

# The CDC Clear Communication Index Health Education Materials Assessment Tool

Leenawat Fakkheaw\*, Jedsada Suwanwaree\*, Yuwarat MOUNGNGERN\*\*, Kanthika Thintip\*\*\*, Supalak Mirattanaphrai\*\*\*\*

\*Division of Health Promotion, Department Office of Dean, \*\*Division of Out Patient, Department of Nursing, Siriraj Hospital, Faculty of Medicine Siriraj Hospital, Mahidol University, Bangkok, \*\*\*Division of Epidemiology, Department of Disease Control, Nonthaburi, \*\*\*\*Institute of Dermatology, Department of Medical Service, Bangkok

Siriraj Medical Bulletin 2021;14(3) : 41-47

---

## Abstract

The health education material assessment tool is an important instrument that media contributors use to reexamine communication elements that are crucial to readers' understanding of the message. Consequently, readers may be able to identify the key message, then recognize the purpose and/or the concept, and finally put the information into use, which is the indication of a successful communication. Health literacy experts recommend many health education material assessment tools such as The Suitability Assessment of Materials (SAM)<sup>2</sup>, The Patient Education Materials Assessment Tool (PEMAT)<sup>3</sup> and the CDC Clear Communication Index<sup>4</sup>. In this article, the CDC Clear Communication Index tool developed from the synthesis of communication elements by the US National Centers for Disease Control and Prevention was demonstrated. The tool is trusted and widely used. Furthermore, research has shown that it promotes the clarity and readers' understanding of a key message. However, author team has not yet found implementation of CDC Clear Communication Index in Thai articles, so introducing the material assessment tool has rather been encouraged. The CDC Clear Communication Index in this article has been translated and adapted to fit into Thai context in order to be well practiced on the targeted demographics.

**Keywords:** health education materials; health education materials assessment tool; health literacy; health promotion

---

Correspondence to: Leenawat Fakkheaw

Email: navut@outlook.com

Received: 17 February 2021

Revised: 5 May 2021

Accepted: 7 May 2021

<http://dx.doi.org/10.33192/Simedbull.2021.25>

# เครื่องมือประเมินสื่อความรู้ด้านสุขภาพ CDC Clear Communication Index

ลินวัฒน์ พักแก้ว\*, เจษฎา สุวรรณวารีย์\*, ยุวรัตน์ ม่วงเงิน\*\*, กัญฉวีภา ถิ่นทิพย์\*\*\*, ศุภลักษณ์  
มรัตน์ไพโร\*\*\*\*

\*งานสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานคนบดี, \*\*งานการพยาบาลตรวจรักษาผู้ป่วยนอก ฝ่ายการพยาบาล  
โรงพยาบาลศิริราช, คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล กรุงเทพมหานคร, \*\*\*กอง  
ระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค นครบุรี, \*\*\*\*สถาบันโรคผิวหนัง กรมการแพทย์ กรุงเทพมหานคร

## บทคัดย่อ

เครื่องมือประเมินสื่อความรู้ด้านสุขภาพเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ผลิตสื่อสามารถใช้ทบทวนความครบถ้วนขององค์ประกอบการสื่อสาร  
ช่วยให้ผู้อ่านสามารถระบุสาระสำคัญได้ถูกต้อง รับรู้แนวทางที่สื่อชี้ชวนได้ตรงประเด็น ทำความเข้าใจกับข้อมูลที่ได้รับไม่ยากเกินไป และเอื้อ  
ให้เกิดการนำข้อมูลไปใช้ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ความสำเร็จของการสื่อสาร เครื่องมือประเมินสื่อที่ผู้เชี่ยวชาญด้านความรู้สุขภาพแนะนำมีหลาย  
ชนิด เช่น The Suitability Assessment of Materials (SAM)<sup>2</sup> The Patient Education Materials Assessment Tool (PEMAT)<sup>3</sup>  
และ the CDC Clear Communication Index<sup>4</sup> เป็นต้น ทั้งนี้ผู้พิมพ์เลือกใช้ CDC Clear Communication Index ซึ่งศูนย์ควบคุมและ  
ป้องกันโรคแห่งชาติ สหรัฐฯ ได้พัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์องค์ประกอบของการสื่อสาร ที่มีงานวิจัยสนับสนุนว่าช่วยส่งเสริมความชัดเจนตรง  
ประเด็นและเพิ่มความเข้าใจให้ผู้อ่าน มีการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ และนำไปใช้งานอย่างกว้างขวางภายใต้แผนปฏิบัติการระดับชาติ  
ของสหรัฐฯ เพื่อพัฒนาความรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชน อย่างไรก็ตามผู้พิมพ์ยังไม่พบงานเขียนที่แสดงถึงการนำ CDC Clear Communi-  
cation Index มาใช้ในประเทศไทย จึงได้ศึกษาเพื่อต้องการนำเครื่องมือดังกล่าวมาพัฒนาการทำงาน ดังนั้น บทความนี้จะแสดงรายละเอียด  
ของ CDC Clear Communication Index ฉบับภาษาไทย และได้้นำเครื่องมือฉบับแปลไปทดลองใช้ในการทำงาน

