

คู่มือ

การดำเนินงานเพื่อระวังและสื่อสารตอบโต้ความเสี่ยง
ของกรมอนามัย

ศูนย์สื่อสารสาธารณะ กรมอนามัย
(กลุ่มสื่อสารสาธารณะ)

คู่มือ

การดำเนินงานเฝ้าระวังและสื่อสารตอบโต้ความเสี่ยงของกรมอนามัย

วัตถุประสงค์

1. เจ้าหน้าที่รับผิดชอบงานเฝ้าระวังและสื่อสารตอบโต้ความเสี่ยงของกรมอนามัยสามารถนำคู่มือไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานเฝ้าระวังและสื่อสารตอบโต้ความเสี่ยงได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ
2. ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจสามารถนำคู่มือไปใช้ประโยชน์เพื่อการดำเนินงานเฝ้าระวังและสื่อสารตอบโต้ความเสี่ยงภายในหน่วยงานหรือองค์กรของตนเองได้

การเฝ้าระวังและตอบโต้สื่อสารความเสี่ยง

ความหมาย

การเฝ้าระวัง (Monitor) หมายถึง ระบบและกลไกที่สร้างขึ้นเพื่อติดตามสถานการณ์ใด สถานการณ์หนึ่ง เพื่อใช้ในการวางแผน ควบคุม ป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น หรือนำไปใช้เพื่อการดำเนินการลดปัจจัยเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ

ความเสี่ยง (Risk) หมายถึง โอกาสที่จะเกิดความผิดพลาด ความเสียหาย การรั่วไหลความสูญเสียเปล่าหรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งอาจเกิดขึ้นในอนาคต และมีผลกระทบหรือทำให้การดำเนินงานไม่ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ เป้าประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร ทั้งในด้านยุทธศาสตร์ การปฏิบัติงาน การเงิน และการบริหาร ซึ่งอาจเป็นผลกระทบทางบวกด้วยก็ได้ โดยการวัดจากผลกระทบ (Impact) ที่ได้รับและโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) ของเหตุการณ์

ความเสี่ยง จำแนกได้ 4 ลักษณะ

1. Strategic Risk – ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในระดับยุทธศาสตร์ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ กฎหมาย ตลาด ภาพลักษณ์ ผู้นำ ชื่อเสียง ลูกค้า เป็นต้น
2. Operational Risk – ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในระดับปฏิบัติการ เช่น กระบวนการ เทคโนโลยี และคนในองค์กร เป็นต้น

3. Financial Risk – ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับด้านการเงิน เช่น การผันผวนทางการเงินสภาพคล่อง อัตราดอกเบี้ย ข้อมูลเอกสารหลักฐานทางการเงิน และการรายงานทางการเงินบัญชี เป็นต้น
4. Hazard Risk – ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องในด้านความปลอดภัย จากอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน เช่น การสูญเสียทางชีวิตและทรัพย์สินจากภัยพิบัติทางธรรมชาติ และการก่อการร้าย เป็นต้น

ปัจจัยเสี่ยง (Risk Factor) หมายถึง ต้นเหตุ หรือสาเหตุที่มาของความเสี่ยง ที่จะทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยต้องระบุได้ด้วยว่าเหตุการณ์นั้นจะเกิดที่ไหนเมื่อใด เกิดขึ้นได้อย่างไรและทำไม ทั้งนี้สาเหตุของความเสี่ยงที่ระบุ ควรเป็นสาเหตุที่แท้จริง เพื่อจะได้วิเคราะห์และกำหนดมาตรการลดความเสี่ยงในภายหลังได้อย่างถูกต้อง

การประเมินความเสี่ยง

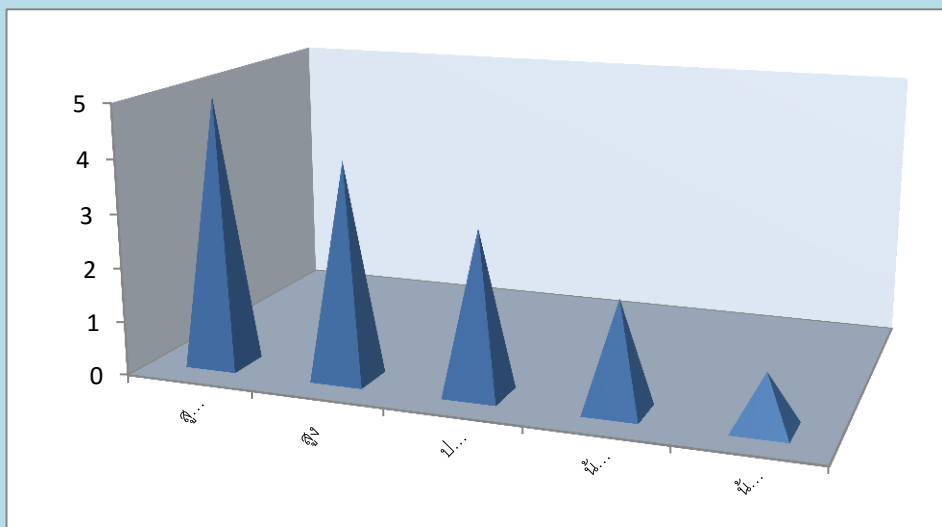
การประเมินความเสี่ยง (Risk Assessment) หมายถึง การวิเคราะห์และจัดลำดับความเสี่ยง โดยพิจารณาจากการประเมินจากโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง (Likelihood) และความรุนแรงของผลกระทบจากเหตุการณ์ความเสี่ยง (Impact) ต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของกระบวนการทำงานของหน่วยงานหรือขององค์กร ซึ่งโอกาสที่จะเกิด (Likelihood) หมายถึง ความถี่หรือโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยง และผลกระทบ (Impact) หมายถึง ขนาดความรุนแรงของความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น หากเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยง

เกณฑ์การประเมินความเสี่ยง

เป็นการกำหนดเกณฑ์ที่จะใช้ในการประเมินความเสี่ยงได้แก่ ระดับโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง (Likelihood) ระดับความรุนแรงของผลกระทบ (Impact) และระดับของความเสี่ยง (Degree of Risk) โดยคณะกรรมการบริหารความเสี่ยงของแต่ละหน่วยงานจะต้องกำหนดเกณฑ์ของหน่วยงาน เป็นเกณฑ์ในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ 5 ระดับ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อมูลสภาพแวดล้อมในหน่วยงานและดุลยพินิจการตัดสินใจของคณะกรรมการ ฯ และฝ่ายบริหารของหน่วยงาน

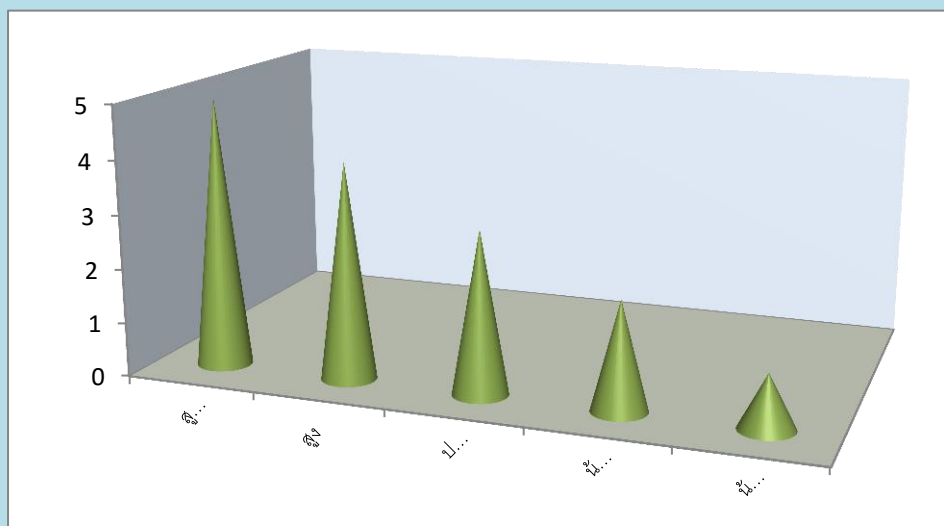
เกณฑ์ในเชิงปริมาณจะเหมาะกับหน่วยงานที่มีข้อมูลตัวเลข หรือจำนวนเงินมาใช้ในการวิเคราะห์ อย่างพอเพียง สำหรับหน่วยงานที่มีข้อมูลเชิงพรรณนาไม่สามารถระบุเป็นตัวเลขหรือจำนวนเงินที่ชัดเจนได้ ก็ให้กำหนดเกณฑ์ในเชิงคุณภาพ

