

#### 4. PR กับสื่อมวลชน (PR & Media)

ในบทนี้ขอสะท้อนในแง่ของความสัมพันธ์ ระหว่างพีอาร์กับสื่อหรือ นักข่าว ช่างภาพ คอลัมนิสต์ ฯลฯ มีความสัมพันธ์กันหลากหลายสัมพันธ์กันมากๆ แต่งานกันไปหลายคู่ก็มี เป็นแบบนักข่าวปิ้งพีอาร์ พีอาร์ถูกใจนักข่าวก็เข้าพิธีวิวาห์กันไป มุมมองที่ต้องการสะท้อนในวันนี้ คงไม่ใช่เคล็ดลับชนะใจพีอาร์สาว

เป็นความสัมพันธ์กันแบบมืออาชีพ พีอาร์หลายคนลาออกจากวงการไป เปื่อกับวิชาชีพนี้ ด้วยความรู้สึกบางอย่าง คล้ายๆกับบอกว่าเปื่อกับการยืมจมูกคนอื่นหายใจ แน่แน่นอนหากเราต้องใช้ จมูกคนอื่นช่วยหายใจก็ต้องอึดอัดแยะแน่ๆ เลย แต่สำหรับตัวผู้เขียนเองก็ต้องแชร์กันอย่าง ตรงไปตรงมาว่า ยืมจมูกคนอื่นหายใจมากกว่า 20 ปีแล้ว ก็เห็นสุขภาพดีไม่มีตก น้ำหนักก็ขึ้นอย่าง รู้ใจ สมฐานะเก่าแก่เนี่ย

จึงต้องขอทำความเข้าใจในวิชาชีพนี้กัน ขอให้กลับไปทบทวนเรื่องราวธรรมชาติของการ ประชาสัมพันธ์ที่ว่า พลังอำนาจที่ประชาสัมพันธ์มีอยู่เหนือกว่าเครื่องมือตัวอื่นๆ ก็คือ การใช้จมูก คนอื่นหายใจนี้แหละ การที่คนอื่น ๆ คนที่เขาไม่ได้มีส่วนได้เสียกับกิจการของคุณแต่กลับมานิยม ชมชอบบอกต่ออย่างนี้แหละคือเสน่ห์คือ Power ของพีอาร์ที่หาในการสื่อสารแบบอื่นไม่ได้

ถ้ายังทำใจไม่ได้กับตรงนี้ก็คงต้องไปทำอย่างอื่น เราจึงต้องการคนที่มีความเข้าใจ มีความรู้มาทำงานตรงนี้ คุณคิดว่าจะมีใครมาให้เรายืมจมูกไปหายใจกันได้ง่ายๆ แล้วเขาไม่ต้อง หายใจหรือ? ดังนั้นสื่อเป็นกลุ่มคนที่รู้เท่าทัน เขาไม่ยอมเป็นเครื่องมือของใครอย่างแน่นอน จึงถาม ว่าคนที่ทำงานพีอาร์ได้ จะต้องดีอะไรบ้างที่แม้แต่สื่อเองก็ยินดีให้ยืมจมูก บางรายถึงกับไม่ยอม หายใจออกมาปกป้องกันเลยทีเดียว

บทนี้จึงขอเทใจบรรยายให้ทุกท่านได้ทราบว่าหากท่านต้องการทำงานกับสื่อ มี สัมพันธภาพที่ดีกับสื่อ จนเป็นเพื่อนร่วมงานกันอย่างมืออาชีพจริงๆแล้ว ก็ขอให้เริ่มต้นด้วยการ จัดการกับทัศนคติที่ท่านมีต่อสื่อเสียก่อน พีอาร์หลายคน ผู้บริหารหลายท่านคบหากับสื่อด้วย ทัศนคติที่ย่ำแย่ เมื่อมีการปะทะสังสรรค์กันสื่อมองออกในทันทีว่า เป็นความสัมพันธ์ที่เสแสร้งหรือ จริงใจ เช่นไร

