



กองการเจ้าหน้าที่ E 9
วันที่ ๑๕ ต.ค. ๒๕๖๓
หน่วยงาน/ผู้รับผิดชอบเวลา 10.01

☐ ทบ.	☐ คอท.
☒ ผบต.	☐ ผลป.
☐ ผบก.	☐ รก.

๒๐๔๓ ต่อ ๑๑๘

ส่วนราชการ งานเลขานุการผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาหรือขยายการประชาสัมพันธ์ โทร. ๐-๒๖๔๔-๒๒๒๓ ต่อ ๑๑๖

ที่ นร ๐๒๐๑.๐๒ / ๑

วันที่ ๕ มกราคม ๒๕๖๐

เรื่อง ส่งผลงานของผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

ตามคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรีที่ ๑๐ / ๒๕๕๙ ลงวันที่ ๑๘ มกราคม ๒๕๕๙ แต่งตั้งให้
กระผมดำรงตำแหน่งผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ โดยมีผลตั้งแต่วันที่
๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘ ซึ่งหลักเกณฑ์การแต่งตั้งผู้ผ่านการประเมินและได้รับแต่งตั้งจะต้องสร้างผลงานเป็น
เอกสารทางวิชาการ หรือ ตำรา หรือ คู่มือ อย่างน้อย ๑ ชิ้น เพื่อประกอบการขอย้ายเป็นตำแหน่งอำนวยการระดับสูง
และนำเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ของกรมประชาสัมพันธ์

ในการนี้ กระผมขอส่งผลงาน เรื่อง “มุมมอง IOs กับการประชาสัมพันธ์ในสถานการณ์ความไม่สงบ” เพื่อให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดและเป็นประโยชน์ต่อราชการต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา หากเห็นชอบกรุณามอบหมายให้ กกจ. นำเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์
ของกรมประชาสัมพันธ์ต่อไป

(นายชูชาติ เทศสีแดง)

ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

เรียน นายบด. ๗
เพื่อโปรดดำเนินการ

ท.ผบค.

5, 4, 2, 60

ศาสนบรรณตั้งที่
 รัชที่.....
 วันที่ ๕ ม.ค. ๒๕๖๐

๒) เรียน อปส. ผ่าน รปส.(นายภูมิสิทธิ์)

ตามประกาศ กปส. ลว. ๑๓ ต.ค. ๒๕๕๗
กำหนดให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง ผชช.
ด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ จะต้อง
สร้างผลงานเอกสารวิชาการ หรือตำรา หรือคู่มือ
อย่างน้อย ๑ ชิ้น และนำเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของ
กปส. โดยหากยังไม่เสนอผลงานดังกล่าวต่อ กปส.
จะขอย้ายไปดำรงตำแหน่งประเภทอำนวยการ
ระดับสูงไม่ได้ นั้น

บัดนี้ นายชชาติ เทศสีแดง ซึ่งได้รับแต่งตั้ง
ให้ดำรงตำแหน่งดังกล่าว ได้จัดส่งเอกสารทาง
วิชาการ เรื่อง “มุมมอง IOs กับการประชาสัมพันธ์
ในสถานการณ์ความไม่สงบ” เรียบร้อยแล้ว
เห็นควรนำเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของ กปส. ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา เห็นควร
ประการใดขอได้โปรดสั่งการ เพื่อ กกจ. จะได้
ดำเนินการต่อไป

ผอ.กกจ.
ม.ค. ๖๐
๓)
(นายภูมิสิทธิ์ ชื่นทยานกุลกิจ)
รปส.
๑๐ ม.ค. ๖๐

๕) (๕๕๕๐๖./ ๓๓๕๕๓๓
๑๕๕๕๖ ๐๕๓ ๕๖๖๖๖๖
พลโท
(สรรเสริญ แก้วกำเนิด)
รักษาการในตำแหน่ง พลโท
๑๒ ม.ค. ๒๕๖๐

ร.อปส. พลโท สรรเสริญ แก้วกำเนิด.....
๑๑ ม.ค. ๒๕๖๐
๑๖ ๔๖ ๑๐ ม.ค. ๖๐

๕) เรียน ผอ.สำนัก/กอง, ผชช และหัวหน้าหน่วยงาน

เพื่อโปรดทราบ และกรุณาเวียนแจ้งให้ทราบ
โดยทั่วกัน ทั้งนี้ กกจ. ได้นำเอกสารทางวิชาการ
เรื่อง : มุมมอง IOs กับการประชาสัมพันธ์ในสถานการณ์
ความไม่สงบ จัดทำโดย นายชูชาติ เทศสีแดง
ผชช.ด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์
เผยแพร่ทาง Intranet.prd.go.th หน่วยงาน กกจ.
เมนูสื่อเผยแพร่ หัวข้อผลงานทางวิชาการด้วยแล้ว


ผอ.กกจ.

๑๓ ม.ค. ๖๐

เอกสารทางวิชาการ

เรื่อง

มุมมอง IOs กับการประชาสัมพันธ์
ในสถานการณ์ความไม่สงบ

โดย

นายชูชาติ เทศสีแดง
ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเครือข่ายการประชาสัมพันธ์
กรมประชาสัมพันธ์
สำนักนายกรัฐมนตรี

คำนำ

การก่อการร้ายและการก่อความไม่สงบ ได้ปรากฏให้เห็นมาตลอดทุกภูมิภาคของโลก และคงมีพัฒนาการไปตามกาลเวลา มูลเหตุที่สำคัญล้วนมาจากความขัดแย้ง ความไม่ลงตัว ความไม่พอใจ เรื่องประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ การแก่งแย่งทรัพยากร ดินแดน ตลอดจนความเชื่อทางศาสนา หนทางแก้ไขมีอยู่อย่างน้อย ๒ ทางคือ สันติวิธี ด้วยการเจรจาไกล่เกลี่ย อีกวิธีคือ การใช้กำลัง ใช้ความรุนแรง มีการใช้กลยุทธ์ กลวิธี กลอุบาย อาวุธยุทโธปกรณ์ทุกอย่างเท่าที่จะหาได้ แม้กระทั่งการรบนอกแบบ การรบแบบกองโจร มีการจัดตั้งรูปแบบขบวนการเพื่อชิงความได้เปรียบกลับมา ทั้งอำนาจ ดินแดน มวลชน ทรัพยากร ผลประโยชน์ตามที่ต้องการ ด้วยการสนับสนุนจากภายในและภายนอก หรือประเทศที่สาม

ในสังคมไทยยุคสมัย ๑๐ ปีให้หลังนี้ มีเหตุการณ์ที่กระทบสังคมไทยอย่างน้อย ๒ เหตุการณ์ที่นำมาซึ่งความไม่สงบและการก่อการร้าย เช่นกรณีความขัดแย้งทางการเมือง รวมทั้งกรณีเหตุไม่สงบ จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่จะเริ่มนับจากเหตุการณ์ปล้นปืน เมื่อวันที่ ๔ มกราคม ๒๕๔๗ ที่กองพันพัฒนาที่ ๔ อ.เจาะไอร้อง จ.นราธิวาส เป็นต้นมา ส่งผลกระทบต่อชีวิต ทรัพย์สิน สิทธิ เสรีภาพ ความเป็นอยู่ และการประกอบอาชีพของประชาชนในพื้นที่เป็นจำนวนมาก และได้สร้างความหวาดกลัว ระแวง และความไม่ไว้วางใจระหว่างกันของทุกภาคส่วนของสังคม ทั้ง ๒ เหตุการณ์ที่ดูเหมือนจะปรากฏการปฏิบัติการในลักษณะกองกำลังที่ฝ่ายรัฐต้องมีมาตรการเข้าไปแก้ไขด้วย ยุทธศาสตร์ ยุทธวิธี ภายใต้กฎหมายด้านความมั่นคงหลายระดับ มีการนำยุทธวิธีที่เรียกว่า “ปฏิบัติการข่าวสาร (INFORMATION OPERATIONS)” มาใช้กันเพื่อให้ได้ชัยชนะหรือครอบครองความได้เปรียบทางด้านมวลชน และการปฏิบัติการอย่างสำคัญ

