

หลังมรสุมขนาดใหญ่จากหลายจังหวัดกระแทกเข้ามายังเมืองหลวง สิ่งตามมา ก็คือผลกระทบหลายรูปแบบ ที่เกิดขึ้นกับองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรขนาดเล็ก-ใหญ่ จนถึงผู้ประกอบการรายย่อย รวมทั้งความเสียหายที่เกิดขึ้นกับระบบสาธารณูปโภคต่างๆ ที่มีมูลค่าสูงนับแสนล้าน และยังไม่มีวามารเสียโอกาสทางธุรกิจที่ไม่อาจประเมินมูลค่าได้

**พจน์ ใจชาญสุขกิจ** นักสื่อสารกลยุทธ์แบบบูรณาการ และนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย กล่าวว่า มหาอุทกภัยที่เกิดขึ้น กว่าที่รัฐบาลจะหาแนวทางในการรับมือกับสถานการณ์วิกฤติน้ำที่ผ่านมาก็ต้องใช้เวลากับการเรียนรู้ ด้วยบทเรียนที่ใหญ่หลวง แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยยังไม่มีแผนการจัดการและการสื่อสารในภาวะวิกฤติอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการรับมือกับภัยธรรมชาติที่มีที่ท่าว่าจะต้องเกิดขึ้นอีก จึงเป็นบทเรียนที่แลกด้วยความสูญเสียมหาศาล

ประเด็นที่น่าสนใจก็คือประชาชนให้ความสนใจ การรายงานข้อมูลข่าวสารทาง Social Media และ สื่อสารมวลชน มากกว่าการติดตามข้อมูลของภาครัฐ ที่ไม่สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้เลย ทั้งด้านการเตือนภัย การให้ข้อมูลเพื่อการเตรียมตัวอยู่อาศัยจากภัยน้ำท่วม ตลอดจนความช่วยเหลือที่เป็นไปอย่างล่าช้า สืบต้นตอข้อมูลขาดความน่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่เป็นการรายงานสรุปที่สื่ออื่นๆ ได้รายงานไปแล้ว

กระทั่งมีผู้ใช้โซเชียลมีเดียทางโซเชียล เน็ตเวิร์ค มากมาย ในทำนองว่า **"รัฐบาลไปรอดอยู่ในความสงบ ประชาชนจะดูแลช่วยเหลือตัวเอง"**



พจน์ ใจชาญสุขกิจ

# ยกเครื่องการสื่อสารภาครัฐ กู้วิกฤติศรัทธา..ฝ่าอุทกภัย



นั่นคือเสียงสะท้อนปัญหาด้านการจัดการและการสื่อสารของภาครัฐที่เห็นได้ชัดเจน

## ยกเครื่องระบบการสื่อสารของรัฐ...ทันสมัยแต่ไร้คุณภาพ

หากจำแนกการสื่อสารในระดับนานาชาติ หรือการสื่อสารในระดับประเทศนั้นมี 3 ระดับ ได้แก่ การสื่อสารแบบก้าวตามโลก แบบก้าวทันโลกและแบบการเป็นผู้นำโลก ซึ่งการสื่อสารในภาวะวิกฤติของประเทศ และ "รัฐบาลไทย"...อยู่ที่การตามโลก และการก้าวทันโลกในเชิงการใช้เครื่องมือสื่อสาร แต่ไม่สามารถจัดการกับเนื้อหาในการสื่อสารที่มีคุณภาพได้

น่าสนใจว่าสื่อของเอกชนกลับได้รับความสนใจและติดตามมากกว่าสื่อของรัฐ ทั้งๆ ที่ภาครัฐน่าจะมีข้อมูลมากกว่า ภาครัฐจึงต้องทบทวนว่าเพราะอะไร และปรับทิศทางการบริหารการสื่อสารของประเทศในทิศทางที่เหมาะสม

## บทเรียนที่ต้องทบทวน...กระบวนการสื่อสารครั้งใหญ่

ถึงตอนนี้ คงไม่ต้องมากโทษกันไปมาว่า "ใครผิดใครถูก" แต่การถอดรหัสบทเรียนจากความจริงอีกข้อหนึ่ง ที่ต้องยอมรับและหาวิธีแก้กันอย่างจริงจังว่าประเทศไทยมีปัญหาเรื่องการสื่อสารมาก ในยามปกติก็แย่อยู่แล้ว ยิ่งภาวะวิกฤติ ยิ่งเอาตัวเองไม่รอด

เรื่องการวางระบบการสื่อสารต้องใช้ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญ มาออกแบบโครงสร้างการสื่อสาร การกำหนดกระบวนการสื่อสารใหม่ทั้งหมด นับตั้งแต่การแจ้งเตือนภัย การประเมินสถานการณ์ การให้ข้อมูล การรายงานข้อมูล การประสานงาน ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสื่อสาร ซึ่งไม่สามารถนำมาใช้การได้