เราไม่ได้บอกว่าสื่อทุกคนดีเลิศประเสริฐศรี ในทุกสังคม ทุกวงการล้วนมีคนที่ดีและไม่ดี คละเคล้ากันไป ทุกคนมีหน้าที่ต่อสังคม ต่อตนเอง ต่อครอบครัวที่ต้องรับผิดชอบ สื่อเองก็ไม่ได้ แตกต่างไปจากพวกเราที่เป็นนักธุรกิจ นักการตลาด นักประชาสัมพันธ์ นักการเงิน ธนาคาร แต่การ ที่นักข่าว เขาแต่งตัว ใช้ชีวิต มีวิถีคิดที่แตกต่างจากมาตรฐานอันหรูหราของนักธุรกิจ ก็เชื่อว่าจะมา เป็นเครื่องตัดสินกันได้

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อกลุ่มคนที่ไม่เหมือนเราก็คือ เราต้องเข้าไปทำความเข้าใจ ทำความเข้าใจ เขาย่อมมีวิถีชีวิต มีความหวัง มีความฝัน มีความทะเยอทะยานไม่แตกต่างไปจากเรา ในที่นี้จึงขอให้ท่านที่ต้องเข้ามาทำงานประชาสัมพันธ์ ใช้เครื่องมือตัวนี้ ควบคู่ใจและทำความเข้าใจ กับสื่อที่ท่านต้องทำงานกันด้วยเสียก่อน

“ข่าว” คือหัวใจของนักข่าว

นิยามของคำว่า “ข่าว” ต้องสด ช้าวันเมื่อไหร่ก็ใช้การไม่ได้ ต้องใหม่ เป็นเรื่องใหม่ๆ ไม่ซ้ำซากจำเจ เป็นเรื่องที่กระทบใจผู้อ่านผู้ชม ดังนั้น ความหายหน้า สูญเสีย ภัยพิบัติ จึงถูกนำเสนออย่างครึกโครมในพื้นที่ข่าวที่สำคัญที่สุด

“ข่าว” คืออาชีพ คือความก้าวหน้า คือความภาคภูมิใจ ของนักข่าว การขอให้ปิดข่าว ปิดเป็นข่าว หรือเสนอข่าวแยะๆ โปรโมทสินค้าแบบไม่ลืมหูลืมตา รังแต่จะเป็นการทำลายความสัมพันธ์ที่มีต่อพวกเขา ดังนั้นสัมพันธภาพที่ดีกับสื่อ ต้องเริ่มต้นที่จะเข้าใจและเรียนรู้เรื่องข่าว ก่อน สื่อแต่ละฉบับมีความสนใจในแง่มุมของข่าวอย่างไร สื่อหน้าสังคม หน้าบันเทิง หน้าสตรี หน้าภูมิภาค หน้าการเมือง ..... ให้ความสำคัญกับประเด็นข่าวที่แตกต่างออกไป ความเป็นมืออาชีพ อยู่ที่ตรงนี้ ตรงที่เราสามารถเข้าถึงความต้องการของนักข่าวได้อย่างแท้จริง ประสบการณ์จะช่วย ให้เราสามารถผสมผสานเอาเรื่องราวของเรา ให้อยู่ในความสนใจของนักข่าวได้อย่างกลมกลืน

### ข้อจำกัดของสื่อ

บ่อยครั้งที่นักธุรกิจมักจะหงุดหงิดกับการนำเสนอข่าวแบบผิดๆ ถูกๆ บางทีก็เกินเลยถึงขั้น ดูถูกว่านักข่าวไม่มีความรู้มาทำข่าวได้อย่างไร ผู้เขียนไม่ได้ปกป้องสื่อแต่หากเราต้องการทำงานร่วมกับเขาเราก็ต้องเข้าใจว่าสื่อมีข้อจำกัดอย่างไร

