



โฆษกกระทรวง : พลังข่าวสารพีอาร์อีกมิติ Ministry Spokesperson: One of the Powerful PR men

ไพศาล อินทสิงห์¹

คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

Paisan Intasing¹

Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University

แนวทางการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล ปีนี้จะดำเนินการเป็นรูปเป็นร่างมากกว่าเดิม โดยกำหนดว่า ในแต่ละกระทรวงต้องเสนอโฆษกกระทรวงขึ้นมาใหม่ ซึ่งนายกรัฐมนตรีย้ำว่า ต้องค้นหา โฆษกที่มีศักยภาพ มีขีดความสามารถ และเสนอให้ ครม. ผ่านความเห็นชอบด้วย จากนั้นจะเปิดเผยให้ สื่อมวลชนทราบ” พล.ต.สรรเสริญ แก้วกำเนิด โฆษก รัฐบาลกล่าว และว่า “เพื่อให้การทำงานประสานกัน มากขึ้น โดยอาจต้องมีโฆษกของกลุ่มงานด้วย และ นายกรัฐมนตรีจะลดการชี้แจงของตัวเองลง จากนั้นไป เจ้ากระทรวง ปลัดกระทรวง จะต้องชี้แจงงานของ ตัวเองมากขึ้นในรายละเอียด หากมีเรื่องสำคัญต้อง ชี้แจง” (สำนักข่าวไทย 5 มกราคม 2559)

แนวทางดังกล่าว ถือเป็นเจตนาทำน นายกรัฐมนตรีที่ต้องการเน้นประชาสัมพันธ์ หรือ พีอาร์การทำงานของแต่ละกระทรวงต่างๆ ให้เข้าถึง ประชาชน หัวใจข่าวสารไปสู่การรับรู้ของสังคม มากขึ้น

จะเป็นใคร ท่านใดบ้าง ถือเป็นการทำงานร่วมกัน ทำงานพีอาร์รัฐบาล เพื่อประชาชน ขณะเขียนต้นฉบับนี้ ทราบว่ามีการเสนอชื่อให้ ครม. บ้างแล้ว ถึงวันนี้ อาจแต่งตั้งครบหมดแล้ว มีทั้งอธิบดี รองปลัดกระทรวง ผู้ตรวจราชการ เป็นข้าราชการระดับสูงตำแหน่งต่างๆ ล้วนทรงคุณวุฒิ และประสบการณ์สูง

มองในมุมพีอาร์ ส่งผลดี มีกลไกข่าวสาร รองรับงานกระทรวง ซึ่งเป็นองค์กรใหญ่ ระดับ นโยบาย มีความเคลื่อนไหว ภารกิจบริหารมาก

กว้างขวาง ถ้าไม่มีใครดูแล หนุนนำขับเคลื่อนตรงจุดนี้ อาจเป็นจุดอ่อน ส่งผลเสียโอกาสพีอาร์ผลงาน

พีอาร์ก็องค์กรนั้นคู่กัน ไม่มีองค์กร ไม่รู้จะ พีอาร์อะไร ไม่มีพีอาร์ ไม่รู้จะใช้ใคร ข่าวสารอาจ ขาดแคลน ไม่เพียงพอ ไม่ทันความต้องการบริโภคของ ประชาชน หรืออ่อนพีอาร์ การจัดให้มีโฆษกกระทรวง จึงเป็นสิ่งที่ดี ไม่งั้นมีผลงานอยู่ข้างใน ไม่มีใครพีอาร์ไป ข้างนอก

จะพีอาร์งานอะไรบ้าง ใช้ประชาชนหรือ กลุ่มเป้าหมายขององค์กรเป็นตัวตั้ง ก็ตั้งต้นนโยบาย วิสัยทัศน์รัฐบาล ความต้องการ งานโครงการ สถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น กฎเกณฑ์ระเบียบต่างๆ ปัญหาและการแก้ไข เป็นต้น ขออนุญาตหยิบเฉพาะ บางอันมาพูดคุย แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในที่นี้

ขอกล่าวถึง **งานโครงการ** เป็นงานที่แปลงมา จากนโยบาย ปัญหา ความต้องการ หรือสถานการณ์ เป็นการทำตามแผนที่วางไว้ในวันนี้ เพื่อขับเคลื่อนไปสู่ เป้าหมาย หรือความสำเร็จในงานในวันนี้ ไม่ว่าจะ อยู่ในจุดไหน ต้นทาง - ระหว่างทาง - ปลายทาง ล้วนเป็นโอกาสพีอาร์ ไม่ต้องรอผลงานรูปธรรม เสร็จสิ้น ถึงค่อยพีอาร์

ในจุดต้นทาง เป็นโครงการเริ่มแรก เป็น ผลงานแรกเริ่ม อาจมีความเป็นนามธรรมอยู่ ยังมองไม่ เห็นเนื้องานการขับเคลื่อนอะไรเท่าใด พีอาร์ ควรเป็นไปเพื่อสื่อสารนโยบายวิสัยทัศน์ ที่มาที่ไปของ งานโครงการนั้นๆ น่าสนใจ ทำให้ข่าวสารนโยบาย แรง รุก เร็ว นำเร้าใจ

¹ ผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ (Expert in public relations)

อดีตคณบดีคณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ (ปัจจุบัน: คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร) มหาวิทยาลัยนเรศวร [Former Dean Faculty of Management and Information Science (Present: Faculty of Business, Economics and Communications), Naresuan University]



ทุกอย่างทำให้มีเสียงขานรับ ไม่ใช่เสียงวิพากษ์ ถ้าเกิดตำหนิตั้งเสียก่อน ก่อนที่ข่าวสารนโยบาย จะออกไป หรือออกไปแล้ว ก็ลำบาก ตั้งรับแล้ว อาจเพราะพ็อร์เข้าไป หรือไม่ครบข้อมูลรอบด้าน เพียงพอ กระทบวงใหญ่ งานเยอะ พ็อร์ไม่ทัน ถ้าเลือกเรื่องหรือจัดคิวพ็อร์น่าจะดี วันนี้มีท่านโฆษก เป็นที่พึ่งพาฝ่ายประชาสัมพันธ์กระทรวง ฝ่ายประชาสัมพันธ์กรม คงจะช่วยให้กลไกข่าวสารอะไรๆ ดีขึ้น จังหวะไหนสื่ออะไร ใช้เกียร์ใด ให้ข่าวสาร นโยบายครบครอบคลุมที่สุด อยู่ที่ที่จะชิงพ็อร์ ประชาชนอย่างไร ถ้ารับรู้ เข้าใจเข้าถึงรายละเอียด นโยบาย อาจไม่วิพากษ์ติติง ก็เป็นไปได้ ว่าในหลักพ็อร์

ในจุดระหว่างทาง งานโครงการเริ่มขับเคลื่อน เดินหน้าออกจากต้นทางแล้ว มีความคืบหน้าเกิดขึ้น ตามสแต็ปงานและระยะเวลา ปรากฏให้เห็นผลงาน ความก้าวหน้าเป็นระยะๆ 10% 20% 30% 50% 70 % พ็อร์ได้ไม่มีเว้น ถ้าเล่นประเด็นเป็น ก็เป็นข่าวสารได้ ประชาชนใครรู้ ขณะนี้คืบหน้าถึงไหน อย่างไร กำลังทำอะไร ถ้าทำได้ ไม่อ่อนพ็อร์

ถ้าจะให้ดี มองหาจุดขาย กล่าวคือ ไม่สื่อสาร บอกกล่าวแต่ว่างานคืบหน้าถึงไหน อย่างไร แต่ใส่ จุดขายเข้าไปด้วย ยกตัวอย่าง งานคืบหน้าเร็วกว่า กำหนด เบิกจ่ายงบประมาณไปตามแผน ประชาชน สนับสนุนร่วมมือที่ดี งานส่งผลดีไม่มีใครคาดคิด ใดๆ หรือถ้ามีสิทธิพิเศษ โปรโมชัน แคมเปญใหม่ๆ สถานการณ์ใดๆที่เอื้อต่อการขับเคลื่อนงานโครงการ ฯลฯ หยิบคว้ามาใช้ มาชูเป็นจุดขาย แล้วพ็อร์ บอกกล่าวออกไป ตั้งกระตุนการขาย เสริมกันย៉ากัน เท่าใด ส่งผลดีพ็อร์เท่านั้น สื่อสารโน้มน้าว สร้างบรรยากาศที่ดี จูงใจ เช่น สร้างบรรยากาศการลงทุน ด้วยการให้สิทธิพิเศษ จูงใจนักลงทุนให้หันมาสนใจ ลงทุนมากขึ้น หรือสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยวด้วยการอัดแคมเปญ จูงใจนักท่องเที่ยวให้หันมาสนใจ ท่องเที่ยวคึกคัก หรือกลับมาคึกคักขึ้น ซึ่งบางครั้ง พ็อร์ก็ต้องตั้งคืนกระแสไม่ให้เจียบ ขบเซา ถ้าทำได้ จะส่งผลพ็อร์ให้เกิดความสนใจ ตื่นตัว และกระตุน การมีส่วนร่วมของภาคเอกชน ประชาชน ส่งผลงาน โครงการก้าวหน้าสู่ความสำเร็จปลายทางที่ดีต่อไป

