สรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญในปีงบประมาณ 2565 และสรุปปัญหา อุปสรรคการดำเนินงานและแนวทางแก้ไข

กรมประชาสัมพันธ์ได้รับจัดสรรงบประมาณตาม พ.ร.บ. งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 จำนวนเงิน 2,422,539,900 บาท เพื่อดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่มีสาระ มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน และการพัฒนาประเทศตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนงานสำคัญของประเทศ นโยบายสำคัญของรัฐบาล ทั้งในบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานราชการที่มีภารกิจหลักด้านการสื่อสารมวลชน และในฐานะของหน่วยงานเจ้าภาพแผนย่อยที่ 3 การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม ของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นที่ 10 การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ในยุทธศาสตร์ชาติที่ 3 การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2562 รวมทั้งการพัฒนาและขับเคลื่อนองค์การทั้งด้านการปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยี ครุภัณฑ์ และการบริหารองค์การ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ การเป็นองค์การที่ได้รับความเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ภายใต้ 4 ภารกิจหลัก ดังนี้

1. มีบทบาทนำในการกำหนดประเด็นความคิดสำคัญในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน

2. ประชาสัมพันธ์นโยบายภาครัฐสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนความคิดเห็นจากประชาชนสู่รัฐ อีกทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายเพื่อการสื่อสารประชาสัมพันธ์ประเด็นความคิดสำคัญอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนบริหารจัดการสื่อ เครือข่าย และอุปกรณ์ทั้งปวงที่จำเป็นในการปฏิบัติภารกิจ

3. เป็นองค์การหลักในการบริหารจัดการข้อมูลและข่าวสารทั้งปวงในงานสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาชาติและพัฒนาสังคมได้

4. เป็นที่ปรึกษาหลักด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ให้แก่หน่วยงานภาครัฐเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน

โดยดำเนินการภายใต้แผนปฏิบัติราชการกรมประชาสัมพันธ์ 4 ยุทธศาสตร์ คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้นำประเด็นสำคัญ เพื่อนำมาประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายภาครัฐ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

สาระสำคัญการดำเนินงานโดยสรุป ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1

การรับฟังเสียงประชาชนทุกภาคส่วนและชี้นำประเด็นสำคัญ เพื่อนำมาประกอบการพิจารณากำหนดนโยบายภาครัฐ

กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทหลักในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ เป็นสื่อกลางระหว่างภาครัฐและประชาชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนด้วยการรับฟังเสียงสะท้อนความคิดเห็น ความรู้สึก และข้อเสนอแนะของประชาชนและกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม โดยจัดให้มีกระบวนการรับฟังเสียงประชาชนอย่างสม่ำเสมอ ผ่านกระบวนการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ กระบวนการ Social Listening และการสำรวจความคิดเห็นในรูปแบบ Pulse Survey โดยผ่านรูปแบบทั้ง on site และ online อย่างครอบคลุมและสม่ำเสมอ ทำให้รับทราบความต้องการของประชาชนในประเด็นที่เป็นกระแสสังคมขณะนั้นได้อย่างทันที และนำข้อมูลรายละเอียดในประเด็นสำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนกำหนดนโยบายต่าง ๆ รวมทั้งนำเสนอต่อรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการกำหนดประเด็นการประชาสัมพันธ์ และนโยบายการดำเนินงานภาครัฐ อันจะส่งผลให้กรมประชาสัมพันธ์ก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้านข้อมูลข่าวสารภาครัฐ ซึ่งเป็นหนึ่งในวิสัยทัศน์องค์กรที่กำหนดไว้ โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการผ่านโครงการสำคัญ ดังนี้

1. โครงการสำรวจความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน

กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการสำรวจความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนผ่านกิจกรรมใน 4 รูปแบบ คือ

1.1 กิจกรรมการสำรวจประเด็นความสนใจของประชาชน มีวัตถุประสงค์ในการสำรวจประเด็นความสนใจของประชาชนเพื่อนำมาประมวลวิเคราะห์และกำหนดประเด็นข่าวสาร รวมถึงวางแผนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน ดำเนินการสำรวจ 2 ครั้ง คือ ครั้งที่ 1 เดือนกุมภาพันธ์ 2565 และครั้งที่ 2 เดือนพฤษภาคม 2565 โดยสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด 76 จังหวัด และหน่วยงานส่วนกลางเป็นหน่วยในการเก็บข้อมูลแบบสำรวจ กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนทั่วประเทศ จังหวัดละ 50 คน/ครั้ง ประกอบด้วย เกษตรกร นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รับจ้างทั่วไป พ่อบ้าน/แม่บ้าน และผู้เกษียณอายุราชการ รวมจำนวนไม่ต่ำกว่า 3,850 คน/ครั้ง เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนางานสื่อสารประชาสัมพันธ์และชี้นำประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับนโยบายภาครัฐเพื่อสื่อสารกับประชาชน รวมถึงนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ในระดับชาติและระดับพื้นที่ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและความต้องการของประชาชน โดยการสำรวจประเด็นความสนใจของประชาชน ครั้งที่ 1 ดำเนินการระหว่างวันที่ 14 – 28 กุมภาพันธ์ 2565 กำหนดหัวข้อ “ผู้นำ นโยบาย และทิศทางประเทศไทยที่ประชาชนต้องการ” ทั้งนี้ สืบเนื่องจากจะมีการเลือกตั้งทั่วประเทศ ภายในปี 2566 การทราบถึงปัจจัยสำคัญและนโยบายที่ทำให้คนไทยอยากออกไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง จะทำให้กรมประชาสัมพันธ์สามารถนำข้อมูลที่ได้รับมาวางแผนการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยประเด็นที่ทำการสำรวจ ประกอบด้วย (1) คำถามในเชิงมุมมองต่อสังคม (หน้าที่ของรัฐบาล

การควบคุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจของรัฐ การสมรสเท่าเทียม และการทำแท้งเสรี) (2) คำถามเกี่ยวกับนโยบาย (ปัญหาที่ต้องการให้แก้ไขในปัจจุบัน และนโยบายที่ต้องการในอนาคต) และ (3) คำถามเกี่ยวกับผู้นำ (คุณลักษณะของนายกรัฐมนตรีที่ต้องการ และต้องการให้ใครเป็นนายกรัฐมนตรีคนต่อไป) ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามรวมจำนวนทั้งสิ้น 5,691 คน

สำหรับการสำรวจประเด็นความสนใจของประชาชน ครั้งที่ 2 กำหนดหัวข้อ “ปัจจัยสำคัญและนโยบายที่ทำให้คนไทยอยากออกไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง” ซึ่งยังคงเป็นประเด็นการเลือกตั้งที่เชื่อมโยงจากการสำรวจครั้งที่ 1 โดยเน้นการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการเลือกตั้ง ความรู้ความเข้าใจทางการเมืองที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน และปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของประชาชนในการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง และนโยบายที่ทำให้ประชาชนอยากออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ดำเนินการสำรวจระหว่างวันที่ 17 - 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2565 ซึ่งขณะนี้อยู่ในระหว่างการประมวลผลและจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย

1.2 กิจกรรมการสำรวจ ประเมิน ความต้องการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจและความผูกพันจากสินค้าและบริการของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานการให้บริการของกรมประชาสัมพันธ์ให้เป็นไปตามความต้องการความคาดหวังของกลุ่มผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 เริ่มดำเนินการศึกษาสำรวจภายใต้พันธกิจของกรมประชาสัมพันธ์ 2 ด้าน คือ (1) ด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อบุคคล และสื่อดิจิทัล และ (2) ด้านบริการจัดฝึกอบรมบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งในพื้นที่ส่วนกลาง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และพื้นที่ส่วนภูมิภาค 4 ภูมิภาค จำนวนไม่น้อยกว่า 550 ตัวอย่าง ประกอบด้วย ประชาชน สื่อมวลชนไทยและต่างประเทศที่พำนักอยู่ในประเทศไทย บุคลากรหน่วยงานรัฐ เอกชน ภาคประชาชน ภาคการเมือง เครือข่ายประชาสัมพันธ์ องค์การระหว่างประเทศ และองค์กรที่ทำ MOU กับกรมประชาสัมพันธ์ ระยะเวลาดำเนินการตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ – กรกฎาคม 2565 โดยที่ปรึกษาจากมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการเก็บและประมวลผลข้อมูล

1.3 กิจกรรมการรวบรวมวิเคราะห์ความคิดเห็นของประชาชนจากสื่อสังคมออนไลน์ผ่าน Social Listening เพื่อการบริหารข้อมูลข่าวสารของกรมประชาสัมพันธ์ (IOC) โดยวิเคราะห์ความคิดเห็น ทัศนคติ ความสนใจของประชาชนทั้งเชิงบวกและเชิงลบผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตั้งแต่เดือนมกราคม 2565 เป็นต้นมา ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติ 6 ด้าน การปกป้องและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ สถานการณ์การแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สถานการณ์สาธารณภัย เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วม ฝุ่น PM 2.5 แผ่นดินไหว สึนามิ สถานการณ์การชุมนุมต่าง ๆ การตรวจสอบข่าวปลอม (Fake News) บนโลกออนไลน์ นำเนื้อหา 5 อันดับแรก มากำหนดประเด็นประชาสัมพันธ์ประจำสัปดาห์ เช่น สถานการณ์สินค้าอุปโภคบริโภค

และน้ำมันมีราคาสูงขึ้น การส่งออกยางพารา งบลงทุนของ กทม. มาตรการช่วยเหลือและเยียวยาประชาชน การเปิดขายสลากผ่านช่องทางแอปพลิเคชันเป๋าตัง ผลกระทบจากการขายสลากดิจิทัล การเตรียมพร้อมเข้าสู่โรคประจำถิ่น การปรับเปลี่ยนของประเทศไทย การฝึกภาคสนามของกองทัพบกหลังประกาศเป็นโรคประจำถิ่น ความพร้อมของการยกเลิกการใส่หน้ากากอนามัยและการยกเลิกแอปพลิเคชั่นหมอชนะ เป็นต้น เพื่อผลิตข้อมูลข่าวสารและการวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างเข้าถึงและตรงตามความต้องการของประชาชน ตลอดจนเลือกช่วงเวลาที่จะเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างเหมาะสมให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

สำหรับกิจกรรมรายงานการวิเคราะห์จาก Social Listening เพื่อเป็นข้อมูลประกอบทิศทางการสื่อสารในการขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหาและพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ภายใต้โครงการสร้างความเข้าใจประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยการสังเกตความเคลื่อนไหวของประชาชนต่อประเด็นต่างๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงความคิดเห็น ทัศนคติ ความสนใจทั้งทางบวกและลบ ตลอดจนข้อมูลเชิงลึกของประชาชนเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ สามารถแสดงให้เห็นข้อมูลทั้งแบบภาพรวมและแบบเจาะลึก เช่น การอยู่ร่วมกันแบบสังคมพหุวัฒนธรรม บรรยากาศในช่วงเดือนรอมฎอน การเปิดด่านพรมแดนไทย-มาเลเซีย การลงพื้นที่ตรวจราชการของนายกรัฐมนตรี การประกอบอาชีพประมงในอ่าวปัตตานี การดำเนินการและการเปิดให้บริการสนามบินเบตง การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 สายพันธุ์โอไมครอนรวมถึงเสริมสร้างความเข้าใจมาตรการการป้องกันและควบคุม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดประเด็นประชาสัมพันธ์ การผลิตข้อมูลข่าวสารและการวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างเข้าถึงและตรงตามความต้องการของประชาชน ตลอดจนเลือกช่วงเวลาที่จะเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เข้าถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

1.4 กิจกรรมการรับฟังเสียงของประชาชนผ่านสื่อต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อสะท้อนความคิดเห็น ความต้องการของประชาชนในประเด็นหรือเนื้อหาที่นำเสนอในขณะนั้น โดยในช่วงเวลาที่ผ่านมากรมประชาสัมพันธ์ได้เปิดรายการพิเศษทางสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และมาตรการแก้ไขปัญหาของภาครัฐ เช่น รายการ NBT สู้ภัย COVID-19 รวมทั้งการถ่ายทอดสด การแถลงข่าวจากศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด 19 จากทำเนียบรัฐบาล และการแถลงความคืบหน้าสถานการณ์โรคโควิด 19 จากสำนักงานกระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถสอบถามข้อสงสัยและแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายรัฐได้ในรายการ โดยประเด็นที่ประชาชนสอบถามและให้ความสนใจมากในเรื่องของโควิด 19 ที่ผ่านมา (ตุลาคม 2564 – พฤษภาคม 2565) คือ การตรวจหาเชื้อด้วยตัวเองโดยชุดทดสอบ ATK การเดินทางเข้าและออกประเทศไทยของชาวไทยและชาวต่างชาติ การเปิดภาคเรียนและกลับมาเรียน on site ของเด็กนักเรียน การประกาศให้โควิดเป็นโรคประจำถิ่น ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติในการกลับเข้ามาทำงานในที่ตั้ง จากประเด็นคำถามต่าง ๆ ดังกล่าว กรมประชาสัมพันธ์ได้เชิญหน่วยงาน

หรือผู้รับผิดชอบที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้น ๆ มาให้ข้อมูลตอบคำถามต่อประชาชน พร้อมทั้งจัดทำข่าว และสื่อออนไลน์ สนับสนุนเพื่อให้เข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มมากที่สุด

จากการดำเนินการทั้ง 4 กิจกรรม ทำให้กรมประชาสัมพันธ์รับทราบความคิดเห็น ความต้องการ ตลอดจนได้รู้ถึงพฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสาระบันเทิงของประชาชนในทุกกลุ่มเป้าหมาย เป็นข้อมูลสำคัญเพื่อประกอบการวางแผน การกำหนดนโยบาย และการตอบสนองความต้องการของประชาชนทุกกลุ่ม รวมทั้งนำสู่การจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการประชาสัมพันธ์และชี้นำประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับนโยบายภาครัฐเพื่อสื่อสารกับประชาชนต่อไป

2. โครงการขับเคลื่อนการสื่อสารภาครัฐเพื่อปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรม

กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินงานในฐานะหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ และในฐานะฝ่ายเลขานุการ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) โดยมีรองนายกรัฐมนตรี นายวิษณุ เครืองาม เป็นประธาน เพื่อกำหนดทิศทางการประชาสัมพันธ์และจัดทำแผนการพัฒนาเชิงประเด็น (Issue Based) ด้านการประชาสัมพันธ์ของประเทศ ที่มีชื่อว่า “แผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ พ.ศ. 2566 - 2570” ซึ่งถือเป็นแผนระดับที่ 3 ตามมติคณะรัฐมนตรี 4 ธันวาคม 2560 และใช้นโยบายและแผนฯ ดังกล่าว ขับเคลื่อนงานประชาสัมพันธ์ฯ ของประเทศ ให้บรรลุเป้าหมายของแผนย่อยที่ 3 การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม ในแผนแม่บทประเด็นที่ 10 การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรมภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่ 3 การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ตามมติคณะรัฐมนตรี 3 มิถุนายน 2562

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 กรมประชาสัมพันธ์ได้รับการจัดสรรงบประมาณใน**โครงการขับเคลื่อนการสื่อสารภาครัฐเพื่อปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรม** จำนวน 6,640,000 บาท เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติฯ ดังกล่าว ให้สามารถเสนอคณะรัฐมนตรีให้ความเห็นชอบและประกาศใช้ได้ทันในปี พ.ศ. 2566 รวมถึงเพื่อดำเนินงาน กปช. ในภาพรวม ผ่านกลไก กปช. ที่มุ่งเน้นการทำงานร่วมกันกับผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐทั้ง 20 กระทรวง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงคณะอนุกรรมการภายใต้ กปช. โดยหน่วยงานภาครัฐภายใต้แผนฯ มีการปฏิบัติงานตามแผนฯ และนำไปขยายผลสร้างการรับรู้ให้กับประชาชน ส่งผลให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสาร มีความรู้ความเข้าใจ มีความเชื่อมั่นต่อหน่วยงานภาครัฐ

อีกหนึ่งกิจกรรมสำคัญคือการรับฟังเสียงและความต้องการจากประชาชนดำเนินการผ่านการประเมินผลการรับรู้และความเข้าใจของประชาชนต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 และการจัดทำข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อรายงานผลการดำเนินงานของ กปช. ประจำปี เสนอคณะรัฐมนตรี และกำหนดเรื่องสื่อสารที่สำคัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 ซึ่งอยู่ระหว่างการดำเนินงาน รวบรวม วิเคราะห์ ประมวลและประเมินผลการเข้าถึง การรับรู้ ความคิดเห็น และความเข้าใจของประชาชน ตามแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 โดยอาศัย Social Listening Tools จัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลบนสื่อสังคม

ออนไลน์ เพื่อนำผลการวิเคราะห์มาจัดทำข้อมูลและรายงานผลการดำเนินงานของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ (กปช.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 และนำผลการวิเคราะห์มากำหนดเรื่องสื่อสารที่สำคัญ (Agenda Setting) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 เสนอคณะรัฐมนตรีต่อไป

ทั้งนี้ ตลอดปี พ.ศ. 2565 การขับเคลื่อนนโยบายการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ ยังคงดำเนินงานภายใต้ 4 แนวทาง ของนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2563 – 2565 (ฉบับปรับปรุงให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี) ซึ่งถือใช้เป็นฉบับปัจจุบัน ดังนี้

<u>แนวทางที่ 1</u> สร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจของประชาชนต่อเรื่องสื่อสารสำคัญ โดยการกำหนดเรื่องสื่อสารที่สำคัญ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ร่วมกับหน่วยงานเจ้าของเรื่องสำคัญ และจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เรื่องสื่อสารประจำปี เพื่อนำแผนไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งพิจารณาจากเรื่องที่ประชาชนอยากรู้ หรือมีข้อสงสัย โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน รวมทั้งเรื่องที่ประชาชนต้องรู้ ได้แก่ เรื่องเร่งด่วนที่ต้องสร้างความเข้าใจ เรื่องที่เกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชนเป็นจำนวนมาก เป็นเรื่องหรือประเด็น เนื้อหาสำคัญสอดคล้องและสนับสนุนการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนสำคัญของประเทศ และนโยบายในการบริหารประเทศของรัฐบาล จำนวน 7 เรื่อง ประกอบด้วย (1) การฟื้นฟูผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเพื่อรับการเปิดประเทศในปี พ.ศ. 2565 (2) การพัฒนาทักษะอาชีพและการจัดหาตำแหน่งงานใหม่เพื่อความพร้อมต่อความต้องการหลังโควิด 19 (3) ระบบสาธารณสุขและการบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 แบบเชิงรุก (4) ความเข้าใจถึงวิถีชีวิตแบบ New normal เพื่อใช้ชีวิตกับโควิด 19 ในระยะยาว (5) การบริหารจัดการควบคุมแรงงานต่างด้าว (6) ส่งเสริมค่านิยมที่ดีของไทย (7) การปราบปรามทุจริตและความโปร่งใสของรัฐ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแต่ละประเด็นนำไปจัดทำแผนการสื่อสารประจำปีทั้งในส่วนกลาง ประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐ 20 กระทรวง และระดับจังหวัดผ่าน *“คณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด”* ซึ่งมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานอนุกรรมการ และประชาสัมพันธ์จังหวัดเป็นอนุกรรมการและเลขานุการ ซึ่งทำให้ประชาชนทุกพื้นที่รับทราบ รับรู้นโยบาย การดำเนินการขับเคลื่อนประเทศของภาครัฐ และเป็นข้อมูลสำคัญในการนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิต

<u>แนวทางที่ 2</u> สร้างความตระหนักรู้ ทัศนคติเชิงบวก และการมีส่วนร่วมของประชาชนชาวไทยและชาวต่างประเทศต่อการต่างประเทศ โดยร่วมมือกับกระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาและจัดทำแผนปฏิบัติการประชาสัมพันธ์สร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจของประชาชนต่อเรื่องสื่อสารที่สำคัญด้านต่างประเทศ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ภายใต้แนวคิดหลักคือ “New Chapter of Thailand ก้าวใหม่ไทยในช่วงหลังโควิด 19” จำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ (1) APEC 2022 & Hub Thailand ศูนย์กลางของนานาประเทศ (2) Tech and Innovation นวัตกรรมไทย ไฮ-เทคโนโลยี (3) Health Care สาธารณสุขไทยในระดับโลก (4) Thai Culture...Universal Soft Power วัฒนธรรมไทยก้าวไกลสู่สากล โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปจัดทำแผนการสื่อสารประจำปี และขับคลื่อนสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนผ่านกลไก *“คณะอนุกรรมการ*

ประชาสัมพันธ์แห่งชาติระดับจังหวัด” ซึ่งมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานอนุกรรมการ และประชาสัมพันธ์จังหวัดเป็นอนุกรรมการและเลขานุการ เช่นเดียวกันกับแนวทางที่ 1 เพื่อสื่อสารสร้างการรับรู้ให้เรื่องต่างประเทศเป็นเรื่องใกล้ตัวประชาชนอย่างทั่วถึง

<u>แนวทางที่ 3</u> บริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร พัฒนาสื่อสร้างสรรค์ สร้างการรู้เท่าทันและการมีส่วนร่วม มุ่งเน้นการพัฒนาคลังข้อมูลข่าวสารอัจฉริยะ เพื่อเป็นศูนย์รวมข้อมูลข่าวสารของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นแหล่งรวบรวม แลกเปลี่ยน และเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารด้านการประชาสัมพันธ์ โดยนำระบบปฏิบัติการปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ในการบริหาร ประมวล และจัดการข้อมูล ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการตรวจสอบข้อเท็จจริง ป้องกันข่าวปลอม และสนับสนุนการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ โดยในปี 2565 คณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและความเร่งด่วนของการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารด้วยเทคโนโลยีดังกล่าว จึงได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการพัฒนาคลังข้อมูลข่าวสารอัจฉริยะขึ้น โดยมีศาสตราจารย์ไชยา ยิ้มวิไล กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการประชาสัมพันธ์เป็นประธาน พร้อมด้วยอนุกรรมการจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้ดำเนินการเร่งรัดให้เกิดคลังข้อมูลข่าวสารระบบปฏิบัติการปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI ซึ่งเป็นการบูรณาการการทำงานกับหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และจะขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากแหล่งอื่น เช่น กองทุนพัฒนาระบบดิจิทัลของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น

