



คู่มือการสื่อสาร คณะกรรมการแม่โขง

คณะกรรมการแม่โขง



คณะกรรมการแม่โขง

คู่มือการสื่อสาร
คณะกรรมการแม่โขง

สารบัญ

■ คำนำ โดย ประธานกรรมการเจ้าหน้าที่บริหารคณะกรรมการแม่ข่าย 7

การใช้คู่มือการสื่อสารคณะกรรมการแม่ข่าย

■ ทำไมต้องมีคู่มือ? 9

■ วัตถุประสงค์ของคู่มือคืออะไร? 9

■ คู่มือนี้มีไว้เพื่ออะไร? 10

■ ใครควรจะใช้คู่มือนี้? 11

■ เมื่อใช้คู่มือนี้แล้ว จะพิจารณาว่าตนเองเป็นผู้เชี่ยวชาญได้หรือไม่? 11

การสร้างกลยุทธ์การสื่อสารที่ประสบความสำเร็จ

■ การตั้งวัตถุประสงค์ 13

■ การกำหนดกลุ่มผู้ฟัง 15

■ สารที่ทำให้คล้อยตาม 16

■ เทคนิควิธีการ 17

■ ความสำคัญของการวัดผล 17

■ ลำดับเวลาและความรับผิดชอบ 19

สื่อสารให้ถูกที่

■ สารคืออะไร? 21

■ สารที่ดีเกิดขึ้นจากอะไร? 21

■ การสรรค์สร้างสาร 23

■ ความสำคัญของความคงเส้นคงวาและการทำซ้ำ 24

■ ประเด็นที่ต้องพิสูจน์ 26

การติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชน-โอกาสสำหรับสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

■ ข่าวคืออะไร? 28

■ การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ 30

■ วันที่ควรเขียนข่าว 31

■ กรณศึกษา – การจัดทำเรื่องราวที่ประสบความสำเร็จ 37

■ ความคิดเห็นของบรรณาธิการ และโอกาสในการเขียนบทความอื่นๆ 40

■ จดหมายถึงบรรณาธิการ 44

■ การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และการสัมภาษณ์แบบส่วนตัว 46

■ การสัมภาษณ์ที่มีการแพร่ภาพกระจายเสียง 51

■ การให้สัมภาษณ์ทางวิทยุ 54

■ การแถลงข่าว 56

■ วิธีการอื่นๆในการสื่อสารกับสื่อมวลชน 58

การติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชน – สิ่งที่ต้องทำและไม่ควรทำ

■ สิ่งที่ต้องทำเมื่อติดต่อประสานงานกับสื่อ 61

■ สิ่งที่ไม่ควรทำเมื่อติดต่อประสานงานกับสื่อ 61

■ ภูมิทัศน์สื่อในปัจจุบัน 63

ศิลปะการสื่อสารในภาวะวิกฤต

■ กฎสำคัญสำหรับแผนงานการสื่อสารในภาวะวิกฤต 67

■ ขั้นตอนที่แตกต่างกัน – การดำเนินการการตรวจสอบความเปราะบาง 68

■ การกำหนดคณะกรรมการสื่อสารในภาวะวิกฤต 69

■ การกำหนดและฝึกผู้แถลงข่าว 69

■ การให้เครื่องมือที่จำเป็นแก่ผู้แถลงข่าว 70

■ กระบวนการและขั้นตอนการจัดเตรียมเอกสาร 70

■ การดำเนินการตอบสนอง – การเตรียมแถลงการณ์ 71

■ ระบบการแจ้งเตือนภายนอก – การเตรียมแถลงการณ์ออกสู่สาธารณะ 71

■ ก้าวต่อไปจากการเตรียมแถลงการณ์ – การพัฒนาสารในภาวะวิกฤต 72

■ การรวบรวมข่าวกรอง 72

■ การถ่ายทอดข้อมูลและบทเรียนที่ได้เรียนรู้ 74

มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์และกิจกรรมในการสื่อสาร

■ คำแนะนำโดยทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ด้านการสื่อสาร 76

■ จดหมายข่าวและสิ่งพิมพ์อื่นๆ 78

■ จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ 80

■ การเขียนรายงาน 81

■ การถ่ายภาพ 84

■ การจัดทำวิดีโอ 86

■ การถ่ายทำวิดีโอ 87

■ คู่มือการใช้งาน/ชุดฝึกอบรม 89

■ ผลิตภัณฑ์ด้านการสื่อสารอื่นๆ 89

■ ช่องทางอื่นๆในการกระจายข่าวสาร 90

การพูดในนามของคณะกรรมการแม่น้ำโขง

■ โครงสร้างของการนำเสนอ/การกล่าวสุนทรพจน์	93
■ เคล็ดลับในการสื่อสารอื่นๆ	96
■ การใช้ภาษา	97
■ ความสำคัญของภาษากายและน้ำเสียง	98
■ การใช้ PowerPoint	100
■ การดำเนินการช่วงถามตอบ	102
■ บทบาทการเป็นกระบวนกร	104

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

■ การสื่อสารกับผู้บริจาค	107
■ การสื่อสารกับองค์กรพัฒนาเอกชน	109
■ การสื่อสารกับองค์กรภาครัฐ	109
■ การสื่อสารกับสาธารณชน	110

การเข้าหาชุมชน

■ การดำเนินการตามกลยุทธ์การเข้าหาชุมชน	114
■ วิทย์ชุมชน	115
■ ศิลปะการแสดงและละครเร่	116
■ ไปสเตอร์ การเล่าเรื่องผ่านภาพถ่าย และภาพวาดต่างๆ	118
■ กิจกรรมต่างๆในชุมชน	119

สื่อออนไลน์ – วิธีการใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

■ หนะสื่อออนไลน์	121
■ ลิงก์อิน	122
■ เฟซบุ๊ก	123
■ ทวิตเตอร์	124
■ บล็อก	127
■ การกำหนดว่าจะใช้ช่องทางใดในการสื่อสาร	129
■ สรุป	131

คำนำ โดย ประธานกรรมการเจ้าหน้าที่บริหารคณะกรรมการแม่น้ำโขง

พวกเราอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่มีข่าวสารให้ติดตามตลอดเวลา ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงกำลังแข่งขันกับองค์กรอื่นๆในการหิยบกความคิดเห็นและส่งข้อความและความคิดเห็น และสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียหลัก

ประสิทธิผลของเราในฐานะองค์กรนั้นขึ้นอยู่กับว่าพวกเราสื่อสารได้ดีเพียงใดกับหน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อประสานงานกับองค์กรภาครัฐ ประชาสังคม ภาคเอกชน ผู้บริจาคในระดับระหว่างประเทศ หรือแม้แต่กลุ่มผู้มีอิทธิพลอื่นๆ

นั่นคือเหตุผลว่าเพราะเหตุใดคู่มือการสื่อสารเล่มนี้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อคณะกรรมการแม่น้ำโขง ความรู้และทักษะในคู่มือนี้จะทำให้พวกเราพัฒนาองค์กรให้ดีขึ้นได้ในการปรับเปลี่ยนวาระขององค์กร และเผยแพร่องค์ความรู้ในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ไม่มีใครแข่งขันได้ และกลายมาเป็นองค์กรแม่น้ำระดับโลกที่ให้บริการต่อสมาชิกของเราทุกคน

ในช่วงที่มีการพิจารณาการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร คู่มือนี้ถูกออกแบบมาเพื่อให้เจ้าหน้าที่ของคณะเลขาธิการคณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติมีความมั่นใจมากขึ้นในการสื่อสาร ซึ่งถือว่าการดำเนินการที่มีความสำคัญยิ่ง

ผมขอต้อนรับคู่มือนี้และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าคู่มือนี้จะเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญสำหรับภาคส่วนภายในของพวกเราเช่นเดียวกับที่พวกเรายังคงสานต่อและปรับปรุงกิจกรรมในการติดต่อสื่อสารอย่างต่อเนื่องภายในภูมิภาคและทั่วโลก

ผมต้องการแสดงความขอบคุณต่อ SIDA, World Bank และ GIZ ในการทำให้คู่มือเล่มนี้เป็นไปได้

ขอบคุณครับ

ด้วยความจริงใจ,
Dr. Pham Tuan Phan
ประธานกรรมการเจ้าหน้าที่บริหาร

1

การใช้คู่มือการสื่อสาร คณะกรรมการแม่น้ำโขง

- ทำไมต้องมีคู่มือ?
- วัตถุประสงค์ของคู่มือคืออะไร?
- คู่มือนี้มีไว้เพื่ออะไร?
- ใครควรใช้คู่มือนี้?
- เมื่อใช้คู่มือนี้แล้ว จะพิจารณาว่าตนเองเป็นผู้เชี่ยวชาญได้หรือไม่?

ทำไมถึงต้องมีคู่มือ?

ในฐานะที่เป็นหน่วยงานระดับนานาชาติที่มีหน้าที่ในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆมากมาย ประสิทธิภาพของคณะกรรมการแม่น้ำโขง (MRC) และคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ (NMCs) นั้นขึ้นอยู่กับ การสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย กับทั้งรัฐบาล ประชาสังคม และภาคเอกชนของประเทศต่างๆในแม่น้ำโขง เช่น เดียวกันกับผู้บริหารและผู้มีอิทธิพลหลักอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม จนถึงทุกวันนี้ คณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ ได้มีการบันทึกผล การสื่อสารที่ประสบความสำเร็จและการสร้างคุณค่าต่อกลุ่มผู้ฟังในระดับที่แตกต่างกัน ผลก็คือเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ เช่น โครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) แล้ว คณะกรรมการแม่น้ำโขงยังค่อนข้างไม่เป็นที่รู้จักมากนักในภูมิภาค

นี่คือเหตุผลว่าเพราะเหตุใดคู่มือนี้จึงได้รับการพัฒนาขึ้นมา โดยมีความคาดหวังว่าคู่มือนี้จะกลายเป็นเครื่องมือ ที่สำคัญในการช่วยเหลือสมาชิกของคณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ ในการ ปรับปรุงการสื่อสารและเพิ่มความเข้าใจและรับรู้เกี่ยวกับคณะกรรมการแม่น้ำโขงทั้งภายในลุ่มน้ำและระดับ นานาชาติ โดยคู่มือนี้จะมีความสำคัญอย่างมากต่อการกระจายอำนาจภายในคณะกรรมการแม่น้ำโขงใน ปัจจุบันและการเพิ่มความรับผิดชอบที่มีมากขึ้นของคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ



คู่มือสื่อสาร – เป้าหมาย

- ส่งเสริมวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและข้อความที่คงเส้นคงวา
- สร้างมาตรฐานให้กับสารที่จะสื่อและกิจกรรมต่างๆ
- สร้างเสริมศักยภาพ
- ควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ในการสื่อสาร
- เป็นแนวทางให้คณะกรรมการแม่น้ำโขง คณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการ ดำเนินกิจกรรมการสื่อสารทั้งหมด

วัตถุประสงค์ของคู่มือนี้คืออะไร?

คู่มือการสื่อสารนี้เป็นสิ่งที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง ซึ่งเป็นเครื่องมือ “แนะแนวทาง” ที่จะช่วยให้คณะกรรมการ แม่น้ำโขง คณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ และประเทศสมาชิกได้ดำเนินการในกิจกรรม การสื่อสารของพวกเขา โดยได้มีการพัฒนาเป้าหมายให้เป็นไปดังนี้

- เพื่อที่จะทำให้คณะกรรมการแม่น้ำโขง คณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ และหน่วยงานระดับชาติได้โฆษณา วิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและคงเส้นคงวาของคณะกรรมการแม่น้ำโขง
- เพื่ออำนวยความสะดวกให้เกิดมาตรฐานในการสื่อสารและการสร้างสรรรวมทั้งกิจกรรมการเข้าถึงผู้มีส่วนได้เสียต่างๆ

- เพื่อที่จะให้เครื่องมือในการสร้างเสริมศักยภาพสำหรับผู้ดูแลข่าวที่เกี่ยวข้องเมื่อต้องติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชน เช่นเดียวกันกับการติดต่อประสานงานกับผู้มีส่วนได้เสียหลักและภาคีเครือข่าย ซึ่งในทางกลับกันสิ่งเหล่านี้ก็จะนำไปสู่การสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับเจ้าหน้าที่ด้วยเช่นกัน
- เพื่อประกันคุณภาพในการควบคุมและการปฏิบัติตามมาตรฐานสูงสุดสำหรับผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารต่างๆสำหรับคณะกรรมการแม่ข่าย
- เพื่อมอบแนวทางในการดำเนินงานให้กับคณะกรรมการแม่ข่าย คณะกรรมการแม่ข่ายแห่งชาติ และหน่วยงานระดับชาติอื่นๆที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรมด้านการสื่อสารที่แตกต่างหลากหลายตั้งแต่โครงการโฆษณาทางสื่อออนไลน์จนถึงการจัดกิจกรรมไปยังสื่อมวลชนอื่นๆ ซึ่งคู่มือนี้จะครอบคลุมเนื้อหาหลากหลายการติดต่อประสานงานกับสื่อเพียงอย่างเดียว



โดยสรุปแล้ว คู่มือการสื่อสารเล่มนี้จะสนับสนุนคณะกรรมการแม่ข่ายในการดำเนินกลยุทธ์การสื่อสารและตอบสนองต่อเป้าหมายในการส่งเสริมให้ “คณะกรรมการแม่ข่ายเป็นหน่วยงานกลุ่มแม่ข่ายระดับโลกที่ให้บริการผู้คนในประเทศสมาชิกตามความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรอย่างยั่งยืนในกลุ่มแม่ข่าย และลดความยากจนในขณะที่ยังคงให้บริการที่สำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม”

คู่มือนี้จะตอบสนองต่อบทบาทของคณะกรรมการแม่ข่ายทั้งสองด้านในกรณีของการสื่อสารคือ ก) เป็นช่องทางสำหรับประเทศสมาชิกทั้งสี่ประเทศในการเพิ่มการสนทนาและร่วมมือกันในการพัฒนาแม่ข่ายให้มีความยั่งยืน และ ข) เป็นศูนย์กลางความรู้ในกลุ่มแม่ข่าย ที่จะต้องให้บริการข้อมูลข่าวสารทางวิทยาศาสตร์และทางวิชาการที่ไม่ต่อผู้ออกนโยบายในระดับภูมิภาคเพื่อให้เกิดการตัดสินใจในการบริหารจัดการและพัฒนาแม่ข่าย

คู่มือนี้มีไว้เพื่ออะไร?

คณะกรรมการแม่ข่ายเป็นองค์กรกลุ่มแม่ข่ายระดับชาติที่มีพื้นฐานความเชี่ยวชาญในด้านวิทยาศาสตร์และวิชาการ เป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างนโยบายในแม่ข่าย แต่ปัญหาที่คือการที่คนอื่นๆในโลกภายนอกไม่ได้มีความเข้าใจในแบบเดียวกัน คู่มือนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาดังกล่าวและประกันว่าสารของคณะกรรมการแม่ข่ายที่สื่อไปนั้นได้ยืนและมีความชัดเจนทั้งในโลกภายนอกและภายในองค์กร

ท้ายที่สุดนี้ คู่มือนี้ถูกออกแบบมาให้เป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับใครก็ตามที่จะต้องสื่อสารกับโลกภายนอกหรือภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่เขียนสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้ที่ต้องนำเสนอในที่ประชุม ผู้ที่ต้องเขียนรายงาน ผู้ที่โพสต์ข้อความในเฟซบุ๊ก หรือนั่งลงเพื่อประชุมกับองค์กรภาคเอกชน คู่มือนี้จะให้ข้อมูลที่ประเมินค่าไม่ได้เพื่อสนับสนุนเจ้าหน้าที่ของคณะกรรมการแม่ข่ายในการทำกิจกรรมในแต่ละวัน

ใครควรจะใช้คู่มือนี้?

ทุกคนที่มีความเชื่อมโยงกับคณะกรรมการแม่ข่ายจำเป็นต้องใช้คู่มือนี้ ไม่ว่าจะเป็นคณะทำงานด้านการสื่อสาร ผู้จัดการระดับอาวุโส ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ คณะกรรมการแม่ข่ายแห่งชาติ หรือประเทศสมาชิก

แน่นอน ไม่ใช่ทุกภาคส่วนที่จะมีบทบาทเกี่ยวข้อง (เช่น ไม่ใช่ทุกคนที่จะเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ หรือพบกับสื่อมวลชน) แต่ผู้ที่ทำงานในบางภาคส่วนก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับทุกคน ซึ่งวัตถุประสงค์ของคู่มือนี้คือการใช้เป็นเอกสารอ้างอิงอย่างง่ายที่จะนำไปใช้เมื่อจำเป็น และเป็นการประกันว่าความรู้และช่องทางในการสื่อสารเบื้องต้นสำหรับการสื่อสารนั้นยังคงเหมือนเดิมไม่ว่าจะมีผู้เข้ามาทำงานและลาออกคณะกรรมการแม่ข่ายและคณะกรรมการแม่ข่ายแห่งชาติไปอย่างไร



เมื่อใช้คู่มือนี้แล้ว จะพิจารณาว่าตนเองเป็นผู้เชี่ยวชาญได้หรือไม่?

ไม่เลย ในขณะที่คู่มือนี้ถูกออกแบบมาเพื่อเป็นเครื่องมือในการฝึกอบรมและสร้างเสริมศักยภาพและให้คำแนะนำที่มีค่าเกี่ยวกับการสื่อสาร แต่มันก็ยังทำงานได้ไม่สมบูรณ์ครบถ้วนทั้งหมด ในแต่ละส่วน เช่น ทักษะการนำเสนอ และการให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชนควรจะได้รับติดตามผลโดยการฝึกอบรมซึ่งเป็นการปฏิบัติการแบบส่วนบุคคลที่จะรวมถึงการแสดงบทบาทสมมติ ซึ่งจะมีการเพิ่มทักษะการปฏิบัติลงไปด้วย การฝึกปฏิบัติ เช่นเดียวกันกับที่ได้กล่าวในคู่มือนี้มาโดยตลอด คือถูกใจสำคัญ

เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องเน้นย้ำว่าคณะกรรมการแม่ข่ายเป็นองค์กรที่จะมีการวิวัฒนาการแนวทางในการดำเนินการอยู่เสมอ เช่นเดียวกันกับกิจกรรมในการสื่อสาร แนวทางเช่นนี้จำเป็นต้องพึงระลึกไว้เมื่อใช้คู่มือนี้ คณะทำงานด้านการสื่อสารสามารถให้คำแนะนำเพิ่มเติมได้ในส่วนนี้ โดยทั่วไปแล้ว กระบวนการภายใน เช่นเดียวกันกับการระบุว่าใครควรจะเป็นผู้สื่อสารและใครควรจะเป็นผู้ถูกพัฒนาต่อไปภายในคณะกรรมการแม่ข่าย จะถูกรวบรวมไว้ในคู่มือนี้

ไม่มีการสื่อสารใดที่จะประสบความสำเร็จจนกระทั่งมันถูกดำเนินการตามกลยุทธ์ที่เหมาะสม การสร้างกลยุทธ์เช่นนี้นั้นจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ควรครอบคลุมในคู่มือนี้และเป็นสิ่งที่คณะกรรมการแม่ข่ายและคณะกรรมการแม่ข่ายแห่งชาติ ควรมุ่งเน้นไปในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะความสัมพันธ์กับสื่อและการให้ความสำคัญกับนโยบายการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนเพื่อส่งต่อสารที่มีความเชื่อมโยงระหว่างกัน

2

การสร้างกลยุทธ์การสื่อสารที่ประสบความสำเร็จ

ไม่ว่ามันจะเป็นการเริ่มต้นศึกษาค้นคว้าทางวิชาการที่มีความสำคัญหรือไม่ก็ตาม แต่การเผยแพร่ผลจากการอบรมเชิงปฏิบัติการหรือการปรับเปลี่ยนนโยบายหลักภายในคณะกรรมการแม่ข่ายนั้น ทุกครั้งคณะกรรมการแม่ข่ายก็ต้องการที่จะสื่อสารสิ่งบางอย่างต่อโลกภายนอก (หรือจริงๆ แล้วอยู่ภายในคณะกรรมการแม่ข่ายเอง) ซึ่งควรจะได้ถูกดำเนินการตามกลยุทธ์การสื่อสาร

แน่นอน กลยุทธ์การสื่อสารแต่ละข้อและทุกข้อจะมีความแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์และผู้รับสารที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์การสื่อสารที่ดีจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญดังต่อไปนี้

- การตั้งวัตถุประสงค์
- การกำหนดกลุ่มผู้ฟัง
- สารที่ทำให้คล้อยตาม
- เทคนิควิธีการ
- ความสำคัญของการวัดผล
- ลำดับเวลาและความรับผิดชอบ

การตั้งวัตถุประสงค์

อะไรคือสิ่งที่ผู้คนกำลังพยายามไปให้ถึง? ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายถูกกำหนดไว้อย่างไร? เราจะรู้ได้อย่างไรว่าเราได้ไปถึงเป้าหมายหรือไม่?

กลยุทธ์ในการสื่อสารนั้นจะประสบความสำเร็จได้ (และมีความชัดเจนว่าประสบความสำเร็จ) ก็ต่อเมื่อมีการตั้งเป้าหมาย

ทำไมคนเราถึงต้องไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในการสื่อสาร? และทำไมคนเราต้องหวังที่จะประสบความสำเร็จ? คำถามนี้ก็เหมือนกับเป็นคำถามที่ง่ายแต่มีกิจกรรมการสื่อสารต่างๆ มากมายที่ไม่รู้เลยว่าต้องการจะประสบความสำเร็จที่ระดับไหนและทำให้สูญเสียเวลาและเงินอย่างมากมาย

หากจะกล่าวโดยทั่วไป วัตถุประสงค์ของคณะกรรมการแม่ข่าย ก็คือการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียอย่างมีประสิทธิภาพ การแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จในการทำงานของคณะกรรมการแม่ข่าย การทำให้ผู้คนเข้าใจว่าพวกเขาทำอะไร โดยเมื่อนำเอากลยุทธ์การสื่อสารในด้านการมีอิทธิพลต่อนโยบายกลุ่มแม่ข่าย และการสร้างการริเริ่มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ก็จำเป็นที่จะต้องทำให้วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานมีความชัดเจน โดยมีข้อเสนอแนะบางประการดังต่อไปนี้

i การออกแบบกลยุทธ์ในการสื่อสาร

1. ตั้งวัตถุประสงค์
2. กำหนดผู้ฟัง
3. ข้อความที่ทำให้คล้อยตาม
4. กำหนดเทคนิควิธีการ
5. การวัดผลที่ได้รับความเห็นชอบ
6. การกำหนดลำดับเวลาและความรับผิดชอบ

ความเฉพาะเจาะจง

ให้มั่นใจว่าวัตถุประสงค์นั้นไม่ได้กว้างมากเกินไป เพราะหากวัตถุประสงค์นั้นกว้างเกินไป เช่น “การสร้างความรู้ต่อประเด็นด้านทรัพยากรน้ำในแม่ข่าย” หรือ “การกระจายผลลัพธ์จากการอบรมเชิงปฏิบัติการ” ก็จะเป็นการยากต่อการวัดผล ควรจะทำให้ง่ายว่าการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ควรจะประสบความสำเร็จในด้านใดและพฤติกรรมใดหรือนโยบายใดของแผนงานนั้นจะต้องเกิดการเปลี่ยนแปลง

สามารถวัดได้

วัตถุประสงค์เหล่านี้จะต้องถูกกล่าวไว้อย่างชัดเจนและวัดได้ การถามคำถามเช่น อะไรคือมุมมองเฉพาะด้านในการสร้างพฤติกรรมที่ฉันต้องการที่จะเปลี่ยน? เช่น มันเป็นการปรับปรุงนโยบายสาธารณะในการวางแผนแม่น้ำหรือไม่ หรือเป็นการเพิ่มความมุ่งมั่นไปที่การเพิ่มความปลอดภัยในการเดินเรือในแม่น้ำโขง? หรือว่ามันเป็นการเพิ่มความรู้ในประเด็นเช่น การจัดการน้ำท่วมหรือลดภัยพิบัติน้ำท่วมและปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้คน? ยังมีการระบุวัตถุประสงค์ชัดเจนมากเท่าไรที่จะทำให้วัดผลได้ง่ายขึ้นเท่านั้น

เกิดประโยชน์สูงสุด

สร้างการวิเคราะห์สถานการณ์ เครื่องมืออื่นที่มีคุณค่าในขั้นตอนของโครงการนี้คือการสร้างการวิเคราะห์ SWOT ที่เราจะสามารถจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ได้ ซึ่งจะช่วยให้เกิดวัตถุประสงค์เฉพาะขึ้น เช่น เราจะสามารถเปลี่ยนอุปสรรคให้เป็นโอกาสในอนาคตได้อย่างไร? จุดแข็งของคณะกรรมการแม่น้ำโขงจะถูกนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างไร? ภาพดังต่อไปนี้แสดงให้เห็นถึงตัวอย่างของการวิเคราะห์ SWOT ของคณะกรรมการแม่น้ำโขง

การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง

- ความมุ่งมั่นในการร่วมมือของประเทศสมาชิก
- ความรู้ด้านวิชาการ

จุดอ่อน

- การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียที่ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อย
- การมีส่วนร่วมของผู้ได้เสียถูกจำกัดแต่เพียงประเทศสมาชิกและผู้บริจาค

โอกาส

- โครงสร้างใหม่และการกระจายอำนาจ
- การขยายบทบาทของคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ

อุปสรรค

- ความรับรู้ที่ผิดพลาดจากภายนอก
- ความประมาทต่อความคิดเห็นเชิงลบจากสื่อมวลชนและภาคประชาสังคม
- ความเหนื่อยล้าของผู้บริจาค

* ตัวอย่างการวิเคราะห์ SWOT



การกำหนดกลุ่มผู้ฟัง

มันสำคัญที่จะกำหนดว่าใครคือคนที่คุณต้องการจะสื่อสารด้วย เพราะด้วยวิธีการดังกล่าวนี้จะทำให้คุณสามารถสร้างสารที่คุณจะสื่อได้ มันเป็นสิ่งจำเป็นที่การติดต่อสื่อสารที่คุณกำลังจะนำเสนอ นั้นมีผลต่อผู้ฟังที่เป็นผู้รับสารนั้น คณะกรรมการแม่น้ำโขง คณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ และประเทศสมาชิกมีผู้ฟังที่จำเป็นจะต้องติดต่อสื่อสารด้วยเป็นจำนวนมาก ซึ่งพวกเขามีความแตกต่างหลากหลายกันทั้งในด้านลักษณะนิสัย ความประชากร และความต้องการ ซึ่งผู้ฟังเหล่านี้อาจรวมไปถึงรัฐบาลของประเทศสมาชิก ผู้บริจาค ชุมชน

วัตถุประสงค์ที่แข็งแรง	วัตถุประสงค์ที่อ่อนแอ
• ผม/ฉันต้องการเพิ่มเกียรติประวัติให้คณะกรรมการแม่น้ำโขงเป็นผู้นำในการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำผ่านสื่อ การจัดกิจกรรม และช่องทางอื่นๆในการติดต่อสื่อสาร • ผม/ฉันต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการเข้าถึงข้อมูลด้านอุทกภัยในภาคเหนือของประเทศไทย • ผม/ฉันต้องการที่จะแสดงให้เห็นว่าประธานคณะกรรมการเจ้าหน้าที่บริหารและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติของพวกเราเป็นผู้นำในด้านความรู้ฝังแน่นผ่านการดำเนินการในการจัดกิจกรรมหลักของรัฐบาลและการเขียนความคิดเห็นของบรรณาธิการลงในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ	• ผม/ฉันต้องการเพิ่มความรับรู้โดยทั่วไปต่อคณะกรรมการแม่น้ำโขง • ผม/ฉันต้องการเผยแพร่ผลจากการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการของพวกเราที่ผ่านมา • ผม/ฉันต้องการสร้างเกียรติประวัติของคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติให้มากขึ้น

ท้องถิ่น ภาคเอกชนและองค์กรพัฒนาเอกชน ซึ่งผู้ฟังเหล่านี้จะต้องได้รับสารผ่านวิธีการและสารที่มีความแตกต่างหลากหลาย



นอกจากนี้ การเข้าใจภาษาต่างๆที่พูดโดยผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายก็เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาเทคนิควิธีการในการสร้างการณรงค์และการสื่อสาร โดยมี “การทำให้เป็นชุมชนชายฝั่งแม่น้ำ” ของสำนักงานเลขาธิการร่วมกันกับการกระจายอำนาจความรับผิดชอบต่างๆไปสู่คณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ การแปลเครื่องมือในการสื่อสารให้เป็นภาษาเขมร ลาว ไทย และเวียดนาม ก็มีแนวโน้มที่จะกลายมาเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ทั่วไป

สารที่ทำให้คล้อยตาม

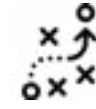
ส่วนที่สามของกลยุทธ์ในการสื่อสารคือวิธีการที่จะสื่อสารตามแนวคิดชุดเล็กๆที่ชัดเจน สั้น กระชับ และจดจำได้ง่าย ซึ่งเรียกว่าสารที่ต้องการจะสื่อ ซึ่งเป็นใจความสำคัญของสาร ที่จะได้กล่าวต่อไปในส่วนที่ 3 โดยจะมีรายละเอียดเนื้อหาที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ไม่มีแผนการติดต่อสื่อสารใดที่จะประสบความสำเร็จโดยปราศจากข้อความที่เรียบง่ายและจับใจผู้ฟัง

ประเด็นที่สำคัญประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการแม่น้ำโขง คือการกำหนดชัดเจนว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงระดับชาติ คือใครและพวกเขาทำอะไร ในสารและอุปกรณ์การสื่อสารสำหรับผู้ฟังจากภายนอก บ่อยครั้งในอดีตที่มุ่งเน้นไปในการให้ข้อมูลทางกฎหมายว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงถูกก่อตั้งเมื่อใด อย่างไร และโดยใคร โดยที่ไม่ได้มีการระบุชัดเจนว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงคืออะไรและทำอะไรบ้าง โดยจะได้มีการกล่าวในรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการสรรค์สร้างสารต่อไปในส่วนที่ 3

ผู้ฟังหลักของคณะกรรมการแม่น้ำโขง และคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ

- หน่วยงานภาครัฐและผู้ตัดสินใจนโยบาย
- เจ้าหน้าที่ที่ได้รับการเลือกตั้งในระดับต่างๆที่แตกต่างกัน
- คู่ภาคีในการสนทนา
- คู่ภาคีในการพัฒนา และองค์กรในระดับภูมิภาค
- สาธารณชนโดยทั่วไป (ระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติ)
- กลุ่มที่ได้รับผลกระทบ กลุ่มชุมชนต่างๆ
- ภาคประชาสังคม/องค์กรพัฒนาเอกชน
- ภาคเอกชน
- สื่อมวลชน
- เยาวชน
- ชุมชนทางวิทยาศาสตร์และวิชาการ
- ผู้ฟังภายในคณะกรรมการแม่น้ำโขง

เทคนิควิธีการ



ขั้นตอนต่อไปในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคือการมุ่งเน้นไปที่เทคนิควิธีการ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ คุณจะเข้าถึงผู้ฟังของคุณได้อย่างไร? กิจกรรมใดที่คุณจะทำการสื่อสารและบรรลุวัตถุประสงค์ของคุณ?

เนื้อหาส่วนมากในกลุ่มการสื่อสารนี้จะมองไปที่เทคนิควิธีการที่แตกต่างกันที่เราสามารถดำเนินการได้ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานด้านการติดต่อสื่อสาร นับตั้งแต่การสร้างสื่อผ่านสังคมออนไลน์และการติดต่อสื่อสารในระดับชุมชน

สิ่งสำคัญที่ต้องมุ่งเน้นในที่นี้คือแผนงานในการสื่อสารที่ประสบความสำเร็จอย่างแท้จริงและส่งผลกระทบต่อผู้ฟังอย่างมากนั้นมีแนวโน้มที่จะมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารที่หลากหลายโดยมีการผสมผสานการใช้เครื่องมือในการสื่อสารที่แตกต่างกัน ด้วยวิธีการดังกล่าวจะทำให้เข้าถึงผู้ฟังได้ในวิธีการที่แตกต่างกันมากมาย ซึ่งมันก็เป็นสิ่งที่สำคัญที่จะคิดถึงผู้ฟังของคุณตลอดเวลาในการเลือกเทคนิควิธีการ ถามตัวคุณเองว่าช่องทางในการสื่อสารแต่ละอย่างนั้นจะทำให้เกิดอิทธิพลมากมายเพียงใด เช่น หากคุณมีเป้าหมายผู้ฟังที่ชุมชนท้องถิ่นที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างจำกัด การใช้สื่อออนไลน์ก็มีแนวโน้มว่าจะไม่ก่อให้เกิดประสิทธิผลมากนัก!

ความสำคัญของการวัดผล

แผนงานการสื่อสารไม่สามารถตรวจสอบได้ว่าประสบความสำเร็จได้จนกว่าจะมีกลไกการวัดผล ในวิธีการดังกล่าวผู้คนสามารถเรียนรู้ได้ว่าสิ่งใดทำได้ดี สิ่งใดทำได้ไม่ดี และสิ่งใดสามารถปรับปรุงได้ในอนาคต ซึ่งแนวทางที่ใช้กันโดยทั่วไปมีดังต่อไปนี้ :



การวิเคราะห์ความครอบคลุมของสื่อ

และความถี่บ่อยในการเผยแพร่ข้อความที่ต้องการจะสื่อสิ่งนี้จำเป็นจะต้องมีการบริการติดตามสื่อที่ดี ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องเข้าใจว่า ปริมาณของสารที่ต้องการจะสื่อจะไม่ถูกทำให้สับสนกับคุณภาพของสาร ลองกำหนดดูว่าหากความครอบคลุมของสื่อที่นั่นสะท้อนให้เห็นถึงสารที่คุณพยายามจะสื่อ และความครอบคลุมของสารนั้นเป็นไปในเชิงบวกและเป็นกลางแล้ว คุณจำเป็นจะต้องประเมินการจำนวนตีพิมพ์ จำนวนผู้อ่านทั้งหมด และผู้ฟังกลุ่มเฉพาะที่คุณกำลังเข้าถึง ซึ่งสิ่งต่างๆเหล่านั้นนั้นแสดงให้เห็นว่าคุณจะสามารถให้คะแนนความครอบคลุมของสื่อได้อย่างไร



การสำรวจ

ชุมชนเฉพาะกลุ่มและการสำรวจว่าพวกเขามีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป อันเป็นผลมาจากการสื่อสารนั้นหรือไม่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถทำได้ผ่านการติดต่อเป็นการส่วนตัวหรือทางโทรศัพท์ หรือบริษัทจัดทำแบบสำรวจทางอินเทอร์เน็ตเช่น SurveyMonkey ทำให้มั่นใจว่าได้มีการทำสำรวจนั้นเป็นภาษาท้องถิ่น ซึ่งคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ จะมีบทบาทมากในส่วนนี้



จำนวนของผู้ที่ติดตามคณะกรรมการแม่น้ำโขงบนเฟซบุ๊กหรือทวิตเตอร์

อันเป็นผลมาจากการโฆษณาในด้านการสื่อสาร คุณเองก็สามารถประเมินการอภิปรายผ่านช่องทางด้านสื่อได้ด้วยเช่นกัน ผู้คนมองคณะกรรมการแม่น้ำโขงในเชิงบวกอย่างไร? พวกเราสามารถทำการวิเคราะห์ที่คล้ายคลึงกันได้ในแบบเดียวกันกับการประเมินผลในด้านความครอบคลุมของสื่อ



การวิเคราะห์สารสนเทศทางเว็บไซต์

แสดงให้เห็นว่าใครเข้าถึงเว็บไซต์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขงเพื่อดาวน์โหลดรายงานเฉพาะด้าน ซึ่งจำนวนครั้งในการเผยแพร่เอกสารตีพิมพ์และยอดขายสิ่งตีพิมพ์ก็เป็นหนึ่งในการวัดผลเพื่อที่จะวัดประสิทธิภาพในการเริ่มการวิจัย ซึ่งหลายคนอาจพิจารณาเครื่องมือวิเคราะห์ต่างๆ เช่น Google Analytics.



ชุดของการอภิปรายกลุ่ม หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก

เป็นการวัดความรู้ที่มีต่อคณะกรรมการแม่น้ำโขง และเป็นตัววัดว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงนั้นเปลี่ยนไปอย่างไร อันเป็นผลมาจากการสื่อสารนั้น



แนวทางการวัดความครอบคลุมของสื่อของคณะกรรมการแม่น้ำโขง และคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ

+2

เป็นบวกมาก มีหัวข้อเชิงบวก กล่าวถึงคณะกรรมการแม่น้ำโขงในทางบวก ไม่มีลักษณะในเชิงลบ

+1

เป็นบวก มีหัวข้อเชิงบวก มีการกล่าวถึงคณะกรรมการแม่น้ำโขงในทางบวก ไม่มีลักษณะในเชิงลบ

0

เป็นกลาง กล่าวถึงคณะกรรมการแม่น้ำโขง ไม่มีลักษณะในเชิงลบหรือบวก

-1

เป็นลบ มีหัวข้อในเชิงลบ วิพากษ์วิจารณ์คณะกรรมการแม่น้ำโขง กล่าวถึงคณะกรรมการแม่น้ำโขง

-2

เป็นลบมาก มีหัวข้อเชิงลบ วิพากษ์วิจารณ์คณะกรรมการแม่น้ำโขงทั่วไป ไม่มีการให้ความคิดเห็นถึงคณะกรรมการ



ลำดับเวลาและความรับผิดชอบ

สุดท้าย เพื่อที่จะให้แผนงานการสื่อสารประสบความสำเร็จ ก็จำเป็นต้องมีลำดับเวลาที่ชัดเจน มีการกำหนดว่าแต่ละกิจกรรมจะเกิดขึ้นเมื่อใด ใครจะเป็นผู้รับผิดชอบ และตัวชี้วัดในแต่ละโครงการควรจะเป็นอย่างไร ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะประกันว่ากิจกรรมจะเป็นไปตามกำหนดเวลาและทุกคนรับรู้ถึงความรับผิดชอบของพวกเขา การแต่งตั้งผู้นำรณรงค์ให้ทำกิจกรรมดังกล่าวก็เป็นแนวทางที่ดีเช่นเดียวกัน

3

สื่อสารให้ถูกที่

การส่งสารที่ต้องการจะสื่อให้ถูกต้องนั้นเป็นใจความสำคัญสำหรับกลยุทธ์ในการสื่อสารและแผนงานต่างๆ

หากไม่มีสารที่ต้องการจะสื่อ ก็ไม่มีแผนใดในการสื่อสารที่จะประสบความสำเร็จ

- สารคืออะไร?
- สารที่ดีเกิดขึ้นจากอะไร?
- การสรรค์สร้างสาร
- ความสำคัญของความคงเส้นคงวาและการทำซ้ำ
- ประเด็นที่ต้องพิสูจน์

สารคืออะไร?

สาร หรือข้อความ เป็นแนวคิดสำคัญที่คุณต้องการจะสื่อ ซึ่งเป็นสิ่งที่คณะกรรมการแม่น้ำโขง คณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ และประเทศสมาชิกจะได้สังเกต สารนั้นเป็นจุดยืนหรือคำกล่าวที่ต้องการจะสื่อ เช่น “X คือปัญหา และ Y คือแนวทางการแก้ไข” หรือ “การทำงานของคณะกรรมการแม่น้ำโขงนั้นมีคุณค่า เนื่องจาก...”

แผนการสื่อสารทุกอย่างควรจะอยู่บนพื้นฐานของสารที่ต้องการจะสื่อ ซึ่งชุดของสารเหล่านี้ควรจะถูกระดมและดำเนินการในฐานะที่เป็นแนวทางในการดำเนินงานสำหรับกิจกรรมในการสื่อสารทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการให้สัมภาษณ์ สื่อมวลชน สื่อประชาสัมพันธ์ อุปกรณ์สื่อสารภายนอกหรือสุนทรพจน์ หรือการโพสต์บนสังคมออนไลน์



หากไม่มีการเห็นด้วยกับสารที่ต้องการจะสื่อ แผนการสื่อสารเหล่านี้มักจะแสดงให้เห็นถึงความสับสน

สารที่ดีเกิดขึ้นจากอะไร?

มีส่วนประกอบต่างๆมากมายที่ทำให้เกิดสารที่ดี

1. ทำให้ง่าย น้อยคือมาก

ข้อความหรือสารที่ต้องการจะสื่อควรจะมีชัดเจนและน่าสนใจ มันควรจะมีประเด็นโดดเด่นออกมาจากข้อความอื่นๆที่กำลังแข่งขันและเรียกร้องความสนใจจากผู้ฟัง ซึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุดของสารก็คือมันควรจะง่าย

เมื่อเราดูว่ารอบคอบและดูว่าน่าสนใจ หรือความคิดเห็นแบบไหนที่ได้รับการเผยแพร่ ก็พบว่าข้อความเหล่านั้นไม่เย็นเยื่อ ยืดเยื้อ แต่สั้นและรวบรัดดี ความชัดเจนข้อความในแบบเดียวกันนี้เองก็จะถูกใช้สำหรับการเชิญผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมหรือการประชุมคณะกรรมการแม่น้ำโขง ซึ่งความเป็นไปได้น้อยที่พวกเขาจะตอบรับคำเชิญหากการเชิญนั้นมีข้อความที่แตกต่างและซับซ้อน

แต่อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนประเด็นหัวข้อที่มีความซับซ้อนให้กลายเป็นข้อความที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจไม่ใช่งานที่ง่าย

2. ไม่ควรมีประเด็นข้อความที่ต้องการจะสื่อเกินสามประเด็น

ได้มีการพิสูจน์แล้วในทางวิทยาศาสตร์ว่าผู้คนส่วนใหญ่ไม่สามารถประมวลผลและจดจำสารที่ต้องการจะสื่อได้มากกว่าสามข้อความ หากเราเช็คเช็คข้อมูลว่าสารที่ต้องการจะสื่อมากเกินไป (หรือแม้แต่มีข้อความหลักที่ต้องการจะสื่อเกินสามประการ) ผู้ฟังก็จะจากไปโดยที่จดจำอะไรไม่ได้เลย

3. รู้จักผู้ฟังของคุณ

ประเด็นหลักที่สามเบื้องหลังการพัฒนาสารที่ต้องการจะสื่อก็คือ “การรู้จักผู้ฟังของคุณ” คุณจำเป็นต้องรู้ว่ามียะไรอยู่ในหัวของผู้ฟังและอะไรจะทำให้พวกเขาสนใจ ซึ่งวิธีการนี้จะทำให้คุณสามารถออกแบบข้อความของคุณได้

4. ไม่มีคำย่อ

คณะกรรมการแม่น้ำโขง คณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ และประเทศสมาชิก ถูกควบคุมโดยคำย่อเช่นเดียวกันกับชุมชนการพัฒนาทั้งหมด ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่ดีที่สุดที่จะหลีกเลี่ยงคำย่อต่างๆเท่าที่จะเป็นไปได้ ดังนั้น ไม่ควรเขียนว่า WWF, IUCN, IWRM แต่ควรทำให้มั่นใจว่าคุณได้สะกดทุกสิ่งทุกอย่างแบบเต็มรูปแบบออกมาแล้ว อย่างน้อยก็ครั้งแรกที่คุณกล่าวถึงคำย่อเหล่านั้น

5. เชื่อมโยงสารกับประเด็นที่กำลังอยู่ในความสนใจ

สิ่งนี้จะช่วยในการสร้างสารหากมีความเชื่อมโยงต่อประเด็นที่กำลังอยู่ในความสนใจ เพราะจะมีแนวโน้มทำให้คนสังเกตได้มากขึ้น

6. ทำให้มั่นใจว่าสารที่คุณต้องการจะสื่อ นั้นมีความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกับตัวบุคคล

ผู้คนมีแนวโน้มที่จะรับข่าวสารข้อมูลใหม่ๆเมื่อพวกเขาสนใจและได้รับการกระตุ้น ดังนั้นคุณจึงต้องทำให้สารของคุณน่าสนใจ เกี่ยวข้องเชื่อมโยง และมีความเป็นส่วนตัวให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ตัวอย่างที่เป็นเรื่องจริง และทันสมัยจากประสบการณ์ของแต่ละคนจะทำให้ข้อความที่ต้องการจะสื่อ นั้นเข้มแข็งขึ้น

7. รู้สึกสบายใจในการปรับแก้ข้อความที่ต้องการจะสื่อ

เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ที่จะปรับแก้ข้อความของคุณเพื่อผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม ในขณะที่ไม่แน่ว่ามันจะเปลี่ยนแปลงไปมากนัก คุณอาจจะคิดและถามตัวเองว่าคุณจะทำให้สารของคุณนั้นมีความเกี่ยวข้องกับผู้ฟังที่คุณกำลังเชื่อมโยงอยู่ได้อย่างไร

ตัวอย่าง

“คณะกรรมการแม่น้ำโขง เป็นองค์กรกลุ่มแม่น้ำในระดับโลกที่ตอบสนองต่อผู้คนในประเทศสมาชิกในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อที่จะพัฒนาทรัพยากรน้ำในลุ่มแม่น้ำโขงเช่นเดียวกันกับการลดความยากจนในขณะที่ยังคงไว้ซึ่งการให้บริการที่จำเป็นในด้านสิ่งแวดล้อม”

กลยุทธ์ในการสื่อสารของคณะกรรมการแม่น้ำโขง เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2552

อะไรทำให้สารที่สื่อมีความเข้มแข็ง การสรรค์สร้างสาร

ระดมสมอง

จุดเริ่มต้นที่ดีคือการระดมสมองกับผู้ที่เลือกสรรมาแล้ว (คนมากเกินไปจะทำให้ล่าช้าและขาดความเห็นชอบร่วมกัน) ใครเป็นผู้ฟังที่เราตั้งเป้าหมายไว้? สิ่งที่คุณต้องการจะสื่อสารกับพวกเขาคืออะไรและเพราะอะไร และวัตถุประสงค์ของคุณคืออะไร? คำถามเหล่านี้และคำถามอื่นๆคือประเด็นที่จะต้องได้รับการตอบสนองในการระดมสมอง

มองไปที่ประเด็นเฉพาะ

เมื่อคุณระดมสมอง ก็จะมีประเด็นเฉพาะต่างๆมากมายเข้ามา พยายามทำให้หัวข้อเหล่านั้นอยู่ภายใต้หัวข้อที่แตกต่างกันและจัดทำบัญชีรายชื่อข้อความหลักในแต่ละประเด็นนั้นๆ

จัดลำดับและเลือกตัดสินใจว่าสารใดเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

คุณสามารถขอให้กลุ่มลงมติเลือกข้อความเป็นการเฉพาะได้ เช่น หากคุณสามารถเลือกได้เพียงสองข้อความ ข้อความเหล่านั้นควรจะเป็นอย่างไร?