ในเอกสารชิ้นนี้ ผู้เขียนเห็นว่าปัจจุบันการแพ้ชนะในสงครามเพียงแค่ทุ่มกำลังรบอย่างเดียวคงยากที่จะเอาชนะแบบเบ็ดเสร็จเด็ดขาดได้หากไม่มองถึงเรื่องการเอาชนะจิตใจมวลชน จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าการจัดการความรู้ความเข้าใจให้เข้าถึงอีกฝ่ายเป็นเรื่องสำคัญด้วยการปฏิบัติการข่าวสาร (INFORMATION OPERATIONS) ที่อาจมองเป็นเรื่องใหม่ในบ้านเรา แต่เป็นการปฏิบัติการทางทหารของสหรัฐอเมริกา ก่อนเป็นประเทศแรก ๆ และเป็นเรื่องที่มีความเข้าใจที่หลากหลายมุมมองที่แตกต่างกัน บางท่านมองว่าการปฏิบัติการข่าวสารคือ การปฏิบัติการทางสารสนเทศ มุ่งเน้นไปที่สงครามสารสนเทศเพื่อครอบครองความเหนือกว่าทางสารสนเทศ แต่ในบทความนี้ผู้เขียนให้ความสำคัญต่อรูปแบบการผสมผสานระหว่างด้านการสารสนเทศกับเนื้อหาวิธีการ ที่เชื่อมโยงกับการประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชน ที่มีหน้าที่กระจายเนื้อหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์ไปสู่เป้าหมายและการปฏิบัติการจิตวิทยาที่เคยได้ยินกันมาในอดีตมีความสัมพันธ์อย่างไร นอกจากนั้นยังมีเรื่องการโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทุกฝ่ายมีการใช้กันมาอย่างเนิ่นนานทุกยุคทุกสมัย ตลอดจนมีตัวอย่างสำคัญในหลากหลายเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องจากความก่อความไม่สงบ การก่อการร้ายทั้งในและต่างประเทศ

มกราคม ๒๕๖๐

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	๗
การประชาสัมพันธ์คืออะไร	1
ความหมายของการปฏิบัติการข่าวสาร (INFORMATION OPERATIONS)	2
การประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการข่าวสารอย่างไร	4
การประชาสัมพันธ์กับการโฆษณาชวนเชื่อ	5
การประชาสัมพันธ์ต่อการโฆษณาชวนเชื่อ	6
สงครามไซเบอร์โจมตีสื่อ	7
กรมประชาสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่จังหวัดภาคใต้	8
บทสรุป	10
เอกสารอ้างอิง	12

การประชาสัมพันธ์คืออะไร ?

การประชาสัมพันธ์ เป็นคำที่นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญทางด้านวิชานี้ ซึ่งมีทั้งนักวิชาการ (Theorists) และนักปฏิบัติการ (Practitioners) ได้ให้คำนิยามหรือคำจำกัดความไว้มากมายพอสมควร สมาคมการประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (IPRA) ได้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ว่า การประชาสัมพันธ์ คือภาระหน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือฝ่ายจัดการ (Management Function) ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนงานที่ดี และมีการกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เพื่อสร้างสรรค์และธำรงรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจดี มีความเห็นอกเห็นใจ (Sympathy) และได้รับการสนับสนุนร่วมมือจากกลุ่มประชาชนที่องค์การสถาบัน เพื่อให้สอดคล้องกับประชาคมติหรือความต้องการของประชาชน พร้อมทั้งใช้วิธีการเผยแพร่กระจายข่าวสารสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือและบรรลุถึงผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่าย คือ องค์การและกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้อง

ในทางการทหารนั้น การประชาสัมพันธ์ถูกจัดวางไว้เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติการข่าวสาร ในฐานะการปฏิบัติการที่เกี่ยวข้อง หรือกิจกรรมเสริม เป็นการกระจายสารสนเทศให้ประชาชนทราบ ว่าฝ่ายเราได้ทำอะไรไป เพื่อลดการเบี่ยงเบนหรือลบล้างของประชาชนของฝ่ายเรา ซึ่งอาจจะไปสนับสนุนฝ่ายตรงข้ามได้ ควบคู่กับการปฏิบัติการร่วมกันระหว่างทหารพลเรือน (Civil Military Operations) ที่เป็นการดำเนินการสร้างให้เกิดการร่วมแรงร่วมใจระหว่างทหารกับประชาชน นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่น สมานฉันท์ ถ้อยทีถ้อยอาศัย ทำให้มีเอกภาพในสังคม และสนับสนุนการดำเนินการ

ในทางพลเรือน การประชาสัมพันธ์คือ การสร้างความเข้าใจอันดี โดยใช้สื่อทุกรูปแบบ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานของรัฐกับประชาชน และระหว่างประชาชนกับหน่วยงานของรัฐ ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง และรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันชื่อเสียงมิให้เสื่อมเสีย ซึ่งหน่วยงานต่าง ๆ จะต้องประชาสัมพันธ์เชิงรุก ด้วยการเผยแพร่ผลงาน ชี้แจงเหตุผลในการดำเนินการต่าง ๆ ทั้งก่อน ระหว่างและภายหลังการดำเนินการ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เสร็จสิ้นลงแล้ว ประการต่อมาทำการประชาสัมพันธ์เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกัน และเพื่อแก้ไขความผิดพลาดหรือกฎระเบียบต่าง ๆ เพราะปัญหาความไม่เข้าใจอย่างหนึ่งมาจากระบบราชการที่มักจะอ้างกฎระเบียบ ขอบบังคับ จึงทำให้การปฏิบัติงานขาดความรวดเร็วไม่ทันการณ์ จึงเป็นสาเหตุที่สำคัญที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดเสมอ

หลายเหตุการณ์วิกฤต เช่น สงคราม การก่อการร้าย การก่อความไม่สงบ การประชาสัมพันธ์มีบทบาทในการชี้แจง ทำความเข้าใจ เป็นการกระจายสื่อสารสนเทศให้ประชาชนทราบ ว่าเกิดเหตุการณ์ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร และอย่างไร อะไร ซึ่งเป็นข้อเท็จจริง รวมทั้งเพื่อลดความเบี่ยงเบนลบล้างของประชาชนในอันที่จะไปสนับสนุนฝ่ายตรงข้าม

ความหมายของการปฏิบัติการข่าวสาร (INFORMATION OPERATIONS)