วันหนึ่งๆ สื่อไม่ได้มาสัมภาษณ์มาพูดคุยกับเราเจ้าเดียว จึงไม่ค่อยแฟร์นักที่จะเกิดการคาดหวังให้สื่อรู้และเข้าใจในธุรกิจของเราในระยะเวลาสั้นๆ บางธุรกิจมีความลับซับซ้อนขนาด ผู้บริหารเองก็ยังใช้เวลากันหลายเดือนกว่าจะลึกซึ้งกันจริงๆ ยิ่งสื่อแล้วเขาไม่มีเวลามาลึกซึ้งมากนัก จะทำสืู่ป หรือข่าวเรื่องไหนก็มีประเด็นชัดเจน ไม่ใช่ทำรายงานประจำปี แต่ทำรายงานข่าว เรื่องราวที่ไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นข่าวแล้วก็จะไม่อยู่ในความสนใจ และอาจเป็นการเสียเวลาด้วยซ้ำ เพราะสื่อเองก็มีภารกิจอีกมากมายที่ต้องติดตามไม่ใช่ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเราประเด็นเดียว

ดังนั้นอย่าคาดหวังว่าสื่อต้องรู้ต้องเข้าใจทั้งหมด เป็นไปไม่ได้ที่สื่อจะรู้และเข้าใจทุกอย่าง ภายในชั่วโมงที่สัมภาษณ์ จึงเป็นหน้าที่ที่ผู้บริหาร พิจารณาจะต้องทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย มีประเด็นที่ชัดเจนไม่สับสน การให้สัมภาษณ์แต่ละครั้งมีประเด็นที่เหมาะสมไม่มากไม่น้อย จนเกินไป ที่สำคัญควรมีเอกสารประกอบโดยเฉพาะข้อมูลตัวเลขที่สนับสนุน อย่างนี้ก็สามารถลดความผิดพลาดไปได้ระดับหนึ่ง

แต่อย่าหวังผล 100% เหมือนที่ท่านทำโฆษณา อย่าหวังว่าสื่อจะเขียนลงทั้งหมดในเรื่องที่ท่านอยากให้เขียน สื่อไม่ใช่พนักงานบริษัทเรา สั่งไม่ได้ บ่อยครั้งสื่อมักนำเสนอเรื่องที่เราไม่ได้วางแผนไว้ อาจได้ประเด็นมาจากการสัมภาษณ์พูดคุย

ข้อมูลที่ได้มาจากการหลุดของผู้บริหาร สื่อจะชอบมาก ดังนั้นเมื่อมาใช้งานพีอาร์ก็ต้องเปิดใจกว้าง นักข่าวเขียนเรื่องของเราบ้าง ตามใจเขาบ้าง อะลุ่มอล่วยกันไป เป็นอย่างนี้ได้ทุกครั้ง เราก็สามารถที่จะทำงานร่วมกับสื่อในระยะยาว หากทำใจกับตรงนี้ไม่ได้ ยอมรับความผิดพลาดเล็กๆน้อยๆไม่ได้ ก็ต้องขอบอกว่ายอย่าใช้พีอาร์เลย สงสารพีอาร์ที่ทำงานด้วยจัง

### เวลากับนักข่าวเป็นเรื่องคอขาดบาดตาย

พีอาร์หลายคนอยู่ในองค์กรที่ผู้บริหารเป็นจักรพรรดิ เวลาจัดงานแถลงข่าวแต่กลับสนใจแต่ความสะดวกของผู้บริหาร ก็เห็นผลกันทันตามีนักข่าวมากันบางตา