ปรับแก้สารของคุณ

เมื่อคุณได้ตัดสินใจว่าข้อความหลักที่คุณต้องการจะสื่อคืออะไร ก็กลับไปดูที่ภาษาและเริ่มต้นแก้ไขสารที่คุณต้องการจะสื่อ ข้อความของฉันทน์ง่ายพอหรือยัง? ฉันทน์คำมากไปไหม? ข้อความนั้นเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกับตัวผู้ฟังไหม? ข้อความเหล่านั้นจะปรับปรุงได้อย่างไร? เป็นสิ่งสำคัญที่ส่วนหนึ่งของข้อความของคุณจะต้องระบุถึงบทบาทหน้าที่เฉพาะของคณะกรรมการแม่น้ำโขง เนื่องจากสิ่งนี้มักไม่เป็นที่รับรู้ของชุมชนอย่างกว้างขวาง ซึ่งกล่อมข้อความต่างๆที่จัดทำขึ้นในหนังสือยุทธศาสตร์การสื่อสารได้เป็นตัวอย่างของสารเหล่านี้

กฎหลักในการสื่อสาร



ความสำคัญของความคงเส้นคงวาและการทำซ้ำ

เมื่อได้สรรค์สร้างสารที่สมบูรณ์แบบแล้ว ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องดูที่การดำเนินงานของข้อความเหล่านั้น ซึ่งมีกฎหลักที่สำคัญอยู่สองประการ คือ ความคงเส้นคงวา และการทำซ้ำ

ประการแรก ความคงเส้นคงวา เป็นสิ่งสำคัญที่ทุกคนที่ทำงานภายในองค์กรได้นำเสนอข้อความแบบเดียวกันและผู้ฟังก็ได้รับสารแบบเดียวกันจากแหล่งข้อมูลและวาระที่แตกต่างกันหลากหลาย

หากกลุ่มผู้ฟังของคุณได้รับข้อความที่แตกต่างกันจากบุคคลที่แตกต่างกันในเวลาที่แตกต่างกัน ก็จะกลายเป็นผลลัพธ์ในเชิงลบในการโฆษณาและทำให้ขาดความชัดเจนและความมุ่งมั่นเฉพาะ จากการมีแผนงานในการสื่อสารที่หลากหลาย และใช้แนวทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน นับตั้งแต่กิจกรรมของสื่อมวลชนจนถึงการกล่าวสุนทรพจน์ หรือแม้แต่การลือขบับ ความคงเส้นคงวาเป็นสิ่งจำเป็น

i **วิสัยทัศน์ของกลุ่มแม่น้ำโขง:** เป็นกลุ่มน้ำที่มีความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ มีความเป็นธรรมทางสังคม และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

วิสัยทัศน์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขง: เป็นองค์กรกลุ่มน้ำนานาชาติระดับโลกที่มีความมั่นคงทางการเงิน ทำงานร่วมกับประเทศในกลุ่มแม่น้ำโขงเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ของการเป็นกลุ่มแม่น้ำโขง

พันธกิจของคณะกรรมการแม่น้ำโขง: เพื่อส่งเสริมและประสานงานการบริหารจัดการและการพัฒนาน้ำและทรัพยากรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน เพื่อประโยชน์ร่วมกันและความกินดีอยู่ดีของผู้คนในประเทศกลุ่มแม่น้ำโขง

คุณจะประกันว่าข้อความต่างๆนั้นจะมีความคงเส้นคงวาได้อย่างไร?

องค์กรต่างๆใช้คู่มือข้อความในการสื่อสาร (Messaging Handbook) ซึ่งเป็นชุดข้อความที่สามารถอ้างอิงได้เมื่อให้สัมภาษณ์หรือนำเสนอ ซึ่งอาจจะเขียนเป็นประเด็นสั้นๆเป็นข้อๆ หรือเป็นการคณาณเล็ก

คู่มือข้อความในการสื่อสารอาจจะมีความครอบคลุมดังต่อไปนี้ ก) ภาพรวมของสารที่ต้องการจะสื่อ ข) บัญชีรายชื่อผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย ค) สารที่ได้รับการปรับแต่งมาสำหรับผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้น และ ง) ตัวอย่างอ้างอิง ซึ่งอาจจะรวมเอกสารถามตอบ (Q&As) ซึ่งเป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นว่าสารเหล่านั้นสามารถนำมาใช้เพื่อตอบคำถามที่มีเหมือนกันได้อย่างไร

ประเด็นที่สอง ในการทำซ้ำนั้น เมื่อได้มีการเห็นชอบในข้อความที่ต้องการจะสื่อแล้ว ให้ลองร้อยเรียงข้อความเหล่านี้เข้าไปในการสื่อสารของคุณ โดยเฉลี่ยแล้วคนทั่วไปจะจดจำข้อความได้หลังจากได้ยินไปประมาณ 5-7 ครั้ง ดังนั้นไม่ต้องกลัวที่จะพูดซ้ำแน่นอน ถึงแม้ว่าแต่ละครั้งเราจะไม่ใช่คำพูดแบบเดียวกันทั้งหมดก็ตาม

การประชุมเชิงปฏิบัติการ/การระดมสมองในการสื่อสาร



คำถามหลักที่ควรถาม

การวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบัน

- ความเข้มแข็งที่พวกเราเมื่ออยู่ในสื่ออะไร? สิ่งที่เราสร้างความแตกต่างหลักคืออะไร? พวกเราสามารถจัดลำดับความสำคัญได้หรือไม่?
- องค์กรอื่นใดที่พวกเรามีความเกี่ยวข้องกันในด้านความเชี่ยวชาญ? พวกเขาส่งสารประสบความสำเร็จได้อย่างไร?
- ผู้มีส่วนได้เสียคิดกับพวกเราอย่างไร? พวกเราจะปรับปรุงความรับรู้ดังกล่าวได้อย่างไร?

การกำหนดผู้ฟังของคุณ

- ใครคือผู้ฟังที่มีความสำคัญที่สุดของคุณ? พวกเขาสนใจอะไร? ความรับรู้ในปัจจุบันเกี่ยวกับคณะกรรมการแม่น้ำโขงของพวกเขาคืออะไร?
- มีแนวโน้มหรือมีความเหมือนกันในกลุ่มผู้ฟังหรือไม่? มีช่องว่างระหว่างความรู้หรือไม่?



ดังนั้น มีสารอะไรที่เราสามารถใช้สำหรับคณะกรรมการแม่น้ำโขงได้บ้าง?

ในขณะที่คู่มือนี้ไม่สามารถให้มุมมองในการแสดงสารที่เป็นภาพรวมของคณะกรรมการทั้งหมด (ถึงแม้ว่าสิ่งเหล่านี้อาจจะทำได้ในภายหลังก็ตาม) กรอบในการทำงานนี้จะช่วยให้จุดเริ่มต้นที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาข้อความสำหรับคณะกรรมการแม่น้ำโขง เช่นเดียวกันกับการให้กรอบการทำงานสำหรับการโฆษณาเฉพาะด้าน บ่อยครั้งที่การพัฒนาสารที่สามารถนำไปใช้ได้ในฐานะที่เป็นรูปแบบของการฝึกอบรมด้านสื่อ หรือการอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการสร้างสารในการติดต่อสื่อสาร



การสรุปร่างสาร

- หากคุณต้องการจะให้ผู้ฟังรู้เกี่ยวกับคณะกรรมการแม่น้ำโขงสักหนึ่งอย่าง สิ่งนั้นควรจะเป็นอะไร? พวกเขาสามารถจัดลำดับความสำคัญได้หรือไม่
- ข้อความที่ครอบคลุมของพวกเราข้อความเดียวคืออะไร? พวกเราสามารถเขียนเพิ่มเติมได้อีกหรือไม่?
- ข้อความนั้นๆได้ถูกปรับแต่งสำหรับผู้ฟังของพวกเราอย่างเพียงพอแล้วหรือไม่?
- พวกเราจะสื่อสารในแบบเดียวกันในวิธีการที่แตกต่างกันได้อย่างไร

การสนับสนุน

- พวกเราจะสนับสนุนสิ่งที่พวกเรากำลังพูดได้อย่างไร? พวกเรามีตัวอย่างหรือไม่? ข้อเท็จจริง, กรณีศึกษา ฯลฯ

ประเด็นที่ต้องพิสูจน์

ประเด็นสุดท้ายของข้อความคือ “ประเด็นที่ต้องพิสูจน์”

ข้อความนั้นจะต้องประกอบด้วยข้อเท็จจริงและข้อมูล หากปราศจากสิ่งเหล่านี้ ข้อความก็จะเป็นนามธรรมเกินไป คำคมเกินไป และไม่ได้ถูกสื่อให้เป็นจริงเป็นจังโดยนักข่าวหรือผู้ฟังคนอื่นๆ ใครๆก็สามารถกล่าวอ้างอะไรก็ได้ แต่มันขึ้นอยู่กับวิธีการที่คุณจะสนับสนุนคำกล่าวนั้นและยกตัวอย่างในประเด็นที่จะทำให้ข้อความของคุณนั้นมีเหตุผล

ดังนั้น พวกเราจะให้ความหมายเกี่ยวกับประเด็นที่ต้องพิสูจน์ว่าอย่างไร? ประเด็นที่ต้องพิสูจน์คือข้อเท็จจริง ภาพประกอบ และงานวิจัยที่จะสนับสนุนสิ่งที่คุณพูดในข้อความนั้น

ยกตัวอย่าง เช่น หนึ่งในข้อความหลักของคณะกรรมการแม่น้ำโขงคือ “นายหน้าผู้ซื้อสัตว์” ที่จะประกันว่ามีการตัดสินใจเชิงนโยบายที่ดีโดยประเทศสมาชิก ซึ่งเป็นผลมาจากการทำวิจัยและการใช้ข้อมูลเชิงวิชาการอย่างกว้างขวาง เพื่อที่จะพิสูจน์ประเด็นนี้ คณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติจะต้องตอบคำถามต่างๆ เช่น นโยบายที่ได้รับการปรับปรุงโดยงานวิจัยของคณะกรรมการแม่น้ำโขงและประเภทของงานวิจัยที่นำไปสู่การปรับปรุงความเข้าใจระหว่างกันในกลุ่มแม่น้ำโขง สิ่งเหล่านี้คือประเด็นที่ต้องพิสูจน์ให้เห็นได้ชัด

i

ข้อเสนอแนะบางประการเกี่ยวกับประเด็นที่ต้องพิสูจน์

- ประกันว่าประเด็นที่ต้องพิสูจน์ของคุณนั้นมุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์ ทำให้มั่นใจว่าประเด็นเหล่านั้นไม่เป็นนามธรรมเกินไปหรือกว้างจนเกินไป
- ให้ข้อมูลที่เป็นเรื่องราวเกร็ดเล็กเกร็ดน้อย... เรื่องราวที่ดีมักจะมีได้ผลเสมอ
- ใช้กรณีศึกษาในฐานะที่เป็นประเด็นที่ต้องพิสูจน์เมื่อเป็นไปได้ โดยจะได้กล่าวถึงกรณีศึกษาอย่างละเอียดต่อไปในส่วนที่ 4

4

การติดต่อประสานงานกับ สื่อมวลชน- โอกาสสำหรับสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

สำหรับกลยุทธ์ในการสื่อสารหลายอย่างนั้น สื่อคือเครื่องมือขับเคลื่อนและเป็นวิธีการหลักที่ใช้ในการกระจายข้อความและบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร

ลองดูวิธีการต่างๆในการทำให้อันมั่นใจว่าสื่อต่างๆจะมีความครอบคลุมดังต่อไปนี้

- ข่าวกีฬาอะไร?
- การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์
- วันที่ควรเขียนข่าว
- กรณีศึกษา – การจัดทำเรื่องราวที่ประสบความสำเร็จ
- ความคิดเห็นของบรรณาธิการ และโอกาสในการเขียนบทความอื่นๆ
- จดหมายถึงบรรณาธิการ
- การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และการสัมภาษณ์แบบส่วนตัว
- การสัมภาษณ์ที่มีการแพร่ภาพกระจายเสียง
- การให้สัมภาษณ์ทางวิทยุ
- การแถลงข่าว
- วิธีการอื่นๆในการสื่อสารกับสื่อมวลชน

ข่าวคืออะไร?

ก่อนที่เราจะมองไปที่ช่องทางต่างๆในการกระจายข่าวสาร การตั้งคำถามว่า “ข่าวอะไรและอะไรจะให้นักข่าวสนใจ” นั้นเป็นสิ่งสำคัญ

เรื่องราวเกี่ยวกับข่าวต่างๆทั้งหมดจะต้องผ่านการทดสอบกับการถามคำถามว่า “แล้วมันเป็นอย่างไล่ะ” ในกรณีเช่นนี้ หัวข้อข่าว เช่น “การบรรจุข้อตกลงการประมงอาหาร” หรือ “คณะกรรมการการแม่น้ำโขงสร้างแนวทางปฏิบัติภายในใหม่” ไม่สามารถนำมาพิจารณาว่ามีความสำคัญเพียงพอที่จะเป็นข่าวสำหรับนักข่าวได้

วิธีการที่ดีในการตัดสินใจว่า “ข่าวใดจะเป็นข่าว” ได้ก็คือการพิจารณาตามเงื่อนไขดังต่อไปนี้ คือ ผลกระทบ ความเชื่อมโยง ความใกล้ชิด ถูกกาลเทศะ และตรงกับความสนใจของผู้คน

- **ผลกระทบ** ผลกระทบเป็นการแสดงให้เห็นว่าข่าวนั้นมีผลกระทบขนาดใหญ่เพียงใดต่อชีวิตของผู้คน นโยบายของรัฐบาล หรืออื่นๆ ผลกระทบอะไรที่ข่าวนี้น่าจะมีต่อผู้คน? ข่าวนี้น่าจะทดสอบ “แล้วอย่างไรเล่า” หรือไม่?
- **ความเชื่อมโยง** ความเชื่อมโยงนั้นอ้างอิงถึงว่าข่าวนี้น่ามีความหมายต่อชีวิตของผู้ฟังอย่างไร ข่าวนี้น่ามีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้คนในชีวิตประจำวัน หรือต่อภูมิภาคหรือไม่ ในประเด็นที่นักข่าว (และผู้อ่าน) นั้นสนใจจริงๆ?
- **ความใกล้ชิด** ความใกล้ชิดอ้างอิงถึงความใกล้ชิดที่ข่าวนี้น่ามีต่อผู้ฟัง เช่น ในขณะที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงนั้นคาดหวังที่จะให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับแม่น้ำโขง การกล่าวถึงแม่น้ำในลุ่มน้ำแอฟริกาจะเป็นการทำให้ข่าวนั้นน่าจะนำมาทำข่าวได้น้อยลงไปอีก
- **ถูกกาลเทศะ** กาลเทศะนั้นเกี่ยวข้องกับโอกาสในด้านเวลาของข้อเท็จจริง ยิ่งข่าวนั้นมีความใหม่สดเท่าใด ก็ยิ่งมีแนวโน้มที่เรื่องราวนั้นสามารถเป็นข่าวได้มากเท่านั้น ข่าวต่างๆล้าสมัยเร็วมาก
- **ความสนใจของผู้คน** ความสนใจของผู้คนนั้นสามารถเชื่อมโยงได้อย่างแนบแน่นกับผลกระทบ อะไรคือผลกระทบที่ข่าวนี้น่าจะมีต่อผู้คนเฉพาะกลุ่มและวิธีการที่พวกเขาจะทำสิ่งต่างๆ? สิ่งเหล่านี้จะเปลี่ยนชีวิตประจำวันของพวกเขาให้เป็นอย่างไรบ้าง? จงจดจำไว้ว่าสื่อมีแนวโน้มที่จะสนใจมากขึ้นในสิ่งที่ผู้คนกำลังกระทำมากกว่าสิ่งที่ต้องการกระทำ

มีหมดเด็ดเคล็ดลับใหม่ๆ อื่นๆที่เป็นไปได้ที่พวกเราสามารถพิจารณาเกี่ยวกับการสร้างข่าวได้ เช่น



วันสำคัญ

สิ่งนี้ควรจะเป็นวันครบรอบของคณะกรรมการแม่น้ำโขง หรือการจัดประชุมหรือเหตุการณ์ต่างๆ เช่น การประชุมน้ำโลก (World Water Forum) และสัปดาห์น้ำโลก (World Water Week) หรือวันสำคัญของโลกต่างๆ เช่น วันน้ำโลก (World Water Day) (22 มีนาคม), วันแม่น้ำโลก (World Rivers Day) (วันอาทิตย์สุดท้ายของเดือนกันยายน) หรือแม้แต่การแข่งขันเรือระดับท้องถิ่นหรือเทศกาลเกี่ยวกับน้ำ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (สิ่งเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติเป็นอย่างมากในกิจกรรมการสื่อสารของพวกเขา) วันเหล่านี้สามารถนำมาใช้เป็นหมุดเด็ดที่เป็นไปได้สำหรับการประกาศออกสื่อ ซึ่งแผนภาพด้านล่างนี้ ได้แสดงให้เห็นถึงรายการวันสำคัญต่างๆ เหล่านี้

การสำรวจหรือการวิจัย

นักข่าวมักจะสนใจในข้อมูล สถิติ และแนวโน้มต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถสร้างเป็นพื้นฐานที่แข็งแกร่งในการสร้างความครอบคลุมเกี่ยวกับสื่อและการประกาศข่าว

ความเชื่อมโยงกับข่าวที่มีอยู่ก่อนแล้ว

วิธีการที่เป็นไปได้อื่นๆในการสร้างข่าวคือการกล่าวถึงข่าวที่มีอยู่หรือสร้างมุมมองใหม่ให้แก่ข่าว เช่น คณะกรรมการแม่น้ำโขงได้พัฒนาความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ที่แข็งแกร่งในด้านการจัดการทรัพยากรน้ำและมีผู้เชี่ยวชาญมากมายที่สามารถให้ความคิดเห็นต่อสื่อได้ในประเด็นเฉพาะด้าน ซึ่งความเชี่ยวชาญเหล่านี้ควรจะถูกนำมาใช้ให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

วันที่ควรเขียนข่าว

- 2 กุมภาพันธ์ วันพื้นที่ชุ่มน้ำโลก
- 3 มีนาคม วันสัตว์ป่าโลก
- 22 มีนาคม วันน้ำโลก
- 5 เมษายน วันแม่น้ำโขง
- 22 เมษายน วันคุ้มครองโลก
- 6 มิถุนายน วันสิ่งแวดล้อมโลก
- 12 สิงหาคม วันเยาวชนสากล
- 25 กันยายน วันทะเลโลก
- วันอาทิตย์สุดท้ายในเดือนกันยายน วันแม่น้ำโลก
- 13 ตุลาคม วันลดภัยพิบัติสากล
- 5 ธันวาคม วันดินโลก



การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการทั่วไปที่ใช้ในการสื่อสารกับสื่อมวลชนมากที่สุดและเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการเสริมสร้างความรู้ที่มีต่อคณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงระดับชาติ และสิ่งทีคณะกรรมการแม่น้ำโขงได้ดำเนินการไปจะช่วยให้ผู้คนในประเทศสมาชิกได้อย่างไร อะไรบ้างที่จะทำให้เกิดการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ที่ดี? มีประเด็นมากมายที่ควรพิจารณา ดังต่อไปนี้

จดจำกลยุทธ์ในการสื่อสารให้ดี

ข่าวประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์การสื่อสารเท่านั้น ดังนั้น ขอให้จดจำขั้นตอนในส่วนที่ 2 (วัตถุประสงค์, ผู้ฟัง, สาร, และอื่นๆ) ที่พวกเราได้อธิบายไปแล้วให้ดี

- สิ่งที่คุณต้องการเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์คืออะไร?
- คุณกำลังกำหนดผู้ฟังแบบใด?
- ข้อความใดที่คุณต้องการจะสื่อสาร?

“มีโอกาสมากขึ้นในการส่งต่อข่าวประชาสัมพันธ์ที่ควรจะรายงานกิจกรรมการดำเนินงานจากมุมมองในด้านผลลัพธ์ และมุ่งเน้นว่าการดำเนินงานของคณะกรรมการแม่น้ำโขงจะช่วยเหลือชีวิตผู้คนในลุ่มน้ำได้อย่างไร”

กลยุทธ์ในการสื่อสารของคณะกรรมการแม่น้ำโขง

หามุมมองในการนำเสนอ

สิ่งแรกที่คุณควรพิจารณาในใจนักข่าวเมื่อเขาหรือเธออ่านข่าวประชาสัมพันธ์นั้นก็คือ “แล้วอย่างไรเล่า?” “ทำไมผู้อ่านของฉันจะต้องใส่ใจกับเรื่องเหล่านี้?”

คิดให้มากเกี่ยวกับข้อความหลักที่ต้องการจะสื่อสารและแง่มุมใดที่คุณต้องการจะนำเสนอในข่าวนี้ และทำให้มั่นใจว่าข่าวนี้มุ่งไปที่ผลลัพธ์ หากคุณพยายามอย่างมากที่จะหาแง่มุมที่มีคุณค่าในการนำเสนอข่าวประการแรก คุณควรพิจารณาว่ามันคุ้มค่าหรือไม่ที่จะทำข่าวนี้



ทำให้มั่นใจว่าข่าวประชาสัมพันธ์นี้ทันเวลา

รวมทั้งเขียนและได้รับการอนุมัติอย่างรวดเร็ว ไม่มีค่าที่จะออกข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการประชุมเชิงปฏิบัติการที่ผ่านมาแล้วสองอาทิตย์ที่ผ่านมา หรือการประกาศการมอบหมายตำแหน่งงานของบุคคลที่ได้ดำรงตำแหน่งไปเรียบร้อยแล้วมากกว่าสามเดือน! เป็นสิ่งสำคัญที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงจะต้องตอบสนองและมีความสามารถในการเขียนและส่งข่าวประชาสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว



ทำให้มั่นใจว่าคุณมีหัวข้อข่าวที่ดี

เล่าเรื่องทั้งหมดภายในย่อหน้าแรก



ไม่ต้องเขียนเยอะ

เขียนประโยคและย่อหน้าให้สั้นและได้ใจความ

ตรงไปตรงมา

เพิ่มคำพูดที่น่าสนใจ

การมีหัวข้อข่าวที่ดีเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดความสนใจของนักข่าว นักข่าวมากมายจะไม่อ่านข่าวมากไปกว่าหัวข้อข่าว ดังนั้น จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องทำให้เขาหรือเธอสนใจผ่านหัวข้อข่าวที่น่าจะเป็นข่าวหรือจดจำได้ง่าย

คุณจำเป็นต้องกล่าวถึงบทสรุปของเรื่องราวทั้งหมดของข่าวประชาสัมพันธ์ในย่อหน้าแรก เนื้อหาที่เหลือของข่าวประชาสัมพันธ์จะเป็นการเพิ่มเนื้อหาข่าว วิธีการง่ายๆ ในการจดจำก็คือการใช้คำถามที่ขึ้นต้นด้วย W 5 ข้อ (และ H 1 ข้อ) คือ who (ใคร), what (อะไร), when (เมื่อไร), where (ที่ไหน), why (เพราะอะไร) (และ how much (มากเท่าไร) ใครเป็นคนที่เกี่ยวข้อง? เกิดอะไรขึ้น? เกิดขึ้นเมื่อไร? เกิดขึ้นที่ไหน? เกิดขึ้นเพราะอะไร? เกิดขึ้นอย่างไร?

ข่าวประชาสัมพันธ์บางอย่างนั้นอาจมีความยาวถึง 4-5 หน้า ! มีเพียงนักข่าวที่มีความแข็งแกร่งและมีเวลามากมายอยู่ในมือเท่านั้นที่จะอ่านข่าวนี้ ! กฎในการเขียนข่าวก็คือความพยายามที่จะทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์มีความยาวอยู่ที่ประมาณ 1 หน้ากระดาษ โดยมีวิธีการเขียนคล้ายๆ กับบทสรุปผู้บริหารและคุณสามารถเพิ่มเนื้อหาประกอบได้เสมอหากจำเป็น

เป็นสิ่งจำเป็นที่ข่าวประชาสัมพันธ์นั้นจะต้องมีการเรียบเรียงที่ดี เขียนประโยคและย่อหน้า (ตั้งแต่ 3 ประโยคขึ้นไป) ที่สั้นและได้ใจความ และพยายามจำกัดคำในประโยคที่คุณเขียนไว้ประมาณประโยคละ 30-35 คำ

เป็นที่ยอมรับได้ที่จะหลีกเลี่ยงการกล่าวถึงบุคคลที่สามและพูดว่า “พวกเรา” มากกว่าการพูดถึง “คณะกรรมการแม่น้ำโขง” สิ่งนี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการหดยกคำพูดและทำให้ข่าวต่างๆ ลดความแข็งของข้อความลงและมีความไม่เป็นทางการมากขึ้น ซึ่งเป็นการหลีกเลี่ยงหนีจากการใช้ภาษาที่เป็นทางการในแบบเดิม

คำพูดที่เข้มแข็ง มีพลัง มักจะถูกนำมาใช้ในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์โดยนักข่าวควบคู่กันไปกับหัวข้อข่าว ทำให้มั่นใจว่าคำกล่าวนั้นเป็นมิตรต่อผู้อ่าน มีความเคลื่อนไหวและเป็นภาษาธรรมชาติ หลีกเลี่ยงการใช้คำที่ยุ้งยากและเป็นภาษาเฉพาะ เป็นแนวคิดที่ดีที่จะมีคำกล่าวเหล่านั้นในข่าวประชาสัมพันธ์เท่าที่จะทำได้ พยายามอย่าซ่อนคำกล่าวเหล่านั้น



ไม่มีข้อผิดพลาดและนำเสนออย่างมืออาชีพ

จดจำส่วน “บันทึกของบรรณาธิการ”



เพิ่มภาพถ่าย/ภาพประกอบ



ความสำคัญของการกระจายข่าว

แน่นอน เป็นสิ่งจำเป็นที่ข่าวประชาสัมพันธ์จะต้องเป็นไปตามหลักไวยากรณ์ที่ดีและสะกดถูกต้อง ข่าวประชาสัมพันธ์ใดๆ ที่ไม่ได้ยึดโยงกับประเด็นดังกล่าวนี้จะทำให้เกิดความรู้สึกลงในเชิงลบต่อองค์กรเป็นอย่างมาก แนวทางรูปแบบการสื่อสารของคณะกรรมการแม่น้ำโขง (MRC Style Guide) สามารถช่วยในการประกันถึงความคงเส้นคงวาในการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ได้

ข้อมูลพื้นฐานความเป็นมาไม่จำเป็นที่จะต้องสื่อประเด็นหลักของข่าวประชาสัมพันธ์แต่เป็นข้อมูลสำคัญสำหรับนักข่าว หากพวกเขาต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับคณะกรรมการแม่น้ำโขง โดยบันทึกของบรรณาธิการนี้ควรจะเป็นย่อหน้าที่กล่าวถึงการอธิบายพื้นฐานความเป็นมาของคณะกรรมการแม่น้ำโขง

ข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีภาพถ่ายหรือภาพประกอบจะมีโอกาสถูกเลือกโดยสื่อมวลชนได้มากกว่า ทำให้มั่นใจว่าคุณไม่ได้ส่งอีเมลหานักข่าวโดยมีไฟล์ความจุ 10 เมกะไบต์ ทางเลือกที่ดีคือการส่งลิงค์ URL หรือที่อยู่เว็บไซต์ให้กับนักข่าวโดยตรงเพื่อที่พวกเขาจะสามารถดาวน์โหลดภาพถ่ายที่มีความละเอียดสูงได้ พยายามทำให้ภาพถ่ายมีความน่าสนใจมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

แน่นอนว่าประสิทธิผลของการกระจายข่าวนั้นเป็นกุญแจที่สำคัญ ไม่มีค่าอะไรเลยในการส่งข่าวให้กับสื่อมวลชนผิดประเภท ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ที่ไม่สนใจในข่าวประชาสัมพันธ์นั้นๆ

ดังนั้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะคิดถึงสื่อมวลชนที่คุณกำหนดไว้เป็นกลุ่มเป้าหมายและจำนวนผู้อ่านทั้งหมด ประเภทของสื่อมวลชนที่คุณส่งข่าวประชาสัมพันธ์ไปให้นั้นจะมีอิทธิพลต่อภาษาและเนื้อหาในข่าวประชาสัมพันธ์ ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งต่อไปยังสื่อมวลชนด้านการเงินหรือสื่อมวลชนทั่วไปจะมีความแตกต่างจากข่าวประชาสัมพันธ์ที่ส่งให้สื่อเฉพาะกลุ่ม ดังนั้น จึงมีความสำคัญที่จะต้องพัฒนาและจัดทำบัญชีรายชื่อของสื่อมวลชนให้ทันสมัยเพื่อประกันถึงการกระจายข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผล

เมื่อข่าวได้มีการเผยแพร่ออกไปแล้ว คุณก็จำเป็นจะต้องคิดถึงการติดตามความครอบคลุมของสื่อในการนำเสนอ ซึ่งสามารถดำเนินการได้มากมายผ่านคณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ ซึ่งคุณก็อาจจะพิจารณาวิธีการจัดทำคลิปข่าวได้เช่นกัน

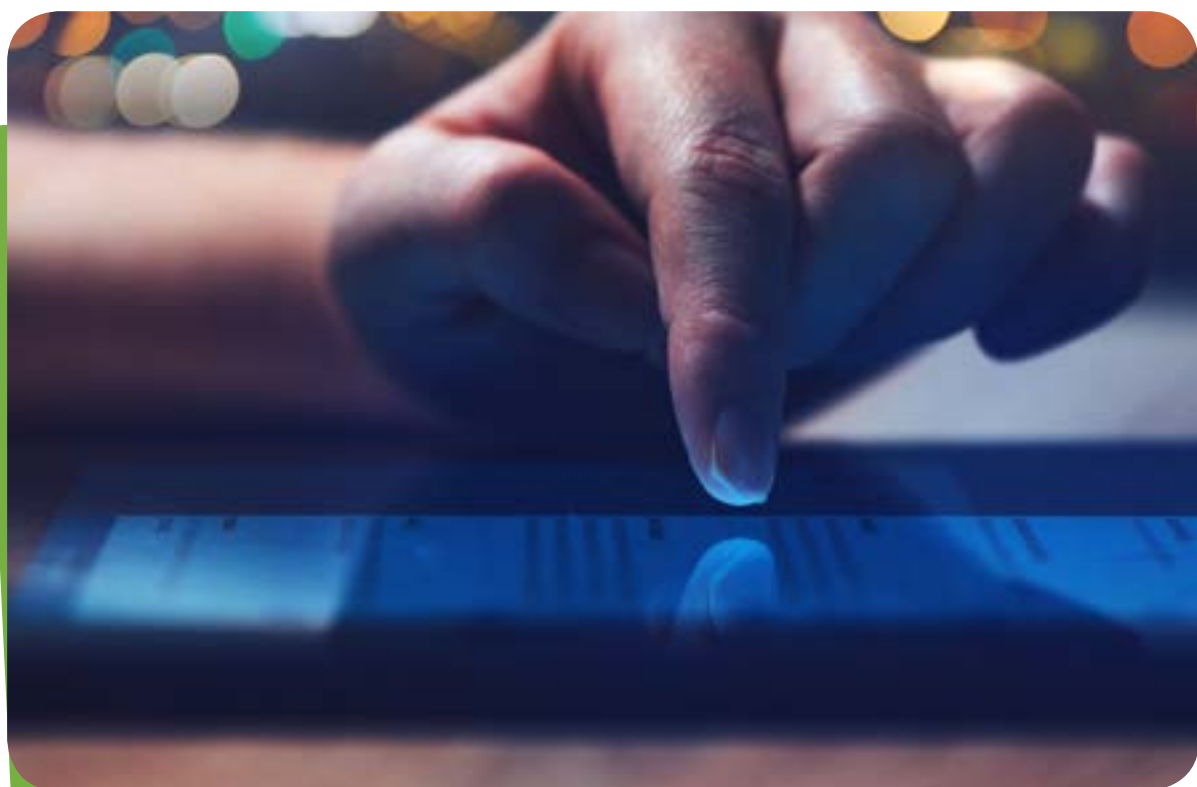
แปลข่าวถ้าจำเป็น

เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องแปลข่าวประชาสัมพันธ์ให้เป็นภาษาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง หากคุณยังยึดมั่นกับการใช้ภาษาอังกฤษ คุณอาจจะพลาดการเข้าถึงผู้ฟังในระดับท้องถิ่นได้ ลองถามตัวเองว่าใครคือผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายของข่าวประชาสัมพันธ์นี้และพิจารณาว่ามีการนำเสนอสิ่งพิมพ์ในภาษาท้องถิ่นนั้นๆหรือไม่

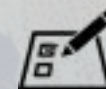


ถามผู้คนรอบตัวเกี่ยวกับแนวคิดในการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ !

สุดท้าย สิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดกระบวนการภายในที่เข้มแข็งที่จะช่วยทำให้เกิดการสร้างข่าวที่เป็นไปได้ ก็คือการถามและสนับสนุนให้ผู้คนในคณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติในการแนะนำหัวข้อข่าวประชาสัมพันธ์ที่เป็นไปได้กับคณะทำงานด้านการสื่อสาร ไม่ต้องสงสัยเลยว่ายังมีเรื่องราวที่ประสบความสำเร็จต่างๆ มากมายภายในคณะกรรมการแม่น้ำโขงที่หลายคนยังไม่รู้



รายการตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์



- มีแง่มุมที่ดี
- มีหัวข้อข่าวที่สั้น กระชับ
- ระบุวันถูกต้อง?
- ระบุเนื้อหา อะไร เมื่อไร ที่ไหน อย่างไร และใคร ในย่อหน้าแรก
- ใช้ประโยคและย่อหน้าแบบสั้นๆ
- ไม่ใช่คำเฉพาะ
- ไม่สะกดผิด
- มีการกล่าวอ้างคำพูดที่แข็งแรง
- มีภาพประกอบ
- มีบันทึกบรรณาธิการ
- จำเป็นต้องแปลในภาษาท้องถิ่น

ข่าวประชาสัมพันธ์

หัวข้อหลัก

หัวข้อย่อย

วันและสถานที่: ย่อหน้าแรกควรจะครอบคลุมประเด็นสำคัญ คือ ใคร อะไร เมื่อไร ที่ไหน เพราะเหตุใด และอย่างไร

ใช้การอ้างอิงคำพูดในการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์ให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

เนื้อหาข่าว

บันทึกบรรณาธิการ

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม ...



ข่าวประชาสัมพันธ์

จีนมีพันธกรณีในการเพิ่มความร่วมมือกับคณะกรรมการแม่น้ำโขง (MRC)

จีนจะทำงานร่วมกับคณะกรรมการแม่น้ำโขงในการศึกษาการไหลเวียนของน้ำร่วมกันบนแม่น้ำแม่โขง-ล้านช้าง

เวียงจันทน์, สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว, 7 พฤศจิกายน 2557: สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนและคณะกรรมการแม่น้ำโขง (MRC) ในวันนี้ได้เห็นชอบที่จะมีการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ร่วมกันเกี่ยวกับการไหลเวียนของน้ำในแม่น้ำแม่โขง – ล้านช้าง และเป็นการดำเนินการร่วมกันในการประชุมวิชาการ Ecosystem Study Commission for International Rivers (ESCIR) Symposium ของคณะกรรมการแม่น้ำโขงเป็นครั้งที่สอง

การประกาศดังกล่าวเกิดขึ้นในช่วงการเยี่ยมชมสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการแม่น้ำโขงของรองรัฐมนตรีว่าการทรัพยากรน้ำ ฯพณฯ JIAO Yong ในเวียงจันทน์ ลาว

“สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนจีนเป็นภาคีหลักของคณะกรรมการแม่น้ำโขงและพวกเราพอใจที่จะมีการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างโครงการที่มีความสำคัญทั้งสองโครงการนี้” กล่าวโดยประธานคณะกรรมการเจ้าหน้าที่บริหารของคณะกรรมการแม่น้ำโขง, xxx “พวกเรากำลังมองหาความร่วมมือกันที่มากกว่าเดิมในช่วงเดือนต่อๆมาดังที่พวกเราได้บรรลุเป้าหมายการบริหารจัดการและพัฒนาทรัพยากรน้ำและทรัพยากรที่เกี่ยวข้องในแม่น้ำโขงอย่างยั่งยืน”

การศึกษาแม่น้ำโขง-ล้านช้างจะเป็นการประเมินระดับการไหลของน้ำร่วมกันที่สถานีอุทกศาสตร์ที่อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ในภาคเหนือของประเทศไทย และในเวียงจันทน์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

บันทึกของบรรณาธิการ

คณะกรรมการแม่น้ำโขงเป็นองค์กรระหว่างรัฐบาลที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภูมิภาคและอำนวยความสะดวกแก่การเจรจาในการบริหารจัดการลุ่มแม่น้ำโขงอย่างยั่งยืนกับรัฐบาล หน่วยงานภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ในปี พ.ศ. 2549 คณะกรรมการแม่น้ำโขงได้มีการประชุมเจรจาครั้งแรกกับภาคีผู้เจรจา คือ จีนและพม่า

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม ...

Jane Doe

mrcmedia@mrcmekong.org

* ตัวอย่างจากกิจกรรมและข่าวประชาสัมพันธ์จริงของคณะกรรมการแม่น้ำโขง



กรณีศึกษา – การจัดทำเรื่องราวที่ประสบความสำเร็จ

กรณีศึกษาเป็นช่องทางที่มีคุณค่าในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชน (เช่นเดียวกันกับผู้ฟังกลุ่มอื่นๆ) เนื่องจากเป็นการกล่าวถึงเรื่องราวว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ กำลังทำให้ชีวิตของผู้คนแตกต่างไปจากเดิมได้อย่างไร

กรณีศึกษานั้นเป็นข้อสรุปสั้นๆและมีความเชื่อมโยงต่อโครงการที่กำหนดปัญหาหรือความท้าทายที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไข โดยกล่าวว่าความท้าทายนี้ได้รับการจัดการอย่างไร และสุดท้ายเป็นการเน้นย้ำถึงผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อผู้ใช้โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน ชุมชนท้องถิ่น หรือผู้มีส่วนได้เสียคนอื่นๆ

การบันทึกเรื่องราวที่ประสบความสำเร็จให้เป็นกรณีศึกษานั้นเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญที่สามารถนำไปใช้ได้ไม่เพียงกับสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ยังสามารถนำไปใช้ได้กับกิจกรรมการเผยแพร่ต่างๆ เช่นในการนำเสนอต่างๆ จัดหมายข่าว เว็บไซต์ บล็อก และช่องทางอื่นๆ กรณีศึกษาเช่นนี้คือประเด็นที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อประเด็นที่ต้องพิสูจน์ (หัวข้อ 3.5) ที่พวกเราได้กล่าวถึงในส่วนของการสร้างสาร และเป็นช่องทางที่ทรงพลังในการให้ความรู้กับผู้ฟังของคณะกรรมการแม่น้ำโขง

กรณีศึกษาที่มุ่งเน้นผลลัพธ์

ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงการบริหารจัดการการประมงสำหรับชุมชนน้ำจืดในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและโครงการอื่นในปี พ.ศ. 2550 ร่วมกันกับศูนย์วิจัยทรัพยากรสัตว์น้ำ แผนงานด้านการประมงของคณะกรรมการแม่น้ำโขงได้ดำเนินการฝึกอบรมในด้านการตระหนักรู้และความอ่อนไหวด้านเพศสภาพ นอกจากนี้ก็ได้มีการฝึกอบรมทางวิชาการเกี่ยวกับการแปรรูปและถนอมอาหารจากปลาอีกด้วย

รายรับของครอบครัวได้เพิ่มขึ้นมาเป็นสองดอลลาร์ต่อวัน และมีการแบ่งงานกันทำที่แตกต่างไปจากเดิม ผู้ชายช่วยผู้หญิงทำงานบ้านมากขึ้น โดยรวมไปถึงการแปรรูปปลาและดูแลลูกๆของพวกเขา ตอนนี้ผู้หญิงมีเวลาที่จะทำงานแปรรูปปลา เก็บปลาและทำให้ปลาสดได้มากขึ้น คุณภาพชีวิตได้ถูกปรับปรุงให้ดีขึ้นเนื่องจากผู้หญิงได้รับการฝึกอบรมให้ใส่ใจกับความสะอาดและสุขภาพ

* กรณีศึกษา, จัดหมายข่าว Catch & Culture, เมษายน พ.ศ. 2558

สิ่งเหล่านี้คือเคล็ดลับในการประกันและเขียนเรื่องราว กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ

1. หากกรณีศึกษาที่ดี

การหาเรื่องราวที่ประสบความสำเร็จไม่ใช่เรื่องง่ายอย่างที่คิด ลองเขียนกรณีศึกษาใดก็ตามที่เกิดขึ้นและลองตั้งคำถามทั่วไป โดยเฉพาะเรื่องประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ สร้างชุดความคิดเกี่ยวกับกรณีศึกษาเหล่านี้ไว้เมื่อคุณกำลังตรวจสอบผลลัพธ์ของโครงการ เมื่อโครงการนี้สำเร็จ ลองดูว่าเป็นไปได้หรือไม่ที่จะเขียนกรณีศึกษาจากผลการดำเนินโครงการที่เกิดขึ้น

2. การเห็นด้วยกับกรณีศึกษา สร้างแนวคิดของกรณีศึกษาขึ้นมาตั้งแต่เนิ่นๆ

เป็นสิ่งสำคัญที่ความเป็นไปได้ของกรณีศึกษาจะถูกสร้างขึ้นโดยผู้ให้โดยตรงให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในกระบวนการ แม้ว่าจะเกิดขึ้นก่อนการเริ่มต้นดำเนินโครงการก็ตาม ในการดำเนินการเช่นนี้ ผู้เขียนก็จำเป็นต้องมีความชัดเจนว่าผู้ได้ประโยชน์จากโครงการคือใคร และได้ประโยชน์อะไรในการบันทึกกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จเช่นนี้ บางวิธีการที่เป็นไปได้ในการสร้างการชักชวนเหล่านี้อาจจะรวมไปถึง

- โอกาสในการแบ่งปันบทเรียนที่ได้เรียนรู้ และประกันว่าโครงการนี้สามารถทำซ้ำที่ใดก็ได้
- โอกาสที่ผู้ให้โดยตรงจะได้เผยแพร่บางสิ่งบางอย่างที่จำเป็นสำหรับพวกเขาออกสู่สาธารณะ ถามตัวคุณเองว่ากรณีศึกษาเช่นนี้จะเข้ากันกับวัตถุประสงค์ของคุณอย่างไร ตัวอย่างของกรณีศึกษาก่อนหน้านี้นี้ควรจะได้แสดงให้เห็นเพื่อที่ว่าหุ่นส่วนของกรณีศึกษาเหล่านี้จะได้ทราบว่าจะต้องเตรียมการอะไรไว้บ้าง
- โอกาสของภาคีเครือข่ายที่เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียงคณะกรรมการแม่น้ำโขง ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจจะให้ความน่าเชื่อถือต่อองค์กรหรือชุมชนท้องถิ่นเหล่านี้ และช่วยเหลือในการให้เงินทุนต่อไปในอนาคต

3. ทำให้กรณีศึกษาเหล่านี้เป็นมิตรต่อผู้อ่านและอ่านง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

ในอุดมคติแล้ว ข่าวประชาสัมพันธ์ไม่ควรมีความยาวมากเกินไป 1 ถึง 2 หน้า และหากข่าวมีความยาวมากกว่านั้นก็ควรจะมีบทสรุปผู้บริหารสั้นๆไว้ด้วย ผู้อ่านไม่ควรจะต้องทำงานหนักจนเกินไปและไม่ควรจะต้องอ่านข่าวที่มีความยาวหลายๆหน้าเพื่อที่จะค้นหาข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญทั้งหมด

4. หน้าแรกของข่าวควรจะกำหนดปัญหา / ความท้าทาย แนวทางการแก้ไข และผลลัพธ์

ไม่ควรจะทำให้ผู้อ่านทำงานหนักเกินไปเพื่อที่จะค้นหาข้อมูลที่มีความสำคัญทั้งหมดเหล่านี้ ควรทำให้การอ่านข่าวง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

5. ยกคำพูดของคุณ/องค์กรที่ได้รับประโยชน์จากโครงการเข้าไปในข่าว

สิ่งเหล่านี้เป็นการสนับสนุนความสำเร็จของโครงการทางตรงและใช้ในสื่ออื่นๆได้ง่ายเช่นเดียวกัน คำกล่าวที่ดีมีคุณค่าอย่างมาก

6. ใช้ภาพถ่าย

เช่นเคย ภาพถ่ายนั้นมีค่ามากอย่างประเมินไม่ได้ ภาพถ่ายเหล่านี้จะทำให้กรณีศึกษาเป็นเรื่องราวส่วนตัวและมีความเชื่อมโยงกับผู้อ่านมากขึ้น

7. ทำให้กรณีศึกษาของคุณเป็นเรื่องราวเฉพาะบุคคล

หนึ่งในเงื่อนไขหลักของเรื่องราวที่ประสบความสำเร็จมากมาจากการเปลี่ยนข้อมูลทางวิชาการให้กลายเป็นเรื่องราวส่วนบุคคลที่มีความเชื่อมโยงระหว่างกัน เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องใส่ใบหน้าของบุคคลลงไปในทุกเรื่องราวที่คุณกำลังทำ งานวิจัยและกิจกรรมใดคณะกรรมการแม่น้ำโขงมีความหมายกับชุมชนท้องถิ่นโดยเฉพาะ?

8. กล่าวถึงแหล่งที่มาอย่างเหมาะสม

ทำให้มั่นใจว่าคุณให้ข้อมูลแหล่งที่มาขององค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องในโครงการ โดยรวมไปถึงผู้บริจาค สิ่งเหล่านี้จะสร้างเจตนารมณ์ที่ดีอย่างมากและอาจจะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือของคุณได้หากคุณลืมใครบางคนไป!