ระดับโอกาสในการเกิดเหตุการณ์ต่างๆ (Likelihood) ในเชิงปริมาณ



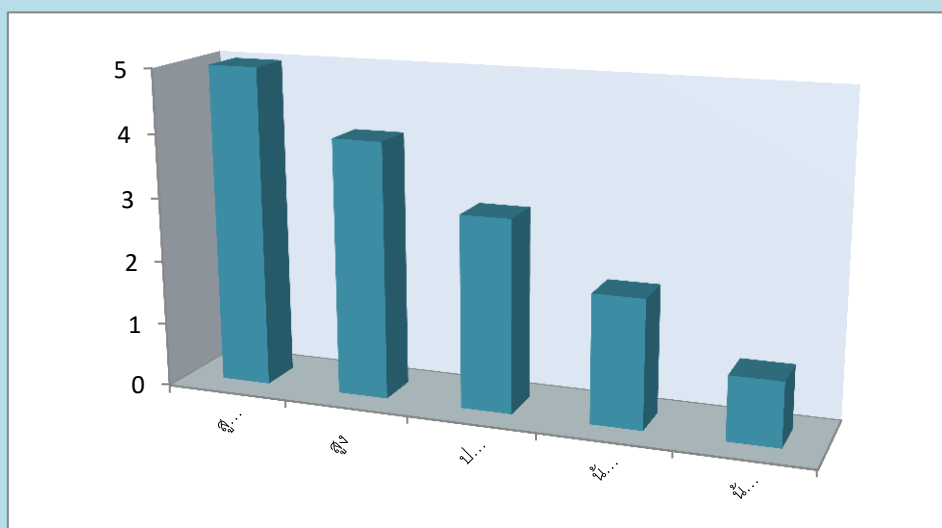
ระดับ	โอกาสที่จะเกิด	คำอธิบาย
5	สูงมาก	1 เดือนต่อครั้ง หรือมากกว่า
4	สูง	1-6 เดือนต่อครั้ง แต่ไม่เกิน 5 ครั้ง
3	ปานกลาง	1 ปีต่อครั้ง
2	น้อย	2-3 ปีต่อครั้ง
1	น้อยมาก	5 ปีต่อครั้ง

ระดับโอกาสในการเกิดเหตุการณ์ต่างๆ (Likelihood) ในเชิงคุณภาพ



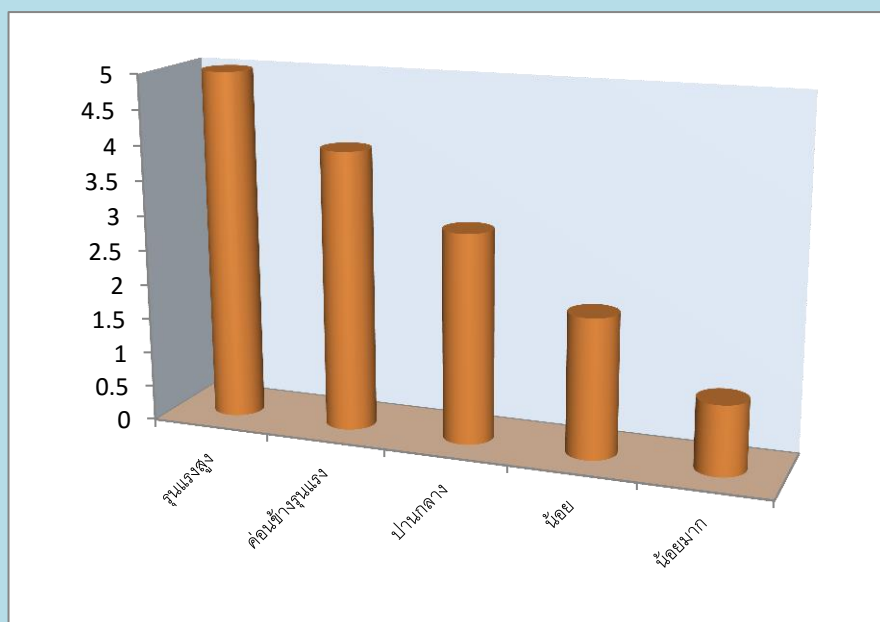
ระดับ	โอกาสที่จะเกิด	คำอธิบาย
5	สูงมาก	มีโอกาสในการเกิดเกือบทุกครั้ง
4	สูง	มีโอกาสในการเกิดค่อนข้างสูงหรือบ่อยๆ
3	ปานกลาง	มีโอกาสเกิดบางครั้ง
2	น้อย	อาจมีโอกาสดังแต่นานๆ ครั้ง
1	น้อยมาก	มีโอกาสดังเกิดในกรณียากเย็น

ระดับความรุนแรงของผลกระทบของความเสียหาย (Impact) เชิงปริมาณ



ระดับ	ผลกระทบ	คำอธิบาย
5	สูงมาก	> 10 ล้านบาท
4	สูง	> 2.5 ล้านบาท - 10 ล้านบาท
3	ปานกลาง	> 50,000 - 2.5 ล้านบาท
2	น้อย	> 10,000 - 50,000 บาท
1	น้อยมาก	ไม่เกิน 10,000 บาท

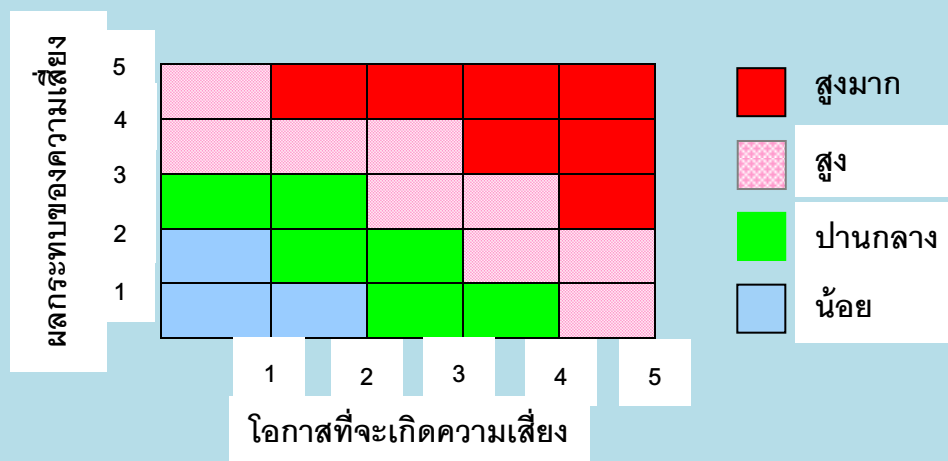
ระดับความรุนแรงของผลกระทบของความเสียง (Impact) เชิงคุณภาพ



ระดับ	ผลกระทบ	คำอธิบาย
5	รุนแรงสูง	มีการสูญเสียทรัพย์สินอย่างมหันต์ มีการบาดเจ็บถึงชีวิต
4	ค่อนข้างรุนแรง	มีการสูญเสียทรัพย์สินมาก มีการบาดเจ็บสาหัสถึงขั้นพักงาน
3	ปานกลาง	มีการสูญเสียทรัพย์สินมาก มีการบาดเจ็บสาหัสถึงขั้นหยุดงาน
2	น้อย	การสูญเสียทรัพย์สินพอสมควร มีการบาดเจ็บรุนแรง
1	น้อยมาก	มีการสูญเสียทรัพย์สินเล็กน้อย ไม่มีการบาดเจ็บรุนแรง

ระดับความเสี่ยง (Degree of Risk)

ระดับของความเสี่ยง หมายถึง สถานะของความเสี่ยงที่ได้จากประเมินโอกาสและผลกระทบของ แต่ละปัจจัยเสี่ยง กำหนดเกณฑ์ไว้ 4 ระดับ คือ สูงมาก สูง ปานกลาง และน้อย ดังตารางแสดงระดับ ความเสี่ยงต่อไปนี้



การสื่อสารและตอบโต้ความเสี่ยง

ความหมาย

การสื่อสารมีความหมายที่กว้างขวาง ครอบคลุม กิจกรรมทุกอย่างของมนุษย์ ดังนั้น ในการให้ความหมายเกี่ยวกับการสื่อสารจึงมีมากมายตามความสนใจของนักวิชาการแต่ละบุคคล ทั้งในและต่างประเทศ ดังนี้

แอริสโตเติล (Aristotle) ได้นิยามการสื่อสารไว้ว่า คือ การแสวงหาวิธีการชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ

เอ็ดเวิร์ด ซาร์พิร์ (Edward Sapir) กล่าวว่า การสื่อสาร คือ การตีความหมายโดยสัญลักษณ์ ต่อท่าทางที่แสดงเป็นสัญลักษณ์โดยไม่รู้ตัว ต่อความคิดและต่อพฤติกรรมของบุคคล

วอร์เรน ดับเบิลยู วีเวอร์ (Warran W. Weaver) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นคำที่มีความหมายกว้าง และครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างที่จิตใจของคน ๆ หนึ่งอาจมีผลต่อจิตใจของคนอีกคนหนึ่ง การสื่อสารจึงไม่ได้หมายความแต่เพียงการเขียนและการพูดเท่านั้น หากยังรวมไปถึงดนตรี ภาพการแสดง บัลเลต์ และพฤติกรรมทุกพฤติกรรมของมนุษย์อีกด้วย

วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm) กล่าวถึงการสื่อสารว่า การสื่อสาร คือ การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร (Information Sign)”

สำหรับในประเทศไทยมีสถาบันและนักวิชาการได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ดังนี้

ปรมะ สตะเวทิน ได้ให้ความหมายของการสื่อสารว่า คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร

วิรัช ลภีรัตนกุล ได้ให้ความหมายไว้ว่า การสื่อสาร คือ การติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการในการส่งผ่านหรือสื่อความหมายระหว่างบุคคลสังคมมนุษย์เป็นสังคมที่สมาชิกสามารถใช้ความสามารถของตนสื่อความหมายให้ผู้อื่นเข้าใจได้ โดยแสดงออกในรูปของความต้องการ ความปรารถนา ความรู้สึกนึกคิด ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ จากบุคคลหนึ่งไปสู่อีกบุคคลหนึ่ง (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2546: 159)

