

11. การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน

บทนี้เหมาะกับทั้งคนทำงานพีอาร์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการให้คำแนะนำแก่ผู้บริหาร และสำหรับท่านผู้บริหารเองโดยเฉพาะท่านที่มีความรับผิดชอบในการพูดคุยกับสื่อ เป็นตัวแทนองค์กรในการให้ข้อมูลกับสื่อ เรียกว่าเป็นภารกิจที่พูดได้ดีก็เสมือนตัวถือว่าเป็นหน้าที่ แต่หากผิดพลาดก็อาจถูกตำหนิจากบอร์ด จากผู้บังคับบัญชาได้ ดังนั้นจึงไม่ค่อยมีผู้บริหารเต็มใจรับภารกิจนี้

ในแง่มุมมองของคนทำงานพีอาร์ต้องเรียนว่า การสัมภาษณ์ถือเป็นหัวใจของงานเลยทีเดียว ความสำเร็จล้มเหลวอยู่ที่ตรงนี้ หากพีอาร์ได้ผู้บริหารที่เข้าใจประเด็น นำเสนอเก่ง น่าสนใจ งานพีอาร์ก็ง่ายขึ้นอีกเป็นกอง

หลักการให้สัมภาษณ์ข้อแรกคือ “การเตรียมตัว”

ขอแนะนำว่าทุกครั้งที่มีการสัมภาษณ์ ฉบับเดียว แบบกลุ่ม หรือแถลงข่าว ให้มีการเตรียมตัวล่วงหน้าทุกครั้ง สิ่งที่ต้องเตรียมก็คือ

ประเด็นที่จะพูดคุย ควรมีการซักซ้อมเรื่องนี้กับพีอาร์ ว่า การสัมภาษณ์ครั้งนี้ จะเน้นเรื่องอะไรบ้าง พร้อมข้อมูลสนับสนุนที่ชัดเจนจับต้องได้ ในแต่ละครั้งควรพิจารณาให้ดีว่าเป็นประเด็นข่าว อยู่ในความสนใจของสื่อหรือไม่ และเพื่อความแน่ใจก็ควรให้พีอาร์ลองสอบถามจากสื่อก่อนที่จะมีการจัดสัมภาษณ์

ประเด็นที่เสนอไม่ควรมีมากเกินไป นานๆ เจอนักข่าวที่ก็เลยเล่าเรื่องกันยาว จนนักข่าวจับประเด็นไม่ได้ การให้สัมภาษณ์แต่ละครั้งควรมีประเด็นหลักและรองรวมกันไม่เกิน 3 ประเด็น หากสื่อมีเรื่องราวนอกเหนือจากนี้ก็สามารรถคุยกันอีกครั้งต่อไปได้

ซักซ้อมคำถาม คำตอบ พีอาร์ควรทำหน้าที่ในการสำรวจความสนใจของสื่อมวลชนล่วงหน้าในประเด็นคำถามต่างๆ เพื่อผู้บริหารจะได้เตรียมหาข้อมูล รายละเอียดไว้ เพื่อให้มีความพร้อมในการให้สัมภาษณ์แต่ละครั้ง นอกจากนี้ก็ควรเตรียมตอบคำถามที่ยากๆ ซึ่งนักข่าวอาจถามหรือไม่ก็ตาม เป็นการเตรียมความพร้อมหากมีคำถามเหล่านี้เกิดขึ้นจะได้มีแนวทางที่จะตอบดีกว่าปล่อยให้เกิดอาการอึ้งหาคำตอบไม่ได้ สร้างความอึดอัดในระหว่างการให้สัมภาษณ์ได้ หรืออาจพลาดตอบไปโดยไม่มีเวลาไตร่ตรองให้รอบคอบก่อนคำตอบนั้นก็วกกลับมาสร้างปัญหาได้

ก่อนให้สัมภาษณ์ควรอ่านข่าวเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวในวันนั้นโดยเฉพาะเรื่องที่มีผลกระทบต่อธุรกิจที่เราดำเนินการอยู่ ทั้งนี้เรื่องที่เป็นประเด็นฮอต เช่น ยุบสภา น้ำมันขึ้นราคา จีนประกาศลดค่าเงิน ฯลฯ อาจมาเป็นประเด็นคำถามหลักในช่วงสัมภาษณ์หากผู้บริหารยังไม่ทราบตามไม่ทันต่างๆ เป็นเรื่องใกล้ตัวหรือของตัวนั้น ทำให้ลดความน่าเชื่อถือในตัวผู้บริหารได้

และสถานการณ์ปัจจุบันยังเป็นเรื่องราวที่ผู้บริหารสามารถหยิบยกขึ้นมาพูดคุยกับสื่อเพื่อสร้างบรรยากาศ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น สร้างความสนิทสนมกันได้

รู้จักสื่อที่จะมาสัมภาษณ์ ฉบับไหน รายวัน รายสัปดาห์ นิตยสาร นักข่าวที่มาสัมภาษณ์ ชื่ออะไร ประสบการณ์มากน้อย แนวการทำข่าวแบบไหน เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริหารวางตัวได้เหมาะสม หากพบสื่อมือใหม่ จำเป็นต้องให้ข้อมูลความเป็นมามากขึ้น สไตส์การทำข่าวก็ช่วยให้ผู้บริหารสามารถนำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับแนวทางการทำข่าวของสื่อได้ เป็นต้น

ควรมีการเตรียมเอกสารข่าว Fact Sheet ที่เป็นลายลักษณ์อักษรไว้ โดยเฉพาะข้อมูลที่เป็นตัวเลขต่างๆ สื่อทุกวันนี้ทำงานกันหนักมาก เอกสารจะช่วยให้สื่อนำไปใช้ประกอบการเขียนข่าว เขียนรายงาน ให้มีความถูกต้องและแม่นยำยิ่งขึ้น

การเตรียมตัวเป็นเรื่องที่สำคัญ ที่ผู้บริหารไม่ควรมองข้าม โดยเฉพาะเป็นหลักประกันที่ดีเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด “อย่าลืมว่าคำพูดจะกลับมาเป็นนายเราเสมอ” ดังนั้นจึงเรียนย้ำให้ทำงานเชิงรุกในการเตรียมตัวให้พร้อมดีกว่ามาแก้ไขสิ่งที่ผิดพลาดไป

การให้สัมภาษณ์มีอยู่หลายแบบได้แก่

1. การสัมภาษณ์เป็นรายฉบับ ที่เรียกว่า One on One Interview หรือ Exclusive Interview
2. การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม Group Interview
3. การสัมภาษณ์แบบ Press Briefing & Press Conference
4. การสัมภาษณ์แบบ Ambush Interview
5. การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์
6. การสัมภาษณ์ทางรายการข่าวทีวี และรายการทีวี

การให้สัมภาษณ์แต่ละแบบให้ผลที่แตกต่างกันไป สัมภาษณ์แบบไหน ควรใช้เมื่อไหร่และเตรียมตัวอย่างไร จะขอให้รายละเอียดในแต่ละแบบดังนี้