การปฏิบัติการข่าวสาร (INFORMATION OPERATIONS) หรือ IOs อาจดูเป็นศัพท์ใหม่ เริ่มมีการนำมาใช้ในช่วงหลังสิ้นสุดสงครามเย็น แต่เมื่อพิจารณาในแง่การปฏิบัตินั้น เรื่องรูปแบบการปฏิบัติข่าวสาร ฝ่ายทหารในประเทศต่าง ๆ รวมทั้งในประเทศไทยอาจเคยนำมาใช้ แต่ไม่ได้เรียกชื่อเฉพาะว่าเป็นการปฏิบัติการข่าวสารโดยตรง ในบางกรณีมีผู้ตีความว่า หมายถึงการปฏิบัติการจิตวิทยา การโฆษณาชวนเชื่อ การวิเทศสัมพันธ์ทางสื่อมวลชน การลวงทางการทหาร กล่าวอย่างง่าย ๆ คือ เป็นการเอาพันธกิจทางการทหารหลายประการมาบูรณาการ หรือผสมผสานกัน เพื่อสร้างผลกระทบทางความคิดการตัดสินใจของฝ่ายตรงข้าม หรือสร้างอิทธิพลต่อการคิด การตกลงใจ จากข้อมูลข่าวสารและระบบสารสนเทศของฝ่ายตรงข้าม บางท่านเรียกว่าเป็นสงครามสารสนเทศ หรือสงครามข่าวสาร (CYBER WARFARE)

องค์ประกอบของการปฏิบัติการข่าวสาร ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก 5 องค์ประกอบสนับสนุน และ 2 กิจกรรมเสริม ดังนี้

- องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การรักษาความปลอดภัยในการปฏิบัติการ การลวงทางการทหาร การปฏิบัติการจิตวิทยา การสงครามอิเล็กทรอนิกส์ และการปฏิบัติการเครือข่ายคอมพิวเตอร์
- องค์ประกอบสนับสนุน ได้แก่ การทำลายทางกายภาพ การต่อต้านข่าวกรอง การต่อต้านข่าวลวง การต่อต้านการโฆษณาชวนเชื่อ และการรักษาความปลอดภัย
- กิจกรรมเสริม หรือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ และการปฏิบัติการกิจการพลเรือน

ความสัมพันธ์ของการประชาสัมพันธ์กับการปฏิบัติการข่าวสาร หลักการทั่ว ๆ ไปนั้น การประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบในแง่บวกหรือในแง่ลบต่อฝ่ายตรงข้ามก็ตาม จะยึดมั่นในการเสนอความจริงเป็นหลัก แม้ว่าความจริงนั้นจะมีผลต่อกองทัพหรือฝ่ายราชการหรือไม่ก็ตาม การประชาสัมพันธ์จะไม่โกหก ซึ่งบางครั้งเพื่อให้บรรลุกิจการด้านความมั่นคง การประชาสัมพันธ์จะกระทำควบคู่ไปกับการปฏิบัติการจิตวิทยา การปฏิบัติการข่าวสารได้ ตัวอย่างเช่น ทหารสหรัฐฯ ปะทะกับกลุ่มก่อการร้ายในอิรัก เป็นผลให้มีผู้บริสุทธิ์เสียชีวิตและประชาชนผู้เห็นเหตุการณ์อ้างว่า ทหารสหรัฐฯ เป็นผู้ยิงผู้บริสุทธิ์ ในการประชาสัมพันธ์เหตุการณ์ดังกล่าวแบ่งขั้นตอนได้ ดังนี้

ด้านการประชาสัมพันธ์ : นายทหารประชาสัมพันธ์จะเปิดเผยข้อเท็จจริงให้กับสาธารณชนได้รับทราบเหตุการณ์การปะทะที่เกิดขึ้น รวมทั้งความรุนแรงของกลุ่มก่อการร้ายที่ทหารจำต้องป้องกันชีวิตของตนเอง นายทหารประชาสัมพันธ์จะเปิดเผยรายชื่อผู้บริสุทธิ์ที่เสียชีวิตให้กับสื่อมวลชน ตลอดจนแสดงความเสียใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และข่าวสารนั้นจะแสดงออกถึงความจริงใจในการสอบสวนถึงสาเหตุที่เกิดขึ้นว่า เกิดขึ้นด้วยความจงใจหรือไม่ หากเกิดขึ้นด้วยความจงใจหรือเจตนา กำลังพลของกองทัพจะถูกลงโทษขั้นเด็ดขาด

ด้านการปฏิบัติการข่าวสาร : ในฐานะการปฏิบัติการจิตวิทยา นายทหารปฏิบัติการจิตวิทยา จะมีการนำข่าวสารนี้ ผ่านขั้นตอนการเผยแพร่ (ทั้งในรูปแบบ ปากต่อปาก ใบปลิว หรือวิธีการอื่นใด) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความโหดร้ายของกลุ่มก่อการร้าย ที่ก่อเหตุในที่สาธารณะ โดยไม่คำนึงถึงชีวิตของผู้บริสุทธิ์ ที่อาจได้รับผลกระทบจากการต่อสู้ เพื่อเรียกร้องให้สาธารณชนร่วมกันประณามกลุ่มผู้ก่อการร้าย และให้การสนับสนุนภารกิจของกองทัพสหรัฐฯ เพราะหากประชาชนยังเมินเฉยต่อการให้ข้อมูลกับฝ่ายสหรัฐฯ ประชาชนเองอาจตกเป็นเหยื่อของการก่อการร้ายได้

อีกตัวอย่างหนึ่ง ขณะที่ฝ่ายสหรัฐฯ ใช้กองกำลังที่มีอาวุธยุทธโศปกรณ์ที่ใช้เทคโนโลยีสูง เข้าปฏิบัติการด้วยกองกำลังทางอากาศและการใช้กำลังภาคพื้นดินที่มีหน่วยปฏิบัติการพิเศษเป็นกำลังหลัก เพื่อสร้างความเสียหายต่อระบบการคมนาคม ระบบการสื่อสาร ระบบการป้องกันภัยทางอากาศ และที่มั่นของกองกำลังทหารต่อฝ่ายรัฐบาลตาลีบัน และฝ่าย บิน ลาเดน เพื่อสร้างความได้เปรียบจากการใช้พลังอำนาจที่มีตัวตนที่เหนือกว่าฝ่ายตรงข้ามอย่างเห็นได้ชัด แต่อย่างไรก็ตามฝ่ายสหรัฐฯ ก็มิสามารถจะพิชิตศึกครั้งนี้ได้โดยง่าย เนื่องจากฝ่ายตาลีบัน และ บิน ลาเดน ได้ใช้ยุทธศาสตร์การต่อสู้กับฝ่ายสหรัฐฯ ด้วยการใช้การปฏิบัติการจิตวิทยา ซึ่งเปรียบเสมือนพลังอำนาจที่ไม่มีตัวตน อันทรงประสิทธิภาพของฝ่ายตาลีบัน และ บิน ลาเดน ที่สามารถเข้าทำห้ำหั่นกับฝ่ายสหรัฐฯ และพันธมิตร จนทำให้ผู้นำของสหรัฐฯ และพันธมิตร ตลอดจนประชาชนอเมริกันและฝ่ายสนับสนุนสหรัฐฯ ต้องหวาดผวามองในสภาวะปกติสุข ด้วยการคุกคามถึงพื้นที่ส่วนหลัง โดยการใช้สงครามจิตวิทยา แพร่เชื้อแอนแทรกซ์ และการแพร่ข่าวในการเตรียมการก่อเหตุทำลายสะพานที่สำคัญของสหรัฐฯ เช่น สะพานโกลเดนเกตในซานฟรานซิสโก สงครามการตอบโต้กลุ่มก่อการร้ายของสหรัฐฯ ต่อรัฐบาลตาลีบันและ บิน ลาเดน คงจะยืดเยื้อต่อไป ผู้นำสหรัฐฯ คงจะต้องปรับยุทธวิธีและยุทธศาสตร์ของตนใหม่ โดยเฉพาะการตอบโต้ต่อการปฏิบัติการจิตวิทยาของฝ่ายตาลีบันและบิน ลาเดน การใช้กำลังรบที่มีตัวตนอาจจะไม่ได้ผลเสมอไป ปัจจัยที่ชี้ขาดการแพ้ชนะในสงครามครั้งนี้น่าจะอยู่ที่สงครามจิตวิทยา โดยเฉพาะจิตใจของผู้นำและประชาชนของฝ่ายสหรัฐฯ ถ้าหากฝ่ายสหรัฐฯ ไม่สามารถควบคุมการตื่นตระหนกของชาวอเมริกัน ในเรื่องการแพร่ระบาดเชื้อแอนแทรกซ์และแผนวินาศกรรมของฝ่ายกลุ่มก่อการร้ายต่อระบบโครงสร้างสำคัญของประเทศเกิดความหวาดผวากจนทำให้ไม่สามารถดำรงชีวิตที่เป็นปกติได้ สหรัฐฯ มิอาจได้ชัยชนะอย่างเบ็ดเสร็จหรืออาจต้องพ่ายแพ้อย่างบอบช้ำเหมือนที่เคยได้รับในสงครามเวียดนาม ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย ถึงแม้ว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจะอยู่ห่างไกลจากประเทศไทย แต่ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมโลกที่ได้รับผลกระทบจากการก่อการร้ายสากล เจ้าหน้าที่ของรัฐต้องเร่งสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนคนไทยทุกคนทุกหมู่เหล่า ด้วยการใช้การปฏิบัติการจิตวิทยา ประชาสัมพันธ์ให้เข้าใจนโยบายของรัฐบาลไทยว่าไทยนั้นมียุทธศาสตร์ในการต่อต้านการก่อการร้ายสากลภายใต้กรอบของสหประชาชาติ สงครามการตอบโต้การก่อการร้ายไม่เกี่ยวกับสงครามศาสนา ไทยไม่ได้สนับสนุนสหรัฐฯ ในการใช้กำลังต่ออัฟกานิสถาน และประเทศไทยคือประเทศเสรีที่คนไทยทุกเชื้อชาติศาสนาสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติ

การประชาสัมพันธ์กับสื่อมวลชนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการข่าวสารอย่างไร ?

สื่อมวลชนกับการประชาสัมพันธ์มีบทบาทควบคู่กันมาตลอด มีการพึ่งพิง และพึ่งพาอาศัยกันมาตลอด เพราะสื่อเป็นกลไกหรือเครื่องมือ ช่องทางในการนำพาเนื้อหาสาระในการประชาสัมพันธ์เพื่อบอกกล่าวกับผู้รับสาร ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญที่ผู้ส่งสารต้องการให้รับทราบ ไม่ว่าจะเป็นผ่านช่องทางวิทยุ โทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อสมัยใหม่อื่น ๆ สื่อมักถูกกล่าวอ้างว่าเป็นต้นเหตุของความขัดแย้ง เพราะคู่ขัดแย้งต่างฝ่ายมักนำสื่อมาเป็นเครื่องมือ หรืออาวุธ เพราะสื่อมีความแม่นยำ มีความรวดเร็ว รัศมีทำการกว้างไกล ข้อสำคัญมีพลังทำลายล้างสูง อยู่ที่วัตถุประสงค์ของการใช้ หากจะอธิบายในบริบทของความขัดแย้งในบ้านเรา ไม่ว่าจะเป็นการชุมนุมทางการเมือง ที่มีการใช้สื่อโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมแพร่ภาพตลอด 24 ชั่วโมง เช่น ASTV, PTV, D-STATION มาจนถึง บลูสกายทีวี เอเซียฮัพเดท สื่อเหล่านี้ได้สร้างความเป็นเขาเป็นเราขึ้นมาหรือสถานการณ์ความไม่สงบชายแดนภาคใต้มีการใช้สื่อออนไลน์ของทั้งฝ่ายขบวนการแทรกแซง โจมตีว่าโฆษณาชวนเชื่อ ปลุกฝังแนวคิด อุดมการณ์มาตลอด สำหรับสื่อออนไลน์ในการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนในสถานการณ์จังหวัดชายแดนภาคใต้ ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากอยู่ในพื้นที่จริง และต้องรายงานข่าวอย่างเที่ยงตรง ถูกต้อง ทันเวลา จนบางครั้งถูกกล่าวหาว่าเป็นการตอกล้มความเกลียดกลัว แบ่งเขาแบ่งเรา สร้างความไม่ไว้วางใจระหว่างกัน ขยายความขัดแย้งออกไปจนยากจะแก้ไข เป็นอุปสรรคในการปฏิบัติการแก้ไขปัญหาของหน่วยงานในพื้นที่ อย่างไรก็ตามภารกิจของแต่ละอาชีพก็ถือว่าต่างคนต่างทำตามหน้าที่ให้ดีที่สุด จุดแข็งของสื่อมวลชนคือ การแสวงหาข้อมูลข่าวสารรวดเร็ว ถูกต้อง ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อนำเสนอต่อสาธารณชน แต่ในจุดแข็งย่อมมีจุดอ่อน กล่าวคือ ความถูกต้องและความละเอียดของข้อมูลข่าวสาร อาจคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง

ในยุคโลกาภิวัตน์บทบาทของสื่อมวลชนขยายตัวอย่างมากมาย ทำให้การก่อความไม่สงบมีพื้นที่ในสื่อเกือบทุกครั้ง นักรบกองโจรทั่วโลกเรียนรู้อยู่เสมอว่า พวกเขาไม่อาจเอาชนะกำลังรบของกองทัพประจำการของรัฐบาลได้โดยตรง แต่พวกเขารู้ว่าการเปิดปฏิบัติการทางทหารล้วนมีนัยทางการเมืองเกิดขึ้นเสมอ ไม่ว่าพวกเขาจะสูญเสียหรือไม่ก็ตาม หรือไม่ว่าพวกเขาจะสูญเสียเพียงใด ผลที่เกิดขึ้นก็คือการ “เปิดประเด็นทางการเมือง” ในเวทีสาธารณะ และก่อให้เกิดผลกระทบทางการเมืองในระยะสั้นและระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลที่จะเกิดขึ้นในเวทีสื่อ ซึ่งมีอย่างแน่นอน และยังเป็นการสูญเสียของฝ่ายเขา ซึ่งน่าจะถือว่าเป็นชัยชนะของฝ่ายรัฐ แต่ก็อาจจะแปรเปลี่ยนไปถ้าฝ่ายรัฐไม่สามารถแย่งชิงพื้นที่ในสื่อได้อย่างรวดเร็ว เช่นผลของเหตุการณ์ที่ อ.บาเจาะ จ.นราธิวาส ซึ่งนำความสูญเสียของฝ่ายก่อความไม่สงบจำนวน 16 คน เริ่มถูกมองด้วยสายตาว่า ด้วยการละเมิดสิทธิมนุษยชน และยิ่งการที่ถูกขยายผลทางสื่อออนไลน์ ในพิธีศพอันเป็นความเชื่อทางศาสนามาจุดประกายพลังความเคียดแค้น ก็อาจจะทำให้รัฐตกเป็นเป้าหมายของการวิจารณ์ได้ไม่ยากนัก หรืออาจทำให้รัฐเกิดความเกลียดกลัวทางการเมืองได้ ในอดีตเหตุการณ์ลักษณะเช่นนี้เคยเกิดขึ้นในประเทศอิหร่าน เมื่อเกิดการเดินขบวนครั้งแรกปะทุขึ้นในวันที่ 7 มกราคม 1978 ที่เมืองกอม เมื่อนักศึกษาสาขาเทววิทยาโกรธแค้นที่หนังสือพิมพ์แอตเตลาห์ ตีพิมพ์ข้อความดูหมิ่นอายาโตะลาห์ โคเมนี ซึ่งเคยสอนอยู่ที่เมืองนี้ จนกระทั่งปี ค.ศ.1963 ต่อมาเมื่อวันที่ 9 มกราคม 1978 ผู้เดินขบวนเข้าทำลายทุกสิ่งทุกอย่างที่เขาเห็นว่า เป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัย เช่น โรงภาพยนตร์ ร้านอาหาร โรงเรียนสตรี ตำรวจต้องเข้ามารักษาความสงบ ผู้เดินขบวนคัดค้าน 6 คน และตำรวจ 2 คน เสียชีวิต พระเจ้าซาร์ ทรงบันทึกไว้ในความ