จุฬารัตนากร ได้ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสาร (Communication) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินคำว่า Communis ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Communicate ซึ่งแปลตามตัวอักษรว่า Make Common หมายถึง ทำให้มีสภาพร่วมกัน ซึ่งเป็นความหมายที่ตรงกับธรรมชาติของการสื่อสาร คือ การทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ตรงกัน กล่าวคือ มนุษย์มีการสื่อสารซึ่งกันและกันก็เพื่อเข้าใจให้ตรงกันนั่นเอง ดังนั้นการนิยามความหมายคำว่า การสื่อสารจึงเป็นการนิยามที่ตั้งอยู่บนรากฐานของรากศัพท์เดิม คือ ความเข้าใจร่วมกัน

แบบจำลองกระบวนการการสื่อสาร (Model of Communication Process)

แบบจำลองกระบวนการสื่อสารโดยเบอร์โล (Berlo) (1960) ซึ่งเป็นผู้คิดกระบวนการติดต่อสื่อสารไว้ในลักษณะรูปแบบจำลอง SMCR Model ดังนี้



1. ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ "การเข้ารหัส" (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

2. ข้อมูลข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสารนั้น

3. ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูล โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

4. ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ "การถอดรหัส" (decode) สาร เป็นผู้ที่มีทัศนคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมเช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งจึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล

ซึ่งตามลักษณะของ S M C R Model นี้ มีปัจจัยสำคัญที่มีความสำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและผู้รับที่จะทำให้การสื่อความหมายนั้นได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใดได้แก่

1. ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) หมายถึง ทักษะซึ่งทั้งผู้ส่งและผู้รับควรจะมี ความชำนาญในการส่งและการรับสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันได้อย่างถูกต้อง

2. ทัศนคติ (Attitudes) เป็นทัศนคติของผู้ส่งและผู้รับซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีทัศนคติที่ดีต่อกันก็จะทำให้การสื่อสารได้ผลดี ทั้งนี้เพราะทัศนคดีย่อมเกี่ยวข้องไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับด้วย

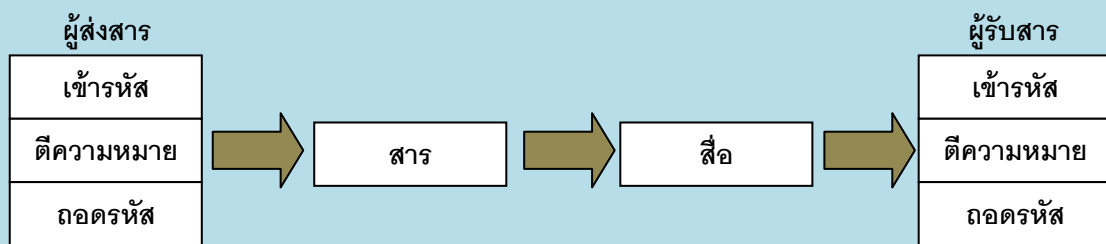
3. ระดับความรู้ (Knowledge Levels) ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้ที่เท่าเทียมกันก็จะทำให้การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดี แต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกัน ย่อมจะต้องมีการปรับความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่งในด้านของความยากง่ายของภาษาและถ้อยคำสำนวนที่ใช้

4. ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Culture Systems) ระบบสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติ เป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในชาตินั้น ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติ สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกันไป

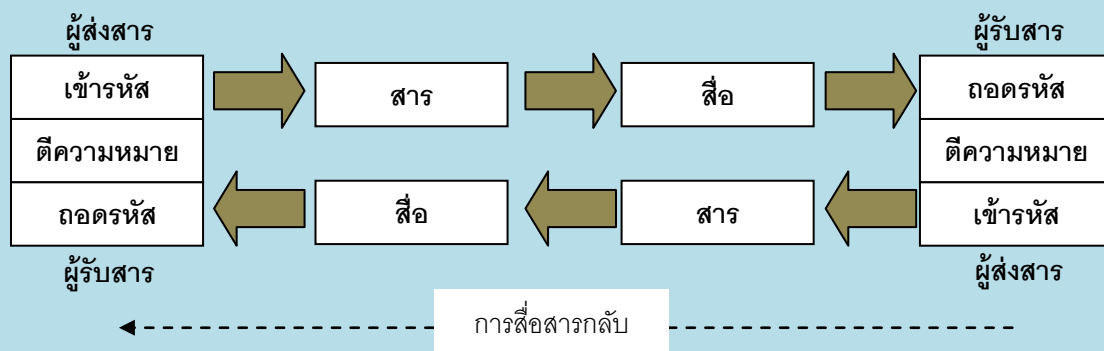
รูปแบบของการสื่อสาร

สามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

1. การสื่อสารทางเดียว (One - Way Communication) เป็นการส่งข่าวสารหรือการสื่อความหมายไปยังผู้รับแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยที่ผู้รับไม่สามารถมีการตอบสนองในทันที (immediate response) ให้ผู้ส่งทราบได้ แต่อาจจะมีปฏิกิริยาสนองกลับ (feedback) ไปยังผู้ส่งภายหลังได้ เช่น การฟังวิทยุ หรือการชมโทรทัศน์



2. การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้รับมีโอกาสตอบสนองมายังผู้ส่งได้ทันที โดยที่ผู้ส่งและผู้รับอาจจะอยู่ต่อหน้ากันหรืออาจอยู่คนละสถานที่ แต่ทั้งสองฝ่ายจะสามารถมีการเจรจาหรือการตอบโต้กันไปมา โดยที่ต่างฝ่ายต่างผลัดกันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในเวลาเดียวกัน เช่น การพูดโทรศัพท์ การประชุม เป็นต้น



การสื่อสารกลับ คือ ปฏิกิริยา (Reaction) ของผู้รับสารที่แสดงตอบต่อสารของผู้ส่งสาร ซึ่งมีประโยชน์ 2 ประการ คือ

1. สามารถทำให้ผู้ส่งสารได้ทราบถึงผลของการสื่อสารว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของตนหรือไม่ ? เพียงใด ? ผู้รับสารตีความหมายตรงกับความหมายที่ผู้ส่งสารตั้งใจหรือไม่ (intended meaning)
2. ผู้ส่งสารสามารถนำผลการตอบกลับมาปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไขการสื่อสารในครั้งต่อไปให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

การวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการสื่อสารอาจใช้ความต้องการของผู้ส่งสารและผู้รับสารเป็นเกณฑ์ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร	วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร
1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform)	1. เพื่อทราบ (Understand)
2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Educate)	2. เพื่อศึกษา (Learn)
3. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please or Entertain)	3. เพื่อหาความพอใจ (Enjoy)
4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or persuade)	4. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide)

นอกจากนี้ **เบอร์โล** (Berlo) ยังได้จำแนกวัตถุประสงค์ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. วัตถุประสงค์ที่เกิดผลทันที (consummatory purpose) คือ วัตถุประสงค์ที่สารก่อให้เกิดผลกับผู้รับสาร เป็นการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ส่งสารและผู้รับสารในทันทีทันใด (immediate reward) เช่น การเสนอข่าวอาชญากรรม บันเทิง กีฬา และข่าวสังคมของหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นข่าวที่อ่านแล้วเข้าใจง่าย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้ทันทีทันใด (need satisfactions) หรือการแสดงละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ซึ่งมุ่งสร้างความบันเทิงแก่ผู้ชม ในขณะที่ผู้ชมก็มุ่งที่จะดูเพื่อความผ่อนคลาย ความตึงเครียดเช่นเดียวกัน

2. วัตถุประสงค์ที่ใช้เป็นเครื่องมือ (instrumental purpose) เป็นวัตถุประสงค์ที่ไม่หวังให้เกิดผลในทันที หากแต่สารถูกนำไปใช้เครื่องมือเพื่อนำไปสู่การกระทำอย่างอื่นต่อไป เช่น การเสนอข่าวเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเมือง และการต่างประเทศ ถือเป็นสารที่ต้องใช้ความคิดในการวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจผลที่ผู้อ่านได้รับจากการอ่านข่าวหรือบทความ คือ สามารถใช้สิ่งที่ตนอ่านไปคุยให้คนอื่นฟังต่อเพื่อแสดงให้เห็นว่าตนเป็นผู้มีความรู้ ความเข้าใจ (well-informed) ในเรื่องการเมือง และเศรษฐกิจ หรือนำไปใช้เพื่อแก้ปัญหา (problem solutions) สิ่งที่ตนได้อ่านไม่ได้สร้างความสบายใจหรือความพอใจในทันที แต่ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการกระทำอย่างอื่นในเวลาต่อมา

นอกจากนี้ ยังมีวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่ความแตกต่างกัน ระหว่างสื่อมวลชนและหน่วยงานสาธารณสุข ดังนี้

วัตถุประสงค์ของสื่อมวลชน	วัตถุประสงค์ของหน่วยงานสาธารณสุข
ให้ความบันเทิงหรือข้อมูล	ให้สุขศึกษา
เสนอข่าวสั้น ๆ	ทำการรณรงค์ระยะยาว
เลือกเสนอที่เป็นข่าวเด่น	สร้างความเข้าใจในข้อมูลที่ซับซ้อน
สะท้อนภาพสังคม	เปลี่ยนแปลงสังคม
เสนอความหวังใยส่วนบุคคล	เสนอความหวังใยต่อสังคม
ทำกำไรจากข่าว	ปรับปรุงการสาธารณสุขให้ดีขึ้น