1. การสัมภาษณ์เป็นรายฉบับ ที่เรียกว่า One on One Interview หรือ Exclusive Interview เป็นการสัมภาษณ์ที่นักข่าวชอบมากที่สุดเพราะ ได้มีโอกาสคุยกับแหล่งข่าวเป็นพิเศษไม่ต้องไปแบ่งข่าวกับใคร สามารถสอบถามประเด็นที่สนใจ หากได้คำตอบก็เป็นข่าวที่นำเสนอเป็นฉบับเดียว

การให้สัมภาษณ์เดี่ยวแบบนี้ข้อดีคือ หากข้อมูลที่เราให้ไปเป็นประเด็นที่น่าสนใจอยู่ในการติดตามของสื่อ เรื่องราวของเราจะได้รับการตีพิมพ์ในพื้นที่ข่าวที่มากกว่าข่าวทั่วไป บาง

ฉบับก็อาจไฮไลท์เป็นการสัมภาษณ์พิเศษ คำต่อคำ บนพื้นที่เต็มหน้า ก็มีความเป็นไปได้ ผู้บริหารบางท่านจึงชอบให้สัมภาษณ์แบบนี้เพื่อให้เกิดความแรงในด้านข่าว

แต่ข้อควรระวังก็คือ ทำให้ฉบับอื่นๆ ที่ไม่ได้ข่าวนี้ถูกตำหนิจากหัวหน้าได้ ว่าทำไมปล่อยให้อื่นๆ หยิบข่าวขึ้นมันไป ข้อตำหนินี้ทำให้สื่อส่วนที่เหลือไม่พอใจ หากนานๆ ครั้งก็พอจะลุ่มล่ด้วยกันไป แต่ทำบ่อยๆ ครั้ง เข้าข่ายเลือกปฏิบัติแล้ว องค์กรนี้ก็อาจถูกขึ้นบัญชีดำหรือบอยคอตจากสื่อได้ ดังนั้นข้อเตือนใจสำหรับการให้สัมภาษณ์พิเศษนั้นให้ได้บ้างแต่อย่าทำซ้ำซากกับสื่อฉบับเดิมๆ จนฉบับอื่นรู้สึกได้

และที่ต้องระมัดระวังหากมีการจัดสัมภาษณ์แบบนี้ในหัวข้อเดียวกันแต่ให้กับหลายฉบับ เช่น เข้าให้สัมภาษณ์พิเศษกรุงเทพมหานคร ป้ายเป็นประชาชาติ เย็นเป็นโพสต์ทูเดย์ เช่นนี้ พี่อาร์ควรแจ้งให้สื่อได้ทราบล่วงหน้าด้วย อย่าให้สื่อเข้าใจผิดว่าเรื่องนี้คุยกับสื่อฉบับเดียว ทั้งนี้การแจ้งให้ทราบว่า มีฉบับไหนบ้างนั้น สื่อจะได้นำไปใช้ประกอบการพิจารณาในเรื่องเวลาการลงข่าวและประเด็นที่น่าเสนอที่ไม่ซ้ำซ้อนกับฉบับอื่นๆ สื่อบางฉบับอาจไม่รับนัดก็ได้หากทราบว่าเรื่องที่จะได้รับนั้นจะต้องแบ่งปันกับฉบับอื่นๆ ถึงแม้จะมีการแยกให้สัมภาษณ์กันเป็นฉบับก็ตามประเด็นนี้พี่อาร์ควรเคารพการตัดสินใจของสื่อ ไม่ควรปกปิดหรือหลอกลวงสื่อว่าให้สัมภาษณ์ฉบับเดียว เมื่อเรื่องแดงในภายหลังพี่อาร์ก็จะเสียสัมพันธภาพกับสื่อฉบับนั้นไปได้

2. การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม Group Interview

ในบางกรณีการให้สัมภาษณ์กันเป็นกลุ่มๆ ก็เป็นทางเลือกหนึ่ง แต่จะเลือกกลุ่มไหนอย่างไรนั้น พอจะให้แนวทางได้ดังนี้

ประเภทแรกจัดเป็น กลุ่มสื่อรายวัน กลุ่มสื่อรายสัปดาห์ เป็นต้น ที่จัดเช่นนี้ เพราะสื่อรายวัน รายสัปดาห์มีเงื่อนไขการแข่งขันด้านข่าว โดยเฉพาะข้อจำกัดด้านเวลาใกล้เคียงกัน เช่น จัดการสัมภาษณ์มีสื่อรายวัน 2 ฉบับสื่อรายสัปดาห์หนึ่งฉบับ ด้วยเงื่อนไขเวลาปิดข่าวแล้วสื่อรายวันสามารถนำเสนอข่าวได้ในวันรุ่งขึ้น ในขณะที่สื่อรายสัปดาห์อาจต้องเสียเวลาอีก 2 วัน เช่นนี้สื่อรายสัปดาห์ก็ยอมเสียเปรียบ หากประเด็นที่ได้ไม่มีอะไรมากกว่าสื่อรายวันแล้ว การนำเสนอข่าวล่าช้าสองวันก็เป็นเรื่องที่ยอมรับไม่ได้ ดังนั้นการจัดกลุ่มสื่อในการให้สัมภาษณ์ควรเลือกกลุ่มที่มีเงื่อนไขใกล้เคียงกัน มีความได้เปรียบเสียเปรียบน้อยที่สุด ประเด็นนี้เป็นเรื่องที่พี่อาร์ควรทราบว่าสื่อถึงแม้จะเป็นเพื่อนกัน แต่ธุรกิจที่ทำอยู่ก็แข่งขันกันขายข่าว หากเสนอข่าวที่ซ้ำฉบับอื่นๆ ตามฉบับอื่นๆ ก็ยอมมีความได้เปรียบเสียเปรียบได้

การแบ่งกลุ่มสื่อตามสายงาน เช่น สายการเงิน สายอุตสาหกรรม สายตลาดหลักทรัพย์ สายมีเดีย สายบันเทิง สายสังคมสตรี ฯลฯ การให้สัมภาษณ์กลุ่มสื่อตามสายงานนั้น ให้จัดตามประเด็นที่องค์กรต้องการนำเสนอในแต่ละครั้ง เช่น เรื่องผลประกอบการประจำปี ก็ควรเชิญเฉพาะสื่อในสายการเงินหรือหลักทรัพย์ หรือหากเป็นเรื่องโครงการด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งองค์กรไปสนับสนุนอยู่ ก็ควรเป็นสายสิ่งแวดล้อมหรือสังคม เป็นต้น แต่หากเป็นการเปิดตัวสินค้าคอลเลกชันใหม่ ที่การเดินแบบแฟชั่น พร้อมเชิญคนดังๆ ในสังคมมาร่วมงานแล้วละก็ ควรเชิญสื่อหลายสาย เช่นสายสังคมสตรี สายการตลาดสินค้าแฟชั่น สายนิตยสารแฟชั่น เป็นต้น ดังนั้นการจัดสัมภาษณ์แบบกลุ่มจึงขึ้นอยู่กับความเหมาะสมกับประเด็นข่าวที่เฉพาะเจาะจงไปตามความสนใจของสื่อในแต่ละสายและข้อจำกัดด้านเวลาของสื่อ

