

การสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง
หลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา
The Crisis Communication of Digital Television Channels with
Administrative Penalties after Releasing News Reports of the Gunman
Taking Hostages in Nakhon Ratchasima Province

Received: April 2, 2021 / Received in revised form: May 27, 2021 / Accepted: June 6, 2021

สลิสสา ทีฆกุล Salisa Theekakul

ธีรดา จงกลรัตนภรณ์ Teerada Chongkolrattanaporn

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Chulalongkorn University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านช่องทางสื่อสารทางออนไลน์ และเพื่อศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง จาก กสทช. หลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจ หรือผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต ของสถานีโทรทัศน์ช่องวัน ไทยรัฐทีวี และอมรินทร์ทีวี พร้อมด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต และการบริหารจัดการองค์กรสื่อมวลชน รวม 7 ท่าน ผลการวิจัยจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ในช่องทางออนไลน์ของทั้ง 3 สถานีฯ พบว่า มีเพียงสถานีฯ เดียวที่ออกมาทำการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านทางออนไลน์ ด้วยกลยุทธ์การขอภัย (Excuse) ทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ โดยหลังจากที่ได้สัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบทั้ง 3 สถานีฯ พบว่ามีอีกหนึ่งสถานีฯ ที่ทำการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านหน้าจอของสถานีฯ และยังพบว่ากลยุทธ์การบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตของทั้ง 3 สถานีฯ ดำเนินงานคล้ายกัน โดยไม่ได้มองว่าการได้รับคำสั่งปรับทางปกครองเป็นภาวะวิกฤตของสถานีฯ ทั้งนี้การบริหารจัดการภาวะวิกฤตจะดำเนินการโดยฝ่ายข่าว อย่างไม่มีแผนงานและคู่มือ ซึ่งเมื่อรับรู้ถึงกระแสวิพากษ์วิจารณ์จากสังคม และกสทช. ก็ได้ปรับลดโทนการรายงานข่าว ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญมองว่าการบริหารจัดการภาวะวิกฤตควรต้องดำเนินการโดยฝ่ายสื่อสารองค์กร เพราะมีความชำนาญในด้านการจัดการภาวะวิกฤต

คำสำคัญ: การสื่อสารในภาวะวิกฤต, กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤต, สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล

สลิสสา ทีฆกุล (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2563; Email: salisatheekakul@gmail.com) และธีรดา จงกลรัตนภรณ์ (นศ.ด. สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2555) ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งจากวิทยานิพนธ์เรื่อง “การสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง หลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา” ของ สลิสสา ทีฆกุล ซึ่ง ผศ. ดร.ธีรดา จงกลรัตนภรณ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ได้รับผลการประเมินผลการสอบวิทยานิพนธ์ในระดับดีมาก ประจำปีการศึกษา 2563

Abstract

This research is qualitative research aiming to study the crisis communication via online communication and to study the crisis communication management of digital television channels with administrative penalties after releasing news reports of the gunman taking hostages in Nakhon Ratchasima Province. Documentary research was conducted to collect online messages created by three channels including ONE 31, Thairath TV Channel 32 and Amarin TV HD Channel 34 after the declaration of punishment. Another method was in-depth interview of 7 people including channel executive members, communication responsible persons and crisis management experts. It was found in the research that there was only one digital TV station, that apologized (excuse strategy) via Facebook fan page for the crisis communication management. Besides, the in-depth interview revealed that another one digital TV station conducted crisis communication via their own TV channel. All three digital TV stations held similar perspectives believing that receiving the fine from the NBTC was not an organization crisis. Thus, they managed this with news team who handle the crisis with no implementing plans or crisis management manual. Once they perceive the crisis from the public criticism including receiving advice from the NBTC, the digital television channels have adjusted the format of the news department by reducing the tone of news reporting while the experts believe that crisis management should be carried out by corporate communications team because they will have expertise in image communication and crisis management.

Keywords: Crisis Communication, The Crisis

Communication Management Strategies,
Digital Television Channels

บทนำ

วิกฤตเป็นเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อในแง่ลบต่อองค์กร ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงสาธารณชน โดยภาวะวิกฤตนั้นสามารถเกิดขึ้นได้กับองค์กรทุกขนาด ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดใหญ่ หรือองค์กรขนาดเล็ก ซึ่งหากองค์กรใดเกิดภาวะวิกฤตขึ้น ก็อาจทำให้มีความเสียหายต่อชื่อเสียง ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจของสาธารณชนที่มีต่อองค์กร เมื่อเกิดความเสียหายแล้ว ก็ไม่อาจกู้คืนกลับมาได้อย่างง่าย (สมิทธิ์ บุญชุดิมา และ ชนาภา หนูนา, 2560)

สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลก็เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีโอกาสเกิดภาวะวิกฤตขึ้นได้ เนื่องจากวิชาชีพนิเทศศาสตร์เป็นวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชนเป็นวงกว้าง และมีความสำคัญต่อสังคม ในแง่ของการเป็นผู้จัดบันทึก การเก็บรักษา และเป็นผู้รายงานข่าวสารทุกประเภทต่อสังคม (พิชญพร ประครองใจ, 2558)

ภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลมักจะเกิดขึ้นเมื่อใดก็ตามที่สังคมเริ่มตั้งคำถามว่าสื่อมวลชนได้ปฏิบัติหน้าที่ด้วยการยึดถือในจรรยาบรรณของนักสื่อสารมวลชนหรือไม่ จนทำให้เกิดเป็นประเด็นในสังคม และเกิดเป็นภาวะวิกฤตต่อสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลขึ้นบ่อยครั้ง อย่างกรณีการรายงานข่าวการช่วยเหลือ 13 ชีวิต สมาชิกทีมฟุตบอลหมูป่าอะคาเดมี ที่ติดอยู่ในถ้ำหลวง อำเภอสาย จังหวัดเชียงราย ในปีพ.ศ.2561 ก็ทำให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์จากสังคมต่อการรายงานข่าวของสถานีโทรทัศน์พีพีทีวี เอชดี ช่อง 36 และสถานีโทรทัศน์เวิร์คพอยท์ ช่อง 23 ว่าเป็นการกระทำที่ล้ำเส้นจนเกินไปหรือไม่ (ผู้จัดการออนไลน์, 2561) บ้างก็บอกว่าเป็นการรายงานข่าวที่ไม่คำนึงถึงจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว หวังขายข่าวเรียกกระแสเรตติ้ง จนลืมนึกถึงประเด็นการละเมิดสิทธิของเด็กและเยาวชน (ผู้จัดการออนไลน์, 2561)

อีกหนึ่งกรณีที่ทำให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์จากประชาชนต่อสื่อมวลชนเกี่ยวกับการรายงานข่าว และเกิดการร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่กำกับดูแลสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล อย่างสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ซึ่งภายหลังได้มีคำสั่งปรับทางปกครอง จนทำให้เกิดเป็นภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล คือกรณีที่เกิดจากรายงานข่าวเหตุการณ์คนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ ต่อเนื่องถึงวันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2563 โดยสังคมได้วิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นการรายงานข่าวที่เกินกว่าเหตุ เป็นการขัดขวางการทำงานของเจ้าหน้าที่ และยังทำให้กระทบจิตใจต่อญาติของผู้ที่ติดอยู่ในเหตุการณ์ รวมถึงญาติของผู้เสียชีวิต จนสังคมเกิดการตั้งคำถามเกี่ยวกับจรรยาบรรณและจริยธรรมในวิชาชีพของสื่อมวลชน

ในสื่อสังคมออนไลน์ได้เกิดการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ มากมายต่อการรายงานข่าวดังกล่าว โดยแฮชแท็กที่มีปฏิสัมพันธ์มากที่สุดคือ #กราดยิงโคราช และอันดับรองลงมาคือ #สื่อไร้จรรยาบรรณ #สื่อเสื่อม #จรรยาบรรณสื่อ และ #แบนช่อง... (สาวิตรี รินวงษ์, 2563) ซึ่งสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่เกิดการกล่าวถึงมากที่สุดคือ สถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 และสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ทีวี ช่อง 34 ว่าเป็นสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอข้อมูลที่มากเกินไปจนความจำเป็น และยังนำเสนอข่าวด้วยการไลฟ์สด จนทำให้เจ้าหน้าที่ตำรวจทำงานยากมากขึ้น และยังเป็นประโยชน์ต่อคนร้ายที่ทำให้ทราบถึงแผนการทำงานของเจ้าหน้าที่จากการรายงานของสื่อ จนเกิดแฮชแท็ก #แบนช่องone31 #แบนช่องไทยรัฐ และ #แบนช่องอมรินทร์ และยังมีประชาชนเข้าไปสร้างแคมเปญรณรงค์บนเว็บไซต์ Change เพื่อเปิดโหวตหาผู้ร่วมสนับสนุน เพื่อร่วมร้องเรียนถึงการรายงานข่าวเหตุการณ์ดังกล่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 3 สถานีฯ ไปยังสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และผู้มีอำนาจตัดสินใจอื่นอีก 7 คน โดยแคมเปญนี้สำเร็จตามเป้าหมาย มีผู้สนับสนุนจำนวน 29,921คน จึงถือเป็นกรณี

สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 3 สถานีฯ เริ่มได้รับกระแสเชิงลบจากสังคมและประชาชน ("สื่อไลฟ์สดกระทบเจ้าหน้าที่และญาติผู้เสียหาย ต้องรับผิดชอบการเสนอข่าวกราดยิงที่โคราช", 2563)

ซึ่งหลังจากที่เกิดกระแสในแง่ลบต่อการรายงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลในสื่อสังคมออนไลน์ และในสังคมเป็นวงกว้าง รวมไปถึงประชาชนได้ส่งเรื่องร้องเรียนไปยังสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ต่อมาเมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2563 พล.ท. ดร. พิระพงษ์ มาณกิจ กรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ได้ออกมาเปิดเผยมติที่ประชุมเกี่ยวกับพิจารณาข้อร้องเรียนดังกล่าว โดยมีเนื้อความว่า ที่ประชุม กสทช. ได้พิจารณาข้อร้องเรียนเกี่ยวกับการออกอากาศเหตุการณ์ที่ จ.นครราชสีมา ในรายการข่าวทางช่องรายการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล จำนวน 3 ช่อง ที่อาจมีเนื้อหาไม่เหมาะสม ได้แก่ ช่อง One (ช่อง 31) ช่องไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) และช่องอมรินทร์ทีวี เอชดี (ช่อง 34) โดยที่ประชุม กสทช. มีมติเห็นชอบตามมติที่ประชุมคณะกรรมการกลั่นกรองงานของ กสทช. ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ที่เห็นชอบให้มีคำสั่งปรับทางปกครองแก่บริษัท วัน สามสิบเอ็ด จำกัด ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ช่อง One (ช่อง 31) เป็นเงิน 250,000 บาท บริษัท ทริบเบิล วี บรอดคาสท์ จำกัด ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ช่องไทยรัฐทีวี (ช่อง 32) เป็นเงิน 500,000 บาท และบริษัท อมรินทร์ เทเลวิชั่น จำกัด ผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ช่องอมรินทร์ ทีวี เอชดี (ช่อง 34) เป็นเงิน 500,000 บาท โดยอาศัยอำนาจตามมาตรา 59 (3) ประกอบมาตรา 57 (2) แห่ง พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 เนื่องจากการออกอากาศเนื้อหาเกะติดสถานการณ์ และถ่ายทอดสดเหตุการณ์ที่ จ.นครราชสีมา เข้าข่ายเป็นเนื้อหาสาระที่มีผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีผลกระทบต่อทำให้เกิดความเสื่อมทรม

