

กลยุทธ์ที่ ๓ การประชาสัมพันธ์ให้คนอื่นพูดแทนเรา

พฤติกรรมประการหนึ่งของมนุษย์ คือเมื่อไรก็ตาม ที่ใครคนใดคนหนึ่ง พูดถึงเรื่องของตนเอง เฉพาะอย่างยิ่ง ที่เป็นข้อมูลเชิงบวกหรือเป็นความดีงามหรือการประสบความสำเร็จที่เหนือกว่าผู้อื่น มักจะไม่ได้รับการยอมรับหรือนำเชื่อถือเท่าที่ควร ด้วยอาจมองว่าเป็นการโม้โอ้อวดบ้างหรือยกตนข่มท่านบ้าง ทั้ง ๆ ที่ทั้งหมดอาจเป็นจริง เช่นเดียวกับส่วนราชการในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งแม้หลายหน่วยงานจะมีความพยายามมากมาย ในการสื่อสารสร้างการรับรู้ สร้างความเข้าใจ เฉพาะอย่างยิ่งที่เป็นเรื่องราวดี ๆ หรือกิจกรรมเชิงบวก ด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่นการแถลงข่าว การให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน การเสวนา และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านช่องทางการสื่อสารทั้ง On air On line และ On ground บ่อยครั้งที่เรามักพบว่า การสื่อสารที่ดำเนินการออกไปขาดการตอบรับ การตอบสนอง ขาดพลัง ไม่มีใครสนใจหรือไม่เป็นที่พูดถึงกันในสังคมและไม่เกิดผลเท่าที่ควร

ในทางกลับกัน หากข่าวสารที่เกิดขึ้นมาจากกลุ่มผู้ก่อความไม่สงบหรือคนร้ายหรือกลุ่มผู้ไม่หวังดีหรือกลุ่ม NGO ข่าวสารเหล่านี้กลับถูกแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วเหมือนกับไฟไหม้ฟาง แม้ว่าจะเป็นเพียงเรื่องราวเล็กๆที่แทบจะไม่มีหลักฐานมายืนยันหรือหาคุณค่าข่าวไม่ได้ก็ตาม ยกตัวอย่างเช่น หากมีคนร้ายหรือกลุ่มผู้ก่อความไม่สงบไปพนสเสปรีใส่ร้ายเจ้าหน้าที่ หรือมีข้อความในใบปลิวเพียงแผ่นเดียว ที่มีผู้พบเห็นแล้วได้รับการส่งต่อไปยังสื่อมวลชนหรือส่งกระจายต่อใน Social Media เช่น Facebook Website line หรือ E-mail กลับเป็นที่ถูกชื่นชม ถูกอกถูกใจ เกิดการส่งต่ออย่างแพร่หลาย หรือเกิดการแชร์ข้อมูลไปอย่างรวดเร็ว จนเสมือนว่าข่าวหรือเรื่องราวเหล่านั้นเป็นเรื่องที่ใหญ่โต ทั้ง ๆ ที่แท้จริงแล้วเป็นเพียงข้อความสั้น ๆ ที่ถูกพ่นด้วยสเสปรี บนราวสะพานหรือเป็นเพียงแค่อัฒตยาในกระดาด A ๔ ที่เขียนด้วยลายมือหยุก ๆ เพียงไม่กี่ประโยค ที่สำคัญยังเป็นเหตุการณ์ที่ยังไม่มีการยืนยันชัดเจนว่า เป็นการกระทำของใครหรือมีวัตถุประสงค์ใด แต่เรื่องจากกลุ่มผู้ไม่หวังดีเหล่านี้ กลับมีคนเชื่อและถูกส่งต่อไปอย่างมากมาย ซึ่งก็น่าจะมาจากธรรมชาติของมนุษย์ ที่มีพฤติกรรมชื่นชอบเรื่องสะใจ เรื่องร้าย ๆ ของผู้อื่น หรือข่าวลือหรือข่าวลือ ๆ ล่อ ๆ ทั้ง ๆ ที่ยังไม่มีข้อมูลหลักฐานยืนยันที่ชัดเจนเหล่านี้ จึงเป็นปัญหาที่มีความสำคัญยิ่ง วันนี้จึงขอเสนอกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เรียกว่า “ให้คนอื่นพูดแทนเรา” โดยหลักการเบื้องต้นของแนวความคิดนี้คือ ให้บุคคลอื่นหรือบุคคลที่สามหรือบุคคลที่เคยใช้บริการหรือเคยได้ประโยชน์เป็นผู้พูดให้ข้อมูล เป็นผู้นำเสนอหรือแสดงความเห็น ในงานหรือกิจกรรมหรือเรื่องราวขององค์กรของเรา แทนเรา โดยบุคคลดังกล่าว อาจมีหลายกลุ่ม ได้แก่