3. การสัมภาษณ์แบบ Press Briefing & Press Conference

ก่อนอื่นคงต้องอธิบายถึงความแตกต่างระหว่าง การให้สัมภาษณ์ทั้งสองแบบซึ่งถือเป็นการเรียกประชุมสื่อมวลชนที่กว้างขวางกว่า แบบกลุ่ม แต่ใน Press Briefing นั้นจะมีขนาดเล็กกว่า Press Conference และประเด็นข่าวก็มีความสำคัญน้อยกว่า ดังนั้นหากองค์กรมีประเด็นข่าวที่สำคัญอาจมีความเกี่ยวข้องกับสื่อมากกว่าหนึ่งสาย แต่ไม่ครอบคลุมทุกๆ สายแล้ว เราจะเรียกว่าเป็น Press Briefing

ดังนั้นอย่าใช้สับสนกับ Press Conference การเรียกประชุมใหญ่สื่อมวลชนนั้น มักจะทำกันไม่บ่อยครั้งนัก ส่วนใหญ่องค์กรจะเลือกใช้การพบปะสื่อแบบเชิญสื่อมวลชนทุกสายร่วมงานก็ต่อเมื่อมีประเด็นข่าวที่สำคัญจริงๆ ไม่ต้องการให้สื่อมวลชนพลาดเรื่องราวที่สำคัญนี้ไป การเรียกสื่อมวลชนมางานแถลงข่าวอย่างพรว้าเพื่อทั้งๆ ที่ไม่มีประเด็นที่แข็งแรง หรือมีความสำคัญเพียงพอนั้นนอกจากทำให้สื่อเสียเวลาแล้ว ยังบั่นทอนความเชื่อมั่นการยอมรับที่สื่อมีต่อพีอาร์และองค์กรอีกด้วย ก่อนตัดสินใจว่าสมควรจะให้สัมภาษณ์ในระดับใดนั้น ควรตรวจสอบความสนใจของสื่อเสียก่อน และพีอาร์เองก็ต้องหมั่นศึกษาเรื่องประเด็นข่าวด้วยว่า ประเด็นที่แข็งแรงในสายตาของสื่อ นั้นเป็นอย่างไร และสื่อฉบับไหนให้ความสนใจในเรื่องอะไรเป็นพิเศษ การตอบโจทย์ของสื่อได้จะช่วยให้มีข่าวขององค์กรปรากฏในสื่อต่างๆ อย่างเป็นธรรมชาติ ทรงพลัง และต่อเนื่อง

ทุกวันนี้มีการจัดงานแถลงข่าวกันค่อนข้างมากเกินความจำเป็น ทำให้เกิดคำว่า "งานชน" หมายถึงมีงานแถลงข่าวในเวลาเดียวกันหลายๆ งาน บางวันมีเป็นสิบงาน ทำให้

บางงานแทบจะไม่มีนักข่าวมาร่วมเลย และเป็นภาระหนักของพีอาร์ที่ต้องชี้แจงที่มาของ ความล้มเหลว งานชนจึงมีความหมายมากๆ สำหรับพีอาร์ที่ต้องคิดแก้สถานการณ์กัน ล่วงหน้า พีอาร์จึงควรมีระบบตรวจสอบงานชนที่มีประสิทธิภาพ หากเป็นการชนข้าง ซึ่ง หมายถึงจัดงานแถลงข่าวชนกับองค์กรที่ใหญ่กว่า นักข่าวให้ความสำคัญมากกว่า การชน ข้างเช่นนี้ ฟันธงได้เลยว่า ถ้าเลี้ยงได้ก็ต้องเลี้ยง ให้ขยับเวลา หรือหากมีเวลาก็ขยับวันที่จัด กันไปเลย ในกรณีเช่นนี้ผู้บริหารควรเข้าใจการทำงานของพีอาร์ด้วย การขยับนั้นนอกจาก จะทำให้นักข่าวสบายใจที่ไม่ต้องเลือกไม่ต้องทิ้งข่าวใดข่าวหนึ่งแล้ว การเลือกที่จะไม่ชน ยังเป็นการหลีกเลี่ยงการถูกกลบจากประเด็นข่าวอื่นที่ใหญ่กว่าในวันนั้นด้วย

ก็มีบางกรณีที่มีการชนแต่ชนกันในระดับเดียวกันคือ ชื่อเสียงการยอมรับใกล้เคียง กัน ประเด็นข่าวก็น่าสนใจมีความแข็งแรงไม่แพ้กันเช่นนี้ นักข่าวก็จะแบ่งกันไปทำข่าวหาก ไม่มีใครยอมขยับกันจริงๆ แต่ในกรณีอีกฝ่ายจะเสียเปรียบทันที หากเลือกทำเลที่ไม่ สะดวกต่อการเดินทางของสื่อ เช่น ไกล ไปยาก ไม่คุ้นเคย เป็นต้น งานชนจึงอาจถูกนำมา เป็นข้ออ้างในการไม่มางานได้

บทสรุปในการจัดงานแถลงข่าวก็คือ

- ตรวจสอบประเด็นว่าแข็งแรงพอสำหรับการแถลงข่าวหรือไม่ หรือน่าจะเหมาะกับการสัมภาษณ์เดี่ยวหรือกลุ่มมากกว่า ไม่แน่ใจลองตรวจสอบจากสื่อที่ใกล้ชิดสักคน สองคน
- หากมั่นใจในประเด็นข่าวแล้ว กำหนดวัน เวลา สถานที่ ให้สอดคล้องให้ความสำคัญ สะดวกกับสื่อเป็นหลัก ผู้บริหารเป็นรอง
- ตรวจสอบงานชน ชนข้างหรือเปล่า ชนมากหมายถึงชนหลายงานประเด็นเราสู้ได้ ไหม ถ้าสู้ไม่ได้ก็ถอยเปลี่ยนเวลาหรือเปลี่ยนรูปแบบให้สัมภาษณ์ หากชนได้ก็ เชื่อกันให้ดีว่าสถานที่จัดงานดีไม่พลาด

ต่อไปก็จะขอกล่าวถึง บทบาทของผู้บริหารในระหว่างการแถลงข่าว

การจัดเวทีและที่นั่งของผู้แถลงข่าว ไม่มีสูตรตายตัว แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาจากเรื่องราวที่จะสื่อ หากเป็นเรื่องที่ต้องบ่งบอกถึงความทันสมัย เทคโนโลยี การจัดเวทีและที่นั่งของผู้แถลงก็ควร สอดคล้องกับภาพลักษณ์โดยรวม รวมถึงการแต่งกายของผู้แถลงข่าวด้วย การใส่สูทสีเข้ม เข้ตตัว ในสีอ่อนอาจไม่เหมาะกับงานแถลงข่าวที่ต้องการสะท้อนบรรยากาศที่สบายๆ แบบชายทะเล เป็นต้น และที่ต้องคำนึงถึงคือความถนัดของผู้แถลง บางท่านอาจชอบนั่งแถลง บางท่านชอบยืนที่โพ เดียม บางท่านชอบเดินไปเดินมา ผู้จัดต้องคำนึงถึงด้วย