<u>แนวทางที่ 4</u> ยกระดับบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล โดยได้จัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศในยุคดิจิทัล มุ่งเสริมสร้างให้บุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนมีทักษะและความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารที่เหมาะกับยุคดิจิทัล โดยดำเนินการพัฒนาหลักสูตรที่เกี่ยวกับการสื่อสารในยุคดิจิทัล และจัดอบรมให้แก่บุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงแสวงหาความร่วมมือหน่วยงานต่าง ๆ ในการนำหลักสูตรดังกล่าวไปบรรจุเป็นหลักสูตรฝึกอบรมของหน่วยงานเพื่อขยายผลให้เกิดอย่างเป็นรูปธรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 2
การสร้างสังคมที่ประชาชนมีภูมิรู้ในการดำรงชีพเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

ด้วยมติคณะรัฐมนตรี วันที่ 3 ธันวาคม 2562 มีมติมอบหมายให้กรมประชาสัมพันธ์เป็นเจ้าภาพ (จ.3) ขับเคลื่อนแผนย่อยที่ 3 คือ การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม ซึ่งอยู่ภายใต้แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 10 คือ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม นั่นหมายถึงกรมประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ในการสนับสนุนให้สื่อมวลชนทุกแขนง รวมถึงการที่กรมประชาสัมพันธ์ต้องเป็นสื่อมวลชนที่มีพันธกิจผลิตสื่อสร้างสรรค์ ครอบคลุมเนื้อหาสาระในทุกด้านของยุทธศาสตร์ชาติรวมถึงทุกประเด็น

ข้อมูลข่าวสารสำคัญต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์และถูกต้อง ถ่ายทอดเผยแพร่ไปยังประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างทั่วถึง ให้ได้รับรู้ เข้าใจ และนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิต รู้เท่าทันสังคมโลก อันจะนำไปสู่การสร้างค่านิยมและวิถีการดำเนินชีวิตที่ดี ส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมที่ดีในสังคมภาพรวมต่อไป

กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อหลักของกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งสื่อโทรทัศน์ NBT2HD (ช่อง 2) ออกอากาศทั่วประเทศ สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลภูมิภาค 4 แห่ง (ช่อง 11) หมายเลขเดียวทั่วประเทศ (ภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง ภาคใต้) เพื่อสื่อสารในภาษาถิ่นและนำเสนอเรื่องราวสำคัญใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่ นอกจากนั้นยังสื่อสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง 75 สถานีทั่วประเทศในระบบ F.M. และ ระบบ A.M. รวม 104 คลื่นความถี่ และสื่อกิจกรรม ควบคู่กับสื่อออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์หลักกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งภาษาไทย (www.prd.go.th) และภาษาอังกฤษ (https://thailand.prd.go.th และ https://thainews.prd.go.th) และเว็บไซต์หน่วยงานสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวม 178 เว็บไซต์ / Facebook 197 เพจ / YouTube 107 ช่อง / Twitter 42 Account / Instagram 29 Account / TikTok 17 ช่อง สำหรับในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) นอกจากที่กรมประชาสัมพันธ์ ได้เพิ่มช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อโทรทัศน์ โดยการจัดตั้งสถานีโควิด 19 เพจเฟซบุ๊ก ศูนย์ข้อมูล COVID-19 มีผู้ติดตามและเข้าถึงสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์มากกว่า 85 ล้านคน รวมทั้งเผยแพร่เชื่อมโยงผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ เพจข่าวจริงประเทศไทย เพจไทยคู่ฟ้า เพจของหน่วยงานราชการ 20 กระทรวง แล้ว กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติยังได้ผลักดันให้เกิด**ศูนย์บริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤต COVID-19** ที่มี นายเกษมสันต์ วีระกุล และรองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นบรรณาธิการบริหาร ตามที่นายกรัฐมนตรีในฐานะประธานกรรมการบริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ ศบค. ได้อนุมัติให้ทำหน้าที่จัดการเรื่องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ COVID-19 แบบครบวงจร เพื่อสื่อสารสร้างความเข้าใจกับประชาชนและสร้างความเชื่อมั่นในมาตรการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดและควบคุมพื้นที่ของรัฐ โดยมีเว็บไซต์ https://thailand-covid19.prd.go.th/ เป็นช่องทางในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน

นอกจากนี้กรมประชาสัมพันธ์ได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านเครือข่ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นสื่อบุคคลเป็นสื่อกลางในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐไปสู่ประชาชนจำนวน 112,166 คน ทั่วประเทศ ได้แก่ อาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน (อป.มช.) อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว เสียงตามสาย สื่อมวลชน เคเบิ้ลทีวี และตัวแทนภาคประชาชน อีกด้วย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมที่ดีของคนในสังคม กรมประชาสัมพันธ์ได้ผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารประเด็นและข้อมูลข่าวสารให้เป็นไปอย่างมีเอกภาพ ผ่านโครงการประชาสัมพันธ์ จำนวน 15 โครงการ ส่งให้หน่วยปฏิบัตินำไป

ปรับใช้ในการผลิตและผ่านรูปแบบ ช่องทางที่เหมาะสม สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่

ทั้งนี้ การดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 กรมประชาสัมพันธ์กำหนดผลผลิตการดำเนินงาน คือ จำนวนข้อมูลข่าวสารยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่เผยแพร่สู่สาธารณะ รวมจำนวน 250,000 ครั้ง ผลการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 ถึงวันที่ 30 พฤษภาคม 2565 ดำเนินการได้ จำนวน 353,076 ครั้ง นับเป็นการที่ดำเนินงานได้เกินเป้าหมาย เนื่องจากได้ปรับเนื้อหาเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ขยายผล โดยการผสานการผลิตสื่อ นำผลผลิตจากสื่อหลักทั้งโทรทัศน์และวิทยุมาปรับรูปแบบใหม่เพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล ในรูปแบบสั้น กระชับ ทีละประเด็น รวมทั้งมีการผลิตและเผยแพร่ข้อมูล Digital Content ผ่านสื่อใหม่เพิ่มขึ้น รายละเอียดการดำเนินงาน ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์และการผลิตและเผยแพร่สื่อสร้างสรรค์

1.1 เนื้อหาประชาสัมพันธ์ด้านความมั่นคง

1.1.1 โครงการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีต่อสถาบันหลักของชาติ (ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์) มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ให้เกิดความรัก ความหวงแหนในสถาบันหลักของชาติ มีความภาคภูมิใจ และมีค่านิยมอันดีในการเห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน โดยมีประเด็นการประชาสัมพันธ์ ภายใต้แนวคิดหลัก “เราภาคภูมิใจ เมืองไทยนี้ดี” ประกอบด้วย (1) การปลูกฝังและสร้างความตระหนักรู้ มีจิตสำนึกรักและหวงแหน มุ่งจงรักภักดี พร้อมธำรงรักษาไว้ซึ่งสถาบันหลักของชาติ (ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์) และเกิดความภาคภูมิใจในความเป็นชาติไทย (2) ให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถาบันหลักของชาติ (ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์) และนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ และ (3) ให้ประชาชนมีส่วนร่วมปกป้องสถาบันหลักของชาติ (ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์) เกิดความตระหนักรู้ ภาคภูมิใจและเข้าใจบทบาทสถาบันหลักของชาติได้อย่างถูกต้อง ดำเนินการผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง เช่น รายการถวายพระพร สปอตโทรทัศน์ รายงานพิเศษ (สกู๊ปข่าว) รายการโทรทัศน์ “คนครองธรรม” สารคดีเชิงข่าววิทยุ สารคดีเฉลิมพระเกียรติ (ในวันสำคัญ) รายการวิทยุ “คุณของแผ่นดิน” รวมถึง สื่อดิจิทัล เช่น การถ่ายทอดสดรายการ To Be Number One ผ่านทาง Facebook : NBT2HD และผลิต Digital Content เผยแพร่ทาง เว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ (www.prd.go.th) เว็บไซต์ www.phralan.in.th และ Facebook หน่วยงานกรมประชาสัมพันธ์ และสื่อป้ายประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

1.1.2 โครงการประชาสัมพันธ์ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการใน 2 รูปแบบ คือ (1) ดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และแนะนำแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องให้กับประชาชน ด้วยการปรับทัศนคติให้ประชาชนจากการยอมรับชะตากรรมจากภัยธรรมชาติ และเป็นภาระหน้าที่ของรัฐที่จะต้องช่วยเหลือชุมชน ให้เป็นการตระหนักและมีจิตสำนึกในการปฏิบัติตนในเชิงป้องกัน เสริมสร้างทัศนคติใหม่ว่า “ภัยพิบัติเป็นเรื่องที่ป้องกันและบรรเทาได้ ถ้ามีการเตรียมความพร้อมที่ดี”

เตรียมความพร้อมให้ประชาชนสามารถรับมือกับภัย โดยเฉพาะประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เสี่ยงภัย ให้มีความรู้ความเข้าใจ ตระหนักถึงความร้ายแรงของภัยในท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการป้องกันแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดภัย สามารถเตรียมตัวให้พร้อมรับเมื่อเกิดภัย และช่วยเหลือป้องกันตนเองได้ก่อนที่หน่วยงานภายนอกจะให้ความช่วยเหลือ ภายใต้แนวคิด “รู้รับ ปรับตัว ฟื้นเร็วทั่ว อย่างยั่งยืน” ครอบคลุมมิติทั้ง ภัยแล้ง อุทกภัย ฝุ่นละออง PM 2.5 ภัยบนท้องถนน มาตรการขับขี่ปลอดภัยช่วงเทศกาล รวมถึงภัย COVID-19 ด้วย (2) ปฏิบัติงานในฐานะส่วนงานการประชาสัมพันธ์และการจัดการข้อมูลข่าวสารในสถานการณ์ต่าง ๆ อาทิ ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์แก้ไขปัญหาฝุ่นละออง PM 2.5 ในฐานะอนุกรรมการกำกับดูแลการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนวาระแห่งชาติ “การแก้ไขปัญหามลพิษด้านฝุ่นละออง” และคณะทำงานเฉพาะกิจด้านการแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศ ในช่วงเดือนธันวาคม 2564 – พฤษภาคม 2565 ปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์แก้ไขปัญหาภัยแล้ง ในฐานะคณะทำงานด้านการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ ภายใต้กองอำนวยการน้ำแห่งชาติ ในช่วงเดือนมกราคม – พฤษภาคม 2565 โดยนำข้อมูลและนโยบายจากการดำเนินงานทั้ง 2 รูปแบบ มาผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อดิจิทัล ได้แก่ ผลิตรายการโทรทัศน์ ซีรีย์ส “เตรียมให้พร้อม ซ้อมให้ดี รู้วิธีป้องกันภัย” รายการวิทยุ “รู้ทันสารพันภัย” ผลิตสปอตโทรทัศน์ สปอตวิทยุ สกู๊ปข่าว รายงานพิเศษ การรายงานสถานการณ์น้ำและพยากรณ์อากาศ การรายงานข่าวเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การให้ความช่วยเหลือของภาครัฐ การดำเนินการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานต่างๆ

1.1.3 โครงการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมความเชื่อมั่นในโยบายภาครัฐ ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมาตรการและการดำเนินงานตามนโยบายหลักและนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล แผนงานโครงการ กิจกรรม ความคืบหน้า และความสำคัญที่ดำเนินการตามนโยบายรัฐบาลของหน่วยงานหลัก 20 กระทรวง และหน่วยงานในพื้นที่ ผลจากการแก้ไขปัญหา ประโยชน์ที่ประชาชนและประเทศชาติได้รับจากการบริหารงานของรัฐบาลตามมาตรการและนโยบายหลักและนโยบายเร่งด่วนนำไปสู่ความยั่งยืน การขยายผลนโยบาย ข้อสั่งการ การบูรณาการป้องกัน การแก้ไขปัญหาในพื้นที่ และการช่วยเหลือประชาชน ตามข้อสั่งการของมติที่ประชุม ครม. ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อกิจกรรม และสื่อดิจิทัล ในรูปแบบรายการโทรทัศน์ เช่น “คุยถึงแก่น” “รอบภูมิภาค” “รอบทิศถิ่นไทย” รายการวิทยุ เช่น “ข่าวยามเช้า” “อป.มช.คุยข่าว” การจัดตั้งศูนย์ประชาสัมพันธ์ ครม.สัญจร และประชาสัมพันธ์การลงพื้นที่ติดตามการดำเนินงานนโยบายของรัฐบาลในจังหวัดต่าง ๆ พร้อมทั้งการจัดรายการพิเศษขยายผลมติ ครม. นโยบาย และแผนงาน/โครงการสำคัญของหน่วยงานภาครัฐที่ดำเนินการแก้ไขปัญหาในพื้นที่ รวมทั้งการเป็นสื่อกลางเปิดพื้นที่ในการชี้แจงข้อเท็จจริงและรับฟังปัญหา ข้อเสนอแนะจากประชาชนในพื้นที่นั้น ๆ ในทุกช่องทาง รวมถึงคลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก เผยแพร่ทางเว็บไซต์ และขยายผลทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นได้ทันที

1.1.4 โครงการประชาสัมพันธ์การจัดการปัญหาแรงงานต่างด้าว ดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริหารจัดการและการแก้ไขปัญหาแรงงานต่างด้าว 4 ประเด็นหลัก คือ (1) การเข้าสู่ระบบแรงงานต่างด้าวอย่างถูกกฎหมาย เน้นประชาสัมพันธ์ขั้นตอนการจดทะเบียน การพิสูจน์สัญชาติ การได้รับความคุ้มครอง และสิทธิของแรงงานต่างด้าวที่ถูกต้องตามกฎหมาย รวมไปถึงกฎหมายที่ผู้ประกอบการควรรู้เกี่ยวกับแรงงานต่างด้าว (2) บทลงโทษของการจ้างแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมาย นโยบายและการทำงานของภาครัฐที่มุ่งแก้ไขปัญหาแรงงานต่างด้าวและการค้ามนุษย์ และการบังคับใช้กฎหมายต่าง ๆ อาทิ การบังคับใช้กฎหมาย พระราชกำหนดการบริหารจัดการการทำงานของคนต่างด้าว และความสำคัญจำเป็นในการจ้างแรงงานต่างด้าวโดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรม (3) สถานการณ์การค้ามนุษย์ในประเทศไทย การผนึกกำลังช่วยกันสอดส่องผู้กระทำผิดกฎหมายและวิธีการแจ้งเบาะแส และ (4) การลักลอบเข้าเมืองอย่างผิดกฎหมายตามแนวชายแดนหรือการลักลอบโดยขบวนการที่ผิดกฎหมาย โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และมุ่งเน้นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษซึ่งมีแรงงานต่างด้าวจำนวนมาก พร้อมทั้งผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านรายการข่าว รายงานพิเศษ สารคดีเชิงข่าว สปอตโทรทัศน์ สปอตวิทยุ 5 ภาษา (อังกฤษ/ไทย/ลาว/พม่า/เขมร) ป้ายประชาสัมพันธ์ 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาเพื่อนบ้าน ผลิตแอนนิเมชันเผยแพร่ทางเว็บไซต์ และขยายผลทางสื่อสังคมออนไลน์ รวมทั้งเผยแพร่ผ่านช่องทางหลัก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง เพื่อให้สื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศรับรู้และเข้าใจ และนำข้อมูลที่ได้รับไปขยายผล เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการนำแรงงานต่างด้าว เข้าสู่ระบบอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งไม่เพียงทำให้คนไทยรู้สึกมั่นคงปลอดภัยเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นว่ารัฐบาลได้ดูแลใส่ใจความเป็นอยู่ของแรงงานต่างด้าวที่เข้ามาอาศัยและประกอบอาชีพในแผ่นดินไทยเป็นอย่างดี เสมือนคนในครอบครัวเดียวกัน ทั้งนี้ การดำเนินการแก้ไขปัญหาการค้ามนุษย์ของรัฐบาลไทย นอกจากเป็นไปเพื่อปกป้องคุ้มครองชาวไทยและชาวต่างชาติในไทยที่เสมอกันด้วยศักดิ์ศรีคุณค่าแห่งความเป็นมนุษย์แล้ว ยังเป็นการธำรงไว้ซึ่งหลักการด้านมนุษยธรรมที่ไทยยึดถือตลอดมา

1.1.5 โครงการสร้างความเข้าใจประชาชนทั้งในและนอกจังหวัดชายแดนภาคใต้ (โครงการบูรณาการ) กรมประชาสัมพันธ์รับผิดชอบในการเป็นเจ้าภาพแผนงานสร้างความเข้าใจฯ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ เข้าใจ เชื่อมั่น ให้ประชาชนทั้งในและนอกพื้นที่ร่วมมือและมีส่วนร่วมกับนโยบายและการดำเนินการแก้ไขพัฒนาปัญหาภายในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ของภาครัฐ ผ่านการนำเสนอแนวคิดที่ถูกต้องเกี่ยวกับวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี สาระสำคัญ หลักคำสอนทางศาสนา และความเชื่อ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ การดำรงความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างและอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข รวมถึงเรื่องราวดี ๆ ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และสถานการณ์หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่ถูกต้องตรงตามความจริง ซึ่งดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อดิจิทัล ในรูปแบบรายการโทรทัศน์ สารคดีสั้น สปอต การรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนผ่านเครื่องมือ

Social Listening คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก การถ่ายทอดสดทางเฟสบุ๊ค (Facebook Live) คลับเฮ้าส์ (Clubhouse) รวมถึงมีการขยายผลเพิ่มเติมทางเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น อีกทั้ง ผลการดำเนินงานที่สำคัญ คือ การแต่งตั้งคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนกลไกการบริหารการสื่อสารจังหวัดชายแดนภาคใต้ SBIC (Southern Border Information Center) หรือ อกส.จชต. เพื่อเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการบริหารการสื่อสารจังหวัดชายแดนภาคใต้ และสนับสนุนการสร้างความเข้าใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ และมีประโยชน์ ซึ่งเป็นการขยายผลความสำเร็จจากภารกิจการจัดทำกลุ่มไลน์สำหรับชี้แจงประเด็นสำคัญที่สาธารณชนอาจมีความเข้าใจคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับนโยบายและการดำเนินงานภาครัฐ (ID IA IR Chat) ในระดับพื้นที่ สร้างเครือข่ายการสื่อสาร การอบรมให้ความรู้ผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร การกำหนดประเด็นและกลุ่มเป้าหมายร่วมกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร ลดความซ้ำซ้อน พัฒนาการสื่อสารประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นการดำเนินการสื่อสารในหลากหลายช่องทาง ทั้งสื่อทีวี วิทยุ สิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ รวมไปถึงการสื่อสารแบบซึ่งหน้า (Face to Face) รับฟังความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายและนำมาพัฒนาประเด็นข่าวสารให้เหมาะสมและครอบคลุม การถอดบทเรียนด้านการสื่อสารทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤต เพื่อนำมาปรับปรุง และจัดทำต้นแบบในการสื่อสารประชาสัมพันธ์ เนื้อหา การประชาสัมพันธ์

1.1.6 โครงการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ ดำเนินการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง เผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยแก่กลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ สื่อมวลชนต่างประเทศ และเครือข่ายต่างประเทศ ผ่านช่องทางการสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อหลัก สื่อออนไลน์ ในรูปแบบการผลิตและเผยแพร่สปอต สารคดีสั้น รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ Digital Content (Infographic / Video Clip) ตลอดจนการจัดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ เครือข่ายด้านสื่อสารมวลชนและความร่วมมือระหว่างประเทศผ่านกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเนื้อหาผ่าน สื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อดิจิทัล โดยมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายหลักของรัฐบาล เรื่องสื่อสารที่สำคัญด้านต่างประเทศ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ภายใต้แนวความคิดหลัก “New Chapter of Thailand ก้าวใหม่ไทยในช่วงหลังโควิด 19” จำนวน 4 เรื่อง ประกอบด้วย (1) APEC 2022&Hub Thailand (2) Tech and Innovation นวัตกรรมไทย ไฮ-เทคโนโลยี (3) Health Care สาธารณสุขไทยในระดับโลก และ (4) Thai Culture...Universal Soft Power วัฒนธรรมไทยก้าวไกลสู่สากล โดยสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วย สื่อมวลชนต่างประเทศ เครือข่ายประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ และชาวต่างประเทศ เพื่อสร้างทัศนคติเชิงบวก ความเชื่อมั่น โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย ซึ่งจะส่งผลต่อการค้าการลงทุน และการท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากมิติการสื่อสารกับกลุ่มต่างประเทศแล้ว ยังมีเป้าหมายสร้างความตระหนักรู้ในกลุ่มคนไทยให้รู้เข้าใจการต่างประเทศของไทย และเท่าทันสถานการณ์โลก ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

สำหรับการรับมือและบริหารข้อมูลข่าวสารด้านการต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด 19 กรมประชาสัมพันธ์ยังได้ทำงานร่วมกับศูนย์ข้อมูลบริหารสถานการณ์โควิด 19 (ศบค.) และกระทรวง

การต่างประเทศ เพื่อผลิตสื่อและจัดทำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์และการแก้ไขปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 เหตุการณ์สำคัญที่มีผลกระทบต่อคนไทยและชาวต่างประเทศ เพื่อใช้ประกอบการแถลงข่าวภาคภาษาอังกฤษของ ศบค. พร้อมทั้งเผยแพร่ข้อมูลของไทยส่งไปยังเครือข่ายต่างประเทศ ผ่านสื่อหลักและสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์ได้แก่ เว็บไซต์หลัก https://thailand.prd.go.th และhttp://thainews.prd.go.th/en Facebook : PR Thai Government / NBT world / Thai Thai by Madam Aree / Radio Thailand World Service / Twitter : PR Thai Government / Radio Thailand World Service ส่งผลให้ประชาชนชาวไทยได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากต่างประเทศ และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในสายตาชาวโลก

ในปี 2565 กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะอนุกรรมการและเลขานุการร่วมของคณะอนุกรรมการด้านประชาสัมพันธ์เพื่อเตรียมการจัดการประชุมผู้นำเขตเศรษฐกิจเอเปค และการประชุมที่เกี่ยวข้อง ในช่วงที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพเอเปค ปี 2565 ร่วมกับกรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ มีภารกิจในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนรับรู้ เข้าใจ และสามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของภาครัฐในการมีส่วนร่วมเป็นเจ้าภาพของไทย ทั้งในด้านสถานที่ การเดินทาง และเชิญชวนคนไทยมีส่วนร่วมเป็นเจ้าบ้านที่ดี ต้อนรับผู้เข้าร่วมประชุมเอเปค ตลอดจนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางการสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อหลัก สื่อออนไลน์ การผลิตสปอตวิทยุ/โทรทัศน์/รายการ/สกู๊ป/คลิปวิดีโอ/ดิจิทัลโพสต์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 - 8

นอกจากนี้ ยังมีการประชาสัมพันธ์ประชาคมอาเซียน ผ่าน**โครงการประชาสัมพันธ์ประชาคมอาเซียน** สร้างความตระหนักรู้ถึงประโยชน์และโอกาสของประชาคมอาเซียนแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างความรู้สึกของการเป็นพลเมืองอาเซียนอันจะนำไปสู่สังคมที่มีความไว้เนื้อเชื่อใจกัน รวมทั้งใช้สื่อกิจกรรมสร้างการมีส่วนร่วมและการพัฒนาศักยภาพของประชาชนให้มีขีดความสามารถเพื่อรองรับการแข่งขันและการเติบโตของภูมิภาค นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศและประชาคมอาเซียน โดยมุ่งเน้นการนำเสนอข้อมูลหรือเนื้อหาที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงประชาชน เป็นประเด็นใกล้ตัว ตรงความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย นำเสนอเรื่องราวตัวอย่างความสำเร็จผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งสื่อหลักและสื่อออนไลน์ ประกอบด้วย การผลิตสปอตวิทยุ/โทรทัศน์/รายการ/สกู๊ป/การจัดกิจกรรม ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 - 8 สำนักประชาสัมพันธ์จังหวัด 76 จังหวัด และสำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ เผยแพร่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์ http://www.aseanthai.net และเฟซบุ๊ก ข่าวสารอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์ เป็นต้น โดยในปี 2565 ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพการประชุมเจ้าหน้าที่อาวุโสสารนิเทศอาเซียน ครั้งที่ 19 โดยมีปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (นายธีรภัทร ประยูรสิทธิ) เป็นประธาน ผลการประชุมสรุปได้ว่าตลอดปี 2565 ทั้งเอเปค และอาเซียนต่างมีเป้าหมายร่วมกันคือการเร่งพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในประเทศสมาชิก โดยการแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับแผนงานและโครงการต่าง ๆ ที่สมาชิกได้ดำเนินการ เพื่อให้บรรลุ

เป้าหมาย โดยคาดหวังว่าความร่วมมือระหว่างเอเปค และอาเซียนจะสามารถสร้างผลประโยชน์ที่แท้จริงและนำไปใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม และตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs)

1.2 เนื้อหาประชาสัมพันธ์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

โครงการประชาสัมพันธ์การพัฒนาเกษตรและส่งเสริม SMEs เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน ดำเนินการประชาสัมพันธ์ใน 2 ประเด็นหลัก คือ (1) การพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชนและพัฒนา SMEs สู่สากล อาทิ นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานผู้ประกอบการยุคใหม่ การให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 การสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการทางการเงิน การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม การค้าออนไลน์ขยายและพัฒนาตลาด ยกระดับคุณภาพชีวิตแรงงานให้รับรู้สิทธิเข้าถึงบริการของรัฐ เป็นต้น และ (2) การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจ พิเศษ (EEC / SEC / พื้นที่เศรษฐกิจชายแดน) ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค นำไปสู่การพัฒนาศักยภาพการเกษตร อาทิ เกษตรสร้างมูลค่า ช่องทางการตลาด ช่องทางการขายสินค้า / ผลผลิตทางการเกษตร การใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมช่วยเพิ่มรายได้ “ทำน้อย ได้มาก” เพื่อยกระดับเป็น Smart Farmer เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ (สินค้า GI) ผ่านช่องทางการสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อหลัก สื่อออนไลน์ ในรูปแบบการผลิตและเผยแพร่สปอต สารคดีสั้น รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์

1.3 เนื้อหาประชาสัมพันธ์ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

1.3.1 โครงการประชาสัมพันธ์การแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19)

ดำเนินการประชาสัมพันธ์ จากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ไม่เพียงส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน และระบบสาธารณสุขของประเทศแล้วยังส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม การเดินทาง ไปจนถึงวิถีชีวิต การปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียน การทำงาน หรือแม้แต่การใช้ชีวิตทั่วไปของผู้คนทั่วโลก ซึ่งแต่ละประเทศต้องกำหนดแนวทาง มาตรการ วิธีการแก้ไขปัญหา และผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในระยะสั้น และระยะยาว ควบคู่ไปกับการป้องกันและสกัดกั้นการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 กรมประชาสัมพันธ์ จึงได้จัดทำโครงการประชาสัมพันธ์การแก้ไขปัญหา โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ประชาชนเกี่ยวกับสถานการณ์ทั่วไป แนวทางการป้องกัน และมาตรการการแก้ไข และบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนจากไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) พร้อมทั้งสนับสนุนการให้ข้อมูลภาครัฐตามความเป็นจริงที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ ลดข่าวลวง และร่วมสร้างความร่วมมือร่วมใจจากทุกภาคส่วนในการฝ่าฟันวิกฤตเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ผ่านการประชาสัมพันธ์ใน 5 มิติ ได้แก่ (1) การเผยแพร่สถานการณ์และการแก้ไขปัญหาประจำวัน (2) การป้องกันตัวเองจากโควิด (3) ด้านสาธารณสุข (4) มาตรการและการแก้ไขปัญหาของภาครัฐ นโยบายเยียวยาประชาชนและภาคธุรกิจ (5) การแก้ไขปัญหาด้านความมั่นคง / สังคม / ต่างประเทศ และผ่านช่องทางการสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งสื่อหลัก สื่อออนไลน์ ในรูปแบบการผลิตและเผยแพร่สปอต สารคดีสั้น รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์

1.3.2 โครงการประชาสัมพันธ์สัตว์ปลอดโรค คนปลอดภัย จากโรคพิษสุนัขบ้า ดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามพระปณิธานศาสตราจารย์ ดร. สมเด็จพระเจ้าน้องนางเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี กรมพระศรีสวางควัฒน วรขัตติยราชนารี โดยมีเป้าหมายการให้ความสำคัญกับการเลี้ยงสัตว์ เช่น สุนัข แมว และสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมทุกชนิด ภายใต้การประชาสัมพันธ์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงดูสัตว์ที่เป็นพาหะของโรคพิษสุนัขบ้า สร้างความเชื่อมั่นโครงการสัตว์ปลอดโรค คนปลอดภัยจากโรคพิษสุนัขบ้า โดยสนับสนุนให้ประชาชนเกิดความรักและเมตตาต่อสัตว์ เกิดความร่วมมือในการลดการกระจายของโรค โดยนำสุนัขเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันพิษสุนัขบ้าและเห็นความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐ เช่น การเฝ้าระวัง แจ้งเบาะแส การพบเห็นสุนัขบ้า หรือพบเห็นการเลี้ยงสุนัขไม่ถูกวิธี อีกทั้งร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการจัดหาและจัดการศูนย์พักพิงสุนัขจรจัดให้มีที่อยู่อาศัยตามโครงการ เพื่อควบคุมประชากรสุนัขในเขตชุมชนและพื้นที่สาธารณะที่ทำให้เกิดการระบาดของโรคพิษสุนัขบ้า โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์ ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อดิจิทัล อาทิ รายการโทรทัศน์ สกู๊ปข่าว โทรทัศน์ รายการวิทยุ สปอตวิทยุ คลิปวิดีโอ เผยแพร่ทางเว็บไซต์และขยายผลทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

1.3.3 โครงการรณรงค์ใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และรู้เท่าทันสื่อ ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์การใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และรู้เท่าทันสื่อเป็นประเด็นสำคัญที่อยู่ในแผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชนเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งกรมประชาสัมพันธ์เป็นหนึ่งในหน่วยงานที่รับผิดชอบและมีบทบาทภารกิจในด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนประชาชนทั่วไป และผู้สูงอายุที่ใช้สื่อโซเชียลมีเดีย โดยมุ่งเน้นสื่อสารสร้างความตระหนักรู้ให้ประชาชนสามารถแยกแยะข่าวจริง ข่าวลวงได้ รู้จักเลือกเสพสื่อที่มีคุณค่า และใช้ช่องทางในการตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร ประเด็นการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย สร้างความตระหนักรู้และให้ความรู้ประชาชน ให้สามารถแยกแยะข่าวจริงข่าวปลอมได้ ให้ประชาชนรู้จักเลือกเสพสื่อที่มีคุณค่า มีความคิดสร้างสรรค์ สร้างการรับรู้เรื่องโทษจากการกระทำผิดทางคอมพิวเตอร์ เพื่อช่วยลดเรื่องการกระทำผิดอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ การใช้สื่อกลั่นแกล้งผู้อื่น พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อบุคคลอื่นในโลกออนไลน์ เด็กกับสื่อออนไลน์ที่ควรระมัดระวัง ช่องทาง วิธีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารก่อนเชื่อ ก่อนแชร์ โดยผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อหลัก สื่อออนไลน์ และสื่อกิจกรรม รวมถึงการร่วมมือกับเครือข่ายที่ขับเคลื่อนการรู้เท่าทันสื่อในการร่วมรณรงค์ให้กับสังคม

1.4 เนื้อหาประชาสัมพันธ์ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคทางสังคม

โครงการประชาสัมพันธ์เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย (โครงการบูรณาการ) มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย สร้างความเชื่อมั่นในข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานตามแผนประชาสัมพันธ์เตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสังคมสูงวัย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน มีส่วนร่วมในการเตรียมความพร้อมทั้งร่างกาย จิตใจ

สภาพแวดล้อม เพื่อรองรับสังคมสูงวัย มีเนื้อหาการประชาสัมพันธ์หลัก ประกอบด้วย สถานการณ์สังคมสูงวัยของประเทศไทย การคาดการณ์จำนวนผู้สูงอายุของไทย ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นโยบาย แนวทางมาตรการเตรียมการรับมือของไทย **มิติสุขภาพ** การดูแลรักษาสุขภาพ โรคและความเสี่ยงจากสุขภาพที่จะส่งผลกระทบเมื่อสูงอายุ เช่น โรคที่เกิดจากการทำงาน โรคที่เกิดจากการใช้ชีวิตประจำวันที่ไม่ถูกต้อง การพลัดตกหกล้ม **มิติเศรษฐกิจ** การออมเงินและการบริหารหนี้ **มิติสิ่งแวดล้อม** การสร้าง ดูแลที่อยู่อาศัย สภาพแวดล้อมให้เหมาะสมเมื่อสูงวัย และ**มิติสังคม** การอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขของคนทุกวัย เผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มก่อนวัยสูงอายุ (25 - 59 ปี) และกลุ่มสูงอายุ 60 ปีขึ้นไป ผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อดิจิทัล อาทิ รายการโทรทัศน์ สกู๊ปข่าว โทรทัศน์รายการวิทยุ สปอตวิทยุ สารคดีเชิงข่าววิทยุ คลิปวิดีโอ เผยแพร่ทางเว็บไซต์ และขยายผลทางสื่อสังคมออนไลน์

1.5 เนื้อหาประชาสัมพันธ์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โครงการประชาสัมพันธ์การรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ภายใต้เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การจัดการมลพิษ การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการบริหารจัดการแร่ เน้นให้ความสำคัญในประเด็น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ การแก้ไขปัญหามลพิษในเมืองใหญ่ ผลกระทบและความเสี่ยงทั้งในปัจจุบันและอนาคตที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อเกษตรกร ประชาชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง แนวทางปฏิบัติสำหรับประชากร ในการปรับหรือลดพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดมลพิษและก๊าซเรือนกระจก เช่น การปลูกต้นไม้บริเวณบ้านหรือสถานที่ทำงาน การลดการใช้ยานพาหนะหรือใช้เท่าที่จำเป็น เผยแพร่ผ่านสื่อกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อดิจิทัล เช่น รายการโทรทัศน์ “รอบภูมิภาค” รายการวิทยุ สปอตวิทยุ สารคดีสั้น และ คลิปวิดีโอ เผยแพร่ทางเว็บไซต์ รวมถึงขยายผลทางสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น

สื่อประชาสัมพันธ์

1.6 เนื้อหาประชาสัมพันธ์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

1.6.1 โครงการประชาสัมพันธ์การต่อต้านการทุจริตและประพฤติมิชอบ (โครงการบูรณาการ) สาระสำคัญในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มี 3 ด้าน คือ (1) ปลูกฝัง วางรากฐานทางความคิดพื้นฐานของประชาชนในการต่อต้านการทุจริต โดยให้ความรู้ว่าโกงคืออะไร อะไรคือโกง เชื่อมโยงความรู้หน้าที่พลเมืองตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 50 (10) (2) ป้องกัน ส่งเสริมค่านิยมที่ถูกต้องและมาตรการต่อต้านการทุจริต โดยเฉพาะให้รู้จักแยกแยะผลประโยชน์ส่วนตนและส่วนรวม โดยยกสถานการณ์การทุจริตที่เกิดขึ้น พฤติกรรมจากจุดเล็ก ๆ ที่มองว่าธรรมดาจนไปถึงเชิงนโยบาย และ (3) ปราบปราม ในมิติของภาคประชาสังคม ต้องมีความละอายและไม่ทนต่อการทุจริตและประพฤติมิชอบตามหน้าที่พลเมืองไทยที่ดี ตั้งแต่เรื่องเล็ก ๆ จนถึงเรื่องใหญ่ในมิติของภาครัฐที่มีหน้าที่ คือ รู้จักหน้าที่ของการเป็นเจ้าหน้าที่รัฐที่การทุจริตเป็นความผิดวินัยร้ายแรงและอาญา ต้องมีกระบวนการทำงานและ

กลไกในการป้องกันและปราบปรามการทุจริตที่ได้รับความไว้วางใจและเชื่อมั่นว่าจะสามารถปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนและของชาติได้อย่างรวดเร็ว เป็นธรรมและเท่าเทียม โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อดิจิทัล สื่อกิจกรรม ประกอบด้วย รายการโทรทัศน์ (ทั้งภาษาไทยกลางและภาษาถิ่น) ประกอบด้วย สื่อวิทยุโทรทัศน์ ได้แก่ ผลิตรายการโทรทัศน์ความยาวไม่เกิน 30 นาที (ใน-นอกสถานที่) ผลิตสปอต (มีตัวแสดง) ความยาว 30 วินาที ผลิตรายงานพิเศษข่าว (สกู๊ปข่าว) ความยาว 3 นาที สื่อวิทยุกระจายเสียง ได้แก่ ผลิตรายการความยาวไม่เกิน 30 นาที ผลิตสปอตวิทยุ สื่อดิจิทัล ได้แก่ ผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ Facebook Hero ต้านโกง ผลิตคลิปวิดีโอ ผลิตคลิป TikTok และผลิตดิจิทัลโพสต์ภาษาอังกฤษ

1.6.2 โครงการประชาสัมพันธ์การพัฒนาประสิทธิภาพภาครัฐยุคใหม่ ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารภายใต้ประเด็นประชาสัมพันธ์ ดังนี้ (1) แนวทางการเข้าถึงการบริการข้อมูลดิจิทัลสำคัญของภาครัฐที่มีคุณภาพ ได้รับความสะดวก รวดเร็ว เสียค่าใช้จ่ายน้อย และตรงตามความจำเป็นทั้งในสภาวการณ์ปกติและฉุกเฉินเร่งด่วน (2) การบูรณาการแลกเปลี่ยนข้อมูลและข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) (3) ดิจิทัลแพลตฟอร์มและบริการดิจิทัล (4) แนวทางการดำเนินงาน ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง และกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการจัดบริการสาธารณะ (5) ประชาสัมพันธ์ช่องทางเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้บริการสาธารณะของหน่วยงานเพื่อความเสมอภาค ครอบคลุมและเท่าเทียม (6) กฎหมายเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการนโยบายสาธารณะ (7) ความสำคัญของการผลักดันร่างพระราชบัญญัติการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการนโยบายสาธารณะ พ.ศ..... และ (8) กระบวนการนโยบายสาธารณะทั้งในระดับชาติ และระดับท้องถิ่น โดยดำเนินการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อดิจิทัล สื่อกิจกรรม

2. การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต

ในปีงบประมาณ 2565 กรมประชาสัมพันธ์ได้ปฏิบัติหน้าที่ในฐานะหน่วยงานหลักด้านการประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตทุกระดับ โดยเฉพาะสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลกระทบวงกว้างทุกระดับในประเทศ กรมประชาสัมพันธ์ทุ่มเทกำลังความสามารถเพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคโควิด 19 การปฏิบัติตน การรับความช่วยเหลือจากภาครัฐและภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ การดำเนินชีวิต เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็ว ทันท่วงทีต่อสถานการณ์ ภายใต้ **โครงการประชาสัมพันธ์มาตรการแก้ไขปัญหาโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)** และการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องจากปีงบประมาณที่ผ่านมา ดังนี้

(1) สืบเนื่องจากที่ประชุม ศบค. เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2564 เห็นชอบให้จัดตั้ง "ศูนย์บริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤต" โดยมีรัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีเป็นหัวหน้าศูนย์ฯ และมีอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ เป็นเลขานุการและแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ จำนวน 2 ท่าน

ได้แก่ รองศาสตราจารย์เสรี วงษ์มณฑา และนายเกษมสันต์ วีระกุล เป็นบรรณาธิการบริหาร ทำหน้าที่วางยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก - เชิงรับ และกลยุทธ์การสื่อสารของศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด 19 เชื่อมโยงการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ติดตามและประมวลข้อมูลข่าวสาร รวมถึงกำหนดประเด็น กำหนดเวลาความถี่ และกำหนดผู้ให้ข้อมูล/ชี้แจง เพื่อสื่อสารกับประชาชน โดย ศบค. ได้เน้นย้ำให้ "ศูนย์บริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤต" ร่วมกับโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเชื่อมั่นในมาตรการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดและควบคุมพื้นที่ และขอความร่วมมือจากประชาชนเข้ารับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด 19 โดยเฉพาะประชาชนที่อยู่ในกลุ่มผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป กลุ่มผู้ป่วย 7 โรคเรื้อรัง และหญิงตั้งครรภ์ รวมถึงสื่อสารให้ประชาชนปฏิบัติตามแนวคิดการป้องกันแบบทั่วไป (Universal Prevention) มาตรการ D-M-H-T-T และป้องกันตนเองอย่างต่อเนื่อง มาตรการการเข้ารับการรักษาตามสิทธิการรักษาผู้ป่วยฉุกเฉินวิกฤต UCEP และ UCEP Plus การจัดการสอบและระบบการศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมการเปิดภาคการศึกษาแบบ On Site การบริหารจัดการด้านการบินและมาตรการสำหรับผู้ที่เดินทางเข้า-ออกประเทศ รวมไปถึงมาตรการที่สำคัญต่าง ๆ เพื่อปรับโรคโควิด 19 ให้เป็นโรคประจำถิ่น

กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะฝ่ายเลขานุการคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ จึงทำหน้าที่ในฐานะฝ่ายเลขานุการศูนย์บริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤต ร่วมกับ ศบค. ในการกำหนดประเด็นสำคัญจัดทำประเด็นประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานการณ์ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีนายเกษมสันต์ วีระกุล เข้าร่วมประชุมกับ ศปก.ศบค. เป็นประจำทุกสัปดาห์ พร้อมนำมติจากที่ประชุมมาขยายผลสร้างการรับรู้ด้วยการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้องทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เผยแพร่ทุกช่องทาง ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ข่าว รายการ สารคดี สปอต สกู๊ป คลิปแถลงข่าว คลิปจากข้อมูล ศบค. อินโฟกราฟิก รวมทั้งการดำเนินการควบคู่กับการแถลงข่าวและ Facebook ศูนย์ข้อมูลโควิด 19 ตั้งแต่วันที่ 6 มีนาคม 2564 เป็นต้นมา ปัจจุบันเพจดังกล่าว มีผู้ติดตาม 1,490,737 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2564 มากกว่า 262,000 คน (ปี 2564 มีผู้ติดตาม 1,228,908 คน) นอกจากนั้น ยังได้เพิ่มช่องทางให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวกมากยิ่งขึ้นแบบ one stop service รู้ทุกเรื่องโควิด 19 ทั้งภาษาอังกฤษ ไทย และจีน ผ่าน thailand-covid19.prd.go.th หรือศูนย์สื่อสารโควิด 19 อีกหนึ่งช่องทางด้วย

(2) ช่องทาง On Air โดยสถานีโทรทัศน์ NBT เป็นแม่ข่ายถ่ายทอดสดงานสำคัญ เช่น งานโดยเสด็จของพระมหากษัตริย์และพระบรมวงศ์ รวมถึงงานศาสนพิธีต่างๆ ขยายผลไปยังสื่อโทรทัศน์ 12 ช่อง พร้อมเครือข่ายเคเบิ้ลทีวี 250 สถานีใน 76 จังหวัดทั่วประเทศ และกรุงเทพมหานคร รวมทั้งสถานีวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์ 104 คลื่นความถี่ 75 สถานี และการ Live สดการแถลงข่าวผ่าน Live NBT2HD

ช่อง NBT ได้รับมอบหมายให้ถ่ายทอดงานกีฬาที่สำคัญระดับประเทศหลายรายการ อาทิ ถ่ายทอดสดฟุตบอลยูโร 2020 จากความร่วมมือระหว่างรัฐบาล บริษัท ซัมมิทฟุตแวร์ จำกัด โดย NBT2HD ช่อง 2 ที่เป็นสื่อกลางในการรับลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดการแข่งขัน เพื่อคนไทยได้ชมฟุตบอลยูโรครบทุกคู่ โดยดึงช่อง 3

พีพีทีวี และทรู ร่วมถ่ายทอดสดด้วย เช่นเดียวกับการแข่งขันซีเกมส์ ครั้งที่ 31 ที่ประเทศเวียดนาม โดย NBT ได้ร่วมมือกับช่องเอกชนถ่ายทอดสดการแข่งขันของนักกีฬาให้คนไทยได้รับชมฟรีตลอดการแข่งขัน