ประชาชนต้องอาศัยการติดตามข้อมูลจากสื่อสารมวลชน ซึ่งส่วนใหญ่คือภาคเอกชน

ทั้งสิ้น ผ่านการรายงานได้อย่างรวดเร็ว มีนักวิชาการที่น่าเชื่อถือ รู้จริงมาให้ข้อมูล ไม่เว้นแม้แต่การเข้าไปช่วยเหลือผู้ประสบภัย ที่ทำได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึงพื้นที่

จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่ประชาชนได้เท่าใจบริจาค และให้ความร่วมมือกับภาคเอกชน และองค์กรสื่อมากกว่าภาครัฐ จึงเป็นสิ่งที่น่าวิเคราะห์ว่าเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น โดยใช้กระบวนการสื่อสารมาเป็นเกณฑ์วิเคราะห์

**คนส่งสาร** ผู้ทำหน้าที่ขาดความน่าเชื่อถือ ข้อมูลที่ผิดพลาดและไม่แก้ไข ทำให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่น ในขณะที่ทีมให้ข้อมูลมีมากโดยเฉพาะในระยะแรก ซึ่งมีมากเกินไปจนความจำเป็นเกิดภาวะแย่งกันพูด แย่งกันแถลงข่าว ไม่มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน หรือการวางตัว Spokesperson บทบาทของผู้ให้ข้อมูลข่าวสารมีความจำเป็นต้องพิจารณาอย่างลึกซึ้ง ไม่ใช่เป็นไปอย่างธรรมชาติ พูดเก่งไม่พอ ต้องพูดรู้เรื่องสำคัญที่สุด ผู้ฟังเขาต้องศรัทธาเชื่อถือด้วย

การเลือกผู้ส่งสารต้องสอดคล้องกับสถานการณ์แต่ละแบบต้องใช้คนแบบไหน รอบรู้เรื่องอะไร ต้องการความน่าเชื่อถือในระดับใด

**การบริหารเนื้อหาและข้อมูล** ต้องมีการวางระบบของการจัดการในเชิงคุณภาพ มีการวิเคราะห์สถานการณ์ ถูกต้องแม่นยำ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งไม่ใช่แค่การอ่านเนื้อหา แต่ต้องวิเคราะห์ได้ ลงรายละเอียดได้ในทุกข้อมูล เนื้อหาสำคัญที่สุดในการวิกฤติ คือ คนยกยู่ ทำที่ที่ชัดเจน ว่าต้องทำอะไร (How to) รัฐจะช่วยเหลืออะไรบ้าง ต้องบอกในทันที และต้องชัดเจนว่าเป็นประโยชน์ ท่ามกลางวิกฤติที่เกิดขึ้น

**ช่องทางในการสื่อสาร** การวิเคราะห์ช่องทางที่เหมาะสม ในแต่ละสื่อ มีข้อดีข้อด้อยที่แตกต่างกัน เราอาจเห็น "สื่อใหม่" เกิดขึ้นมากมาย ขณะที่รัฐมีสื่อมากมายแต่ยังไม่ใช้แบบไม่คุ้มค่า สื่อที่ลงทุนไม่มากแต่กลับมีคุณภาพและได้รับความสนใจ ระดมความรู้ ความคิด ความสำเร็จมีอ้อมมากมาย เรื่องเหล่านี้ รัฐต้องเรียนรู้ ศึกษา และนำมาใช้แบบจริงจัง โดยเฉพาะ new media ที่ให้ความรู้ เนื้อหาสาระที่ให้ประโยชน์

**ผู้รับสาร** เป็นปัจจัยที่สำคัญมาก ความจำเป็นในการวิเคราะห์ว่าผู้รับสาร การให้ข้อมูลกับแต่ละกลุ่มภาคประชาชน นักลงทุน ผู้ประกอบการ ผู้ระงับภัย ผู้ประสบภัย แต่ละกลุ่มต้องการข้อมูลที่แตกต่างกัน จึงต้องศึกษาว่าเขายากทราบอะไรเรื่องด่วน และเข้าใจข้อมูลหรือสื่อสารหรือไม่

**นั่นคือบทพิสูจน์ว่ารัฐบาลจะต้องเร่งปรับปรุงวิธีการสื่อสาร กระบวนการสื่อสารใหม่ทั้งหมด มิฉะนั้นปัญหาเรื่องวิกฤติศรัทธาที่มีต่อรัฐบาล อาจลุกลามเป็นวิกฤติศรัทธาของประเทศด้วย**