សៀវភៅជំនួយស្មារតីស្ដីពី ការប្រាស្រ័យទាក់ទង

គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ

គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ

សៀវភៅជំនួយស្មារតីស្តីពី
ការប្រាស្រ័យទាក់ទង

មាតិកា

- អារម្ភកថាដោយនាយកប្រតិបត្តិនៃលេខាធិការដ្ឋានគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ៧

ជំពូកទី១. ការប្រើប្រាស់សៀវភៅជំនួយស្មារតីស្តីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់ MRC

- ហេតុអ្វីចាំបាច់ត្រូវមានសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ? ៩
- តើសៀវភៅជំនួយស្មារតីមានគោលបំណងអ្វីខ្លះ? ៩
- តើសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះគួរប្រើប្រាស់សម្រាប់គោលបំណងអ្វី? ១០
- តើអ្នកណាខ្លះដែលគួរប្រើប្រាស់សៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ? ១១
- ដោយមានសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ តើពេលនេះខ្ញុំអាចចាត់ទុកខ្លួនឯងជាអ្នកជំនាញផ្នែកទំនាក់ទំនងបានដែរឬទេ? ១១

ជំពូកទី ២. ការបង្កើតយុទ្ធសាស្រ្តទំនាក់ទំនងដោយជោគជ័យ

- កំណត់គោលបំណង ១៣
- កំណត់ក្រុមគោលដៅ ១៥
- ការឯកភាពគ្នាលើសារដែលត្រូវផ្សព្វផ្សាយ ១៦
- យុទ្ធវិធី ១៧
- សារៈសំខាន់នៃការវាស់វែង ១៧
- ភាពទាន់ពេលវេលា និងការទទួលខុសត្រូវ ១៩

ជំពូកទី ៣. ការប្រើប្រាស់សារឱ្យបានត្រឹមត្រូវ

- តើសារគឺជាអ្វី? ២១
- តើសារល្អមួយត្រូវការអ្វីខ្លះ? ២១
- បង្កើតសារ ២៣
- សារៈសំខាន់នៃការរក្សាសង្គតិភាព និងការនិយាយឡើងវិញដដែលៗ ២៤
- ភស្តុតាង ២៦

ជំពូកទី ៤. ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ឥត - ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានបោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

- អ្វីទៅដែលហៅថាព័ត៌មាន? ២៨
- ថ្ងៃដែលមានតម្លៃព័ត៌មាន ៣០
- ការសរសេរសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន ៣១
- ករណីសិក្សា៖ និយាយអំពីរឿងជោគជ័យ ៣៧
- វិចារណកថា និងឱកាសផ្សព្វផ្សាយអត្ថបទផ្សេងៗ ៤០
- លិខិតផ្ញើទៅកាន់និពន្ធនាយក ៤៤
- ការសម្ភាសន៍តាមទូរស័ព្ទឬបទសម្ភាសន៍ផ្ទាល់ ៤៦
- ការសម្ភាសន៍ដែលគេផ្សព្វផ្សាយ ៥១
- ការសម្ភាសន៍ក្នុងវិទ្យុ ៥៤
- សន្និសីទសារព័ត៌មាន ៥៦
- វិធីផ្សេងៗក្នុងការទាក់ទងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ៥៨

ជំពូកទី ៥. ធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ៖អ្វីដែលគួរនិងមិនគួរធ្វើ

- អ្វីដែលអ្នកគួរធ្វើ ៦១
- អ្វីដែលអ្នកមិនគួរធ្វើ នៅពេលធ្វើការងារជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ៦២
- ស្ថានភាពប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបច្ចុប្បន្ន ៦៣

ជំពូកទី ៦. សិល្បៈនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ

- វិធានសំខាន់ៗសម្រាប់កម្មវិធីប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ ៦៧
- ដំណាក់កាលផ្សេងៗ -ធ្វើសវនកម្មភាពដែលងាយរងគ្រោះ ៦៨
- ការកំណត់ក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ ៦៩
- ការកំណត់ និងបណ្តុះបណ្តាលអ្នកនាំពាក្យ ៦៩
- ផ្តល់គន្លឹះចាំបាច់សម្រាប់អ្នកនាំពាក្យ ៧០
- ដំណើរការ និងនីតិវិធីកត់ត្រា ៧០
- រៀបចំផែនការឆ្លើយតប - គំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍ ៧១
- ប្រព័ន្ធផ្តល់ដំណឹងជាមុន សម្រាប់សាធារណជនទូទៅ ៧១
- បន្ទាប់ពីមានគំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍ - ការរៀបចំសារសម្រាប់គ្រាមានវិបត្តិ ៧២
- ការប្រមូលព័ត៌មានចារកម្ម ៧២
- ពិភាក្សាបន្ទាប់ពីបានអនុវត្ត និងការចងក្រងបទពិសោធន៍ ៧៤

ជំពូកទី ៧. បទដ្ឋានសកម្មភាព និងផលិតផលក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទង

- ដំបូន្មានទូទៅលើផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទង ៧៦
- ប័ណ្ណព័ត៌មាន និងសម្ភារបោះពុម្ពផ្សេងៗ ៧៨
- ប័ណ្ណព័ត៌មានអេឡិកត្រូនិក ៨០
- ការសរសេររបាយការណ៍ ៨១
- រូបថត ៨៤
- វីដេអូ ៨៦
- ការថតវីដេអូ ៨៧
- សៀវភៅណែនាំសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ / កញ្ចប់ឯកសារបណ្តុះបណ្តាល ៨៩
- ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗទៀត ៨៩
- បណ្តាញប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗ ៩០

ជំពូកទី ៨. ការនិយាយតាងនាមឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ៖ តើត្រូវនិយាយអ្វី?

- ការរៀបរចនាសម្ព័ន្ធបទបង្ហាញ/សុន្ទរកថា ៩៣
- គន្លឹះមួយចំនួនទៀតសម្រាប់ការប្រាស្រ័យទាក់ទង ៩៦
- ការប្រើប្រាស់ភាសា ៩៧
- សារៈសំខាន់នៃភាសាកាយវិការ និងសម្លេង ៩៨
- ការប្រើប្រាស់បទបង្ហាញ (PowerPoint) ១០០
- ការទទួលសំណួរ និងផ្តល់ចម្លើយ ១០២
- តួនាទីរបស់អ្នកសម្របសម្រួល ១០៤

ជំពូកទី ៩. ការភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធ

- ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយម្ចាស់ជំនួយ ១០៧
- ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ១០៩
- ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយរដ្ឋាភិបាល ១០៩
- ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសាធារណជន ១១០

ជំពូកទី ១០. ការផ្សព្វផ្សាយដល់សហគមន៍

- ការចងក្រងយុទ្ធសាស្រ្តអប់រំមូលដ្ឋានសម្រាប់សហគមន៍ ១១៤
- វិទ្យុសហគមន៍ ១១៥
- ការសម្តែងសិល្បៈ និងរោងល្ខោនចល័ត ១១៦
- ផ្ទាំងបដា កម្រងរូបថត និងរូបគំនូរ ១១៨
- កម្មវិធីក្នុងសហគមន៍ ១១៩

ជំពូកទី ១១. ការទាញប្រយោជន៍ពីបណ្តាញសង្គម

- ជើងឯកផ្នែកបណ្តាញសង្គម ១២១
- LinkedIn ១២២
- Facebook ១២៣
- Twitter ១២៤
- Blogs ១២៧
- ការកំណត់ប្រភេទបណ្តាញសង្គមដែលគួរប្រើ ១២៩

- សង្ខេប ១៣១

អារម្ភកថាដោយនាយកប្រតិបត្តិ

បច្ចុប្បន្ននេះ យើងកំពុងរស់នៅក្នុងបរិយាកាសដែលមានការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន ២៤ ម៉ោង ក្នុងមួយថ្ងៃ ៧ថ្ងៃក្នុងមួយសប្តាហ៍ ដែលក្នុងនោះ គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ (MRC) ត្រូវប្រជែងជាមួយនឹង ស្ថាប័នអង្គការជាច្រើនទៀត ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយទស្សនៈយល់ឃើញរបស់ខ្លួន សារ និងធ្វើការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយនឹងតួអង្គពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗ។

មិនថាយើងធ្វើការងារជាមួយរដ្ឋាភិបាល សង្គមស៊ីវិល វិស័យឯកជន អ្នកផ្តល់ជំនួយអន្តរជាតិ ឬអ្នកមានឥទ្ធិពលផ្សេងទៀតនោះទេ ប្រសិទ្ធភាពរបស់យើង ក្នុងនាមជាស្ថាប័នមួយពឹងអាស្រ័យខ្លាំងលើ ថាតើយើងអាចប្រាស្រ័យទាក់ទងបានល្អកម្រិតណា។

ដោយហេតុផលនេះហើយទើបសៀវភៅជំនួយស្មារតីស្តីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងនេះ មានសារៈសំខាន់យ៉ាងខ្លាំងចំពោះ MRC។ ជំនាញ និង ចំណេះដឹងដែលមានក្នុងសៀវភៅនេះនឹងធ្វើឱ្យយើងទាំងអស់គ្នា ក្នុងនាមជាស្ថាប័នមួយកាន់តែមានសមត្ថភាពខ្ពស់ជាងមុនក្នុងការរៀបចំរបៀបវារៈ ផ្សព្វផ្សាយចំណេះដឹងវិទ្យាសាស្រ្ត និងបច្ចេកទេស និងបំពេញតួនាទីជាស្ថាប័នធ្វើការទាក់ទងនឹងធនធានទឹកទន្លេលំដាប់ថ្នាក់ពិភពលោក ដើម្បីផ្តល់ផលប្រយោជន៍ដល់សមាជិកទាំងអស់របស់យើង។

ស្របពេលដែលមានការផ្លាស់ប្តូរជាច្រើនកើតមានឡើងក្នុងស្ថាប័ននេះ សៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះត្រូវបានរៀបចំឡើង ដើម្បីផ្តល់ឱ្យមន្ត្រីរបស់លេខាធិការដ្ឋាន និងមន្ត្រីរបស់គណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ (NMC) នូវទំនុកចិត្តកាន់តែខ្ពស់ជាងមុន ក្នុងការបំពេញការងារប្រាស្រ័យទាក់ទង ដែលជាការងារដ៏សំខាន់។

ខ្ញុំសូមស្វាគមន៍ចំពោះការរៀបចំសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះឡើង ហើយរំពឹងថាសៀវភៅនេះនឹងក្លាយជាឧបករណ៍ដ៏សំខាន់ សម្រាប់ប្រើប្រាស់ផ្ទៃក្នុងនៅពេលដែលយើងបន្តពង្រីក និងកែលំអសកម្មភាពប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់យើង ក្នុងតំបន់នេះ និងទូទាំងសកលលោក។

ខ្ញុំសូមអរគុណអង្គការ SIDA ធនាគារពិភពលោក និង GIZ ដែលបានសហការក្នុងការចងក្រងសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះឡើង៕

បណ្ឌិត Pham Tuan Phan
នាយកប្រតិបត្តិ

ជំពូកទី ១.

ការប្រើប្រាស់សៀវភៅជំនួយស្មារតីស្តីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់ MRC

- ហេតុអ្វីចាំបាច់ត្រូវមានសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ?
- តើសៀវភៅជំនួយស្មារតីមានគោលបំណងអ្វីខ្លះ?
- តើសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះគួរប្រើប្រាស់សម្រាប់គោលបំណងអ្វី?
- តើអ្នកណាខ្លះដែលគួរប្រើប្រាស់សៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ?
- ដោយមានសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ តើ ពេលនេះខ្ញុំអាចចាត់ទុកខ្លួនឯងជាអ្នកជំនាញផ្នែកទំនាក់ទំនងបានដែរឬទេ?

ហេតុអ្វីចាំបាច់ត្រូវមានសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ?

ក្នុងនាមជាស្ថាប័នអន្តរជាតិ ដែលធ្វើការងារផ្តោតលើការសម្របសម្រួលការងារក្នុងវិស័យជាច្រើន ប្រសិទ្ធភាពរបស់ MRC និង NMC ពឹងអាស្រ័យលើការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយដៃគូពាក់ព័ន្ធនានារបស់ខ្លួនដូចជារដ្ឋាភិបាលសង្គមស៊ីវិលនិងវិស័យឯកជនក្នុងប្រជាជាតិទន្លេមេគង្គក៏ដូចជាជាមួយអ្នកផ្តល់ជំនួយ និងអ្នកដែលមានឥទ្ធិពលសំខាន់ៗផ្សេងទៀត។

ប៉ុន្តែ គិតមកទល់នឹងពេលបច្ចុប្បន្ននេះ MRC និង NMC ទទួលបានលទ្ធផលចម្រុះ ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយពីសមិទ្ធផលដែលសម្រេចបាន និងគុណតម្លៃរបស់ខ្លួនទៅកាន់ក្រុមគោលដៅដែលស្ថិតនៅខាងក្រៅស្ថាប័នរបស់ខ្លួន។ លទ្ធផលគឺថា - បើធៀបជាមួយនឹងស្ថាប័នផ្សេងទៀត ដូចជា កម្មវិធីអភិវឌ្ឍន៍សហប្រជាជាតិ (UNDP) និងធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី (ADB) - ការស្គាល់ និងយល់ដឹងពី MRC ក្នុងតំបន់នេះនៅមានកម្រិតទាបនៅឡើយ។

ដោយសារហេតុផលនេះហើយ ទើបមានការរៀបចំសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះឡើង-ជាមួយនឹងក្តីសង្ឃឹមថាសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះនឹងក្លាយជាឧបករណ៍ដ៏សំខាន់ សម្រាប់ជួយដល់ MRC និង NMC ដើម្បីកែលំអរបៀបប្រាស្រ័យទាក់ទង និងផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានរបស់ខ្លួន ហើយតាមរយៈសៀវភៅជំនួយស្មារតីនឹងអាចឱ្យគេកាន់តែដឹងនិងស្គាល់MRCក្នុងតំបន់អាងទន្លេមេគង្គផង និងជាអន្តរជាតិផង។ កិច្ចការនេះ មានសារៈសំខាន់ណាស់ស្របពេលមានការធ្វើវិមជ្ឈការរបស់ MRC និងការកើនឡើងនូវទំនួលខុសត្រូវរបស់ NMC។

សៀវភៅជំនួយស្មារតីស្តីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទង៖គោលដៅសំខាន់ៗ

- ផ្សព្វផ្សាយចក្ខុវិស័យច្បាស់លាស់ និងសារនានាប្រកបដោយសង្គតិភាព
- រៀបចំសារ និងសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយនានាឱ្យមានលក្ខណៈស្តង់ដា
- កសាងសមត្ថភាព
- ត្រួតពិនិត្យគុណភាពផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទង
- ផ្តល់ការណែនាំដល់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ និងស្ថាប័នជាតិពាក់ព័ន្ធនានា អំពីគ្រប់សកម្មភាពប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងអស់

តើសៀវភៅជំនួយស្មារតីមានគោលបំណងអ្វីខ្លះ?

សៀវភៅជំនួយស្មារតីស្តីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងនេះបង្ហាញពី "របៀបធ្វើការងារ" ក្នុងទម្រង់ងាយស្រួលអនុវត្ត ដែលជួយ MRC NMC និងប្រទេសជាសមាជិក ក្នុងគ្រប់សកម្មភាពប្រាស្រ័យទាក់ទង និងអប់រំផ្សព្វផ្សាយការងាររបស់ខ្លួន។ សៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះត្រូវបានរៀបចំឡើងជាមួយនឹង គោលដៅ៖

- ផ្តល់លទ្ធភាពឱ្យ MRC NMC និងស្ថាប័នជាតិដែលពាក់ព័ន្ធ អាចផ្សព្វផ្សាយឱ្យបានច្បាស់លាស់ពីចក្ខុវិស័យរបស់ MRC និងសារនានាប្រកបដោយសង្គតិភាព ទៅកាន់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។
- សម្របសម្រួលការរៀបចំស្តង់ដាសម្រាប់សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយសារ និង សកម្មភាពចុះផ្សព្វផ្សាយនានា។

- ផ្តល់នូវឧបករណ៍សម្រាប់កសាងសមត្ថភាពអ្នកនាំពាក្យ នៅពេលពួកគេធ្វើការងារជាមួយតួអង្គពាក់ព័ន្ធ និងដៃគូសំខាន់ៗនានា។ទាំងអស់នេះ នឹងនាំឱ្យបុគ្គលិកកាន់តែមានភាពអង់អាចក្នុងការបំពេញភារកិច្ចរបស់ខ្លួន។
- ធានាឱ្យមានការត្រួតពិនិត្យគុណភាព និង គោរពទៅតាមស្តង់ដាខ្ពស់បំផុតសម្រាប់រាល់ផលិតផល ទាំងអស់ពាក់ព័ន្ធនឹងការងារប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់ MRC។
- ផ្តល់ការណែនាំដល់ MRC NMC និងស្ថាប័នជាតិពាក់ព័ន្ធអំពីសកម្មភាពផ្សេងៗពាក់ព័ន្ធ នឹងការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយនឹងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយចម្រុះរាប់ពីយុទ្ធនានា តាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមការរៀបចំព្រឹត្តិការណ៍នានារហូតដល់សកម្មភាពផ្សេងទៀត។ ជាមួយនឹងវិសាលភាពដូចលើកឡើងខាងលើ សៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះសំខាន់ៗ លើសពីការធ្វើការងារជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។

ជារួម សៀវភៅជំនួយស្មារតីស្តីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងនេះនឹងជួយ MRC ក្នុងការអនុវត្តយុទ្ធសាស្ត្រ និងសម្រេចគោលដៅនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់ខ្លួន នោះគឺការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានអំពី “ MRC ជា

ស្ថាប័នធ្វើការដើម្បីរក្សានិរន្តភាពអាងទន្លេលំដាប់ពិភពលោកមួយ ដែលផ្តល់សេវាដល់ប្រជាពលរដ្ឋ នៃរដ្ឋជាសមាជិកក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ធនធានទឹកក្នុងអាងទន្លេមេគង្គប្រកបដោយចីរភាព សំដៅកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ ហើយក្នុងពេលជាមួយគ្នា នៅតែអាចធានាបាននូវធនធានបរិស្ថានសំខាន់ៗ”។

សៀវភៅជំនួយស្មារតីក៏នឹងជួយឱ្យ MRC បំពេញតួនាទីចំនួនពីរ ពាក់ព័ន្ធនឹងការប្រាស្រ័យទាក់ទង៖ i) ជាវេទិកាមួយ សម្រាប់ឱ្យប្រទេសជាសមាជិកទាំង ៤ អាចធ្វើការសន្ទនា និងសហការគ្នាកាន់តែប្រសើរ ដើម្បីការអភិវឌ្ឍន៍ប្រកបដោយចីរភាពក្នុងតំបន់អាងទន្លេនេះ និង ii) ជាមជ្ឈមណ្ឌលប្រមូលផ្តុំចំណេះដឹងអំពីបញ្ហាដែលកើតមានក្នុងតំបន់អាងទន្លេ ដោយផ្តល់ព័ត៌មាន/ចំណេះដឹងបច្ចេកទេសមិនលំអៀង ដល់អ្នកតាក់តែងគោលនយោបាយក្នុងតំបន់ ដើម្បីឱ្យពួកគេអាចធ្វើការសម្រេចចិត្តផ្អែកតាមព័ត៌មានត្រឹមត្រូវអំពីការគ្រប់គ្រង និងការអភិវឌ្ឍន៍តំបន់អាងទន្លេនេះ។

តើសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះគួរប្រើប្រាស់ សម្រាប់គោលបំណងអ្វី?

MRC គឺជាស្ថាប័នធ្វើការដើម្បីរក្សានិរន្តភាពអាងទន្លេអាងទន្លេលំដាប់ពិភពលោក ដែលមានជំនាញបច្ចេកទេស និងវិទ្យាសាស្ត្រ និងមានតួនាទីផ្តល់ធាតុចូលសំខាន់ៗ សម្រាប់ការតាក់តែងគោលនយោបាយក្នុងតំបន់មេគង្គ។ បញ្ហា គឺនៅត្រង់ថា មិនមែនគ្រប់គ្នាដែលនៅក្រៅស្ថាប័ននេះ មានការយល់ឃើញបែបនេះ និងមានការយល់ដឹងដូចគ្នាឡើយ។សៀវភៅជំនួយស្មារតី មានគោលបំណងកែតម្រូវបញ្ហានេះ និងធានា យ៉ាងណាឱ្យសារនានារបស់ MRC ត្រូវបានគេឮ និងយល់ជ្រួតជ្រាបច្បាស់លាស់ទាំងនៅក្នុង និងក្រៅស្ថាប័ន។

ដើម្បីសម្រេចគោលដៅនេះ សៀវភៅជំនួយស្មារតីត្រូវបានរៀបចំឡើង ជាឧបករណ៍ដ៏សំខាន់មួយ ដែលអ្នកធ្វើការងារប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយមនុស្សនៅខាងក្រៅស្ថាប័ននេះ ឬសូម្បីតែជាមួយអ្នកដែលស្ថិតក្នុង MRC អាចយកទៅប្រើប្រាស់បាន។ មិនថាជាការសរសេរសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន ការធ្វើបទបង្ហាញក្នុងសន្និសីទណាមួយ ការសរសេររបាយការណ៍ ការសរសេរព័ត៌មានបង្ហោះលើFacebook ឬការចូលរួមក្នុងកិច្ចប្រជុំជាមួយអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលនោះទេ សៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះនឹងផ្តល់ព័ត៌មានដ៏មានតម្លៃបំផុតដើម្បីជួយមន្ត្រី MRC អនុវត្តសកម្មភាពប្រចាំថ្ងៃរបស់ខ្លួន។

តើអ្នកណាខ្លះ ដែលគួរប្រើប្រាស់សៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ?

អ្នកដែលធ្វើការងារពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹង MRC រួមទាំងក្រុមការងារផ្នែកប្រាស្រ័យទាក់ទងថ្នាក់ដឹកនាំ ជាន់ខ្ពស់ អ្នកជំនាញបច្ចេកទេស NMC និងប្រទេសជាសមាជិក។

ជាការពិតមិនមែនគ្រប់ផ្នែកទាំងអស់សុទ្ធតែធ្វើការងារពាក់ព័ន្ធនឹង
តួនាទីទាំងនេះ (ពោលគឺមិនមែន គ្រប់គ្នាជាអ្នកសរសេរសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន ឬនិយាយទៅកាន់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឡើយ) ប៉ុន្តែ ផ្នែកខ្លះក្នុងសៀវភៅនេះ គឺពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹងគ្រប់គ្នា។សៀវភៅជំនួយស្មារតីមានគោលបំណង
បំពេញនាទីជាឯកសារយោងងាយស្រួលប្រើប្រាស់ ដែលគេអាចបើកមើល នៅពេលដែលចាំបាច់។ សៀវភៅនេះក៏នឹងរក្សាទុកនូវ ចំណេះដឹង និងមូលដ្ឋានសម្រាប់ការងារប្រាស្រ័យទាក់ទងខណៈពេលដែលបុគ្គលិករបស់ MRC និង NMC មួយចំនួនបានចាកចេញ និងខ្លះទៀតទើបចូលថ្មី។

ដោយមានសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះតើពេលនេះ ខ្ញុំអាចចាត់ទុកខ្លួនឯងជាអ្នកជំនាញផ្នែកទំនាក់ទំនងបានដែរឬទេ?

ចម្លើយតបទៅនឹងសំណួរខាងលើគឺ មិនអាចទេ។ខណៈពេលដែលសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះត្រូវបានរៀបចំឡើងជាឧបករណ៍សម្រាប់បណ្តុះបណ្តាល និងកសាងសមត្ថភាព និងផ្តល់ដំបូន្មានដ៏មានតម្លៃអំពីការងារប្រាស្រ័យទាក់ទង សៀវភៅជំនួយស្មារតីមិនធ្វើការងារគ្រប់ទាំងអស់ឡើយ។ គួរមានការរៀបចំការបណ្តុះបណ្តាលផ្ទាល់ ជាការបំពាក់បំប៉នបន្ថែមលើផ្នែកមួយចំនួន ដូចជា ជំនាញធ្វើបទបង្ហាញ និងការសម្ភាសជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដោយត្រូវបញ្ចូលការអនុវត្តជាក់ស្តែង ដែលអ្នកចូលរួមអាចមានឱកាសហ្វឹកហាត់ជំនាញទាំងនេះ។ ការអនុវត្ត គឺជាគន្លឹះសំខាន់ ដូចដែលនឹងត្រូវលើកឡើង ក្នុងសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះទាំងមូល!

ចំណុចសំខាន់ដែលគួរគូសបញ្ជាក់ផងដែរនោះគឺថា ក្នុងនាមជាស្ថាប័នមួយ MRC ជានិច្ចកាលតែងចេញការណែនាំជាបន្តបន្ទាប់អំពីសកម្មភាពប្រាស្រ័យទាក់ទង។ ចាំបាច់ត្រូវមានការចងចាំពីការណែនាំទាំងនេះ នៅពេលប្រើប្រាស់សៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ។ ក្រុមការងារប្រាស្រ័យទាក់ទង អាចផ្តល់ដំបូន្មានបន្ថែមពាក់ព័ន្ធនឹងចំណុចនេះ។ជាទូទៅ ចាំបាច់ត្រូវមានការរៀបចំដំណើរការផ្ទៃក្នុងរបស់ MRC ដូចជាតើអ្នកណាដែលគួរធ្វើការប្រាស្រ័យទាក់ទង និងប្រាស្រ័យទាក់ទងទៅកាន់អ្នកណា ហើយសង្ឃឹមថានៅដំណាក់កាលណាមួយ ចំណុចនេះនឹងត្រូវបញ្ចូលទៅក្នុងសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ។

ការប្រាស្រ័យទាក់ទងទាក់ទងណាក៏ដោយ មិនអាចទទួលបានជោគជ័យពេញលេញឡើយលុះត្រាតែមានយុទ្ធសាស្ត្រត្រឹមត្រូវ។ ដូច្នេះ ការរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្របែបនេះ គឺជាផ្នែកទីមួយ ដែលសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះយកមកបរិយាយ និងជាអ្វីដែល MRC និង NMC នឹងផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់ ក្នុងគ្រប់សកម្មភាពទាំងអស់របស់ខ្លួន ជាពិសេសក្នុងទំនាក់ទំនងជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងសារៈសំខាន់នៃការអនុវត្តគោលនយោបាយស្តីពីទំនាក់ទំនងជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដើម្បីបញ្ជូនសារដែលមានលក្ខណៈស៊ីសង្វាក់ និងប្រទាក់ក្រឡាជាមួយគ្នា។

ជំពូកទី ២.

ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រស្ដីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងដោយជោគជ័យ

មិនថាវាជាការផ្សព្វផ្សាយពីការស្រាវជ្រាវបច្ចេកទេសដ៏សំខាន់អ្វីមួយ ការផ្សព្វផ្សាយលទ្ធផលពីសិក្ខាសាលា ឬជាការផ្លាស់ប្ដូរគោលនយោបាយដ៏សំខាន់អ្វីមួយក្នុងក្របខ័ណ្ឌ MRC នោះទេ គ្រប់ពេលដែល MRC ចង់ផ្សព្វផ្សាយសារអ្វីមួយទៅពិភពខាងក្រៅ (ឬក្នុងក្របខ័ណ្ឌ MRC) គួរមានការ រៀបចំជាយុទ្ធសាស្ត្រស្ដីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទង សម្រាប់អនុវត្តពាក់ព័ន្ធនឹងការងារនេះ។

ជាការពិត យុទ្ធសាស្ត្រស្ដីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងនីមួយៗនឹងមានលក្ខណៈផ្សេងៗគ្នា និងមានគោលបំណងនិងក្រុមគោលដៅខុសៗគ្នា។ ប៉ុន្តែទោះបីជាបែបនេះក៏ដោយ យុទ្ធសាស្ត្រស្ដីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលល្អត្រូវមានមូលដ្ឋានគ្រឹះសំខាន់ៗ ដូចខាងក្រោម។

- កំណត់គោលបំណង
- កំណត់ក្រុមគោលដៅ
- ការឯកភាពគ្នាលើសារដែលត្រូវផ្សព្វផ្សាយ
- យុទ្ធវិធី
- សារៈសំខាន់នៃការវាស់វែង
- ភាពទាន់ពេលវេលា និងការទទួលខុសត្រូវ

កំណត់គោលបំណង

តើគេចង់សម្រេចបានគោលបំណងអ្វី? តើអ្នកណាខ្លះជាក្រុមគោលដៅ? តើគេធ្វើដូចម្ដេច ទើបដឹងថាគោលដៅដែលបានកំណត់ អាចសម្រេចបានជោគជ័យ?

យុទ្ធសាស្ត្រស្ដីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងមួយ អាចសម្រេចជោគជ័យទៅបាន (និងមានភាពច្បាស់លាស់ថាពិតជាបានទទួលជោគជ័យ) ប្រសិនបើមានការកំណត់គោលដៅច្បាស់លាស់។ ហេតុអ្វីបានជាគេធ្វើសកម្មភាពប្រាស្រ័យទាក់ទង និងតើគេសង្ឃឹមថានឹងសម្រេចបានអ្វីខ្លះ? ស្ដាប់ទៅវាហាក់បីដូចជាសំណួរសាមញ្ញ ប៉ុន្តែមានសកម្មភាពប្រាស្រ័យទាក់ទងជាច្រើន ដែលគេមិនដឹងថាចង់សម្រេចអ្វីពីដំបូងទីទៅ ដែលនាំឱ្យមានការខ្ជះខ្ជាយពេលវេលា និងប្រាក់កាសជាច្រើន។

ឧទាហរណ៍ ជាធម្មតា គោលបំណងនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទង របស់ MRC គឺពាក់ព័ន្ធនឹងការសហការឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពជាមួយដៃគូពាក់ព័ន្ធនានា ការបង្ហាញពីជោគជ័យនៃការងាររបស់ MRC ការធានាយ៉ាងណាឱ្យគេយល់ពីអ្វីដែលគេកំពុងធ្វើ ការមានឥទ្ធិពលលើគោលនយោបាយសម្រាប់តំបន់អាងទន្លេនេះ និងការផ្ដួចផ្ដើមឱ្យមានការផ្លាស់ប្ដូរឥរិយាបថអ្វីមួយ។ នៅពេលរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រស្ដីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទង ជាការចាំបាច់ណាស់ ដែលត្រូវកំណត់ពីគោលបំណងឱ្យបានច្បាស់លាស់។

ការរចនាយុទ្ធសាស្ត្រទំនាក់ទំនង

1. កំណត់គោលបំណង
2. កំណត់ក្រុមគោលដៅ
3. ឯកភាពលើសារដែលត្រូវផ្សព្វផ្សាយ
4. សម្រេចចិត្តពីយុទ្ធវិធីដែលត្រូវប្រើប្រាស់
5. ឯកភាពលើរបៀបវាស់វែង
6. កំណត់ពីក្របខ័ណ្ឌពេលវេលា និងការទទួលខុសត្រូវ

ភាពជាក់លាក់

ធ្វើយ៉ាងណាកុំឱ្យគោលបំណងមានលក្ខណៈទូទៅពេក។ប្រសិនបើគោលបំណងមានលក្ខណៈទូទៅពេក ដូចជា - "បង្កើនការយល់ដឹងអំពីបញ្ហាធនធានទឹក ក្នុងទន្លេមេគង្គ ឬ ផ្សព្វផ្សាយលទ្ធផលពីសិក្ខាសាលា" ជាដើម គេនឹងមានការពិបាកក្នុងការវាស់វែង ឬពិបាកយល់ពីគោលបំណងនោះជាមិនខាន។ ដូច្នេះ ត្រូវបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់ពីអ្វីដែលគួរសម្រេចឱ្យបាន និងពីឥរិយាបថ ឬគោលនយោបាយ ដែលកម្មវិធីនេះចង់ផ្លាស់ប្ដូរ។

ភាពអាចវាស់វែងបាន

ត្រូវមានការបញ្ជាក់ពីគោលបំណងឱ្យបានច្បាស់លាស់ និងអាចវាស់វែងបាន។ ត្រូវសួរសំណួរ ដូចជា - តើមានទស្សនៈយល់ឃើញ ឬឥរិយាបថអ្វីខ្លះ ដែលខ្ញុំចង់ធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ? ឧទាហរណ៍ តើគោលបំណងគឺចង់ឱ្យមានការកែលំអគោលនយោបាយសាធារណៈស្តីពីការរៀបចំផែនការសម្រាប់ទន្លេ ឬបង្កើនការផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើការធ្វើនាវាចរណ៍ ក្នុងទន្លេមេគង្គឬ? តើគោលបំណងជាការបង្កើនចំណេះដឹងអំពី បញ្ហាអ្វីមួយ ដូចជា ការគ្រប់គ្រងទឹកជំនន់ ឬការកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ និងការបង្កើនគុណភាពនៃជីវិតរបស់ប្រជាពលរដ្ឋឬ? នៅពេលដែលគោលបំណងកាន់តែមានភាពជាក់លាក់ នោះគេនឹងកាន់តែងាយស្រួលធ្វើការវាស់វែង។

ការជ្រើសរើសដំណោះស្រាយសមស្រប

ធ្វើការវិភាគស្ថានភាព ឧបករណ៍ដ៏មានតម្លៃមួយទៀតនៅដំណាក់កាលនេះ គឺការវិភាគ SWOT ដែលគេត្រូវពិនិត្យលើចំណុចខ្លាំង ចំណុចខ្សោយ ឱកាស និងការគំរាមកំហែង (SWOT)។ ការវិភាគនេះនឹងជួយផ្តល់ព័ត៌មាន ដើម្បីរៀបចំគោលបំណងឱ្យបានកាន់តែជាក់លាក់។ឧទាហរណ៍ តើគេអាចបម្លែងការគំរាមកំហែង ឱ្យក្លាយជាឱកាស យ៉ាងដូចម្តេច? តើគេអាចទាញប្រយោជន៍ពីចំណុចខ្លាំងរបស់ MRC យ៉ាងដូចម្តេច? តារាងខាងក្រោមបង្ហាញពីឧទាហរណ៍អំពីការវិភាគ SWOT ដែលធ្វើឡើងសម្រាប់ MRC ។

វិភាគ SWOT

ចំណុចខ្លាំង
- ការប្តេជ្ញាចិត្តសហការគ្នារវាងប្រទេសជាសមាជិក
- ចំណេះដឹងបច្ចេកទេស

ចំណុចខ្សោយ
- ការជម្រុញឱ្យមានការចូលរួមពីដៃគូពាក់ព័ន្ធនានា មិនសូវធ្វើបានញឹកញាប់
- ការជម្រុញឱ្យមានការចូលរួម ត្រូវបានកំហិតត្រឹមតែ ប្រទេសជាសមាជិក និងអ្នកផ្តល់ជំនួយ

ឱកាស
- រចនាសម្ព័ន្ធថ្មី និងការធ្វើវិមជ្ឈការ
- ការពង្រីកតួនាទីរបស់ NMC

ការគំរាមកំហែង
- ការយល់ច្រឡំពីខាងក្រៅ
- ភាពងាយរងគ្រោះ ដោយសារយោបល់អវិជ្ជមាន ដែលលើកឡើងដោយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និង សង្គមស៊ីវិល
- ការនយោបាយរបស់អ្នកផ្តល់ជំនួយ

* ឧទាហរណ៍ដែលបង្ហាញពីការវិភាគ SWOT

កំណត់ក្រុមគោលដៅ

ការកំណត់ពីក្រុមគោលដៅ ដែលអ្នកចង់ប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយ មានសារៈសំខាន់ណាស់ ។បន្ទាប់មក អ្នកអាចរៀបចំសារប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់អ្នកទៅតាមនោះ។ ជាការសំខាន់ណាស់ ដែលសារដែលអ្នកផ្សព្វផ្សាយ ត្រូវតែពាក់ព័ន្ធនឹងក្រុមគោលដៅ ដែលជាអ្នកទទួលសារទាំងនោះ។

MRC NMC និងប្រទេសជាសមាជិក មានក្រុមគោលដៅផ្សេងៗគ្នាជាច្រើន ដែលពួកគេត្រូវប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយ ដែលក្រុមគោលដៅទាំងនោះមានលក្ខណៈ ប្រជាសាស្ត្រ និងតម្រូវការខុសៗគ្នា។ ក្រុមគោលដៅទាំងនេះ រួមមាន រដ្ឋាភិបាលនៃប្រទេសជាសមាជិក អ្នកផ្តល់ជំនួយ សហគមន៍មូលដ្ឋាន វិស័យឯកជន និងអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល។ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយនឹងក្រុមគោលដៅទាំងនេះ ត្រូវធ្វើឡើង តាមរយៈវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗគ្នា និងប្រើប្រាស់សារខុសៗគ្នា។

គោលបំណងដែលច្បាស់លាស់	គោលបំណងដែលមិនច្បាស់លាស់
■ ខ្ញុំចង់បង្កើនមុខមាត់របស់ MRC ក្នុងនាមជាស្ថាប័ននាំមុខគេផ្នែកការគ្រប់គ្រងធនធានទឹកចម្រុះ តាមរយៈការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព្រឹត្តិការណ៍ឧស្សាហកម្ម និងមធ្យោបាយទាក់ទងផ្សេងទៀត។ ■ ខ្ញុំចង់ធ្វើការផ្លាស់ប្តូររបៀបដែល ប្រជាពលរដ្ឋ ក្នុងភូមិនៅភាគខាងជើងប្រទេសថៃទទួលបានព័ត៌មានអំពីទឹកជំនន់។ ■ ខ្ញុំចង់ឱ្យនាយកប្រតិបត្តិថ្មីរបស់យើង និង NMC ក្លាយជាអ្នកដឹកនាំផ្នែកចំណេះដឹងអំពីបញ្ហាទន្លេ តាមរយៈការធ្វើបទបង្ហាញក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ដែលរៀបចំដោយរដ្ឋាភិបាល និង តាមរយៈអត្ថបទវិចារណកថា ដែលផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈសារព័ត៌មានក្នុងស្រុក។	■ ខ្ញុំចង់បង្កើនការយល់ដឹងជាទូទៅអំពី MRC។ ■ ខ្ញុំចង់ផ្សព្វផ្សាយលទ្ធផលពីសិក្ខាសាលាចុងក្រោយរបស់យើង។ ■ ខ្ញុំចង់ឱ្យគេស្គាល់ MRC ជាសាធារណៈកាន់តែច្បាស់ជាងមុន។

លើសពីនេះ ការយល់ដឹងពីភាសាដែលក្រុមគោលដៅនិយាយច្រើនជាងគេ ក៏មានសារៈសំខាន់ផងដែរ នៅពេលរៀបចំយុទ្ធវិធី សម្រាប់យុទ្ធនាការប្រាស្រ័យទាក់ទង។

ស្របពេលដែល MRC កំពុងបង្កើនចំនួនបុគ្គលិកមកពីប្រទេសជាសមាជិក រួមនឹងការធ្វើវិមជ្ឈការ ការទទួលខុសត្រូវជាច្រើនដល់ NMC វាទំនងជានឹងមានការបកប្រែគន្លឹះសម្រាប់ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាច្រើន ជាភាសាខ្មែរ ឡាវ ថៃ និងវៀតណាម។

ការឯកភាពគ្នាលើសារដែលត្រូវផ្សព្វផ្សាយ

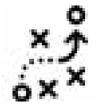
ធាតុផ្សំទី ៣ នៃយុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទង គឺការបញ្ជូនគំនិតមួយចំនួនដែលច្បាស់លាស់ខ្លឹម និងធ្វើឱ្យអ្នកទទួលនៅតែចងចាំពីគំនិតនេះ - ដែលគេហៅថា សារ។ សារៈសំខាន់នៃការបញ្ជូនសារនឹងត្រូវរៀបរាប់លំអិតបន្ថែមទៀត ក្នុងផ្នែកទី ៣។ ផែនការប្រាស្រ័យទាក់ទងណាក៏ដោយ មិនអាចទទួលបានជោគជ័យឱ្យបានពេញលេញឡើយ ប្រសិនបើពុំមានសារដែលរៀបចំបានល្អ និងអាចទាក់ទាញការយកចិត្តទុកដាក់នោះ។

ចំណុចសំខាន់មួយពាក់ព័ន្ធនឹង MRC គឺថា សារ និងឯកសារសម្ភារសម្រាប់អប់រំផ្សព្វផ្សាយដល់ក្រុមគោលដៅខាងក្រៅ ចាំបាច់ត្រូវកំណត់ឱ្យបានច្បាស់ ដូចជា ថាតើ MRC និង NMC ជាអ្នកណា និងថាតើស្ថាប័នទាំងនេះធ្វើការអ្វីខ្លះ។ ជារឿយៗ កន្លងមក មានការផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើពេល ដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គត្រូវបានបង្កើតឡើង បង្កើតឡើងដោយរបៀបណា និងដោយអ្នកណា ដោយពុំមានបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់ថាតើ MRC ជាស្ថាប័នអ្វី និងធ្វើការងារអ្វីខ្លះឡើយ។ ព័ត៌មានលំអិតបន្ថែមអំពីរបៀបរៀបចំសារជាក់លាក់ មានបង្ហាញក្នុងជំពូកទី ៣។

ក្រុមគោលដៅសំខាន់ៗ សម្រាប់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និង គណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ

- ស្ថាប័នរដ្ឋាភិបាល និងអ្នកធ្វើសេចក្តីសម្រេចចិត្ត
- មន្ត្រីដែលត្រូវបានជ្រើសតាំងតាមរយៈការបោះឆ្នោត នៅកម្រិតផ្សេងៗ
- ដៃគូសន្ទនា
- ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ និងស្ថាប័ននៅថ្នាក់តំបន់
- សាធារណជនទូទៅ (នៅតាមមូលដ្ឋាន ថ្នាក់តំបន់ និងថ្នាក់អន្តរជាតិ)
- ក្រុមដែលរងផលប៉ះពាល់ ក្រុមសហគមន៍
- សង្គមស៊ីវិល/អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល
- វិស័យឯកជន
- ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ
- យុវជន
- សហគមន៍វិទ្យាសាស្ត្រ និងសហគមន៍សិក្សាស្រាវជ្រាវ
- ក្រុមគោលដៅខាងក្នុងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ

យុទ្ធវិធី



ជំហានបន្ទាប់ សម្រាប់រៀបចំយុទ្ធសាស្ត្រស្តីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទង គឺត្រូវផ្តោតលើយុទ្ធវិធីដែលសំដៅលើសកម្មភាព ដែលត្រូវធ្វើ ដើម្បីសម្រេចគោលបំណងទាំងនេះ។ តើអ្នកធ្វើយ៉ាងដូចម្តេចដើម្បី ផ្សព្វផ្សាយសារឱ្យបានដល់ក្រុមគោលដៅរបស់អ្នក? តើអ្នកនឹងធ្វើសកម្មភាពអ្វីខ្លះ ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយសាររបស់អ្នក និងសម្រេចគោលបំណងរបស់អ្នក?

ខ្លឹមសារភាគច្រើននៃសៀវភៅជំនួយស្មារតីស្តីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងនេះ នឹងផ្តោតលើយុទ្ធវិធីផ្សេងៗដែលគេអាចអនុវត្ត ជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីប្រាស្រ័យទាក់ទង - រាប់ទាំងការទំនាក់ទំនងជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ តាមរយៈបណ្តាញសង្គម និងការប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្ទាល់នៅមូលដ្ឋាន។

ចំណុចសំខាន់ ដែលត្រូវគូសបញ្ជាក់គឺថា កម្មវិធីប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលពិតជាទទួលបានជោគជ័យ និងសម្រេចបានលទ្ធផលកម្រិតខ្ពស់ ច្រើនតែប្រើប្រាស់វិធីសាស្ត្រប្រាស្រ័យទាក់ទងច្រើនយ៉ាង ដោយប្រើប្រាស់មធ្យោបាយជាច្រើនផ្សេងៗរួមបញ្ចូលគ្នា។ តាមរយៈការធ្វើបែបនេះ គេអាចផ្សព្វផ្សាយដល់ក្រុមគោលដៅ តាមច្រើនបែប ច្រើនយ៉ាង។ ចំណុចសំខាន់ផងដែរ គឺអ្នកត្រូវគិតពីក្រុមគោលដៅរបស់អ្នកនៅគ្រប់ពេលទាំងអស់ នៅពេលដែលអ្នកជ្រើសរើសយុទ្ធវិធីរបស់អ្នក ហើយអ្នកត្រូវសួរខ្លួនឯងថាតើមធ្យោបាយប្រាស្រ័យទាក់ទងនីមួយៗទំនងជានឹងមានឥទ្ធិពលធំកម្រិតណា។ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើអ្នកផ្តោតលើសហគមន៍មូលដ្ឋាន ដែលមានលទ្ធភាពតិចតួចក្នុងការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិត នោះបណ្តាញសង្គមមិនទំនងជាមានប្រសិទ្ធភាពខ្ពស់ជាមួយពួកគេឡើយ។

សារៈសំខាន់នៃការវាស់វែង

គេមិនអាចដឹងថាតើកម្មវិធីប្រាស្រ័យទាក់ទងមួយទទួលបានជោគជ័យ ឬអត់នោះទេ លុះត្រាតែមានការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់នូវយន្តការសម្រាប់វាស់វែង។ តាមរយៈការធ្វើបែបនេះ គេអាចដឹងថាតើអ្វីខ្លះដំណើរការបានល្អ អ្វីខ្លះដំណើរការទៅមិនបានត្រឹមត្រូវ និងអ្វីខ្លះដែលអាចកែលំអបន្ថែមទៀត នាពេលអនាគត។ របៀបវាស់វែងធម្មតា អាចមាន ដូចជា៖

វិភាគលើវិសាលភាពនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

ការវិភាគលើវិសាលភាពនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងថាតើមានការផ្សព្វផ្សាយសារគន្លឹះញឹកញាប់កម្រិតណា។ នេះតម្រូវឱ្យមានសេវាពិនិត្យតាមដានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមួយដែលល្អ។ ចំណុចសំខាន់គឺគេមិនត្រូវច្រឡំបរិមាណ ជាមួយគុណភាពឡើយ។ សូមធ្វើការកំណត់ថាតើវិសាលភាពនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ គរបស់អ្នក ឆ្លុះបញ្ចាំងពីសារដែលអ្នកព្យាយាមផ្សព្វផ្សាយ និងថាតើការផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងដូចម្តេចដែលមានលក្ខណៈវិជ្ជមាន និងការផ្សព្វផ្សាយយ៉ាងដូចម្តេចដែលមានលក្ខណៈអព្យាក្រិត។អ្នកក៏ចាំបាច់ត្រូវវាយតម្លៃឯកសារបោះពុម្ពផ្សាយ ចំនួនអ្នកអាន និងក្រុមគោលដៅជាក់លាក់ ដែលអ្នកផ្សព្វផ្សាយសារដល់ផងដែរ។ ទម្រង់ខាងក្រោមបង្ហាញពីរបៀបដាក់ពិន្ទុឱ្យការគ្របដណ្តប់នៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។

ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រទំនាក់ទំនងដោយជោគជ័យ

ការអង្កេត

ការអង្កេតលើសហគមន៍ជាក់លាក់ និងការអង្កេតដើម្បីឱ្យដឹងថាតើពួកគេបានផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបថបន្ទាប់ពីមានការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយពួកគេរួចដែរឬទេ។ការអង្កេតបែបនេះអាចធ្វើឡើងដោយចុះសាកសួរផ្ទាល់ ឬសាកសួរតាមរយៈទូរស័ព្ទ ឬអាចតាមរយៈក្រុមហ៊ុនដែលធ្វើការអង្កេតតាមអ៊ីនធឺណិត ដូចជា SurveyMonkey ជាដើម។ ធានាយ៉ាងណាឱ្យមានការពិចារណាធ្វើការអង្កេតដោយប្រើប្រាស់ភាសាអ្នកមូលដ្ឋាន។ NMC អាចមានតួនាទីសំខាន់ ពាក់ព័ន្ធនឹងចំណុចនេះ។

បណ្តាញសង្គម

ចំនួនមនុស្ស ដែលតាមដានព័ត៌មានអំពីគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គតាម Facebook ឬ Twitter បន្ទាប់ពីមានយុទ្ធនាការប្រាស្រ័យទាក់ទងរួចមក។ អ្នកក៏អាចវាយតម្លៃការពិភាក្សា តាមបណ្តាញសង្គមផងដែរ។ តើមនុស្សមាននិន្នាការវិជ្ជមានកម្រិតណាចំពោះ MRC? គេអាចធ្វើការវិភាគស្រដៀងគ្នានេះ ដូចគ្នានឹងការវិភាគដែលគេធ្វើចំពោះការគ្របដណ្តប់នៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដូច្នោះដែរ។

ការវិភាគព័ត៌មានគេហទំព័រ

ការវិភាគព័ត៌មានគេហទំព័រ ដែលបង្ហាញពីអ្នកដែលបានចូលមើលគេហទំព័ររបស់ MRC ដើម្បីដោនឡូតរបាយការណ៍អ្វីមួយ។ គេក៏អាចវាស់វែងតួលេខដែលបង្ហាញពីការចែកចាយ និងការលក់ឯកសារបោះពុម្ពផ្សាយអំពីការស្រាវជ្រាវ ដើម្បីវិនិច្ឆ័យដឹងពីប្រសិទ្ធភាពនៃការប្រកាសផ្សព្វផ្សាយការស្រាវជ្រាវអ្វីមួយ។ គេក៏អាចពិចារណាប្រើប្រាស់ឧបករណ៍វិភាគមួយចំនួន ដូចជា Google Analytics ផងដែរ។

ក្រុមគោលដៅ

ការពិភាក្សាក្រុមគោលដៅ ឬការសម្ភាសស៊ីជម្រៅ អាចវាស់វែងការយល់ឃើញចំពោះ MRC និងពីការផ្លាស់ប្តូររបស់ MRC បន្ទាប់ពីមានការប្រាស្រ័យទាក់ទងរួច។

ជំនួយស្មារតី

វាស់វែងវិសាលភាពគ្របដណ្តប់នៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដែលប្រើប្រាស់ដោយ MRC និង NMC

+២៖ **វិជ្ជមានខ្លាំង** ចំណាងជើងវិជ្ជមាន ការលើកឡើងជាវិជ្ជមានពី MRC ពុំមានការលើកឡើងដែលអវិជ្ជមានឡើយ

+១៖ **វិជ្ជមាន** ចំណាងជើងវិជ្ជមាន ការលើកឡើងជាវិជ្ជមានពី MRC ពុំមានការលើកឡើងដែលអវិជ្ជមានឡើយ

0៖ **អព្យាក្រិត** មានការលើកឡើងពី MRC ពុំមានការលើកឡើងអវិជ្ជមាន ឬវិជ្ជមានឡើយ

-១៖ **អវិជ្ជមាន** ចំណាងជើងអវិជ្ជមាន ការរិះគន់ MRC មានបញ្ចូលការផ្តល់យោបល់របស់ MRC

-២៖ អវិជ្ជមានខ្លាំង ចំណាងជើងអវិជ្ជមាន ការរិះគន់ទាំងស្រុងលើ MRC ពុំមានបញ្ចូលការផ្តល់យោបល់របស់ MRC

ភាពទាន់ពេលវេលា និងការទទួលខុសត្រូវ

ចុងក្រោយ ដើម្បីឱ្យកម្មវិធីប្រាស្រ័យទាក់ទងមួយទទួលបានជោគជ័យ កម្មវិធីនេះត្រូវតែមានក្របខ័ណ្ឌពេលវេលាឱ្យបានច្បាស់លាស់ ដោយមានការកំណត់ថាតើពេលណាដែលសកម្មភាពនីមួយៗនឹងត្រូវកើតឡើង អ្នកណាជាអ្នកទទួលខុសត្រូវ និងលទ្ធផលគម្រោងដែលត្រូវសម្រេចជាបណ្តើរៗ។ ការធ្វើបែបនេះនឹងធានាថា កាលបរិច្ឆេទកំណត់នឹងមិនរំលងផុត ហើយគ្រប់គ្នាសុទ្ធតែដឹងពីការទទួលខុសត្រូវរបស់ខ្លួន។ ការតែងតាំងអ្នកដឹកនាំយុទ្ធនាការ ក៏ជាគំនិតល្អមួយផងដែរ។

ការបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រទំនាក់ទំនងដោយជោគជ័យ

ជំពូកទី ៣.

ប្រើប្រាស់សារឱ្យត្រូវបរិបទ

ការប្រើប្រាស់សារឱ្យចំបរិបទមានសារៈសំខាន់ណាស់ចំពោះគ្រប់យុទ្ធសាស្ត្រប្រាស្រ័យទាក់ទង និងកម្មវិធីបន្តបន្ទាប់ទៀត។ ប្រសិនបើគ្មានសារទេនោះ ផែនការ ប្រាស្រ័យទាក់ទងមិនអាចទទួលជោគជ័យបានឡើយ។

- តើសារគឺជាអ្វី?
- តើសារល្អមួយត្រូវការអ្វីខ្លះ?
- បង្កើតសារ
- សារៈសំខាន់នៃការរក្សាសង្គតិភាព និងការនិយាយឡើងវិញដដែលៗ
- ភស្តុតាង

តើសារគឺជាអ្វី?

សារគឺជាគំនិតសំខាន់ៗដែលអ្នកចង់ឱ្យគេដឹង។ គេចាប់អារម្មណ៍លើ MRC NMC និងប្រទេសជាសមាជិកដោយសារសារនេះឯង។បើនិយាយឱ្យស្រួលស្តាប់បំផុតទៅសារគឺជាការអះអាងមួយ។ ឧទាហរណ៍៖«ក គឺជាបញ្ហាមួយហើយ ខ គឺជាដំណោះស្រាយ» ឬ «ការងាររបស់ MRC មានតម្លៃដោយសារ ... »។

គ្រប់ផែនការប្រាស្រ័យទាក់ទង ត្រូវរៀបចំឡើង ផ្អែកលើសារដែលទាក់ទងគ្នាជាលំដាប់។សារទាំងនេះត្រូវមានវត្តមានក្នុងគ្រប់សកម្មភាពប្រាស្រ័យទាក់ទងនិងជាគោលការណ៍គ្រឹះ សម្រាប់រាល់សកម្មភាពប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងអស់ មិនថាជាកិច្ចសម្ភាសន៍សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានឯកសារសម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយទៅអ្នកខាងក្រៅសុន្ទរកថាឬការបង្ហោះនៅក្នុងបណ្តាញសង្គមនោះទេ។

i ប្រសិនបើគ្មានការស្រុះស្រួលគ្នាលើសារមុនទេ ផែនការប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់អ្នកនឹងនៅតែគ្មានភាពច្បាស់លាស់។

តើសារល្អមួយត្រូវការអ្វីខ្លះ?

១. សាមញ្ញ រឹតតែខ្លីរឹតតែល្អ

សាររបស់អ្នកគួរតែជាការអះអាងមួយដែលច្បាស់លាស់ហើយលេចធ្លោរជាងអ្វីៗផ្សេងទៀត ដើម្បីទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់ទស្សនិកជនអ្នក។ អ្វីដែលសំខាន់បំផុតនោះគឺសាររបស់អ្នកគួរតែមានភាពសាមញ្ញ។

មើលព័ត៌មានពេលល្ងាចហើយសាករកមើលថាតើសារប្រភេទណា ឬការអះអាងណា ដែលគេចាក់ផ្សាយ។ គេមិនផ្សាយសារដែលវែងនិយាយមិនច្បាស់នោះទេ។ ផ្ទុយទៅវិញគេតែងផ្សាយសារដែលខ្លីតែខ្លឹម។

នេះក៏ដូចគ្នាដែរនៅពេលដែលអ្នកអញ្ជើញអ្នកតាក់តែងគោលនយោបាយដ៏មានឥទ្ធិពលមួយរូប ឱ្យមកចូលរួមកម្មវិធីឬជំនួបប្រជុំរបស់ MRC។ប្រសិនបើលិខិតអញ្ជើញមានសារច្រើនហើយស្មុគស្មាញពេកនោះគេអាចនឹងមិនយល់ព្រមចូលរួម។

ក៏ប៉ុន្តែការកែប្រែប្រធានបទស្មុគស្មាញច្រើន ឱ្យក្លាយទៅជាសារដែលងាយយល់នោះមិនមែនជារឿងងាយស្រួលនោះឡើយ។

២. កំណត់ចំនួនសារកុំ ឱ្យលើសពី៣

អ្នកវិទ្យាសាស្ត្របានរកឃើញថាមនុស្សភាគច្រើនមិនអាចយល់ និងចាំសារលើសពីបីក្នុងពេលតែមួយនោះទេ។ប្រសិនបើយើងបញ្ចូលព័ត៌មាន ច្រើនពេកទៅក្នុងអ្វីដែលយើងបង្ហាញ (ទោះជាមានតែ៤សារក៏ដោយ) នោះទស្សនិកជននឹងមិនចាំសូម្បីតែសារមួយនោះឡើយ។

៣. ស្គាល់ក្រុមគោលដៅរបស់អ្នក

គោលការណ៍សំខាន់ទីបីសម្រាប់ការបង្កើតសារនោះគឺអ្នកគួរស្គាល់ក្រុមគោលដៅរបស់អ្នក។អ្នកត្រូវដឹងថា តើក្រុមគោលដៅរបស់អ្នកមានចិត្តដូចម្ដេចហើយព័ត៌មានបែបណាអាចទាក់ចិត្តរបស់ពួកគេបាន។ ធ្វើបើបនេះអ្នកអាចច្នៃសាររបស់អ្នកបានតាមនោះផងដែរ។

៤. កុំប្រើពាក្យកាត់

MRC NMC និងប្រទេសជាសមាជិកផ្សេងៗក៏ដូចជាសហគមន៍ផ្នែកអភិវឌ្ឍន៍ទាំងមូលតែម្ដងចូលចិត្តប្រើប្រាស់ពាក្យកាត់ណាស់។ អ្វីដែលជាបញ្ហានោះគឺអ្នកនៅខាងក្រៅមិនយល់ពាក្យកាត់ទាំងនេះនោះទេ។ ដូច្នេះហើយអ្នកគួរកុំប្រើពាក្យកាត់ប្រសិនបើអ្នកអាចធ្វើបាន។ ដូច្នេះកុំប្រើពាក្យ WWF, IUCN, IWRM ។ល។ ចាំថាអ្នកគួរតែប្រើពាក្យពេញ។ ទោះមិនបានគ្រប់ពេលក៏គួរប្រើពាក្យពេញនៅពេលអ្នកចាប់ផ្ដើមនិយាយឬសរសេរវាជាលើកដំបូងផងដែរ។

៥.ភ្ជាប់សារជាមួយនឹងប្រធានបទគួរឱ្យចាប់អាម្មណ៍ដែលទាក់ទងនឹង ឧស្សាហកម្ម

នៅពេលដែលសាររបស់អ្នកមានទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងប្រធានបទគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍សម្រាប់ឧស្សាហកម្មណាមួយ គេអាចនឹងចាប់អារម្មណ៍កាន់តែខ្លាំង។

៦.ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យសាររបស់អ្នកពាក់ព័ន្ធនឹងជីវិតពិតរបស់ក្រុមគោលដៅ

មនុស្សទទួលព័ត៌មានថ្មីនៅពេលដែលគេចាប់អារម្មណ៍ហើយមានកម្លាំងចិត្តដើម្បីទទួលព័ត៌មាននោះ។ ដូច្នេះ អ្នកគួរធ្វើយ៉ាងណាឱ្យសាររបស់អ្នកគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ហើយទាក់ទងនឹងជីវិតរបស់ក្រុមគោលដៅ។ ឧទាហរណ៍ជាក់ស្ដែងនិងថ្មីៗពីជីវិតពិតអាចជួយពង្រឹងសាររបស់អ្នកឱ្យរឹតតែខ្លាំង។

៧. អ្នកអាចតម្រូវសាររបស់អ្នកជាមួយនឹងក្រុមគោលដៅបាន

ធម្មតាវាមិនសូវជាខុសគ្នានោះទេតែអ្នកគួរតែសាកសួរខ្លួនឯងជានិច្ចថាតើអ្នកអាចធ្វើយ៉ាងណាឱ្យសាររបស់អ្នកទាក់ទងនឹងជីវិតក្រុមគោលដៅរបស់អ្នកជាងគេ?

ឧទាហរណ៍

«គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ គឺជាអង្គការតំបន់ដីសណ្ដទន្លេខ្នាតអន្តរជាតិមួយ ដែលជួយប្រជាជននៃប្រទេស ជាសមាជិករបស់ខ្លួន ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ធនធានទឹកនៃអាងទន្លេមេគង្គដោយ និរន្តរភាព។ នេះគឺធ្វើឡើងដើម្បីបន្ថយភាពក្រីក្រ ក៏ដូចជារក្សាសេវាកម្មបរិស្ថានសំខាន់ៗផងដែរ។»

យុទ្ធសាស្ត្រប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់ គណកម្មការទន្លេមេគង្គ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០០៩

តើអ្វីទៅដែលជួយធ្វើឱ្យសារមានភាពខ្លាំង?