9. ให้รายชื่อบุคคลติดต่อในกรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

ในขณะที่กรณีศึกษานั้นค่อนข้างสั้น ก็ทำให้มั่นใจว่าคุณได้ให้ข้อมูลรายชื่อบุคคลที่ติดต่อได้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลเพิ่มเติม และการอ้างอิงที่เหมาะสมสำหรับผู้อ่านที่สนใจจะหาข้อมูลเพิ่มเติม

10. แบ่งปันกรณีศึกษา

สุดท้าย เมื่อได้มีการร่างกรณีศึกษา ก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องแบ่งปันกับบุคคลที่ถูกต้อง จากมุมมองของสื่อมวลชน คุณควรที่จะส่งเรื่องราวเกี่ยวกับกรณีศึกษาของคุณไปยังนักข่าวที่มีความสนใจในประเด็นนี้และเขียนข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข่าวดังกล่าว นอกจากนี้ ก็ยังมีวิธีการอื่นๆที่คุณสามารถทำได้เกี่ยวกับเรื่องราวที่ประสบความสำเร็จเช่นนี้ โดยรวมไปถึง

- การโพสต์ลงในเว็บไซต์และสังคมออนไลน์
- แบ่งปันกับภาคีเครือข่ายสำคัญ เช่น องค์กรเอกชน หน่วยงานภาครัฐ และอื่นๆ
- แบ่งปันกรณีศึกษาของคุณด้วยการนำเสนอในงานประชุมวิชาการและการประชุมเชิงปฏิบัติการหากเป็นไปได้
- แบ่งปันกรณีศึกษากับคณะทำงานและภาคีเครือข่ายในฐานะที่เป็นวิธีการในการแบ่งปันแนวทางการปฏิบัติที่ดีที่สุด

ความคิดเห็นของบรรณาธิการ และโอกาสในการเขียนบทความอื่นๆ

ความคิดเห็นของบรรณาธิการ (Op-Ed) วิธีการที่ยืดหยุ่นที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติจะใช้เป็นประเด็นสำคัญในการนำเสนอประเด็นที่พวกเขาต้องการต่อสาธารณะ การสื่อสารเชิงรุกเช่นนี้สามารถช่วยคณะกรรมการแม่น้ำโขงสร้างวาระในเชิงรุกและหลีกเลี่ยงการตกเป็นฝ่ายรับ บทความเช่นนี้ประกอบด้วยมุมมองซึ่งเป็นประเด็นเฉพาะด้านและทันสมัย ซึ่งกลายมาเป็นเป้าหมายของสื่อสิ่งพิมพ์จำนวนมากในระดับนานาชาติ เช่น the Financial Times และ Asia Wall Street Journal และผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในระดับประเทศและสื่อเฉพาะทาง เป็นภาษาอังกฤษและภาษาท้องถิ่น



บางสิ่งที่ต้องพึงระลึกไว้

- ดังที่ได้กล่าวไปแล้วก่อนหน้านี้ ทำให้มั่นใจว่า **บทความนั้นเป็นบทความเฉพาะทาง** และเชื่อมโยงกับสิ่งที่อยู่ในใจคนหมู่มาก คุณควรกล่าวถึงหัวข้อเหล่านี้ก่อนหน้านี้ด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะในย่อหน้าแรก
- **มีคำขึ้นต้นและคำลงท้ายที่มีพลัง** เป็นสิ่งจำเป็นที่คำเริ่มต้นที่ชัดเจนในหมัดแรกจะคว่าใจของผู้อ่านได้ หรือไม่เช่นนั้นพวกเขาจะไม่อ่านเลย เช่นเดียวกัน คุณจำเป็นต้องมีตอนจบที่ทรงพลัง ซึ่งอาจจะเป็นการเพิ่มบทสรุปที่ชัดเจน และ/หรือเรียกร้องให้เกิดการดำเนินการ
- **เตรียมพร้อมที่จะเขียนและส่งอย่างรวดเร็ว** หากคุณต้องการที่จะรวมชิ้นงาน Op-Ed ของคุณกับข่าวในประเด็นเฉพาะด้าน คุณจำเป็นจะต้องส่งอย่างรวดเร็ว มีหลายประเด็นที่มีช่วงอายุของข่าวในระยะสั้น การเขียนและการได้รับการอนุมัติภายในคณะกรรมการแม่น้ำโขงหรือคณะกรรมการแม่น้ำโขงระดับชาติจะต้องเป็นไปอย่างรวดเร็ว
- ทำให้มั่นใจว่าบทความนั้น**สั้นและไม่วกวน** Op-Ed นั้นมีความยาวที่หลากหลายตั้งแต่ 400 คำจนถึง 1,500 คำในการตีพิมพ์เชิงวิชาการ
- ทำให้มั่นใจว่าบทความนั้น **ไม่ได้โฆษณาตัวเอง** อย่าพูดว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงยอดเยี่ยมเพียงใด
- **ใช้ภาษาง่ายๆและเคารพผู้อ่านของคุณ** อย่าสันนิษฐานว่าพวกเขาเป็นผู้เชี่ยวชาญ
- **รวบรวมประเด็นที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน** ตัดสินใจว่าข้อความหลักใดที่คุณต้องการจะนำเสนอและยึดติดกับข้อความเหล่านั้นไว้ อย่าเขียนวกวน
- **รู้จักแหล่งตีพิมพ์ของคุณ** ลักษณะทั่วไปของ Op-Ed นั้นมีหลากหลายขึ้นอยู่กับลักษณะสิ่งพิมพ์ ทำให้มั่นใจว่างานวิจัยของคุณนั้นเป็นไปในทางเดียวกันกับผู้อ่านสิ่งพิมพ์ทั้งหมดและอ่าน Op-Ed อื่นๆในสิ่งพิมพ์เดียวกัน
- **เขียนในแบบของคุณ** อย่าเขียนในแบบที่คุณรู้สึกว่าคนสำคัญเขียน พยายามทำให้เป็นธรรมชาติมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้
- **ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับบทความของคุณ** เพื่อให้ประสบความสำเร็จ บทความของคุณจะต้องอยู่บนพื้นฐานงานวิจัยที่เป็นรูปธรรม ทำให้มั่นใจว่าคุณได้อ้างอิงงานทั้งหมด เช่น งานวิจัยภาคสนาม สถิติ หรือข้อมูลอื่นๆ



คำถามที่ต้องถามตนเองก่อนและขณะเขียน OP-ED

- ฉันมีประเด็นที่ต้องการจะเขียนชัดเจนหรือไม่? มันคืออะไร?
- ใครจะสนใจ? ใครคือคนที่ฉันพยายามทำให้เชื่อในบทความนี้ (ผู้อ่านสิ่งพิมพ์ทั้งหมด)?
- มีอะไรที่พอจะเป็นใจความในข้อโต้แย้งของฉันหรือไม่?
- ฉันมีจุดเริ่มต้นและจุดจบที่แข็งแรงหรือไม่?
- ฉันมีความชัดเจนหรือไม่ และงานเขียนของฉันดูเป็นธรรมชาติหรือไม่?
- ฉันมีความขัดแย้งในตัวเองหรือไม่?

ในสิ่งพิมพ์งานบางอย่าง ก็มีความเป็นไปได้ที่จะดูตารางหัวข้อของการตีพิมพ์ที่กำลังเปิดรับในหลายเดือนที่กำลังจะมาถึง และวางแผนการเขียนบทความไว้ตามลำดับ ซึ่งเรียกว่าเป็นรายชื่อเนื้อหาล่วงหน้า





ตัดตอนมาจาก Op-Ed ใน Bangkok Post เขียนโดย Jeremy Bird อดีตประธาน

กรรมการเจ้าหน้าที่บริหารคณะกรรมการแม่น้ำโขง พ.ศ. 2553

ดังที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ได้รู้แล้วว่า บางส่วนในภาคเหนือของไทยและลาว จีนตะวันตกเฉียงใต้ และบางส่วนของเวียดนามนั้นกำลังอยู่ในช่วงฤดูแล้งที่แย่มากที่สุดในประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นถึงระดับแม่น้ำที่ไม่ปกติในลุ่มแม่น้ำโขงเช่นเดียวกับแม่น้ำสายหลักอื่นๆ เช่น แม่น้ำแดงในเวียดนามตอนเหนือ

เปิดเรื่องอย่างแข็งแกร่งและมีความน่าสนใจมากพอที่จะทำเป็นข่าวได้

บทวิเคราะห์ข้อมูลของคณะกรรมการแม่น้ำโขงได้แสดงให้เห็นว่าระดับน้ำที่ต่ำในแม่น้ำโขงและแม่น้ำสาขาเป็นผลมาจากเงื่อนไขทางธรรมชาติที่รุนแรง เช่น ที่เขื่อนแสน ในภาคเหนือของไทยที่อยู่ใกล้กับชายแดนจีน ในช่วงปี พ.ศ. 2552 ฤดูฝนได้สิ้นสุดลงก่อนฤดูกาลปกติเป็นเวลาหนึ่งเดือนครึ่ง และปริมาณฝนที่ตกทั้งในเดือนกันยายนและตุลาคม พ.ศ. 2552 ก็มีน้อยกว่าค่าเฉลี่ยปกติ 30 เปอร์เซ็นต์

การกล่าวอ้างข้อมูลและคณะกรรมการแม่น้ำโขงว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญ

ในประเทศไทย มีรายงานข่าวจากสื่อมวลชนมากมายที่กล่าวอ้างว่าระดับแม่น้ำโขงลดต่ำลงอันเป็นผลมาจากการสร้างเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำบนแม่น้ำสายประธานในจีน และเมื่อได้มีการดำเนินการในแบบเดียวกัน การเก็บกักน้ำในช่วงฤดูฝนก็สามารถนำมาใช้ในช่วงฤดูแล้งได้เช่นกัน

ตอบประเด็นปัญหาที่เป็นความสนใจเฉพาะด้านต่อผู้อ่าน BANGKOK POST

พวกเราทั้งหมดตระหนักถึงผลกระทบในเชิงลบที่เขื่อนจะกระทำต่อทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตของผู้นที่ด้อยพึ่งพาทรัพยากรเหล่านี้ โดยได้มีการรายงานในสื่ออย่างกว้างขวาง โดยหน่วยงานอิสระ การศึกษาเพื่อประเมินโครงการต่างๆ และประสบการณ์ของชุมชน แต่สิ่งนี้ไม่ควรที่จะเปลี่ยนมาเป็นมุมมองที่ว่าทุกปัญหานั้นเกิดขึ้นมาจากการสร้างเขื่อน.

การใช้ภาษาที่ไม่เป็นทางการ การตอบประเด็นปัญหาที่มีความยากลำบาก

ควรจะมีการศึกษาค้นคว้ามากขึ้น คณะกรรมการแม่น้ำโขงกำลังดำเนินการร่วมกับจีนเพื่อทำความเข้าใจให้มากขึ้นว่าเขื่อนและกิจกรรมต่างๆของผู้คนบนแม่น้ำจะมีผลกระทบต่อคนที่อยู่ท้ายน้ำได้อย่างไร เช่นเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงแบบจำลองในอนาคต ที่จะรวมไปถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นได้จากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

มุ่งเน้นไปที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงและบทบาทในเชิงรุก

ประเทศต่างๆในภูมิภาคยังไม่คุ้นเคยกับการบริหารจัดการภาวะแห้งแล้ง เช่นเดียวกันกับการเตรียมความพร้อมรับมือกับอุทกภัย เมื่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีแนวโน้มที่จะทำให้อุทกภัยและภัยแล้งเกิดขึ้นอย่างเข้มข้นมากขึ้นในช่วงเวลาที่กำลังจะมาถึง การดำเนินการในระดับนโยบายและปฏิบัติที่เป็นสิ่งที่ควรพิจารณา.

บทสรุปที่แข็งแกร่งและการเรียกร้องให้เกิดการดำเนินการ

* Op-Ed จากคณะกรรมการแม่น้ำโขง ตีพิมพ์ใน The Bangkok Post, 16 มีนาคม 2553

จดหมายถึงบรรณาธิการควรประกอบด้วยอะไรบ้าง?

- 1.) รวมรายละเอียดในการติดต่อ 2.) ใ้วันที่ 3.) กล่าวถึงบทความที่คุณได้เขียนได้ตอบ
- 4.) อ้างอิงชื่อและตำแหน่งของคุณ

จดหมายถึงบรรณาธิการเป็นแนวทางที่เป็นประโยชน์ที่จะส่งต่อข้อความสำคัญของคุณ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในเชิงรุกเพื่อช่วยปรับเปลี่ยนแนวทางการโต้แย้งหรือเป็นปฏิกิริยาตอบสนองต่อบทความที่ไม่ถูกต้องหรือมีความสำคัญจดหมายเหล่านี้สามารถทำให้เกิดประเด็นข้อโต้แย้งเกี่ยวกับแนวคิดหรือมุมมอง การเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อบทความ หรือถูกนำมาใช้เพื่อโต้แย้งเกี่ยวกับข้อเท็จจริงและภาพต่างๆ สิ่งที่เราพิจารณาเมื่อเรียบเรียงข้อเขียนให้เป็นจดหมายถึงบรรณาธิการคือ

- หากจดหมายของคุณเป็นการตอบสนองต่อบทความเฉพาะเรื่อง **ทำให้มั่นใจว่าคุณเขียนและส่งจดหมายถึงเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้** - ไม่เกิน 48 ชั่วโมงหลังจากบทความแรกที่คุณต้องการจะเขียนตอบได้ได้รับการตีพิมพ์ สิ่งนี้จะเพิ่มความเป็นไปได้ในการได้รับการตีพิมพ์
- ทำให้มั่นใจว่าจดหมายนั้น **ให้ข้อมูล สั้น และไม่เป็นการปกป้องตัวเองจนเกินไป** จดหมายถึงบรรณาธิการมีแนวโน้มที่จะมีความยาวประมาณ 125-150 คำ ถึงแม้ว่าจะมีความจำเป็นที่จะต้องชี้แจงประเด็นอื่น ๆ มากกว่านี้ก็สามารถขยายต่อไปได้ถึงประมาณ 300 คำ (หากสิ่งพิมพ์นั้นอนุญาตให้ทำได้)
- **สร้างประเด็นของคุณและทำให้ไว** เขียนข้อความมุ่งตรงไปที่ประเด็นที่คุณต้องการจะนำเสนอในจดหมาย/อีเมล
- **อ่านจดหมายถึงบรรณาธิการฉบับอื่นๆในสิ่งพิมพ์เดียวกัน** ในหน้าจดหมายถึงบรรณาธิการมีแนวโน้มที่จะมีวิธีการเขียนที่แตกต่างกันไปในแต่ละสิ่งพิมพ์ อ่านตัวอย่างอื่นๆเพิ่มเติมเพื่อที่ว่าคุณจะได้มีประเด็นว่าบรรณาธิการกำลังมองหาารูปแบบ แนวทางและความยาวแบบใด
- เมื่ออ้างอิงบทความที่ได้ตีพิมพ์ก่อนหน้านี้ **ให้ลงรายละเอียดมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้** (วัน, หัวข้อ, เลขหน้า, ผู้แต่ง, ฯลฯ) สิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นเพื่อที่บรรณาธิการจะได้ทราบว่าผู้เขียนกำลังกล่าวอ้างถึงบทความใด
- ในอุดมคติแล้ว จดหมายถึงบรรณาธิการควรมาจากเจ้าหน้าที่ระดับอาวุโสของคณะกรรมการแม่น้ำโขงหรือคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือและมีแนวโน้มที่จะได้รับการตีพิมพ์มากขึ้น
- **ใช้สถิติ** สถิติจะเป็นวิธีการที่มีค่าในการดึงดูดความสนใจของผู้คนและทำให้ประเด็นน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

จดหมายถึงบรรณาธิการ: ตัดตอนจากการพัฒนาเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำในแม่น้ำโขงนั้นดี

Bangkok Post, 9 มกราคม 2550

ผมต้องการจะเขียนตอบบทความที่ได้ตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ Bangkok Post ในวันที่ 25 ธันวาคม ที่ชื่อว่า “แผนการสร้างเขื่อนใหม่ทำให้เกิดการแจ้งเตือน” ที่แสดงให้เห็นถึงจุดยืนของผมที่ไม่ถูกต้องในกรณีการพัฒนาเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำในจีน.

พูดตรงประเด็นและอ้างอิงบทความที่จดหมายฉบับนี้ต้องการจะตอบกลับ

ซึ่งบทความดังกล่าวได้รับการตีพิมพ์ตามมาหลังจากมีการประชุมตัวแทนสื่อมวลชนไทยในสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการแม่น้ำโขงในวันที่ 19 ธันวาคม

ในฐานะที่เป็นประธานกรรมการเจ้าหน้าที่บริหารของสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการแม่น้ำโขง

การอ้างอิงถึงตำแหน่งงานในทันทีช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ

ผมต้องการที่จะใช้โอกาสนี้แสดงให้เห็นผู้อ่าน the readers of the Bangkok Post

เป็นการดีที่จะอ้างอิงถึงผู้อ่าน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ฟังหลัก

ได้ทราบถึงมุมมองที่สมดุลและสร้างสรรค์เกี่ยวกับผลกระทบข้ามชาติของโครงการพัฒนาเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำ

ใช้ภาษาดีและไม่ใช้อารมณ์

ผลกระทบต่อคนท้ายน้ำจากเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำขนาดใหญ่ขึ้นอยู่กับการใช้งานเขื่อน เพื่อที่จะลดการไหลของกระแสน้ำ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อชาวานและชาวประมงที่อาศัยอยู่ริมฝั่งน้ำ ก็เป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่จะร่วมมือกันดำเนินการตามแนวทางของเขื่อนเหล่านี้

สาระสำคัญของจดหมายนี้ – ความร่วมมือ

ในช่วงที่มีการประชุม ผมเองก็ได้กล่าวว่าในขณะที่มีผลกระทบที่เป็นไปได้ต่อชุมชนท้องถิ่น ก็ควรจะมีการแก้ไขปัญหาและลดปัญหานั้นอย่างเหมาะสม ผลกระทบของเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำบนแม่น้ำล้านช้างในจีนต่อชุมชนท้ายน้ำนั้นมักจะถูกกล่าวเกินจริงต่อสาธารณะไปมาก จริงๆแล้วปริมาณน้ำที่สามารถถูกกักเก็บไว้ในเขื่อนที่มีอยู่สองแห่งคือเขื่อนม่นวานและเขื่อนต้าเฉาซานมีปริมาณน้อยกว่าปริมาณน้ำทั้ง **หมดที่ไหลเวียน**ทั่วประเทศจีนในแม่น้ำโขงถึง 30 เท่า ใช้สถิติได้ดี และถึงแม้ว่าศักยภาพในการกักเก็บน้ำของเขื่อนเสียวานจะมีความสำคัญมากกว่า อย่างน้อยมันก็ยังมีความน้อยกว่าการไหลเวียนของน้ำทั้งหมดที่ท่าอยู่ดี

...ระบบแม่น้ำในแม่น้ำโขงยังคงมีศักยภาพในการพัฒนาอย่างยั่งยืนในส่วนของการเกษตร ประมง เขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำ การเดินเรือ การบริหารจัดการอุทกภัย การชลประทาน และการอุปโภคบริโภค และหากเรามองไปที่การลดความยากจนและเพิ่มสวัสดิการทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประชากรในลุ่มน้ำโขง ก็จำเป็นต้องมีการพัฒนามากขึ้นในส่วนของการทรัพยากรน้ำที่เกี่ยวข้อง โดยรวมถึงเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำ

เรียกร้องให้เกิดการดำเนินการอย่างเข้มแข็ง

พวกเราทั้งหมดตระหนักว่าการพัฒนาทรัพยากรน้ำในลุ่มแม่น้ำนานาชาติที่กว้างขวางเช่นนี้นั้นเป็นไปได้หากปราศจากความเลื่อมใสและความยากลำบาก แต่พวกเรามั่นใจ

จบจดหมายด้วยความอ่อนแรง

และมีความคิดสร้างสรรค์ เชื่อมั่น และมีทัศนคติในทางปฏิบัติที่จะส่งเสริมความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มแม่น้ำโขง พวกเราจะสามารถตอบสนองความท้าทายในด้านความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ ความเป็นธรรมทางสังคม และการเป็นมิตรต่อลุ่มน้ำ สำหรับประโยชน์ของคนในลุ่มน้ำโขง โดยเฉพาะคนจน

แสดงให้เห็นถึงเป้าหมายของคณะกรรมการแม่น้ำโขง

DR OLIVIER COGELS

ประธานคณะกรรมการเจ้าหน้าที่บริหาร คณะกรรมการแม่น้ำโขง

บุคลากรอาวุโส

* จดหมายถึงบรรณาธิการจากคณะกรรมการแม่น้ำโขง ตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ The Bangkok Post, 9 มกราคม 2550

๑ การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และการสัมภาษณ์แบบส่วนตัว

เป็นไปได้ที่แนวทางในการกระจายข้อมูลสื่อสารที่แพร่หลายที่สุดต่อนักข่าวนั้นคือการดำเนินการผ่านการสัมภาษณ์ - ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เสียเป็นส่วนใหญ่และอาจมีการสัมภาษณ์แบบซึ่งหน้าบ้างในบางครั้ง โดยทั่วไปแล้วมักจะให้นักข่าวที่โทรศัพท์ไปเพื่อขอความคิดเห็นจากคณะกรรมการแม่น้ำโขง หรือคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติเกี่ยวกับบทความที่ดูถูกเขียนขึ้นมา

เป็นบางครั้งก็อาจจะมีการเชิญนักข่าวโดยคณะกรรมการแม่น้ำโขงเพื่อกล่าวต่อสื่อ และอาจจะมีมากขึ้นในอนาคต ซึ่งเราอาจจะพิจารณาการให้สัมภาษณ์สื่อในกิจกรรมต่างๆของคณะกรรมการแม่น้ำโขงได้ เช่น การประชุมคณะมนตรีและคณะกรรมการร่วม

การให้สัมภาษณ์เหล่านี้ - ไม่ว่าจะเป็นการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ หรือการสัมภาษณ์ซึ่งหน้าก็ตาม จะจัดการได้อย่างไร?

ประการแรก **ถามคำถามให้มาก...** ข้อมูลใดที่นักข่าวต้องการหาแหล่งข่าว? พวกเขาได้พูดคุยกับใครบ้างแล้ว? แนวทางเนื้อหาโดยทั่วไปของบทความนี้คืออะไร? พวกเขาต้องส่งบทความเมื่อไร?

ในสถานการณ์เช่นนี้ อาจจะเป็นการไม่เหมาะสมที่จะส่งต่อการขอสัมภาษณ์มาให้คณะทำงานด้านการสื่อสารเพื่อสร้างตัวชี้วัดในการสัมภาษณ์ ในบางครั้งคุณสามารถร้องขอให้นักข่าวส่งชุดคำถามมาให้ได้ ซึ่งมักจะได้รับการตอบรับอย่างเป็นที่ชื่นชอบเท่าใดนัก นักข่าวหลายคนมักจะไม่มีเวลาเขียนคำถามล่วงหน้า



อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญที่จะต้องเน้นย้ำไว้ก็คือ **คุณจำเป็นต้องใช้เวลาตัวเอง** อย่าเริ่มต้นตอบคำถามของนักข่าวในทันทีทันใด ไม่ว่าคุณจะมีความคิดเห็นเพียงใดก็ตาม ถอยหลังไปและเตรียมตัวคุณให้พร้อมสำหรับการให้สัมภาษณ์ คุณมีแนวโน้มที่จะอยู่ในตำแหน่งที่คุณมีความกดดันที่จะตอบคำถามเมื่อรับสาย **อย่ารู้สึว่าคุณจำเป็นต้องตอบคำถามทันที** โทรศัพท์ที่กลับไปยังนักข่าวแม้ว่าจะใช้เวลาไม่นานนัก!

แน่นอน เมื่อมาถึงการสัมภาษณ์ คุณจะไม่ได้รับการประกันว่านักข่าวจะยึดโยงอยู่กับหัวข้อที่พวกเขาเห็นด้วยว่าควรจะนำเสนอหรือไม่ อย่างไรก็ตาม อย่าสิ้นหวัง ยังคงมีความเป็นไปได้ที่จะควบคุมการให้สัมภาษณ์และส่งออกข้อความที่คุณต้องการจะนำเสนอ (พวกเราจะพูดถึงประเด็นนี้ต่อไปในส่วนที่ 5) จดจำไว้ว่าคุณมีข้อมูลและคุณคือผู้เชี่ยวชาญ นักข่าวยังคงต้องเข้าหาคุณและความเชี่ยวชาญของคุณ

เทคนิคอื่นๆในการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือให้สัมภาษณ์แบบเป็นส่วนตัว

- **ค้นคว้าหาข้อมูล!** สิ่งนี้อาจจะเป็นหน้าที่ของคณะทำงานด้านการสื่อสาร แต่ก็มีมีความสำคัญที่จะต้องมีการหาข้อมูลก่อนล่วงหน้าที่จะมีการให้สัมภาษณ์ ใครคือผู้อ่านสิ่งพิมพ์นี้? นักข่าวมีความรู้ทางวิชาการในระดับใด? นักข่าวได้พูดคุยกับใครคนอื่นอีกหรือไม่?
- **ดำเนินการอย่างรวดเร็ว** ในขณะที่ (ได้กล่าวมาก่อนหน้านี้แล้วว่า) คุณไม่จำเป็นต้องรู้ลึกว่าต้องตอบคำถามใครบางคนอย่างทันทีทันใด เช่น หากพวกเขาโทรศัพท์มาหาคุณ ให้จดจำไว้ว่านักข่าวเหล่านี้มักจะต้องการรับส่งงานให้ทันเส้นตายดังนั้นคุณจำเป็นจะต้องตอบสนองพวกเขาอย่างรวดเร็ว
- **กระตือรือร้นกับนักข่าวด้วยความเคารพ** ไม่ว่าคุณจะเชื่อว่าสิ่งพิมพ์นี้มีความสำคัญหรือไม่สำคัญมากเพียงใด นักข่าวที่ทำงานกับสื่อสิ่งพิมพ์เล็กๆอาจจะได้กลายมาเป็นผู้ประสานงานข่าวในด้านการพัฒนาสำหรับ Asia Wall Street Journal ในอนาคตก็ได้!
- **อย่าสันนิษฐานว่านักข่าวคือผู้เชี่ยวชาญ** เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ที่จะค้นหานักข่าวที่มีความรู้เกี่ยวกับประเด็นที่คุณต้องการจะสื่อสารมากเพียงใด ดังนั้น คำถามที่ว่า“ความรู้ที่คุณมีเกี่ยวกับการจัดการน้ำอย่างบูรณาการคืออะไร” และคำถามอื่นๆ จึงเป็นคำถามที่คุณไม่จำเป็นต้องกลัวที่จะถามพวกเขา
- **คงไว้ซึ่งความสงบ ความมั่นใจ และการคิดพิจารณาไตร่ตรองมาเป็นอย่างดี** ในช่วงการให้สัมภาษณ์ อย่าหลุดความเยือกเย็นของคุณและคงไว้ซึ่งความสงบ อย่าให้นักข่าวมาทำให้คุณรีบร้อน ไม่มีอะไรผิดที่จะหยุดและใช้เวลาชั่วไม่กี่วินาทีก่อนที่จะให้คำตอบของคุณ





รายการตรวจสอบการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

- โทรกลับไปที่ทันทีทันใดแต่ไม่ต้องรู้ว่าคุณจะต้องพูดกับพวกเขาที่นั่น เวลานั้น
- ทราบว่ามีเวลาให้สัมภาษณ์เท่าไร
- หาสถานที่เงียบๆ
- มีผู้ให้ข้อมูลคนอื่นๆหากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

- ใช้ภาษาที่เข้มแข็งและมีชีวิตชีวา และประโยคสั้นๆ เพื่อที่ว่าคำพูดของคุณจะได้นำไปปรับแก้ได้อย่างง่ายดาย คำพูดของคุณอาจจะได้นำไปกล่าวอ้างเพียงไม่กี่ประโยคในบทความที่ตีพิมพ์เท่านั้น
- ดังนั้น ให้มุ่งมั่นไปที่การให้สัมภาษณ์และพยายามซักซ้อมคำพูดที่จับใจหรือน่าสนใจล่วงหน้า
- บอกความจริงเสมอและยอมรับหากคุณไม่รู้อะไรบางอย่าง สิ่งเหล่านี้อาจจะดูเหมือนการอธิบายตัวเองและเป็นการสร้างพฤติกรรมของคุณเอง แต่เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ บอกความจริง! และถ้าหากคุณไม่รู้อะไรบางอย่าง ก็ยอมรับมัน เป็นสิ่งที่ยอมรับได้หากจะพูดว่า “ฉันไม่รู้” ไม่ว่าคุณจะทำอะไรก็ตาม ไม่ต้องพูดอะไรเกี่ยวกับสิ่งที่คุณรู้สึกไม่แน่ใจ ถ้าหากคุณไม่แน่ใจเกี่ยวกับข้อเท็จจริงเฉพาะด้านหรือประเด็นต่างๆ คุณสามารถอ้างถึงบุคคลอื่นได้เสมอ
- และหากคุณทำผิดพลาด รีบแก้ไขในทันที สิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญ หาก你不แก้ไขตัวเอง สิ่งที่คุณพูดอาจจะกลายมาเป็นบันทึกต่อสาธารณะและคุณมีคำถามอีกมากมายที่จะต้องตอบ! พยายามและประกันว่าไม่มีความกำกวมในสิ่งที่พูด และถ้าหากมี พยายามทำให้มั่นใจว่าคุณได้อธิบายให้ชัดเจนให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้
- ใช้ภาษากาย ถึงแม้ว่าคุณจะไม่ได้ออกโทรทัศน์ ภาษากายก็ยังมีมีความสำคัญสำหรับการให้สัมภาษณ์แบบซึ่งหน้า นั่งหลังตรง มองผู้สัมภาษณ์เล็กน้อยในแววตาและไม่กอดอก การกอดอกทำให้คุณรู้สึกต่อต้านและให้ความรู้สึกว่าคุณอาจจะซ่อนอะไรบางอย่าง
- ให้สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เช่นเดียวกันกับการนำเสนอ เป็นสิ่งที่คุณจะต้องคิดไว้ในใจเมื่อให้สัมภาษณ์เป็นการเริ่มต้นที่เข้มแข็ง บางคนอาจจะเข้าถึงข้อมูล รูปภาพ และข้อสรุปได้ง่ายแน่นอน คุณกำลังจะต้องเป็นคนที่มีความยืดหยุ่นและนักข่าวอาจจะพาคุณไปในหลายทิศทางเกี่ยวกับสิ่งที่คุณมีในใจ แต่ก็ยังคงเป็นสิ่งสำคัญที่คุณจะต้องมีโครงสร้างเบื้องต้นในการให้สัมภาษณ์
- ทำให้ง่าย เหมือนกับการสร้างสาร หลีกเลี่ยงการให้รายละเอียดที่ยืดยาวมากเกินไป หากนักข่าวต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม พวกเขาจะถามเอง
- เลี่ยงภาษาเฉพาะ และทำให้ภาษาของคุณเข้าถึงง่าย เหมือนกับการสร้างสาร พยายามใช้คำศัพท์ทางวิชาการและคำย่อให้น้อยที่สุด เพราะสิ่งนี้จะเป็วิธีที่เร็วที่สุดที่จะทำให้ให้นักข่าวหายหน้าไปจากคุณ!

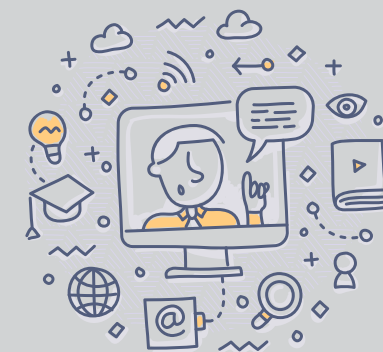


รายการตรวจสอบการให้สัมภาษณ์ส่วนตัว

- จัดจำภาษากาย
- สบตา
- ทราบว่ามีเวลาให้สัมภาษณ์เท่าไร
- มีผู้ให้ข้อมูลคนอื่นๆหากต้องการข้อมูลเพิ่มเติม

- หลีกเลี่ยงกระบวนการและมุ่งเน้นไปที่การดำเนินการ สิ่งนี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญโดยเฉพาะสำหรับคณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ นักข่าวไม่สนใจในกระบวนการภายใน คณะกรรมการแม่น้ำโขงหรือการอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการบริการหรือ สถาบัน และกระบวนการ พวกเขาต้องการจะได้เห็นการดำเนินการเป็นการเฉพาะและผลลัพธ์จากคณะกรรมการแม่น้ำโขง พยายามมุ่งเน้นไปที่พฤติกรรมที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงได้ดำเนินการให้มีการเปลี่ยนแปลงไปและผลลัพธ์ที่จับต้องได้ กรณีศึกษา (ดูส่วนที่ 4.3) เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ในส่วนนี้

i

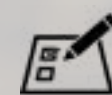


พลังของภาษากาย

- สบตา
- นั่งหลังตรง
- ออกท่าทางได้แต่อย่ามากเกินไป!
- อย่ากอดอก
- ฝึกให้สัมภาษณ์ทั้งในทำขึ้นและทำนั่ง

- อย่าให้นักข่าวออกไปด้วยคำถามแบบปิดเบือน คำถามแบบปิดเบือนคือการที่นักข่าวรวมคำถามที่มีความโน้มเอียงส่วนตัวต่อคำถามนั้นๆ เช่น “จากการที่รัฐบาลลาวมีประวัติเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนที่ย่ำแย่ พวกเราจะสามารถเชื่อพวกเขาได้จริงหรือไม่ว่าจะดูแลชุมชนรอบเขื่อนดอนสะโฮง?” ในกรณีนี้ หาก你不ท้ายด้วยการให้ความคิดเห็นของคุณ ความเงียบของคุณจะกลายเป็นการเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าว ในกรณีเช่นนี้ คุณจะต้องกล่าวนำคำตอบของคุณ เช่น “ผม/ดิฉันจะไม่แสดงความเห็นในประเด็นดังกล่าวที่อยู่นอกเหนือความรับผิดชอบของคณะกรรมการแม่น้ำโขง แต่สิ่งที่ผมต้องการจะพูดก็คือ....”
- อย่ากลัวที่จะมีผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติม สำหรับการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือการสัมภาษณ์ซึ่งหน้า เป็นความคิดที่ดีที่จะมีผู้สนับสนุนเพิ่มเติม เช่น นักวิชาการ ที่เป็นผู้ที่พร้อมที่จะตอบคำถามต่างๆ

- **เลือกสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม** สำหรับทั้งการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือการให้สัมภาษณ์แบบส่วนตัวเป็นสิ่งสำคัญที่คุณจะต้องมีสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม เช่น อย่าให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เมื่อคุณกำลังเดินทางอยู่บนรถไฟที่มีสัญญาณโทรศัพท์มือถือที่ไม่ดี
- **และเตรียมตัว!** นอกเหนือจากสิ่งที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้ การให้สัมภาษณ์เช่นนี้เกี่ยวข้องกับการเตรียมตัว หากคุณนำไปใช้ในการทำงาน สิ่งนี้จะเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่าสำหรับคุณ ไม่ว่าจะเป็นนักข่าว และคณะกรรมการแม่น้ำโขง หรือคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ เป็นสิ่งที่ดีที่จะจัดเตรียมบันทึกของคุณเองในช่วงให้สัมภาษณ์เช่นเดียวกัน



รายการตรวจสอบการสัมภาษณ์ที่มีการแพร่ภาพกระจายเสียง

- เตรียมตัวและฝึกซ้อม
- ให้เวลาตัวเอง
- สบตา
- มั่นใจ คุณคือผู้เชี่ยวชาญ
- คงไว้ซึ่งภาษากายที่ผ่อนคลาย
- แต่งกายอย่างเหมาะสมและเป็นมืออาชีพ



การสัมภาษณ์ที่มีการแพร่ภาพกระจายเสียง

เมื่อพูดถึงการเผยแพร่การสัมภาษณ์ ไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์สดหรือการบันทึกการสัมภาษณ์ก็ตาม เพียงแค่คิดหลายคนก็จะรู้สึกกลัวจนขวัญหนีดีฝ่อเสียแล้ว อย่างไรก็ตาม หากคุณทำตามกฎเบื้องต้นต่อไปนี้ (และในความคิดในอุดมคติก็คือการที่คุณได้รับการฝึกมาในด้านสื่อมวลชน) ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องทำให้ความคาดหวังของคุณเกี่ยวกับเรื่องนี้ให้เป็นความจริง ในความเป็นจริงแล้วมันเป็นวิธีการที่ยอดเยี่ยมในการโฆษณาคณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติเสียด้วย นี่คือการเสนอแนะบางประการในการเตรียมและทำการเผยแพร่การให้สัมภาษณ์

- **ประการแรก ให้เวลาตัวคุณเต็มที่ในการมาถึงและเตรียมตัว** คุณไม่ต้องการรู้สึกสับสน ตื่นเต้น วุ่นวาย หายใจหนักๆ ถอนหายใจและมีปฏิกิริยาอื่นๆในช่วงแรก ให้เวลาตัวคุณเองในการไปพบกับคณะผู้ถ่ายทำและผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบรายการและอื่นๆ
- **เตรียมตัวและฝึกซ้อม** ดังเช่นที่ได้กล่าวมาแล้วในการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือการสัมภาษณ์ซึ่งหน้า ไม่มีอะไรผิดที่จะถามล่วงหน้าว่ามีคำถามเฉพาะหรือประเด็นอะไรที่ต้องเตรียมมาก่อนล่วงหน้าหรือไม่ จากที่ได้กล่าวมาแล้วในแต่ละช่วงต่างๆว่าการฝึกฝนนั้นเป็นหัวใจหลักที่คุณต้องการที่จะเตรียมตัว การฝึกอบรมด้านสื่ออย่างสมบูรณ์แบบจะช่วยให้การคาดเดาคำถามยากๆและเตรียมคำตอบของคุณได้
- **จดจำไว้ว่าคุณคือผู้เชี่ยวชาญ!** บางครั้งมากกว่าการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และการให้สัมภาษณ์ซึ่งหน้า ที่คุณมักจะถูกสัมภาษณ์โดยบุคคลทั่วไปที่ไม่ค่อยมีประสบการณ์ในสาขาของคุณและอาจจะต้องขึ้นอยู่กับผู้ผลิตรายการที่จะต้องทำการวิจัยและเตรียมคำถาม ผลลัพธ์ก็คือคุณจะรู้มากกว่าพวกเขาอยู่แล้ว

- **เลือกคำพูดอย่างระมัดระวัง** ดังที่พวกเราได้กล่าวไปก่อนหน้านี้แล้ว ควรให้คำตอบที่สั้น กระชับ และจับใจมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เลือกคำพูดที่เป็นวรรคทองของคุณอย่างระมัดระวัง ทำให้มั่นใจว่าคุณมีคำพูดและกลุ่มข้อความบางคำที่สามารถเข้าใจได้ง่าย
- **บอกเล่าเรื่องราว** อย่าลืมศิลปะระในการบอกเล่าเรื่องราว หากเป็นเรื่องสั้นและตรงประเด็น เรื่องราวเหล่านี้จะมีประสิทธิผลสูงมากในการเผยแพร่การให้สัมภาษณ์
- **ไม่มองกล้องและมองไปที่ผู้สัมภาษณ์** สิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญ มันมักจะดูแปลกหากคุณมองผ่านผู้ให้สัมภาษณ์และมองกล้องโดยตรง
- **ผ่อนคลายและพูดอย่างเป็นธรรมชาติ** พูดในโทนเสียงสนทนาปกติของคุณและพยายามที่จะออกอากาศด้วยความผ่อนคลายมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาที่เป็นการเป็นงาน **อยู่ในความสงบ** ถึงแม้ว่าคุณจะได้รับคำถามที่ยากก็ตาม คุณจะต้องไม่หลุดแสดงอารมณ์ของคุณออกมา
- พยายามอย่าทำให้ภาษากายของคุณ**แข็งทื่อจนเกินไป** แต่ในขณะที่ยืนก็อย่าเคลื่อนไหวมากเกินไป สิ่งนี้เป็นสิ่งที่ยากในการรักษาสสมดุลแต่ก็สามารถทำได้ เช่น ทำเหมือนที่คุณมักจะเคยทำเมื่อนั่งตรงข้ามเพื่อนของคุณ
- **นั่งหลังตรงและไม่กอดอก** ดังที่ได้กล่าวก่อนหน้านี้แล้วว่าการกอดอกจะทำให้คุณดูปกป้องตัวเองและมีอะไรบางอย่างที่ซ่อนอยู่ คุณไม่ต้องทำอะไรก็ตามที่จะทำให้ผู้ฟังเบี่ยงเบนความสนใจหรือทำลายความเชื่อมั่นในตัวคุณ เช่น การนั่งพิงเก้าอี้หรือการโยกเก้าอี้ของคุณไปมา
- **อย่าใช้บันทึกที่จดไว้** เป็นสิ่งที่ยอมรับได้สำหรับการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือการสัมภาษณ์ซึ่งหน้า แต่ไม่ใช่การเผยแพร่การให้สัมภาษณ์ เนื่องจากแสดงให้เห็นว่าจะเป็นการเบี่ยงเบนความสนใจจากผู้ชม
- **ใช้เสียงสูงต่ำ** พยายามอย่าใช้เสียงเดียวมาจนเกินไปเวลาคุณพูด ทำให้มั่นใจว่าหากคุณตื่นเต้นหรือมีความมุ่งมั่นตั้งใจในบางอย่าง เสียงของคุณจะสะท้อนในส่วนนี้ การฝึกฝนคือสิ่งที่มีความจำเป็นอีกเช่นกันในส่วนนี้
- **ทำให้มั่นใจว่าไม่มีอะไรอยู่ในมือของคุณ** (เช่น ปากกา) เนื่องจากมันยากที่จะไม่หมุนหรือขยับมันขณะที่ให้สัมภาษณ์
- และในช่วงสิ้นสุดการให้สัมภาษณ์ **อย่าลุกออกไปในทันที** นั่งรอจนกระทั่งไมโครโฟนได้ถูกดึงออกไปจากตัวคุณ และอย่าตั้งสมมติฐานว่าคุณไม่ได้อยู่ในกล้องแล้ว! กล้องจะยังคงทำงานต่อไป! และไมโครโฟนก็ยังจะทำงานอยู่บนปกเสื้อของคุณ

ในกรณีของเสื้อผ้าและการแต่งกาย ก็มีอะไรบางอย่างที่จะต้องจดจำไว้เช่นเดียวกัน

- **แต่งกายอย่างมีอาชีพ** คุณไม่จำเป็นต้องใส่ชุดผูกเนคไทตลอดเวลา แต่ก็อย่าแต่งตัวอย่างไม่เป็นทางการ โดยเฉพาะเมื่อคุณเป็นตัวแทนคณะกรรมการการแม่น้ำโขงหรือคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ พยายามใส่อะไรที่เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ของคุณ
- **อย่าใส่เสื้อผ้าที่โดดเด่นหรือมีสีสันสดใสจนเกินไป** มันอาจจะเบี่ยงเบนความสนใจของผู้ฟัง เสื้อผ้าสีสดใสทำงานได้ไม่ดีนักเมื่อออกโทรทัศน์



- **หลีกเลี่ยงเสื้อผ้าลายขวาง**ที่จะไปรบกวนหน้าจอ และเช่นเดียวกัน หลีกเลี่ยงเสื้อสีน้ำเงิน ขาวและเขียว ที่จะไปรบกวนฉากหลังจอ (ซึ่งมักจะเป็นสีเขียว)
- **ใส่เครื่องประดับให้น้อยที่สุด** เช่นเดียวกัน การใส่เครื่องประดับมากเกินไปก็เบี่ยงเบนความสนใจจากผู้ฟังได้

ในกรณีของเนื้อหาในการให้สัมภาษณ์และการจัดการกับคำถามให้อ่านในส่วนของการให้สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และการให้สัมภาษณ์แบบซึ่งหน้าที่ได้กล่าวไว้แล้วก่อนหน้านี้ และสุดท้าย สนุกไปกับมัน! การเผยแพร่การให้สัมภาษณ์มักจะดีกว่าที่คุณคิดไว้มาก





รายการตรวจสอบการให้สัมภาษณ์ทางวิทยุ

- รู้ว่าจะสัมภาษณ์นานเท่าไร
- ทำให้เสียงมีความมั่นใจ
- ทำให้เสียงมีพลัง
- จำชื่อผู้สัมภาษณ์
- ไม่ต้องขอโทษ
- ไม่ใช่คำว่าอืม!

การให้สัมภาษณ์ทางวิทยุ

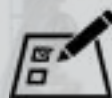
วิทยุก็เป็นอีกสื่อมวลชนอีกช่องทางที่คุณอาจจะถูกร้องขอให้สัมภาษณ์กันกับนักข่าว สิ่งนี้อาจจะเกิดขึ้นในห้องอัดเสียง โทรศัพท์ หรือในรถวิทยุ ในกรณีนี้ คุณอาจจะจดบันทึกและมีการ์ดที่มีข้อความที่คุณต้องการจะสื่อ มีเทคนิคมากมายที่ได้อธิบายไปในส่วนนี้ที่คุณควรจะนำไปใช้ (รวมกันกับการฝึกซ้อม ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอีกเช่นกัน) ในกรณีของประเด็นเฉพาะที่จะต้องอัดเสียงและวิทยุ มีเทคนิคแนวทางดังต่อไปนี้

- พยายามใช้เสียงที่มั่นใจ อย่าเฝียบจนเกินไปเนื่องจากมันเป็นการแสดงออกถึงความมั่นใจ แต่ในเวลาเดียวกันก็อย่าใช้เสียงดังมากจนเกินไปเนื่องจากจะกลายมาเป็นการแสดงออกถึงความก้าวร้าวและหึงผยอง เช่นเดียวกันมันเป็นสิ่งสำคัญที่จะพยายามหาสมดุลระหว่างสองส่วนนี้
- ใส่พลังเข้าไปในเสียงของคุณ อีกครั้ง ที่เป็นสิ่งที่ดีหากคุณมีความกระตือรือร้นและความใส่ใจในเรื่องที่ต้องการจะพูด
- เช่นเดียวกันกับการให้สัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ มองตรงไปที่ผู้ให้สัมภาษณ์ พยายามลืมไปว่ามีใครโผล่อยู่ที่นั่น
- พยายามหาคำตอบว่าคุณจะมีเวลาออกอากาศมากเท่าไร เพื่อที่คุณจะได้พัฒนาคำตอบของคุณให้เหมาะสม
- พยายามทำให้ปากของคุณอยู่ห่างจากไมโครโฟนในระยะที่เท่ากัน หรือไม่เช่นนั้น เสียงของคุณก็จะเหมือนกับขาดหายไปและจากนั้นก็ดังขึ้นมาอีก
- หากคุณใช้โทรศัพท์ ทำให้มั่นใจว่าคุณอยู่ในห้องเงียบ ที่ไม่มีการขัดจังหวะ เช่น จากโทรศัพท์มือถือ เพื่อนร่วมงาน เด็กๆ หรือเสียงอื่นๆ



- มีแก้วน้ำไว้ใกล้ตัว ไม่มีอะไรแย่ไปกว่าการคอแห้งอีกแล้ว
- จำชื่อผู้สัมภาษณ์และเอ่ยชื่อเขา บางครั้งไม่ใช่ทุกคำถามที่จะช่วยทำให้เกิดความรู้สึกร่วมในการให้สัมภาษณ์และทำให้ผู้สัมภาษณ์ประทับใจ พยายามพิจารณาให้การให้สัมภาษณ์เป็นการพูดคุยส่วนตัวระหว่างบุคคลมากกว่าการพูดกับผู้ฟังอีกนับพัน
- หากคุณทำผิดพลาดหรือสะดุด ไม่ต้องขอโทษ หลายครั้งที่ผู้ฟังไม่ได้สังเกต และพยายามหลีกเลี่ยงการใช้คำว่า "อืม"!