ทางจิตใจอย่างร้ายแรง อันเป็นการต้องห้ามตามมาตรา 37 แห่ง พ.ร.บ. ฉบับเดียวกัน (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2563) จึงถือได้ว่าได้เป็นการเกิดภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 3 สถานีฯ

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลสามารถเกิดภาวะวิกฤตต่อองค์กรได้อยู่เสมอ โดยเฉพาะเมื่อรายงานข่าวที่มีผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้ชม ซึ่งเมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้นแล้ว สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลก็ควรจะดำเนินการสื่อสารในภาวะวิกฤตไปยังผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว เพื่อเรียกความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่น รวมถึงภาพลักษณ์กลับสู่สถานีฯ ด้วยเหตุนี้งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาว่า แนวทางการสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล และกลยุทธ์การบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต หลังเกิดภาวะวิกฤตจากการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา ของสถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 และสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ ทีวี เอชดี ช่อง 34 ว่ามีการจัดการภาวะวิกฤตอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางป้องกัน และเป็นแนวทางในการบริหารจัดการกับภาวะวิกฤตที่อาจเกิดกับสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง จาก กสทช. หลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมาผ่านช่องทางสื่อสารทางออนไลน์
- 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง จาก กสทช. หลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1) แนวคิดเกี่ยวกับภาวะวิกฤต

Coombs (2012) กล่าวว่า วิกฤต คือ การรับรู้ต่อเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดเดาได้ โดยมีความคาดหวัง และ

การรับรู้ของผู้มีส่วนได้เสีย และยังสามารถเกิดผลด้านลบอย่างร้ายแรงต่อองค์กรได้

โดย Newsom (1992) ได้อธิบายถึงกระบวนการเกิดภาวะวิกฤต ว่าจะดำเนินตามลำดับขั้นตอน จากการเกิดประเด็นปัญหา (Issues) ซึ่งหมายถึงประเด็นระหว่างองค์กรและกลุ่มสาธารณชนที่เกี่ยวข้องกับองค์กร แล้วหากองค์กรไม่บริหารจัดการต่อประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น จึงเกิดเป็นประชามติ (Public Opinion) อาจกลายเป็นประชามติของกลุ่มคนที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ซึ่งหากองค์กรไม่จัดการประเด็นปัญหาและประชามติ สุดท้ายแล้วจะกลายเป็นภาวะวิกฤต (Crisis) ที่เกิดผลกระทบอย่างรุนแรงต่อองค์กรและไม่สามารถควบคุมได้

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับภาวะวิกฤตมาใช้เป็นกรอบในการศึกษา เพื่อนำไปวิเคราะห์ถึงการบริหารจัดการภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง ซึ่งการได้รับคำสั่งปรับทางปกครองเข้าข่ายการเป็นภาวะวิกฤตขององค์กร ว่าควรจะแก้ปัญหาและทำการสื่อสารในภาวะวิกฤตอย่างไร

2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในภาวะวิกฤต

การสื่อสารในภาวะวิกฤต เป็นการสื่อสารระหว่างองค์กรและสาธารณชน เพื่อยับยั้ง แก้ไขสถานการณ์ที่เป็นแง่ลบต่อองค์กร โดย Bland (1998) กล่าวว่า การสื่อสารในภาวะวิกฤต คือการสื่อสารขององค์กรที่กำลังเกิดภาวะวิกฤต และช่วงหลังภาวะวิกฤต เพื่อสร้างความเชื่อมั่นขององค์กรให้กลับมาคงเดิม โดยการสื่อสารไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ที่อาจสื่อสารผ่านพนักงานขององค์กร ลูกค้า ผู้ถือหุ้น หรือประชาชนทั่วไป ตามแนวคิดของ Coombs (2012) ได้กำหนดขั้นตอนของภาวะวิกฤต แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะก่อนวิกฤต ระยะเหตุการณ์วิกฤต และระยะหลังวิกฤต ซึ่งเมื่อองค์กรต้องเผชิญกับภาวะวิกฤต จึงจำเป็นต้องกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตเพื่อเป็นแนวทางในการตอบกลับภาวะวิกฤต ด้วยการเลือกใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมของสถานการณ์นั้น ๆ โดย Benoit (1995) ได้เสนอกลยุทธ์สื่อสารในภาวะวิกฤต แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มปฏิเสธ (Denial Posture) กลุ่มลดความสำคัญ

(Diminishment Posture) กลุ่มบูรณะ (Rebuilding Posture) และกลุ่มเสริม (Bolstering Posture)

ในงานวิจัยชิ้นนี้ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารในภาวะวิกฤต เป็นแนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญในการวิเคราะห์และเป็นแนวทางให้ทราบว่าในแต่ละขั้นตอนของภาวะวิกฤตนั้นสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลควรทำการสื่อสารในภาวะวิกฤตตามในแต่ละระยะอย่างไร รวมไปถึงการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านสื่อออนไลน์ว่าควรดำเนินการอย่างไร ด้วยการเลือกใช้กลยุทธ์ และกลวิธีอย่างไร

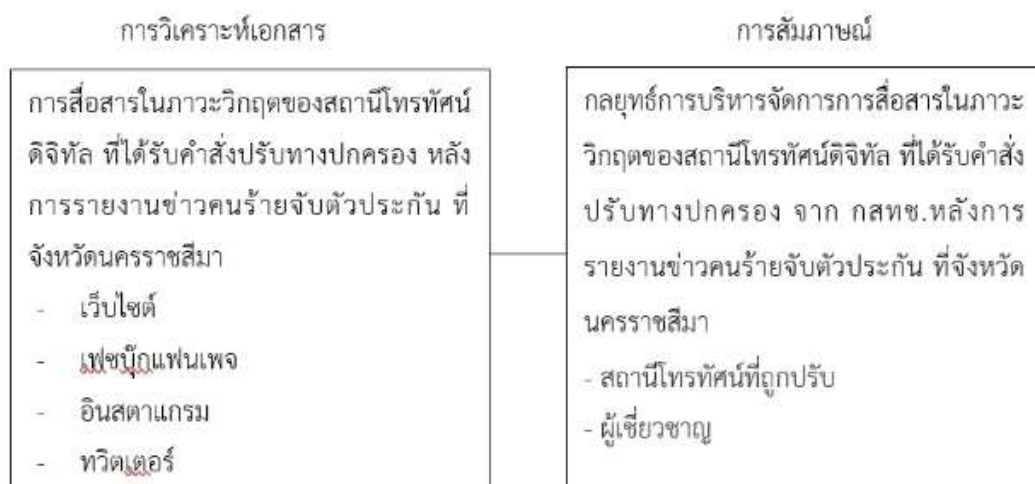
3) แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชน

สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ (2559) ได้ให้ความหมายของจริยธรรมสื่อมวลชน ว่าเป็นความถูกต้องดีงามที่ผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนควรยึดถือปฏิบัติ ที่ควรแสดงออกมาทางพฤติกรรมในการนำเสนอข้อมูลที่สะท้อนความรับผิดชอบของตนเอง ในฐานะที่สื่อมวลชนเป็นผู้แพร่กระจายข่าวสารทุกประเภทออกไปยังสังคม จริยธรรมจึงเป็นหลักสำคัญอย่างยิ่ง สำหรับสังคมเสรี และสื่อมวลชนที่มีเสรีภาพ ซึ่งจริยธรรมที่มีความสำคัญในการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน

ประกอบไปด้วย ความรับผิดชอบของสื่อมวลชน สิทธิและเสรีภาพของสื่อมวลชน การทำให้สังคมमान dignified การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ล้วนเป็นความจริง มีความยุติธรรม และมีหลักมนุษยธรรม โดยจริยธรรมเน้นที่จิตสำนึกในการประพฤติปฏิบัติในทางที่ถูกต้องและสมควร ส่วนจรรยาบรรณนั้นจะเน้นไปที่หลักปฏิบัติ ซึ่งกำหนดไว้เป็นข้อบังคับหรือข้อเตือนใจของบุคคลที่ประกอบอาชีพที่เป็นวิชาชีพ อีกหนึ่งสิ่งที่มีความสำคัญมากคือ หลักกฎหมายสื่อสารมวลชน (Mass Media Laws) ซึ่งวินิดา แสงสารพันธ์ (2554) กล่าวว่า ภายใต้บทบาทหน้าที่ในการแสวงหาข่าวสาร และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปสู่การรับรู้ของประชาชนซึ่งจัดได้ว่าเป็นหน้าที่หลักของสื่อมวลชนนั้น มักก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นอยู่เสมอ

ในงานวิจัยชิ้นนี้ แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมและจรรยาบรรณของสื่อมวลชน สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ด้านการบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ว่าควรดำเนินการอย่างไรให้ถูกต้อง เพื่อเป็นการแก้ปัญหา และป้องกันไม่ให้เกิดภาวะวิกฤตขึ้นได้อีกในอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ (Documentary Research) ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็นของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ทั้ง 3 แห่ง ที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง จาก กสทช. หลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัด นครราชสีมา ได้แก่ สถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 และ สถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 และสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ ทีวี เอชดี ช่อง 34 ซึ่งประกอบไปด้วย เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ ที่ สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 3 แห่งได้เผยแพร่ ตั้งแต่วันที่ 8 กุมภาพันธ์ ถึง 8 เมษายน พ.ศ.2563 รวมระยะเวลา 2 เดือน และทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจ หรือผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ทั้ง 3 แห่ง สถานี ละ 1 ท่าน พร้อมด้วยสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร ในภาวะวิกฤต หรือการบริหารจัดการองค์กรสื่อมวลชน ซึ่ง ประกอบไปด้วย กลุ่มนักวิชาชีพ 2 ท่าน และนักวิชาการ 2 ท่าน