ការបង្កើតសារ

ប្រមូលគំនិត

អ្នកអាចចាប់ផ្ដើមដោយធ្វើការរកគំនិតជាមួយនឹងមនុស្ស ប៉ុន្មាននាក់ទៀត (បើមានមនុស្សច្រើនពេកអាចនឹងមានការយឺតយ៉ាវ និងពិបាកស្រុះស្រួលគ្នា)។ តើក្រុមគោលដៅរបស់អ្នកជានរណា? តើអ្នកចង់ប្រាប់អ្វីដល់ពួកគេ? ហេតុអ្វីបានជាអ្នកចង់ប្រាប់រឿងនេះដល់គេ? តើគោលបំណងរបស់អ្នកគឺជាអ្វី? អ្នកគួររកចម្លើយសម្រាប់សំណួរទាំងនេះក៏ដូចជាសំណួរផ្សេងៗទៀត។

រកមូលបទប្រាកដណាមួយ

ពេលដែលអ្នករកគំនិតនោះមូលបទខ្លះនឹងបង្ហាញខ្លួនឡើងមក។ អ្នកគួរសរសេរវានៅក្នុងក្រុមមូលបទខុសៗ គ្នាហើយសរសេរសាររបស់អ្នកនៅជុំវិញមូលបទទាំងនោះ។

ចំណាត់ថ្នាក់ហើយជ្រើសរើស

ធ្វើការសម្រេចចិត្តថាតើសារណាដែលមានសារៈសំខាន់ជាងគេ។ ប្រសិនបើអ្នកអាចជ្រើសរើសតែសារចំនួនពីរតើអ្នកនឹងរើសយកសារណាខ្លះ? ជាក់ស្ដែងអ្នកអាចសុំឱ្យក្រុមទាំងមូលធ្វើការបោះឆ្នោតលើសារមួយៗបាន។

សម្រិតសម្រាំងសាររបស់អ្នក

នៅពេលអ្នករកឃើញសារសំខាន់ៗហើយសាកចម្រាញ់វាដោយប្រើពាក្យឱ្យត្រឹមត្រូវ។ តើសាររបស់ខ្ញុំសាមញ្ញគ្រប់គ្រាន់ហើយឬនៅ? តើខ្ញុំបានប្រើពាក្យច្រើនពេកទេដឹង? តើសាររបស់ខ្ញុំទាក់ទងដល់ជីវិតក្រុមគោលដៅទេ? តើខ្ញុំអាចធ្វើយ៉ាងណាឱ្យវាល្អជាងនេះបាន? អ្នកក៏គួរតែនិយាយពីតួនាទីជាក់ស្ដែងរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនៅក្នុងសាររបស់អ្នកផងដែរដោយសារអ្នកខាងក្រៅអាចនឹងមិនស្គាល់ពីវាឡើយ។ ប្រអប់ខាងក្រោមបង្ហាញពីឧទាហរណ៍ដែលត្រូវបានដកស្រង់ចេញពីយុទ្ធសាស្ត្រប្រាស្រ័យទាក់ទង។

គោលការណ៍សំខាន់ៗសម្រាប់សាររួមមាន៖

1. សាមញ្ញ
2. កុំមានសារលើសពីបី
3. ស្គាល់ទស្សនិកជនរបស់អ្នក
4. កុំប្រើពាក្យកាត់
5. ភ្ជាប់វាជាមួយនឹងប្រធានបទដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍នៅក្នុងឧស្សាហកម្មមួយ
6. សារទាក់ទងនឹងជីវិតរបស់ទស្សនិកជន
7. ប្រសិនបើចាំបាច់កែតម្រូវសារតាមទស្សនិកជន

សារៈសំខាន់នៃការរក្សាសង្គតិភាព និងការនិយាយដដែលៗ

ក្រោយពេលអ្នកបានសរសេរសារដែលល្អឥតខ្ចោះរួចហើយដល់ពេលអ្នករកវិធីប្រតិបត្តិវាឱ្យត្រឹមត្រូវហើយ។ នៅផ្នែកនេះមានទ្រឹស្តីសំខាន់ៗពីរ៖សង្គតិភាពនិងការនិយាយដដែលៗ។

ទីមួយគឺសង្គតិភាព។ អ្នកនៅខាងក្នុងត្រូវបញ្ចេញសារដូចគ្នាហើយក្រុមគោលដៅរបស់អ្នកត្រូវទទួលសារដដែលពីប្រភពខុសៗគ្នានៅពេលផ្សេងគ្នា។

ប្រសិនបើក្រុមគោលដៅរបស់អ្នក លឺសារខុសៗគ្នាពីមនុស្សផ្សេងគ្នានោះវាអាចនឹងជះឥទ្ធពលអវិជ្ជមានទៅលើយុទ្ធនាការរបស់អ្នក ដោយសារវាធ្វើឱ្យសាររបស់អ្នកមិនមានភាពច្បាស់លាស់។ ដោយសារ កម្មវិធីប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗគ្នា ប្រើប្រាស់ប្រភពខុសគ្នាចាប់ពីសកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វ ផ្សាយការថ្លែងសុន្ទរកថានៅក្នុងកម្មវិធីណាមួយជាដើមនោះ និងសូម្បីតែការបញ្ចុះបញ្ចូលសង្គតិភាពមានសារៈសំខាន់យ៉ាងខ្លាំង។

ទស្សនវិស័យរបស់តំបន់អាងទន្លេមេគង្គ៖ ជាតំបន់អាងទន្លេមេគង្គដែលមានសេដ្ឋកិច្ចរុងរឿងមានយុត្តិធម៌សង្គម និងមានបរិស្ថានល្អ។

ទស្សនវិស័យរបស់គណកម្មការទន្លេមេគង្គ៖ អង្គការអាងទន្លេអន្តរជាតិមានស្ថិរភាពផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុមួយ ដែលជួយឱ្យប្រទេសជាសមាជិកសម្រេចបាននូវទស្សនវិស័យរបស់តំបន់អាងទន្លេនេះ។

បេសកកម្មរបស់គណកម្មការទន្លេមេគង្គ៖ ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយនិងសម្របសម្រួលការគ្រប់គ្រងនិងអភិវឌ្ឍន៍ទឹកនិងធនធានផ្សេងៗ ដែលជាប់ទាក់ទងនឹងទឹក ឱ្យមាននិរន្តរភាពដើម្បីធ្វើឱ្យប្រទេសជាសមាជិកក៏ដូចជាប្រជាជនទទួលបានផលប្រយោជន៍រួមគ្នាផងដែរ។

តើធ្វើយ៉ាងណាឱ្យសាររបស់យើងនៅតែមានសង្គតិភាព?

មានស្ថាប័នជាច្រើនប្រើប្រាស់សៀវភៅជំនួយស្មារតីអំពីរបៀបសរសេរសារផ្សេងៗដោយមានបង្ហាញសារជាច្រើន ដែលគេអាចប្រើប្រាស់សម្រាប់បទសម្ភាសន៍ឬបទបង្ហាញបាន។អ្នកក៏អាចសរសេរចំណុចៗចុះលើកាតតូចមួយផងដែរ។

សៀវភៅជំនួយស្មារតីអំពីរបៀបសរសេរសារ ច្រើនបញ្ចូលចំណុចដូចតទៅ៖ i) ទិដ្ឋភាពទូទៅ នៃសារទាំងអស់ ii) បញ្ជីរាយក្រុមគោលដៅ iii) សារដែលសម្រិតសម្រាំងសម្រាប់ក្រុមគោលដៅ នីមួយៗ និង iv) ឧទាហរណ៍ ដើម្បីបង្ហាញពីចំណុចខាងលើឱ្យបានកាន់តែច្បាស់។ វាក៏អាចរួមបញ្ចូលនូវឯកសារសំណួរនិងចម្លើយ ដើម្បីបង្ហាញពីវិធីបញ្ចូលសារសំខាន់ៗទៅក្នុងចម្លើយនៃសំណួរដែលគេតែងតែសួរផងដែរ។

ទីពីរ គឺការនិយាយដដែលៗ។ នៅពេលដែលអ្នក បានសម្រេចយកសារណាមួយហើយព្យាយាមបញ្ចូលវាទៅក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់អ្នកទាំងអស់។ មនុស្សធម្មតាត្រូវលឺសារមួយ ពី៥ទៅ៧ដងដើម្បីអាចចាំវាបាន។ ដូច្នេះហើយ អ្នកមិនបាច់ខ្លាចថាអ្នកនិយាយាច្រំដែលនោះទេ។ តែអ្នកមិនត្រូវប្រើប្រាស់ឃ្លាដដែលៗគ្រប់ពេលនោះទេ។

រៀបចំសិក្ខាសិលា/ការប្រមូលគំនិតសារះ

សំណួរសំខាន់ៗដែលអ្នកត្រូវសួរ

វិភាគស្ថានភាពបច្ចុប្បន្ន

- **តើភាពខ្លាំងរបស់យើងគឺជាអ្វី? តើកត្តាអ្វីខ្លះ** ដែលធ្វើឱ្យយើងខុសគេ? តើយើងអាចផ្តល់អាទិភាពលើចំណុចណាមួយបានទេ?
- **តើនៅក្នុងជំនាញឯកទេសមួយនេះអង្គការឬស្ថាប័នណាខ្លះ**ជាគូប្រជែងរបស់យើង? តើពួកគេអាចបង្ហាញសាររបស់គេទៅក្រុមគោលដៅប្រកបដោយជោគជ័យបានដែរឬទេ?
- **តើអ្នកពាក់ព័ន្ធរបស់យើងគិតយ៉ាងណាចំពោះ**យើង? តើយើងធ្វើយ៉ាងណាឱ្យគេគិតមកយើងល្អជាងនេះ?

ដូច្នេះតើយើងអាចប្រើសារអ្វីខ្លះសម្រាប់ MRC?

សៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះមិនអាចផ្តល់ទិដ្ឋភាពទូទៅសម្រាប់សាររបស់ MRC ទេ (ក៏ប៉ុន្តែយើងប្រហែលអាចធ្វើវាឡើងនៅថ្ងៃអនាគត។ សៀវភៅនេះអាចផ្តល់នូវគោលការណ៍ផ្សេងៗដែលអាចជួយឱ្យអ្នកចាប់ផ្តើមបង្កើតសារសម្រាប់ MRC ក៏ដូចជាផ្តល់នូវគោលការណ៍សារសម្រាប់យុទ្ធនាការប្រាស្រ័យ ទាក់ទងផ្សេងៗផងដែរ។ជាធម្មតាគេក៏អាចបង្កើតសារនៅក្នុងកម្មវិធីបណ្តុះបណ្តាលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឬសិក្ខាសាលាស្តីពីការបង្កើតសារផងដែរ។

កំណត់ក្រុមគោលដៅរបស់អ្នក

- តើក្រុមគោលដៅសំខាន់របស់របស់យើងគឺជាអ្នកណា? តើពួកគេចាប់អារម្មណ៍លើអ្វីខ្លះ? តើបច្ចុប្បន្ននេះគេគិតយ៉ាងណាមកលើគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ?
- តើមាននិន្នាការឬភាពដូចគ្នាយ៉ាងណាក្នុងចំណោមពួកគេ? តើពួកគេខ្វះការយល់ដឹងអ្វីដែរឬទេ?

សរសេរសារ

- ប្រសិនបើយើងចង់ឱ្យក្រុមគោលដៅរបស់យើងដឹងពីរឿងមួយប៉ុណ្ណោះពីគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គតើអ្នកចង់ឱ្យពួកគេដឹងអ្វី? តើយើងអាចឱ្យអាទិភាពវាបានទេ?
- តើសារទូទៅរបស់យើងគឺជាអ្វី? តើយើងអាចប្រើសារផ្សេងៗទៀតដើម្បីគាំទ្រវាទេ?
- តើសាររបស់យើងត្រឹមត្រូវជាមួយក្រុមគោលដៅយើងទេ?
- តើយើងធ្វើយ៉ាងណាទើបអាចបង្ហាញសារដដែលនេះតាមរបៀបខុសៗគ្នា?

ចំនុចគាំទ្រ

- តើយើងអាចគាំទ្រ ឬការពារ អ្វីដែលយើងនិយាយបានទេ? តើយើងមានឧទាហរណ៍ការពិតនិងករណីសិក្សាជាក់ស្តែងទេ?

ភស្តុតាង

ផ្នែកចុងក្រោយនៃសារមួយគឺ «ភស្តុតាង»។

ចុងក្រោយបំផុតសារនីមួយៗ ត្រូវពឹងលើការពិតនិងព័ត៌មានផ្សេងៗ។ ប្រសិនបើគ្មានភុស្តុតាងនោះទេ សារនោះនឹងអរូបីពេកមិនច្បាស់លាស់។ ប្រការនេះ នឹងធ្វើឱ្យអ្នកយកព័ត៌មានក៏ដូចជាក្រុមគោលដៅផ្សេងៗ មិនយកចិត្តទុកដាក់លើវាឡើយ។ អ្នកណា ក៏អាចអះអាងអ្វីមួយបានដែរ។សំខាន់គឺភុស្តុតាងនិងឧទាហរណ៍ ដែលអ្នកប្រើប្រាស់ អាចធ្វើឱ្យគេចាប់អារម្មណ៍និងយល់បាន។

ដូច្នេះតើភុស្តុតាងមានន័យដូចម្តេច? ភុស្តុតាងគឺជាអង្គហេតុតួលេខនិងការស្រាវជ្រាវដែលគាំទ្រដល់អ្វីដែលអ្នកនិយាយក្នុងសាររបស់អ្នក។

ជាឧទាហរណ៍សារសំខាន់មួយរបស់ MRC គឺស្ថាប័ននេះជា «អន្តរការីដ៏ស្មោះត្រង់» មួយដែលធានាឱ្យមានការសម្រេចចិត្តគោលនយោបាយត្រឹមត្រូវ នៅក្នុងប្រទេសជាសមាជិកដោយសារ ស្ថាប័ននេះ មានមូលដ្ឋានគ្រឹះផ្នែកស្រាវជ្រាវនិងបច្ចេកទេសធំទូលាយ។ ដើម្បីគាំទ្រការអះអាងនេះ MRC និង NMC ត្រូវឆ្លើយតបនឹងសំណួរមួយចំនួន ដូចជា ត្រូវបង្ហាញថាឧទាហរណ៍ពីគោលនយោបាយដែល មានភាពល្អ ប្រសើរជាងមុន ដោយសារតែការស្រាវជ្រាវធ្វើឡើងដោយគណៈកម្មការ ទន្លេមេគង្គ និង ប្រភេទ ការស្រាវជ្រាវដែលនាំឱ្យមានការយល់ដឹងល្អជាងមុន នៅក្នុងតំបន់អាង ទន្លេមេគង្គ។ នេះហើយគឺជាចំណុចភុស្តុតាង។

នេះជាការណែនាំខ្លះៗផ្សេងទៀតទាក់ទងនឹងភស្តុតាង៖

- ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យចភស្តុតាងរបស់យើងផ្តោតសំខាន់លើលទ្ធផល។ ធ្វើយ៉ាងណាកុំឱ្យវាអរូបីឬទូទៅពេក។
- ប្រើប្រាស់រឿងពិតខ្លីៗ...ព័ត៌មានដែលល្អ រមែងមានប្រសិទ្ធិភាព។
- បើអាចអ្នកគួរប្រើករណីសិក្សាជានិច្ច។ យើង នឹងនិយាយបន្ថែមទាក់ទងនឹងករណីសិក្សាជាលម្អិតនៅជំពូកទី៤។

ជំពូកទី ៤.

ការធ្វើការងារជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មាន បោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

សម្រាប់យុទ្ធសាស្ត្រប្រាស្រ័យទាក់ទងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ គឺជាមធ្យោបាយ និងជាយុទ្ធវិធីដ៏សំខាន់ សម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយសារ និងបំពេញទៅតាមគោលបំណងដែលត្រូវ បានដាក់ចេញ។ ឥឡូវនេះ យើងនឹងពិនិត្យមើលឱ្យកាន់តែលំអិតបន្ថែមទៀតអំពីវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗ សម្រាប់ធានាឱ្យមានការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន ឆតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។

- អ្វីទៅដែលហៅថាព័ត៌មាន?
- ថ្ងៃដែលមានតម្លៃព័ត៌មាន
- ការសរសេរសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន
- ករណីសិក្សា៖ និយាយអំពីរឿងជោគជ័យ
- វិចារណកថា និងឱកាសផ្សព្វផ្សាយអត្ថបទផ្សេងៗ
- លិខិតផ្ញើទៅកាន់និពន្ធនាយក
- ការសម្ភាសន៍តាមទូរស័ព្ទឬបទសម្ភាសន៍ផ្ទាល់
- ការសម្ភាសន៍ដែលគេផ្សព្វផ្សាយ
- ការសម្ភាសន៍ក្នុងវិទ្យុ
- សន្និសីទសារព័ត៌មាន
- វិធីផ្សេងៗក្នុងការទាក់ទងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

អ្វីទៅដែលហៅថាព័ត៌មាន?

មុននឹងយើងពិនិត្យលើមធ្យោបាយផ្សេងៗសម្រាប់ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន ជាការសំខាន់ណាស់ដែលយើងត្រូវសួរសំណួរថា៖ ហៅថាព័ត៌មាន និងអ្វីខ្លះដែលអ្នកសារព័ត៌មានចាប់អារម្មណ៍?

រាល់រឿងរ៉ាវដែលអាចយកទៅប្រើប្រាស់ ដើម្បីសរសេរជាអត្ថបទព័ត៌មានបាន ត្រូវឆ្លងកាត់តេស្តសំណួរមួយ "ដូច្នេះ តើវាមានប្រយោជន៍អ្វី?"។ ក្នុងកាលៈទេសៈបែបនេះ ចំណងជើងដូចជា "សិក្ខាសាលាពិគ្រោះយោបល់ជាមួយ" ឬ "គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គប្រកាសដាក់ឱ្យអនុវត្តគោលការណ៍ណែនាំផ្ទៃក្នុងថ្មី" មិនអាចត្រូវបានចាត់ទុកថាជាចំណងជើងដែលមានតម្លៃគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ឱ្យអ្នកសារព័ត៌មានយកទៅផ្សព្វផ្សាយឡើយ។

វិធីសាស្ត្រដែលល្អ ដើម្បីធ្វើការសម្រេចថាតើ "ព័ត៌មានមួយជាព័ត៌មាន" ឬអត់ គឺតាមរយៈការពិនិត្យទៅលើលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យដូចតទៅ៖ ឥទ្ធិពល ភាពពាក់ព័ន្ធ ភាពនៅជិត ភាពទាន់ពេលវេលា និងរឿងរ៉ាវដែលទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់មនុស្ស។

- **ឥទ្ធិពល៖** ឥទ្ធិពលសំដៅលើ ថាតើព័ត៌មាននេះនៅមានឥទ្ធិពលធំកម្រិតណាលើជីវិតរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ គោលនយោបាយរបស់រដ្ឋាភិបាល ឬអ្វីផ្សេងទៀត។ តើព័ត៌មាននេះមានឥទ្ធិពលអ្វីខ្លះលើប្រជាពលរដ្ឋ? តើព័ត៌មាននេះជាប់តេស្ត "ចុះបានប្រយោជន៍អ្វី" ដែរឬទេ?

- **ភាពពាក់ព័ន្ធ៖** ភាពពាក់ព័ន្ធ សំដៅទៅលើ ថាតើព័ត៌មាននេះមានន័យយ៉ាងដូចម្តេច ចំពោះជីវិតរបស់មនុស្សដែលជាអ្នកទទួលព័ត៌មាន។ តើព័ត៌មាននេះ ពាក់ព័ន្ធកម្រិតណាចំពោះអ្វី ដែលកំពុងកើតមានក្នុងជីវិតប្រចាំថ្ងៃរបស់ប្រជាពលរដ្ឋ ចំពោះតំបន់ ចំពោះបញ្ហាដែលអ្នកសារព័ត៌មាន (និងអ្នកអានរបស់ពួកគេ) កំពុងយកចិត្តទុកដាក់?

- **ភាពនៅជិត៖** ភាពនៅជិត សំដៅលើ ថាតើព័ត៌មាននេះនៅគៀកនឹងក្រុមគោលដៅរបស់អ្នកកម្រិតណា។ ខណៈពេលដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គជាស្ថាប័ន ដែលត្រូវផ្តល់យោបល់អំពីទន្លេមេគង្គ ព័ត៌មានដែលចេញពីគណៈកម្មការនេះ មិនសូវជាមានតម្លៃសម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានឡើយ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើគណៈកម្មការនេះផ្តល់យោបល់អំពីទន្លេនីល នៅអាហ្វ្រិចនោះ។

- **ភាពទាន់ពេលវេលា៖** ភាពទាន់ពេលវេលា ពាក់ព័ន្ធនឹងពេលវេលារបស់ព័ត៌មាន។នៅពេលដែលព្រឹត្តិការណ៍កាន់តែថ្មី នោះព័ត៌មានទំនងជាកាន់តែមានតម្លៃសម្រាប់ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ។ព័ត៌មានងាយនឹងចាស់លឿនណាស់។

- **អ្វីដែលមនុស្សចាប់អារម្មណ៍៖** អ្វីដែលមនុស្សចាប់អារម្មណ៍ កើតមានទំនាក់ទំនងយ៉ាងជិតស្និទជាមួយឥទ្ធិពល។ តើព័ត៌មាននេះនឹងមានឥទ្ធិពលអ្វីខ្លះលើក្រុមមនុស្សជាក់លាក់ និងរបៀបដែលពួកគេធ្វើអ្វីមួយ តើព័ត៌មាននេះនឹងធ្វើឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរអ្វីខ្លះក្នុងជីវិតរស់នៅប្រចាំថ្ងៃរបស់ពួកគេ? ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ច្រើ ចាប់អារម្មណ៍ចំពោះអ្វីដែលមនុស្សធ្វើ ជាជាងអ្វីដែលស្ថាប័នមួយកំពុងធ្វើ ដូច្នេះសូមចងចាំចំណុចនេះ។

មានគន្លឹះទាក់ទាញឱ្យមានការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានដទៃទៀត ដែលយើងអាចយកមកធ្វើការពិចារណាជាមួយនឹងខ្លឹមសាររឿង សម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយជាព័ត៌មាន។ ឧទាហរណ៍៖

កាលបរិច្ឆេទសំខាន់ៗ៖

នេះអាចជាខួបអ្វីមួយរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ឬជាសន្និសីទ និងព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗ ដូចជា វេទិកាទឹកពិភពលោក និងសប្តាហ៍ទឹកពិភពលោក ឬទិវាពិភពលោកសំខាន់ៗ ដូចជា ទិវាទឹកពិភពលោក (ថ្ងៃទី ២២ ខែមិនា) ទិវាទន្លេពិភពលោក (ថ្ងៃអាទិត្យ ចុងក្រោយក្នុងខែកញ្ញា) ឬការប្រណាំងទូក ឬ បុណ្យអុំទូក ដែល ប្រារព្ធធ្វើឡើងតាមបណ្តាប្រទេសនៅ អាស៊ីអាគ្នេយ៍ (នេះអាចជាព័ត៌មានដែលមានប្រយោជន៍សម្រាប់គណៈ -កម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ ដើម្បីយកទៅប្រើប្រាស់ក្នុងសកម្មភាព ប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់ខ្លួន)។ ទិវាទាំងនេះ ក៏អាចប្រើប្រាស់ជាថ្នក់សម្រាប់ ទាក់ទាញឱ្យប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយយកព័ត៌មានទាំងនេះទៅប្រកាស ផ្សព្វផ្សាយផងដែរ។ តារាងខាងក្រោមបង្ហាញពីបញ្ជីទិវា ឬបុណ្យទាំងនេះ។

ការអង្កេត ឬការស្រាវជ្រាវ៖

ជារឿយៗ អ្នកសារព័ត៌មានចាប់អារម្មណ៍លើទិន្នន័យ ស្ថិតិ និងនិន្នាការ ហើយព័ត៌មានទាំងនេះ គឺជាមូលដ្ឋាន សម្រាប់ធ្វើការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន និងការប្រកាសព័ត៌មាន។ឥ

ការផ្សារភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងជាមួយព័ត៌មានដែលមានស្រាប់៖

វិធីសាស្ត្រមួយបែបទៀតដែលអាចប្រើប្រាស់សម្រាប់បង្កើតចេញជាព័ត៌មាន គឺការផ្តល់យោបល់លើរឿងរ៉ាវព័ត៌មានដែលមានស្រាប់ ឬ បើកជ្រុងថ្មីអ្វីមួយសម្រាប់ អ្នកសារព័ត៌មាន។ ឧទាហរណ៍ គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គបានចងក្រងនូវមូលដ្ឋានចំណេះដឹង វិទ្យាសាស្ត្ររឹងមាំ អំពីការគ្រប់គ្រងធនធានទឹក និងមានអ្នកជំនាញជាច្រើន ដែលអាចផ្តល់យោបល់ដល់អ្នកសារព័ត៌មានអំពីប្រធានបទជាក់លាក់។ ជំនាញបែបនេះគួរប្រើប្រាស់ឱ្យបានច្រើន តាមលទ្ធភាពដែលអាចធ្វើទៅបាន។

ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានបោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

ទិវាដែលមានតម្លៃសម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយជាព័ត៌មាន

ថ្ងៃទី ២ ខែ កុម្ភៈ៖ ទិវាតំបន់ដីសើមពិភពលោក
ថ្ងៃទី ៣ ខែ មីនា៖ ទិវាសត្វព្រៃពិភពលោក
ថ្ងៃទី ២២ ខែ មីនា៖ ទិវាទឹកពិភពលោក
ថ្ងៃទី ៤ ខែ មេសា៖ ទិវាទន្លេមេគង្គ
ថ្ងៃទី ២២ ខែ មេសា៖ ទិវាអន្តរជាតិដឹងគុណភពផែនដី
ថ្ងៃទី ២២ ខែ ឧសភា៖ ទិវាជីវចម្រុះអន្តរជាតិ
ថ្ងៃទី ៥ ខែ មិថុនា៖ ទិវាបរិស្ថានអន្តរជាតិ
ថ្ងៃទី ១២ ខែសី ហា៖ ទិវាយុវជនអន្តរជាតិ
ថ្ងៃទី ២៥ ខែ កញ្ញា៖ ទិវាសមុទ្រពិភពលោក
ថ្ងៃអាទិត្យចុងក្រោយ ក្នុងខែ កញ្ញា៖ ទិវាទន្លេពិភពលោក
ថ្ងៃទី ១៣ ខែ តុលា៖ ទិវាអន្តរជាតិសម្រាប់កាត់បន្ថយគ្រោះមហន្តរាយ
ថ្ងៃទី ៥ ខែធ្នូ៖ ទិវាដីអន្តរជាតិ

ការសរសេរសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន

សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន ប្រហែលជាមធ្យោបាយ ដែលគេប្រើប្រាស់ញឹកញាប់បំផុតសម្រាប់ធ្វើការ ប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងជាធាតុផ្សំដ៏សំខាន់ ដើម្បីឱ្យគេកាន់តែស្គាល់គណៈកម្មការ ទន្លេមេគង្គ និងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ និងរបៀបដែលសកម្មភាព ដែលធ្វើឡើងដោយគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនឹងជួយដល់ប្រជាពលរដ្ឋនៅតាមប្រទេសជាសមាជិក។ ប៉ុន្តែ តើកត្តាអ្វីខ្លះដែលធ្វើឱ្យសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានមួយក្លាយជាសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានល្អ? មានចំណុចជាច្រើនដែលគេត្រូវធ្វើការពិចារណា។

សូមចងចាំពីយុទ្ធសាស្ត្រប្រាស្រ័យទាក់ទង៖
សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន គ្រាន់តែជាផ្នែកមួយនៃយុទ្ធសាស្ត្រប្រាស្រ័យទាក់ទងតែប៉ុណ្ណោះ ដូច្នេះ សូមចងចាំពីជំហាននានា ដែលយើងបានរៀបរាប់ក្នុងវគ្គទី ២ (គោលបំណង ក្រុមគោលដៅ សារផ្សព្វផ្សាយ ។ល។)។ តើខ្ញុំចង់សម្រេចបានអ្វី ជាមួយនឹងសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាននេះ? តើក្រុមគោលដៅណាខ្លះ ដែលជាក្រុមដែលខ្ញុំកំពុងផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់តាមរយៈសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន? តើសារអ្វីខ្លះដែលខ្ញុំចង់ផ្តល់ដល់ពួកគេ?

"ឱ្យតែមានឱកាស គួរចេញសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន ដែលគួររាយការណ៍ពីព្រឹត្តិការណ៍នានាចេញពីទស្សនៈវិស័យផ្អែកលើលទ្ធផល និងមានការផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើរបៀប ដែលសកម្មភាពនានារបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនឹងជួយដល់ប្រជាពលរដ្ឋ ដែលរស់នៅក្នុងតំបន់អាងទន្លេនេះ"
យុទ្ធសាស្ត្រប្រាស្រ័យទាក់ទង របស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០០៩

ស្វែងរកជ្រុងអ្វីមួយ៖
ចំណុចមួយដែលអ្នកសារព័ត៌មានគិតឃើញនៅពេលដែលគាត់អាន សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានគឺ៖ "ចុះវាមានប្រយោជន៍អ្វី? ហេតុអ្វីបានជាអ្នកអានរបស់ខ្ញុំត្រូវខ្វល់ខ្វាយពីរឿងនេះ?"សូមគិតពីសារសំខាន់ និង ជ្រុងព័ត៌មានដែលអ្នកចង់ផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន និងគួរធ្វើយ៉ាងណាឱ្យសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានទាំងនេះផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើលទ្ធផល។ ប្រសិនបើអ្នកមានការពិបាកក្នុងការស្វែងរកជ្រុង ដែលមានតម្លៃសម្រាប់ផ្សាយជាព័ត៌មាន អ្នកគួរសួរសំណួរ ថាតើគួររៀបចំសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានពីដំបូងដែរឬទេ។

ធានាយ៉ាងណាឱ្យសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានធ្វើឡើងទាន់ពេលវេលា ហើយត្រូវសរសេរ និងទទួលបានការឯកភាពសម្រាប់សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាននេះឱ្យបានលឿន៖
សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានអំពីសិក្ខាសាលាមួយដែលចប់កាលពី ២ សប្តាហ៍កន្លងទៅនេះ ឬការប្រកាសអំពីការតែងតាំងនរណាម្នាក់ដែលចូលមកកាន់តំណែងរយៈពេល ៣ ខែរួចទៅហើយនោះ ពុំមានប្រយោជន៍អ្វីឡើយ! ជាការសំខាន់ណាស់ ដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គត្រូវឆ្លើយតបភ្លាមៗ និងត្រូវសរសេរ និងចេញសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានឱ្យបានឆាប់រហ័ស។

ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានបោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

ធានាថាអ្នកមានចំណងជើងព័ត៌មានដែលល្អ៖ តើសរសេរចំណងជើងព័ត៌មានឱ្យបានល្អមានសារៈសំខាន់អ្វីខ្លះ ដើម្បីទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកសារព័ត៌មាន។ អ្នកសារព័ត៌មានជាច្រើនអ្នក នឹងមិនអានអ្វីក្រៅតែពីចំណងជើងព័ត៌មានឡើយ ដូច្នេះជាការសំខាន់ណាស់ដែលត្រូវទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់ពួកគេតាមរយៈការសរសេរចំណងជើងព័ត៌មានដែលទាក់ភ្នែក និងអាចមានតម្លៃសម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយជាព័ត៌មាន។

ប្រាប់ពីរឿងទាំងមូលនៅក្នុងកថាខ័ណ្ឌទី ១៖
អ្នកចាំបាច់ត្រូវប្រាប់ដោយសង្ខេបពីរឿងរ៉ាវទាំងមូល ដែលមាននៅក្នុងសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាននៅក្នុងកថាខ័ណ្ឌទី ១។ ផ្នែកដែលនៅសល់ក្នុងសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានគ្រាន់តែជាការបន្ថែមលើរចនាសម្ព័ន្ធជាមូលដ្ឋានតែប៉ុណ្ណោះ។ វិធីដែលងាយស្រួលដើម្បីចាំ គឺត្រូវប្រើបច្ចេកទេសអក្សរ Ws ចំនួន ៥ (និង H មួយ) ពោលគឺ អ្នកណា (who) អ្វីខ្លះ (what) នៅពេលណា (when) នៅកន្លែងណា (where) តើហេតុ (why) (និងច្រើនប៉ុណ្ណា)។តើអ្នកណាខ្លះដែលពាក់ព័ន្ធ?តើមានរឿងអ្វីកើតមានឡើង?តើវាកើតឡើងនៅពេលណា? តើវាកើតឡើងនៅទីកន្លែងណា? តើហេតុអ្វីបានជាវាកើតឡើង? តើវាកើតឡើងដោយរបៀបណា?

កុំនិយាយច្រើនពេក៖
សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានខ្លះ មានប្រវែងដល់ទៅ៤ទៅ៥ទំព័រឯណោះ! មានតែអ្នកសារព័ត៌មាន ដែលមានការអត់ធ្មត់និងពេលទំនេរច្រើនប៉ុណ្ណោះ ទើបអានសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានរបៀបនេះ! អ្នកគួរតែធ្វើយ៉ាងណាឱ្យសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានរបស់អ្នក មានប្រវែងតែ ១ទំព័របានហើយ។ គិតថាវាជាការសង្ខេបទូទៅ។ បើសិនជាអ្នកចង់បង្ហាញព័ត៌មានបន្ថែមទៀតអ្នកអាចធ្វើបាននៅពេលក្រោយជានិច្ច។

ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យប្រយោគនិងកថាខណ្ឌរបស់អ្នកខ្លីហើយខ្លឹម៖
សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានរបស់អ្នកគួរតែងាយស្រួលអានដោយមានប្រយោគនិងកថាខណ្ឌខ្លីៗ។ (កថាខណ្ឌនីមួយៗគួរមានប្រហែលជា៣ប្រយោគបានហើយ)។ រីឯប្រយោគរបស់អ្នកគួរមានតែ៣០ទៅ៣៥ពាក្យតែប៉ុណ្ណោះ។

និយាយត្រង់៖
អ្នកអាចឈប់ប្រើបុរសទីបីហើយប្រើប្រាស់ពាក្យ «យើង» ជាជាងពាក្យ «គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ»។ ចំណុចនេះរឹតតែសំខាន់ទៅទៀត នៅពេលអ្នកធ្វើសម្រង់សម្តីនិងពេលអ្នកចង់ឱ្យអត្ថបទរបស់អ្នកមានភាពទន់ភ្លន់និងមិនសូវមានភាពផ្លូវការពេក។ អ្នកមិនគួរប្រើពាក្យដែលស្តាប់ទៅចាស់ៗប្រើនោះទេ។

បញ្ចូលសម្រង់សម្តីដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍៖
អ្នកសារព័ត៌មាន ចូលចិត្តដកស្រង់សម្តីដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ចេញពីសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានទៅដាក់ជាមួយចំណងជើងអត្ថបទរបស់គេ។ ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យសម្រង់សម្តីនោះប្រើភាសា និយាយធម្មតា។ ធ្វើយ៉ាងណាកុំឱ្យវាវែងហើយប្រើពាក្យបច្ចេកទេស។ ហើយដាក់សម្រង់សម្តីទាំងនេះនៅដើមអត្ថបទបើអាចធ្វើបាន។ កុំបិទបាំងវាឱ្យសោះ។

ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានបោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

បញ្ចូលសម្រង់សម្តីដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍៖
អ្នកសារព័ត៌មាន ចូលចិត្តដកស្រង់សម្តីដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ចេញពីសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានទៅដាក់ជាមួយចំណងជើងអត្ថបទរបស់គេ។ ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យសម្រង់សម្តីនោះប្រើភាសា និយាយធម្មតា។ ធ្វើយ៉ាងណាកុំឱ្យវាវែងហើយប្រើពាក្យបច្ចេកទេស។ ហើយដាក់សម្រង់សម្តីទាំងនេះនៅដើមអត្ថបទបើអាចធ្វើបាន។ កុំបិទបាំងវាឱ្យសោះ។

កុំឱ្យមានកំហុសនិងបង្ហាញប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈខ្ពស់៖
អ្នកត្រូវធ្វើយ៉ាងណាឱ្យសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានរបស់អ្នក ប្រើប្រាស់វេយ្យាករណ៍ និងការប្រកបពាក្យត្រឹមត្រូវ។ សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានទាំងឡាយណា ដែលមិនគោរពតាមគោលការណ៍នេះ នឹងជះឥទ្ធពលអវិជ្ជមានមកលើកេរ្តិ៍ឈ្មោះស្ថាប័នរបស់អ្នក។ សៀវភៅជំនួយស្មារតីស្តីពីរបៀបធ្វើការងារជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរបស់ គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ អាចជួយធានាឱ្យសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានរបស់អ្នកមានសង្គតិភាពជាប់ជានិច្ច។

សូមកត់សម្គាល់ត្រង់ផ្នែក «សារទៅកាន់អ្នកនិពន្ធ»៖
នេះជាព័ត៌មានសាវតារដែលមិនមានភាពចាំបាច់ដល់ថ្នាក់អ្នកត្រូវបញ្ចូលវាទៅក្នុងផ្នែកសំខាន់ៗនៃអត្ថបទនោះទេ។ ក៏ប៉ុន្តែវាសំខាន់ចំពោះអ្នកសារព័ត៌មានដែលចង់បានព័ត៌មានបន្ថែមទាក់ទងនឹង MRC។ សារទៅកាន់អ្នកនិពន្ធក៏គួរតែរួមបញ្ចូលកថាខណ្ឌស្តង់ដារមួយដែលពណ៌នាថាតើ MRC ជានរណាផងដែរ។

រួមបញ្ចូលរូបថតឬរូបភាពមួយ៖
ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរមែងជ្រើសរើសការផ្សាយព័ត៌មាន ដែលមានរូបថត ឬរូបភាពមួយនៅក្នុងនោះ។ តែកុំផ្ញើអ៊ីមែលសាររូបភាពម្តង១០សន្លឹកផ្សេងគ្នា ទៅអ្នកសារព័ត៌មាន។ វិធីដ៏ល្អមួយគឺអ្នកអាចផ្តល់តំណរ URLឱ្យអ្នកសារព័ត៌មានចូលទៅកាន់ទំព័រអ៊ីនធឺណិត ដែលពួកគេអាច ទាញយករូបភាពទាំងនេះបាន។ ធ្វើយ៉ាងណា ឱ្យរូបភាពនោះកាន់តែគួរឱ្យគេចាប់អារម្មណ៍តាមដែលអ្នកអាចធ្វើបាន។

សារៈសំខាន់នៃការចែកផ្សាយ៖
ការចែកផ្សាយសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានមួយដោយមានប្រសិទ្ធភាព គឺជាចំណុចសំខាន់មួយផងដែរ។ ប្រភេទនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែលអ្នកផ្ញើអត្ថបទអ្នកឱ្យនោះ ក៏នឹងជះឥទ្ធពលដល់ការប្រើពាក្យនិងខ្លឹមសារខ្លះនៃអត្ថបទរបស់អ្នក។ អត្ថបទដែលអ្នកផ្ញើទៅប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយហិរញ្ញវត្ថុឬប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទូទៅប្រាកដជាមានភាពខុសប្លែកពីអត្ថបទដែលអ្នកផ្ញើទៅប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបច្ចេកទេស។ ដូច្នេះអ្នកគួរបង្កើតហើយធ្វើថ្មីនូវបញ្ជីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយហើយបែងចែកពួកគេទៅក្នុងក្រុមខុសៗគ្នាដើម្បីឱ្យអ្នកអាចចែករំលែកបានដោយប្រសិទ្ធភាព។ ពេលអ្នកផ្ញើរួចហើយអ្នកក៏គួរគិតពីវិធីធ្វើយ៉ាងណាតាមដានការផ្សព្វផ្សាយរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទាំងនេះផងដែរ។ MRC និង NMC អាចធ្វើកិច្ចការនេះបានតាមប្រព័ន្ធអនឡាញ។ អ្នកក៏អាចប្រើប្រាស់សេវាកម្មតាមដានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗផងដែរ ។

បកប្រែ ក្នុងករណីដែលចាំបាច់៖

ពេលខ្លះអ្នកគួរចាំបាច់បកប្រែសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានមួយចំនួន ជាភាសាក្នុងស្រុក។ ប្រសិនបើអ្នកប្រើតែភាសាអង់គ្លេសនោះ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយក្នុងស្រុកខ្លះអាចនឹងមិនដឹងពីអ្នក។ សួរខ្លួនឯងថាតើក្រុមគោលដៅដែលអ្នកចង់បាន គឺជានរណាហើយថាតើសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានរបស់អ្នកមានរួមបញ្ចូលប្រព័ន្ធផ្សព្វ ផ្សាយក្នុងស្រុកឬអត់។

សួរគេសួរឯងពីគំនិតសម្រាប់សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន!៖

ចុងក្រោយបំផុត អ្នកគួរមានដំណើរការនៅខាងក្នុងស្ថាប័នអ្នកមួយដើម្បីឱ្យអ្នកមានប្រភពសម្រាប់ព័ត៌មានថ្មីៗ។ អ្នកគួរសួរបុគ្គលិកផ្សេងៗនៅខាងក្នុងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ក៏ដូចជាក្នុងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ ហើយលើកទឹកចិត្តឱ្យពួកគេផ្តល់គំនិតទាក់ទងនឹងរឿងដែលមានសក្តានុពលដល់ក្រុមការងារផ្នែកប្រាស្រ័យទាក់ទង។ ប្រាកដណាស់ថាមានសមិទ្ធផល និងជ័យជំនះជាច្រើននៅក្នុងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គដែលមិនមានអ្នកដឹង។

បញ្ជីត្រួតពិនិត្យសម្រាប់សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន៖

- មានមុំល្អ
- មានចំណងជើងខ្លីតែខ្លឹម
- កាលបរិច្ឆេទត្រឹមត្រូវ?
- នៅក្នុងកថាខណ្ឌទីមួយត្រូវមានចម្លើយចំពោះសំណួរ៖ របស់អ្វី? ពេលណា? កន្លែងណា? របៀបណា? និងនរណាគេ?
- កថាខណ្ឌ និងប្រយោគខ្លីៗ
- មិនមានពាក្យបច្ចេកទេស
- គ្មានកំហុសក្នុងការប្រកបពាក្យ

សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន

✓ ចំណងជើង

✓ ចំណងជើងរង

✓ កាលបរិច្ឆេទ និងទីតាំង៖ កថាខណ្ឌទីមួយក្តោបលើចំណុចសំខាន់ៗ

- អ្នកណាអ្វីខ្លះ នៅពេលណា នៅកន្លែងណា មូលហេតុអ្វី ដោយរបៀបណា...

✓ សម្រង់សម្តីល្អៗ ដាក់នៅផ្នែកខាងលើបំផុតនៃសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន

✓ តួសេចក្តីនៃសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន

✓ កំណត់សម្គាល់សម្រាប់និពន្ធនាយក

✓ សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម...

ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានបោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

សេចក្តីប្រកាសផ្សាយព័ត៌មាន

ប្រទេសចិនប្តេជ្ញាចិត្តថានឹងសហការជាមួយគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ

ប្រទេសចិននឹងធ្វើការជាមួយគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ដើម្បីសិក្សាពីបម្រែបម្រួលនៃលំហូរទឹកទន្លេមេគង្គ – ឡានឆាង

ទីក្រុងវៀងច័ន្ទ ប្រទេសឡាវ ថ្ងៃទី ៧ ខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ ២០១៤៖ នៅថ្ងៃនេះ សាធារណរដ្ឋប្រជាមានិតចិន និង គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ (MRC) បានយល់ព្រមធ្វើការសិក្សាវិទ្យាសាស្ត្រមួយស្តីពីបម្រែបម្រួលលំហូរទឹកទន្លេមេគង្គ – ឡាន់កាំង ក៏ដូចជារួមគ្នារៀបចំសន្និសីទលើកទី ២ នៃ គណៈកម្មការស្រាវជ្រាវប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី ម្រាប់ទន្លេអន្តរជាតិ- គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ផងដែរ។

ការប្រកាសព័ត៌មាននេះ ធ្វើឡើងក្នុងអំឡុងទស្សនកិច្ចផ្លូវការរបស់ឯកឧត្តម ជាវ យ៉ុង អនុរដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងធនធានទឹកប្រទេសចិន មកកាន់លេខាធិការដ្ឋានគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនៅទីក្រុងវៀងច័ន្ទន៍ ប្រទេសឡាវ។

លោក Xxx ប្រធានប្រតិបត្តិនៃលេខាធិការដ្ឋានគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គមានប្រសាសន៍ថា៖ «ប្រទេសចិនគឺជាដៃគូសំខាន់មួយសម្រាប់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ហើយយើងមានក្តីសោមនស្សយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការសហការការងារយ៉ាងជិតស្និទសម្រាប់គម្រោងពីរនេះ។យើងរំពឹងថាកិច្ចសហប្រតិបត្តិការ នេះនឹងនៅតែបន្តទៅមុខទៀតនៅថ្ងៃអនាគត ហើយងរំពឹងថានឹងសម្រេចបាននូវគោលដៅគ្រប់គ្រង និងអភិវឌ្ឍន៍ទឹក និងធនធានពាក់ព័ន្ធនៅជុំវិញទន្លេមេគង្គដោយមាននិរន្តភាព ដែលជាគោលដៅរួមរបស់យើង។»

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវទន្លេមេគង្គ – ឡាន់កាំង គឺជាការវាយតម្លៃរួមគ្នាលើបម្រែបម្រួលកម្ពស់ទឹកនៅឯស្ថានីយ៍ឧតុនិយមផ្សេងៗនៅសង្កាត់ឈៀងសែន នៃខេត្តឈៀងរ៉ៃ ប្រទេសថៃ និង ក្រុងវៀងច័ន្ទន៍ ប្រទេសឡាវ...

កំណត់សម្គាល់សម្រាប់និពន្ធនាយក

គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ គឺជាអង្គការអន្តររដ្ឋាភិបាល ដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងដើម្បីជម្រុញលើកកម្ពស់កិច្ចសហប្រតិបត្តិការក្នុងតំបន់ និង សម្របសម្រួលការពិភាក្សាគ្នារវាងរដ្ឋាភិបាល វិស័យឯកជន និងវិស័យសង្គមស៊ីវិលទាក់ទងនឹងការគ្រប់គ្រងតំបន់អាងទន្លេមេគង្គ។ នៅឆ្នាំ ១៩៩៦ យើងបានរៀបចំជំនួបប្រជុំពិភាក្សាទីមួយ ជាមួយនឹងដៃគូសន្ទនារបស់យើង គឺ ប្រទេសចិន និង មីយ៉ាន់ម៉ា។

សម្រាប់ព័ត៌មានបន្ថែម
Jane Doe
mrcmedia@mrcmekong.org

* នេះជាឧទាហរណ៍មួយអំពីព្រឹត្តិការណ៍ និងសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានពិតប្រាកដមួយរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។

ករណីសិក្សា៖ និយាយអំពីរឿងជោគជ័យ

ករណីសិក្សា គឺជាមធ្យោបាយសំខាន់ សម្រាប់ផ្តល់ព័ត៌មាន ទៅប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ (ក៏ដូចជាទៅកាន់ក្រុមគោលដៅផ្សេងទៀតដែរ)។ យើងអាចប្រើប្រាស់ករណីសិក្សាដើម្បីប្រាប់រឿង ថាតើគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ អាចនាំឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរ ក្នុងជីវិតរបស់ប្រជាពលរដ្ឋដោយរបៀបណា។

ករណីសិក្សា គឺជាការសង្ខេបគម្រោងដែលខ្លីហើយមានន័យ ដែលវាអាចបង្ហាញពីបញ្ហាឬក្តីប្រឈមដែលទាមទារឱ្យមានដំណោះស្រាយ។ វាក៏បង្ហាញពីរបៀប ដែលយើងបានដោះស្រាយបញ្ហានេះ និងអត្ថប្រយោជន៍របស់វាទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយផងដែរ។ អ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយនេះ អាចជាស្ថាប័នណាមួយនៃរដ្ឋាភិបាលអង្គការក្រៅរាជរដ្ឋាភិបាលសហគមន៍ ឬអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត។

ការចងក្រងរឿងរ៉ាវជោគជ័យនានាចេញជាករណីសិក្សា គឺជាឧបករណ៍សំខាន់ ដែលអាចប្រើប្រាស់មិនត្រឹមតែជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយប៉ុណ្ណោះទេតែក៏សម្រាប់ការធ្វើ បទបង្ហាញសម្រាប់ព្រឹត្តិបត្រព័ត៌មាន សម្រាប់រឹបសាយប្លក់និងវិធីផ្សព្វផ្សាយផ្សេងទៀតផងដែរ។ ករណីសិក្សាក៏បង្ហាញពីភស្តុតាងដែលយើងបានលើកយកមកបរិយាយ នៅផ្នែកដែលនិយាយពីសារ ហើយវាក៏ជាវិធីសាស្ត្រដ៏មានអានុភាពសម្រាប់អប់រំក្រុមគោលដៅរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គផងដែរ។

ករណីសិក្សាផ្អែកលើលទ្ធផល

ជាផ្នែកគម្រោងគ្រប់គ្រងធនធាននេសាទ សម្រាប់សហគមន៍ណាំងុម ក្នុងប្រទេសឡាវ និងគម្រោងមួយទៀតក្នុងឆ្នាំ ២០០៧ ដែលសហការអនុវត្តជាមួយនឹងមជ្ឈមណ្ឌលស្រាវជ្រាវធនធានវារីជាតិ កម្មវិធីនេសាទរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គបានផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលអំពីយេនឌ័រ។ បន្ថែមពីនេះ គម្រោងទាំងនេះក៏បានផ្តល់ការបណ្តុះបណ្តាលបច្ចេកទេសអំពីការរក្សាទុក និងការកែច្នៃត្រីផងដែរ។

ចាប់តាំងពីគម្រោងនោះមក ប្រាក់ចំណូលគ្រួសារក្នុងសហគមន៍នេះបានកើនឡើងដល់ទៅពីរដុល្លារក្នុងមួយថ្ងៃ ហើយការបែងចែកការងារក្នុងគ្រួសារក៏បានផ្លាស់ប្តូរផងដែរ។ បុរសបានជួយធ្វើកិច្ចការផ្ទះដូចជា ការកែច្នៃត្រី និងមើលថែកូនៗជាដើម។ ឥឡូវនេះ ស្ត្រីមានពេលច្រើនជាងមុនសម្រាប់ការកែច្នៃត្រី ទុកដាក់ត្រី និងធ្វើយ៉ាងណាឱ្យវាស្រស់។ ជីវភាពរស់នៅក៏មានភាពល្អប្រសើរជាងមុនផងដែរ ដោយសារស្ត្រីបានទទួលការបណ្តុះបណ្តាលពីរបៀបផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើអនាម័យ។

***ករណីសិក្សា, Catch & Culture Newsletter, ខែមេសា ឆ្នាំ ២០១៥**

នេះគឺជាដំបូន្មានចំនួន ១០ សម្រាប់រកនិងសរសេរពីករណីសិក្សាល្អមួយៈ

១. រកករណីសិក្សាឱ្យល្អ

តាមពិតទៅករណីសិក្សាល្អៗ ពិបាករកណាស់។ ពេលដែលមានករណីណាមួយអ្នកគួរកត់វាទុកហើយសួរគេផងជាពិសេសសួរអ្នកទទួលផលគម្រោងរបស់អ្នក។ នៅពេលដែលអ្នកពិនិត្យលទ្ធផលនៃគម្រោងណាមួយសូមចាំថាអ្នកត្រូវចងក្រងព័ត៌មានពីគម្រោងនេះជាករណីសិក្សាជានិច្ច។នៅពេលចប់គម្រោងមួយរកវិធីធ្វើយ៉ាងណាសរសេរករណីសិក្សាឱ្យបានមួយបើអាចធ្វើបាន។

២. ឯកភាពគ្នាគ្នាករណីសិក្សា។និយាយពីករណីសិក្សារឹតតែឆាប់រឹតតែល្អ

អ្នកគួរប្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយ ពីករណីសិក្សាឱ្យរឹតតែឆាប់រឹតតែល្អ។ បើអាច ប្រាប់គេមុនពេលគម្រោងចាប់ផ្តើមទៀតរឹតតែល្អ។ ពេលអ្នកធ្វើយ៉ាងនេះ អ្នកត្រូវធ្វើយ៉ាងណាឱ្យពួកគេដឹងថាគេបានប្រយោជន៍អ្វីពីករណីសិក្សានេះ។ អ្នកអាចព្យាយាមពន្យល់ពួកគេឱ្យយល់ ដោយប្រើប្រាស់វិធីដូចខាងក្រោមៈ

- ប្រាប់ថានេះជាឱកាសចែករំលែកចំណេះដឹង ហើយធានាថាគេអាចយកគម្រោងនេះទៅអនុវត្ត នៅកន្លែងផ្សេងទៀត។
- ឱកាសសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ចុងក្រោយអាច ផ្សព្វផ្សាយអ្វីដែលសំខាន់ចំពោះពួកគេទៅកាន់សាធារណជន។ សួរខ្លួនឯងថាតើករណីសិក្សាបែបនេះអាចនឹងស្របជាមួយគោលបំណងរបស់គេបានដែរឬទេ។ អ្នកក៏គួរបង្ហាញឧទាហរណ៍ករណីសិក្សាផ្សេងៗពីអតីតកាលដើម្បីឱ្យពួកគេដឹងថាខ្លួនគួររំពឹងអ្វីផងដែរ។
- ឱកាសធ្វើការជាដៃគូជាមួយអង្គការធំមួយដូចជាគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គជាដើម។ ប្រការនេះអាចជួយឱ្យស្ថាប័នឬសហគមន៍របស់គេ ទទួលបានភាពជឿជាក់ពីសាធារណៈជនហើយជួយឱ្យពួកគេទទួលបានជំនួយទៅថ្ងៃអនាគត។

៣. ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យករណីសិក្សាទាំងនេះងាយអាន

ល្អបំផុត ករណីសិក្សាមួយមិនគួរមានប្រវែងវែងជាង១ឬ២ទំព័រនោះទេ។ ប្រសិនបើវាមានប្រវែងវែងជាងនេះនោះអ្នកគួរបញ្ចូលសេចក្តីសង្ខេបខ្លីមួយផង។ អ្នកមិនត្រូវធ្វើឱ្យអ្នកអានខំប្រឹងខ្លាំងពេកឬអានច្រើនទំព័រពេកដើម្បីរកព័ត៌មានសំខាន់ៗនោះទេ។

៤. ទំព័រដំបូងគួរមានបញ្ចូលនូវបញ្ហាឬក្តីប្រឈមដំណោះស្រាយនិងលទ្ធផលយ៉ាងច្បាស់

អ្នកអានគួរអាចរកព័ត៌មានទាំងនេះដោយងាយស្រួល។

៥. គួរបញ្ចូលសម្រង់សម្តីពីមនុស្សឬស្ថាប័នដែលទទួលបានផលប្រយោជន៍ពីគម្រោងនេះ

នេះគឺជាការបង្ហាញ ពីការគាំទ្រផ្ទាល់ដល់ភាពជោគជ័យរបស់គម្រោង។ អ្នកក៏អាចប្រើប្រាស់សម្រង់សម្តីទាំងនេះក្នុងឯកសារផ្សព្វផ្សាយផ្សេងទៀតផងដែរ។ សម្រង់សម្តីដែលល្អមួយមានសារៈសំខាន់ណាស់។

៦. ប្រើរូបថត

រូបថត ជានិច្ចកាល មានតម្លៃខ្លាំងណាស់។រូបថតអាចធ្វើឱ្យករណីសិក្សាមានភាពគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ និងផ្ទាល់ខ្លួន។

៧. ករណីសិក្សារបស់អ្នកគួរតែមានភាពពិសេសផ្ទាល់ខ្លួន

លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យមួយ ក្នុងចំណោមលក្ខណៈវិនិច្ឆ័យសំខាន់ៗ នៃករណីសិក្សា ដែលបង្ហាញ ពីរឿងរ៉ាវជោគជ័យ គឺពេលដែលអ្នកអាចផ្លាស់ប្តូរទិន្នន័យបច្ចេកទេសទៅជារឿងផ្ទាល់ខ្លួន ដែលគួរឱ្យទាក់ចិត្តមួយ។ អ្នកគួរតែធ្វើយ៉ាងណាធ្វើឱ្យរឿងដែលអ្នកសរសេរមានមនុស្សនៅក្នុងនោះ។តើការស្រាវជ្រាវនិងសកម្មភាពគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនេះ មានឥទ្ធិពលយ៉ាងណាខ្លះចំពោះសហគមន៍ជាក់លាក់?

៨. ផ្តល់ការថ្លែងអំណរគុណឱ្យបានត្រឹមត្រូវ

ធ្វើយ៉ាងណាថ្លែងអំណរគុណដល់គ្រប់អង្គការ ដែលបានចូលរួមក្នុងគម្រោងនេះ រួមមាន ទាំងអ្នកផ្តល់ជំនួយផងដែរផងដែរ។ ការធ្វើដូចនេះ អាចធ្វើឱ្យកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់អ្នកល្អជាខ្លាំង ហើយវាអាចនឹងនាំឱ្យមានបញ្ហាប្រសិនបើអ្នកភ្លេចរួមបញ្ចូលនរណាម្នាក់!

៩. ផ្តល់ព័ត៌មានទំនាក់ទំនងប្រសិនបើគេចង់ទទួលបានព័ត៌មានបន្ថែម

ទោះបីជាករណីសិក្សារបស់អ្នកជាធម្មតាតែងតែមានប្រវែងខ្លីក៏ដោយ អ្នកគួរផ្តល់វិធីឱ្យគេទាក់ទងមកបានប្រសិនបើគេចង់បានព័ត៌មានបន្ថែម។ អ្នកក៏គួរបញ្ចូលប្រភពព័ត៌មាន សម្រាប់អ្នកដែលចង់ស្រាវជ្រាវបន្ថែមផងដែរ។

១០. ចែករំលែកករណីសិក្សាមួយ

ចុងបញ្ចប់នៅពេលអ្នកសរសេរករណីសិក្សាមួយចប់ហើយ អ្នកគួរចែករំលែកវាឱ្យចំមនុស្ស។បើនិយាយពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយវិញ អ្នកគួរតែផ្ញើវាទៅអ្នកសារព័ត៌មាន ដែលចាប់អារម្មណ៍នឹងបញ្ហានេះ ឬក៏អាចសរសេរសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានពីវាទៀតផង។ ករណីសិក្សា ដែលបង្ហាញពីរឿងរ៉ាវជោគជ័យ អាចត្រូវបានគេយកទៅប្រើសម្រាប់គោលបំណងជាច្រើនផ្សេងទៀត ដូចជាៈ

- បង្ហោះវាទៅក្នុងវ៉ិបសាយនិងបណ្តាញសង្គម
- ចែករំលែកទៅដៃគូអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលមន្ត្រីរាជរដ្ឋាភិបាលសំខាន់ៗ
- ផ្ញើទៅសន្និសីទនិងសិក្ខាសាលាផ្សេងៗសម្រាប់ឱកាសអាចធ្វើបទបង្ហាញ
- ចែករំលែកវាទៅកាន់បុគ្គលិកនិងដៃគូដើម្បីបង្ហាញពីការអនុវត្តន៍ជោគជ័យ

វិចារណកថា និងឱកាសអត្ថបទផ្សេងៗ

វិចារណកថា គឺជាវិធីដ៏ល្អមួយសម្រាប់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ និយាយពីបញ្ហាដែលខ្លួនចង់និយាយទៅកាន់សាធារណជន។ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងបែប ផ្តួចផ្តើមជាមុនបែបនេះ អាចជួយឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គជាអ្នកកំណត់របៀបវារៈដោយខ្លួនឯង ជាជាងរង់ចាំការពារខ្លួនរហូត។ អត្ថបទបែបនេះ គួរតែបង្ហាញពីការយល់ឃើញ ទាក់ទងនឹងបញ្ហាដែលល្បីក្នុងពេលណានោះ។ អ្នកអាចសរសេរវាជាភាសាអង់គ្លេស និងភាសាក្នុងតំបន់ ដើម្បីផ្ញើទៅប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាច្រើន ទាំងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអន្តរជាតិ ដូចជា Financial Times និង Asia Wall Street Journal ក៏ដូចជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាតិ និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឯកទេសផ្សេងៗ។

ចំណុចមួយចំនួន ដែលត្រូវចងចាំ៖

- ដូចដែលបានលើកឡើងពីខាងដើម អ្នកគួរ **ជ្រើសរើសប្រធានបទណាដែលសាធារណៈជនកំពុងយកចិត្តទុកដាក់**។ អ្នកគួរលើកពីប្រធានបទនោះ រឹតតែឆាប់រឹតតែល្អបើបាននៅក្នុងកថាខណ្ឌទីមួយរឹតតែល្អ។

- **មានការបើកនិងការបិទបានល្អ។** ធ្វើយ៉ាងណាក្បាលអត្ថបទរបស់អ្នកទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកអាន។បើមិនដូច្នោះទេគេនឹងមិនបន្តអាននោះទេ។ ដូចគ្នានេះដែរការបញ្ចប់អត្ថបទរបស់អ្នកក៏ត្រូវទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍ផងដែរដោយមានសេចក្តីសន្និដ្ឋានល្អនិង/ឬការអំពាវនាវឱ្យធ្វើអ្វីមួយ។

- **ត្រៀមខ្លួនសរសេរនិងផ្ញើលឿនៗ។** ប្រសិនបើអ្នកសម្របអត្ថបទរបស់អ្នកជាមួយនឹងប្រធានបទព័ត៌មានណាមួយនោះមានន័យថាអ្នកត្រូវផ្ញើវាឱ្យបានលឿន។ប្រធានបទខ្លះមានវដ្តព័ត៌មានខ្លីណាស់ដូច្នេះ ហើយការសរសេរនិងការឯកភាពនៅក្នុងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គឬគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គត្រូវធ្វើឱ្យបានលឿន។

- ធ្វើយ៉ាងណាធានាថាអត្ថបទរបស់អ្នក**ខ្លីហើយមិននិយាយច្រំដែល។** វិចារណកថាខ្លះអាចមានប្រវែងខ្លីត្រឹម៤០០ពាក្យឯខ្លះទៀតដល់ទៅ១៥០០ពាក្យសម្រាប់អត្ថបទបច្ចេកទេស។

- ធានាថាអត្ថបទរបស់អ្នក**មិនផ្សព្វផ្សាយពីខ្លួនឯងពេក។** កុំនិយាយពីចំណុចល្អរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គពេក។

> **i សំណួរដែលអ្នកគួរសួរខ្លួនឯងមុនពេលនិងអំឡុងពេលអ្នកសរសេរវិចារណកថា៖**
>
> ✓ តើខ្ញុំមានចំណុចណាច្បាស់ដែលខ្ញុំចង់បង្ហាញដល់គេទេ? តើចំណុចនោះជាអ្វី?
> ✓ តើនរណាគេនឹងខ្វល់ពីរឿងនេះ? តើខ្ញុំកំពុងព្យាយាមបញ្ចុះបញ្ចូលនរណា(អ្នកអានរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ)?
> ✓ តើការអះអាងរបស់ខ្ញុំមានខ្លឹមសារត្រឹមត្រូវទេ?
> ✓ តើការបើក និងការបិទអត្ថបទរបស់ខ្ញុំទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់គេទេ?
> ✓ តើអ្វីដែលខ្ញុំនិយាយច្បាស់ទេ? តើសម្លេងរបស់ខ្ញុំមានលក្ខណៈធម្មជាតិទេ?
> ✓ តើអត្ថបទរបស់ខ្ញុំមានលក្ខណៈដូចជាការសន្ទនាទេ?