นอกจากนั้น NBT ยังคงปรับผังรายการเป็นสถานีโควิด 19 (COVD-19 TV) ต่อเนื่องมาจากปี 2564 และปรับผังรายการตามสถานการณ์เพื่อให้สอดคล้องกับการแถลงข่าวของ ศบค. รวมถึงปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการให้กลับมามีความเข้มข้น เน้นประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจต่อสถานการณ์ การแก้ไขปัญหาในทุกมิติ โดยเฉพาะการรับฟังความเดือนร้อนของประชาชน และประสานการช่วยเหลือเยียวยาจากภาคส่วนต่าง ๆ รวมทั้งไขข้อข้องใจให้ความชัดเจน และคลายความกังวลต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

(3) ช่องทาง Online บริหารจัดการเพจศูนย์ข้อมูลโควิด 19 เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารบนสื่อออนไลน์ รวมทั้ง ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ผ่านสื่อออนไลน์กรมประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ โดยสรุปผลการรับรู้ของประชาชนผ่านสื่อออนไลน์กรมประชาสัมพันธ์ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และเครือข่ายทุกช่องทาง มีจำนวนการเข้าถึง (ระหว่างเดือนตุลาคม 2564 - เดือนพฤษภาคม 2565 รวม 8 เดือน) มากกว่า มากกว่า 8 ล้านครั้ง (8,997,454 ครั้ง) การแชร์ 425,960 ครั้ง และการแสดงความคิดเห็น 99,113 ครั้ง

จากการดำเนินการดังกล่าว ส่งผลให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร ลดความตื่นตระหนก ป้องกันความเข้าใจผิด มีความเข้าใจในสถานการณ์ที่เกิดขึ้น มีช่องทางกลางระหว่างภาครัฐและประชาชน เพื่อรับฟัง แลกเปลี่ยน เสนอแนะแนวทาง ปัญหาความเดือนร้อนต่าง ๆ นำสู่การพิจารณากำหนดนโยบายและมาตรการให้ความช่วยเหลือ เพื่อแก้ไขปัญหาสถานการณ์ร่วมกัน

3. การดำเนินงานด้านการบริหารประเด็นและข่าว

กรมประชาสัมพันธ์ได้ให้ความสำคัญต่อการบริหารข่าวสารเพื่อนำสู่สาธารณะ ซึ่งนอกจากประเด็นสำคัญที่กำหนดขึ้นเพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งปีแล้ว ยังมีข้อมูลข่าวสารสำคัญจำเป็นที่เกิดขึ้นตามห้วงเวลาและสถานการณ์ รวมทั้งข้อมูลข่าวสารรอบรู้ต่าง ๆ ที่ประชาชนในแต่ละกลุ่ม แต่ละพื้นที่ต้องรู้ ควรรับรู้ อยากรู้ เพื่อนำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นไปสู่กลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ในทุกพื้นที่ของประเทศ สร้างโอกาสและลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารสาระประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต ผ่านช่องทางรูปแบบ และภาษาที่เหมาะสม โดยดำเนินการ ดังนี้

3.1 โครงการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ดำเนินการ 2 ด้านหลัก ๆ คือ

(1) บริหารประเด็นการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมถึงแก้ปัญหาข่าวปลอม โดยเชื่อมโยงการทำงานภายใต้คณะอนุกรรมการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารภาครัฐเพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้แก่ประชาชน และหน่วยงาน 20 กระทรวง ในการจัดการเนื้อหา (Content) เกี่ยวกับมติคณะรัฐมนตรี นโยบายสำคัญของรัฐบาล และเรื่องที่อยู่ในความสนใจของประชาชน 7 เรื่อง ได้แก่ (1) การฟื้นฟูผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเพื่อรับการเปิดประเทศในปี พ.ศ. 2565 (2) การพัฒนาทักษะอาชีพ

และการจัดหาตำแหน่งงานใหม่เพื่อความพร้อมต่อความต้องการหลังโควิด 19 (3) ระบบสาธารณสุขและการบริหารจัดการสถานการณ์โควิด 19 แบบเชิงรุก (4) ความเข้าใจถึงวิถีชีวิตแบบ New normal เพื่อใช้ชีวิตกับโควิด 19 ในระยะยาว (5) การบริหารจัดการควบคุมแรงงานต่างด้าว (6) ส่งเสริมค่านิยมที่ดีของไทย (7) การปราบปรามทุจริตและความโปร่งใสของรัฐ เรื่องจากศูนย์ดำรงธรรม ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์ ตู้ปณ.1111 ผลิตและเผยแพร่ในรูปแบบข่าว Text สารคดีข่าว บทความ รายงานพิเศษ คลิปวิดีโอ อินโฟกราฟิก ผ่านช่องทางที่หลากหลายทั้งสื่อในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ ทีวี วิทยุ สื่อออนไลน์ ช่องทางของเครือข่าย 20 กระทรวง เครือข่ายวิทยุชุมชน โดยช่องทางสื่อออนไลน์ เน้นเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์สำนักข่าว http://thainews.prd.go.th เว็บไซต์ข่าวจริงประเทศไทย http://www.realnewsthailand.net เพจข่าวจริงประเทศไทย เพจสำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูป ทำให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ สามารถนำไปอ้างอิงใช้ประโยชน์ได้ เช่น การแก้ข่าวปลอมกรณีสาวไทยอ้างถูกหลอกไปทำงาน ถูกบังคับค้าประเวณีที่ดูไบ “ไม่เป็นความจริง” การสร้างความเข้าใจเรื่องสงเคราะห์ค่าทำศพผู้สูงอายุรายละ 3 พันบาท เป็นต้น

(2) ID IA IR CHAT ดำเนินงานตามแนวทางการสร้างความรับรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2559 ร่วมกับสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี (สำนักโฆษก) และสำนักงาน ก.พ.ร. ในการกำหนดประเด็นที่มีผลกระทบต่อประชาชนโดยตรง หรือประเด็นที่สื่อมวลชนอาจนำเสนอข้อมูลที่ ไม่ถูกต้อง ไม่ครบถ้วน ให้ส่วนราชการ องค์การมหาชน รัฐวิสาหกิจ ชี้แจงให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจให้ทันสถานการณ์เน้นการสื่อสารที่เข้าใจง่าย ผ่านระบบการชี้แจงประเด็นสำคัญที่ทันต่อสถานการณ์ โดยสื่อในสังกัด กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ขยายผลผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ ทั้งยังขยายผลไปยังเครือข่ายประชาสัมพันธ์ เช่น วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว เพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ถูกต้องไม่บิดเบือน เป็นประโยชน์ น่าเชื่อถือ และทันต่อสถานการณ์ เช่น การชี้แจงของกระทรวงแรงงานกรณีสาวไทยถูกหลอกไปทำงานบังคับค้าประเวณีที่ดูไบ เป็นต้น

3.2 โครงการดำเนินงานด้านข่าวโทรทัศน์และข่าววิทยุกระจายเสียง นำเสนอข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐบาล ความเคลื่อนไหวรอบด้านสถานการณ์ปัจจุบัน สถานการณ์ความเคลื่อนไหวด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ รายงานข่าวของประเทศ ในกลุ่มอาเซียน ข่าวศิลปะ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ข่าวกีฬา ข่าวในพระราชสำนัก ตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานของรัฐกับประชาชน รวมทั้งดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐบาล สถานการณ์ความเคลื่อนไหว ทางเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา วัฒนธรรม และกีฬา ทั้งในและต่างประเทศ ในรูปแบบข่าวและรายงานข่าวประจำวันทั้งในและนอกสถานที่ การจัดรายการข่าวสัญจร การรายงานข่าวภารกิจเร่งด่วน การรายงานข่าวเฉพาะกิจ การลงพื้นที่ติดตามทำข่าวและรายงานสด การประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) สัญจร คลิปข่าว Insight ครม. รายงานพิเศษ ตามนโยบายสำคัญของรัฐบาล ในช่วงเวลาต่าง ๆ ทุกวัน ทั้งข่าวภาคหลัก และข่าวต้นชั่วโมง รวม 9 ชั่วโมงต่อวัน ระหว่างเวลา 05.00 - 24.00 น.

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) มีการประเมินผลโดยวัดเรตติ้ง (Rating) การรับชมทีวีสาธารณะภาครัฐ เพื่อสำรวจพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ของผู้ชม ทำให้ทราบว่าเนื้อหาที่นำมาผลิตรายการได้รับความนิยมในกลุ่มคนอายุเท่าไร รับชมในช่วงเวลาใด เนื้อหาใดของช่อง NBT ที่มีผู้รับชมมากที่สุด และการสื่อสารข่าวสารภาครัฐไปถึงประชาชนมากน้อยแค่ไหน โดยวัดผลเรตติ้งทุกรายการของสถานี

ลำดับเรตติ้งข่าวของช่อง NBT2HD ปี 2565

ประเภทรายการ	รายการ	เรตติ้ง (Rating)
ข่าว	NBT NEWS ข่าวค่ำ	0.156 (รับชม 98,508 คน/นาที)
	NBT NEWS ข่าวดึก	0.111 (รับชม 70,092 คน/นาที)
	NBT NEWS ข่าวเที่ยง	0.067 (รับชม 42,308 คน/นาที)

กรมประชาสัมพันธ์ยังได้ปรับรูปแบบการนำเสนอข่าวในทุกภาคข่าว โดยเน้นนำเสนอข่าวที่เป็นข้อเท็จจริง เชื่อถือและอ้างอิงได้ โดยเน้นภาษาที่เข้าใจง่ายสื่อสารให้ประชาชนรับทราบสาเหตุ ที่มา หรือความสำคัญของนโยบายและโครงการที่รัฐบาลดำเนินการ ความคืบหน้าในการดำเนินงาน รวมถึงประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับจากโครงการนั้น ๆ รวมทั้ง เพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชน เช่น การเปิดโอกาสให้ผู้ชม ผู้ฟังแสดงความคิดเห็น หรือร้องทุกข์ ซึ่งทำให้ทราบถึงปัญหา ความต้องการ และข้อเสนอแนะจากประชาชน เพิ่มช่องทางการนำเสนอข่าวไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นทำงานคู่ขนานระหว่างสื่อโทรทัศน์ / สื่อวิทยุ และ Social Media เพื่อเพิ่มฐานผู้ชมให้กับรายการข่าวของสถานี อาทิ การจัดรายการเรื่องดังหลังข่าว ซึ่งเป็นรายการสด นำเสนอการเล่าข่าวประเด็นในกระแส นโยบายรัฐบาล หรือประเด็นสำคัญต่าง ๆ ที่เจาะลึกลงรายละเอียด คลี่ประเด็นเพื่อสร้างความเข้าใจให้ประชาชน รวมถึงจะมีการสัมภาษณ์แหล่งข่าวและนำเสนอสกู๊ปสอดแทรกเพื่อสร้างสีสันในรายการด้วย ซึ่งขณะที่รายการออกอากาศสดทางช่อง NBT 2HD จะออกอากาศสดผ่านทาง Facebook ควบคู่

ไปด้วย ผู้ชมจึงมีช่องทางในการรับชมเพิ่มขึ้น รวมถึงสามารถแสดงความคิดเห็นขณะที่รายการออกอากาศได้ด้วย สำหรับข่าวประจำวัน สกู๊ปข่าว การรายงานสด ที่นำเสนอในช่วงข่าวต่าง ๆ จะถูกเผยแพร่ลงบน YouTube เพื่อให้ประชาชนรับชมข่าวสารย้อนหลังได้ และจะนำเสนอในข่าวสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ ในรูปแบบที่สอดคล้องกับความสามารถของแต่ละแพลตฟอร์ม และพฤติกรรมผู้รับสารที่ใช้แพลตฟอร์มนั้น ๆ เพื่อให้ข่าวสารเข้าถึงประชาชนได้ในทุกกลุ่มเป้าหมาย เช่น การเผยแพร่ผ่าน Facebook Fanpage Live NBT2HD และ Fanpage NBT 2HD โดยจะอัพเดตข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน เช่น การพยากรณ์อากาศ มาตรการโครงการช่วยเหลือประชาชน รวมถึงความเดือดร้อนของประชาชน ฯลฯ อีกทั้งได้ขยายช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารในสื่อดิจิทัล ทั้ง Twitter: NBT2HDNews Youtube ช่อง News NBT Thailand ช่อง NBT 2HD แพลตฟอร์ม Tiktok ช่อง NBT2HD ช่อง NBT2HDnews และช่องข่าวศิลปวัฒนธรรมบันเทิงNBT โดยมียอดผู้ติดตามสื่อดิจิทัล ในสังกัด NBT2HD รวมกว่า 1 ล้านยูสเซอร์ ส่วนการจัดรายการวิทยุ “ข่าวยามเช้า” ที่ออกอากาศทางสื่อวิทยุ ก็จะออกอากาศสดทาง Facebook ควบคู่ไปด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ได้เพิ่มการสื่อสาร 2 ทางระหว่างสถานีวิทยุโทรทัศน์ในส่วนกลาง และสถานีวิทยุโทรทัศน์ดิจิทัล 4 ภูมิภาค (เหนือ อีสาน กลาง ใต้) มีการทำข่าวเชิงบูรณาการโดยเป็นการรายงานสดจากในพื้นที่มายังส่วนกลาง ในช่วงข่าวภูมิภาค “รอบทิศถิ่นไทย” เพื่อให้ประชาชนได้สัมผัสบรรยากาศจากสถานที่จริง เป็นการสร้างสีสันในการรับชมข่าวอีกทางหนึ่ง เป็นการประชาสัมพันธ์ประเพณีวัฒนธรรมของแต่ละจังหวัด ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องในพื้นที่ได้อย่างเป็นปัจจุบัน ส่งผลให้มีผู้รับชม รับฟังข้อมูลข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น

3.3 โครงการพัฒนาสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยภาคพื้นดินในระบบดิจิตอลระดับภูมิภาค 4 ภาค (ทีวีภูมิภาค) กสทช. ออกใบอนุญาตทีวีดิจิตอลระดับภูมิภาค 4 สถานี เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2564 ในฐานะหน่วยงานด้านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ของประเทศ กรมประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาส และความเท่าเทียมในการรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ของประชาชนไม่เพียงคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ดังนั้น ข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่สู่ประชาชนในแต่ละพื้นที่ จึงควรมีประเด็น เนื้อหาและสาระประโยชน์ที่แตกต่างกัน ตอบสนองต่อความต้องการ และสภาพปัญหาที่แตกต่างกัน โดยกรมประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินการพัฒนาช่องทางสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การพัฒนา NBT ภูมิภาคให้เป็นสถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัล ระดับท้องถิ่น 4 ภูมิภาค (เหนือ อีสาน กลาง ใต้) โดยมีหลักการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ นโยบาย การดำเนินงานภาครัฐ ข่าวสารประจำวันที่เกี่ยวข้องในแต่ละพื้นที่ซึ่งมีความแตกต่างกัน การเชื่อมโยงนโยบายและการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่ เป็นการเติมเต็มข้อมูลข่าวสารที่สื่อจากส่วนกลางไม่สามารถนำเสนอได้ โดยการใช้ภาษาถิ่น ที่เข้าใจง่าย สร้างความรู้สึกเป็นกันเอง ใกล้ชิดกับผู้ชม และสามารถส่งข้อมูลถึงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละภูมิภาคได้ตรงตามต้องการ รวมทั้งเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาค ภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน การสืบสานประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น สร้างโอกาสและการมีส่วนร่วมในการ

ใช้ช่องทางการสื่อสารของรัฐในการพัฒนาท้องถิ่น ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ ส่งเสริมวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชาติ โดยการอนุรักษ์และเผยแพร่ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปะ ภูมิปัญญา ภาษาไทย ภาษาถิ่น เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจ และเป็นการกระตุ้นกระแสวัฒนธรรมไทย ที่สำคัญทีวีภูมิภาคได้กลายเป็นเครื่องมือในการช่วยในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในพื้นที่ได้อย่างรวดเร็ว ทันเวลา และตรงจุดในแต่ละพื้นที่

และด้วยทีวีดิจิทัลภูมิภาค มีจุดเด่นในเรื่องความน่าเชื่อถือ และผู้ชมรู้สึกคุ้นเคยใกล้ชิด เนื่องจากมีการใช้ภาษาถิ่นที่สอดคล้องกับภูมิสังคม และเลือกสื่อสารด้วยเรื่องราวที่ใกล้ตัว ซึ่งตรงตามวัตถุประสงค์ของการตั้งสถานี จึงทำให้ผลการประเมินการรับชมสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลภูมิภาคของกรมประชาสัมพันธ์ (ช่อง 11) 4 สถานี ที่มีผู้ตอบแบบสอบถาม อายุระหว่าง 15- 60 ปี ทั่วประเทศ จำนวนกว่าหนึ่งพันคน สะท้อนให้เห็นถึงกระแสการตอบรับที่ดี โดยมีผู้เปิดรับชมทีวีดิจิทัลภูมิภาคทั้ง 4 สถานี ทั่วประเทศไทย มากถึงร้อยละ 69 หรือประมาณ 625 คน

3.4 โครงการพัฒนาสถานีโทรทัศน์ภาคภาษาอังกฤษและสถานีโทรทัศน์อาเซียน (NBT World) NBT World เป็นสื่อของรัฐเพียงหน่วยงานเดียว ที่ผลิตรายการและรายการข่าว ได้แก่ รายการข่าวภาคหลัก Newsline รายการ Thailand Today เป็นต้น รวมถึงข้อมูลข่าวสารภาคภาษาอังกฤษเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาล ขยายผลมติการประชุมคณะรัฐมนตรี เนื้อหาครอบคลุมทุกด้าน ทั้งสังคม เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรม เพื่อเผยแพร่ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งออนแอร์ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) และออนไลน์ ได้แก่ เว็บไซต์ และสื่อโซเชียล ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ชาวต่างประเทศ ในประเทศไทย ชาวต่างประเทศในต่างประเทศ ชาวไทยในต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันการศึกษา เพื่อลดข่าวลวง ข่าวบิดเบือนที่เกี่ยวกับประเทศไทย สร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทย

4. การขยายความร่วมมือกับองค์กร หน่วยงาน และเครือข่าย เพื่อความร่วมมือสนับสนุนงานสื่อสารประชาสัมพันธ์อย่างมีเอกภาพและคุณภาพ

4.1 โครงการสร้างและพัฒนาเครือข่ายประชาสัมพันธ์ มีเป้าหมายให้เครือข่ายได้มีการเพิ่มพูนองค์ความรู้ ความสามารถ ทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ การสื่อสารมวลชน กฎหมาย และเทคโนโลยี ผ่านการอบรมให้ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานเครือข่ายระหว่างกัน ซึ่งเครือข่ายจะต้องผ่านการอบรมจากกรมประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งในด้านการเขียน การพูด การพัฒนาบุคลิกภาพ และเทคนิคการประชาสัมพันธ์สู่ประชาชน ทั้งนี้ เครือข่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิก อป.มช. ของกรมประชาสัมพันธ์มีอยู่ทุกจังหวัดทั่วประเทศไทย ซึ่งทำหน้าที่สำคัญในการบริการข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน โดยสมาชิก อป.มช. เป็นสมาชิกที่มีบทบาทในชุมชน ดังนั้นการสร้างและพัฒนาเครือข่ายจะสามารถขยายผลข้อมูลข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะของแต่ละเครือข่ายได้อย่างทั่วถึง โดยมีรูปแบบหรือวิธีการนำเสนอที่ตรงกับความต้องการของประชาชน โดยเฉพาะเครือข่ายในพื้นที่ ซึ่งพูดภาษาเดียวกัน เติบโตมาด้วยกัน รู้กาลเทศะ

รู้อัธยาศัย รู้จริตคนฟังเป็นอย่างไร ไปสื่อสารสร้างความเข้าใจ นำนโยบายที่อยู่ไกลตัวมาใกล้ชิดชาวบ้านมากยิ่งขึ้น โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ได้ดำเนินการ 2 เรื่องหลัก ๆ คือ

(1) การสำรวจ จัดเก็บข้อมูลเครือข่ายด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ จัดแยกประเภทเครือข่ายที่ชัดเจนออกเป็น 6 เครือข่าย ประกอบด้วยอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้านและชุมชน (อป.มช.) จำนวน 2,765 คน วิทยุชุมชน/หอกระจายข่าว จำนวน 2,332 คน สื่อมวลชน (สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ช่างภาพ และสื่อท้องถิ่น) จำนวน 1,572 คน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จำนวน 1,227 คน บุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน จำนวน 391 คน และเครือข่ายอาสาสมัครอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ จำนวน 210 คน รวมทั้งสิ้น 8,497 คน และอยู่ระหว่างการสร้างและพัฒนาอีกประมาณ 700 คน รวมทั้งสิ้น 9,197 คน ข้อมูลการสำรวจเครือข่ายดังกล่าวได้นำไปเป็นหนึ่งในฐานข้อมูลสำคัญในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านเครือข่ายของกรมประชาสัมพันธ์ระยะ 1 ปี (2565) และระยะ 5 ปี (2564 - 2568) เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ที่มีรูปแบบที่ชัดเจน เป็นรูปธรรมดำเนินการได้จริง

(2) จัดอบรม/สัมมนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ภายใต้โครงการสร้างและพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์เพื่อบริการข้อมูลข่าสารไปสู่ประชาชนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 จำนวน 2 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมอบรม/สัมมนาสร้างและพัฒนาเครือข่ายฯ ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด 45 จังหวัด จำนวน 29 ครั้ง และกิจกรรมรวมพลังเครือข่ายหอกระจายข่าวครอบคลุมในจังหวัดพื้นที่ สปข.1 และ สปข.5 โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างและพัฒนาเครือข่ายหอกระจายข่าว อสม. อป.มช. นักจัดรายการ วิทยุชุมชน เป็นต้น อันนำไปสู่การขยายผลการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และนำนโยบายสำคัญจากภาครัฐไปสู่ประชาชน

(3) การประสานความร่วมมือในการทำงาน คือ การนำข้อมูลข่าวสารสำคัญจากภาครัฐผ่านเครือข่ายไปสู่ประชาชนในแต่ละพื้นที่ โดยจัดทำข้อมูลข่าวสารสำเร็จรูป ส่งต่อในไลน์กลุ่ม เพื่อขยายผลการประชาสัมพันธ์ให้มีความรวดเร็ว ทันเวลามากยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นการประสานความร่วมมือกันในการทำงานประชาสัมพันธ์ระหว่างรัฐและประชาชน โดยผ่านสื่อบุคคลที่ใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่ สามารถเป็นช่องทางและเป็นแกนกลางสำคัญในการเชื่อมโยง ขยายผล และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ส่งผลให้ประชาชนรับรู้ และเข้าใจ ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนนโยบายจากรัฐบาลที่เกี่ยวข้องที่ถูกต้อง ชัดเจน น่าเชื่อถือ และทั่วถึงยิ่งขึ้น