**คำสำคัญ:** สื่อความรู้ด้านสุขภาพ; เครื่องมือประเมินสื่อความรู้ด้านสุขภาพ; ความรอบรู้ด้านสุขภาพ; การสร้างเสริมสุขภาพ

## บทนำ

ความรู้รอบรู้ด้านสุขภาพ หรือ Health Literacy หมายถึงทักษะ  
หรือ ความสามารถของบุคคล ในการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ ทำความเข้าใจ  
กลั่นกรอง ประเมิน และ ตัดสินใจนำข้อมูลนั้นไปใช้ ในการปรับเปลี่ยน  
พฤติกรรม รวมถึงการเลือกใช้บริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพได้อย่างเหมาะสม  
5 ซึ่งสื่อความรู้ที่จะช่วยส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพ ควรเป็นสื่อ  
ที่ให้ข้อมูลด้านสุขภาพชัดเจน ตรงประเด็นและเข้าใจง่าย เอื้อให้ผู้อ่าน  
เกิดการตัดสินใจนำข้อมูลไปใช้ ดังนั้นในกระบวนการผลิตสื่อ นอกจาก  
การสร้างขอบเขตเนื้อหาที่เหมาะสมกับผู้อ่านและออกแบบให้ง่ายต่อการ

ทำความเข้าใจแล้ว การมีเครื่องมือประเมินคุณภาพสื่อประกอบการพัฒนา  
จะช่วยส่งเสริมให้ผู้ผลิตสื่อทำงานได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับคำแนะนำในการ  
จัดองค์ประกอบส่งเสริมความรู้ด้านสุขภาพ (Health Literate Organiza-  
tion) ทั่วโลก ที่กล่าวถึงความสำคัญของการนำแบบประเมินคุณภาพสื่อ  
ความรู้ด้านสุขภาพมาใช้ประโยชน์ก่อนผลิตสื่อเผยแพร่สู่ประชาชน

เครื่องมือประเมินคุณภาพสื่อด้านสุขภาพ ที่ผู้เชี่ยวชาญด้าน  
ความรู้สุขภาพทั่วโลกแนะนำมีหลายแบบ แต่นิยมรูปแบบรายการ  
(Checklist) เพราะใช้งานง่ายและวิเคราะห์ได้ครอบคลุมองค์ประกอบ  
ของการสื่อสาร เครื่องมือประเมินสื่อที่เป็นรูปแบบรายการ ได้แก่ The

Suitability Assessment of Materials (SAM)<sup>2</sup> พัฒนาโดย Len และ Ceci Doak ใช้สำหรับประเมินข้อความ ความสามารถในการอ่านและแง่มุมสำคัญอื่น ๆ ของสื่อ The Patient Education Materials Assessment Tool (PEMAT)<sup>3</sup> พัฒนาโดย หน่วยวิจัยสุขภาพและคุณภาพ สหรัฐฯ หรือ Agency for Healthcare Research and Quality (AHRQ) ใช้สำหรับประเมินความสามารถในการทำความเข้าใจและการนำไปปฏิบัติของสื่อความรู้ผู้ป่วยอย่างเป็นระบบ ซึ่งมี 2 รูปแบบ คือ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อวีดิทัศน์ CDC Clear Communication Index<sup>4</sup> พัฒนาโดย ศูนย์ควบคุมและป้องกันโรคแห่งชาติ สหรัฐฯ หรือ Centers for Disease Control and Prevention (CDC) ใช้สำหรับพัฒนาและประเมินสื่อความรู้ด้านสาธารณสุข ให้มีความชัดเจน ตรงประเด็น ง่ายต่อการทำความเข้าใจของประชาชน ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ได้ทั้งสื่อหลายชนิด และไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้อ่านที่เป็นผู้ป่วย