รายการตรวจสอบการสร้างการแถลงข่าวที่ประสบความสำเร็จ

- ทำให้มั่นใจว่าคุณมีข่าวที่ต้องการจะประกาศ
- แจ้งเตือนนักข่าวล่วงหน้า
- เลือกสถานที่อย่างระมัดระวัง
- ให้ออกสัปดาห์ในการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว
- เขียนคำเชิญที่ดึงดูดความสนใจสื่อมวลชนและทันเวลา
- ให้ผู้พูดพูดสั้นหรือจำกัด
- คาดหวังในสิ่งที่ไม่คาดคิด
- เตรียมช่วงเวลาถามตอบและสารหลักที่ต้องการจะสื่อ
- ทำให้มั่นใจว่าคุณได้อบรมเรื่องสื่อมาแล้ว
- พิจารณาเรื่องเวลา
- เตรียมชุดเอกสารสำหรับสื่อ

การแถลงข่าว



การแถลงข่าวยังคงเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมในการกระจายข้อมูลข่าวสารสู่สื่อมวลชน ซึ่งเป็นวิธีการที่ดีในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารต่อสื่อมวลชนอย่างทั่วถึงและสร้างความรู้สึกตื่นตัวในการประกาศที่มีความสำคัญ ซึ่งไม่จำเป็นต้องจัดโดยคณะกรรมการแม่ข่ายแต่ก็สามารถจัดโดยคณะกรรมการแม่ข่ายแห่งชาติได้ในเมืองที่พวกเขาเป็นเจ้าภาพ ที่พวกเขาสามารถส่งเสริมการเป็นองค์กรชายฝั่งลุ่มแม่น้ำได้ สิ่งเหล่านี้คือเคล็ดลับในการแถลงข่าว

- ประการแรก อย่าจัดการแถลงข่าวหากคุณไม่มีสิ่งที่น่าสนใจจะเป็นข่าวได้ การแถลงข่าวสามารถเป็นความพยายามในการเดินทางที่กินเวลาและค่าใช้จ่ายของผู้คนเป็นจำนวนมาก และไม่สามารถสื่อสารผ่านช่องทางที่ดีกว่าช่องทางอื่น เช่น การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ได้ ไม่มีอะไรแย่ไปกว่าการจัดการแถลงข่าวและมีเพียงนักข่าวสองคนมาร่วมงาน มากไปกว่านั้น หากเป็นการเลือกกลุ่มนักข่าวเฉพาะที่คุณต้องการ คุณอาจจะพิจารณาช่องทางอื่นที่ไม่ใช่ทางการ เช่น การให้ข่าวแบบสัมภาษณ์ตัวต่อตัว
- พิจารณาเวทีประชุมอื่นด้วยเช่นกัน หากมีเวทีประชุมอื่นๆเพิ่มเติมนอกเหนือไปจากการแถลงข่าวก็อาจจะนำมาพิจารณาได้ เช่น การสัมมนาหรือการพูดคุยโต๊ะกลมที่บางครั้งอาจจะเป็นวิธีที่น่าสนใจที่จะพูดถึงข่าวที่มีความซับซ้อนลงในรายละเอียดได้
- เลือกสถานที่ที่มีความเหมาะสม ทำให้มั่นใจว่าคุณกำลังจัดการแถลงข่าวในเมืองที่มีสื่อมวลชนจำนวนมากเข้าร่วมได้ เช่น คุณอาจจะมีสื่อมวลชนน้อยในเวียงจันทน์ เมื่อเทียบกับกรุงเทพฯ ที่มีชุมชนนักข่าวขนาดใหญ่และมีผู้สื่อข่าวต่างชาติอีกเป็นจำนวนมาก



- ทำให้มั่นใจว่านักข่าวมีโอกาสสัมภาษณ์ตัวต่อตัว นักข่าวบางคนอาจจะไม่ได้สนใจการแถลงข่าว พวกเขาต้องการบรรยากาศในการสัมภาษณ์ตัวต่อตัวที่พวกเขาสามารถมุ่งเน้นไปที่ประเด็นหรือความสนใจเฉพาะด้านได้ และทำให้พวกเขาสามารถมีคำถามเพิ่มเติมได้หลายคำถามและปรับเปลี่ยนบทสนทนาได้ตามวาระของพวกเขา ทำให้มั่นใจว่าคุณให้ทางเลือกแก่พวกเขาในช่วงการแถลงข่าว ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวกในการให้สัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวในสถานที่ที่ใช้ในการแถลงข่าวหรือสถานที่อื่นๆ
- ให้ออกเตือนนักข่าว โดยอุดมคติแล้วคุณควรจะแจ้งเตือนนักข่าวล่วงหน้าประมาณ 10 วันเกี่ยวกับการแถลงข่าวถึงแม้ว่าคุณจะไม่ได้คาดหวังให้นักข่าวมาสนใจหรือไม่ก็ชั่วโมงก่อนหน้านั้นก็ตาม นักข่าวมีความสนใจที่ค่อนข้างสูงมาก! เป็นสิ่งที่มีคุณค่าที่จะโทรศัพท์ไปติดตามหนึ่งวันล่วงหน้าก่อนการจัดกิจกรรมเพื่อจะตรวจสอบว่าพวกเขาจะมาหรือไม่
- ร่างคำเชิญสื่อมวลชนอย่างน่าดึงดูดใจ เช่นเดียวกันกับการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ การเชิญสื่อมวลชนจะต้องได้ใจนักข่าวตั้งแต่เริ่มแรก สิ่งจำเป็นจะต้องมีหัวข้อที่เรียบง่ายและแข็งแกร่ง รวมทั้งภาพรวมในสิ่งที่พวกเขาคาดหวังว่าจะได้ในการแถลงข่าว (โดยไม่ได้เขียนคำเชิญมากจนเกินไป) หากคุณมีผู้แถลงข่าวในตำแหน่งระดับสูงมั่นใจว่าคุณได้โฆษณาในส่วนนี้เช่นเดียวกันกับการให้ข้อมูลในการเดินทางเช่นเมื่อไรและที่ใด
- พิจารณาในด้านเวลา เลือกวันและเวลาอย่างระมัดระวัง ทำให้มั่นใจว่าการแถลงข่าวจะไม่ชนกับเหตุการณ์อื่นๆ เช่นในกรณีของหนังสือพิมพ์รายวัน ต้องให้เวลานักข่าวทำข่าวให้ทันกำหนดส่ง ดังนั้น การเริ่มต้นในช่วงเช้าจึงมักจะดีกว่า
- ทำให้สั้น อย่าให้การแถลงข่าวนานจนเกินไป คุณจะสูญเสียความสนใจของผู้ฟัง ในอุดมคติแล้ว การแถลงข่าวมักจะใช้เวลาไม่เกิน 30 นาทีในการนำเสนอตามมาด้วยช่วงเวลาถามตอบ
- ทำให้มั่นใจว่าสื่อมวลชนมีโอกาสที่จะสร้างประเด็นอื่นๆในการสนทนาและมีแง่มุมใหม่ๆในการแถลงข่าว อย่าทำให้เนื้อหาการแถลงข่าวมีมากเกินไปจนกระทั่งทำให้สารที่คุณต้องการจะสื่อสั้นลงจนเกินไป
- ทำให้มีผู้แถลงข่าวน้อยที่สุด หลีกเลี่ยงการมีผู้แถลงข่าวมากจนเกินไป เป็นสิ่งอันตรายที่จะทำให้ให้นักข่าวสับสนและทำให้สารที่คุณต้องการจะสื่อสั้นลงจนเกินไป ในอุดมคติแล้วมีผู้แถลงข่าวเพียง 1 หรือ 2 คนก็เพียงพอต่อการสื่อสารข้อความของคุณได้
- ทำให้มั่นใจว่าผู้พูดทุกคนได้รับการอบรมด้านสื่อมวลชน สิ่งนี้เป็นสิ่งจำเป็น ผู้พูดทุกคนควรมีความรู้เกี่ยวกับสื่อและผ่านการอบรมด้านสื่อมวลชน การแถลงข่าวสามารถเป็นสิ่งแวดล้อมที่สามารถให้อภัยได้สำหรับผู้ที่ไม่มีความสามารถในการจัดการกับสื่อมวลชน
- หากคุณไม่สามารถตอบคำถามได้ ให้หาคนอื่นที่สามารถตอบได้มาตอบคำถามแทน พวกเขาจะช่วยเหลือมาก หากคุณตอบคำถามที่นักข่าวถามไม่ได้ บอกนักข่าวว่าคุณจะติดต่อกลับไปเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้โดยมีผู้ที่มีความเหมาะสมจะเป็นผู้ตอบคำถามของพวกเขา
- คาดหวังในสิ่งที่ไม่คาดคิด คุณไม่สามารถควบคุมการแถลงข่าวได้อย่างสมบูรณ์แบบ ดังนั้นเตรียมตัวสำหรับคำถามที่ไม่ได้คาดหวังว่าจะเกิดขึ้น
- เตรียมชุดข้อมูลสำหรับสื่อมวลชนเพื่อถือกลับไป เนื้อหาเบื้องต้นของชุดข้อมูลสำหรับสื่อมวลชนนี้อาจจะรวมถึงข่าวประชาสัมพันธ์ ประวัติของผู้แถลงข่าวและภาพถ่าย โดยในอุดมคติแล้วมันจะเป็นแผ่นซีดี ดีวีดี หรือแฟลชไดรฟ์ USB



เมื่อคุณได้ดำเนินการตรวจสอบและตัดสินใจว่าการจัดแถลงข่าวเป็นเหตุการณ์ที่พึงกระทำแล้ว และมีวิธีการที่ดีในการสื่อสารข่าวของคุณ ก็มีเครื่องมือที่สำคัญสำหรับผู้สื่อสารดังต่อไปนี้

วิธีการอื่นๆในการสื่อสารกับสื่อมวลชน

มีวิธีการอื่นๆในการสื่อสารและให้ความรู้กับสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน

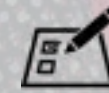
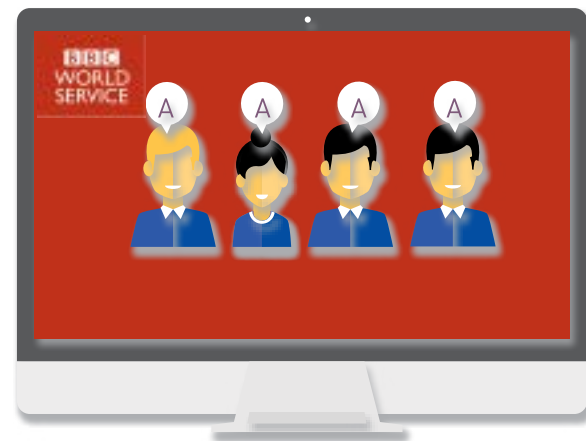
- **การให้ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในเชิงรุก** หนึ่งในช่องทางหลักที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารกับสื่อมวลชนคือการดำเนินการในเชิงรุกและให้ข้อเสนอเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ หากคุณมีอะไรบางอย่างที่น่าสนใจที่ต้องการจะพูดและตอบสนองต่อประเด็นนี้อย่างรวดเร็ว นักข่าวจะกลับมาหาคุณอย่างสม่ำเสมอ โดยให้ข้อมูลด้านสถิติและงานวิจัยกับนักข่าว
- **การจัด Road show** ช่องทางหนึ่งในการสื่อสารกับนักข่าวคือการจัดกิจกรรม road show ไปเยี่ยมนักข่าวถึงที่ทำงานโดยมีสรุปข่าวการประชุมโต้เถียงและบทบรรณาธิการ การจัด road show อาจทำได้ในหลายเมืองหลายประเทศ ในกรณีเช่นนี้ เป็นสิ่งสำคัญที่กิจกรรมนั้นจะต้องถูกออกแบบให้เหมาะสมสำหรับแต่ละประเทศ เช่น การหาภาษาที่เหมาะสมสำหรับนักข่าวและให้มีผู้ให้ข่าวที่เหมาะสม โดยมีสิ่งสนับสนุน เช่น บัตรเชิญ ที่มาของสื่อและข่าวประชาสัมพันธ์ที่จำเป็นจะต้องได้รับการเปลี่ยนแปลงเหมาะสม
- **การอบรมนักข่าวเชิงปฏิบัติการ** การอบรมนักข่าวเชิงปฏิบัติการในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการเสริมศักยภาพเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง เช่น ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (ADB) ได้จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการมากมายที่ประสบความสำเร็จในเรื่องนี้สำหรับนักข่าวในทวีปเอเชีย นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 จนถึง พ.ศ. 2549 สิ่งเหล่านี้เป็นเหตุการณ์ในการสร้างเสริมศักยภาพที่มีประโยชน์และเป็นโอกาสในการให้ความรู้แก่นักข่าวเกี่ยวกับคณะกรรมการแม่น้ำโขงและพัฒนาให้เกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดต่อกัน

มุมมองของผู้เชี่ยวชาญ

‘การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ: แม่น้ำโขงจะทำให้เกิดปัญหาเรื่อง’,
BBC World Service Vietnam, 20 ตุลาคม 2558

“นักวิทยาศาสตร์ที่คณะกรรมการแม่น้ำโขง (MRC) ซึ่งเป็นหน่วยงานระดับรัฐบาลได้เตือนว่าหากระดับน้ำทะเลยังคงสูงขึ้นจะทำให้ระดับน้ำสูงขึ้นประมาณหนึ่งเมตรในช่วงสิ้นศตวรรษนี้ ซึ่งพื้นที่สามเหลี่ยมปากแม่น้ำประมาณ 40 จะถูกพัดหายไป”

* Navin Singh Khadka, BBC World Service เวียดนาม, 20 ตุลาคม 2558



รายการตรวจสอบการเดินทางภาคสนามของนักข่าว

- ตรวจสอบทุกอย่างล่วงหน้า เพื่อให้การเดินทาง ที่พัก และระบบการขนส่งเดินทางทั้งหมดเป็นไปอย่างราบรื่น
- อย่างวางแผนด้านเวลาให้กับนักข่าวอย่างเข้มงวดจนเกินไป ในขณะที่มีความจำเป็นที่จะต้องมีการใช้เวลาให้กับการเดินทาง ให้เวลาที่ยืดหยุ่นและเวลาว่างสำหรับนักข่าว เพื่อที่จะค้นหาแง่มุมในการทำข่าวของตัวเอง เช่น การพูดคุยกับผู้คนเป็นการส่วนตัว ฯลฯ
- สื่อสาร พยายามให้นักข่าวรู้ข้อมูลอยู่ตลอดเวลา แบ่งปันตารางที่ทันสมัยและสิ่งที่พวกเขาสามารถคาดหวังที่จะเห็นได้จากการเดินทางภาคสนามในส่วนต่างๆ
- อย่าขัดเยียดตารางให้มากเกินไป ให้เวลาว่างแก่นักข่าวบ้างในช่วงการเดินทาง พวกเขาอาจต้องการเวลาในการเขียนเรื่อง ส่งบล็อก ฯลฯ
- ทำสรุปย่อให้กับผู้ให้ข้อมูลทุกคนล่วงหน้า ทำให้มั่นใจว่าทุกคนในการเดินทางภาคสนามนี้ โดยรวมไปถึงผู้นำชุมชนท้องถิ่นได้รับการบรรยายสรุปล่วงหน้าและรู้ว่าจะต้องคาดหวังอะไร โดยในอุดมคติแล้ว คุณควรจะพัฒนาบรรยายสรุปย่อให้แก่ นักข่าวและแจกจ่ายล่วงหน้า



- **การเดินทางภาคสนามของนักข่าว** การเดินทางภาคสนามของนักข่าวไปยังพื้นที่โครงการเป็นวิธีการที่ดีในการให้ความรู้กับนักข่าวเกี่ยวกับกิจกรรมที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติกำลังดำเนินการและการช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่น โดยมีข้อเสนอแนะบางประการในการเดินทางดังต่อไปนี้

5

การติดต่อประสานงานกับ สื่อมวลชน – สิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ

ในส่วนก่อนหน้านี้ พวกเราได้กล่าวไปแล้วมากมายเกี่ยวกับสื่อมวลชนและเคล็ดลับในการจัดการกับพวกเขา ในส่วนนี้จะมีการกล่าวถึงส่วนที่เหลือนี้อีก ร่วมกับมุมมองเคล็ดลับที่สำคัญเมื่อต้องจัดการกับสื่อ

มันเป็นเดิมพันระดับสูงเมื่อคุณต้องพบกับสื่อมวลชน หากคุณทำให้ถูกต้อง และข้อความของคุณจะถูกส่งต่อไปยังผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย หากทำผิด คุณอาจจะเป็นตัวเร่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกในเชิงลบต่อสาธารณะ และมีความสัมพันธ์กับนักข่าวที่ยากลำบากในอนาคต

อย่างไรก็ตาม ทำตามข้อเสนอแนะต่อไปนี้ และคุณจะได้ประกันถึงความสัมพันธ์ในระยะยาวและเป็นประโยชน์ต่อนักข่าวอีกมากมาย

มีการหยิบยกประเด็นในตอนที่ 4 มาหลายหัวข้อ ในส่วนนี้จะมุมมองกว้างๆกล่าวถึง “สิ่งที่ควรทำ” และ “สิ่งที่ไม่ควรทำ” เมื่อต้องจัดการกับสื่อมวลชน ซึ่งอาจจะ เป็นสิ่งที่มีค่าในการทบทวนในส่วนนี้อย่างรวดเร็วก่อนที่จะติดต่อกับสื่อมวลชน

- สิ่งที่ทำเมื่อติดต่อประสานงานกับสื่อ
- สิ่งที่ไม่ควรทำเมื่อติดต่อประสานงานกับสื่อ
- กฎที่คนสื่อในปัจจุบัน

สิ่งที่ควรทำเมื่อติดต่อประสานงานกับสื่อ

- **ทำให้มั่นใจว่ามั่นนำเสนอข้อเท็จจริงที่จะทำให้เป็นข่าวได้** ทำให้มั่นใจว่าข่าวของคุณนั้นผ่านการทดสอบคำถาม “แล้วมันเป็นอย่างไรเล่า?” หากไม่ใช่ ลองคิดอีกครั้ง
- **รู้จักสื่อมวลชน** คุณจำเป็นต้องคิดเหมือนนักข่าว มองเรื่องราวในมุมมองที่นักข่าวมอง และพูดในภาษาที่นักข่าวสามารถนำไปใช้ในการบอกเล่าเรื่องราวของพวกเขา คุณจำเป็นต้องวางตัวเองลงไปในฐานะที่เป็นผู้อ่านสิ่งพิมพ์ด้วยเช่นกัน อะไรคือสิ่งที่พวกเขาสนใจ?

- **รู้สารที่คุณต้องการจะสื่อล่วงหน้าและยึดมั่นอยู่กับสารเหล่านั้น** มันเป็นสิ่งสำคัญที่คุณจะต้องเตรียมและจดจำสารที่คุณต้องการจะสื่อล่วงหน้า นำประหลาดใจที่มีข้อมูลข่าวสารในข่าวต่างๆไปหรือมีการเผยแพร่การให้สัมภาษณ์เพียงเล็กน้อย และมันเป็นสิ่งสำคัญที่คุณจะต้องมีสารที่จะสื่อต่อหน้าพวกเขาหรือคุณพลาดโอกาสนั้นไปเลย เช่นเดียวกัน ไม่ต้องกลัวที่จะทวนซ้ำเกี่ยวกับสารที่คุณจะสื่อในหลายๆคำพูดที่แตกต่างกัน แน่แน่นอน การพูดในสิ่งเดียวกันแบบซ้ำๆ เดิมๆอาจจะเป็นสิ่งที่ดูน่าขบขันในสายตาผู้ฟัง



- **สั้นและทำให้ง่าย** สิ่งนี้เป็นการกล่าวซ้ำมาก่อนหน้านี้แล้วแต่ก็มีความสำคัญ



- **มีข้อเท็จจริงที่พร้อมใช้อยู่ในมือ** พวกเราพูดถึงความสำคัญของประเด็นที่ต้องพิสูจน์ในส่วนของการสร้างสาร ดังนั้น ทำให้มั่นใจว่าคุณมีข้อเท็จจริงที่สำคัญเหล่านั้นที่ปลายนิ้วของคุณ “ให้ผม/ดิฉันยกตัวอย่าง” มักจะถูกนำมาใช้เป็นสะพานที่มีประสิทธิภาพในการเชื่อมโยงกับการให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชนและทำให้คุณมุ่งเน้นไปที่ประเด็นที่ต้องการพิสูจน์เหล่านั้น ประเด็นที่ต้องการพิสูจน์จะทำให้คุณได้รับความน่าเชื่อถือและทำให้คุณออกห่างจากการให้ข้อมูลแบบทั่วไป

- **ลงเล่าเรื่อง** เช่นเดียวกัน ความสนใจของผู้คนมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเมื่อได้ฟังเรื่องเล่าต่างๆ.

- **เคารพต่อกำหนดส่งงาน** การติดต่อนักข่าวกลับไปก่อนกำหนดการส่งงานของพวกเขาและให้ข้อมูลข่าวสารที่มีความจำเป็นนั้นเป็นกุญแจสำคัญต่อการมีความสัมพันธ์ที่ยาวนานและเชื่อถือได้

- **ทำตัวให้เข้าถึงได้ง่าย** อย่าหนีนักข่าวและทำให้คุณมั่นใจว่าคุณได้โทรศัพท์กลับไปหาพวกเขา แต่อย่างไรก็ตามสิ่งนี้ไม่ได้หมายถึงการตอบคำถามของพวกเขาอย่างทันทีทันใดที่พวกเขาถาม

สิ่งที่ไม่ควรทำเมื่อติดต่อประสานงานกับสื่อ

- **อย่าโกรธ** บางครั้งนักข่าวก็ก้าวร้าวในการถามคำถาม อย่าทำให้กลายเป็นเรื่องส่วนตัวและอย่าโกรธ คงความสงบไว้ตลอดเวลา

- **อย่าทำให้การขัดจังหวะทำให้คุณรู้สึกไม่มั่นคง** นักข่าวบางคนอาจจะพยายามทำให้ผู้ที่ถูกสัมภาษณ์รู้สึกไม่มั่นคงด้วยการถามคำถามมากมายอย่างรวดเร็ว หายใจเข้าลึกๆ ทำตัวให้สงบเยือกเย็นและตอบคำถามด้วยความเร็วของคุณเอง “ให้ผม/ดิฉันตอบคำถามคุณทีละข้อ ข้อที่หนึ่ง....”



- อย่า “ให้ข่าวแบบไม่เป็นทางการ” สิ่งนี้เป็นกลยุทธ์ที่มีความเสี่ยงและสามารถใช้กับนักข่าวที่คุณมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมากๆ เท่านั้น ในฐานะที่เป็นกฎ บอกนักข่าวแต่เพียงสิ่งที่คุณจะมีความสุขในการอ่านในหน้าหนังสือพิมพ์ในวันถัดไปเท่านั้น
- อย่าพูดว่า “ไม่มีความเห็น” การไม่มีความเห็นแสดงให้เห็นว่าคุณต้องการที่จะปกป้องตัวเองและมีบางสิ่งบางอย่างที่ต้องการปิดบัง พยายามที่จะให้เหตุผลว่าเหตุใดคุณถึงไม่สามารถตอบคำถามดังกล่าวได้ “...ผม/ดิฉันไม่สามารถตอบคำถามในเวลานี้ได้เนื่องจาก...”
- อย่าใช้คำศัพท์เฉพาะหรือคำย่อ อย่าสันนิษฐานว่าผู้สื่อข่าวจะเข้าใจในสิ่งที่คุณต้องการจะสื่อ
- อย่ากังวลที่จะพูดว่า “ผม/ดิฉันไม่ทราบ” สิ่งนี้เป็นสิ่งที่ดี เป็นการดีกว่าการแสร้งทำเป็นว่าคุณรู้และกล่าวอะไรที่ผิดพลาดออกไป
- อย่าโกหกหรือกล่าวเกินจริง คุณจะถูกรับได้ในท้ายที่สุด
- อย่าทำให้คำแถลงที่ไม่ถูกต้องทำให้เกิดการยอมรับ หากคุณคิดว่านักข่าวได้กล่าวอะไรที่ไม่ถูกต้อง รีบบอกเขาหรือเธอให้รู้และทำให้มั่นใจว่าคำแถลงนั้นๆ ถูกต้อง
- อย่ารู้สึกว่าคุณจะต้องพูดแทรกในความเงียบ ความเงียบหรือการหยุดพักระหว่างการให้สัมภาษณ์เป็นสิ่งที่ยอมรับได้ อย่ารู้สึกว่าคุณจะต้องพูดเพียงเพราะว่าเกิดความเงียบเท่านั้น
- อย่าวิพากษ์วิจารณ์บุคคลที่สาม สิ่งนี้จะส่งผลกระทบต่อตัวคุณ โดยเฉพาะเมื่อบุคคลที่สามนั้นไม่อยู่ด้วยเพื่อที่จะปกป้องตัวเอง สิ่งเหล่านี้อาจจะมียกเว้นได้บ้างแต่ไม่มาก
- หลีกเลี่ยงคำถามว่าใช่หรือไม่ใช่ นักข่าวบางคนอาจจะถามคำถามภายใต้คำถามที่แคบเหล่านี้ มีประเด็นมากมายที่มีความซับซ้อนเกินกว่าที่จะตอบเช่นนั้น

สิ่งที่ต้องพูดเมื่อต้องติดต่อประสานงานกับสื่อมวลชน



“ให้ผม/ดิฉันได้ยกตัวอย่างให้คุณทราบว่า การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะส่งผลกระทบต่อคนธรรมดาทั่วไปได้อย่างไร จากการที่ระดับน้ำทะเลสูงขึ้นในเวียดนาม 5 มิลลิเมตรต่อปี น้ำเค็มเข้าไปทำลายนาข้าวกว่า 6,000 เฮกตาร์เมื่อปีที่แล้ว เล่าเรื่อง ให้ข้อมูลทางสถิติ แสดงให้เห็นถึงผลกระทบต่อบุคคลจริง ให้สัมภาษณ์ในเชิงรุกและควบคุมการสัมภาษณ์

“ผม/ดิฉันทราบว่าผู้อ่านมีความสนใจเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับชนบท ดังนั้น ให้ผม/ดิฉันยกตัวอย่างให้คุณฟังเกี่ยวกับพื้นที่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของกัมพูชา” เป็นตัวอย่างที่ดีถึงผู้อ่าน ปรับแต่งตัวอย่างให้เหมาะสมสำหรับสิ่งพิมพ์ที่มีสัมภาษณ์



“ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชียและธนาคารโลกล้มเหลวในการจัดการกับปัญหามลพิษทางด้านการชลประทานที่เอเชียตะวันออกเฉียงใต้กำลังเผชิญอยู่ในวันนี้” วิพากษ์วิจารณ์บุคคลที่สาม

“ผม/ดิฉันไม่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวลือเกี่ยวกับเชื่อนดอนสะโฮง” ไม่มีความเห็น แสดงออกว่าคุณกำลังหลีกเลี่ยงคำถาม อธิบายว่าเพราะเหตุใดคุณจึงไม่สามารถพูดเรื่องนี้ได้ “สิ่งที่ผม/ดิฉันบอกคุณได้ก็คือ...”

ภูมิทัศน์สื่อในปัจจุบัน

ส่วนสุดท้ายในหัวข้อนี้จะให้มุมมองเกี่ยวกับภูมิทัศน์สื่อในปัจจุบันในทวีปเอเชีย ในขณะที่ไม่มีการให้บัญชีรายชื่อสื่อมวลชน แต่ก็จะมีการสรุปภาพรวมเกี่ยวกับประเภทของสิ่งตีพิมพ์ที่แตกต่างกันที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติกำลังติดต่อประสานงานด้วย



มีสิ่งตีพิมพ์ระหว่างประเทศจำนวนไม่มากนักที่เป็นสื่อในระดับโลกที่แท้จริง สิ่งตีพิมพ์บางอย่างนั้นอาจจะรวมถึง the Financial Times, the Economist, the Wall Street Journal and to a certain extent the New York Times เช่นเดียวกันกับสื่อกระจายภาพและเสียง ที่อาจจะรวมไปถึง BBC World, CNN, Al Jazeera and French 24 ซึ่งเป็นช่องข่าวระดับนานาชาติในกรุงปารีส



ในกรณีของสิ่งพิมพ์ที่ได้รับการเผยแพร่ทั่วทวีปเอเชียอาจมีสื่อสิ่งพิมพ์ระหว่างประเทศเป็นจำนวนมากที่อยู่ในหมวดนี้ เช่น the Asian Wall Street Journal, the Asian edition of the Financial Times and the International New York Times นอกจากนี้ยังมี the South China Morning Post ด้วยเช่นกัน สื่อกระจายภาพและเสียงนั้นอาจจะรวมไปถึง Channel News Asia, Voice of America และ Radio Free Asia ที่มีบทบาทอย่างกระตือรือร้นในภูมิภาคนี้ทั้งในภาษาอังกฤษและภาษาท้องถิ่น

มีการรายงานข่าวแบบทันเหตุการณ์ (newswire) ในระดับระหว่างประเทศมากมายที่ผู้สื่อข่าวในทวีปเอเชียจะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะในกรุงเทพ พนมเปญ และโซจิมีนห์ เช่น Dow Jones, Bloomberg, Thompson Reuters, and Agence France-Press (AFP) และมีนักข่าวในทวีปเอเชียจะวันออกเฉียงใต้ที่ทำข่าวนี้ด้วยเช่นกัน เช่น the Lao News Agency, the Xinhua News Agency (จีน), Agence Kampuchea Presse (AKP) จากกัมพูชา และ the Vietnam News Agency ซึ่งก็มีสำนักข่าวที่มุ่งเน้นไปที่สังคมและการพัฒนามากขึ้น เช่น Inter Press Service (IPS) และ IRIN ที่มุ่งเน้นไปที่เรื่องราวด้านมนุษยธรรมและเป็นอิสระ ไม่ใช่องค์กรสื่อเพื่อแสวงหากำไร and the Vietnam News Agency.

สื่อสิ่งพิมพ์และกระจายภาพและเสียงในระดับระหว่างประเทศ

สื่อสิ่งพิมพ์และกระจายภาพและเสียงในทวีปเอเชีย

การรายงานข่าวแบบทันเหตุการณ์ในระดับระหว่างประเทศและระดับท้องถิ่น

เว็บไซต์ข่าวในทวีปเอเชียและในประเทศต่างๆในทวีปเอเชีย

มีเว็บไซต์ข่าวในทวีปเอเชียมากมาย เช่น, Asiamag.com, Asia Source, Asia Times และ the Diplomat ซึ่งเป็นนิตยสารข่าวออนไลน์ที่มีเนื้อหาครอบคลุมเกี่ยวกับการเมือง สังคม และวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก นอกจากนี้ก็ยังมีเว็บไซต์ข่าวในระดับประเทศมากมาย เช่น VietNamNet.



สื่อกระจายภาพและเสียงของประเทศสมาชิก

สื่อกระจายภาพและเสียงของประเทศสมาชิกถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญ เช่น ในประเทศไทย ที่ 80% ของพวกเขาต้องขึ้นอยู่กับสื่อโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารเบื้องต้นโดยรวมไปถึงโทรทัศน์ช่อง 3 และช่ององค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทยหรือช่องไทยพีบีเอส (TPBS) ในประเทศลาว ก็มีโทรทัศน์แห่งชาติลาวที่ดำเนินการโดยรัฐบาล คือ Laos National TV ในกัมพูชาก็มีการกระจายภาพและเสียงโดยรัฐบาลคือ the National Television of Cambodia และช่องโทรทัศน์ของเอกชน เช่น TV3 และ TV5 และในเวียดนามก็มี VTV ส่วนในระดับที่ครอบคลุมทวีปเอเชียทั้งหมดนั้น ก็มี Radio Free Asia.

สื่อวิทยุของประเทศสมาชิก

สื่อมวลชนจากประเทศสมาชิกก็มีความสำคัญ จากสถานีวิทยุในระดับประเทศจนถึงสถานีวิทยุในระดับท้องถิ่น เช่น สถานีวิทยุในระดับท้องถิ่นในประเทศไทยเพิ่มจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็วในฐานะที่เป็นสื่อทางเลือกจากการควบคุมของรัฐบาล ในลาวก็มีสถานีวิทยุของรัฐบาลคือ Lao National Radio ในประเทศไทยก็มี Radio Thailand ในกัมพูชาก็มี the National Radio of Cambodia และมีสถานีวิทยุเอกชน เช่น Beehive Radio ที่เป็นที่รู้จักกันในการจัดการกับเรื่องราวประเด็นที่มีความอ่อนไหว และในเวียดนามก็มีสถานี Voice of Vietnam

สื่อสิ่งพิมพ์ในระดับประเทศของประเทศสมาชิก

เป็นภาษาอังกฤษ หนึ่งในเป้าหมายหลักก็คือการได้ตีพิมพ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นภาษาอังกฤษในประเทศสมาชิกของคณะกรรมการแม่น้ำโขง ในขณะที่สิ่งพิมพ์เหล่านั้นไม่มีการเผยแพร่เป็นปริมาณมากเหมือนกับการตีพิมพ์ในภาษาท้องถิ่นก็อาจจะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลและถูกอ่านโดยรัฐบาล หน่วยงานระหว่างประเทศ และองค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหาผลกำไรของประเทศสมาชิกจำนวนมาก ในประเทศไทย มี the Bangkok Post และ the Nation ในลาวมี the Vientiane Times ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวัน และในกัมพูชาและเวียดนามก็มี the Phnom Penh Post, Cambodia Daily, Khmer Times, Vietnam Daily News และ Saigon Times ตามลำดับ

ประเทศสมาชิกแต่ละประเทศมีสื่อสิ่งพิมพ์ในภาษาท้องถิ่นที่หลากหลายที่มีอิทธิพลแตกต่างกัน สื่อสิ่งพิมพ์ที่ได้รับการตีพิมพ์เป็นจำนวนมากในไทยนั้นคือไทยรัฐ ที่มีผู้อ่านในต่างจังหวัดเป็นจำนวนมาก หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และข่าวสดมีการนำเสนอข่าวอย่างเข้มข้นในด้านสิ่งแวดล้อมและสิทธิมนุษยชน และมติชนและกรุงเทพธุรกิจที่มีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมมากกว่าในกลุ่มปัญญาชน ในกัมพูชามีหนังสือพิมพ์หลักในภาษากัมพูชาอยู่สองสำนัก คือ, Rasmei Kampuchea และ Koh Santepheap และมีหนังสือพิมพ์ Thanh Nien ในเวียดนาม และหนังสือพิมพ์ Vientiane Mai ในลาว

สื่อสิ่งพิมพ์ระดับชาติที่ได้รับการตีพิมพ์ในภาษาท้องถิ่นของประเทศสมาชิก



คณะกรรมการด้านการสื่อสารของคณะกรรมการแม่น้ำโขงสามารถให้ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้และสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆได้

6

ศิลปะการสื่อสารในภาวะวิกฤต

ทุกองค์การมีความอ่อนไหวต่อวิกฤตและอาจจะเกิดขึ้นเมื่อคุณคาดหวังเกี่ยวกับวิกฤตนั้นน้อยที่สุด ซึ่งอาจใช้เวลาเป็นปีเพื่อที่จะกอบกู้ชื่อเสียงขององค์กรกลับคืนมา แต่ใช้เวลาเพียงไม่กี่ชั่วโมงหรือไม่กี่วันที่จะทำให้ลายชื่อเสียงเหล่านั้น

อย่างไรก็ตาม หากมีการวางแผน อย่างน้อยก็มีการประกันได้ว่า คุณมีการจัดการในภาวะวิกฤต ไม่ว่าจะมีความสำคัญอย่างไรในกรณีของคุณ ก่อนที่จะพิจารณาลำดับขั้นตอนของการรวบรวมการจัดการภาวะวิกฤตที่มีประสิทธิผล ก็มีความสำคัญที่จะต้องเข้าใจกฎหลักที่เป็นแนวทางในการสื่อสารในภาวะวิกฤต กฎเหล่านี้จะมีอิทธิพลเหนือกิจกรรมอื่นๆ

- กฎสำคัญสำหรับแผนงานการสื่อสารในภาวะวิกฤต
- ขั้นตอนที่แตกต่างกัน – การดำเนินการตรวจสอบความปรียบาง
- การกำหนดคณะกรรมการสื่อสารในภาวะวิกฤต
- การกำหนดและฝึกผู้แถลงข่าว
- การให้เครื่องมือที่จำเป็นแก่ผู้แถลงข่าว
- กระบวนการและขั้นตอนการจัดเตรียมเอกสาร
- การดำเนินการตอบสนอง – การเตรียมแถลงการณ์
- ระบบการแจ้งเตือนภายนอก – การเตรียมแถลงการณ์ออกสู่สาธารณะ
- ก้าวต่อไปจากการเตรียมแถลงการณ์ – การพัฒนาสารในภาวะวิกฤต
- การรวบรวมข่าวกรอง
- การถ่ายทอดข้อมูลและบทเรียนที่ได้เรียนรู้

กฎสำคัญสำหรับแผนงานการสื่อสารในภาวะวิกฤต

- ดำเนินการอย่างรวดเร็วและดำเนินการในเชิงรุก ในวิกฤตต่างๆ มันเป็นสิ่งสำคัญที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงจะต้องดำเนินการในเชิงรุกและแสดงให้เห็นว่ามีความสามารถในการจัดการเหตุการณ์ต่างๆ ได้ อย่าให้บุคคลที่สามมาตั้งวาระและทำให้คุณต้องตกอยู่ในภาวะที่ต้องตั้งรับและปกป้องตนเอง
- อย่างมุ่งมั่นไปที่การให้ข้อมูล การตอบสนองที่แย่ที่สุดต่อวิกฤตการณ์คือการ “ได้รับข้อมูล” ที่เป็นข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดความกดดันอย่างต่อเนื่อง ทำให้มั่นใจว่าคุณได้ให้ข้อมูลต่างๆ แม้แต่ข้อมูลในเชิงลบต่อสาธารณะอย่างรวดเร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และอย่าพูดว่า “ไม่มีความคิดเห็น” สำหรับบุคคลภายนอกมากมาย การกระทำสิ่งนี้คือการยอมรับความผิดพลาด
- อย่าโกหก หากองค์กรนั้นถูกมองว่ากำลังปิดบังอะไรบางอย่างหรือไม่ซื่อสัตย์ ก็จะเกิดวิกฤตที่อยู่นอกเหนือความควบคุมได้
- มันไม่สามารถเกิดขึ้นกับพวกเราได้ อย่าตกหลุมพรางความคิดที่ว่าวิกฤตเช่นนั้นไม่สามารถเกิดขึ้นกับพวกเราได้ และไม่มีค่าการที่จะลงทุน วิกฤตอาจเกิดได้กับทุกองค์กรในทุกเวลาและสามารถทำให้เกิดผลกระทบเสียหายในวงกว้างต่อชื่อเสียงหรือความสามารถในการดำเนินการขององค์กรนั้นๆ ได้
- อย่าให้พนักงานเป็นผู้ตัดสินใจ ในขณะที่พวกเขาเป็นผู้ที่ให้คำแนะนำทางกฎหมายที่ชัดเจน หากพวกเขาชี้ว่าการสื่อสารทั้งหมด (ซึ่งมักจะเป็นการหลีกเลี่ยงการกล่าวอะไรก็ตามต่อบุคคลภายนอก) ก็อาจจะทำให้วิกฤตนั้นแย่ลง
- อย่างมุ่งมั่นไปแต่เพียงสื่อมวลชน! ในขณะที่สื่อมวลชนคือผู้ฟังหลักและเป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดวิกฤต ก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกันที่จะมีการบรรยายสรุปสถานการณ์ให้กับผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญ เช่น ภาติเครือข่ายในการพัฒนาและหน่วยงานในระดับชาติในช่วงวิกฤตนั้นๆ สุดท้ายแล้วมันเป็นสิ่งที่จะช่วยได้มากหากพวกเขาได้ยินจากคณะกรรมการแม่น้ำโขงโดยตรงมากกว่าได้ยินจากสื่อ ในวิธีนี้คุณสามารถควบคุมข้อความที่คุณต้องการจะสื่อได้มากกว่า
- วางแผน และวางแผนอีกครั้ง สุดท้าย ไม่มีวิกฤตการณ์ใดที่จะเกิดขึ้นได้โดยไม่คาดคิดอย่างสมบูรณ์ หาก你有แผนตอบสนองต่อวิกฤตการณ์จากการคิดถึงสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด ก็จะทำให้คณะกรรมการแม่น้ำโขงสามารถควบคุมสถานการณ์นั้นๆ ได้อย่างทันทีทันใดและประกันได้ว่ากระบวนการทุกอย่างและสถานการณ์ต่างๆ จะได้รับการฝึกซ้อม



คุณจะมีความเข้มแข็งขึ้นจากวิกฤตการณ์เหล่านั้น



ขั้นตอนที่แตกต่างกันในแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต – รายการตรวจสอบ

- ดำเนินการตรวจสอบความเปราะบาง
- กำหนดคณะกรรมการสื่อสารในภาวะวิกฤตของคุณ
- กำหนดและฝึกผู้แถลงข่าว
- เตรียมเครื่องมือสำหรับผู้แถลงข่าว
- จัดเตรียมและดำเนินการด้านเอกสาร
- เตรียมแถลงการณ์
- มีการแจ้งเตือนจากหน่วยงานภายนอก
- ก้าวต่อไปจากการเตรียมแถลงการณ์ – การพัฒนาสารในภาวะวิกฤต
- การรวบรวมข่าวกรอง
- การทราบข้อมูลทั้งหมดและดำเนินการที่เหมาะสม
- ถ่ายทอดข้อมูลและบทเรียนที่ได้เรียนรู้

ขั้นตอนที่แตกต่างกัน – การดำเนินการตรวจสอบความเปราะบาง

หากคุณต้องการเตรียมรับมือกับวิกฤตอย่างเหมาะสม ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่คุณจะต้องมองอย่างซื่อสัตย์ไปยังองค์กรและความเปราะบางขององค์กรของคุณ

ท้ายที่สุดนี้ คุณจะต้องรวบรวมผู้บริหารระดับอาวุโสและคณะกรรมการสื่อสารเพื่อระดมสมองเกี่ยวกับวิกฤตการณ์ทั้งหมดที่เป็นไปได้ที่จะเกิดขึ้นภายในคณะกรรมการแม่น้ำโขงไม่ว่าจะเป็นอย่างไรก็ตาม ภาวะวิกฤตเช่นนี้อาจจะรวมได้ทุกอย่างตั้งแต่ประธานกรรมการเจ้าหน้าที่บริหารถูกจับในข้อหาการขโมยเงินจนไปถึงการเกิดน้ำท่วมขนาดใหญ่ที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงไม่ได้พยากรณ์ไว้ หรือประเทศสมาชิกตัดสินใจเป็นเอกฉันท์ในการออกจากองค์กร ในบางกรณี แน่นอน คุณจะได้ทราบถึงความเป็นไปได้ที่วิกฤตการณ์เหล่านั้นจะเกิดขึ้น

หากคุณฝึกซ้อมเป็นพื้นฐานในช่วงเวลาสงบ คุณจะเตรียมตัวเมื่อวิกฤตนั้นเกิดขึ้นจริงๆ หรือเมื่อคุณจะได้ทดสอบจิตใจของคุณ

เมื่อมีการตรวจสอบความเปราะบางเกิดขึ้นแล้ว ตอนนี้คุณก็จะอยู่ในขั้นตอนการวางแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต

01

การกำหนดคณะกรรมการสื่อสารในภาวะวิกฤต

มันเป็นสิ่งสำคัญที่คุณจะรวมคณะกรรมการสื่อสารในภาวะวิกฤตเข้าด้วยกันที่จะเป็นผู้ติดต่อประสานงานกิจกรรมต่างๆในช่วงภาวะวิกฤต ในอุดมคติแล้ว คณะกรรมการนี้จะรวมกรรมการเจ้าหน้าที่บริหาร ผู้บริหารระดับอาวุโส สมาชิกของคณะกรรมการสื่อสาร และผู้เชี่ยวชาญทางกฎหมาย (ไม่ว่าจะเป็นผู้เชี่ยวชาญจากภายในหรือภายนอก ซึ่งเนติกรในองค์กรก็น่าจะเป็นที่ได้รับความนิยมมากกว่า) คณะทำงานเช่นนี้ในอุดมคติแล้วควรจะสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นเจ้าภาพในด้านความรู้ในคณะกรรมการแม่น้ำโขง

ในอุดมคติแล้ว คุณควรจะให้ผู้คนมีความรับผิดชอบในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มผู้ฟังที่มีความแตกต่างกัน เช่น ควรจะมีการมอบหมายผู้ที่ให้บรรยายสรุปกับคณะกรรมการแม่น้ำโขงระดับชาติ ผู้บริจาค องค์กรพัฒนาเอกชน และองค์กรอื่นๆ