เมื่อผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการเก็บรวบรวม ข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ (Documentary Research) พร้อมทั้ง การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำเสียงที่บันทึกไว้มาถอดเทป บันทึกเสียง จากนั้นนำมาจัดระเบียบข้อมูล และทำการ วิเคราะห์โดยใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ มาเป็นกรอบแนวคิด เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงกับวัตถุประสงค์ที่ ได้ตั้งไว้ และสรุปผลการศึกษาในรูปแบบการบรรยายข้อมูล เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

สรุปผลการวิจัย

1) การสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ ดิจิทัล ที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง จาก กสทช. หลัง การรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่ จังหวัด นครราชสีมาผ่านช่องทางสื่อสารทางออนไลน์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ (Documentary Research) เพื่อให้ทราบถึงการสื่อสารใน ภาวะวิกฤตผ่านช่องทางสื่อสารทางออนไลน์ ของ สถานีโทรทัศน์ทั้ง 3 สถานี ที่ประกอบไปด้วยเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก แฟนเพจ อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ ที่ได้เผยแพร่ ในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ ถึง 8 เมษายน พ.ศ.2563 พบว่ามี สถานีโทรทัศน์ที่ออกมาทำการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่าน ช่องทางออนไลน์ เพียงสถานีโทรทัศน์เดียว คือสถานี โทรทัศน์ช่องวัน 31 สำหรับสถานีโทรทัศน์ไทยรัฐทีวี ช่อง 32 และสถานีโทรทัศน์อมรินทร์ ทีวี เอชดี ช่อง 34 นั้น เป็น สองสถานีโทรทัศน์ที่มีได้ออกมาทำการสื่อสารในภาวะวิกฤต ผ่านช่องทางออนไลน์ของสถานีฯ และยังคงใช้ช่องทาง ออนไลน์ของทางสถานีฯ ในการประชาสัมพันธ์รายการ และ นำเสนอข่าวเสมือนในภาวะปกติ

สำหรับช่องทางการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่าน ช่องทางออนไลน์ที่สถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 เลือกใช้คือ ช่องทางเฟซบุ๊ก แฟนเพจ “ข่าวช่องวัน” ซึ่งมีผู้ติดตามทั้งสิ้น จำนวน 3,191,392 คน โดย เฟซบุ๊ก แฟนเพจเป็นช่องทางที่ มี กำลังการแพร่กระจายของช่องทาง (Channel multiplicative power) อยู่ในอัตราสูง ผู้รับสารสามารถ แพร่กระจายสารไปยังผู้รับสารกลุ่มอื่น และช่องทางการ สื่อสารอื่นได้โดยง่าย และช่องทางเฟซบุ๊ก แฟนเพจยังทำให้ การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ทางสถานีฯ ต้องการทำการ สื่อสารได้โดยตรง และรวดเร็ว

ในด้านของเนื้อหาได้ระบุถึงขั้นตอนการทำงาน การ รายงานข่าว และการสัมภาษณ์ผู้ประสบเหตุ จำนวน 6 ข้อ ส่วนหนึ่งของข้อความได้ชี้แจงว่าการรายงานข่าว ได้คำนึงถึง ความปลอดภัยของเจ้าหน้าที่ ประชาชนผู้บริสุทธิ์ เป็นสำคัญ การนำเสนอข้อมูลทุกอย่างจึงมีการตรวจสอบ นำเสนออย่าง ระมัดระวังที่สุด และคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นสำคัญ อีก ทั้งยังได้ระบุว่า ข่าวช่องวัน ขอแสดงความเสียใจและขอโทษ ที่ทำให้เกิดความไม่สบายใจ และน้อมรับทุกเสียงวิจารณ์ เพื่อนำมาใช้ปรับปรุง แก้ไข และพัฒนางาน และยืนยันว่า สถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 ยังยึดมั่นในหลักวิชาชีพ สื่อสารมวลชน ที่มุ่งนำเสนอเนื้อหา ข่าวสาร ที่ถูกต้อง เป็น ประโยชน์ บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อผู้ชมและสังคม

โดยช่วงเวลาที่สถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 ทำการสื่อสารในภาวะวิกฤตด้วยโพสต์ดังกล่าว นั้นคือวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2563 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังจากที่เหตุการณ์คนร้ายจับตัวประกันจบลง เป็นเวลาประมาณ 2 วัน

ในส่วนของการสื่อสารของช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจที่สถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 เลือกใช้นั้น เป็นเครื่องมือที่สามารถทำให้เกิดกระบวนการสื่อสารได้แบบสองทาง (Two Ways Communication) ที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถมีปฏิกริยาตอบกลับแบบทันทีทันใด (Immediate Feedback) และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้มีปฏิกริยาตอบสนองจากช่องทาง (Chanel feedback) ได้อย่างทันทีและเต็มที่ ซึ่งผู้มิกดแสดงความรู้สึก จำนวน 14,947 คน มีการแสดงความคิดเห็นจำนวนกว่า 3,200 ครั้ง และมีการแชร์โพสต์กว่า 1,200 ครั้ง โดยการแสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่เป็นปฏิกริยาป้อนกลับเชิงลบ (Negative feedback) ที่วิพากษ์วิจารณ์การถึงการรายงานข่าวในวันเกิดเหตุ อาทิ “คุณควรที่จะแก้ไขไหมใช้แก้วตัว!!! ประชาชนเค้าดูอยู่ทางบ้านเค้าเห็นกันหมดว่าช่องคุณทำงานยังไง มันกระหายข่าวเกินไปกว่าคำว่ามนุษยธรรม!!” “จรรยาบรรณสื่ออยู่ตรงไหนคุณควรพิจารณาได้แล้วนะคะก่อนที่จะช่องคุณจะมีใครติดตาม” “เหมือนไม่มีจรรยาบรรณ” “เอาแต่ขายข่าว ลืมคำนึงถึงพี่น้องที่อยู่ข้างใน #เลิกติดตามดีกว่า” แต่ทางสถานีฯ มิได้ตอบกลับการแสดงความคิดเห็นของผู้ที่มาแสดงความคิดเห็น

2) กลยุทธ์การบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง จาก กสทช.หลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา

จากที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจ หรือผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการและการสื่อสารในภาวะวิกฤต ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ทั้ง 3 สถานีฯ พร้อมด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต และการบริหารจัดการองค์กรสื่อมวลชน โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักวิชาชีพ 2 ท่าน และนักวิชาการ 2 ท่าน เรียบร้อยแล้วพบผลการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ที่ได้รับคำสั่ง

ปรับทางปกครอง จาก กสทช.หลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การนิยามภาวะวิกฤต การวางแผนบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต กระบวนการวางแผนบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต และบทเรียนจากการรายงานข่าว ดังนี้

2.1 การนิยามภาวะวิกฤต

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล

ผู้ให้สัมภาษณ์จากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลมีมุมมองต่อเหตุการณ์คนร้ายจับตัวประกันที่จังหวัดนครราชสีมา ว่าเป็นภาวะวิกฤตที่มีผลกระทบต่อผู้ชม และสังคมเป็นจำนวนมาก เป็นเหตุการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทย ดังนั้นสื่อมวลชนจึงต้องทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก และข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ให้กับสังคมทราบ เพื่อไม่ให้สังคมเกิดความตื่นตระหนก โดยสื่อมวลชนมีความคิดเห็นว่า หากสื่อมวลชนไม่รายงานข่าวในเหตุการณ์วันนั้นจะถือว่าสื่อบกพร่อง และสังคมอาจตื่นตระหนกมากกว่านี้ ซึ่งจากรายงานข่าวเหตุการณ์ในวันนั้นก็ทำให้สื่อมวลชนได้รับคำชื่นชม และมีผู้ชมติดตามเป็นจำนวนมาก แต่กระแสวิพากษ์วิจารณ์ถึงการรายงานข่าวในวันนั้น เป็นมุมมองของสังคมที่อาจมีความเห็นต่าง เกิดจากบุคคลส่วนหนึ่งที่ไม่ได้ชื่นชอบการรายงานข่าว จนทำให้กสทช. ต้องออกมาทำหน้าที่ในการควบคุมดูแล

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุของภาวะวิกฤตที่เกิดจากการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา แบ่งออกเป็นสาเหตุใหญ่ ๆ ถึง 3 สาเหตุ โดยสาเหตุแรกที่ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นคือ ผู้สื่อข่าวไม่มีทักษะการนำเสนอข่าวเหตุการณ์ที่ไม่ปกติ และไม่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทยมาก่อน ซึ่งเหตุการณ์คนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา เป็นเหตุการณ์ที่ไม่ปกติ ไม่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทยมาก่อน และเป็นอาชญากรรมที่ได้รับความสนใจจากประชาชนเป็นจำนวนมาก จึงทำให้การรายงานข่าวในครั้งนี้ เป็นรูปแบบที่ผู้สื่อข่าวในพื้นที่ไม่เคยปฏิบัติมาก่อน และยังไม่มีการทบทวนการปฏิบัติหน้าที่ในเหตุการณ์เช่นนี้ และเทคโนโลยีใน

ปัจจุบันก็เอื้อให้การรายงานข่าวเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว เพียงแค่โทรศัพท์เครื่องเดียวก็รายงานข่าวได้ในทันที บวกกับการทำงานของผู้สื่อข่าวที่อาจจะต้องการทำข่าวประเด็นใหม่ ๆ จนทำให้อาจไม่ได้คำนึงถึงว่าการรายงานข่าวจะก่อให้เกิดเหตุการณ์หรือผลกระทบจิตใจของคนในอนาคตหรือไม่

สาเหตุที่สอง ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าการสื่อสารมวลชนมีความต้องการเร่งตั้ง จึงรายงานข่าวด้วยการไลฟ์สด และการบรรยายสถานการณ์จากสถานที่เกิดเหตุ จนเกิดเป็นภาวะวิกฤต ซึ่งปัญหานี้สืบมาจากการแข่งขันของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่มีการแข่งขันกันอย่างสูง รวมไปถึงปัญหาของ Media disruption สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลจึงต้องการทำเรตติ้ง เพื่อก่อให้เกิดรายได้

สาเหตุสุดท้ายนั้น ผู้เชี่ยวชาญมองว่าในประเทศไทยยังไม่มีคู่มือการรายงานข่าวในภาวะวิกฤต ที่เป็น Mass Shooting ถึงแม้ว่าองค์กรวิชาชีพสื่อสารมวลชน หน่วยงานภาครัฐ และเอกชน จะเคยได้จัดทำแนวทางการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนในภาวะวิกฤต และคู่มือการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต ซึ่งเป็นการถอดบทเรียนจากกรณีถ้ำหลวง ขุนน้ำนางนอน แต่เนื้อหาของคู่มือไม่ได้มีรายละเอียดที่ลึกซึ้งมากนัก และเป็นภาวะวิกฤตที่มีลักษณะที่แตกต่างจากกรณีคนร้ายจับตัวประกันที่จังหวัดนครราชสีมา คู่มือที่ได้จัดทำไว้ จึงไม่สามารถนำมาใช้กับการรายงานข่าวในกรณีโดยตรง