การใช้อุปกรณ์สนับสนุนในการแถลงข่าวควรมีการเตรียมการอย่างดี และควรเป็นเครื่องมือช่วยให้การบรรยายเห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น เครื่องฉายภาพขึ้นจอใหญ่ วิดีโอฟรีเซ็นเตอร์ที่ให้อาพรวมลักษณะธุรกิจของบริษัทอย่างย่อๆ เป็นต้น อย่าใช้เครื่องมือเหล่านี้แบบฟุ่มเฟือยไม่มีความหมาย จะกลายเป็นตัวถ่วงมากกว่า หากผู้แถลงไม่มีความถนัด หรือไม่สะดวกที่จะกำกับด้วยตนเอง ควรมีทีมงานเข้ามาช่วยดูแลเครื่องมือเหล่านี้ด้วย

การจัดคิวเวที การแสดงบนเวที ก็ให้เหมาะสมกับเป็นส่วนประกอบให้งานมีสีสันมีความเข้มข้นขึ้น ที่ต้องย้ำเน้นควรอยู่ในความสนใจของสื่อจริงๆ ไม่ใช่เป็นงานแสดงยาวเหยียด แต่พอมาช่วงให้ข่าวกลับไม่มีอะไรเลย เช่นนี้ ต้องนำไปพิจารณาให้เหมาะกับงานแถลงข่าวด้วย

ผู้บริหารไม่ควรมาสายให้สื่อมารอเป็นเวลานานๆ หากทราบว่าวันนั้นมีการประชุม มีนัดก็ไม่ควรจัดงาน และไม่ควรมัดซ้อนกับงานแถลงข่าว การมาสายนอกจากเป็นการแสดงถึงการไม่ให้ความสำคัญกับสื่อแล้ว ยังอาจเป็นสาเหตุให้สื่อเสนอข่าวไม่เต็มร้อย เพราะมีเวลาสัมภาษณ์น้อย หรือโกรธ ไม่พอใจจนหมดอารมณ์ที่จะหาข่าวก็เป็นได้ สื่อก็เป็นคนเหมือนกันไม่ใช่อิฐหรือปูน

ผู้บริหารไม่ควรมาก่อนเวลามากเกินไป อาจไปถึงที่พักทายก่อนงานสัก 5-10 นาทีก็พอ เหตุผลมาการมารอหน้างานนานๆ นักข่าวก็เลยรุ่มล่อมขอข่าวก่อนการแถลง ซึ่งผู้บริหารไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ การรุ่มล่อมสัมภาษณ์อาจทำให้ข้อมูลตกหล่น หรือสื่อบางท่านอาจพลาดในการสัมภาษณ์ได้ โดยคิดว่าได้ข้อมูลครบถ้วนแล้วจึงไม่รวมงานแถลงข่าว เป็นต้น

ในงานแถลงข่าวผู้บริหารเป็นฝ่ายเริ่มให้ข้อมูลก่อน โดยเริ่มจากประเด็นที่สำคัญๆ ไล่เรียงไปพร้อมข้อมูลสนับสนุนซึ่งเนื้อหาโดยส่วนใหญ่ใกล้เคียงกับเอกสารข่าวที่ได้แจกให้สื่อขณะมาลงทะเบียนแล้ว การอธิบายข้อมูลสำคัญๆ โดยเฉพาะตัวเลข ผลประกอบการ ราคาหุ้น นั้นหากนำเสนอเป็นภาพใหญ่ขึ้นจอก็จะทำให้สื่อเข้าใจได้ง่ายขึ้น

แนวทางการตอบคำถามในการแถลงข่าว ควรตอบคำถามในประเด็นที่แถลงโดยเฉพาะคำถามที่ต้องการขยายความในเรื่องนั้นๆ เช่น งานแถลงเปิดตัวโครงการทาวน์เฮ้าส์ ซึ่งผู้แถลงได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวโครงการทั้งหมดแล้ว หากมีคำถามเพิ่มเติม เช่น เจ้าของโครงการทำบ้านเดี่ยวมาโดยตลอด ทำไมจึงมาทำทาวน์เฮ้าส์ในช่วงนี้ เพราะเศรษฐกิจชะลอตัว ผู้บริโภคขาดกำลังซื้อหรือเปล่าจึงต้องลดเพดานบินมาจับกลุ่มทาวน์เฮ้าส์ คำถามเช่นนี้ผู้แถลงต้องตอบให้กระจ่างเพราะเสี่ยงที่จะสื่อไปในทางลบได้ และยังเป็นงานแถลงข่าวหมายถึงทุกฉบับได้รับข้อมูลพร้อมกัน ผลข่าวดีก็ดีทั้งหมดแต่หากร้ายก็ยกแผงเช่นกัน จึงขออย่าให้ผู้บริหารกลับไปให้หลักการให้สัมภาษณ์ข้างต้น คือต้องเตรียมตัว เตรียมคำตอบสำหรับทุกคำถาม

ผู้บริหารไม่ควรให้ข้อมูลที่ตนเองไม่รู้ ไม่ชัดเจน อย่าคาดเดา อย่าคิดเอาเอง การให้คำตอบในสิ่งที่เราไม่รู้เป็นอันตรายอย่างยิ่งอาจนำไปสู่ความยุ่งยากได้ ดังนั้นหากมีคำถามที่ผู้บริหารไม่ทราบคำตอบ หากเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับงาน อาจขอเวลาที่ไปหาข้อมูลมาให้ แต่หากเป็นเรื่องที่

ไม่เกี่ยวข้องใดๆ เลยก็ตอบได้เลยว่าไม่ทราบ อย่าอายที่จะบอกว่าไม่ทราบ เพราะตรงนี้ผู้บริหารพลาดมานักต่อนักแล้ว

อย่าพูดเกินจริง การคุยโวโอ้อวดมากเกินไปอาจทำให้เสียขาดความเชื่อถือในตัวผู้บริหารได้ ควรให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงมากกว่า

ทำเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย หากมีศัพท์เทคนิค ก็ควรเพิ่มคำอธิบายเข้าไป การพูดทับศัพท์เทคนิคต้องให้มั่นใจว่าสื่อที่มาร่วมงานเข้าใจ

ไม่ควรมีท่าทีก้าวร้าว โดยเฉพาะในช่วงการตอบคำถาม ผู้บริหารไม่จำเป็นต้องตอบทุกคำถาม อาจใช้วิธีการตอบแบบโยนให้เข้าในประเด็นที่เราต้องการ แต่ควรใช้วิธีการที่นุ่มนวล สื่อไทยน้อยคนนักที่จะรับผู้บริหารที่ก้าวร้าวได้

อย่าทะเลาะกับสื่อ โดยเฉพาะบนเวทีแถลงข่าว ผู้บริหารต้องใจเย็นและควบคุมสถานการณ์ให้ได้ อย่าโมโหเสียเอง เรื่องราวทะเลาะเบาะแว้งบนเวทีกับสื่อ ภาพอารมณ์เสียของผู้บริหารอาจกลายเป็นข่าวใหญ่โตกลบเรื่องที่ตั้งใจแถลงไปหมด