- **ប្រើប្រាស់ភាសាធម្មតា ហើយគោរពអ្នកអានរបស់អ្នក។** កុំសន្មត់ថាពួកគេជាអ្នកជំនាញឱ្យសោះ។

- **សរសេរពីការយល់ឃើញឱ្យបានច្បាស់លាស់។** ជ្រើសរើសសារសំខាន់ ដែលអ្នកចង់ឱ្យគេរៀនពីអត្ថបទរបស់អ្នក ហើយកុំផ្លាស់ប្តូរឱ្យសោះ។ កុំនិយាយច្រំដែល។

- **ស្គាល់ពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។** ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនីមួយៗ មានស្ទីលវិចារណកថាខុសៗគ្នា។ ធ្វើការស្រាវជ្រាវពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដើម្បីឱ្យដឹងពីចរិតលក្ខណៈនៃអ្នកអានរបស់គេ ដោយអានពីវិចារណកថាផ្សេងទៀត ដែលផ្សាយតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនោះ។

- **សរសេរ ដោយប្រើស្ទីលផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។** កុំធ្វើត្រាប់តាមស្ទីលសរសេររបស់អ្នកផ្សេង។ប្រើប្រាស់ស្ទីលធម្មជាតិរបស់អ្នក។

- **ធ្វើការស្រាវជ្រាវដើម្បីអត្ថបទរបស់អ្នក។** ដើម្បីទទួលបានជោគជ័យអត្ថបទរបស់អ្នកគួរតែផ្អែកលើការស្រាវជ្រាវដែលមានមូលដ្ឋានរឹងមាំ។ កុំភ្លេចស្រង់លទ្ធផលដែលបានពីការចុះស្រាវជ្រាវដល់កន្លែងនិងស្ថិតិផ្សេងទៀតផង។ល។

> នៅក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ពខ្លះ អ្នកអាចរកកាលវិភាគប្រធានបទ ដែលគេនឹងជ្រើសរើសសម្រាប់ប៉ុន្មានខែទៅមុខទៀតដើម្បីរៀបចំអត្ថបទរបស់អ្នកឱ្យសមស្របតាមនោះ។ នេះគេហៅថាបញ្ជីប្រធានបទទៅថ្ងៃមុខ។

ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានបោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

សម្រង់អត្ថបទពី វិចារណកថាពី បាងកកប៉ុស្ដិ៍ របស់ JEREMY BIRD អតីតនាយកប្រតិបត្តិនៃ គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ឆ្នាំ២០១០

ដូចដែលអ្នកអានបានដឹងរួចហើយដែរ តំបន់ជាច្រើននៅផ្នែកខាងជើងប្រទេសថៃ និងឡាវ ផ្នែកនិរតីនៃប្រទេសចិន និងផ្នែកខ្លះនៃប្រទេសវៀតណាម កំពុងមានភាពរាំងស្ងួតយ៉ាងខ្លាំងដែលយើងមិនដែលឃើញនៅក្នុងពេលថ្មីៗនេះ។ វានាំឱ្យនីវ៉ូទឹកលេនៅតំបន់អាងទន្លេមេគង្គ ក៏ដូចជាទន្លេធំៗផ្សេងៗដូចជាទន្លេក្រហមនៅផ្នែកខាងជើងប្រទេសវៀតណាម ធ្លាក់ចុះយ៉ាងខ្លាំងខុសពីធម្មតា។

អត្ថបទចាប់ផ្ដើមដែលមានទម្ងន់ និងសមឱ្យគេផ្សព្វផ្សាយ

ការវិភាគទិន្នន័យរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ បានបង្ហាញឱ្យឃើញថា ការធ្លាក់ចុះនៃនីវ៉ូទឹករបស់ទន្លេមេគង្គ និងដៃទន្លេផ្សេងៗ គឺបណ្ដាលមកពីស្ថានភាពធម្មជាតិ។ ឧទាហរណ៍ នៅតំបន់ឈៀងសែន ភាគខាងជើងប្រទេសថៃដែលនៅជាប់នឹងព្រំប្រទល់ប្រទេសចិន រដូវវស្សាឆ្នាំ ២០០៩ បានបញ្ចប់ទៅលឿនជាងមុនមួយខែកន្លះ។ អត្រាទឹកភ្លៀងសម្រាប់ខែកញ្ញា និងតុលាឆ្នាំ ២០០៩ មានចំនួនតិចជាងអត្រាធម្មតាដល់ទៅ ៣០ ភាគរយ។

ផ្ដល់ប្រភពទិន្នន័យ និង បង្ហាញថាគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គជាអ្នកជំនាញ

នៅប្រទេសថៃ របាយការណ៍នៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាច្រើនចោទថាបញ្ហានេះកើតឡើង ដោយសារគម្រោងថាមពលវារីអគ្គីសនីរបស់ប្រទេសចិន តែតាមពិតទៅពួកគេក៏ធ្វើអញ្ចឹងដែរ។ គេស្ដុកទឹកទុកនៅក្នុងរដូវវស្សា ដើម្បីប្រើប្រាស់នៅរដូវប្រាំង។

និយាយពីបញ្ហា ដែលជាចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកអានបាងកកប៉ុស្ដិ៍

ពួកយើងសុទ្ធតែដឹងពីឥទ្ធពលនៃទំនប់វារីអគ្គីសនីទៅលើធនធានធម្មជាតិ និងជីវភាពរស់នៅរបស់មនុស្សដែលពឹងផ្អែកលើធនធានធម្មជាតិទាំងនោះ។ មានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ គណៈកម្មការឯករាជ្យការស្រាវជ្រាវរង្វាយតម្លៃគម្រោង និងបទពិសោធន៍សហគមន៍ជាច្រើនបានឆ្លុះបញ្ចាំងពីឥទ្ធពលទាំងនេះ។ តែនេះមិនបានន័យថា គ្រប់បញ្ហាទាំងអស់គឺមកពីទំនប់វារីអគ្គីសនីនោះទេ។

ប្រើប្រាស់ភាសាមិនផ្លូវការ ហើយនិយាយពីបញ្ហាលំបាកៗដោយផ្ទាល់តែម្ដង

យើងត្រូវធ្វើការស្រាវជ្រាវបន្ថែមទៀត។ គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គកំពុងសហការជាមួយប្រទេសចិន ដើម្បីធ្វើការស្វែងយល់បន្ថែមពីឥទ្ធពលរបស់ទំនប់វារីអគ្គីសនី និងសកម្មភាពមនុស្សទៅលើប្រជាជនដែលរស់នៅតាមដងទន្លេ។ បន្ថែមពីលើនេះទៀត គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គក៏កំពុងស្វែងរកម៉ូដែលផ្លាស់ប្ដូរនៅថ្ងៃអនាគត ដែលរួមមានឥទ្ធពលរបស់វាទៅលើបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុផងដែរ។

ផ្ដោតសំខាន់លើគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងតួនាទីយ៉ាងសកម្មរបស់គេ

ប្រទេសផ្សេងៗនៅក្នុងតំបន់នេះមិនសូវមានបទពិសោធន៍ក្នុងការគ្រប់គ្រងគ្រោះរាំងស្ងួត និងការរៀបចំខ្លួនដើម្បីគ្រោះទឹកជំនន់នោះឡើយ។ ទោះបីជាយ៉ាងនេះក្ដី បម្រែបម្រួលអាកាសធាតុអាចនឹងបង្កើតឥទ្ធពលនៃគ្រោះរាំងស្ងួត និងគ្រោះទឹកជំនន់នៅប៉ុន្មានឆ្នាំទៅមុខទៀត។ នេះគឺជាវិស័យមួយដែលទាមទារឱ្យមានការយកចិត្តទុកដាក់ពីអ្នកតាក់តែងច្បាប់ ក៏ដូចជាមនុស្សទូទៅផងដែរ។

ការបញ្ចប់ល្អ និងមានសេចក្ដីអំពាវនាវ

*វិចារណកថាពីគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ចុះផ្សាយនៅបាងកកប៉ុស្ដិ៍ ថ្ងៃទី ១៦ ខែមីនា ឆ្នាំ ២០១០

ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានបោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

លិខិតផ្ញើទៅកាន់និពន្ធនាយក

លិខិតទៅកាន់និពន្ធនាយក៖ តើវាគួរមានអ្វីខ្លះ?

✓ មានព័ត៌មានទំនាក់ទំនងទាំងអស់
✓ មានកាលបរិច្ឆេទ
✓ និយាយពីអត្ថបទដែលអ្នកកំពុងឆ្លើយតបទៅ
✓ បង្ហាញឈ្មោះ និងតួនាទីរបស់អ្នក

លិខិតទៅកាន់និពន្ធនាយក គឺជាវិធីសំខាន់មួយទៀតដើម្បីចែកចាយសាររបស់អ្នក។ អ្នកអាចផ្តួចផ្តើមគំនិតប្រើលិខិតបែបនេះដើម្បីសម្រួចទិសដៅនៃការជជែកវែកញែកឬជាឧបករណ៍ សម្រាប់ឆ្លើយតបនឹងអត្ថបទដែលមានការស្រង់អង្គហេតុមិនត្រឹមត្រូវ ឬមានអង្គហេតុសំខាន់។លិខិតបែបនេះអាចបង្ហាញពីការយល់ឃើញមួយឬគំនិតមួយអាចយល់ស្របឬប្រឆាំង នឹងអត្ថបទណាមួយឬកែតម្រូវអង្គហេតុនិងតួលេខមួយចំនួន។ ចំណុចមួយចំនួន ដែលត្រូវពិចារណា នៅពេលអ្នកសរសេរលិខិតផ្ញើជូននិពន្ធនាយក៖

- ប្រសិនបើលិខិតរបស់អ្នក ឆ្លើយតបនឹងអត្ថបទណាមួយនោះ **ធ្វើយ៉ាងណាសរសេរហើយផ្ញើវាឱ្យលឿនបំផុត** គឺធ្វើយ៉ាងណាមិនឱ្យយឺតជាង៤៨ម៉ោងគិតរាប់ពីពេលគេបោះពុម្ពផ្សាយអត្ថបទនោះ។ នេះនឹងធ្វើឱ្យគេបោះពុម្ពផ្សាយលិខិតរបស់អ្នក។

- ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យលិខិតរបស់អ្នក **មានព័ត៌មានត្រឹមត្រូវ ខ្លី** ហើយ**កុំសូវការពារខ្លួនពេក**។ ជាធម្មតា លិខិត មួយមានប្រវែងតែពី១២៥ ទៅ ១៥០ពាក្យតែប៉ុណ្ណោះ តែបើអ្នកមាន ចំណុចច្រើនត្រូវនិយាយ វាអាចឡើងដល់៣០០ពាក្យ (ប្រសិនបើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនោះអនុញ្ញាត)។

- **និយាយពីគំនិតរបស់អ្នកហើយនិយាយឱ្យឆាប់!** ចាប់និយាយពីគំនិតរបស់អ្នកដោយផ្ទាល់តែម្តងនៅក្នុងលិខិតឬអ៊ីមែលរបស់អ្នក។

- **អានលិខិតផ្ញើជូននិពន្ធនាយកផ្សេងទៀត ក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ពដដែលនេះ។** ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនីមួយៗតែងមានស្ទីលលិខិតខុសៗគ្នា។ អានឧទាហរណ៍ ដែលបង្ហាញពីលិខិតផ្សេងៗដើម្បីឱ្យអ្នកដឹង ថាគេចង់បានស្ទីលទំងន់ពាក្យពេចន៍ដែលគេប្រើនិងប្រវែង។

- ពេលអ្នកយោងអត្ថបទដែលគេបានបោះពុម្ពផ្សាយពីមុនមក **អ្នកគួរផ្តល់ព័ត៌មានលម្អិតឱ្យច្រើន (កាលបរិច្ឆេទចំណងជើងទំព័រអ្នកនិពន្ធ -ល-)។** ប្រការនេះសំខាន់ណាស់ ដើម្បីឱ្យអ្នកបោះពុម្ពផ្សាយដឹងថាអ្នកចង់និយាយពីអត្ថបទមួយណា។

- យកល្អ **បុគ្គលិកជាន់ខ្ពស់នៃគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ឬគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ** គួរតែជាអ្នកសរសេរលិខិតប្រភេទនេះ។ នេះបង្កើនភាពជឿជាក់របស់គេទៅលើពាក្យពេចន៍នៃលិខិត ហើយធ្វើឱ្យគេបោះពុម្ពផ្សាយវាផងដែរ។

- **ប្រើប្រាស់ស្ថិតិ។** ស្ថិតិគឺជាមធ្យោបាយសំខាន់សម្រាប់ទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់គេហើយនឹងគាំទ្រចំណុចរបស់អ្នកផងដែរ។

លិខិតផ្ញើជូននិពន្ធនាយក៖ សម្រង់អត្ថបទពី ការអភិវឌ្ឍន៍វារីអគ្គិសនីមេគង្គគឺមានភាពល្អ

បាងកកប៉ុស្តិ៍ ថ្ងៃទី ៩ ខែមករា ឆ្នាំ ២០០៧

ខ្ញុំចង់ឆ្លើយតបទៅកាន់អត្ថបទមួយដែលត្រូវបានបោះពុម្ពផ្សាយនៅថ្ងៃទី ២៥ ខែធ្នូ នៅបាងកកប៉ុស្តិ៍ដែលមានចំណងជើងថា៖ «ផែនការទំនប់វារីអគ្គិសនីថ្មីនាំឱ្យមានការប្រកាសអាសន្ន» ដែលបានបង្ហាញ ពីគំនិតរបស់ខ្ញុំទៅលើការអភិវឌ្ឍន៍វារីអគ្គិសន៍នៅប្រទេសចិន ដោយមិនត្រឹមត្រូវ។ និយាយចំៗ ហើយ លើកពីអត្ថបទដែលខ្លួនកំពុងឆ្លើយតបទៅ។ អត្ថបទនេះត្រូវបានចុះផ្សាយ ក្រោយពីជំនួបប្រជុំជាមួយតំណាងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយប្រទេសថៃ នៅក្នុងលេខាធិការដ្ឋានគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ នៅក្រុងវៀងច័ន្ទន៍ នៅថ្ងៃទី ៩ ខែធ្នូ។

ក្នុងនាមជានាយកប្រតិបត្តិនៃលេខាធិការដ្ឋានគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ បង្ហាញពីតួនាទី ធ្វើឱ្យគេទុកចិត្តភ្លាម ខ្ញុំសូមយកឱកាសនេះបង្ហាញដល់អ្នកអានរបស់បាងកកប៉ុស្តិ៍ ល្អហើយដែលលើកពីអ្នកអាន៖ គឺជាទស្សនិកជនសំខាន់បំផុត នូវទស្សនវិស័យដែលមានតុល្យភាព និងស្ថាបនា ទាក់ទងនឹងឥទ្ធពលរបស់គម្រោងអភិវឌ្ឍន៍វារីអគ្គិសនី។ តាមពិតទៅ ឥទ្ធពលរបស់ទំនប់វារីអគ្គិសនីគឺពឹងផ្អែកទៅលើដំណើរការរបស់វាទេ។ ដើម្បីបន្ថយចលនាផ្លាស់ប្តូរនៃលំហូរទឹកទន្លេ ដែលអាចជះឥទ្ធពលដល់អ្នកចម្ការ និងអ្នកនេសាទក្នុងស្រុក ដែលរស់នៅតាមបណ្តោយដងទន្លេ គ្រប់ភាគីគួរតែសហការគ្នាដើម្បីបង្កើតការណែនាំលើដំណើរការទំនប់វារីអគ្គិសនីទាំងនេះ។ សារសំខាន់របស់សំបុត្រ៖ សហការគ្នា។

នៅក្នុងអង្គប្រជុំនោះ ខ្ញុំក៏បាននិយាយថា យើងគួរតែផ្តោតសំខាន់ និងដោះស្រាយឥទ្ធពលអាក្រក់ដែលអាចបណ្តាលឡើងមកពីទំនប់វារីអគ្គិសនីឡាន់កាំងនៅប្រទេសចិន។ តែសាធារណៈជនតែងតែពន្លើសពីឥទ្ធពលអាក្រក់ទាំងអស់នេះ។ តាមពិតទៅ ចំណុះទឹកសរុបដែលទំនប់ពីរគឺ ទំនប់ម៉ាន់វ៉ាន និងជាចាវសាន មានចំណុះតិចជាងចំណុះទឹកធម្មតាដែលហូរចេញពីប្រទេសចិនទៅទន្លេមេគង្គដល់ទៅ ៣០ ដងឯណោះ។ ប្រើប្រាស់ទិន្នន័យបានល្អ។ ហើយទោះបីជាសមត្ថភាពស្តុករបស់ទំនប់វារីអគ្គិសនីសៀវវ៉ាន នឹងមានសារៈសំខាន់ជាងក៏ដោយ ក៏ចំណុះស្តុករបស់វាតិចជាងចំណុះទឹកប្រចាំឆ្នាំធម្មតាដល់ទៅ ៤ ដងឯណោះ។

ប្រព័ន្ធទន្លេមេគង្គនៅតែមានសក្តានុពលខ្ពស់សម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍ជានិរន្តរភាព នៅក្នុងវិស័យកសិកម្ម នេសាទ វារីអគ្គិសនី ការស្ទង់មើលទិសទី ការគ្រប់គ្រងគ្រោះទឹកជំនន់ ការផ្គត់ផ្គង់ទឹក និងអនាម័យ។ ប្រសិន បើយើងចង់ឱ្យមានការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ និងការបង្កើនសុខុមាលភាពផ្នែកសង្គម និង សេដ្ឋកិច្ចរបស់ប្រជាជនស្ថិតនៅតាមបណ្តោយទន្លេមេគង្គ នោះយើងត្រូវមានការអភិវឌ្ឍន៍គ្រប់វិស័យដែលទាក់ទងនឹងទឹក ដែលរួមមានវារីអគ្គិសនីផងដែរ។ សេចក្តីអំពាវនាវខ្លាំងក្លា។

ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានបោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

យើងដឹងច្បាស់ណាស់ថា ការអភិវឌ្ឍន៍ធនធានទឹក នៅក្នុងអាងទន្លេអន្តរជាតិហើយធំដូចនេះគឺ មកជាមួយនឹងហានិភ័យ ក៏ដូចជាភាពលំបាកផងដែរ។ ក៏ប៉ុន្តែ ពួកយើងមានជំនឿចិត្តថា សំបុត្របញ្ចប់ដោយភាពវិជ្ជមាន ពេលយើងមានអាកប្បកិរិយាដែលស្ថាបនា ពោរពេញដោយជំនឿទុកចិត្ត និងផ្អែកលើស្ថានភាពពិតប្រាកដ ដើម្បីជម្រុញឱ្យមានកិច្ចសហការយ៉ាងស្អិតរមួតរវាងគ្រប់ប្រទេសក្នុងអាងទន្លេមេគង្គនោះ យើងនឹងអាចក្លាយទៅជាតំបន់អាងទន្លេដែលមានសេដ្ឋកិច្ចខ្ពស់ មានយុត្តិធម៌ផ្នែកសង្គម និងបរិស្ថានល្អ ដើម្បីផ្តល់ប្រយោជន៍ដល់ប្រជាជនទន្លេមេគង្គ ជាពិសេសប្រជាជនក្រីក្រ។ បង្ហាញពីគោលបំណងរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។

បណ្ឌិត Olivier Cogels
នាយកប្រតិបត្តិនៃលេខាធិការដ្ឋានគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ
ជាបុគ្គលិកជាន់ខ្ពស់

ការសម្ភាសន៍តាមទូរស័ព្ទឬការសម្ភាសន៍ផ្ទាល់

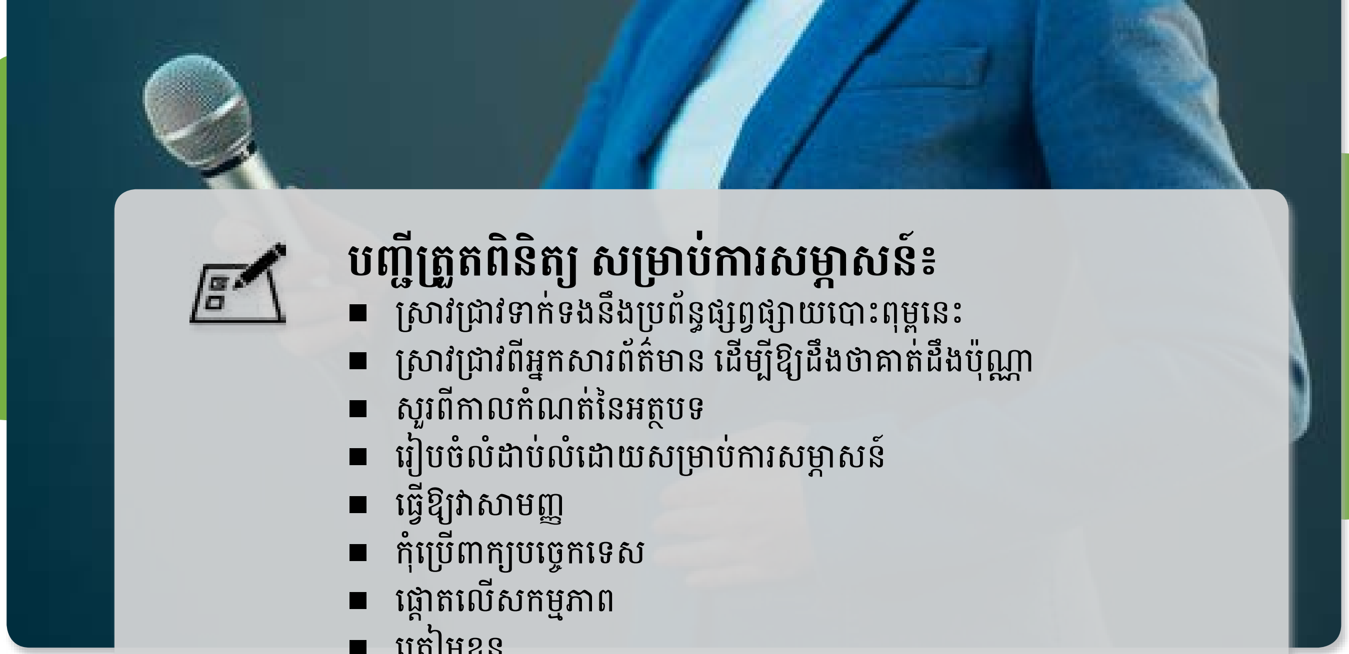
វិធីចែករំលែកព័ត៌មានទៅកាន់អ្នកសារព័ត៌មានដែលគេប្រើប្រាស់ច្រើនជាងគេនោះគឺតាមការសម្ភាសន៍។ការសម្ភាសន៍ភាគច្រើនគឺតាមទូរស័ព្ទតែពេលខ្លះក៏មានការសម្ភាសន៍ផ្ទាល់ផងដែរ។ជាធម្មតាអ្នកសារព័ត៌មានជាអ្នកហៅទូរស័ព្ទដើម្បីសុំមតិពីគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គឬគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គសម្រាប់អត្ថបទដែលគេកំពុងនិពន្ធ។

ពេលខ្លះគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គអាចជាអ្នកទាក់ទងទៅអ្នកសារព័ត៌មានដើម្បីធ្វើបទសម្ភាសន៍។ សង្ឃឹមថាទៅថ្ងៃមុខនឹងមានរឿងបែបនេះកើតឡើងច្រើន។ឧទាហរណ៍ យើងអាចគិតពីការផ្តល់ព័ត៌មានសង្ខេបដល់អ្នកសារព័ត៌មានស្តីពីព្រឹត្តិការណ៍សំខាន់ៗរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គដូចជា កិច្ចប្រជុំក្រុមប្រឹក្សានិងគណៈកម្មការជាដើម។

តើអ្នកគួរធ្វើយ៉ាងណានៅក្នុងការសម្ភាសន៍ ទៅជាការសម្ភាសន៍តាមទូរស័ព្ទក្តី ឬផ្ទាល់ក្តី ?

ទីមួយ**សួរសំណួរឱ្យច្រើន**។តើអ្នកសារព័ត៌មានម្នាក់នេះកំពុងរកព័ត៌មានអ្វីពីប្រភព? តើគេបាននិយាយជាមួយអ្នកណាខ្លះហើយ? តើអត្ថបទនេះនឹងមានទម្ងន់កម្រិតណា? តើពេលកំណត់សម្រាប់អត្ថបទនេះនៅពេលណា?

នៅក្នុងស្ថានភាពបែបនេះអ្នកអាចផ្ញើសំណើរទៅក្រុមការងារផ្នែកប្រាស្រ័យទាក់ទងដើម្បីកំណត់ដែននៃការសម្ភាសន៍។ពេលខ្លះអ្នកអាចទាំងស្នើឱ្យអ្នកសារព័ត៌មានផ្ញើបញ្ជីសំណួរទោះបីជាពួកអ្នកសារព័ត៌មានមិនសូវចូលចិត្តផ្ញើក៏ដោយដោយសារពួកគេមិនមានពេលទំនេ ដើម្បីកត់សំណួររបស់ពួកគេមុនពេលសម្ភាសន៍។



បញ្ជីត្រួតពិនិត្យ សម្រាប់ការសម្ភាសន៍៖

- ស្រាវជ្រាវទាក់ទងនឹងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ពនេះ
- ស្រាវជ្រាវពីអ្នកសារព័ត៌មាន ដើម្បីឱ្យដឹងថាគាត់ដឹងប៉ុណ្ណា
- សួរពីកាលកំណត់នៃអត្ថបទ
- រៀបចំលំដាប់លំដោយសម្រាប់ការសម្ភាសន៍
- ធ្វើឱ្យវាសាមញ្ញ
- កុំប្រើពាក្យបច្ចេកទេស
- ផ្តោតលើសកម្មភាព
- ត្រៀមខ្លួន

អ្វីដែលសំខាន់នោះគឺ**អ្នកត្រូវផ្តល់ពេលឱ្យខ្លួនឯង**។កុំឆ្លើយសំណួរគេភ្លាមៗទោះបីជាគេដាក់សម្ពាធឱ្យអ្នកខ្លាំងប៉ុណ្ណាក៏ដោយ។ទុកពេលឱ្យខ្លួនឯងត្រៀមខ្លួនសម្រាប់ការសម្ភាសន៍។ ពេលគេហៅទូរស័ព្ទមកអ្នកភាគច្រើនគេនឹងដាក់សម្ពាធឱ្យអ្នកឆ្លើយសំណួរភ្លាមៗ។ **កុំបង្ខំឱ្យខ្លួនឯងឆ្លើយភ្លាមៗ។**អ្នកអាចសុំពេលគិតហើយហៅទូរស័ព្ទទៅអ្នកសារព័ត៌មានវិញតែកុំគិតយូរពេក!

យ៉ាងណាមិញអ្នកសារព័ត៌មានមិនប្រាកដថានឹងសួរពីប្រធានបទដែលគេប្រាប់អ្នកមុនពេលសម្ភាសន៍នោះទេ។តែកុំបារម្ភអី។ អ្នកនៅតែអាចគ្រប់គ្រងកិច្ចសម្ភាសន៍ហើយផ្តល់សាររបស់អ្នកឱ្យគេដដែលទេ (យើងនឹងនិយាយបន្ថែមនៅផ្នែកទី៥)។ចាំថាអ្នកមានព័ត៌មានក្នុងដៃហើយអ្នកគឺជាអ្នកជំនាញដូច្នេះហើយអ្នកសារព័ត៌មាននៅតែត្រូវការអ្នកនិងវិជ្ជាជីវៈរបស់អ្នកដដែលទេ។

នេះជាការណែនាំខ្លះៗសម្រាប់ការសម្ភាសន៍តាមទូរស័ព្ទ ឬដោយផ្ទាល់៖

- ធ្វើការស្រាវជ្រាវ! ប្រហែលជាអ្នកអាចផ្ទេរឱ្យផ្នែកប្រាស្រ័យទាក់ទងធ្វើកិច្ចការនេះតែការស្រាវជ្រាវមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់ការរៀបចំខ្លួនសម្រាប់កិច្ចសម្ភាសន៍។ តើអ្នកណាជាអ្នកអានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនេះ? តើអ្នកសារព័ត៌មានម្នាក់នេះមានចំណេះដឹងបច្ចេកទេសដល់កម្រិតណា? តើអ្នកសារព័ត៌មានម្នាក់នេះបាននិយាយជាមួយនរណាខ្លះហើយ?

- **ធ្វើឱ្យលឿន។**ទោះបីជាអ្នកមិនចាំបាច់ឆ្លើយសំណួរគេភ្លាមៗដូចជាពេលគេហៅទូរស័ព្ទមកអ្នកក៏ដោយ។តែអ្នកត្រូវចាំថាពួកគេមានកាលកំណត់សម្រាប់អត្ថបទគេ។ ដូច្នេះអ្នកត្រូវខំប្រឹងឆ្លើយយ៉ាងណាឱ្យលឿនតាមតែអ្នកអាចធ្វើបាន។

- **គោរពអ្នកសារព័ត៌មាន**- ទោះបីអ្នកគិតថាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនោះមានសារៈសំខាន់ឬក៏អត់ក៏ដោយ។ អ្នកសារព័ត៌មានដែលនិពន្ធអត្ថបទឱ្យប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយតូចមួយអាចក្លាយទៅជាអ្នកឆ្លើយឆ្លងព័ត៌មានផ្នែកអភិវឌ្ឍន៍សម្រាប់ Asia Wall Street Journal នៅថ្ងៃអនាគតទៀតផង!

- **កុំសន្និដ្ឋានថាអ្នកសារព័ត៌មានជាអ្នកជំនាញឱ្យសោះ**។អ្នកគួរតែដឹងថាអ្នកសារព័ត៌មានយល់ដឹងពី ប្រធានបទរបស់អ្នកដល់កម្រិតណា។« និយាយអញ្ចឹងតើអ្នកដឹងប៉ុណ្ណាដែរពីការគ្រប់គ្រងធនធានទឹករួមគ្នា?» កុំខ្លាចក្នុងការសួរសំណួរបែបនេះនិងសំណួរផ្សេងៗនោះអី។

ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – និតាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានបោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

សម្រាប់ការសម្ភាសន៍តាមទូរស័ព្ទ

- ហៅទូរស័ព្ទទៅគេវិញឱ្យរឹតតែឆាប់រឹតតែល្អ តែកុំគិតថាអ្នកត្រូវឆ្លើយតបនឹងពួកគេភ្លាមៗ
- កំណត់ពេលវេលាដែលអ្នកមានសម្រាប់ការសម្ភាសន៍
- រកកន្លែងស្ងប់ស្ងាត់មួយ
- មានអ្នកជំនាញនៅជាមួយអ្នក ប្រសិនបើអ្នកត្រូវការព័ត៌មានបន្ថែម

- ត្រូវមានភាពជឿជាក់និងភាពស្ងប់ក្នុងចិត្ត ក្នុងកំឡុងពេលសម្ភាស។កុំច្រឡោតហើយត្រូវធ្វើចិត្តឱ្យស្ងប់ ។កុំឱ្យអ្នកសារព័ត៌មានបង្ខំអ្នកឱ្យសោះ។អ្នកអាចឈប់មាត់ប៉ុន្មានវិនាទីដើម្បីគិតពីចម្លើយរបស់អ្នក។

- **ប្រើប្រាស់ភាសាដែលខ្លាំងក្លាហើយមានភាពរស់រវើក** ក៏ដូចជាប្រយោគខ្លីៗដើម្បីឱ្យគេអាចកាត់តសម្ដីរបស់អ្នកបានស្រួល។ជាចុងក្រោយគេនឹងរួមបញ្ចូលតែសម្ដីអ្នកតែប៉ុន្មានប្រយោគប៉ុណ្ណោះដូច្នេះអ្នកគួរធ្វើយ៉ាងណារៀបសម្ដីឱ្យខ្លីតែមានឥទ្ធិពលខ្លាំងមុនពេលសម្ភាសន៍ផង។

- **ត្រូវនិយាយការពិតហើយសារភាពថាខ្លួនមិនដឹងពេលអ្នកមិនដឹងអ្វីមួយ។** ប្រការនេះស្ដាប់ទៅងាយស្រួលណាស់តែវានៅតែមានសារៈសំខាន់ជានិច្ច។ប្រាប់ការពិតទៅអ្នកសារព័ត៌មាន! ហើយប្រសិនបើអ្នកមិនដឹងពីអ្វីមួយប្រាប់គេតាមត្រង់ទៅ។អ្នកអាចនិយាយថា៖ «ខ្ញុំមិនដឹងទេ។» ធ្វើយ៉ាងណាកុំនិយាយពីរឿងអីដែលអ្នកមិនសូវមានភាពជឿជាក់។ប្រសិនបើអ្នកនៅមានមន្ទិលទាក់ទងនឹងបញ្ហា ឬទិន្នន័យណាមួយអ្នកអាចប្រាប់អ្នកសារព័ត៌មានឱ្យទៅរកអ្នកផ្សេងណាម្នាក់ទៀតក៏បានដែរ។

- **ហើយប្រសិនបើអ្នកនិយាយអ្វីខុសត្រូវកែតម្រូវខ្លួនឯងឱ្យបានឆាប់។** ប្រការនេះមានសារៈសំខាន់ណាស់។ ប្រសិនបើអ្នកមិនកែតម្រូវខ្លួនឯងទេគេអាចនឹងផ្សព្វផ្សាយកំហុសរបស់អ្នកទៅសាធារណៈជនហើយគេនឹងសួរសំណួរបន្ថែមជាច្រើនទៀត! គួរធ្វើយ៉ាងណាធានាថាសម្ដីរបស់អ្នកមិនមានភាពស្រពិចស្រពិលនោះទេ។ប្រសិនបើវាមិនសូវច្បាស់នោះអ្នកគួរតែកែឱ្យបានកាន់តែឆាប់កាន់តែល្អ។

- **ប្រើប្រាស់កាយវិការ។** ទោះបីគេមិនចាក់ការសម្ភាសន៍នេះនៅក្នុងទូរទស្សន៍ក៏ដោយកាយវិការអ្នកនៅតែមានសារៈសំខាន់នៅក្នុងការសម្ភាសន៍ជានិច្ច។អង្គុយឱ្យត្រង់ហើយសម្លឹងទៅភ្នែករបស់អ្នកសារព័ត៌មានហើយកុំព័ទ្ធដៃនៅក្នុងការសម្ភាសន៍ឱ្យសោះ។ ពេលអ្នកព័ទ្ធដៃវាហាក់ដូចជាអ្នកកំពុងការពារខ្លួនហើយមើលពីក្រៅទៅដូចជាអ្នកកំពុងបិទបាំងអ្វីមួយអញ្ចឹង។

- **រៀបចំកិច្ចសម្ភាសន៍ឱ្យមានលំដាប់លំដោយត្រឹមត្រូវ។**ដូចបទបង្ហាញមួយអញ្ចឹងកិច្ចសម្ភាសន៍របស់អ្នកគួរមានលំដាប់លំដោយ។វាគួរមានសេចក្ដីផ្ដើមនិងសេចក្ដីបញ្ចប់ដែលខ្លាំងក្លានិងមានទិន្នន័យដែលងាយស្រួលយល់។ ប្រាកដណាស់អ្នកគួរចេះបត់បែនដោយសារអ្នកសារព័ត៌មានអាចសួរសំណួរដែលអ្នកមិនបានគិតទុកមុន។ តែទោះជាយ៉ាងនេះក៏ដោយអ្នកគួរតែនៅមានលំដាប់លំដោយមួយក្នុងចិត្តជានិច្ច។

ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានបោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

សម្រាប់ការសម្ភាសន៍ផ្ទាល់៖

- ចាំពីកាយវិការ
- មើលមុខគេឱ្យចំ
- កំណត់ពេលវេលាដែលអ្នកមានសម្រាប់ការសម្ភាសន៍
- មានអ្នកជំនាញនៅជាមួយអ្នក ប្រសិនបើអ្នកត្រូវការព័ត៌មានបន្ថែម

- **ធ្វើឱ្យវាសាមញ្ញ។**ដូចជាពេលអ្នកកំពុងបង្កើតសារអញ្ចឹងកុំបញ្ចូលព័ត៌មានលម្អិតច្រើនពេកពេលគេសម្ភាសន៍អ្នក។ប្រសិនបើអ្នកសារព័ត៌មានចង់ដឹងបន្ថែមនោះគេនឹងសួរអ្នកបន្ថែមមិនខាន។

- **កុំប្រើប្រាស់ពាក្យបច្ចេកទេសហើយប្រើភាសាដែលងាយស្រួលយល់។**កុំសូវប្រើពាក្យបច្ចេកទេស និងពាក្យកាត់ច្រើនពេក។បើអ្នកនិយាយពាក្យដូចនេះច្រើនពេកនោះអ្នកសារព័ត៌មាននឹងមិនចូលចិត្តអ្នកនោះទេ។

i

ឥទ្ធិពលនៃកាយវិការ

- មើលមុខគេឱ្យចំៗ
- អង្គុយឱ្យត្រង់
- ប្រើប្រាស់កាយវិការ តែកុំច្រើនពេក!
- កុំព័ទ្ធដៃ
- អនុវត្តការសម្ភាសន៍ទាំងឈរ និងអង្គុយ

- **ចៀសឱ្យផុតពីដំណើរការហើយផ្ដោតសំខាន់លើសកម្មភាពវិញ។** ប្រការនេះមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់ចំពោះគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនិងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ។ អ្នកសារព័ត៌មានមិនចង់ដឹងពីដំណើរការផ្ទៃក្នុងរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គឬសិក្ខាសាលាពិគ្រោះយោបល់ស្ថាប័ន និងនីតិវិធីអ្វីនោះទេ។គេចង់ដឹងពីសកម្មភាពនិងលទ្ធផលណាមួយដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គបានធ្វើ។ គួរផ្ដោតសំខាន់ទៅលើអាកប្បកិរិយាណាមួយដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គកំពុងផ្លាស់ប្ដូរក៏ដូចជា លទ្ធផលដែលគេអាចមើលឃើញបានផងដែរ។នៅក្នុងចំណុចនេះអ្នកអាចប្រើប្រាស់ករណីសិក្សាបាន (អានផ្នែក៤.៣)។

- **កុំបណ្តោយឱ្យអ្នកសារព័ត៌**មានសួរសំណួរដែលមានភាពលម្អៀង។ឧទាហរណ៍៖« ដោយសារប្រវត្តិមិនល្អរបស់រដ្ឋាភិបាលប្រទេសឡាវទាក់ទងនឹងសិទ្ធិមនុស្សតើយើងគួរជឿថាគេអាចមើលថែសហគមន៍ដែលរស់នៅជុំវិញទំនប់ដុនសាហងឬទេ? » ក្នុងករណីនេះប្រសិនបើអ្នកមិនសួរដេញដោលមតិដូចនេះទេ គេនឹងសន្និដ្ឋានថាអ្នកយល់ស្របនឹងវាជាមិនខាន។ដូច្នេះអ្នកគួរតើផ្តើមសំណួររបស់អ្នកដោយពាក្យ៖ « ខ្ញុំនឹងមិនបញ្ចេញយោបល់ទាក់ទងនឹងបញ្ហាដូចនេះទេដោយសារវាមិនស្ថិតនៅក្នុងដែនកំណត់របស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនោះទេ។តែអ្វីដែលខ្ញុំអាចនិយាយបាននោះគឺ...»

- **គួរមានធនធានផ្សេងៗនៅជិតអ្នកប្រសិនបើអ្នកត្រូវការ។** សម្រាប់ការសម្ភាសន៍ទូរស័ព្ទឬដោយផ្ទាល់ក៏ដោយអ្នកគួរតែមានធនធានដូចជាអ្នកជំនាញម្នាក់នៅជិតអ្នកដើម្បីឆ្លើយសំណួររបស់អ្នក។

- **ជ្រើសរើសបរិយាកាសឱ្យបានសមស្រប។**ទាំងការសម្ភាសន៍ទូរស័ព្ទឬដោយផ្ទាល់ក៏ដោយអ្នកគួរជ្រើសរើសបរិយកាសសមស្រប។ ឧទាហរណ៍កុំរៀបចំឱ្យមានការសម្ភាសន៍តាមទូរស័ព្ទនៅពេលអ្នកកំពុងជិះរថភ្លើងហើយគ្មានសេវាទូរស័ព្ទ។

- **ហើយត្រៀមខ្លួន!** ការសម្ភាសន៍អាចក្លាយទៅជាបទពិសោធន៍ដ៏មានតម្លៃសម្រាប់អ្នកសម្រាប់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនិងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គប្រសិនបើអ្នកបានត្រៀមខ្លួនស្រេចមុននោះ។ អ្នកក៏អាចមានកំណត់ចំណាំផ្សេងៗដើម្បីជួយអ្នកក៏បានដែរ។

បញ្ជីត្រួតពិនិត្យសម្រាប់ការសម្ភាសន៍ដែលគេត្រូវយកទៅផ្សព្វផ្សាយ

- ត្រៀមខ្លួន ហើយហាត់សម
- ទុកពេលឱ្យខ្លួនឯងច្រើន
- មើលមុខគេឱ្យចំ
- ជឿជាក់លើខ្លួនឯង។ អ្នកគឺជាអ្នកជំនាញមួយរូប
- ប្រើកាយវិការបែបបន្ធូរបន្ថយភាពតានតឹង
- ស្លៀកពាក់សមរម្យ ឱ្យសមតាមតួនាទីរបស់អ្នក

៧ការសម្ភាសន៍ដែលគេផ្សព្វផ្សាយ

មនុស្សភាគច្រើនខ្លាចការសម្ភាសន៍ដែលគេផ្សព្វផ្សាយទោះជាផ្សព្វផ្សាយផ្ទាល់ឬថតទុកមុនក៏ដោយ។ ក៏ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកអនុវត្តតាមគោលការណ៍ជាមូលដ្ឋានទាំងនេះ (ឬក៏អាចទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរឹតតែល្អ) នោះអ្នកមិនត្រូវខ្លាចវានោះទេ។វាអាចជាវិធីដ៏ល្អសម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយពីគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនិងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ។នេះជាវិធីខ្លះសម្រាប់ជួយអ្នកត្រៀមខ្លួនសម្រាប់ការសម្ភាសន៍របៀបនេះ៖

- ដំបូងឡើយ**ទុកពេលឱ្យខ្លួនឯងច្រើនសម្រាប់ត្រៀមខ្លួន។** ពេលគេចាប់ផ្តើមភ្លាមអ្នកមិនគួរត្រហក់ហើយបើកញើសនោះទេ។ ទុកពេលខ្លះសម្រាប់ជួបក្រុមការងារផលិតនិងអ្នកសម្ភាសន៍ដើម្បីដឹងពីទម្រង់នៃកម្មវិធីជាដើម។

- **រៀបចំខ្លួនហើយហាត់សម។** ដូចការសម្ភាសន៍ដោយផ្ទាល់ឬការសម្ភាសន៍តាមទូរស័ព្ទក៏ដោយអ្នកអាចសួរមុនថាតើគេនឹងសួរសំណួរឬប្រធានបទអ្វីខ្លះ។ អ្នកក៏គួរហាត់សមសារសំខាន់ៗដែលអ្នក ចង់ប្រាប់គេផងដែរ។ ការបណ្តុះបណ្តាលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយក៏ជួយឱ្យអ្នកអាចត្រៀមខ្លួនសម្រាប់សំណួរនិង ចម្លើយបានផងដែរ។

- **ចាំថាអ្នកគឺជាអ្នកជំនាញ!** ដូចដែលការសម្ភាសន៍ដោយផ្ទាល់ឬការសម្ភាសន៍តាមទូរស័ព្ទអ្នកសម្ភាសន៍ អ្នកភាគច្រើនមិនមែនជាអ្នកជំនាញក្នុងវិស័យរបស់អ្នកនោះទេ។សំណួរនិងការស្រាវជ្រាវជាការងាររបស់អ្នកផលិតកម្មវិធីនោះទេ។នេះបានន័យថាអ្នកជាអ្នកយល់ដឹងច្រើនជាងគេ។

- **ជ្រើសរើសពាក្យដោយប្រុងប្រយ័ត្ន។** ដូចលើកឡើងខាងដើម ពាក្យខ្លីៗនិងខ្លឹម។អ្នកក៏អាចត្រៀមពាក្យនិងឃ្លាល្អៗផ្សេងៗសម្រាប់ប្រើប្រាស់ផងដែរ។

ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានបោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

- **និយាយរឿង។** កុំភ្លេចនិយាយរឿងដែលខ្លីដោយសាររឿងខ្លីៗនិងចំៗតែងមានឥទ្ធពលខ្លាំងនៅក្នុងកិច្ចសម្ភាសន៍ដែលគេផ្សាយជានិច្ច។

- កុំគិតពីកាម៉េរ៉ាហើយ**ផ្តោតសំខាន់លើអ្នកសម្ភាសន៍។**ចំណុចនេះមានសារៈសំខាន់យ៉ាងខ្លាំង។ ប្រសិនបើអ្នកមិនមើលមុខអ្នកសម្ភាសន៍ហើយមើលមកកាម៉េរ៉ាចំៗនោះវាមើលទៅចម្លែកខ្លាំងណាស់។

- **បន្ធូរបន្ថយភាពតានតឹងហើយនិយាយធម្មតាៗ**។និយាយដូចអ្នកនិយាយលេងធម្មតាហើយកុំស្រែស។ កុំប្រើប្រាស់ភាសាផ្លូវការពេក។

- **ធ្វើចិត្តឱ្យស្ងប់**ទោះបីជាគេសួរសំណួរពិបាកៗក៏ដោយ។កុំឆេវឆាវឱ្យសោះ។

- **កាយវិការរបស់អ្នកគួរមានភាពទន់ភ្លន់បន្តិច**តែកុំមានកាយវិការច្រើនពេកទោះបីជាពិបាកក៏ដោយ។ធ្វើឱ្យធម្មតាដូចជាពេលអ្នកអង្គុយនិយាយលេងជាមួយមិត្តភក្តិក៏ដោយ។

- **អង្គុយឱ្យត្រង់ហើយកុំព័ទ្ធដៃ។**ដូចដែលបាននិយាយពីមុនអញ្ចឹងប្រសិនបើអ្នកព័ទ្ធដៃនោះមើលមកដូចជាអ្នកកំពុងបិទបាំងអ្វីមួយអញ្ចឹង។កុំធ្វើអ្វីដែលអាចបង្វែរស្មារតីរបស់ទស្សនិកជនឬធ្វើឱ្យគេឈប់មានការជឿជាក់លើអ្នកឧទាហរណ៍ដូចជាយោគឬផ្អែកកៅអីជាដើម។

- **កុំប្រើកំណត់ចំណាំជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ។** អ្នកអាចប្រើវាសម្រាប់ការសម្ភាសន៍តាមទូរស័ព្ទឬការសម្ភាសន៍ដោយផ្ទាល់តែមិនគួរប្រើវាសម្រាប់ការសម្ភាសន៍ដែលគេផ្សាយនោះទេ។ ហើយវាក៏អាចនាំឱ្យបែកអារម្មណ៍ផងដែរ។

- **លើកដាក់សម្លេង។** កុំនិយាយប្រើសម្លេងស្មើរហូត។ពេលដែលអ្នករំភើបឬចូលចិត្តអ្វីមួយខ្លាំងគួរលើកសម្លេងរបស់អ្នកដើម្បីឱ្យគេដឹង។ជាថ្មីម្តងទៀតអ្នកគួរហាត់សមវាទុកជាមុន។

- **កុំកាន់អ្វីក្នុងដៃអ្នក**(ទោះបីជារបស់តូចៗដូចប៊ិចក៏ដោយ) ដោយសារបើមានអ្វីក្នុងដៃនោះអ្នកនឹងលេងជាមួយវាមិនខាន។

- ពេលការសម្ភាសន៍ចប់ភ្លាម**កុំប្តូរកន្លែងភ្លាមៗ។** ចាំរហូតដល់គេដកមេក្រូពីខ្លួនអ្នក។ហើយកុំនឹកស្មានថាគេឈប់ថតឱ្យសោះទាំងកាម៉េរ៉ានិងមេក្រូ។

បើនិយាយពីសម្លៀកបំពាក់និងរូបរាងវិញមានចំណុចមួយចំនួនតូចផ្សេងទៀត ដែលអ្នកគួរកត់ចំណាំ៖

- **ស្លៀកសម្លៀកបំពាក់ឱ្យបានសមរម្យ។** អ្នកមិនចាំបាច់ពាក់អាវធំនិងក្រវ៉ាត់ករហូតទេតែកុំពាក់ខោអាវធម្មតាពេកជាពិសេសពេលដែលអ្នកជាតំណាងឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ឬ គណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ។គួរពាក់ខោអាវដែលសមនឹងឋានៈរបស់អ្នក។

- **កុំស្លៀកសម្លៀកបំពាក់ដែលឆ្លុះពេក**ដោយសារវាអាវធ្វើឱ្យទស្សនិកជនបែកអារម្មណ៍។ ម៉្យាងវិញទៀតខោអាវពណ៌ឆ្លុះមិនសូវជាឃើញស្អាតនោះទេនៅក្នុងកញ្ចក់ទូរទស្សន៍។

- **កុំស្លៀកសម្លៀកបំពាក់ឆ្នូត**ដែលអាចធ្វើឱ្យមានបញ្ហាដល់កញ្ចក់ទូរទស្សន៍។ **លើសពីនេះទៅទៀតកុំស្លៀកសម្លៀកបំពាក់ពណ៌ខៀវសឬបៃតង** ដែលអាចនាំឱ្យមានបញ្ហាដល់ផ្ទាំងផ្ទៃខាងក្រោយ (ដែលជាធម្មតាមានពណ៌បៃតង)។

- **កុំពាក់គ្រឿងអលង្ការច្រើនពេកដោយ**សារវាអាចនាំឱ្យបែកអារម្មណ៍។

ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានទោះជាវិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

តារាងចំណុចដែលត្រូវធ្វើសម្រាប់ការសម្ភាសន៍វិទ្យុ

- ស្ទួរគេថាតើការសម្ភាសន៍នេះនឹងមានរយៈពេលប៉ុន្មាន
- និយាយដោយមានភាពជឿជាក់
- និយាយពោរពេញដោយថាមពល
- ចាំឈ្មោះរបស់អ្នកសម្ភាសន៍
- កុំសុំទោស
  កុំប្រើពាក្យអឺម!

ការសម្ភាសន៍ក្នុងវិទ្យុ

អ្នកសារព័ត៌មានអាចនឹងសុំឱ្យអ្នកធ្វើកិច្ចសម្ភាសន៍សម្រាប់វិទ្យុ។ គេអាចអញ្ជើញអ្នកទៅស្ទូឌីយ៉ូ វិទ្យុនៅឡានវិទ្យុឬហៅទូរស័ព្ទមកអ្នក។ អ្នកអាចយកកំណត់ត្រាផ្សេងៗសម្រាប់ជួយអ្នកបាន។ អ្នកអាចប្រើប្រាស់ការណែនាំសម្រាប់ការសម្ភាសន៍ផ្សេងៗដែលយើងបានសរសេរនៅ ផ្នែកខាងលើសម្រាប់ការសម្ភាសន៍វិទ្យុបានផងដែរ (ជាពិសេសគឺការហាត់សមសំខាន់បំផុត)។ដំបូន្មានខាងក្រោម គឺពាក់ព័ន្ធជាមួយនឹងសម្លេង និងវិទ្យុ៖

- **និយាយដោយមានភាពជឿជាក់។**កុំនៅស្ងៀមយូរពេកដោយសារវាអាចធ្វើឱ្យគេគិតថាអ្នកខ្លាច។ តែកុំនិយាយលឿនពេកដោយសារគេអាចស្តាប់ទៅថាអ្នកជាមនុស្សឬកហើយគំរោះគំរើយ។ ត្រូវរកតុល្យភាពឱ្យបានរវាងសម្លេងខ្លាំងនិងសម្លេងខ្សោយ។
- **និយាយប្រកបដោយថាមពល។** អ្នកគួរនិយាយលើកដាក់សម្លេងដើម្បីបង្ហាញថាអ្នករំភើប និងស្រឡាញ់អ្វីដែលអ្នកកំពុងនិយាយ។
- ដូចការសម្ភាសន៍សម្រាប់ទូរទស្សន៍ផងដែរ**អ្នកគួរតែមើលទៅអ្នកសម្ភាសន៍។**ព្យាយាមកុំមើលមេក្រូ។
- **ស្ទួរគេថាអ្នកនឹងត្រូវគេផ្សាយរយៈពេលប៉ុន្មានដែរ**ដើម្បីឱ្យអ្នកអាចរៀបចម្លើយឱ្យបានតាមនោះ។

ការធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ – ឱកាសប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសារព័ត៌មានបោះពុម្ព វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍

- **ដាក់មាត់របស់អ្នកឱ្យនៅឆ្ងាយល្មមពីមេក្រូ។ បើមិនដូច្នោះទេគេនឹងលឺដូចជាអ្នកកំពុង**ដើរឆ្ងាយពីមេក្រូហើយបន្ទាប់មកលឺជាងមុនទៅៗអញ្ចឹង។
- **ប្រសិនបើគេសួរអ្នកតាមទូរស័ព្ទនោះអ្នកគួរនិយាយនៅក្នុងបន្ទប់មួយដែលស្ងៀមស្ងាត់**ដែលនឹងមិនមានការរំខានផ្សេងៗពីទូរស័ព្ទរោទិ៍ពីអ្នករួមការងារឬកូនអ្នកជាដើម។
- **មានទឹកមួយកែវនៅជិតខ្លួន**ដើម្បីកុំឱ្យអ្នកស្ងួតក។
- **ចាំឈ្មោះរបស់អ្នកសម្ភាសន៍**ហើយនិយាយវាពេលអ្នកឆ្លើយសំណួរ។ អ្នកមិនចាំបាច់និយាយឈ្មោះគេសម្រាប់គ្រប់សំណួរនោះទេតែអ្នកអាចនិយាយម្តងម្កាលដើម្បីធ្វើឱ្យការសម្ភាសន៍នេះស្តាប់មើលទៅ មានភាពសហការគ្នាហើយក៏ធ្វើឱ្យអ្នកសម្ភាសន៍សប្បាយចិត្តផងដែរ។ ព្យាយាមគិតថាអ្នកកំពុងនិយាយគ្នាជាមួយមនុស្សម្នាក់ជាជាងជាមួយអ្នកស្តាប់រាប់ពាន់អ្នកទៀត។
- **ប្រសិនបើអ្នកនិយាយខុសឬភ្លាត់មាត់កុំសុំទោសឱ្យសោះ។** ជាធម្មតាគ្មាននរណាគេចាប់អារម្មណ៍នោះទេ។ហើយកុំប្រើពាក្យ «អឺម...» ច្រើនពេក។

បញ្ជីត្រួតពិនិត្យសម្រាប់ការរៀបចំសន្និសីទសារព័ត៌មាន៖

- ធានាថាអ្នកមានដំណឹងដែលគេចាប់អារម្មណ៍
- ប្រាប់អ្នកកាសែតជាមុន
- ជ្រើសរើសទីកន្លែងដោយប្រុងប្រយ័ត្ន
- ឱ្យអ្នកកាសែតមានសិទ្ធិសម្ភាសន៍ម្នាក់ម្តង
- សរសេរសំបុត្រអញ្ជើញដែលទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍ និងផ្ញើចេញឱ្យបានទាន់ពេលវេលា
- ធ្វើឱ្យវាខ្លី ហើយមានវាគ្មិនតិច
- រំពឹងអ្វីដែលអ្នកមិនរំពឹង
- ត្រៀមខ្លួនសម្រាប់សំណួរចម្លើយនិងសារសំខាន់ៗ
- ធានាថាអ្នកបានទទួលការហ្វឹកហាត់ផ្នែកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ
- ចាំពីពេលវេលា
- រៀបចំកញ្ចប់ព័ត៌មាន

សន្និសីទសារព័ត៌មាន

គេនៅតែចូលចិត្តប្រើសន្និសីទកាសែតដើម្បីចែករំលែកព័ត៌មានទៅកាន់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។ គេអាចប្រើវាដើម្បីផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានក៏ដូចជាដើម្បីធ្វើឱ្យគេរំភើបសម្រាប់សេចក្តីប្រកាសណាមួយផងដែរ។ តាម ពិតទៅមិនមែនមានតែគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនោះទេដែលអាចរៀបចំសន្និសីទសារព័ត៌មានបាន តែ គណៈកម្មការជាតិទន្លេមេគង្គក៏អាចរៀបចំវានៅក្នុងទីក្រុងរបស់ពួកគេបានដែរដើម្បីជម្រុញឱ្យមាន riparianisation នៃស្ថានប័ននេះផងដែរ។

សម្រាប់ការរៀបចំសន្និសីទសារព័ត៌មានអ្នកគួរ៖

- **ទីមួយកុំរៀបចំសន្និសីទសារព័ត៌មានប្រសិនបើអ្នកគ្មានដំណឹងដែលសមនឹងគេចុះផ្សាយ**។ ដោយសារការរៀបចំសន្និសីទសារព័ត៌មានមួយៗទាមទារឱ្យមានការចំណាយប្រាក់និងពេលវេលាច្រើនដូច្នេះអ្នកគួរមានដំណឹងដែលមានតម្លៃ។ បើដំណឹងនោះមិនសូវមានតម្លៃនោះទេអ្នកអាចផ្សព្វផ្សាយវាតាមរយៈសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានក៏បានដែរ។ គ្មានអ្វីអាក្រក់ជាងពេលដែលអ្នកចំណាយពេលជាច្រើនដើម្បីរៀបចំសន្និសីទសារព័ត៌មានតែចុងក្រោយមានតែអ្នកសារព័ត៌មានពីរនាក់ចូលរួមនោះទេ។ ហើយប្រសិនបើអ្នកចង់ជ្រើសរើសតែអ្នកសារព័ត៌មានមួយក្រុមណា តែប៉ុណ្ណោះអ្នកអាចរៀបចំការសង្ខេបព័ត៌មានក្រៅផ្លូវការជាមួយពួកគេម្តងម្នាក់ៗក៏បានដែរ។

- **ពិចារណាពីវេទិកាផ្សេងទៀតផងដែរ**។មានវេទិកាផ្សេងទៀត បន្ថែមពីលើសន្និសីទសារព័ត៌មានដែលគួរយកមកធ្វើការពិចារណ ដូចជា សិក្ខាសាលាឬការប្រជុំតុមូល ជាដើម ដែលអាចជាវិធីសម្រាប់ពិភាក្សាពីព័ត៌មានដែលមានលក្ខណៈស្មុគស្មាញឱ្យបានកាន់តែលំអិតបន្ថែមទៀត។

- **ជ្រើសរើសទីតាំងឱ្យចំកន្លែង**។ ជ្រើសទីក្រុងដែលអ្នកសារព័ត៌មានជាច្រើនអាចចូលរួមបាន។ឧទាហរណ៍នឹងមានអ្នកសារព័ត៌មានចូលរួមសន្និសីទសារព័ត៌មាននៅបាងកកច្រើនជាងនៅវៀងច័ន្ទដោយសារនៅបាងកកមានសហគមន៍អ្នកសារព័ត៌មានធំជាងហើយក៏មានអ្នកឆ្លើយឆ្លងព័ត៌មានបរទេសច្រើនផងដែរ។

- **ធ្វើយ៉ាងណាធានាថាអ្នកសារព័ត៌មានមានជម្រើសសម្រាប់ការសម្ភាសន៍ម្នាក់ៗ**។អ្នកសារព័ត៌មានខ្លះមិនចូលចិត្តចូលរួមសន្និសីទសារព័ត៌មាននោះទេ។ពួកគេចូលចិត្តសម្ភាសន៍ម្នាក់ៗ ដើម្បីឱ្យគេអាចផ្តោតលើបញ្ហាណាមួយឱ្យបានជាក់លាក់ហើយអាចសួរសំណួរទាក់ទងនឹងបញ្ហានោះដើម្បីឱ្យ សម្របតាមគម្រោងរបស់គេ។ធានាថាអ្នកផ្តល់ជម្រើសឱ្យគេសម្ភាសន៍អ្នកបានទាំងនៅកន្លែងសន្និសីទឬនៅកន្លែងផ្សេងក៏បាន។

- **ប្រាប់អ្នកសារព័ត៌មានមុន**។ល្អបំផុតអ្នកគួរប្រាប់គេយ៉ាងហោច ១០ថ្ងៃមុនថ្ងៃប្រារព្ធសន្និសីទទោះជាអ្នកខ្លះចាំដល់ប៉ុន្មានម៉ោងមុនសន្និសីទដើម្បីសិក្សាពីវាក៏ដោយ។ អ្នកសារព័ត៌មានមានស្មារតីខ្លីណាស់។ អ្នកគួរទូរស័ព្ទទៅគេមួយថ្ងៃមុនសន្និសីទដើម្បីបញ្ជាក់ថាគេនឹងមកចូលរួមឬក៏អត់។

- **សរសេរលិខិតអញ្ជើញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ** ។ដូចសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានអញ្ចឹងលិខិតអញ្ជើញរបស់អ្នកគួរអាចទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកសារព័ត៌មានភ្លាមៗតែម្តង។ នេះបានន័យថាអ្នកគួរមានចំណងជើងទាក់ភ្នែកមួយនិងសេចក្តីសង្ខេបអំពីអ្វីដែលគេគួររំពឹងទុក (ដោយមិនប្រាប់ច្រើនពេក)។ប្រសិនបើអ្នកមានវាគ្មិនល្បីៗនោះអ្នកគួរលើកឈ្មោះពួកគេផងដែរ។កុំភ្លេចប្រាប់ថាសន្និសីទនឹងកើតឡើងនៅពេលណានិងនៅកន្លែងណាផងដែរ។

- **ចាំពីពេលវេលា**។ជ្រើសរើសថ្ងៃនិងម៉ោងដោយប្រុងប្រយ័ត្ន។ ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាកុំឱ្យវាជាន់ជាមួយព្រឹត្តិការណ៍ផ្សេងៗដើម្បីឱ្យអ្នកសារព័ត៌មានមានពេលសរសេរអត្ថបទឱ្យទាន់ពេលដូចជា អ្នកសារព័ត៌មានដែលចុះផ្សាយជារៀងរាល់ថ្ងៃជាដើម។ដោយហេតុនេះហើយបើសន្និសីទគួរតែប្រារព្ធឡើងពេលព្រឹក។

- **ធ្វើឱ្យវាខ្លី**។កុំឱ្យសន្និសីទវែងពេកដោយសារអ្នកអាចធ្វើឱ្យទស្សនិកជនធុញ។ ល្អបំផុតសន្និសីទមួយគួរមានបទបង្ហាញរយៈពេល៣០នាទីនិងការសួរសំណួរចម្លើយ។

- **ធានាថាអ្នកមានប្រធានបទត្រឹមត្រូវនិងមុំព័ត៌មានសម្រាប់សន្និសីទសារព័ត៌មានរបស់អ្នក**។ កុំព្យាយាមលើកប្រធានបទច្រើនពេកដើម្បីកុំឱ្យគេច្រឡំសាររបស់អ្នក។

- **កុំមានវាគ្មិនច្រើន**ពេកដោយសារវាអាចធ្វើឱ្យអ្នកសារព័ត៌មានយល់ច្រឡំហើយធ្វើឱ្យសារមិនសូវមានប្រសិទ្ធភាពផងដែរ។យកល្អមានតែវាគ្មិន១ឬ២នាក់បានហើយ។

- **ធានាថាវាគ្មិនគ្រប់គ្នាមានការបណ្តុះបណ្តាលផ្នែកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរួចហើយ**។ វាសំខាន់ណាស់ដែលវាគ្មិនទាំងអស់អាចនិយាយជាមួយអ្នកសារព័ត៌មានដោយមានភាពជឿជាក់។ ដោយសារពេលខ្លះសន្និសីទសារព័ត៌មានអាចនឹងក្លាយជាបរិយាកាសដែលពិបាកក្នុងការឆ្លើយសំណួរ សម្រាប់អ្នកដែលគ្មានបទពិសោធន៍។

- **ប្រសិនបើអ្នកមិនអាចឆ្លើយសំណួរណាមួយបានអ្នកគួររកនរណាដែលអាចឆ្លើយវាបាន។**ពេលដែលអ្នកមិនអាចឆ្លើយសំណួរណាមួយបានអ្នកគួរជួយឱ្យអ្នកសារព័ត៌មានអាចរកអ្នកដែលមានសមត្ថភាពឆ្លើយបាន។ប្រាប់ពួកគេថាអ្នកនឹងផ្ញើឈ្មោះមនុស្សដែលអាចឆ្លើយសំណួរគេបានឆាប់ៗនេះ។

- **រំពឹងរឿងដែលមិនបានរំពឹងទុក។**អ្នកមិនអាចគ្រប់គ្រងសន្និសីទសារព័ត៌មានបាន១០០ភាគរយនោះទេ។ដោយហេតុនេះហើយអ្នកគួររំពឹងអ្វីដែលអ្នកមិនបានរំពឹងទុក។

- **រៀបចំឱ្យមានកញ្ចប់ព័ត៌មានសម្រាប់អ្នកចូលរួម។**កញ្ចប់ព័ត៌មានធម្មតាមួយរួមមានសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានសាវតារបស់វាគ្មិននិងរូបថតយកល្អនៅក្នុងឌីសមួយឬយូអេសប៊ី។

- ពេលដែលអ្នកសម្រេចចិត្តថានឹងធ្វើសន្និសីទសារព័ត៌មានហើយនោះវាអាចជាវិធីដ៏ល្អមួយសម្រាប់ការប្រាស្រ័យទាក់ទង ចំណុចទាំងនេះអាចជាសមាសភាគសំខាន់ ក្នុងកញ្ចប់ឧបករណ៍របស់អ្នកបំពេញតួនាទីជាអ្នកប្រាស្រ័យទាក់ទង។

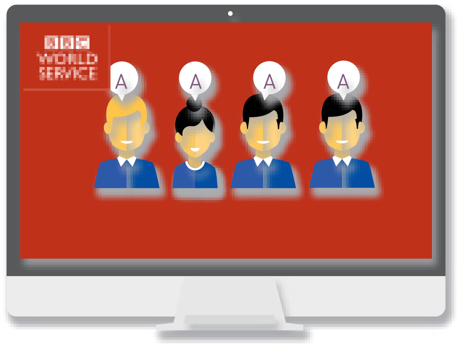
វិធីផ្សេងៗក្នុងការទាក់ទងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

មានវិធីផ្សេងៗក្នុងការទាក់ទងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផងដែរ៖

- **ផ្តល់ការយល់ឃើញរបស់អ្នកជំនាញ។** ដើម្បីឱ្យអ្នកទាក់ទងល្អជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអ្នកត្រូវសកម្មហើយផ្តល់ការយល់ឃើញអ្នកជំនាញ។ ប្រសិនបើអ្នកនិយាយអ្វីដែលគួរឱ្យអ្នកសារព័ត៌មានចាប់អារម្មណ៍ហើយឆ្លើយតបនឹងគេទាន់ពេលនោះគេនឹងមករកអ្នកវិញជាមិនខាន។ អ្នកសារព័ត៌មានក៏ចូលចិត្តអ្នកដែលប្រើប្រាស់ទិន្នន័យនិងការស្រាវជ្រាវផងដែរ។

ការយល់ឃើញរបស់អ្នកជំនាញ

បម្រែបម្រួលអាកាសធាតុ៖ទន្លេមេគង្គកំពុងឆ្ពោះទៅរកតំបន់គ្រោះថ្នាក់» ផ្សាយដោយ BBC World Service Vietnam
ថ្ងៃទី២០ខែតុលាឆ្នាំ២០១៥



អ្នកវិទ្យាសាស្ត្រនៅឯគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គដែលជាស្ថាប័នអន្តរជាតិមួយក៏បានព្រមានថាប្រសិនបើនីវ៉ូទឹកសមុទ្រនៅបន្តកើនឡើងតាមអត្រាដែលគេស្មានទុករហូតដល់មួយម៉ែត្រនៅចុងសតវត្សរ៍នេះនោះ៤0% នៃអាងទន្លេនឹងលិចក្នុងទឹកបាត់។

*Navin Singh Khadka, BBC World Service Vietnam
ថ្ងៃទី២០ខែតុលាឆ្នាំ២០១៥

* Navin Singh Khadka. BBC World Service Vietnam, 20 October 2015

ដំណើរសិក្សាអ្នកសារព័ត៌មាន។ រៀបចំដំណើរសិក្សាឱ្យអ្នកសារព័ត៌មានចុះទៅទស្សនកិច្ចទីកន្លែងគម្រោងគឺជាវិធីដល្អមួយក្នុងការផ្សព្វផ្សាយពី សកម្មភាពរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនិងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គក៏ដូចជា ប្រយោជន៍ដែលសហគមន៍ទទួលបានផងដែរ។អ្នកគួរ៖

- **ត្រួតពិនិត្យអ្វីគ្រប់យ៉ាងជាមុន**ដើម្បីឱ្យការធ្វើដំណើរមានភាពរលូន។
- **កុំចាត់ចែងគ្រប់វិនាទីនៃពេលវេលារបស់អ្នកសារព័ត៌មាន។** អ្នកគួរមានទម្រង់មួយក្នុងចិត្តសម្រាប់ដំណើរសិក្សានេះតែអ្នកក៏គួរផ្តល់ពេលវេលាឱ្យអ្នកសារព័ត៌មានអាចបត់បែនបានដើម្បីឱ្យគេរកព័ត៌មាននិងមុំរបស់ខ្លួនឬនិយាយជាមួយនរណាម្នាក់ជាដើម។
- **ទាក់ទងទៅគេ។**ត្រូវប្រាប់ហេតុការណ៍ថ្មីៗដល់អ្នកសារព័ត៌មានជានិច្ច។ប្រាប់ពីកាលវិភាគនិងអ្វីដែលគេនឹងរំពឹងថាបានឃើញ។
- **កុំបញ្ចូលរបស់ច្រើនពេក។**ឱ្យពេលសម្រាកខ្លះដល់អ្នកសារព័ត៌មានផង។គេអាចត្រូវការពេលវេលាដើម្បីសរសេរអត្ថបទឬផ្ញើប្លក់ជាដើម។
- **សង្ខេបអ្នកនាំពាក្យឱ្យដឹងជាមុន។**ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យអ្នកដែលជាប់ទាក់ទងនឹងដំណើរសិក្សានេះរួមមាន អ្នកដឹកនាំសហគមន៍ជាដើមដឹងពីរឿងនេះជាមុន។យកល្អអ្នកគួរផ្តល់នូវការសង្ខេបពីសាវតារបស់អ្នកសម្ភាសន៍និងកន្លែងធ្វើការរបស់គេជាមុនផងដែរ។

- **កម្មវិធីចុះជួបអ្នកសារព័ត៌មាន (Road shows)**។ មធ្យោបាយមួយទៀតសម្រាប់ទាក់ទងជាមួយអ្នកសារព័ត៌មាន គឺចុះទៅកាន់ការិយាល័យរបស់ពួកគេដើម្បីធ្វើការប្រជុំ តុមូល និងការ សង្ខេបព័ត៌មានផ្សេងៗ។អ្នកអាចធ្វើវាបាននៅទីក្រុងនិងប្រទេសផ្សេងៗគ្នា។ ក្នុងករណី នេះអ្នកគួររៀបចំឱ្យវាសមស្របនឹងកន្លែងនីមួយៗ។ ឧទាហរណ៍រកឱ្យឃើញថាតើអ្នក សារព័ត៌មាននៅកន្លែងណាមួយចូលចិត្តប្រើភាសាអ្វីហើយជ្រើសរើសវាគ្មិនឱ្យតាមនោះ។
អ្នកក៏គួរបកប្រែធនធានផ្សេងៗដូចជាលិខិតអញ្ជើញសាវតារបស់វាគ្មិននិងសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានផងដែរ។

- **សិក្ខាសាលាសម្រាប់អ្នកសារព័ត៌មាន។** អ្នកក៏អាចប្រើប្រាស់សិក្ខាសាលាអ្នកសារព័ត៌មានជាវិធីពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់អ្នកសារព័ត៌មានផងដែរ។ជាឧទាហរណ៍ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី (ADB) បានរៀបចំសិក្ខាសាលាជាច្រើនទាក់ទងនឹងបញ្ហាទឹកសម្រាប់អ្នកសារព័ត៌មាននៅទ្វីបអាស៊ីពីឆ្នាំ ២00៣ដល់ ២00៥ យ៉ាងជោគជ័យ។អ្នកអាចប្រើវាដើម្បីពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់អ្នកសារព័ត៌មានក៏ដូចជាផ្សព្វផ្សាយពី គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនិងបង្កើតទំនាក់ទំនងល្អជាមួយអ្នកសារព័ត៌មានផងដែរ។

ជំពូកទី ៥.

ធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ៖អ្វីដែលគួរនិងមិនគួរធ្វើ

នៅផ្នែកមុនៗយើងបាននិយាយច្រើនពី ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនិងវិធីធ្វើការជាមួយពួកគេ។ នៅផ្នែកនេះយើងនឹងបញ្ចូលចំណុចទាំងនេះចូលគ្នា ដើម្បីផ្តល់នូវការណែនាំសំខាន់ៗបំផុតដល់អ្នកពេលដែលអ្នកត្រូវធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមានឥទ្ធិពលខ្លាំងណាស់។ ប្រសិនបើអ្នកប្រើប្រាស់ វាឱ្យបានត្រឹមត្រូវនោះអ្នកអាច ផ្តល់ សារសំខាន់ដល់ក្រុមគោលដៅរបស់អ្នកបាន។ ប្រសិនបើអ្នកប្រើវាខុសអ្នកអាចជាអ្នកដែលនាំឱ្យមានការផ្សព្វផ្សាយមិនល្អ និងធ្វើឱ្យទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកសារព័ត៌មានមានការលំបាក នាពេលអនាគត។

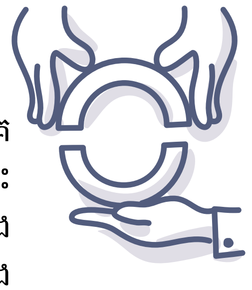
ប៉ុន្តែឱ្យតែអ្នកអនុវត្តតាមសំណូមពរទាំងនេះនោះអ្នកនឹងប្រាកដជាទទួលបានទំនាក់ទំនងរយៈពេលវែងដែលមានប្រយោជន៍ល្អជាមួយនឹងអ្នកសារព័ត៌មានជាច្រើនរូប។ដូចដែលបានលើកឡើងក្នុងផ្នែកទី៤ យើង នឹងផ្តល់នូវការណែនាំទូទៅចំពោះអ្វីដែលអ្នកគួរនិង មិនគួរធ្វើ។ដូច្នេះមុនពេលអ្នកទាក់ទងជាមួយប្រព័ន្ធ ផ្សព្វផ្សាយណាមួយអ្នកគួរអានផ្នែកនេះសារឡើងវិញ ។

- អ្វីដែលអ្នកគួរធ្វើ
- អ្វីដែលអ្នកមិនគួរធ្វើ នៅពេលធ្វើការងារជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ
- ស្ថានភាពប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបច្ចុប្បន្ន

អ្វីដែលអ្នកគួរធ្វើ

- **ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យវាសមស្របសម្រាប់ឱ្យគេចុះផ្សាយ។**ធានាថា ព័ត៌មានរបស់អ្នកជាប់តេស្ត "ដូច្នេះ តើវាមានប្រយោជន៍អ្វី"។ប្រសិនបើអត់ទេនោះអ្នកគួរពិចារណាម្តងទៀត។

- **ស្គាល់ពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។**អ្នកត្រូវចេះគិតដូចជាអ្នកសារព័ត៌មានម្នាក់ដូច្នោះដែរ។ មើលមកព័ត៌មានរបស់អ្នកឱ្យដូចជាអ្នកសារព័ត៌មានមួយរូប។ មិនត្រឹមតែប៉ុណ្ណោះអ្នកក៏គួរប្រើភាសាដែលអ្នកសារព័ត៌មានអាចយកទៅប្រើ ក្នុងរឿងរបស់ពួកគេ។ ។ លើសពីនេះទៅទៀតអ្នកត្រូវដើរតួជាអ្នកអានធម្មតារបស់របស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនោះផងដែរ។តើពួកគេចាប់អារម្មណ៍លើអ្វីខ្លះ?



- **រៀបសារជាមុនហើយត្រូវប្រើប្រាស់វាជានិច្ច។**អ្នកគួរតែរៀបចំហើយទន្ទេញសាររបស់អ្នកជាមុន។ តាមពិតទៅនៅក្នុងការផ្សព្វផ្សាយឬការសម្ភាសន៍ដែលគេផ្សាយនីមួយៗមិនសូវមានកន្លែងសម្រាប់ឱ្យអ្នកបង្ហាញព័ត៌មាននោះទេ។ ដូច្នេះហើយអ្នកគួរតែបញ្ជាក់សាររបស់អ្នកចំៗតែម្តង។ បើមិនដូច្នោះទេអ្នកអាចនឹងគ្មានឱកាសទៀតនោះទេ។ ហើយម៉្យាងទៀតអ្នកក៏អាចនិយាយវាដដែលៗផងដែរ ។តែកុំប្រើឃ្លាដដែលៗឱ្យសោះដោយសារវាអាចធ្វើឱ្យគេសើចចំអកដាក់អ្នកបាន។

- **និយាយឱ្យខ្លីហើយប្រើពាក្យសាមញ្ញ។** នេះគឺជាការលើកឡើងពីអ្វីដែលបាននិយាយកន្លងមក ប៉ុន្តែវាជាអ្វីដែលមានសារៈសំខាន់។

- **មានអង្គហេតុខ្លះនៅក្នុងដៃ។** យើងបានបកស្រាយពីសារៈសំខាន់នៃចំណុចភស្តុតាងនៅផ្នែកដែលនិយាយពីសាររួចហើយដូច្នេះហើយអ្នកគួរមានទិន្នន័យខ្លះក្នុងដៃជានិច្ច។អ្នកអាចប្រើឃ្លា«ឧទាហរណ៍ដូចជា...»ជារឿយៗ គឺជាស្ពានចម្លងដល់មានប្រសិទ្ធភាព ក្នុងពេលសម្ភាសន៍ជាមួយអ្នកសារព័ត៌មាន និងផ្តល់លទ្ធភាពឱ្យអ្នកអាចផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើចំណុចភ ភស្តុតាងទាំងនោះ។ការប្រើប្រាស់ចំណុចភស្តុតាងក៏អាចធ្វើឱ្យគេជឿទុកចិត្តលើអ្នកហើយល្អជាងព័ត៌មានទូទៅផងដែរ។

- **សាកប្រើប្រាស់រឿង។**មនុស្សកាន់តែមានការចាប់អារម្មណ៍នៅពេលដែលពួកគេស្តាប់ការនិទានរឿង។ គោរពពេលកំណត់។ការឆ្លើយតបទៅកាន់អ្នកសារព័ត៌មានវិញឱ្យបានមុនកាលកំណត់ និង ការផ្តល់ឱ្យពួកគេនូវព័ត៌មានដែលចាំបាច់ គឺជាគន្លឹះ ដើម្បីកសាងទំនាក់ទំនងយូរអង្វែង និងប្រកបដោយការជឿទុកចិត្តជាមួយពួកគេ។

- **ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យគេអាចទាក់ទងមកអ្នកបាន។** កុំរត់គេចពីអ្នកសារព័ត៌មានហើយកុំភ្លេចលើកទូរស័ព្ទគេផង។នេះមិនមែនមានន័យថាអ្នកត្រូវឆ្លើយតបនឹងគេភ្លាមៗនោះទេ។

អ្វីដែលអ្នកមិនគួរធ្វើ នៅពេលធ្វើការងារជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

- **កុំខឹង។**ពេលខ្លះ អ្នកសារព័ត៌មានអាចប្រើប្រាស់សម្តីធ្ងន់បន្តិចនៅពេលគេសួរសំណួរអ្នក។កុំគិតថាគេកំពុងវាយប្រហារអ្នកហើយកុំខឹងគេឱ្យសោះ។ចិត្តរបស់អ្នកត្រូវស្ងប់ជានិច្ច។

- **កុំឱ្យការរំខានផ្សេងៗរំខានចិត្តអ្នក។**អ្នកសារព័ត៌មានខ្លះនឹងចង់រំខានអ្នកដោយសួរសំណួរច្រើន ហើយលឿនៗ។ដកដង្ហើមមួយៗធ្វើចិត្តឱ្យស្ងប់ហើយឆ្លើយសំណួរមួយៗ។ «ឥឡូវចាំខ្ញុំឆ្លើយសំណួររបស់អ្នកម្តងមួយៗ។ដំបូងឡើយ...»

- កុំ **«និយាយក្រៅផ្លូវការ»** ដោយសារនេះជាយុទ្ធសាស្ត្រដែលគ្រោះថ្នាក់មួយ និងអាចប្រើប្រាស់តែ ជាមួយអ្នកសារព័ត៌មានដែលជិតស្និទនឹងអ្នកតែប៉ុណ្ណោះ។ជាគោលការណ៍ សូមប្រាប់អ្នកសារព័ត៌មានតែអ្វីដែលអ្នករីករាយនឹងអាន ក្នុងកាសែត នៅថ្ងៃបន្ទាប់តែប៉ុណ្ណោះ។

- **កុំប្រើឃ្លា «សុំមិនបញ្ចេញយោបល់»**។គេនឹងគិតថាអ្នកកំពុងការពារខ្លួនហើយលាក់បាំងអ្វីម៉្យាង។ ព្យាយាមផ្តល់នូវមូលហេតុថាតើហេតុអ្វីអ្នកមិនអាចឆ្លើយសំណួរនេះបាន។ «ខ្ញុំមិនអាចឆ្លើយសំណួរនេះក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ននោះទេដោយសារ...»

- **កុំប្រើប្រាស់ពាក្យបច្ចេកទេសឬពាក្យកាត់។**កុំសន្មត់ថាអ្នកសារព័ត៌មានយល់ពាក្យទាំងនេះឱ្យសោះ។ កុំខ្លាចប្រាប់គេថា «ខ្ញុំមិនដឹងទេ»។ប្រាប់គេត្រង់ៗថាអ្នកមិនដឹងល្អជាងធ្វើពុតជាដឹងហើយនិយាយអ្វីខុសទៅវិញទេ។
- **កុំកុហកឬបំផ្លើសការពិត។**គេគង់តែចាប់បានដដែលទេ។

- **កុំបណ្តោយឱ្យការលើកឡើងមិនត្រឹមត្រូវ បន្តមានដោយពុំបានសួរដេញដោល។**ប្រសិនបើអ្នកគិតថាអ្នកសារព័ត៌មានបាននិយាយអ្វីខុសនោះត្រូវនិយាយប្រាប់គេហើយជួយកែតម្រូវគេផង។

- **កុំគិតថាអ្នកត្រូវនិយាយរហូត។**ស្ងាត់ម្តងម្កាលជារឿងធម្មតាទេ។កុំនិយាយឱ្យតែឈប់ស្ងាត់ឱ្យសោះ។ កុំរិះគន់ភាគីទីបី។ ការធ្វើបែបនេះកម្រនឹងនាំឱ្យមានការឆ្លុះបញ្ចាំងល្អមកលើអ្នកណាស់ ជាពិសេសនៅពេលដែលភាគីទីបីនោះមិននៅទីនោះ

- **ដើម្បីការពារខ្លួន។**អាចមានករណីលើកលែងខ្លះ ប៉ុន្តែមិនច្រើននោះទេ។

- **ចៀសវាងសំណួរដែលឱ្យអ្នកជ្រើសរើសតែមួយឬសំណួរបិទ។** អ្នកសារព័ត៌មានខ្លះអាចនឹងប្រើប្រាស់សំណួររបៀបនេះ។បញ្ហាខ្លះមានលក្ខណៈស្មុគស្មាញពេក ដែលមិនអាចឆ្លើយបែបនេះបានឡើយ។

អ្វីដែលត្រូវនិយាយ នៅពេលធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

✔ «ខ្ញុំសូមលើកឧទាហរណ៍មួយពីឥទ្ធិពលនៃបម្រែបម្រួលអាកាសធាតុលើប្រជាជនធម្មតា។ ដោយសារកំណើន ៥មមនៃកម្ពស់ទឹកសមុទ្រក្នុងប្រទេសវៀតណាមនៅឆ្នាំមុនទឹកសមុទ្របានបំផ្លាញដីស្រែដល់ទៅ ៦០០០ហិកតាឯណោះ។»

ការនិយាយរឿងប្រើប្រាស់ស្ថិតិបង្ហាញពីឥទ្ធពលលើមនុស្សធម្មតាបង្ហាញពីភាពសកម្មហើយគ្រប់គ្រងការសម្ភាសន៍ទៀតផង

«ខ្ញុំដឹងថាអ្នកអានរបស់អ្នកចាប់អារម្មណ៍ខ្លាំងលើទីកន្លែងដាច់ស្រយ៉ាល់ដូច្នេះខ្ញុំនឹងលើកឧទាហរណ៍មួយពីផ្នែកព្សសាន» ជាឧទាហរណ៍មួយគិតពីអ្នកអាន»

ជាឧទាហរណ៍មួយគិតពីអ្នកអានប្រើប្រាស់ឧទាហរណ៍ជាក់លាក់ដើម្បីឱ្យសមស្របជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមួយនេះ។

✘ « ធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ីនិងធនាគារពិភពលោកបានបរាជ័យក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហាធារាសាស្ត្រនៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍។ » **រិះគន់ភាគីទីបី**

«ខ្ញុំសូមមិនបញ្ចេញយោបល់ទាក់ទិននឹងពាក្យចចាមអារាមទាក់ទងនឹងទំនប់សាហុង។» **មិនបញ្ចេញយោបល់មើលទៅដូចជាអ្នកព្យាយាមគេចពីសំណួរនេះគួរតែបកស្រាយថាហេតុអ្វីអ្នកមិនអាចឆ្លើយវាបានគួរតែ គ្រប់គ្រងស្ថានការណ៍ «អីលូវខ្ញុំអាចប្រាប់អ្នកបានថា...»**

ស្ថានភាពប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបច្ចុប្បន្ន

ផ្នែកចុងក្រោយនៃផ្នែកនេះនិយាយពីស្ថានភាពទូទៅនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបច្ចុប្បន្ននៅទ្វីបអាស៊ី។ ទោះជាមិនបានបញ្ចូលគ្រប់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់ក៏ដោយក៏វាបង្ហាញពី ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយប្រភេទផ្សេងៗគ្នាដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនិងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គធ្វើការជាមួយ។

- **សារព័ត៌មានបោះពុម្ព និងវិទ្យុទូរទស្សន៍អន្តរជាតិ។**មានតែប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ពអន្តរជាតិប៉ុន្មានប៉ុណ្ណោះដែលមានវត្តមាននៅគ្រប់ទីកន្លែង ដូចជា Financial Times, the Economist, the Wall Street Journal ហើយពេលខ្លះក៏មាន the New York Times ផងដែរ។ បើនិយាយពីប៉ុស្តិ៍ទូរទស្សន៍វិញយើងមាន BBC World, CNN, Al Jazeera, និងFrench 24 ដែលជាប៉ុស្តិ៍ទូរទស្សន៍អន្តរជាតិដែល មានការិយាល័យកណ្តាលនៅប្រទេសបារាំង។

- សារព័ត៌មានបោះពុម្ព និងវិទ្យុទូរទស្សន៍គ្របដណ្តប់ទ្វីបអាស៊ី។ពាក់ព័ន្ធនឹងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ព ដែលមានអ្នកអាននៅទូទាំងអាស៊ី ហើយដូចករណីខាងលើដែរ សារព័ត៌មានបោះពុម្ពអន្តរជាតិជាច្រើន ស្ថិតនៅក្នុងប្រភេទនេះ ដោយពួកគេក៏ធ្វើការបោះពុម្ពផ្សាយនៅអាស៊ីផងដែរ ដូចជា៖ the Asian Wall Street Journal, the Financial Times សម្រាប់អាស៊ី, the International New York Times។យើងនៅមាន the South China Morning Post មួយទៀត។រីឯប៉ុស្តិ៍ទូរទស្សន៍វិញរួមមាន Channel News Asia។ Voice of American (វិទ្យុសម្លេងអាមេរិក) និង Radio Free Asia ក៏មានភាពសកម្មខ្លាំងទាំងជាភាសាអង់គ្លេសនិងភាសាក្នុងស្រុកនៅប្រទេសផ្សេងៗនៃទ្វីបអាស៊ីផងដែរ។

- បណ្តាញព័ត៌មានអន្តរជាតិនិងក្នុងស្រុក។ មានបណ្តាញព័ត៌មានអន្តរជាតិជាច្រើនដែលមានអ្នកឆ្លើយឆ្លងព័ត៌មាន នៅអាស៊ីអាគ្នេយ៍ជាពិសេសនៅទីក្រុងបាងកកភ្នំពេញនិងហូជីមិញ។ជាក់ស្តែងយើងមាន Dow Jones, Bloomberg, Thompson Reuters, និង Agence France-Press (AFP)។ក៏មានបណ្តាញព័ត៌មានក្នុងតំបន់ផងដែររួមមាន៖ the Lao News Agency, the Xinhua

News Agency (ប្រទេសចិន), Agence Kampuchea Presse (AKP) ពីកម្ពុជានិង Vietnam News Agency។មានភ្នាក់ងារព័ត៌មានខ្លះដែលផ្តោតសំខាន់លើសង្គមនិងការអភិវឌ្ឍន៍ដូចជា Inter Press Service (IPS) និង IRIN ផ្តោតសំខាន់លើព័ត៌មានទាក់ទងនឹងផ្នែកមនុស្សធម៌និងជាស្ថាប័នព័ត៌មានឯករាជ្យនិងមិនរកកម្រៃ។

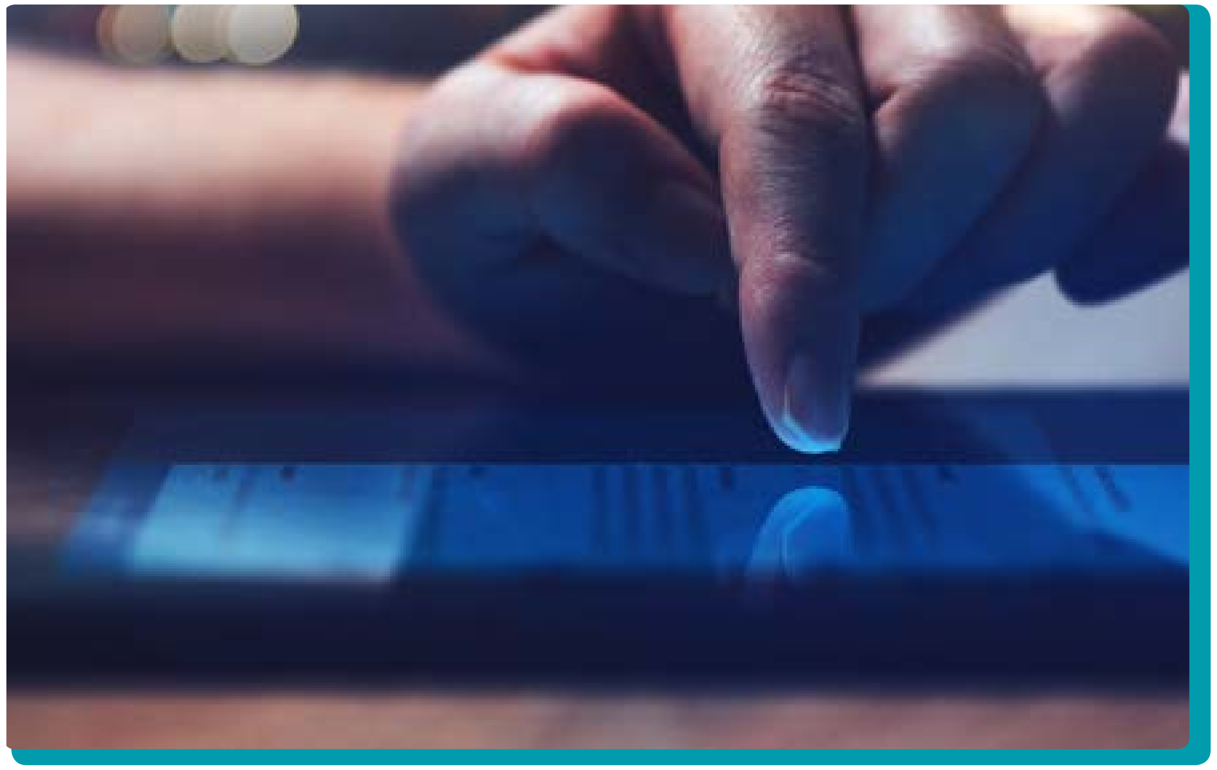
- វិបសាយព័ត៌មាននៅអាស៊ី។ឧទាហរណ៍៖ Asiamag.com, Asia Source, Asia Times និង the Diplomat ដែលជាទស្សនាវដ្តីព័ត៌មានតាមអ៊ីនធឺណិតដែលនិយាយពីនយោបាយសង្គមនិងវប្បធម៌នៅតំបន់អាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិក។បន្ថែមពីលើនេះទៀតមានវិបសាយខ្លះសម្រាប់តែប្រទេសនីមួយៗ ដូចជា VietNamNet ជាដើម។

- ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរបស់ប្រទេសជាសមាជិក។ពួកគេគឺជាគោលដៅដ៏សំខាន់។ ឧទាហរណ៍ប្រជាជនថៃទទួលបានព័ត៌មាន៨០ភាគរយពីទូរទស្សន៍ដែលក្នុងនោះប៉ុស្តិ៍ដែលល្បីៗមានដូចជា Thai TV3 និង the Thai Public Broadcasting Service (TPBS)។ នៅប្រទេសឡាវមានប៉ុស្តិ៍ទូរទស្សន៍ជាតិដែលរដ្ឋាភិបាលជាអ្នកគ្រប់គ្រង។ នៅប្រទេសកម្ពុជាក៏មានប៉ុស្តិ៍ទូរទស្សន៍ជាតិផងដែរគឺប៉ុស្តិ៍ទទកនិងប៉ុស្តិ៍ឯកជនរួមមាន TV3 (ប៉ុស្តិ៍លេខ៣) និង TV5(ប៉ុស្តិ៍លេខ៥)។នៅប្រទេសវៀតណាមគេមាន VTV។សម្រាប់ប៉ុស្តិ៍ដែលគ្របដណ្តប់អាស៊ីវិញយើងមាន Radio Free Asia (អាស៊ីសេរី)។

- ប៉ុស្តិ៍វិទ្យុរបស់ប្រទេសជាសមាជិក។ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទាំងប៉ុស្តិ៍វិទ្យុជាតិនិងសហគមន៍សុទ្ធតែមានសារៈសំខាន់ទាំងអស់។ នៅប្រទេសថៃប៉ុស្តិ៍វិទ្យុសហគមន៍បានកើនឡើងដោយសារវាមិនស្ថិតនៅក្រោមការគ្រប់គ្រងរបស់រាជរដ្ឋាភិបាល។នៅប្រទេសឡាវគេមាន Lao National Radio ដែលជារបស់រដ្ឋាភិបាល។នៅប្រទេសថៃមាន Radio Thailand។នៅកម្ពុជាមាន the National Radio of Cambodia (វិទ្យុជាតិកម្ពុជា) និងប៉ុស្តិ៍វិទ្យុឯកជនផ្សេងៗទៀតដូចជា Beehive Radio (វិទ្យុសំបុកឃ្មុំ) ដែលពួកគេនិយាយពីរឿងរសើបក៏ដូចជា Voice of Vietnam នៅប្រទេសវៀតណាមផងដែរ។

- **សារព័ត៌មានបោះពុម្ពជាតិជាភាសាអង់គ្លេសនៅប្រទេសជាសមាជិក**ក៏ជាគោលដៅសំខាន់មួយផងដែរ។ទោះបីជាពួកគេមិនសូវបោះពុម្ពផ្សាយបានច្រើនក៏ដោយក៏ពួកគេមានអំណាចឥទ្ធិពលខ្លាំងដោយសារមន្ត្រីរដ្ឋាភិបាលអង្គការអន្តរជាតិនិងអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលជាច្រើនអានវា។នៅប្រទេសថៃគេមាន the Bangkok Post និង the Nation។នៅប្រទេសឡាវគេមាន Vientiane Times។ឯប្រទេសខ្មែរមាន Phnom Penh Post, Khmer Times និងប្រទេសវៀតណាមមាន Vietnam Dailyនិង News Saigon Times។

- **សារព័ត៌មានបោះពុម្ពជាតិជាភាសាជាតិនៅប្រទេសជាសមាជិក។** គ្រប់ប្រទេសជាសមាជិកក៏មាន ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយក្នុងស្រុកដែលមានឥទ្ធិពលខ្លាំងផងដែរ។ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយធំៗនៅប្រទេសថៃរួមមាន Thai Rath ដែលមានគេអានច្រើន, the Daily News, Khao Sod ដែលនិយាយពីបញ្ហាបរិស្ថាននិងសិទ្ធិមនុស្ស, Matichon និង Krungthem Turakij ដែលច្រើនមានបញ្ញវន្តជាអ្នកអាន។នៅប្រទេសកម្ពុជាមានកាសែតពីរដែលល្បីគឺ Rasmei Kampuchea (រស្មីកម្ពុជា) និងKoh Santepheap (កោះសន្តិភាព)។នៅប្រទេសវៀតណាមមាន Thanh Nien និង Vientiane Mai មាននៅប្រទេសឡាវ។



ក្រុមការងារផ្នែកប្រាស្រ័យទាក់ទងនៅគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គអាចផ្តល់ព័ត៌មានលម្អិតបន្ថែមទាក់ទងនឹងសារព័ត៌មានបោះពុម្ពទាំងនេះ និងសារព័ត៌មានបោះពុម្ពផ្សេងៗផងដែរ។

ជំពូកទី ៦.

សិល្បៈនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ

គ្រប់អង្គការស្ថាប័នទាំងអស់សុទ្ធតែងាយ រងគ្រោះដោយសារវិបត្តិ ដែលតែងតែកើតឡើងខណៈដែលអ្នកមិនដែលបានរំពឹងទុក។ វាក៏ត្រូវចំណាយពេលរាប់ឆ្នាំ ដើម្បីកសាងកេរ្តិ៍ឈ្មោះស្ថាប័នប៉ុន្តែវានឹងរលាយបាត់ទៅវិញ តែក្នុងរយៈពេលប៉ុន្មានម៉ោង ឬប៉ុន្មានថ្ងៃប៉ុណ្ណោះ។

ប៉ុន្តែ ការមានផែនការឱ្យបានគត់មត់យ៉ាង ហោចណាស់ក៏ជួយឱ្យអ្នកអាចដោះស្រាយវិបត្តិ ស្របតាមសមត្ថភាពរបស់អ្នក មិនថាវិបត្តិនោះធំប៉ុណ្ណានោះទេ។ មុន នឹងពិនិត្យមើលដំណាក់កាលសំខាន់ៗ សម្រាប់បង្កើតកម្មវិធីគ្រប់គ្រងវិបត្តិដ៏មានប្រសិទ្ធិភាពមួយ ជាការសំខាន់ដែលយល់ពីវិធានចម្បងៗ ដែលជាមគ្គុទេសក៏តម្រង់ទិសសម្រាប់ការប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ។ វិធានទាំងនេះនឹងមានឥទ្ធិពលលើរាល់សកម្មភាពទាំងអស់។

- វិធានសំខាន់ៗសម្រាប់កម្មវិធីប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ
- ដំណាក់កាលផ្សេងៗ - ធ្វើសវនកម្មភាពដែល ងាយរងគ្រោះ
- ការកំណត់ក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ
- ការកំណត់ និងបណ្តុះបណ្តាលអ្នកនាំពាក្យ
- ផ្តល់គន្លឹះចាំបាច់សម្រាប់អ្នកនាំពាក្យ
- ដំណើរការ និងនីតិវិធីកត់ត្រា
- រៀបចំផែនការឆ្លើយតប - គំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍
- ប្រព័ន្ធផ្តល់ដំណឹងជាមុន សម្រាប់សាធារណជនទូទៅ
- បន្ទាប់ពីមានគំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍ - ការរៀបចំសារសម្រាប់គ្រាមានវិបត្តិ
- ការប្រមូលព័ត៌មានចារកម្ម
- ពិភាក្សាបន្ទាប់ពីបានអនុវត្ត និងការចងក្រងបទពិសោធន៍

វិធានសំខាន់ៗសម្រាប់កម្មវិធីប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ

- **ធ្វើសកម្មភាពឱ្យបានរហ័ស បែបផ្តួចផ្តើមជាមុន ៖** ក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ សំខាន់បំផុត គណៈកម្មការ ទន្លេមេគង្គត្រូវតែសកម្មផ្តួចផ្តើមជាមុន និងធ្វើឱ្យគេមើលឃើញថាខ្លួនអាចគ្រប់គ្រងស្ថានការណ៍បាន។ មិនត្រូវអនុញ្ញាតឱ្យ ភាគីទី ៣ ជាអ្នកកំណត់របៀបវារៈ និងធ្វើឱ្យអ្នកស្ថិតក្នុងស្ថានភាពត្រឹមតែជាអ្នកការពារ និងគ្រាន់តែមានប្រតិកម្មតបប៉ុណ្ណោះទេ។

- **កុំព្រងើយកន្តើយនឹងព័ត៌មាន ៖** ប្រតិកម្មដែលអន់បំផុតចំពោះគ្រាមានវិបត្តិ គឺ"ការផ្តល់ព័ត៌មានតិចតួច"ខណៈដែលសម្ពាធកាន់តែខ្លាំងឡើង។ អ្នកត្រូវឱ្យប្រាកដថា សាធារណជនអាចទទួលបានរាល់ព័ត៌មានឱ្យបានឆាប់បំផុតតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ទោះជាព័ត៌មានអវិជ្ជមានក៏ដោយ។ សូមកុំនិយាយថា ′ គ្មានយោបល់ ′ ជាការឆ្លើយតបទៅអ្នកខាងក្រៅ ដែលការនិយាយបែបនេះមានន័យថាអ្នកកំពុងទទួលស្គាល់កំហុស។

- **កុំនិយាយកុហក ៖** ប្រសិនជាអង្គការស្ថាប័នមួយត្រូវបានមើលឃើញថាកំពុងលាក់បាំងអ្វីមួយ ឬមិនស្មោះត្រង់ វិបត្តិអាចនឹងរីកធំដល់ស្ថានភាពមិនអាចគ្រប់គ្រងបាន។

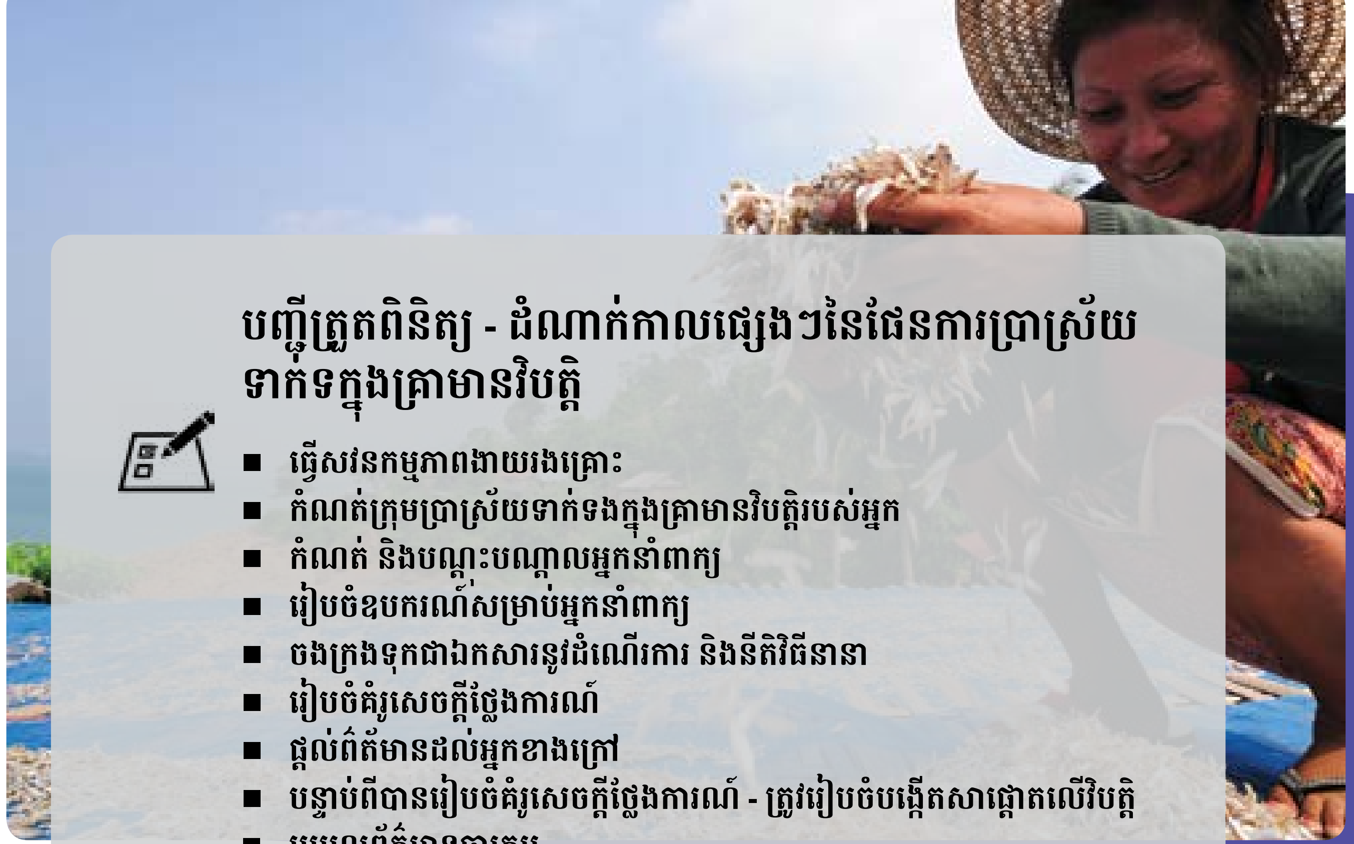
- **វាមិនអាចកើតឡើងចំពោះខ្លួនយើង ៖** សូមកុំធ្លាក់ក្នុងអន្ទាក់នៃការគិតមួយ ដែលថាយើងនឹងមិនជួបវិបត្តិទាល់តែសោះ ហើយមិនសមឱ្យយើងវិនិយោគទៅលើវា។ អង្គការណាក៏អាចជួបវិបត្តិនៅពេលណាមួយដែរ ហើយវាក៏អាចមានផលប៉ះពាល់យ៉ាងមហន្តរាយដល់កិត្តិយសរបស់អ្នក និងលទ្ធភាពប្រតិបត្តិការរបស់អ្នក។

- **កុំបណ្តោយឱ្យមេធាវីធ្វើការសម្រេចចិត្ត ៖** ទោះជាពួកគេនឹងផ្តល់ដំបូន្មានសំខាន់ផ្នែកច្បាប់ តែប្រសិនជាពួកគេនាំមុខរាល់ការប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងអស់ (ជារឿយៗ ជៀសវាងការនិយាយពីបញ្ហាអ្វីមួយទៅអ្នកខាងក្រៅ) គឺអាចធ្វើឱ្យវិបត្តិកាន់តែធ្ងន់ធ្ងរ។

- **កុំផ្តោតតែលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ៖** ទោះជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាអ្នកពាក់ព័ន្ធពិសេស និងអាចនាំឱ្យវិបត្តិកើតឡើង អ្វីដែលសំខាន់ផងដែរ គឺត្រូវពន្យល់ត្រួសៗដល់អ្នកពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗផ្សេងទៀត ដូចជា ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ និងស្ថាប័នថ្នាក់ជាតិកំឡុងពេលមានវិបត្តិ។ ចុងបញ្ចប់ វាកាន់តែមានប្រយោជន៍ទៅទៀត ប្រសិនជាអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងនោះអាចឮផ្ទាល់ពីគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ជាជាងដឹងតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។ ការធ្វើបែបនេះ អ្នកកាន់តែមានការគ្រប់គ្រងលើសាររបស់អ្នក។

- **រៀបចំផែនការម្តងហើយម្តងទៀត៖**នៅទីបញ្ចប់គឺគ្មានវិបត្តិណាមួយដែលយើងមិនអាចដឹងមុននោះទេ។ ប្រសិនជាអ្នកបានដាក់ចេញនូវផែនការឆ្លើយតបវិបត្តិមួយ ដោយផ្អែកលើស៊ីណារីយ៉ូដែលអាក្រក់បំផុត វានឹងអនុញ្ញាតឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គអាចគ្រប់គ្រងស្ថានភាពបានភ្លាមៗ និងអាចធានាបាន ថារាល់ដំណើរការឆ្លើយតប និងស៊ីណារីយ៉ូទាំងអស់ត្រូវបានសាកល្បង។ ការធ្វើបែបនេះអ្នកនឹងអាចកាន់តែខ្លាំង បន្ទាប់ពីវិបត្តិហើយ។

ការធ្វើបែបនេះអ្នកនឹងអាចកាន់តែខ្លាំង បន្ទាប់ពីវិបត្តិហើយ។



បញ្ជីត្រួតពិនិត្យ - ដំណាក់កាលផ្សេងៗនៃផែនការប្រាស្រ័យទាក់ទក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ

- ធ្វើសវនកម្មភាពងាយរងគ្រោះ
- កំណត់ក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិរបស់អ្នក
- កំណត់ និងបណ្តុះបណ្តាលអ្នកនាំពាក្យ
- រៀបចំឧបករណ៍សម្រាប់អ្នកនាំពាក្យ
- ចងក្រងទុកជាឯកសារនូវដំណើរការ និងនីតិវិធីនានា
- រៀបចំគំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍
- ផ្តល់ព័ត៌មានដល់អ្នកខាងក្រៅ
- បន្ទាប់ពីបានរៀបចំគំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍ - ត្រូវរៀបចំបង្កើតសាផ្តោតលើវិបត្តិ
- ប្រមូលព័ត៌មានចារកម្ម
- ប្រមូលព័ត៌មានទាំងអស់ដែលមាន/ចាត់វិធានការសមស្រប
- ពិភាក្សាបន្ទាប់ពីបានអនុវត្ត និងចងក្រងបទពិសោធន៍

ដំណាក់កាលផ្សេងៗ - ធ្វើសវនកម្មភាពដែលងាយរងគ្រោះ

ប្រសិនអ្នកចង់រៀបចំការឆ្លើយតបវិបត្តិឱ្យបានសមស្រប ជាការសំខាន់ អ្នកត្រូវពិនិត្យមើលអង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នក និងភាពងាយរងគ្រោះរបស់អង្គភាពដោយស្មោះត្រង់។

ក្នុងន័យនេះ អ្នកចាំបាច់ត្រូវប្រមូលថ្នាក់គ្រប់គ្រងជាន់ខ្ពស់ និងក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទង និងធ្វើការបំផុសគំនិត ដើម្បីកំណត់វិបត្តិទាំងឡាយ ដែលនឹងអាចកើតឡើងក្នុងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ បើទោះជាមិនទំនងនឹងកើតឡើងយ៉ាងណាក៏ដោយ។ វិបត្តិទាំងនោះ អាចជាករណីដែលនាយកប្រតិបត្តិត្រូវបានចាប់ខ្លួនពីបទចោទកេងបន្លំលួចយកប្រាក់សម្រាប់ដោះស្រាយគ្រោះទឹកជំនន់ ដែលមិនបានគិតទុកជាមុនដោយគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ឬ ជាករណីដែលប្រទេសសមាជិកណាមួយសម្រេចចិត្តចាកចេញពីស្ថាប័ននេះជាឯកតោភាគី។ ក្នុងករណីខ្លះ ប្រាកដណាស់ អ្នកនឹងដឹងថាមានវិបត្តិជាយថាហេតុណាមួយទំនងនឹងកើតឡើង។

ប្រសិនជាក្នុងកំឡុងពេលស្ងប់ស្ងាត់ អ្នកបានធ្វើការសាកល្បង និងរៀបចំការងារខាងក្រោមហើយស្រេច អ្នកនឹងមានការរៀបចំបានល្អនៅពេលដែលវិបត្តិកើតឡើង ឬប្រសិនជាវិបត្តិពិតជាកើតឡើង គឺអ្នកនឹងអាចឆ្លើយតបអស់ពីសមត្ថភាព។

នៅពេលដែលសវនកម្មលើភាពងាយរងគ្រោះត្រូវបានធ្វើរួចរាល់ អ្នកនឹងអាចរៀបចំផែនការប្រាស្រ័យទាក់ទងសម្រាប់គ្រាមានវិបត្តិ។

១ ការកំណត់ក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ

វាជាការសំខាន់ ដែលអ្នកត្រូវដាក់ចេញនូវក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ ដែលត្រូវសម្របសម្រួលសកម្មភាពកំឡុងពេលមានវិបត្តិ។ ជាការប្រសើរបំផុតក្រុមនេះនឹងត្រូវចូលរួមដោយនាយកប្រតិបត្តិ និងសមាជិកថ្នាក់គ្រប់គ្រងជាន់ខ្ពស់ផ្សេងទៀត សមាជិកនៃក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទង និងអ្នកជំនាញផ្នែកច្បាប់ (អាចជាអ្នកខាងក្នុង ឬអ្នកខាងក្រៅ ប៉ុន្តែគេចង់បានអ្នកខាងក្នុងជាង)។ ក្រុមប្រភេទនេះគួរតែផ្តុំទៅដោយចំណេះដឹង ជាច្រើននៅក្នុងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។

ជាការប្រសើរបំផុត អ្នកគួរតែចាត់ចែងសមាជិកក្រុមឱ្យមានការទទួលខុសត្រូវ ក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយនឹងអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗគ្នា។ ឧទាហរណ៍ គួរតែមានមនុស្សម្នាក់ទទួលភារកិច្ចក្នុងការពន្យល់ដល់គណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ អ្នកផ្តល់ជំនួយ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ។ល។

បន្ទាប់ពីបានកំណត់ក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិហើយ អ្នកគួរតែធានាថា អ្នទទួលបានព័ត៌មានទំនាក់ទំនងលំអិតរបស់សមាជិកក្រុមតាំងពីអ៊ីម៉ែលរហូតដល់ លេខទូរស័ព្ទចល័ត និងលេខទូរស័ព្ទលើតុ ដើម្បីយើងអាចធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយពួកគេ ២៤ ម៉ោង ពេញ ៧ ថ្ងៃ។

ការកំណត់ និងបណ្តុះបណ្តាលអ្នកនាំពាក្យ

ឥឡូវអ្នកបានបង្កើតក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិហើយ តែចាំបាច់បំផុតត្រូវបណ្តុះបណ្តាលពួកគេ។

កំឡុងពេលនៃវិបត្តិណាមួយក៏ដោយ សំខាន់បំផុតដែលអ្នកបានអនុញ្ញាតឱ្យ អ្នកនាំពាក្យនិយាយក្នុងនាមគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ហើយសំខាន់ផងដែរ ដែលពួកគេចាំបាច់ត្រូវទទួលបានការ បណ្តុះបណ្តាលឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់។ ពួកគេត្រូវតែអាចប្រាស្រ័យទាក់ទងបានច្បាស់លាស់ មិនឆេវឆាវ និងអាចធ្វើការងារបានល្អ ទោះជាស្ថិតក្នុងស្ថានភាពមានសម្ពាធក៏ដោយ។

ការចាត់មនុស្សស្របទៅនឹងទំនួលខុសត្រូវគឺមានសារៈសំខាន់ខ្លាំង។ ពិតណាស់អាចនឹងមានពេលមួយដែលវិបត្តិមានស្ថានភាពធ្ងន់ធ្ងរគ្រប់គ្រាន់ដែលមានតែនាយកប្រតិបត្តិម្នាក់គត់ ដែលអាចនិយាយក្នុងនាមគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។ ប៉ុន្តែមានការណីច្រើនផ្សេងទៀត ដែលមនុស្សផ្សេងក៏អាចធ្វើបាន ហើយពួកគេគួរតែត្រូវបានកំណត់ និងទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលជាមុន។

តើពួកគេគួរទទួលបានការបណ្តុះបណ្តាលលើអ្វីខ្លះ? ជំនាញភាគច្រើន ពួកគេនឹងទទួលបានតាមរយៈការបណ្តុះបណ្តាលពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ បើទោះជាការនិយាយទៅកាន់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ឬអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗទៀត អាចខុសគ្នាខ្លាំង បើប្រៀបធៀបនឹងពេលដែលសម្ពាធដែលកាន់តែខ្លាំង ព្រោះថាសំណួរកាន់តែមានលក្ខណៈបង្កហេតុ និងតម្រូវការធ្វើការសម្រេចចិត្តភ្លាមៗ គឺសំខាន់បំផុត។ អ្នកមិនត្រូវសកម្មក្នុងការលើកកម្ពស់ អង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នក ផ្ទុយទៅវិញ អ្នកត្រូវការពារអង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នក។ ហេតុដូច្នេះ ការបណ្តុះបណ្តាលនឹងតម្រូវឱ្យសមាជិកដើរតួមួយចំនួន និងអនុវត្តដោះស្រាយជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយគ្រប់ប្រភេទ។

i គុណសម្បត្តិគន្លឹះៗ របស់អ្នកនាំពាក្យ

- ងាយស្រួលធ្វើការជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងនៅចំពោះមុខម៉ាស៊ីនថត
- មានជំនាញកំណត់ខ្លឹមសារគន្លឹះៗ និងបញ្ជូនសារ
- មានតួនាទីសមស្របក្នុងស្ថាប័ន ដែលអាចមានអំណាចបញ្ជារ និងបង្កើតស្នាដៃ
- មានចំណេះដឹង
- ឆ្លើយតបបានរហ័ស
- ស្មោះត្រង់

២ ផ្តល់ឧបករណ៍ចាំបាច់សម្រាប់អ្នកនាំពាក្យ

បន្ថែមពីលើនេះ សំខាន់បំផុតក្រៅពីការបណ្តុះបណ្តាល អ្នកនាំពាក្យត្រូវមានឧបករណ៍ចាំបាច់ ដូចជា ៖

- **ឯកសារសំណួរចម្លើយដែលនឹងត្រូវបានបង្កើតឡើងជាមុន** និងដែលអាចប្រើប្រាស់បានគ្រប់វិបត្តិដែលកើតឡើងជាយថាហេតុទាំងអស់។ ឯកសារចំណួរចម្លើយនេះក៏នឹងជួយអ្នកនាំពាក្យឆ្លើយតបនឹងសំណួរពិបាកៗផងដែរ។

- **សៀវភៅជំនួយស្មារតីក្នុងការសរសេរសាររបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ** ទោះជាស្ថិតក្នុងពេលមានវិបត្តិ ក៏ដោយ អ្នកគួរតែចងចាំសារគន្លឹះរបស់អ្នក។ គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គគួរតែបន្តធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពសៀវភៅជំនួយស្មារតីក្នុងការសរសេរសារ។ មាតិកានៃសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ គឺមានយោងនៅក្នុងផ្នែក ៣.៤។

- ផែនការប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ ដែលផ្តោតលើដំណើរការ ដែលត្រូវបានរៀបចំពេញលេញ (សូមមើលផ្នែក ៦.៦)។

ដំណើរការ និងនីតិវិធីកត់ត្រា

ពិតណាស់ ទោះជាអ្នកនាំពាក្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ គណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គទទួលការ បណ្តុះបណ្តាលបានល្អយ៉ាងណា ហើយមានឧបករណ៍ច្រើនយ៉ាងណាក៏ដោយ ពួកគេមិនអាចអនុវត្តតួនាទីបានល្អទេលើកលែងតែដំណើរការ និងនីតិវិធីទាំងនោះត្រូវបានដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ដោយអ្នកខាងក្នុង ដើម្បីឱ្យពួកគេយល់ច្បាស់នៅពេលណាដែលត្រូវមានសកម្មភាព និងដោយរបៀបណាពេលដែលមានវិបត្តិកើតឡើង។ ដំណើរការ និងនីតិវិធីទាំងនេះ នឹងមានមុខងារគោលនៃផែនការប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ។

ឧទាហរណ៍ នៅពេលដែលមានវិបត្តិកើតឡើង ជាការសំខាន់ត្រូវដាក់ឱ្យមានការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធជូនដំណឹង។ ជាបឋមគ្រប់គ្នាក្នុងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គគួរតែរៀនអំពីវិបត្តិ ហើយពួកគេគួរតែមាន មន្ត្រីបង្គោលសម្រាប់ធ្វើទំនាក់ទំនង។ មន្ត្រីបង្គោលនេះនឹងត្រូវសហការជាមួយក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទង ហើយផ្តល់ដំណឹងទៅអ្នកនាំពាក្យដែលបានជ្រើសរើស និងបានបណ្តុះបណ្តាល។

ចុងបញ្ចប់ គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនឹងត្រូវពឹងអាស្រ័យលើវេទិកាផ្ទៃក្នុងផ្តល់ព័ត៌មានឱ្យដឹងរាប់តាំងពីការផ្ញើសារ SMS រហូតដល់សារអេឡិកត្រូនិក និងផែកជំរ។ ក្នុងករណីបែបនេះ គួរមានការពិចារណាបង្កើតឧបករណ៍ប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗទៀតឱ្យបានច្រើនមុខ ព្រោះថាមានអ្នកខ្លះអានអត្ថបទច្រើនជាងសារអេឡិកត្រូនិក ។ល។

ស្រដៀងគ្នានេះដែរ សម្រាប់វិបត្តិទាំងមូល បុគ្គលិកទាំងអស់គួរទទួលបានការពន្យល់ដោយសង្ខេបជាបន្ត និងទទួលបានការណែនាំជាក់លាក់ពីកន្លែងដែលពួកគេត្រូវធ្វើការបញ្ជូន ក្នុងករណីដែលទទួលបានសំណួរពីអ្នកកាសែត។

គ្រប់ផ្នែកទាំងអស់ដែលនៅសល់នៃផ្នែកនេះនឹងត្រូវបញ្ចូលក្នុងដំណើរការ និងនីតិវិធីរបស់អ្នក។

រៀបចំផែនការឆ្លើយតប - គំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍

បន្ទាប់ពីវិបត្តិត្រូវបានកំណត់ក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទងត្រូវប្រជុំគ្នាជាបន្ទាន់ ដើម្បីពិនិត្យជម្រើស របស់ពួកគេ។ទោះបីជាវាសំខាន់ដែលយើងត្រូវសកម្មនៅពេលមានវិបត្តិ ប៉ុន្តែសំខាន់ដូចគ្នាដែលយើង មិនត្រូវប្រញាប់ប្រញាល់ធ្វើការវិនិច្ឆ័យ គឺត្រូវរងចាំរហូតមានការព្រមព្រៀងលើព័ត៌មានពាក់ព័ន្ធ និងសារទាំងអស់ជាមុនសិន។

ដោយមូលហេតុនេះហើយ គំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍គឺជាឧបករណ៍ដ៏មានសារៈសំខាន់មួយ ដែលត្រូវអនុវត្តបន្ទាប់ពីវិបត្តិបានកើតឡើង។ គំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍បែបនេះ ជារឿយៗអាចត្រូវបានរៀបចំជាមុនដើម្បី ឆ្លើយតបគ្រប់ស៊ីណារីយ៉ូជាសក្តានុពល (ដែលបានកំណត់ក្នុង សវនកម្មភាពងាយរងគ្រោះ)។ សម្រាប់សេចក្តីថ្លែងការណ៍ អ្នកត្រូវបញ្ចូលព័ត៌មានជាក់ស្តែងឱ្យបានច្រើនតាមដែលអ្នកដឹង តែមិនត្រូវឱ្យលើស ឬពន្លើស។

ហេតុដូច្នេះ ក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិគួរតែពិនិត្យគំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍ឱ្យបានទៀងទាត់ ដើម្បីកំណត់ថាតើគួរមានការកែសម្រួល ឬត្រូវមានសេចក្តីថ្លែងការណ៍លម្អិតជាងនេះ។ សេចក្តីថ្លែងការណ៍ទាំងនេះ គួរតែចេញផ្សាយជាបន្ទាន់តាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ដើម្បីបញ្ជាក់ថា គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គអាចគ្រប់គ្រងស្ថានការណ៍ទាំងមូលបាន។

៣ ប្រព័ន្ធផ្តល់ដំណឹងជាមុន សម្រាប់សាធារណជនទូទៅ

បន្ទាប់ពីមានគំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍ ជាការសំខាន់ត្រូវផ្សព្វផ្សាយវាដល់អ្នកខាងក្រៅ និងខាងក្នុងឱ្យបានឆាប់តាមដែលអាចធ្វើទៅបាន។ ដូចដែលបានលើកឡើងក្នុងជំពូក ៦.១. ជាការប្រសើរបំផុត ប្រសិនជាអ្នកពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗរបស់អ្នកបានដឹងពីវិបត្តិតាមរយៈគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ជាជាងតាមរយៈភាគីទី ៣។ ចុងបញ្ចប់ ចាំបាច់ត្រូវគិតពីរបៀបធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយមនុស្សទាំងនេះ ថាតើគួរធ្វើតាមរយៈសារអេឡិកត្រូនិកផ្ទាល់ខ្លួន ឬបណ្តាញសង្គម ។ល។

សិល្បៈនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងក្នុងគ្រាមានវិបត្តិ

ដូចដែលបានលើកឡើងខាងលើ វាជាការសំខាន់ផងដែរដែលអ្នកពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗរបស់អ្នកទទួលបាន ព័ត៌មានដោយផ្ទាល់ពីអ្នក។ ហេតុដូច្នេះហើយ គំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍ ដែលត្រូវបានកែសម្រួលក្នុងករណីចាំបាច់ គួរតែផ្ញើរទៅគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ អ្នកផ្តល់ជំនួយ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ។ល។ ចំណុចនេះបញ្ជាក់ថា គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គអាចគ្រប់គ្រងស្ថានភាពទាំងមូលបាន និងសកម្ម។ ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន និងការ ប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអ្នកពាក់ព័ន្ធ សៀវភៅកត់ត្រាគួរតែត្រូវបានបង្កើតឡើង ដើម្បីកត់ត្រារាល់ទូរស័ព្ទ និងសារអេឡិកត្រូនិកដែលបានធ្វើទំនាក់ទំនង។ សៀវភៅកត់ត្រានេះក៏អាចជួយយើងសម្រាប់ការតាមដានបន្ត និងជាជំនួយក្នុងការប្រជុំបូកសរុបបន្ទាប់ពីវិបត្តិ។

៤ បន្ទាប់ពីមានគំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍ - ការរៀបចំសារសម្រាប់គ្រាមានវិបត្តិ

អ្នកមិនគួរពឹងអាស្រ័យលើគំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍យូរពេក។ ខណៈជាចេតនា គំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍គឺវាមិនជាក់លាក់កំឡុងពេលអ្នកប្រមូលព័ត៌មាន ប្រសិនជាអ្នកនៅបន្តពឹងអាស្រ័យលើវា ដោយមិនផ្តល់ព័ត៌មានច្បាស់លាស់ ភាពអវិជ្ជមានចំពោះអង្គការស្ថាប័នអាចនឹងកើនឡើង។ វាក៏អាចធ្វើឱ្យមានការមើលឃើញដែរពោពេញដោយការខូចខាតថាអ្នក កំពុងលាក់បាំងអ្វីមួយ។

ក្នុងហេតុផលនេះ បន្ទាប់ពីសំណួរសមស្របត្រូវបានសួរ ហើយព័ត៌មានត្រូវបានប្រមូល ក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទងត្រូវបង្កើតសារដែលផ្តោតតាមវិបត្តិជាក់លាក់។ ជាថ្មីម្តងទៀត ដូចនឹងការបង្កើតសារទាំងឡាយផងដែរ អ្នកត្រូវធ្វើឱ្យវាសាមញ្ញ និងផ្តោតលើសារមិនឱ្យលើសពី ៣។ អ្នកអាចនឹងត្រូវកែសម្រួលសារសម្រាប់អ្នកពាក់ព័ន្ធជាក់លាក់ នីមួយៗផងដែរ។

បន្ទាប់ពីបានបង្កើតហើយ ដល់ពេលដែលត្រូវដាក់ឱ្យដំណើរការនូវប្រព័ន្ធផ្តល់ដំណឹងជាមុនសម្រាប់អ្នកខាងក្រៅ ដើម្បីធានាថាអ្នកពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ទទួលបានការពន្យល់ពេញលេញ។ ក្នុងដំណាក់កាលនេះ ជាការសំខាន់ត្រូវដាក់ព័ត៌មានឱ្យបានច្រើនជាសាធារណៈតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ព្រមទាំងបញ្ជាក់ថាតើគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គមានបំណងដោះស្រាយជាមួយនឹងវិបត្តិដោយវិធីណា។ ចំណុចនេះការផ្តោតលើដំណោះស្រាយ គឺសំខាន់។ ´ ´ យើងទទួលស្គាល់ថាពិតជាមានអ្វីមួយខុសប្រក្រតី ហើយនេះជាអ្វីដែលយើងមានបំណងដោះស្រាយវា ´ ´ ។

ជំហ៊ានបន្ទាប់របស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ៖

តើត្រូវធ្វើអ្វីខ្លះកំឡុងពេលមានវិបត្តិ? នេះជាឧទាហរណ៍មួយចំនួន

សម្មតិកម្មសេណារីយ៉ូ ៖ភាគឦសាននៃប្រទេសថៃបានជួបប្រទះនូវគ្រោះទឹកជំនន់យ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរ ដោយគ្មានការប្រមានឱ្យដឹងជាមុនពីទិន្នន័យព្យាករណ៍គ្រោះទឹកជំនន់របស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។ អ្នកភូមិជាច្រើនមិនសប្បាយចិត្ត និងអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលមានមូលដ្ឋាននៅប្រទេសថៃ និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយថៃគឺបានដាក់ការស្តីបន្ទោសទៅលើគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ

១ ក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលបានបង្កើតរួចហើយ ត្រូវជួបប្រជុំជាបន្ទាន់ដើម្បីប្រមូលព័ត៌មានឱ្យបានច្រើន តាមដែលអាចធ្វើទៅបាន និងកំណត់ថាត្រូវប្រកាសអ្វីខ្លះដល់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងអ្នកពាក់ព័ន្ធដ៏ទៃទៀត។ តំណាងក្រុមព្យាករណ៍ទឹកជំនន់ និងបុគ្គលិកនៅតាមមូលដ្ឋានរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ដែលពាក់ព័ន្ធក្នុងការអនុវត្តគម្រោងនៅតាមភូមិ ក៏ត្រូវចូលរួមក្នុងការប្រជុំនេះដែរ។

២ ព្រមព្រៀងលើគំរូសេចក្តីថ្លែងការណ៍ ហើយបញ្ជូនវាទៅប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗទៀត។ សេចក្តីថ្លែងការណ៍ត្រូវសម្តែងការអាណិតអាសូរដល់អ្នកភូមិ និយាយថាគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គកំពុងសហការណ៍ជាមួយភ្នាក់ងារដៃគូផ្សេងៗ និងរដ្ឋាភិបាលថៃធ្វើអ្វីៗសព្វយ៉ាងដើម្បីជួយ និងពិនិត្យមើលទិន្នន័យ និងដំណើរការព្យាករណ៍ទឹកជំនន់ ដើម្បីកំណត់ថាតើមានចំណុចអ្វីខ្លះដែលចាំបាច់ត្រូវកែលម្អរ ក្នុងពេលអនាគត។ អ្នកនាំពាក្យ គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គត្រូវនិយាយជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទាំងនៅថ្នាក់ជាតិ និងនៅ មូលដ្ឋាន ដើម្បីពន្យល់ពីស្ថានភាពព្រមទាំងផ្តល់យោបល់ដល់អ្នកភូមិ ថាតើត្រូវរៀបចំវិធានការណ៍អ្វីខ្លះសម្រាប់កាត់បន្ថយគ្រោះទឹកជំនន់។ ក្រៅពីបញ្ជូនទៅប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ សេចក្តីថ្លែងការណ៍ក៏ត្រូវបញ្ជូនទៅអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងៗទៀតផងដែរ។

៣ បន្ទាប់ពីបានស៊ើបអង្កេតបន្ថែមទៀត ទិន្នន័យមិនត្រឹមត្រូវទំនងជាត្រូវបានរកឃើញនៅតាមស្ថានីយ៍វារីអគ្គិសនីជាំងខាន់ និងស្ថានីយ៍វារីអគ្គិសនីណុងខៃ។ គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គបានផ្ញើរចេញនូវសេចក្តីថ្លែងការណ៍បន្ថែមទៀត ដើម្បីពន្យល់អំពីអ្វីដែលបានរកឃើញនេះ និងជំហ៊ានដែលត្រូវអនុវត្តដើម្បីធានាថា បញ្ហាបែបនេះនឹងមិនកើតមានជាថ្មីម្តងទៀត។ គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គក៏ប្រកាសពីការបង្កើតក្រុមការងារមួយជាមួយអ្នកភូមិក្នុងសហគមដែលរងផលប៉ះពាល់។ មានអត្ថបទវិចារណកថា(Op-Eds)ក៏ត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយថៃសំខាន់ៗ និងដោយផ្សព្វផ្សាយដោយខ្សែបណ្តោយនៃគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។ អត្ថបទសំខាន់ៗក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយក៏ត្រូវបានបញ្ជូនទៅនិពន្ធនាយកតាមរយៈលិខិត សម្រាប់ការចេញផ្សាយក្នុងលេខបន្តបន្ទាប់។

៤ ពីមួយថ្ងៃទៅមួយថ្ងៃ ការរិះគន់អវិជ្ជមានមកលើគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គចាប់ផ្តើមមាន ការអន់ថយដោយសារមានមនុស្សកាន់តែច្រើនបានយល់កាន់តែច្បាស់ពី គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គដែលជាលទ្ធផលនៃវិបត្តិទាំងនេះ ។ សមត្ថភាពរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គក្នុងការទទួលស្គាល់កំហុសឱ្យបានឆាប់ និងចាប់ផ្តើមដោះស្រាយបញ្ហាយ៉ាងសកម្ម គឺត្រូវបានមើលឃើញ ក្នុងឥរិយាបថរបស់ពួកគេ។

៥ ការប្រជុំពិភាក្សាចុងក្រោយជាមួយក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទង ដើម្បីពិភាក្សាស្វែងរកបទពិសោធន៍ និងថាតើត្រូវធ្វើបែបណា សម្រាប់កែលម្អរការងារក្នុងពេលអនាគត។

ការប្រមូលព័ត៌មានចារកម្ម

ខណៈវិបត្តិចេះតែបន្តមានការវិវឌ្ឍន៍ សំខាន់បំផុតត្រូវមាននីតិវិធីប្រមូលគំនិតយោបល់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធិភាពមួយ។ ការដឹងថាមានអ្វីខ្លះដែលគេនិយាយពីអ្នក ឧទាហរណ៍ នៅក្នុងប្រព័ន្ធទំនាក់ទំនងសង្គម ពិតជាអាចជួយឱ្យអ្នកមានវិធានការណ៍ជាមុន។ ដូចគ្នាដែរ ការតាមដានត្រួតពិនិត្យការផ្តល់យោបល់ត្រឡប់ពីគ្រប់ភាគីទាំងអស់ កំឡុងពេលមានវិបត្តិ អាចជួយអ្នកឱ្យមានលទ្ធភាពសម្របយុទ្ធសាស្ត្រ និងកិច្ចកលបានល្អ។

មានជម្រើសដែលមានស្រាប់ជាសក្តានុពលមួយចំនួន ដែលអ្នកអាចរកបានតាមរយៈស្វែងរកពីហ្គូលហ្គល (google) ឬ សេវាតាមដានត្រួតពិនិត្យដែលត្រូវបង់លុយ។

៥ ពិភាក្សាបន្ទាប់ពីបានអនុវត្ត និងការចងក្រងបទពិសោធន៍

ចុងក្រោយខណៈដែលវិបត្តិចាប់ផ្តើមថមថយ ក្រុមប្រាស្រ័យទាក់ទងគួរចាប់ផ្តើមពិភាក្សាដកស្រង់បទពិសោធន៍ឱ្យបានពេញលេញ។ សំណួរដែលត្រូវពិភាក្សារួមមាន ៖

- តើអ្វីខ្លះដែលត្រូវបានអនុវត្តត្រឹមត្រូវ?
- តើមានអ្វីខ្លះដែលគួរតែអាចធ្វើបានល្អជាងនេះ?
- តើមានចំណុចខ្វះខាតអ្វីខ្លះក្នុងទម្រង់ប្រាស្រ័យទាក់ទងគំរូ?
- តើវិបត្តិត្រូវបានកំណត់ជាផ្នែកមួយនៃវសនកម្មភាពងាយរងគ្រោះមែនទេ? បើមិនមែន តើយើងត្រូវធ្វើសវនកម្មមួយផ្សេងទៀត ដើម្បីធានាថា គ្រប់សុីណារីយ៉ូទាំងអស់ត្រូវបានពិនិត្យ?
- តើមានតម្រូវការវគ្គបណ្តុះបណ្តាលថែមទៀតដែរឬទេ?
- តើយើងត្រូវកែលម្អប្រព័ន្ធរបស់យើងយ៉ាងដូចម្តេចក្នុងពេលអនាគត?

