

วันที่ 12 มิถุนายน 2569

เรื่อง ประกาศแนวทางปฏิบัติด้านสื่อและสื่อสารการตลาด เพื่อร่วมแสดงความอาลัยต่อการสิ้นพระชนม์ ของ สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทิราเทพยวดี กรมหลวงราชสาริณีสิริพัชร มหาวัชรราชธิดา

เรียน สมาชิกทุกท่าน

ตามที่ได้มีประกาศสำนักพระราชวัง เรื่อง สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทิราเทพยวดี กรมหลวงราชสาริณีสิริพัชร มหาวัชรราชธิดา สิ้นพระชนม์ ลงวันที่ 12 มิถุนายน 2569 และในเวลาต่อมาได้มีประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีเรื่องแนวทางการถวายอาลัย

คณะกรรมการ สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) ขอแจ้งแนวทางปฏิบัติในเรื่องการใช้สื่อ กิจกรรมการตลาด การสื่อสารการตลาด เพื่อให้บุคคล หน่วยงาน และองค์กรต่างๆ ใช้พิจารณาเพื่อเป็นแนวทางที่เหมาะสม และเคารพต่อสถานการณ์ ดังนี้:

1. **สื่อโทรทัศน์ (TV):** ปรับลดโทนสีหน้าจอ (Saturation) ลงตามความเหมาะสม เลี่ยงโฆษณา (TVC) ที่มีความตื่นเต้นหรือตกชบขบขัน
2. **สื่อดิจิทัลและออนไลน์ (Digital & Online):**
 - ปรับรูปภาพโปรไฟล์ (Profile Picture) และภาพหน้าปก (Cover Photo) เป็นโทนสีสุภาพ หรือติดริบบิ้นดำ
 - พิจารณาระดับ (Pause) โฆษณาที่มีเนื้อหารื่นเริงสนุกสนานชั่วคราว เพื่อความเหมาะสม
3. **สื่อโฆษณานอกบ้าน (OOH):** ปรับเปลี่ยนจอดิจิทัล (Digital Billboard) ที่มีโทนสีสุภาพ โดยลดโทนสีลง 40% หรือข้อความร่วมแสดงความอาลัย โดยภาพนิ่ง (static) สามารถขึ้นโฆษณาตามปกติ (เปิดไฟ) หรือ ผลิตป้ายใหม่/ป้ายถวายความอาลัย
4. **สื่อวิทยุ (Radio):** หลีกเลี่ยงสเปดโฆษณาที่ใช้เสียงเอฟเฟกต์ตกชบขบขัน หรือเสียงตะโกนอีกที
5. ปรับลดโทนหรือระดับการเผยแพร่ชิ้นงานโฆษณาที่มีเนื้อหารื่นเริงสนุกสนานชั่วคราว เพื่อความเหมาะสม ให้อยู่ในดุลยพินิจของผู้ประกอบการสื่อและแบรนด์ โดยพิจารณาความเหมาะสมตามบริบทของสถานการณ์
6. ภายหลังจากครบกำหนด 15 วัน ผู้ประกอบการและแบรนด์สามารถกลับมาดำเนินกิจกรรมทางการตลาดได้ตามปกติ

จึงเรียนมาเพื่อทราบ



(นายภาวัต เรืองเดชวรชัย)

นายกสมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ:

