



บริบทการสื่อสารในปัจจุบันของไทย

“ศูนย์ข้อมูลข่าวสารร่วม (Joint Information Center : JIC)”

นางทัศนีย์ ผลชานิก
รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

การบริหารจัดการในภาวะวิกฤติ (Crisis Management)



การบริหารภาวะวิกฤติ (Crisis Management)

คือ การจัดการโดยวิธีการต่างๆ เพื่อคลี่คลายเหตุการณ์รุนแรงที่เกิดขึ้น ให้เข้าสู่ภาวะปกติโดยเร็วที่สุด รวมถึงการปฏิบัติการให้ความช่วยเหลืออพยพผู้ประสบภัย บรรเทาภัยและการฟื้นฟูอื่นๆ

การบริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤติ

(Crisis Communication Management)

คือ การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารและการดำเนินการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการในภาวะวิกฤติ แต่เป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อชื่อเสียงภาพลักษณ์ และความน่าเชื่อถือศรัทธาขององค์กร

การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ

(Public Relations in times of Crisis)



ดำเนินการใน 3 มิติ

1. การติดต่อสื่อสาร (Communication)
2. การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร (Information Management)
3. การประชาสัมพันธ์กับสาธารณชน (Public Relations)

☞ **กุญแจสำคัญในการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ คือ**
“เตรียมพร้อมก่อนเกิดเหตุวิกฤติ”

การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ

(Public Relations in times of Crisis)



การเตรียมการก่อนเกิดภาวะวิกฤติ

- คาดคะเนวิกฤติการณ์ที่อาจเกิดขึ้น
- แต่งตั้งเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน / จัดเก็บข้อมูลรายละเอียด
- จัดทำแผนติดต่อสื่อสาร / กลยุทธ์ / คู่มือปฏิบัติงาน
- ฝึกซ้อมปฏิบัติตามแผน / ฝึกอบรมการทำงานกับสื่อมวลชน
- เตรียมข้อมูลสื่อมวลชนแต่ละประเภท
- กำหนดสถานที่ในการจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ

(Public Relations in times of Crisis)



การปฏิบัติงานเมื่อเกิดภาวะวิกฤติ

1. แจ้งผู้เกี่ยวข้องเมื่อได้รับแจ้งเหตุ
2. เข้าไปในสถานที่เกิดเหตุเพื่อรวบรวมข้อมูลและประสานงาน
3. จัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ / ศูนย์แถลงข่าว / ศูนย์สื่อมวลชน
4. ประชุมชี้แจงสรุปสถานการณ์
5. มอบหมายหน้าที่และจัดชุดปฏิบัติงาน / จัดเครื่องมืออุปกรณ์จำเป็น
6. กำหนดกลุ่มเป้าหมายและความต้องการด้านข่าวสาร

การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ

(Public Relations in times of Crisis)



การปฏิบัติงานเมื่อเกิดภาวะวิกฤติ

7. กำหนดเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่จะเผยแพร่
8. กำหนดกลยุทธ์และสื่อที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์
9. แต่งตั้งโฆษกเหตุการณ์
10. ควบคุมแหล่งข่าว (Speak with one voice)
11. อำนวยความสะดวกแก่สื่อมวลชน
12. ติดตามประเมินกระแสสื่อสารมวลชนและสาธารณมติ
13. บันทึกสถานการณ์และการปฏิบัติงาน

การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ

(Public Relations in times of Crisis)



การปฏิบัติงานหลังเกิดภาวะวิกฤติ

1. จัดทำคำแถลงสรุปเหตุการณ์
2. ให้ข้อมูลภาพรวมของความเสียหาย การช่วยเหลือที่ดำเนินการไปแล้วและที่จะดำเนินการต่อไป
3. แจ้งกำหนดการปิดศูนย์ข้อมูลข่าวสารร่วม (JIC : Joint Information Center) / แจ้งสถานที่ติดต่อหลังจากปิดศูนย์
4. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงาน / ประเมินประสิทธิภาพของแผน เพื่อป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดซ้ำ
5. ติดตามประเด็นข้อมูลข่าวสารหลังเกิดเหตุวิกฤติ เพื่อรายงานสาธารณชนอย่างต่อเนื่อง

การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ

(Public Relations in times of Crisis)



การบริหารงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์

- บริหารประเด็น (Issue Management)
- ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร (Information Operation)
- บริหารความเสี่ยง (Risk Management)
- ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive PR)

การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤติ

(Public Relations in times of Crisis)



- **ปฏิบัติการประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive PR)**
 - ให้ข่าวสารในลักษณะ “องค์กรต้องรับผิดชอบ” (take action)
 - สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร (Image Reform)
 - ให้ข้อมูลในลักษณะ 4C (Clear, Complete, Concise, Correct)
 - เตรียมบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ (KUSAB)
 - พูดเป็นเสียงเดียวกัน (Speak with One Voice)
 - พูดเพื่อสร้างความรู้สึกละแวกทัศนคติที่ดีต่อองค์กร (Tell it all, tell it fast, tell the truth)

มาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์

มาตรฐานดูแล

สื่อออนไลน์

มาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์ กปส.

สื่อออนไลน์เปิดโอกาสให้ทุกคน
เป็นผู้รับ – และส่งข่าวได้อย่างเสรี
จึงควรมีแนวทางที่ชัดเจน
เพื่อให้สามารถสื่อสารได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ สร้างสรรค์
ทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤติ

มาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์ กปส.

หลักการนำเสนอข้อมูลทางสื่อออนไลน์

- 1) ยึดถือความถูกต้องของข้อมูล (Accuracy)
- 2) คำนึงถึงผลกระทบทางลบที่อาจจะเกิดขึ้น (Impact)
- 3) ความรับผิดชอบต่อนิวหาที่นำเสนอ (Responsibility)
- 4) ยึดถือประโยชน์ของสาธารณะ (Public Interest)



การสื่อสารในภาวะวิกฤติ


“รวดเร็ว ถูกต้อง สร้างสรรค์ และเกิดประโยชน์สูงสุด”

72 ชั่วโมงลำดับเหตุการณ์
13 ชีวิตติดถ้ำหลวง

ปฏิบัติการช่วยชีวิต
“เด็กติดถ้ำ”

มาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์ กปศ.

ด่วน! กราดยังศูนย์เด็กเล็ก

 THE BANGKOK
INSIGHT

มาตรฐานดูแล

สื่อออนไลน์

มาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์กพร.



มีมาตรฐาน



รายงานเท่าทัน



สร้างสรรค์สังคม



ถาม – ตอบ



ทัศนีย์ พลชานิโก

รองอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์

ขอบคุณค่ะ