ជំពូកទី ៧.

បទដ្ឋានសកម្មភាព និងផលិតផលក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទង

ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទង នៅតែជាបេះដូងនៃ បទដ្ឋានការងារព័ត៌មានសាធារណៈដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គអនុវត្ត។ ភាគច្រើននៃផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទង ដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គបានផលិត គឺជាប្រភេទបោះពុម្ព ឌីជីថល ផ្សព្វផ្សាយ ឬសារជាសំលេង ឬអាចជាការចងក្រងឯកសារសិក្ខាសាលា ការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន ឬរបាយការណ៍បច្ចេកទេសដែលបានកែសម្រួលហើយ។

ក៏ប៉ុន្តែសំណួរមួយ ដែលសួរថា តើមានក្បួនច្បាប់អ្វីខ្លះ ដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គគួរអនុលោមតាម ក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍ផលិតផល ប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងនេះ? ទោះបីជាសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះមិន បានផ្តោតលើគោលការណ៍ណែនាំរួម និងតម្រូវការចាំបាច់សម្រាប់អភិវឌ្ឍផលិតផលទាំងនេះ តែវាបានផ្តល់ដំបូន្មានទូទៅខ្លះ លើបទដ្ឋានផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទង ជាមួយនឹងការណែនាំជាក់លាក់ដូចខាងក្រោម។

- ដំបូន្មានទូទៅលើផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទង
- ប័ណ្ណព័ត៌មាន និងសម្ភារបោះពុម្ពផ្សេងៗ
- ប័ណ្ណព័ត៌មានអេឡិកត្រូនិក
- ការសរសេររបាយការណ៍
- រូបថត
- វីដេអូ
- ការថតវីដេអូ
- សៀវភៅណែនាំសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ / កញ្ចប់ឯកសារបណ្តុះបណ្តាល
- ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗទៀត
- បណ្តាញប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗ

ដំបូន្មានទូទៅលើផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទង

ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងគឺ ត្រូវអភិវឌ្ឍឡើងឱ្យស្របទៅតាមក្បួនច្បាប់នៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងល្អៗទាំងអស់។ ដើម្បីទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ពីមហាជន និងលេចធ្លោរក្នុងចំណោមផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងជាច្រើនប្រភេទ ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងត្រូវតែខ្លាំង សាមញ្ញ និងស្របទៅតាមសារសំខាន់ចំនួន ៣។ ខាងក្រោមគឺជាសំណើយោបល់ខ្លះៗ ដែលធានាថា អ្នកអាចអភិវឌ្ឍផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងប្រកបដោយភាពទាក់ទាញ។

- **ផ្ដោតលើការអប់រំ** ៖ត្រូវព្យាយាមធ្វើឱ្យផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងប្រកបដោយខ្លឹមសារ អប់រំ និងមានព័ត៌មានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន។ ព្យាយាមមិនត្រូវលើកតម្កើងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គហួសហេតុពេកទេ។ អ្នកអាននឹងកោតសសើរគណៈកម្មការទន្លេ មេគង្គ ផ្អែកលើគុណភាពអត្ថបទការសិក្សាស្រាវជ្រាវ និងសាច់រឿងជោគជ័យទាំងឡាយ។

- **ឱ្យប្រាកដថាផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងអស់ មានភាពស៊ីសង្វាក់គ្នា៖** ជាការសំខាន់បំផុតដែលមានអ្នកទទួលស្គាល់ថា រាល់ការប្រាស្រ័យទាក់ទង គឺពាក់ព័ន្ធនឹងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ហើយសម្ភារព័ត៌មានទាំងនេះ គឺមិនមែនយកមកពីស្ថាប័នខាងក្រៅ។ ឧទាហរណ៍ មានអង្គការជាច្រើនមានការណែនាំរួម ដែលផ្ដល់ដំបូន្មានពីរបៀបដាក់ស្លាកសញ្ញា ទំហំអក្សរ និងពីការប្រើប្រាស់រូបភាព(visuals)។ល។ នាយកដ្ឋានទទួលបន្ទុកផ្នែកប្រាស្រ័យទាក់ទងអាចផ្ដល់ព័ត៌មានលម្អិតជាងនេះ។

- សម្ភារផ្សព្វផ្សាយក៏ត្រូវតែ**ងាយស្រួលអាន និងយល់។** វាមិនសូវសំខាន់ដែលត្រូវនាំយកអ្នករចនា ឬអ្នកផលិតវីដេអូពូកែៗចុងក្រោយ (បើទោះជា ការរចនាដ៏ល្អពិតជាមានប្រយោជន៍មែន) ប៉ុន្តែអ្វីដែលសំខាន់បំផុត គឺត្រូវផ្ដោតលើព័ត៌មាន និងសារដែលត្រឹមត្រូវ និងដកចេញគ្រាមភាសា ព្រមទាំងធ្វើឱ្យវាមានលក្ខណៈសាមញ្ញ និងចំចំណុចដែលត្រូវបង្ហាញ។

- **ផ្ដោតលើលទ្ធផល** ៖រាល់ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងអស់ គួរតែផ្ដោតឱ្យបានច្រើន លើលទ្ធផល និងផលប្រយោជន៍របស់អ្នកពាក់ព័ន្ធក្នុងសកម្មភាពរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ប៉ុន្តែត្រូវផ្ដោតឱ្យបានតិចលើដំណើរការ និងការប្រជុំផ្ទៃក្នុង។ ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងត្រូវតែមានខ្លឹមសារសម្រាប់ជីវភាពរស់នៅប្រចាំថ្ងៃរបស់ប្រជាជន។

- **ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងត្រូវតែទាន់សម័យកាល៖** សំខាន់បំផុតដែលមនុស្សមានអារម្មណ៍ថា ពួកគេកំពុងអានឯកសារដែលមានបច្ចុប្បន្នភាពបំផុត។ សម្រាប់សម្ភារដែលបោះពុម្ព ទំនងជាត្រូវកាត់បន្ថយការបោះពុម្ពច្រើន តែត្រូវធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពឯកសារក្នុងទម្រង់ជា (PDF)ហើយបោះពុម្ពពេលចាំបាច់។ ត្រូវធានាផងដែរថា សម្ភារទាំងអស់ ដូចជា វីដេអូគឺអាចទាញយកដោយស្រួលពីគេហទំព័ររបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។ ជាការសំខាន់ដែលត្រូវបង្កើតផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងនេះឱ្យបានទាន់សភាពការណ៍។

- **ធ្វើឱ្យមានជាទៀងទាត់** ៖ ជាការសំខាន់ ខណៈដែលអ្នកមានការតាំងចិត្តចំពោះផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទង (លើកលែងតែផលិតផលដែលផលិតតែម្ដងហើយចប់) អ្នកត្រូវឱ្យប្រាកដថាផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងនោះ នឹងត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយជាទៀងទាត់។ គ្មានអ្វីដែលអន់ជាងដែលប័ណ្ណព័ត៌មានមួយត្រូវបានចេញផ្សាយមិនទៀងទាត់ ខណៈដែលមានមនុស្សគ្រប់គ្រាន់អាចផលិត។

- **ឱ្យមានទៅដល់មូលដ្ឋាន** ៖ សូមពិចារណាបកប្រែផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងសំខាន់បំផុតរបស់អ្នកឱ្យបាន ៤ ភាសាតាមតំបន់មាត់ទន្លេ ឬដាក់អក្សរតូចៗរត់ខាងក្រោមសម្រាប់វីដេអូ។ ការផលិតសម្ភារប្រាស្រ័យទាក់ទងតែភាសាអង់គ្លេសធ្វើឱ្យការទទួលព័ត៌មានមានកំណត់។ ជាឧទាហរណ៍ ទស្សនាវដ្ដីអំពីមច្ឆាជាតិរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ដែលមានចំណងជើង ថា**“នេសាទនិងវប្បធម៌ ”**គឺត្រូវបានបោះពុម្ពជាភាសាផ្សេងៗគ្នា។ តែត្រូវឱ្យប្រាកដថា ខ្លឹមសារសំខាន់ៗត្រូវបានបកប្រែត្រឹមត្រូវ ហើយម្ចាស់ភាសានីមួយៗមានឱកាសត្រួតពិនិត្យសម្ភារដែលបានបកប្រែ។

- **លើកទឹកចិត្តសហការី** និងភាគីខាងក្រៅឱ្យចូលរួមបដិភាគលើផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទង៖ ព្យាយាមកៀងគរជំនាញ និងចំណេះដឹងដែលមានក្នុងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងនៅតាមគណៈកម្មការជាតិទន្លេមេគង្គ។ អ្នកក៏អាចអញ្ជើញតំណាងអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ដៃគូអភិវឌ្ឍន៍ និងមន្ត្រីរដ្ឋាភិបាល ព្រមទាំងអ្នកដឹកនាំសហគមន៍ឱ្យចូលរួមផ្ដល់យោបល់ផងដែរ។

- **ធ្វើឱ្យប្រាកដថា អ្នកមានរចនាសម្ព័ន្ធត្រឹមត្រូវ និងដំណើររឿងរួមមួយ** ៖ មានផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងជាច្រើនដែលគ្មានសណ្ដាប់ធ្នាប់ ដោយមានសាច់រឿង អត្ថបទ និងតួរលេខ រដិបរដុប។ នៅក្នុងផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទង ត្រូវធ្វើឱ្យប្រាកដថា មានដំណើររឿងរួមមួយ និងគោលគំនិតក្នុងរឿងមួយចំនួន ដែលសាច់រឿងនីមួយៗត្រូវបរិយាយ។

- មានបញ្ចូល**របកគំហើញពីការសិក្សា និងករណីសិក្សាថ្មីៗ** ៖ ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងជាទូទៅគឺ សម្រាប់ផ្សព្វផ្សាយពីរបកគំហើញរបស់ការសិក្សាស្រាវជ្រាវថ្មីៗ និងករណីជោគជ័យ នាដែលមាននៅក្នុង គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ហេតុដូច្នេះ អ្នកត្រូវឱ្យប្រាកដថា អ្នកនឹងធ្វើដូច្នេះ។

- **ធ្វើឱ្យប្រាកដថា ភាសាដែលប្រើគឺអាចទទួលយកបាន** ៖ ជៀសវាងការប្រើប្រាស់គ្រាមភាសាហួសហេតុពេក និងប្រយោគវែងពេក។

- **ជានិច្ចកាល ត្រូវផ្ដល់ជម្រើសឱ្យអ្នកអានអាចស្វែងរកព័ត៌មានបន្ថែម និងត្រូវបញ្ចូលព័ត៌មានលម្អិតសម្រាប់ទាក់ទង** ៖ ចំណុចនេះ គឺអាចដាក់បញ្ចូលជាឧបសម្ព័ន្ធ ឬជាសេចក្ដីបន្ថែម។ ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងជាច្រើន ផ្ដល់ព័ត៌មានអំពីអ្វីដែលអ្នកអានគួរធ្វើ និងព័ត៌មានលម្អិតរបស់អ្នកជំនាញសម្រាប់ការទាក់ទងពេលក្រោយ។

ចំណុចត្រួតពិនិត្យសម្រាប់សម្ភារដែលបោះពុម្ព

- បែបអប់រំ
- មានភាពស៊ីសង្វាក់គ្នា
- ផ្តោតលើលទ្ធផល
- សាមញ្ញ និងពាក់ព័ន្ធ
- មានអត្ថបទសង្ខេបល្អ
- ភាសាអាចទទួលយកបាន
- មានការលើកទឹកចិត្តភាគីទី ៣ សម្រាប់កិច្ចសហការ
- មានការត្រួតពិនិត្យកែសម្រួល

ប័ណ្ណព័ត៌មាន និងសម្ភារបោះពុម្ពផ្សេងៗ

សព្វថ្ងៃនេះ សម្ភារដែលបោះពុម្ព គឺប្រហែលជាទម្រង់ទូទៅ សម្រាប់ការប្រាស្រ័យទាក់ទងនៅគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។ សម្ភារទាំងនោះមានដូចជា ប័ណ្ណផ្សព្វផ្សាយ ខិតប័ណ្ណ ប័ណ្ណប្រកាស និង រូបភាព ព្រមទាំង ប័ណ្ណព័ត៌មានដែលផ្សព្វផ្សាយជាទៀងទាត់ ដូចជា**នេសាទ និងវប្បធម៌។** នៅមានឯកសារមួយចំនួនទៀតរបស់ស្ថាប័ន ដូចជា របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។

រាល់ការស្នើយោបល់ទាំងអស់ក្នុងចំណុច ៧.១. គឺត្រូវអនុវត្តចំពោះផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងនេះ ជាពិសេស ចាំបាច់ត្រូវធ្វើឱ្យសារមានលក្ខណៈច្បាស់លាស់ និងសាមញ្ញ ព្រមទាំងឱ្យប្រាកដថាវាមានភាពទាក់ទាញសម្រាប់អ្នកអាន។ ខាងក្រោម គឺជាការស្នើយោបល់ខ្លះៗផ្សេងទៀត ៖

- សំខាន់ណាស់ ដែលត្រូវមាន**អត្ថបទសង្ខេបច្បាស់លាស់**មួយនៅខាងដើមនៃប័ណ្ណព័ត៌មាន ឬ ប័ណ្ណផ្សព្វផ្សាយ និងសាច់រឿងរួមមួយ ដើម្បីទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកអាន។ ក្នុងប័ណ្ណព័ត៌មាន ឧទាហរណ៍ អត្ថបទសង្ខេបបែបនេះអាចជាសេចក្តីផ្តើមរបស់អ្នកបោះពុម្ពផ្សាយ។ ប្រអប់ខាងក្រោមផ្តល់នូវទិដ្ឋភាពរួមច្បាស់លាស់មួយ ដកស្រង់ចេញពីទស្សនាវដ្តីនេសាទ និងវប្បធម៌ វ៉ុល ២១ លេខចេញផ្សាយ ១។
- ជាការសំខាន់ត្រូវមាន **តារាងមាតិកាច្បាស់លាស់ និងរចនាសម្ព័ន្ធជាក់លាក់សម្រាប់សម្ភារ ដែបោះពុម្ព** ៖ ការធ្វើបែបនេះ អ្នកអានអាចផ្តោតលើចំណុចណាដែលពួកគេចាប់អារម្មណ៍ បំផុត។ ក្នុងប័ណ្ណព័ត៌មាន សាច់រឿងព័ត៌មានគួរតែដាក់នៅក្នុងផ្នែកដូចគ្នានៃការបោះពុម្ពផ្សាយ ហើយអត្ថបទពិសេសៗត្រូវដាក់ក្នុងផ្នែកផ្សេងៗល។

- គិតដល់ក្រុមគោលដៅរបស់អ្នក ៖ រាល់សម្ភារបោះពុម្ពទាំងអស់របស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ គឺមានក្រុមគោលដៅផ្សេងៗគ្នា ដែលទាមទារឱ្យមានរបៀបផ្សេងៗគ្នាក្នុងការប្រើប្រាស់ភាសា។ ឧទាហរណ៍ របាយការណ៍ប្រចាំឆ្នាំរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ គឺអាចមានការប្រើប្រាស់ភាសាស្ថាប័នច្រើនជាងទស្សនាវដ្តីនេសាទ និង**វប្បធម៌** ។
- **អាន និងកែសម្រួលអត្ថបទ** ៖គុណភាពគឺមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់សម្រាប់ភាពគួរជឿជាក់នៃសម្ភារដែលបោះពុម្ព ហេតុដូច្នេះ ត្រូវឱ្យប្រាកដថា មិនមានកំហុសផ្នែកវេយ្យាករណ៍ ឬអក្ខរាវិរុទ្ធ។
- **អត្ថបទត្រូវខ្លី** ៖ ចំណុចនេះសំខាន់ ជាពិសេសសម្រាប់ព័ត៌មានជារូបភាព ឬប័ណ្ណប្រកាស។ អ្នកត្រូវតែមានការប្រុងប្រយ័ត្នតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ក្នុងការជ្រើសរើសព័ត៌មានណាមួយ មកដាក់បញ្ចូល។
- **គ្រាន់ជាការផ្តល់ដំណឹង តែមិនត្រូវផ្សព្វផ្សាយហួសហេតុពេកទេ** ៖ ត្រូវធ្វើឱ្យប្រាកដថា រាល់ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងអស់ គឺមានបញ្ចូលព័ត៌មានបែបអប់រំ។

> “ការចេញផ្សាយនៃទស្សនាវដ្តី នេសាទ និងវប្បធម៌ លេខនេះ គឺផ្តោតលើសហគមន៍នេសាទចាមម៉ូស្លីម នៅទន្លេបាសាក់ ដែលបានបញ្ជាក់ពីការធ្លាក់ចុះនៃទិន្នផលមច្ឆាខ្នាតធំ និងខ្នាតមធ្យម នៅទន្លេសាប និងស្ថានីយ៍បង្កាត់ពូជបណ្តោះអាសន្នចុងក្រោយសម្រាប់ ត្រីគល់រាំង នៅតាមដងទន្លេមេគង្គភាគឦសានក្នុងប្រទេសថៃឡង់ដ៏។ ទស្សនាវដ្តីលេខនេះ ក៏បានវិភាគលើការអភិវឌ្ឍន៍វារីកសិកម្មថ្មីៗ នៅតំបន់ដីសណ្តរទន្លេមេគង្គ ក្នុងប្រទេសវៀតណាម ការនេសាទខុសច្បាប់ក្នុង តំបន់ព្រៃលិចទឹកក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងរបៀបដែលការបណ្តុះបណ្តាលយេនឌ័រធ្វើឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរជីវភាពរស់នៅ ក្នុងភូមិនេសាទមួយក្នុងប្រទេសឡាវ”។

បទដ្ឋានសកម្មភាព និងផលិតផលក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទង

អំណាចនៃចំណងជើងប័ណ្ណព័ត៌មានតាមសារអេឡិកត្រូនិក

- ✓ សកម្មភាពកាត់បន្ថយគ្រោះទឹកជំនន់ កំពុងតែបង្កើនល្បឿននៅទន្លេសាប
- ✗ វេទិកាប្រចាំតំបន់លើកទី ៤ ស្តីពីយុទ្ធសាស្ត្រអភិវឌ្ឍន៍អាងទន្លេ ត្រូវបានបញ្ចប់
- ✓ ការប្រមូលផលមច្ឆាតូចៗនៅផ្នែកខាងក្រោមនៃទន្លេមេគង្គបានកើនឡើង ១០%
- ✗ ប្រទេសនៅផ្នែកខាងក្រោមនៃទន្លេមេគង្គធ្វើការប្រជុំគណៈកម្មាធិការរួម

ប័ណ្ណព័ត៌មានអេឡិកត្រូនិក

បន្ថែមពីលើសម្ភារដែលបោះពុម្ព ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទង ក៏រាប់បញ្ចូលទាំង សម្ភារ ដែលផលិតឡើងក្នុងទម្រង់ជាឌីជីថលផងដែរ ដូចជា ប័ណ្ណព័ត៌មានអេឡិកត្រូនិក គឺមួយក្នុងចំណោមនោះ។ ប័ណ្ណព័ត៌មានអេឡិកត្រូនិកអាចមានបច្ចុប្បន្នភាពនៃព័ត៌មានរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ឬ បច្ចុប្បន្នភាពថ្មីៗរបស់កម្មវិធី។ ឧទាហរណ៍ ប័ណ្ណព័ត៌មានអេឡិកត្រូនិកមួយថ្មីៗនេះ ដែលមានចំណង ជើងថា ´ ´ ការពិគ្រោះយោបល់អន្តរព្រំដែន ´´ ´ (សូមមើលព័ត៌មានលម្អិតនៅ ៖ http://www.mrcmekong.org/news-and-events/newsletters/mrc-transboundary-dialogue-issue1/)។

ខណៈដែលប័ណ្ណព័ត៌មានអាចផលិតជាអេឡិកត្រូនិកក្នុងទម្រង់ PDF និងក្រដាសប័ណ្ណព័ត៌មាន អេឡិកត្រូនិកគឺអាចផ្សព្វផ្សាយបានតែតាមរយៈអ៊ីនធឺណិតទេ។ ខាងក្រោមនេះជាការស្នើយោបល់ខ្លះៗដែល ជួយឱ្យប័ណ្ណព័ត៌មានអេឡិកត្រូនិកមានការទាក់ទាញ ៖

- **បង្កើតឱ្យមានទិដ្ឋភាពរួមល្អមួយ** ធ្វើដូច្នេះ អ្នកដែលត្រូវចុះឈ្មោះអាចដឹងពីអ្វីដែលពួកគេនឹងទទួលបាន ឧទាហរណ៍ ´ អត្ថបទសង្ខេបប្រចាំសប្តាហ៍អំពី ...’
- **ដាក់ចំណងជើងសារអេឡិកត្រូនិកដែលមានភាពទាក់ទាញ** ដើម្បីជម្រុញទឹកចិត្តអ្នកចុះឈ្មោះ ឱ្យបើកមើល។ ត្រូវផ្តោតលើព័ត៌មានកំពុងពេញនិយមនិងទាក់ទាញបំផុត និងបង្កើតចំណងជើងអត្ថបទឱ្យមើលទៅដូចយើងកំពុងសរសេរមាតិការឿងថ្មីមួយ។ផ្តោតលើសកម្មភាព ស្ថិតិ និងរឿងរ៉ាវក្នុងមូលដ្ឋានជាជាងពិព៌ណនាអំពីដំណើរការអនុវត្តសកម្មភាព។
- **ជ្រើសរើសប្រធានបទដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍** ៖ ផ្តោតលើប្រធានបទណាដែលកំពុងតែមានការតាមដានក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន និងដែលអាចមានការចាប់អារម្មណ៍ពីអ្នកអាន។
- **ធ្វើឱ្យប្រាកដថាការចេញផ្សាយនីមួយៗរបស់អ្នកគឺមានតែមួយ** ៖ គឺមានន័យថា មិនត្រូវផ្សព្វផ្សាយអត្ថបទដែលធ្លាប់បានផ្សព្វផ្សាយពីមុន។
- **ប៉ុន្តែត្រូវធ្វើឱ្យទ្រង់ទ្រាយងាយស្រួលសម្រាប់អ្នកអាន** ៖ បើទោះជាដាក់បន្ថែមចំណងជើងរងដាក់ចំណុចៗ ឬដាក់ពណ៌ឱ្យដិតលើផ្នែកណាមួយក៏ដោយ ត្រូវឱ្យប្រាកដថា ប័ណ្ណព័ត៌មានរបស់អ្នកមានលក្ខណៈងាយស្រួល តាមដែលអាចធ្វើទៅបាន សម្រាប់អ្នកអាន។
- **ធ្វើវាឱ្យមានលក្ខណៈងាយស្រួលសម្រាប់អ្នកអានដកឈ្មោះចេញ** ៖ ករណីមានអ្នកមិនចង់ទទួលព័ត៌មានបន្តទៀត ពួកគេគួរតែមានលទ្ធភាពងាយស្រួលក្នុងការដកឈ្មោះចេញ។
- **ទទួលបានអ្នកផ្តល់សេវាបញ្ជូនប័ណ្ណព័ត៌មានតាមសារអេឡិកត្រូនិកដ៏ត្រឹមត្រូវ** ៖មានក្រុមហ៊ុនផ្តល់សេវាបែបនេះជាច្រើន ដូចជា Mailchimp, Aweber និង Constant Contact។

ការសរសេររបាយការណ៍

គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គផលិតរបាយការណ៍ទៀងទាត់ ដែលជាផ្នែកដ៏សំខាន់មួយនៃសកម្មភាពរបស់ខ្លួន។ ខាងក្រោមនេះជាគន្លឹះទូទៅខ្លះៗ សម្រាប់ការសរសេររបាយការណ៍។

- **សរសេរឱ្យបានចប់យ៉ាងឆាប់បំផុត** ៖ តំបូងមុនពេលចាប់ផ្តើមលំអិតអំពីរចនាសម្ព័ន្ធ និងចាប់ផ្តើមសរសេររបាយការណ៍ ជាការសំខាន់ដែលរបាយការណ៍គួរតែត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយជាសាធារណៈឱ្យបានឆាប់ តាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ព្រោះថា ទិន្នន័យមានឥទ្ធិពលខ្លាំងបំផុតនៅពេលវាទើបតែចេញភ្លាមៗ និងមានបច្ចុប្បន្នភាព។
- **សារៈសំខាន់នៃអត្ថបទសង្ខេបរួម** ៖ អត្ថបទសង្ខេបប្រតិបត្តិដែលច្បាស់លាស់ និងមានភាពទាក់ទាញគឺសំខាន់ខ្លាំងណាស់ ហើយជួនកាលអាចកំណត់ថាអ្នកណាដែលគួរអាន របាយការណ៍ទាំងមូល។ អត្ថបទសង្ខេបបែបនេះគួរតែច្បាស់លាស់ ប្រើភាសាដែលងាយយល់ ដោយប្រើឃ្លាខ្លីៗងាយយល់ និងងាយចងចាំ។
- **ពិព៌ណនាសាច់រឿង** ៖ ដូចដែលបានលើកឡើងខាងដើម ការនិទានរឿងគឺជាវិធីសាស្ត្រដ៏ល្អ បំផុតក្នុងការទទួលបានការស្រមើស្រម៉ៃរបស់អ្នកអាន។ ដោយសារក្នុងសាច់រឿងតែងតែមានសេចក្តីផ្តើមតួសេចក្តី និងសេចក្តីបញ្ចប់ សូមព្យាយាមសរសេររបាយការណ៍ ដោយយកលំនាំតាមសាច់រឿងយ៉ាងហេតុដូច្នេះដែរ។
- **ប្រើប្រាស់ភាសាច្បាស់** ៖ ដូចដែលបានលើកឡើងក្នុងសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ សូមប្រើភាសាច្បាស់លាស់ និងងាយយល់ មានន័យថា ត្រូវប្រើភាសា ដែលគេនិយមប្រើរាល់ថ្ងៃ។ ភាសាបែបនេះក៏អាចត្រូវបានប្រើផងដែរ សម្រាប់ព័ត៌មានបច្ចេកទេស ដរាបណា ពាក្យបច្ចេកទេសទាំងនោះត្រូវបានប្រើទៅតាមបរិបទសមស្របរបស់វា។ ភាសាច្បាស់លាស់ ក៏សំខាន់ជាពិសេស សម្រាប់ប្រើក្នុងអត្ថបទសង្ខេបប្រតិបត្តិ។ វិធីសាស្ត្រដែលល្អ គួរសាកល្បងសួរខ្លួនឯង ថាតើខ្លួនគួរប្រើភាសាប្រភេទនេះទេពេលនិយាយទៅកាន់សហការីណាម្នាក់។ ត្រូវជៀសវាងការប្រើគ្រាមភាសា។

- **ចំណងជើង និងមាតិការឿង** ៖ ចំណងជើង និងមាតិការឿងមានតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការបែងចែកខ័ណ្ឌអត្ថបទ ដែលធ្វើឱ្យរបាយការណ៍មានលំហូរច្បាស់លាស់ និងទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកអាន។ មាតិការឿងត្រូវតែច្បាស់ និងមានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ ហើយជួនកាលក៏អាចប្រើពាក្យដូចចំណងជើងក្នុងការសែតផងដែរ។ ក្នុងអត្ថបទមួយ ត្រូវប្រកាន់ខ្ជាប់នូវគំនិតសំខាន់ និងសាតែមួយ ហើយកុំឱ្យវែងពេក។ ត្រូវជៀសវាងប្រើពាក្យកាត់ដែលគ្មានអ្នកណាយល់នៅក្នុងមាតិការឿង។

- **បំបែកឱ្យទៅជាកថាខណ្ឌ** ៖ ដូចគ្នានឹងចំណងជើង និងមាតិការឿងដែរ ជាការសំខាន់មិនត្រូវសរសេរអត្ថបទវែងពេកនោះទេ ព្រោះអ្នកអានអាចមានអារម្មណ៍មិនស្រួល។ សូមព្យាយាមសរសេរកុំឱ្យលើស ៥០ ពាក្យ ក្នុងមួយកថាខណ្ឌ។

- **ប្រយោគ** ៖ សូមព្យាយាមសរសេរកុំឱ្យលើស ២៥ ពាក្យ ក្នុងមួយប្រយោគ។ ប្រយោគកាន់តែខ្លីកាន់តែប្រសើរ។

- **ប្រើកិរិយាស័ព្ទក្នុងទម្រង់សកម្ម ជាជាងទម្រង់អកម្ម** ៖ ក្នុងប្រយោគដែលសរសេរក្នុងទម្រង់សកម្ម គឺប្រធាននៃប្រយោគជាអ្នកធ្វើអំពើ។ ក្នុងប្រយោគដែលសរសេរក្នុងទម្រង់អកម្ម ប្រធាននៃប្រយោគជាអ្នករងអំពើ។ ដូច្នេះសូមព្យាយាមប្រើទម្រង់សកម្ម។ ទម្រង់សកម្មហាក់ ដូចជាទទួលបានផលច្រើនជាង។

- **ប្រើប្រាស់សម្រង់សម្តី** ៖ សម្រង់សម្តីអាចមានសារៈប្រយោជន៍យ៉ាងខ្លាំង ក្នុងការយោងសេចក្តីថ្លែងណាមួយ។ យើងអាចដកស្រង់ជាសម្រង់សម្តីដ៏ចាប់អារម្មណ៍ណាមួយចេញពីអត្ថបទរបស់យើង ហើយដាក់នៅក្នុងប្រអប់មួយដាច់ដោយឡែកក៏បាន។

- **ជៀសវាងប្រើពាក្យមិនចាំបាច់ និងគ្មានតម្លៃបន្ថែម** ៖ នៅពេលអ្នកសរសេរ សូមព្យាយាមរកមើលពាក្យទាំងឡាយណា ដែលគ្មានតម្លៃពាក់ព័ន្ធជាមួយប្រយោគ។ ឧទាហរណ៍ ដូចជាពាក្យថា ´ ណាស់ ´ បើសិនជាយកវាចេញ តើអត្ថន័យក្នុងប្រយោគមានការប្រែប្រួលដែរឬទេ?

- **ពិនិត្យប្រយោគទី ១ នៃគ្រប់កថាខណ្ឌទាំងអស់** ៖ ប្រយោគទី ១ គឺសំខាន់ និងជាធម្មតាកថាខណ្ឌទាំងមូលត្រូវផ្តោតលើវា។ ហេតុដូច្នេះ ត្រូវឱ្យប្រាកដថា ប្រយោគទី ១ ច្បាស់ ខ្លីតែចំចំណុច និងអនុលោមទៅតាមគោលការណ៍ទាំងអស់ ដែលមានចែងនៅក្នុងផ្នែកនេះ។

- **សរសេរតាមលំដាប់លំដោយ និងតាមរចនាសម្ព័ន្ធ** ៖ កុំត្រឡប់ចុះត្រឡប់ឡើងពីប្រធានបទមួយទៅប្រធានមួយ។ ឱ្យប្រាកដថា អ្នកអានដឹងថារបាយការណ៍យើងនិយាយពីអ្វី ផ្តោតលើលើអ្វីខ្លះ និងនៅពេលណា។ សេចក្តីផ្តើម តួសេចក្តី និងអត្ថបទសង្ខេបប្រតិបត្តិនឹងដើរតួនាទីសំខាន់ ត្រង់ចំណុចនេះ។

- **ព្យាយាមធ្វើឱ្យការរចនា និងការចំលងមានលក្ខណៈសាមញ្ញ** ៖ ជៀសវាងការផលិតប័ណ្ណ ព័ត៌មានដែលមានលក្ខណៈរាយប៉ាយ តែត្រូវធ្វើឱ្យវាស្អាត និងមានរចនាបទប្លង់បែបងាយៗ។ នេះមានន័យថា អ្នកមិនចង់ឱ្យការរចនាប្លង់នៃប័ណ្ណព័ត៌មានរបស់អ្នកហួសហេតុពេកនោះទេ។

- **ប្រើប្រាស់សាច់រឿងករណីជោគជ័យ ឬសាច់រឿងផ្ទាល់ខ្លួន តាមដែលអាចធ្វើទៅបាន** ៖ ក្នុងចំណុចទី ៤.៣. សៀវភៅជំនួយស្មារតីបានពិភាក្សាពីការកត់ត្រាសាច់រឿងជោគជ័យ។ ការបញ្ចូលសាច់រឿងទាំង នេះក្នុងរបាយការណ៍ ដែលជាទូទៅដាក់នៅក្នុងប្រអប់ដាច់ដោយឡែក គឺមានប្រសិទ្ធភាពខ្លាំង។ សាច់ រឿងទាំងនេះអាចបំបែកអត្ថបទទាំងមូលទៅជាខ្លីៗ ហើយជួយឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គអាចផ្តល់ ព័ត៌មានអំពីកម្មវិធីដែលផ្តល់ផលវិជ្ជមានដល់ប្រជាជន និងអង្គការនានា។

- **អាន និងកែសម្រួលអត្ថបទម្តងហើយម្តងទៀត** ៖ជាការពិបាកដែលប៉ាន់ស្មានខុសពីសារៈសំខាន់ក្នុងការបញ្ចៀសកំហុសអក្ខរាវិរុទ្ធ ឈ្មោះខុស វេយ្យាករណ៍មិនត្រឹមត្រូវ ។ល។ កំហុសទាំងនេះអាចធ្វើឱ្យប៉ះពាល់ដល់ភាពជឿជាក់លើអ្វីដែលអ្នកកំពុងសរសេរ។ ត្រូវត្រួតពិនិត្យ ឈ្មោះម្តងហើយម្តងទៀត និងត្រូវឱ្យប្រាកដថា អ្នកដទៃមានឱកាសអាន និងកែសម្រួល អត្ថបទ។ សូមកុំមានការខ្លាចរអាក្នុងការប្រើប្រាស់ក្រុមការងារខាងប្រាស្រ័យទាក់ទង។

- **ធ្វើឱ្យប្រាកដថាអ្នកបានបញ្ជាក់ពីប្រភពព័ត៌មានដែលអ្នកប្រើ** ៖ ត្រូវបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់ពីប្រភពដែលអ្នកទទួលបានព័ត៌មាននីមួយៗ។ ផ្នែកដែលបរិយាយពីឯកសារយោង គឺជាផ្នែកសំខាន់មួយក្នុងរបាយការណ៍ សម្រាប់ការអានបន្ថែម។ មនុស្សជាច្រើនចង់ឃើញមានឯកសារ យោងច្រើនដែលអាចបញ្ជាក់ថា ការរៀបរាប់របស់អ្នក គឺបានយោងទៅតាមមនុស្ស និងអង្គការផ្សេងៗ។

- **ជៀសវាងប្រើប្រាស់វោហាស័ព្ទ និងត្រូវឱ្យប្រាកដថា ការប្រើប្រាស់ពាក្យមិនប៉ះពាល់ដល់វប្បធម៌** ៖ ជៀសវាងការប្រើប្រាស់វោហាស័ព្ទហួសហេតុពេក ព្រមទាំងការនិយាយមិនសមស្រប និងអាចទទួលយកបានតែវប្បធម៌ជាក់លាក់ណាមួយ។ ឧទាហរណ៍៖ “គាត់វ៉ៃផ្ទះ រត់ (ដែលមានន័យថាគាត់ធ្វើបានជោគជ័យ)- He hit a home run” គឺទំនងជាមិនអាចយល់បានក្នុងភូមិភាគអាស៊ីអាគ្នេយ៍ទេ។

- **ធ្វើឱ្យប្រាកដថា រាល់ឯកសារស្រាវជ្រាវទាំងអស់មានលេខកូដ ISSN**៖ ចំណុចនេះអាចជួយយើងក្នុងការប្រមូលឯកសារជាអេឡិកត្រូនិក និងចងក្រងជាបញ្ជី ព្រមទាំងអាចជួយសម្រួល ឱ្យបណ្ណារក្ស និងអ្នកសិក្សាស្រាវជ្រាវអាចទទួលបានផងដែរ។

- **ត្រូវធានាថាមានវិធានរួមមួយ** ៖ បើទោះជារបាយការណ៍នីមួយៗមិនចាំបាច់ត្រូវតែមានរូបរាងដូចគ្នាក៏ដោយ តែសំខាន់ត្រូវតែមានវិធានរួមមួយក្នុងការសេរសររបាយការណ៍ ដូចជា រូបរាងខាងក្រៅ (look and feel)និងខ្លឹមសារជាក់ស្តែង ព្រមទាំងការប្រើប្រាស់ភាសាអង់គ្លេស។

ចំណុចនេះមានសារៈសំខាន់ ជាពិសេសសម្រាប់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ព្រោះគណៈកម្មការនេះមានប្រតិបត្តិការក្នុងប្រទេសផ្សេងៗ និងពាក់ព័ន្ធជាមួយបុគ្គលិកនៃជាតិសាសន៍ និង វប្បធម៌ផ្សេងៗគ្នា។ ហេតុដូច្នេះ បុគ្គលិកគណៈកម្មការត្រូវបានស្នើឱ្យយោងទៅ ’គោលការណ៍ណែនាំសម្រាប់ការបោះពុម្ពផ្សាយ´ របស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ដែលបានចេញផ្សាយកាលពីខែវិច្ឆិកា ឆ្នាំ ២០០៧។ គោលការណ៍ណែនាំនេះ គ្របដណ្តប់គ្រប់ចំណុចទាំងអស់ រាប់តាំងពី របៀបសរសេរភាសាអង់គ្លេស ទៅដល់ របៀបដាក់យោងឯកសារ ការប្រើតារាងរូបភាព ឈ្មោះទីកន្លែង និងគោលការណ៍សម្រាប់ធ្វើបទឧទ្ទេសនាម ជាដើម។

បទដ្ឋានសកម្មភាព និងផលិតផលក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទង

៧.៥. រូបថត

រូបថតគឺជាមធ្យោបាយដ៏ល្អបំផុត សម្រាប់ប្រាស្រ័យទាក់ទងសាច់រឿង ឬសារអ្វីមួយ ជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីប្រាស្រ័យទាក់ទងទូលំទូលាយ និងគួរតែត្រូវបានចាត់ទុកជាឧបករណ៍សំខាន់។

ជាងនេះទៅទៀត ផ្ទុយពីវីដេអូ រូបថតដែលមានគុណភាពខ្ពស់ គឺអាចថតពីអ្នកណាម្នាក់ក៏បាន បើសិនជាថតត្រឹមត្រូវ ហើយវាអាចជួយពង្រឹង និងគាំទ្រសកម្មភាពប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗ ទៀត។

ទោះជាយ៉ាងណា ជាការសំខាន់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ មិនលើកទឹកចិត្តឱ្យអ្នកថតរូបគ្មាន វិជ្ជាជីវៈបង្ហោះរូបថតឡើយ។ អ្នកថតរូបមានវិជ្ជាជីវៈគួរតែធ្វើការងារផ្លូវការរបស់ខ្លួន ផ្ទុយទៅវិញ អ្នកថត រូបគ្មានវិជ្ជាជីវៈគួរត្រូវបានចាត់ទុកជាអ្នកជួយបំពេញបន្ថែម។ ខាងក្រោមនេះ គឺជាដំបូន្មានខ្លះៗ សម្រាប់ថតរូបឱ្យបានល្អ។

- **ដាក់ម៉ាស៊ីនថតរូបតាមខ្លួនគ្រប់ពេល** ៖ ឱកាសថតរូបនៅសហគមន៍ ជារឿយៗតែងតែហួយឱ្យដោយគ្មានការរំពឹងទុកជាមុន។ ហេតុដូច្នេះហើយ ជាការប្រសើរ ដែលអ្នកត្រូវតែមានម៉ាស៊ីនថតរូបតាមខ្លួនជានិច្ច។

- **កុំខ្លាចធ្វើការដកពិសោធន៍** ៖ តើអ្នកនឹងបាត់បង់អ្វីខ្លះជាមួយនឹងម៉ាស៊ីនថតរូបឌីជីថល និងចំនួនរូបថតដែលអ្នកបានថត? ហេតុដូច្នេះ អ្នកត្រូវព្យាយាមថតពីទិសផ្សេងៗគ្នា និងជាមួយកម្រិតពន្លឺផ្សេងៗគ្នា។

- **ត្រូវថតរូបភាពដោយមានទំហំ និងគុណភាពពេញលេញ** ៖ ជាមួយនឹងម៉ាស៊ីនថតរូបឌីជីថល គឺគ្មានការដោះសារណាមួយសម្រាប់ការបន្ថយទំហំ និងគុណភាពរូបថតឡើយ ហើយបើអ្នកបន្ថយបន្ថយមែននោះ អ្នកនឹងសោកស្ដាយនៅពេលក្រោយ។

- **ក្បួនច្បាប់បែងចែកជា ៣ផ្នែក (the rule of thirds)**៖ បើសិនជាមានក្បួនច្បាប់តែមួយដែលត្រូវអនុវត្តលើរូបថត (ឬ វីដេអូ) របស់អ្នកនោះគឺជាក្បួនច្បាប់បែងចែកជា ៣។ តាមរយៈក្បួនច្បាប់នេះ អ្នកចាំបាច់ត្រូវជៀសវាងដាក់កម្មវត្ថុដែលត្រូវថតនៅចំកណ្ដាល។ ក្បួនច្បាប់បែងចែកជា ៣ពាក់ព័ន្ធនឹងការបែងចែករូបថតរបស់អ្នកតាមរយៈអារម្មណ៍ ដោយប្រើខ្សែបន្ទាត់ផ្ដេក ២និងខ្សែបន្ទាត់បញ្ឈរ ២។ បន្ទាប់មកអ្នកដាក់កម្មវត្ថុដែលអ្នកត្រូវថតតាម ខ្សែបន្ទាត់ទាំងនោះ ឬនៅត្រង់ ចំណុចប្រសព្វនៃខ្សែទាំងនោះ។ គំនិតខាងក្រោយពីការប្រើក្បួនច្បាប់បែងចែកជា ៣ គឺថា ចំណុចខាងក្រៅចំណុចស្នូល គឺជាចំណុចដែលភ្នែកពេញចិត្តមើលជាងគេ ហើយមានលក្ខណៈធម្មជាតិជាង បើប្រៀបធៀបនឹងការដែលដាក់កម្មវត្ថុថតនៅចំកណ្ដាល។ សូមមើលរូបភាពខាងក្រោម។

- **ប្រើពន្លឺធម្មជាតិ គឺល្អបំផុត** ៖ ពេលព្រឹកព្រលឹម ឬល្ងាចពេលដែលព្រះអាទិត្យចុះទាប គឺជាពេលដ៏ល្អបំផុតសម្រាប់ថតរូប។ អ្នកត្រូវថតពេលព្រះអាទិត្យនៅពីក្រោយអ្នក ទើបអាចថតដោយមិនជាប់ស្រមោល។

- **ប្រើជើងទម្រម៉ាស៊ីនដែលមានជើង ៣** ៖ ជើងទម្រនេះអាចជួយទប់លំនឹងម៉ាស៊ីនថតរូប។

- **ពិនិត្យមើលការកំណត់បច្ចេកទេសក្នុងម៉ាស៊ីនថតរូបរបស់អ្នក** ៖ ពិនិត្យមើលរាល់សក្ដានុពលនៃម៉ាស៊ីនថតរូបរបស់អ្នក ដោយអានសៀវភៅណែនាំរបៀបប្រើប្រាស់ និងសាកល្បងកំណត់បច្ចេកទេសមួយចំនួន។ និយាយរួមមានពាក្យតែមួយ គឺត្រូវធ្វើការពិសោធន៍ និងសាកល្បង! ដូចគ្នាដែល ត្រូវសាកថតពីទិសផ្សេងៗគ្នា និងដាក់កម្មវត្ថុតាមទីតាំងផ្សេងៗគ្នា ក្នុងរូបភាព។

- **រៀនពីរបៀបកែរូបថត** ៖ អ្នកថតរូបជំនាញបំផុតប្រើបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីបង្កើនគុណភាពរូបថត។ ដូច្នេះ អ្នកមិនចាំបាច់ខ្លាចទេ គឺធ្វើដូចគ្នាអញ្ចឹងដែរ។

- **ធ្វើឱ្យប្រាកដថាអ្នកអាចបញ្ជូនរូបថតទៅកាន់កុំព្យូទ័របាន** ៖ ឧបករណ៍សម្រាប់អានកាត (card reader) គឺជាជម្រើសដ៏ល្អបំផុត។

ការថតវីដេអូ

ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងសំខាន់មួយទៀតគឺវីដេអូ និងការប្រើប្រាស់វីដេអូឃ្លីបខ្លីៗ។ ខណៈដែលបុគ្គលិកនៃគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ មិនត្រូវបានលើកទឹកចិត្តឱ្យផលិតវីដេអូក្លីបបែបនេះដោយខ្លួនឯង ជាការសំខាន់ដែលត្រូវយល់ថា វីដេអូទាំងនោះអាចយកទៅប្រើសម្រាប់គោលបំណងអប់រំ និងផ្សព្វផ្សាយ ហើយគួរតែមានការពិចារណាក្នុងការផលិតសាច់រឿងវីដេអូខ្លីៗផងដែរ។

ក្នុងលក្ខខណ្ឌសមស្រប វីដេអូឃ្លីបគួរតែត្រូវបានប្រើសម្រាប់បង្ហាញគម្រោង ពន្យល់ពីរបៀបធ្វើអ្វីមួយ អាចធ្វើឱ្យករណីសិក្សាមានភាពរស់រវើក ឬបង្ហាញពីឯកទេសផ្នែកឧស្សាហកម្ម។ ក្នុងករណីទាំងនេះ ជាការ សំខាន់ត្រូវចងចាំពីសាច់រឿងដែលមានសក្ដានុពល និងដែលអ្នកគិតថាគួរតែផលិតជាខ្សែវីដេអូ ហើយ បញ្ជូនវាទៅឱ្យក្រុមការងារខាងប្រាស្រ័យទាក់ទង។

ការផលិតវីដេអូមាន ៣ ដំណាក់កាលសំខាន់ៗ ៖ មុនពេលផលិត កំឡុងពេលផលិត និងក្រោយពេលផលិត។

- **ដំណាក់មុនពេលផលិត** ជាដំណាក់កាលដែលមានការរៀបចំផែនការមុនពេលការថតបានចាប់ផ្ដើម និងមានការកំណត់ទស្សនៈវិស័យរួមរបស់គម្រោង។ ការងារក្នុងដំណាក់កាលនេះមានដូចជា ការកំណត់ទីតាំង ការតុបតែងនិងថវិកា (cast and budget)ព្រមទាំងដំណើររឿង និងការផលិតសំណេរសាច់រឿង។

- **ដំណាក់កាលផលិត** នឹងថតរាល់ឈុតឆាក និងព័ត៌មានដែលបានព្រាងព្រៀងកាលពីដំណាក់កាលមុនពេលថត។ ដំណាក់កាលនេះ រួមមានផ្នែកជាច្រើនដូចជា តម្រូវការពន្លឺ ការរៀនចំឆាក និងសមាសភាគដែលត្រូវថត។ក្នុងដំណាក់កាលនេះក៏ប្រហែលជាមាន ការសម្រេចចិត្តថតបន្ថែមទៀត (B-roll footage) ដែលអាចជាជំនួយសម្រាប់ពង្រឹងគុណភាពវីដេអូ។

- **ដំណាក់កាលក្រោយការផលិត** ចាប់ផ្តើមបន្ទាប់ពីឈុតឆាកទាំងអស់ ត្រូវបានថតរួចរាល់។ ពេលនេះ រូបភាព និងសំលេង ព្រមទាំងអក្សររត់លើវីដេអូអាចនឹងត្រូវបញ្ចូល អាស្រ័យលើទីផ្សារដែលវីដេអូត្រូវយកទៅបញ្ចាំង។ កំឡុងពេលនេះ ក៏ជាឱកាសផងដែរ ក្នុងការកែសម្រួលវីដេអូ និងធ្វើឱ្យវាមានការទាក់ទាញជារដឹកពីឈុតឆាកមួយទៅឈុតឆាកមួយ និងកាន់តែមានភាពទាក់ទាញតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន។

សម្រាប់ការចែកចាយវីដេអូ មានវិធីសាស្ត្រមួយចំនួន ដូចខាងក្រោម ៖

- **នៅលើប្រព័ន្ធទំនាក់ទំនងសង្គម ដូចជា YouTube, Vine, Facebookនិង Vimeo.**
- នៅលើគេហទំព័ររបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ **ឬគេហទំព័រដែលប្រមូលផ្តុំព័ត៌មានទៀត (web portals)**
- ជាផ្នែកមួយនៃបទឧទ្ទេសនាមឬ អាចប្រើជាការចាប់ផ្តើមក្នុងសិក្ខាសាលា ឬសន្និសីទអ្វីមួយ
- អាចជាផ្នែកមួយនៃសម្ភារអប់រំ និងជាសៀវភៅណែនាំសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់
- **អាចជាបទឧទ្ទេសនាមជាភាពយន្តទាំងមូល និងនៅពេលបើកសិក្ខាសាលា**
- **ជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីសហគមន៍** ដូចជាការថតការសួរដេញដោលគ្នានៅតាម ការប្រជុំរបស់សហគមន៍មូលដ្ឋាន ជាឧទាហរណ៍ ហើយបន្ទាប់មក យកវាមក ចាក់ផ្សាយឡើងវិញនៅសហគមន៍។ ការប្រើប្រាស់មួយទៀត អាចជាការកត់ត្រានូវ សកម្មភាពប្រចាំថ្ងៃ ឬជាការដោះដូរវីដេអូគ្នាទៅវិញទៅមកអំពីជីវភាពរស់នៅរបស់ ប្រជាជន (ដែលវីដេអូត្រូវបានដោះដូរគ្នាទៅវិញទៅមកក្នុងចំណោមប្រជាជនជាជាងការដោះដូរសំបុត្រ)
- **អាចប្រើប្រាស់នៅក្នុងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និង**
- បើអាចទៅរួច **គឺធ្វើការផ្សព្វផ្សាយតាមស្ថាប័នផ្សព្វផ្សាយអន្តរជាតិនានា**

ការថតវីដេអូ

ដូចដែលបានលើកឡើងខាងដើម ដើម្បីអាចបញ្ជូនវីដេអូ ឬឯកសារដែលបានផលិតប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈទៅស្ថានីយទូរទស្សន៍ អ្នកចាំបាច់ត្រូវស្នើសុំឱ្យអ្នកជំនាញ ដែលមានឧបករណ៍ពិសេសៗ និងជំនាញផលិត និងជំនាញកែសម្រួលក្រោយការផលិត។ ដូចគ្នានេះដែរ ក្រុមការងារខាងប្រាស្រ័យទាក់ទង នៃគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ទំនងជាពឹងអាស្រ័យលើអ្នកជំនាញ សម្រាប់ផលិតវីដេអូក្នុងនាម គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ តែជាអ្នកត្រួតពិនិត្យលទ្ធផលនៃការផលិតវិញ។

ប៉ុន្តែនៅតាមមូលដ្ឋាន ទំនងជាមានឱកាសច្រើនសម្រាប់ថតស្គុតវីដេអូបន្ថែម បើទោះជាការថតនោះមិនប្រកបដោយវិជ្ជាជីវៈក៏ដោយ និងឱកាសបណ្តុះបណ្តាលសមាជិកសហគមន៍មូលដ្ឋានពីរបៀបប្រើប្រាស់វីដេអូ។ វីដេអូប្រភេទនេះក៏អាចថតបានតាមរយៈកាមេរ៉ាកាន់ដៃ ឬសូម្បីតែទូរស័ព្ទទំនើបឬអាយផែត។

ខាងក្រោមនេះ គឺជាការស្នើយោបល់ សម្រាប់ផលិតវីដេអូឱ្យមានគុណភាពល្អ ៖

- **រក្សាវាឱ្យមានលក្ខណៈសាមញ្ញ!** ដូចគ្នានឹងការសរសេរសារដែរ សូមកុំព្យាយាមធ្វើឱ្យវាស្មុគស្មាញពេក។ ក្នុងវីដេអូ គឺខ្លឹមសារ និងសាច់រឿងរបស់វាទេ ដែលសំខាន់បំផុត។ ហេតុដូច្នេះ ត្រូវចងចាំពីចំណុចនេះឱ្យបានច្បាស់ និងត្រូវជៀសវាងកុំធ្វើវាឱ្យ មើលទៅពោរពេញដោយ""ការបង្កើតថ្មីហួសហេតុ"។ ការថតបែបសាមញ្ញៗជានិច្ចកាល តែងតែមានប្រសិទ្ធភាពបំផុត ហើយអត្ថបទសាមញ្ញគឺងាយស្រួលថត ហើយជាទូទៅគឺអ្នកទស្សនាងាយយល់។

- **រៀបចំផែនការថតជាមុន** ៖សំខាន់បំផុតត្រូវមានគំនិតជាមុនអំពីទិសដៅដែលអ្នកត្រូវថត។ធ្វើបែបនេះជួយឱ្យអ្នកអាចគិតឃើញរូបភាពនៃ សាច់រឿងទាំងមូលបានដោយអារម្មណ៍។ ការបង្កើតផ្ទាំងសាច់រឿង (storyboard)(ជាបណ្តុំនៃ ឈុតឆាក) ឬការបញ្ចូលសម្លេង(voiceover)ក៏ជាវិធីសាស្ត្រល្អមួយដែរ។ សូមចងចាំពីរបៀបដែលត្រូវផ្តោតលើសមត្ថភាព ដោយឡែករបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ដូចជាការបង្កើតគំរូ (modelling),ការព្យាករណ៍ទឹកជំនន់និងការវិភាគគុណភាពទឹក។

- **ពន្យល់អ្នកធ្វើបទឧទ្ទេសនាម/ប្រធានបទសម្ភាសន៍** ៖ ជាគំនិតល្អមួយដែលត្រូវធ្វើឱ្យប្រាកដថា អ្នកធ្វើបទឧទ្ទេសនាមរបស់អ្នក ឬអ្នកដែលត្រូវសម្ភាសន៍យល់ដឹងពីអ្វីដែលយើងចង់បានពីពួកគេ។ ការធ្វើបែបនេះអាចឱ្យយើងចំនេញពេលវេលា។ សម្រាប់អ្នកដែលត្រូវសម្ភាសន៍ ត្រូវឱ្យពួកគេដឹងសំណួរជាមុន ដើម្បីឱ្យពួកគេមានពេលវេលាប្រុងប្រៀប។

- **ក្បួនច្បាប់បែងចែកជា ៣ (the rule of thirds)**៖ ដូចដែលបានលើកឡើងក្នុងផ្នែកថតរូបខាងលើ សូមដាក់ចំណុចដែលត្រូវថតក្បែរទីប្រសព្វនៃបន្ទាត់ (បន្ទាត់ផ្តេកទាំង ២ និងបន្ទាត់បញ្ឈរទាំង ២ ដោយត្រូវបំបែក ផ្ទៃទាំងមូលជា ៩ ចំណែក)។

- **គិតអំពីផ្ទាំងរូបភាពខាងក្រោយ** ៖ ជានិច្ចកាល ដើម្បីធ្វើឱ្យវីដេអូមើលទៅកាន់តែទាក់ទាញ ចាំបាច់ត្រូវមានផ្ទាំងរូបភាពខាងក្រោយគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ ជាជាងគ្រាន់តែជញ្ជាំងពណ៌សទទេស្អាត។ តែបើស្ថិតក្នុងករណីបែបនេះ ត្រូវឱ្យអ្នកនិយាយនៅជិតម៉ាស៊ីនថត និងមាន ទីតាំងណាមួយដែលអាចឱ្យយើងប្រើប្រាស់ឱ្យអស់លទ្ធភាពនៃផ្ទាំងរូបភាពពណ៌សនោះ។

- **ការឱ្យពន្លឺ** ៖កុំប្រើពន្លឺធម្មជាតិ និងពន្លឺសិប្បនិម្មិតរួមគ្នា តែត្រូវប្រើ ១ ក្នុងចំណោម ២។ ជានិច្ចកាលគួរតែបន្ថែមពន្លឺ ករណីថតនៅក្នុងទីបិទជិត បើទោះបីជាគ្រាន់តែពន្លឺភ្លើងក្នុងផ្ទះក៏ដោយ។ សូមប្រើចំណាំងផ្លាត ដើម្បីធ្វើឱ្យមានតុល្យភាពពន្លឺ។