### ทำไมจึงเลือก CDC Clear Communication Index

CDC Clear Communication Index ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อเติมเต็มจุดอ่อนของเครื่องมืออื่น ๆ โดยศูนย์ควบคุมและป้องกันโรคแห่งชาติ สหรัฐฯ และคณะผู้เชี่ยวชาญ ได้ทำการค้นคว้าแบบประเมินด้านการสื่อสารส่วนใหญ่ที่เป็นที่รู้จัก และพบว่าแนวทางการประเมินปัจจัยการสื่อสารสุขภาพหลายชนิด ใช้วิธีนับจำนวนพยางค์และประโยคซึ่งไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อความชัดเจนตรงประเด็นและการทำความเข้าใจของผู้อ่าน แม้ว่าคำหรือประโยคที่สั้นอาจส่งผลต่อบางแง่มุมของกระบวนการทำความเข้าใจ แต่ก็ยังไม่เพียงพอที่จะทำให้มั่นใจได้ว่าการสื่อสารนั้นชัดเจนตรงประเด็นและมีประสิทธิภาพ สูตรประเมินความยากง่ายของการใช้ภาษาที่นิยมใช้กันนั้น จึงยังไม่เพียงพอที่จะใช้ประเมินประสิทธิภาพของการสื่อสาร ในขณะที่บางส่วนของขาดแหล่งอ้างอิงและข้อมูลสนับสนุนทางวิชาการที่น่าเชื่อถือ รวมถึงแบบประเมินส่วนใหญ่ยาวเกินไปยากต่อการใช้งาน จึงได้สังเคราะห์องค์ประกอบของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และมีงานวิจัยสนับสนุน จากนั้นบูรณาการงานวิจัยนี้กับศาสตร์เรื่องความเสี่ยงด้านการสื่อสาร ความรอบรู้ด้านสุขภาพและวิทยาศาสตร์พฤติกรรมศาสตร์และงานวิจัยด้านตัวเลข เพื่อจัดทำเป็นชุดเกณฑ์การวัดผลที่สามารถใช้สะท้อนถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง หัวข้อความรู้ และสถานการณ์ที่บุคลากรทางสาธารณสุขได้พบเป็นประจำ เครื่องมือนี้มีความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha) คือ 0.70<sup>5</sup> จึงสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและประเมินสื่อสาธารณะ เพื่อจำแนกองค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร ช่วยเพิ่มความชัดเจนตรงประเด็น และส่งเสริมความเข้าใจมากขึ้น

CDC Clear Communication Index มีลักษณะเด่น คือ การให้ความสำคัญกับองค์ประกอบที่มีงานวิจัยสนับสนุนว่ามีส่วนช่วยเพิ่มความชัดเจนตรงประเด็นและส่งเสริมความเข้าใจ และแสดงผลเป็นช่วงคะแนน ดังนั้นผู้ใช้งานสามารถประเมินสื่อได้อย่างเป็นกลาง และปรับปรุงสื่อความรู้ได้ตามแนวทางที่มีหลักการทางวิทยาศาสตร์รองรับ

CDC Clear Communication Index ได้รับการนำไปใช้เป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาและประเมินคุณภาพสื่อสาธารณะภายใต้แผน

ปฏิบัติการระดับชาติของสหรัฐฯ เพื่อพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชน ทั้งนี้ เครื่องมือดังกล่าวได้รับการเผยแพร่บนเว็บไซต์ของศูนย์ควบคุมและป้องกันโรคแห่งชาติสหรัฐฯ เพื่อให้บุคคลกลุ่มต่างๆ นำไปใช้งาน ทั้งบุคลากร CDC และผู้ที่ต้องการนำไปพัฒนาสื่อสาธารณสุข ซึ่งไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้ป่วยเท่านั้น แต่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับกลุ่มอื่น ๆ ด้วย เช่น บุคลากรด้านสุขภาพ ประชาชนทั่วไปและใช้ได้กับสื่อหลายชนิด เช่น เว็บไซต์ โปสเตอร์ อินโฟกราฟิก เป็นต้น ทั้งนี้ ในเว็บไซต์ดังกล่าวได้ระบุเนื้อความในหัวข้อ Who should use the Index ว่าใครก็ตามที่พัฒนาสื่อด้านสุขภาพนับเป็นหนึ่งกลุ่มเป้าหมายที่สามารถนำเครื่องมือนี้ไปใช้งานตามวัตถุประสงค์ อย่างไรก็ตามผู้พัฒนาได้แจ้งความประสงค์ผ่านระบบ Online Form เพื่อขออนุญาตนำเครื่องมือมาใช้งานเป็นภาษาไทยอีกทางหนึ่ง

### การนำเครื่องมือไปใช้ในงานวิจัย

ผู้นิพนธ์ยังไม่พบงานเขียนที่แสดงถึงการนำ CDC Clear Communication Index มาใช้ในประเทศไทย แต่ในสหรัฐฯ มีการนำไปใช้แพร่หลาย ดังตัวอย่างนี้