ทรงจำ ของพระองค์ว่า “นับแต่นั้นมาก็มีผู้อาศัยประเพณีอิสลามเกี่ยวกับงานศพมาเป็นเครื่องมือเพื่อยุยงฝูงชนที่มาชุมนุมกัน เพื่อสำรวจจิตใจที่หลุมศพ เมื่อครบ 40 วัน ให้เดินขบวนต่อต้านอย่างรุนแรง จนเกิดเป็นการจลาจล และจบลงด้วยการเสียเลือดเสียเนื้อต่อไปอีก ทำให้ประชาชนที่หุบเขาและคลังศาสนาเคียดแค้นถึงขีดสุด”

การเดินขบวนต่อต้านทวีความรุนแรงขึ้นทุกทีที่สื่อมวลชนในประเทศตะวันตกที่เคยสดุดีผลงานของพระเจ้าซาร์ กลับพากันกล่าวปรักปรำพระองค์ และหันไปชื่นชมอาญาโศลา โคมินีว่า คือ คานธี คนใหม่ ภายหลังพระเจ้าซาร์ทรงบันทึกไว้ว่า “ฉันพลาดไปที่ไม่ได้ใช้สื่อมวลชนของเราทำลายการโฆษณาชวนเชื่อที่ไม่รู้จักจบจักสิ้นนี้”

การประชาสัมพันธ์กับการโฆษณาชวนเชื่อ

การโฆษณาชวนเชื่อเป็นวิธีการที่เก่าแก่ที่ใช้กันมานานแล้วแต่อดีต ทว่าในตอนแรกนั้นดูเหมือนจะใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางด้านศาสนามากกว่า เช่น โนมน้าวให้มีพระเจ้าองค์เดียวกัน และที่สุดให้เชื่อสัตย์ต่อประเทศเมืองแม่ การโฆษณาชวนเชื่อเริ่มมีลักษณะเป็นระบบระเบียบ และใช้เพื่อผลประโยชน์ทางการเมืองมากขึ้นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยเฉพาะเยอรมัน อิตาลี ถึงกับให้มีหน่วยเฉพาะขึ้นดำเนินการเกี่ยวกับการโฆษณาชวนเชื่อที่รัฐใช้การโฆษณาชวนเชื่อ เป็นเครื่องมือสำคัญทางการเมืองเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์นั้น

จากสาเหตุที่ธรรมชาติของมนุษย์มีแนวโน้มมักจะเชื่อในสิ่งที่ได้เห็น ได้ยิน หรือได้อ่านมา คือ เชื่อในประสาทสัมผัสของตัวเองเป็นสำคัญ ฉะนั้นในการโฆษณาชวนเชื่อรัฐจึงพยายามบ่อนทำลายทั้งปวงให้มนุษย์ได้ยินได้เห็นและได้อ่าน ดังจะเห็นได้จากวิธีการของการโฆษณาชวนเชื่อที่รัฐได้เข้ามาในอดีตและกำลังใช้อยู่ปัจจุบันและคาดว่าจะใช้ต่อไปอีกในอนาคต คือ

หลักการโดยรวมสามารถจัดเป็น 7 วิธีการ ดังนี้

1. การโจมตี ใส่ร้ายป้ายสี ตรง ๆ ชื่อ ๆ ตื่น ๆ แต่ได้ผล เพราะเมื่อพูดบ่อย ๆ เข้าคนก็จะเริ่มเชื่อ ซึ่งหากจะให้ได้ดีผลดี ต้องใช้ร่วมกับวิธีการที่ 2

2. การทำซ้ำ พูดซ้ำแล้วซ้ำเล่า ทำบ่อย ๆ เรื่อย ๆ พยายามทำให้เชื่อ ปลอ่ยให้เป็นข่าวลือออกไป ให้ร้ายป้ายสีตามต้องการ เมื่อทำมากพอ บ่อยพอ ผู้คนก็จะเชื่อ และอาจถึงกับพยายามหาหลักฐานมาประกอบความเชื่อนั้น ซึ่งหากหาหลักฐานจริงมาไม่ได้ก็แต่งหลักฐานยัดให้ไปเลย

3. การโกหกซึ่งหน้าคำโต คล้ายกับวิธีที่ 2 มีผู้เคยกล่าวว่า “หากเราโกหกเรื่องใหญ่มากพอ และบ่อยครั้งเพียงพอ เรื่องนั้นก็จะถูกเชื่อ”

4. สร้างสมณานาม ในเชิงลบ เรียกให้เสีย ๆ หาย ๆ เข้าไว้ ใช้คำที่เรียกหรือพูดเพื่อลดความน่าเชื่อถือ มักใช้คำสั้น ๆ ง่าย ๆ แต่ฟังแล้วเข้าใจโดยนัยทั่วกัน

5. สร้างตรรกะในเรื่องความผิด-ถูก ขาวดำ “ถ้า..อย่างนั้น ถ้า..อย่างนี้” สร้างความคิดถูก-ผิดตามต้องการ เช่นในปี 2001 กรณี 9/11 ที่ทำให้วันรุ่งขึ้น ประธานาธิบดี จอร์จ บุช ออกมากล่าวว่า “..ถ้าคุณไม่ยืนอยู่ข้างอเมริกา คุณคือศัตรูของอเมริกา..”

6. การอ้างสิ่งสูงส่ง สิ่งที่ถูกคนเคารพ ศรัทธานับถือ ชนิดที่เอย่ขึ้นมาก็เชื่อกันไปร่วมครึ่งค่อนแล้ว ประกอบกับการอ้างคุณงามความดีของตนเอง ร่วมกับการเทียบกับข้อเสียของอีกฝ่ายหนึ่ง จะได้แยกได้แยกให้เห็นชัดๆ

7. การควบคุมข้อมูลผ่านสื่อ หรือการครอบงำสื่อ สื่อสื่อนั้นเอง ปัจจุบันมีความอิสระในการจัดตั้งสื่อของตนเอง มีการรวบรวมคลิปของอีกฝ่ายหนึ่งมาโต้ตอบ หรือหักล้าง หรือมาทำซ้ำ ตัดต่อ เพื่อให้เห็นความเลวร้ายของอีกฝ่ายหนึ่งตามความต้องการ เพื่อให้ผู้ชมผู้ฟังคล้อยตาม หรือแม้กระทั่งใช้สื่อออนไลน์โจมตีกันอย่างได้ผล โดยการพยายามช่วงชิงพื้นที่สื่อให้ได้มากที่สุด

สรุปการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) หมายถึง รูปแบบของการติดต่อสื่อสาร ที่พยายามสร้างอิทธิพลเหนือความคิดเห็นและการกระทำของผู้อื่น โดยไม่คำนึงถึงความเป็นจริงในเนื้อหาของข่าวสารที่โฆษณา (Irrespective of The Truth Message) การโฆษณาชวนเชื่อมักถูกมองว่าเป็นการเผยแพร่ข่าวสารที่ขาดความสุจริตใจ อาจมีการบิดเบือนความจริง (Distortion) หลอกลวง (Deceptive) และบิดบังอำพรางบางสิ่งบางอย่างไว้ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของผู้โฆษณาชวนเชื่อ หรือเพื่อให้ได้ผลประโยชน์บางประการตามที่ตนได้คาดการณ์หรือคาดหวังไว้ล่วงหน้าแล้ว