4.2 โครงการความร่วมมือระหว่างประเทศ ดำเนินการส่งเสริมความสัมพันธ์ รักษาและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการประชาสัมพันธ์ สื่อสารมวลชนและสารสนเทศกับต่างประเทศ องค์การระหว่างประเทศ และหน่วยงานสำคัญที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเป็นตัวแทนประเทศไทยเข้าร่วมประชุม/กิจกรรมภายใต้ความร่วมกับองค์การระหว่างประเทศที่ไทยเป็นสมาชิก ได้แก่ สหภาพวิทยุ-โทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก (ABU) สถาบันพัฒนากิจการวิทยุ-โทรทัศน์แห่งเอเชีย-แปซิฟิก (AIBD) สมาคมอนุรักษ์สื่อโสตทัศน์แห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และแปซิฟิก (SEAPAVAA) สมาคมอนุรักษ์เสียงและโสตทัศน์ระหว่างประเทศ (IASA) และสมาคม

ประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) และองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) รวมถึงการประชุม/กิจกรรมภายใต้ความร่วมมือตามพันธสัญญา (MOU) เพื่อร่วมกำหนดนโยบาย/แผนการดำเนินงานขององค์การฯ ที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกและรักษาผลประโยชน์ รวมถึงการส่งบุคลากรเข้ารับการอบรมในหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านวิทยาการ นวัตกรรม ความก้าวหน้า ของเทคโนโลยีด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน สามารถนำความรู้มาพัฒนาตนเองในการผลิตสกู๊ปข่าวและรายงานพิเศษเผยแพร่ทางสื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ ตลอดจนนำองค์ความรู้ที่ได้รับมาถ่ายทอดแก่บุคลากรอื่น ๆ และนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานขององค์กร บุคลากร กรมประชาสัมพันธ์ยังได้รับองค์ความรู้และแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อนำมาพัฒนางานด้านสื่อสารมวลชนให้ทัดเทียมนานาประเทศ เนื่องจากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทั่วทุกภูมิภาค ตั้งแต่ปี 2563 ต่อเนื่องมาถึงปี 2565 จึงยังไม่สามารถเดินทางไปประชุมหรืออบรมในต่างประเทศ โดยปรับรูปแบบเป็นการประชุมทางไกลแทน และเน้นการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เตรียมการเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมเอเปคของไทย ในช่วงปลายปี 2565 ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์สร้างความเชื่อมั่นในการเป็นเจ้าภาพการประชุมระดับโลก สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยสู่กลุ่มเป้าหมาย

4.3 โครงการยกระดับสถาบันการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างมาตรฐานวิชาชีพและพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ ในปีงบประมาณ 2565 สถาบันการประชาสัมพันธ์ พัฒนาหลักสูตร/ชุดวิชาด้านการสื่อสารในยุคดิจิทัลโดยปรับเปลี่ยนเพิ่มเติมชุดวิชาที่ผ่านความเห็นชอบจากคณะอนุกรรมการพัฒนาบุคลากรด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนของประเทศ เช่น การสร้างการบอกต่อ การผลิตสื่อ การสื่อสารภาวะวิกฤต และรู้เท่าทันสื่อ เป็นต้น มาปรับปรุงในหลักสูตรของสถาบันการประชาสัมพันธ์ที่มีในปัจจุบันเพื่อให้ทันสมัยสอดรับกับสถานการณ์ รวมทั้งพัฒนารูปแบบจัดทำเป็นสื่อการเรียนรู้ทางอิเล็กทรอนิกส์ในชุดวิชา “การสื่อสารในภาวะวิกฤต” และ “การผลิตสื่อดิจิทัล” บรรจุลงในระบบ E-Learning (IPRMOOC) ของสถาบันการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง และให้บุคลากรที่สนใจสามารถเข้าถึงความรู้ได้ด้วยตนเองอย่างไม่จำกัดสถานที่และเวลา และจัดทำสื่อเผยแพร่องค์ความรู้จากการจัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ “เปิดความคิด ผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์” แก่ผู้ที่สนใจ นำไปพัฒนาทักษะ Up-Skill/Re-Skill ด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารของภาครัฐในยุคดิจิทัล ให้สามารถพัฒนารูปแบบผลิตสื่อให้น่าสนใจและสามารถผลิตชิ้นงานคุณภาพได้มากยิ่งขึ้น

<u>5. การขับเคลื่อนการดำเนินงานโครงการสำคัญ (Flagship) และโครงการตามแผนปฏิรูปประเทศ</u>

5.1 การจัดทำและเตรียมการบังคับใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน โดยเมื่อวันที่ 11 มกราคม 2565 คณะรัฐมนตรีเห็นชอบร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน พ.ศ. .... ที่สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณาแล้ว ตามที่สำนักนายกรัฐมนตรี โดยกรมประชาสัมพันธ์เสนอ และให้ส่งคณะกรรมการประสานงานสภาผู้แทนราษฎรพิจารณาก่อนเสนอรัฐสภาต่อไป โดยให้แจ้งประธานรัฐสภาทราบด้วยว่าร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ตราขึ้นเพื่อดำเนินการ

ตามหมวด 16 การปฏิรูปประเทศของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของคณะกรรมการประสานงานสภาผู้แทนราษฎรพิจารณา ก่อนเสนอรัฐสภาพิจารณา โดยในระหว่างนี้ กรมประชาสัมพันธ์ได้เข้าชี้แจงและให้ข้อมูลความเห็นต่อคณะอนุกรรมการกลั่นกรองร่างกฎหมายในกระบวนการนิติบัญญัติ เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2565 ตามที่คณะกรรมการประสานงานสภาผู้แทนราษฎร (วิปรัฐบาล) ประสานงานมา เพื่อประกอบการพิจารณาเพิ่มเติม และกรมฯ ได้จัดส่งความเห็นตามประเด็นข้อสังเกตของอนุกรรมการฯ แล้วเมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2565 ทั้งนี้ กรมประชาสัมพันธ์อยู่ระหว่างเตรียมการรองรับในการจัดทำกฎหมายดังกล่าว ในลำดับต่อไป

สำหรับสาระสำคัญของ (ร่าง) พระราชบัญญัติส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชนเริ่มต้นจากในช่วงที่ผ่านมา ประเทศไทยพบปัญหาการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนเกี่ยวกับจริยธรรมแห่งวิชาชีพ เช่น ปัญหาความไม่เป็นกลาง การนำเสนอเนื้อหาที่ไม่ถูกต้อง การนำเสนอเนื้อหารุนแรง ยั่วยุ สร้างความแตกแยก และการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล รวมถึงสื่อใหม่ที่มีผลกระทบต่อจริยธรรมมาก ไม่เพียงในประเทศไทย แต่มีผลกระทบกับทุกประเทศทั่วโลก และเป็นเรื่องยากที่จะควบคุม อย่างไรก็ตาม สื่อใหม่ไม่ใช่สื่อมวลชนไปเสียทั้งหมด จึงต้องมีการแยกแยะและนิยามให้ถูกต้อง สื่อใหม่เช่นสื่อสังคมออนไลน์อย่าง Facebook หรือ Twitter นั้นไม่จัดว่าเป็นสื่อมวลชน การกำกับดูแลจริยธรรมของบุคคลจึงเป็นเรื่องยาก เพราะการกำหนดกรอบจริยธรรมขึ้นมากำกับส่วนที่เป็นสื่อมวลชนก็อาจจะไปกระทบกับส่วนที่เป็นเสรีภาพในการแสดงออกของปัจเจกชนได้ ผลกระทบจากสื่อใหม่ที่เห็นได้ชัดคือความรวดเร็วที่คู่มากับความผิดพลาด สื่อออนไลน์เป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวลือ การรุกล้ำความเป็นส่วนตัวของผู้อื่น และการใช้ภาษาเพื่อสร้างความเกลียดชังได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด รวมทั้งการละเมิดลิขสิทธิ์ นอกจากนั้น สื่อมวลชนเองก็ใช้สื่อใหม่โดยเฉพาะ Facebook ของบุคคลสำคัญเป็นแหล่งข่าวอีกด้วย ซึ่งปัญหาเหล่านี้มีสาเหตุจากการไม่มีกฎเกณฑ์ด้านจริยธรรมที่ชัดเจน การถูกแทรกแซงและครอบงำทั้งจากอำนาจรัฐและอำนาจทุน ขาดการมีส่วนร่วมตรวจสอบโดยประชาชน แม้ว่าจะมีกลไกการกำกับดูแลกันเอง แต่ไม่ประสบความสำเร็จและไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร นอกจากนี้องค์กรวิชาชีพต่าง ๆ ก็ไม่มีสถานะใด ๆ ทางกฎหมาย ส่งผลให้ประชาชนขาดโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารตามสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานของประชาชนอย่างทั่วถึง รอบด้าน และเท่าเทียม ตามหลักสากล เพื่อพัฒนาสู่ความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยที่มีส่วนร่วมและตัดสินใจทางการเมืองได้บนพื้นฐานของเหตุและผล และในขณะเดียวกันยังได้รับผลกระทบด้านลบและไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน

ร่างพระราชบัญญัติฉบับนี้ จะเป็นหลักประกันเสรีภาพและความเป็นอิสระของสื่อมวลชน ซึ่งถือเป็นทุนทางสังคมประการหนึ่งในระบอบประชาธิปไตย เมื่อสิทธิและเสรีภาพของสื่อมวลชนได้รับความคุ้มครอง สื่อมวลชนจะสามารถทำน้าที่ได้อย่างเต็มที่เพื่อประโยชน์สาธารณะภายใต้มาตรฐานทางจริยธรรมสื่อมวลชน เป็นการส่งเสริมสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง รอบด้าน และเท่าเทียมของประชาชน รวมถึง

มาตรการคุ้มครองประชาชนหรือผู้ได้รับความเสียหายจากการกระทำของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนหรือองค์กรสื่อมวลชน อันเนื่องมาจากการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามจริยธรรมสื่อมวลชน

5.2 การจัดทำมาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์ กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะหน่วยงานของรัฐที่ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของภาครัฐผ่านสื่อต่าง ๆ ในสังกัด ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับยุคสมัย ได้เร่งพัฒนาเทคนิคและรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารให้น่าสนใจตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องใช้สื่อโซเชียลเป็นช่องทางการเผยแพร่ ดังนั้น บุคลากรด้านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ควรมีแนวทางปฏิบัติการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์ เพื่อเป็นต้นแบบในการจัดทำมาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์ของหน่วยงานภาครัฐในด้านการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ในปีงบประมาณ 2565 กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการจัดทำมาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์ขึ้น เพื่อให้การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ปฏิบัติงานด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนเป็นไปด้วยความเรียบร้อย โดยดำเนินการในรูปของคณะทำงานฯ ตลอดจนจัดประชุมเชิงปฏิบัติการสื่อสารมาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์ ซึ่งมีสาระสำคัญของมาตรฐานดูแลสื่อออนไลน์ ใน 3 หมวด ประกอบด้วย สาระสำคัญเกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรมในการปฏิบัติงานด้านสื่อออนไลน์ เป็นการปรับ Mind set ของผู้ใช้สื่อออนไลน์ให้มีความเข้าใจตรงกัน สาระสำคัญของแนวทางในการปฏิบัติงานผ่านกรณีศึกษาที่น่าสนใจโดยประมวลเป็นแนวทางการปฏิบัติงานที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังมีการปลูกฝังการใช้สื่อสร้างสรรค์ สร้างการรู้เท่าทัน และการมีส่วนร่วมด้วย ซึ่งมาตรฐานการปฏิบัติและมาตรฐานจริยธรรมในการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์จะทำให้เจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความรู้ในบทบาทหน้าที่ มีทักษะในการสื่อสารให้ความรู้กับประชาชนเกี่ยวกับสื่อออนไลน์อย่างถูกต้อง รวดเร็วเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

6. การปรับปรุงประสิทธิภาพด้านช่องทางการสื่อสาร

6.1 การสร้างและพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสาธารณประโยชน์

เป็นการดำเนินการผลิตรายการที่นำเสนอสาระประโยชน์ต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการป้องกัน บรรเทาปัญหาที่เกี่ยวเนื่องกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินทั้งด้านสาธารณูปโภค อุบัติเหตุ และอุบัติภัย รวมถึงให้คำแนะนำปรึกษาปัญหากฎหมาย รวมทั้งกิจกรรมลงพื้นที่ในชุมชนเพื่อร่วมกันพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง นอกจากนี้ มีการจัดแสดงดนตรีโดยวงดนตรีกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความสุขให้กับประชาชน และเป็นสื่อกลาง ให้ประชาชนรับทราบข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน รวมทั้งประสานให้เกิดการขยายเครือข่ายของคนทำดี เพื่อเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม มีน้ำใจซึ่งกันและกันด้วยกิจกรรมสาธารณประโยชน์ต่อสังคม ผ่านสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ออกอากาศเผยแพร่ทาง เอฟ.เอ็ม. 92.5 มฮ เอ.เอ็ม. 891 กฮ. และเครือข่ายกรมประชาสัมพันธ์ทั่วประเทศ เพื่อให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้ข้อมูลรับข่าวสารที่ถูกต้อง มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้

6.2 ปฏิรูปสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) เพื่อยกระดับการสื่อสารของรัฐประชาชนและสาธารณะประโยชน์

แผนการปฏิรูปประเทศ ด้านสื่อสารมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้ระบุให้มีการปฏิรูปสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) เพื่อยกระดับการสื่อสารของรัฐประชาชน และสาธารณประโยชน์ขึ้น โดยให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการหรือคณะทำงานเพื่อทำหน้าที่ปรับเปลี่ยนโครงสร้างของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยและจะต้องจัดทำแผนงานให้สอดคล้องกับแผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชนฯ เพื่อนำเสนอให้คณะรัฐมนตรีเห็นชอบ โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ต้องดำเนินการขับเคลื่อนการดำเนินงานให้สอดคล้องตามแผนการปฏิรูปประเทศด้านสื่อสารมวลชนฯ ประเด็นการปฏิรูปที่ 3 การปฏิรูปโครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อพัฒนาให้สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) เป็นสถานีโทรทัศน์ระดับชาติทั้งภาคภาษาไทยและภาคภาษาอังกฤษ โดยกำหนดแนวทาง/รูปแบบการดำเนินงานการออกอากาศรายการโทรทัศน์ในระบบเสียงสองภาษา อาทิ การรับฟังเสียงบรรยายภาษาอังกฤษ (SOUND TRACK) การซ้อน SUB TITLE ภาษาอังกฤษและหรือภาษาไทยในรายการและข่าวของสถานี เพื่อยกระดับการสื่อสารของรัฐ ประชาชนและสาธารณประโยชน์ นอกจากนี้ ยังจัดสรรช่วงเวลาให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการ ในอัตราส่วนร้อยละ 40 ตามประกาศ กสทช. เรื่อง หลักเกณฑ์การแบ่งเวลาให้ผู้อื่นดำเนินรายการ พ.ศ. 2556 ที่กำหนดให้ผู้รับใบอนุญาตจะต้องแบ่งเวลาให้ผู้อื่นดำเนินรายการไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 แต่ต้องไม่เกินกว่าร้อยละ 40 เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและมีคุณภาพเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

อีกทั้ง สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ต้องดำเนินการตามพระราชบัญญัติการประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ พ.ศ. 2551 ประกาศที่ กสทช. กำหนด และเงื่อนไขแนบท้ายใบอนุญาตให้ใช้คลื่นความถี่และประกอบกิจการโทรทัศน์เพื่อให้บริการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิตอล บริการสาธารณะประเภทที่สามมีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสาร เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐบาลกับประชาชน การกระจายข้อมูลข่าวสารเพื่อการส่งเสริมสนับสนุนในการเผยแพร่และให้การศึกษาแก่ประชาชนเกี่ยวกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข บริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะแก่คนพิการ คนด้อยโอกาส หรือกลุ่มความสนใจที่มีกิจกรรมเพื่อประโยชน์สาธารณะหรือบริการข้อมูลข่าวสารอันเป็นประโยชน์สาธารณะอื่น

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ดำเนินการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “การผลิตเสียงบรรยายภาพ (AD) และคำบรรยายแทนเสียง (CC) ประกอบรายการโทรทัศน์” สำหรับบุคลากรของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ทั้งส่วนกลางและภูมิภาค เพื่อให้บุคลากรสามารถผลิตรายการที่มีบริการสำหรับคนพิการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับประกาศ กสทช. กำหนด เรื่อง การส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิของคนพิการให้เข้าถึงหรือรับรู้และใช้ประโยชน์จากรายการของกิจการโทรทัศน์ (ฉบับที่ 3)

ที่กำหนดให้ผู้ได้รับใบอนุญาตแต่ละประเภทต้องจัดให้มีบริการล่ามภาษามือ คำบรรยายแทนเสียง และเสียงบรรยายภาพในรายการที่ออกอากาศประเภทข่าวสารหรือสาระที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ ในปี พ.ศ. 2565 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ต้องจัดให้มีบริการอย่างน้อย ดังนี้ (1) บริการล่ามภาษามือ (SL) จัดให้มีบริการไม่น้อยกว่าหกสิบนาทีต่อวัน (2) บริการคำบรรยายแทนเสียง (CC) จัดให้มีบริการไม่น้อยกว่าหนึ่งร้อยยี่สิบนาทีต่อวัน (3) บริการเสียงบรรยายภาพ (AD) จัดให้มีบริการไม่น้อยกว่าหกสิบนาทีต่อวัน

6.3 พัฒนาระบบเว็บไซต์กลางประเทศไทย การให้บริการสื่อวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงผ่านเทคโนโลยีสื่อผสม (Multimedia over the top broadcasting service)

กรมประชาสัมพันธ์ได้ขออนุมัติเปลี่ยนแปลงงบประมาณ งบลงทุนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 โครงการพัฒนาการให้บริการสื่อวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงผ่านเทคโนโลยีสื่อผสม (Multimedia Over The Top Broadcasting Service) บางส่วนมาพัฒนาระบบเว็บไซต์กลางประเทศไทย นรม. มีบัญชาผ่าน เลขาฯ สมช. ให้กรมประชาสัมพันธ์จัดทำเว็บไซต์กลางประเทศไทยภายใต้ชื่อ www.thailand.go.th ในลักษณะของเว็บท่า (Portal) เพื่อเชื่อมโยง รวบรวมและนำเสนอข้อมูลของประเทศไทยทุกมิติในลักษณะข้อเท็จจริง ที่ชาวต่างประเทศควรรู้ ต้องรู้ และอยากรู้ และได้พิจารณาในด้านต่างๆ เพื่อวิเคราะห์และจัดหางบประมาณจัดทำระบบข้างต้น และนำข้อแนะนำของคณะกรรมาธิการที่มีต่อโครงการพัฒนาการให้บริการสื่อวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงผ่านเทคโนโลยีสื่อผสม (Multimedia Over The Top Broadcasting Service) วงเงิน 54,724,400 บาท มาดำเนินการปรับปรุงโครงการให้มีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่ามากที่สุด และได้ปรับงบประมาณเพื่อดำเนินการทั้ง 2 กิจกรรมคือ โครงการพัฒนาการให้บริการสื่อวิทยุโทรทัศน์ฯ วงเงินงบประมาณ 34,724,400 บาท และโครงการเว็บไซต์กลางประเทศไทย วงเงิน 20,000,000 บาท และสำนักงบประมาณได้พิจารณาตามขั้นตอน ถึงประโยชน์ เป้าหมายผลผลิต ความคุ้มค่า และได้อนุมัติการปรับเปลี่ยนงบประมาณเป็นที่เรียบร้อย ขณะนี้กำลังดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างตามระเบียบต่อไป

ทั้งนี้ ความคืบหน้าการดำเนินงาน โครงการพัฒนาการให้บริการสื่อวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงผ่านเทคโนโลยีสื่อผสม (Multimedia Over The Top Broadcasting Service) ขณะนี้อยู่ระหว่างการทำประชาพิจารณ์ โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จและลงนามในสัญญาได้ภายในปีงบประมาณ 2565 เพื่อให้เกิดการดำเนินงานรองรับการออกอากาศในระบบดิจิทัลของ NBT และเป็นการเพิ่มช่องทางเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อผสมของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ต่อเนื่องอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในปี 2566 สอดรับกับความต้องการและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารที่มีแนวโน้มจะรับสารจากสื่อผสมแบบใหม่ทั้งทาง Social Media และ OTT ซึ่งเป็นการให้บริการแพร่ภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบ Online Streaming หรือ On Demand ผ่านสมาร์ทโฟน แท็บเบล็ต และคอมพิวเตอร์ เพิ่มมากขึ้น

6.4 โครงการปรับปรุงประสิทธิภาพสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

กรมประชาสัมพันธ์ได้เพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ประชาชนสามารถเปิดรับฟังข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงได้หลากหลายช่องทาง ในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น ดังนี้

(1) เพิ่มช่องทางการเผยแพร่ออกอากาศ ใช้ช่องทางแบบผสมผสานโดยใช้คลื่นวิทยุควบคู่กับช่องทางออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย โดยนำเนื้อหาที่ออกอากาศทางคลื่นวิทยุ มาผสมผสานพัฒนา ต่อยอดกับช่องทางอื่นเพื่อให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น รวมทั้งผลิตสื่อใหม่ เช่น คลิปหรือแอนิเมชัน เป็นต้น เพื่อปรับให้เข้ากับพฤติกรรมการรับฟังที่เปลี่ยนไป รวมทั้งเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารกับประชาชนในการติดตามรับฟัง แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและติชมรายการต่างๆ ได้แก่ Facebook: สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยFacebook: Radio Thailand Live TikTok สวท.ขอบอก อินสตาแกรม @radiothailandonline "radiothailandonline" Youtube สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และทวิตเตอร์ "Radio Thailand Online"

(2) ปรับรูปแบบรายการใหม่ โดยจัด “รายการสด” เพื่อเป็นสื่อกลางในการสร้างการมีส่วนร่วม บรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เชื่อมโยงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ในการอำนวยความสะดวกและบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในภาวะวิกฤต รวมทั้งสร้างช่องทางการสื่อสารแบบสองทาง เพื่อตอบสนองความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผู้ฟังได้อย่างทันท่วงที ซึ่งได้รับความสนใจและสามารถบรรเทาความเดือดร้อนให้ประชาชนจำนวนมากได้อย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่

2.1 รายการ “คุยเรื่องบ้าน คุยเรื่องเมือง คุยทุกเรื่องกับรัฐมนตรี” ทุกวันเสาร์ เวลา 08.05 - 09.00 น. ทาง FM. 92.5 มฮ. พร้อมเครือข่ายสถานีวิทยุของ กปส. หอกระจายข่าว วิทยุชุมชน รวมทั้งเผยแพร่ทาง Facebook : Radio Thailand Live และสื่อออนไลน์ กปส. ทั่วประเทศ (เริ่มออกอากาศวันแรกเมื่อวันเสาร์ที่ 11 มิ.ย. 65 โดยมีนายอนุทิน ชาญวีรกูล รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข เป็นผู้ดำเนินรายการ)

2.2 รายการสมรภูมิข่าว ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 14.07 - 15.00 น. ทาง FM. 92.5 มฮ.