คณะผู้วิจัย โดย Cynthia Baur และ Christine Prue<sup>10</sup> ได้ใช้ CDC Clear Communication Index มาประเมินสื่อต้นฉบับ 3 เรื่องและแก้ไขปรับปรุงตามแนวทาง CDC Clear Communication Index จากนั้นประเมินซ้ำ และนำสื่อทั้ง 2 แบบไปทำการสำรวจความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มเปรียบเทียบกัน โดยสำรวจผ่านระบบอินเทอร์เน็ตในกลุ่มตัวอย่าง 870 คนในสหรัฐฯ ที่อ่านสื่อความรู้ต้นฉบับ และสื่อความรู้ที่ได้รับการปรับปรุง (สื่อความรู้ต้นฉบับจะมีคะแนนประเมินน้อยกว่าร้อยละ 30 ส่วนสื่อความรู้ปรับปรุงจะมีคะแนนประเมินมากกว่าร้อยละ 90) โดยคณะผู้วิจัยสร้างข้อคำถามใหม่ 10 ข้อ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของการสื่อสารที่สัมพันธ์กับปัจจัยในข้อคำถามของ CDC Clear Communication Index ทั้ง 20 ข้อ เช่น สามารถระบุข้อความสำคัญได้ถูกต้อง พบค่าและการใช้ตัวเลขที่ไม่คุ้นเคยในชีวิตประจำวัน สามารถหาข้อมูลที่สนใจได้ง่าย เป็นต้น

ผลการสำรวจพบว่าจาก 9 ใน 10 ข้อคำถาม ผู้ตอบแบบสำรวจให้คะแนนสื่อที่ปรับปรุงโดย CDC Clear Communication Index มากกว่าคะแนนสื่อต้นฉบับที่ไม่ได้รับการออกแบบตามแนวทางดังกล่าว (ค่า P คือ 0.001) นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่าแบบประเมินสื่อดังกล่าว ช่วยให้ผู้อ่านสามารถระบุข้อความสำคัญ เกิดความเข้าใจค่าและตัวเลขจากสื่อความรู้ได้ถูกต้อง และผู้อ่านจะรู้สึกดีกับสื่อที่ออกแบบข้อมูลได้ชัดเจน

งานวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่าเกณฑ์การให้คะแนนที่พัฒนาจากข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถใช้ในการประเมินคุณภาพและพัฒนาความชัดเจนตรงประเด็นของสื่อด้านสุขภาพได้

### แบบประเมินคุณภาพสื่อ CDC Clear Communication Index

แบบประเมิน ประกอบด้วยมิติการวัด 7 องค์ประกอบ ได้แก่ ข้อความหลักและสิ่งที่ต้องการชี้ชวนผู้อ่าน การใช้ภาษา การออกแบบ ข้อมูล ความน่าเชื่อถือของข้อมูล คำแนะนำในการปฏิบัติพฤติกรรม การใช้

ตัวเลข ความเสี่ยงทางสุขภาพ ซึ่งทั้ง 7 องค์ประกอบนี้ ถูกนำมาจัดเป็นข้อคำถาม 20 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ องค์ประกอบหลัก คำแนะนำในการปฏิบัติตัว การใช้ตัวเลข โอกาสเสี่ยงและอันตราย ซึ่งการแปลผลจะพิจารณาคะแนนรวมทั้งหมด กล่าวคือ หากคะแนนรวมได้มากกว่าร้อยละ 90 ของคะแนนเต็ม จะตีความว่าสื่อดังกล่าวผ่านเกณฑ์การเป็นสื่อที่มีองค์ประกอบส่วนใหญ่ง่ายต่อการเข้าใจและนำไปใช้ ทั้งนี้การทำแบบประเมินแต่ละครั้ง จะใช้เวลาประมาณ 15 นาที

### การพัฒนา CDC Clear Communication Index ฉบับภาษาไทย

ผู้นิพนธ์ได้คัดเลือกเครื่องมือและนำเสนอผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาแปลเนื้อหาจากต้นฉบับสู่ภาษาไทย โดยมีกรทบทวนแปลย้อนกลับเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของการแปลและปรับปรุงให้ใกล้เคียงบริบทของเครื่องมือต้นฉบับมากที่สุด จากนั้นได้นำส่งผู้ทรงคุณวุฒิด้านการผลิตสื่อทางการแพทย์และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารสาธารณสุข เพื่อพิจารณาความเหมือนหรือเทียบเท่าทางวัฒนธรรมของเครื่องมือที่แปลและบริบทของกลุ่มเป้าหมาย โดยพิจารณาด้านแนวคิด เนื้อหา และความหมายของคำถาม จากนั้นปรับสำนวนการสื่อสารบางส่วนเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทสังคมไทย ในภายหลังผู้นิพนธ์และคณะ ได้นำ CDC Clear Communi-