เมื่อคุณได้กำหนดคณะกรรมการสื่อสารในภาวะวิกฤตแล้ว คุณควรจะทำให้มั่นใจว่าคุณมีข้อมูลในการติดต่อพวกเขาตั้งแต่อีเมล โทรศัพท์บ้าน ไปจนถึงเบอร์โทรศัพท์มือถือเพื่อที่พวกเขาจะได้รับการติดต่อตลอด 24 ชั่วโมง



การกำหนดและฝึกผู้แถลงข่าว

ตอนนี้คุณมีคณะกรรมการสื่อสารแล้ว ก็เป็นสิ่งจำเป็นที่คุณจะต้องฝึกพวกเขา

ท่ามกลางวิกฤตต่างๆมากมาย มันเป็นสิ่งสำคัญที่คุณจะต้องมีผู้แถลงข่าวที่ได้รับการมอบหมายให้พูดในนามของคณะกรรมการแม่น้ำโขงและเป็นสิ่งสำคัญที่พวกเขาได้รับการฝึกฝนมาอย่างเพียงพอ พวกเขาจะต้องมีความสามารถในการสื่อสารได้อย่างชัดเจน มีความสงบและทำงานได้ดีภายใต้ความกดดัน

การจับคู่บุคคลที่ถูกต้องในงานที่ได้รับมอบหมายอย่างถูกต้องนั้นเป็นสิ่งที่จำเป็นเป็นอย่างมากแน่นอนที่อาจจะมีความเวลาที่เกิดวิกฤตการณ์ที่มีความร้ายแรงจนกระทั่งมีเพียงประธานกรรมการเจ้าหน้าที่บริหารเท่านั้นที่จะสามารถพูดในนามของคณะกรรมการแม่น้ำโขงได้ แต่อย่างไรก็ตาม ในอีกหลายกรณี ก็มีคนอื่นอีกมากมายที่สามารถพูดได้และพวกเขาควรจะถูกแต่งตั้งและได้รับการฝึกอบรมมาล่วงหน้า

พวกเขาจำเป็นต้องฝึกฝนอะไรบ้าง? ทักษะมากมายของพวกเขาสามารถเรียนรู้ได้จากช่วงเวลาในการฝึกอบรมด้านสื่อถึงแม้ว่าการพูดกับสื่อมวลชนหรือผู้ฟังในกรณีดังกล่าวเมื่อเกิดภาวะวิกฤตก็อาจจะมีความแตกต่างกันอย่างมากเนื่องจากมีความกดดันมากขึ้น ซึ่งคำถามก็จะมีคำถามที่กว้างขวางมากขึ้นและจำเป็นจะต้องหยาบคายการตัดสินใจที่มีความสำคัญออกมา คุณจะไม่ได้ทำหน้าที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรของคุณในเชิงรุกมากนักแต่คุณจะต้องปกป้ององค์กรของคุณ ดังนั้นการฝึกฝนจะต้องมีการแสดงบทบาทสมมติและการฝึกซ้อมมากมายในการจัดการกับสื่อมวลชนทุกประเภท

ผู้แถลงข่าว – ลักษณะเด่น

- มีความสบายใจในการทำงานกับสื่อและอยู่หน้ากล้อง
- มีทักษะในการกำหนดประเด็นสำคัญและสื่อสารได้ชัดเจน
- อยู่ในตำแหน่งที่มีความเหมาะสมภายในองค์กรที่มีอำนาจในการสั่งการและมีความน่าเชื่อถือ
- มีความรู้
- มีความรับผิดชอบ
- มีความจริงใจและซื่อสัตย์

02 การให้เครื่องมือที่จำเป็นแก่ผู้แถลงข่าว

ในส่วนนี้ เป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกันกับการที่ได้รับการฝึกอบรมมา ที่ผู้แถลงข่าวจะมีเครื่องมืออื่นๆที่มีประโยชน์ โดยรวมไปถึง

- **เอกสารถามตอบ** ที่จะได้รับการจัดเตรียมล่วงหน้าที่จะครอบคลุมเหตุการณ์วิกฤตต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้แถลงข่าวจัดการกับคำถามยากๆได้
- **คู่มือข้อความหลักของคณะกรรมการแม่น้ำโขง** ถึงแม้ว่าจะอยู่ในภาวะวิกฤต คุณก็ยังควรที่จะยึดกับข้อความหลักของคุณ คณะกรรมการแม่น้ำโขงควรทำให้คู่มือข้อความหลักนั้นทันสมัย เนื้อหาโดยทั่วไปของคู่มือนี้ได้กล่าวไว้ในส่วนที่ 3
- **เอกสารฉบับสมบูรณ์** ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารในภาวะวิกฤต (ดูในส่วนถัดไป)

กระบวนการและขั้นตอนการจัดเตรียมเอกสาร

แน่นอน ไม่ว่าจะมีการฝึกฝนมาดีเพียงใดและไม่ว่าจะมีเครื่องมือที่ผู้แถลงข่าวของคณะกรรมการแม่น้ำโขง และคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติจะใช้ได้เพียงใด ก็อาจจะไม่มีประสิทธิภาพจนกว่ากระบวนการและขั้นตอนต่างๆ จะได้ถูกดำเนินการเป็นการภายในเพื่อที่จะมีความชัดเจนว่าจะมีการดำเนินการเมื่อใดและในวิธีการใดเมื่อเกิดวิกฤตขึ้นมา กระบวนการและขั้นตอนเหล่านี้จะเป็นหลักสำคัญของแผนการสื่อสารในภาวะวิกฤต

ยกตัวอย่างเช่น เมื่อวิกฤตได้เกิดขึ้น ก็มีความจำเป็นที่ระบบการแจ้งเตือนที่เหมาะสมจะต้องได้รับการดำเนินการ ใครก็ตามในคณะกรรมการแม่น้ำโขง สามารถเรียนรู้เกี่ยวกับวิกฤตเบื้องต้นนี้ได้ และพวกเขาควรจะมีคนกลางที่สามารถติดต่อได้ ซึ่งบุคคลนั้นจะต้องมีส่วนร่วมในคณะกรรมการสื่อสารในภาวะวิกฤตและเป็นผู้ถูกกำหนดให้เป็นผู้เลือกและฝึกฝนผู้ที่แถลงข่าว

สุดท้ายนี้ คณะกรรมการแม่น้ำโขงจะต้องขึ้นอยู่กับรูปแบบการสื่อสารแจ้งเตือนภายใน จากข้อความสั้น SMS ไปจนถึงการส่งอีเมล ในกรณีเช่นนี้ ช่องทางมากมายในการติดต่อสื่อสารควรจะได้รับพิจารณาเนื่องจากบางคนอ่านข้อความมากกว่าอ่านอีเมล และบางคนอ่านอีเมลมากกว่าอ่านข้อความ

เช่นเดียวกัน ในช่วงภาวะวิกฤต คณะทำงานทุกคนควรจะได้รับบรรยายสรุปพื้นฐานเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นและมีแนวทางที่เข้มงวดว่าจะต้องติดต่อไปที่ใคร เมื่อพวกเขาได้รับการติดต่อจากนักข่าว

ทุกส่วนประกอบในช่วงที่เหลือนี้อาจจะถูกนำไปรวมในกระบวนการและขั้นตอนการดำเนินงานของคุณ



การดำเนินการตอบสนอง – การเตรียมแถลงการณ์

เมื่อได้มีการกำหนดภาวะวิกฤตขึ้นมา คณะทำงานด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤตจะต้องมารวมตัวกันในทันทีเพื่อทบทวนทางเลือกของพวกเขา ในขณะที่มีความสำคัญที่จะต้องดำเนินการในเชิงรุกเมื่อเผชิญหน้ากับวิกฤตการณ์ แต่ก็มีความสำคัญเท่าเทียมกันที่จะไม่รีบตัดสินใจจนกระทั่งได้รับข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องอย่างเพียงพอ และได้รับสารที่ได้รับการยอมรับอย่างสมบูรณ์

ด้วยเหตุนี้ การแถลงการณ์จึงเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการดำเนินการหลังจากได้เกิดภาวะวิกฤต การแถลงการณ์นี้ มักจะถูกเตรียมไว้ล่วงหน้าเพื่อให้ตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่หลากหลายที่เกิดขึ้นได้ (ที่ถูกกำหนดไว้ในขั้นตอนการตรวจสอบความปร่าบาง) สำหรับการยึดมั่นในแถลงการณ์ คุณจะต้องรวมเอาข้อเท็จจริงมากมายที่คุณรู้โดยไม่จำเป็นจะต้องค้นหาหรือพิจารณาใคร่ครวญมากเกินไป

คณะทำงานด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤตควรจะมีการทบทวนแถลงการณ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อกำหนดว่าพวกเขาจำเป็นต้องมีการปรับแก้หรือให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับแถลงการณ์นั้นหรือไม่ การมีแถลงการณ์ดังกล่าวควรจะต้องได้รับการดำเนินการให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้เพื่อให้คณะกรรมการแม่น้ำโขงเป็นผู้นำอยู่ในเหตุการณ์นั้น

03 ระบบการแจ้งเตือนภายนอก – การเตรียมแถลงการณ์ออกสู่สาธารณะ



เมื่อคุณมีแถลงการณ์แล้ว ก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะกระจายแถลงการณ์นั้นออกไปทั้งภายในและภายนอกให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในส่วน 6.1 ว่าเป็นสิ่งที่ดีกว่ามากหากผู้มีส่วนได้เสียได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิกฤตนี้จากคณะกรรมการแม่น้ำโขงเองมากกว่าบุคคลที่สาม ท้ายที่สุดนี้จำเป็นจะต้องคิดว่าจะติดต่อกับบุคคลเหล่านี้ได้อย่างไร ไม่ว่าจะเป็นอีเมลส่วนตัวหรือสังคมออนไลน์ และอื่นๆ

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วก่อนหน้านี้ ก็เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้มีส่วนได้เสียหลักของคุณได้ยื่นจากคุณโดยตรง ดังนั้น แถลงการณ์ก็ควรจะมีการปรับเปลี่ยนหากมีความจำเป็นเมื่อมีการส่งต่อไปยังคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ ผู้บริจาค องค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหาผลกำไร และอื่นๆ สิ่งนี้จะแสดงให้เห็นว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงเป็นผู้นำสถานการณ์และดำเนินการในเชิงรุก ในการกระจายข้อมูลข่าวสารและติดต่อกับผู้มีส่วนได้เสีย ควรจะมีการบันทึกการสนทนาทางโทรศัพท์และอีเมลไว้เพื่อช่วยในการติดตามและช่วยเหลือการบรรยายสรุปในช่วงหลังเกิดภาวะวิกฤต

04 ก้าวต่อไปจากการเตรียมแถลงการณ์ – การพัฒนาสารในภาวะวิกฤต

คุณไม่ควรยึดโยงอยู่กับแถลงการณ์ยาวนานเกินไปนัก เมื่อใดก็ตามที่แถลงการณ์นั้นถูกตั้งใจสร้างขึ้นมาอย่างกำกวมในช่วงที่คุณรวบรวมข้อมูล หากคุณสามารถต่อไป แทนที่จะให้ข้อมูลเฉพาะที่จับต้องได้ ก็จะทำให้เกิดผลในเชิงลบต่อองค์กรของคุณมากขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นการทำลายภาพลักษณ์และแสดงให้เห็นว่าคุณกำลังพยายามปิดบังอะไรไว้

ด้วยเหตุนี้ เมื่อมีคำถามที่เหมาะสมได้ถูกถามขึ้นมาและได้มีการรวบรวมข้อมูลข่าวสารแล้ว คณะทำงานด้านการสื่อสารจะต้องพัฒนาข้อความเฉพาะต่อวิกฤตนั้นๆ เช่นเดียวกันกับการพัฒนาสารต่างๆ ทำให้ง่ายและมุ่งเน้นไปที่ข้อความหลักไม่เกินสามข้อความ มันมักจะเป็นการดีที่จะกล่าวถึงข้อผิดพลาดต่างๆ ในขั้นแรก สิ่งนี้จะช่วยกอบกู้ความน่าเชื่อถือของคณะกรรมการแม่น้ำโขงกับผู้ฟังหลัก

เมื่อได้มีการพัฒนาสารแล้ว จากนั้นก็เป็นช่วงเวลาที่จะใช้ระบบการแจ้งเตือนภายนอกอีกครั้งเพื่อประกันว่าผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดได้รับการบรรยายสรุป ในขั้นตอนนี้ก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะให้ข้อมูลข่าวสารแก่สาธารณชนให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เช่นเดียวกันกับการชี้ให้เห็นว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงตั้งใจที่จะจัดการต่อสถานการณ์เหล่านี้ได้อย่างไร ซึ่งความมุ่งมั่นไปที่วิธีการแก้ไขเป็นสิ่งสำคัญในที่นี้ “พวกเราตระหนักว่ามีบางสิ่งบางอย่างได้ผิดพลาดไปและนี่คือสิ่งที่พวกเราตั้งใจจะดำเนินการ”



การรวบรวมข่าวกรอง

เมื่อมีวิกฤตเกิดขึ้น ก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องมีการรวบรวมข่าวกรอง เช่น การรู้ว่ามิใคร่พูดอะไรในสังคมออนไลน์เกี่ยวกับคุณบ้างจะช่วยให้คุณตั้งรับต่อวิกฤตการณ์ได้ เช่นเดียวกัน การติดตามผลลัพธ์จากผู้มีส่วนได้เสียในภาวะวิกฤตก็จะช่วยให้คุณปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และวิธีการได้อย่างเหมาะสม



มีช่องทางในการรวบรวมข่าวกรองที่เหมาะสมตั้งแต่การค้นหาทาง Google หรือใช้บริการการติดตามที่จะต้องจ่ายเงินที่มีความหลากหลาย

ขั้นตอนต่อไปที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงต้องดำเนินการ

ตัวอย่าง จะทำอะไรในภาวะวิกฤต ?

สถานการณ์สมมติ: ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยประสบกับปัญหาน้ำท่วมอย่างรุนแรงโดยไม่ได้มีการให้ข้อมูลแจ้งเตือนล่วงหน้าจากคณะกรรมการแม่น้ำโขง ชาวบ้านจำนวนมากไม่มีความสุขและเจ้าหน้าที่องค์กรพัฒนาเอกชนชาวไทยบางคน และสื่อชาวไทยกำลังกล่าวโทษคณะกรรมการแม่น้ำโขง

03

หลังจากที่ได้มีการศึกษาเพิ่มเติม ก็ดูเหมือนว่าข้อมูลที่ไม่ถูกต้องมาจากสถานีอุทกวิทยาที่เชียงคานและหนองคาย คณะกรรมการแม่น้ำโขงส่งแถลงการณ์ติดตามผลเพื่ออธิบายสถานการณ์และดำเนินการเพื่อประกันว่าเหตุการณ์เหล่านี้จะไม่เกิดขึ้นอีกครั้ง คณะกรรมการแม่น้ำโขงก็ได้ประกาศการสร้างคณะทำงานร่วมกันกับหมู่บ้านในท้องถิ่นในชุมชนที่ได้รับผลกระทบ มีการเขียน Op-Eds มากมายในสื่อไทยและมีการติดตามผลโดยคณะกรรมการแม่น้ำโขง การเขียนบทความที่มีความสำคัญได้รับการดำเนินการผ่านการเขียนจดหมายถึงบรรณาธิการในสิ่งตีพิมพ์อย่างต่อเนื่อง.

05

ในช่วงการถ่ายทอดบทเรียนที่ได้เรียนรู้ได้รับการดำเนินการต่อในกลุ่มคณะทำงานสื่อสารภาวะวิกฤตเพื่อที่จะอภิปรายบทเรียนที่ได้รับและสิ่งที่สามารถปรับปรุงได้ในอนาคต

04

เมื่อเวลาผ่านไป ข้อวิพากษ์วิจารณ์เชิงลบต่อคณะกรรมการแม่น้ำโขงเริ่มจะหายไป ผู้คนรู้จักคณะกรรมการแม่น้ำโขงมากขึ้นจากวิกฤตดังกล่าว ความสามารถของคณะกรรมการแม่น้ำโขงในการยอมรับความผิดพลาดตั้งแต่ต้นและสร้างการแก้ไขปัญหานั้นเชิงรุกทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี

02

มีการเห็นชอบในแถลงการณ์และแถลงการณ์ไปยังสื่อมวลชนและผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ในแถลงการณ์ได้กล่าวถึงความเห็นอกเห็นใจประชาชนในท้องถิ่นและกล่าวว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงกำลังทำงานร่วมกันกับหน่วยงานภาคอื่นๆและรัฐบาลไทยในการดำเนินการอะไรก็ตามที่จะช่วยเหลือพวกเขาได้ และกำลังมองหาข้อมูลด้านการพยากรณ์อุทกภัยและกระบวนการต่างๆเพื่อกำหนดว่าจะต้องมีการปรับปรุงข้อมูลดังกล่าวในอนาคตหรือไม่ ผู้แถลงข่าวของคณะกรรมการแม่น้ำโขงเตรียมพร้อมที่จะพูดคุยกับสื่อมวลชนทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่นเพื่ออธิบายสถานการณ์เช่นเดียวกันกับการให้คำแนะนำแก่ชาวบ้านในชุมชนว่าจะมีวิธีการลดผลกระทบจากน้ำท่วมได้อย่างไร เช่นเดียวกันกับการส่งแถลงการณ์ไปยังสื่อ แถลงการณ์นี้จะต้องถูกส่งไปยังผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆด้วย

01

มีการกำหนดคณะทำงานสื่อสารในภาวะวิกฤตทันทีทันใดและให้พวกเขารวบรวมข้อมูลให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้และกำหนดว่าการประกาศใดควรจะได้รับดำเนินการต่อสื่อมวลชนและผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ตัวแทนจากคณะทำงานด้านการพยากรณ์อุทกภัยและบุคลากร “ในพื้นที่” ของคณะกรรมการแม่น้ำโขงจะต้องดำเนินการร่วมกันในโครงการท้องถิ่นในหมู่บ้านเหล่านี้ซึ่งจะรวมเข้าไปในการประชุมดำเนินการ

05 การถ่ายทอดข้อมูลและบทเรียนที่ได้เรียนรู้

สุดท้าย เมื่อวิกฤตการณ์นั้นเริ่มจะสิ้นสุดลง ก็เป็นแนวคิดที่ดีสำหรับคณะทำงานด้านการสื่อสารในภาวะวิกฤต จะนั่งลงและทำการสรุปผลอย่างสมบูรณ์ คำถามที่ควรจะได้รับคำตอบนั้นรวมไปถึง

- อะไรที่ทำได้ถูกต้องแล้ว?
- อะไรที่ควรจะได้ดีกว่านี้?
- มีช่องว่างใดๆในรูปแบบการสื่อสารหรือไม่?
- วิกฤตที่ได้ถูกระบุไว้เป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดความเปราะบางหรือไม่? หากไม่ใช่ พวกเราจะต้องทำการกำหนดความเปราะบางอื่นเพื่อประกันว่าจะมีการครอบคลุมในทุกสถานการณ์หรือไม่?
- จะต้องมีการฝึกอบรมเพิ่มเติมหรือไม่?
- พวกเราจะปรับปรุงระบบในอนาคตให้ดีขึ้นได้อย่างไร?



7

มาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมในการสื่อสาร

ผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารยังคงเป็นหัวใจของการทำงานที่เป็นมาตรฐานในด้านข้อมูลข่าวสารสู่สาธารณะที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงได้ดำเนินการ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์ ดิจิตอล การแพร่ภาพหรือการกระจายเสียง หรือการจัดทำเอกสารในการประชุมเชิงปฏิบัติการ การกระจายข่าวสารและการจัดทำรายงานทางวิชาการให้อ่านง่ายขึ้น ผลิตภัณฑ์หลักในการสื่อสารที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงได้ดำเนินการอยู่ในหัวข้อเหล่านี้

แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีกฎเกณฑ์อื่นๆที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงจะต้องยอมรับในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านี้หรือไม่? ในขณะที่คู่มือนี้ไม่ได้ครอบคลุมถึงแนวทางและเงื่อนไขในการออกแบบผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ก็ได้มีการให้คำแนะนำโดยทั่วไปเกี่ยวกับพื้นฐานผลิตภัณฑ์ด้านการสื่อสารที่มีประเด็นเฉพาะด้านดังต่อไปนี้

- คำแนะนำโดยทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ด้านการสื่อสาร
- จดหมายข่าวและสิ่งพิมพ์อื่นๆ
- จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์
- การเขียนรายงาน
- การถ่ายภาพ
- การจัดทำวิดีโอ
- การถ่ายทำวิดีโอ
- คู่มือการใช้งาน/ชุดฝึกอบรม
- ผลิตภัณฑ์ด้านการสื่อสารอื่นๆ
- ช่องทางอื่นๆในการกระจายข่าวสาร

คำแนะนำโดยทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ด้านการสื่อสาร

ผลิตภัณฑ์ด้านการสื่อสารจะต้องเป็นไปตามกฎการสื่อสารที่ดี เพื่อที่จะมีความโดดเด่นและมีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายในการแข่งขันเพื่อให้ได้มาซึ่งความสนใจของผู้คน ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นจะต้องแข็งแรง ง่าย และมีข้อความหลักไม่เกินสามข้อความต่อไปนี้คือคำแนะนำที่จะทำให้คุณมั่นใจว่าคุณมีผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารที่สามารถดึงดูดใจผู้คนได้

มุ่งไปที่การให้ความรู้

พยายามที่จะให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารเท่าที่ทำได้ พยายามอย่าโฆษณาคณะกรรมการแม่น้ำโขงจนเกินจริงมากเกินไป ผู้อ่านจะมีความรู้สึกที่ดีต่อคณะกรรมการแม่น้ำโขงจากคุณภาพของบทความวิจัย และเรื่องราวที่ประสบความสำเร็จ



ทำให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารทั้งหมดนั้นเป็นไปในทางเดียวกัน

เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้คนตระหนักว่าการสื่อสารทั้งหมดนั้นเกี่ยวข้องกับคณะกรรมการแม่น้ำโขง และสื่อเหล่านั้นจะต้องไม่ดูเหมือนว่ามาจากองค์กรที่แตกต่างกัน เช่น การที่องค์กรต่างๆ มากมายจะต้องมีแนวทางในการดำเนินการเป็นการเฉพาะที่จะให้คำแนะนำเกี่ยวกับสัญลักษณ์ของหน่วยงาน รูปแบบตัวอักษร การใช้สื่อเคลื่อนไหว และอื่นๆ ซึ่งส่วนงานด้านการสื่อสารสามารถให้ข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนนี้ได้

สื่อที่ใช้ในการโฆษณาองค์กรจะต้องง่ายต่อการอ่านและเข้าใจ

มันเป็นสิ่งที่มีความสำคัญน้อยกว่าการที่จะนำเอาผู้ออกแบบหรือผู้ผลิตวิทัศน์ (ถึงแม้ว่าจะมีการออกแบบที่เข้มแข็งที่จะช่วยในการสื่อสาร) สิ่งที่มีความสำคัญคือการที่คุณมุ่งเน้นไปที่ข้อมูลและสารที่ถูกต้อง ตัดคำเฉพาะกลุ่มออก ทำให้ง่าย และตรงประเด็น



มุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์

ผลิตภัณฑ์ด้านการสื่อสารทั้งหมดควรจะมุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์และประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียในการดำเนินกิจกรรมของคณะกรรมการแม่น้ำโขง และให้ความสำคัญน้อยกว่ากับกระบวนการและการประชุมเป็นการภายใน ซึ่งการมุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์เหล่านั้นจะต้องมีความหมายต่อวิถีชีวิตประจำวันของผู้คน

ทำให้สื่อต่างๆทันสมัย

เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้คนจะรู้สึกว่าคุณสามารถอ่านเอกสารล่าสุด สำหรับสิ่งตีพิมพ์ สิ่งเหล่านี้อาจมีความจำเป็นที่จะต้องตัดการตีพิมพ์ที่มีขนาดยาวและทำให้เป็นไฟล์ PDF ที่ทันสมัยแทนเมื่อจำเป็นต้องใช้ และเช่นเดียวกันที่จะต้องมีการประกันว่าสื่อต่างๆ โดยรวมถึงวิดีโอจะต้องดาวน์โหลดได้ง่ายจากเว็บไซต์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขง เป็นสิ่งสำคัญที่ผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารเหล่านี้จะต้องได้รับการพัฒนาที่เหมาะสมได้ทันเวลา



ทำให้เป็นปกติ

เป็นเรื่องสำคัญที่เมื่อครั้งหนึ่งคุณได้ตัดสินใจที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ในการสื่อสาร (อื่นๆมากกว่าผลิตภัณฑ์แบบที่ทำเพียงครั้งเดียว) คุณต้องมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะถูกเผยแพร่ในช่วงเวลาตามปกติ ไม่มีอะไรแย่ไปกว่าจดหมายข่าวที่เขียนขึ้นมาแบบไม่เป็นไปตามกำหนดเวลาทั้งที่ผู้เขียนมีเวลาในการเขียน



เข้าถึงท้องถิ่น

พิจารณารูปแบบการแปลสื่อในการสื่อสารของคุณในภาษาของประเทศสมาชิกทั้ง 4 ภาษาหรือการเพิ่มคำบรรยายสำหรับวิดีโอการมีสื่อเป็นภาษาอังกฤษเพียงอย่างเดียวจะจำกัดการรับรู้ของพวกเขา เช่น นิยายสาร Catch & Culture ของคณะกรรมการแม่น้ำโขงได้ถูกตีพิมพ์เป็นภาษาอื่นๆที่แตกต่างกัน ทำให้มั่นใจว่าข้อความหลักที่ต้องการจะสื่อได้รับการแปลอย่างถูกต้อง โดยควรจะต้องมีผู้ใช้ภาษาดังกล่าวเป็นภาษาแม่เป็นผู้ทบทวนสื่อทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง .



สนับสนุนให้เพื่อนร่วมงานจากภายนอกช่วยสร้างผลิตภัณฑ์ในการสื่อสาร

โดยมีความพยายามที่จะสร้างความเชี่ยวชาญและความรู้ให้เกิดขึ้นในคณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ คุณก็สามารถเชิญองค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหาผลกำไร ผู้บริจาคข้าราชการ และผู้นำชุมชนท้องถิ่นในการช่วยสนับสนุนการสร้างสื่อได้เช่นเดียวกัน

ทำให้มั่นใจว่าคุณมีโครงสร้างที่ถูกต้องและมีการเรียบเรียงตามที่ได้รับการยอมรับ

มีผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารมากมายที่ทำให้เกิดภาวะ เป็นตัวถ่วงต่อการสร้างเรื่องราว ข้อความ และสถิติ ทำให้มั่นใจว่ามีการร้อยเรียงภาษาให้เป็นแบบปกติและมีแก่นเรื่องที่มากมายตามผลิตภัณฑ์ที่เรื่องราวเหล่านั้นสามารถสร้างขึ้นมาได้



รวมงานวิจัยและกรณีศึกษาล่าสุดเข้าไปด้วย

ผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารนั้นบ่อยครั้งมักจะเป็นการส่งเสริมการวิจัยล่าสุดและเรื่องราวที่ประสบความสำเร็จที่คณะกรรมการแม่น้ำโขง ดังนั้น ทำให้มั่นใจว่าคุณได้ดำเนินการแล้ว

ทำให้มั่นใจว่าภาษาที่คุณใช้นั้นสามารถเข้าถึงได้ง่ายมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

หลีกเลี่ยงการใช้คำวิชาการเฉพาะและประโยคที่ยาวเกินไป

ให้ทางเลือกสำหรับผู้อ่านเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติมและเพิ่มรายละเอียดผู้ติดต่อเสมอ

สิ่งนี้ควรจะรวมถึงการมีภาคผนวกหรือการอ้างอิงที่แข็งแกร่ง ผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารมากมายมีรูปแบบที่เป็นการเรียกร้องให้เกิดการดำเนินการและรวมรายละเอียดในการติดต่อผู้เชี่ยวชาญไว้ด้วย

รายการตรวจสอบสิ่งดีพิมพ์



- ให้ความรู้
- คงเส้นคงวา
- มุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์
- ทำให้ง่ายและมีความเชื่อมโยงระหว่างกัน
- สร้างบทสรุปที่แข็งแรง
- เขียนภาษาที่ทุกคนเข้าถึงได้
- ส่งเสริมให้มีความร่วมมือจากภาคอื่นๆ
- พิสูจน์อักษร

จดหมายข่าวและสิ่งพิมพ์อื่นๆ

สื่อสิ่งพิมพ์มาตรฐานมักจะเป็นรูปแบบทั่วไปที่ใช้กันมากที่สุดในคณะกรรมการแม่น้ำโขงในวันนี้ โดยอาจจะรวมแผ่นพับ จดสาร ภาพอินโฟกราฟิก และโปสเตอร์ เช่นเดียวกับจดหมายข่าว เช่น Catch & Culture และก็ยังมียเอกสารที่เป็นเชิงสถาบันมากขึ้นอีก เช่น รายงานประจำปีของคณะกรรมการแม่น้ำโขง

ข้อเสนอแนะทั้งหมดในข้อ 7.1 สามารถนำมาใช้กับสื่อเหล่านี้ได้ โดยเฉพาะความจำเป็นที่จะต้องมุ่งเน้นไปที่การมีข้อความที่ชัดเจน การทำให้ข้อความง่าย และประกันว่าจะดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน และมีข้อเสนอแนะอื่นๆอีกดังต่อไปนี้

- เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้อง**มีบทสรุปที่แข็งแรง**ในช่วงต้นของจดหมายข่าวหรือแผ่นพับ และมีประเด็นสำคัญที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปที่จะดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน เช่น ในจดหมายข่าว สิ่งนี้อาจจะเป็นการแนะนำจากบรรณาธิการ ซึ่งกล่อมข้อความด้านล่างนี้ได้ให้ภาพรวมที่ชัดเจนเกี่ยวกับนิตยสาร Catch & Culture ฉบับที่ 21 ปีที่ 1
- เป็นเรื่องสำคัญที่จะ**มีตารางสารบัญและมีโครงสร้างที่ชัดเจนต่อสื่อที่เป็นสิ่งดีพิมพ์** ด้วยการดำเนินการเช่นนี้ ผู้อ่านสามารถมุ่งเน้นไปที่สิ่งที่พวกเขาสนใจมากที่สุดได้ ในจดหมายข่าว เรื่องเล่าจากข่าวควรจะเป็นไปในรูปแบบเดียวกันกับส่วนหนึ่งของสิ่งดีพิมพ์ บทความพิเศษในส่วนอื่นๆ เป็นต้น



- **คิดถึงผู้ฟังของคุณ** สิ่งดีพิมพ์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขงทั้งหมดจะมีผู้ฟังที่แตกต่างกันออกไปและจำเป็นจะต้องมีรูปแบบภาษาที่ต่างกัน เช่น รายงานประจำปีของคณะกรรมการแม่น้ำโขงนั้นจะต้องใช้ภาษาที่เป็นทางการมากกว่า Catch & Culture
- **การพิสูจน์อักษร** คุณภาพนั้นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการได้รับความเชื่อมั่นในสิ่งดีพิมพ์ ดังนั้น ทำให้มั่นใจว่าไม่มี ความผิดพลาดทางด้านไวยากรณ์หรือข้อผิดพลาดจากการพิมพ์
- **ทำให้ข้อความสั้นเข้าใจ** สิ่งนี้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการทำอินโฟกราฟิกและโปสเตอร์ เลือกให้มากที่สุดเท่าที่คุณจะทำได้ในกรณีที่ คุณจะใส่อะไรเข้าไปในข้อความนั้นๆ
- **ให้ข้อมูล อย่าโฆษณามากเกินไป** ทำให้มั่นใจว่ายังคงมีส่วนของการให้ความรู้ที่เข้มแข็งในผลิตภัณฑ์สื่อสารทั้งหมด

“นิตยสาร Catch & Culture ฉบับนี้มุ่งไปที่ชุมชนชาวประมงที่เป็นมุสลิมเชื้อสายจามในแม่น้ำ Bassac ปริมาณการจับสัตว์น้ำที่มีขนาดใหญ่และขนาดกลางที่ลดลงในแม่น้ำโดนเดสาบและสถานีอนุบาลสัตว์น้ำสำหรับสัตว์ที่ใกล้สูญพันธุ์ในแม่น้ำโขงสายประธานในแม่น้ำโขงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้แสดงให้เห็นถึงการพัฒนารูปแบบการจับสัตว์น้ำในสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขงในเวียดนามในช่วงเวลาที่ผ่านมา ตลอดจนการประมงอย่างผิดกฎหมายในกัมพูชา และวิธีการที่การอบรมเกี่ยวกับเพศสภาพจะได้ปรับเปลี่ยนชีวิตของผู้คนในหมู่บ้านชาวประมงของลาว”



i

พลังของหัวข้อจดหมายข่าวทางอีเมล

- ✓ กิจกรรมการลดผลกระทบจากน้ำท่วมที่มีการเร่งการดำเนินการในโดนเลสาบ
- ✗ การประชุมระดับภูมิภาคในการพัฒนายุทธศาสตร์ลุ่มน้ำครั้งที่ 4 มาถึงบทสรุป
- ✓ ลุ่มน้ำโขงตอนล่างจับสัตว์น้ำเล็กเพิ่มได้ 10%
- ✗ การประชุมคณะกรรมการร่วมในประเทศลุ่มน้ำโขงตอนล่าง

จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์

นอกเหนือไปจากสื่อที่เป็นสิ่งตีพิมพ์ ผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารก็มาในรูปแบบดิจิทัล โดยมีจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสื่อในส่วนนี้ โดยอาจจะรวมไปถึงการให้ข่าวที่ทันสมัยเกี่ยวกับคณะกรรมการแม่น้ำโขงหรือความคืบหน้าจากโครงการของคณะกรรมการแม่น้ำโขงเป็นการเฉพาะ เช่น หนึ่งในจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ที่ชื่อว่า “การสนทนาข้ามพรมแดน” (ดู <http://www.mrcmekong.org/news-and-events/newsletters/mrc-transboundary-dialogue-issue1/>).

ในขณะที่การตีพิมพ์จดหมายข่าวสามารถทำได้ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้รูปแบบทั้งไฟล์ PDF และการตีพิมพ์จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์นั้นจะถูกตีพิมพ์ออนไลน์เพียงอย่างเดียวเท่านั้น

ต่อไปนี่คือคำแนะนำในการสร้างจดหมายข่าวที่น่าสนใจ

- พัฒนาสรุปย่อที่ดีของจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ของคุณ เพื่อให้สมาชิกรับทราบว่าคุณกำลังได้ “...ภาพรวมของอาทิตย์นี้เกี่ยวกับ...”
- มองหาหัวข้ออีเมลที่ดึงดูดความสนใจเพื่อส่งเสริมให้สมาชิกเปิดอีเมล มุ่งเน้นไปที่ภาพรวมหัวข้อข่าวที่น่าสนใจและพัฒนาหัวข้ออีเมลเหมือนกับหัวข้อข่าว มุ่งเน้นไปที่การดำเนินการ สถิติ และเรื่องราวในระดับท้องถิ่นมากกว่ากิจกรรมที่มุ่งเน้นไปที่กระบวนการต่างๆ
- เลือกหัวข้อข่าวที่น่าสนใจ มุ่งเน้นไปที่หัวข้อที่กำลังเป็นข่าวในปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะสร้างความสนใจให้กับผู้อ่าน
- ทำให้มั่นใจว่าข่าวของคุณนั้นไม่เหมือนใคร อย่างนำเอาเนื้อหาที่เคยตีพิมพ์แล้วมาลงซ้ำอีก
- ทำให้การออกแบบและการทำซ้ำมีน้อยที่สุด หลีกเลี่ยงการทำให้จดหมายข่าวรกรุงรัง ทำให้จดหมายข่าวนั้นสะอาดและมีการออกแบบแบบง่ายๆ คุณไม่ต้องการให้การออกแบบนั้นมาครอบงำเนื้อหาข่าว
- แต่ทำให้รูปแบบในการอ่านนั้นง่ายสำหรับผู้อ่าน ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มหัวข้อย่อย การแยกเนื้อหาย่อยให้เป็นข้อๆ หรือทำตัวหนาในหัวเรื่องเฉพาะด้าน ทำให้จดหมายข่าวนั้นเป็นมิตรกับผู้อ่านมากเท่าที่จะเป็นไปได้

Ti



- ทำให้ง่ายสำหรับผู้คนที่จะเลิกสมัครเป็นสมาชิก หากผู้คนไม่ชอบที่จะรับจดหมายข่าวนั้น พวกเขาจะต้องมีทางเลือกง่ายๆ ในการดำเนินการนั้นๆ
- ส่งจดหมายข่าวทางอีเมลให้แก่ผู้บริการที่ถูกต้อง มีผู้ให้บริการกับบริษัทต่างๆ เช่น Mailchimp, Aweber และ Constant Contact ที่เป็นผู้ดำเนินการให้บริการจดหมายข่าว

การเขียนรายงาน

คณะกรรมการแม่น้ำโขงผลิตชุดรายงานอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญของกิจกรรมของคณะกรรมการแม่น้ำโขง ต่อไปนี้คือเคล็ดลับทั่วไปในการเขียนรายงาน

- รีบเขียนส่งอย่างรวดเร็ว! ประการแรก ก่อนที่จะกล่าวในรายละเอียดเกี่ยวกับโครงสร้างและการเขียนรายงาน เป็นสิ่งสำคัญที่รายงานควรจะได้รับ การตีพิมพ์อย่างรวดเร็วต่อสาธารณะ ข้อมูลจะสร้างผลกระทบได้มากกว่าเมื่อมีความสดใหม่และทันสมัย
- ความสำคัญของบทสรุปผู้บริหาร บทสรุปผู้บริหารที่สั้น กระชับ และน่าสนใจเป็นสิ่งสำคัญและประกอบด้วยสิ่งที่จะกำหนดให้ผู้อ่านได้อ่านรายงานฉบับเต็มต่อไป บทสรุปเช่นนี้ควรจะสั้น ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และมีแง่มุมเฉพาะด้านและมีบรรทัดที่น่าสนใจ
- บอกเล่าเรื่องราว ดังที่ได้กล่าวไปแล้วก่อนหน้านี้ การบอกเล่าเรื่องราวนี้เป็นวิธีการที่เชื่อมโยงในการจับจินตนาการของผู้อ่าน เมื่อเรื่องราวนี้เป็นบทนำเรื่อง บทกลางเรื่อง และบทสรุป พยายามรวมโครงสร้างให้เป็นแบบเดียวกันในรายงาน
- ใช้ภาษาที่ชัดเจน ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในคู่มือนี้ ใช้ภาษาที่ง่ายและชัดเจนต่อการเข้าใจ เป็นภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป ซึ่งจะสามารถประสบความสำเร็จได้เมื่อให้ข้อมูลเชิงวิชาการได้ครบเท่าที่ใช้คำวิชาการในบริบทที่เหมาะสม ภาษาที่ชัดเจนนั้นมีความสำคัญ โดยเฉพาะในบทสรุปผู้บริหาร วิธีที่ดีวิธีหนึ่งในการทดสอบตัวเองเมื่อได้เขียนรายงานคือการถามตัวเองว่าคุณได้ใช้ภาษาประเภทนี้เมื่อพูดคุยกับเพื่อนร่วมงานหรือไม่ หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์เฉพาะทาง
- หัวข้อเรื่องและพาดหัวเรื่อง หัวข้อเรื่องและพาดหัวเรื่องมีบทบาทสำคัญในการแบ่งประเด็นเนื้อหา ทำให้รายงานมีโครงสร้างและดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน หัวข้อข่าวจะต้องคมชัดและให้ข้อมูล ซึ่งสามารถใช้คำเหมือนกับพาดหัวข้อข่าวได้ ให้อยู่กับแนวคิดและข้อความหลักเพียงหนึ่งเรื่องและอย่าทำให้ยาวจนเกินไป และหลีกเลี่ยงการใช้คำย่อที่ไม่เป็นที่รู้จักในหัวข้อ
- แบ่งย่อหน้า เช่นเดียวกันกับหัวข้อเรื่องและพาดหัวเรื่อง เป็นสิ่งสำคัญที่จะไม่มีข้อความที่หนาและเยอะจนเกินไป ผู้อ่านจะรู้สึกว่าคุณคลุมเครือ! หลีกเลี่ยงการใช้คำมากกว่า 50 คำต่อหนึ่งย่อหน้า
- และประโยค พยายามอย่ามีประโยคที่มีคำมากกว่า 25 คำ ประโยคยังสั้นก็ยิ่งดี
- ใช้กริยาในรูปแบบประธานเป็นผู้กระทำมากกว่าประโยคแบบประธานเป็นผู้ถูกกระทำ ในประโยคที่ประธานเป็นผู้กระทำ ในประโยคประธานจะเป็นผู้ดำเนินการ ในประโยคที่ประธานเป็นผู้ถูกกระทำ จะมีประธานจะเป็นผู้ถูกกระทำ พยายามทำให้อยู่ในรูปแบบประธานเป็นผู้กระทำ เพราะมีแนวโน้มจะทำให้เกิดผลมากกว่า
- ใช้การหยิบยกคำพูด การหยิบยกคำพูดมาใช้เป็นแนวทางที่มีประโยชน์ในการเสริมประเด็น โดยสามารถใช้คำพูดที่น่าสนใจแยกออกมาเป็นกล่องข้อความโดยเฉพาะได้

- หลีกเลี่ยงการใช้คำที่ไม่จำเป็นและไม่เพิ่มคุณค่า เมื่อคุณกำลังเขียน มองไปที่คำที่ไม่มีคุณค่าต่อประโยคนั้นๆ เช่น คำว่า “อย่างมาก” หากคุณคัดออกจะเปลี่ยนความหมายของประโยคหรือไม่?
- ทำงานหนักกับประโยคแรกในทุกย่อหน้า ประโยคแรกเป็นใจความหลักสำคัญและมักประกันว่าย่อหน้านั้นจะดำเนินการต่อไปได้ ทำให้มั่นใจว่ามันชัดเจน ตรงประเด็น และตรงตามกฎที่เขียนไว้ในส่วนนี้
- เขียนอย่างมีลำดับขั้นตอนและมีโครงสร้าง อย่ากระโดดไปมาระหว่างหัวข้อต่างๆ ทำให้มั่นใจว่าผู้อ่านรู้ว่ารายงานนี้กำลังนำเสนออยู่ในส่วนใดและจะครอบคลุมส่วนใดและเมื่อใด บทนำ เนื้อหา และบทสรุปผู้บริหารจะมีบทบาทสำคัญในส่วนนี้
- ใช้เรื่องราวที่ประสบความสำเร็จหรือเรื่องราวส่วนตัวเท่าที่จะเป็นไปได้ ในส่วนที่ 4 คู่มือนี้ได้อธิบายถึงการจัดทำเรื่องราวที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งมีประสิทธิผลมากในรายงาน ที่มีจะได้แนะนำเสนอในกล่องข้อความที่แยกออกมาเป็นการเฉพาะ ซึ่งอาจจะเป็นข้อความที่แยกย่อยออกมาและทำให้คณะกรรมการแม่ข่ายแบ่งปันโครงการที่มีประโยชน์ต่อผู้คนและองค์กรต่างๆได้โดยตรง
- พิสูจน์อักษร และพิสูจน์อักษรอีกครั้ง มันเป็นการยากที่จะประเมินจนเกินจริงไปว่าการหลีกเลี่ยงการสะกดผิด การเขียนชื่อผิดพลาด การเขียนไวยากรณ์ที่อ่านยากได้นั้นมีความสำคัญมากเพียงใด สิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือในสิ่งที่คุณเขียน ตรวจสอบชื่ออีกครั้งและทำให้มั่นใจว่าผู้คนมีโอกาสดูพิสูจน์อักษรในเนื้อหา เช่นเดียวกัน อย่างลัวที่จะใช้คณะทำงานด้านสื่อสารทำงานในด้านนี้
- ทำให้มั่นใจว่าคุณได้อ้างแหล่งที่มา ทำให้ชัดเจนว่าคุณได้พบแหล่งข้อมูลอย่างไร ในส่วนของการอ้างอิงจะเป็นส่วนที่มีความสำคัญของรายงานในการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม ผู้คนมากมายต้องการที่จะดูรายการอ้างอิงมากมาย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคุณได้ศึกษาเรียนรู้ข้อมูลจากผู้คนและองค์กรที่หลากหลาย

- หลีกเลี่ยงคำซ้ำและทำให้มั่นใจว่าคุณเป็นกลางในด้านวัฒนธรรม หลีกเลี่ยงการใช้คำซ้ำมากเกินไปเช่นเดียวกันกับใช้คำพูดที่เข้าใจได้ในวัฒนธรรมเฉพาะด้าน เช่น คำว่า “เขาสีโหมরণได้” นั้นมีแนวโน้มที่คนในทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะไม่เข้าใจ
- ทำให้มั่นใจว่างานวิจัยของคุณมีหมายเลข ISSN สิ่งนี้จะช่วยในการจัดเก็บข้อมูลและเอกสารเช่นเดียวกันกับการอำนวยความสะดวกให้กับบรรณารักษ์และนักวิจัย
- ทำให้มั่นใจว่ามีรูปแบบแนวทางการเขียนเฉพาะ ในขณะที่รายงานแต่ละเล่มไม่ได้ดูเหมือนกัน ก็มีความสำคัญที่จะมีรูปแบบแนวทางในการเขียนรายงาน ทั้งใน “มุมมองและความรู้สึก” ของรายงาน และในเนื้อหาจริงและการใช้ภาษาอังกฤษ



i สิ่งนี้เป็นสิ่งที่มีความสำคัญโดยเฉพาะสำหรับคณะกรรมการแม่ข่ายเนื่องจากมีการดำเนินการข้ามประเทศต่างๆและเกี่ยวข้องกับคณะทำงานที่มาจากหลายเชื้อชาติและที่มา ด้วยการคำนึงถึงสิ่งนี้ เจ้าหน้าที่ของคณะกรรมการแม่ข่ายจะต้องอ้างอิงงานเขียน “Style Guide for MRC Publications” ที่ได้รับการตีพิมพ์ในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งเป็นแนวทางที่ครอบคลุมการเขียนต่างๆ ตั้งแต่ การเขียนภาษาอังกฤษ บรรณานุกรม เอกสารอ้างอิง ตารางและแผนภาพ ชื่อของสถานที่และแนวทางในการนำเสนอ

การถ่ายภาพ

ภาพถ่ายนั้นเป็นวิธีการที่ยอดเยี่ยมในการสื่อสารเรื่องราวหรือข้อความในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงการในการสื่อสารอย่างกว้างขวางและควรจะได้รับพิจารณาว่าเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญ

มากไปกว่านั้น ตรงข้ามกับวิดีโอ ภาพถ่ายที่มีคุณภาพสูงสามารถนำมาใช้ได้จากมุมมองของใครก็ตาม หากได้มีการดำเนินการอย่างถูกต้อง ก็จะสามารถสนับสนุนและเสริมสร้างความเข้มแข็งในกิจกรรมการสื่อสารอื่นๆเพิ่มเติมได้

อย่างไรก็ตาม ก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะมุ่งเน้นว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงไม่ได้สนับสนุนให้ใช้ภาพจากช่างภาพมืออาชีพ ช่างภาพมืออาชีพควรทำงานนี้อย่างเป็นทางการ แต่อย่างไรก็ตาม ภาพถ่ายจากช่างภาพสมัครเล่นก็อาจจะพิจารณาให้เป็นส่วนเสริมได้ ด้านล่างนี้คือข้อเสนอแนะบางประการในการถ่ายภาพที่ดี

- **ถือกล้องถ่ายรูปไว้กับคุณตลอดเวลา** โอกาสในการถ่ายภาพภาคสนามมักจะมาในช่วงเวลาที่ไม่คาดคิด เป็นความคิดที่ดีที่จะมีกล้องอยู่กับคุณตลอดเวลา
- **อย่ากลัวที่จะทดลอง** คุณจะต้องสูญเสียอะไรกับการใช้กล้องดิจิทัลและถ่ายรูปภาพจำนวนมาก? ลองถ่ายภาพจากมุมต่างๆ และในแสงต่างๆ



- **กฎของสามส่วน** หากมีกฎเพียงข้อเดียวที่คุณควรจะใช้สำหรับภาพถ่าย (หรือวิดีโอ) ก็คือกฎของสามส่วน เป็นสิ่งจำเป็นที่จะหลีกเลี่ยงการถ่ายภาพโดยให้วัตถุที่ต้องการจะถ่ายอยู่ตรงกลาง กฎของสามส่วนนั้นเกี่ยวข้องกับการแบ่งภาพของคุณโดยใช้เส้นแนวขวางสองเส้น และเส้นแนวตั้งสองเส้น จากนั้นคุณก็จะกำหนดวัตถุที่คุณต้องการจะถ่ายอยู่ระหว่างเส้นเหล่านี้หรือเส้นที่ตัดกัน แนวคิดเบื้องหลังกฎสามส่วนนั้นคือ “การจัดวางที่ออกจากจุดศูนย์กลาง” ซึ่งเป็นที่น่าพึงพอใจในการมองด้วยสายตามากกว่าและดูเป็นธรรมชาติมากกว่าเมื่อวัตถุที่ต้องการจะถ่ายอยู่กึ่งกลางด้านขวาของรูป ดูภาพด้านล่างดังต่อไปนี้



- **ถ่ายภาพที่มีคุณภาพและความละเอียดสูงเสมอ** ด้วยกล้องดิจิทัล ไม่มีค่าแก้ตัวสำหรับการโอนอ่อนผ่อนตามในด้านคุณภาพและคุณอาจจะเสียใจภายหลัง
- **แสงธรรมชาติดีที่สุด** ช่วงเช้ามีดหรือช่วงเย็นในแสงธรรมชาติเมื่อพระอาทิตย์คล้อยต่ำลงเป็นแสงที่ดีที่สุด ถ่ายภาพให้พระอาทิตย์อยู่ด้านหลังคุณเพื่อหลีกเลี่ยงแสงเงา
- **ใช้ขาตั้งกล้อง** มันจะช่วยให้อ้างอิงเสถียรขึ้น
- **สำรวจการตั้งค่ากล้องถ่ายภาพของคุณ** ศึกษาสภากภาพกล้องถ่ายภาพของคุณ อ่านคู่มือและใช้การปรับค่าที่หลากหลายเพื่อสำรวจ หรือเรียกว่าการทดลอง! เช่นเดียวกันกับการพยายามถ่ายภาพมุมต่างๆ และทำต่างๆ ที่หลากหลาย
- **เรียนรู้เกี่ยวกับการปรับแต่งรูป** ช่างภาพที่ดีที่สุดใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ของพวกเขา อย่ากลัวที่จะทำแบบเดียวกัน
- **ทำให้มั่นใจว่าคุณได้ส่งต่อภาพง่าย ๆ ไปยังคอมพิวเตอร์แบบพกพา** ในที่นี้ การใช้การ์ดรีดเดอร์เป็นช่องทางที่ดีที่สุด



การจัดทำวิดีโอ

ผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารอื่นๆที่สำคัญก็คือการจัดทำวิดีโอและการใช้วิดีโอคลิปแบบสั้นๆ ในขณะที่เจ้าหน้าที่ของคณะกรรมการแม่น้ำโขงไม่ได้รับการสนับสนุนให้ทำคลิปเช่นนี้ด้วยตนเอง ก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะเข้าใจว่าคลิปเหล่านี้สามารถใช้เพื่อการศึกษาและส่งเสริมการทำงาน และควรจะทำให้เกิดเส้นเรื่องที่นำไปได้

ในกรณีของหัวเรื่องที่จะเป็นไปได้ วิดีโอคลิปจะถูกใช้เพื่อแสดงให้เห็นถึงโครงการ อธิบายวิธีการทำอะไรบางอย่าง นำเอากรณีศึกษามาแสดงให้เห็น หรือสาธิตความเชี่ยวชาญเฉพาะ ในกรณีเช่นนี้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะพิจารณาถึงเรื่องราวที่สามารถนำมาจัดทำเป็นเรื่องราวได้ที่คุณคิดว่าจะแปรผลออกมาดีกับการจัดทำวิดีโอและใช้กรณีศึกษาของคุณให้กับคณะทำงานด้านการสื่อสาร

มีขั้นตอนหลักสามประการในการสร้างวิดีโอ คือ ช่วงก่อนการผลิต การผลิต และหลังการผลิต

- **ช่วงก่อนการผลิต** ช่วงนี้เป็นช่วงของการวางแผนก่อนจัดถ่ายทำและเป็นการสร้างภาพรวมทั้งหมดของโครงการ สิ่งนี้รวมไปถึงการกำหนดพื้นที่ในการถ่ายทำ ผู้แสดง และงบประมาณ เช่นเดียวกันกับการสร้าง storyboard ซึ่งเป็นกรอบการถ่ายทำของวิดีโอและพัฒนาบทพูดที่เป็นไปได้
- **ช่วงการผลิต** จะเป็นการถ่ายฉากและข้อมูลต่างๆที่ได้รับการเห็นชอบในกระบวนการช่วงก่อนการผลิต ขั้นตอนนี้จะครอบคลุมถึงประเด็นต่างๆ เช่น การจัดแสง การจัดฉาก ซึ่งอาจจะเป็นการตัดสินใจที่ตัดต่อฉากเหตุการณ์ซึ่งเป็นส่วนเสริมของการจัดทำวิดีโอหลัก
- **ช่วงหลังการผลิต** ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นหลังจากได้มีการจัดทำฉากเหตุการณ์ต่างๆเสร็จเรียบร้อยแล้ว ในช่วงเวลานี้จะมีการใส่ภาพกราฟิกและเพลง เช่นเดียวกันกับคำบรรยาย ขึ้นอยู่กับว่าวิดีโอจะถูกเผยแพร่ภาพให้ผู้ฟังแบบใด สิ่งนี้ก็เป็นโอกาสที่จะปรับแต่งวิดีโอและทำให้วิดีโอมีความสอดคล้องและน่าสนใจมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

i

ในกรณีของการส่งต่อ ก็มีช่องทางหลายด้านที่วิดีโอสามารถนำไปใช้ได้ โดยรวมไปถึง

1. สื่อออนไลน์ เช่น YouTube, Vine, Facebook และ Vimeo.
2. ในเว็บไซต์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขง หรือเว็บไซต์พอร์ทัล (website portals) **ที่รวบรวมลิงก์ของเว็บไซต์ต่างๆ**
3. การเป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอใน PowerPoint หรือเป็นบทนำของการประชุมเชิงปฏิบัติการหรือการประชุมวิชาการ
4. ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของอุปกรณ์เพื่อการศึกษา และคู่มือสำหรับผู้ใช้งาน
5. เป็นการนำเสนอวิดีโอโดยเฉพาะ และเป็นการเปิดการประชุมเชิงปฏิบัติการ
6. ในฐานะที่เป็นโครงการที่ขยายไปสู่ชุมชน เช่น การบันทึกการอภิปรายในการประชุมระดับชุมชน และการบันทึกภาพวิดีโอที่จะเป็นบันทึกประจำวันหรือจดหมายที่แลกเปลี่ยน

เอกสารเกี่ยวกับวิถีชีวิตของผู้คน (ที่มีการแลกเปลี่ยนวิถีทัศนกันกับผู้คนต่างมากกว่าการแลกเปลี่ยนจดหมาย)

1. การใช้เป็นการภายในคณะกรรมการแม่น้ำโขง และ
2. หากวิดีโอนี้ดีพอ ก็จะมีการแพร่ภาพกระจายเสียงไปยังองค์กรระดับระหว่างประเทศ

การถ่ายทำวิดีโอ

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วก่อนหน้านี้ สำหรับการถ่ายทำวิดีโอและสารคดีระดับมืออาชีพเพื่อส่งต่อไปยังช่องโทรทัศน์ คุณจำเป็นต้องทำตามผู้เชี่ยวชาญที่มีอุปกรณ์เฉพาะ มีทักษะในการผลิตและตัดต่อ เช่นเดียวกัน คณะทำงานด้านการสื่อสารก็มีแนวโน้มที่จะมองหาเนื้อหาที่จะมาพัฒนาวิดีโอของคณะกรรมการแม่น้ำโขงและควบคุมการผลิต



อย่างไรก็ตาม ในระดับท้องถิ่น ก็อาจจะมีโอกาสต่างมากมายสำหรับผู้ผลิตวิดีโอมือสมัครเล่นที่จะได้พัฒนาตนเอง เช่นเดียวกันกับการฝึกอบรมสมาชิกของชุมชนท้องถิ่นในการใช้วิดีโอ ซึ่งวิดีโอเหล่านี้ควรจะถูกจัดทำโดยใช้กล้องวิดีโอแบบพกพา หรือแท็บเล็ต (เช่น ไอแพด หรือโทรศัพท์แบบสมาร์ตโฟน)

นี่คือข้อเสนอแนะบางประการในการพัฒนาวิดีโอที่ดี

- **ทำให้ง่ายเข้าใจ!** เหมือนกันกับการสร้างสาร อย่างทำให้สิ่งต่างๆง่ายขึ้นไปในวิดีโอ เป็นเรื่องเล่าและเรื่องราวที่มีความสำคัญมากที่สุด ที่ควรพิจารณาไว้เป็นหลักสำคัญ และหลีกเลี่ยงการ “สร้างสรรค์มากเกินไป” ในกรณีเช่นนี้ การถ่ายภาพแบบง่าย ๆ มักจะเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพที่ดีที่สุด และบทพูดอย่างง่ายก็จะทำให้ถ่ายทำงาน และทำให้ผู้ฟังโดยทั่วไปเข้าใจง่ายด้วยเช่นกัน
- **วางแผนล่วงหน้า** เป็นสิ่งสำคัญที่จะมีความคิดที่ดีที่เป็นแนวทางในการจัดทำวิดีโอของคุณที่จะเกิดขึ้นก่อนการถ่ายทำ ซึ่งจะช่วยให้คุณได้เห็นภาพเรื่องราวทั้งหมด การพัฒนา storyboard (ฉากต่างๆ) หรือการอัดเสียงแบบคร่าวๆ จะเป็นวิธีการที่ดีในการทำสิ่งนี้ คิดไว้ว่าคุณจะมุ่งเน้นไปที่ศักยภาพเฉพาะของคณะกรรมการแม่น้ำโขงได้อย่างไร เช่น การสร้างแบบจำลอง การพยากรณ์น้ำท่วม และการวิเคราะห์คุณภาพน้ำ
- **สรุปย่อให้กับผู้ดำเนินรายการหรือผู้ให้สัมภาษณ์ของคุณ** เป็นแนวคิดที่ดีที่จะทำให้มั่นใจว่าผู้ดำเนินรายการหรือผู้ให้สัมภาษณ์รู้ว่าคุณคาดหวังอะไรจากเขา สิ่งนี้จะช่วยลดเวลาในการถ่ายทำ สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ ให้หัวข้อคำถามที่คุณจะถาม เพื่อที่พวกเขาจะได้คิดคำตอบ
- **กฎของสามส่วน** ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในส่วนของการถ่ายภาพ วางภาพสิ่งของที่คุณสนใจใกล้กับจุดตัดขอบ (สองเส้นในแนวดิ่งและสองเส้นในแนวราบที่จะแบ่งเส้นขอบในภาพออกเป็นเก้าส่วน)
- **คิดถึงฉากหลัง** มักจะเป็นการสร้างความน่าสนใจให้กับภาพเมื่อมีฉากหลังที่น่าสนใจมากกว่าเพียงฉากผนังสีขาว ในกรณีเช่นนี้ ให้ผู้พูดอยู่ใกล้กล้องและอยู่ในตำแหน่งที่จะทำให้ฉากหลังออกมาดีที่สุด

- **การจัดแสง** อย่ารวมแสงธรรมชาติและการจัดแสงเข้าด้วยกัน ใช้เพียงอย่างเดียวก็นพอ คุณควรหาแสงเพิ่มเสมอเมื่อถ่ายภาพภายในอาคาร ถึงแม้ว่าจะเป็นแสงในบ้านก็ตาม ใช้อุปกรณ์รีเฟล็กเตอร์ (reflector) เพื่อสร้างสมดุลให้การจัดแสง
- **ลองคิดเกี่ยวกับการจัดทำฉาก B-roll footage** โดยฉาก B-roll footage เป็นฉากวิดีโอที่ไม่ใช่ฉากสำคัญของคุณ เช่น อาจจะเป็นการรวมภาพจากภายนอกของแม่น้ำโขง คิดให้เร็วเท่าที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ว่าคุณต้องการจะใช้ฉาก B-roll footage หรือไม่ เพื่อที่คุณจะได้ไม่ถูกทิ้งไว้กับการให้สัมภาษณ์ที่ดีแต่ยังขาดฉากหลัง หากคุณกำลังมองหาภาพถ่ายทางอากาศที่มีราคาแพง ก็ยังมีชุดภาพ B-roll footage ที่คุณสามารถซื้อได้
- **ใช้ขาตั้งกล้อง** การใช้ขาตั้งกล้องโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างง่ายจะทำให้เกิดข้อแตกต่างอย่างมากต่อคุณภาพวิดีโอของคุณ การใช้มือนั้นไม่เสถียรเหมือนอย่างที่คุณคิดไว้ เมื่อคุณเริ่มถ่ายทำ ขึ้นให้หนึ่ง อย่าขยับ และอย่าขยายภาพ !
- **ให้พื้นที่ด้านบนศีรษะ!** เมื่อสัมภาษณ์ใครก็ตาม มั่นใจว่ามีพื้นที่ด้านบนศีรษะของเขาหรือเธอเพียงพอ
- **การจับภาพ** มั่นใจว่าจับภาพเป็นเวลานานเพียงพอที่พวกเขาจะดูดีเมื่อมีการตัดต่อ เช่น สำหรับการตัดต่อภาพหนึ่งทำให้มั่นใจว่าคุณได้จับภาพไว้แล้วอย่างน้อย 10 วินาที
- **คุณภาพเสียงที่ดีเป็นสิ่งสำคัญ** หากปราศจากคุณภาพเสียงที่ดี วิดีโอนี้ก็มักจะใช้ไม่ได้ ดังนั้น หลีกเลี่ยงฉากหลังที่มีเสียงดังให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และหากคุณมีไมโครโฟนแยก ทำให้มั่นใจว่ามันอยู่ใกล้กับผู้สัมภาษณ์มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ จำไว้เช่นเดียวกันให้ปิดเสียงอุปกรณ์ต่างๆที่ไม่จำเป็นที่จะทำให้เกิดเสียงรบกวน เช่นเสียงเครื่องปรับอากาศ หนึ่งในสิ่งสุดท้าย มันเป็นเรื่องที่มีค่าควรแก่การทดสอบวิดีโอและเล่นซ้ำเพื่อทำให้มั่นใจว่าวิดีโอของคุณกำลังทำงานอยู่
- **และเคล็ดลับสำหรับการถ่ายวิดีโอจากไอโฟน** หลีกเลี่ยงการถ่ายวิดีโอเมื่อถือโทรศัพท์ในแนวตั้ง สิ่งนี้จะทำให้เกิดแถบดำบนวิดีโอที่ไม่สามารถแก้ไขได้เมื่อมีการตัดภาพ

คู่มือการใช้งาน/ชุดฝึกอบรม

ผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารอื่นๆรวมไปถึงคู่มือการใช้งานและชุดฝึกอบรมที่ถูกนำไปใช้ได้โดยชุมชนท้องถิ่น หรือใช้ในคณะกรรมการแม่น้ำโขงเป็นการภายในเพื่อสื่อสารผลลัพธ์การวิจัยหรือให้ข้อเสนอแนะในทางปฏิบัติในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งบ่อยครั้งที่เอกสารนี้จะเป็นเอกสาร “แนะนำวิธีการดำเนินงาน”

หนึ่งในตัวอย่างคือคู่มือการใช้งานโครงการเตรียมรับมือกับอุทกภัยของคณะกรรมการแม่น้ำโขง คู่มือการใช้งานเช่นนี้จะควรจะถูกเขียนในรูปแบบที่สั้นและชัดเจน ใช้เป็นเอกสารอ้างอิงได้ง่าย และควรได้รับการแปลเป็นภาษาท้องถิ่น

เช่น แผนงานด้านสิ่งแวดล้อมของคณะกรรมการแม่น้ำโขงได้สร้างชุดฝึกอบรมที่ดีพิมพ์ใน 5 ภาษา โดยรวมไปถึงคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง ภูมิศึกษาจากกลุ่มแม่น้ำโขงตอนล่าง และบทเรียนในหลักสูตรต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อม เครื่องมือในการประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม และอื่นๆ



ข้อเสนอแนะอื่นๆในการเขียนคู่มือการใช้งาน/ชุดฝึกอบรม

- **คิดเหมือนผู้ใช้เสมอ** วางตัวเองให้เป็นผู้ใช้คู่มือและถามตัวเองว่าระดับความเชี่ยวชาญใดและอะไรที่พวกเขาต้องการจะรู้
- **เขียนโครงร่าง** เพื่อประกันว่าหัวข้อต่างๆได้ถูกเขียนอย่างครอบคลุม
- **ใช้รูปประโยคที่ประธานเป็นผู้กระทำ** ซึ่งจะทำให้เข้าใจง่ายขึ้นเมื่อมีประธานและกริยาในประโยคที่ชัดเจน
- **เขียนวิธีการใช้ที่ชัดเจนและสร้างลำดับบท/บทเรียนที่ชัดเจน** ผู้อ่านจะต้องเข้าใจว่าพวกเขาอ่านไปถึงไหน ได้เรียนรู้อะไร และจะไปต่อที่ใด ช่วงเปลี่ยนผ่านเป็นสิ่งสำคัญในที่นี้ เมื่อสิ้นสุดในแต่ละบทควรจะมีสรุปเนื้อหาบทเรียนหลักที่ได้เรียนมา

ผลิตภัณฑ์ด้านการสื่อสารอื่นๆ

สิ่งนี้คือเครื่องมือด้านการสื่อสารอื่นๆที่ควรพิจารณา

- **วิดีโอเสมือนจริง/อนิเมชัน (animation)** ผลิตภัณฑ์อื่นๆที่เป็นไปได้ในการสื่อสารนี้อาจจะรวมถึงภาพอนิเมชันที่จะช่วยให้เห็นกระบวนการการจัดการน้ำได้ ซึ่งสิ่งนี้ควรจะเป็นส่วนหนึ่งของโครงการที่ขยายไปสู่ชุมชน และควรจะได้รับจัดทำเป็นวิดีโอโดยอยู่ในเว็บไซต์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขง และได้รับการเผยแพร่โดยสังคมออนไลน์ และช่องทางอื่นๆ
- **โปสเตอร์** โปสเตอร์เป็นหนึ่งในเครื่องมือการสื่อสารที่มีประสิทธิผล นับตั้งแต่โปสเตอร์ทางวิชาการที่นำเสนอในงานประชุมวิชาการและการประชุมเชิงปฏิบัติการจนถึงโปสเตอร์ที่สามารถสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานการขยายไปสู่ชุมชน ในทุกกรณี โปสเตอร์จะต้องมีโครงสร้างที่ดี อ่านง่าย และมีสารที่ชัดเจน

หัวข้อวิดีโอภาพเสมือนจริง/อนิเมชันที่เป็นไปได้

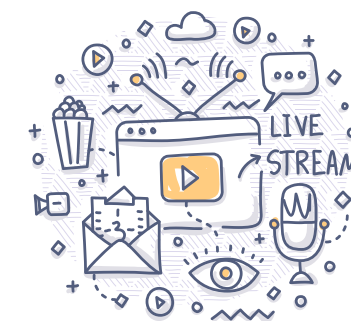
- น้ำท่วมและการลดผลกระทบจากน้ำท่วม
- การเดินเรือในแม่น้ำโขง
- การชลประทาน
- การต่อต้านการรุกรานของน้ำเค็ม
- การพัฒนาเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำ

ช่องทางอื่นๆในการกระจายข่าวสาร

เช่นเดียวกันกับสื่อมวลชน มีช่องทางในการกระจายข่าวสารข้อมูลในการสื่อสารต่างๆมากมายที่ควรพิจารณา โดยรวมไปถึงช่องทางต่างๆเหล่านี้

- **เว็บไซต์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขง** เว็บไซต์หลักของคณะกรรมการแม่น้ำโขงเป็นช่องทางที่จะทำให้สาธารณชนได้เข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับคณะกรรมการแม่น้ำโขงและการแสดงผลการดำเนินการต่างๆที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงได้ดำเนินการ เว็บไซต์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขงประกอบด้วยข้อมูลทางวิชาการและความสำเร็จของโครงการโดยมีเอกสารอย่างเป็นทางการและเอกสารอย่างง่ายสำหรับเผยแพร่ สำหรับเว็บไซต์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขง เป็นสิ่งสำคัญที่จะเขียนให้เหมาะสมที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ในขณะที่เนื้อหาส่วนใหญ่จะถูกจัดการโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร ก็มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้
 - » ทำให้มั่นใจว่าข้อมูลข่าวสารที่สำคัญจริงๆนั้นถูกเขียนไว้ด้านหน้า ก่อนที่จะกล่าวถึงรายละเอียด เช่นเดียวกันกับการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์
 - » เขียนในแบบที่ง่ายและกระชับ หลีกเลี่ยงการเขียนย่อหน้ายาวๆ ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ต้องการหลีกเลี่ยงการอ่านเนื้อหาที่ยาวติดกันบนหน้าจอ
 - » มีความชัดเจนเกี่ยวกับผู้อ่านของคุณ ผู้อ่านของคุณจะมีความหลากหลาย ยกตัวอย่างเช่นผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ทั่วไปจนถึงเว็บไซต์ทางวิชาการเฉพาะด้าน
 - » คิดเกี่ยวกับหัวข้อย่อยและการแบ่งประเด็น เว้นบรรทัดตามหัวข้อย่อย สิ่งนี้จะทำให้อ่านที่สะดุดตาและย่อยลงไปได้เช่นเดียวกันกับการเป็นการคิดป้ายสัญลักษณ์ให้กับผู้อ่าน ได้อ่านง่ายขึ้น
 - » ทำให้มั่นใจว่ามีลิงก์เชื่อมโยงเป็นการภายในเพื่อที่ผู้คนจะได้ศึกษาเนื้อหาเพิ่มเติมได้

เมื่อนำมารวมกันแล้ว ผลิตภัณฑ์ในการสื่อสารเหล่านี้และกลยุทธ์ในการส่งต่อผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพก็จะมีบทบาทหลักในการเผยแพร่สารของคณะกรรมการแม่น้ำโขง



- **เว็บไซต์พอร์ทัล (website portals)** เว็บไซต์พอร์ทัลนั้นเป็นศูนย์กลางข้อมูลที่มีความสำคัญ เป็นพื้นที่เว็บไซต์ที่ผู้ใช้งานสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับคณะกรรมการแม่น้ำโขงในประเด็นเฉพาะด้านได้ โดยเว็บไซต์พอร์ทัลที่มีอยู่นั้นรวมถึง “Data Portal” ของคณะกรรมการแม่น้ำโขง (<http://portal.mrcmekong.org/index>) และเว็บไซต์ MekongInfo (<http://www.mekonginfo.org/>)
- **แผนงานสำหรับผู้เยี่ยมชม** โดยการจัดให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามาเยี่ยมชมพื้นที่หลักที่เกี่ยวข้องกับโครงการของคณะกรรมการแม่น้ำโขง ซึ่งเป็นเทคนิคสำคัญอีกประการหนึ่งในการกระจายการสื่อสาร ซึ่งอาจจะเป็นการบรรยายสรุปโดยผู้เชี่ยวชาญในประเด็นเฉพาะด้าน
- **การจัดชุดการบรรยายพิเศษ** การจัดชุดการบรรยายพิเศษโดยบุคลากรทางวิชาการของคณะกรรมการแม่น้ำโขง เป็นสิ่งที่ควรพิจารณาด้วยเช่นกัน สิ่งนี้อาจจะประกอบด้วยความร่วมมือที่เป็นไปได้กับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยในท้องถิ่น
- **ชุมชนปฏิบัติการ** ชุมชนปฏิบัติการเป็นหน่วยงานอย่างไม่เป็นทางการ ทั้งภายในหรือภายนอกที่มีการแบ่งปันผลการวิจัย อภิปรายเกี่ยวกับการดำเนินงานและแบ่งปันความรู้ในสาขาต่างๆ ซึ่งชุมชนเหล่านี้ควรจะอยู่ในพื้นที่ที่มีการปฏิบัติการ เช่น เครือข่ายด้านสิ่งแวดล้อม เครือข่ายด้านการประมง เครือข่ายด้านธรรมชาติ และอื่นๆ
- **การอบรมเชิงปฏิบัติการ** การอบรมเชิงปฏิบัติการ เช่น การเผยแพร่และอภิปรายผลการวิจัย ซึ่งเป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่มีประโยชน์สำหรับการเผยแพร่การสื่อสาร
- **การมีส่วนร่วมจากหน่วยงานภายนอก** ในขณะที่รูปแบบการสื่อสารที่ได้กล่าวไว้ในคู่มือนี้สามารถนำไปปฏิบัติได้ ก็ควรจะพิจารณาการมีส่วนร่วมของหน่วยงานอื่นๆเพื่อที่จะเผยแพร่รายงานและข้อมูลสื่อสาร เช่น สำนักงานของหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น ห้องสมุดในระดับท้องถิ่น มหาวิทยาลัย นักคิด และเครือข่ายองค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหาผลกำไร

8

การพูดในนามของคณะกรรมการแม่โขง – คุณจะทำอะไร? คุณจะทำอย่างไร?

บุคลากรของคณะกรรมการแม่โขงมักจะเป็นผู้พูดในการประชุมที่คณะกรรมการแม่โขงและการประชุมภายนอกอย่างสม่ำเสมอ เช่น การประชุมสัมมนาด้านการประมงในแม่น้ำโขง (the Mekong Fisheries Symposium) การประชุมอุทกภัยในแม่น้ำโขงประจำปี (the Annual Mekong Flood Forum) และการประชุมประจำปีอื่นๆ เช่น การประชุมคณะมนตรี (Council meetings) และการประชุมคณะกรรมการร่วม (Joint Committee meetings)

แล้วคณะกรรมการแม่โขงจะใช้ประโยชน์จากเหตุการณ์นี้ได้อย่างไรให้มีประสิทธิภาพสูงสุดได้อย่างไร? ในส่วนนี้ของคู่มือในการสื่อสารจะเป็นการอธิบายว่าทักษะในการนำเสนอจะสามารถปรับปรุงได้อย่างไร

การพูดกับคนกลุ่มใหญ่มีแนวโน้มจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ใหญ่มากคนกลัว นอกเหนือไปจากการกลัวความสูง กลัวแมลง และการเดินทางโดยเครื่องบิน อย่างไรก็ตาม หากคุณทำตามคำแนะนำด้านล่างต่อไปนี้ คุณจะปรับปรุงทักษะในการนำเสนอและอาจจะถึงขั้นสนุกไปกับตัวคุณเองได้!

- โครงสร้างของการนำเสนอ/การกล่าวสุนทรพจน์
- เคล็ดลับในการสื่อสารอื่นๆ
- การใช้ภาษา
- ความสำคัญของภาษาและน้ำเสียง
- การใช้ PowerPoint
- การดำเนินการช่วงถามตอบ
- บทบาทการเป็นกระบวนกร

โครงสร้างของการนำเสนอ/การกล่าวสุนทรพจน์

หากมีการร้องขอให้นำเสนอในงานต่างๆ ก็มีกิจกรรมต่างๆมากมายที่คุณสามารถทำได้เพื่อที่จะทำให้การนำเสนอของคุณเกิดประสิทธิผลมากที่สุด โดยเฉพาะการมุ่งเน้นไปที่โครงสร้างในการนำเสนอ

การเตรียมตัวและการมีโครงสร้างที่ดีเป็นสิ่งจำเป็น ผู้นำเสนอที่เป็นธรรมชาติหลายคนออกมาในรูปแบบที่ผ่อนคลายและนำเสนอได้อย่างถูกต้องในทันทีเนื่องจากมีความพยายามในการเตรียมตัวอย่างมากมาก่อนหน้านี้

แล้วเราจะเตรียมตัวได้อย่างไร? สิ่งนี้ควรจะได้รับจากการดำเนินการผ่านการระดมสมอง การอภิปรายกับเพื่อนร่วมงาน และการสร้างชุดข้อมูลข่าวสาร แนวความคิด และสารที่ต้องการจะสื่อเบื้องต้นซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งที่ต้องการจะนำเสนอ ในท้ายที่สุดแล้วผลลัพธ์ก็จะเป็นการนำเสนอที่มีโครงสร้างที่ดี ที่รวมไปถึงสิ่งต่อไปนี้



จัดทำโครงสร้างการนำเสนอของคุณ



สร้างจุดเริ่มต้นที่ดี

ผู้ฟังจะสร้างความประทับใจแรกได้อย่างรวดเร็วและจะตัดสินภายในไม่กี่ประโยคแรกว่าพวกเขาต้องการที่จะฟังคุณหรือไม่ คุณมีเวลาเพียงไม่กี่วินาทีที่จะทำให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวกและได้ทำให้เกิดความประทับใจเมื่อเริ่มต้นได้ ดังนั้นทำให้มั่นใจว่าคุณมีบทนำที่ดีและฝึกซ้อม คุณอาจจะพิจารณาการจดจำเนื้อหาด้วยเช่นกัน

การกล่าวนำของคุณ (ที่ไม่ควรจะนานเกินกว่าสามนาที) ควรจะมีเป้าหมายหลักสามประการคือ เพื่อที่จะได้ความสนใจจากผู้ฟัง เพื่อที่จะสร้างความสัมพันธ์กับผู้ฟัง และให้เหตุผลว่าเหตุใดพวกเขาจะต้องฟังคุณ ซึ่งบางคนได้กล่าวว่าจะทำให้สำเร็จได้ดังต่อไปนี้

- **ตอบคำถามเหล่านี้เป็นส่วนนำ** คุณคือใคร คุณจะบอกอะไรกับพวกเขา เพราะเหตุใดมันจึงสำคัญ และเพราะเหตุใดคุณถึงเป็นบุคคลที่ดีที่สุดที่จะพูดกับผู้ฟังเกี่ยวกับสิ่งนี้
- **แสดงให้เห็นว่าหัวข้อที่คุณนำเสนอ นั้นตรงกับความต้องการของผู้ฟังอย่างไร** ผู้ฟังทุกคนจะเริ่มคิดว่า แล้วอย่างไรเล่า? หรือ มันมีอะไรที่เกี่ยวข้องสำหรับตัวฉันบ้างไหม? ดังนั้น ในการตอบคำถามเหล่านี้ ก็มีความสำคัญโดยเฉพาะที่การนำเสนอของคุณจะเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของผู้ฟังเหล่านั้น คุณจะได้ประโยชน์อย่างไร? ผม/ดิฉันได้ให้ข้อมูลที่เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้อย่างไร?
- **สร้างอำนาจและความน่าเชื่อถือของคุณ** รายละเอียดบางอย่างเกี่ยวกับประสบการณ์และตำแหน่งของคุณก็อาจจะเป็นประโยชน์ด้วยเช่นกัน คุณไม่จำเป็นต้องแสดงมันในที่นี้แต่คุณจำเป็นต้องบอกผู้ฟังว่าเพราะเหตุใดคุณจึงได้รับมอบหมายที่จะมาพูดกับพวกเขา
- **ยึดโยงความสนใจของผู้ฟัง** คำกล่าว หรือคำถามที่ช่วยยั่วอารมณ์อาจจะเป็นประโยชน์ในที่นี้ คำถามในเชิงสำนวนโวหารก็เป็นหนึ่งในช่องทางที่มีประสิทธิภาพมากในการทำให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมโดยตรง เช่น “ลองจินตนาการว่าคุณจะต้องเดินเป็นระยะเวลาห้าชั่วโมงทุกวันเพื่อไปตักน้ำ สิ่งเหล่านี้จะทำให้คุณรู้สึกอย่างไร?” หรือ “ลองจินตนาการว่าหากบ้านของคุณพังทลายจากน้ำท่วมสามครั้งในช่วงห้าปีที่ผ่านมา”
- **ใช้สถิติ** ข้อเท็จจริงที่น่าสนใจนั้นมักจะเป็นวิธีการที่ดีในการเริ่มต้นนำเสนอ “คุณรู้ไหมว่า...?”
- **เชื่อมโยงการนำเสนอของคุณกับการนำเสนอก่อนหน้านี้** สิ่งนี้อาจจะเป็นประโยชน์มาก โดยการสร้างบริบททั่วไปให้กับการนำเสนอของคุณและบอกผู้ฟังว่าการนำเสนอของคุณนั้นจะมีการเชื่อมโยงได้อย่างไร

ตอนนี้เมื่อคุณดึงดูดความสนใจจากทุกคนได้แล้ว และมีการเริ่มต้นที่เข้มแข็ง คุณจะต้องทำให้มันดำเนินต่อไป

ส่วนเนื้อหา

เนื้อหาของการนำเสนอคือการที่คุณจะมองหาวิธีการที่จะทำให้สารของคุณได้สื่อออกไปและทำให้ผู้ฟังสนใจมันเพียงพอที่จะตอบสนองต่อผลลัพธ์ตามที่คุณต้องการ เช่นเดียวกันกับเคล็ดลับมากมายที่ได้กล่าวไว้ในส่วน 8 การสร้างความเชื่อมโยงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความลื่นไหลต่อเนื่องให้กับการนำเสนอของคุณ

ความสำคัญของการสร้างความเชื่อมโยง การนำเสนอควรจะเป็นไปอย่างราบรื่นและไร้รอยต่อ เพื่อที่จะทำให้สำเร็จ การสร้างความเชื่อมโยงเป็นสิ่งจำเป็น การสร้างความเชื่อมโยงช่วยให้เคลื่อนจากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่งได้ โดยเป็นทั้งการสรุปภายในการนำเสนอเพื่อที่คุณจะรู้ว่าคุณอยู่ที่ไหน คุณผ่านประเด็นอะไรมาบ้าง และคุณกำลังจะไปทีใด สุดท้าย การสร้างความเชื่อมโยงก็จะทำให้ผู้ฟังทั่วไปได้พัก (ผู้ที่มีแนวโน้มจะไม่สามารถสนใจอะไรได้นานไปกว่าการฟังเรื่องเฉพาะได้ระหว่าง 5-10 นาที) นี่คือนแนวทางในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างหัวข้อโดยทั่วไป

- **หากคุณกำลังจัดระเบียบการนำเสนอของคุณจากประเด็นต่างๆและกล่าวในบทนำของคุณ การเชื่อมโยงจะเกิดขึ้นโดยตัวมันเอง** เช่น “วันนี้ ผม/ดิฉันจะพูดเกี่ยวกับเกษตรกรรมแบบยั่งยืนและการพัฒนาชนบทในเวียดนาม ประการแรก ผม/ดิฉันจะอธิบายการเติบโตทางด้านการเกษตรกรรมในภูมิภาค ผลกระทบที่มีจากการพัฒนาชนบท และสิ่งที่เป็นตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจและสังคมในส่วนนี้..”
- **การสร้างความเชื่อมโยงแบบอื่นๆที่ใช้กันทั่วไป** รวมไปถึง “ตอนนี้ลองมาดูที่...” และ “ประเด็นอื่นก็คือ...”
- **การนำไปสู่ข้อสรุป** การสร้างความเชื่อมโยงอื่นที่มีความสำคัญคือการเชื่อมโยงเนื้อหาหลักของการนำเสนอไปสู่ข้อสรุป เทคนิคที่ใช้ในที่นี้อาจจะรวมไปถึง “โดยสรุปแล้ว”, “แล้วอะไรคือสิ่งที่เราได้เรียนรู้จากการนำเสนอวันนี้?” หรือ “ให้ผม/ดิฉันได้กล่าวประเด็นสุดท้ายอีกหนึ่งประเด็น”
- **การใช้การสรุปภายในให้เป็นการเชื่อมโยง** ดังที่ได้กล่าวแล้วก่อนหน้านี้ การสร้างความเชื่อมโยงในการนำเสนอ นั้นอาจจะเป็นการสรุปภายในก็ได้ การสรุปภายในควรจะเป็นการสรุปแบบรวบรัดว่าคุณได้กล่าวครอบคลุมในส่วนใดไปแล้วบ้างและประกาศว่าตอนนี้คุณอยู่ในการนำเสนอส่วนใด

ส่วนสรุป



สุดท้าย ต้องมีบทสรุป หากการกล่าวกล่าวนำเป็นการสร้างความประทับใจแรก บทสรุปก็เป็นการสร้างความประทับใจสุดท้ายและเป็นโอกาสสุดท้ายของคุณในการสร้างผลลัพธ์ให้เกิดขึ้น

บทสรุปมีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าผู้ฟังจะจดจำคุณและข้อความของคุณอย่างไร โดยเป็นกาสิ้นสุดการนำเสนอ เป็นการร้อยเรียงเรื่องราวต่างๆเข้าด้วยกัน และให้ผู้ฟังได้รับรู้ถึงความรู้สึกสมบูรณ์ ด้วยการกล่าวสรุปประเด็นสำคัญของ คุณอย่างสั้นๆ และปลุกใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (หากเป็นวัตถุประสงค์ในการนำเสนอของคุณ) โดยมีเคล็ดลับในการสรุปบางประการดังต่อไปนี้

- **เตือนพวกเขา!** ผู้ฟังชอบที่จะรู้ล่วงหน้าว่าคุณกำลังวางแผนที่จะจบการนำเสนอ บอกพวกเขาว่าคุณกำลังใกล้ที่จะจบการนำเสนอแล้ว อย่าจบการนำเสนอแบบไม่คาดคิดและแบบทันทีทันใด
- **ทำให้คำพูดสุดท้ายของคุณมีความหมาย** คำพูดสุดท้ายของคุณโดยอุดมคติแล้วจะสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์กับผู้ฟัง “หากคุณจะจดจำอะไรไว้สักอย่างที่ผม/ดิฉันพูดในวันนี้” หรือ “ผม/ดิฉันมีความคิดเห็นสุดท้ายที่จะมอบให้คุณ”
- **สิ่งนี้อาจจะสร้างการเรียกร้องให้เกิดการดำเนินการ** ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีที่สุดที่จะเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือทัศนคติของผู้ฟังเมื่อพวกเขาออกจากห้องไป
- **อ้างอิงกลับมาที่คำที่ได้กล่าวไว้เมื่อเริ่มนำเสนอ** สิ่งนี้ทำให้เกิดความรู้สึกสมบูรณ์ต่อการนำเสนอของคุณ “ดังนั้น ดังที่ผม/ดิฉันได้กล่าวไปเบื้องต้นแล้วว่า...” คุณควรจะสร้างความเชื่อมโยงหัวข้อที่คุณนำเสนอกับบริบทที่กว้างขึ้นอีกครั้ง
- **สรุปใจความหลักของการนำเสนอ** ซึ่งเป็นสิ่งที่มักจะมีประโยชน์อย่างมากที่จะสรุปในสิ่งที่ได้พูดไปแล้วก่อนหน้านี้

เคล็ดลับในการสื่อสารอื่นๆ

เช่นเดียวกันกับโครงสร้างของการนำเสนอ ก็มีเคล็ดลับอื่นๆอีกมากมายที่จะพิจารณาว่าจะช่วยให้คุณได้ผ่านการนำเสนอไปได้

- **จดจำสารที่คุณต้องการจะสื่อ** แน่นนอน เนื้อหาคือใจความหลัก คุณมีบางอย่างที่น่าสนใจและควรค่าที่จะพูด จดจำสารที่คุณต้องการจะสื่อและทำให้มั่นใจว่าสารเหล่านั้นไม่ได้มีมากจนเกินไป!
- **อย่ายึดเยื้อให้ข้อมูลมากจนเกินไป** ในภาษาอังกฤษ ผู้คนพูดด้วยความเร็วเฉลี่ยประมาณ 150 คำต่อนาที เลือกข้อมูลที่มีความสำคัญมากที่สุดและใส่รายละเอียดไว้ โดยใช้ไว้ในข้อมูลทางวิชาการสำหรับแจกจ่าย
- **ฝึกฝน!** ใหัตัวคุณเองมีเวลาเพียงพอในการฝึกฝน การนำเสนอที่ดีจะต้องผ่านความพยายามและทดลองมาหลายครั้งกว่าจะนำเสนอได้อย่างราบรื่นและเป็นธรรมชาติ
- **แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของคุณ** มีความมุ่งมั่นตั้งใจเกี่ยวกับหัวข้อของคุณและทำให้ความกระตือรือร้นของคุณได้ถูกแสดงออกมา ซึ่งสิ่งนี้เป็นวิธีการที่ดีที่สุดที่จะทำให้ผู้ฟังของคุณมีส่วนร่วม

- **อย่าพูดยาวเกินไป** เป็นสิ่งที่ดีกว่าที่จะทำให้ผู้ฟังต้องการอยากรู้มากขึ้นมากกว่าการที่พวกเขารู้สึกโล่งใจเมื่อคุณจบการนำเสนอ อย่าพูดเรื่อยเปื่อยและพูดนานเกินไปหากคุณหลีกเลี่ยงได้
- **มีอารมณ์ขัน** การมีอารมณ์ขันเป็นคุณลักษณะที่เป็นประโยชน์ในการนำเสนอ เนื่องจากจะทำให้อารมณ์และความหนักแน่นลดลงไป และหลังจากที่ผู้คนหัวเราะก็มักจะเป็นเวลาที่ดียิ่งที่จะนำเสนอประเด็นที่มีความจริงจัง ทำให้มั่นใจว่าเรื่องตลกที่คุณเล่านั้นไม่ก้าวร้าวจนเกินไป
- **เรื่องเล่า** การบอกเล่าเรื่องราวเป็นรูปแบบที่เก่าแก่ที่สุดในการสื่อสารและมีความจริงและความน่าเชื่อถือได้จากภายใน มันเป็นวิธีการที่แนวคิดและข้อมูลข่าวสารได้ถูกส่งต่อกันมาเรื่อยๆ ไปอีกบุคคลหนึ่งมาเป็นเวลาหลายพันปี ในการนำเสนอ การเล่าเรื่องก็จะเป็นการทำให้หัวข้อนั้นๆมีชีวิตชีวาและทำให้รูปแบบการนำเสนอทุกอย่างนั้นมีสีสัน

การใช้ภาษา

ทางเลือกในการใช้ภาษาก็เป็นสิ่งสำคัญในการนำเสนอ อีกครั้ง ที่จะมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

- **ปรับเปลี่ยนรูปแบบวิธีการในการสนทนา** พยายามที่จะใช้การสนทนาและเป็นธรรมชาติมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในการนำเสนอของคุณ ผู้คนมีแนวโน้มที่จะชอบรูปแบบที่อบอุ่นและผ่อนคลาย จงพูดคุยกับผู้ฟังของคุณ
- **หลีกเลี่ยงคำศัพท์ราชการ** ใช้คำพูดที่ตรงไปตรงมาเพื่อสื่อความหมาย
- **หลีกเลี่ยงการใช้ภาษาพูด** สิ่งนี้จะขึ้นอยู่กับผู้ฟัง แต่จงหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาพูดแบบเฉพาะมากจนเกินไปในบางวัฒนธรรม
- **คำถามเชิงคำถามโวหารที่จะทำให้เข้าประเด็น** ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว การใช้คำถามเชิงโวหารเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการเน้นย้ำประเด็นที่ต้องการจะนำเสนอ “สถานการณ์นี้มีความรุนแรงเพียงใด?” หรือ “คณะกรรมการแม่น้ำโขงนี้จะทำอะไรเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้น”
- **ใช้ประโยคสั้นๆ** ยังมีคำในประโยคยาวเท่าไรก็ยิ่งเข้าใจยากเท่านั้น การใช้ประโยคยาวๆมีแนวโน้มที่จะใส่กลุ่มคำเพิ่มเข้าไปและมักจะยากที่จะติดตามทำความเข้าใจ หากคุณมีประโยคมากมายที่มีความยาวมากกว่า 20 คำ ลองเริ่มเขียนคำในการนำเสนอของคุณใหม่
- **ใช้รูปประโยคแบบประธานเป็นผู้กระทำมากกว่าประธานเป็นผู้ถูกกระทำ** การใช้รูปแบบประโยคที่ประธานเป็นผู้กระทำจะทำให้ประโยคของคุณมีพลังและมีอำนาจมากกว่าเนื่องจากมีใครบางคนทำอะไรบางอย่างในนั้น

ความสำคัญของภาษากายและน้ำเสียง

ภาษากายของคุณเมื่อนำเสนอมักจะมีผลกระทบอย่างมากต่อผู้ฟังพอๆกับคำพูดของคุณ รู้ตัวอยู่เสมอเกี่ยวกับการแสดงออกของคุณและสารที่ภาษากายของคุณสื่อ และนอกเหนือไปจากนั้น เป็นธรรมชาติและหลีกเลี่ยงการเบี่ยงประเด็นจากความสนใจในการนำเสนอของคุณ ดูวิดีโอเทปตัวคุณเองเมื่อลดเสียงในการนำเสนอและคุณจะเรียนรู้อะไรอีกมากมายเกี่ยวกับภาษากายของคุณ

- กำหนดพฤติกรรมที่ทำให้ผู้ฟังเบี่ยงเบนความสนใจ พวกเรามีลักษณะนิสัยส่วนตัว เช่น ถือแกวขึ้นลง กระดกนิ้วมือ และอื่นๆ รับฟังผลลัพธ์เพื่อกำหนดพฤติกรรมดังกล่าวที่คุณจะต้องแก้ไข
- การใช้ท่าทาง พลังงานโดยทั่วไปในการนำเสนอจะถูกเพิ่มขึ้นด้วยการใช้ท่าทาง พยายามที่จะไม่ยืนนิ่งในจุดที่บรรยาย
- การวางตำแหน่งของตัวเอง การยืนหรือนั่งในรูปแบบที่ผ่อนคลายแต่เตรียมพร้อม การยืนนั้นดีกว่าเมื่อนำเสนอเนื่องจากจะได้รับความสนใจจากผู้ฟังและทำให้คุณมองเห็นผู้ฟังได้ดีขึ้น
- การเคลื่อนไหว การเคลื่อนไหวจะทำให้เกิดความมุ่งมั่นที่หลากหลายและจะทำให้คุณออกห่างไปจากที่ที่คุณกำลังยืนพูดอยู่ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อผู้ฟัง การเคลื่อนไหวนั้นก็ได้แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในเนื้อหาของการนำเสนอได้ด้วยเช่นกัน
- การสบตาผู้ฟัง เป็นการรู้ว่าคุณสามารถเตรียมการนำเสนอมาเพียงพอแล้ว และคุณสามารถสบตากับผู้ฟังมากมายเท่าที่จะเป็นไปได้ ซึ่งการสบตาผู้ฟังก็แสดงให้เห็นถึงลักษณะของการเปิดเผย
- และอย่าหันหลังให้ผู้ฟัง! สิ่งนี้เป็นสัญลักษณ์แน่นอนว่าคุณกำลังจะสูญเสียผู้ฟังไป
- อย่าให้แก่นำเสนอมาเป็นอุปสรรคระหว่างคุณกับผู้ฟัง การยืนพูดอยู่บนแท่นบรรยายแสดงให้เห็นถึงความประหม่าของคุณ
- หลีกเลี่ยงการเอามือเท้าเอว และทำท่าที่เสริมการสื่อสารของคุณแทน เช่นหากคุณมีประเด็นที่ต้องการจะนำเสนอสามประการ ก็ใช้นิ้วมือของคุณนับแทน
- หลีกเลี่ยงการกอดอก เช่นเดียวกันสิ่งนี้เป็นอุปสรรคระหว่างคุณและผู้ฟังและทำให้รู้สึกว่าคุณกำลังปิดบังอะไรบางอย่าง
- อย่าเอามือล้วงกระเป๋า สิ่งนี้จะลดโอกาสในการแสดงออกด้วยมือของคุณและเป็นการจำกัดทางเลือกในการแสดงออกซึ่งท่าทางของคุณ
- ยืนตรง ทั้งน้ำหนักลงบนเท้าทั้งสองข้างเป็นท่าที่ได้รับความนิยมในการนำเสนอ
- ท่าทาง ทำให้มั่นใจว่าคุณมีท่าทางที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม คุณไม่ต้องการจะดูเหมือนเป็นหุ่นยนต์ และไม่แข็งทื่อเหมือนต้นไม้จนเกินไป

และเสียง...