- แนวทางข้างต้นมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้ร่วมแสดงความอาลัยอย่างเหมาะสมกับกาลเทศะ แสดงความเคารพ สำนวมน และดำรงชีวิตตามปกติ
- รัฐบาลไม่มีมติห้ามเอกชนจัดกิจกรรมรื่นเริง กิจกรรมอีเวนต์หรือคอนเสิร์ตต่างๆ รวมถึงงานกีฬา และ/หรือ ประชุมสัมมนา แต่ขอให้พิจารณาปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับบรรยากาศการไว้อาลัย
- รัฐบาลมีมติให้ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และหน่วยงานของรัฐทุกแห่งแต่งกายไว้ทุกข์ (ชุดดำ) มีกำหนด 15 วัน เป็นต้นไป สำหรับประชาชนทั่วไป ขอให้พิจารณาดำเนินการตามความเหมาะสม
- แนวทางปฏิบัติแนวปฏิบัติด้านการตลาดในช่วงของการไว้ทุกข์เพื่อเป็นการแสดงความอาลัยและสำนึกในพระกรุณาธิคุณของ สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าพัชรกิติยาภา นเรนทิราเทพยวดี กรมหลวงราชสาริณีสิริพัชร มหาวัชรราชธิดา จากสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย (MAT) วันที่ 12 มิถุนายน 2569 โดยแนวปฏิบัตินี้ครอบคลุมช่วงเวลา 15 วันแรกนับจากวันที่มีแนวทางนี้มีผลบังคับใช้ และขอแนะนำให้ดำเนินการ ด้วยความระมัดระวังต่อเนื่องอีก 15 - 30 วัน เป็นอย่างน้อย รายละเอียดดังนี้:

แนวทางการปฏิบัติ (4 Do's)

1. Adjust — ปรับโทนการสื่อสารให้สุภาพ สำนวมน และเหมาะสมกับกาลเทศะขอให้ทุกองค์กรใช้ภาษาที่สุภาพและลดทอนความรื่นเริงในทุกช่องทางการสื่อสาร สามารถดำเนินการขายหรือประชาสัมพันธ์ได้ แต่ให้หลีกเลี่ยงมุกตลก ภาพเคลื่อนไหวเร็ว สีสันจัดจ้าน หรือดนตรีที่เร้าอารมณ์
2. Access — ตรวจสอบและปรับแผนการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ขอให้ทบทวนสื่อโฆษณา แคมเปญ ประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมทางการตลาดที่อยู่ระหว่างดำเนินการหรือที่เตรียมเผยแพร่ในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อให้เหมาะสมทั้งในด้านเนื้อหาและบรรยากาศของสังคม
3. Appreciate — สื่อสารด้วยความเคารพและถวายความอาลัยอย่างถูกต้องสามารถแสดงความอาลัยได้โดยใช้ถ้อยคำที่สำรวมและถูกต้อง หากมีการกล่าวถึงพระราชกรณียกิจควรเน้นถึงพระมหากรุณาธิคุณโดยไม่ใช้ภาษาหรือภาพในเชิงโฆษณา ทั้งนี้การจัดกิจกรรมถวายความอาลัย เช่น การยืนสงบนิ่งก่อนเริ่มงาน ถือเป็นแนวทางที่เหมาะสม
4. After — การกลับเข้าสู่ภาวะปกติด้วยความเคารพภายหลังครบ 15 วัน องค์กรสามารถกลับมาดำเนินกิจกรรมการตลาดได้ตามปกติ อย่างไรก็ดี ควรรักษาความเหมาะสมต่อเนื่องอีกระยะ โดยเฉพาะกิจกรรมที่มีลักษณะรื่นเริงหรือเฉลิมฉลอง ควรเลื่อนออกไปจนกว่าบรรยากาศแห่งความอาลัยจะสิ้นสุด

แนวทางสิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติ (4 Don't s)