2.2 การวางแผนบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล

หากเป็นภาวะวิกฤตในเรื่องทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการรายงานข่าว ผู้ที่บริหารจัดการภาวะวิกฤต คือ กองบรรณาธิการ หรือฝ่ายข่าว ซึ่งไม่ได้ดำเนินการโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ หรือฝ่ายสื่อสารองค์กร ที่มีหน้าที่ในการจัดการภาวะวิกฤตโดยตรง การบริหารจัดการภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลจะดำเนินการต่อเมื่อเกิดวิกฤตขึ้นกับองค์กรแล้ว และจะไม่มีแนวทางการทำงานที่ชัดเจน แต่จะใช้ประสบการณ์ของกองบรรณาธิการในการบริหาร

ภาวะวิกฤต ซึ่งหากเป็นภาวะวิกฤตที่จำเป็นต้องมีการตัดสินใจที่กองบรรณาธิการไม่สามารถตัดสินใจได้ ก็จะเสนอเรื่องไปยังผู้บริหาร เพื่อเป็นผู้อนุมัติหลักการ

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญได้มีความคิดเห็นว่าการภาวะวิกฤตก็เป็นเรื่องที่ต้องสื่อสารได้เสมอ และองค์กรทุกองค์กร ไม่ใช่เฉพาะองค์กรสื่อมวลชนก็ควรต้องมีฝ่ายประชาสัมพันธ์ หรือฝ่ายสื่อสารองค์กร เพื่อทำหน้าที่การบริหารจัดการภาวะวิกฤต เนื่องจากฝ่ายประชาสัมพันธ์จะมีความชำนาญในด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ และการจัดการภาวะวิกฤต ซึ่งหากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลบริหารจัดการภาวะวิกฤตโดยฝ่ายข่าว อาจจะได้มีความชำนาญในด้านการบริหารจัดการภาวะวิกฤต และยังเป็นคู่กรณี ที่อาจจะความอคติ ไม่เที่ยงตรง หรือมีความรู้สึกลอยๆจะปกป้องตนเอง ซึ่งหน้าที่ของฝ่ายสื่อสารองค์กรนั้นจะต้องมีทีมงานที่มีความชำนาญคอยสังเกตการณ์สิ่งที่เป็นกระแสของสังคม กระแสของเพื่อนร่วมอาชีพ กระแสขององค์กรวิชาชีพ สมาพันธ์สื่อพิมพ์ สมาพันธ์โทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งรวมถึงผู้ควบคุมสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลอย่าง กสทช. เพื่อนำประเมินสถานการณ์ และบริหารจัดการภาวะวิกฤตต่อไป

2.3 กระบวนการวางแผนบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล

สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ทั้ง 3 สถานี ไม่ได้มีการเตรียมพร้อมรับมือภาวะวิกฤต ด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการ หรือการซักซ้อมรับมือภาวะวิกฤต โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิกฤตที่เกิดจากการรายงานข่าวก่อการร้าย ซึ่งเป็นเรื่องที่ถือว่าใหม่มากในวงการสื่อมวลชนในประเทศไทย แต่ทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล จะมีทีมออนไลน์ในการเฝ้าระวัง และเก็บข้อมูลกระแสวิทยุภาพข่าวของ ซึ่งจะมีผู้บริหารร่วมเฝ้าสังเกตการณ์ร่วมด้วย และเมื่อได้รับกระแสวิทยุภาพข่าวจากประชาชน ทางสถานีฯ ก็ได้ปรับรูปแบบของการทำงานของฝ่ายข่าว ด้วยการปรับลดโทนการรายงานข่าว และหยุดการไลฟ์สดด้วยโทรศัพท์มือถือในทันที ซึ่งเป็นช่วงเวลาในวันที่มีการรายงานข่าวจับตัวประกัน

สำหรับการสื่อสารในภาวะวิกฤตไปยังผู้มีส่วนได้เสีย สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลได้ทำการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 2 กลุ่มด้วยกัน ซึ่งประกอบไปด้วย กสทช. และอีกกลุ่มหนึ่ง คือ กลุ่มผู้ชมและสังคม

โดยการสื่อสารไปยังกสทช. นั้น สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลได้ทำการสื่อสารไปยังกสทช. ครบทั้ง 3 สถานี โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง ในช่วงแรก คือการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ ด้วยการสื่อสารผ่านทางโทรศัพท์ ในวันที่ สถานีโทรทัศน์ได้รายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัด นครราชสีมา และสำหรับช่วงที่สองนั้น จะเป็นช่วงที่ ทางกสทช. เรียกสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลเข้าไปชี้แจงถึงการทำงาน ซึ่งผู้ที่เข้าไปชี้แจงกับทางกสทช. ก็คือฝ่ายข่าว

สำหรับการสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่สื่อสารไปยังกลุ่มผู้ชม และสังคมนั้น จะเป็นในรูปแบบการชี้แจงถึงขั้นตอนในการปฏิบัติงานการรายงานข่าว ในมุมมองของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งไม่ใช่การขอโทษอย่างเต็มรูปแบบ แต่เป็นการขออภัยกับความไม่สบายใจของผู้ชม และสังคม และยืนยันว่าการนำเสนอข่าวในเหตุการณ์คนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา เป็นการทำงานที่สื่อมวลชนต้องกระทำ เพื่อรายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้นให้สาธารณชนรับทราบ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ พบว่ามี สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล จำนวน 2 สถานี ที่ออกมาทำการสื่อสารในภาวะวิกฤต ซึ่งแบ่งออกเป็น การสื่อสารผ่านหน้าจอของสถานี และการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์

สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลช่องหนึ่ง ได้ทำการการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านหน้าจอ ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลโดยสาเหตุที่เลือกช่องทางหน้าจอของสถานี นั้น เนื่องจาก สถานี มีความเห็นว่าการรายงานข่าวในครั้งนี้เป็นสิ่งที่ถูกต้อง จึงไม่จำเป็นต้องออกมาขอโทษในช่องทางออนไลน์ หรือช่องทางอื่น ๆ โดยผู้ประกาศข่าวได้กล่าวขออภัยที่ทำให้เกิดความไม่สบายใจต่อการรายงานข่าวของทางสถานี แต่ไม่ได้เป็นการขอโทษอย่างเต็มรูปแบบ เป็นการพูดขอความเห็นใจ และอธิบายถึงภาพรวมของการปฏิบัติหน้าที่ โดยมีฉากหลังแสดงความอาลัยกับผู้สูญเสีย ซึ่งไม่น่าคลิปปภาพดังกล่าวมาเผยแพร่ในช่องทางอื่น ๆ ของทางสถานี

โดยสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลอีกช่องหนึ่ง เลือกทำการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านช่องทางออนไลน์ ของสถานี ด้วยช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ ซึ่งเป็นช่องทางออนไลน์ของ สถานี โดยสาเหตุที่สถานี ดังกล่าว เลือกช่องทางนี้ทำการสื่อสาร เนื่องจากเป็นช่องทางที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากกว่า 3 ล้านคน และทางสถานี มองว่าช่องทางออนไลน์ ก็เป็นต้นตอของกระแสวิพากษ์วิจารณ์ที่เกิดขึ้น การชี้แจงในช่องทางนี้จึงถือว่าเป็นช่องทางที่จะถึงผู้ที่ต้องการสื่อสารได้โดยตรง และทางสถานี เลือกใช้ช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ ทำการสื่อสารเพียงช่องทางเดียว เนื่องจากต้องการให้มีสารเพียงสารเดียว ไม่ต้องการให้สารที่ต้องการทำการสื่อสารถูกตัดทอนไปตามรูปแบบการสื่อสารของช่องทางออนไลน์อื่น อย่างทวีตเตอร์ ที่ไม่สามารถสื่อสารด้วยข้อความที่มีขนาดยาวได้

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าโดยทั่วไปแล้วองค์กรทุกองค์กรควรจะดำเนินการวิเคราะห์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นต่อองค์กรเสียก่อน เพื่อเตรียมวางแผน และซักซ้อมไว้ล่วงหน้า ซึ่งเมื่อไหร่ก็ตามที่องค์กรต้องเผชิญกับภาวะวิกฤต ก็จะทำให้การบริหารจัดการภาวะวิกฤตผ่านพ้นไปด้วยดี โดยเฉพาะองค์กรสื่อที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดภาวะวิกฤตต่อองค์กรได้อยู่เสมอ

ซึ่งเมื่อองค์กรประสบกับภาวะวิกฤต สิ่งแรกที่องค์กรจะต้องปฏิบัติคือ การวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องขององค์กรจะสามารถนำมาตั้งรับและเตรียมการแก้ไข ซึ่งผู้เชี่ยวชาญแนะนำว่าสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลควรจะจัดตั้ง War Room ขึ้นมา ด้วยฝ่ายสื่อสารองค์กร หรือฝ่ายที่ดูแลเรื่องภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อทำหน้าที่วิเคราะห์สถานการณ์ และก็จะตั้งเกณฑ์ในการประเมินสถานการณ์และการบริหารจัดการภาวะวิกฤตเอาไว้ ว่าเมื่อสถานการณ์ดำเนินมาอยู่ในเกณฑ์ใดที่ตั้งไว้ แล้วองค์กรควรจะดำเนินการบริหารจัดการภาวะวิกฤตอย่างไร

การบริหารจัดการภาวะวิกฤตนั้นมีเป้าหมายที่สำคัญที่สุด คือการหยุดยั้งวิกฤตให้ได้โดยเร็วที่สุด เพื่อให้สามารถจำกัดขอบเขตของความเสียหาย และฟื้นฟูความ

เชื่อมั่นกลับคืนมา สำหรับเหตุการณ์นี้ สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล จำเป็นที่จะต้องรีบกำหนดเป้าหมายในการแก้ปัญหาภาวะวิกฤต ซึ่งผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่าสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล อาจเริ่มดำเนินการบริหารภาวะวิกฤตตั้งแต่ในสถานการณ์ที่ ผู้สื่อข่าวปฏิบัติหน้าที่การรายงานข่าว ณ สถานที่เกิดเหตุ โดยที่ไม่ต้องรอให้กสทช. ลงโทษ