- องค์กรหรือบุคคลสำคัญ ที่มีชื่อเสียง มีความรู้ ความสามารถ มีผลงาน เป็นที่ยอมรับทั่วไป และหากมีประสบการณ์หรือมีองค์ความรู้ในงานของเราด้วย ก็จะเป็นสิ่งดีอย่างยิ่ง
- องค์กรหรือบุคคลที่มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือเคยมีประสบการณ์ หรือได้ประโยชน์จากงานของเรา
- องค์กรหรือบุคคล ที่เป็นเครือข่ายหรือพันธมิตรที่ทำงานหรือมีกิจกรรมเกี่ยวเนื่องกับองค์กร หรือผู้นำองค์กร

โดยองค์กรหรือบุคคลเหล่านี้ จะทำหน้าที่แทนเรา ทั้งในเรื่องการพูด การสื่อสาร การแสดง ท่าที การแสดงความเห็น การชื่นชมยินดีและอื่น ๆ ที่เป็นข้อมูลเชิงบวก รวมทั้งยังทำหน้าที่กระจายข่าวแทนหน่วยงานราชการนั้น ๆ ด้วย เช่น สมมุติว่าทางศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ หรือ ศอ.บต. ต้องการนำเสนอเกี่ยวกับความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในพื้นที่อำเภอกะพ้อ จังหวัดปัตตานี โดยถ้าหากทางราชการโดย ศอ.บต.หรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกันออกมาแถลงข่าวเปิดตัวสถานที่นั้น ๆ ว่ามีความสวยงาม น่าท่องเที่ยว และที่สำคัญมีความปลอดภัย ซึ่งตรงนี้เชื่อได้เลยว่า แม้จะมีการจัดงานแถลงข่าวใหญ่โตในพื้นที่จริง รวมถึงเสนอข่าวผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยมีเจ้าหน้าที่รัฐเป็นคนนำเสนอทางโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ หรือลงในสื่อหนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ และเพจต่าง ๆ เองแล้ว ก็เชื่อได้เลยว่าความสนใจของพี่น้องประชาชนจะมีปริมาณน้อยมาก หรือถึงแม้ว่าจะมีคนสนใจพอสมควร แต่ความเชื่อถือหรือผลตอบรับก็อาจไม่คุ้มค่าหรือคุ้มทุนที่ได้ลงแรงและลงทุนไป

แต่ถ้าทดลองใช้ “กลยุทธ์ให้คนอื่นพูดแทนเรา” เช่นเมื่อต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอกะพ้อ จังหวัดปัตตานี แทนที่ทางหน่วยงานราชการจะมาพูดหรือแถลงข่าวเอง หากแต่ให้นักท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นประชาชนในพื้นที่หรือต่างพื้นที่ ได้มีโอกาสเล่าถึงความประทับใจ ความมหัศจรรย์ ความสวยงาม ความพร้อม รวมทั้งเชิญชวนผู้อื่นให้มาท่องเที่ยว ก็จะทำให้ที่น่าสนใจและเป็นที่รับฟังมากขึ้น หรืออีกตัวอย่างหนึ่ง ขอยกตัวอย่างกรณีของมิสแกรนด์ไทยแลนด์เวิลด์ ที่ทางกองประกวดได้จัดให้ลงมาทำกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นเวลากว่าหนึ่งสัปดาห์ ช่วงปลายปี ๒๕๖๒ โดยจากการสัมภาษณ์บรรดาสาวงามผู้เข้าประกวดที่ต่างก็บอกว่า พื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ไม่ได้น่ากลัว ไม่ได้มีสิ่งอะไรที่จะต้องวิตกกังวลในเรื่องของความปลอดภัย โดยในตอนแรก ในความคิดของเธอเหล่านั้น คิดว่าพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้แห่งนี้ เป็นเสมือนพื้นที่สงคราม มีความโหดร้ายน่ากลัว อย่างที่ได้ติดตามในข่าวโทรทัศน์หรือหนังสือพิมพ์ โดยมโนภาพไปว่าจะเหมือนสงครามในตะวันออกกลางเสียด้วยซ้ำ แต่เมื่อพวกเธอมีโอกาสได้มาเที่ยวและพักค้างในพื้นที่ กลับพบว่า จังหวัดชายแดนภาคใต้ ไม่ได้น่ากลัว น่าตกใจอย่างที่คิด ตรงกันข้ามกลับพบว่า ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้นั้น มีเรื่องงดงาม มีประวัติศาสตร์เรื่องราว มีสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม ผู้คนมีอัธยาศัยดี เกินกว่าที่พวกเธอคาดคิด และเมื่อเสียงสัมภาษณ์ คลิปวิดีโอ ถ้อยคำต่าง ๆ เหล่านี้ เผยแพร่ออกสู่สาธารณะ จากความเชื่อมั่นของผู้คนที่มาต่อชายแดนภาคใต้เพียงร้อยละสิบหรือยี่สิบ ก็กลับกลายเป็นว่ามีผลตอบรับที่ดีเป็นอย่างมาก