ประเภทการสื่อสาร

การสื่อสารสามารถจำแนกเป็นประเภทได้อย่างน้อย 5 ประการ คือ 1) จำนวนของผู้ทำการสื่อสาร 2) การใช้ภาษา 3) การเห็นหน้าค่าตา 4) ความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร และ 5) ลักษณะของเนื้อหาวิชา ซึ่งในที่นี้จะแบ่งโดยใช้จำนวนของผู้ทำการสื่อสารเป็นเกณฑ์ตามจำนวนของบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับสถานการณ์การสื่อสาร (communication situation) ดังนี้

1.1 การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication)

การสื่อสารภายในบุคคลเป็นการสื่อสารของบุคคลคนเดียว บุคคลคนเดียวกันนั้นทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร กล่าวคือ ระบบประสาทส่วนกลาง (Central nervous system) ของบุคคลนั้นจะทำหน้าที่ทั้งส่งสารและรับสาร เช่น การพูดกับตัวเอง การร้องเพลงฟังคนเดียว การเขียนจดหมายแล้วอ่านตรวจทานก่อนส่ง การคิดถึงงานที่จะต้องทำ เป็นต้น

1.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (person – to – person) กล่าวคือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (direct) โดยที่เมื่อมีคนหนึ่งเป็นผู้ส่งสาร คนอื่น ๆ จะทำหน้าที่ผู้รับสาร ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งกรณีคน 2 คน เช่น การพูดคุยกันระหว่าง 2 คน การเขียนจดหมายถึงกัน และการใช้โทรศัพท์คุยกัน เป็นต้น ในทำนองเดียวกันการสื่อสารระหว่างบุคคลก็เกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย (small group) ซึ่งมีคนมากกว่า 2 คนขึ้นไป มารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง เช่น การประชุมกลุ่มย่อย การเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น

1.3 การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication)

เป็นการสื่อสารระหว่างคนจำนวนมากซึ่งอยู่ในที่เดียวกันหรือใกล้เคียง เช่น การอภิปรายในหอประชุม การพูดหาเสียงเลือกตั้ง การสอนที่มีกลุ่มผู้เรียนจำนวนมาก ซึ่งอยู่ในหลายห้องเรียน จำต้องอาศัยสื่อการสอน เช่น โทรทัศน์วงจรปิดเข้าช่วย และการปราศรัยในงานสังคัม เป็นต้น การสื่อสารในกลุ่มใหญ่นี้ โอกาสที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารจะติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันโดยตรงมีอยู่น้อย และขาดลักษณะของการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (person – to – person)

1.4 การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication)

เป็นการสื่อสารระหว่างผู้เป็นสมาชิกขององค์กรหรือหน่วยงานเพื่อปฏิบัติการภารกิจของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย การสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารระหว่างผู้ร่วมงานในระดับเดียวกัน ตัวอย่างของการสื่อสารในองค์กร ได้แก่ การสื่อสารในบริษัทและการสื่อสารในหน่วยงานราชการ เป็นต้น

1.5 การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)

เป็นการสื่อสารกับมวลชนจำนวนมากในขณะเดียวกันพร้อม ๆ กัน โดยที่สมาชิกของมวลชนแต่ละคนอยู่ในที่ต่าง ๆ กัน เพื่อให้ข่าวสารไปถึงมวลชนได้พร้อมกันจึงต้องอาศัยสื่อที่เข้าถึงประชาชนจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

ความหมายของการสื่อสารความเสี่ยง

การสื่อสารความเสี่ยง หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับความเสี่ยง หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นกระบวนการส่งผ่านหรือถ่ายทอดข้อมูลระหว่างกลุ่มที่มีความสนใจเกี่ยวกับระดับของความเสี่ยงด้านสุขภาพหรือสิ่งแวดล้อม ความสำคัญหรือความหมายของความเสี่ยงด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม และการตัดสินใจ การดำเนินการ หรือนโยบายในการจัดการหรือควบคุมความเสี่ยงด้านสุขภาพหรือสิ่งแวดล้อม กลุ่มที่อาจมีความสนใจ ได้แก่ หน่วยงานของรัฐ กลุ่มทุนและอุตสาหกรรม สภภาพ สื่อมวลชน นักวิทยาศาสตร์ องค์กรวิชาชีพ องค์กรเอกชน ชุมชนและประชาชนทั่วไป

อรรถจน์ สีหะอำไพ ได้ให้ความหมายของการสื่อสารความเสี่ยง (Risk Communication) คือ การติดต่อสื่อสาร เชื่อมโยงแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และความคิดเห็นระหว่างผู้ประเมินความเสี่ยง (risk assessor) ผู้จัดการความเสี่ยง (risk manager) ผู้บริโภคภาคอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา และกลุ่มหรือองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้องและสนใจ (stake holder) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำ อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารความเสี่ยงนั้นมีอยู่ทุกระบวนการของการวิเคราะห์ความเสี่ยง

ภารกิจของการสื่อสารความเสี่ยง

ภารกิจหลักของการสื่อสารความเสี่ยง คือ การกำหนดกระบวนการที่ทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล และความเห็นที่สำคัญต่อการประเมินความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพระหว่างผู้สนใจทั้งหมด และมั่นใจว่า ได้รวมข้อมูลและความคิดเห็นทั้งหมดที่จำเป็นต่อการจัดการที่มีประสิทธิภาพไว้ในกระบวนการตัดสินใจ และการแลกเปลี่ยนสื่อสารระหว่างผู้สนใจทั้งหมดอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้น การสื่อสารความเสี่ยงนับว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกระบวนการประเมินความเสี่ยง และการบริหารจัดการความเสี่ยง

การสื่อสารความเสี่ยงควรทำเมื่อใด

การสื่อสารความเสี่ยงเป็นงานที่ต่อเนื่อง เช่น การเผยแพร่ความรู้แก่ประชาชนที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อาหาร การประชาสัมพันธ์ เรื่อง ความเสี่ยงและความปลอดภัยของอาหารให้ผู้บริโภคให้เกิดความตื่นตัว การรวมกลุ่มองค์กรประชาชนเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค และการฝึกอบรมให้การศึกษาหลักสูตรความปลอดภัยด้านอาหารเหล่านี้ จะสร้างและเสริมประสิทธิภาพของแนวทางและนโยบายการจัดการปัญหาสภาพความเสี่ยงในห่วงโซ่อาหารของแต่ละประเทศได้

เป้าหมายของการสื่อสารความเสี่ยง

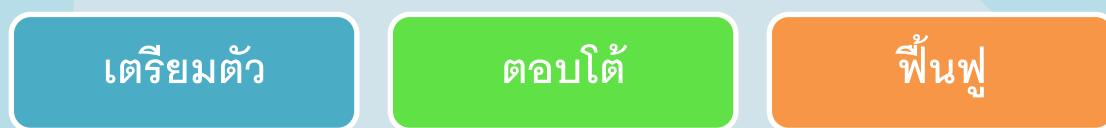
1. ส่งเสริมการรับรู้และความเข้าใจในเรื่องที่เฉพาะเจาะจง ที่อยู่ระหว่างการพิจารณาในกระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยง
2. ส่งเสริมความสม่ำเสมอ และความโปร่งใสในการจัดทำทางเลือก/ข้อเสนอแนะในการจัดการความเสี่ยง
3. ปรับปรุงกระบวนการวิเคราะห์ความเสี่ยง โดยรวมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
4. เสริมสร้างความสัมพันธ์ในการทำงานระหว่างผู้มีส่วนร่วม
5. ให้การสนับสนุนความเข้าใจของสาธารณชนเกี่ยวกับกระบวนการเพื่อเสริมความเชื่อมั่น และมั่นใจในความปลอดภัยของอาหาร
6. ส่งเสริมความเกี่ยวข้องของผู้สนใจทั้งหมดตามความเหมาะสม

ขั้นตอนการสื่อสารและตอบโต้ความเสี่ยง

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์

สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น เช่น สถานการณ์สุขภาพในตำบลเป็นปกติ สถานการณ์ไข้เลือดออกอยู่ในขั้นวิกฤติ การวิเคราะห์สถานการณ์ จึงหมายถึง การศึกษาเหตุการณ์ให้ ต่อแท้ โดยแยกสิ่งที่จะศึกษาออกเป็น ส่วน ซึ่งจะช่วยให้หน่วยงานทราบว่าเกิดปัญหาอย่างไร ประชาชน กลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างไร ต้องการข้อมูล ข่าวสาร ความรู้เรื่องอะไร ต้องการความช่วยเหลืออย่างไร ซึ่งการ วิเคราะห์สถานการณ์สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การประชุมระดมสมองหรือการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop)