- อุ่นเครื่องด้วยการใช้เสียงของคุณ ฝึกทดลองใช้เสียงก่อนที่คุณจะพูด
- ไม่ใช่คำร่ำพึงรำพันในลำคอ เช่น อืม โอเค เอ่อ ฯลฯ เพราะไม่ได้ช่วยในการนำเสนอของคุณ
- จัดการระดับเสียงของคุณ สิ่งนี้เป็นเครื่องมือที่มีพลัง เมื่อไรก็ตามที่คุณเปลี่ยนระดับเสียง ผู้คนจะสนใจลองใช้วิธีการนี้ดู
- ใช้การหยุดพัก การหยุดพักเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการสื่อสาร มันให้เวลาสำหรับการจดจำแนวคิดที่ได้นำเสนอ ซึ่งเป็นการเตรียมพร้อมสำหรับการรับฟังสิ่งสำคัญในประเด็นต่อไป อย่างช้าๆที่จะใช้มันเมื่อเป็นไปได้



การใช้ PowerPoint



PowerPoint เป็นนวัตกรรมในการพูดต่อสาธารณะที่ดีที่สุดในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ตาม ข้อเสียของมันก็คือมีผู้คนมากมายไม่สามารถพูดได้โดยไม่มี PowerPoint ผู้คนเริ่มมีแนวโน้มที่จะลืมไปว่าพวกเขากำลังเป็นผู้นำเสนอ ไม่ใช่ PowerPoint

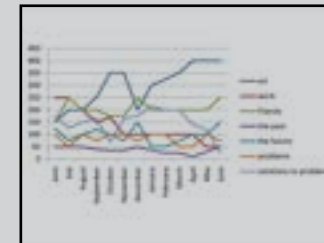
เนื้อหาด้านล่างนี้คือเคล็ดลับในการใช้ PowerPoint ในการนำเสนอของคุณ

- **คุณจำเป็นต้องใช้มันหรือไม่?** ประการแรก ถามตัวเองว่าคุณจำเป็นต้องใช้ PowerPoint จริงๆหรือไม่ ซึ่ง PowerPoint จะถูกนำมาใช้เมื่อเพียงคุณคิดถึงการเพิ่มข้อมูลข่าวสารที่สามารถมองเห็นได้ให้ชัดเจนมากขึ้นและทำให้สารที่คุณจะสื่อได้สื่อออกไปมีผลลัพธ์ที่ดีขึ้น มันไม่ควรจะถูกนำมาใช้เพียงเพราะจะทำให้คุณรู้สึกสบายใจขึ้นในการนำเสนอ
- **อย่าทำให้ PowerPoint กลายเป็นอุปสรรคและอย่าอ่านคำต่อคำ** ไม่มีอะไรแย่ไปกว่าการที่ใครบางคนจะอ่านเนื้อหา PowerPoint ของเขาหรือเธอทั้งหมด มันเป็นการเสียเวลาของทุกคนอย่างมากและมันง่ายกว่ามากสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมถ้าพวกเขาได้รับอีเมลการนำเสนอแทน ใช้การอ้างอิงจาก PowerPoint แต่เลือกที่จะใช้ข้อความบางอย่างเท่านั้นจากมัน
- **ทำให้สไลด์สั้น** หลีกเลี่ยงการใส่ข้อมูลหรือคำมากจนเกินไป โดยอุดมคติแล้วคุณควรมีหัวข้อย่อในการนำเสนอเพียง 3-4 หัวข้อย่อต่อหน้า หรือน้อยกว่านั้น เพราะในขณะที่ข้อความนั้นถูกฉายอยู่บนจอ ผู้ฟังจะอ่านสิ่งที่อยู่บนจอและไม่ฟังคุณ
- **ใช้ภาพกราฟฟิคให้น้อยที่สุดเท่าที่เป็นไปได้** และทำให้มันใจว่ามันมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งที่คุณจะนำเสนอ การใช้ภาพควรจะง่าย ชัดเจน และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ คือสนับสนุนผู้นำเสนอ ซึ่งควรจะเป็นภาพที่มีขนาดใหญ่พอที่ทุกคนในห้องจะมองเห็น
- **ทำให้สไลด์ของคุณสะอาดและคงเส้นคงวา** อย่าผสมรวมสไลด์ของคุณ โดยเฉพาะหากสไลด์ของคุณนั้นมีรูปแบบตัวอักษร สี หรือการออกแบบที่ต่างกัน สิ่งนี้จะเบี่ยงเบนความสนใจของผู้ฟังจากสารที่คุณต้องการจะนำเสนอ และอย่าทำให้โลโก้ขององค์กรมาทำลายความสนใจข้อความที่คุณต้องการจะสื่อ คุณควรจะใช้อย่างระมัดระวัง
- **ใช้ตัวอักษรแบบง่ายๆ** เลือกอักษรที่เป็นตัวพิมพ์ที่อ่านง่าย และไม่ใช่ตัวอักษรมากกว่า 2 แบบ หากเป็นไปได้ ให้มีเพื่อนร่วมงานลองเปิด PowerPoint ที่จะนำเสนอให้เพื่อให้คุณเป็นอิสระที่จะเคลื่อนไหวและมุ่งเน้นไปกับสิ่งที่คุณต้องการจะนำเสนอ
- **หลีกเลี่ยงการใช้ตัวอักษรแบบยกหรือตัวพิมพ์ใหญ่** ผู้คนต้องการที่จะอ่านคำและตัวอักษร การใช้ตัวอักษรแบบยกจะทำให้คำเป็นรูปสี่เหลี่ยม ทำให้อ่านยากขึ้น
- **พูดกับผู้ฟัง ไม่ใช่ PowerPoint** พูดกับผู้ฟัง ไม่ใช่หน้าจอ ซึ่งสิ่งที่นำเสนอบนหน้าจอจะช่วยสนับสนุนผู้พูด ไม่ใช่การที่ผู้พูดจะสนับสนุนสิ่งที่อยู่บนจอ

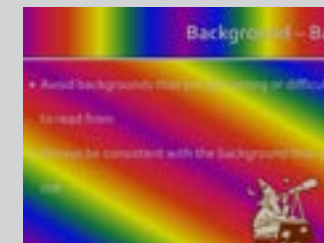
- **มีความคงเส้นคงวา** คงรูปแบบและความต่อเนื่องไว้ในแต่ละสไลด์ ทำให้มั่นใจว่าบุคลากรของคณะกรรมการนักเรียนแม่น้ำโขงและคณะกรรมการนักเรียนแม่น้ำโขงแห่งชาติที่กำลังนำเสนอมีรูปแบบการนำเสนอในแบบเดียวกัน
- **ควบคุมจังหวะในการนำเสนอและยังคงพูดต่อไปเมื่อมีการเปลี่ยนสไลด์** การฝึกฝนจะทำให้การนำเสนอดูน่าดึงดูดและเป็นมืออาชีพ



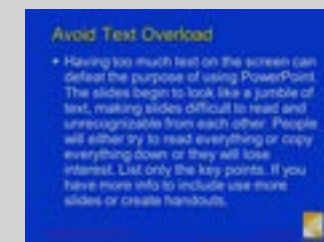
POWERPOINT – สิ่งที่คุณควรหลีกเลี่ยง...



กราฟที่ไม่ชัดเจน...



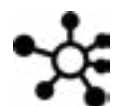
ภาพพื้นหลังที่รบกวนความสนใจ...



ข้อความที่มากเกินไป...



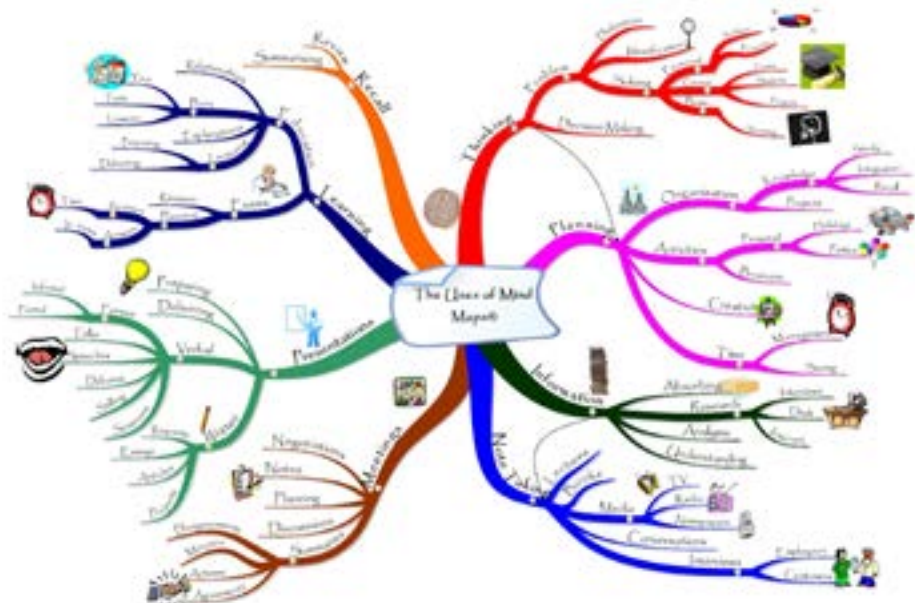
รูปแบบอักษรที่ไม่ดี...



การใช้ MIND MAPPING เพิ่มขึ้น

ทางหนึ่งในการวางโครงสร้างให้ PowerPoint ของคุณคือ mind mapping ซึ่งเป็นแผนภาพที่ถูกใช้เพื่อนำเสนอประเด็นที่เชื่อมโยงต่อกันหรือแนวคิดที่มีความสำคัญ

การใช้ mind mapping เป็นความสามารถในการวิเคราะห์ เชื่อมโยง และใช้ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อแก้ไขปัญหา และคิดอย่างมีประสิทธิภาพ มีโปรแกรม mind mapping จำนวนมาก หรือคุณสามารถใช้กระดาษสักแผ่นมาเริ่มทำเองก็ได้ ตัวอย่างด้านล่างนี้แสดงให้เห็นถึงการทำ mind map จากการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจระหว่างประเทศ

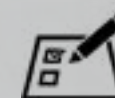


ดู <http://www.mind-mapping.co.uk> สำหรับตัวอย่างเพิ่มเติม

การดำเนินการช่วงถามตอบ

ภายหลังจากการนำเสนอแล้ว ก็เป็นไปได้ที่จะมีช่วงเวลามาตอบกับผู้ฟัง มีเทคนิคบางประการในการจัดการช่วงเวลาเหล่านี้

- อย่าหยุดการระดมความคิดและผ่อนคลายมากเกินไปเพียงเพราะคุณได้นำเสนอเสร็จแล้ว คุณสามารถออกจากแท่นบรรยายโดยได้รับผลตอบรับในเชิงลบจากผู้ฟังได้หากคุณไม่ได้ตอบคำถามในช่วงถามตอบอย่างถูกต้อง
- ใช้เวลาในการฟังคำถาม มีผู้พูดหลายคนคิดว่าพวกเขารู้ว่าคำถามนั้นคืออะไรก่อนที่ผู้ถามจะถามจบ จากนั้นพวกเขาก็เป็นคนโง่เขลาเมื่อพวกเขาเห็นว่าสิ่งนั้นไม่ใช่คำถาม เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องมีความอดทนและรอจนกว่าคำถามทั้งหมดจะได้ถูกถามออกมา



การดำเนินการช่วงถามตอบ – รายการตรวจสอบ

- อย่าผ่อนคลาย
- ใช้เวลาในการตอบคำถาม
- เรียกชื่อ
- ชมผู้ถามคำถาม
- ตอบสนองต่อทุกคำถามด้วยความเคารพ
- มีส่วนร่วม
- ชื่อสัตย์
- อย่าโอ้อวด
- เป็นที่ยอมรับได้หากจะกล่าวว่า “ผม/ดิฉันไม่ทราบ”

- เรียกชื่อ เมื่อคุณสามารถทำได้ คุณอาจจะไม่ทราบชื่อผู้ฟังทุกคนในห้อง แต่ถ้าคุณจำใครบางคนได้ ขอให้สบายใจที่จะเรียกชื่อพวกเขา สิ่งนี้จะช่วยให้คุณควบคุมได้ ทำให้คุณเป็นผู้มีความรู้ และผู้ถามก็ชื่นชอบกับการเป็นผู้ถูกจดจำเช่นเดียวกัน
- อย่ารังเกียจที่จะชมผู้ถาม เช่น “เป็นคำถามที่น่าสนใจ” หรือ “นั่นเป็นคำถามที่ดี” แต่ก็อย่ามองว่าคำถามอื่นๆ ทั้งหมดเป็นคำถามที่ไม่ดี!
- จัดการกับทุกคำถามอย่างมีมารยาท เป็นสิ่งสำคัญที่คุณจัดการกับทุกคำถามอย่างมีมารยาทแม้ว่าคุณจะมองว่าสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องเล็กน้อยก็ตาม
- ทำให้ตัวคุณดูมีความสนใจและมีส่วนร่วม มันเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้ตัวคุณดูมีความสนใจ ถึงแม้ว่าคุณจะไม่ได้ตอบคำถาม แต่ก็ทำให้มั่นใจว่าคุณได้รับฟังคนอื่นๆ ในที่ประชุมด้วย
- ปล่อยให้เวลาตัวเองก่อนจะตอบคำถาม อย่ารีบตอบ ไม่มีอะไรผิดหากจะมีการหยุดพักยาวๆ ให้ทวนคำถามที่จะทำให้คุณมีเวลาพอที่จะหยุดพักหายใจและตอบคำถามของคุณ
- ชื่อสัตย์กับผู้ถาม หากคุณบอกใครบางคนว่าคุณจะกลับมาที่พวกเขาโดยให้ข้อมูลเพิ่มเติม ทำให้คุณมั่นใจว่าคุณได้ทำเช่นนั้น
- อย่าโอ้อวด แต่อย่ากลัวที่จะแสดงประสบการณ์ของคุณ “ผม/ดิฉันได้ใช้เวลามากกว่า 10 ปีในการศึกษาผลกระทบของแผนการลดผลกระทบจากอุทกภัยที่โตเนลสและผม/ดิฉันสามารถกล่าวได้โดยไม่สงสัยเลยว่า...” หรือ “เมื่อผม/ดิฉันได้นำเสนอความเชื่อมโยงระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการใช้พลังงานในเวียดนามต่อกระทรวงพลังงาน” และอื่นๆ

- อย่างลัวที่จะพูดว่า “ผม/ดิฉันไม่ทราบ” ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วก่อนหน้านี้ อย่าคาดเดาคำตอบหรือไปนอกเหนือจากพื้นที่ปลอดภัยในด้านความเชี่ยวชาญของคุณ

บทบาทการเป็นกระบวนการ

บทบาทหนึ่งที่จะถูกมองข้ามในงานประชุมวิชาการคือกระบวนการ/ผู้ดำเนินรายการที่ไม่ได้นำเสนอแต่เป็นผู้ดำเนินรายการในแต่ละช่วงและช่วยอำนวยความสะดวกในช่วงเวลาการถามคำถาม (ซึ่งแน่นอนว่ามีกระบวนการอยู่ในงานประชุมด้วยเช่นกัน)

สิ่งนี้เป็นบทบาทสำคัญและต้องใช้ทักษะมากมายโดยรวมไปถึงการทำให้บทสนทนาซึ่งดำเนินอยู่อย่างต่อเนื่องและประกันว่าทุกคนจะได้มีส่วนร่วม ดังนั้น “อะไรทำให้เกิดกระบวนการที่ดี?”

- กำหนดบริบทให้ชัดเจน มีความชัดเจนให้มากกับหัวข้อและวัตถุประสงค์ของคุณที่จะกล่าวถึงในการประชุมเชิงปฏิบัติการหรือช่วงเวลาในการนำเสนอ
- ยึดมั่นตามกฎระเบียบ ทำให้มั่นใจว่าผู้นำเสนอไม่ได้กล่าวออกนอกเนื้อหาและไม่ได้พูดนานเกินไป จะเป็นการดีถ้าคุณได้เห็นการนำเสนอของผู้นำเสนอล่วงหน้าและให้ข้อคิดเห็น
- แสดงให้เห็นถึงความสุขและการดำเนินการตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ผู้ดำเนินรายการจะต้องมีแรงดึงดูดความสนใจของทุกคนได้ โดยไม่จำเป็นต้องโอ้อวด บางครั้งอาจจะเป็นการกล่าวถึงความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของคุณอย่างสั้นๆ เช่น “ผม/ดิฉันได้ทำงานในด้านการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำมาเป็นระยะเวลา 20 ปี”
- คงไว้ซึ่งความเป็นอิสระ เข้าใจว่าในฐานะผู้ดำเนินรายการ คุณจะต้องมีความเป็นอิสระ (แม้ว่าคุณจะไม่เห็นด้วยกับบางคนที่ได้พูดมาในที่ประชุมก็ตาม) อย่าตัดสินมุมมองของผู้อื่นและพยายามสร้างสมดุลให้เกิดขึ้น
- เตรียมการและคาดหวัง เตรียมหัวข้อไว้ล่วงหน้าและคาดหวังประเด็นด้านเนื้อหาที่จะเกิดขึ้นในช่วงถามตอบ
- เรียนรู้เกี่ยวกับผู้พูดคนอื่น ๆ เรียนรู้เกี่ยวกับผู้พูดคนอื่น ๆ เช่น ข้อเท็จจริงที่น่าสนใจเกี่ยวกับตัวพวกเขา ขอทราบประวัติส่วนตัวที่จะช่วยสร้างการแนะนำตัวผู้พูดและการนำเสนอของพวกเขาในแต่ละส่วน
- ถามคำถาม อย่างลัวที่จะถามคำถามด้วยตนเอง โดยเฉพาะเมื่อคุณรู้สึกว่ามันเป็นคำถามที่จำเป็นต้องถามเพื่อตอบสนองการอภิปรายนั้นๆ
- ควบคุม และอยู่ในความสงบ ทำให้มั่นใจว่าคุณเป็นผู้ควบคุมเหตุการณ์และเป็นผู้ที่มีความสงบและสุภาพตลอดเวลา มันอาจจะมีคำถามที่ไม่เป็นมิตร มีการขัดจังหวะจากผู้ฟัง ผู้พูดพูดนานเกินไป ฯลฯ ให้อธิบายทุกสิ่งทุกอย่างด้วยความสงบและสุภาพและพยายามที่จะทำให้เกิดแนวทางการดำเนินการที่สร้างสรรค์ต่อไป เช่น “ผม/ดิฉันกำลังจะขอให้คุณสรุปการนำเสนอของคุณ” หรือ “หากคุณสามารถถามคำถามของคุณให้สุภาพและสร้างสรรค์ได้หรือไม่ เพื่อที่พวกเราจะได้ไปต่อ...” ฯลฯ
- เลือกหัวข้อและประเด็นหลัก มองหาความเชื่อมโยงระหว่างหัวข้อที่ได้มีการอภิปรายโดยผู้นำเสนอ ช่วยให้ผู้ฟังสามารถเชื่อมโยงได้
- ให้ความคิดเห็นแก่ผู้ฟังในห้อง พวกเขาสนใจอะไร? คุณจะสามารถเข้าสู่การสนทนาและตอบคำถามให้ใกล้เคียงกับสิ่งที่พวกเขาต้องการจะฟังได้หรือไม่?



- จำกัดคำถามจากผู้ถามเป็นรายบุคคล อย่าให้คนเพียงคนเดียวเป็นผู้ควบคุมการถามคำถามทั้งหมด และขอให้ผู้ถามคำถามทุกคนแจ้งชื่อและหน่วยงานที่สังกัดด้วย
- รวบรวมข้อสรุป ร้อยเรียงประเด็นต่างๆ ในการอภิปรายมาเป็นบทสรุปในข้อคิดเห็นสุดท้ายของคุณ พยายามที่จะจับทุกสิ่งทุกอย่างให้ดีโดยมีแถลงการณ์ที่สามารถดำเนินการได้ และทำให้มั่นใจว่าคุณได้ขอบคุณผู้นำเสนอด้วย



9

การมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้เสีย

พื้นฐานเช่นเดียวกันในการสื่อสารนี้จะนำไปใช้เช่นเดียวกันกับใครก็ตามที่คุณกำลังดำเนินการด้วยอยู่ ในส่วนนี้จะรวมถึงข้อเสนอแนะบางประการเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการกับผู้มีส่วนได้เสีย ซึ่งก็คือองค์กรเอกชนที่ไม่แสวงหาผลกำไร ผู้บริจาค และสาธารณชน อีกครั้ง ในส่วนนี้เป็นเพียงข้อสังเกตโดยทั่วไป และจำเป็นต้องได้รับการปรับแต่งเพื่อให้เข้ากันกับความรู้เฉพาะด้านของผู้ฟัง

- การสื่อสารกับผู้บริจาค
- การสื่อสารกับองค์กรพัฒนาเอกชน
- การสื่อสารกับองค์กรภาครัฐ
- การสื่อสารกับสาธารณชน

การสื่อสารกับผู้บริจาค



หลายคนในคณะกรรมการแม่ข่ายใช้เวลาหลักส่วนใหญ่ในการทำงานกับการเจรจากับผู้บริจาคเพื่อที่พวกเขาจะไม่จำเป็นต้องกล่าวว่าการคงไว้ซึ่งความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริจาคมีความสำคัญเช่นไรในการประกันทรัพยากรและเจตนาที่ดีนี้ไว้ ยิ่งมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริจาคมากเท่าไร ก็มีแนวโน้มที่จะทำให้พวกเขาช่วยสนับสนุนคณะกรรมการแม่ข่ายและแผนงานของคณะกรรมการแม่ข่ายต่อไป

ผู้บริจาคต้องการที่จะได้รับการรับรองว่าคณะกรรมการแม่ข่ายได้ใช้เงินทุนไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกผ่านแผนงานที่ได้รับการสนับสนุนเงินและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่สะท้อนให้ผู้บริจาคได้เห็น ด้านล่างต่อไปนี้คือเคล็ดลับในการเสริมสร้างความสัมพันธ์และประกันความซื่อสัตย์ต่อผู้บริจาค

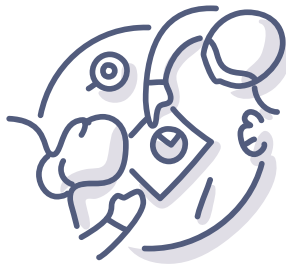
- **สร้างความสัมพันธ์ในเชิงบวกตั้งแต่ต้น** สิ่งนี้อาจจะประกอบด้วยการเริ่มต้นการจัดประชุม การทบทวนข้อตกลง การสร้างบทบาทและความรับผิดชอบที่ชัดเจน และการจัดการความคาดหวังต่างๆ เป็นสิ่งจำเป็นที่จะกันหาว่าผู้บริจาคต้องการอะไรจากการสร้างความสัมพันธ์ดังกล่าว ถามคำถามและเรียนรู้ว่าผู้บริจาคต้องการการติดต่อจากคุณบ่อยแค่ไหน และต้องการการติดต่ออย่างไร การเริ่มต้นที่ดีจะเป็นการสร้างช่องทางในการเปิดการสื่อสารและร่วมมือกันต่อไปข้างหน้า
- **การสร้างพิธีการในการสื่อสาร** จากการเชื่อมโยงในสิ่งนี้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องสร้างกฎในการสื่อสาร ซึ่งจะครอบคลุมถึงข้อมูลที่เป็นต้องได้รับการแบ่งกันและบุคคลที่ต้องติดต่อประสานงานด้วย สร้างบัญชีรายชื่อบุคลากรภายในคณะกรรมการแม่ข่ายที่จะต้องแบ่งปันข้อมูลข่าวสารเพื่อครอบคลุมประเด็นความเชี่ยวชาญ นับตั้งแต่การสื่อสารในด้านวิชาการจนถึงด้านการเงิน

บุคคลเหล่านี้อาจจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับผู้บริจาคหรือดำเนินการผ่านผู้ประสานงาน โดยขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะเข้าใจว่าผู้บริจาคชื่นชอบการสื่อสารของพวกเขาในแบบใด ผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล การประชุมประจำเดือน ฯลฯ ในทางอุดมคติแล้ว สิ่งนี้ควรจะได้รับดำเนินการในแนวทางการสื่อสารสำหรับผู้บริจาคแต่ละคนที่สามารถแจกจ่ายให้กับเจ้าหน้าที่ได้

- **กิจกรรมในด้านการจัดทำเอกสาร** หลังจากมีการประชุมหรือการสนทนาที่มีความสำคัญ ส่งสรุปประเด็นที่ได้มีการอภิปรายและการติดตามผลการดำเนินการ สิ่งนี้จะเป็นการสร้างการบันทึกการประชุมที่จะหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิดได้ในอนาคต หรือ
- **ตอบสนองอย่างสม่ำเสมอ!** ตอบสนองข้อเสนอผู้บริจาคให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้และจัดการความคาดหวังของพวกเขาหากข้อมูลที่เป็นจะต้องใช้เวลาในการรวบรวม อย่าโอนอ่อนผ่อนตามคุณภาพของการทำงานที่ย่ำแย่เพื่อให้เป็นไปตามกำหนดการส่งงานที่ทำไม่ได้จริง
- **ส่งงานให้ตรงเวลา** การส่งงานให้ตรงเวลาแสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพและความน่าเชื่อถือได้ หากไม่สามารถทำตามกำหนดเวลาได้ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตาม แจ้งบุคคลที่เกี่ยวข้องล่วงหน้า
- **บันทึกความสำเร็จของคุณอย่างมีประสิทธิภาพและแพร่กระจายเรื่องราวออกไป** เป็นสิ่งสำคัญที่จะจัดทำแผนภาพและเอกสารเกี่ยวกับความสำเร็จ ไม่เพียงแต่นี่จะสะท้อนตัวคุณ แต่ก็ถือเป็นผลงานของผู้บริจาคด้วยเช่นกัน ทำให้มั่นใจว่าคุณได้กล่าวขอบคุณผู้ให้บริการและความเกี่ยวข้องของพวกเขา ด้วยการให้อนุญาตนี้ มองหาการเผยแพร่เรื่องราวต่อไปไม่ว่าจะเป็นการดำเนินการผ่านสื่อมวลชน การนำเสนอต่อการประชุมวิชาการ สังคมออนไลน์ ฯลฯ เช่น คุณอาจจะขอให้ผู้บริจาคเป็นผู้เขียนบทความร่วมหรือนำเสนอในที่ประชุม ซึ่งสิ่งนี้จะเป็นการสร้างเสริมความสัมพันธ์ให้มีความเข้มแข็งขึ้น



- **ความถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญ!** เป็นสิ่งสำคัญที่การนำเสนอเป็นสิ่งที่ชัดเจน เขียนมาดีโดยไม่มีผิดพลาด เพื่อให้สะท้อนองค์ของคุณและอาจจะนำไปแบ่งปันกับผู้ให้ทุนหรือผู้มีส่วนได้เสียรายอื่นๆต่อไป
- **ยอมรับจุดอ่อนและความท้าทาย** อย่ากลัวที่จะยอมรับจุดอ่อนและความท้าทายของแผนงาน มันเป็นสัญลักษณ์แห่งการเปิดกว้างต่อความร่วมมือ ทำให้มั่นใจว่าคุณจะสามารถสร้างแผนการแก้ไขปัญหาเพื่อจัดการกับความท้าทายต่างๆได้ การจัดทำเอกสารบทเรียนที่ได้รับก็เป็นสิ่งที่มีประโยชน์อย่างมากไม่เชื่อ
- **จัดให้มีการเยี่ยมชมสถานที่** การเยี่ยมชมสถานที่ที่เป็นโอกาสที่ดีในการแสดงให้เห็นว่าเงินของพวกเขาได้ถูกนำไปใช้อย่างไรและได้ประโยชน์อย่างไร การจัดการที่ดี การให้ข้อมูลแนะนำที่ครบถ้วน และการเยี่ยมชมสถานที่ที่มีการดำเนินงานเป็นวิธีการที่มีความสำคัญในการสื่อสารความสำเร็จและความจำเป็น ให้วางแผนล่วงหน้าไว้เสมอ และมีผู้นำเสนอที่เข้มแข็งและได้รับการสรุปมาเป็นอย่างดีในการนำเสนอการทำงานของคณะกรรมการแม่น้ำโขงต่อผู้เยี่ยมชม ผู้ที่จะเป็นผู้บริจาคในอนาคต และผู้สนับสนุน
- **ทำให้มั่นใจว่าคุณมุ่งเน้นไปที่สารที่ต้องการจะสื่อแบบเดียวกัน** พยายามและหลีกเลี่ยงการใช้ข้อความที่แตกต่างกันกับผู้ให้บริจาคคนเดียวกัน คู่มือในการสร้างข้อความหลักควรจะช่วยในส่วนนี้



การสื่อสารกับองค์กรพัฒนาเอกชน

องค์กรพัฒนาเอกชนก็เป็นหนึ่งในผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายและในขณะที่มีองค์กรพัฒนาเอกชนที่จำนวนน้อยอาจมีความขัดแย้งต่อองค์กร แต่ก็ยังมีองค์กรพัฒนาเอกชนอีกมากมายที่กำลังมองหาความร่วมมือและทำงานร่วมกันกับคณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติ

- **สร้างเป้าหมายและมอบหมายความรับผิดชอบ** มีความชัดเจนในด้านวัตถุประสงค์เบื้องหลังการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันและสิ่งที่คุณต้องการจะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ตั้งเป้าหมายในการดำเนินงานและมอบหมายความรับผิดชอบระหว่างกัน จัดตั้งผู้ประสานงานเพื่อติดต่อการทำงานระหว่างกัน
- **ให้องค์กรภาคเอกชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตั้งแต่ต้น** องค์กรพัฒนาเอกชนไม่ได้มีแนวโน้มที่จะรู้สึกขบขันซึ่งหากพวกเขาได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการช่วงท้ายเมื่อการตัดสินใจหลักได้ถูกดำเนินการไปแล้ว ทำให้มั่นใจว่าพวกเขาได้มีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่เริ่มต้นและทำให้มั่นใจว่าพวกเขามีอิทธิพลในการดำเนินงาน
- **ตระหนักถึงพื้นฐานความแตกต่างทางวัฒนธรรมขององค์กรพัฒนาเอกชนต่างๆ** พิจารณาเกี่ยวกับพื้นฐานความเป็นมาของบุคคลเหล่านี้และศึกษาล่วงหน้า
- **รักษาสัญญาและสังเกตกำหนดการส่งงาน** เพื่อที่จะสร้างสิ่งแวดลอมแห่งความเชื่อใจและความร่วมมือระหว่างกัน ก็เป็นสิ่งสำคัญที่จะรักษากำหนดการส่งงานและคำสัญญาต่างๆ จัดการกับความคาดหวังตลอดเวลาและถ้าคุณทำตามกำหนดการส่งงานไม่ได้ แจ้งให้องค์กรพัฒนาเอกชนรับรู้ล่วงหน้า
- **พิจารณาการเชิญองค์กรพัฒนาเอกชนเข้าร่วมกิจกรรมที่มีอยู่** ในขณะที่คำเชิญเหล่านี้จะต้องได้รับการดำเนินการอย่างระมัดระวังเพื่อประกันว่าจะไม่มีการหยุดชะงัก ก็ควรจะพิจารณาการเชิญองค์กรพัฒนาเอกชนเข้าร่วมการประชุมที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงได้ดำเนินการอยู่ด้วยเช่นกัน

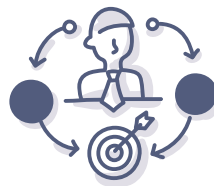


การสื่อสารกับองค์กรภาครัฐ

ในขณะที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติมีประสบการณ์เป็นอย่างดีในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานรัฐบาลของประเทศสมาชิก (ที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติเป็นส่วนหนึ่งของรัฐบาลเหล่านี้) ด้านล่างนี้คือคำแนะนำเพิ่มเติมในการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ

- พิจารณาการแลกเปลี่ยนการเยี่ยมชมระหว่างนักการเมืองและหน่วยงานในระดับจังหวัดในสี่ประเทศสมาชิก
- มุ่งเน้นไปที่คณะกรรมการในระดับรัฐสภาในด้านทรัพยากรน้ำและทรัพยากรที่เกี่ยวข้อง
- มุ่งเน้นไปที่หน่วยงานรัฐสภาในทวีปเอเชียทั้งหมด เช่น การประชุมระดับรัฐสภาในทวีปเอเชีย – แปซิฟิก ในด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (ประสานงานโดยเกาหลีใต้) และการประชุมรัฐสภาในทวีปเอเชียในด้านประชรและการพัฒนา (ประสานงานโดยญี่ปุ่น)

- พิจารณาพิธีสารต่างๆและสร้างรูปแบบในการสื่อสารที่ใช้ทั่วไป
- ให้คณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติเป็นผู้นำในการดำเนินการ คณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติสามารถมีบทบาทสำคัญในการติดต่อสื่อสารนี้ได้
- ทำให้มั่นใจว่าคุณมีเอกสารสรุปการดำเนินการต่างๆที่ได้รับการแปลเป็นภาษาท้องถิ่น) แบบง่ายๆ เช่น เอกสารสรุปนโยบายจำนวน 1 หรือ 2 หน้า ซึ่งจะประโยชน์อย่างมาก
- เชิญสมาชิกขององค์กรรัฐบาลและรัฐสภาเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้น
- ผู้สนับสนุนสามารถเข้ามาเป็นภาคีเครือข่ายกับองค์กรระหว่างประเทศได้ เช่น UNDP ที่มี ความเชื่อมโยงอย่างเข้มแข็งต่อสภาแห่งชาติผ่านแผนงานต่างๆ และองค์กรอื่นๆ ที่อาจจะรวมถึง ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย ธนาคารโลก และสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN)



การสื่อสารกับสาธารณชน

ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของหัวข้อ “การเข้ามามีส่วนร่วมกับสาธารณะ” คณะกรรมการแม่น้ำโขงได้จัดการประชุม สาธารณะ การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการปรึกษาหารือในระดับชาติมากมาย กิจกรรมเหล่านี้ถูกดำเนินการภายใต้ “แถลงการณ์ในด้านการมีส่วนร่วมกับสาธารณะ” ของคณะกรรมการแม่น้ำโขง

ด้านล่างนี้คือวิธีการที่มีประสิทธิผลในฐานะที่เป็นองค์การระหว่างรัฐบาลในการมีส่วนร่วมกับสาธารณะ

- กำหนดผู้ฟังของคุณ ทำให้มั่นใจว่าคุณกำหนดเป้าหมายไว้ที่ใคร และมีสารใดที่ต้องการจะสื่อ ความรู้ของพวกเขา อยู่ในระดับใด? พวกเขาเป็นผู้เชี่ยวชาญหรือเป็นชุมชนท้องถิ่น? พวกเขามาจากภูมิภาคใด? พวกเราจะทำให้พวกเขา สนใจได้อย่างไร?
- ทำให้ชัดเจนว่าเพราะเหตุใดคุณจึงต้องมีส่วนร่วมกับสมาชิกเหล่านี้ในพื้นที่สาธารณะ เช่น หากเป็นการประชุม เชิงปฏิบัติการหรือการปรึกษาหารือ ทำให้มั่นใจว่าหัวข้อของคุณมีความชัดเจน
- ประกันว่าจะมีการสนทนาสองทางตลอดเวลา เช่น ในการประชุมเชิงปฏิบัติการ ยอมรับข้อเสนอแนะในประเด็น ต่างๆที่ครอบคลุมตามหัวข้อที่มีการจัดประชุม
- เข้าใจบริบทในท้องถิ่น พยายามและเข้าใจบริบทท้องถิ่นของผู้คนที่กำลังมีส่วนร่วมด้วย ลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคมและประชากรของพวกเขาเป็นอย่างไร? ความท้าทายในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างไร?



- มีความโปร่งใสและครอบคลุม ส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสนใจหรือได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจเข้า ร่วมกิจกรรมและทำให้มั่นใจว่าพวกเขาได้รับข้อมูลข่าวสารทุกอย่างตามที่พวกเขาต้องการ
- แสดงให้เห็นพันธกรณีระหว่างกัน แสดงให้เห็นถึงพันธกรณีในการประชุม การประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือการ ปรึกษาหารือเกี่ยวกับประเด็นและทรัพยากรที่ต้องให้ความสำคัญเป็นลำดับต้นๆ
- ให้ผู้คนมีส่วนร่วมด้วยวิธีการต่างๆ ให้ช่องทางที่หลากหลายให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้เพื่อให้ผู้คนเข้าร่วม
- ตอบสนอง แสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะรับฟัง ซึ่งผู้ที่จะให้คำปรึกษาจะต้องได้รับรู้ว่าเสียงของพวกเขาจะได้รับ การตอบสนองอย่างจริงจังและจะต้องมีการเปลี่ยนแปลง หากพวกเขาไม่รับรู้ในสิ่งนี้ พวกเขาก็จะไม่เข้ามามีส่วน ร่วมด้วย

10

การเข้าหาชุมชน

การเข้าหาชุมชนหรือสิ่งที่มีแนวโน้มจะเชื่อมโยงกับการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม หรือการสื่อสารเชิงพฤติกรรม ควรจะเป็นส่วนประกอบสำคัญต่อชุดเครื่องมือในการสื่อสาร

- การดำเนินการตามกลยุทธ์การเข้าหาชุมชน
- วิทชุมชน
- ศิลปะการแสดงและละครเร่
- ไปสเตอร์ การเล่าเรื่องผ่านภาพถ่าย และภาพวาดต่างๆ
- กิจกรรมต่างๆในชุมชน

การเข้าหาชุมชน

การเข้าหาชุมชนหรือสิ่งที่มีแนวโน้มจะเชื่อมโยงกับการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม หรือการสื่อสารเชิงพฤติกรรม ควรจะเป็นส่วนประกอบสำคัญต่อชุดเครื่องมือในการสื่อสาร

โดยทั่วไปแล้ว กิจกรรมเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะส่งผ่านสื่อมวลชนไปยังบุคคลที่สามและไปยังชุมชนโดยตรง แต่อย่างไรก็ตาม ในหลายกรณี ก็ได้มีการดำเนินการผ่านแผนงานการสื่อสารอย่างกว้างขวาง คณะทำงานที่มีทักษะการรณรงค์ต่างๆ ที่รวมคนทำงานในพื้นที่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและสื่อวิทยุ สื่อวิดีโอและการออกแบบ และผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารอื่นๆ

ในกรณีส่วนใหญ่ เป้าหมายของกิจกรรมเหล่านี้คือเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงและเสริมสร้างพลังชุมชนเพื่อค้นหาแนวทางแก้ไขปัญหาและประเด็นต่างๆ ทุกวันนี้เป็นเวลาที่ดีขึ้นที่จะดำเนินการในแผนงานที่มีช่องทางในการสื่อสารที่กว้างและหลากหลายที่มีอยู่ เช่น 90% ของประชากรโลกทั้งหมดนั้นมีสัญญาณโทรศัพท์มือถือ และ 40% สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้

ในขณะที่รายละเอียดของคู่มือนี้ได้ให้แนวทางในแผนงานการเข้าหาชุมชนและการออกแบบการดำเนินการ ในส่วนนี้ของคู่มือจะให้การแนะนำภาพรวม

i ความหมาย

การเข้าหา: กิจกรรมการสื่อสารกับประชากรที่อาจจะเข้าไม่ถึงการให้บริการด้านการสื่อสาร กิจกรรมต่างๆภายใต้การเข้าหาชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อมเพื่อให้ได้ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายที่เห็นชอบกับองค์กร

การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม: การสื่อสารเฉพาะทางที่ขึ้นอยู่กับสื่อสารและการสนทนาที่ทำให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลความรู้ และมุมมองระหว่างผู้มีส่วนได้เสียที่หลากหลาย เป็นการอำนวยความสะดวกในการสร้างเสริมศักยภาพและสร้างความตระหนักรู้

การสื่อสารด้านพฤติกรรม: กลยุทธ์การสื่อสารที่ถูกออกแบบมาเพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติและระบบความคิดของผู้ฟัง





การดำเนินการร่วมกับกลยุทธ์การเข้าหาชุมชน

เมื่อรวมกลยุทธ์การเข้าหาชุมชนเข้าด้วยกัน ก็ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับกลยุทธ์ในการสื่อสารอื่นๆ ซึ่งจำเป็นต้องประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การประเมินการสื่อสารและตั้งวัตถุประสงค์

ขั้นตอนนี้ ประเด็นต่างๆจะได้รับการศึกษาและวิเคราะห์ และสร้างแผนเบื้องต้นขึ้นมา โดยจะต้องมีการกำหนดผู้มีส่วนได้เสียและมีการประเมินความจำเป็นในการสื่อสาร จากประเด็นนี้ จะได้มีการสร้างวัตถุประสงค์ขึ้นมา

ในขั้นตอนนี้ การระดมสมองมักจะเป็นแนวคิดที่ดีโดยมีคำถามที่จะต้องตอบดังต่อไปนี้ ปัจจุบันเราทำอะไรที่คุณต้องการจากผู้มีส่วนได้เสีย? แนวคิดและความจำเป็นเร่งด่วนของพวกเขาคืออะไร? คุณกำลังวางแผนที่จะหาเป้าหมายเป็นสมาชิกของชุมชนจากส่วนใด? ในกรณีของคณะกรรมการแม่น้ำโขง ก็มีผู้มีส่วนได้เสียที่มีศักยภาพมากมาย เช่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของประเทศสมาชิก กลุ่มประชาสังคม องค์กรแม่น้ำ และสาธารณชนทั่วไป

ขั้นตอนที่ 2 ผู้ฟังที่เห็นด้วยและสารที่ต้องการจะสื่อ

เมื่อได้มีการตั้งวัตถุประสงค์แล้ว ก็มีความจำเป็นอีกครั้งที่จะต้องระบุผู้ฟังและข้อความหลักที่ต้องการจะนำเสนอสำหรับการรณรงค์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ในที่ที่ต้องใส่ใจและคิดที่จะส่งข้อความให้มั่นใจว่าพวกเขานั้นยังคงเข้ากันได้กับคุณค่าของชุมชน

ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินกิจกรรมในการสื่อสาร

จากการตั้งวัตถุประสงค์ แผนปฏิบัติงานก็ได้รับการพัฒนาขึ้นมาเพื่อเป็นแนวทางและอำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการและติดตามกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง แผนเช่นนี้ควรครอบคลุมถึงผลลัพธ์ กิจกรรม ลำดับเวลา และความรับผิดชอบ เช่น อะไรคือวิธีการที่ดีที่สุดในการเข้าหาผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายของคุณ? พวกเขาจะได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างไร? ระดับการรู้หนังสือของพวกเขาคืออะไร? และอื่นๆ

ขั้นตอนที่ 4 การติดตามและประเมินผล

สุดท้าย ก็มีขั้นตอนการติดตามและประเมินผล คุณจะวัดความสำเร็จของแผนงานได้อย่างไร? คุณจะกำหนดว่ามีกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือไม่ได้อย่างไร?