การประชาสัมพันธ์ต่อต้านการโฆษณาชวนเชื่อ (Counter Propaganda)

การต่อต้านการโฆษณาชวนเชื่อ คือ การโฆษณาชวนเชื่อที่มุ่งกระทำเพื่อลบล้างการโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายตรงข้าม การใช้การต่อต้านการโฆษณาชวนเชื่อมีข้อพึงระวังว่าใช้หรือไม่ใช้ก็ได้ แต่ว่าหากใช้แล้วจะเกิดผลอย่างไรต่อเป้าหมาย และการใช้นั้นมีส่วนช่วยในการรณรงค์ด้านการปฏิบัติการจิตวิทยาประสบความสำเร็จหรือไม่ ทั้งนี้โดยอาศัยข่าวกรองการปฏิบัติการจิตวิทยา และการวิเคราะห์การโฆษณาชวนเชื่อเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจว่าจะใช้การต่อต้านการโฆษณาชวนเชื่อหรือไม่ ควรใช้ต่อเมื่อได้พิจารณาถึงผลที่เกิดขึ้นหรืออาจจะเกิดขึ้นจากการโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายตรงข้าม และโอกาสที่การต่อต้านการโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายเราจะประสบความสำเร็จด้วยการต่อต้านการโฆษณาชวนเชื่อ ควรใช้เพื่อส่งเสริมให้การรณรงค์ด้านการปฏิบัติการจิตวิทยาประสบความสำเร็จอย่างเห็นได้ชัด บางครั้งการนิ่งเฉยอาจจะเป็นทางออกที่เหมาะสมที่สุด ถ้าพิจารณาเห็นว่า การต่อต้านการโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายเราอาจเพิ่มน้ำหนัก ความน่าเชื่อถือในการโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายตรงข้ามได้

ตัวอย่าง : การลวงโดยใช้สื่อออนไลน์ เฟซบุ๊ก

รายงานข่าวที่มีการเผยแพร่เมื่อเดือนกันยายน ปี 2555 ระบุว่า พวกตอลิบานกำลังใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือในการทำสงครามกับสหรัฐฯ และชาติตะวันตกด้วยการสร้าง “แอคเคาท์ปลอม” โดยจัดฉากทำที่เป็นหญิงสาวสวย เช็กชี และมา “ขอสมัครเป็นเพื่อน” กับบรรดาทหารของชาติตะวันตก โดยมีจุดประสงค์เพื่อแอบล้วงความลับทางการทหาร และข้อมูลด้านความมั่นคงอื่น ๆ

โดยในช่วงที่ผ่านมา มีทหารจากออสเตรเลียตกเป็นเหยื่อไปแล้วหลายราย จนทำให้กองกำลังนานาชาติในอัฟกานิสถาน รวมทั้งรัฐบาลออสเตรเลียมีการออกประกาศเตือนภัยคุกคามล่าสุดจากพวกตอลิบานที่หันมาใช้แรงจูงดึงดูดทางเพศของสตรีเป็นอาวุธ นอกเหนือจากการต่อกรกับชาติตะวันตกด้วยกระสุนปืนและระเบิด ดังเช่นที่ผ่านมา

“ขณะนี้เราพบว่าพวกตอลิบานหันมาใช้รูปภาพของหญิงสาวที่แสนยั่ววน มาใช้เป็นรูปประกอบโปรไฟล์ในเฟซบุ๊ก ซึ่งความงดงามของหญิงสาวในรูปทำให้กำลังพลของเรามีแนวโน้มได้ระวังตัวและยอมรับเป็นเพื่อน โดยหารู้ไม่ว่าบุคคลที่รับมาเป็นเพื่อนในเฟซบุ๊กนั้นแท้ที่จริงแล้วเป็นพวกนักรบ

ตอลิบานที่หมายจะเอาชีวิตเรา มิใช่บรรดาสาวสวยเซ็กซี่แต่อย่างใด” แหล่งข่าวด้านความมั่นคงในรัฐบาลออสเตรเลียเผย พร้อมระบุว่าเตรียมออกคู่มือเกี่ยวกับการใช้โซเชียลมีเดีย ให้กำลังพลในกองทัพภายในสิ้นปีนี้

สงครามไซเบอร์โจมตีสื่อ

ไวรัสโจมตีระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของสถานีโทรทัศน์ และธนาคารหลายแห่งในเกาหลีใต้ จนไม่สามารถใช้งานได้ เหตุไวรัสโจมตีเครือข่ายคอมพิวเตอร์ดังกล่าว ระบุว่า ระบบคอมพิวเตอร์ของธนาคารเกาหลีใต้ 2 แห่ง คือธนาคารชินฮาน และ นองย็อบ รวมถึงสถานีโทรทัศน์อีก 3 แห่ง คือ เคบีเอส เอ็มบีเอส และวายทีเอ็น ไม่สามารถใช้งานได้

เจ้าหน้าที่สถานีโทรทัศน์ 3 แห่งที่ถูกโจมตีระบบครั้งนี้เปิดเผยว่า ระบบคอมพิวเตอร์ได้ล้มเหลว และไม่สามารถเปิด-ปิดเครื่องคอมพิวเตอร์ได้ โดยหน้าจอปรากฏแต่ตัวหนังสือที่อ่านไม่รู้เรื่อง เจ้าหน้าที่ดูแลคิโงกรรมระบบคอมพิวเตอร์ของเกาหลีใต้ออกมากล่าวตำหนิว่า การโจมตีระบบคอมพิวเตอร์ครั้งนี้เกิดจากการโจมตีจากไวรัส (Malicious Code) โดยเจ้าหน้าที่กำลังพยายามเร่งหาสาเหตุ และวิเคราะห์ถึงต้นตอของไวรัสตัวที่โจมตีครั้งนี้

อย่างไรก็ตาม นายคิม มินชุก โฆษกกระทรวงกลาโหมเกาหลีใต้ ออกมากล่าวว่า ยังไม่แน่ใจว่าเหตุการณ์ดังกล่าว เกาหลีเหนือมีส่วนเกี่ยวข้องหรือไม่ แต่ขณะนี้ยังไม่มีรายงานว่า เครือข่ายคอมพิวเตอร์ของรัฐบาลเกาหลีใต้ได้รับผลกระทบจากการโจมตีระบบคอมพิวเตอร์ด้วยไวรัสดังกล่าว ก่อนหน้านั้นหลายฝ่ายเชื่อว่า เกาหลีเหนือเคยเป็นผู้อยู่เบื้องหลังเหตุโจมตีระบบคอมพิวเตอร์ใน เกาหลีใต้ครั้งใหญ่ถึง 2 ครั้ง ในปี 2552 และ ปี 2554 โดยมุ่งเน้นโจมตีหน่วยงานราชการ และ บริษัทการเงินหลายแห่ง โดยเหตุการณ์ครั้งนั้นลูกค้าของธนาคารนองย็อบ ซึ่งเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่เป็นเป้าโจมตี ไม่สามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้เป็นเวลานานถึง 3 วัน และต่อมาเคซีเอ็นเอ สื่อทางการเกาหลีเหนือก็เพิ่งออกมากล่าวหาสหรัฐฯ และกลุ่มประเทศพันธมิตรว่า เป็นผู้อยู่เบื้องหลังเหตุโจมตีระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และเว็บไซต์ของเคซีเอ็นเอ แอร์กอร์โย โรดอง ซิมบุน สื่อชื่อดังในเกาหลีเหนือ จนไม่สามารถใช้งานได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