2.3 รายการคนข่าวเล่าข่าว ทุกวันอาทิตย์ เวลา 11.07 - 12.00 น. ทาง FM. 92.5 มฮ.

2.4 รายการ “92.5 อาสาช่วยประชาชน” ออกอากาศทาง FM. 92.5 มฮ. และ AM. 891 กฮ. ทุกวันพุธ – อาทิตย์ เวลา 16.07 – 17.00 น.

7. การประเมินการรับชมรับฟัง เพื่อปรับปรุงเนื้อหาและรายการ

กรมประชาสัมพันธ์ ให้ความสำคัญกับการปรับปรุง พัฒนาการดำเนินงานในทุกด้าน เพื่อให้สามารถนำส่งข้อมูลข่าวสาร สาระประโยชน์ไปสู่ประชาชนทุกภาคส่วน ทุกกลุ่ม ทุกพื้นที่ได้อย่างทั่วถึงเท่าเทียม ผ่านช่องทางต่าง ๆ ประกอบด้วยโทรทัศน์ วิทยุ สื่อดิจิทัล ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค รวมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการดำเนินงาน และสะท้อนความต้องการผ่านการประเมิน การรับชม รับฟัง ผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อจะนำผลที่ได้จากการดำเนินการดังกล่าวมาพัฒนาและปรับใช้ในการจัดทำแผนการผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารตามความต้องการของประชาชน ซึ่งในปี 2565 กรมประชาสัมพันธ์ได้ประเมินการรับชมรับฟัง ดังนี้

7.1 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT2HD) อ้างอิงผลการจัดลำดับความนิยมของทีวีดิจิทัล หรือการจัดลำดับเรตติ้งทีวีดิจิทัล ของ สำนักงาน กสทช. (www. Tvdigitalwatch.com) ซึ่งปรากฏว่าการสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT2HD) ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยผลการจัดลำดับเรตติ้งทีวีดิจิทัล เปรียบเทียบตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 – 2565 ดังนี้

- ปี พ.ศ. 2561 เรตติ้งเฉลี่ย อยู่ที่ 0.019 เท่ากับมีผู้รับชมช่อง NBT เฉลี่ย 12,281 คนต่อนาที อยู่ในลำดับที่ 25 (จากทั้งหมด 25 ลำดับ)

- ปี พ.ศ. 2562 เรตติ้งเฉลี่ย อยู่ที่ 0.025 เท่ากับมีผู้รับชมช่อง NBT เฉลี่ย 16,160 คนต่อนาที อยู่ในลำดับที่ 22 (จากทั้งหมด 25 ลำดับ)

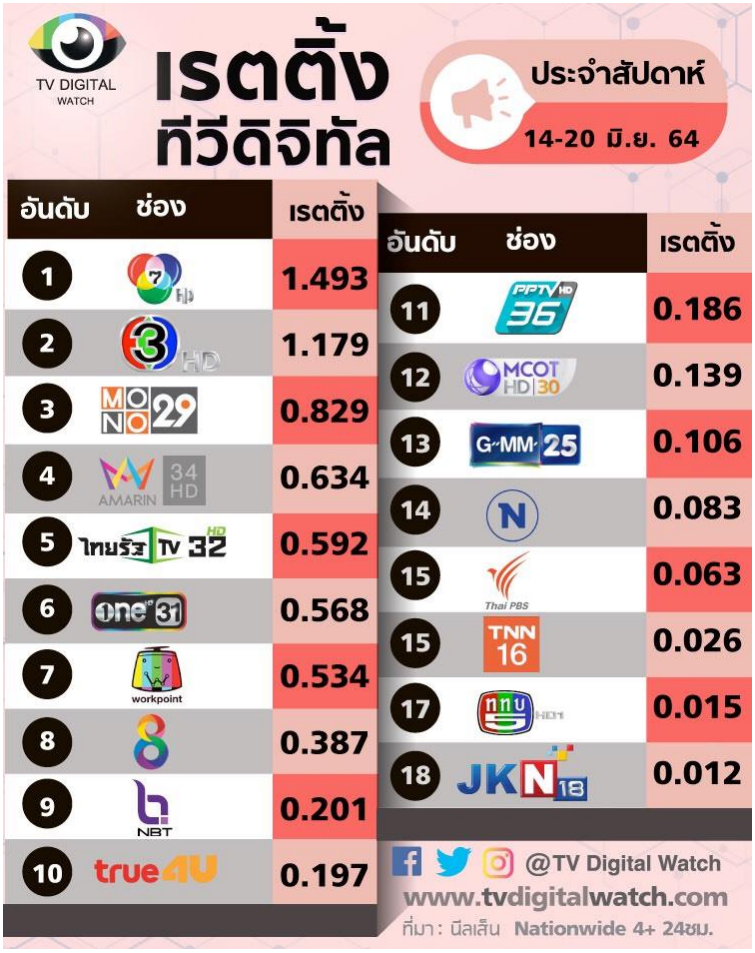
- ในปี พ.ศ. 2563 เรตติ้งเฉลี่ย อยู่ที่ 0.030 เท่ากับมีผู้รับชมช่อง NBT เฉลี่ย 19,391 คนต่อนาที อยู่ในลำดับที่ 17 (จากทั้งหมด 18 ลำดับ)

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) มีการปรับเปลี่ยนผังรายการหลักของสถานีฯ เพื่อดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สร้างการรับรู้ให้กับประชาชน ผ่านการผลิตข่าวและรายการที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) และการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐไปสู่ประชาชนผ่านมาตรการต่างๆ เปิดพื้นที่เป็นสถานี COVID–19 TV ในการนำเสนอข่าวสารและนำความช่วยเหลือไปสู่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว ได้แก่ รายการ “NBT รวมใจคนไทยไม่ทิ้งกัน” และการถ่ายทอดสดการแถลงข่าวศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด 19 (ศบค.) ส่งผลให้เรตติ้งเฉลี่ยอยู่ที่ 0.030 เท่ากับมีผู้รับชมช่อง NBT เฉลี่ย 19,391 คน ต่อนาที

- ในปี พ.ศ. 2564 เรตติ้งเฉลี่ย อยู่ที่ 0.045 เท่ากับมีผู้รับชมช่อง NBT เฉลี่ย 29,086 คนต่อนาที อยู่ในลำดับที่ 15 (จากทั้งหมด 19 ลำดับ)

ปี 2564 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ปรับเปลี่ยนผังรายการหลักของสถานีฯ เพื่อเป็นที่พึ่งให้กับประชาชน ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สร้างการรับรู้ และสร้างการมีส่วนร่วมมากขึ้น ผ่านการนำเสนอในทุกช่วงข่าวหลักของสถานีและรายการที่ทันสมัย ทันต่อสถานการณ์ ตอบสนองความต้องการของประชาชน ได้แก่ ข่าวเช้า NBT ข่าวเที่ยง NBT ข่าวค่ำ NBT ข่าวดึก NBT รายการ NBT รวมใจสู้ภัยโควิด 19 เป็นรายการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมเพื่อสะท้อนความความเดือดร้อนและความต้องการไปสู่ภาครัฐ ด้วยการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อช่วยเหลือ ส่งต่อ และติดตามความช่วยเหลือระหว่างประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับแผนปฏิรูปสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เพื่อยกระดับการสื่อสารภาครัฐ ประชาชนและสาธารณประโยชน์ (พ.ศ. 2564 – 2565) โดยกำหนดให้มีการเพิ่มรายการที่หลากหลายตามประเภทรายการ ที่ กสทช. กำหนด ทั้งประเภทรายการกีฬา ประเภทรายการสารคดี ประเภทรายการพิเศษ ประเภทรายการเด็ก ประเภทรายการวิทยาศาสตร์และสุขภาพ และประเภทรายการส่งเสริมการศึกษา เพื่อให้เข้าถึงประชาชนให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะประเภทรายการกีฬา

นอกจากนี้ กรมประชาสัมพันธ์ ยังได้รับสิทธิ์ในการถ่ายทอดสดกีฬาระดับประเทศและระดับโลก อาทิ ฟุตบอลไทยลีก ฟุตบอลชิงแชมป์แห่งชาติยุโรป 2020 (ฟุตบอลยูโร) เพื่อส่งมอบความสุขให้กับประชาชนได้เกิดความรู้สึกผ่อนคลายจากวิกฤต COVID-19 ที่ส่งผลต่อวิถีชีวิต สุขภาพกายและสุขภาพจิตของประชาชนในประเทศ อีกทั้ง เพื่อพัฒนาเสริมสร้างสุขภาวะทางด้านจิตใจ สร้างความสามัคคีให้กับคนในชาติ พัฒนาทักษะด้านกีฬาสู่ความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพในระดับนานาชาติ โดยได้รับสิทธิ์การถ่ายทอดสดจากเจ้าของลิขสิทธิ์ฟุตบอลยูโร 2020 บริษัท ซัมมิทฟุตแวร์ จำกัด เพื่อให้ประชาชนชาวไทยสามารถติดตามรับชมการแข่งขันได้ทุกนัด โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ส่งผลให้เรตติ้งช่อง NBT ณ วันที่ 14 – 20 มิถุนายน 2564 เพิ่มสูงขึ้นอยู่อันดับที่ 9 โดยเรตติ้งเฉลี่ย อยู่ที่ 0.201 เท่ากับมีผู้รับชมช่อง NBT เฉลี่ย 129,920 คนต่อนาที จากการที่ช่อง NBT ได้รับความร่วมมือด้านกีฬา ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในรูปแบบการเช่าเวลาและสนับสนุนรายการ เช่น ถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลไทยลีก การแข่งขันวอลเลย์บอล ฟุตบอลยูโร และการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ส่งผลให้ช่อง NBT อยู่ในลำดับเรตติ้งที่ดีขึ้นจากอันดับ 17 ในปี 2563 มาอยู่ที่อันดับที่ 15 (จากทั้งหมด 19 ลำดับ)



- ในปี พ.ศ. 2565 เรตติ้งเฉลี่ย อยู่ที่ 0.025 (ข้อมูลเรตติ้งไตรมาสแรก) เท่ากับมีผู้รับชมช่อง NBT เฉลี่ย 15,786 คนต่อนาที อยู่ในลำดับที่ 18 (จากทั้งหมด 19 ลำดับ)

ปี 2565 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) ได้ปรับผังรายการให้สอดคล้องกับ การปฏิบัติงานภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านที่ 3 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ ในการใช้สื่อสร้างสรรค์ เพื่อให้คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมที่ดีงามและมีความรักและภูมิใจในความเป็นไทยมากขึ้น นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำรงชีวิต เพื่อให้สังคมไทยมีความสุขและเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศมากขึ้น ช่อง NBT ยังคงเป็นที่พึ่งพิงของประชาชนในทุกสถานการณ์ เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน แต่ด้วยข้อจำกัดเรื่องงบประมาณ NBT จึงจำเป็นต้องแสวงหาพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อสร้างสรรค์รายการที่หลากหลายและเข้าถึงประชาชนในทุกช่วงวัย

ในปี 2565 NBT ปรับกลยุทธ์ผังรายการหลัก ดังนี้

(1) เพิ่มสัดส่วนรายการข่าว ช่วงวิเคราะห์กีฬา วันละ 30 นาที เพื่อเจาะกลุ่มผู้ชมกีฬาทั้งในและต่างประเทศให้มากขึ้น

(2) เพิ่มสัดส่วนรายการบันเทิงร้อยละ 20 เน้นการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย การแสดงที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย แหล่งท่องเที่ยวไทยที่สำคัญของประเทศ

(3) ขยายช่องทางการรับชมผ่านสื่อออนไลน์ของสถานี เพื่อจับกลุ่มผู้ชมในทุกช่วงวัยและทุกช่องทาง

นอกจากนี้ กรมประชาสัมพันธ์ โดยช่อง NBT ยังร่วมดำเนินการถ่ายทอดสดและรายงานข่าวการแข่งขันกีฬาซีเกมส์ ครั้งที่ 31 ระหว่างวันที่ 12 – 23 พฤษภาคม 2565 ณ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ร่วมกับโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทย (ทรท.) และสถานีโทรทัศน์ จำนวน 7 สถานี ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 ช่อง NBT ช่อง GMM และช่อง PPTV ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์บริการสาธารณะ ประเภทที่ 3 ที่กำหนดให้ทำการเผยแพร่รายการแข่งขันกีฬาที่มีความสำคัญ และได้รับความสนใจจากประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสรับชมได้อย่างแพร่หลาย

7.2 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ผลสำรวจจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.) ว่าจ้างบริษัท เอจีบี นีลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด สำรวจการรับฟังวิทยุคลื่นหลักในระบบ F.M. จำนวน 40 สถานี ในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 1,650 กลุ่มตัวอย่าง โดยผลการสำรวจล่าสุดเดือนพฤษภาคม 2565 พบว่า คลื่นระบบ F.M. ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย มีจำนวนผู้ฟังรวม 660,000 คน เรียงลำดับดังนี้

1. FM 95.5 Virgin Hitz จำนวน 333,000 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6
2. FM 93.5 Happy Time จำนวน 109,000 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5
3. FM 97 สถานีข่าวคุณภาพ จำนวน 71,000 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0
4. FM 88 วิทยุภาษาอังกฤษ จำนวน 63,000 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9
5. FM 105 Happy Family จำนวน 53,000 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7
6. FM 92.5 เครือข่ายข้อมูลข่าวสารแห่งชาติ จำนวน 31,000 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4

รวม 6 คลื่น จำนวน 660,000 คน

ตารางสรุปข้อมูล Facebook เพจหลักของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
ตั้งแต่วันที่ 1 พ.ค.- 14 มิ.ย. 65

FB Page / ประเภท	Facebook : Radio Thailand	Facebook : Radio Thailand Live	Facebook : ข่าวยามเช้า	รวม
Reach การเข้าถึงโพสต์	345,848	77,428	105,965	**529,241**
Interacts การมีส่วนร่วมกับโพสต์	63,928	62,424	67,821	**194,173**
Follows ผู้ติดตามใหม่ของเพจ	407	402	355	**1,164**

Likes กดถูกใจ/กดแสดงความรู้สึก	18,268	21,742	24,534	**64,544**
Comments ความคิดเห็น	1,628	11,246	10,720	**23,594**
Shares การแชร์	2,518	3,469	1,680	**7,667**
การดูรูปภาพ	11,103	53	21	**11,177**
การคลิกลิงค์	119	24	5	**148**

ในขณะที่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยได้เพิ่มช่องทางการเผยแพร่ออกอากาศผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้มีผู้รับฟังเพิ่มมากขึ้น โดยผลการสำรวจ 3 เพจหลักของ สวท. ได้แก่ เฟสบุ๊ค Radio Thailand Radio Thailand Live และรายการข่าวยามเช้า ตั้งแต่ 1 พ.ค. – 14 มิ.ย. 65 มียอดเข้าถึง (Reach) รวม 529,241 ส่งผลให้มีผู้รับฟังข้อมูลข่าวสารจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยทั้งทางออนแอร์และออนไลน์รวมกันกว่า 1,189,241 คน

7.3 การปรับปรุงรายการ โดยปรับรูปแบบให้ตอบสนอง เข้าถึงผู้ชมผู้ฟังได้รวดเร็วทันท่วงที ในทุกสถานการณ์ สร้างการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน ให้สามารถมาใช้พื้นที่สื่อของกรมประชาสัมพันธ์แสดงความคิดเห็น เสนอแนะแนวทางในเชิงสร้างสรรค์ต่อรัฐบาลและภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ สะท้อนผ่านมุมมองของเด็กและเยาวชน ในสถานการณ์ฉุกเฉิน หรือภาวะวิกฤตต่าง ๆ ได้มีการปรับปรุงรายการให้สอดรับกับสถานการณ์ เช่น ปรับช่อง NBT เป็น COVID-19 TV (ปี 2563 - 2564) ผลิตรายการเพื่อให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ประกอบด้วย รายการ NBT รวมใจสู้ภัยโควิด 19 และการถ่ายทอดแถลงประจำวันจากศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด 19 (ศบค.)

ตั้งแต่ปี 2564 เป็นต้นมา กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะหน่วยงานสื่อสารมวลชนภาครัฐ ยังมุ่งเน้นการผลิตรายการ รวมทั้งคัดสรรรายการต่าง ๆ เพื่อนำเสนอสื่อสร้างสรรค์ในลักษณะสาระบันเทิง โดยเฉพาะรายการด้านกีฬา โดยถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาในระดับประเทศและระดับโลก อาทิ การแข่งขันฟุตบอลไทยลีก การถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลยูโร เพื่อให้รายการดังกล่าวเป็นสื่อกลางในการสร้างความสุขสนุกสนานเพลิดเพลิน ประชาชนได้ฟื้นฟูเยียวยาจิตใจ พักผ่อนบรรเทาความตึงเครียดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) และผลกระทบในด้านต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนหันมาสนใจสุขภาพ และที่สำคัญได้ทำหน้าที่เสมือนโรงเรียนของสังคม ที่จะส่งเสริมการเรียนรู้ ซึมซับความมีวินัย มีน้ำใจ รู้จักกฎกติกา รู้แพ้ชนะ อภัย ซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญ ของการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างมีความสุข อันจะช่วยให้สังคมและประเทศชาติเกิดการพัฒนาได้อย่างมีคุณภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การเป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล

ยุทธศาสตร์นี้กรมประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นการปรับองค์กรให้เป็นผู้นำด้านข้อมูลดิจิทัลและเครือข่ายข้อมูล โดยมีเป้าหมายระยะยาวในการพัฒนาฐานข้อมูลและชุดข้อมูลขนาดใหญ่ที่ครบถ้วนทันสมัย เปิดโอกาสให้หน่วยงานต่าง ๆ สื่อมวลชน ประชาชน และภาคเอกชนเข้าถึงและเรียกใช้ได้อย่างปลอดภัย โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 ได้ดำเนินการ 4 เรื่องสำคัญ คือ

1. โครงการธรรมาภิบาลข้อมูลภาครัฐกรมประชาสัมพันธ์ (PRD Data Governance) กรมประชาสัมพันธ์มีการจัดทำธรรมาภิบาลข้อมูล (Datagovernance) โดยจัดทำข้อมูลให้เป็นมาตรฐาน จัดทำระบบบัญชีข้อมูล (Data Catalog) รายละเอียดคำอธิบายชุดข้อมูล (Meta Data) จัดหมวดหมู่แยกประเภทของข้อมูลตามมาตรฐานที่กำหนด นำไปสู่การทำชุดข้อมูลเปิด (Open Data) ชุดข้อมูลข่าว จำนวน 25 ชุดข้อมูล อาทิชุดข้อมูลข่าวสารโควิด 19 (COVID-19) ชุดข้อมูลข่าวรับสมัครงานราชการ ชุดข้อมูลข่าวมาตรการเยียวยา และชุดข้อมูลสื่อประชาสัมพันธ์ จำนวน 12 ชุดข้อมูล อาทิ ข้อมูลช่องทางสื่อออนไลน์กรมประชาสัมพันธ์ ข้อมูลสื่อบุคคล (อปมช.) ข้อมูลการติดต่อหน่วยงานกรมประชาสัมพันธ์ Website สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เป็นต้น นำขึ้นเว็บไซต์ข้อมูลเปิดภาครัฐ data.go.th เผยแพร่เป็นชุดข้อมูลให้หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน นำไปพัฒนาต่อยอดต่อไป รวมไปถึงได้มีการจัดทำกรอบแนวทางและแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล แก้ไข ปรับปรุงให้สอดคล้องกับ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ปรับปรุงและประกาศใช้นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของกรมประชาสัมพันธ์ (PDPA) นโยบายการใช้งานคุกกี้เว็บไซต์ (Cookie) ก่อนกฎหมายบังคับใช้ในวันที่ 1 มิถุนายน 2565 อีกทั้งได้มีการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (DPO) และคณะทำงานคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เตรียมพร้อมในการขับเคลื่อนการดำเนินงานสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการกรมประชาสัมพันธ์โดยเตรียมพร้อมทุกด้านในการรักษาความมั่นคงปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ทั้งทางด้านนโยบาย และระบบความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศ

2. โครงการพัฒนาระบบการให้บริการ E-service กรมประชาสัมพันธ์ เป็นการพัฒนาการให้บริการของกรมประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้หน่วยงานและประชาชนที่รับบริการของกรมประชาสัมพันธ์สามารถรับบริการที่สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย และสอดคล้องกับเป้าหมายระบบราชการ 4.0 โดยในปี 2563 ได้พัฒนาระบบการให้บริการการจัดทำบัตรสื่อมวลชน โดยเชื่อมโยงข้อมูลของผู้ที่ขอจัดทำบัตรสื่อมวลชนกับระบบฐานข้อมูลประชาชน กรมการปกครอง ทำให้สามารถตรวจสอบและยืนยันตัวตนของผู้ขอจัดทำบัตรสื่อมวลชนได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ในปี 2564 ได้พัฒนาต่อยอดโดยการจัดทำระบบการจ่ายเงินออนไลน์ (e-Payment) และการออกแบบบัตรออนไลน์ (e-Document) ซึ่งจะทำให้การจัดทำบัตรสื่อมวลชนของกรมประชาสัมพันธ์เป็นการให้บริการแบบ E-service อย่างเต็มรูปแบบสื่อมวลชนสามารถรับบริการได้อย่าง