1. Amusing — หลีกเลี่ยงกิจกรรมบันเทิงหรือเฉลิมฉลองทุกประเภทจัดกิจกรรมที่มีลักษณะสนุกสนาน เฮฮา หรือ อลังการ เช่น คอนเสิร์ต ปาร์ตี้ หรือกิจกรรมส่งเสริมการขายที่มีโทนรื่นเริง
 2. Aggressive — ห้ามใช้โทนการสื่อสารที่เร้าอารมณ์หรือกระตุ้นความสนุก หลีกเลี่ยงข้อความ ภาพ หรือเสียงที่เชิญชวนให้เกิดความตื่นเต้น เช่น “ปาร์ตี้ความสุข!” “สนุกสุดเหวี่ยง!” “เทศกาลสุดมันส์!”
 3. Abuse — ห้ามนำพระบรมฉายาลักษณ์หรือพระราชกรณียกิจมาใช้ในเชิงพาณิชย์ห้ามใช้พระบรมฉายาลักษณ์ พระราชกรณียกิจ หรือถ้อยคำถวายความอาลัยเพื่อประโยชน์ทางการค้า
 4. Ambiguous — หลีกเลี่ยงการสื่อสารที่อาจถูกตีความว่าไม่เหมาะสมไม่เผยแพร่เนื้อหา ภาพ เสียง หรือถ้อยคำที่อาจขัดกับบรรยากาศแห่งความอาลัยหรืออาจถูกมองว่าไม่ให้เกียรติหรือหมิ่นเหม่ต่อสถานการณ์ ในห้วงเวลาแห่งความอาลัย การตลาดที่เหมาะสมที่สุด คือการสื่อสารด้วยความเคารพ ความรับผิดชอบ และความเข้าใจในจิตใจของประชาชน
- แนวทางปฏิบัติเบื้องต้นของการดำเนินงานของเว็บไซต์ และสื่อออนไลน์ จาก สมาคมผู้ดูแลเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ไทย (TWA)

1. โครงสร้าง (ธีม) เว็บไซต์

- 1.1 ขอความร่วมมือให้ใช้ริบบิ้นหรือแถบแสดงความอาลัย บริเวณมุมบนของเว็บไซต์ โดยออกแบบให้เหมาะสมและไม่บดบังเนื้อหาหลัก
- 1.2 สมาชิกหรือผู้ประกอบการที่มีความพร้อม สามารถปรับโทนสีของเว็บไซต์ให้อยู่ในโทนเรียบ สุภาพ เช่น โทนมืดเทา ขาว ดำ (Grayscale) โดยหลีกเลี่ยงการใช้สีสดหรือพื้นหลังฉูดฉาดในช่วงเวลาดังกล่าว ทั้งนี้ให้พิจารณาตามความเหมาะสมของลักษณะธุรกิจ
- 1.3 พิจารณางดการใช้ภาพเคลื่อนไหวหรือกราฟิกที่รบกวนสายตา เช่น เอฟเฟกต์ประกอบเสียง เป็นต้น
- 1.4 ลดหรืองดโฆษณาที่มีลักษณะบั่นทึง หรือไม่เหมาะสมกับช่วงเวลาแห่งการแสดงความอาลัย
- 1.5 ตรวจสอบการแสดงผลบนอุปกรณ์ทุกประเภท เพื่อให้ภาพรวมของเว็บไซต์สะท้อนถึงคุณภาพและความเคารพอย่างเหมาะสม

2. เนื้อหาบนเว็บไซต์

- 2.1 งดการเผยแพร่เนื้อหาที่มีลักษณะบั่นทึง สนุกสนาน หรือไม่เหมาะสม เช่น มิวสิควิดีโอ เนื้อหาตลก หรือเนื้อหาที่สื่อถึงการเฉลิมฉลองใด ๆ
- 2.2 เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร หรือบทความที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม และแสดงออกถึงความจงรักภักดี ความอาลัย และการน้อมรำลึกในพระมหากรุณาธิคุณ
- 2.3 ใช้ถ้อยคำสุภาพ เคารพ และถูกต้องตามราชศัพท์ เมื่อต้องกล่าวถึงพระนามหรือพระราชกรณียกิจ
- 2.4 ควรตรวจสอบแหล่งอ้างอิงของข่าวสารให้ถูกต้อง โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์
- 2.5 หากมีการเผยแพร่บทความ รูปภาพ หรือวิดีโอแสดงความอาลัย ให้จัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม ไม่รบกวนประสบการณ์ของผู้รับชมเว็บไซต์

3. ระยะเวลาการปฏิบัติ ให้ถือปฏิบัติตามแนวทางข้างต้นตลอดช่วงเวลาที่รัฐบาลกำหนดเป็นช่วงไว้ทุกข์และแสดงความอาลัย จนกว่าจะมีประกาศหรือแนวทางเพิ่มเติมจากหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง