพ และ การสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำมาสร้างช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารสุขภาพที่ถูกต้องให้กรมอนามัยเป็นแหล่งสืบค้นข้อมูลด้านสุขภาพของประเทศที่น่าเชื่อถือ โดยให้ข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นต่อการแก้ปัญหาสุขภาพที่สำคัญของคนไทยอย่างถูกต้อง ทันเหตุการณ์ รวมทั้งเป็นช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย จึงเป็นที่มาที่มีการปรับปรุงการจัดการระบบเว็บไซต์อนามัยมีเดียอย่างต่อเนื่องจากการดำเนินการเองที่ค่อย ๆ สะสมสื่อ ออกแบบเรียบ ๆ จัดเก็บข้อมูลตามหน่วยงาน ทำให้รูปแบบการจัดการหน้าเว็บไซต์ไม่เป็นที่ถูกตาถูกใจผู้รับบริการ ดังปรากฏตามข้อคิดเห็นที่รวบรวมได้จากผู้ให้บริการข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์กรมอนามัย เปลี่ยนเป็นการให้มืออาชีพเข้ามาช่วยให้คำแนะนำในการจัดการ

หน้าเว็บไซต์ ทำวิเคราะห์ SWOT ของอนามัยมีเดียใหม่ เริ่มทำ Customer persona (กลุ่มบุคลากร, กลุ่มที่คาดว่าจะเป็ลูกค้า) วิเคราะห์ประสิทธิภาพของ ชื่อเว็บไซต์ จนมาถึงการทำ SEO (Search Engine Optimization) โดยในปี 2561 เริ่มมีการปรับเนื้อหา โครงสร้างและประสิทธิภาพของเว็บ สร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูล ภายใต้การปรับปรุงการใช้ภาษา ปรับปรุงเนื้อหาให้สมบูรณ์และทันสมัย ต่อมาในปี 2562 เริ่มกำหนดหลักเกณฑ์ของสื่อที่จะเผยแพร่ (รูปแบบ เนื้อหา ทันสมัย) บนเว็บไซต์อนามัยมีเดีย และเป็นตัวชี้วัดระดับกรมที่ทุกหน่วยงานจะต้องมีการปรับรูปแบบสื่อที่อ่านง่าย ทันสมัย สวยงามเหมาะสมสำหรับประชาชนทุกกลุ่มวัยจึงสามารถนำมาเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์อนามัยมีเดียได้ เป็นต้น

4) การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) เป็นการกลั่นกรองความถูกต้อง ครบถ้วน ทันสมัยให้สามารถนำความรู้ไปใช้งานได้ทันที ซึ่งศูนย์สื่อสารสาธารณะได้ปรับปรุงรูปแบบเอกสารให้เป็นมาตรฐาน, ใช้ภาษาเดียวกัน, ปรับปรุงเนื้อหาให้สมบูรณ์และทันสมัย โดยปี 2563 นี้ ได้กำหนดแผนการผลิตสื่อ ซึ่งมีการปรับปรุงให้ทันสมัย และจัดทำคู่มือแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์ของกรมอนามัย จนผลักดันเป็นนโยบายในการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ โดยกำหนดให้ทุกหน่วยงานภายในกรมอนามัยจัดส่ง key message และเนื้อหาสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพมอบให้ศูนย์สื่อสารสาธารณะเป็นผู้ผลิตข้อมูลส่งมอบคุณค่าสู่สาธารณะผ่านช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะรวบรวมสื่อเผยแพร่สู่ประชาชนผ่านเว็บไซต์อนามัยมีเดียเพื่อให้เป็นฐานข้อมูลหลักในการรวบรวมสื่อที่ผลิตจากกรมอนามัย แล้วจึงนำไปเผยแพร่ผ่าน facebook กรมอนามัย และช่องทางสังคมออนไลน์อื่นๆตามความเหมาะสม ทำให้ทุกหน่วยงานมีการจัดส่งเนื้อหา ข้อมูล ส่งมาให้ศูนย์สื่อสารสาธารณะ ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ ตาม PRODUCTION LINE ระดับกรมในรูปแบบเทมเพลตเดียวกัน ที่มีการวางรูปแบบ การใช้ตราสัญลักษณ์ และการใช้ตัวอักษรในการออกแบบและจัดทำสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ภาพรวมของกรมอนามัย

5) การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) เป็นการทำให้ผู้ใช้ความรู้ สามารถเข้าถึงความรู้ที่ต้องการได้ง่ายและสะดวก จากแนวคิดในการพัฒนาต่อยอดเว็บไซต์อนามัยมีเดีย ให้เป็นเว็บไซต์ที่ใช้เก็บสื่อความรู้ของกรมอนามัยทุกประเภทที่กระจัดกระจายอยู่ตามหน่วยงานวิชาการมารวมอยู่ที่ฐานข้อมูลเดียวกัน จัดการกับปัญหาในการสืบค้นข้อมูลด้านสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมที่กระจายอยู่หลายที่ เพื่อสร้างฐานข้อมูลการสื่อสารสุขภาพที่รวมที่ศูนย์กลางเดียวกัน ทำให้ปัจจุบัน เว็บไซต์อนามัยมีเดีย มีการปรับปรุงรูปแบบเว็บไซต์ให้สวยงาม สะดวกต่อการใช้งาน รองรับการแสดงผลหลายอุปกรณ์ (Responsive) มีการเพิ่มความเร็วให้กับเว็บไซต์ เพื่อลดเวลาการโหลดหน้าเว็บไซต์ จนขณะนี้เว็บไซต์อนามัยมีเดียมีความน่าเชื่อถือ มีการอ้างถึงเว็บไซต์อนามัยมีเดียของกรมอนามัยจากแหล่งภายนอกไม่ว่าจะเป็น Social media หรือเว็บไซต์ อื่นๆอย่างกว้างขวาง รวมทั้งมียอดคนเข้าใช้อนามัยมีเดียเพิ่มมากขึ้น ทั้งผู้ใช้รายใหม่ และผู้ใช้รายเดิม จากปี พ.ศ. 2556 มีผู้เข้าใช้ 41,974 คน เพิ่มขึ้นเป็น 302,549 คน ในปัจจุบัน

1.	th.search.yahoo.com
2.	thairath.co.th
3.	hpc.go.th
4.	s.zlsite.com
5.	covid-19.kapook.com
6.	oic.go.th
7.	trathealth.com
8.	nationtv.tv
9.	highlight.kapook.com
10.	hlife.truecorp.co.th

6) การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) ในแต่ละปีที่ได้พัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดีย ทำให้ศูนย์สื่อสารสาธารณะได้เห็นพฤติกรรมการสืบค้นข้อมูลของผู้รับบริการที่หลากหลาย และเปลี่ยนแปลงตามกระแสสังคม รูปแบบการดำเนินชีวิต การพัฒนาสื่อทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่หยุดนิ่ง ทำให้มีการปรับปรุงคู่มือแนวทางการเผยแพร่สื่อ ตามหลักเกณฑ์ของสื่อที่จะเผยแพร่ (รูปแบบ เนื้อหา ทันสมัย) บนเว็บไซต์อนามัยมีเดียต่อเนื่องจากปี 2562 รวมทั้งต่อยอดการดำเนินงานภายใต้คู่มือแนวทางการใช้ตรา

สัญลักษณ์ของกรมอนามัย ในปี 2563 ซึ่งแต่ละปีจะมีการจัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความคิดเห็นในการดำเนินงานสื่อสารร่วมกับเครือข่ายสื่อสารกรมอนามัย การจัดทำ group line สื่อสารกรมอนามัย เพื่อสื่อสารรูปแบบ สื่อ ที่มีการออกแบบและผลิตของกรมอนามัยจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการกำกับติดตามการดำเนินงานร่วมกันของมีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านการสื่อสารของกรมอนามัยด้วย