ในจุดปลายทาง เป็นความคืบหน้าของงาน โครงการโค้งสุดท้าย ใกล้เคียงความจริง 80% 90% กระทั่ง 100% เห็นผลงานรูปธรรมแล้วเสร็จ สำเร็จเป็นคุณค่า

งานครบถ้วน ในจุดนี้พ็อร์ง่าย อะไรเป็นรูปธรรม สัมผัสจับต้องได้ ได้รับความสนใจ ไม่ต้องมองหา ประเด็น จะเล่นพ็อร์อย่างไร เรียกว่า แล้วเสร็จ ตอนไหน พ็อร์ตอนนั้น สร้างการเข้าถึง คำนึง 2 อย่าง 1) ผลงานเป็นประโยชน์ต่อโจทย์ประชาชนอย่างไร 2) ผลพ็อร์สร้างการรับรู้ รู้เห็นเป็นที่ประจักษ์อย่างไร

ผลงานจะเด่นได้ ต้องพ็อร์ให้ประจักษ์ด้วย ประจักษ์ในสายตากระทรวงไม่พอ ต้องให้ประจักษ์ในสายตาประชาชน

ยกตัวอย่าง งานโครงการก่อสร้างถนนสาย สำคัญๆ ผลักดันงบประมาณเป็นพันๆล้าน ขับเคลื่อนแล้วเสร็จ เมื่อใด อย่าให้ผลงานเป็นแค่เส้นทางก่อสร้างใหม่ อุดสาหกรรม มุ่งมั่น สร้างฝันเทคโนโลยีสู่ถนน มาตรฐานใหม่ ด้ากลับเป็นเงาวิบวาว ทอดยาวเป็น ร้อยๆ กิโลเมตรเรียบเปียบ ครั้นฝันเป็นจริง ละทิ้ง ละเลย มองข้ามพ็อร์ น่าเสียดาย

ควรใส่พ็อร์เข้าไปในผลงาน จัดแถลงข่าว สื่อมวลชนที่กระทรวง, อีก 3 วันพาสื่อลงพื้นที่ เยี่ยมชมมาตรฐานถนนใหม่ ไฮเทคเพียงใด สร้าง โลจิสติกส์สู่การค้าชายแดน หรือเป็นประโยชน์ ต่อรายได้ เศรษฐกิจอย่างไร, 7 วันต่อมาจัดพิธีเปิด เชิญชวนใช้เส้นทาง เปิดกิจกรรมแรลลี่ร่วมกับ ค่ายรถยนต์บนถนนใหม่เอี่ยม ด้ากลับวิบวาวเส้นนี้ มีการมอบรางวัล ของที่ระลึกให้ประชาชนที่มา ร่วมงาน ฯลฯ อยู่ที่ที่จะออกแบบพ็อร์อย่างไร

การทำงานประชาสัมพันธ์ เป็นงานประกบ เกาะติด ติดตามผลการดำเนินงานโครงการต่างๆ ส่งผลดี มีแต่ได้ ไม่มีเสีย บางครั้งขับเคลื่อนงานไม่กลัว กลัวละเลยลืมนพ็อร์ ซึ่งเป็นไปได้ จะดีหรือไม่ ประการใด หากจะติดตามเอ็กซ์เรย์ความเคลื่อนไหวทั้งใน กระทรวง กรมในสังกัด ใน 76 จังหวัดทั่วไทยที่ ลงไปทำ มิจานโครงการสำคัญๆ อะไร ที่ไหน โดดเด่น เข้าข่าย เข้าตา ขึ้นบัญชีพ็อร์ นำพา “ผลงาน” สู่ “ผลพ็อร์” ถ้าทำได้ ไม่มีหลุด รอด ตก หล่น ไม่พ่น พ็อร์

อย่างไรก็ตาม ในทุกๆ มิติงานใดๆ อาจนำมา ซึ่งความคิด ความเห็น สิ่งหนึ่งประการใดของ ประชาชน ซึ่งปฏิเสธไม่ได้ จำเป็นต้องรับฟัง รวมทั้ง ปัญหาความต้องการ ความเดือดร้อนต่างๆ เอาใจเขา มาใส่ใจเรา เพราะพ็อร์คือการรับรู้สารทุกข์สุกดิบ



อะไรที่ถูกต้องดีงาม ย่อมดีงามถูกต้อง เข้าไปช่วยเหลือด้วยใจ ดีกว่าช่วยเหลือเพราะประท้วง ทวงถาม เร่งรุกปัญหาดีกว่ารอรับปัญหาหรือไม่อย่างไร เพราะความสำเร็จในการแก้ไขปัญหา ถือเป็นผลงานของกระทรวงอีกลักษณะ