หากต้องการยุติช่วงถามตอบ ให้ส่งสัญญาณ เช่น ขอสงวนคำถามสุดท้าย หากจะมีเกินไปบ้าง ก็ปล่อยๆ ไปสักเล็กน้อยเพราะสื่อได้รับทราบสัญญาณแล้ว

สื่อไทยมักจะชอบรุมล้อมผู้บริหาร หลังลงจากเวทีแล้ว เพื่อเคลียร์ในบางคำถามที่ยังไม่ชัดเจน สื่อบางคนอาจมีคำถามเฉพาะที่ไม่อยากบั่นให้ขบับอื่นๆ ดังนั้นเมื่อลงจากเวทีแล้วหากถูกนักข่าวรุมล้อมก็ควรอยู่ให้สัมภาษณ์สักระยะ เมื่อเห็นว่าคำถามเริ่มวนกลับที่เดิมแล้วก็ขอตัวได้ หากไม่ถนัดก็อาจให้เลขาหรือพรีออร์ขอตัวออกมาได้

หลังงานแถลงข่าวผู้บริหารควรเปิดใจกว้าง เนื่องจากผลข่าวที่ลงตีพิมพ์นั้นอาจอยู่ไม่อยู่ในประเด็นที่เราต้องการทั้งหมด ในกรณีที่แยๆ ก็คืออาจมีการเสนอข่าวผิดเพี้ยนไปจากการสัมภาษณ์ได้ ถ้าไม่เลวร้ายเกินไป ก็อาจให้พรีออร์แจ้งไปทางสื่อว่าผิดพลาดตรงไหนประการใด เพื่อให้เป็นข้อมูล ในครั้งหน้าจะได้ไม่พลาดอีก แต่หากเป็นข้อผิดพลาดที่ปล่อยผ่านไปไม่ได้นั้น สร้างความเสียหายก็ต้องแจ้งให้สื่อได้รับทราบและแก้ไขอย่างจริงจัง

เรื่องเล็กน้อยในงานแถลงข่าว กลายเป็นเรื่องกวนใจสำหรับคนทำงาน หลายคนอยากได้มาตรฐานหรือพันธงไปเลย เช่น ของที่ระลึก ขอทำความเข้าใจในหลักการว่า ในส่วนนี้ไม่มีความจำเป็นเลย นักข่าวไม่ได้มางานเพราะของแจกหรือของกิน แต่มางานเพราะหิวข่าวมากกว่า แต่ได้กลายเป็นประเพณีไปเสียแล้ว จึงอยากให้หลักการว่าของที่ระลึก นั้นควรสะท้อนความเป็นตัวตนของงานในวันนั้น ขององค์กร หากคิดที่จะแจกของชำร่วยก็ควรใช้เวลากันสักนิดไม่ใช่ แบบตั้งใจทำตั้งใจให้ ผู้รับสัมผัสได้...จริง มูลค่าไม่ใช่ตัวตัดสิน แต่ความเก๋ ใจเดียว ความจริงใจที่ท่านสื่อลงไป ในของที่ระลึกต่างหากที่มีความหมาย ครั้งต่อไปขอเวลาคิดเวลาทำกันสักนิด ถึงแม้เป็นเรื่องเล็กๆ แต่ก็เต็มไปด้วยความจริงใจที่ใหญ่กว่าใคร

การจับสลาก แจกรางวัลในงาน เดือนกันไว้สักหน่อยว่าสื่อบางฉบับเขามีนโยบายไม่รับของรางวัลดังนั้น ก็อย่าไปคะยั้นคะยอ ชิกแซกให้รับกันจนพาให้ห้องๆ ถูกตำหนิหรือตงงานได้ และการแจกรางวัลนั้นก็เอาเป็นแบบสนุกๆ พอสมควร ให้สื่อมีโอกาสทดลองใช้สินค้า อย่าพยายามสร้างบรรยากาศที่แจกแบบ ทำให้สื่อรู้สึกที่กำลังถูกให้สินบนเป็นอันตราย แทนที่จะได้ความประทับใจ กลับเป็นคำวิพากษ์วิจารณ์จากสื่อ กรณีที่เคยเป็นข่าวโด่งดังก็ค่ายสัญญาณมือถือ ในยุคแรกๆ ค่ายนี้ก็ได้คิดอะไรมาก อยากโปรโมทคลื่นสัญญาณ และเห็นว่าสื่อเป็นกลุ่ม Testimonial ที่เหมาะสมจึงมีการแจกมือถือในงานแถลงข่าว ราคามือถือในยุคนั้นก็แพงเอาการนัยว่า ราคาเครื่องละใกล้หมื่น ผลก็คือสื่อที่รับไปต่างก็นำไปคืนเนื่องจากถูกตำหนิจากหัวหน้าข่าวว่าเป็นของแจกที่ราคาสูงเกินไปไม่ควรรับ และก็มีเสียงวิพากษ์วิจารณ์ตามมาว่าเป็นความจงใจของผู้จัดที่ต้องการซื้อนักข่าว หรือเป็นเพียงข้อบกพร่องโดยสุจริต ก็ถือเป็นอุทาหรณ์สำหรับองค์กรมือหนักทั้งหลาย

ภาพข่าว งานแถลงข่าวที่มีชีวิตชีวา ก็สามารถสร้างจุดสนใจให้กับสื่ออีกกลุ่มหนึ่งคือช่างภาพ ในหนังสือพิมพ์เกือบทุกฉบับมีช่างภาพประจำตระเวนเก็บภาพข่าวกันวันต่อวัน โดยอาจแบ่งเป็นภาพข่าวเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นความเคลื่อนไหวของผู้มีชื่อเสียงในแวดวงเศรษฐกิจ ภาพความเคลื่อนไหวที่สะท้อนภาพเศรษฐกิจ เช่น รถรอคิวรับมือน้ำมันขึ้นราคา สินค้าใหม่ที่เปิดตัวด้วยการสร้างความหือหวาแบบวาบหวามในย่านธุรกิจ เป็นต้น กลุ่มช่างภาพการเมือง กลุ่มภาพชีวิต จนถึงภาพข่าวฆาตกรรม เป็นต้น ดังนั้นพีอาร์ก็ไม่ควรมองข้ามงานตรงนี้ การจัดงานแถลงข่าวให้มีแง่มุมของภาพก็สามารถดึงดูดความสนใจจากช่างภาพกลุ่มนี้มาได้ จึงควรศึกษาว่าการนำเสนอภาพข่าวของแต่ละฉบับชอบแบบไหน แบบผู้บริหารเต็มหน้า ภาพสาวๆฟรีเซ็นเตอร์กับสินค้า และผู้บริหาร เป็นต้น ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว ความสนใจของช่างภาพก็ลื่นไหลไปตามสถานการณ์ เป็นหน้าที่ของพีอาร์ที่ต้องจับทางให้ออก เข้าใจถูกทาง ดังนั้นพีอาร์จึงควรทำงานใกล้ชิดกับผู้จัดอีเวนท์ในการหาแง่มุมให้ช่างภาพ เล่นเป็นภาพข่าวได้ ในทางกลับกันผู้จัดอีเวนท์ก็ควรฟังความคิดเห็นของพีอาร์ หรือ คำขอจากช่างภาพด้วยว่า จังหวะไหน ช่วงไหน มุมไหนที่ควรไฮไลท์เพื่อภาพข่าว ด้วยเช่นกัน