- **គិតគូរពីការថតបន្ថែម (B-roll footage) ៖** វីដេអូថតបន្ថែម គឺជាឈុតឆាកដែលមិនមែនជាផ្ទាំងទស្សនីយភាពសំខាន់។ ឧទាហរណ៍ វាអាចជាការថតបន្ថែមពីទន្លេមេគង្គ។ អ្នកគួរតែគិតឱ្យបានឆាប់កាន់តែប្រសើរពីការថតបន្ថែម ដែលអ្នកនឹងត្រូវការ ដើម្បីកុំឱ្យចុងក្រោយអ្នកថតបានការសម្ភាសន៍ដ៏ល្អ ប៉ុន្តែខ្វះខាតរូបភាពបន្ថែមដែលចាំបាច់។ បើសិនជាអ្នកចង់បានផ្ទាំងទស្សនីយភាពដែលថតពីលើអាកាស ដែលមានស្រាប់ ប៉ុន្តែទំនងជាថ្លៃ គឺអ្នកអាចទិញវាបាន។

- **ប្រើជើងទម្រម៉ាស៊ីនថតដែលមានជើង ៣ ៖** ការប្រើប្រាស់ជើងទម្រចល័តដែលអាចរកបានដោយងាយ គឺអាចធ្វើឱ្យវីដេអូរបស់អ្នកមានគុណភាពល្អ។ ការថតដោយកាន់នឹងដៃ គឺវាមិនមានលំនឹងដូចដែលអ្នកគិតនោះទេ។ ម្យ៉ាងទៀត នៅពេលដែលអ្នកចាប់ផ្តើមថត គឺត្រូវឈរនៅនឹងមួយកន្លែង មិនត្រូវកម្រើកចុះឡើង និងមិនត្រូវពង្រីកពង្រួមរូបភាពទេ!។

- **ផ្តល់ទីធ្លាគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់អ្នកដែលត្រូវថត!** នៅពេលសម្ភាសន៍នណារម្នាក់ ត្រូវឱ្យប្រាកដថា មានលំហរគ្រប់គ្រាន់នៅពីលើក្បាលរបស់គាត់។

- **ថតឱ្យបានយូរល្មម ៖** ត្រូវឱ្យប្រាកដថា អ្នកបានចុចថតយូរល្មម ដែលអាចមើលទៅល្អបន្ទាប់ពីកែសម្រួលហើយ។ ឧទាហរណ៍ សម្រាប់ការថតនៅនឹងមួយកន្លែង អ្នកត្រូវចុចថតឱ្យបានយ៉ាងតិច ១០ វិនាទី។
- **គុណភាពសម្លេងល្អ គឺសំខាន់បំផុត ៖** ជានិច្ចកាល វីដេអូក្លាយជាមិនបានការ បើគុណភាព សម្លេងរបស់វាមិនល្អ។ ហេតុដូច្នេះ ត្រូវតែឱ្យប្រាកដថា គ្មានសម្លេងរំខាន។ បើសិនជាអ្នកមាន ឧគ្សោសនស័ព្ទ (មីក្រូ) មួយផ្សេង អ្នកត្រូវឱ្យប្រាកដថា វានៅជិតនឹងកន្លែងសម្ភាសន៍ **តា**មដែលអាចធ្វើទៅបាន។ សូមចងចាំថាត្រូវបិតឧបករណ៍នានា ដែលមិនចាំបាច់ ដែលអាចបង្ករឱ្យមានជាសម្លេងរំខាន ឧទាហរណ៍ ម៉ាស៊ីនត្រជាក់។ ចំណុចចុងក្រោយ គួរតែធ្វើតេស្តវីដេអូ និងចាក់វាមើល ដើម្បីឱ្យប្រាកដថា តើសម្លេងលឺច្បាស់ដែរឬទេ។

- **គន្លឹះសម្រាប់ថតវីដេអូដោយប្រើទូរស័ព្ទiPhone៖** ជៀសវាងការថតវីដេអូពេលកាន់ទូរស័ព្ទបញ្ឈរ។ ការថតបែបនេះនឹងធ្វើឱ្យមានបន្ទាត់ពណ៌ខ្មៅនៅខាងក្រោមវីដេអូរបស់អ្នក ហើយមិនអាចកែលម្អរដោយការកាត់នោះទេ។

សៀវភៅណែនាំសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ / កញ្ចប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល

ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗទៀត រួមមាន សៀវភៅណែនាំ និងកញ្ចប់សម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល ដែលអាចប្រើប្រាស់ដោយសហគមន៍មូលដ្ឋាន ឬសូម្បីតែផ្ទៃក្នុងនៃគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ សម្រាប់ ផ្សព្វផ្សាយអំពីរបកគំហើញបានមកពីការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ឬផ្តល់ដំបូន្មានលើសកម្មភាព ផ្សេងៗ។ ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងនេះ ជានិច្ចកាល គេហៅថា ឯកសារបង្ហាញពី“ វិធីសាស្រ្ត“ ។

ឧទាហរណ៍មួយគឺ សៀវភៅណែនាំរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ស្តីពីកម្មវិធីត្រៀមរៀបចំសម្រាប់ទប់ទល់គ្រោះទឹកជំនន់។ សៀវភៅណែនាំទាំងនេះគួរតែត្រូវបានសរសេរតាមបែបបទច្បាស់លាស់ងាយស្រួលប្រើប្រាស់ជាឯកសារយោង និងគួរតែត្រូវបានបកប្រែជាភាសាតាមមូលដ្ឋាន។

ឧទាហរណ៍ កម្មវិធីបរិស្ថានរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ បានផលិតកញ្ចប់សម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាលមួយ ហើយបានបោះពុម្ពជា ៥ ភាសា។ កញ្ចប់នោះមានរួមបញ្ចូល សន្ទានុក្រម ករណីសិក្សាពីតំបន់អាងទន្លេមេគង្គក្រោម និងមេរៀនស្តីពីការអភិវឌ្ឍន៍ដែលគិតគូរពីបរិស្ថាន ឧបករណ៍ប៉ាន់ប្រមាណផលប៉ះពាល់បរិស្ថាន ។ល។

ខាងក្រោមនេះ គឺជាការស្នើយោបល់មួយចំនួន សម្រាប់សរសេរសៀវភៅណែនាំសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់/កញ្ចប់សម្រាប់វគ្គបណ្តុះបណ្តាល ៖

- **ជានិច្ចកាល ត្រូវគិតថាខ្លួនជាអ្នកប្រើ ៖** សូមគិតថាខ្លួនគឺជាអ្នកដែលត្រូវប្រើសៀវភៅនេះ និងសួរខ្លួនឯងពីកម្រិតជំនាញរបស់ពួកគេ និងអ្វីខ្លះដែលពួកគេចង់ដឹង។

- **សរសេរជាគម្រោងឆ្អឹង**ជាមុនសិន ដើម្បីឱ្យប្រាកដថាវានឹងគ្របដណ្តប់លើគ្រប់ផ្នែក

- **ប្រើកិរិយាស័ព្ទក្នុងទម្រង់សកម្ម ៖** ការធ្វើដូច្នេះអាចធ្វើឱ្យឆាប់យល់ ព្រោះយើងអាចដឹងថា មួយណាជាប្រធាន កិរិយាស័ព្ទ និងកម្មបទនៃប្រយោគនីមួយៗ។

- **សរសេរការណែនាំឱ្យបានច្បាស់ និងដាក់ជាជំពូកៗ/មេរៀនតាមលំដាប់លំដោយច្បាស់លាស់** អ្នកអានប្រាកដណាស់នឹងយល់ថាពួកគេបានអានដល់ចំណុចណា អ្វីខ្លះដែលបានដឹង និងអ្វីដែលគេនឹងបន្តអានបន្ទាប់ទៀត។ ការប្តូរពីមួយផ្នែកទៅមួយផ្នែកគឺមានសារៈសំខាន់ត្រង់ចំណុចនេះ។ ចុងបញ្ចប់នៃជំពូកនីមួយៗ គួរតែមានសង្ខេបពីចំណុចសំខាន់ៗដែលបានរៀន។

ប្រធានបទមួយចំនួនសម្រាប់វីដេអូ/រូបភាពមានចលនាជាក់ស្តែង

- ទឹកជំនន់ និងការកាត់បន្ថយផលប៉ះពាល់ពីទឹកជំនន់
- នាវាចរតាមដងទន្លេមេគង្គ
- ធារាសាស្រ្ត
- ទប់ស្កាត់ការហូរទឹកសមុទ្រចូល
- ការអភិវឌ្ឍវារីអគ្គីសនី

បទដ្ឋានសកម្មភាព និងផលិតផលក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទង

ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗទៀត

ខាងក្រោមនេះ គឺជាឧបករណ៍សម្រាប់ប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗទៀត ដែលគួរពិចារណា ៖

- **វីដេអូ/រូបភាពមានចលនាជាក់ស្តែង** ៖ (Virtual Video/Animation)៖ផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងមួយទៀតអាចជា រូបភាពមានចលនា (animation)ដែលអាចជួយបង្ហាញពីដំណើរការគ្រប់គ្រងទឹក។ ឧបករណ៍ប្រភេទនេះអាចជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីមូលដ្ឋាន។ ឧបករណ៍នេះ គឺយើងអាចបញ្ចូលវាទៅជាវីដេអូ បង្ហោះនៅលើគេហទំព័ររបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ឬផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈប្រព័ន្ធទំនាក់ទំនងសង្គម ។ល។

- **ប័ណ្ណប្រកាស** ៖ ប័ណ្ណប្រកាសក៏ជាឧបករណ៍ប្រាស្រ័យទាក់ទងមានប្រសិទ្ធភាពផងដែរ រាប់តាំងពីប័ណ្ណប្រកាសផ្នែកអប់រំ ដែលដាក់បង្ហាញនៅតាមសន្និសិទ្ធ និងសិក្ខាសាលានានារហូតដល់ ប័ណ្ណប្រកាសដែលអាចលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបថ និងជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីមូលដ្ឋាន។ គ្រប់ករណីទាំងអស់ ប័ណ្ណប្រកាសចាំបាច់ត្រូវតែមានរចនាសម្ព័ន្ធល្អ ងាយអាន និងមានបញ្ចូលសារច្បាស់លាស់។

បណ្តាញប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗ

ដូចគ្នានឹងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែរ មានបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយមួយចំនួនដែលគួរតែត្រូវបានពិចារណាសម្រាប់ធ្វើការប្រាស្រ័យទាក់ទងព័ត៌មាន រួមមាន ៖

- **គេហទំព័ររបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ** ៖ គេហទំព័រគោលរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គគឺជាច្រកទ្វារមួយ សម្រាប់ឱ្យសាធារណៈជនទទួលបានព័ត៌មានស្តីពីគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងអាចបង្ហាញពីអ្វីដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គបានអនុវត្ត។ គេហទំព័ររបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គមានផ្ទុកទាំងព័ត៌មានបច្ចេកទេស និងព័ត៌មានស្តីពីសមិទ្ធិផលរបស់ស្ថាប័ន ជាមួយ ឯកសារផ្លូវការ និងសម្ភារសាមញ្ញៗសម្រាប់ការប្រាស្រ័យទាក់ទង។ សម្រាប់គេហទំព័ររបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ សំខាន់គឺត្រូវសរសេរឱ្យបានល្អបំផុត។ ទោះបីភាគច្រើន នៃឧបករណ៍ទាំងនេះនឹងគ្រប់គ្រងដោយជំនាញការខាងប្រាស្រ័យទាក់ទងក៏ដោយ ខាងក្រោមនេះ គឺជាការស្នើយោបល់សង្ខេបៗមួយចំនួន ៖
  - ✓ ឱ្យប្រាកដថា **រាល់ព័ត៌មានសំខាន់ត្រូវតែមាននៅលើគេហទំព័រ** មុនពេលទទួលបាន ព័ត៌មានលម្អិតបន្ថែម ឧទាហរណ៍ ដូចជា សន្និសិទ្ធសារព័ត៌មាន។
  - ✓ **ត្រូវសរសេរបែបសាមញ្ញ និងច្បាស់លាស់ ហើយជៀសវាងការប្រើកថាខណ្ឌវែង៖** អ្នកចូលមើលក្នុងគេហទំព័រមិនចង់អានអត្ថបទវែងពេញមួយកញ្ចក់កុំព្យូទ័រនោះទេ។
  - ✓ **ត្រូវយល់ច្បាស់ពីក្រុមគោលដៅរបស់អ្នក៖**មានប្រភេទក្រុមគោលដៅផ្សេងៗគ្នា ឧទាហរណ៍អ្នកចូលមើលគេហទំព័រទូទៅ ឬ អ្នកចូលមើលគេហទំព័របែប បច្ចេកទេស។
  - ✓ **គិតពីចំណងជើង និងការសរសេរជាចំណុចៗ៖** នេះមានន័យថា យើងគួរតែបំបែកអត្ថបទឱ្យទៅជាចំណែកតូចៗសមល្មម និងដែលអាចបង្ហាញជាគំនូសផ្លូវសម្រាប់អ្នកអានផងដែរ។
  - ✓ **ឱ្យប្រាកដថាអ្នកមានផ្តល់បណ្តាញអ៊ីនធឺណិត**(link)នៅក្នុងអត្ថបទ ដើម្បីឱ្យអ្នកអានអាចចូលមើលព័ត៌មានបន្ថែមបាន។

- គេហទំព័រដែលប្រមូលផ្តុំព័ត៌មាន Web Portal៖ គេហទំព័របែបនេះក៏មានតួនាទីជាកន្លែងសំខាន់សម្រាប់ផ្តល់ចំណេះដឹង វាជាគេហទំព័រ ដែលអ្នកអានចូលមើលព័ត៌មានផ្សេងៗនៅលើគេហទំព័ររបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងព័ត៌មានក្នុងផ្នែកជាក់លាក់ផ្សេងទៀត។ គេហទំព័រដែលប្រមូលផ្តុំព័ត៌មានបច្ចុប្បន្ន មានដូចជា បណ្តុំទិន្នន័យរបស់ គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ MRC’s data portal: (http://portal.mrcmekong.org/index) និង MekongInfo (http://www.mekonginfo.org/) ។

កម្មវិធីជាមួយអ្នកចូលមើលគេហទំព័រ ៖ រៀបចំកម្មវិធីណែនាំអ្នកពាក់ព័ន្ធឱ្យចូលមើលគេហ ទំព័រសំខាន់ៗពាក់ព័ន្ធនឹងគម្រោងរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ គឺជាវិធីសាស្រ្តផ្សព្វផ្សាយការប្រាស្រ័យទាក់ទងដ៏សំខាន់មួយទៀត។ ក្នុងកម្មវិធីនេះ ក៏អាចមានការបកស្រាយពន្យល់ លើប្រធានបទជាក់លាក់មួយចំនួនដោយជំនាញការរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។

មានការបង្រៀនជាបន្តបន្ទាប់ ៖ ការបង្រៀនជាបន្តបន្ទាប់ដោយបុគ្គលិកបច្ចេកទេសរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ក៏ជាវិធីសាស្រ្តមួយដែលគួរពិចារណាផងដែរ។ វិធីសាស្រ្តនេះអាចធ្វើឡើងដោយសហការជាមួយសកលវិទ្យាល័យ ឬវិទ្យាស្ថានស្រាវជ្រាវក្នុងស្រុក។

សហគមន៍អ្នកអនុវត្ត ៖ សហគមន៍អ្នកអនុវត្តន៍គឺជាការចងក្រង ក្រុមមិនផ្លូវការ ដែលអាចជាផ្ទៃក្នុង ឬដោយអ្នកខាងក្រៅ ដែលតែងតែចែករំលែករបកគំហើញពីការសិក្សាស្រាវជ្រាវ ពិភាក្សាពីការអនុវត្ត និងចែករំលែកចំណេះដឹងក្នុងវិស័យផ្សេងៗ។ សហគមន៍បែបនេះ គួរតែ ផ្តោតជុំវិញវិស័យអនុវត្តមួយចំនួនដូចជាបណ្តាញបរិស្ថាន បណ្តាញធនធានមច្ឆាជាតិ បណ្តាញអភិបាលកិច្ច ។ល។

សិក្ខាសាលា ៖ សិក្ខាសាលា ឧទាហរណ៍ ជាកន្លែងមួយដែលលទ្ធផលនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវត្រូវបានបង្ហាញ និងពិភាក្សា ហើយវាក៏ជាឧបករណ៍ប្រាស្រ័យទាក់ទងដ៏មានប្រយោជន៍ សម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយ។

ការពាក់ព័ន្ធជាមួយស្ថាប័នខាងក្រៅ ៖ ខណៈដែលរាល់វេទិកាប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងអស់ដែលបានពិពណ៌នាក្នុងសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ សុទ្ធតែអាចអនុវត្តបាន គួរតែមានការ ពិចារណា ក្នុងការធ្វើឱ្យមានការពាក់ព័ន្ធជាមួយស្ថាប័នខាងក្រៅ ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយរបាយការណ៍ និងព័ត៌មាន ឧទាហរណ៍ ដូចជាមន្ត្រីរដ្ឋាភិបាលតាមមូលដ្ឋាន បណ្ណារក្ស សកលវិទ្យាល័យ ក្រុមអ្នកស្រាវជ្រាវ (Think Tanks) និងបណ្តាញនៃអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល។

ការរួមបញ្ចូលគ្នារវាងផលិតផលប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងនេះ និងយុទ្ធសាស្រ្តផ្សព្វផ្សាយដ៏មានប្រសិទ្ធិភាពអាចដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយសាររបស់គណៈកម្មការទន្លេ មេគង្គ។

ជំពូកទី ៨.

ការនិយាយតាងនាមឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ៖ តើត្រូវនិយាយអ្វី? តើត្រូវនិយាយដូចម្តេច?

បុគ្គលិកគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គតែងនិយាយជាប្រចាំនៅក្នុងកិច្ចប្រជុំរបស់ គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងកិច្ចប្រជុំខាងក្រៅ ដូចជានៅក្នុងសន្និសីទជលផលទន្លេមេគង្គ វេទិកាប្រចាំឆ្នាំស្តីពីទឹកជំនន់ទន្លេមេគង្គ និងកិច្ចប្រជុំប្រចាំឆ្នាំដទៃទៀត ដូចជានៅក្នុងកិច្ចប្រជុំក្រុមប្រឹក្សា និងកិច្ចប្រជុំគណៈកម្មាធិការចម្រុះជាដើម។

ប៉ុន្តែ តើគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ មានប្រសិទ្ធភាពកម្រិតណាក្នុងការបង្កើនប្រសិទ្ធភាពវត្តមាន របស់ខ្លួនជាអតិបរមានៅក្នុងកម្មវិធីដូចដែលបានពោលទាំងអស់នេះ? នៅក្នុងផ្នែកនេះនៃសៀវភៅជំនួយស្មារតីស្តីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទង យើងនឹងពិនិត្យមើលថា តើយើងអាចធ្វើឱ្យជំនាញក្នុងការធ្វើបទបង្ហាញ កាន់តែប្រសើរឡើងបាន តាមវិធីណាខ្លះ។

ការនិយាយទៅកាន់មនុស្សក្រុមធំ ច្រើនតែជាការភ័យខ្លាចដ៏ធំបំផុត របស់មនុស្សពេញវ័យពោលគឺ ជាការភ័យខ្លាចខ្លាំងជាការខ្លាចទីខ្ពស់ខ្លាចសត្វល្អិត ខ្លាចការហោះហើរទៀតផង។ ទោះយ៉ាងណាក្តី ប្រសិនបើអ្នកគោរពតាមយោបល់មួយចំនួនដូចខាងក្រោម អ្នកអាចបង្កើនជំនាញក្នុងការធ្វើ បទបង្ហាញរបស់អ្នកកាន់តែប្រសើរឡើង ហើយថែមទាំងអាចរីករាយថែមទៀតផង!

- ការរៀបរចនាសម្ព័ន្ធបទបង្ហាញ/សុន្ទរកថា
- គន្លឹះមួយចំនួនទៀតសម្រាប់ការប្រាស្រ័យទាក់ទង
- ការប្រើប្រាស់ភាសា
- សារៈសំខាន់នៃភាសាកាយវិការ និងសម្លេង
- ការប្រើប្រាស់បទបង្ហាញ (PowerPoint)
- ការទទួលសំណួរ និងផ្តល់ចម្លើយ
- តួនាទីរបស់អ្នកសម្របសម្រួល

ការរៀបរចនាសម្ព័ន្ធបទបង្ហាញ/សុន្ទរកថា

ប្រសិនបើអ្នកត្រូវបានអញ្ជើញឱ្យទៅធ្វើបទបង្ហាញក្នុងកម្មវិធីមួយ មានសកម្មភាពជាច្រើនដែលអ្នកអាចធ្វើបាន ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពការបង្ហាញរបស់អ្នកជាអតិបរមា ជាពិសេស តាមរយៈការផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើរចនាសម្ព័ន្ធបទបង្ហាញ។

ការត្រៀមជាមុន និងរចនាសម្ព័ន្ធល្អ គឺមានភាពចាំបាច់ណាស់។ អ្នកធ្វើបទបង្ហាញដែលមើលទៅមានលក្ខណៈធម្មជាតិបំផុតជាច្រើន មើលទៅហាក់ដូចជាមានអារម្មណ៍ធូរស្រាល និងធម្មជាតិ នេះគឺដោយសារតែកិច្ចខិតខំដ៏ច្រើនដែលពួកគាត់បានរៀបចំជាមុន។

តើគេធ្វើយ៉ាងណា ដើម្បីត្រៀមជាមុន? ការត្រៀមជាមុនអាចធ្វើឡើងតាមរយៈការបំផុសគំនិត ការពិភាក្សាជាមួយសហការី និងការគូសព្រាងរួមគ្នានូវព័ត៌មានជាមូលដ្ឋាន គំនិត និងសារនានាដែលអ្នកចង់ដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងបទបង្ហាញរបស់អ្នក។ លទ្ធផលចុងក្រោយ ឆ្លងតាមរយៈកិច្ចខិតខំនេះ គឺអ្នកគួរតែទទួលបានបទបង្ហាញមានរចនាសម្ព័ន្ធដ៏ល្អមួយ ដោយក្នុងនោះមានដាក់បញ្ចូលនូវចំណុចដូចខាងក្រោម៖

ការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធបទបង្ហាញរបស់អ្នក

1. ផ្នែកចាប់ផ្តើមដំបូង

- នរណា? អ្វី? និងហេតុអ្វី?
- តើហេតុអ្វីបានជាប្រធានបទរបស់ខ្ញុំគួរជាទីចាប់អារម្មណ៍?
- បង្កើតសមត្ថកិច្ច និងភាពគួរជាទីទុកចិត្តរបស់អ្នក
- ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកស្តាប់ និងប្រើប្រាស់ស្ថិតិ

2. ផ្នែកកណ្តាល

- ប្រយោគផ្លាស់សេចក្តី
- ការសង្ខេបផ្ទៃក្នុង

3. សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

- តឿនប្រាប់អ្នកស្តាប់ជាមុន
- ធ្វើឱ្យសម្តីចុងក្រោយរបស់អ្នកមានសារៈសំខាន់
- សង្ខេប
- លើកឡើងអំពីចំណុចដែលបានលើកឡើងនៅពេលចាប់ផ្តើមបទបង្ហាញដំបូង។

១ បង្កើតឱ្យមានចំណុចចាប់ផ្តើមដ៏រឹងមាំ

អ្នកស្តាប់មានចំណាប់អារម្មណ៍ដំបូងយ៉ាងរហ័ស ហើយគេនឹងសម្រេចចិត្តក្នុងពេលប៉ុន្មានប្រយោគដំបូងថាតើពួកគេចង់ស្តាប់អ្នក ឬមិនចង់។ អ្នកមានពេលតែប៉ុន្មានវិនាទីប៉ុណ្ណោះដើម្បីធ្វើឱ្យមានផលប៉ះពាល់ជាវិជ្ជមាន និងចំណាប់អារម្មណ៍ដ៏ល្អនៅពេលបើកឆាក ហេតុនេះអ្នកត្រូវធ្វើយ៉ាងណាឱ្យមានសេចក្តីផ្តើមដ៏ល្អ រួចហើយអាចហ្វឹកសមឡើងវិញ។ អ្នកប្រហែលជាចង់ពិចារណាទន្ទេញសេចក្តីផ្តើមនោះផងដែរ។

សេចក្តីផ្តើមរបស់អ្នក (ដែលពុំគួរមានរយៈពេលយូរជាងបីនាទី) គួរតែមានគោលដៅជាមូលដ្ឋានបី៖ ដើម្បី ទទួលបានចំណាប់អារម្មណ៍ពីអ្នកស្តាប់ ដើម្បីបង្កើតទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកស្តាប់ និងដើម្បីផ្តល់ហេតុផលដល់អ្នកស្តាប់ឱ្យបន្តស្តាប់អ្នក។ គន្លឹះមួយចំនួន ដើម្បីអាចសម្រេចគោលដៅនេះ គឺ៖

- **សូមឆ្លើយសំណួរខាងក្រោមនៅក្នុងសេចក្តីផ្តើម៖** តើអ្នកជានរណា? តើអ្នកនឹងប្រាប់អ្វីដល់ពួកគេ? តើហេតុអ្វីបានជាអ្វីដែលអ្នកនឹងប្រាប់អ្នកស្តាប់នោះមានសារៈសំខាន់? និងតើហេតុអ្វីបានជាអ្នកគឺជាបុគ្គលល្អបំផុត ដើម្បីនិយាយអំពីរឿងនេះ ប្រាប់ទៅអ្នកស្តាប់របស់អ្នក?

- **បង្ហាញឱ្យឃើញថា ប្រធានបទរបស់អ្នកគួរជាទីចាប់អារម្មណ៍ចំពោះអ្នកស្តាប់របស់អ្នក។** អ្នកស្តាប់ទាំងអស់សុទ្ធតែចាប់ផ្តើមដំបូងដោយគិតថា៖ ចុះយ៉ាងម៉េច?ឬតើក្នុងនេះមានអ្វីសំខាន់សម្រាប់ខ្ញុំ?ហេតុនេះ ដើម្បីឆ្លើយសំណួរខាងលើ ជាការសំខាន់ជាពិសេសដែលត្រូវបង្ហាញឱ្យឃើញថា តើបទបង្ហាញ របស់អ្នកផ្សារភ្ជាប់ជាមួយបទពិសោធន៍ផ្ទាល់របស់អ្នកស្តាប់របស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេច។ តើអ្នកនឹងបានទទួលអត្ថប្រយោជន៍យ៉ាងដូចម្តេច? តើព័ត៌មានដែលខ្ញុំផ្តល់ជូនអ្នក នឹងអាចដោះស្រាយបញ្ហាអ្វីបាន?

- **បង្កើតសមត្ថកិច្ច និងភាពគួរជាទីទុកចិត្តរបស់អ្នក។** ព័ត៌មានលម្អិតមួយចំនួនស្តីអំពីបទពិសោធន៍ និងជំនាញរបស់អ្នក ក៏អាចមានប្រយោជន៍ផងដែរ។ នៅទីនេះ អ្នកពុំចាំបាច់ត្រូវអួតក្អេងក្អាងទេ ប៉ុន្តែអ្នកច្បាស់ជាត្រូវប្រាប់អ្នកស្តាប់របស់អ្នកថា តើហេតុអ្វីបានជាអ្នកមានសមត្ថកិច្ចដើម្បីនិយាយទៅកាន់ពួកគេ។

- **ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកស្តាប់។** ដំណកស្រង់សម្តីមួយឃ្លា ឬសំណួរដាស់អារម្មណ៍មួយសំណួរ អាចជាឧបករណ៍មានប្រយោជន៍នៅទីនេះ។ សំណួរបែបវោហារសាស្ត្រក៏មានប្រសិទ្ធភាពផងដែរក្នុងការទាញចំណាប់អារម្មណ៍អ្នកស្តាប់ចូលរួមត្រង់ៗតែម្តង។ ឧទាហរណ៍ “សូមស្រមៃគិតថា អ្នកត្រូវដើរ ៥ម៉ោងជារៀងរាល់ថ្ងៃទៅដងទឹក។ តើសកម្មភាពនេះ នឹងធ្វើឱ្យអ្នកមានអារម្មណ៍ដូចម្តេច?” ឬ “សូមស្រមៃគិតថា ផ្ទះរបស់អ្នកត្រូវបានទឹកជំនន់បំផ្លាញបីដងក្នុងរយៈពេលប្រាំឆ្នាំកន្លងមកនេះ?”

- **ប្រើប្រាស់ស្ថិតិ។** ព័ត៌មានពិតគួរជាទីចាប់អារម្មណ៍ ជានិច្ចជាកាលតែងតែជាមធ្យោបាយដ៏ល្អក្នុងការចាប់ផ្តើមធ្វើបទបង្ហាញ។ “តើអ្នកដឹងទេថា ...?”

- **ភ្ជាប់បទបង្ហាញរបស់អ្នកជាមួយបទបង្ហាញខាងដើម។** វិធីនេះក៏មានប្រយោជន៍ខ្លាំងផងដែរ ក្នុងការបង្កើតបរិបទទូទៅសម្រាប់បទបង្ហាញរបស់អ្នក និងប្រាប់ដល់អ្នកស្តាប់ថា តើបទបង្ហាញរបស់អ្នកស្ថិតនៅក្នុងបរិបទនោះយ៉ាងណាខ្លះ?
ឥឡូវនេះ ដោយអ្នកបានទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកស្តាប់ទាំងអស់គ្នា និងបានដាក់បញ្ចូលសេចក្តីផ្តើមដ៏រឹងមាំរួចហើយ អ្នកចាំបាច់ត្រូវរក្សាសន្ទុះបន្តទៅមុខទៀត។

2. ២ផ្នែកកណ្តាល៖ ការរក្សាសន្ទុះបន្តទៅមុខទៀត៖ សារៈសំខាន់នៃប្រយោគផ្លាស់សេចក្តី

តួសេចក្តីនៃបទបង្ហាញ គឺជាកន្លែងដែលអ្នកព្យាយាមបញ្ជូនសាររបស់អ្នក និងធ្វើឱ្យអ្នកស្តាប់យកចិត្តទុកដាក់ចំពោះសារទាំងនោះឱ្យបានគ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីសម្រេចបានលទ្ធផលរំពឹងទុកដែលអ្នកចង់បាន។ មិនខុសពីគន្លឹះបន្ថែមមួយចំនួនទៀត ដែលនឹងត្រូវពន្យល់ជូនក្នុងផ្នែក ៨.២ ខាងក្រោមនោះទេ ប្រយោគផ្លាស់សេចក្តីដើរតួនាទីដ៏ចាំបាច់ដើម្បីរក្សាលំហូរ និងសន្ទុះនៃបទបង្ហាញរបស់អ្នក។

- **សារៈសំខាន់នៃប្រយោគផ្លាស់សេចក្តី៖** បទបង្ហាញគួរមានលំហូរយ៉ាងរលូន និងដោយឥតមានទាក់។ ដើម្បីសម្រេចបានលទ្ធផលបែបនេះ ប្រយោគផ្លាស់សេចក្តីគឺមានភាពចាំបាច់ណាស់។ ប្រយោគផ្លាស់សេចក្តីជួយឱ្យអ្នកផ្លាស់ពីចំណុចមួយទៅចំណុចមួយទៀត។ ម៉្យាងទៀតវគ្គនេះក៏ជួយដើរតួនាទីជាការសង្ខេបផ្នែកខាងក្នុងបទបង្ហាញរបស់អ្នកផ្ទាល់ ដើម្បីឱ្យអ្នកស្តាប់ដឹងថា តើអ្នកនៅកន្លែងណាអ្នកបានឆ្លងកាត់អ្វីមកខ្លះហើយ និងតើអ្នកកំពុងតែបន្តទៅណាទៀត។ ជាចុងក្រោយ ប្រយោគផ្លាស់សេចក្តីអាចផ្តល់ការសម្រាកមួយរយៈតូច សម្រាប់អ្នកស្តាប់កម្រិតមធ្យម (ដែលច្រើនតែមិនអាច ប្រមូលអារម្មណ៍បានច្រើនជាង ៥ ទៅ ១០ នាទីលើប្រធានបទជាក់លាក់ណាមួយ)។ ខាងក្រោមនេះគឺ ជាប្រយោគផ្លាស់សេចក្តីដែលគេចង់ឃើញ៖

✓ **ប្រសិនបើអ្នករៀបចំបទបង្ហាញរបស់អ្នក ដោយផ្តោតលើចំណុចមួយចំនួន ហើយអ្នកបញ្ជាក់ចំណុចទាំងនោះក្នុងសេចក្តីផ្តើម នោះប្រយោគផ្លាស់សេចក្តី នឹងកើតមានដោយឯកឯង។** ឧទាហរណ៍ “ថ្ងៃនេះ ខ្ញុំនឹងនិយាយអំពីនិរន្តរភាពវិស័យកសិកម្ម និងការអភិវឌ្ឍន៍ជនបទនៅប្រទេសវៀតណាម។ ជាដំបូង ខ្ញុំចង់ពិនិត្យទៅលើការរីកលូតលាស់នៃវិស័យកសិកម្មក្នុងតំបន់ផលប៉ះពាល់លើការអភិវឌ្ឍន៍ជនបទ និងសូចនាករបរិស្ថាន និងសង្គមសេដ្ឋកិច្ចសំខាន់ៗអ្វីខ្លះដែលមានសម្រាប់ការរីកលូតលាស់នេះ...។”

✓ **ប្រយោគផ្លាស់សេចក្តីដែលគេច្រើនឃើញដទៃទៀត** រួមមាន “ឥឡូវ សូមពិនិត្យមើលលើ...” និង “ចំណុចបន្ទាប់ទៀត គឺ...”

✓ **ការឈានឆ្ពោះទៅសេចក្តីសន្និដ្ឋាន។** ប្រយោគផ្លាស់សេចក្តីដ៏សំខាន់មួយទៀត គឺការផ្លាស់ពីតួសេចក្តីចម្បងនៃបទបង្ហាញឈានទៅដល់ការសន្និដ្ឋាន។ យុទ្ធវិធីនៅត្រង់ចំណុចនេះអាចរួមមានដូចជា៖ “ជាសេចក្តីសន្និដ្ឋាន” “តើយើងបានរៀបសូត្រអ្វីខ្លះពីចំណុចនេះ?” ឬ “ចំណុចចុងក្រោយដែលខ្ញុំចង់បញ្ជាក់ជូននៅទីនេះ”

✓ **ការប្រើប្រាស់ការសង្ខេបផ្នែកក្នុងជាប្រយោគផ្លាស់សេចក្តី។** ដូចបានបញ្ជាក់រួចមកហើយថា ប្រយោគផ្លាស់សេចក្តីក៏អាចជាការសង្ខេបផ្នែកខាងក្នុងផងដែរ។ ការសង្ខេបផ្នែកខាងក្នុងគួរបញ្ជាក់ ដោយសង្ខេបនូវអ្វីដែលអ្នកទើបបាននិយាយរួច និងបង្ហាញឱ្យឃើញថា តើពេលនេះអ្នកនៅត្រង់ណានៃបទបង្ហាញ។

3. ៣សេចក្តីសន្និដ្ឋាន

ជាចុងក្រោយ គឺមានសេចក្តីសន្និដ្ឋាន។ ប្រសិនបើសេចក្តីផ្តើម គឺជាចំណាប់អារម្មណ៍ដំបូង សេចក្តីសន្និដ្ឋានគឺជាចំណាប់អារម្មណ៍ចុងក្រោយ និងឱកាសជាចុងក្រោយ ដើម្បីឱ្យអ្នកអាចបង្កើតឱ្យមានផលប៉ះពាល់។

សេចក្តីសន្និដ្ឋានដើរតួនាទីគន្លឹះក្នុងការកំណត់ថាតើ អ្នកស្តាប់នឹងចងចាំរូបអ្នក និងសាររបស់អ្នកបានកម្រិតណា។ សេចក្តីសន្និដ្ឋានផ្តល់មតិបិទ ចងភ្ជាប់ខ្សែសង្វាក់ទាំងអស់បញ្ចូលគ្នា និងផ្តល់អារម្មណ៍ស្តីពីភាពពេញលេញជូនដល់អ្នកស្តាប់។ សូមរៀបរាប់ដោយសង្ខេបនូវចំណុចសំខាន់ៗរបស់អ្នក និងអំពាវនាវឱ្យមានសកម្មភាព (ប្រសិនបើនោះជាគោលបំណងរបស់បទបង្ហាញ)។ គន្លឹះមួយចំនួនដើម្បីធ្វើសេចក្តីសន្និដ្ឋានមាន៖

- **តឿនប្រាប់ពួកគេជាមុន!** អ្នកស្តាប់ចូលចិត្តដឹងជាមុនថា អ្នកគ្រោងនឹងបញ្ចប់បទបង្ហាញរបស់អ្នកហើយ។ សូមបញ្ជាក់ប្រាប់ឱ្យគេដឹងនៅពេលហៀបនឹងឈានដល់សេចក្តីសន្និដ្ឋានរបស់អ្នក។ សូមកុំឈប់ភ្លាមៗ និងដោយមិនបានរំពឹងទុកជាមុន។
- **ធ្វើឱ្យសម្តីចុងក្រោយរបស់អ្នកមានសារៈសំខាន់។** ពាក្យសម្តីចុងក្រោយរបស់អ្នកជាការល្អបំផុត គឺត្រូវបង្កើតឱ្យមានជាការតភ្ជាប់ផ្នែកមនោសញ្ចេតនាជាមួយអ្នកស្តាប់។ “ប្រសិនបើអ្នកចាំបានតែមួយចំណុចគត់ដែលខ្ញុំបាននិយាយថ្ងៃនេះ” ឬ“ខ្ញុំមានគំនិតមួយជាចុងក្រោយដែលខ្ញុំចង់ឱ្យអ្នកចងចាំ”។

  ប្រយោគទាំងអស់នេះ អាចបង្កើតឱ្យមានមូលដ្ឋានដើម្បីអំពាវនាវឱ្យមានសកម្មភាពដែលជាឱកាសដ៏ល្អបំផុត ដើម្បីផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយា ឬឥរិយាបថរបស់អ្នកស្តាប់នៅពេលពួកគេចេញពីបន្ទប់នេះទៅ។
- **លើកឡើងវិញម្តងទៀតអំពីសម្តីបើក។** ការធ្វើបែបនេះ ផ្តល់ភាពពេញលេញចប់សព្វគ្រប់ដល់បទបង្ហាញរបស់អ្នក។ “ហេតុនេះ ដូចដែលខ្ញុំបានបញ្ជាក់នៅពេលចាប់ផ្តើមដំបូងហើយថា ...” អ្នកក៏អាចស្ថាបនាចំណងតភ្ជាប់រវាងប្រធានបទទៅជាមួយបរិបទទូលំទូលាយឡើងវិញបានផងដែរ។
- **សង្ខេបឡើងវិញនូវគំនិតសំខាន់ៗក្នុងបទបង្ហាញ។** ជារឿយៗ ជាការមានប្រយោជន៍ក្នុងការសង្ខេបឡើងវិញនូវអ្វីដែលអ្នកបាននិយាយកន្លងមក។

៨គន្លឹះមួយចំនួនទៀតសម្រាប់ការប្រាស្រ័យទាក់ទង

មិនខុសពីរចនាសម្ព័ន្ធបទបង្ហាញឡើយ មានគន្លឹះមួយចំនួនទៀតដើម្បីពិចារណា ដែលអាចជួយអ្នកឱ្យអាចបញ្ជូនសាររបស់អ្នកទៅអ្នកស្តាប់បាន៖

- **សូមចងចាំសាររបស់អ្នក។** ជាការពិតណាស់ ខ្លឹមសារនៅតែជាគន្លឹះដ៏សំខាន់។ អ្នកចាំបាច់ត្រូវតែមានអ្វីម៉្យាងគួរជាទីចាប់អារម្មណ៍ និងមានតម្លៃដើម្បីនិយាយ។ សូមចងចាំសាររបស់អ្នក និងធានាយ៉ាងណាកុំឱ្យសារនោះមានចំនួនច្រើនពេក!
- **កុំព្យាយាមដាក់ព័ត៌មានច្រើនជ្រុលពេកក្នុងរយៈពេលខ្លី។** នៅក្នុងភាសាអង់គ្លេស មនុស្សភាគច្រើននិយាយជាមធ្យមប្រមាណ ១៥០ ពាក្យក្នុងមួយនាទី។ សូមជ្រើសរើសព័ត៌មានសំខាន់ជាងគេបំផុត ហើយទុកព័ត៌មានលម្អិត និងមានលក្ខណៈបច្ចេកទេសសម្រាប់ឯកសារចែក។

ការរៀបចំរចនាសម្ព័ន្ធបទបង្ហាញរបស់អ្នក

- **ហ្វឹកហាត់!** ត្រូវផ្តល់ពេលវេលាគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់ការហ្វឹកហាត់។ បទបង្ហាញល្អចាំបាច់ត្រូវបានសាកល្បង និងធ្វើតេស្តជាច្រើនដង ដើម្បីឱ្យរលូន និងមានលក្ខណៈធម្មជាតិពេលធ្វើបទបង្ហាញពិតៗ។
- **បង្ហាញក្តីស្រឡាញ់ចំពោះប្រធានបទរបស់អ្នក។** ត្រូវបង្ហាញក្តីស្រឡាញ់ចំពោះប្រធានបទរបស់អ្នក និងអនុញ្ញាតឱ្យទឹកចិត្តក្លៀវក្លាចំពោះប្រធានបទនោះអាចបញ្ចេញបន្លឺចែងចាំងតាមរយៈ ការធ្វើបទបង្ហាញរបស់អ្នក។ នេះជាវិធីដ៏ល្អបំផុត ធ្វើឱ្យអ្នកស្តាប់របស់អ្នកចូលរួមកាន់តែ ច្រើន។
- **កុំនិយាយវែងពេក។** ការឱ្យអ្នកស្តាប់ចង់បានព័ត៌មានបន្ថែមទៀត គឺប្រសើរជាងទុកឱ្យពួកគេធុរចិត្តដោយសារតែអ្នកបានបញ្ចប់បទបង្ហាញ។ សូមកុំចេះតែនិយាយៗទៅមុខ ហើយបន្តវែងពេកប្រសិនបើអ្នកអាចចៀសវាងបាន។
- **ភាពកំប្លែង។** ភាពកំប្លែង ជាចរិតលក្ខណៈដ៏មានសារៈប្រយោជន៍មួយ ដែលគួរប្រើក្នុងបទបង្ហាញ។ ភាពកំប្លែងអាចជួយបន្ធូរអារម្មណ៍ និងភាពតានតឹង ហើយតាមពិតជាក់ស្តែងក្រោយពេលមនុស្សសើចរួច ជារឿយៗ តែងតែជាពេលវេលាល្អបំផុតដើម្បីបង្ហាញអំពីព័ត៌មានតានតឹងបន្ទាប់ទៀត។ ត្រូវធានាយ៉ាងណាឱ្យភាពកំប្លែងដែលអ្នកលើកឡើងពុំបង្កឱ្យមាននរណាម្នាក់អាក់អន់ចិត្ត។
- **ការនិទានរឿង។** ការនិទានរឿង គឺជាទម្រង់ចំណាស់បំផុតមួយនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់មនុស្ស ហើយមានតថភាព និងភាពគួរជាទុកចិត្តនៅខាងក្នុងខ្លួនរបស់វាផ្ទាល់។ ការនិទានរឿងគឺជាវិធីដែលមនុស្សប្រើ ដើម្បីផ្ទេរគំនិត និងព័ត៌មានពីមនុស្សម្នាក់ទៅមនុស្សម្នាក់អស់រយៈពេលជាច្រើនពាន់ឆ្នាំមកហើយ។ នៅក្នុងការធ្វើបទបង្ហាញ ការនិទានរឿងអាចធ្វើឱ្យប្រធានបទមានលក្ខណៈរស់រវើក និងបន្ថែមភាពស្រស់បំព្រងដល់បទបង្ហាញគ្រប់ប្រភេទ។

៣ការប្រើប្រាស់ភាសា

ជម្រើសផ្នែកភាសា ក៏មានភាពចាំបាច់ផងដែរក្នុងការធ្វើបទបង្ហាញ។ ជាថ្មីម្តងទៀតខាងក្រោមនេះ គឺជាយោបល់មួយចំនួន៖

ការនិយាយតាងនាមឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ៖ តើត្រូវនិយាយអ្វី? តើត្រូវនិយាយដូចម្តេច?

- **កែសម្រួលយកបែបបទការធ្វើបទបង្ហាញបែបសន្ទនា។** សូមព្យាយាមឱ្យមានលក្ខណៈ ជាការសន្ទនា និង ការបង្ហាញតាមលក្ខណៈធម្មជាតិក្នុងបទបង្ហាញរបស់អ្នកឱ្យបានច្រើនបំផុតតាមដែលអាចធ្វើបាន។មនុស្សច្រើនតែមានភាពកក់ក្តៅចំពោះបែបបទនៃការបង្ហាញបែបធូរស្បើយ។សូមធ្វើការសន្ទនាជាមួយអ្នកស្តាប់របស់អ្នក។

- **ចៀសវាងពាក្យបែបការិយាល័យធិបតេយ្យ។** សូមប្រើប្រាស់ពាក្យត្រង់ៗឱ្យបានច្រើនបំផុតដើម្បីបញ្ជូនអត្ថន័យក្នុងបទបង្ហាញរបស់អ្នក។

- **ចៀសវាងកុំប្រើគ្រាមភាសា។** ជាក់ស្តែងចំណុចនេះ អាស្រ័យលើអ្នកស្តាប់របស់អ្នក ប៉ុន្តែសូមចៀសវាងកុំប្រើគ្រាមភាសាដែលផ្តោតចំពោះវប្បធម៌ជាក់លាក់ណាមួយច្រើនខ្លាំងពេក។

- **សំណួរបែបវោហារសាស្ត្រដើម្បីសង្កត់ធ្ងន់លើចំណុចគន្លឹះ។** ដូចដែលបានបញ្ជាក់ខាងដើមរួចមកហើយថា សំណួរបែបវោហារសាស្ត្រអាចមានប្រសិទ្ធភាពយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការសង្កត់ធ្ងន់លើចំណុចណាមួយ។ "តើស្ថានភាពនេះធ្ងន់ធ្ងរកម្រិតណា?" ឬ "តើគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គមានបំណងធ្វើអ្វីខ្លះទាក់ទងជាមួយចំណុចនេះ?"

- **រក្សាប្រយោគឱ្យខ្លីៗ។** កាលណាប្រយោគមួយមានពាក្យកាន់តែច្រើន ប្រយោគនោះកាន់តែលំបាកយល់។ ប្រយោគវែងៗច្រើនតែដាក់បញ្ចូលអនុប្រយោគជាច្រើន ហើយជារឿយៗតែងមានការលំបាកផ្ទង់អារម្មណ៍ដើម្បីយល់អត្ថន័យ។ ប្រសិនបើអ្នកឃើញមាន ប្រយោគជាច្រើនដែលក្នុងមួយប្រយោគមានលើសពី ២០ ពាក្យ សូមចាប់ផ្តើមសរសេរបទបង្ហាញរបស់អ្នកឡើងវិញ។

- **សូមប្រើភាសាសកម្ម ជាជាងភាសាអកម្ម។** ការប្រើភាសាក្នុងទម្រង់សកម្មធ្វើឱ្យប្រយោគរបស់អ្នកកាន់តែមានថាមពល និងមានកម្លាំងខ្លាំងក្លាថែមទៀតដោយសារតែនរណាម្នាក់កំពុងធ្វើសកម្មភាពទាំងនោះ។

សារៈសំខាន់នៃភាសាកាយវិការ និងសម្លេង

ភាសាកាយវិការរបស់អ្នកនៅពេលកំពុងធ្វើបទបង្ហាញ អាចមានផលប៉ះពាល់ច្រើនចំពោះអ្នកស្តាប់របស់អ្នកមិនខុសពីពាក្យសម្តីរបស់អ្នកឡើយ។ ត្រូវចាប់អារម្មណ៍ចំពោះការបង្ហាញចេញ និងសារដែលសកម្មភាពរបស់អ្នកកំពុងបញ្ជូនទៅ ហើយសំខាន់បំផុតនោះ គឺត្រូវមានលក្ខណៈធម្មជាតិ ហើយចៀសវាងកុំឱ្យចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកស្តាប់ងាកចេញពីសាររបស់អ្នក។ សូមមើលវីដេអូថតរូបរបស់អ្នកដោយបន្ថយសម្លេងចុះ ពេលនោះអ្នកនឹងបានដឹងយ៉ាងច្រើនអំពីភាសាកាយវិការរបស់អ្នក។

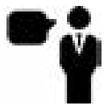
- **កំណត់រកទម្លាប់ធ្វើឱ្យរំខាន។** យើងទាំងអស់សុទ្ធតែមានកាយវិការផ្ទាល់ខ្លួន ដូចជាការពាក់វ៉ែនតា និងការដោះវ៉ែនតាចេញ ការគោះម្រាមដៃ។ល។ សូមប្រមូលយោបល់ត្រឡប់ ដើម្បីកំណត់ថាតើទម្លាប់ណាខ្លះដែលអ្នកត្រូវដោះស្រាយ។

- **ការប្រើប្រាស់កាយវិការ។** ថាមពលទាំងមូលនៃបទបង្ហាញត្រូវបានពង្រឹងដោយការប្រើប្រាស់កាយវិការ។ សូមព្យាយាមកុំឈរនឹងថ្កល់នៅនឹងមួយកន្លែង។

- **ជំហរដងខ្លួន។**សូមឈរ ឬអង្គុយក្នុងជំហរដងខ្លួនដែលធូរស្បើយ ប៉ុន្តែមានការចាប់អារម្មណ៍ខ្ពស់។ ការឈរ គឺប្រសើរជាងនៅពេលធ្វើបទបង្ហាញ។ ការឈរធ្វើឱ្យចំណាប់អារម្មណ៍ផ្តោតលើអ្នក និងអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកអាចមើលឃើញអ្នកស្តាប់កាន់តែច្បាស់។

- **ការផ្លាស់ទី។**ការផ្លាស់ទីបន្ថែមភាពសម្រុះគ្នា និងការសង្កត់ធ្ងន់ ហើយក៏អាចនាំអ្នកចេញពីផ្ទូឡៀមដែលជារបាំងខណ្ឌអ្នកពីអ្នកស្តាប់។ ការផ្លាស់ទីក៏អាចជាសញ្ញាបង្ហាញការផ្លាស់ប្តូរខ្លឹមសារក្នុងបទបង្ហាញផងដែរ។

- **រក្សាទំនាក់ទំនងក្រសែភ្នែក។** ត្រូវស្គាល់ឯកសាររបស់អ្នកឱ្យបានច្បាស់គ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីឱ្យអ្នកអាចសម្លឹងទៅអ្នកស្តាប់បានច្រើននាក់បំផុតតាមដែលអាចធ្វើបាន។ទំនាក់ទំនងខ្សែភ្នែកក៏អាចផ្តល់ចំណាប់អារម្មណ៍ស្តីពីការបើកចំហផងដែរ។



- **និងមិនត្រូវបែរខ្នងរបស់អ្នកដាក់អ្នកស្តាប់ឡើយ!**នេះជាសញ្ញាបញ្ជាក់យ៉ាងច្បាស់ថា អ្នកជិតបាត់បង់អ្នកស្តាប់របស់អ្នកហើយ។

- **មិនត្រូវបណ្តោយឱ្យផ្ទូឡៀមក្លាយជារបាំងខណ្ឌរូបអ្នកពីអ្នកស្តាប់ឡើយ។**ការតោងជាប់ផ្ទូឡៀមបង្ហាញថា អ្នកកំពុងភ័យ។

- **ចៀសវាងកុំច្រាត់ចង្កេះ។** ផ្ទុយមកវិញត្រូវធ្វើកាយវិការណាដែលពង្រឹងដល់សាររបស់អ្នកឱ្យកាន់តែរឹងមាំថែមទៀត។ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើអ្នកមានបីចំណុច សូមរាប់ម្រាមដៃមួយ ពីរ បី។

- **ចៀសវាងកុំឱបដៃ។** ជាថ្មីម្តងទៀត នេះជារបាំងមួយខណ្ឌរូបអ្នកពីអ្នកស្តាប់ហើយធ្វើឱ្យគេមើលមកអ្នកហាក់កំពុងលាក់បាំងអ្វីម៉្យាង។

- **កុំដាក់ដៃចូលក្នុងហោប៉ៅ។** ការធ្វើបែបនេះ អាចបំបាត់ឱកាសធ្វើកាយវិការដោយប្រើដៃ និងធ្វើឱ្យជម្រើសរបស់អ្នកកាន់តែមានកម្រិតកំណត់ថែមទៀត។

- **ឈរត្រង់ខ្លួន**ដោយឱ្យទម្ងន់របស់អ្នកស្ថិតលើជើងទាំងពីរជាជំហរខ្លួនគួរជាទីចង់បានសម្រាប់ការធ្វើបទបង្ហាញ។

- **កាយវិការ។** ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាឱ្យកាយវិការរបស់អ្នកមានលក្ខណៈខុសប្លែកគ្នាខ្លះ។ ទោះយ៉ាងណាក្តី អ្នកមិនចង់ឱ្យគេមើលមកប្រៀបបីដូចជាមនុស្សយន្ត និងមានលក្ខណៈដូចគល់ឈើខ្លាំងពេកនោះទេ។

ការនិយាយតាមរបៀបឱ្យមានលក្ខណៈកម្មករទទេះ៖ តើត្រូវនិយាយអ្វី? តើត្រូវនិយាយដូចម្តេច?

ចំណែកសម្លេង

- **កម្តៅសាច់ដុំសម្លេងរបស់អ្នក។** ត្រូវធ្វើលំហាត់សម្លេងខ្លះៗ មុនពេលអ្នកចាប់ផ្តើមនិយាយ។

- **លុបបំបាត់ប្រយោគរំខាន** ដូចជា អឺ អូខេ អ៊ាំ។ល។ ពាក្យទាំងនេះ ពុំចូលរួមវិភាគទានចំពោះបទបង្ហាញរបស់អ្នកឡើយ។

- **គ្រប់គ្រងកម្រិតសម្លេងរបស់អ្នក** ក៏ជាឧបករណ៍ដ៏មានឥទ្ធិពលផងដែរ។ គ្រប់ពេលដែលអ្នកផ្លាស់ប្តូរកម្រិតឮជាងមុន ឬតិចជាងមុននៃសម្លេង អ្នកស្តាប់នឹងផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះអ្នក។ សូមទាញប្រយោជន៍ពីការលើកដាក់សម្លេងនេះ។

- **ប្រើប្រាស់ការឈប់និយាយមួយរយៈខ្លី។** ការឈប់និយាយមួយរយៈខ្លី គឺជាផ្នែកដ៏ចាំបាច់នៃដំណើរការនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទង ដែលការផ្តល់ពេលវេលាឱ្យគំនិតជ្រួតជ្រាប។វិធីនេះ ក៏ជួយត្រួសត្រាយផ្លូវសម្រាប់ផ្តល់ភាពសំខាន់ដល់អ្វីដែលនឹងត្រូវលើកឡើងបន្ទាប់ទៀតផងដែរ។ សូមកុំខ្លាចក្នុងការផ្អាកនិយាយមួយរយៈខ្លីគ្រប់ពេលដែលអាចធ្វើបាន។

ការប្រើប្រាស់ PowerPoint

PowerPoint ប្រហែលជាការច្នៃប្រឌិតបង្កើតថ្មីសម្រាប់ការនិយាយជាសាធារណៈដ៏ល្អអស្ចារ្យបំផុតក្នុងរយៈពេលពីរទសវត្សកន្លងមកនេះ។ ប៉ុន្តែអ្វីដែលជាបញ្ហានោះគឺ មនុស្សជាច្រើនមានអារម្មណ៍ថាពុំអាចនិយាយបាន ប្រសិនបើគ្មានសុវត្ថិភាពផ្តល់ដោយ PowerPoint ទេនោះ។ មនុស្សមាននិន្នាការច្រើនតែភ្លេចថា គឺរូបពួកគេដែលជាអ្នកធ្វើបទបង្ហាញ ពុំមែនជា PowerPoint នោះឡើយ។

ខាងក្រោមនេះ គឺជាគន្លឹះមួយចំនួនអំពីរបៀបប្រើ PowerPoint ក្នុងការធ្វើបទបង្ហាញរបស់អ្នក៖

- **តើអ្នកត្រូវការ PowerPoint ឬទេ?** ជាដំបូង ត្រូវសួរខ្លួនឯងថា តើអ្នកពិតជាត្រូវការ PowerPoint ឬទេ។ PowerPoint គួរត្រូវបានប្រើប្រាស់តែក្នុងករណីអ្នកគិតថា ព័ត៌មានដែលឃើញតាមរយៈភ្នែកនេះនឹងអាចជួយបង្កើតភាពច្បាស់លាស់ និងផលប៉ះពាល់នៃសាររបស់អ្នក។ មិនគួរប្រើប្រាស់ PowerPoint គ្រាន់តែដើម្បីធ្វើឱ្យអ្នកមានអារម្មណ៍ងាយស្រួលក្នុងការធ្វើបទបង្ហាញនោះឡើយ។

- **សូមកុំធ្វើឱ្យ PowerPoint ក្លាយជារនាំងខណ្ឌរូបអ្នកជាមួយអ្នកស្តាប់ ហើយសូមកុំអានតាមពាក្យនៅក្នុង PowerPointទាំងស្រុង។** ពុំមានអ្វីអាក្រក់ជាងនរណាម្នាក់អានអក្សរទាំងអស់ដែលមាននៅក្នុង PowerPoint របស់ខ្លួនឡើយ។ វិធីបានត្រឹមតែខ្ជះខ្ជាយពេលវេលារបស់មនុស្សគ្រប់គ្នាដែលចូលរួម ហើយប្រាកដជាងាយស្រួលជាងសម្រាប់គណៈប្រតិភូ ប្រសិនបើពួកគេគ្រាន់តែបានទទួលអ៊ីម៉ែលបទបង្ហាញនោះ។ អ្នកអាចលើកឡើងអំពី PowerPoint ប៉ុន្តែសូមប្រើអក្សរចោះៗ ប៉ុណ្ណោះពី ក្នុង PowerPoint នោះ។

- **រក្សាស្លាយរបស់អ្នកឱ្យខ្លីៗ។** ត្រូវចៀសវាងកុំឱ្យមានព័ត៌មានច្រើនពេក/ពាក្យច្រើនពេក។ ជាការល្អអ្នកគួរតែមានចំណុចទ្រេបីទៅបួនប៉ុណ្ណោះក្នុងមួយទំព័រ ហើយជារឿយៗគួរតែតិចជាងនេះ។ នៅពេលដែលមានអក្សរលើអេក្រង់ អ្នកស្តាប់ប្រាកដជាអានអក្សរនោះ ហើយពុំស្តាប់អ្នកឡើង។

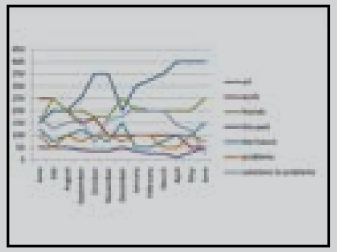
- **សូមប្រើក្រាហ្វិចម្តងម្កាល ហើយធានាយ៉ាងណាឱ្យក្រាហ្វិចនោះមានលក្ខណៈពាក់ព័ន្ធ។** ការបង្ហាញតាមរូបភាពចាំបាច់ត្រូវតែសាមញ្ញ ច្បាស់លាស់ ហើយមានគោលបំណងកំណត់ជាក់លាក់៖ ដើម្បីគាំទ្រដល់អ្នកធ្វើបទបង្ហាញ។ ជំនួយតាមរយៈរូបភាពទាំងនេះ គួរតែមានទំហំធំគ្រប់គ្រាន់ ដើម្បីឱ្យមនុស្សក្នុងបន្ទប់ទាំងមូលអាចមើលឃើញបាន។

- **ត្រូវរក្សាស្លាយរបស់អ្នកឱ្យស្អាត និងស៊ីសង្វាក់។** សូមកុំធ្វើឱ្យស្លាយច្របូកច្របល់ និងផ្ទុយផ្ទុងគ្នាជាពិសេស ប្រសិនបើស្លាយទាំងនោះមានទំហំអក្សរ ពណ៌អក្សរ ឬការរចនាស្លាយខុសគ្នា។ ការធ្វើបែបនេះ រំខានអារម្មណ៍របស់អ្នកស្តាប់ឱ្យងាកចេញពីសារ។ ម្យ៉ាងទៀតសូមធ្វើយ៉ាងណាកុំឱ្យរូបសញ្ញា រំខានដល់សាររបស់អ្នក ដោយរូបសញ្ញា ទាំងនោះចាំបាច់ត្រូវតែមិនសូវលេចធ្លោរ។

- **ប្រើទ្រង់ទ្រាយអក្សរសាមញ្ញ។** សូមប្រើទ្រង់ទ្រាយអក្សរសាមញ្ញ ហើយមិនត្រូវឱ្យមានច្រើនលើសពីពីរនោះឡើយ។ ប្រសិនបើអាច សូមឱ្យសហការីរបស់អ្នកជាអ្នកចុចផ្លាស់ស្លាយ ដើម្បីឱ្យអ្នកអាចទំនេរក្នុងការផ្លាស់ទី និងផ្តោតអារម្មណ៍។

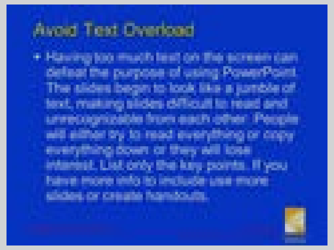
- **ចៀសវាងអក្សរធំ (capital letters)។** អ្នកចូលរួមចាំបាច់ត្រូវអាចអានទ្រង់ទ្រាយនៃពាក្យក៏ដូចជាតួអក្សរបាន។ ប៉ុន្តែអក្សរធំធ្វើឱ្យពិបាក ព្រោះវាធ្វើឱ្យគ្រប់ពាក្យទាំងអស់មានរាងជ្រុងដែលកាន់តែធ្វើឱ្យពិបាកអាន។

POWERPOINT – អ្វីដែលគួរចៀសវាង...



ក្រាហ្វិចមិនច្បាប់លាស់...

ផ្ទៃខាងក្រោយរំខានដល់ចំណាប់អារម្មណ៍...



អក្សរច្រើនពេក...

ជម្រើសទម្រង់អក្សរមិនល្អ...

ការនិយាយតាមនាមឱ្យគណៈកម្មការទទួលបន្ទុក៖ តើត្រូវនិយាយអ្វី? តើត្រូវនិយាយយ៉ាងដូចម្តេច?