มีทั้งประชาชนรับรู้อะไร และเรารับรู้ประชาชน ล้วนเป็นผลดีที่พื่อาร อยู่ที่จะใช้รูปแบบและเนื้อหาอย่างไร ใช้การเขียน พูด ให้สัมภาษณ์ แถลงข่าว สื่อเก่า สื่อใหม่ โซเชียลเน็ตเวิร์ค โลกออนไลน์อย่างไร หรือใช้วิธีเชิญสื่อไปเยี่ยมชมโครงการ เห็นผลงานจริง ฯลฯ

ว่าไปแล้วการบริหารงานใดๆ ควรจะต้องมีกลยุทธ์ จุดประกาย หมายถึงรับรู้อะไร ข้อมูลข่าวสาร บริหารประเด็นได้ ออกแบบพื่อารเป็น จะยังผลให้บรรลุถึงซึ่งศรัทธาร่วมมือของประชาชน บริหารงานอย่างเดียวไม่ได้ ต้องบาลานซ์บริหารพื่อารด้วย เรียกว่า 2 ขาคู่กันไป (ขาบริหาร และขาพื่อาร)

อยู่ที่จะใช้กลยุทธ์พื่อารอย่างไร ให้บาลานซ์สมดุล ไม่ให้ขาดแคลนข่าวสาร ล่าช้า เพียงพอเหมาะสม เพื่อมุ่งสนองความต้องการบริโภคข่าวสารของประชาชน

20 กระทรวง 20 โฆษก ให้ข่าววันละ 1 ชิ้น วันนั้นจะมีข่าวสารพื่อารให้ประชาชนใช้ประโยชน์ 20 ชิ้น ข่าวสารกระเพื่อมสังคมไม่น้อย ถ้าวันเว้นวันก็ 10 ชิ้น ยังไม่นับเจ้ากระทรวง ปลัดกระทรวงจากนี้ จะชี้แจงงานมากขึ้นอีกด้วย

เป็นไปได้หรือไม่ว่า ราชการบางครั้งไม่ค่อย (ขยัน) พูดให้ข่าวสารหรือไม่ ประการใด ทำให้ราชการขาดโอกาสพื่อาร ประชาชนขาดโอกาสรับรู้ หรือรับรู้เท่าที่มีข่าวสารไปถึง การที่ไม่ได้แข่งข่าวสาร แข่งเวลา ก็เลยส่งผลให้งานที่ทำ คุ่มๆ ไปไม่เด่นเป็นที่ประจักษ์เท่าที่ควร หรือบางที่อาจด้วยมารยาทระบบราชการหรือไม่ อย่างไร เช่น ปลัดกระทรวงออกสื่อบ่อยก็ไม่เหมาะ เดียวจะไปล้ำหน้าเจ้ากระทรวง ครั้นเจ้ากระทรวงจะให้สัมภาษณ์มากไป ก็เกรงใจให้เกียรติ นายกรัฐมนตรีให้สัมภาษณ์ดีกว่า

วันนี้นายกรัฐมนตรีมีนโยบายไฟเขียว น่าจะส่งผลดีพื่อารกระทรวง และภาพรวมรัฐบาล ข่าวสารเข้าถึง ครอบคลุม ต่อเนื่องไปได้สวย ช่วยกันสื่อสารสังคม 1 สัปดาห์ 1 ข่าว, 3 วัน 1 ข่าว, 2 วัน 1 ข่าว หรือแล้วแต่ความเหมาะสม ขึ้นกับผลงานที่ชู พื่อารที่ใช้

โฆษกคงจะใช้พื่อาร ช่วยพื่อารกระทรวง รัฐบาลเพื่อประชาชน ด้วยรูปแบบวิธีการและเนื้อหาต่างๆหลากหลาย หนึ่งในนั้น คงจะเป็นการให้ข่าวสาร และวิธีการพูดในลักษณะจูงใจ อธิบายให้แง่คิด ให้เหตุผล ให้ผล ที่มาที่ไป ให้ประชาชนรับรู้เข้าใจเรื่องราวต่างๆมากขึ้น ลึกซึ้งแยบยล สัมผัสสัมผัสที่ตี หนุ่นนำบริหาร บาลานซ์พื่อาร อะไรที่ยากเป็นง่าย อะไรที่แข็งเป็นนุ่ม อะไรที่รับเป็นรุก เชื้อมือท่านครับ

“เป็นบางมุมมองพลังข่าวสารพื่อารรัฐบาลและประชาชนอีกมิติ”