การสื่อสารในภาวะวิกฤตตามทัศนะของผู้เชี่ยวชาญ นั้นจะต้องสื่อสารด้วยความรวดเร็ว ในช่วงเวลาที่เหมาะสม ด้วยแนวทางการสื่อสารที่เป็นเอกภาพ จากผู้บริหารสูงสุด ขององค์กร ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งภายใน และภายนอก องค์กร สำหรับข้อความที่ใช้ในการสื่อสารอาจมีความ แตกต่างกันได้ ตามความเหมาะสมของผู้รับสารที่ต้องการ สื่อสารด้วย

จากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญนั้น สามารถแบ่งแนวทางการสื่อสารออกเป็น 2 รูปแบบด้วยกัน โดยรูปแบบที่ หนึ่งคือการชี้แจงถึงการปฏิบัติหน้าที่ และร่วมหารือเพื่อหา แนวทางในการแก้ไขปัญหา ซึ่งควรทำการสื่อสารไปยัง กลุ่มเป้าหมายที่ประกอบไปด้วย กลุ่มเป้าหมายภายในอย่าง ผู้ถือหุ้น และพนักงาน และกลุ่มเป้าหมายภายนอก ได้แก่ กสทช. กลุ่มสมาชิกวิชาชีพ และกลุ่มผู้ซื้อโฆษณา

สำหรับการสื่อสารไปยังกลุ่มตัวประกัน ญาติตัว ประกัน ผู้ชม และสังคมนั้น ผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่า องค์กรควรออกมาขอโทษอย่างเต็มรูปแบบ ด้วยการมีความ เป็นมนุษยธรรม และแสดงออกถึงการมีอารมณ์ร่วมที่รู้สึก ผิดอย่างใจจริง ซึ่งบางครั้งการออกมาขอโทษ หรือชี้แจง สังคมอาจจะไม่รับฟัง สถานีโทรทัศน์จึงควรแสดงความ รับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility) หรือจัดทำสื่อบทสัมภาษณ์ที่เป็นเชิงบวกไปด้วย อีกทั้งยังควร กำหนดแนวทางในการให้ความช่วยเหลือ เยียวยา ผู้ที่ได้รับ ผลกระทบจากภาวะวิกฤต ด้วยการแสดงตนว่าองค์กรมี ความรู้สึก และต้องการเยียวยากลุ่มเป้าหมายด้วยความ จริงใจ มีความเห็นใจ ซึ่งอาจดำเนินการร่วมกับหน่วยงาน ภาครัฐ

2.4 บทเรียนจากการรายงานข่าว

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ตัวแทนจาก สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล

สถานการณ์การรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่ จังหวัดนครราชสีมา ถือได้ว่าเป็นกรณีศึกษาที่สำคัญของ สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ซึ่งสถานีฯ ก็ได้นำมาเป็นบทเรียน เพื่อ ปรับใช้ในการดำเนินงานที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และในอนาคต ซึ่งตัวแทนจากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลให้ข้อมูลว่าสามารถเห็น ได้ชัดเจนจากการนำมาปรับแผนการทำงาน อย่างกรณี การ รายงานข่าวเหตุการณ์การสลายผู้ชุมนุม โดยสถานีโทรทัศน์ ดิจิทัล ได้สังเกตการณ์สถานการณ์จากภายในสถานีฯ อย่าง ใกล้ชิด ซึ่งการรายงานข่าวสถานการณ์แต่ละเหตุการณ์ก็จะ มีบริบทที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเหตุการณ์การรายงานข่าว คนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา ก็เป็นบทเรียน ในการรายงานข่าวว่าต้องรอบคอบ ต้องประเมินสถานการณ์ ต้องระแวดระวังเหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้า ซึ่งก็ภาวะ วิกฤตอาจจะเกิดขึ้นอีก

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

เมื่อภาวะวิกฤตสงบลง สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลจะต้อง ประเมินผลการบริหารจัดการภาวะวิกฤต เพื่อนำมาฟื้นฟู ภาพลักษณ์ขององค์กร และเพื่อนำมาวางแผนในการจัดการ ภาวะวิกฤตต่อไป ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เนื่องจาก สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลเป็นองค์กรสื่อ ที่ต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี ผู้ชมถึงจะมีความเชื่อมั่นต่อสถานีฯ

สำหรับในด้านการปฏิบัติงานการรายงานข่าว ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่า สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ทั้ง 3 สถานีฯ ควรนำเหตุการณ์ภาวะวิกฤตในครั้งนี้มาเป็น บทเรียน และดำเนินการวางแผนเพื่อป้องกันการเกิดภาวะ วิกฤตต่อสถานีฯ ในอนาคต โดยผู้เชี่ยวชาญได้แนะนำให้ สถานีโทรทัศน์ทำการฝึกฝนการรายงานข่าวในภาวะวิกฤต และจัดทำคู่มือ ให้ผู้สื่อข่าวและทีมข่าวเข้าใจถึงขั้นตอนที่ ถูกต้องในการรายงานข่าวในภาวะวิกฤต โดยอาจจะนำ กรณีศึกษาในลักษณะเดียวกันของต่างประเทศมาศึกษาว่า การรายงานข่าวแบบใดเหมาะสม แบบใดไม่เหมาะสม อีกทั้ง การรายงานข่าวจะต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณในการนำเสนอ เนื่องจากเหตุการณ์หนึ่งเหตุการณ์ ผู้สื่อข่าว และกอง

บรรณาธิการสามารถเลือกมุมมองในการนำเสนอได้ว่าจะเลือกนำเสนอในด้านบวกหรือด้านลบ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลการวิจัยในการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง หลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกันที่จังหวัดนครราชสีมา” สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1) การสื่อสารในภาวะวิกฤต

1.1 ช่องทางการสื่อสาร

จากการศึกษาการสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง จาก กสทช. หลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมาผ่านช่องทางสื่อสารทางออนไลน์ ด้วยจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ (Documentary Research) เพื่อให้ทราบถึงการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านช่องทางสื่อสารทางออนไลน์ของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 3 สถานีที่ ประกอบไปด้วยเว็บไซต์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ อินสตาแกรม และทวิตเตอร์ ที่ได้เผยแพร่ ในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ จนถึงวันที่ 8 เมษายน พ.ศ.2563 พบว่า มีสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่ออกมาทำการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านช่องทางออนไลน์เพียงสถานีโทรทัศน์เดียว คือสถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 ในวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2563 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังจากที่เหตุการณ์คนร้ายจับตัวประกันจบลง เป็นเวลาประมาณ 2 วัน ซึ่งถือว่าใช้ระยะเวลาค่อนข้างนานออกมาทำการสื่อสารซ้ำไป เนื่องจากการตามหลักการการสื่อสารในภาวะวิกฤต องค์กรควรจะดำเนินการสื่อสารไปยังสาธารณชนภายใน 3 ชั่วโมง เพื่อให้ไม่ให้เกิดสถานการณ์แพร่กระจายเป็นวงกว้าง ตามแนวคิดของ วิรัช ฤทธิธนกกุล (2552) ที่ได้กล่าวไว้ว่าองค์กรควรจัดให้มีการหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องมั่นคง (Provide a constant flow of information) หากองค์กรไม่ออกมาแถลงข่าว หรือให้ข้อมูลต่อสาธารณชน อาจยิ่งทำให้เกิดความสงสัย เกิดความระแวง จนกระทั่งทำให้เกิดเหตุการณ์ที่ทำให้องค์กรเสื่อมเสียภาพลักษณ์และสูญเสียความน่าเชื่อถือ

สำหรับช่องทางการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านช่องทางออนไลน์ที่สถานีโทรทัศน์ช่องวัน 31 เลือกใช้คือช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ “ข่าวช่องวัน” ซึ่งแนวคิดของ Coombs (2012) ได้กล่าวถึงการสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์ขององค์กรมาใช้แก้ไขภาวะวิกฤตว่า จะเกิดประโยชน์และมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อกลุ่มเป้าหมายหรือสาธารณชนติดตามสื่อสังคมออนไลน์ขององค์กร โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจ “ข่าวช่องวัน” มีผู้ติดตามทั้งสิ้น จำนวน 3,191,392 คน จึงเป็นช่องทางที่มีประสิทธิภาพ และมีกำลังการแพร่กระจายของช่องทาง (Channel multiplicative power) อยู่ในอัตราสูง ผู้รับสารสามารถแพร่กระจายสารไปยังผู้รับสารกลุ่มอื่น และช่องทางการสื่อสารอื่นได้โดยง่าย และช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจยังทำให้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ทางสถานีฯ ต้องการทำการสื่อสารได้โดยตรง และรวดเร็ว

โดยหลังจากที่ผู้ศึกษาได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ที่มีความอดทนอดกลั้นใจ หรือผู้ที่มีส่วนรับผิดชอบเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการและการสื่อสารในภาวะวิกฤต ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ทั้ง 3 สถานีฯ พบว่ามีอีกหนึ่งสถานีโทรทัศน์ที่มีการสื่อสารในภาวะวิกฤตผ่านหน้าจอของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล แต่ไม่ได้เทปบันทึกภาพไปเผยแพร่ยังช่องทางอื่น จึงมีกำลังการแพร่กระจายของช่องทาง (Channel multiplicative power) อยู่ในอัตราต่ำ เนื่องจากในช่วงที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ (Documentary Research) ไม่พบการพูดถึงของการสื่อสารในภาวะวิกฤตในครั้งนี้เลย เมื่อไม่มีการพูดถึง หรือสาธารณชนไม่รับรู้ การสื่อสารในภาวะวิกฤตในครั้งนี้จึงเรียกได้ว่าไม่ประสบความสำเร็จ ตามแนวคิดของ วิรัช ฤทธิธนกกุล (2552) ที่ได้กล่าวไว้ว่าองค์กรควรจัดให้มีการหลั่งไหลของข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องมั่นคง (Provide a constant flow of information) หากองค์กรไม่ออกมาแถลงข่าว หรือให้ข้อมูลต่อสาธารณชน อาจยิ่งทำให้เกิดความสงสัย เกิดความระแวง จนกระทั่งทำให้เกิดเหตุการณ์ที่ทำให้องค์กรเสื่อมเสียภาพลักษณ์และสูญเสียความน่าเชื่อถือ

สำหรับสถานีโทรทัศน์อีกหนึ่งช่องที่ไม่ได้ออกทำการสื่อสารในภาวะวิกฤตเลย จึงเข้าข่ายการใช้กลยุทธ์การ