- **សូមនិយាយទៅកាន់អ្នកស្តាប់ ពុំមែនទៅកាន់PowerPoint ឡើយ។** សូមនិយាយទៅកាន់អ្នកស្តាប់ ពុំមែននិយាយទៅកានអេក្រង់ឡើយ។ ឧបករណ៍ជំនួយការមើលឃើញ គួរគាំទ្រដល់អ្នកនិយាយ ពុំមែនអ្នកនិយាយគាំទ្រដល់ឧបករណ៍ជំនួយការមើលឃើញឡើយ។

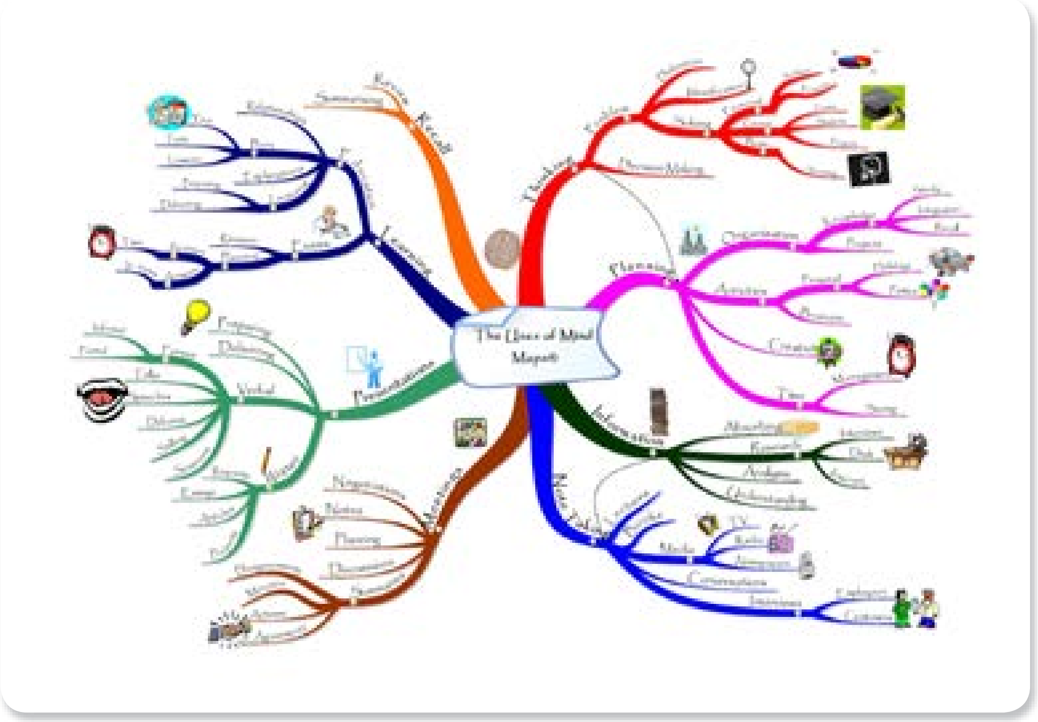
- **ត្រូវមានលក្ខណៈស៊ីសង្វាក់។** សូមរក្សាបែបបទ និងភាពបន្តជាប់គ្នារវាងស្លាយមួយទៅស្លាយមួយ។ ម៉្យាងទៀត ត្រូវធានាយ៉ាងណាឱ្យគ្រប់បុគ្គលិកគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និង NMC ទាំងអស់ដែលធ្វើបទបង្ហាញ ប្រើប្រាស់ទម្រង់គំរូប្រហាក់ប្រហែលគ្នា។

- **ត្រូវរក្សាល្បឿនដដែល និងបន្តបនិយាយនៅពេលស្លាយកំពុងផ្លាស់ប្តូរ។ សូមហ្វឹកហាត់ធ្វើបែបនេះ។** ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាឱ្យមានលក្ខណៈទាក់ទាញ និងវិជ្ជាជីវៈខ្ពស់។

ជម្រើសទម្រង់អក្សរមិនល្អ

ការធ្វើផែនទីគំនិត។វិធីមួយដើម្បីរៀបរចនាសម្ព័ន្ធPowerPointរបស់អ្នកឱ្យកាន់តែល្អ គឺការធ្វើផែនទីគំនិតពោលគឺជាដ្យាក្រាមួយត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីបង្ហាញមូលបទផ្សេងៗគ្នា ហើយដែលផ្សារភ្ជាប់ជាមួយពាក្យគន្លឹះកណ្តាលមួយ ឬគំនិតគោលមួយ។

ការធ្វើផែនទីគំនិតពាក់ព័ន្ធជាមួយសមត្ថភាពក្នុងការវិភាគ និងតភ្ជាប់ចំណុចនានា ដើម្បីអាចប្រើប្រាស់ចំណេះដឹងប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហា និងគិតប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ មានកម្មវិធីធ្វើផែនទីគំនិតជាច្រើនដែលអ្នកអាចយកមកប្រើ ឬអ្នកគ្រាន់តែប្រើក្រដាសមួយសន្លឹកដើម្បីចាប់ផ្តើមធ្វើផែនទីគំនិតទាំងអស់ចេញមក។



សូមមើលhttp://www.mind-mapping.co.ukសម្រាប់ឧទាហរណ៍បន្ថែម។

បញ្ជីត្រួតពិនិត្យសម្រាប់វគ្គឆ្លើយតបសំណួរ

- កុំបន្ទូរអារម្មណ៍ជ្រុលហួសពេក
- ចំណាយពេលឆ្លើយសំណួរ
- ប្រើប្រាស់ឈ្មោះ
- សរសើរអ្នកសួរ
- ផ្តល់ការគោរពចំពោះសំណួរ
- បង្ហាញការចូលរួម
- មានភាពស្មោះត្រង់
- កុំអួតអាង
- មិនជាការអ្វីក្នុងការនិយាយថា "ខ្ញុំមិនដឹងទេ"

ការទទួលសំណួរ និងចម្លើយ

ក្រោយពេលធ្វើបទបង្ហាញ ទំនងជាអាចមានសំណួរ និងចម្លើយ (Q&As) ជាមួយអ្នកចូលរួម។ គន្លឹះមួយចំនួនអំពីរបៀបទទួលសំណួរ និងគ្រប់គ្រងវគ្គនេះ៖

- **ប្រហែស និងបន្ទូរអារម្មណ៍ជ្រុលហួសហេតុដោយសារតែការធ្វើបទបង្ហាញបានកន្លងហួសហើយ។** អ្នកនៅតែត្រូវចាកចេញពីផ្លូវឡើម ដោយមានចំណាប់អារម្មណ៍អវិជ្ជមានជាមួយអ្នកស្តាប់ប្រសិនបើអ្នកពុំធ្វើបានល្អនៅក្នុងវគ្គ Q&A។

- **សូមចំណាយពេលឆ្លើយតបសំណួរ។** វាគ្មិនជាច្រើនឈានជើងចូលមកដោយគិតថា ពួកគេដឹងនូវសំណួរមុនពេលអ្នកសួរបានបញ្ចប់ប្រយោគ។ ប៉ុន្តែបន្ទាប់មកគេហាក់ធ្វើមុខភ្លីភ្លើពេលដែលបានស្តាប់ឃើញថា នោះពុំមែនជាសំណួរដែលអ្នកសួរសួរឡើយ។ ជាការសំខាន់ដែលត្រូវអត់ធ្មត់ និងរង់ចាំរហូតទាល់តែសំណួរទាំងស្រុងត្រូវបានសួរចប់សព្វគ្រប់។

- **សូមប្រើឈ្មោះប្រសិនបើអ្នកអាច។** អ្នកទំនងជាមិនស្គាល់ឈ្មោះមនុស្សទាំងអស់ដែលកំពុងស្តាប់អ្នកនិយាយទេ ប៉ុន្តែប្រសិនបើអ្នកស្គាល់មនុស្សនោះ សូមប្រើឈ្មោះរបស់គេបានដោយសេរី។ ការហៅឈ្មោះអាចធ្វើឱ្យអ្នកស្ថិតក្នុងជំហរអាចគ្រប់គ្រងស្ថានភាពបាន ហើយធ្វើឱ្យអ្នកស្តាប់ទៅហាក់មានចំណេះដឹង ហើយអ្នកសួរក៏ចង់ទទួលបានការទទួលស្គាល់ដែរ។

- **សូមកុំខ្លាចក្នុងការនិយាយសរសើរដល់អ្នកសួរ។** "សំណួរនេះ គួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍" ឬ "នេះគឺជាសំណួរដ៏ល្អ" គឺជាឧទាហរណ៍ ពីរ។ សូមកុំធ្វើឱ្យមានការយល់ឃើញថា សំណួរ ដទៃផ្សេងទៀតគឺសុទ្ធតែជាសំណួរមិនល្អ!

- **បង្ហាញការគួរសមចំពោះគ្រប់សំណួរទាំងអស់។** ជាការសំខាន់ណាស់ ដែលអ្នកត្រូវមានការគួរសមចំពោះគ្រប់សំណួរ បើទោះបីជាអ្នកចាត់ទុកសំណួរនោះថាជាសំណួររាក់បន្តិចក្តី។

ការនិយាយតាងនាមឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ៖ តើត្រូវនិយាយអ្វី? តើត្រូវនិយាយយ៉ាងដូចម្តេច?

- **បង្ហាញការចាប់អារម្មណ៍ និងចូលរួម។** ជាការសំខាន់ណាស់ ដែលត្រូវបង្ហាញថា អ្នកចាប់អារម្មណ៍ បើទោះបីជាអ្នកពុំឆ្លើយតបសំណួរនោះក្តី។ ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាស្តាប់មតិអ្នកដទៃផ្សេងទៀតទាំងអស់នៅក្នុងក្រុម។

- **ផ្តល់ពេលឱ្យខ្លួនឯងមុនពេលឆ្លើយសំណួរ។** សូមកុំប្រញាប់ប្រញាល់ឆ្លើយ។ ឧទាហរណ៍ ពុំមានអ្វីខុសឆ្គងនោះទេក្នុងការផ្អាកមិននិយាយយូរបន្តិច។ ការនិយាយសំណួរឡើងវិញ ក៏អាចផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវចន្លោះដកដង្ហើមចាំបាច់ដើម្បីអភិវឌ្ឍចម្លើយរបស់អ្នកផងដែរ។

- **ត្រូវមានភាពស្មោះត្រង់ជាមួយមនុស្ស។** ប្រសិនបើអ្នកនិយាយប្រាប់នរណាម្នាក់ថា អ្នកនឹងត្រឡប់មកសំណួររបស់គេវិញ ដោយផ្តល់ព័ត៌មានមួយចំនួន នោះត្រូវធ្វើយ៉ាងណាធានាឱ្យបានថា អ្នកនឹងត្រឡប់មករកសសំណួរនោះវិញពិតមែន។

- **មិនត្រូវអួតអាង** ប៉ុន្តែមិនត្រូវខ្លាចមិនហ៊ានបង្ហាញឱ្យគេឃើញអំពីបទពិសោធន៍របស់អ្នកឡើយ។ “ខ្ញុំបានចំណាយពេលវេលា ១០ ឆ្នាំដើម្បីសិក្សាលើផលប៉ះពាល់គម្រោងកាត់បន្ថយគ្រោះទឹកជំនន់ទន្លេសាប ហើយខ្ញុំអាចនិយាយដោយគ្មានការសង្ស័យថា ...” ឬ “ពេលខ្ញុំធ្វើបទបង្ហាញអំពីចំណងទាក់ទងរវាងការលូតលាស់ផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងការប្រើប្រាស់ថាមពលអគ្គិសនីក្នុងទីក្រុងវៀងច័ន្ទជូនដល់ក្រសួងថាមពល”។ល។

- **មិនត្រូវខ្លាចមិនហ៊ាននិយាយថា “ខ្ញុំមិនដឹងទេ” នោះទេ។** ដូចបានបញ្ជាក់ខាងដើមមកហើយថា មិនត្រូវស្មានចំពោះចម្លើយណាមួយ ឬឈានចេញទៅក្រៅដែនសុវត្ថិភាពរបស់អ្នកទាក់ទងជាមួយភាពជំនាញរបស់អ្នកឡើយ។

តួនាទីរបស់អ្នកសម្របសម្រួល

តួនាទីមួយដែលគេច្រើនមើលរំលងនៅសន្និសីទ គឺតួនាទីរបស់អ្នកសម្របសម្រួល ដែលពុំមែនជានិច្ចជាកាលតែងធ្វើបទងបង្ហាញនោះទេ ប៉ុន្តែគាត់ជាអ្នកសម្របសម្រួលវគ្គ និងបើកឱ្យសួរសំណួរ (នៅក្នុងកិច្ចប្រជុំក៏អាចមានអ្នកសម្របសម្រួលកិច្ចប្រជុំផងដែរ)។

តួនាទីនេះ ជាតួនាទីដ៏សំខាន់ដែលត្រូវមានជំនាញជាច្រើន រួមទាំងជំនាញក្នុងការរក្សាធ្វើយ៉ាងណាឱ្យការសន្ទនាស្ថិតនៅក្នុងប្រធានបទ និងធានាយ៉ាងណាឱ្យសម្លេងរបស់មនុស្សគ្រប់រូប ត្រូវបានគេស្តាប់ឮ។ ដូច្នេះ តើអ្វីខ្លះដែលធ្វើឱ្យអ្នកសម្របសម្រួលម្នាក់ជាអ្នកសម្របសម្រួលល្អ?

- **កំណត់បរិបទ និងមានភាពច្បាស់លាស់។** ត្រូវមានភាពច្បាស់លាស់អំពីប្រធានបទដែលអ្នកនឹងគ្របដណ្តប់នៅក្នុងសិក្ខាសិលា ឬវគ្គធ្វើបទបង្ហាញ ព្រមទាំងគោលបំណង។

- **រក្សាវិន័យ។ ត្រូវធានាយ៉ាងណាកុំឱ្យវាគ្មិននិយាយចាកប្រធានបទ ឬនិយាយយូរពេក។** ជាការល្អប្រសិនបើអ្នកអាចពិនិត្យឡើងវិញលើបទបង្ហាញរបស់វាគ្មិនជាមុន និងផ្តល់មតិ។

- **បង្ហាញឱ្យគេឃើញវត្តមាន និងសមត្ថកិច្ចរបស់អ្នក។** អ្នកសម្របសម្រួលចាំបាច់ត្រូវមានភាពហ្មត់ចត់ ហើយអ្នកគួរទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ពីមនុស្សគ្រប់រូប។ ប្រហែលជាអ្នកអាចណែនាំដោយសង្ខេបអំពីបទពិសោធន៍របស់អ្នកក្នុងលក្ខណៈដោយមិនអួតអាង។ “ខ្ញុំបានធ្វើការក្នុងវិស័យគ្រប់គ្រងធនធានទឹកអស់រយៈពេល ២០ កន្លងមកហើយ។”

- **រក្សាឯករាជ្យភាព។** ត្រូវយល់ច្បាប់ថា ក្នុងនាមជាអ្នកសម្របសម្រួល អ្នកត្រូវមានលក្ខណៈឯករាជ្យ (បើទោះបីជាអ្នកពុំយល់ស្របជាមួយអ្វីដែលគេលើកឡើងក្តី)។ មិនត្រូវមានការវិនិច្ឆ័យទៅលើទស្សនៈយល់ឃើញរបស់មនុស្សដទៃឡើយ ហើយត្រូវមានជំហរតុល្យភាព។

- **មានការត្រៀមរៀបចំ និងគិតប្រមើលទុកជាមុន។** ត្រូវរៀបចំប្រធានបទជាមុន និងព្យាករណ៍ទុកនូវបញ្ហាងាយរសើបបំផុត ដែលទំនងជាត្រូវបានលើកឡើងក្នុងដំណាក់កាលសំណួរ និងចម្លើយ។

- **សិក្សាអំពីវាគ្មិនដទៃទៀត។** ស្វែងយល់អំពីវាគ្មិនដទៃទាក់ទាងជាមួយចំណុចគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍អំពីពួកគេជាដើម។ ស្នើសុំជីវប្រវត្តិសង្ខេប ដែលអាចក្លាយជាផ្នែកមួយនៃសេចក្តីផ្តើមរបស់អ្នកមុនពេលការធ្វើបទបង្ហាញនីមួយៗ។

- **សួរសំណួរ។ មិនត្រូវខ្លាចមិនហ៊ានសួរសំណួរខ្លួនឯងឡើយ។** ជាពិសេសប្រសិនបើអ្នកមានអារម្មណ៍ថា សំណួរនោះចាំបាច់ត្រូវសួរ ដើម្បីបំពេញចន្លោះប្រហោងដែលមាននៅក្នុងការពិភាក្សា។

- **គ្រប់គ្រងស្ថានភាព និងរក្សាភាពនឹងន។** ត្រូវធានាយ៉ាងណាឱ្យអ្នកអាចគ្រប់គ្រងស្ថានភាព និងរក្សាភាពនឹងន ព្រមទាំងមានភាពគួរសមគ្រប់ពេលវេលា។ ពេលខ្លះសំណួរអាចមានលក្ខណៈបង្កជម្លោះ មានការរំខានពីអ្នកស្តាប់ វាគ្មិននិយាយយូរពេក។ល។ សូមពន្យល់អ្វីៗទាំងនោះដោយនឹងន និងគួរសម ហើយព្យាយាមផ្តល់ច្រកផ្លូវប្រកបដោយការស្ថាបនាឆ្ពោះទៅមុខ។ “អត់ទោស ខ្ញុំសូមអនុញ្ញាតសុំអ្នកចូលរួមរក្សាភាពស្ងៀមស្ងាត់” “ខ្ញុំសូមស្នើឱ្យវាគ្មិនសង្ខេបបទបង្ហាញរបស់ខ្លួន” “ខ្ញុំសូមស្នើឱ្យអ្នកសួរសំណួរក្នុងលក្ខណៈគួរសម និងមានលក្ខណៈស្ថាបនាមុននឹងយើងបន្តទៅមុខទៀត...”

- **ចង្រិចយកប្រធានបទ និងចំណុចបញ្ហាសំខាន់ៗ។** ពិនិត្យរកចំណងតភ្ជាប់រវាងប្រធានបទដែលត្រូវបានលើកមកពិភាក្សាដោយវាគ្មិន។ ធ្វើយ៉ាងណាជួយដល់អ្នកស្តាប់ឱ្យតភ្ជាប់ចំណុចផ្សេងៗភ្ជាប់គ្នា។

- **ផ្តល់គំនិតមួយចំនួនដល់មនុស្សក្នុងបន្ទប់។** តើអ្វីជាប្រយោជន៍របស់ពួកគេ?តើអ្នកអាចបង្វិតការសន្ទនា និងចម្លើយឱ្យខិតទៅជិតអ្វីដែលពួកគេចង់ស្តាប់ឮដោយរបៀបណា?

- **ដាក់កម្រិតកំណត់លើចំនួនសំណួរដែលមនុស្សម្នាក់លើកឡើង។** សូមកុំអនុញ្ញាតឱ្យមនុស្សតែម្នាក់គ្របដណ្តប់លើសំណួរទាំងអស់។ ម៉្យាងទៀត សូមស្នើឱ្យអ្នកសួរសំណួរទាំងអស់បញ្ជាក់ឈ្មោះ និងស្ថាប័នដែលពួកគេតំណាងឱ្យ។

- **ទាញសេចក្តីសន្និដ្ឋាន។** ទាញយកជំហរផ្សេងៗគ្នានៅក្នុងការពិភាក្សាមករួមគ្នាក្នុងយោបល់ចុងក្រោយរបស់អ្នក។ សូមព្យាយាមបញ្ចប់ចំណុចក្តៅប្រយោគផ្តោតទៅលើសកម្មភាពមួយចំនួន។ ម៉្យាទៀតត្រូវធានាយ៉ាងណាឱ្យអ្នកបានថ្លែងអំណរគុណដល់វាគ្មិន។

ជំពូកទី ៩.

ការធ្វើឱ្យមានការចូលរួមពីភាគីពាក់ព័ន្ធ

គោលការណ៍ជាមូលដ្ឋានក្នុងការប្រាស្រ័យ ទាក់ទងក៏ត្រូវអនុវត្តជាមួយគ្រប់មនុស្ស ដែលធ្វើការជាមួយផងដែរ។ ផ្នែកនេះ ដាក់បញ្ចូលនូវមតិយោបល់បន្ថែមមួយចំនួនទៀត អំពីរបៀបដើម្បីទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកស្តាប់ជាក់លាក់ ពោលគឺរួមមានដូចជាអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលម្ចាស់ជំនួយ និងសាធារណជនទូទៅ។ ជាថ្មីម្តងទៀត នេះជាការសង្កេតទូទៅប៉ុណ្ណោះ ហើយចាំបាច់ត្រូវការកែសម្រួល ឱ្យត្រូវទៅតាមស្ថានភាព ជាក់ស្តែងផ្អែកលើចំណេះដឹងរបស់អ្នក ស្តីអំពីអ្នកស្តាប់ជាក់លាក់។

- ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយម្ចាស់ជំនួយ
- ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល
- ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយរដ្ឋាភិបាល
- ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសាធារណជន

ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយម្ចាស់ជំនួយ

មនុស្សជាច្រើននៅក្នុងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ចំណាយពេលភាគច្រើននៅក្នុងអាជីពរបស់ខ្លួន ធ្វើការទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកផ្តល់ជំនួយ ហេតុនេះ យើងពុំចាំបាច់និយាយ ក៏ពួកគេដឹងថា ការរក្សាទំនាក់ទំនងល្អជាមួយអ្នកផ្តល់ជំនួយនេះ គឺមានភាពចាំបាច់ណាស់ ដើម្បីទទួលបានធនធាន និងសុឆន្ទៈបន្តទៅទៀត។ ចំណងទាក់ទងកាន់តែរឹងមាំជាមួយម្ចាស់ជំនួយ ច្រើនតែអាចជួយធានាឱ្យអ្នក ផ្តល់ជំនួយបន្តគាំទ្រគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងកម្មវិធីរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ តទៅទៀត។

អ្នកផ្តល់ជំនួយចង់ប្រាកដក្នុងចិត្តថាគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គប្រើប្រាស់មូលនិធិ របស់ខ្លួនប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពការងារ និងប្រសិទ្ធភាពចំណាយខ្ពស់ ដែលលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរជាវិជ្ជមានតាមរយៈកម្មវិធី ដែលពួកគេផ្តល់មូលនិធិ និងធ្វើសកម្មភាពដែលឆ្លុះបញ្ចាំងយ៉ាងល្អអំពីអ្នកផ្តល់ជំនួយ។ ខាងក្រោមនេះ គឺជាគន្លឹះមួយចំនួនដើម្បីពង្រឹងទំនាក់ទំនងជាមួយអ្នកផ្តល់ជំនួយ និងធានាឱ្យមានភក្តីភាពជាបន្តពីអ្នកផ្តល់ជំនួយ។

- **បង្កើតទំនាក់ទំនងជាវិជ្ជមានតាំងពីដើមដំបូងទៅ។** ការងារនេះ អាចរួមមានការរៀបចំកិច្ចប្រជុំអាហារពេលថ្ងៃត្រង់ កិច្ចព្រមព្រៀងពិនិត្យឡើងវិញ ការបង្កើតតួនាទី និងការទទួលខុសត្រូវច្បាប់លាស់ និងការគ្រប់គ្រងលើការរំពឹងទុក។ ជាការចាំបាច់ណាស់ដែលត្រូវស្វែងយល់ថាតើអ្នកផ្តល់ជំនួយចង់បានអ្វីពីទំនាក់ទំនងជាមួយពួកយើង។ ត្រូវសួរសំណួរ និងសិក្សាថាតើ អ្នកផ្តល់ជំនួយចង់ស្តាប់ឮពីអ្នកញឹកញាប់កម្រិតណា និងតាមវិធីណា។ ការចាប់ផ្តើមដំបូងដ៏ល្អ នឹងបង្កើតឱ្យមានវេទិកាដ៏រឹងមាំសម្រាប់ការប្រាស្រ័យទាក់ទងដោយបើកចំហ និងកិច្ចសហការដើម្បីឈានឆ្ពោះទៅមុខ។

- **បង្កើតពិធីសារដើម្បីប្រាស្រ័យទាក់ទង។** ភ្ជាប់ជាមួយចំណុចនេះ ជាការសំខាន់ណាស់ដែលត្រូវបង្កើតវិធានជុំវិញការប្រាស្រ័យទាក់ទង។ វិធានទាំងនេះ អាចគ្របដណ្តប់លើប្រភេទព័ត៌មានដែលចាំបាច់ត្រូវចែករំលែក និងថាតើត្រូវចែករំលែកជាមួយនរណាខ្លះ។ ការបង្កើតបញ្ជីឈ្មោះបុគ្គលិកក្នុងគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ដែលតម្រូវឱ្យចែករំលែកព័ត៌មាន និងគ្របដណ្តប់លើវិស័យជាក់លាក់នៃជំនាញឯកទេស រាប់ចាប់តាំងពីផ្នែកបច្ចេកទេសទៅដល់ការប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុ។

  មនុស្សទាំងអស់នេះ មានទំនាក់ទំនងផ្ទាល់ជាមួយអ្នកផ្តល់ជំនួយ ឬអ្នកផ្តល់ជំនួយអាចឆ្លងកាត់តាមអ្នកពិនិត្យតាមដានទោលតែមួយ។ ការងារនេះ គឺអាស្រ័យទៅតាមស្ថានភាព ហើយមានការប្រែប្រួលផ្អែកលើបុគ្គលិកដែលពាក់ព័ន្ធ។ ទាក់ទងជាមួយផ្នែកភស្តុភារ ជាការសំខាន់ផងដែរដែលត្រូវយល់ច្បាប់ថាតើ អ្នកផ្តល់ជំនួយចង់បានការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមរបៀបណា ឧទាហរណ៍ តើតាមរយៈទូរស័ព្ទ អ៊ីម៉ែល កិច្ចប្រជុំប្រចាំខែ ឬយ៉ាងណា។ ជាការល្អ ចំណុចទាំងនេះ គួរត្រូវបានដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងកម្រងគោលការណ៍ណែនាំស្តីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងសម្រាប់អ្នកផ្តល់ជំនួយនីមួយៗ ដែលអាចត្រូវបានចែកជូនទៅដល់បុគ្គលិក។

- **ការចងក្រងជាឯកសារស្តីពីសកម្មភាព។** ក្រោយពេលកិច្ចប្រជុំ ឬការសន្ទនាសំខាន់ៗ សូមបញ្ជូនសេចក្តីសង្ខេបជាលាយល័ក្ខណ៍អក្សរស្តីពីបញ្ហាដែលត្រូវបានពិភាក្សានិងសកម្មភាពដែលត្រូវតាមដានបន្ត។ ការធ្វើបែបនេះ អាចអនុញ្ញាតឱ្យមានកំណត់ត្រាស្តីពីកិច្ចប្រជុំ និងចៀសវាងការយល់ច្រឡំនាពេលអនាគត។

- **ជានិច្ចជាកាលត្រូវមានលក្ខណៈឆ្លើយតប!** សូមឆ្លើយតបឱ្យបានឆាប់បំផុតតាមដែនអាចធ្វើបានចំពោះការស្នើសុំរបស់អ្នកផ្តល់ជំនួយ និងគ្រប់គ្រងការរំពឹងទុករបស់ពួកគេ ប្រសិនបើព័ត៌មានដែលត្រូវការត្រូវចំណាយពេលសម្រាប់ការចងក្រង។ មិនត្រូវកាត់បន្ថយគុណភាពការងារ ដើម្បីឆ្លើយតបតាមកាលបរិច្ឆេទកំណត់ដែលមិនអាចសម្រេចបានជាក់ស្តែងនោះឡើយ។

- **បញ្ជូនលទ្ធផលការងារឱ្យទាន់ពេលវេលា។** ការឆ្លើយតបតាមកាលបរិច្ឆេទកំណត់បង្ហាញអំពីលក្ខណៈវិជ្ជាជីវៈ និងភាពគួរជាទីទុកចិត្ត។ ប្រសិនបើពុំអាចឆ្លើយតបតាម កាលបរិច្ឆេទកំណត់ដោយសារហេតុផលណាមួយ ត្រូវជម្រាបប្រាប់ដល់មនុស្សពាក់ព័ន្ធឱ្យបានមុនពេលគ្រប់គ្រាន់។

- **ចងក្រងជាឯកសារអំពីជោគជ័យរបស់អ្នកប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព និងផ្សព្វផ្សាយអំពីជោគជ័យទាំងអស់នោះ។** ជាការសំខាន់ណាស់ដែលត្រូវធ្វើគំនូសបំព្រួញ និងចងក្រងជាឯកសារអំពីជោគជ័យដែលទទួលបាន។ ការធ្វើបែបនេះ មិនត្រឹមតែជាការឆ្លុះបញ្ចាំងជាវិជ្ជមានលើរូបអ្នកផ្ទាល់នោះទេ ប៉ុន្តែជាការឆ្លុះបញ្ចាំងជាវិជ្ជមានពីអ្នកផ្តល់ជំនួយផងដែរ។ ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាឱ្យអ្នកបានថ្លែងអំណរគុណដល់អ្នកផ្តល់ជំនួយ និងការចូលរួមរបស់ពួកគេ។ ប្រសិនបើមានការអនុញ្ញាតពីពួកគេនោះត្រូវស្វែងរកវិធី ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយបន្ត មិនថាតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ បទបង្ហាញនៅក្នុងសន្និសីទ បណ្តាញសង្គម។ល។ ឧទាហរណ៍ អ្នកក៏អាចសុំឱ្យម្ចាស់ជំនួយក្លាយជាអ្នកចូលរួមនិពន្ធឯកសារ ឬធ្វើជាអ្នកចូលរួមបង្ហាញនៅក្នុងកម្មវិធីណាមួយបានផងដែរ។ ការធ្វើបែបនេះ អាចពង្រឹងទំនាក់ទំនងកាន់តែប្រសើរថែមទៀត។

- ***ភាពត្រឹមត្រូវ* គឺចាំបាច់ណាស់។** ជាចាំបាច់ណាស់ ដែលលទ្ធផលការងារបញ្ជូនទៅអ្នកផ្តល់ជំនួយមានភាពច្បាស់លាស់ សរសេរបានល្អ និងគ្មានកំហុស ដើម្បីឱ្យអាចឆ្លុះបញ្ចាំងជាវិជ្ជមានអំពីអង្គការរបស់អ្នក ហើយអាចចែករំលែកជាមួយអ្នកផ្តល់មូលនិធិ និងភាគីពាក់ព័ន្ធដទៃទៀត។

- **ទទួលស្គាល់ចំណុចខ្សោយ និងបញ្ហាប្រឈម។** សូមកុំខ្លាចក្នុងការទទួលស្គាល់បញ្ហាប្រឈម និង ចំណុចខ្សោយនៅក្នុងកម្មវិធីរបស់អ្នក។ ការធ្វើបែបនេះ ជាសញ្ញាបង្ហាញឱ្យឃើញនូវកិច្ចសហការបែបបើកចំហ។ ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាអ្នកប្រាកដអាចបង្កើតឱ្យមានដំណោះស្រាយដែលបានគ្រោងទុក ដើម្បីឆ្លើយតបបញ្ហាដែលកើតមាន។ ការចងក្រងមេរៀនដែលទទួលបានជាឯកសារគឺមានសារៈប្រយោជន៍មិនគួរឱ្យជឿ។

- **រៀបចំឱ្យមានដំណើរទស្សនកិច្ចទៅកាន់មូលដ្ឋាន។** ការចុះទៅទស្សនកិច្ចទៅកាន់មូលដ្ឋានគឺជាឱកាសដ៏ល្អ ដើម្បីបង្ហាញជូនដល់ម្ចាស់ជំនួយអំពីទីតាំងដែលបានយកប្រាក់ទៅប្រើប្រាស់ និង បានទទួលអត្ថប្រយោជន៍ពីប្រាក់នោះ។ សេចក្តីផ្តើមដែលបានរៀបចំយ៉ាងល្អ និងផ្តល់ព័ត៌មានបានគ្រប់គ្រាន់ បូករួមជាមួយដំណើរទស្សនកិច្ចទៅកាន់មូលដ្ឋាន គឺជាវិធីដ៏មានសារៈសំខាន់ដើម្បីប្រាស្រ័យទាក់ទងប្រាប់អំពីជោគជ័យ និងសេចក្តីត្រូវការ។ ជានិច្ចជាកាលត្រូវរៀបចំផែនការជាមុន និងត្រូវមានអ្នកនាំពាក្យដ៏រឹងមាំ និងបានទទួលព័ត៌មានសង្ខេបត្រឹមត្រូវជាមុន ដើម្បីបង្ហាញអំពីការងាររបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គជូនដល់ភ្ញៀវ អ្នកផ្តល់ជំនួយជាសក្តានុពល និងអ្នកគតស៊ូមតិ។

- **ធានាយ៉ាងណាឱ្យអ្នកអាចផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើសារដូចគ្នា។** សូមព្យាយាមចៀសវាងកុំឱ្យមានសារច្របូកច្របល់គ្នា និងខុសគ្នាៗបញ្ជូនទៅអ្នកផ្តល់ជំនួយតែមួយ។ សៀវភៅជំនួយស្មារតីស្តីពីការផ្តល់សារគួរតែអាចជួយអ្នកទាក់ទងជាមួយចំណុចនេះ។

ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល

អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល គឺជាអ្នកស្តាប់គោលដៅដ៏សំខាន់មួយទៀត ហើយថ្វីបើមានអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលមួយចំនួនអាចមានលក្ខណៈជាសត្រូវក្តីប៉ុន្តែក៏មានអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលដទៃជាច្រើនទៀតដែលសំឡឹងរកកិច្ចសហការ និងចង់ធ្វើការជាមួយគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនិង គណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គផងដែរ។

- **បង្កើតគោលដៅ និងការបែងចែកការទទួលខុសត្រូវ។** ត្រូវតែមានភាពច្បាស់លាស់ទាក់ទងជាមួយគោលបំណងនៅពីក្រោយទំនាក់ទំនង និងអ្វីដែលអ្នកចង់សម្រេចបាន។ សូមកំណត់ប៉ារ៉ាម៉ែត្រ និងរាល់ការបែងចែកការទទួលខុសត្រូវទាំងអស់ដែលមាន។ សូមបង្កើតអ្នកទទួលបន្ទុកសម្រាប់ការទំនាក់ទំនង។

- **ធ្វើឱ្យមានការចូលរួមពីអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលតាំងពីដើមដំបូងនៃដំណើរការ។ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល** ច្រើនតែមិនមានអារម្មណ៍ថា ត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ ប្រសិនបើពួកគេបានចូលរួមតែនៅក្នុងដំណាក់កាលក្រោយទៀតនៃគម្រោងនៅពេលការសម្រេចចិត្តសំខាន់ៗ ទាំងអស់ត្រូវបានធ្វើឡើងរួចហើយនោះទេ។ ត្រូវធានាយ៉ាងណាឱ្យមានការចូលរួមរបស់ពួកគេតាំងពីដំបូង ហើយធានាថា ពួកគេមានលទ្ធភាពអាចជះឥទ្ធិពល។

- **ត្រូវប្រុងប្រយ័ត្នចំពោះសាវតាផ្នែកវប្បធម៌ខុសគ្នារបស់អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលជាច្រើន។** ត្រូវពិចារណាលើសាវតារខុសៗគ្នារបស់មនុស្ស ហើយធ្វើការស្រាវជ្រាវឱ្យបានល្អជាងមុន។

- **រក្សាការសន្យា និងគោរពតាមកាលបរិច្ឆេទកំណត់។** ដើម្បីបង្កើតបរិស្ថាននៃការជឿទុកចិត្ត និងកិច្ចសហការជាការសំខាន់ណាស់ដែលត្រូវគោរពតាមកាលបរិច្ឆេទកំណត់ និងការសន្យាទាំងអស់។ ត្រូវគ្រប់គ្រងការរំពឹងទុកឱ្យបានគ្រប់ពេលវេលា ហើយប្រសិនបើអ្នកមិនអាចឆ្លើយតាមកាលបរិច្ឆេទកំណត់ទេសូមប្រាប់NGO ទាំងនោះឱ្យបានដឹងជាមុន។

- **សូមពិចារណាអញ្ជើញអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលនានាឱ្យមកចូលរួមក្នុងកម្មវិធីដែលមានស្រាប់។ថ្វីបើការអ**ញ្ជើញប្រភេទនេះ ចាំបាច់ត្រូវមានការគ្រប់គ្រងដោយប្រុងប្រយ័ត្នដោយធានាថា ពុំមានការរំខានក្តី ប៉ុន្តែអាចពិចារណាក្នុងការអញ្ជើញអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលមកចូលរួមក្នុងកិច្ចប្រជុំ និងវេទិកាដែលមានស្រាប់របស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ។

ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយរដ្ឋាភិបាល

ថ្វីបើគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនិងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ មានបទពិសោធន៍ជាច្រើនក្នុងការទំនាក់ទំនងជាមួយរដ្ឋាភិបាលរបស់ប្រទេសជាសមាជិក (ដោយគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គជាផ្នែកមួយរបស់រដ្ឋាភិបាលទាំងនេះ) ក្តីប៉ុន្តែខាងក្រោមនេះ គឺ ជាយោបល់បន្ថែមមួយចំនួនទៀតស្តីពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយរដ្ឋាភិបាល៖

- ឡឹងរកឱកាសដើម្បី**ធ្វើទស្សនកិច្ចផ្លាស់ប្តូរបទពិសោធន៍** ជាមួយអ្នកនយោបាយ និងរដ្ឋាភិបាលថ្នាក់ខេត្តនៅក្នុងបណ្តាប្រទេសជាសមាជិកទាំងបួន។

- ផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើ**គណៈកម្មការសភាដែលមានជំនាញឯកទេសផ្នែកធនធានទឹក និងជំនាញដទៃទៀតពាក់ព័ន្ធជាមួយធនធានទឹក។**

- ផ្តោតគោលដៅលើ**ស្ថាប័នអន្តរសភាអាស៊ាន** ដូចជាសន្និសីទសភាអាស៊ីប៉ាស៊ីហ្វិចស្តីពីការអភិវឌ្ឍន៍បរិស្ថាន (សម្របសម្រួលដោយប្រទេសកូរ៉េខាងត្បូង) និងវេទិកាសមាជិកអាស៊ានស្តីពីប្រជាជន និងការអភិវឌ្ឍន៍ (សហសម្របសម្រួលដោយប្រទេសជប៉ុន)។

- **ពិចារណាលើពិធីសារនានា និងបង្កើតបណ្តាញការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាទៀតទាត់។**

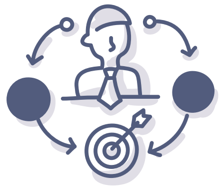
- **ទាញប្រយោជន៍ពីគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ ក្នុងនាមជាអ្នកនាំមុខ។**គណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ អាចដើរតួនាទីដ៏ចាំបាច់ក្នុងការនាំមុខឱ្យមានការប្រាស្រ័យទាក់ទងទាំងអស់នេះ។

- **ធានាយ៉ាងណាឱ្យអ្នកមានសម្ភារៈផ្តល់ព័ត៌មានបានគ្រប់គ្រាន់** (បកប្រែទៅជាភាសាក្នុងស្រុក) ឧទាហរណ៍ ឯកសារសង្ខេបគោលនយោបាយសាមញ្ញមានមួយ ឬពីរទំព័រអាចមានប្រយោជន៍យ៉ាងខ្លាំង។

- **អញ្ជើញសមាជិករដ្ឋាភិបាល និងសមាជិកសភាមកចូលរួមក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ដែលបានរៀបចំឱ្យមានរួចហើយ។**

- **ការតស៊ូមតិក៏អាចធ្វើឡើងក្នុងភាពជាដៃគូជាមួយអង្គការអន្តរជាតិដទៃទៀតផងដែរ។** ឧទាហរណ៍ UNDP មានចំណងទាក់ទងយ៉ាងរឹងមាំជាមួយសភាជាតិតាមរយៈកម្មវិធីនានារបស់ខ្លួន។ អង្គការដទៃទៀត អាចមានដូចជាធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី ធនាគារពិភពលោក និងសមាគមប្រជាជាជាតិអាស៊ីអាគ្នេយ៍(ASEAN)។

ការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសាធារណជន



ផ្នែកមួយនៃ “ការធ្វើឱ្យមានការចូលរួមពីសាធារណជន” របស់ខ្លួនគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គក៏បានរៀបចំវេទិកាសាធារណៈ សិក្ខាសិលា និងកិច្ចពិគ្រោះយោបល់ថ្នាក់ជាតិជាច្រើនផងដែរ។

សកម្មភាពទាំងអស់នេះ ស្ថិតនៅក្រោមការអភិបាលរបស់ “សេចក្តីថ្លែងការណ៍ស្តីពីការចូលរួមជាសារធារណៈ”របស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។

ខាងក្រោមនេះ គឺជាវិធីប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាពមួយចំនួន ក្នុងនាមជាអន្តររដ្ឋាភិបាលដើម្បីធ្វើឱ្យមានការចូលរួមពីសាធារណជន៖

- **កំណត់អ្នកស្តាប់គោលដៅរបស់អ្នក។** បង្កើតឱ្យមានភាពច្បាស់លាស់ទាក់ទងជាមួយថាតើ ផ្នែកណាខ្លះនៃសាធារណជនដែលអ្នកផ្តោតគោលដៅ និងកែតម្រូវសាររបស់អ្នកឱ្យស្របទៅតាមនោះ។ តើពួកគេមានកម្រិតចំណេះដឹងកម្រិតណា? តើពួកគេជាអ្នកជំនាញឯកទេស ឬជាសហគមន៍មូលដ្ឋាន?តើពួកគេមកពីតំបន់ណា? តើធ្វើយ៉ាងណាទើបយើងអាចទាក់ទាញការយកចិត្តទុកដាក់របស់ពួកគេបាន?

- បញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់លាស់អំពីមូលហេតុដែលធ្វើ ឱ្យអ្នកចង់ឱ្យសាធារណជនក្នុងក្រុមជាក់លាក់ណាមួយចូលរួម។ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើនោះជាសិក្ខាសិលា ឬកិច្ចពិគ្រោះយោបល់ត្រូវធានាយ៉ាងណា ឱ្យមានភាពច្បាប់លាស់ទាក់ទងជាមួយប្រធានបទនៃកម្មវិធី។

- **ធានាយ៉ាងណាឱ្យមានលទ្ធភាពសម្រាប់ការប្រស្រ័យទាក់ទងពីរផ្លូវទៅ និងមកគ្រប់ពេលវេលា។** ឧទាហរណ៍ សម្រាប់សិក្ខាសិលា សូមអញ្ជើញឱ្យមានការផ្តល់យោបល់ស្តីអំពីវិស័យដែលត្រូវគ្របដណ្តប់។

- **យល់ច្បាស់អំពីបរិបទក្នុងមូលដ្ឋាន។** សូមព្យាយាម និងស្វែងយល់អំពីបរិបទក្នុងមូលដ្ឋានរបស់ប្រជាជនដែលអ្នកព្យាយាមចង់ឱ្យមានការចូលរួម។ តើពួកគេមានលក្ខណសម្បត្តិផ្នែកសង្គមសេដ្ឋកិច្ច និងលក្ខណសម្បត្តិប្រជាសាស្រ្តយ៉ាងណាខ្លះ? តើអ្វីខ្លះជាបញ្ហាផ្នែកសង្គម និងផ្នែកសេដ្ឋកិច្ច និងបរិស្ថានរបស់ពួកគាត់?

- **ត្រូវមានតម្លាភាព និងបរិយាប័ន្ន។** សូមលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការចូលរួមរបស់ភាគីពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ដែល មានផលប្រយោជន៍ពាក់ព័ន្ធ ឬដែលអាចរងផលប៉ះពាល់ពីចសេចក្តីសម្រេចចិត្តណាមួយ និងធានាយ៉ាងណាឱ្យពួកគេបានទទួលព័ត៌មានទាំងអស់ដែលពួកគេត្រូវការ។

- **បង្ហាញការប្តេជ្ញាចិត្ត។** សូមបង្ហាញការប្តេជ្ញាចិត្តតាមរយៈការផ្តល់អាទិភាព និងធនធានសមស្របសម្រាប់វេទិកាសិក្ខាសិលា និងការពិគ្រោះយោបល់។

- **ផ្តល់មធ្យោបាយផ្សេងៗ ឱ្យសាធារណជនបានចូលរួម។** ត្រូវផ្តល់ច្រកផ្សេងៗឱ្យបានច្រើនតាមដែលអាចធ្វើបាន ដើម្បីឱ្យសាធារណជនអាចផ្តល់ធាតុចូលបាន។

- ត្រូវមានលក្ខណៈឆ្លើយតប។ សូមបង្ហាញឆន្ទៈថា អ្នកស្តាប់មតិយោបល់ដែលផ្តល់ឱ្យ។ ជនទាំងឡាយដែលត្រូវបានពិគ្រោះយោបល់ ចាំបាច់ត្រូវមានអារម្មណ៍ថា សម្លេងរបស់ខ្លួនត្រូវបានគេយកចិត្តទុកដាក់ ហើយអ្វីៗអាចផ្លាស់ប្តូរបាន។ ប្រសិនបើពួកគាត់ពុំយល់ឃើញដូច្នេះទេពួកគាត់ច្បាស់ជាមិនចូលរួមឡើយ។

ជំពូកទី ១០.

ការផ្សព្វផ្សាយដល់សហគមន៍

ការចុះអប់រំដល់សហគមន៍ ឬអ្វីដែលជារឿយៗតែងផ្សារភ្ជាប់ជាមួយ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមបែបការចូលរួម ឬការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមបែបអាកប្បកិរិយា គួរតែជាធាតុដ៏ចាំបាច់មួយនៃកញ្ចប់ឧបករណ៍ការប្រាស្រ័យទាក់ទង។

- ការចងក្រងយុទ្ធសាស្ត្រអប់រំមូលដ្ឋានសម្រាប់សហគមន៍
- វិទ្យុសហគមន៍
- ការសម្តែងសិល្បៈ និងរោងល្ខោនចល័ត
- ផ្ទាំងបដា កម្រងរូបថត និងរូបគំនូរ
- កម្មវិធីក្នុងសហគមន៍

ការផ្សព្វផ្សាយដល់សហគមន៍

តាមធម្មតា សកម្មភាពទាំងអស់នេះ ច្រើនតែរំលងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងភាគីទីបីដទៃទៀត ហើយចូលទៅដល់សហគមន៍ដោយផ្ទាល់តែម្តង។ ប៉ុន្តែមានពេលជាច្រើនដែលសកម្មភាពទាំងនេះ ក៏ធ្វើឡើងព្រមជាមួយកម្មវិធីការប្រាស្រ័យទាក់ទងទូលំទូលាយដទៃទៀតផងដែរ។ ជារឿយៗតែងមានក្រុមការងារជាក់លាក់ណាមួយចុះធ្វើយុទ្ធនាការផ្សេងៗ ក្នុងនោះរួមមានទាំងបុគ្គលិកបម្រើការងារចុះតាមមូលដ្ឋានជំនាញការក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទង និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយក្នុងវិទ្យុ ផលិតកម្មវីដេអូ និងការរចនា ព្រមទាំងជំនាញការក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទងដទៃទៀត។

ក្នុងករណីភាគច្រើន គោលដៅនៃសកម្មភាពទាំងនេះ គឺដើម្បីផ្តួចផ្តើមដើម្បីឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយា និងដើម្បីផ្តល់ភាពអង់អាចដល់សហគមន៍ឱ្យស្វែងរកដំណោះស្រាយចំពោះបញ្ហា និងការលំបាកផ្នែកការអភិវឌ្ឍន៍របស់ខ្លួន។ ថ្ងៃនេះ គឺជាពេលវេលាដ៏គួរជាទីរំភើបរីករាយក្នុងការចាប់ផ្តើមចូលប្រលូកក្នុងកម្មវិធីនេះ ជាមួយយាន្តការប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗយ៉ាងទូលំទូលាយ។ ឧទាហរណ៍ ៩០% នៃប្រជាជនទូទាំងពិភពលោក បច្ចុប្បន្ន ត្រូវបានគ្របដណ្តប់ដោយសេវាទូរស័ព្ទដៃ ហើយ ៤០% ទៀតមានលទ្ធភាពប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិត។

ស្របពេលដែលមានសៀវភៅជំនួយស្មារតីស៊ីជម្រៅនៅទីកន្លែងផ្សេងទៀត ដើម្បីផ្តល់ការចង្អុលបង្ហាញស្តីអំពីកម្មវិធីចុះអប់រំតាមមូលដ្ឋាន និងការរចនាកម្មវិធីទាំងនេះក្តី ប៉ុន្តែនៅក្នុងផ្នែកនេះនៃសៀវភៅជំនួយស្មារតីរបស់យើងនាពេលនេះ នឹងផ្តល់ជូនសេចក្តីណែនាំសង្ខេបអំពីការងារនេះ។

i និយមន័យ

ការចុះអប់រំតាមមូលដ្ឋាន៖ សកម្មភាពមួយក្នុងការអនុវត្តសកម្មភាពការប្រាស្រ័យទាក់ទងទៅដល់ប្រជាជនដែលពុំអាចមានលទ្ធភាពទទួលបានសេវាទាំងអស់នោះ ប្រសិនបើពុំផ្តល់តាមរយៈវិធីនេះ។ សកម្មភាពក្តោបទូទៅមួយ ដើម្បីចូលទៅដល់ដោយផ្ទាល់ និងដោយប្រយោលចំពោះក្រុមប្រជាជនគោលដៅដែលបានព្រមព្រៀងគ្នា។

ការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមបែបការចូលរួម៖ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងប្រភេទជាក់លាក់មួយផ្អែកលើការប្រាស្រ័យទាក់ទង ការសន្ទនាដែលអនុញ្ញាតឱ្យអាចចែករំលែកព័ត៌មាន ការយល់ឃើញ និងទស្សនៈនានា ក្នុងចំណោមភាគីពាក់ព័ន្ធ ជាហេតុអាចជួយសម្រួលដល់ការពង្រឹងភាពអង់អាច និងលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងរបស់ពួកគេ។

ការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមបែបអាកប្បកិរិយា៖ យុទ្ធសាស្ត្រការប្រាស្រ័យទាក់ទងដែលត្រូវបានតាក់តែងឡើងដើម្បីផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបទ និងប្រព័ន្ធជំនឿរបស់អ្នកស្តាប់។

ការចងក្រងយុទ្ធសាស្ត្រអប់រំមូលដ្ឋានសម្រាប់សហគមន៍

ការចងក្រងយុទ្ធសាស្ត្រអប់រំមូលដ្ឋានសម្រាប់សហគមន៍ គឺមានខុសប្លែកយ៉ាងខ្លាំងពីយុទ្ធសាស្ត្រការប្រាស្រ័យទាក់ទងដទៃទៀត។ ជាមូលដ្ឋាន យុទ្ធសាស្ត្រនេះមានជំហានដូចខាងក្រោម៖

- **ដំណាក់កាលទី១៖ ការវាយតម្លៃលើការប្រាស្រ័យទាក់ទង និងការកំណត់គោលដៅ។** ក្នុងដំណាក់កាលនេះមានការស្រាវជ្រាវនិងការវិភាគទៅលើចំណុចបញ្ហានិងការបង្កើតផែនការបឋម។ ចាំបាច់ត្រូវកំណត់អត្តសញ្ញាណភាគីពាក់ព័ន្ធ ព្រមទាំងវាយតម្លៃលើសេចក្តីត្រូវការ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់ពួកគេ។ផ្អែកតាមលទ្ធផលនេះកម្រងគោលដៅមួយត្រូវបានបង្កើតឡើង។

  ក្នុងដំណាក់កាលនេះ ជារឿយៗ ជាការល្អគួរធ្វើការបំផុសគំនិតដោយប្រើសំណួរទាំងឡាយណាដែលអាចត្រូវបានឆ្លើយតបរួមមានដូចជា៖ តើអ្នកត្រូវការធាតុចូលអ្វីខ្លះពីភាគីពាក់ព័ន្ធនានា? តើពួកគេមានគំនិតអ្វីខ្លះ និងអាទិភាពអ្វីខ្លះ?តើសាធារណជនក្រុមណាដែលអ្នកគ្រងចង់ផ្តោតជាគោលដៅរបស់អ្នក? ក្នុងករណីរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ មានភាគីពាក់ព័ន្ធជាសក្តានុពលដ៏ច្រើនសន្ធឹកសន្ធាប់ ដូចជាទីភ្នាក់ងារពាក់ព័ន្ធរបស់បណ្តាប្រទេសជាសមាជិក ក្រុមអង្គការសង្គមស៊ីវិល អង្គការមានមូលដ្ឋានតាមដងទន្លេ និងសាធារណជនទូទៅ។

- **ដំណាក់កាលទី២៖ ព្រមព្រៀងគ្នាលើក្រុមគោលដៅ និងសារ។** នៅពេលដែលបានកំណត់គោលបំណងរួច ហើយជាការចាំបាច់ជាថ្មីម្តងទៀត ដើម្បីកំណត់អត្តសញ្ញាណប្រជាជន គោលដៅគន្លឹះ និងសារសម្រាប់យុទ្ធនាការ។ នៅទីនេះ ជាការសំខាន់ណាស់ដែលចាំបាច់ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ និងគិតគូឱ្យបានច្រើនទៅលើសារ ដើម្បីធានាយ៉ាងណាឱ្យសារទាំងនោះ មានលក្ខណៈបន្សុីគ្នាជាមួយគុណតម្លៃរបស់សហគមន៍។

- **ដំណាក់កាលទី៣៖ ការអនុវត្តសកម្មភាពការប្រាស្រ័យទាក់ទង។** ផ្អែកលើគោលដៅដែលបានកំណត់ផែនការសកម្មភាពត្រូវបានបង្កើតឡើង ដើម្បីជាមគ្គុទេសក៍សម្រាប់ការអនុវត្ត និងជួយសម្រួលដល់ការគ្រប់គ្រង និងពិនិត្យតាមដានលើសកម្មភាពពាក់ព័ន្ធទាំងអស់។ ផែនការនេះ គួរគ្របដណ្តប់លើធាតុចេញ សកម្មភាព រយៈពេល និងការទទួលខុសត្រូវ។ ឧទាហរណ៍ តើវិធីសាស្ត្រអ្វីខ្លះដែលល្អបំផុត ដើម្បីចូលទៅកាន់ប្រជាជនគោលដៅរបស់អ្នក? តើពួកគាត់ទទួលបានព័ត៌មានតាមរបៀបណា? តើពួកគាត់ចេះអានអក្សរកម្រិតណា?ល។

- **ដំណាក់កាលទី៤៖ ការពិនិត្យតាមដាន និងការវាយតម្លៃ។** ជាចុងក្រោយមានការពិនិត្យតាមដាន និងការវាយតម្លៃមួយ។ តើអ្នកអាចវាស់វែងជោគជ័យនៃកម្មវិធីនោះដោយរបៀបណា?តើអ្នកអាចកំណត់ថា មានការផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយា ឬមិនមានបានដោយរបៀបណា?

  ✓ មានមធ្យោបាយ សម្រាប់ប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗខុសគ្នាជាច្រើន សម្រាប់កម្មវិធីចុះអប់រំតាមមូលដ្ឋាន។ ខាងក្រោមនេះ គឺជាវេទិកាមួយចំនួនដែលច្រើនមានភាពសមស្របជាពិសេសចំពោះកម្មិវិធីការចុះអប់រំផ្សព្វផ្សាយតាមមូលដ្ឋាន។

២វិទ្យុសហគមន៍

ដោយហេតុថា ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទ្រង់ទ្រាយធំ ពុំមែនជានិច្ចជាកាលផ្សព្វផ្សាយដល់សហគមន៍ទាំងអស់បាន ស្ថានីយ៍វិទ្យុសហគមន៍ដែលផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់ និងត្រូវបានកែតម្រូវឱ្យស្របតាមសហគមន៍ជាក់លាក់ អាចដើរតួនាទីដ៏សំខាន់ក្នុងយុទ្ធនាការអប់រំផ្សព្វផ្សាយតាមមូលដ្ឋាន ដោយ ជារឿយៗតែងអាចចូលទៅដល់ប្រជាជនក្នុងចំនួនគួរជាទីកត់សម្គាល់ ដោយត្រូវចំណាយទាបជាងមធ្យោបាយដទៃ។

ឧទាហរណ៍ ប្រសិនបើគោលដៅរបស់គម្រោង គឺដើម្បីបង្កើនការយល់ដឹងអំពីការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ ការគាំទ្រសហគមន៍នៅក្នុងគម្រោងកាត់បន្ថយគ្រោះទឹកជំនន់ ឬបង្កើនសេចក្តីត្រូវការក្នុងការការពារតំបន់ដីសើមនៅក្នុងកម្រិតមូលដ្ឋាន វិទ្យុសហគមន៍ អាចជាមធ្យោបាយដ៏សំខាន់ក្នុងការផ្សព្វផ្សាយសារគន្លឹះ។

មានស្ថានីយ៍វិទ្យុសហគមន៍ជាច្រើននៅក្នុងតំបន់អាស៊ីអាគ្នេយ៍ ក៏ដូចជាពេលខ្លះវិធីសាស្ត្រជាមូលដ្ឋានជាងនេះមួយចំនួនទៀត មានដូចជាការផ្សព្វផ្សាយតាមមេក្រូនៅតាមភូមិជាដើម។ ដូច្នេះ តើគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនិងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គអាចធ្វើយ៉ាងណា ដើម្បីទាញប្រយោជន៍ពីមធ្យោបាយការប្រាស្រ័យទាក់ទងនេះ? សកម្មភាពមួយចំនួន អាចមានដូចជា៖

- **បណ្តុះបណ្តាលអ្នករាយការណ៍វិទ្យុសហគមន៍ តាមរយៈសិក្ខាសិលានានា។** ការងារនេះអាចជាសកម្មភាពកសាងសមត្ថភាពដ៏មានសារៈសំខាន់មួយ។

- **រៀបចំឱ្យមានកិច្ចប្រជុំតុមូលដើម្បីពង្រឹងការស្តាបនាបណ្តាញ** ក្នុងចំណោមស្ថានីយ៍វិទ្យុសម្រាប់ឱ្យមានការចូលរួមពីសហគមន៍។ ការងារនេះ អាចធ្វើឡើងជាវេទិកាដើម្បីពិភាក្សាលើបញ្ហានានាដើម្បីគ្របដណ្តប់លើប្រធានបទដែលអាចមានស្នើឡើងដោយគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ។

- **បញ្ជ្រាបសាច់រឿងទៅក្នុងស្ថានីយ៍វិទ្យុក្នុងមូលដ្ឋាន** ដោយផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់សំខាន់ទៅលើថាតើហេតុអ្វីបានជាបញ្ហានេះ មានសារៈសំខាន់សម្រាប់សហគមន៍មូលដ្ឋានជាក់លាក់ណាមួយ។ ឧទាហរណ៍ អាចមានពេលខ្លះ ដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ អាចផ្តល់កញ្ចប់ពេញលេញទៅដល់ស្ថានីយ៍វិទ្យុមូលដ្ឋានដែលក្នុងនោះរួមមានទាំងកិច្ចសម្ភាសន៍ សេចក្តីរាយការណ៍ព័ត៌មាន ឬបទយកការណ៍នានា ដែលក្នុងនោះមានការសម្ភាសន៍មួយចំនួនផងដែរ។

- **ស្នើផ្តល់អ្នកនាំពាក្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនិងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ សម្រាប់ការសម្ភាសន៍។** ជាពិសេស គឺប្រធានផ្នែក ឬជំនាញការក្នុងវិស័យដែលអាចជាប្រភពធនធានដ៏ល្អនៅទីនេះ។

- **ផ្តល់កញ្ចប់ឧបករណ៍និងជំនាញការដែលចាំបាច់សម្រាប់កម្មវិធីអប់រំតាមវិទ្យុ។**កម្មវិធីអប់រំតាមវិទ្យុច្រើនតែផ្សព្វផ្សាយចំណេះដឹង និងដំបូន្មានបែបការអនុវត្តជាក់ស្តែងទៅលើបញ្ហាជាក់លាក់ណាមួយ។ ជាថ្មីម្តងទៀតគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ អាចមានសម្ភារៈផ្សេងៗជាច្រើនដែលអាចផ្តល់ជូនបាន។

- **លើកទឹកចិត្តស្ថានីយ៍វិទ្យុឱ្យដើរតួនាទីជាវេទិកាបែបចូលរួម** ដោយក្នុងនោះប្រជាជនអាចផ្លាស់ប្តូរទស្សនៈយោបល់ និងចំណេះដឹងគ្នាទៅវិញទៅមក។ សកម្មភាពនេះ អាចធ្វើឡើងតាមរយៈកិច្ចជជែកពិភាក្សា ដេញដោលជាលក្ខណៈផ្សាយផ្ទាល់ ឬជាកម្មវិធីវិទ្យុទូរសព្ទត្រឡប់ទៅវិញផ្សាយបន្តផ្ទាល់។

- ផ្តល់ឱ្យមាន**កម្មវិធីល្ខោនវិទ្យុ ឬ រឿងនិ**ទានដែលអាចបង្កើតទៅជាកម្មវិធីវិទ្យុ ហើយផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើសារការអភិវឌ្ឍន៍សំខាន់ៗ។ ល្ខោនវិទ្យុ ដូចជា ល្ខោននិយាយ ឬការសម្តែងច្រើនតែអាចទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍បានគួរជាទីកត់សម្គាល់។ ម៉្យាងទៀត គេក៏អាចគាំទ្រដល់តន្ត្រីដែលដាក់បញ្ចូលសារការអភិវឌ្ឍន៍ផងដែរ។

- **បង្កើតការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម/ចម្រៀងផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម** ដែលជួយជម្រុញ/អប់រំអំពីវិធីជាក់លាក់ណាមួយនៃអាកប្បកិរិយា។ **បង្កើតការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម/ចម្រៀងផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម** ទាំងអស់នេះ គឺស្រដៀងគ្នាជាមួយសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានរបស់សេវាសាធារណផងដែរ។

បន្ថែមលើកម្មវិធីវិទ្យុ អាចមានទម្រង់ការអប់រំតាមបែបកម្សាន្តសប្បាយផ្សេងៗជាច្រើនទៀតដែលអាចយកមកប្រើប្រាស់ជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីចុះអប់រំផ្សព្វផ្សាយតាមសហគមន៍។

៣ការសម្តែងសិល្បៈ និងរោងល្ខោនចល័ត

រោងល្ខោនចល័ត ការសម្តែងតាមសហគមន៍ ការសម្តែងល្ខោនអាយ៉ង និងកាបញ្ចាំងវីដេអូ គឺសុទ្ធតែជាវិធីដ៏ល្អក្នុងការនិទានរឿងប្រាប់ និងបញ្ជូនសារដែលលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយា។

ឧទាហរណ៍ ល្ខោន ឬការសម្តែងលើឆាក ក៏អាចត្រូវបានរចនា និងសរសេរធ្វើយ៉ាងណាឱ្យតួអង្គនីមួយៗឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីក្រុមប្រជាជនជាក់លាក់ណាមួយ ដោយក្នុងនោះ អាកប្បកិរិយាជាវិជ្ជមាន គឺផ្សារភ្ជាប់ជាមួយអាកប្បកិរិយាដែលអ្នកផលិតចង់លើកកម្ពស់ ចំណែកតួអង្គអវិជ្ជមាន គឺតំណាងឱ្យការអនុវត្តបែបចាស់។ ឧទាហរណ៍ សេណារីយ៉ូមួយ អាចមានដូចជាការគ្រប់គ្រងជលផលប្រកបដោយនិរន្តរភាព និងការអនុវត្តដែលត្រូវបានលើកទឹកចិត្ត និងការអនុវត្តដែលមិនត្រូវបានលើកទឹកចិត្ត។

មតិយោបល់មួយចំនួនទៀត ពាក់ព័ន្ធជាមួយការបង្កើតសកម្មភាពផ្អែកលើល្ខោនសម្តែងមានដូចខាងក្រោម៖

- **លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការចូលរួមពីសហគមន៍។** ធានាយ៉ាងណាឱ្យករណីភាគច្រើន គឺមានប្រជាជនមូលដ្ឋានជាអ្នកកំណត់រូបរាងរឿងនោះ ជំនួសឱ្យជារឿងដែលត្រូវបានកំណត់មកពីការិយាល័យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនៅទីក្រុងវៀងច័ន្ទ!ឧទាហរណ៍ចំពោះរោងល្ខោនអាចមានករណីដែលអ្នកសិល្បៈពីខាងក្រៅចុះទៅទស្សនកិច្ចសហគមន៍មូលដ្ឋាន ដើម្បីចងក្រងល្ខោនរបស់ខ្លួន ឬល្ខោននោះត្រូវបានរចនា និង រៀបចំឡើងដោយសហគមន៍មូលដ្ឋានផ្ទាល់។

- **ទាញប្រយោជន៍ពីជនល្បីឈ្មោះក្នុងមូលដ្ឋាន។** ជារឿយៗ គឺជាគំនិតល្អក្នុងការប្រើប្រាស់បុគ្គលល្បីឈ្មោះក្នុងមូលដ្ឋាន ដើម្បីជួយបញ្ជូនសាររបស់អ្នក ឬនរណាម្នាក់ផ្សេងទៀតដែលមានលក្ខណៈខុសប្លែកបន្តិច។ អ្នកប្រើប្រាស់អ្នកកំប្លែងក្នុងមូលដ្ឋាន ឬអ្នកដឹកនាំស៊ីវិលក្នុងមូលដ្ឋាន។

- **ដាក់បញ្ចូលគំនិតក្នុងមូលដ្ឋាន។** សូមសាកសួរទៅកាន់សហគមន៍មូលដ្ឋានថាតើពួកគាត់ចូលចិត្តទម្រង់ណាមួយជាង។ តើអ្វីនឹងអាចបានផលចំពោះពួកគេ ? សូមយកគំនិតផ្សេងៗទៅអនុវត្តសាកល្បងជាមួយពួកគេ។ ឧទាហរណ៍ សូមបង្ហាញរូបភាពដូចគ្នាទៅកាន់ពួកគេ។ តើវីដេអូ/រឿងនេះនិយាយអំពីអ្វី? តើមានអ្វីកំពុងកើតឡើង? តើមានអ្វីម៉្យាងដែលអ្នកចង់ផ្លាស់ប្តូរ ឬទេ?