4. การสัมภาษณ์แบบ Ambush Interview

Ambush เป็นศัพท์ทางการทหารที่พีอาร์นำมาใช้อธิบายในกรณีที่ผู้บริหารถูกจับจุ่มด้วยกองทัพนักข่าว ผู้บริหารที่ไม่ได้เตรียมตัวมาก็อาจตกอยู่ในสถานการณ์ที่ทำอะไรไม่ถูกได้ ดังมีกรณีตัวอย่าง ส.ส.คนหนึ่งถูกตัดสินจากองค์กรกลางว่าใช้เอกสารปลอมในการสมัครเป็นส.ส.จึงถูกตัดสิทธิการเป็นส.ส. ส.ส.ผู้นี้หลังจากรับฟังการตัดสินก็เดินออกจากอาคาร แต่ก็ต้องพบกับกองทัพนักข่าว ช่างภาพ ที่วีเป็นจำนวนออกกันอยู่หน้าอาคาร ภาพทีวีต่างๆก็จับไปที่ส.ส.ผู้นั้นว่าจะทำอย่างไร ส.ส.ผู้นั้นนำเสื้อสูทขึ้นคลุมโปงทันทีและพยายามเดิน

ออกจากอาคารไปที่จอดรถแต่ด้วยผ้าที่คลุมโปงอยู่นั้น ทำให้มองไม่เห็นว่กำลังไปเดินไปทางไหนจึงเดินชนรถคันนั้นคันนี้ไปตลอดทาง ภาพที่ท่านเดินสะเปะสะปะพร้อมสูทคลุมศีรษะนำเสนอนในข่าวทีวีภาคค่ำ เป็นที่น่าสงสารยิ่งนัก ใช้เวลาอยู่นานกว่าท่านจะพบประตูทางออก และเรียกรถแท็กซี่ในขณะที่สูทยังคลุมศีรษะอยู่ได้ในที่สุด

การถูกจู่โจมด้วยกองทัพนักข่าวนั้นเป็นเรื่องที่น่าสะพรึงกลัวยิ่งนัก โดยเฉพาะกับ ส.ส.หรือ ผู้บริหารมือใหม่ ไม่รู้ว่าจะไปทางไหน ไม่รู้ว่าจะตอบข้อซักถามอย่างไร จึงหาทางออกแบบหมดรูปหมดศักดิ์ศรี เช่นนี้

ผู้บริหารจึงไม่ควรมองข้ามการรับมือกับการสัมภาษณ์แบบถูกจู่โจม เช่นนี้ แต่ก็ไม่เกิดขึ้นบ่อยครั้งนัก การที่นักข่าวที่จะพร้อมใจมาล้อมสัมภาษณ์ท่านได้นั้นหมายความว่าท่านต้องอยู่ในสถานการณ์ที่น่าสนใจ เป็นข่าวได้จริงๆ อย่างนายกรัฐมนตรียิ่งต้องเจอกองทัพนักข่าวทุกวันเพราะท่านอยู่ในตำแหน่งซึ่งเป็นชี้ตายกับประเทศชาติ

สำหรับนักธุรกิจแล้วเมื่อใดที่ท่านถูกโจมตีด้วยกองทัพนักข่าวแล้วละก็ ประเมินได้เลยว่าย่อมเป็นข่าวที่ไม่ค่อยจะดีเสียแล้ว เช่นคณะกรรมการตลาดหลักทรัพย์มีคำสั่งตั้งคณะกรรมการสอบสวนกรณีข้อมูลทางการเงินไม่ตรงกับความเป็นจริง เข้าวันนั้นสื่อมวลชนอาจมายืนออกกันเต็มด้านหน้าที่ทำงานเพื่อหาข้อเท็จจริงหรือปฏิบัติจากท่าน เป็นต้น

หากองค์กรกำลังมีประเด็นปัญหาที่สื่อมวลชนให้ความสนใจติดตามแล้วละผู้บริหารเตรียมการที่จะเผชิญหน้ากับกองทัพสื่อมวลชนได้เลย ข้อเสนอแนะมีดังนี้

ก่อนอื่นต้องตัดสินใจก่อนว่าท่านพร้อมที่จะเผชิญหน้าหรือไม่

ในกรณีที่ไมพร้อมที่จะเผชิญหน้าให้สัมภาษณ์เพราะอาจทำให้เกิดเหตุการณ์บานปลาย อาจขยายความขัดแย้งระหว่างองค์กรกับหน่วยงานของรัฐฯ ฯลฯ ทำให้ท่านไม่อยู่ในสภาพที่ให้ข้อมูลใดๆ กับสื่อได้นั้น ตัวเลือกคือไม่เข้าไปเผชิญหน้า หลีกเลี้ยงสถานการณ์การถูกจู่โจมจากสื่อ

วิธีการที่หนึ่ง

หาทางหนีทีไล่ แบบนี้คล้ายดาราชูเปเปอร์สตาร์ของฝรั่งที่หลีกเลี่ยงไม่เข้าไปในฝูงชนที่คลั่งดารา ก็ต้องออกทางประตูหลัง หรือในทางออกที่สื่อคิดไม่ถึง ตามไม่ทันดังนั้นพีอาร์ต้องช่วยผู้บริหารทำการบ้านตรงนี้ ไปสำรวจทางหนีทีไล่ให้ดี และที่สำคัญเมื่อมาถึงทางออกแล้วควรประสานให้รถมารับโดยทันทีไม่ใช่ไปยืนรอรถแท็กซี่ให้นักข่าววิ่งตามมาทันได้

วิธีการที่สอง

ในกรณีที่มีทางออกทางเดียว หลีกไม่พ้นต้องเดินเข้าไปในหมู่นักข่าว ช้อแนะนำคือ ให้เดินไปเรื่อยๆ อย่าหยุด หากนักข่าวขวางทางก็ค่อยๆ ขยับตัวไปข้างหน้า หากเราหยุดเมื่อไหร่ นักข่าวจะเข้าใจทันทีที่เราต้องการให้สัมภาษณ์และในระหว่างที่เราค่อยๆ เคลื่อนตัวไปข้างหน้า นั้น จะมีคำถามนักข่าวยิงเข้ามาไม่ขาดระยะ ท่านควรตอบเพียงว่า วันนี้ยังไม่พร้อมให้ข้อมูล พร้อมเมื่อไหร่จะเรียกทุกท่านมาทันที วันนี้ต้องขอโทษที่ไม่สามารถให้ข้อมูลได้ และเดินต่อไปเรื่อยๆ ไม่ถึงขั้นเดินชนจนนักข่าวที่ขวางทางอยู่ล้มไป ให้ดูจังหวะในขณะเดียวกันพีอาร์ควรประสานงานให้มีรถไปคอยรับผู้บริหารที่บริเวณทางออกด้วย