ผู้บริหารการตลาดบางคนจัดงานสำหรับนักข่าว พร้อมมีอีเวนท์เพื่อสร้างกระแสข่าว แต่พอทำงานไปก็เพลินลืมเป้าหมายหลัก จัดอีเวนท์กันตูมตาม เช่นต้องจัดกลางคืนเพราะจะได้มีแสงสีตระการตา ต้องไปจัดที่ไกลๆ เพราะโลกชั้นเอื้อต่อการจัดอีเวนท์ สอดคล้องกับแนวคิดของสินค้า จนลืมไปว่าจัดงานกลางคืนสื่อหลักๆ ที่อยากให้นักข่าวเขาปิดข่าวกันไปหมดแล้ว หรือไปที่ที่นักข่าวไปยาก งานชนกันมากๆ นักข่าวก็ตัดสินใจทิ้งเลย เพราะทีมงานเดียวคิดว่าต้องทิ้งหลายงานในที่ที่สูดนักข่าวโหรงเหรง พีอาร์ก็โดนกันไปเต็มๆ ว่าไม่มีฝีมือ ไม่มีสัมพันธภาพที่ดีกับนักข่าว ดึงนักข่าวมางานไม่ได้

เป็นหน้าที่ของพีอาร์ที่ต้องอธิบายกัน ต้องบอกกล่าวกันตั้งแต่ต้นอย่าตามใจลูกค้า ผู้บริหารจนคุณเสียความเป็นมืออาชีพไป

การจัดงานที่เลยเวลาปิดข่าวไปแล้ว โดยเฉพาะกับโต๊ะข่าวเศรษฐกิจทุกวันนี้ไม่ควรช้ากว่า 4-5 โมงเย็น ควรให้เวลากับนักข่าว ในการเขียน มีเวลาไม่งานกันบ้าง การที่นักข่าวต้องส่งข่าวผิดเวลาหมาย นอกจากถูกตำหนิจากโต๊ะข่าวแล้ว ข่าวชิ้นนั้นก็อาจไม่ได้ลงตีพิมพ์หรือออกอากาศด้วยความไม่ตรงเวลานี้ยังส่งผลไปถึงกระบวนการผลิตหนังสือ การออกอากาศ ซึ่งในยุคต้องเรียกว่าผิดพลาดไม่ได้ เวลาพิมพ์เป็นเงินเป็นทอง ถึงเวลาพิมพ์ก็ต้องพิมพ์รอไม่ได้ ข่าวนี้ไม่ทันข่าวอื่นก็เสียบแทน ข่าวนี้ออกอากาศไม่ทันก็เอาสต็อกข่าวอื่นมาแทน

## มุมมองของสื่อบ้าง

ลองมาดูมุมมองของสื่อกันบ้าง หลายท่านไม่มีโอกาสแลกเปลี่ยนกับสื่อจึงไม่รู้ว่ามีใครทำอะไรกันที่วิพากษ์วิจารณ์สื่อแต่สื่อเองเขาก็แอบเฝ้าที่ท่านอยู่เหมือนกัน ลองดูกันว่าเราเข้าข่ายไหนกันบ้าง

พ็อดคาสต์ เลขาชอบกีดกัน เป็นหัวข้อที่ฮิตติดอันดับ โทรมเข้าไปขอสัมภาษณ์ที่ไรไม่เจอเลขาก็โอนสายให้พ็อดคาสต์ ถามอะไรก็ตอบไม่ได้ บอกได้แต่ว่าต้องคุยกับผู้บริหารแต่ผู้บริหารก็ประชุมกันเข้าจรวดคำ ไม่เคยว่างคุยกับนักข่าวเลย อย่างนี้เรียกว่ากันกันชัดๆ

พ็อดคาสต์ชอบเจ้าแะแะไม่จริงใจ นักข่าวหลายคนบ่นเปื้อ...แล้วลากเสียงยาว ไปงานที่ไรก็จะเห็นพ็อดคาสต์ประเภทนี้มาเสนอหน้า พูดจาเอาอกเอาใจ หวานเจี๊ยบ แต่หาสาระไม่ได้ แต่ขอโทษวันไหนที่ไม่มีงานไม่เคยเจอหน้า หรือเจอกันข้างนอกก็ไม่เคยทักทาย อย่างนี้เรียกว่าไม่จริงใจ