- **អ្នកពុំចាំបាច់ត្រូវតែតានតឹងខ្លាំងពេកនោះទេ!** ការអប់រំតាមរយៈការកម្សាន្តសប្បាយ គឺជាការធ្វើយ៉ាងណាឱ្យមានការចូលរួមពីទស្សនិកជនរបស់អ្នក។ មិនត្រូវធ្វើឱ្យមានភាពតានតឹងខ្លាំងពេកទេ ហើយមិនជាការអ្វីនោះទេដែលអាចមានភាពកំប្លែង និងសំណើចខ្លះៗនោះ។

- **ប្រើប្រាស់ទម្រង់ផ្សេងៗរួមបញ្ចូលគ្នា។** ទម្រង់នៃការកម្សាន្តសប្បាយ/ការអប់រំ ក៏អាចច្របាច់បញ្ចូលទម្រង់ផ្សេងៗរួមជាមួយគ្នាបានផងដែរ ដូចជាប្រើតន្ត្រី ល្ខោន របាំ និងតុក្កតាអាយ៉ង។ មិនជាការអ្វីនោះទេក្នុងការជម្រុញនូវទម្រង់ទាំងអស់នេះបញ្ចូលគ្នា។

- **ចៀសវាងកុំធ្វើបទឧទ្ទេស។** សូមកុំព្យាយាមកុំធ្វើបទឧទ្ទេស ដើម្បីបង្រៀនមនុស្ស។ សូមធ្វើក្នុងលក្ខណៈទន់ភ្លន់ជាងនេះ ឧទាហរណ៍ ដូចជាក្នុងទម្រង់ជាសាច់រឿងជាដើម។

- **ឥទ្ធិពលនៃក្តារសាច់រឿង។** ក្តារសាច់រឿង មានសារៈមិនគួរឱ្យជឿក្នុងការអភិវឌ្ឍន៍រចនាសម្ព័ន្ធ និងលំដាប់លំដោយនៃទម្រង់នៃការអប់រំទាំងអស់នេះ។ សូមប្រើប្រាស់គំនូសខ្សៀកព្រមជាមួយសំណេរខ្លះៗ ដើម្បីនាំអ្នកពីឆាកមួយទៅឆាកមួយ។

- **សូមចៀសវាងកុំមានលក្ខណៈបច្ចេកទេសខ្លាំងពេក ហើយត្រូវយល់អំពីទស្សនិកជនរបស់អ្នក។** ជាការសំខាន់ណាស់ ដែលអ្នកត្រូវយល់អំពីទស្សនិកជនរបស់អ្នក និងប្រើប្រាស់ភាសារបស់ពួកគេ។ ប្រសិនបើប្រជាជនគោលដៅរបស់អ្នកភាគច្រើន គឺជាកសិករ នោះសូមទាញយកបទពិសោធន៍របស់ពួកគាត់ចូលមកក្នុងការសន្ទនា ហើយដូចគ្នានេះដែរ ប្រសិនបើប្រជាជនគោលដៅចម្បងរបស់អ្នកគឺជាស្ត្រី។

- **សូមស្រាវជ្រាវ។** ការស្រាវជ្រាវ គឺជាផ្នែកដ៏សំខាន់មួយនៃការត្រៀមរៀបចំរបស់អ្នក ដោយធ្វើយ៉ាងណាត្រូវប្រើប្រាស់សំលៀកបំពាក់សមស្រប ប្រើប្រាស់បែបបទភាសាសមស្រប និងត្រូវយល់អំពីវប្បធម៌ក្នុងមូលដ្ឋាន។

- **ធានាយ៉ាងណាឱ្យមានការចូលរួមពីទាំងអស់គ្នា។** ធានាឱ្យមានលទ្ធភាពទទួលបានស្មើភាពគ្នា និងការចូលរួមប្រកបដោយអត្ថន័យពីបុគ្គលទាំងអស់។ ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះភាសា និងសមត្ថភាពចេះអានអក្សររបស់ពួកគាត់ផងដែរ។

- **វាស់វែង និងទទួលយកយោបល់ត្រឡប់ស្តីពីផលប៉ះពាល់នៃការប្រាស្រ័យទាក់ទង។** ចំណុចនេះនឹងអាចជួយកំណត់រូបរាង យុទ្ធនាការការប្រាស្រ័យទាក់ទង ផ្សព្វផ្សាយមូលដ្ឋាននាពេលអនាគត។ សកម្មភាពនេះ ក៏អាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ ដើម្បីធ្វើតេស្តសាកល្បងនៅមុននៅពេលធ្វើយុទ្ធនាការផងដែរ។

ការរៀបចំសកម្មភាពផ្អែកលើល្ខោន

- លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការចូលរួមពីសហគមន៍
- ប្រើប្រាស់ធនធានល្បីឈ្មោះក្នុងមូលដ្ឋាន
- ដាក់បញ្ចូលគំនិតប្រជាជនក្នុងមូលដ្ឋាន។
- ប្រើប្រាស់ភាពកំប្លែង
- ធានាឱ្យមានការចូលរួមសម្រាប់អ្នកទាំងអស់គ្នា
- កុំមានលក្ខណៈបច្ចេកទេសខ្លាំងពេក
- ប្រើប្រាស់គំនិតក្លាយនិទានរឿង
- ទទួលយកយោបល់ត្រឡប់ វាស់វែងជោគជ័យ

សូមសួរសំណួរមួយចំនួន ដូចជា៖

- ✓ តើអ្នកចូលចិត្តសម្ភារៈនេះឬទេ? តើសម្ភារៈនេះទាក់ទាញការយកចិត្តទុកដាក់របស់អ្នក ឬទេ?
- ✓ តើអ្នកយល់អ្វីដែលត្រូវបានលើកឡើងក្នុងសម្ភារៈនេះ ឬទេ?
- ✓ តើអ្នកយល់សារគន្លឹះ ឬទេ?
- ✓ តើអ្នកមើលឃើញភាពពាក់ព័ន្ធរបស់រឿងដែលបានបង្ហាញនៅទីនេះ ជាមួយជីវិតផ្ទាល់របស់អ្នក ឬទេ?
- ✓ តើមានរូបភាព ឬការបង្ហាញចេញណាមួយដែលធ្វើឱ្យអ្នកអៀនខ្មាស ឬទេ?
- ✓ តើរឿងនេះ វែងពេក ឬខ្លីពេក?
- ✓ តើអ្នកគិតថា សម្ភារៈនេះ អាចលើកទឹកចិត្តឱ្យប្រជាជនផ្លាស់ប្តូរអាកប្បកិរិយារបស់ពួកគាត់ ឬទេ?

ផ្ទាំងបដា កម្រងរូបថត និងរូបគំនូរ

ផ្ទាំងបដា កម្រងរូបថត និងរូបគំនូរ អាចមានប្រសិទ្ធភាពជាពិសេសនៅតាមសាលារៀន និងសហគមន៍មូលដ្ឋានជាមធ្យោបាយបញ្ជូនសារ។ ឧទាហរណ៍ អ្នកប្រហែលជាកំពុងលើកទឹកចិត្តឱ្យមានគោលវិធីបែបច្នៃប្រឌិតថ្មីក្នុងការកាត់បន្ថយគ្រោះទឹកជំនន់ ឬកំពុងពន្យល់អំពីគុណសម្បត្តិ និងអត្ថប្រយោជន៍នៃវារីអគ្គិសនី។

ខាងក្រោមនេះ គឺជាឧទាហរណ៍មួយស្តីពីកម្រងរូបថត ពោលគឺរូបថតដែលមានអក្សរពន្យល់ពីខាងក្រោម ដែលនិទានប្រាប់អំពីរឿងណាមួយដកស្រង់ចេញពីធនាគារអភិវឌ្ឍន៍អាស៊ី ដែលអាចត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅក្នុងសហគមន៍មូលដ្ឋាន ឬកន្លែងដទៃទៀត។

ដោយឡែក នៅពេលបង្កើតផ្ទាំងបដា ឬរូបគំនូរ ឬគាំទ្រសហគមន៍មូលដ្ឋាន ដើម្បីបង្កើតសម្ភារៈទាំងនេះ ត្រូវលើកទឹកចិត្តឱ្យផ្ទាំងបដា និងរូបគំនូរទាំងនេះ ត្រូវសាមញ្ញ និងលេចធ្លោ និងផ្តោតតែទៅលើមួយចំនុចក្នុងមួយលើក។ គន្លឹះក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាច្រើន ដែលបានលើកឡើងរួចមកហើយ នៅក្នុងសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ ក៏អាចយកមកប្រើនៅទីនេះផងដែរ ដូចជា សូមចៀសវាងការប្រើប្រាស់ភាសាបច្ចេកទេស និងផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើលទ្ធផលជាជាងលើដំណើរការ។ ជាការពិតណាស់ ការស្គាល់ប្រជាជនគោលដៅរបស់ខ្លួន គឺជាតម្រូវការចាំបាច់ ឧទាហរណ៍ ការសរសេរអត្ថបទវែងអន្លាយ គឺត្រូវអាស្រ័យលើកម្រិតភាពចេះអានរបស់ប្រជាជនគោលដៅ។

ម្យ៉ាងទៀត ជាការល្អ ដើម្បីជួយឱ្យប្រជាជនអាចស្គាល់ផ្ទាំងបដា កម្រងរូបថត និងរូបគំនូរទាំងនេះ តាមរយៈធ្វើយ៉ាងណារក្សាភាពស៊ីសង្វាក់របស់សម្ភារៈទាំងនេះជាមួយបរិបទមូលដ្ឋាន (យេនឌ័រ អាយុ សំលៀកបំពាក់ សត្វជាដើម។ល។) ដើម្បីឱ្យពួកគាត់អាចភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងមកស្ថានភាពផ្ទាល់របស់ខ្លួន។ ក្តារសាច់រឿងក៏មានប្រសិទ្ធភាពជាពិសេសផងដែរសម្រាប់ចំណុចនេះ។

ជាការសំខាន់ផងដែរ ដែលត្រូវធ្វើតេស្តសាកល្បងជាមុននូវផ្ទាំងបដា កម្រងរូបថត និងរូបគំនូរទាំងអស់នោះជាមួយសហគមន៍មូលដ្ឋាន។ តើមានអ្វីកំពុងកើតឡើងនៅទីនេះ ? តើសារត្រូវបានបញ្ជូនប្រកបដោយសិទ្ធភាព ឬទេ? តើមានអ្វីខ្លះទៀត ដែលអ្នកចង់ផ្លាស់ប្តូរ? រួចកែសម្រួលយោងទៅតាមនោះ។

សៀវភៅកុមារដែលមានរូបគំនូរ និងរូបភាពជាច្រើន ក៏ជាមធ្យោបាយដ៏ប្រសើរក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទងផងដែរ។ សៀវភៅប្រភេទនេះ អាចត្រូវបានដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងកម្មវិធីអប់រំ និងត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីអំណាន។

ឧបករណ៍ការប្រាស្រ័យទាក់ទងដោយប្រើផ្ទាំងបដា កម្រងរូបថត និងរូបគំនូរ ក៏អាចត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាមធ្យោបាយការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមបែបការចូលរួមផងដែរ។ ឧទាហរណ៍ អ្នកអាចរៀបចំឱ្យមានការប្រកួតផ្ទាំងបដា ដើម្បីលើកទឹកចិត្តប្រជាជនក្នុងមូលដ្ឋានឱ្យបញ្ជូនស្នាដៃរបស់ខ្លួន ដើម្បីទទួលបានរង្វាន់។ ការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមបែបការចូលរួមប្រភេទនេះ អាចមានប្រសិទ្ធភាពយ៉ាងខ្លាំង ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយសារគន្លឹះនៅកម្រិតសហគមន៍មូលដ្ឋាន។

ទំនប់ Sermo កសាងឡើងក្នុងឆ្នាំ ២៩៩០ នៅខេត្តYogyakarta របស់ប្រទេសឥណ្ឌូនេស៊ី នៅតែផ្តល់ការផ្គត់ផ្គង់ទឹកគួជាទីជឿជាក់សម្រាប់កសិករក្នុងមូលដ្ឋាន និងអ្នកភូមិ។

ទំនប់នេះ បានធ្វើឱ្យកសិកម្មក្នុងតំបន់នោះមានភាពប្រសើរឡើង តាមរយៈការផ្តល់ទឹកដល់ប្រព័ន្ធស្រោចស្រពចំនួនបីគ្រប់ដណ្តប់លើផ្ទៃដីជាង ៧០០០ ហិចតា។ ទំនប់នេះបានផ្តល់អត្ថប្រយោជន៍ដល់ប្រជាជនជាង ១៨ ០០០ គ្រួសារ។

ការធ្វើកសិកម្ម គឺជាការងារដ៏នឿយលំបាកស្ទើរគ្រប់ពេលវេលា។ ពេលដែលទឹកស្រោចស្រពខ្សត់ខ្សោយ ហើយទិន្នផលរបស់ដំណាំថយចុះជាលទ្ធផលកើតចេញពីកង្វះទឹកនោះ ការធ្វើកសិកម្មក្លាយជាសកម្មភាពពុំគួរជាទីចង់ធ្វើ ហើយអាចគំរាមកំហែងដល់សន្តិសុខស្បៀង។

១០.៥កម្មវិធីក្នុងសហគមន៍

ការប្រើប្រាស់កម្មវិធីក្នុងសហគមន៍ ជាវេទិកាចម្បងសម្រាប់កម្មវិធីចុះអប់រំផ្សព្វផ្សាយតាមមូលដ្ឋាសហគមន៍របស់អ្នក ជារឿយៗ អាចមានប្រសិទ្ធភាព។ ប៉ុន្តែជាការសំខាន់ ដែលត្រូវកត់សម្គាល់ថា ជារឿយៗជាការប្រសើរ ដែលត្រូវចូលទៅរកប្រជាជនជំនួសឱ្យការស្នើសុំពួកគាត់ឱ្យមករកអ្នក។

ឧទាហរណ៍ អ្នកអាចពិចារណារៀបចំទូ ឬតូបមួយក្នុងកម្មវិធី ដ៏មានប្រជាប្រិយភាពក្នុងសហគមន៍ ឬដាក់បញ្ចូលការងារអប់រំផ្សព្វផ្សាយទៅក្នុងរបៀបវារៈកិច្ចប្រជុំប្រចាំខែរបស់ភូមិ។ ការធ្វើបែបនេះ ច្រើនតែជោគជ័យជាងការរៀបចំកម្មវិធី ដាច់តែម្នាក់ឯង។

ក្នុងវេទិកាប្រភេទនេះ អ្នកក៏អាចប្រើប្រាស់វីដេអូ ដើម្បីថតកិច្ចពិភាក្សា និងកិច្ចប្រជុំរបស់សហគមន៍មូលដ្ឋាន រួចចាក់សាឡើងវិញ។ ការធ្វើបែបអាចលើកកម្ពស់ការយល់ដឹង អំពីអ្វីដែលត្រូវបានពិភាក្សា។ អ្នកក៏អាចប្រើប្រាស់វីដេអូ ដើម្បីជួយបង្ហាញជាឧទាហរណ៍អំពីទស្សនៈយល់ឃើញរបស់ប្រជាជន ពោលគឺប្រជាជនដែលអាចមានអារម្មណ៍ពុំសូវហ៊ានក្រោកឈរឡើងចំពោះមុខទស្សនិកជនច្រើននាក់។

ជំពូកទី ១១.

របៀបទាញប្រយោជន៍ឱ្យអស់ពីលទ្ធភាពពីបណ្ដាញសង្គម

បច្ចុប្បន្ន ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមមានការរីកដុះដាល់យ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងជីវិតផ្ទាល់ខ្លួន និងជីវិតវិជ្ជាជីវៈរបស់យើង។ អាជីវកម្ម និងអង្គការ នានាជុំវិញពិភពលោកកំពុងទាញប្រយោជន៍ពីមធ្យោបាយការប្រាស្រ័យទាក់ទង ដូចជា LinkedIn, Twitter, Line និង Facebook ដើម្បីបញ្ជូនសាររបស់ខ្លួន។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរ ប្រជាជនគោលដៅជាច្រើនរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ កំពុងមើលទៅក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដើម្បីរកព័ត៌មានរបស់ខ្លួន។

ផ្នែកនេះ នឹងពិនិត្យលើមធ្យោបាយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមមាន ប្រជាប្រិយភាពបំផុតមួយចំនួន និង បង្កើតគោលការណ៍ណែនាំត្រួសៗជុំវិញរបៀបប្រើប្រាស់មធ្យោបាយទាំងនេះ។ ប៉ុន្តែផ្នែកនេះ ពុំលើកឡើងនូវវិធានជាក់លាក់ទាក់ទងជាមួយ ការប្រើប្រាស់បណ្ដាញសង្គមរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ នោះឡើយ ព្រោះថាវិធានទាំងនេះ ចាំបាច់ត្រូវអភិវឌ្ឍឡើងតាមផ្ទៃក្នុងនាយកដ្ឋានការប្រាស្រ័យទាក់ទង។ ជាគោលការណ៍ រាល់ការបង្ហោះព័ត៌មានលើគេហទំព័រផ្លូវការរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងច្រកផ្សព្វផ្សាយតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម គួរឆ្លងកាត់ការពិនិត្យរបស់ក្រុមការងារការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមុនសិន ដើម្បីធានាយ៉ាងណាឱ្យសារមានភាពស៊ីសង្វាក់គ្នា។

- ជើងឯកផ្នែកបណ្ដាញសង្គម
- LinkedIn
- Facebook
- Twitter
- Blogs
- ការកំណត់ប្រភេទបណ្ដាញសង្គមដែលគួរប្រើ

ជើងឯកផ្នែកបណ្ដាញសង្គម

ដើម្បីបង្កើនសក្ដានុពលរបស់បណ្ដាញសង្គមឱ្យបានជាអតិបរមា ជាដំបូងគឺចាំបាច់ត្រូវកំណត់រក “ជើងឯកផ្នែកបណ្ដាញសង្គម”នៅក្នុងបណ្ដាញរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។ មនុស្សទាំងនេះ នឹងទទួលខុសត្រូវក្នុងការតាមដានសកម្មភាពលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងធានាយ៉ាងណាឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គនៅតែជាមជ្ឈមណ្ឌលនៃការពិភាក្សា ក៏ដូចជាចូលរួមវិភាគទានដោយផ្ទាល់តាងនាមឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។ ឧទាហរណ៍ ពួកគេអាចទទួលខុសត្រូវក្នុងការបង្ហោះសារបច្ចុប្បន្នភាពនៅលើប្រព័ន្ធហ្វេសប៊ុក ចូលរួមវិភាគទានក្នុងប្លក់ ឬផ្សព្វផ្សាយអំពីមុខដំណែងការងារផ្សេងៗនៅក្នុង LinkedIn។

ប៉ុន្តែជាការសំខាន់ដែលត្រូវសង្កត់ធ្ងន់ថា ការបង្កើតក្រុមនៅក្នុងបណ្ដាញសង្គមដោយមានសមាសភាពបុគ្គលិកគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ អាចមានសារៈប្រយោជន៍បាន លុះត្រាណាតែក្រុមការងារផ្នែកប្រាស្រ័យទាក់ទងធ្វើការសម្របសម្រួលនៅកណ្ដាល ដើម្បីឱ្យសារស៊ីសង្វាក់គ្នាត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយចេញទៅក្រៅ។

ជាការសំខាន់ផងដែរដែលត្រូវចែកឱ្យដាច់ពីគ្នា រវាងការប្រើប្រាស់បណ្ដាញសង្គមជាលក្ខណៈ បុគ្គលដោយបុគ្គលិកម្នាក់ៗ និងគេហទំព័របណ្ដាញសង្គមផ្លូវការរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។ ការងាររបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ពុំគួរជ្រៀតជ្រែកនៅក្នុងការប្រើប្រាស់គណនីបណ្ដាញសង្គមផ្ទាល់ខ្លួនរបស់បុគ្គលិកឡើយ លុះត្រាណាការប្រើប្រាស់ទាំងនោះបង្កគ្រោះថ្នាក់ដល់អង្គភាព។ ប៉ុន្តែចាំបាច់ត្រូវមានការគ្រប់គ្រងលើមនុស្សទាំងឡាយណាដែលអាចបង្ហោះមតិយោបល់តាងនាមឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។

យោងតាមអ្វីដែលបានពោលខាងលើ ខាងក្រោមនេះ គឺជាគន្លឹះមួយចំនួនសម្រាប់ជើងឯកផ្នែកបណ្ដាញសង្គមស្ដីពីរបៀបដែលពួកគេអាចធ្វើសកម្មភាពរបស់ខ្លួន និងធាតុចាំបាច់នានានៅក្នុងយុទ្ធនាការតាមបណ្ដាញសង្គម។

- **សាកសួរមតិយោបល់ទៅអ្នកតាមដានព័ត៌មានរបស់អ្នក។** ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមផ្ដល់ឱ្យអ្នកធ្វើការស្ទាបស្ទង់មតិក្នុងពេលពេលវេលាជាក់ស្ដែង។ សូមកុំខ្លាចក្នុងការសួរទៅកាន់អ្នកតាមដានព័ត៌មានរបស់អ្នកអំពីប្រភេទព័ត៌មានដែលពួកគាត់ចង់ឃើញ។ ការសាកសួរទៅពួកគាត់ អាចសម្រេចបានតាមរយៈការបង្ហោះសារជាសំណួរ ឬអាចផ្ដល់ជាចម្លើយពហុជ្រើសរើសដែលពួកគាត់អាចមានប្រតិកម្មតបវិញបាន។

- **ទាញប្រយោជន៍ពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយគ្រប់ប្រភេទទាំងអស់។** សូមកុំប្រើតែអក្សរមួយមុខនៅក្នុងការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពព័ត៌មានរបស់អ្នក។ សូមប្រើប្រាស់ឱ្យអស់លទ្ធភាពនូវប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដទៃទៀត រាប់ចាប់តាំងពីវីដេអូ ទៅដល់រូបភាព និងដំណរភ្ជាប់ទៅកាន់គេហទំព័រដទៃទៀត។

- **ត្រូវបញ្ជាក់ឱ្យច្បាស់នៅពេលអ្នកលើកឡើងនូវទស្សនៈយល់ឃើញរបស់ខ្លួន ឬនិយាយតាងនាមឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។** ជាការពិតណាស់ ប្រាកដជាមានសក្ដានុពលសម្រាប់ភាពយល់ច្រឡំនៅទីនេះ។ ជាវិធានទូទៅ គ្រប់គេហទំព័រផ្លូវការទាំងអស់របស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ដូចជា LinkedIn និង Twitter ជាដើម គួរតែជាគេហទំព័រផ្លូវការ។ ប្រសិនបើអ្នកលើកឡើងនូវទស្សនៈយល់ឃើញរបស់ខ្លួន អ្នកក៏គួរតែបញ្ជាក់ឱ្យច្បាស់ផងដែរ។

- **ត្រូវធានាយ៉ាងណាកុំឱ្យអ្នកផ្សព្វផ្សាយអ្វីម៉្យាងជាសាធារណៈនៅលើបណ្ដាញសង្គម ដែលអាចបង្កការខូចខាតដល់កេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។** ប្រសិនបើ មានការសង្ស័យ សូមសាកសួរទៅក្រុមការងារផ្នែកការប្រាស្រ័យទាក់ទង។

- **ត្រូវយល់ជ្រួតជ្រាបអំពីបទបញ្ញត្តិស្ដីពីការរក្សាសិទ្ធិ។** ពេលអ្នកដកស្រង់ស្នាដៃភាគីទីបីណាមួយ ត្រូវប្រាកដថា អ្នកបានបញ្ជាក់ប្រភពព័ត៌មាននោះច្បាស់លាស់។

- **ចាំបាច់ត្រូវតែសុភាពរាបសារ និងមានការគួរសមគ្រប់ពេលទាំងអស់។** ត្រូវចៀសវាងកុំឈានចូលទៅក្នុងការឈ្លោះប្រកែកណាមួយប្រសិនបើអ្នកពុំយល់ស្របជាមួយមតិយោបល់ណាមួយ។ ត្រូវមានភាពនឹងន និងគួរសមគ្រប់ពេលវេលា។

ចំណុចបន្ទាប់ទៀតនៅក្នុងផ្នែកនេះ នឹងពិនិត្យលើវេទិកាបណ្ដាញសង្គមដែលមានប្រជាប្រិយភាពបំផុតមួយចំនួន។

LinkedIn

ក្នុងនាមជាគេហទំព័របណ្ដាញសង្គមផ្ដោតការយកចិត្តទុកដាក់លើអាជីកម្មLinkedIn ផ្ដល់ជម្រើសការប្រាស្រ័យទាក់ទងនានាជាច្រើនសម្រាប់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។

ថ្វីបើគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ មានគេហទំព័រ LinkedIn មួយរួចហើយក្ដី (https://www.linkedin.com/company/mekong-river-commission-secretariat) ប៉ុន្តែនៅមានវិធីជាច្រើនទៀតយើងអាចកែលម្អ និងប្រើប្រាស់បណ្ដាញសង្គមនេះឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាពជាអតិបរមា។

- **បង្កើតប្រូហ្វាលស្ថាប័នដ៏រឹងមាំមួយ។** ប្រូហ្វាលក៏រឹងមាំជួយឱ្យអ្នកលេចធ្លោចេញពីហ្វូងមនុស្សដទៃ។ ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាដាក់បញ្ចូលព័ត៌មានលម្អិតអំពីអ្វីដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ធ្វើ និងសារសំខាន់ៗរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ នៅលើទំព័រនេះ។ ម៉្យាងទៀត សូមធ្វើឱ្យទំព័ររបស់អ្នកមានភាពស្រស់ថ្លា ដោយប្រើរូបភាពទាក់ទាញ។ ម៉្យាងទៀត ក៏ជាការសំខាន់ផងដែរ ដែលត្រូវដាក់បន្ថែមវាក្យសព្ទពន្លឿនការស្វែងរក (SEO) មួយចំនួននៅលើទំព័រប្រូហ្វាល (មេគង្គ ធនធានទឹក IWRM ។ល។) ដើម្បីឱ្យគេអាចរកអ្នកឃើញនៅលើអ៊ីនធឺណិត និងតាមរយៈការស្វែងរក (searches)។

- **បង្ហាញភាពលេចធ្លោរបស់ទំព័រ។** សម្រាប់ជំនាញឯកទេសដោយឡែក គម្រោង ឬការផ្ដួចផ្ដើមគំនិតជាពិសេសដោយឡែកគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ប្រហែលអាចពិចារណាបង្ហាញភាពលេចធ្លោ របស់ទំព័រផងដែរ។ រាល់ទំព័របង្ហាញភាពលេចធ្លោ អាចមានសារពិសេសដោយឡែក ហើយអាចជម្រុញកេរ្តិ៍ឈ្មោះប្រូហ្វាលរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។

- **បង្កើតក្រុម។** សូមសំឡឹងរកឱកាសដើម្បីបង្កើតម៉ាកយីហោ (brand)សម្រាប់ភាគីពាក់ព័ន្ធដែលចាប់អារម្មណ៍ ដើម្បីសម្របសម្រួលឱ្យមានការពិភាក្សាស្ដីអំពីទន្លេមេគង្គ។គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ អាចដឹកនាំការពិភាក្សានេះ និងប្រើប្រាស់វេទិកា ដើម្បីណែនាំឱ្យដឹងអំពីគោលនយោបាយ

របាយការណ៍ថ្មីៗ។ល។ ប៉ុន្តែជាសំខាន់ណាស់ដែល មិនត្រូវប្រើក្រុមនេះគ្រាន់តែដើម្បីផ្សព្វផ្សាយគណៈកម្មការទន្លេមើគង្គ តែប៉ុណ្ណោះទេ។ ក្រុមនេះ អាចជាក្រុមដែលលើកកម្ពស់ឱ្យមានការពិភាក្សាដោយបើកចំហ និងមានភាពបត់បែនខ្ពស់។ ក្នុងតួនាទីជាអ្នកសម្របសម្រួល ក៏ជាការសំខាន់ផងដែរសម្រាប់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ក្នុងការគ្រប់គ្រងទំព័រនេះក្នុងលក្ខណៈផ្ដួចផ្ដើមជាមុន។

- **មានអន្តរកម្មក្នុងក្រុមដទៃទៀត។**សូមសាកល្បងចូលរួមក្នុងក្រុមដទៃទៀតដែលពាក់ព័ន្ធជាមួយជំនាញឯកទេសរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។ ពេលអ្នកបានចូលរួមក្នុងក្រុមទាំងនេះហើយ ពេលនោះអ្នកអាចមានសមត្ថភាពចូលរួមវិភាគទានតាមរយៈការសរសេរផ្សព្វផ្សាយអំពីប្រធានបទ ពិភាក្សា និងបញ្ចេញមតិយោបល់លើកម្រងការសន្ទនាដទៃទៀត។ តាមរយៈការធ្វើបែបនេះ អ្នកអាចគូសបញ្ជាក់ឱ្យគេឃើញអំពីចំណេះដឹងរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ លើប្រធានបទណាមួយ ហើយថែមទាំងអាចចង្អុលបង្ហាញអ្នកតាមដានព័ត៌មានឱ្យមកមើលគេហទំព័រ LinkedIn របស់អ្នកផងដែរ។

- **ផ្សព្វផ្សាយអំពីឱកាសការងារ។**LinkedIn គឺជាវេទិកាដ៏ប្រសើរសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយអំពីឱកាសរកការងារធ្វើ និងគូសបញ្ជាក់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ថាជាទីកន្លែងគួរជាទីចាប់អារម្មណ៍ ដើម្បីធ្វើការ។

- **ការវិភាគគេហទំព័រ។** ការវិភាគគេហទំព័រ ក៏អាចមានសារៈប្រយោជន៍ផងដែរ ដើម្បីសិក្សាថាតើអ្វីខ្លះដែលដំណើរការបានល្អ និងអ្វីខ្លះមិនដំណើរការបានល្អនៅលើ LinkedIn។ ការវិភាគអាចត្រូវប្រើប្រាស់ ដើម្បីធ្វើតេស្តសាកល្បងលើភាពញឹកញាប់ ប្រធានបទ និងទម្រង់។

៣ហ្វេសប៊ុក

ហ្វេសប៊ុក គឺជាវេទិកាមួយទៀត ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ (https://www.facebook.com/mrcmekong) និងជាវេទិកាមួយដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់នាពេលបច្ចុប្បន្ន។

ខាងក្រោមនេះ គឺជាមតិមួយចំនួនបន្ថែមទៀត ដើម្បីអាចរក្សាបាននូវប្រូហ្វាលហ្វេសប៊ុកដ៏រឹងមាំមួយ។

- **មានគោលដៅ និងយុទ្ធសាស្រ្តច្បាស់លាស់។** មិនខុសពីយុទ្ធនាការការប្រាស្រ័យទាក់ទងដទៃទៀតនោះឡើយ ជានិច្ចជាកាលតែងគឺជាការសំខាន់ដែលត្រូវមានភាពច្បាស់លាស់អំពីអ្វីដែលអ្នកចង់បានពីហ្វេសប៊ុក។ តើសារអ្វីខ្លះដែលអ្នកចង់បញ្ជូនទៅឱ្យសាធារណជន ហើយតើប្រជាជនគោលដៅប្រភេទណាដែលអ្នកចង់ទាក់ទាញឱ្យចូលមកកាន់ទំព័ររបស់អ្នក?

- **ផ្សព្វផ្សាយគេហទំព័រហ្វេសប៊ុករបស់អ្នក។** ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាផ្សព្វផ្សាយគេហទំព័រនៅក្នុងស្ថាប័នទាំងមូល ក៏ដូចជាជាមួយប្រជាជនគោលដៅរបស់អ្នក។ សូមដាក់ព័ត៌មានលម្អិតរបស់អ្នកនៅក្នុងនាមប័ណ្ណក្បាលសំបុត្រផ្ញើតាមអ៊ីម៉ែល គេហទំព័រ។ល។ ត្រូវធ្វើដូចគ្នានេះដែរសម្រាប់LinkedIn និង Twitter។

- **ត្រូវធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពជាប្រចាំ។** នេះជាការសំខាន់ណាស់ មិនថាការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពមួយដងក្នុងមួយថ្ងៃ ឬយ៉ាងហោចណាស់ ៣ ទៅ ៤ ដងក្នុងមួយសប្ដាហ៍។ ប្រសិនបើអ្នកឈប់ធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព មនុស្សនឹងឈប់ចូលមកមើលគេហទំព័រនោះយ៉ាងឆាប់រហ័ស។

- **ធ្វើយ៉ាងណាបង្កើត “សម្លេងរបស់មនុស្ស” សម្រាប់ស្ថាប័ន។** ត្រូវធានាយ៉ាងណាឱ្យបែបបទនៃការដាក់ផ្សាយព័ត៌មានមានការពិត និងអាចឱ្យគេចូលចិត្តបាន។ សូមចៀសវាងមានលក្ខណៈបច្ចេកទេសខ្លាំងហួសហេតុក្នុងការប្រើប្រាស់ភាសា ហើយត្រូវចៀសវាងវាក្យសព្ទបច្ចេកទេស។

- **លើកទឹកចិត្តឱ្យមានការផ្តល់មតិ និងយោបល់ត្រឡប់។** ត្រូវព្យាយាមធានាយ៉ាងណាឱ្យទំព័ររបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ក្លាយជាវេទិកាមានអន្តរទំនាក់ទំនង ហើយប្រសិនបើមានមនុស្សឆ្លើយតប ឬមានមតិត្រូវធ្វើយ៉ាងណា ឱ្យអាចឆ្លើយទៅកាន់ពួកគេវិញបានយ៉ាងឆាប់បំផុតតាមចដែលអាចធ្វើបាន។ អ្នកអានរបស់អ្នកច្បាស់ជាមានអារម្មណ៍ចូលរួមយ៉ាងសកម្ម។

- **ទាញប្រយោជន៍ឱ្យបានល្អពីរូបភាព និងវីដេអូ។** ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាឱ្យទំព័រមានលក្ខណៈទាក់ទាញភ្នែកអ្នកមើលតាមរយៈការប្រើប្រាស់មធ្យោបាយការប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្សេងៗ ដែលអាចតាក់ទាញអ្នកចូលមើលកាន់តែច្រើនថែមទៀត។

- **គួសបញ្ជាក់ឱ្យឃើញច្បាស់អំពីព្រឹត្តិការណ៍នានា។** ជារៀងរាល់ខែ មនុស្សជាង ៤០០ លាននាក់លើហ្វេសប៊ុកប្រើប្រាស់ប៊ូតុងព្រឹត្តិការណ៍(events) ដើម្បីចូលរួមក្នុងកម្មវិធីជាក់លាក់នានា។ ត្រូវធ្វើយ៉ាងណាឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ប្រើប្រាស់ប៊ូតុងនេះ ឱ្យអស់សក្តានុពលនៅលើហ្វេសប៊ុក។ ព្រត្តិការណ៍ទាំងនេះ អាចរួមមានដូចជាសន្និសីទ សិក្ខាសិលា ឬសន្និសីទការសែតនាពេលថ្មីៗបំផុត។

- **សូមគិតរកឧបករណ៍ដទៃទៀត។** មានឧបករណ៍ប្រកបដោយអន្តរទំនាក់ទំនងដទៃទៀត ដែលអ្នកអាចពិចារណា ជាផ្នែកមួយនៃទំព័រហ្វេសប៊ុករបស់អ្នក។ ឧទាហរណ៍ ការស្ទាបស្ទង់មតិ និងការប្រកួតប្រជែងជាដើម។ ឧបករណ៍ទាំងនេះ អាចក្លាយជាធាតុផ្សំដ៏សំខាន់នៃយុទ្ធនាការការប្រាស្រ័យទាក់ទងដទៃទៀត។

- **ចែករំលែកព័ត៌មានពីប្រភពដទៃទៀត។** ដើម្បីឱ្យក្លាយជាប្រភពព័ត៌មានដ៏មានតម្លៃពិតប្រាកដ គេហទំព័រមិនគួរនិយាយតែអំពីគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ មួយមុខប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែត្រូវផ្សព្វផ្សាយអំពីការស្រាវជ្រាវ និងគម្រោងរបស់អង្គការដទៃទៀតផងដែរ។

- **សូមពិចារណាលើការវិភាគ។** នៅពេលដែលទំព័ររបស់អ្នកទាក់ទាញអ្នកអានកាន់តែច្រើនឡើងៗ សូមពិចារណារកឧបករណ៍វិភាគមួយចំនួន ដើម្បីស្វែងយល់ថាតើ អ្នកអានទាំងនោះកំពុងធ្វើដំណើរឆ្ពោះទៅទីណា។ ទាំងហ្វេសប៊ុក និងGoogle សុទ្ធតែផ្តល់ឱ្យមានជម្រើសទាំងអស់នេះ។ មានវេទិកាវិភាគគេហទំព័រដទៃទៀតជាច្រើន ដើម្បីអាចជ្រើសរើសយកមកប្រើផងដែរ។

Twitter

ថ្វីបើបច្ចុប្បន្នគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ មានទំព័រTwitter(https://twitter.com/mrcmekong/status/374721827161243648)ក្តី ប៉ុន្តែពុំទាន់បានប្រើប្រាស់នៅឡើយនាពេលថ្មីៗ។ ទំព័រនេះ មានសក្តានុពលក្លាយជាឧករណ៍ការប្រាស្រ័យទាក់ទង ដ៏មានតម្លៃ ឧទាហរណ៍ ដូចជាសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយអំពីទិន្នន័យការព្យាករណ៍គ្រោះទឹកជំនន់ ក៏ដូចជាផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានផ្សេងៗទៀត។

អង្គការអន្តរជាតិជាច្រើន ដូចជាអង្គការសុខភាពពិភពលោក និងមូលនិធិអន្តរជាតិសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍន៍កសិកម្មជាដើម គឺជាអ្នកប្រើប្រាស់Twitter ដ៏សន្ទឹកសន្ធាប់។ ខាងក្រោមនេះ គឺជាមតិមួយចំនួនអំពីរបៀបដើម្បីឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ ទាញប្រយោជន៍ជាអតិបរមាពីការដាក់ព័ត៌មាននៅលើ Twitter របស់ខ្លួន។

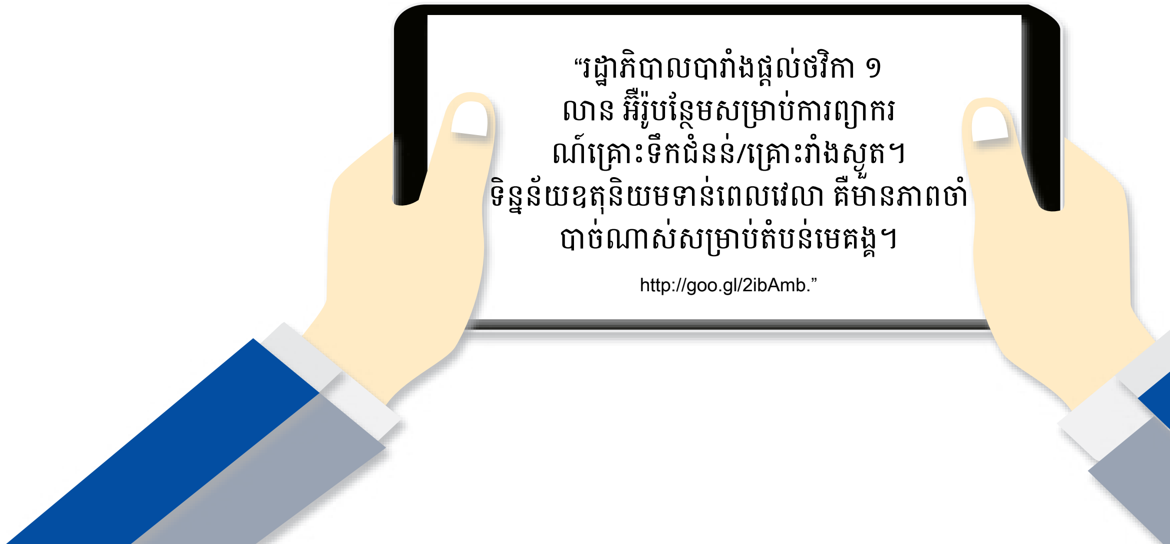
- **បង្កើតធ្វីតដ៏ល្អឥតខ្ចោះ។** អ្នកអាចសរសេរបានតែ ១៤០ តួអក្សរប៉ុណ្ណោះ ដើម្បីទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់មនុស្ស។ ពេលខ្លះដំណកស្រង់សម្តីដ៏ទាក់ទាញ អាចជាឧបករណ៍ដ៏មានប្រយោជន៍ ឬជាចំណងផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់លើ PR។ ជានិច្ចជាកាលត្រូវធ្វើយ៉ាងណាឱ្យទស្សនិកជនរបស់អ្នកចង់បានដំណឹងបន្ថែមទៀតពីអ្នក។

- **ធានាយ៉ាងណាឱ្យគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ មានធ្វីតជាប្រចាំ។** ជាការល្អដែលគួរបង្ហោះធ្វីតមួយដងក្នុងមួយថ្ងៃ ឬយ៉ាងហោចណាស់ ៣ ទៅ ៤ ដងក្នុងមួយសប្តាហ៍ ដើម្បីឱ្យអ្នកតាមដានព័ត៌មានរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ បានដឹងអំពីស្ថាប័ននេះ ក៏ថាជាស្ថាប័នមានតម្លៃសក្តិសមឱ្យគេចាប់អារម្មណ៍ និងជាស្ថាប័នដែលចែកចាយព័ត៌មានមានតម្លៃ។

- **សូមកុំខ្លាចក្នុងការធ្វីតច្រំដែល។** មនុស្សជាច្រើនមើលឃើញតែធ្វីតចុងក្រោយបំផុតនៅចុងទំព័ររបស់គេទេ។ ហេតុនេះ សូមកុំខ្លាចក្នុងការធ្វីតច្រំដែល (ឬរៀបចំប្រយោគជាថ្មីដោយសរសេរតាមវិធីផ្សេង)។

- **សូមទាញប្រយោជន៍ពីរូបភាព។** ធ្វីតដែលបង្ហាញរូបភាព (ឧទាហរណ៍តាមរយៈInstagram) ច្រើនតែលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការចូលរួមកាន់តែច្រើន។ ជានិច្ចជាកាលត្រូវពិចារណាថា តើរូបភាពអាចជួយផ្តល់ឧទាហរណ៍បង្ហាញ ឬជួយពង្រឹងសារដែលអ្នកចង់និយាយនោះឬទេ?

ផ្សព្វផ្សាយសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានតាមរយៈ Twitter



- **ដើម្បីអាចដឹកនាំគេបាន** អ្នកចាំបាច់រៀនដើរតាមគេ។ ការជ្រើសរើសមនុស្ស និងស្ថាប័នផ្សេងៗ ដើម្បីតាមដានព័ត៌មានពីពួកគេប្រាកដជាមានភាពចាំបាច់សម្រាប់ជោគជ័យនៃគណនេយ្យT w i t t e r របស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។ វិធីល្អបំផុត ក្នុងការស្វែងរកមនុស្ស ដើម្បីឱ្យអ្នកតាមដាន (follow) (ជាអ្នកដែលអាចនឹងតាមដានព័ត៌មានរបស់អ្នកវិញ) គឺត្រូវស្វែងរកធ្វីតទាំងឡាយណា ដែលប្រើប្រាស់ប្រធានបទពាក់ព័ន្ធជាមួយគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។

- **ផ្សព្វផ្សាយអំពីគណនេយ្យ Twitter របស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។** ជានិច្ចជាកាលត្រូវសំឡឹងរកមធ្យោបាយ ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយអំពីគណនេយ្យ Twitter របស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ តាមគ្រប់វិធីដែលអាចធ្វើបាន ដូចជាចាប់ពីជាយខាងចុងអ៊ីម៉ែល ឬនៅលើនាមប័ណ្ណ ឬខាងចុងបទបង្ហាញ PPT។

- **ប្រសិនបើអ្នកបន្តការសន្ទានាជាមួយនរណាម្នាក់ សូមជចែកដាច់ដោយឡែក។** ថ្វីបើមិនជាការអ្វីសម្រាប់ធ្វីតដំបូងៗ ដែលមានការឆ្លងឆ្លើយគ្នាទៅវិញទៅមកអាចឱ្យឃើញបានជាសាធារណៈក្តីប៉ុន្តែក្រោយពីនេះ ជាការល្អគួរតែបែរទៅរកទូរស័ព្ទ អ៊ីម៉ែលជាដើមវិញ។ សាធារណជនពុំចាំបាច់ ត្រូវដឹងអំពីការសន្ទនាជាឯកជនរបស់អ្នកឡើយ។

> **“Twitterគឺជាវេទិកាសដ៏ល្អឥតខ្ចោះ ដើម្បីជជែកអំពីកសិករខ្នាតតូច និងបញ្ហាការអភិវឌ្ឍជនបទ ដែលជារឿយៗ គឺជាប្រធានបទត្រូវបានគេមើលរំលងដោយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទូទៅ។ យើងនៅតែអាចចូលទៅដល់ប្រជាជនគោលដៅចម្បងរបស់យើង (អ្នកធ្វើគោលនយោបាយ ដែលជាអ្នកសន្ទនាជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយប្រភេទនេះ ប៉ុន្តែយើងក៏ចូលទៅដល់ក្រុមមនុស្សថ្មីៗ ដែលពុំដឹងច្រើនអំពីបញ្ហាទាំងអស់នេះ ហើយដែលយើងប្រាកដជាពុំអាចចូលទៅដល់តាមរយៈការប្រើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយតាមបែបប្រពៃណីផងដែរ។”**
>
> **មូលនិធីអន្តរជាតិសម្រាប់ការអភិវឌ្ឍកសិកម្ម**

- **សូមទាញប្រយោជន៍ឱ្យបានច្រើនបំផុតពី@ និង #(hashtag)។** សញ្ញា “@” នៅពេលប្រើប្រាស់លើ tweet ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព គឺនឹងផ្តល់ដំណឹងដល់មនុស្ស ឬអង្គការដែលអ្នកកំពុងនិយាយអំពីពួកគេ។ ជារឿយៗ នេះជាមធ្យោបាយដ៏ល្អ ដើម្បីពង្រឹងទំនាក់ទំនង និងផ្សព្វផ្សាយអំពីវត្តមានរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរ អ្នកអាចដាក់សញ្ញា # (ដែលហៅថា hashtag) នៅខាងមុខសព្ទគន្លឹះ ដើម្បីធ្វើឱ្យពាក្យទាំងនោះងាយស្រួលស្វែងរកបន្ថែមទៀត ហើយអាចផ្តួចផ្តើមឱ្យមានការពិភាក្សា។

- **តំណរភ្ជាប់ទៅកាន់ព័ត៌មានដទៃ។** Twitter (ដូចគ្នាជាមួយ Facebook និង LinkedIn ដែរ) គឺជាមធ្យោបាយដ៏ល្អ ដើម្បីបង្ហាញការចូលចិត្ត និងលើកកម្ពស់ខ្លឹមសារដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅកន្លែងដទៃទៀត។ ឧទាហរណ៍ការចេញផ្សាយព័ត៌មាន ឬការធ្វើបទបង្ហាញចុងក្រោយបំផុតរបស់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ អាចត្រូវបានផ្សព្វផ្សាយតាមរយៈ Twitter។

ការគិតប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិតលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម

- នៅក្នុងទិវាបង្គន់អនាម័យពិភពលោក អង្គការសុខភាពពិភពលោក បានសុំឱ្យអ្នកតាមដានព័ត៌មានរបស់ខ្លួនបញ្ជូនរូបភាពបង្គន់របស់ពួកគេមកឱ្យខ្លួន។ តាមសម្តីរបស់ WHO ការធ្វើបែបនេះជួយលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងអំពី “តើការមិនមានបង្គន់អនាម័យមានន័យយ៉ាងណា”
- បន្ទាប់ពីកិច្ចប្រជុំកំពូល G8 អង្គការ IFAD បានធ្វើការសម្ភាសន៍ដូចជាក់ស្តែងមួយជាមួយប្រធានរបស់ខ្លួន គឺ Kanayo Nwanze នៅលើTwitter។ អង្គការIFAD បានបញ្ជាក់ថា “អន្តរទំនាក់ទំនងជាមួយទស្សនិកជនតាម Twitterរបស់យើង បានបន្ថែមទិដ្ឋភាពថ្មីៗ ហើយពួកគេបានសួរសំណួរដ៏ល្អបំផុតដែលពិបាកឆ្លើយ និងមិនអនុលោមតាមនយោបាយភាគច្រើនផងដែរ” ។

- **បង្កើនឥទ្ធិពលខ្លឹមសារដទៃទៀត។** អ្នកពុំចាំបាច់ត្រូវតែបង្ហោះខ្លឹមសារដើមជារបស់អ្នកជារៀងរហូតនោះទេ។ តាមរយៈការចែករំលែកព័ត៌មាន និងការប្រើប្រាស់ប៊ូតុងចូលចិត្ត (favourite) និងប៊ូតុងធ្វីតឡើងវិញ (retweet)គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ អាចក្លាយជាអ្នកជួយសម្រួល និងអ្នកផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានដែលមានស្រាប់ដ៏សំខាន់មួយ។

- **សូមកុំចេះតែផ្សព្វផ្សាយដំណឹង។**Twitter គឺផ្តោតទៅលើការតភ្ជាប់ទំនាក់ទំនង និងការនិយាយរឿង។ សូមកុំប្រើTwitter គ្រាន់តែជាnewsfeed។

- **សូមពិចារណាបង្កើតគណនេយ្យ** Twitter **ច្រើនជាងមួយ។** ជារឿយៗអង្គការជាច្រើនមានគណនេយ្យផ្លូវការរបស់អង្គភាព និងគណនេយ្យផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ CEO។ ឧទាហរណ៍ ប្រធានអង្គការ UNDP ធ្វីតរហូតដល់ ១២ ដងក្នុងមួយថ្ងៃ។

ប្លក់(Blogs)

ប្លក់ គឺជាឧបករណ៍ការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដ៏សំខាន់មួយទៀត ហើយប្រសិនបើអាចសរសេរបានល្អ នោះច្រើនតែអាចបំពេញតួនាទីជាសៀវភៅកំណត់ហេតុតាមប្រព័ន្ធអ៊ីធឺណិត ជាក្តារព័ត៌មានសម្រាប់ការពិភាក្សា និងជាវេទិកាព័ត៌មាននៅប្រមូលផ្តុំក្នុងកន្លែងតែមួយ។

ប្លក់ អាចមានព័ត៌មានផ្ទាល់ខ្លួន ឬព័ត៌មានអំពីគម្រោង ក៏ដូចជាទិន្នន័យ ឬទស្សនៈយល់ឃើញនានាស្តីអំពីប្រធានបទណាមួយ ហើយតាមធម្មតាច្រើនតែលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការប្រាស្រ័យទាក់ទងទៅ និងមកតាមរយៈការអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកអានអាចសរសេរមតិយោបល់ដាក់បញ្ចូលទៅក្នុងនោះបាន។ ការបង្កើត ប្លក់ ក៏ជាវិធីដ៏ល្អមួយទៀត ដើម្បីបង្ហាញអំពីគម្រោង ឬយុទ្ធនាការណាមួយ ហើយអាចជាវីធីដ៏ល្អដើម្បីឱ្យសាធារណជនមានការចូលរួម។

ប្រធាបទប្លក់ជាក់លាក់មួយចំនួន ដែលមានភាពពាក់ព័ន្ធជាមួយគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ អាចរួមមានដូចជា ការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ ជលផល ឬការកាត់បន្ថយគ្រោះទឹកជំនន់ជាដើម។

គោលការណ៍ណែនាំមួយចំនួនសម្រាប់ការសរសេរប្លក់មានដូចតទៅ៖

ប្រធានបទដែលអាចមានសម្រាប់ប្លក់របស់ MRC

- ✓ គ្រោះថ្នាក់នៃការហូរច្រោះដីក្នុងតំបន់ដីសណ្ដទន្លេមេគង្គ”
- ✓ “តម្រូវការឱ្យមានការអត្ថាធិប្បាយថ្មីមួយស្ដីពីគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិនៃការអភិវឌ្ឍថាមពលវារីអគ្គិសនីសម្រាប់តំបន់មេគង្គ”
- ✓ “តម្រូវការឱ្យមានវិធីសាស្ត្របែបរួមបញ្ចូលក្នុងការធ្វើផែនការអាងស្តុកទឹក”
- ✓ “ ការកាត់បន្ថយគ្រោះទឹកជំនន់ចាំបាច់ត្រូវចាប់ផ្ដើមនៅថ្នាក់មូលដ្ឋាន”

- **ធ្វើយ៉ាងណាឱ្យការអត្ថាធិប្បាយ និងចំណុចទូទៅមានលក្ខណៈសាមញ្ញ** ហើយជានិច្ចជាកាលត្រូវផ្ដោតការយកចិត្តទុកដាក់លើសារគន្លឹះ។

- **ធ្វើឱ្យមានលក្ខណៈផ្ទាល់ខ្លួន និងនិទានប្រាប់អំពីរឿងរបស់អ្នក។** ការធ្វើបែបនេះ អាចធ្វើឱ្យប្លក់របស់អ្នកលេចធ្លោ។ ប្លក់ដ៏ល្អបំផុតគឺជាប្លក់ដែលមានឆន្ទៈខ្ពស់ចេញពីបេះដូង និងពាក់ព័ន្ធជាមួយអ្វីដែលមានសារៈសំខាន់ចំពោះរូបអ្នក។ សូមចៀសវាងការរាយការណ៍សោះកក្រោះឧទាហរណ៍អំពីសិក្ខាសិលាពិគ្រោះយោបល់មួយជាដើម!

- **សូមកុំខ្លាចការជជែកអំពីប្រធានបទដែលមានលក្ខណៈចម្រូងចម្រាស់ខ្លះៗ។** ជាការពិតអ្នកពុំអាចតម្រូវចិត្តមនុស្សគ្រប់គ្រាបាននោះឡើយ។ ប៉ុន្តែសូមកុំបង្កឱ្យមានមតិចម្រូងចម្រាស់ ដោយសារតែអ្នកចង់ឱ្យមានភាពចម្រូងចម្រាស់កើតឡើង។

- **សូមកុំភ្លេចអំពាវនាវឱ្យមានសកម្មភាព។** ជានិច្ចជាកាលត្រូវសួរខ្លួនឯងថាតើ អ្នកចង់ឱ្យអ្នកអានរបស់អ្នកធ្វើអ្វីជាលទ្ធផលបន្ទាប់អានប្លក់របស់អ្នក។

- **ធានាយ៉ាងណាឱ្យអ្នកអាចធ្វើបច្ចុប្បន្នរបស់អ្នកជាប្រចាំ និងលើកទឹកចិត្តមនុស្សឱ្យចូលរួម។** ប្រសិនបើពុំធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពទៀងទាត់ទេ នោះមនុស្សទាំងឡាយ នឹងភ្លេចអំពីប្លក់នោះ។

- នៅពេលដែលអ្នកបានទាក់ទាញអ្នកអានច្រើនមកកាន់ប្លក់ហើយ **សូមធ្វើការស្រាវជ្រាវមួយចំនួនដើម្បីស្វែងយល់ថាតើពួកគេចាប់អារម្មណ៍លើអ្វីខ្លះ។** ចំណាប់អារម្មណ៍ទាំងអស់នេះ មួយចំនួនអាចប្រមូលបានពីក្នុងផ្នែកយោបល់របស់អ្នកអាន។ ឧបករណ៍ដ៏មានប្រយោជន៍មួយទៀត គឺអ្នកអាចសួរសំណួរទៅកាន់អ្នកអានរបស់អ្នក។

- **អ្នកអាចបំផុសគំនិតជាមួយសហការីរបស់អ្នកជាប្រចាំ។**ជាការសំខាន់ដែលត្រូវបន្តបង្កើតគំនិត និងជ្រុងថ្មីៗចេញមក។

- **សូមចង់ចាំថា ប្លក់មានអន្តរទំនាក់ទំនងល្អ អាចគាំទ្រដល់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដទៃទៀតរបស់អ្នកបាន** ហើយមធ្យោបាយតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដទៃទៀត ក៏អាចគាំទ្រដល់ប្លក់របស់អ្នកបានវិញផងដែរ។ សូមផ្សព្វផ្សាយអំពីប្លក់របស់អ្នកនៅលើTwitter ឬសុំឱ្យគេ follow អ្នកនៅលើ Facebook នៅខាងចុងប្លក់របស់អ្នកជាដើម។

ម៉្យាងទៀតក៏មានមធ្យោបាយសន្ទនាតាមប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត (online chat rooms) និង គេហទំព័រភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងដទៃទៀតជាច្រើនផងដែរ។ ប្រសិនបើអ្នកពុំទាន់បានចូលរួមនៅក្នុងបន្ទប់សន្ទនា ឬគេហទំព័រស្ដាបនាបណ្ដាញណាមួយនៅឡើយទេ សូមពិនិត្យមើលថាតើមាន អ្វីដែលពាក់ព័ន្ធជាមួយគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងអាចសាកល្បងរក្សាវត្តមានរបស់អ្នកនៅក្នុងបន្ទប់សន្ទនា ឬគេហទំព័រស្ដាបនាបណ្ដាញទាំងអស់នោះ។ អ្នកមិនដឹងថា នរណាខ្លះចូលរួមនៅក្នុងបន្ទប់សន្ទនា ហើយអ្នកអាចស្ដាបនាទំនាក់ទំនងចាមួយប្រជាជនគោលដៅមួយចំនួនរបស់អ្នកផងក៏មិនដឹង។ ត្រូវចងចាំថា ត្រូវរក្សាលក្ខណៈវិជ្ជាជីវៈខ្ពស់គ្រប់ពេលវេលា។

ការកំណត់ថាតើវេទិកាណាខ្លះដែលត្រូវប្រើប្រាស់

- ត្រូវបានប្រើប្រាស់ទាំងសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ផ្ទាល់ខ្លួន និងការប្រើប្រាស់ជាលក្ខណៈវិជ្ជាជីវៈ
- ជាមធ្យោបាយដ៏មានប្រជាប្រិយភាពបំផុតរហូតមកទល់ពេលនេះ
- ជាវេទិកាដែលមានល្បាយប្រជាសាស្ត្រខ្ពស់ជាងគេបំផុត
- រឹងមាំសម្រាប់ការយល់ដឹងអំពីម៉ាកយីហោ

- ផ្ដោតគោលដៅលើសហគមន៍វិជ្ជាជីវៈ
- វេទិកាដ៏ល្អសម្រាប់ការតភ្ជាប់បណ្ដាញ និងការជ្រើសរើសបុគ្គលិក
- វេទិកាដ៏មានប្រជាប្រិយសម្រាប់អ្នកធ្វើការសម្រេចចិត្តជាន់ខ្ពស់ អ្នកគោលនយោបាយ មនុស្សក្នុងវិស័យសិក្សាធិការ

- ត្រូវបានប្រើប្រាស់ទាំងសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ផ្ទាល់ខ្លួន និងវិជ្ជាជីវៈ
- វេទិកាដ៏រឹងមាំសម្រាប់ការកសាងទំនាក់ទំនង និងការតាមដានលើបញ្ហានានា
- អនុញ្ញាតឱ្យមានអន្តរទំនាក់ទំនងជាមួយភាគីពាក់ព័ន្ធសំខាន់ៗ
- អាចបន្សីគ្នាយ៉ាងល្អជាមួយវេទិកាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម និងយុទ្ធនាការដទៃទៀត
- មានប្រសិទ្ធភាពខ្លាំងក្នុងការចូលទៅដល់ប្រជាជនគោលដៅ ដែលពុំប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយតាមបែបប្រពៃណី

- ប្រភេទវិទ្យាសាស្ត្រវ័យក្មេង។ ភាគច្រើនលើសលប់សម្រាប់អ្នកមានអាយុក្រោម ៣០ ឆ្នាំ
- ជាវេទិកាដ៏បំផុតសម្រាប់ការផ្សព្វផ្សាយខ្លឹមសារទាក់ទាញភ្នែក និងវីដេអូ

សង្ខេប

យើងសង្ឃឹមថា សៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ បានផ្តល់ឧបករណ៍ “អនុវត្តជាក់ស្តែង” ដ៏មានប្រយោជន៍សម្រាប់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ ស្តីអំពីការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយប្រជាជនគោលដៅគន្លឹះរបស់ខ្លួន។

ថ្វីបើផ្នែកជាច្រើននៅក្នុងសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ សក្តិសមក្លាយជាសៀវភៅមួយដាច់តែឯងក្តី ប៉ុន្តែសេចក្តីណែនាំទូទៅនេះត្រូវបានរចនាឡើង ដើម្បីផ្តល់ជូនបុគ្គលិកគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ និងគណៈកម្មាធិការជាតិទន្លេមេគង្គ ឱ្យមានទំនុកចិត្តថែមទៀតនៅក្នុងការប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់ពួកគេ ព្រមជាមួយគោលដៅចុងក្រោយបំផុត គឺដើម្បីបង្កើនប្រូហ្វាលសម្រាប់គណៈកម្មការទន្លេមេគង្គ។ ការបណ្តុះបណ្តាល ដើម្បីជួយពង្រឹងបន្ថែមលើបញ្ហាមួយចំនួនដែលត្រូវបានលើកឡើងក្នុងសៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ ក៏ត្រូវបានណែនាំឱ្យធ្វើឡើងផងដែរ។

ក្នុងពេលដែលមានសម្លេង និងទស្សនៈយល់ឃើញកាន់តែច្រើនក្នុងវិស័យសាធារណៈដែលធ្លាប់មានពីមុនមក និងក្នុងពេលដែលគណៈកម្មការទន្លេមេគង្គកំពុងបន្តរកមូលដ្ឋានហេតុផល ដើម្បីគាំទ្រតួនាទីរបស់ខ្លួន យើងជឿជាក់ថា សៀវភៅជំនួយស្មារតីនេះ នឹងក្លាយជាធាតុដ៏ចាំបាច់នៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់គណកម្មាធិការទន្លេមេគង្គសម្រាប់ពេលបច្ចុប្បន្ន និងក្នុងពេលអនាគត។

Sida

giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Mekong River Commission Secretariat
184 Fa Ngoum Road, P.O. Box 6101, Vientiane, Lao PDR
T: (856 21) 263 263 F (856 21) 263 264
www.mrcmekong.org

©MRC. All rights reserved.