สุดท้ายหากพร้อมให้สัมภาษณ์

หากผู้บริหารเห็นว่า ควรใช้โอกาสที่สื่อมวลชนมาถามพร้อมหน้านี้ ให้ข้อมูล ในทันทีเพื่อแก้ไขสถานการณ์นั้น ท่านก็เดินเข้าไปในกลุ่มสื่อมวลชนที่กำลังรอกันอยู่และแจ้งว่าพร้อมที่จะให้ข้อมูล และทิ้งระยะสักครู่พิจารณาว่าจุดที่ท่านยืนอยู่นั้น สื่อได้รับฟังท่านชัดเจนดีหรือไม่ หรือท่านอาจถามว่าได้ยินเสียงชัดเจนดีหรือไม่ เมื่อพร้อมแล้วท่านจึงให้สัมภาษณ์ โดยท่านเกริ่นนำก่อน หรือปล่อยให้สื่อยิงคำถามที่ค้างคาใจได้เลย ชาวที่มาจาก การสัมภาษณ์แบบ Ambush นี้มักจะเป็น “ข่าวร้อน” ชาวที่กองบรรณาธิการมักให้ขึ้นหน้าหนึ่งจึงมีผลกระทบที่ค่อนข้างแรง หากมีข้อมูลที่หนักแน่นน่าเชื่อถือ ชาวที่ออกมากช่วยแก้ไขสถานการณ์ได้ในทันที แต่หากเป็นความไม่พร้อม ก็ยอมส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์องค์กรในระดับที่รุนแรง เช่นเดียวกัน

5. การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

เป็นวิธีการที่สะดวกรวดเร็ว ประหยัดในสายตาของสื่อ ไม่ต้องเดินทางเสียเวลา ผจญกับรถติด มานั่งคอยผู้บริหาร หากถามใจสื่อแล้วการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์จะดีกว่า แต่ในด้านพีอาร์ จากประสบการณ์ในการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์นั้นมีข้อเสียหลายประการ

การพูดคุยทางโทรศัพท์ ไม่เหมาะกับการคุยกันนานๆ โดยเฉพาะในเรื่องที่มีสาระสำคัญมาก เพราะหลายประเด็นอาจขาดหายไปเนื่องจาก การคุยทางโทรศัพท์นั้นไม่เห็นหน้าเห็นตากัน การสนทนาแลกเปลี่ยนขาดการมองเห็นภาษากายด้วย ดังนั้นผู้ที่อยู่ปลายสายไม่มีทางรู้ได้เลยว่าผู้สนทนาให้ความสนใจ ตั้งใจฟังกันขนาดไหน ยกหูฟัง

ออกไปตั้งแต่เมื่อไหร่ กลับไปหรือเปล่า ดังนั้นหากต้องการพูดคุยกันเป็นเรื่องเป็นราวแบบ มีข้อมูลแน่นๆ ควรหาเวลามาสัมภาษณ์กันแบบเห็นหน้าค่าตาจะให้ผลดีกว่า

หากเป็นการขอความคิดเห็นเพียงสั้นๆ เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น น้ำมันขึ้นราคาจะมีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค กระทบยอดขายบ้านหรือเปล่า ตรงนี้พีอาร์หรือผู้บริหาร ควรพิจารณาจากผู้ขอว่าเป็นสื่อที่รู้จักคุ้นเคยหรือเปล่า เพื่อให้มั่นใจว่าคำตอบที่ให้ไปนั้นถูกนำเสนอไปในทางที่สร้างสรรค์ ไม่เป็นเครื่องมือของฝ่ายใด เช่นกลับนำเอาไปอยู่ภายใต้ข่าวพาดหัวว่า “นักธุรกิจยักษ์และรัฐบาลทำเศรษฐกิจร่วง ยอดขายบ้านดิ่งเหว” และเราก็เป็นหนึ่งในนักธุรกิจที่ให้สัมภาษณ์ถึงผลกระทบดังกล่าว ถูกลากเข้าไปโดยไม่รู้ตัว จึงขอให้พีอาร์และผู้บริหารพึงระมัดระวังการให้สัมภาษณ์ทาง โทรศัพท์ หากไม่มั่นใจ ยังไม่รู้จักดีก็ควรขอรับกวนสื่อมาให้รู้จักกันก่อนจะดีกว่าการให้ สัมภาษณ์อย่างสุ่มเสี่ยง

การให้สัมภาษณ์สดทางโทรศัพท์ ตรงนี้จะเป็นปัญหามากสำหรับผู้บริหารที่พูดไม่ค่อยคล่อง หรือต้องใช้เวลาในการลำดับความคิดค่อนข้างมาก เพราะจะฝืนกับธรรมชาติของการนำเสนอในสื่อวิทยุที่หากมีการหยุดพูดไปสักสิบวินาทีก็ทำให้ผู้ฟังอึดอัดเปลี่ยน สถานีไปก็ได้ ดังนั้นการให้สัมภาษณ์ออกอากาศสดในรายการวิทยุ นั้น ผู้บริหารควรเตรียม คำตอบไว้ล่วงหน้าก่อน จะได้ไม่ต้องอยู่ในสถานการณ์ที่ต้องใช้เวลาหาคำตอบ หากเกิดภาวะ เช่นนี้ ผู้ดำเนินรายการจะรีบตัดบทและก็นำเราไปสู่เรื่องอื่นๆ แทน ทำให้เสียโอกาสที่จะ พูดหรือตอกย้ำในประเด็นที่เราต้องการ

สำหรับผู้บริหารที่พูดเร็ว ต้องลดความเร็วลง ลองศึกษาจากนักจัดรายการวิทยุที่เป็นที่นิยมได้เลยว่า จะไม่เร่งสปีด พูดเป็นคำชัดถ้อยชัดคำ เพราะการพูดเร็วในสื่อวิทยุทำให้ผู้ฟังจับความไม่ทัน ไม่เหมือนในทีวีที่แม้ไม่ได้ยินเสียงเห็นแต่ภาพก็เข้าใจได้ในทันที แต่วิทยุเมื่อฟังแล้ว ต้องแปรเป็นภาพในสมองของผู้ฟัง และข้อมูลก็ไม่ควรสลับซับซ้อนมาก จะทำให้ผู้ฟังเบื่อหน่าย

การบันทึกการสัมภาษณ์ ทางโทรศัพท์ผู้บริหารควรมีเครื่องบันทึกขณะพูดคุย โดยเฉพาะในการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ทั้งนี้เป็นหลักประกันความผิดพลาดหากมี ประเด็นขัดแย้งในการนำเสนอข้อมูลในภายหลัง

6. การสัมภาษณ์ทางรายการข่าวทีวี

ธรรมชาติสื่อทีวีนั้นแตกต่างอย่างมากกับวิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ สังเกตได้ว่า ผู้สื่อข่าวทีวีมักต้องการเรื่องราวที่กระชับรัดกุม เพราะค่าออกอากาศในรายการทีวีนั้นแพงมาก การเผยแพร่ออกอากาศนับกันเป็นวินาที ดังนั้นหากผู้บริหารถูกสัมภาษณ์ในรายการ