ปฏิเสธ (Refuse) โดย Coombs (2012) กล่าวว่าในบางครั้ง การที่องค์กรตอบสนองกลุ่มเป้าหมายด้วยการโต้เถียง อาจยิ่งทำให้ปัญหายืดเยื้อต่อไป และยิ่งอาจทำให้เป็นการเพิ่มประเด็นใหม่ๆ ให้องค์กรถูกโจมตีได้ การนิ่งเฉยจึงจะเป็นการลดข้อมูลที่สาธารณชนจะนำมาโจมตีองค์กร รวมไปถึงสาธารณชนก็อาจจะลดความสนใจต่อภาวะวิกฤตลงได้ แต่สำหรับในเหตุการณ์นี้กระแสวิพากษ์วิจารณ์ในสังคมที่ผู้วิจัยพบในช่องทางออนไลน์ กลับพบว่า องค์กรละเลยต่อความผิดและกระแสวิพากษ์วิจารณ์จากสังคม

1.2 เนื้อหาการสื่อสาร

สำหรับเนื้อหาที่สถานีโทรทัศน์ทำการสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลที่สื่อสารไปยังกลุ่มผู้ชมและสังคมนั้น หากจำแนกตามแนวคิดของ Benoit (1995) จะพบว่าสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลได้ใช้กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตกลุ่มลดความสำคัญ (Diminishment Posture) ด้วยการใช้กลยุทธ์การขออภัย (Excuse) ในรูปแบบการชี้แจงถึงขั้นตอนในการปฏิบัติงานการรายงานข่าวในมุมมองของผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งไม่ใช่การขอโทษอย่างเต็มรูปแบบ แต่เป็นการขออภัยกับความไม่สบายใจของผู้ชมและสังคม และยืนยันว่าการนำเสนอข่าวในเหตุการณ์คนร้ายจับตัวประกันที่จังหวัดนครราชสีมา เป็นการทำงานที่สื่อมวลชนต้องกระทำ เพื่อรายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้นให้สาธารณชนรับทราบ

ซึ่งจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยพบว่าสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลควรใช้กลยุทธ์การสื่อสารในภาวะวิกฤตด้วยกลุ่มบุรณะ (Rebuilding Posture) ตามแนวคิดของ Benoit (1995) ด้วยการใช้กลยุทธ์การขอโทษอย่างเต็มรูปแบบ (Full Apology) ในทุกช่องทางการสื่อสารที่จะไปถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเป็นวิธีการที่องค์กรออกมารับผิดชอบต่อภาวะวิกฤต หรือความบกพร่อง และออกมาขอโทษสาธารณชนอย่างเต็มรูปแบบ ด้วยการมีความเป็นมนุษยธรรม และแสดงออกถึงการมีอารมณ์ร่วมที่รู้สึกผิดอย่างใจจริง คล้ายการขออภัยให้สาธารณชนยกโทษในเรื่องที่เกิดขึ้น และกลยุทธ์การชดเชย (Compensation) เป็นการยื่นข้อเสนอที่เป็นประโยชน์เพื่อเป็นการชดเชยแก่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤต โดยอาจชดเชยด้วยการ

จัดทำสื่อบอร์ดที่มีเนื้อหาเป็นเชิงบวก อีกทั้งยังควรกำหนดแนวทางในการให้ความช่วยเหลือ เยียวยา ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤต ซึ่งอาจดำเนินการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ

2) กลยุทธ์การบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต

2.1 การนิยามภาวะวิกฤต

จากการศึกษาพบว่าการนิยามภาวะวิกฤตของทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล และผู้เชี่ยวชาญมีความแตกต่างกัน โดยมุมมองของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อมวลชนมองว่า เหตุการณ์คนร้ายจับตัวประกันที่จังหวัดนครราชสีมา เป็นภาวะวิกฤต ที่มีผลกระทบต่อผู้ชม และสังคมเป็นจำนวนมาก เป็นเหตุการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทย และเป็นเหตุการณ์ที่คาดไม่ถึง (unexpected events) ซึ่งเข้าข่ายการเป็นภาวะวิกฤตตามที่ รุ่งนภา พิตรปรีชา (2560) กล่าวว่า ภาวะวิกฤตเป็นสถานการณ์ที่มีความตึงเครียด (Stress) มีความตื่นตระหนก (Panic) และมีความรุนแรง (Violence) ดังนั้นสื่อมวลชนจึงต้องทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราว และข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ให้กับสังคมทราบ ซึ่งสอดคล้องกับ สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ (2559) ที่กล่าวว่า ในฐานะที่สื่อมวลชนเป็นผู้แพร่กระจายข่าวสารทุกประเภทออกไปยังสังคม จริยธรรมจึงเป็นหลักสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งหนึ่งในหลักสำคัญของจริยธรรมคือ ความรับผิดชอบของสื่อมวลชน ที่จะต้องเป็นผู้ที่พิทักษ์ปกป้องสังคมจากอันตราย และความเสื่อมทรามที่อาจเกิดขึ้นในสังคมได้ โดยในเหตุการณ์นี้สื่อมวลชนมีความคิดเห็นว่า หากสื่อมวลชนไม่รายงานข่าวในเหตุการณ์วันนั้นจะถือว่าสื่อมวลชนบกพร่อง และสังคมอาจตื่นตระหนกมากกว่านี้

จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนไม่ได้มองว่าเหตุการณ์ในครั้งนี้เป็นภาวะวิกฤตของสถานีฯ แตกต่างจากกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในแง่ลบจากสังคมในสื่อสังคมออนไลน์ ที่มองว่าการปฏิบัติงานการรายงานข่าวของสื่อมวลชน เป็นการกระทำที่เกินกว่าเหตุ และกลับกลายเป็นว่าการเป็นฐานันดรที่สื่อมวลชนได้หายไป เนื่องจากสื่อมวลชนไม่ได้ทำหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ ขาดการระมัดระวังในการนำเสนอข่าว จนทำให้ความศักดิ์สิทธิ์ของการเป็น

สื่อมวลชนได้ลดลง เนื่องจากการรายงานข่าวในครั้งนี้อีสื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่เหมือนการเป็นนักข่าวพลเมือง โดยเมื่อนำมาพิจารณาถึงกระบวนการเกิดภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลในครั้งนี้ตามลำดับขั้นตอนของ Newsom (1992) พบว่า เริ่มเกิดประเด็นปัญหา (Issues) จากการที่สังคมได้วิพากษ์วิจารณ์ถึงการรายงานข่าวว่าเป็นการกระทำที่เกินกว่าเหตุ เป็นการขัดขวางการทำงานของเจ้าหน้าที่ จนสังคมเกิดการตั้งคำถามเกี่ยวกับจรรยาบรรณและจริยธรรมในวิชาชีพของสื่อมวลชน ซึ่งในสื่อสังคมออนไลน์ได้เกิดการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ มากมายต่อการรายงานข่าวดังกล่าว พร้อมใช้แฮชแท็ก #สื่อไร้จรรยาบรรณ #สื่อเสื่อม #จรรยาบรรณสื่อ #แบนช่อง one31 #แบนช่องไทยรัฐ และ #แบนช่องอมรินทร์ จนเริ่มเกิดเป็นประชามติ (Public Opinion) ด้วยการสร้างแคมเปญรณรงค์บนเว็บไซต์ Change เปิดโหวตหาผู้ร่วมสนับสนุนเพื่อร้องเรียนถึงการรายงานข่าวเหตุการณ์ดังกล่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 3 สถานีฯ ไปยังสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นอีก 7 คน โดยแคมเปญนี้สำเร็จตามเป้าหมาย มีผู้สนับสนุนจำนวน 29,921 คน จากนั้นที่ประชุม กสทช. มีมติเห็นชอบตามมติที่ประชุมคณะอนุกรรมการกลั่นกรองงานของ กสทช. ด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ที่เห็นชอบให้มีคำสั่งปรับทางปกครองแก่สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 3 แห่ง โดยอาศัยอำนาจตามมาตรา 59 (3) ประกอบมาตรา 57 (2) แห่ง พ.ร.บ.การประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 เนื่องจากการออกอากาศเนื้อหาเกะติดสถานการณ์ และถ่ายทอดสดเหตุการณ์ที่ จ.นครราชสีมา เข้าข่ายเป็นเนื้อหาสาระที่มีผลกระทบต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือมีผลกระทบต่อทำให้เกิดความเสื่อมโทรมทางจิตใจอย่างร้ายแรง อันเป็นการต้องห้ามตามมาตรา 37 แห่ง พ.ร.บ. ฉบับเดียวกัน (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ, 2563) จึงถือว่าได้เป็นการเกิดภาวะวิกฤต (Crisis) ของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทั้ง 3 สถานีฯ

ซึ่งหากสื่อมวลชนไม่ปรับเปลี่ยนมุมมองในการรายงานข่าวก็อาจทำให้เกิดภาวะวิกฤตขึ้นอีกในอนาคต อีกทั้งการรายงานข่าวในครั้งนี่ยังเป็นการละเมิดต่อบุคคลในข่าวสอดคล้องกับ วนิดา แสงสารพันธ์ (2554) ที่กล่าวว่า ภายใต้อิทธิพลของหน้าที่ในการแสวงหาข่าวสาร และการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปสู่การรับรู้ของประชาชนซึ่งจัดได้ว่าเป็นหน้าที่หลักของสื่อมวลชนนั้น มักก่อให้เกิดการละเมิดสิทธิของบุคคลอื่นอยู่เสมอ และได้ตั้งข้อสังเกตว่าการที่สื่อมวลชนทราบว่าการกระทำของตนเองเป็นการละเมิดหรือกระทบสิทธิของบุคคลอื่นซึ่งมีความผิดทางกฎหมาย แต่ก็ยังกระทำในลักษณะดังกล่าวปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ มีสาเหตุประการ ซึ่งสาเหตุประการแรกคือ สื่อมวลชนต้องการที่จะขายข่าว ประการที่สองคือ สื่อมวลชนต้องการที่จะสนองความอยากรู้อยากเห็นของประชาชน โดยถือว่ายอดขายในการนำเสนอข่าวในลักษณะนี้คุ้มค่างับค่าเสียหายที่จะต้องจ่าย หากมีการฟ้องร้องดำเนินคดีเกิดขึ้น และประการสุดท้ายคือ สถานภาพของผู้ที่ตกเป็นข่าวอยู่ในความสนใจของประชาชน

สำหรับมุมมองของผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต และการบริหารจัดการองค์กรสื่อมวลชน มองว่าการที่สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ได้รับคำสั่งปรับทางปกครองหลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา คือภาวะวิกฤต ตามแนวคิดของ Fearn-Banks (2011) ที่ว่า วิกฤต หมายถึง เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดด้านลบ และมีผลกระทบต้ององค์กร หรืออุตสาหกรรม รวมไปถึงสาธารณชน ซึ่งสาเหตุที่ทำให้สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลเกิดภาวะวิกฤตเกี่ยวกับองค์กร (Organizational Crisis) ตามแนวคิดของ Coombs (2015) คือ วิกฤตด้านทรัพยากรบุคคล (Human Resource Crisis) ที่ผู้สื่อข่าวไม่มีทักษะการนำเสนอข่าวเหตุการณ์ที่ไม่ปกติ และไม่มีคู่มือการรายงานข่าวในภาวะวิกฤต ในสถานการณ์ Mass Shooting ในประเทศไทย ซึ่งแท้จริงแล้วสื่อมวลชนก็สามารถศึกษาจากคู่มือที่ในต่างประเทศได้จัดทำไว้ รวมไปถึงการที่สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลมีความต้องการเร่งตั้งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัชรภา เอื้ออมรนิช (2561) ที่พบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อความรับผิดชอบใน

การนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนนั้น ประกอบไปด้วย การแข่งขันกันของสื่อ การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ ระบบนายทุนเจ้าของสื่อ สปอนเซอร์ การตลาด รวมทั้งเพื่อความอยู่รอดของสื่อมวลชนเอง ที่มีส่วนทำให้สื่อมวลชนละเลยความรับผิดชอบด้านจริยธรรมอยู่บ่อยครั้ง

2.2 การวางแผนบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต

สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลไม่ได้มองว่าการได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง หลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกันที่จังหวัดนครราชสีมา เป็นภาวะวิกฤตของสถานีฯ (Organizational Crisis) ผนวกกับการบริหารจัดการภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลจะดำเนินการต่อเมื่อเกิดภาวะวิกฤตขึ้นกับองค์กรแล้ว โดยที่ไม่มีแผนบริหารจัดการสื่อสารในภาวะวิกฤตด้วยฝ่ายประชาสัมพันธ์ หรือฝ่ายสื่อสารองค์กร แต่จะใช้ประสบการณ์ของกองบรรณาธิการในการบริหารภาวะวิกฤต ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดของ พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2548) ที่มองว่าการบริหารจัดการภาวะวิกฤต (Crisis Management) ต้องดำเนินการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าอย่างมีหลักการมีกลยุทธ์ โดยต้องจัดการอย่างรวดเร็วเพื่อให้เกิดผลเสียหายน้อยที่สุด หากดำเนินการแก้ปัญหาต่อเหตุการณ์ล่าช้า อาจยิ่งทำให้วิกฤตยิ่งลุกลามได้ ซึ่งจากเหตุการณ์นี้นอกจากจะทำให้องค์กรได้ปรับคำสั่งปรับทางปกครองแล้ว ยังนำมาซึ่งกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในแง่ลบจากสังคม ต่อสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลอีกด้วย

โดยผู้เชี่ยวชาญได้มีความคิดเห็นว่ ภาวะวิกฤตก็เป็นเรื่องที่ต้องสื่อสารได้เสมอ และองค์กรทุกองค์กรไม่ใช่เฉพาะองค์กรสื่อมวลชนก็ควรต้องมีฝ่ายประชาสัมพันธ์หรือฝ่ายสื่อสารองค์กร เพื่อทำหน้าที่การบริหารจัดการภาวะวิกฤต และการสื่อสารในยามวิกฤต (Crisis communication) เนื่องจากฝ่ายประชาสัมพันธ์จะมีความชำนาญในด้านการสื่อสารภาพลักษณ์ และการจัดการภาวะวิกฤต หรือ การบริหารภาวะวิกฤต (Crisis management) ซึ่งหากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลบริหารจัดการภาวะวิกฤตโดยฝ่ายข่าว อาจจะไม่มีความชำนาญในด้านการบริหารจัดการภาวะวิกฤต และยังเป็นคู่กรณี ที่อาจจะความอดคิ ไม่เที่ยงตรง หรือมีความรู้สึกลอยๆจะปกป้องตนเอง ซึ่งความ

คิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญตรงกับแนวคิดของ พจน์ ใจชาญสุขกิจ (2548) ที่ได้เสนอถึงหลักการบริหารภาวะวิกฤตว่า อย่าคิดว่าองค์กรไม่มีโอกาสเกิดวิกฤต เราไม่สามารถทราบได้ว่าองค์กรจะต้องเผชิญกับภาวะวิกฤตขึ้นเมื่อใด ดังนั้นเพื่อให้เป็นการประมาทองค์กรควรมีการเตรียมการที่จะเผชิญกับภาวะวิกฤตล่วงหน้า รวมไปถึงต้องคาดการณ์อนาคตและเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต พร้อมทั้งวางแผนไว้ล่วงหน้า อย่างเป็นลำดับขั้นตอน สำหรับการเผชิญภาวะวิกฤตในแต่ละเรื่อง โดยการจัดให้มีผู้รับผิดชอบด้านการสื่อสารขององค์กร และระบุผู้ที่จะต้องมาร่วมทำงานอย่างชัดเจน

2.3 กระบวนการวางแผนบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต

ถึงแม้ว่าสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล ทั้ง 3 สถานีฯ จะไม่ได้มีการเตรียมพร้อมรับมือภาวะวิกฤต ด้วยการวางแผนบริหารจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต หรือการซักซ้อมรับมือภาวะวิกฤต ตามหลักการและเป้าหมายในการบริหารจัดการภาวะวิกฤต ของ Saffir Leonard & Tarrant (1992) โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิกฤตที่เกิดจากการรายงานข่าวก่อการร้าย (Terrorism) ซึ่งเป็นเรื่องที่ถือว่าใหม่มากในวงการสื่อมวลชนในประเทศไทย แต่ทางสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล จะมีทีมออนไลน์ในการเฝ้าระวัง และเก็บข้อมูลกระแสวิพากษ์วิจารณ์ของผู้ชมและสังคม ซึ่งจะมีผู้บริหารร่วมเฝ้าสังเกตการณ์ร่วมด้วย และเมื่อรับรู้วิกฤต (Crisis recognition) จากกระแสวิพากษ์วิจารณ์จากประชาชนรวมถึงการได้รับการสอบถามและคำแนะนำจากทางกสทช. ทางสถานีฯ ก็ได้ปรับรูปแบบของการทำงานของฝ่ายข่าว ด้วยการปรับลดโทนการรายงานข่าว และหยุดการรายงานข่าวด้วยโทรศัพท์มือถือในที่ ซึ่งเป็นช่วงเวลาในวันที่มีการรายงานข่าวจับตัวประกัน ซึ่งเป็นการทำงานที่ยืดหยุ่นไม่ได้มีกำหนดเกณฑ์ที่ตั้งไว้ ว่าเมื่อองค์กรต้องเผชิญกับภาวะวิกฤตขึ้นใด แล้วองค์กรจะต้องจัดการภาวะวิกฤตอย่างไร ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดของ Coombs (2012) ที่ระบุว่า องค์กรควรเตรียมพร้อมรับมือวิกฤต (Crisis preparation) ก่อนภาวะวิกฤตจะเกิดขึ้น ด้วยการวิเคราะห์จุดเสี่ยง การประเมินประเภทของวิกฤต การคัดเลือกละ

ทีมงานรวมถึงการเลือกโฆษก พร้อมฝึกอบรมและซักซ้อมรับมือกับเหตุการณ์วิกฤตอยู่เป็นประจำ

ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเช่นเดียวกับ ธาตรี ใต้ฟ้าพล (2562) ที่กล่าวว่า การวางแผน และกระบวนการจัดการภาวะวิกฤต ควรใช้หลักการหยุดยั้งวิกฤตโดยเร็วที่สุด จำกัดขอบเขตความเสียหาย และฟื้นฟูความเชื่อมั่น ซึ่งกระบวนการจัดการวิกฤตที่ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็น มีองค์ประกอบที่สอดคล้องกับ ธาตรี ใต้ฟ้าพล (2562) ที่กล่าวว่าเมื่อองค์กรประสบกับภาวะวิกฤต สิ่งแรกที่องค์กรจะต้องปฏิบัติคือ การวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องขององค์กร จะสามารถนำมาตั้งรับและเตรียมการแก้ไข ซึ่งผู้เชี่ยวชาญแนะนำว่าสถานีโอทโทสันดิจิทัลควรจัดตั้ง War Room ขึ้นมา ด้วยฝ่ายสื่อสารองค์กร หรือฝ่ายที่ดูแลเรื่องภาพลักษณ์ขององค์กร เพื่อทำหน้าที่วิเคราะห์สถานการณ์ ซึ่งควรจะต้องเกณฑ์ในการประเมินสถานการณ์เอาไว้และการบริหารจัดการภาวะวิกฤตเอาไว้ ว่าเมื่อสถานการณ์ดำเนินมาอยู่ในเกณฑ์ใดที่ตั้งไว้ แล้วองค์กรควรจะดำเนินการบริหารจัดการภาวะวิกฤตอย่างไร โดยการบริหารจัดการภาวะวิกฤตนั้นมีเป้าหมายที่สำคัญที่สุด คือการหยุดยั้งวิกฤตให้ได้โดยเร็วที่สุด เพื่อให้สามารถจำกัดขอบเขตของความเสียหาย และฟื้นฟูความเชื่อมั่นกลับคืนมา

2.4 บทเรียนจากการรายงานข่าว

สถานการณ์การรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกัน ที่จังหวัดนครราชสีมา ถือได้ว่าเป็นกรณีศึกษาที่สำคัญของสถานีโอทโทสันดิจิทัล โดยภายหลังจากระยะวิกฤต (Post Event) ทางสถานีฯ ก็ได้นำมาเป็นบทเรียน เพื่อปรับใช้ในการดำเนินงานที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และในอนาคต

โดยผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่า เมื่อภาวะวิกฤตสงบลง สถานีโอทโทสันดิจิทัลจะต้องประเมินผลการบริหารจัดการภาวะวิกฤต เพื่อนำมาฟื้นฟูภาพลักษณ์ขององค์กร (Recovery phrase) และเพื่อนำมาวางแผนในการจัดการภาวะวิกฤตต่อไป ซึ่งเป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เนื่องจากสถานีโอทโทสันดิจิทัลเป็นองค์กรสื่อ ที่ต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี ผู้ชมถึงจะมีความเชื่อมั่นต่อสถานีฯ สถานีโอทโทสันดิจิทัลต้องทำการฝึกฝนการรายงานข่าวในภาวะวิกฤต และจัดทำคู่มือให้

ผู้สื่อข่าวและทีมข่าวเข้าใจถึงขั้นตอนที่ถูกต้องในการรายงานข่าวในภาวะวิกฤต โดยอาจจะนำกรณีศึกษาในลักษณะเดียวกันของต่างประเทศมาศึกษาว่าการรายงานข่าวแบบใดจึงเหมาะสม