cation Index ฉบับภาษาไทย มาทดลองใช้ประเมินสื่อความรู้ผู้ป่วยภายในโรงพยาบาลศิริราช พบว่าสื่อส่วนหนึ่งยังมีคะแนนไม่ผ่านเกณฑ์ จึงได้ทำการปรับปรุงให้สมบูรณ์และประเมินซ้ำ พบว่าแบบประเมินดังกล่าว ช่วยให้ผู้ใช้จัดทำสื่อสามารถพัฒนาคุณภาพสื่อได้ครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร เพราะจะทราบได้ว่าองค์ประกอบด้านใดที่ควรปรับปรุง ซึ่งมีประโยชน์ทั้งในกรณีจัดทำสื่อใหม่และทบทวนแก้ไขสื่อเดิม ทั้งนี้ในอนาคตมีแผนที่จะนำไปเผยแพร่ภายในโรงพยาบาลศิริราช เพื่อให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อความรู้ผู้ป่วย สามารถนำแบบประเมิน CDC Clear Communication Index ฉบับภาษาไทยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการจัดทำสื่อความรู้ที่ชัดเจนตรงประเด็น และส่งเสริมความเข้าใจแก่ผู้ป่วยมากขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้จะมีกระบวนการแปลภาษาและปรับปรุงเครื่องมือ ตลอดจนนำไปทดลองใช้ (ในที่นี้คือการนำไปประเมินสื่อ) แต่ผู้นิพนธ์ยังอยู่ระหว่างดำเนินการทดสอบเครื่องมือวิจัย (Pretest procedures) คือนำเครื่องมือไปให้กลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย นำเครื่องมือ CDC Clear Communication Index ฉบับภาษาไทยใช้ประเมินสื่อเรื่องเดียวกัน และรวบรวมคำตอบที่ได้เพื่อพัฒนาความเที่ยงตรงต่อไป จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับนักวิจัยท่านอื่นๆ ในการร่วมพัฒนาเครื่องมือฉบับภาษาไทยนี้ให้เป็นตามบริบทของแต่ละกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษา

#### แบบประเมิน CDC Clear Communication Index (ภาษาไทย)

ชื่อเรื่อง / สื่อความรู้.....

ชื่อผู้ประเมิน .....

วันที่ทำการประเมิน .....

คำแนะนำ: ท่านจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับองค์ประกอบเหล่านี้ให้ชัดเจนก่อนประเมินสื่อ

**1. ใครคือกลุ่มเป้าหมายหลักที่ต้องการให้อ่านสื่อความรู้นี้ ?**

(การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ดีควรกำหนดให้เฉพาะเจาะจง ไม่ควรใช้คำว่า “ประชาชนทั่วไป” แต่ควรระบุให้ชัดเจน เช่น กลุ่มวัยรุ่น ผู้ดูแลผู้ป่วย ผู้นำชุมชน ผู้ปกครองของเด็กวัยเรียน เป็นต้น)

**2. ทราบข้อมูลอะไรบ้างเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพของกลุ่มเป้าหมาย ?**

(วิเคราะห์ถึงท่าทางของพวกเขาที่คุณสามารถสังเกตเห็นได้ รวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับความสามารถในการใช้ตัวเลข คำศัพท์ ความเข้าใจทางสุขภาพของพวกเขา หากคุณไม่ทราบข้อมูลใดๆ เกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายมาก่อนเลย ให้สันนิษฐานว่าเขามีความรู้ด้านสุขภาพจำกัด)

**3. วัตถุประสงค์หลักของการสื่อสาร คืออะไร ?**

(วัตถุประสงค์หลักของการสื่อสาร คือ สิ่งที่คุณต้องการให้ผู้อ่านนึกคิด รู้สึก หรือปฏิบัติตาม หลังจากที่ได้รับข้อมูลผ่านสื่อ เช่น ต้องการเพิ่มอัตราการบริโภคผลไม้ ในสตรีอายุ 18 – 25 ปี)

**4. ข้อความสื่อสารหลัก ที่คุณจะใช้ในสื่อความรู้ คืออะไร ?**

(ข้อความสื่อสารหลัก คือ สิ่งที่ต้องการให้ผู้อ่านจดจำได้ ข้อความสื่อสารหลักที่ดีควรมีจำนวนอยู่ระหว่าง 1 – 3 ประโยคสั้นๆ)

เครื่องมือนี้ประกอบด้วยคำถาม 20 ข้อ แบ่งออกเป็น 4 ตอน

- การประเมินสื่อสิ่งพิมพ์ต้องตอบคำถามครบทั้ง 20 ข้อ
- การประเมินสื่ออื่นๆ เช่น สื่อเว็บไซต์ อินโฟกราฟิก พอดแคส สามารถนำคำถามข้อ 1 – 11 ใน Part A ไปประยุกต์ใช้ได้
- เลือกคำตอบในแต่ละข้อเพียง 1 ตัวเลือก และนำคะแนนมาใช้ในการคำนวณ
- รวมคะแนนหลังจากประเมินครบทุกข้อแล้วและนำผลคะแนนมาเทียบกับเกณฑ์