ข่าว ที่วีนั้นก็เรียกได้ว่าคุ้มค่ามาก การให้สัมภาษณ์รายการข่าวที่วีนั้น ผู้บริหารควรฝึกฝน การสรุปรวบรัดเรื่องที่เราทำแถลงข่าวนั้นให้อยู่ในการพูดคุยไม่เกิน 5 นาทีซึ่งนักข่าวเองจะนำไปตัดต่อตามเวลาที่ได้ออกอากาศแต่ละครั้งไม่เกิน 60 วินาทีเท่านั้น ดังนั้นการให้สัมภาษณ์ในสื่อทีวีใช้เวลาเพียงสั้นๆ แต่จับใจความได้ทั้งหมด

ส่วนที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งก็คือภาพลักษณ์ ผู้บริหารไม่อาจหลีกเลี่ยงที่จะทำตัวให้ดูดีเมื่อออกรายการทีวี เพราะภาพกับเสียงจะช่วยตอกย้ำกันไปมา การแต่งกายในการให้สัมภาษณ์ ก็ควรเป็นเครื่องแต่งกายที่สุภาพ เรียบร้อย หากอยู่ในธุรกิจแฟชั่น ไลฟ์สไตล์ ก็ต้องบอกควมมีรสนิยมเข้าไปอีกด้วย

สำหรับสุขภาพสตรีควรแต่งกายอย่างเป็นกลางโดยเฉพาะเครื่องประดับนั้น ควรมีแต่พอดี ไม่ควรวูบวาบจนต้องลดแสงไฟ ยกเว้นอยู่ในงานสังคม หรืองานแถลงข่าว เครื่องประดับอัญมณี ตรงนี้ยกเว้นเพราะเกี่ยวข้องกับธุรกิจโดยตรง

ไม่ควรสวมแว่นดำขณะให้สัมภาษณ์ ยกเว้นกรณีป่วยหรือบาดเจ็บทางตา ก็ต้องออกตัวขอโทษผู้ชมด้วย การสวมแว่นโดยไม่มีเหตุผลนั้นอาจทำให้เข้าใจผิดหรือสื่อเค้าว่ากำลังปกปิดอะไรบางอย่าง หรือไม่ให้เกียรติผู้ชมได้

7. การสัมภาษณ์ในรายการทีวี

ผู้ให้สัมภาษณ์ควรทราบว่าเป็นรายการประเภทไหน บันเทิง ปกิณกะ วิเคราะห์หุ้น เชิงข่าววิเคราะห์เจาะลึก ลำดับต่อมาก็ควรทราบว่าผู้ดำเนินรายการมีสไตล์ในการสัมภาษณ์เป็นอย่างไร ปกป้องผู้บริโภค ตลก หรือแบบอบอุ่น เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งตั้งแต่การตัดสินใจไปออกรายการหรือไม่ เดียวนี้การออกรายการทีวีครั้งเดียวก็อาจทำให้เราดังไปนานเลยก็ได้ พี่อาร์คควรมีข้อมูลและวิเคราะห์ให้ผู้บริหารได้รับทราบถึงผลดีผลเสียของการไปร่วมในรายการใดรายการหนึ่ง

หากยังจำกันได้เป็นเรื่องราวสมัย ลูกสาวนักการเมืองชื่อดังย่านสุพรรณ กำลังก้าวเข้ามาเป็นนักการเมืองเต็มตัว ก็มีแผนโปรโมทอย่างแสบยล ด้วยการไปออกรายการชื่อดังภาคดีกรายการหนึ่ง เป็นที่นิยมของมหาชนในเวลานั้น แต่การไปออกรายการดังกล่าว นับว่าเป็นการตัดสินใจที่ผิดตั้งแต่แรก เพราะรายการนี้มักนำดารามาไปสัมภาษณ์ด้วยเรื่องราวที่ไม่ค่อยมีสาระแต่ชาวบ้านชอบ ทำอย่างนี้กับดาราก็พอกล้อมแก้้ม แต่กับคนที่กำลังมาเป็นนักการเมือง คนบริหารประเทศ แค่คิดก็ผิดเสียแล้ว เป็นไปตามคาดผู้ดำเนินรายการเริ่มถามคำถามแบบชาวบ้านๆ ที่ไม่ค่อยได้ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์แสดงปัญญาสักเท่าไร

เมื่อถึงช่วงไฮไลท์ที่ผู้จัดรายการก็ใช้มุกเดิมๆ ไปเปิดท้ายรถของผู้ให้สัมภาษณ์
เท่านั้นแหละ ร้องอื้อหือกันทั่วประเทศ เพราะทำยรถว่าที่ส.ส.ของเรามีตุ๊กตาตัวโปรดที่ไม่
เคยพรากจากกัน พร้อมของหม่อมหม่อมอีกเป็นกระบวน หากเป็นดาราเด็กๆ วัยรุ่น แฟนคง
กรี๊ดกันสลบในรสนิยมเช่นนี้ ว่าน่ารักน่าเอ็นดูกันจริงๆ แต่เธอผู้นี้คือทนายททางการเมืองผู้
กำลังจะเข้ามาเสนอตัวรับผิดชอบประเทศชาติบ้านเมือง ภาพที่ถูกละท้อนออกมาเช่นนี้
นอกจากไม่ช่วยตอบโจทย์ความเป็นนักการเมืองที่ประชาชนสามารถพึ่งพาได้แล้ว ยังเป็น
ปัญหาให้แก่ภาพลักษณ์กันไปนานทีเดียว

เรื่องนี้จึงเป็นอุทาหรณ์สำหรับการไปออกรายการควรพิจารณาให้รอบคอบ ยิ่งใน
ยุคนี้ ช่อง 3 เปลี่ยนสโลแกน เป็นครอบครัวข่าว ทีมข่าวช่อง 3 ถือเป็นสมาชิกครอบครัวที่
คอยเป็นห่วงเป็นใยให้ข้อมูลข่าวสาร และไอทีวีก็รับฟังข่าวตามมาติดทำให้ข่าวมีวาไรตี้
เข้าถึงคนดูมากขึ้น วันนี้รายการทีวีจึงแคร่คนดูมากกว่าผู้ประกอบการอย่าคิดว่าเราซื้อ
โฆษณามากๆ แล้วเขาจะอยู่ข้างเรา

แต่อย่างไรก็ตามทีวียังคงเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลที่สุด ออกรายการทีวีครั้งเดียวแบบ
โดนๆ อย่างรายการเรื่องคนค้นคน หลายๆ ชีวิตที่ถูกนำเสนอก็กลายเป็น Talk of The
Town ได้ หากมีโอกาสก็อย่าปฏิเสธแต่ให้รอบคอบว่ารายการดังกล่าวจะช่วยสร้างตอกย้ำ
ชื่อเสียงของผู้บริหาร องค์กรได้อย่างไร โดยพิจารณาได้เรียงจากหัวข้อที่ได้กล่าวไปแล้ว
ข้างต้น