รวดเร็ว และเหมาะสมกับสถานการณ์ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 และในปี 2565 ได้ปรับปรุงระบบการจ่ายเงินออนไลน์ (e-Payment) ให้สามารถบริการผ่านระบบชำระเงินกลางของบริการภาครัฐ (e-Payment Portal of Government) และ BizPortal ซึ่งผู้รับบริการสามารถพิมพ์ใบเสร็จรับเงินอิเล็กทรอนิกส์ได้ด้วยตนเอง รวมถึงการออกบัตรสื่อมวลชนเป็นเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Document) ให้เป็นไปตามมาตรฐาน ETDA ผ่านทางเว็บไซต์

3. โครงการพัฒนาระบบคลังข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาครัฐเชิงรุก เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการสำรองข้อมูล ระบบการบันทึกและเรียกดูข้อมูลได้จากแหล่งเดียวกันทั่วประเทศ ทำให้กรมประชาสัมพันธ์มีฐานข้อมูลข่าวสารในทุกรูปแบบ ทั้งข้อมูลภาพ เสียง เนื้อหา ภาพเคลื่อนไหว ที่จัดเก็บอย่างเป็นระบบครบถ้วนสามารถเรียกดู เรียกใช้ได้สะดวก ซึ่งทำให้บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์มีวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตข่าวและสื่อประชาสัมพันธ์ และนำไปปรับปรุงสร้างสรรค์การผลิตสื่ออย่างหลากหลายในเวลาเดียวกันพร้อมกันทั่วประเทศ เรียกได้ว่าเป็นคลังข้อมูลด้านข่าวและการประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นข้อมูลสำคัญที่จะนำไปบูรณาการ และเชื่อมโยงกับข้อมูลภาครัฐอื่น ๆ เพื่อใช้ในการพัฒนาข้อมูลข่าวสารของประเทศต่อไป ขณะนี้ระบบคลังข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาครัฐเชิงรุกดังกล่าวอยู่ในระหว่างการพัฒนาและออกแบบระบบ

4. โครงการจัดทำชุดข้อมูลเปิด “open data project” เป็นการจัดทำชุดข้อมูลเพื่อเผยแพร่บน DATA.go.th เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนสามารถนำชุดข้อมูลดังกล่าวไปใช้ประโยชน์หรือสร้างนวัตกรรมอื่น ๆ ต่อยอดได้ในรูปแบบตามมาตรฐาน Open DATA ซึ่งเป็นไปตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2562 ที่เห็นชอบให้หน่วยงานภาครัฐร่วมมือกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งสำนักงานสถิติแห่งชาติได้กำหนดจัดทำรายการข้อมูลภาครัฐ (Government Data Catalog) และระบบนามานุกรม (Directory Services) และขอความร่วมมือกรมประชาสัมพันธ์จัดทำระบบบัญชีข้อมูลกรมประชาสัมพันธ์ (PRD Data Catalog) เพื่อบรรจุอยู่ในรายการข้อมูลภาครัฐ ซึ่งเป็นการดำเนินการรวบรวมรายละเอียดของข้อมูลสำคัญของกรมประชาสัมพันธ์ให้อยู่ในรูปแบบมาตรฐานเดียวกัน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูลที่กรมประชาสัมพันธ์ผลิตมาบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ สามารถใช้ในการกำหนดนโยบาย และวิเคราะห์สถานการณ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ให้บริการสืบค้นหรือเข้าถึงข้อมูลภาครัฐจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้อย่างสะดวกรวดเร็วและเกิดประโยชน์แก่ผู้ใช้ข้อมูลทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาชน โดยในปี 2563 กรมประชาสัมพันธ์ได้จัดทำชุดข้อมูลเผยแพร่แล้ว 2 ชุดข้อมูล คือ ชุดข้อมูลเขตพื้นที่การให้บริการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และชุดข้อมูลเขตพื้นที่การให้บริการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ปี 2564 ได้มีการคัดเลือกภารกิจด้านการผลิตข่าวและข้อมูลประชาสัมพันธ์มาวิเคราะห์ ตามกระบวนการจัดทำบัญชีข้อมูลภาครัฐ ให้ได้ชุดข้อมูลนำร่องและจัดทำคำอธิบายข้อมูล (Metadata) และนำเข้าสู่ระบบบัญชีข้อมูลกรมประชาสัมพันธ์ และในปี 2565 กรมประชาสัมพันธ์มีชุดข้อมูลเปิดที่ให้บริการ จำนวน 40 ชุดข้อมูล ประกอบด้วยชุดข้อมูลข่าว (เช่น ข่าวสารโควิด 19 ข่าวเศรษฐกิจ ท่องเที่ยว) ข้อมูลประชาสัมพันธ์ (เช่น แอนิเมชั่น

(Animation) ข้อมูลสรุปผลผลิตโครงการประชาสัมพันธ์ฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564) และชุดข้อมูลด้านต่าง ๆ (เช่น เขตพื้นที่บริการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์) โดยชุดข้อมูลข่าวจะมีการปรับปรุงข้อมูลทุก 1 เดือน นอกจากนี้ มีการคัดเลือกชุดข้อมูลผลการสำรวจความคิดเห็นประชาชน เพื่อเผยแพร่ในระบบบัญชีข้อมูลกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการจัดทำคำอธิบายข้อมูล (Metadata)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพสูง

กรมประชาสัมพันธ์ดำเนินการทบทวน ปรับปรุงโครงสร้าง และภารกิจหน่วยงานให้เหมาะสม เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ และยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับในปี 2565 อยู่ในขั้นตอนการจัดทำข้อเสนอการแบ่งส่วนราชการส่งให้สำนักงาน ก.พ.ร. และคณะกรรมการพัฒนาโครงสร้างระบบราชการของกระทรวงพิจารณา และให้ความเห็นชอบ (ร่าง) กฎกระทรวงฯ กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กปส. พ.ศ.... และประกาศใช้ต่อไป โดยระหว่างที่ดำเนินการจัดทำและปรับปรุงรายละเอียดภารกิจหน่วยงาน เพื่อนำสู่การปรับโครงสร้างองค์กร กรมประชาสัมพันธ์ได้พัฒนาองค์กรในด้านต่าง ๆ ไปพร้อม ๆ กัน คือ โครงการปรับปรุง และพัฒนากระบวนการบริหารและดำเนินการภายในองค์การ ให้เป็นราชการ 4.0 ประกอบด้วย ด้านกฎหมาย เพื่อปรับปรุง ทบทวน แก้ไข ยกเลิก กฎระเบียบข้อบังคับที่ล้าสมัยเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานในปัจจุบัน ด้านการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งเป็นกรอบสำคัญในการพัฒนาการบริหารองค์กรในทุกด้านตามเกณฑ์ PMQA ซึ่งผลการประเมินส่วนราชการของกรมประชาสัมพันธ์ ประจำปี 2563 คะแนนรวม 282.31 และปี 2564 ได้ 471.25 คะแนน เกินระดับเป้าหมายขั้นสูง (ระดับเป้าหมายขั้นต่ำ 240 ระดับเป้าหมายขั้นสูง 350 คะแนน) ส่งผลให้กรมประชาสัมพันธ์ ถูกจัดอยู่ในกลุ่มส่วนราชการที่มีผลการประเมิน PMQA 4.0 ในระดับก้าวหน้า (ระดับพื้นฐาน 300-399 คะแนน ระดับก้าวหน้า 400-499 คะแนน และระดับพัฒนาต่อเนื่องสู่ความเป็นเลิศ 500 คะแนน) อีกทั้ง กรมประชาสัมพันธ์ยังขับเคลื่อนองค์กรตามแผนปฏิรูปประเทศที่ทุกส่วนราชการเกี่ยวข้อง ประเด็นการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ ผ่านโครงการตรวจสอบด้านการเงิน การบัญชี การพัสดุ ให้เป็นไปตามระเบียบการเงิน การคลัง และการพัสดุ และโครงการการตรวจสอบการดำเนินงานของหน่วย โดยการตรวจสอบความถูกต้องของการเบิก-จ่ายงบประมาณ การจัดซื้อจัดจ้าง พร้อมทั้งให้ความรู้แก่บุคลากรภายในเพื่อป้องกันปราบปรามการทุจริต ซึ่งเป็นเรื่องที่กรมประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญยิ่ง

สำหรับการพัฒนาบุคลากร ได้ดำเนินการวางแผนกำลังคน การพัฒนาบุคลากร การเสริมสร้างวินัย และความโปร่งใส การบริหารคนผ่านโครงการเสริมสร้างแรงจูงใจของบุคลากรและบริหารกำลังคนคุณภาพ โดยส่งเสริมความก้าวหน้าในสายอาชีพ เปิดโอกาสในการพัฒนาทักษะผ่านระบบข้าราชการผู้มีผลสัมฤทธิ์สูง (HiPPS) การจัดสรรทุนรัฐบาล (ก.พ.) โครงการพัฒนาบุคลากร เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และสมรรถนะบุคลากร

ทั้งข้าราชการ พนักงานราชการ และลูกจ้าง ให้ครอบคลุมทุกสายงานและทุกระดับตั้งแต่หลักสูตรการปฐมนิเทศสำหรับข้าราชการบรรจุใหม่ หลักสูตรผู้บริหารระดับกลางสำหรับข้าราชการระดับชำนาญการ ชำนาญงาน หลักสูตรผู้บริหารระดับกลางสำหรับข้าราชการระดับชำนาญการพิเศษ อาวุโส และหลักสูตรนักประชาสัมพันธ์ระดับสูงสำหรับข้าราชการระดับอาสุโส อำนวยการ เพื่อให้มีองค์ความรู้ใหม่ๆ สามารถนำมาใช้ในการปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการในการปฏิบัติงานให้เท่าทันกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง กรมประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของข้าราชการและบุคลากร มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล จำนวน 5 ทักษะ ดังนี้ Data Governance (การกำกับดูแลข้อมูล) Big Data (การบริหารจัดการฐานข้อมูลขนาดใหญ่) Data Analytics (การวิเคราะห์ข้อมูล) Data Visualization (การแสดงข้อมูลเป็นภาพ) และ Microsoft Excel (โปรแกรมคำนวณอิเล็กทรอนิกส์) โดยกำหนดให้การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลเป็นตัวชี้วัด (KPI) ในการประเมินผลการปฏิบัติราชการ ซึ่งเป็นการปูพื้นฐานสำคัญให้บุคลากร เพื่อรองรับและสนับสนุนภารกิจใหม่ของกรมประชาสัมพันธ์ และสามารถร่วมกันปฏิบัติภารกิจได้อย่างไร้รอยต่อและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งนำศักยภาพของกรมประชาสัมพันธ์มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนราชการ ประชาชนผู้รับบริการ และประเทศชาติโดยรวม

ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการปรับปรุงแก้ไข

<u>ปัญหา อุปสรรค</u>

กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานสื่อภาครัฐที่มีหน้าที่สร้างโอกาสการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนโยบายสำคัญของรัฐบาลให้กับประชาชน เพื่อให้สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต แต่ด้วยพฤติกรรมการเปิดรับและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนเปลี่ยนแปลงไป และสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้บริโภคสื่อกลายเป็นผู้ผลิตสื่อ และมีพฤติกรรมรับสื่อหลากหลายช่องทางโดยไม่ยึดติดกับสื่อหลักเหมือนที่ผ่านมา จึงกระทบต่อวิธีการทำงาน ทำให้กรมประชาสัมพันธ์สื่อสารถึงประชาชนได้ยากขึ้น กอปรกับรูปแบบการนำเสนอรายการส่วนใหญ่ยังคงเป็นแบบราชการ ไม่ตรงใจคนดู คนฟัง จึงต้องปรับตัว พัฒนาและเพิ่มช่องทางการสื่อสารเพื่อให้ส่งข้อมูลข่าวสารไปถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีหลากหลายให้ได้ นอกจากนี้ ยุทธศาสตร์ระยะ 20 ปี ยังให้ความสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในทุก ๆ ด้าน โดยกำหนดให้มีการส่งเสริมและพัฒนาคนไทยให้เป็นคนมีศักยภาพทุกด้านรู้เท่าทันเทคโนโลยี ผ่านการเรียนรู้ทั้งในและนอกระบบ ที่สำคัญคือการคาดหวังและให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนในการเป็นโรงเรียนของสังคม และส่งเสริมค่านิยม วัฒนธรรมอันดีของสังคม รวมทั้งเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดช่วงชีวิต จากปัจจัยดังกล่าวจึงส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของกรมประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อ

1.1 เนื่องด้วยประชาชนกลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่าง เช่น พฤติกรรม ช่วงวัย เพศ อาชีพ และพื้นที่ และการนำเสนอประเด็นในรายการข่าวและรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ยังขาดการบริหารประเด็นให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ไม่มีความหลากหลาย และการนำเสนอในรูปแบบและภาษาที่เป็นทางการทำให้ขาดความน่าสนใจ

1.2 การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารทำให้ประชาชนสามารถเลือกรับสื่อได้หลากหลาย Platform และเลือกช่องทางการรับสื่อที่ตรงกับความต้องการของตนเองได้มากขึ้น โดยกรมประชาสัมพันธ์เน้นการเผยแพร่ข้อมูลผ่านช่องทางหลัก คือ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อดิจิทัล แต่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบันมีความแตกต่าง และรวมตัวกันเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น (Niche Market) เช่น พฤติกรรม ช่วงวัย เพศ การศึกษา อาชีพ พื้นที่ จึงจำเป็นต้องพัฒนาช่องทางการสื่อสารเดิม (วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์) ให้มีสัญญาณภาพและเสียงคมชัด ครอบคลุมพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งต้องแสวงหาช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้มากยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาช่องทางสื่อออนไลน์ให้สามารถเข้าถึงได้ทุกอุปกรณ์ การเพิ่มช่องทาง Application บนมือถือ เป็นต้น

1.3 ปัจจุบันเราอยู่ในยุคที่การสื่อสารรวดเร็วว่องไว ทุกคนสามารถกลายเป็นสื่อได้เอง รวมทั้งเป็นผู้รับสารและผู้ส่งสารในเวลาเดียวกัน กอปรกับมีข้อมูลข่าวสารไหลเวียนอย่างรวดเร็วในสื่อช่องทางต่าง ๆ ทั้งทางสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกิจกรรม และสื่อดิจิทัล รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ทำให้ข้อมูลที่ส่งออกมามีทั้งข่าวจริงและข่าวปลอม (Fake news) โดยที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถแยกแยะได้ จึงทำให้เกิดปัญหาข่าวปลอมขึ้น

2. รูปแบบการนำเสนอรายการยังคงเป็นแบบราชการ ไม่น่าสนใจ

ปัจจุบันประเทศไทยได้เปลี่ยนผ่านระบบทีวีจากระบบอนาล็อกไปสู่ทีวีดิจิตอล ทำให้การแพร่ภาพออกอากาศมีประสิทธิภาพสูงทั้งความคมชัดของภาพและเสียงสมจริงมากขึ้น และส่งผลให้เกิดการแข่งขันในวงการสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ที่ต้องพัฒนารูปแบบและคุณภาพรายการ เนื้อหาให้น่าสนใจ และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี การผลิตรายการในรูปแบบดังกล่าวต้องใช้งบประมาณในการผลิตเป็นจำนวนมากต่อรายการ ไม่ว่าจะเป็นงบประมาณในการจัดหาอุปกรณ์ เทคโนโลยีที่ทันสมัย และงบประมาณในการออกแบบการผลิตให้สวยงาม ประกอบกับคนไทยส่วนใหญ่นิยมเปิดรับสื่อบันเทิง เช่น ละคร ภาพยนตร์ รายการเพลง ข่าวบันเทิง ซึ่งรายการในรูปแบบนี้ใช้งบประมาณในการผลิตสูง รวมทั้งข่าวที่นำเสนอตามกระแสความนิยม หรือสร้างเรตติ้ง เช่น ข่าววิพากษ์วิจารณ์การเมือง และนำเสนอความคิดเห็นเฉพาะด้าน เฉพาะกลุ่ม

ในขณะที่กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะสื่อของรัฐ มีภารกิจในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการพัฒนาประเทศ พัฒนาชีวิตประชาชน โดยนำข้อมูลข่าวสาร นโยบาย การดำเนินงานขับเคลื่อนประเทศจากภาครัฐและทุกภาคส่วน รวมทั้ง ปัญหา ความเดือนร้อนของประชาชน เพื่อสะท้อนสู่ภาครัฐในการแก้ปัญหา ซึ่งข้อมูลข่าวสารในลักษณะนี้ยากต่อการทำให้น่าสนใจ และคนไทยส่วนใหญ่ไม่นิยมเปิดรับ ส่งผลให้รูปแบบการนำเสนอ

รายการส่วนใหญ่ยังคงเป็นแบบราชการ ขาดสีสันจากการมีส่วนร่วม ขาดความหลากหลาย ไม่ตรงใจคนดู คนฟัง ดังนั้น กรมประชาสัมพันธ์จึงต้องปรับตัว พัฒนารูปแบบรายการให้น่าสนใจและโดนใจประชาชนกลุ่มเป้าหมาย บนพื้นฐานของงบประมาณที่ได้รับจัดสรร รวมถึงเพิ่มช่องทางการสื่อสาร เพื่อให้ส่งข้อมูลข่าวสารไปถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีหลากหลายให้ได้

<u>แนวทางการปรับปรุงแก้ไข</u>

จากผลการประเมินในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ทั้งการประเมินผลการดำเนินงานภาพรวมของกรมประชาสัมพันธ์ การประเมินภายใต้โครงการสำคัญ และโครงการภายใต้แผนงานบูรณาการ ในเรื่องการรับรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ และการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย พบว่าประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด ซึ่งมีอัตราการเปิดรับสื่อชนิดนี้เพิ่มขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ ตามลำดับ โดยข้อเสนอแนะจากผู้ประเมินอิสระระบุว่าควรมีการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์ ให้มากขึ้น ควบคู่กับสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ ซึ่งเป็นสื่อหลักของกรมฯ โดยสามารถผลิตและดัดแปลงเนื้อหา (Content) ที่ผลิตจากสื่อหลักไปเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารมีความเป็นเอกภาพและแพร่หลายมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ กรมประชาสัมพันธ์ อาจพิจารณาเพิ่มเติมสัดส่วนเนื้อหาของท้องถิ่นต่างๆ ลงในเนื้อหาของส่วนกลางให้มากขึ้น เช่น เรื่องราวของความเป็นท้องถิ่น เรื่องปากท้องของคนในท้องถิ่น เพื่อให้เนื้อหามีความหลากหลาย ครอบคลุม ตรงประเด็นตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของกรม ฯ ที่มีอยู่ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

สำหรับรูปแบบการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของกรมฯ อาจยังไม่ค่อยน่าสนใจ แต่มีความน่าเชื่อถือ เนื่องจากจุดแข็งของกรมฯ มีภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือในฐานะสื่อของรัฐ ซึ่งเป็นที่พึ่งพาด้านข้อมูลข่าวสารของประชาชน จึงทำให้สื่ออื่น ๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนนำข้อมูลข่าวสารของกรม ฯ ไปใช้อ้างอิงและเผยแพร่ให้ประชาชนได้รับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับผลประเมินความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อข้อมูลข่าวสารของกรมฯ ใน 3 ด้าน คือ ความถูกต้อง ความรวดเร็ว และความเป็นกลางและรอบด้าน ตามที่กรมฯ ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบการสร้างให้สื่อในสังคมไทยมีความเข้มแข็ง สามารถสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ประชาชนในสังคม ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ ปลอดภัยและสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ภายใต้แผนแม่บทที่ 10 การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ยุทธศาสตร์ชาติที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

จึงนับเป็นโอกาสที่กรมประชาสัมพันธ์จะปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงาน เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร นโยบาย ที่ถูกต้อง ตรงกับความต้องการของประชาชน โดยกรมประชาสัมพันธ์ต้องพัฒนารูปแบบ เนื้อหาการนำเสนอข้อมูลการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งต้องเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ ให้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายอย่างเท่าทันต่อความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะสื่อดิจิทัลโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้น

จึงต้องบูรณาการการใช้สื่อให้ครบถ้วนทุกช่องทางทั้ง On Air (เผยแพร่ทางสื่อวิทยุ วิทยุโทรทัศน์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค) Online (เผยแพร่ทางสื่อดิจิทัล) On Ground (เผยแพร่ผ่านการจัดกิจกรรมเน้นสร้างการมีส่วนร่วม) รวมทั้งการสร้างเครือข่ายในด้านข้อมูลข่าวสารและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยดำเนินการ ดังนี้

1. การปรับปรุง และพัฒนาการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อ โดยดำเนินการใน 2 ส่วนหลักคือ การปรับปรุงพัฒนาด้านการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร และการปรับปรุงพัฒนาช่องทาง ดังนี้

1.1 การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร

1.1.1 <u>การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงรุก</u> การสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความต้องการความสนใจของประชาชนต่อประเด็นข้อมูลข่าวสาร ผ่านช่องทางและรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การสำรวจด้วยแบบสอบถามสั้น ๆ บ่อย ๆ (Pulse survey) การรวบรวมวิเคราะห์ความคิดเห็นของประชาชนจากสื่อสังคมออนไลน์ ผ่าน Social Listening การรวบรวมและจัดลำดับการให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาวิเคราะห์กำหนดประเด็นสำคัญในทุกระดับทั้งในส่วนภูมิภาคและในระดับประเทศ รวมทั้งสามารถพยากรณ์ประเด็นสำคัญที่จะเป็นกระแสสังคม นำมาจัดทำกรอบเนื้อหาการประชาสัมพันธ์ส่งให้หน่วยปฏิบัติในสังกัดนำข้อมูลไปปรับใช้ในการสื่อสาร ผ่านรูปแบบ ช่องทางที่เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนในแต่ละพื้นที่ เพิ่มประสิทธิผลในการบริหารประเด็นและข้อมูลข่าวสารให้เป็นไปอย่างมีเอกภาพ โดยการปรับเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอให้เป็นข้อมูล ภาษา เนื้อหา ที่เข้าใจง่าย และเหมาะสมสอดคล้องกับสื่อที่ใช้เผยแพร่ อาทิ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และสื่อดิจิทัล เป็นต้น รวมถึงเน้นการนำเสนอข้อมูลในเชิงลึกและเน้นประเด็นข่าวที่มีผลกระทบในวงกว้างต่อสังคมและเป็นที่สนใจของประชาชน