**Part A : องค์ประกอบหลัก (ข้อ 1 – 11 สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประเมินสื่อชนิดอื่นๆ ได้)**

คำถาม	คะแนน
<p><b>• ข้อความสำคัญและสิ่งที่ชี้ชวนผู้อ่าน</b></p> <p>1. สื่อความรู้มีข้อความสำคัญ (Key Message) เพียง 1 ประเด็นหลัก ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อความสำคัญ หมายถึง สิ่งที่ต้องการให้ผู้อ่านจำได้</li> <li>- การมีเพียงหัวข้อโดดๆ ไม่ถือเป็นข้อความสำคัญ เช่น หัวใจวาย ไข้หวัดนก</li> <li>- ถ้าสื่อประกอบไปด้วยเนื้อหาที่หลากหลาย และ ไม่มีข้อความสำคัญ ตอบ ไม่ (หมายเหตุ : ถ้าคุณตอบ ไม่ ในข้อ 1 กรุณาระบุ 0 คะแนน สำหรับข้อ 2 – 4 และข้ามไปตอบข้อ 5)</li> </ul>	
<p>2. ข้อความสำคัญ จัดวางอยู่ตำแหน่งบนสุด ตอนต้นของเนื้อหา หรือ ด้านหน้าของสื่อความรู้?</p>	
<p>3. ข้อความสำคัญ ถูกเน้นย้ำให้สังเกตได้ง่าย?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ถ้ามีการเน้นย้ำ ข้อความสำคัญ ด้วยแบบอักษร สี รูปร่าง เส้น สัญลักษณ์ต่างๆ ตอบ ใช่</li> </ul>	
<p>4. มีรูปภาพที่สื่อถึง ข้อความสำคัญ อย่างน้อย 1 ภาพ ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อาจเป็นภาพถ่าย ภาพวาด หรือ อินโฟกราฟฟิก</li> <li>- ถ้ามีรูปภาพแต่ไม่มีคำอธิบายภาพ ตอบ ไม่</li> <li>- ถ้าเป็นรูปที่ไม่สัมพันธ์กับสิ่งที่แนะนำตอบ ไม่</li> </ul>	
<p>5. สื่อความรู้มี ข้อความชี้ชวน ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมายหลัก ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ถ้าสื่อ ประกอบด้วย ข้อความชี้ชวนสำหรับกลุ่มเป้าหมายหลัก การกระตุ้นให้หาข้อมูลเพิ่มเติม สนับสนุนให้เกิดการบอกต่อข้อมูลแก่ผู้อื่น ตลอดจนแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเจตคติตอบ ใช่</li> <li>- ถ้าคำชี้ชวน เหมาะสมสำหรับบุคคลกลุ่มอื่น แต่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายหลัก ตอบ ไม่</li> </ul>	ใช่ = 1 ไม่ใช่ = 0
<p><b>• การใช้สำนวนภาษา</b></p> <p>6. ข้อความสำคัญ และ ข้อความชี้ชวน มีการเรียบเรียงตามหลักภาษาไทยที่เข้าใจง่าย ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ถ้าในสื่อดังกล่าว มีข้อความสำคัญหรือข้อความชี้ชวน เพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง ต้องเรียบเรียงส่วนที่มีให้เข้าใจง่าย แต่ถ้าในสื่อดังกล่าว มีทั้ง 2 ส่วน ต้องเรียบเรียงให้เข้าใจง่ายทั้ง 2 ส่วน</li> </ul>	
<p>7. สื่อความรู้ใช้คำ / สำนวนภาษาของกลุ่มเป้าหมาย ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรณีใช้คำศัพท์เฉพาะ หรือ สำนวนภาษาที่กลุ่มเป้าหมายไม่คุ้นเคย แต่มีคำอธิบายเพิ่มเติมครั้งแรกที่ใช้คำดังกล่าว ตอบ ใช่</li> <li>- กรณีใช้อักษรย่อ ควรอธิบายชื่อเต็มในวงเล็บ</li> </ul>	