ระยะของสถานการณ์



ระยะที่ 1 ระยะเตรียมตัว

ระยะที่ 2 ระยะตอบโต้

ระยะที่ 3 ระยะฟื้นฟู

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดวัตถุประสงค์

- **ระยะเตรียมตัว**
 - ตรวจสอบความเสี่ยง
 - จัดการประเด็น
 - วางแผนการรับมือ
- **ระยะตอบโต้สื่อสารความเสี่ยง**
 - ส่งเสริมให้ตระหนักและเข้าใจ
 - ส่งเสริมให้เกิดความโปร่งใส
 - ส่งเสริมให้เกิดการตัดสินใจที่มีเหตุผลส่งเสริมประสิทธิภาพการจัดการ ความเสี่ยง
 - สร้างฐานข้อมูล
 - ส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจ

- ส่งเสริมความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- เกิดการไหลของความรู้ ทักษะ ค่านิยม แนวปฏิบัติ และการรับรู้
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมที่เหมาะสม
- **ระยะฟื้นฟู**
 - ประเมินผลการดำเนินงานในการจัดการวิกฤติ
 - เก็บรวบรวมข้อมูล
 - สืบหาความพึงพอใจ
 - ฟื้นฟูภาพลักษณ์
 - สร้างภาพลักษณ์
 - สร้างวัฒนธรรมองค์กร

ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ผู้รับสาร

การวิเคราะห์ผู้รับสารถือเป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายโดยละเอียด เพื่อนำข้อมูลมาใช้วางแผนในการสื่อสาร เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประโยชน์ของการวิเคราะห์ผู้รับสาร

1. เพื่อให้ทราบว่าใครเป็นกลุ่มเป้าหมาย (target audience or intended receivers) และลักษณะของผู้รับสาร เช่น ความต้องการ ความสนใจ ความรู้ ทักษะ ค่านิยม การตีความหมาย และพฤติกรรมตอบสนอง

2. เมื่อเราทราบว่าผู้รับสารเป้าหมายของเราเป็นใครจะสามารถวางแผนล่วงหน้าเพื่อเตรียมปรับการสื่อสารให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายก่อนลงมือทำการสื่อสาร

ซึ่งการวิเคราะห์ผู้รับสารจะวิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics of Audience) ได้แก่ อายุ (Age) เพศ (Sex) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) การศึกษา (Education) หรือความรู้ (Knowledge) ศาสนา (Religion)

- จำแนกกลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
 - ความกังวล
 - ความต้องการ
 - ความคาดหวัง
 - ลำดับขั้นของการเปลี่ยนแปลง
 - ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม

- การแลกเปลี่ยน
- รูปแบบการดำเนินชีวิต
- ลักษณะทางประชากรศาสตร์
- ประเภทกลุ่มเป้าหมาย
 - เจ้าหน้าที่สาธารณสุข
 - หน่วยงานรัฐอื่น
 - หน่วยงานเอกชน
 - สื่อมวลชน
 - ผู้นำชุมชน
 - มูลนิธิ
 - ประชาชน

1. ออกแบบสาร

- ประเภทข้อความ
 - ข้อความเตือน
 - ข้อความสร้างความกลัวและให้ความรู้
 - ข้อความให้ตีความ
 - ข้อความสอนการปฏิบัติตน
 - ข้อความสร้างการรับรู้
 - ข้อความที่แก้ไขความเข้าใจผิด
- ลักษณะการนำเสนอ
 - ใช้คำขวัญ หรือสโลแกน คำคล้องจอง
 - ใช้อักษรย่อ
 - ใช้คำอุปมาอุปไมย
 - ใช้คำสั้น ๆ ง่าย ๆ
 - ใช้คำแทน (Icon)
 - เลียนแบบคำอื่น
 - ถาม – ตอบ
 - กระตุ้นให้รีบปฏิบัติ
 - ทิ้งท้ายให้คิดเอง
 - ใช้คำพ้องเสียง
 - ใช้ประโยคเงื่อนไข

- ภาพประกอบ
 - ภาพประกอบสร้างอารมณ์ร่วมให้เปิดรับสาร

2. เลือกช่องทางการสื่อสาร

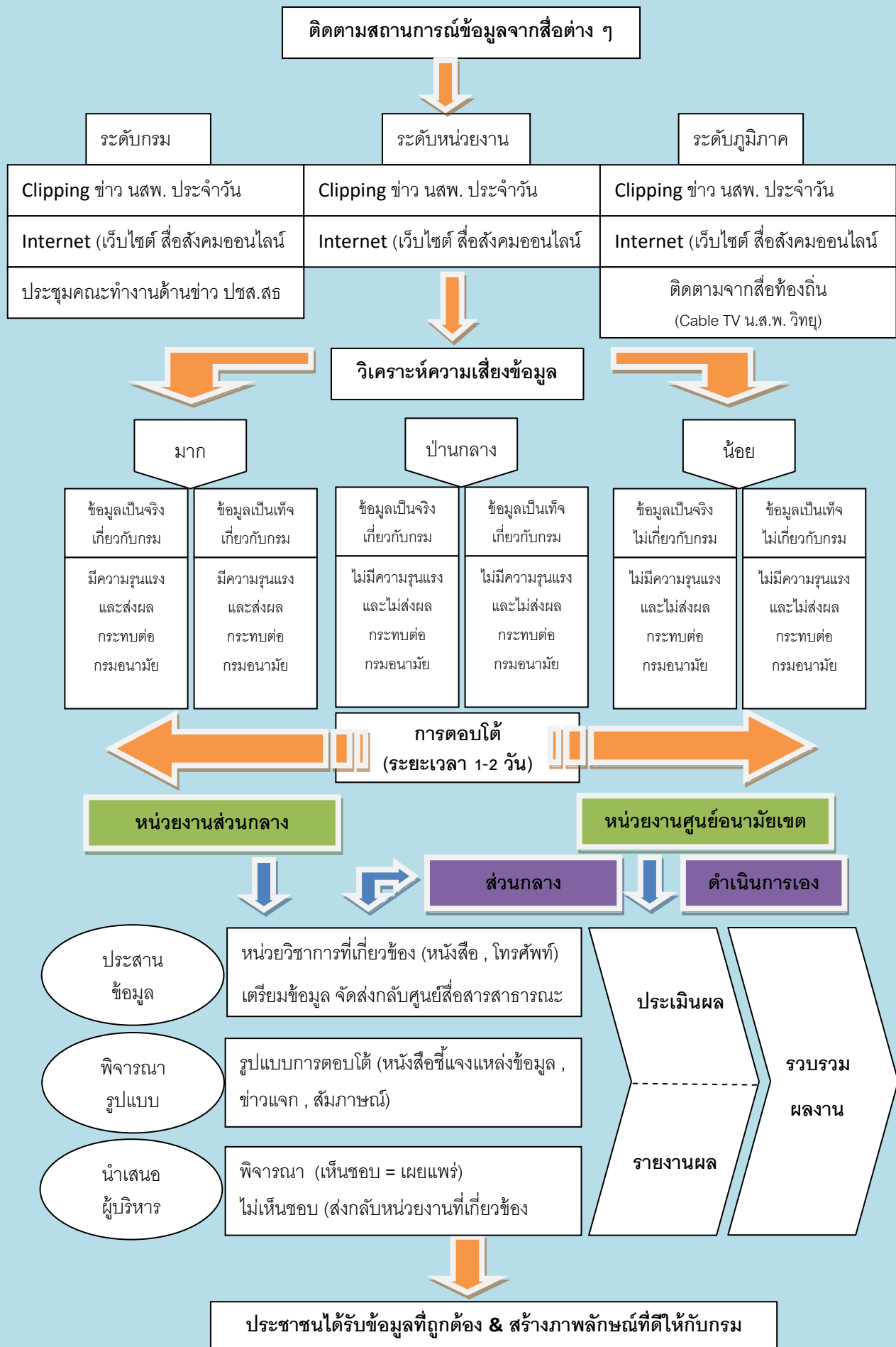
- ประเภทสื่อ
 - สื่อบุคคล
 - สื่อมวลชน
 - สื่อเฉพาะกิจ
- ข้อควรคำนึง
 - กลุ่มผู้รับสาร
 - ช่วงเวลา
 - บรรยากาศแวดล้อม
 - ทักษะที่จำเป็น
 - พฤติกรรมการรับสาร
 - ความสมบูรณ์ของสาร
 - ตัวกลางที่ใช้
 - เวลา
 - ปฏิกริยา
 - โอกาสที่จะเปิดรับสาร
 - ความเร็วในการเข้าถึง
 - ระดับการเปลี่ยนแปลง
 - การลงทุน
- กลยุทธ์สื่อ
 - การนำเสนอประสบการณ์ตรงในการเผชิญปัญหา
 - การใช้สื่อบุคคลที่น่าเชื่อถือทำหน้าที่สื่อสารกับสารกับสาธารณชน
 - การสร้างแรงกดดันผ่านกลุ่มแนวร่วม
 - การจัดกิจกรรมเชิงทางเลือก
 - การนำเสนอประเด็นให้สอดคล้องกับบุคคลของสื่อมวลชนและความสนใจของสังคม
 - การวางตนให้พร้อมที่จะให้ข่าวเสมอ