โฆษกคณะกรรมการการคมนาคมเกาหลีใต้แถลงต่อผู้สื่อข่าวว่า เกาหลีใต้ตรวจสอบได้ผลว่า ไอพีจากจีนเกี่ยวข้องกับการเจาะระบบสถานีโทรทัศน์และธนาคารเกาหลีใต้ จนทำให้ไฟดับและเครือข่ายล่ม โดยผู้ที่แฮกเข้ามาในระบบของเกาหลีใต้ ใช้ไอพีแอดเดรสในจีนในการส่งโค้ดที่เป็นอันตราย ทำให้ระบบใน 6 บริษัทล่ม โดยเจ้าหน้าที่ระบุว่า จะทำการสืบสวนต่อไป ทั้งนี้ ยังไม่รู้ว่าใครเป็นผู้ลงมือตัวจริง เนื่องจากแฮกเกอร์หลายคนสามารถเบี่ยงเบนไอพีแอดเดรสจากที่อื่น เพื่อใช้แฮกระบบแทนไอพีแอดเดรสของจริง เพื่อปกปิดตัวตนได้

อย่างไรก็ตามหลายฝ่ายโทษว่า ในการโจมตีในช่วงปี 2009 และ 2011 นั้นเป็นเกาหลีเหนือ โดยแฮกเกอร์เกาหลีเหนือถูกกล่าวหาว่าใช้ไอพีแอดเดรสของจีนในการแฮกระบบก่อนหน้านี้อย่างน้อย 3 ครั้ง การโจมตีไซเบอร์ดังกล่าวเกิดขึ้นโดยเว็บไซต์และเครือข่ายระบบอินเทอร์เน็ตของสถานีโทรทัศน์เคบีเอส ยายทีเอ็น และเอ็มบีซี ประสบปัญหาขัดข้องนานหลายชั่วโมง เช่นเดียวกับระบบออนไลน์ของธนาคารหลายแห่งในเกาหลีใต้ที่ประสบปัญหาล่มเป็นเวลานานเช่นกัน

ข้อแนะนำ 10 ประการในการรายงานข่าวความขัดแย้ง

การรายงานข่าวโดยทั่วไปจำเป็นต้องยึดหลักการที่สอดคล้องกับลักษณะของเหตุการณ์ และในกรณีความขัดแย้งก็เช่นกัน มีข้อแนะนำของผู้สื่อข่าวด้านความขัดแย้งที่เคยไปรายงานข่าว ในคอนโกเป็นเวลา 2 ปี ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นประโยชน์กับงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งจำเป็นต้องมีแนวคิดสอดคล้อง และดำเนินการควบคู่กันไป ดังนี้

1. อย่าเขียนเรื่องแบบสูตรสำเร็จ ซ้ำ ๆ นำเบื่อ
2. อย่าเชื่อทุกสิ่งทุกอย่างที่มีคนบอก
3. อย่าค้นหาความจริงแบบตายตัว อย่าปักใจเชื่ออะไรแบบฝังหัว พื้นที่ของความขัดแย้งกว้างใหญ่ ไม่มีใครอยู่ในเหตุการณ์จริงทั้งหมด
4. มองบริบทด้วยเสมอ
5. อย่ารับข้อมูลจากใครโดยไม่ตั้งคำถาม เช่น หากได้รับตัวเลขสถิติมา เช็คให้แน่นว่าเป็นตัวเลขของเมื่อไหร่ ถ้าไม่ทราบก็อย่าใช้ข้อมูลนี้
6. อย่าลืมนึกถึงใบหน้าของผู้คนที่กำลังเป็นทุกข์
7. เลือกใช้คำอย่างระมัดระวัง คำศัพท์เฉพาะมีความหมายของมัน
8. อย่าตกเป็นเครื่องมือของใคร จำไว้ว่ากลุ่มที่สร้างแรงกดดันจะมีตารางการทำงาน และมักปล่อยข้อมูลตามช่วงเวลาที่มีความสำคัญทางการเมืองหรือ “ปฏิทินทางการเมือง”
9. อย่าละเลยแรงกดดันจากท้องถิ่นระลึกไว้ด้วยว่า คนในท้องถิ่น (ที่ให้เราข่าวเรา) อาจไม่สามารถให้ข้อมูลทั้งหมดได้
10. อย่าละเลยประวัติศาสตร์

กรมประชาสัมพันธ์กับการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่จังหวัดภาคใต้

กรมประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ สร้างความเข้าใจระหว่างประชาชนต่อรัฐ รัฐต่อประชาชน ทั้งในฐานะสื่อมวลชนของรัฐและการทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤติ มีหน่วยงานที่และบุคลากร ประจำอยู่ในพื้นที่จังหวัดภาคใต้ ทำงานร่วมกับ ศอ.บต และ กอ.รมน.ภาค 4 ส่วนหน้า เพื่อสนับสนุนการแก้ปัญหาภาคใต้ ซึ่งทำงานในหลายบทบาท อาทิ การรายงานข่าว การประชาสัมพันธ์ และการปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร

ทั้งนี้กรมประชาสัมพันธ์ได้มอบแนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนการแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ภายใต้คำย่อ “ส.ปชส.” ซึ่งมีความหมายดังต่อไปนี้

“ส” คือ สนองนโยบายของรัฐบาลในการแก้ปัญหาในพื้นที่ชายแดนภาคใต้

“ป” คือ ประชาสัมพันธ์ โดยการนำกระบวนการประชาสัมพันธ์ และหัวใจของการประชาสัมพันธ์มาช่วยในการประชาสัมพันธ์แก้ปัญหาชายแดนภาคใต้

“ช” คือ ชายแดนภาคใต้ 5 จังหวัด ประกอบไปด้วย จังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส สงขลา และสตูล ซึ่งการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์จะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักให้ชัดเจน คือ ประชาชนใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มเป้าหมายรอง คือ ประชาชนในจังหวัดอื่น ๆ ที่อยู่นอกพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ และกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ ได้แก่ ชาวไทยที่อาศัยอยู่ใน

ต่างประเทศ และชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยเฉพาะประชาชนชาวมุสลิม หลังจากกำหนดกลุ่มเป้าหมายเรียบร้อยแล้ว จึงพิจารณาเลือกรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม

“ส” คือ สงบสุข สันติภาพ ต้องคำนึงถึงความสงบสุข และสันติภาพ ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้

บทสรุป

สรุปได้ว่าสถานการณ์การก่อเหตุร้ายรายวันในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลก มีลักษณะใกล้เคียงกัน คือ ไม่สามารถหาจุดจบได้อย่างถาวร อันเนื่องมาจากการต้องการเอาชนะคะคาน ช่วงชิงความได้เปรียบ เพื่ออำนาจและผลประโยชน์ของตนเอง คำว่าสาวกถูกนำมาใช้อย่างไม่มีเหตุผล ไม่ว่าจะผิดจะถูก เมื่อเป็นสาวกแล้วจะต้องเข้าข้างเป็นฝ่ายผู้นำหรือจะเรียกว่าศาสดาก็ตาม ศีลธรรม คุณธรรม คำสอน ทางศาสนาไม่สามารถจะนำมาใช้เป็นหลักเหตุผลในจิตใจของผู้ก่อเหตุแล้ว โดยเฉพาะปัญหาภาคใต้ กลุ่มก่อความไม่สงบ ได้กระทำต่อเด็ก สตรี ผู้คนที่บริสุทธิ์อย่างเหี้ยมโหด นอกเหนือจากเจ้าหน้าที่และ พระภิกษุสงฆ์แล้วยังกระทำต่อสถานที่บ้านเรือน สถานที่ราชการ วัดวาอาราม บนท้องถนน ในเมือง และนอกเมือง สร้างความหวาดกลัวกันถ้วนหน้า ถึงแม้ทางการได้พยายามใช้ความอดทนต่อสู้ด้วย วิธีทางต่าง ๆ ทั้งทางทหารและการเมือง มีการพูดคุยเชิงสันติภาพกับแกนนำองค์กรเพื่อหาทางยุติ เหตุร้าย แต่การก่อเหตุรุนแรงก็เพิ่มทวีความรุนแรงควบคู่กันไป