ผู้บริหารขี้หลี หลีมากๆ เชิญไปให้ข่าวที่ชั้น 28 ก็เป็นข่าวหน้าหนึ่งกันไปเลย งานนี้ผู้บริหารทุกรุ่นทุกว่าย อย่าหวานเสนห์กันแบบไม่ดูตามาตาเรือ ให้สัมภาษณ์ไปโอบไป ไม่ควร อย่าทำเป็นเกะกะ เป็นเรื่องขึ้นมาจะไม่คุ้มวิชาชีพที่ใส่เสื้อสมกันมาจะพังทลายในชั่วพริบตา เพราะนักข่าวสาวยุคนี้เขาเอาจริง

ผู้บริหารหัวนอกพูดไทยคำฝรั่งคำ ประเภทจบนอกกันมา ภาษาไทยไม่แข็งแรง ก็ต้องฝึกฝนกันมากๆ หน่อย เวลาพูดทับศัพท์อย่าคิดไปเองว่าคนอื่นเขาจะใจ ทางที่ดีให้ความหมายภาษาไทยเข้าไปด้วย ศัพท์เทคนิคยากๆ ยิ่งต้องทำให้ง่ายต่อความเข้าใจ

ผู้บริหารขี้จ้อ อย่างนี้เรียกว่าพูดมากไป พูดเกินความจำเป็น พูดจนสื่อสับสนเขียนข่าวไม่ถูก อย่างนี้ ต้องฝึกฝนและควบคุมตัวเอง ท่องบทให้มากๆ

เวลาเชิญสื่อไปงานก็ต้องดูแลไม่ใช่ทิ้งๆ ขว้างๆ หากเล่าให้ฟังพ็อดคาสต์หลายคน (ที่ทำงานดีๆ) อาจไม่เชื่อว่าเป็นเรื่องจริง เรื่องเหล่านี้ถ่ายทอดจากปากนักข่าวเขาเฝ้าพ็อดคาสต์กันโดยตรง

## เรื่องแรก พ็อดคาสต์ต้องปล่อยให้ห้องนักข่าวมองกันตาปริบๆ

เป็นทริปต่างจังหวัด พาสื่อมวลชนเยี่ยมชมโรงงาน ค้าง 1 คืน นัดหมายกันแต่เช้าเพื่อให้ถึงโรงงานในเวลาที่กำหนด แต่เช้าหรือไม๊ นัดเจอกัน 8 โมงเช้า ไม่มีแม่แต่น้ำดื่มบริการ ระหว่างเดินทางพ็อดคาสต์ที่มาดูแลสื่อก็หยิบแมคโดนัลด์มาทานกันเอง(คงซื้อติดมือมา) ให้สื่อที่ร่วมขบวนมองกันตาปริบๆ เป็นคนที่ไม่มีความรู้สึกเอาเสียเลย ไม่รู้จะวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างไรถ้าเป็นลูกน้องก็ขอให้ไปขายเต้าฮวยแน่นอนอยู่ในอาชีพนี้ต่อไปก็ไม่รุ่งแน่นอน

## เรื่องที่สอง ทำนักข่าวหาย

เป็นทริปต่างจังหวัดเช่นเดียวกัน เห็นว่าบินกันไปถึงภูเก็ต เรียกว่าพาไปดูงานแบบเข้าไป เย็นกลับ (อย่างนี้หากไม่จำเป็นก็อย่าจัดเลยนะสงสารนักข่าวต้องตื่นกันแต่เช้าไปขึ้นเครื่อง ทำข่าว เสร็จก็รีบร้อนกลับซ้าก็ตกเครื่องได้) บินกันไปตั้งแต่ไฟท์เช้ามืด ทุกอย่างก็ราบรื่นจนหลังอาหาร กลางวัน ที่ทานข้าวกันไปคุยกับผู้บริหารกันจนเต็มอิ่มแล้วบางคนแยกย้ายกันไปสัมผัสกับ ธรรมชาติหาดภูเก็ต จนได้รับสัญญาณว่ากลับ พี่อาร์ผู้นำขบวนคงเร่งรีบเกรงว่าจะตกเครื่องบิน รวบรวมสื่อได้เสร็จสรรพก็บึ่งไปที่สนามบินกันเลย ความไม่รอบคอบในการตรวจเช็ค พี่อาร์ได้ทิ้ง นักข่าวไว้ที่ชายหาด ยังดีที่นักข่าวโทรบอกเพื่อนจึงให้รถกลับไปรับทัน ไม่ตกเครื่อง เหตุการณ์อย่างนี้ นี้เกิดขึ้นได้บ่อยๆ พี่อาร์ต้องใส่ใจ มีสมาธิและทำงานด้วยความรอบคอบ