7) การเรียนรู้ (Learning) เป็นการนำความรู้ที่ได้จากการแบ่งปันแลกเปลี่ยนหรือสืบค้นไปใช้ประโยชน์ในการทำงาน ควรทำให้การเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งของงาน เพื่อทำให้เกิดระบบการเรียนรู้จากวงจร “สร้างองค์ความรู้ > นำความรู้ไปใช้ > เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ และหมุนเวียนต่อไปอย่างต่อเนื่อง” ซึ่งจะเห็นได้ว่า การพัฒนาเว็บไซต์อนามัยมีเดีย ให้แหล่งรวมสื่อสร้างความรอบรู้ของกรมอนามัย เริ่มต้นจากคนสื่อสารที่จัดการช่องทางการสื่อสารบ้านหลัก คือเว็บไซต์อนามัยมีเดีย ให้เป็นที่รวบรวมองค์ความรู้จากสื่อที่มีการผลิตและเผยแพร่จากกรมอนามัยที่กระจัดกระจายให้อยู่รวมกัน คนภายในและภายนอกกรมสามารถสืบค้นข้อมูลข่าวสาร สื่อจากกรมอนามัยได้อย่างรวดเร็ว มีการปรับปรุงรูปแบบการผลิตสื่อให้หลากหลายตรงความต้องการ จากบทความ สกู๊ป เป็น info graphic Gif ต่อยอด motion graphic และยังคงหมุนเวียนพัฒนาสื่อรูปแบบต่าง ๆ ต่อไปไม่หยุดยั้ง เป็นบ้านหลักในการรวบรวมสื่อ ก่อนเผยแพร่ข้อมูลไปสื่อออนไลน์อื่นของกรมอนามัย ได้แก่ facebook youtube @line instagram twitter ให้แข็งแกร่งเป็นแหล่งรวบรวมสื่อสุขภาพระดับประเทศ

ทั้งนี้ จากการทดลองปรับปรุงเว็บไซต์อนามัยมีเดีย และแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์และสื่อประชาสัมพันธ์ของกรมอนามัย เพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชน ในปี 2563 พบว่า หลังการพัฒนากระบวนอนามัยมีเดียได้ช่วยอำนวยความสะดวกให้ประชาชน สื่อมวลชน และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง และต้องการข้อมูลที่จำเป็นหรือที่เป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารทั้งในสถานการณ์ปกติและสถานการณ์เร่งด่วนสามารถเข้าถึงและนำข้อมูลสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อมไปใช้ได้ทันทีภายในระยะเวลาที่สั้นลง และที่สำคัญเว็บไซต์อนามัยมีเดีย เป็น Data base / Information base ที่รวบรวมสื่อที่มีการผลิตและเผยแพร่โดยกรมอนามัย สำหรับให้บริการแก่ประชาชนทุกกลุ่มวัย โดยแยกหมวดหมู่การสืบค้นตามกลุ่มวัย สาสุขศาสตร์ COVID-19 ข่าวสำหรับสื่อมวลชน สำหรับภาคี แยกการให้บริการข้อมูลตามประเภทสื่อ เช่น บทความ คลิปวิดีโอ อนามัยตูน อินโฟกราฟิกเพื่อให้ประชาชนสามารถสืบค้นได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีสื่อที่หลากหลายสำหรับให้บริการตามความต้องการที่แตกต่างกัน หน่วยงานภายในกรมที่จะนำสื่อเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์อนามัยมีเดีย ต้องปฏิบัติตามขั้นตอนที่ได้ชี้แจงในที่ประชุมกรมอนามัย เมื่อวันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2562 และยังคงใช้ต่อเนื่องมาถึงปัจจุบัน โดยปีงบประมาณ 2563 มีการปรับปรุงในเรื่องการออกแบบสื่อตามแนวทางการใช้ตราสัญลักษณ์และสื่อประชาชน โดยผู้ใช้งานที่ดึงข้อมูลจากเว็บไซต์อนามัยมีเดียสามารถมั่นใจในความถูกต้องและครบถ้วน และนำไปสื่อสารต่อไปในวงกว้างเพื่อสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพให้เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกรมอนามัยต่อไป

ส่วนแผนการพัฒนาระบบอนามัยมีเดียในอนาคต คือ เพิ่มเนื้อหาที่เป็นความรู้ในลักษณะของบทความที่ปัจจุบันยังมีน้อยเกินไป การจัดการเผยแพร่สื่อความรู้ที่เราได้ตรงตามสิ่งที่คนค้นหา และจะต้องมีการติดตามการเดินทางของข้อมูลอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการประเมินผลการใช้งาน เพื่อนำมาปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของระบบให้ตรงใจผู้ใช้งาน ซึ่งมีเป้าหมายสำคัญในการพัฒนา คือ เมื่อไรที่ประชาชนค้นหาความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม เมื่อนั้น อนามัยมีเดียจะเป็นสิ่งที่ค้นหาเจอหน้าแรกของทุก search engine