ปัญหา อุปสรรคและการแก้ไขด้านการสื่อสารความเสี่ยง

ปัญหา	ลักษณะของปัญหา/อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
ด้านนโยบาย	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดความชัดเจนทั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมาย - ขาดการสนับสนุนจากผู้บริหาร - รัฐบาลมีนโยบายอย่างหนึ่ง ในขณะที่องค์กร/หน่วยงานมีนโยบายอีกอย่างหนึ่ง 	<ul style="list-style-type: none"> - นำเสนอให้ผู้บริหารพิจารณาเห็นควรกำหนดให้เป็นนโยบายในการปฏิบัติ
ด้านงบประมาณ	<ul style="list-style-type: none"> - งบประมาณน้อย - ไม่มีงบประมาณ - การจัดสรรงบประมาณไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ควรมีการกำหนดงบประมาณไว้ในแผนงบประมาณประจำปีก่อนล่วงหน้า
ด้านวัสดุอุปกรณ์	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็น เช่น กล้องถ่ายรูป เครื่องคอมพิวเตอร์ - วัสดุอุปกรณ์มีความล้าสมัย เก่า ชำรุด ไม่สามารถทำงานได้หลากหลายฟังก์ชัน 	<ul style="list-style-type: none"> - พยายามจัดสรรทรัพยากรด้านอุปกรณ์ที่มีอยู่ให้เอื้อต่อการใช้งานได้มากที่สุด - งบประมาณจัดซื้อวัสดุไว้ในแผนงบประมาณประจำปี
ด้านผู้ส่งสาร/แหล่งข้อมูล	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดบุคลากรเฉพาะด้านการสื่อสาร - หน่วยงานที่รับผิดชอบไม่น่าเชื่อถือ - ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นไม่ตรงกัน - การใช้ภาษาหรือศัพท์ทางเทคนิคมากเกินไป 	<ul style="list-style-type: none"> - อบรมและพัฒนาบุคลากรที่รับผิดชอบให้มีทักษะความรู้ด้านการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น
ด้านข้อความในการสื่อสาร	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดข้อมูลและสถิติที่จำเป็น - ขาดความครบถ้วนหรือสมบูรณ์ของข้อมูล - ข้อความยากเกินความเข้าใจสำหรับระดับชาวบ้าน 	<ul style="list-style-type: none"> - ประสานกองวิชาการเพื่อสนับสนุนข้อมูลด้านวิชาการที่เป็นปัจจุบันและนำมาเรียบเรียงให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายเพื่อช่วยในการรับรู้ของประชาชน
ด้านช่องทางการสื่อสาร	<ul style="list-style-type: none"> - ช่องทางการสื่อสารไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย - สื่อรายงานข้อเท็จจริงเพียงด้านเดียว - สื่อเปิดเผยข้อเท็จจริงก่อนเวลาอันควร - สื่อการบิดเบือนข้อมูล การตีความไม่ถูกต้อง 	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดช่องทางการสื่อสารให้ชัดเจนและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย - มีการเฝ้าระวังด้านข้อมูลข่าวสารและมีการตอบโต้เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องได้อย่างทันท่วงที

ปัญหา	ลักษณะของปัญหา/อุปสรรค	แนวทางแก้ไข
ด้าน กลุ่มเป้าหมาย/ ผู้รับสาร	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของ กลุ่มเป้าหมาย - กลุ่มเป้าหมายรับรู้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง - ขาดความสนใจในปัญหาของความเสียง - มีความมั่นใจในตัวเองสูงเกินไปในการ หลีกเลี่ยงอันตราย - ความเชื่อเดิมและการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง - ความลังเลในการชั่งน้ำหนักระหว่างผลได้ ผลเสีย - ความยากลำบากในการเข้าใจข้อมูลด้าน เทคนิค 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ของกลุ่มเป้าหมาย / ผู้รับสาร เพื่อจะได้กำหนดรูปแบบการ สื่อสาร , กำหนดตัวสาร ได้ตรง กับพฤติกรรมมารับสื่อ และ พฤติกรรมด้านสุขภาพ ตลอดจน ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

กระบวนการเฝ้าระวังความเสี่ยงด้านข้อมูลข่าวสาร



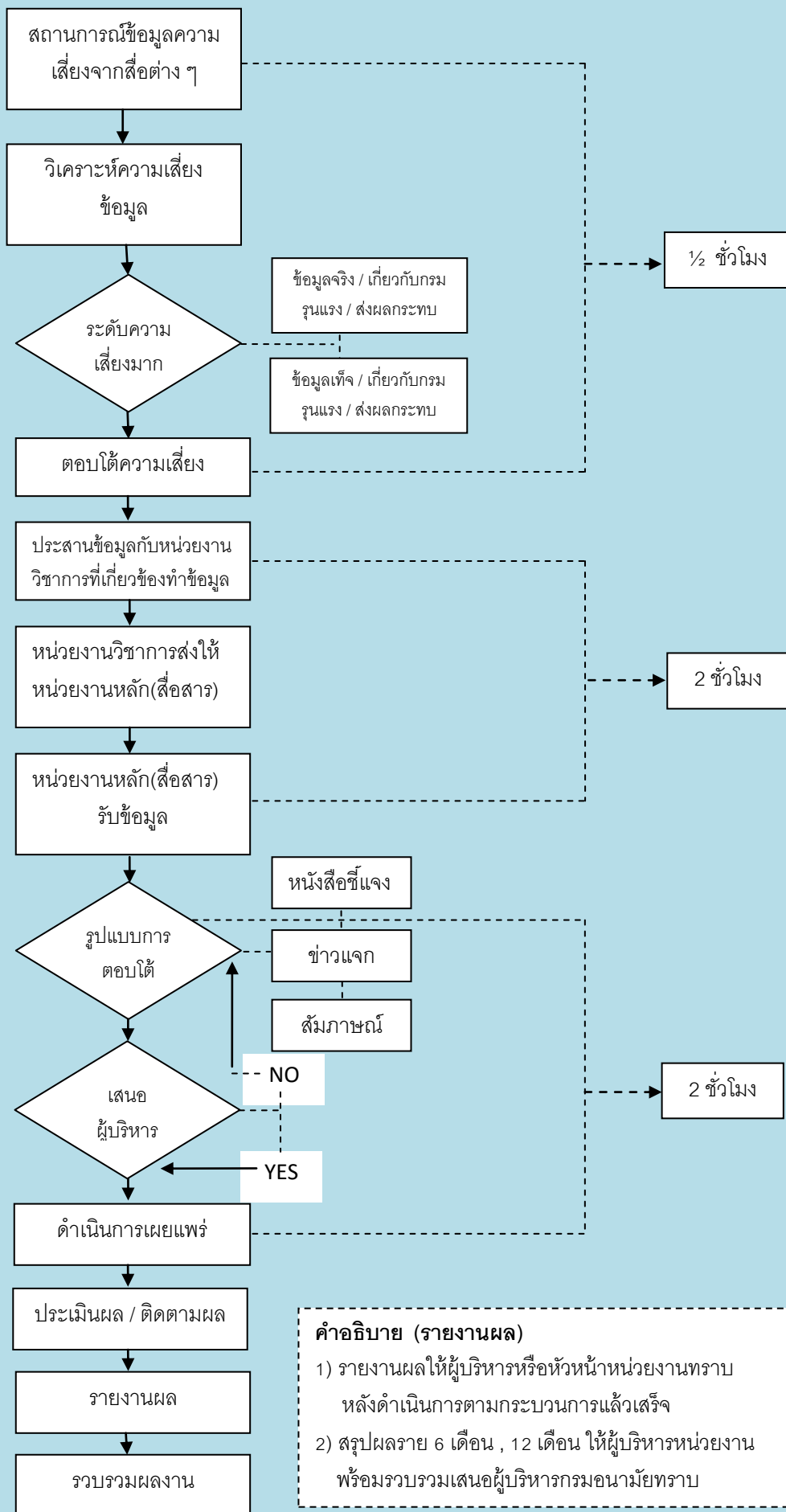
ขั้นตอนการปฏิบัติงานเฝ้าระวังความเสี่ยง

ระดับความเสี่ยงมาก

คำอธิบาย

กรณีที่ 1 ข้อมูลเป็นจริงและเกี่ยวข้องกับกรรมอนามัย เมื่อประเมินด้านเสี่ยงพบว่ามี ความรุนแรง และส่งผลกระทบต่อกรรมอนามัย

กรณีที่ 2 ข้อมูลเป็นเท็จและเกี่ยวข้องกับกรรมอนามัย เมื่อประเมินด้านเสี่ยงพบว่ามี ความรุนแรง และส่งผลกระทบต่อกรรมอนามัย



คำอธิบาย (รายงานผล)

