

การสื่อสารองค์กรกับการสื่อสารสาธารณะ(สังคม)

ดร.สุนทร คุณชัยมั่ง

การสื่อสารองค์กร (Corporate Communication)

กรอบ	เป็นการสื่อสารที่ดำเนินการโดยองค์กร เป็นเรื่องขององค์กรที่มีความเกี่ยวข้องกับ Stakeholder ขององค์กรนั้น เป็นสำคัญ ทั้งที่เกี่ยวข้องกับงานภายในระบบขององค์กร เช่น พนักงาน ผู้ถือหุ้น Suppliers/Dealer สถาบันการเงิน และผู้บริโภค และที่เกี่ยวข้องกับส่วนภายนอกของระบบองค์กร เช่น ชุมชนโดยรอบที่ตั้งโรงงาน นักวิชาการ สื่อมวลชน ผู้นำทางความคิด และองค์กรประชาสังคม ฯลฯ
ลักษณะสำคัญ	เป็นการจัดการที่ให้องค์กรเป็นศูนย์กลางของตัวเรื่อง ตัวสาร ที่จะสื่อสารออกไป รวมทั้งการรับฟังการสะท้อนกลับก็จะเป็นไปในลักษณะเดียวกัน แม้จะมีการให้ความสำคัญกับการสื่อสารแบบสองทาง หรือเครือข่าย ก็จะเป็นไปแบบ hub & spoke คือ องค์กรที่เป็นเสมือนศูนย์กลางหรือเป็นผู้กำหนด จะไม่ใช้การสื่อสารแบบสื่อสารและรับฟังการสะท้อนของสังคมแบบเท่าเทียม (หรือเข้าใจในความแตกต่างของระบบวิธีคิด)
ข้อสังเกต	การสื่อสารองค์กรนี้ คนที่มาจากองค์กรขนาดใหญ่ จะเข้าใจเรื่องดีถึงการเปลี่ยนแปลงสถานะโดยทั่วไปของการสื่อสารที่เกิดขึ้น แต่ก็จะมีติดมันที่จะจัดการตามลักษณะสำคัญข้างต้น ซึ่งจะกลีบกลายเป็น “จุดอ่อน” ของการสร้างพลังร่วมของสังคม เพราะในสังคมยุคดิจิทัลนั้น วิธีของ hub & spoke ไม่เพียงพอต่อการไหลบ่าของกระแสข้อมูลข่าวสารของสังคมได้

การสื่อสารสาธารณะ (Public Communication)

กรอบ	เป็นการสื่อสารที่สังคมร่วมกันผลิตประเด็นจนเป็นกระแสสังคม (สังคมพูดถึงเรื่องเดียวกันพร้อมๆกัน แต่อาจจะมีแง่มุมที่แตกต่างกันไป) ไม่มีใครเป็นเจ้าของเรื่อง หรือศูนย์กลางของการผลิต แม้ในตอนต้นๆ จะมีใคร องค์กรใด เป็นผู้ริเริ่ม หรือเป็นผู้ถูกกล่าวหาก็ตาม (ที่ดูเหมือนจะเป็นเจ้าของเรื่อง) แต่เรื่องที่เป็นกระแสสังคม นั้น จะปนกันไปทั้งในเรื่องที่เป็น “เหตุ” กับ “ความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับสังคม” เช่น การจ่ายค่าเจียะของใครคนใดคนหนึ่งกับการกล่าวถึงแป๊ะเจี๊ยะที่เป็นคอร์รัปชันประเภทหนึ่ง หรือกรณีวัฒนธรรมกายกับการปฏิรูปการปกครองทางศาสนา
ลักษณะสำคัญ	ไม่มีศูนย์กลาง การผลิตข้อมูลข่าวสาร จะเป็นไปตามกลไก เครือข่าย และความสามารถของสังคมนั้น เป็นมิติของการเคลื่อนไหวทางสังคม หากเกิดขึ้นแล้ว จะแก้ไขแบบหักล้างข้อมูลหรือโต้แย้งแบบพิสูจน์ถูก-ผิดได้ยากมาก หรือกล่าวได้ว่า ลำพังการสื่อสารองค์กร จะไม่สามารถทวนกระแสสังคมนั้นๆได้ (จะมีพื้นที่การสื่อสารที่เล็ก และจะเล็กลงไปเรื่อย หากกระสังคมนั้นรับในเรื่องนั้นๆ – เป็นวิถีของความสัมพันธ์กันแบบผกผัน)

ข้อสังเกต

การสื่อสารสาธารณะนี้ แท้ที่จริง ก็คือ การสื่อสารโดยสังคม เป็นส่วนที่สำคัญของการสะท้อนตามปทัสถานทางสังคมที่มีอยู่ การสื่อสารสาธารณะหรือการสื่อสารโดยสังคมด้านหนึ่ง เป็นพลังของการเคลื่อนไหว อีกด้านหนึ่ง ก็เป็นแรงต้านของการเคลื่อนไหวทางสังคม ขึ้นอยู่กับบริบทของเรื่องและสังคม นั้นๆ