คำถาม	คะแนน
<p>• การออกแบบ</p>	
<p>8. ใช้จุดนำ (Bullet) หรือ ลำดับตัวเลข ประกอบการให้ข้อมูลในสื่อ ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- กรณีมีจุดนำ ต่อเนื่องมากกว่า 7 ข้อ และไม่ได้ตัดตอนเป็นจุดนำย่อย ตอบ ไม่</li> <li>- กรณีมีจุดนำ หรือ ลำดับตัวเลข เพียงบางส่วนของสื่อความรู้ เช่น แหล่งอ้างอิง ตอบ ไม่</li> </ul>	
<p>9. เรียบเรียงเนื้อหาเป็นกลุ่มข้อความ พร้อมกำหนดหัวข้อ ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หากในแต่ละกลุ่มข้อความ มีสาระสำคัญมากกว่า 1 ประเด็น ตอบ ไม่</li> <li>- หากหัวข้อกับเนื้อหาในกลุ่มข้อความ ไม่สัมพันธ์กัน ตอบ ไม่</li> </ul>	<p>ใช่ = 1 ไม่ใช่ = 0</p>
<p>10. ข้อมูลสำคัญที่จำเป็นสำหรับกลุ่มเป้าหมายหลัก ถูกสรุปอยู่ในย่อหน้าแรก หรือ ส่วนนำของสื่อ ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อมูลสำคัญนี้ จะต้องรวมข้อความสำคัญไว้ด้วย</li> </ul>	
<p>• ข้อมูลที่ใช้มีความน่าเชื่อถือ</p>	
<p>11. ข้อมูลมีแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ เช่น ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือ หน่วยงานราชการ</p>	
<p><b>Part B : คำแนะนำในการปฏิบัติตัว</b></p>	
คำถาม	คะแนน
<p>• ข้อความสำคัญและสิ่งที่ชี้ชวนผู้อ่าน</p>	
<p>12. มีเนื้อหาเกี่ยวกับการปฏิบัติตัวที่สำคัญ สำหรับกลุ่มเป้าหมายหลัก ? (หมายเหตุ : ถ้าคุณตอบ ไม่ ในข้อ 12 กรุณาระบุ 0 คะแนน สำหรับข้อ 13 – 14 และข้ามไปตอบข้อ 15)</p>	
<p>13. อธิบายว่าพฤติกรรมที่แนะนำนั้น สำคัญอย่างไรต่อกลุ่มเป้าหมายหลัก?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- หากให้เหตุผลที่ไม่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายหลัก ตอบ ไม่</li> </ul>	<p>ใช่ = 1 ไม่ใช่ = 0</p>
<p>14. มีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติตัวดังกล่าว?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- บอกถึงขั้นตอนการปฏิบัติทีละขั้นตอน หรือ สรุปง่าย ๆ</li> <li>- ถ้าให้ข้อมูลว่า เมื่อใดควรปฏิบัติและควรปฏิบัติบ่อยแค่ไหน ตอบ ใช่</li> <li>- ถ้ามีข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินอาการ / ช่องทางติดต่อเจ้าหน้าที่สุขภาพเมื่อจำเป็น ตอบ ใช่</li> </ul>	
<p><b>Part C : การใช้ตัวเลข</b></p>	
คำถาม	คะแนน
<p>15. ตัวเลขประกอบข้อมูล อยู่ในรูปแบบที่ผู้อ่านเข้าใจง่าย ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นำเสนอตัวเลขในรูปแบบที่ไม่ซับซ้อน อธิบายข้อมูลเพิ่มเติมหากจำเป็น</li> </ul>	
<p>16. ขยายความเพิ่มเติม เกี่ยวกับตัวเลขที่กล่าวถึง?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อาจใช้การยกตัวอย่างสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวผู้อ่านประกอบ</li> </ul>	<p>ใช่ = 1 ไม่ใช่ = 0</p>
<p>17. กำหนดให้ผู้อ่านไม่ต้องคำนวณตัวเลขเอง?</p>	

## Part D : โอกาสเสี่ยงและอันตราย

คำถาม	คะแนน
18. บอกความเสี่ยงและอันตรายที่อาจเกิดขึ้น หากไม่ปฏิบัติตามที่แนะนำ ? - หากกล่าวถึงอันตรายที่จะเกิดขึ้น และอธิบายว่าสิ่งเหล่านั้นส่งผลกระทบต่ออย่างไร ตอบ ใช่ - หากกล่าวถึงอันตรายที่จะเกิดขึ้น แต่ไม่ได้ขยายความเพิ่มเติมตอบ ไม่	
19. บอกทั้งความเสี่ยงหากไม่ปฏิบัติตาม และสิ่งดีที่จะได้รับหากปฏิบัติตามที่แนะนำ? - หากมีข้อมูลเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง ตอบ ไม่ - หากไม่มีพฤติกรรมที่ต้องการแนะนำ ตอบ NA	ใช่ = 1 ไม่ใช่ = 0 NA
20. ถ้านำเสนอตัวเลขสถิติจะใช้ภาพหรือข้อความง่ายๆช่วยขยายความเพิ่มเติม? - หากใช้ภาพ หรือ ข้อความง่าย ๆ ช่วยในการอธิบายตัวเลขสถิติเพิ่มเติมตอบ ใช่ - หากนำเสนอเพียงตัวเลขสถิติ ไม่มีการอธิบายเพิ่มเติม ตอบ ไม่ - หากไม่มีการนำเสนอตัวเลขสถิติ ตอบ NA	
<b>รวมคะแนน</b>	