1.1.2 <u>การแก้ไขปัญหาการบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร และแก้ไขปัญหาข่าวปลอม</u> (Fake News) เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนและหยุดยั้งข่าวลวงอย่างรวดเร็ว และเป็นข้อมูลที่ถูกต้องผ่านกระบวนการ ดังนี้

- ร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ในการตรวจสอบ และจัดทำข้อมูลที่ถูกต้อง โดยดำเนินการผ่านกระบวนการตรวจสอบข่าวปลอมบูรณาการร่วมกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และหน่วยงาน 20 กระทรวง เปิดช่องทางเพจข่าวจริงประเทศไทย เว็บไซต์ข่าวจริงประเทศไทย www.realnewsthailan.net / Line@ ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม / Fakebook ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม เว็บไซต์ www.antifakenewscenter.com หรือทวิตเตอร์ @ AFNCThailand ให้ประชาชนสามารถตรวจสอบข้อมูลข่าวสารว่าจริงหรือปลอมภายใน 24 ชั่วโมง

- กระบวนการตรวจสอบข่าวปลอม เมื่อประชาชนสอบถามหรือแจ้งตรวจสอบข่าวปลอมขึ้น กรมประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นหน่วยร่วมดำเนินการกับกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพื่อทำงาน

ร่วมกับหน่วยงาน 20 กระทรวง ในการตรวจสอบ แสวงหา และชี้แจงข้อเท็จจริงเผยแพร่ผ่าน เพจข่าวจริงประเทศไทยของกรมประชาสัมพันธ์ ก็จะดำเนินการตรวจสอบข้อมูลดังกล่าวภายใน 24 ชม. หากพบว่าเป็นข่าวปลอม จะจัดทำข้อเท็จจริงโดยเรียบเรียงข้อมูลที่ถูกต้อง ผลิตข้อมูลและสื่อในรูปแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ตอบกลับไปยังช่องทางที่ประชาชนสอบถาม และกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังทุกช่องทางของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะสื่อในความรับผิดชอบของกรมประชาสัมพันธ์และเครือข่าย อาทิ กลุ่มไลน์ อสม. อป.มช. วิทยุชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้หากเป็นข่าวปลอมที่เคยมีการแชร์มาก่อนและบันทึกไว้ในฐานข้อมูลจะใช้เวลาตอบกลับไม่เกินครึ่งชั่วโมง ซึ่งจะทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องอย่างรวดเร็ว ลดการกระจายข่าวปลอม และเผยแพร่ข่าวจริงให้มากที่สุด

- เพิ่มช่องทางการให้ความรู้แก่ประชาชน เพื่อสร้างการรู้เท่าทันสื่อผ่านรายการต่าง ๆ เช่น ช่วงชัวร์หรือมั่วนิ่ม รายการสแกนข่าวร้อนทาง NBT2HD การประชาสัมพันธ์รณรงค์ใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และรู้เท่าทันสื่อผ่านช่องทางต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

- การสร้างเครือข่ายเฝ้าระวังข่าวปลอม (Fake News) ภาคประชาชน โดยดำเนินการสร้างเครือข่าย อสม. เฝ้าระวังข่าวปลอม เพื่อเป็นช่องทางการสื่อสาร 2 ทาง ที่รับ - ส่ง ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเป็นแหล่งสอบถาม ตรวจสอบข่าวปลอม ข่าวเท็จที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ โดยกรมประชาสัมพันธ์และหน่วยงานภาครัฐตรวจสอบข้อเท็จจริง และจัดทำข้อมูลที่ถูกต้องส่งให้เครือข่าย อสม. เฝ้าระวังข่าวปลอม เพื่อส่งต่อข้อมูลที่ถูกต้องไปยัง อสม. เครือข่ายอื่น ๆ และประชาชนในทุกพื้นที่อย่างรวดเร็ว และเป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้ มีแหล่งอ้างอิงอย่างถูกต้องชัดเจน นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายวิทยุชุมชน และเครือข่าย อปมช. ของกรมประชาสัมพันธ์ที่ได้เป็นเครือข่ายในการส่งข้อมูลข่าวสารทั่วประเทศ

1.2 การพัฒนาหรือปรับปรุงช่องทาง เพื่อการประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้และเข้าใจแก่ประชาชน

1.2.1 <u>เพิ่มช่องทางการเผยแพร่ออกอากาศ</u> โดยใช้ช่องทางแบบผสมผสาน เช่น ใช้สื่อหลักควบคู่กับช่องทางออนไลน์ อาทิ เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย (Twitter Facebook Application) ใช้เนื้อหาที่ออกอากาศทางคลื่นวิทยุ มาผสมผสานกับช่องทางอื่นเพื่อให้น่าสนใจ อาทิ ทำคลิป หรือแอนิเมชัน พัฒนาแอปพลิเคชันบนออนไลน์ เพื่อรองรับกับพฤติกรรมการรับฟังของผู้ฟังที่เปลี่ยนไป

1.2.2 <u>การพัฒนาช่องการสื่อสารเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกกลุ่ม</u> ทุกอายุ สามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างทั่วถึง เท่าเทียม ทั้งกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มคนพิการ กลุ่มผู้ไม่รู้หนังสือ กลุ่มคนยากจนที่ไม่เข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การจัดทำบริการ “คำบรรยายแทนเสียง Closed Caption: CC” สำหรับกลุ่มคนพิการหูหนวก และจัดทำบริการ “ล่ามภาษามือ” และบริการ “เสียงบรรยายภาพ Audio Description: AD” สำหรับกลุ่มคนตาบอด การพัฒนาประสิทธิภาพการส่งสัญญาณออกอากาศ เครื่องมือ อุปกรณ์สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ทำให้ประชาชนสามารถรับชมรับฟังได้ผ่านเครื่องรับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลความคมชัดสูง เพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์

และการสร้างเครือข่ายประชาสัมพันธ์เพื่อส่งข้อมูลให้เครือข่ายนำไปสร้างความรู้ความเข้าใจสู่ประชาชนหรือเครือข่ายของตนต่อไป

1.2.3 <u>การพัฒนาช่องทางดิจิทัล</u> ในปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์ได้ใช้เครื่องมือทางดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

- พัฒนาเว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ ให้สามารถเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้ทุก Platform (Responsive Web Design) ซึ่งจะมีการปรับเปลี่ยนขนาดของเว็บไซต์ให้เหมาะสมกับการแสดงผลบนหน้าจอขนาดต่างๆ และความละเอียดของหน้าจอในอุปกรณ์ที่แตกต่างกัน เช่น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ค โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต

- สร้างและพัฒนาสื่อออนไลน์ Official หลักของประเทศ เพื่อใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ในรูปแบบที่สั้นกระชับ เข้าใจง่าย ประชาชนสามารถนำไปปฏิบัติได้ทันที โดยในปัจจุบันกรมประชาสัมพันธ์ได้พัฒนาและเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ในหลากหลาย Platform มากยิ่งขึ้นได้แก่ เว็บไซต์หลักกรมประชาสัมพันธ์ ทั้งภาษาไทย (www.prd.go.th) และภาษาอังกฤษ (https://thailand.prd.go.th และ https://thainews.prd.go.th) และเว็บไซต์หน่วยงานสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ รวม 178 เว็บไซต์ / Facebook 197 เพจ / YouTube 107 ช่อง / Twitter 42 Account / Instagram 29 Account / TikTok 17 ช่อง สำหรับในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะฝ่ายประชาสัมพันธ์ศูนย์ข้อมูลมาตรการแก้ไขปัญหาจากโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้เพิ่มช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อโทรทัศน์ โดยการจัดตั้งสถานีโควิด 19 เพจเฟซบุ๊ก ศูนย์ข้อมูล COVID-19 มีผู้ติดตามและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของกรมประชาสัมพันธ์มากกว่า 85 ล้านคน (เป็นยอดผู้เข้าถึงในประเด็นต่างๆ โดยเฉพาะประเด็นโควิด 19 ห้วงระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2564 ถึงเดือนเมษายน 2565 ซึ่งรายงานต่อที่ประชุม ครม. เป็นประจำทุกไตรมาส)

- บูรณาการการดำเนินงานเว็บไซต์หลักของกรมประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ของหน่วยงานในสังกัด และสื่อสังคมออนไลน์ทุกแพล็ตฟอร์มร่วมกันทุกพื้นที่ทั่วประเทศ เช่น การถ่ายทอดการลงพื้นที่และการประชุมคณะรัฐมนตรีสัญจร ที่เผยแพร่ข่าว สกู๊ป รวมทั้งการถ่ายทอดสด ทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะในวาระสำคัญของประเทศ หรือในช่วงภาวะวิกฤต

- เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มเป้าหมายชาวต่างประเทศ และชาวไทย สร้างการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายรัฐบาล ภาพลักษณ์ของประเทศไทย ผ่านช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ ได้แก่ เว็บไซต์หลัก https://.thailand.prd.go.th, http://thainews.prd.go.th/en Facebook : PR Thai Government / NBT world / Thai Thai by Madam Aree / Radio Thailand World Service และ Twitter : PR Thai Government / Radio Thailand World Service ส่งผลให้ประชาชนชาวไทยได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากต่างประเทศ และเกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในสายตาชาวโลก

1.2.4 <u>การพัฒนาทีวีภูมิภาค</u> เป็นการเพิ่มช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในท้องถิ่นให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารมากขึ้น โดยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ นโยบายการดำเนินงานภาครัฐ ข่าวสารประจำวันที่เกี่ยวข้องในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีความแตกต่างกันเป็นการเติมเต็มข้อมูลข่าวสารที่สื่อจากส่วนกลางไม่สามารถนำเสนอได้โดยการใช้ภาษาถิ่น และสามารถส่งข้อมูลถึงกลุ่มเป้าหมายในแต่ละภูมิภาคได้ตรงตามต้องการ รวมทั้งเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาค สืบสานประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น สร้างโอกาสและการมีส่วนร่วมในการใช้ช่องทางการสื่อสารของรัฐในการพัฒนาท้องถิ่นทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ ส่งเสริมวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชาติ และการสื่อสารในภาวะวิกฤตในแต่ละพื้นที่ ผ่านรายการข่าว สกู๊ปข่าว และรายการต่าง ๆ อาทิ รายการอีสานวันนี้ รายการข่าวภาคเหนือ ข่าวเด่นประเด็นใต้ รายการชุมชนเล่าเรื่อง

2. การปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอรายการ

จากกระแสความนิยมในการบริโภคข้อมูลข่าวสารของประชาชนในปัจจุบัน รวมทั้งการแข่งขันด้านเรตติ้งในวงการสื่อ ที่ต่างนำเสนอข่าวสาร รายการที่มุ่งตอบความนิยมของประชาชน และการสร้างกระแสให้คนมาบริโภคสื่อของตน สำหรับกรมประชาสัมพันธ์ในการทำหน้าที่สื่อของรัฐ ไม่มีแนวทางในการผลิตสื่อเพื่อสร้างเรตติ้ง แต่มุ่งเน้นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเพื่อยังคงเป็นแหล่งข้อมูลที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ของประชาชน จึงได้มีการปรับปรุงรูปแบบรายการให้มีความหลากหลาย บนพื้นฐานของงบประมาณที่จำกัด โดยดำเนินการใน 4 รูป แบบ ดังนี้

2.1 เน้นการนำเสนอรายการที่สร้างสรรค์ โดยปรับรูปแบบให้ตอบสนอง เข้าถึงผู้ชมผู้ฟังได้รวดเร็ว ทันท่วงทีในทุกสถานการณ์ สร้างการมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มเยาวชน ให้สามารถมาใช้พื้นที่สื่อของกรมประชาสัมพันธ์แสดงความคิดเห็น เสนอแนะแนวทางในเชิงสร้างสรรค์ต่อรัฐบาลและภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ สะท้อนผ่านมุมมองของเด็กและเยาวชน ในสถานการณ์ฉุกเฉิน หรือภาวะวิกฤตต่าง ๆ ได้มีการปรับปรุงรายการให้สอดรับกับสถานการณ์ เช่น ปรับช่อง NBT เป็น COVID-19 TV (ปี 2563 - 2564) ผลิตรายการเพื่อให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ประกอบด้วย รายการ NBT รวมใจ สู้ภัยโควิด 19 / การถ่ายทอดแถลงประจำวันจากศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด 19 (ศบค.)/ รายการเรื่องดังหลังข่าว

2.2 เน้นการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง ที่เป็นประโยชน์การนำเสนอข้อมูลอย่างรอบด้าน เพื่อให้ประชาชนใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการดำเนินชีวิต และเป็นที่พึ่งของประชาชนในการตรวจสอบความถูกต้อง เชื่อถือได้ เช่น เรื่องการเมืองกรมประชาสัมพันธ์ได้นำเสนอในลักษณะการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริง และนำเสนอความคิดเห็นอย่างรอบด้าน ทุกกลุ่มที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ทุกข้อเสนอแนะในแต่ละประเด็นว่ามีความคิดเห็นอย่างไร แตกต่างกันอย่างไร พร้อมทั้ง ให้ข้อมูล หลักการ หรือข้อกฎหมายเพิ่มเติมประกอบการนำเสนอ โดยไม่มีการวิพากษ์วิจารณ์ การนำเสนอจึงเป็นการนำเสนอบนพื้นฐานของข้อเท็จจริง

2.3 รายการสาระบันเทิงและสร้างแรงบันดาลใจ มุ่งเน้นพัฒนารูปแบบการผลิตสื่อและประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบสาระบันเทิงและสร้างแรงบันดาลใจ โดยการนำเสนอบุคคล องค์กร หน่วยงานต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ หรือมีแนวความคิดที่เป็นประโยชน์ มีจิตสาธารณะ เพื่อเป็นแบบอย่างและเป็นแรงบันดาลใจสำคัญในการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาสหรือผู้ที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ซึ่งจะทำให้ลดช่องว่างในการพัฒนาคนและพัฒนาชาติ และสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในการพัฒนาคุณภาพชีวิต และสาระบันเทิงในการสร้างความสุข เช่น NBT DOCUMENTARY สาระดี @ เอ็น บี ที / เคียงบ่าเคียงไหล่ / เส้นทางกีฬา

2.4 เปิดโอกาสให้หน่วยงานภาครัฐและประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตรายการ และใช้ช่องทางสื่อภาครัฐ เพื่อให้สามารถผลิตและนำเสนอรายการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการนำเสนอรายการที่มีความหลากหลาย ให้ประชาชนมีทางเลือกในการรับชม รับฟัง ข่าวสารเรื่องราวอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ข่าวสารตามกระแส หรือข่าวสารที่นำเสนอเพื่อความบันเทิงเพียงอย่างเดียว

3. การดำเนินการขับเคลื่อนแผนแม่บทประเด็น (10) การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม

ตามมติ ครม. 3 ธันวาคม 2562 โดยกรมประชาสัมพันธ์ได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานเจ้าภาพขับเคลื่อนแผนย่อยที่ 3 การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม ซึ่งอยู่ภายใต้แผนแม่บทประเด็นที่ 10 คือ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ยุทธศาสตร์ชาติที่ 3 การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ จึงเป็นโอกาสที่กรมประชาสัมพันธ์จะได้ดำเนินการในฐานะหน่วยงานหลักด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ โดยได้ดำเนินการใน 2 รูปแบบ คือ

3.1 การผลิตและเผยแพร่สื่อสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมและปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ของไทย โดยกำหนดคอนเทนส์ส่งเสริมการมีจิตอาสา จิตสาธารณะ การมีวินัย ความตระหนักต่อประโยชน์ส่วนรวม ความภาคภูมิใจในความเป็นไทยที่มีอัตลักษณ์ สื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ในรูปแบบวิธีการผลิตสื่อที่หลากหลาย

3.2 ดำเนินการในฐานะองค์กรด้านสื่อสารมวลชน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้องค์กรสื่อ ให้สามารถทำหน้าที่ผลิตข้อมูลข่าวสารและเผยแพร่ข่าวสารที่ถูกต้องสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประชาชน ก่อให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ ผ่านการดำเนินงาน 5 ด้านหลัก คือ

(1) การสร้างความเข้มแข็งขององค์กรสื่อในการจัดทำและเตรียมการบังคับใช้ พ.ร.บ. ส่งเสริมจริยธรรมและมาตรฐานวิชาชีพสื่อมวลชน มติ ครม. เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2564 แจ้งให้นำร่าง พ.ร.บ. กลับไปทบทวนภาพรวมของร่างกฎหมายเพื่อให้มีความรอบคอบยิ่งขึ้น อาทิ ประเด็นสื่อออนไลน์และการจัดสรรงบประมาณแก่สภาวิชาชีพสื่อมวลชน รวมทั้งประเด็นโทษจากการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามจริยธรรมสื่อมวลชนที่เหมาะสม

(2) การพัฒนาคุณภาพของบุคลากรด้านสื่อ โดยการพัฒนาหลักสูตรการสื่อสารและการอบรมบุคลากรด้านสื่อสารมวลชนและประชาสัมพันธ์

(3) การส่งเสริมสื่อสร้างสรรค์ ทั้งเนื้อหา รูปแบบ และช่องทางที่นำข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน จัดสรรช่วงเวลาของสื่อในความรับผิดชอบของกรมประชาสัมพันธ์ทั้งหมดให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม

(4) การสร้างระบบและช่องทางการสื่อสารให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม หรือมีช่องทางในการตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร ผ่านโครงการพัฒนาระบบคลังข้อมูลข่าวสารและการพัฒนาสื่อวิทยุเพื่อสาธารณะประโยชน์ เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถใช้สื่อและช่องของรัฐเพื่อประโยชน์ส่วนรวม

(5) การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร เพื่อบริหารจัดการข่าวปลอม สร้างกลไกการสำรวจและรับฟังข้อเท็จจริงจากทุกภาคส่วน โดยการสำรวจ และรับฟังความคิดเห็นของประชาชน นำมากำหนดเป็นเรื่องสื่อสารสำคัญประจำปี เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องไปยังประชาชน ไขข้อสงสัยและตรงกับความสนใจ รวมทั้งการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารเชิงรุกและการสร้างช่องทางให้ประชาชนสามารถตรวจสอบข่าวปลอม (Fake News) ซึ่งจะสร้างภูมิคุ้มกันให้ประชาชนคิด วิเคราะห์ ตรวจสอบข้อมูลข่าวสารก่อนเชื่อ ก่อนแชร์

การแก้ไขปัญหาดังกล่าว กรมประชาสัมพันธ์ให้ความสำคัญและมุ่งมั่นดำเนินการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการดำเนินงานเพื่อเป้าหมายในการนำข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นจริง เชื่อถือได้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต และการพัฒนาประเทศไปสู่ประชาชน และกำหนดเป็นแนวทางในการดำเนินงานในปี 2566 ในประเด็นสำคัญ ๆ 5 ประเด็น คือ

1. ประชาชนยังคงรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายสำคัญของรัฐบาลจากสื่อหลักของกรมประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จึงควรดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อหลัก (สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ) ไว้เช่นเดิม เพื่อรักษาฐานผู้ชมและผู้ฟังกลุ่มเดิมไว้ให้ได้อย่างต่อเนื่อง และสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชนทุกกลุ่ม ทุกพื้นที่บนพื้นฐานสื่อของรัฐเพื่อประโยชน์สาธารณะ

2. มุ่งเน้นการใช้สื่อดิจิทัลและปรับข้อมูลข่าวสารให้มีความทันสมัยเสมอ เนื่องจากสื่อดิจิทัลได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการข่าวสารในยุคปัจจุบันได้อย่างดีและทันต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับสื่อของประชาชน และสามารถขยายฐานกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ จึงควรใช้และพัฒนาสื่อดิจิทัล ทั้งด้านการนำเสนอข้อมูล และรูปแบบการผลิตสื่อ โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากสื่อเหล่านี้สามารถขยายเครือข่ายไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้อย่างรวดเร็ว ครอบคลุมพื้นที่ในวงกว้าง

3. ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาข่าวลวง ข่าวปลอม รวมทั้งเป็นแหล่งอ้างอิงสำคัญในการตรวจสอบข้อมูลที่ถูกต้องของประชาชน โดยมีกระบวนการบริหารจัดการ Fake News ที่เป็นรูปธรรม มีการจัดทำระบบข้อมูลข่าวสารที่ผลิตขึ้นโดยกรมประชาสัมพันธ์ และการเชื่อมประสานข้อมูลกับหน่วยงาน

ภายนอก เพื่อเป็นคลังข้อมูลระดับประเทศในการตรวจสอบข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคมได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องทันเวลา

4. ยึดมั่นแนวทางการดำเนินงานในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการอ้างอิง และเชื่อถือได้ ไม่แข่งขันด้านเรตติ้ง ภายใต้งบประมาณที่มีอย่างจำกัด เน้นการให้ข้อมูลข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบ้านเมือง พัฒนาชีวิต พัฒนาชุมชน มีเรื่องราวที่สนุกสนานพร้อมกับมีสาระ จรรโลงสังคม อัตลักษณ์ของประเทศ วัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งเรื่องราวเหล่านี้อาจไม่ตรงกับความนิยมในการรับสื่อของประชาชนในปัจจุบัน แต่เป็นข้อมูลที่ประชาชนเชื่อมั่น และให้ความเชื่อถือ ใช้เป็นแหล่งตรวจสอบและอ้างอิงความถูกต้อง โดยเฉพาะในสภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น

5. ดำเนินการในฐานะองค์กรหลักด้านสื่อสารมวลชนภาครัฐ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้องค์กรสื่อ ให้สามารถทำหน้าที่ผลิตข้อมูลข่าวสารและเผยแพร่ข่าวสารที่ถูกต้องสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประชาชน ก่อให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญภายใต้แผ่นแม่บทย่อยที่ 10.3 การใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม ทั้งในด้านการสร้างความเข้มแข็งขององค์กรสื่อ การพัฒนาคุณภาพของบุคลากรด้านสื่อ การส่งเสริมสื่อสร้างสรรค์ การพัฒนาระบบโครงสร้างเครือข่ายด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวดเร็ว