## เรื่องที่สาม เลือกปฏิบัติ

เป็นประเด็นที่นักข่าวมีความรู้สึกไม่ดีเอามากๆ แน่แน่นอนว่าสื่อก็มีการแข่งขันซึ่งกันและกัน มีฉบับเล็ก มีฉบับใหญ่ มีหัวสี มีสื่อธุรกิจ แต่กรณีเลือกปฏิบัติเป็นเรื่องที่ทำให้สื่อเกิดความขุ่นข้อง หมองใจที่สุด ก็คนเหมือนกัน ทำหน้าที่อย่างเดียวกัน วันนี้เขาอาจอยู่ฉบับเล็ก แต่ทุกคนย่อม เติบโตไปตามวิถี วันนี้เราทำเหมือนเขาไม่เท่าเทียมกับคนอื่น วันหน้าเมื่อเขาเติบโตใหญ่ก็เห็นจำกันได้ทุกรายไป จึงขอเตือนบรรดาพี่อาร์และผู้บริหารที่ปลื้มฉบับใหญ่ๆ กันออกนอกหน้า ว่าอย่าเลือก ปฏิบัติในการให้สัมภาษณ์ พี่อาร์ต้องจัดลำดับความเหมาะสมให้ลงตัว ฉบับใหญ่บ้างเล็กบ้างละ เล้าให้เท่าเทียม อย่าทำให้นักข่าวรู้สึกว่าเป็นพี่อาร์ หรือ ผู้บริหารชอบค่ายนี้มากกว่าค่ายนั้น หรือ ชอบฉบับนี้มากกว่าฉบับนั้น หรือ ให้สิทธิพิเศษกับฉบับนี้มากกว่าอีกฉบับ หากไม่ระมัดระวังผลก็คือฉบับที่เหลือก็จะบอยคอตหรือไม่ให้ความร่วมมือ

อย่าเลือกปฏิบัติเวลาจัดทริป ไปต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ เข้าใจว่างบประมาณอาจ เป็นสาเหตุสำคัญที่องค์กรอาจไม่สามารถเชิญได้ทุกฉบับ แต่อย่างน้อยหากจะจัดทั้งที่ก็ควรเตรียม งบประมาณให้สามารถได้เชิญสื่อที่อยู่ในสายเดียวกันนั้นให้มากที่สุด

อย่าเลือกปฏิบัติในการให้ข่าว เช่นให้ข่าวฉบับนี้ก่อนฉบับอื่นๆ รับรองได้เลยข่าวของท่าน จะถูกทิ้งจากฉบับอื่นๆ แน่ และผลต่อเนื่องก็คือเสียความรู้สึกกันไประหว่างพี่อาร์ ผู้บริหารและสื่อ ฉบับอื่นๆ

บทสรุปการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ให้อยู่บนพื้นฐานของความจริงใจ ให้เกียรติ ซึ่งกันและกัน สื่อมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณชน เรา เองก็มีบทบาทในการดำเนินธุรกิจที่สร้างผลกำไรให้แก่องค์กร รับผิดชอบต่อพนักงาน ผู้ถือหุ้น ผู้บริโภค และที่สำคัญคือความรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งสองฝ่ายจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ และรู้จักซึ่ง กันและกัน เรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกัน และทำงานร่วมกันอย่างมืออาชีพ