การพูดคุยสันติภาพที่น่าจะเป็นเรื่องบนโต๊ะ กลายเป็นการนำสื่อออนไลน์อย่างยูทูบมาแถลง ข้อต่อรองอย่างเปิดเผย มัดมือฝ่ายรัฐยกระดับจากสถานภาพกลุ่มแยกดินแดนเป็นผู้ปลดแอก ดึงเอา ต่างประเทศเข้ามาเกี่ยวข้องยกระดับเป็นเรื่องสากล ทำลายท่าทีของฝ่ายรัฐไทย การโต้ตอบ การยอมรับเงื่อนไข การหักล้าง เป็นเรื่องที่ยากลำบาก เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงการปฏิบัติการข่าวสาร หรือการที่จะต้องชิงไหวชิงพริบช่วงชิงความได้เปรียบหรือการนำในการเจรจา แม้กระนั้นก็ตาม ยุทธศาสตร์การสื่อสารให้ข้อมูลข่าวสารจะต้องดำเนินการควบคู่กันไปอย่างไม่รู้จบ ทั้งทางทหาร และพลเรือน ในขณะที่ทางการทหารการประชาสัมพันธ์ถูกจัดวางไว้เป็นส่วนกิจกรรมเสริม หรือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อกระจายข่าวสารให้ประชาชนทราบว่าทางการได้ทำอะไรลงไปบ้าง สร้างให้เกิดความร่วมมือร่วมใจระหว่างทหารกับประชาชน ในทางพลเรือน โดยเฉพาะกรมประชาสัมพันธ์ มีหน้าที่สร้างความเข้าใจอันดี โดยใช้สื่อทุกระบบที่มีอยู่และแสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ทั้งภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจังต่อเนื่อง และรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ ดังจะเห็นได้จากความพยายาม จัดตั้งสถานีวิทยุและสถานีโทรทัศน์ภาคภาษามลายู และการจัดทำเว็บไซต์ที่เป็นของทางราชการและ ภาคประชาสังคม เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้เข้าถึงประชาชนในท้องถิ่น กล่าวโดยทั่วไปการประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์ ที่ส่งผลกระทบในแง่ลบหรือแง่บวก จะต้องยึดมั่นในความจริงเป็นหลัก ขณะที่ การปฏิบัติการข่าวสาร หรือ IOs เป็นการนำพันธกิจทางการทหารหลายประการมาบูรณาการ หรือ ผสมผสานเพื่อสร้างผลต่อความคิดการตัดสินใจของฝ่ายตรงข้าม โดยองค์ประกอบของการปฏิบัติการ ข่าวสารประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก ได้แก่การรักษาความปลอดภัยในการปฏิบัติการ การลงทางทหาร การปฏิบัติการจิตวิทยา การสงครามอิเล็กทรอนิกส์ และเครือข่ายคอมพิวเตอร์ อีกทั้งยังมี องค์ประกอบสนับสนุน เช่นการทำลายทางกายภาพ การต่อต้านข่าวกรอง การลงทางการทหาร การต่อต้านการโฆษณาชวนเชื่อ เสริมด้วยกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ และการปฏิบัติการกิจการ พลเรือน ทั้งนี้ทุกส่วนจะต้องทำงานสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด

สิ่งหนึ่งที่ยังขาดความเชื่อมโยงกันได้แก่ โครงสร้าง อำนาจหน้าที่ วัฒนธรรมองค์กร และขีด ความสามารถของบุคลากร ที่จะต้องมีการชักซ้อมความเข้าใจและปฏิบัติงานร่วมกันทั้งในยามปกติ และภาวะวิกฤต เพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นอกเหนือจากนั้น สื่อมวลชน ซึ่งมีการทำงานค่อนข้างเสรี มีอิสระในความคิด จะต้องเรียนรู้ให้เท่าทันเล่ห์กลของฝ่ายตรง

ข้ามและเพิ่มความระมัดระวังให้มากขึ้นในการนำเสนอข่าว เพื่อให้ตกเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ผลงานของฝ่ายตรงข้าม และการเข้าใจผิดหวาดระแวงในหมู่คนในพื้นที่ด้วยตนเอง

เอกสารอ้างอิง

- ธีระพงษ์ โสดาศรี, 2555. เอกสารสรุปการมอบนโยบาย เรื่อง “แนวทางการประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนการแก้ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของกรมประชาสัมพันธ์” โดยอธิบดี กรมประชาสัมพันธ์ วันที่ 31 กรกฎาคม 2555 ณ โรงแรมวินเซอร์ สวิส กรุงเทพฯ
- สุรชาติ บำรุงสุข, (2553, มิถุนายน) ปฏิบัติการข่าวสาร(INFORMATION OPERATIONS). จุลสาร ความมั่นคงศึกษา ฉบับที่ 78
- พ.อ.บุญรอด ศรีสมบัติ, บทเรียนการปฏิบัติการข่าวสาร กรณี ปปส.ในเมือง (มีนาคม – พฤษภาคม 2553)
- การประชาสัมพันธ์ของกองทัพสหรัฐอเมริกา, สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พ.ค.2556,จาก <http://www.bloggang.com/viewblog.php?id=vuw&date=04-11-2008&group=2&gblog=2>
- การปฏิบัติการจิตวิทยาในสงครามอัฟกานิสถาน, สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พ.ค. 2556 จาก <http://www.learners.in.th/blogs/posts/207905>
- สุรชาติ บำรุงสุข, (8-14 มีนาคม 2556). “ยกระดับสงครามความท้าทายในภาคใต้”. มติชนสุดสัปดาห์.สืบค้นจาก <http://www.southdeepoutlook.com>
- วารกุล , 2546.หนังสือ ฟาราร์ ปาร์ลาวิ
- สมัชชา นิลปัทม์, 2555. อาจารย์ประจำคณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี (มอ.ปัตตานี) “สื่อทางเลือกที่ชายแดนภาคใต้ จุลสารราชดำเนิน” มิถุนายน 2555
- เส้นทาง "ทีวีมลายู" ชายแดนใต้ "คีนภาษา-คีนศักดิ์ศรี" คนพื้นที่ขานรับ, สืบค้น 27 พ.ค. 2556 จาก <http://www.isranews.org/south-news>
- กรมประชาสัมพันธ์, 2556. หนังสือการแก้ปัญหาภาคใต้ ด้วยการประชาสัมพันธ์ การลงโดยใช้สื่อออนไลน์ เฟซบุ๊ก, 2555 ผู้จัดการออนไลน์, สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ก.ย. 2555 จาก www.manager.co.th
- กรชนก รักษาเสี, 2555. “ผลัดกันเล่า” บัญญัติ 10 ประการทำข่าวความขัดแย้ง, จุลสารราชดำเนิน มิถุนายน 2555