สำหรับด้านจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นว่า การรายงานข่าวจะต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณในการนำเสนอ ก่อนการรายงานข่าว ในการรายงานข่าวเหตุการณ์หนึ่งเหตุการณ์ ผู้สื่อข่าว และกองบรรณาธิการสามารถเลือกมุมมองในการนำเสนอได้ว่าจะเลือกนำเสนอในด้านบวก หรือด้านลบ ซึ่งสื่อมวลชนจะต้องนำจรรยาบรรณมาเป็นตัวตั้งต้นในการรายงานข่าว มิเช่นนั้นบทเรียนจากการรายงานข่าวมาพิจารณาถึงจรรยาบรรณ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาการกระจายเสียงกึ่งการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (2557) ได้เคยเผยแพร่หลักการจริยธรรมวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ไว้ โดยส่วนหนึ่งในหลักจริยธรรมที่ได้ระบุไว้ คือ องค์กรกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ควรต้องยึดถือการดำเนินงานโดยใช้หลักการธรรมาภิบาลในการดำเนินงาน ทั้งในการบริหารจัดการองค์กร การผลิตและเผยแพร่รายการ และการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้ยังมีหลักการจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพกระจายเสียงและโทรทัศน์ที่ส่วนหนึ่งระบุว่า ผู้ประกอบวิชาชีพต้องประกอบวิชาชีพด้วยสุจริต บริสุทธิ์ ยึดกรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร สารสนเทศ เป็นแนวทางเกียรติภูมิศักดิ์ศรีแห่งวิชาชีพ และผู้ประกอบวิชาชีพต้องเคารพสิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เห็นคุณค่าและความสำคัญในความแตกต่างหลากหลายของมนุษย์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาการสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโอทโทสันดิจิทัล เฉพาะกรณีที่ได้รับคำสั่งปรับทางปกครอง หลังการรายงานข่าวคนร้ายจับตัวประกันที่จังหวัดนครราชสีมา แต่ด้วยองค์กรสื่อมวลชน เป็นองค์กรที่ดำเนินงานที่มีผลกระทบกับสาธารณชนเป็นจำนวนมาก จึงสามารถประสบกับภาวะวิกฤตได้เสมอ การวิจัยในครั้ง

ต่อไป จึงอาจเลือกศึกษากรณีภาวะวิกฤตอื่น ๆ เพื่อให้เห็นถึงการบริหารจัดการภาวะวิกฤตในสถานการณ์อื่น

จากการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ผู้สื่อข่าวหรือกองบรรณาธิการ เป็นมีผู้มีส่วนได้เสีย ที่ผู้เชี่ยวชาญมองว่าเป็นกลุ่มที่สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลควรทำการสื่อสารในภาวะวิกฤตด้วย เนื่องจากพนักงานภายในองค์กรกลุ่มนี้ อาจเกิดความสับสนถึงการปฏิบัติหน้าที่ของพวกเขา การวิจัยในครั้งนี้จึงควรเก็บข้อมูลในกลุ่มพนักงานในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นผู้สื่อข่าว หรือกองบรรณาธิการ เพื่อให้เข้าใจ และรับรู้ถึงความรู้สึกของพนักงาน ว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นกับองค์กรอย่างไร เพื่อเป็นประโยชน์แก่งานวิจัย และการสื่อสารในภาวะวิกฤตขององค์กรต่อไป

นอกจากนี้ งานวิจัยในครั้งต่อไป อาจใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึงความพอใจของสาธารณชน ที่มีต่อการสื่อสารในภาวะวิกฤตของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล

ข้อเสนอในการนำไปประยุกต์ใช้

จากการศึกษางานวิจัยครั้งนี้พบว่า การรายงานข่าวในภาวะวิกฤตนั้น สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลควรจะมีการซักซ้อมจัดทำคู่มือ หรือจัดอบรมผู้สื่อข่าว และกองบรรณาธิการ ให้เข้าใจถึงขั้นตอนที่ถูกต้องในการรายงานข่าวในภาวะวิกฤต โดยหากยังไม่เคยจัดทำคู่มือการรายงานข่าวในภาวะวิกฤต ก็สามารถศึกษาจากคู่มือที่ต่างประเทศได้จัดทำไว้

ซึ่งการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล กองบรรณาธิการ และผู้สื่อข่าว ควรคำนึงถึงจรรยาบรรณของสื่อมวลชน รวมไปถึงหลักกฎหมายในการรายงานข่าว โดยทำความเข้าใจที่ตรงกันในทุกฝ่าย เพื่อป้องกันการละเมิดบุคคลในข่าว และเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดภาวะวิกฤตต่อองค์กรในอนาคต

สำหรับการสื่อสารในภาวะวิกฤต สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลควรใช้กลยุทธ์การขอโทษอย่างเต็มรูปแบบ (Full Apology) ในทุกช่องทางการสื่อสารที่จะไปถึงกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการมีความเป็นมนุษยธรรม และแสดงออกถึงการมีอารมณ์ร่วมที่รู้สึกผิดอย่างใจจริง ร่วมกับกลยุทธ์การชดเชย (Compensation) ซึ่งอาจชดเชยด้วยการจัดทำสัญญาว่าที่มีเนื้อหาเป็นเชิงบวก อีกทั้งยังควรกำหนดแนวทางในการให้ความช่วยเหลือ เยียวยา ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤต ซึ่งอาจดำเนินการร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ นักจิตวิทยา หรือองค์กรเอกชนที่อยู่ในพื้นที่ที่เกิดภาวะวิกฤต

นอกจากนี้ ยังพบว่า สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลควรแต่งตั้งทีมบริหารจัดการภาวะวิกฤตไว้ล่วงหน้า ซึ่งดำเนินการโดยฝ่ายประชาสัมพันธ์ หรือฝ่ายสื่อสารองค์กร ที่มีความชำนาญต่อการบริหารจัดการ และการสื่อสารในภาวะวิกฤต โดยดำเนินการตั้งแต่ภาวะวิกฤตยังไม่เกิดขึ้นกับองค์กร อย่างมีแบบแผน เพื่อเป็นการป้องกันภาวะวิกฤตที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กรได้ หรือหากภาวะวิกฤตได้เกิดขึ้นกับองค์กรแล้ว ก็จะสามารถจัดการภาวะวิกฤตได้โดยเร็ว เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายต่อองค์กร

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ธาดรี ใต้ฟ้าพูล. (2562). เอกสารประกอบการเรียนรายวิชาการจัดการภาวะวิกฤตในยุคดิจิทัล. [เอกสารไม่ตีพิมพ์]. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผู้จัดการออนไลน์. (2561). เปิดชื่อเด็ก-ดักฟัง-ลอบใช้โดรน ประณามเคล็ดลับหลวง เด็กรอด-สื่อไม่รอด-ไร้อรรยาบรรณ!! วันที่เข้าถึงข้อมูล 27 กรกฎาคม 2563 แหล่งที่มา <https://mgronline.com/live/detail/9610000068340>

ผู้จัดการออนไลน์. (2561). เวิร์คพอยท์-พีพีทีวี ขอโทษกรณีออกอากาศคลิปเสียงถั่วหลวง-ส่งโดรนประกบ ฮ.แต่ยันไม่ได้ทำผิดกฎ. วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มีนาคม 2563 แหล่งที่มา <https://mgronline.com/entertainment/detail/9610000068299>

พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2548). CEO PR & IMAGE. กรุงเทพฯ: ฐานมีเดีย เน็ตเวิร์ค.

- พัชรภา เอื้ออมรวิช. (2561). *ความรับผิดชอบต่อสังคมในการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนในยุคข่าวสารไร้พรมแดน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- พิชญาพร ประครองใจ. (2558). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งนภา พิตรปรีชา. (2560). *พลังแห่งการประชาสัมพันธ์*. นนทบุรี: 21 เซ็นจูรี
- วนิดา แสงสารพันธ์. (2554). *หลักกฎหมายสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.
- วิรัช ถิรรัตนกุล. (2552). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต และการบริหารภาวะวิกฤต*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์. (2559). *จริยธรรมสื่อมวลชน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สมิทธิ บุญชุติมา และ ชนาภา หนูนา. (2560). *การสื่อสารในภาวะวิกฤต*. นนทบุรี: 21 เซ็นจูรี
- สาวิตรี รินวงษ์. (2563). *ถอดบทเรียน 'สื่อ' ชิงเรตติ้งจนคลั่ง!* วันที่เข้าถึงข้อมูล 15 มีนาคม 2563 แหล่งที่มา <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/867520>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2557). *คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (กสท.) เผยประมวลฯ ดิจิตอลทีวีประสบความสำเร็จทั้ง 4 หมวดหมู่ ได้ผู้มีสิทธิเป็นผู้ชนะการประมูล 24 ราย ลุ้นผลรับรองทางการภายใน 15 วัน*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 24 มิถุนายน 2563 แหล่งที่มา [https://www.nbtc.go.th/News/Press-Center/คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์-\(กสท\).aspx](https://www.nbtc.go.th/News/Press-Center/คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์-(กสท).aspx)
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2557). *คู่มือจริยธรรมและการกำกับดูแลตนเอง ในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์*.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2563). *มติ กสทช. สั่งปรับ 3 ช่องทีวี กรณีการออกอากาศเหตุการณ์กราดยิงโคราช*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 2 มิถุนายน 2563 แหล่งที่มา <https://www.nbtc.go.th/News/Press-Center/44102.aspx>
- change.org. (2563). *สื่อไลฟ์สดกระแทกเจ้าหน้าที่และญาติผู้เสียหาย ต้องรับผิดชอบการเสนอข่าวกราดยิงที่โคราช*. วันที่เข้าถึงข้อมูล 5 มีนาคม 2563 แหล่งที่มา <https://change.org/p/สื่อไลฟ์สดกระแทกเจ้าหน้าที่และญาติผู้เสียหาย-ต้องรับผิดชอบการเสนอข่าวกราดยิงที่โคราช>

ภาษาอังกฤษ

- Benoit, W. L. (1995). *Accounts, excuses, and apologies a theory of image restoration strategies*. New York: State University of New York Press.
- Bland, M. (1998). *Communicating out of a crisis*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Macmillan Business.
- Coombs, W. T. (2012). *Ongoing Crisis Communication: Planning, managing, and responding* Los Angeles: Sage Publications.
- Coombs, W. T. (2015). *Ongoing Crisis Communication: Planning, managing, and responding* Thousand Oaks, California: SAGE.
- Fearn-Banks, K. (2011). *Crisis communications: A casebook approach*. New York: Routledge.
- Newsom, D., Vanslyketurk, Judy, Scott, Allan. (1992). *This is PR : the realities of public relations*. United State of America: Wadsworth Publishing Company.
- Saffir Leonard & Tarrant, J. (1992). *Power public relations How to Get PR Work for You*. Illinois: NTC Business Books Publishing Group.