## เกณฑ์การแปลผล

- หากได้คะแนนรวม ร้อยละ 90 ของคะแนนเต็มขึ้นไป ยอดเยี่ยมมาก คุณมีสื่อความรู้ที่มีองค์ประกอบส่วนใหญ่ง่ายต่อการเข้าใจและนำไปใช้
  - หากได้คะแนนรวม ร้อยละ 89 ของคะแนนเต็ม หรือต่ำกว่านั้น ค้นหาองค์ประกอบส่วนที่ได้ 0 คะแนน จากนั้นปรับปรุงสื่อในส่วนที่ยังไม่สมบูรณ์และทำการประเมินซ้ำ
- หมายเหตุ : ร้อยละ 90 ของคะแนนเต็มขึ้นไปอธิบายดังนี้
- 18 คะแนน จากคะแนนเต็ม 20
  - 17 คะแนน จากคะแนนเต็ม 19 (กรณีมีคำตอบ NA 1 ข้อ)
  - 16 คะแนน จากคะแนนเต็ม 18 (กรณีมีคำตอบ NA 2 ข้อ)

## สรุป

บุคลากรด้านสุขภาพที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการจัดกระบวนการเรียนรู้แก่ประชาชนกลุ่มต่างๆ นอกจากการสร้างเนื้อหาที่เหมาะสม และการออกแบบจัดวางให้ง่ายต่อการเข้าใจแล้ว สามารถนำเครื่องมือประเมินคุณภาพสื่อความรู้ CDC Clear Communication Index นี้ มาใช้ประเมินสื่อเพื่อค้นหาจุดที่ควรปรับปรุง และพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อให้ได้สื่อความรู้ด้านสุขภาพที่มีความชัดเจนตรงประเด็น ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสุศึกษาที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ประชาชนเกิดความรู้สุขภาพ นำไปสู่ผลลัพธ์ด้านสุขภาพที่ดีต่อไป

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ ผศ.ดร.มลินี สมภพเจริญ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ดร.โสภิตา สุวฒโท และ รศ.นพ.จตุรงค์ พร-

รัตนมณีวงศ์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล

## เอกสารอ้างอิง

1. Centers for Disease Control and Prevention (CDC). CDC Clear Communication Index A Tool for Developing and Assessing CDC Public Communication Products User Guide. Atlanta, GA: Centers for Disease Control and Prevention Office of the Associate Director for Communication; 2019.
2. Doak C, Doak L, and Root J. [Internet]. Suitability Assessment of Materials (SAM). 2008 [cited 21 March 2020]. Available from: <http://aspiruslibrary.org/literacy/sam.pdf>
3. Agency for Healthcare Research and Quality (AHRQ). [Internet]. The Patient Education Materials Assessment Tool (PEMAT) and User's Guide. 2014 [cited 10 November 2020]. Available from: [https://www.ahrq.gov/sites/default/files/publications2/files/pemat\\_guide\\_0.pdf](https://www.ahrq.gov/sites/default/files/publications2/files/pemat_guide_0.pdf)
4. CDC. [Internet]. CDC Clear Communication Index Score Sheet. 2014 [cited 16 December 2019]. Available from: <https://www.cdc.gov/ccindex/pdf/full-index-score-sheet.pdf>
5. สำนักงานโครงการขับเคลื่อนกรมอนามัย 4.0 เพื่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของประชาชน กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข . HLO Fact Sheet [อินเทอร์เน็ต]. 2017. [เข้าถึงเมื่อ 10 กันยายน 2561]. เข้าถึงได้จาก: [http://dohhl.anamai.moph.go.th/download/2561/HLO\\_fact%20sheet\\_oct2017.pdf](http://dohhl.anamai.moph.go.th/download/2561/HLO_fact%20sheet_oct2017.pdf)
6. Harvard T.H. Chan School of Public Health [Internet]. Boston: Health Literacy Studies; Assessing Materials; [cited 2020 July 10]. Available from: <https://www.hsph.harvard.edu/healthliteracy/assessing-and-developing-materials/>
7. Lauren McCormack. Best Practices in Risk Communication and Communicating Uncertainty: Applications to FDA-Regulated Products. FDA Risk Communication Advisory Committee.[Internet].2016[cited 2020 July 20];15.Available from : <https://www.fda.gov/media/96182/download>
8. Abrams M, Kurtz-Rossi S, Riffenburgh A, Savage B. Health Literacy Guidebook | UnityPoint Health [Internet]. Healthliterateorganization.org. 2014 [cited 8 July 2019]. Available from: <http://www.HealthLiteratureOrganization.org>
9. Centers for Disease Control and Prevention (CDC)[Internet].USA: The CDC Clear Communication Index; [updated 2020 August 6; cited 2020 November 3].Available from: <https://www.cdc.gov/ccindex/index.html>
10. Cynthia Baur, Christine Prue. The CDC Clear Communication Index Is a New Evidence-Based Tool to Prepare and Review Health Information. Health Promotion Practice 2014; 15(5): 629-37.