ซึ่ง “กลยุทธ์ให้คนอื่นพูดแทนเรา” นี้ ปัจจุบันทางศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้นำมาใช้ในรายการวิทยุ ซึ่งออกอากาศทุกวันทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดยะลาและเครือข่ายประมาณ ๒๐ สถานี ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ชื่อรายการ “สายตรง ศอ.บต.” ซึ่งรูปแบบรายการ แต่เดิมจะมีการสัมภาษณ์เลขาธิการ ศอ.บต. หรือผู้แทน แต่ปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบ ด้วยการให้ผู้ดำเนินรายการสัมภาษณ์ประชาชนผู้ได้รับผลกระทบหรือได้รับประโยชน์โดยตรงเช่น ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกและได้รับการสนับสนุนทางการเงิน ให้เดินทางไปประกอบพิธีฮัจย์ที่กรุงเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย ก็จะมีการสัมภาษณ์ว่าเมื่อกลับมาจากการประกอบศาสนกิจแล้วเป็นอย่างไรบ้าง ได้รับการอำนวยความสะดวกหรือประสบปัญหาต่าง ๆ

อย่างไร รวมถึงเด็ก ๆ เยาวชนที่ได้เข้าร่วมโครงการ “สานใจไทยสือใจใต้” ที่ได้มีการไปเรียนรู้วิถีชีวิตใหม่ ๆ โดยอาศัยอยู่กับครอบครัวอุปถัมภ์ซึ่งเป็นพี่น้องมุสลิมในภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศ ก็จะมีการให้สัมภาษณ์ถึงโครงการดังกล่าวว่าพวกเขาได้รับประโยชน์อย่างไร มีประสบการณ์ชีวิตที่ดีที่ได้เข้าร่วมโครงการนี้อย่างไร เป็นต้น

จากการเผยแพร่ในรายการวิทยุพบว่า ได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้ฟังในพื้นที่ เพราะคนที่พูดถึงโครงการเหล่านี้ไม่ใช่ตัวแทนของหน่วยงานราชการ แต่พวกเขาคือคนที่ได้รับผลกระทบหรือได้รับประโยชน์จริงๆนั่นเอง

จากเหตุผลและตัวอย่างข้างต้น สิ่งที่คุณย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ หรือ ศอ.บต. กำลังจะทำต่อไป โดยใช้กลยุทธ์นี้ คือการสัมภาษณ์พี่น้องประชาชน หรือนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ เช่นหากจะพูดถึงเรื่องของความปลอดภัยในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ก็ควรจะสอบถามสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศว่า รู้สึกอย่างไรบ้าง โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ บอกเล่าความรู้สึกก่อนที่จะมาสัมผัสพื้นที่และหลังจากได้มาท่องเที่ยวจริง ๆ ว่าเป็นอย่างไร ก่อนนำไปเผยแพร่หรือแชร์ผ่าน Social Media ที่ไม่ใช่ของหน่วยงานราชการ ซึ่งนั่นจะสร้างความน่าเชื่อถือและความสนใจจากพี่น้องประชาชนได้มากกว่า และถ้าหากเรื่องที่ถูกโพสต์ลงในเพจได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวนมากแล้ว สถานีโทรทัศน์ต่าง ๆ หรือเพจชื่อดังต่าง ๆ ก็จะกลับมาให้ความสนใจ พร้อมกับนำไปเสนอ นำไปแชร์ต่อมากยิ่งขึ้น ขึ้นจนกลายเป็นประเด็นดังในสังคม Social Media ก็ได้ นี่คือกลยุทธ์ “ให้คนอื่นพูดแทนเรา” ครับ



สาวงามผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์จากทั่วประเทศ เดินทางทำกิจกรรมและเก็บตัวใน จขต.
ประมาณ ๑๐ วัน



สมาชิกชมรมบิกไบค์ภาคใต้และจากมาเลเซีย เดินทางมาเที่ยวและทำกิจกรรมใน จชต.