

ประชาสัมพันธ์กับ “สื่อมวลชน”

งานกว่าครึ่งหนึ่งของการประชาสัมพันธ์จึงทิ้งน้ำหนักไปกับ “สื่อมวลชน” การจะเข้าถึง ผู้บริโภค สร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ความนิยมชมชอบไปจนถึงขั้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อตัดสินใจใช้บริการ หรือลงคะแนนให้ เป้าหมายของการประชาสัมพันธ์คือ **การได้พื้นที่ข่าว** จากสื่อมวลชน การได้มาด้วยพื้นที่ข่าวเหล่านี้ ไม่มีการซื้อขาย พื้นที่เหล่านี้ไม่ใช่พื้นที่โฆษณาแต่เจ้าของพื้นที่คือนักข่าว ทีมข่าวแต่ละสาย การนำเสนอข่าวจึงขึ้นอยู่กับหลายๆ ปัจจัย ตั้งแต่ นโยบายข่าว กระแสข่าวในวันนั้น หรือช่วงนั้นๆ ไปจนถึงความสนใจของนักข่าวที่ดูแลข่าวอยู่ในสายนั้นๆ

งานประชาสัมพันธ์จึงแตกต่างจากโฆษณาอย่างสิ้นเชิง ประชาสัมพันธ์ไม่สามารถควบคุมพื้นที่ เนื้อหาได้อย่างงานโฆษณา มักมีความเข้าใจผิดๆและสับสนกับงานโฆษณาอยู่เสมอ ในมุมมองงานประชาสัมพันธ์ ในการใช้งานประชาสัมพันธ์ มักมีการคาดหวังผลอย่างงานโฆษณาเสมอที่สามารถควบคุมได้ สิ่งได้ว่าจะลงคอลัมน์ไหน กำหนดเนื้อหากันได้ว่าจะเชียร์สินค้ากันสุดใจขนาดไหน

เคยมีความพยายามนับครั้งไม่ถ้วนทั้งผู้บริหาร นักการเมืองที่อยากเห็นข่าวตามใจตนเอง จึงเข้าควบคุมสื่อเสียเลย เป็นเจ้าของสื่อเสียเอง ผลที่ตามมาคือสื่อที่ถูกควบคุมไม่เป็นอิสระ มักไม่ได้รับความนิยมจากประชาชน และในที่สุดก็อยู่ไม่ได้ ในที่สุดผู้บริหาร นักการเมืองคนที่อยากเป็นเจ้าของสื่อก็หมดทุน เมื่อหมดทุนก็ปิดกันไป

ต่างกับสื่อที่เป็นอิสระมุ่งนำเสนอข่าวสารตามวิชาชีพสามารถอยู่ยงคงกระพันมาได้จนถึงทุกวันนี้

เหตุผลสำคัญที่เกี่ยวพันกับงานประชาสัมพันธ์ก็คือ เมื่อไรที่สื่อสอให้คนอ่านรู้ว่าการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของตนเกิดการครอบงำขึ้นแล้วนั้น ย่อมบั่นทอนความน่าเชื่อถือลงไป สายตาผู้อ่าน หากวันนี้คุณสรยุทธ์เกิดอาการเชียร์ผู้มีอำนาจ ก็สามารถทำพิธีสุนันเรตตั้งกันได้เลยว่าคนจะนิยมเธอเปรี้ยงปร้างเหมือนในปัจจุบันหรือเปล่า

จึงขอย้ำว่าในแง่ของงานประชาสัมพันธ์ กฎข้อแรกคือต้องเคารพ ความเป็นอิสระของสื่อ “ยิ่งเราได้รับการยอมรับ เสี่ยงเชียร์จากสื่อที่เป็นอิสระมากเท่าใด เราก็จะได้รับความเชื่อมั่น ความเชื่อถือจากผู้บริโภค จากประชาชน มากขึ้นอีกเป็นเท่าทวีคูณ”

งานประชาสัมพันธ์จะอยู่ได้อย่างมีคุณค่า ต้องมีสื่อมวลชนที่เข้มแข็งเป็นมืออาชีพ นักประชาสัมพันธ์ที่ดีควรดำรงการอยู่ร่วมกันระหว่าง PR กับสื่อมวลชนอย่างมีคุณภาพ อย่างน้ำพึ่งเรือเสือพึ่งป่า ช่วยกันสร้างสรรค์จรรโลงสังคม เกิดความเข้าใจ เกิดการพัฒนาไปสู่ความถูกต้อง นำไปสู่การพัฒนาสินค้า พัฒนาองค์กรหรือแม้กระทั่งไปสู่นักการเมืองที่มีคุณภาพดีขึ้นและมีระบบการเมืองที่ประชาชนสามารถพึ่งพาได้ในที่สุด