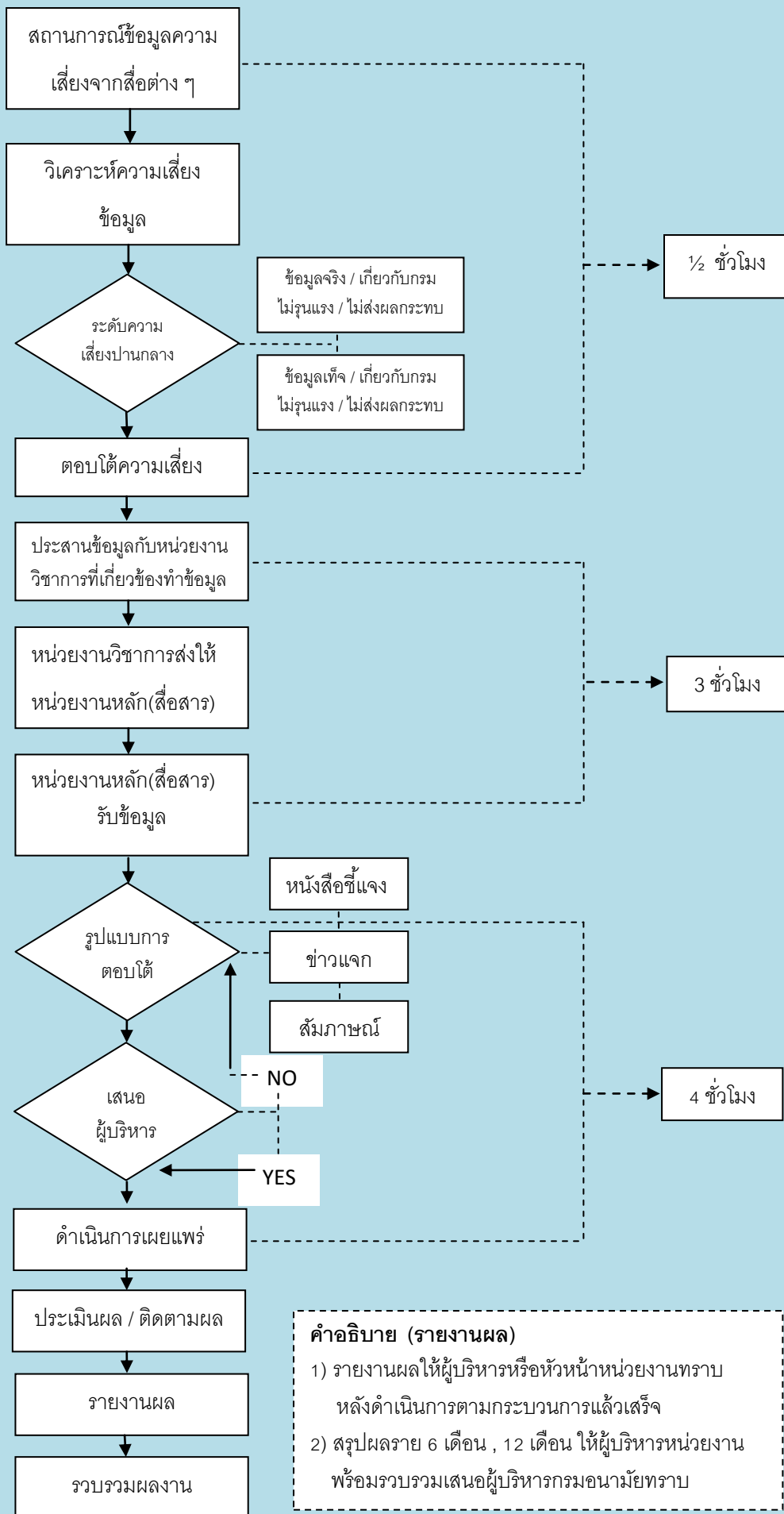
- 1) รายงานผลให้ผู้บริหารหรือหัวหน้าหน่วยงานทราบ หลังดำเนินการตามกระบวนการแล้วเสร็จ
- 2) สรุปผลราย 6 เดือน , 12 เดือน ให้ผู้บริหารหน่วยงาน พร้อมรวบรวมเสนอผู้บริหารกรมอนามัยทราบ

ความเสี่ยงระดับปานกลาง

คำอธิบาย

กรณีที่ 1 ข้อมูลเป็นจริงและเกี่ยวข้องกับกรมอนามัย เมื่อประเมินด้านเสี่ยงพบว่าไม่มี ความรุนแรง และไม่ส่งผลกระทบต่อกรมอนามัย

กรณีที่ 2 ข้อมูลเป็นเท็จและเกี่ยวข้องกับกรมอนามัย เมื่อประเมินด้านเสี่ยงพบว่าไม่มี ความรุนแรง และไม่ส่งผลกระทบต่อกรมอนามัย



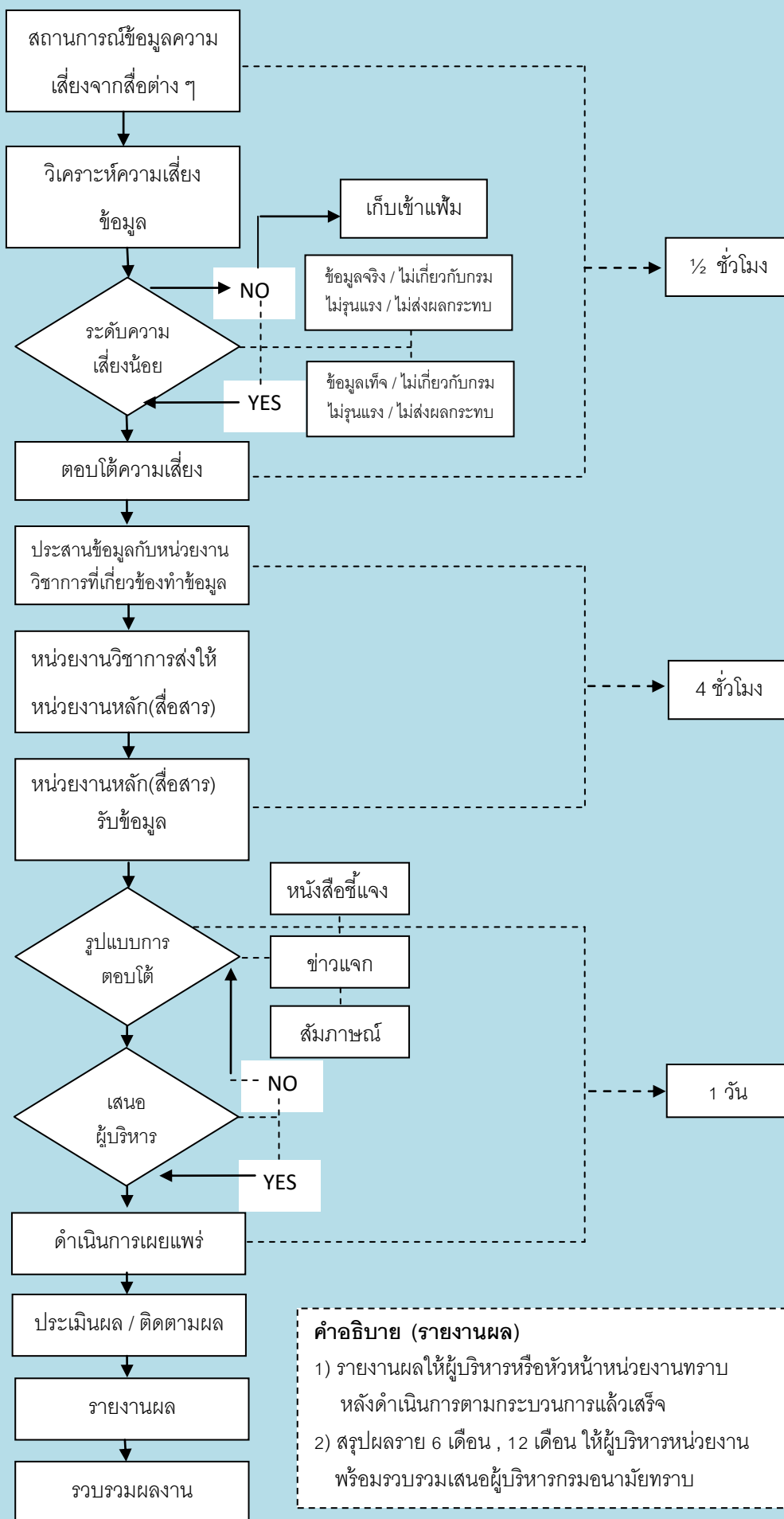
คำอธิบาย (รายงานผล)

- 1) รายงานผลให้ผู้บริหารหรือหัวหน้าหน่วยงานทราบ หลังดำเนินการตามกระบวนการแล้วเสร็จ
- 2) สรุปผลราย 6 เดือน , 12 เดือน ให้ผู้บริหารหน่วยงาน พร้อมรวบรวมเสนอผู้บริหารกรมอนามัยทราบ

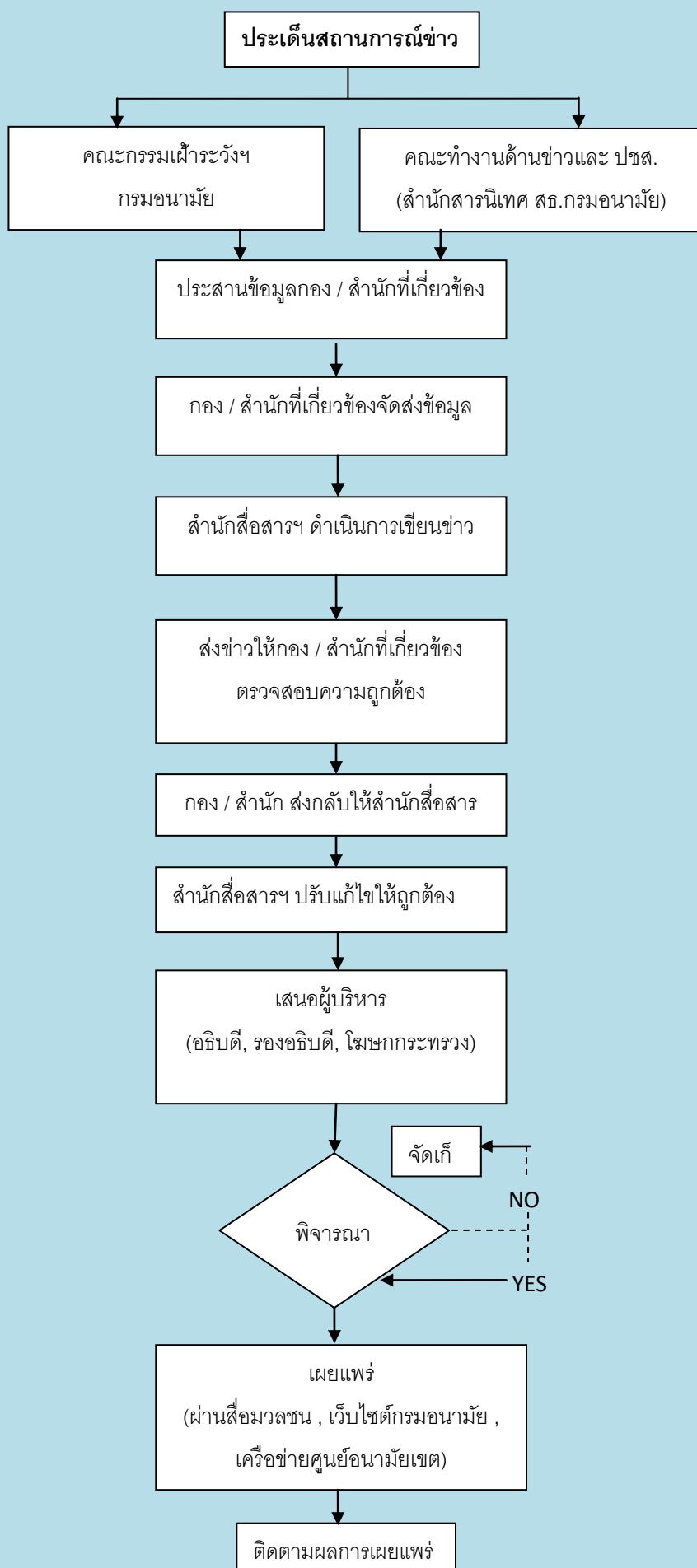
ความเสี่ยงระดับน้อย

คำอธิบาย

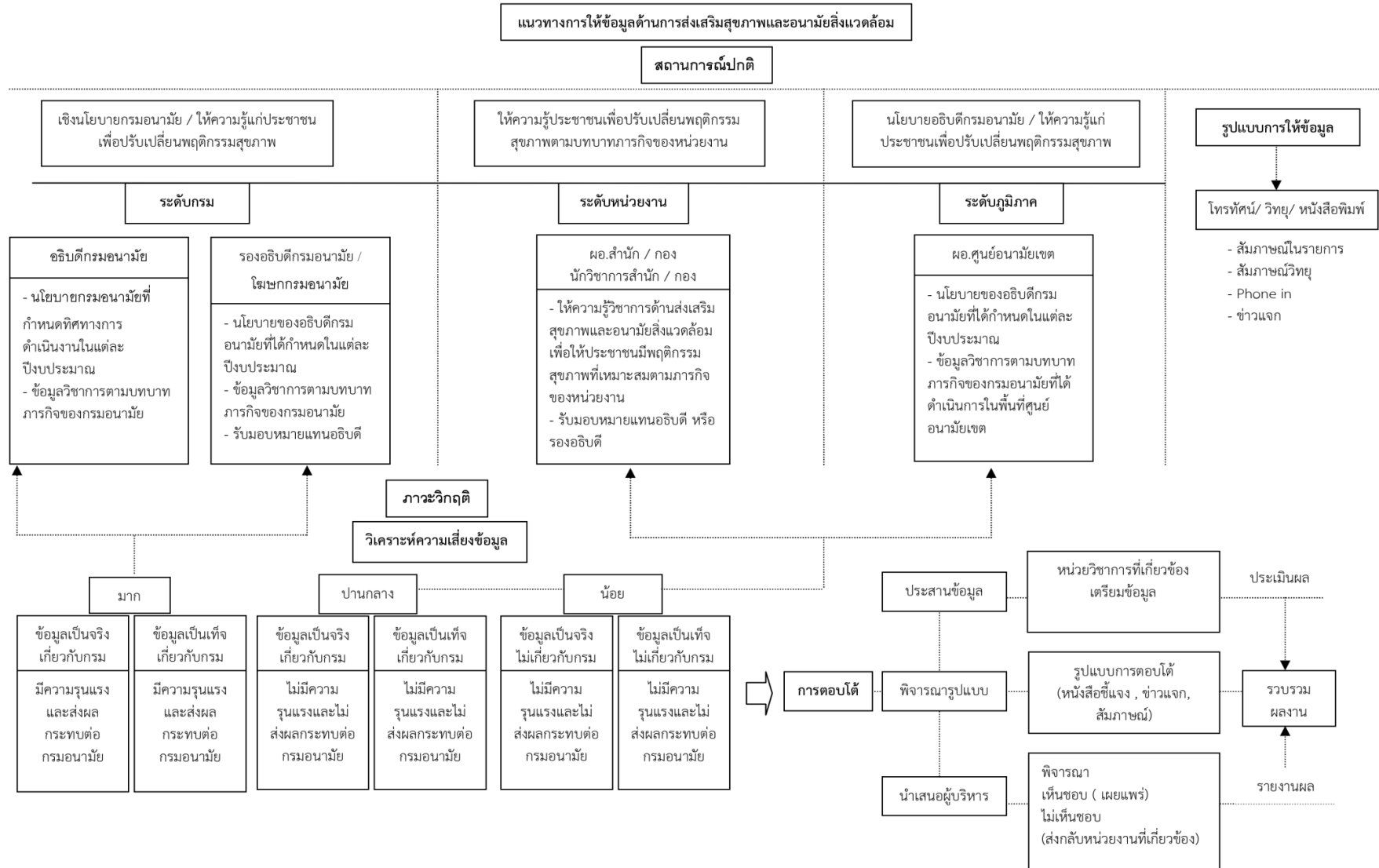
กรณีที่ 1 ข้อมูลเป็นจริงแต่ไม่เกี่ยวข้องกับกรรมอนามัย เมื่อประเมินด้านเสี่ยงพบว่าไม่มีความรุนแรง และไม่ส่งผลกระทบต่อกรรมอนามัย
 กรณีที่ 2 ข้อมูลเป็นเท็จแต่ไม่เกี่ยวข้องกับกรรมอนามัย เมื่อประเมินด้านเสี่ยงพบว่าไม่มีความรุนแรง และไม่ส่งผลกระทบต่อกรรมอนามัย



กระบวนการผลิตข่าว



แนวทางการให้ข้อมูลด้านการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม



ภาวะวิกฤติ

วิเคราะห์ความเสี่ยงข้อมูล

มาก		ปานกลาง		น้อย	
ข้อมูลเป็นจริงเกี่ยวกับกรม	ข้อมูลเป็นเท็จเกี่ยวกับกรม	ข้อมูลเป็นจริงเกี่ยวกับกรม	ข้อมูลเป็นเท็จเกี่ยวกับกรม	ข้อมูลเป็นจริงไม่เกี่ยวกับกรม	ข้อมูลเป็นเท็จไม่เกี่ยวกับกรม
มีความรุนแรงและส่งผลกระทบต่อกรมอนามัย	มีความรุนแรงและส่งผลกระทบต่อกรมอนามัย	ไม่มีความรุนแรงและไม่ส่งผลกระทบต่อกรมอนามัย	ไม่มีความรุนแรงและไม่ส่งผลกระทบต่อกรมอนามัย	ไม่มีความรุนแรงและไม่ส่งผลกระทบต่อกรมอนามัย	ไม่มีความรุนแรงและไม่ส่งผลกระทบต่อกรมอนามัย

การตอบโต้

ประสานข้อมูล

พิจารณารูปแบบ

นำเสนอผู้บริหาร

หน่วยวิชาการที่เกี่ยวข้องเตรียมข้อมูล

รูปแบบการตอบโต้ (หนังสือชี้แจง, ข่าวแจก, สัมภาษณ์)

พิจารณาเห็นชอบ (เผยแพร่) / ไม่เห็นชอบ (ส่งกลับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง)

ประเมินผล

รวบรวมผลงาน

รายงานผล

เอกสารอ้างอิง

กรมประชาสัมพันธ์. คู่มือการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต. 2545.

กรมประชาสัมพันธ์. การประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤต. เอกสารประกอบการบรรยาย. 2554

กรมประชาสัมพันธ์, คู่มือการปฏิบัติงานของสื่อมวลชนด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต. 2563

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมิทธิ บุญชุตินา. การดำเนินงานเฝ้าระวังและตอบโต้สื่อสารความเสี่ยง.
เอกสารประกอบการบรรยาย. 2557.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. 2546.

สำนักเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค. คู่มือการปฏิบัติงานสื่อสารในภาวะฉุกเฉิน
ทางสาธารณสุข. 2554.

สำนักเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กรมควบคุมโรค. คู่มือแนวทางการดำเนินงานเฝ้าระวัง
และตอบโต้การสื่อสารความเสี่ยงโรคและภัยสุขภาพ. 2555.

อรุณ สีสหอำไพ. การสื่อสารความเสี่ยง (Risk Communication). เอกสารการบรรยาย. 2557