มีช่องทางในการสื่อสารที่แตกต่างหลากหลายสำหรับแผนงานการเข้าหาชุมชน ต่อไปนี้คือรูปแบบที่ทำให้เกิดแผนงานการเข้าถึงชุมชนได้เป็นการเฉพาะ

วิทยุชุมชน

จากการที่สื่อมวลชนมักจะเข้าไม่ถึงชุมชน สถานีวิทยุที่มุ่งเน้นไปที่ชุมชนและมีการปรับเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับชุมชนจะมีบทบาทสำคัญในการรณรงค์การเข้าหาชุมชน ซึ่งบ่อยครั้งจะเข้าถึงผู้คนจำนวนมากได้ด้วยการจ่ายเงินเพียงเล็กน้อย

หากเป้าหมายของโครงการ เช่น การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สนับสนุนให้หมู่บ้านมีแผนการลดผลกระทบจากน้ำท่วม หรือเพิ่มความจำเป็นในการป้องกันพื้นที่ชุ่มน้ำในระดับท้องถิ่น วิทยุชุมชนสามารถเป็นช่องทางที่มีความสำคัญในการกระจายสารสำคัญเหล่านี้



มีสถานีวิทยุมากมายในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่นเดียวกับกับการใช้วิธีการอย่างง่ายในบางครั้ง เช่น การพูดผ่านลำโพงกระจายเสียงในหมู่บ้าน ดังนั้น คณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติจะเข้าถึงการสื่อสารนี้ได้เช่นไร กิจกรรมเหล่านี้อาจจะรวมไปถึงการดำเนินการเหล่านี้

- การฝึกอบรมผู้สื่อข่าววิทยุชุมชน ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งเป็นกิจกรรมในการเสริมสร้างศักยภาพที่มีความสำคัญ
- จัดการประชุมโต๊ะกลมเพื่อสร้างเครือข่ายกับสถานวิทยุเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยรวมไปถึงการจัดประชุมเพื่ออภิปรายเกี่ยวกับความครอบคลุมในหัวข้อที่เป็นไปได้ที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติได้แนะนำ
- ผูกเรื่องราวกับสถานีวิทยุ โดยมีความมุ่งมั่นไปที่ชุมชนท้องถิ่นเป็นการเฉพาะ เช่น อาจจะมีเวลาที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงสามารถให้การดำเนินการกับสถานีวิทยุท้องถิ่นได้ โดยรวมไปถึงการให้สัมภาษณ์ การรายงานข่าว หรือรวมการให้สัมภาษณ์พิเศษอื่นๆ
- เสนอให้มีผู้ให้สัมภาษณ์จากคณะกรรมการแม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงระดับชาติ โดยเฉพาะหัวหน้าหรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆที่อาจจะเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีในที่นี้
- ให้ชุดเครื่องมือที่จำเป็นและผู้เชี่ยวชาญสำหรับรายการให้ความรู้ทางวิทยุ รายการให้ความรู้มีแนวโน้มที่จะเป็นไปเพื่อเผยแพร่ความรู้และคำแนะนำในการปฏิบัติการในประเด็นเฉพาะด้าน อีกครั้งที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงมีอุปกรณ์ต่างๆที่หลากหลายที่สามารถให้ได้ในส่วนนี้
- ส่งเสริมให้สถานีวิทยุดำเนินการในฐานะที่เป็นพื้นที่ที่สามารถมีส่วนร่วมได้ ซึ่งเป็นสถานที่ที่ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนมุมมองและความรู้ระหว่างกัน ซึ่งอาจจะดำเนินการได้ผ่านการอภิปรายกันในชุมชน หรือการโทรศัพท์เข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการ
- จัดให้มีรายการละครหรือเล่าเล่านิทานที่เป็นไปได้ ที่สามารถทำได้ในรายการวิทยุ ที่มีความมุ่งมั่นไปที่การพัฒนาสารที่ต้องการจะสื่อ ละครต่างๆ เช่น ละครหรือการละเล่นทางวิทยุที่มีแนวโน้มที่จะสร้างความสนใจที่สำคัญให้เกิดขึ้นมาได้ ซึ่งเราสามารถจะสนับสนุนดนตรีที่จะช่วยเพิ่มการพัฒนาสารที่ต้องการจะสื่อได้
- สร้างการโฆษณา หรือสปอตโฆษณาแบบสั้นที่สนับสนุนให้ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมเฉพาะด้าน สิ่งนี้จะเหมือนกันกับการประกาศการให้บริการต่อสาธารณะ

นอกจากวิทยุแล้ว ก็ยังมีรูปแบบรายการบันเทิงและให้ความรู้อื่นๆที่สามารถนำมาใช้เป็นแผนงานการเข้าหาชุมชนได้



ศิลปะการแสดงและละครเร่

ละครเร่ ละครชุมชน การแสดงละครหุ่น และนาฏศิลป์เป็นวิธีการที่ดีในการบอกเล่าเรื่องราวและส่งต่อสารที่ต้องการจะสื่อที่ส่งเสริมให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

ยกตัวอย่างเช่น การละเล่นหรือละคร ที่อาจจะเป็นการออกแบบหรือเขียนขึ้นมาให้ตัวละครแต่ละตัวสะท้อนกลุ่มคนเฉพาะ โดยมีตัวละครในเชิงบวกที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมที่ผู้จัดละครต้องการจะส่งเสริมและมีตัวละครในเชิงลบที่นำเสนอรูปแบบการดำเนินการเก่าๆ จากหนึ่งที่ได้ เช่น การแสดงให้เห็นภาพการบริหารจัดการและดำเนินการด้านการประมงอย่างยั่งยืนที่จะได้รับการสนับสนุน และถูกทำลายไป

ข้อเสนอแนะอื่นๆในการจัดกิจกรรมการละคร

- **ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมจากชุมชน** ทำให้มั่นใจว่าในกรณีต่างๆ เป็นผู้คนระดับท้องถิ่นที่เปลี่ยนแปลงเรื่องราวของพวกเขาจากการได้รับการเปลี่ยนแปลงมาจากสำนักงานคณะกรรมการแม่ข่ายในท้องถิ่น เช่น ในด้านการละคร ก็อาจจะมีกรณีที่นักแสดงจากภายนอกเข้าไปเยี่ยมชมชุมชนเพื่อแสดงละครหรือมีการออกแบบการละเล่นที่ดำเนินการโดยชุมชนท้องถิ่นเอง
- **ใช้คนที่มีความเสี่ยงในท้องถิ่น** มักจะเป็นแนวคิดที่ดีที่จะใช้คนในท้องถิ่นที่เป็นที่รู้จักเพื่อช่วยการสื่อสารของคุณ คุณสามารถใช้ตกลงในท้องถิ่น หรือผู้นำประชาสังคมในท้องถิ่นได้
- **รวบรวมความคิดจากชุมชน** สอบถามชุมชนว่าพวกเขาต้องการการดำเนินการในรูปแบบใด สิ่งใดจะทำงานได้ดีสำหรับพวกเขา? ลองทดสอบแนวคิดต่างๆกับพวกเขา เช่น แสดงภาพตัวอย่างให้พวกเขาเห็นและถามว่า เรื่องราว/วิดีโอเกี่ยวข้องกับอะไร? เกิดอะไรขึ้น?
- **คุณไม่จำเป็นต้องจริงจังจนเกินไป!** การให้การศึกษาผ่านความบันเทิงนั้นเป็นไปเพื่อได้รับการมีส่วนร่วมจากผู้ฟังอย่างจริงจังจนเกินไป และมันเป็นการดีที่จะมีอารมณ์ขันบ้าง
- **รวมรูปแบบต่างๆเข้าด้วยกัน** รูปแบบในการบันเทิง/การศึกษาสามารถรวมกันเป็นรูปแบบอื่นๆได้ เช่น เพลงละคร การเต้นรำ และละครหุ่น มันจะเป็นสิ่งที่จะยอมรับได้หากจะมีการใช้รูปแบบเหล่านี้ทุกอย่าง
- **หลีกเลี่ยงการบรรยาย** พยายามอย่าบรรยายให้ผู้ฟัง ทำให้มันน่าสนใจ บางครั้งอาจจะอยู่ในรูปแบบเรื่องเล่าก็ได้
- **พลังของการสร้าง storyboard** หรือจากดำเนินเรื่องในแต่ละขั้นตอนนั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญในการพัฒนาโครงสร้างและลำดับของรูปแบบการให้การศึกษาเหล่านี้ ใช้การวาดภาพร่างเล็กๆรวมไปกับข้อความที่คุณคิดในการสร้างพล็อตเรื่อง
- **อย่าทำให้เป็นวิชาการและเข้าใจผู้ฟังของคุณ** เป็นสิ่งสำคัญมากที่คุณจะเข้าใจผู้ฟังของคุณและพูดในภาษาของพวกเขา หากมีชาวเขาเป็นจำนวนมาก สร้างการสนทนาโดยพูดคุยเกี่ยวกับประสบการณ์ของพวกเขา และทำแบบเดียวกันหากผู้ฟังหลักเป็นผู้หญิง
- **ศึกษาค้นคว้า** สิ่งนี้เป็นส่วนทั้งหมดของการเตรียมการของคุณ ทำให้มั่นใจว่าคุณใช้การแต่งกายที่เหมาะสมใช้ภาษาในรูปแบบที่ถูกต้อง และเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่น



การดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการละคร

- สนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วม
- ดึงคนดังในชุมชนมาร่วมงาน
- ร้อยเรียงความคิดของคนในท้องถิ่น
- ใช้อารมณ์ขัน
- ประกันว่าทุกคนจะมีส่วนร่วม
- อย่าทำให้เป็นวิชาการจนเกินไป
- ใช้แนวความคิดแบบการสร้าง storyboard
- รับฟังผลตอบรับ วัดความสำเร็จ

- **ทำให้มั่นใจว่าการเข้าร่วมนี้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้** ทำให้มั่นใจว่าทุกคนมีการเข้าถึงการมีส่วนร่วมได้เท่าเทียมกันให้ลองพิจารณาด้านภาษาและความสามารถในการรู้หนังสือด้วยเช่นกัน
- **วัดและได้รับผลลัพธ์จากผลของการสื่อสาร** สิ่งนี้จะช่วยปรับเปลี่ยนการรณรงค์การเข้าถึงการสื่อสารกับชุมชนได้ในอนาคต และสามารถนำมาใช้ได้ก่อนที่จะมีการนำการรณรงค์มาใช้



ให้ถามคำถามต่างๆ เช่น

1. คุณชอบอุปกรณ์หรือไม่? อุปกรณ์เหล่านี้ดึงดูดความสนใจของคุณหรือไม่?
2. คุณเข้าใจสิ่งที่ได้ถูกกล่าวไปหรือไม่?
3. คุณเข้าใจความสำคัญหรือไม่?
4. คุณเห็นความเกี่ยวข้องของเรื่องราวที่ได้แสดงให้เห็นถึงชีวิตของตัวเองด้วยหรือไม่?
5. มีอุปกรณ์เคลื่อนไหวอะไรที่ทำให้คุณรู้สึกประหม่าบ้างหรือไม่?
6. เรื่องเล่าเหล่านี้มันยาวเกินไปหรือสั้นเกินไป?
7. คุณคิดว่าการดำเนินการเหล่านี้จะสนับสนุนให้ผู้คนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหรือไม่?

โปสเตอร์ การเล่าเรื่องผ่านภาพ และภาพวาด

โปสเตอร์ การเล่าเรื่องผ่านภาพถ่าย และภาพวาดต่างๆสามารถมีประสิทธิผลได้อย่างมากในโรงเรียนและชุมชนท้องถิ่น ในฐานะที่เป็นการส่งผ่านข้อความที่ต้องการจะสื่อสาร เช่น คุณอาจจะสนับสนุนแนวทางในการสร้างนวัตกรรมหรืออธิบายด้านดีและผลประโยชน์ของเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำ

ด้านล่างนี้คือตัวอย่างของการเล่าเรื่องผ่านภาพถ่าย ซึ่งเป็นภาพถ่ายที่มีคำบรรยายใต้ภาพที่บอกเล่าเรื่องราวจากธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชียที่สามารถนำมาพัฒนาได้ภายในชุมชนหรือที่อื่นๆ

ในกรณีของโปสเตอร์และการวาดภาพ ซึ่งเป็นกรณีเฉพาะ เมื่อมีการพัฒนาการรณรงค์หรือสนับสนุนชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาของพวกเขาแล้ว ส่งเสริมให้ภาพนั้นง่ายและหนักแน่น และมุ่งเน้นไปที่ประเด็นเดียวในการทำงานแต่ละครั้ง มีเคล็ดลับมากมายในการสื่อสารที่ได้แสดงออกมาให้เห็นในคู่มือนี้และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ เช่น การหลีกเลี่ยงภาษาวิชาการ และมุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์มากกว่ากระบวนการ การรับรู้ของผู้ฟังของตนเอง เน้นอนว่าสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญด้วยเช่นกัน

ช่วยผู้คนกำหนดการสร้างโปสเตอร์ เรียงความ และภาพวาดด้วยเช่นกัน ด้วยการทำให้สิ่งเหล่านี้ เป็นไปในทางเดียวกันกับบริบทท้องถิ่น (เพศ อายุ เสื้อผ้า สัตว์ และฤดูต่างๆ ฯลฯ) เพื่อให้ผู้คนจะสามารถเชื่อมโยงสิ่งเหล่านี้กับตัวพวกเขาเองได้ อีกครั้งถ้าการเขียน storyboard จะมีประสิทธิผลมากในส่วนนี้

เป็นสิ่งที่สำคัญด้วยเช่นกันที่จะทดสอบโปสเตอร์ เรียงความ และภาพวาดกับชุมชนท้องถิ่นก่อนนำไปใช้งานจริง อะไรเกิดขึ้นที่นี่? ได้มีการส่งผ่านสารที่ต้องการจะสื่อหรือไม่? มีสิ่งที่คุณจะเปลี่ยนแปลงหรือไม่? ปรับเปลี่ยนสิ่งเหล่านี้ตามความเหมาะสม

หนังสือเด็กที่มีภาพวาดและภาพต่างๆมากมายก็เป็นช่องทางที่ขอดีเยี่ยมในการสื่อสาร หนังสือเช่นนี้สามารถนำมารวมเข้าไว้ในหลักสูตรการศึกษาและนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของแผนงานการเรียนรู้หนังสือได้

เครื่องมือในการสื่อสารเช่นโปสเตอร์ ภาพถ่าย เรียงความ และภาพวาดเช่นนี้สามารถถูกนำมาใช้เป็นการมีส่วนร่วมในการสื่อสารได้ เช่น คุณสามารถจัดการประกวดโปสเตอร์ได้ และส่งเสริมให้คนในชุมชนทำงานของตัวเองและชิงรางวัลประเภทในการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมนี้สามารถมีประสิทธิผลได้เป็นอย่างมากเพื่อที่จะส่งเสริมเนื้อหาใจความหลักที่ต้องการจะสื่อสารในระดับชุมชนท้องถิ่นได้



เขื่อน Sermo Dam ที่ถูกสร้างขึ้นในช่วงทศวรรษ 1990 ในจังหวัดยอร์กยาการ์ตา ในอินโดนีเซียยังคงเป็นแหล่งน้ำที่สามารถพึ่งพาได้สำหรับกับชาวนาและชาวบ้านท้องถิ่น



การทำสวนเป็นการทำงานที่ใช้ร่างกายอย่างเหน็ดเหนื่อยมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการขุดเคลนน้ำ ซึ่งส่งผลให้มีผลผลิตที่น้อยลง การทำสวนกลายมาเป็นกิจกรรมที่ไม่ได้รับรางวัลและเป็นการคุกคามความมั่นคงทางอาหาร



เขื่อนได้ปรับปรุงการเกษตรในพื้นที่โดยให้ระบบการชลประทานสามช่องทางที่ครอบคลุมพื้นที่มากกว่า 7,000 เฮกเตอร์ ซึ่งมีครอบครัวมากกว่า 18,000 ครอบครัวที่ได้ประโยชน์

กิจกรรมต่างๆในชุมชน



การใช้กิจกรรมของชุมชนเป็นช่องทางหลักในการเข้าหาชุมชนมักจะเป็นช่องทางในการสื่อสารที่มีประสิทธิผล อย่างไรก็ตาม เป็นสิ่งสำคัญที่จะบันทึกไว้ว่าสิ่งเหล่านี้มักจะช่วยให้คุณเข้าถึงผู้คนได้ง่ายมากกว่าการร้องขอให้พวกเขาเข้ามาหาคุณ

ยกตัวอย่างเช่น คุณอาจจะพิจารณาการตั้งบู๊ทหรือโต๊ะในการจัดกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากชุมชนหรือมีการเพิ่มวาระการประชุมของคุณเข้าไปในการประชุมประจำเดือนของหมู่บ้าน สิ่งเหล่านี้จะประสบความสำเร็จมากกว่าการจัดกิจกรรมแยกออกมาเอง

ในที่ประชุมเหล่านี้ สามารถใช้วิดีโอเพื่อบันทึกการโต้แย้งและการประชุมในระดับชุมชนท้องถิ่นและเล่นย้อนหลังได้ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความตระหนักรู้ว่าได้มีการอภิปรายไปในประเด็นใดบ้าง วิดีโอสามารถนำมาใช้เพื่อช่วยแสดงความคิดเห็นผู้คนได้ ซึ่งผู้คนมักจะรู้สึกสะดวกใจน้อยลงเมื่อจะต้องยืนพูดต่อหน้าผู้ฟัง

11

สื่อออนไลน์ – วิธีทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด

วันนี้ สังคมออนไลน์นั้นมีอยู่อย่างแพร่หลายในชีวิตส่วนตัวและชีวิตการทำงานของพวกเรา ธุรกิจและองค์กรต่างๆรอบโลกกำลังใช้ช่องทางในการสื่อสารนี้ เช่น ลิงคอิน, ทวิตเตอร์, โลง์ และเพื่อที่จะสื่อสารข้อความของพวกเขา เช่นเดียวกันที่ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายของคณะกรรมการแม่น้ำโขงจำนวนมากกำลังมองหาข้อมูลข่าวสารในสื่อออนไลน์

ในส่วนนี้จะเป็นการพิจารณาช่องทางสังคมออนไลน์ที่มีการใช้อย่างแพร่หลายและได้สร้างแนวทางอย่างหยาบๆในการใช้งาน อย่างไรก็ตาม ในส่วนนี้จะไม่ได้ระบุกฎเกณฑ์เฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อออนไลน์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขง เนื่องจากจะมีการพัฒนาการดำเนินการดังกล่าวเป็นการภายในในส่วนงานด้านการสื่อสาร ซึ่งโดยหลักการแล้ว การโพสต์เนื้อหาบนเว็บไซต์อย่างเป็นทางการและสังคมออนไลน์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขงควรจะได้รับ การคัดกรองจากคณะทำงานด้านการสื่อสารเพื่อคงไว้ซึ่งข้อความที่เกี่ยวข้องกัน

- ผู้ชนะสื่อออนไลน์
- ลิงคอิน
- เฟซบุ๊ก
- ทวิตเตอร์
- บล็อก
- การตัดสินใจว่าจะใช้สื่อในช่องทางใด

ผู้ชนะในสื่อออนไลน์

อำนาจในการใช้สื่อออนไลน์นั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุด ซึ่งจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดเครือข่าย “ผู้ชนะในสื่อออนไลน์” ซึ่งบุคคลดังกล่าวจะเป็นผู้ที่ติดตามกิจกรรมในสื่อออนไลน์และประกันว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงจะยังเป็นศูนย์กลางในการอภิปรายเช่นเดียวกันกับการสนับสนุนการอภิปรายโดยตรงในนามของคณะกรรมการแม่น้ำโขง ซึ่งความรับผิดชอบเหล่านี้ควรจะรวมไปถึงการดำเนินการต่างๆ เช่น การโพสต์เรื่องราวต่างๆบนเฟซบุ๊ก การเขียนบล็อก หรือการโพสต์ตำแหน่งงานลงใน ลิงคอิน

อย่างไรก็ตาม ก็เป็นสิ่งสำคัญที่ควรจะได้กล่าวไว้ในที่นี้ว่าการสร้างกลุ่มสังคมออนไลน์ของเจ้าหน้าที่ในคณะกรรมการแม่น้ำโขงนั้นจะเป็นประโยชน์ได้ก็ต่อเมื่อคณะทำงานด้านการสื่อสารได้เป็นผู้ประสานงานส่วนกลาง ซึ่งจะเป็นการกระจายข้อมูลข่าวสารที่คงเส้นคงวา

เป็นสิ่งที่สำคัญเช่นเดียวกันที่จะสร้างความแตกต่างระหว่างการใช้สื่อออนไลน์โดยเจ้าหน้าที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงเป็นการส่วนตัวและการมีช่องทางสังคมออนไลน์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขงอย่างเป็นทางการ คณะกรรมการแม่น้ำโขงไม่ควรจะเข้าไปรบกวนการใช้บัญชีสื่อออนไลน์ของบุคลากรยกเว้นแต่ว่าการดำเนินการของพวกเขาจะเป็นอันตรายต่อองค์กร แต่อย่างไรก็ตาม ก็ควรมีการควบคุมเมื่อมีการโพสต์ความคิดเห็นออกมาในนามของคณะกรรมการแม่น้ำโขง

จากที่ได้กล่าวมาแล้ว ด้านล่างนี้คือเคล็ดลับบางประการที่ผู้ชนะในสื่อออนไลน์ดำเนินกิจกรรมและส่วนประกอบที่จำเป็นสำหรับการณรงค์ทางสื่อออนไลน์

- **มีเป้าหมายที่ชัดเจน** มีความชัดเจนว่าคุณต้องการจะประสบความสำเร็จในการณรงค์ผ่านสื่อออนไลน์ในด้านอะไร ใช้ขั้นตอนเดียวกันในการพัฒนากลยุทธ์ในการสื่อสารหรือทำให้มั่นใจว่าสิ่งเหล่านี้จะสนับสนุนการณรงค์ที่มีอยู่
- **เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ** อย่ารู้สึว่าคุณจะต้องระดมโพสต์บนช่องทางสื่อออนไลน์ตลอดเวลา หากสิ่งนั้นหมายถึงการเลือกช่องทางในการสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ ให้ดำเนินการได้เลย
- **มีการปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยอยู่เสมอ** เป็นสิ่งสำคัญที่จะมีการปรับปรุงเนื้อหาอยู่เสมอ หากคุณไม่ได้โพสต์มาเป็นระยะเวลาหลายเดือน ผู้ติดตามคุณก็จะหายไป
- **ทำให้มั่นใจว่าคุณตอบทุกความคิดเห็น** ผู้คนที่ตอบมาต้องการการมีส่วนร่วมและขึ้นอยู่กับว่าคุณจะให้เขามีส่วนร่วมกับพวกเขาหรือไม่ ซึ่งวิธีการเหล่านี้เป็นการที่คุณจะสร้างปฏิสัมพันธ์ที่เป็นพลวัตระหว่างคุณกับผู้ติดตาม
- **สอบถามผู้ติดตามของคุณ** สังคมออนไลน์ให้โอกาสคุณในการทำการสำรวจจากสถานการณ์จริง อย่างลัวที่จะสอบถามผู้ติดตามของคุณว่ารูปแบบข้อมูลข่าวสารใดที่พวกเขาต้องการจะเห็น สิ่งเหล่านี้สามารถทำได้ผ่านการโพสต์คำถามปลายเปิดหรือให้คำถามแบบมีคำตอบหลายตัวเลือกเพื่อที่พวกเขาจะได้ตอบสนองต่อคุณได้
- **ใช้สื่อทั้งหมด** อย่ายึดติดกับการปรับปรุงข้อมูลด้านเนื้อหาของคุณ ใช้สื่อทั้งหมดตั้งแต่วิดีโอจนถึงภาพถ่ายในลิงคของเว็บไซต์
- **ทำให้ชัดเจนเมื่อคุณกำลังได้มุมมองส่วนตัวของคุณหรือพูดในนามคณะกรรมการแม่น้ำโขง** ซึ่งสิ่งนี้จะทำให้เกิดความสับสนได้ ในฐานะที่เป็นกฎ ช่องทางสื่อออนไลน์ทั้งหมดที่เป็นทางการของคณะกรรมการแม่น้ำโขง เช่น LinkedIn และ Twitter ควรจะเป็นช่องทางที่เป็นทางการ หากคุณกำลังแสดงมุมมองส่วนตัว คุณควรจะทำให้ชัดเจนด้วยเช่นกัน

- ทำให้มั่นใจว่าคุณไม่ได้โพสต์เนื้อหาอะไรก็ตามออกสู่สังคมออนไลน์ในรูปแบบสาธารณะที่จะทำให้ภาพลักษณ์ของคณะกรรมการแม่น้ำโขงเสื่อมเสีย หากคุณสงสัย ให้สอบถามคณะทำงานด้านการสื่อสาร
- ตระหนักถึงกฎเกณฑ์ในด้านลิขสิทธิ์ เมื่อคุณยกคำกล่าวของบุคคลที่สาม ทำให้มั่นใจว่าคุณได้อ้างอิงแหล่งที่มาอย่างชัดเจน
- มีความสุภาพและมีมารยาทอยู่เสมอ หลีกเลี่ยงการโต้เถียงหากคุณไม่เห็นด้วยกับความคิดเห็นของผู้ใช้บางคน ให้แสดงความสงบและสุภาพไว้ตลอดเวลา

ในส่วนต่อไปนี้จะมองไปที่ช่องทางสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด



ลิงค์อิน

ในฐานะที่เป็นช่องทางในการสร้างเครือข่ายทางสังคมที่มุ่งเน้นไปทางธุรกิจ LinkedIn ก็ได้ให้ทางเลือกในการสื่อสารที่หลากหลายสำหรับคณะกรรมการแม่น้ำโขง

คณะกรรมการแม่น้ำโขงมีเพจ LinkedIn คือ (<https://www.linkedin.com/company/mekong-river-commission-secretariat/>), มีช่องทางมากมายที่สามารถปรับปรุงและใช้ให้เกิดผลสูงสุดได้

- **สร้างประวัติความเป็นมาขององค์กรอย่างเข้มแข็ง** การมีประวัติที่เข้มแข็งจะช่วยให้คุณโดดเด่นจากคนอื่น ๆ ทำให้มั่นใจว่าคุณได้ใส่ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสิ่งที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงได้ดำเนินการและสื่อสารข้อความหลักลงในเพจ เช่นเดียวกัน ทำให้เพจหลักของคุณสดใหม่โดยมีภาพถ่ายที่น่าดึงดูดใจ เป็นสิ่งสำคัญเช่นเดียวกันที่จะเพิ่มการโปรโมตเว็บไซต์ (SEO) ในหน้าประวัติ (แม่น้ำโขง ทรัพยากรน้ำ การบริหารจัดการน้ำอย่างบูรณาการ ฯลฯ) เพื่อให้ผู้คนจะได้ค้นหาคุณบนอินเทอร์เน็ตผ่านคำค้นเหล่านี้
- **หน้าแสดงผลงาน** สำหรับเรื่องราวเฉพาะด้าน โครงการ หรือการริเริ่มต่างๆ คณะกรรมการแม่น้ำโขงอาจจะพิจารณาหน้าแสดงผลงานด้วยเช่นกัน ซึ่งหน้าแสดงผลในแต่ละหน้านี้นี้จะมีข้อความเฉพาะที่สามารถเสริมเกียรติประวัติของคณะกรรมการแม่น้ำโขงได้
- **สร้างกลุ่ม** มองไปที่การสร้างกลุ่มสำหรับผู้มีส่วนได้เสียที่มีความสนใจเพื่ออำนวยความสะดวกพวกเขาให้อภิปรายเกี่ยวกับแม่น้ำโขง คณะกรรมการแม่น้ำโขงสามารถเป็นผู้นำได้ในการอภิปรายเหล่านี้และใช้พื้นที่ดังกล่าวเป็นการแนะนำนโยบาย รายงานใหม่ๆ และสิ่งอื่นๆ ที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงต้องการจะนำเสนอ อย่างไรก็ตาม เป็นสิ่งสำคัญในส่วนนี้ที่จะไม่ใช้กลุ่มเพียงเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานของคณะกรรมการแม่น้ำโขงเพียงอย่างเดียว ควรจะเป็นกลุ่มที่ส่งเสริมให้เกิดการอภิปรายอย่างเปิดกว้างและเป็นพลวัต ในฐานะที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงมีบทบาทเป็นกระบวนกร ที่มีความสำคัญที่จะต้องมีการดำเนินการเชิงรุกในการจัดการสิ่งเหล่านี้
- **มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มอื่นๆ** พยายามเข้าร่วมกลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายของคณะกรรมการแม่น้ำโขง เมื่อคุณได้เข้าร่วมกลุ่มเหล่านั้นแล้ว คุณก็สามารถที่จะสนับสนุนการโพสต์หัวข้อในการอภิปรายหรือให้ความคิดเห็นในกระทู้อื่นๆ ได้ ในวิธีการนี้คุณสามารถชี้ให้เห็นถึงความโดดเด่นของคณะกรรมการแม่น้ำโขงในการมีความรู้เกี่ยวกับหัวข้อต่างๆ และจะทำให้มีผู้ติดตามคุณโดยตรงในหน้าเพจถึงคือน



- **โพสต์ประกาศหางาน** LinkedIn เป็นช่องทางที่ยอดเยี่ยมในการโพสต์ประกาศหางานและมุ่งเน้นให้เห็นว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงเป็นสถานที่ที่น่าสนใจที่จะมาทำงานด้วย
- **การวิเคราะห์เพจ** การวิเคราะห์เพจเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับการค้นหาว่าอะไรทำงานได้ดีและทำงานได้ไม่ดีบน LinkedIn ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถนำมาใช้เพื่อทดสอบความถนัด เนื้อหา และรูปแบบของเพจ



เฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊กเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมคณะกรรมการแม่น้ำโขง (<https://www.facebook.com/mrcmekong>) และเป็นช่องทางที่กำลังใช้อยู่ในปัจจุบัน

ด้านล่างนี้คือข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างประวัติส่วนตัวบนเฟซบุ๊กให้มีความเข้มแข็ง

- **มีเป้าหมายและกลยุทธ์ที่ชัดเจน** เช่นเดียวกันกับการรณรงค์ด้านการสื่อสารอื่นๆ ก็มีความสำคัญที่จะต้องมีความชัดเจนว่าคุณต้องการจะได้อะไรจากเฟซบุ๊ก ข้อความหลักใดที่คุณต้องการจะสื่อและคุณต้องการจะดึงดูดผู้ฟังประเภทใดเข้ามาในเพจ?
- **โฆษณาหน้าเฟซบุ๊กเพจของคุณ** ทำให้มั่นใจว่าคุณได้โฆษณาเพจในองค์กรและผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายของคุณ ใส่รายละเอียดลงไป ในนามบัตร หัวข้ออีเมล เว็บไซต์ และอื่นๆ และทำเช่นเดียวกันในกรณีของ ลิงค์อิน และ ทวิตเตอร์
- **ทำให้เนื้อหามีความทันสมัยอย่างสม่ำเสมอ** สิ่งนี้เป็นสิ่งจำเป็น ไม่ว่าจะเป็นวันละครั้งหรืออาทิตย์ละ 3-4 ครั้ง หากคุณหยุดโพสต์เนื้อหา ผู้คนก็จะหยุดการเข้าเยี่ยมชมหน้าเพจอย่างรวดเร็ว
- **ทำให้มั่นใจว่าคุณได้สร้าง “เสียงของมนุษย์”** ให้กับองค์กร ทำให้มั่นใจว่ารูปแบบการโพสนั้นเป็นจริงและเป็นที่ยอมรับ หลีกเลี่ยงการใช้คำวิชาการและคำศัพท์เฉพาะ
- **ส่งเสริมการแสดงความคิดเห็นและการให้ผลลัพธ์** พยายามและประกันว่าเพจของคณะกรรมการแม่น้ำโขงนั้นเป็นพื้นที่ที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนได้และหากผู้คนตอบสนองความคิดเห็นของคุณ ทำให้มั่นใจว่าคุณตอบกลับพวกเขาให้เร็วที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ผู้อ่านของคุณจะรู้สึกถึงความมีชีวิตชีวาในการมีส่วนร่วม
- **ใช้ภาพและวิดีโอเป็นอย่างดี** ทำให้เพจมีความน่าสนใจในการเข้าชมโดยมีเครื่องมือในการสื่อสารต่างๆ ที่หลากหลายที่จะดึงดูดผู้เข้าชม
- **เน้นกิจกรรม** ทุกเดือน ผู้คนกว่า 400 ล้านคนบน Facebook ใช้ปุ่มกิจกรรมเพื่อเข้าร่วมกับกิจกรรมต่างๆ เป็นการเฉพาะ ทำให้มั่นใจว่าคณะกรรมการแม่น้ำโขงใช้มันอย่างมีประสิทธิภาพบน Facebook ซึ่งกิจกรรมเหล่านั้นอาจรวมไปถึงการประชุม สัมมนา หรือการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ล่าสุด

- คิดถึงเครื่องมืออื่นๆ มีเครื่องมืออื่นๆที่สร้างการมีปฏิสัมพันธ์ได้และคุณอาจจะพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของหน้าเพจเฟซบุ๊ก เช่น การสำรวจหรือการประกวดต่างๆ จะเป็นการสร้างส่วนประกอบให้กับการรณรงค์การสื่อสารอื่นๆได้
- แบ่งปันข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ เพื่อที่จะเป็นแหล่งข้อมูลที่มีคุณค่า เพจเฟซบุ๊กควรจะไม่โฆษณาแต่เพียงคณะกรรมการแม่ข่าย แต่ยังรวมถึงโครงการและงานวิจัยจากองค์กรอื่นๆด้วยเช่นกัน
- พิจารณาการวิเคราะห์ เมื่อเพจของคุณดึงดูดผู้อ่านมากขึ้น พิจารณาเครื่องมือในการวิเคราะห์ที่จะค้นหาว่าพวกเขาเหล่านั้นเป็นอย่างไร ซึ่งทั้งเฟซบุ๊ก และ กูเกิ้ลได้เสนอทางเลือกไว้ให้แล้ว และมีช่องทางอื่นๆในการวิเคราะห์เว็บไซต์ให้เลือกรด้วยเช่นกัน



ทวิตเตอร์

ในขณะนี้ คณะกรรมการแม่ข่ายมีหน้าเพจทวิตเตอร์ คือ (<https://twitter.com/mrcmekong/status/374721827161243648>) ซึ่งยังไม่ได้ถูกใช้ในช่วงเวลาที่ผ่านมาก่อนหน้านี้ เพจเช่นนี้มีศักยภาพและเป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่มีคุณค่า เช่น การกระจายข้อมูลการพยากรณ์อุทกภัย และข่าวต่างๆ

องค์การระหว่างประเทศมากมาย เช่น องค์การอนามัยโลก และกองทุนระหว่างประเทศเพื่อพัฒนาเกษตรกรรมเป็นผู้ที่ใช้ทวิตเตอร์อย่างแพร่หลาย นี่คือการแนะนำบางประการเกี่ยวกับวิธีการที่คณะกรรมการแม่ข่ายจะใช้ฟีดทวิตเตอร์ให้ได้ประโยชน์มากที่สุด

- สร้างทวิตที่สมบูรณ์แบบ คุณมีตัวอักษรเพียง 140 คำที่จะดึงดูดความสนใจของผู้คนได้ บางครั้งก็อาจจะเป็นการใช้คำกล่าวของผู้คนที่น่าประทับใจ ซึ่งเป็นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์หรือเป็นพาดหัวข่าวประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้ฟังของคุณต้องการอ่านเพิ่มเติมอยู่เสมอ
- ทำให้มั่นใจว่าคณะกรรมการแม่ข่ายทวิตอยู่เป็นประจำ แนวคิดที่ดีในการโพสต์ก็อย่างน้อยควรโพสต์วันละทวิตหรืออย่างน้อย 3 ทวิตต่อหนึ่งอาทิตย์ เพื่อที่ผู้ติดตามของคณะกรรมการแม่ข่ายจะได้ทราบว่าองค์การนี้ควรค่าต่อการติดตามและได้โพสต์เนื้อหาที่มีคุณค่า
- อย่ากลัวที่จะทวิตซ้ำ ผู้คนมากมายมองเพียงทวิตล่าสุดในไทม์ไลน์ของพวกเขา อย่ากลัวที่จะทวิตซ้ำ (หรือกล่าวใหม่โดยใช้รูปแบบอื่นๆที่แตกต่าง)
- ใช้ภาพที่ดี การทวิตโดยใช้ภาพเพิ่มเติม (เช่น ผ่านอินสตาแกรม) มีแนวโน้มที่จะส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมที่มากขึ้น พิจารณาอยู่เสมอว่าภาพนั้นๆสามารถช่วยอธิบายหรือทำให้ประเด็นของคุณแข็งแกร่งขึ้นหรือไม่
- เพื่อที่จะนำคุณต้องเรียนรู้การเป็นผู้ตาม การเลือกผู้คนและองค์กรที่จะติดตามเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของบัญชีทวิตเตอร์ของคณะกรรมการแม่ข่าย แนวทางที่ดีที่สุดในการค้นหาผู้คนและติดตาม (ผู้ที่หวังว่าจะติดตามคุณ) คือการค้นหาทวิตที่ใช้หัวข้อแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการแม่ข่าย
- โฆษณาสื่อที่ใช้ทวิตเตอร์ของคณะกรรมการแม่ข่าย มองหาช่องทางที่จะโฆษณาสื่อที่ใช้ของคณะกรรมการแม่ข่ายอยู่อย่างสม่ำเสมอในรูปแบบใดก็ตามที่เป็นไปได้ จากส่วนท้ายของอีเมลจนถึงนามบัตร หรือการสิ้นสุดการนำเสนอบนสไลด์ PowerPoint

- หากคุณยังสนทนาต่อ ทำให้เป็นออฟไลน์ ในขณะที่มันเป็นสิ่งยอมรับได้ในทวิตแรกๆที่จะย้อนกลับขึ้นมาและทำให้ผู้คนได้เห็นเป็นสาธารณะ หลังจากนั้นก็เป็นภาระที่ควรที่จะโทรศัพท์หรืออีเมลกลับไป ผู้คนไม่ต้องการที่จะดูการสนทนาส่วนตัวของคุณ
- ใช้ @ และ # (แฮชแท็ก) ให้เกิดประโยชน์สูงสุด สัญลักษณ์ @ นั้นจะถูกใช้เมื่อมีการทวิตอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อแจ้งเตือนผู้คนหรือองค์กรว่าคุณกำลังพูดคุยอยู่กับพวกเขา ซึ่งมักจะเป็นวิธีการที่ดีในการเสริมสร้างความสัมพันธ์และโฆษณาการมีอยู่ของคณะกรรมการแม่ข่าย เช่นเดียวกันที่คุณสามารถใช้สัญลักษณ์ # (ที่เรียกว่าแฮชแท็ก) ต่อหน้าคำสำคัญที่จะทำให้ค้นหาและริเริ่มการอภิปรายได้
- เชื่อมโยงไปยังแหล่งอื่นๆ ทวิตเตอร์ (เหมือนกับเฟซบุ๊กและลิงก์อิน) เป็นช่องทางที่เชื่อมต่อในการเชื่อมโยงและโฆษณาที่จะสร้างขึ้นที่ได้ก็ดี เช่น การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ หรือการนำเสนอล่าสุดของคณะกรรมการแม่ข่ายที่สามารถนำมาโฆษณาผ่านทวิตเตอร์ได้
- ใช้เนื้อหาจากแหล่งอื่น คุณไม่จำเป็นต้องโพสต์เนื้อหาเดิมด้วยตัวคุณเอง การแบ่งปันเนื้อหาจากแหล่งข้อมูลอื่นจะทำให้คณะกรรมการแม่ข่ายกลายเป็นกระบวนกรที่สำคัญและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่
- อย่าทำเพียงแค่เผยแพร่ข่าว ทวิตเตอร์เป็นการสร้างความเชื่อมโยงและบอกเล่าเรื่องราว อย่าใช้มันเป็นเพียงฟีดข่าว
- พิจารณาการมีบัญชีผู้ใช้ทวิตเตอร์มากกว่าหนึ่งบัญชี บ่อยครั้งที่องค์กรมีทวิตเตอร์ขององค์กรและทวิตเตอร์ส่วนตัวของประธานกรรมการเจ้าหน้าที่บริหาร เช่น ผู้บริหารของ UNDP ทำการทวิตถึง 12 ครั้งต่อวัน



การส่งเสริมข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านทวิตเตอร์

“รัฐบาลฝรั่งเศสจ่ายเงินเพิ่ม 1 ล้านยูโรเพื่อให้ข้อมูลพยากรณ์น้ำท่วม/ฝนแล้ง ซึ่งเป็นข้อมูลด้านอุทกศาสตร์ตามลำดับช่วงเวลาที่มีความสำคัญสำหรับแม่น้ำโขง
<http://goo.gl/2ibAmb>.”



“ทวิตเตอร์เป็นช่องทางที่สมบูรณ์แบบที่จะกล่าวถึงชาวผู้มีที่ดินน้อยและการพัฒนาชนบท ซึ่งหัวข้อเหล่านี้มักจะถูกมองข้ามจากสื่อกระแสหลัก พวกเรายังคงมองหาผู้ฟังเบื้องต้นของเรา (ผู้ออกนโยบาย) ที่มีความเคยชินกับสื่อประเภทนี้ แต่พวกเรากำลังมองหาคนกลุ่มใหม่ที่ไม่รู้อะไรเกี่ยวกับประเด็นนี้และผู้ที่ไม่เคยเข้าถึงสื่อแบบดั้งเดิมมาก่อนเลย” กองทุนระหว่างประเทศเพื่อพัฒนาเกษตรกรรม

การคิดอย่างสร้างสรรค์บนสื่อออนไลน์

ในวันห้องน้ำโลก องค์การอนามัยโลกขอให้ผู้ติดตามส่งภาพห้องน้ำของพวกเขา มา โดย WHO ใช้คำพูดว่าสิ่งนี้จะเป็นการสนับสนุนความเข้าใจว่า “การไม่มีห้องน้ำนั้นเป็นอย่างไร”

หลังจากการประชุมสุดยอด G8 แล้ว IFAD สร้างการสัมภาษณ์เสมือนจริงกับประธาน Kanayo Nwanze บนทวิตเตอร์ว่า “เป็นการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ติดตามทวิตเตอร์ ซึ่งเป็นการเพิ่มมุมมองและขอให้ผู้ติดตามถามคำถามที่ดีที่สุด ยากที่สุด และถูกต้องทางการเมืองน้อยที่สุด” IFAD กล่าว



บล็อก

บล็อกเป็นช่องทางหนึ่งที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารแบบออนไลน์ และหากเขียนออกมาได้ดีก็มีแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อบทบาทในฐานะที่เป็นบันทึกประจำวัน การอภิปรายอย่างกว้างขวาง และเป็นช่องทางในการนำเสนอข้อโต้แย้งในเวลาเดียวกัน

บล็อกประกอบด้วยข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลโครงการ เช่นเดียวกันกับข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นต่อประเด็นหัวข้อใดๆ ก็ตาม และมักจะส่งเสริมการสื่อสารแบบสองทางผ่านการสร้างความสามารถให้ผู้อ่านโพสความคิดเห็นได้ การสร้างบล็อกจะเป็นช่องทางที่ยอดเยี่ยมในการนำเสนอผลงานโครงการเฉพาะด้าน หรือการรณรงค์ที่จะทำให้ผู้คนเข้ามามีส่วนร่วม

บล็อกโดยทั่วไปนั้นจะมีหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับคณะกรรมการแม่ข่าย โดยรวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การประมง หรือการลดผลกระทบจากอุทกภัย

แนวทางบางประการในการเขียนบล็อก

- ทำให้เป็นเรื่องเล่าและมีประเด็นที่ต้องการจะนำเสนออย่างง่าย ๆ และมุ่งเน้นไปที่สารหลักที่ต้องการจะสื่อ
- ทำให้เป็นเรื่องส่วนตัวและบอกเล่าเรื่องราวของคุณ สิ่งนี้จะทำให้โดดเด่นออกมาจากกลุ่มผู้คน บล็อกที่ดีที่สุดคือบล็อกที่มีความมุ่งมั่นตั้งใจ ที่ออกมาจากหัวใจ และเกี่ยวกับสิ่งที่มีผลต่อตัวคุณ เช่น หลีกเลี่ยงการรายงานแบบแห้งแล้งในการประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการรักษาหรือ!
- อย่ากลัวที่จะมีความขัดแย้งบ้างเล็กน้อย ข้อเท็จจริงก็คือคุณจะไม่สามารถทำให้ทุกคนพอใจได้ อย่าขัดแย้งเพียงเพราะคุณต้องการเอาใจผู้คนเท่านั้น



i หัวข้อบล็อกของคณะกรรมการแม่ข่ายที่เป็นไปได้

- “อันตรายจากการกัดเซาะของดินในสามเหลี่ยมปากแม่น้ำโขง”
- “ความจำเป็นที่จะต้องมีการเล่าเรื่องใหม่เกี่ยวกับข้อดีและข้อเสียของการพัฒนาเขื่อนไฟฟ้าพลังน้ำในแม่น้ำโขง”
- “ความจำเป็นสำหรับการมีแนวทางการวางแผนลุ่มน้ำอย่างบูรณาการ”
- “การลดผลกระทบจากน้ำท่วมจะต้องเริ่มต้นจากระดับท้องถิ่น”

- พิจารณาให้มีการเรียกร้องให้ดำเนินการ ถามว่าคุณอยู่เสมว่าต้องการให้ผู้อ่านของคุณทำอะไรหลังจากอ่านบล็อกของคุณ
- ทำให้มั่นใจว่าคุณเขียนบล็อกอย่างสม่ำเสมอและส่งเสริมให้ผู้คนมีส่วนร่วม หากคุณไม่ได้เขียนอย่างสม่ำเสมอ ผู้คนก็จะลืมสิ่งนี้ไป
- เมื่อคุณได้สร้างผู้ฟังขึ้นจากการเขียนบล็อกแล้ว ให้ศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมว่าพวกเขาสนใจในเรื่องใด บางคนอาจจะประเมินได้จากส่วนของความคิดเห็น ช่องทางอื่นที่มีประโยชน์ก็คือการถามคำถามกับผู้อ่านของคุณ
- ระดมสมองกับเพื่อนร่วมงานอย่างสม่ำเสมอ เป็นสิ่งสำคัญที่จะมีแนวคิดและมุมมองใหม่ๆ ที่เข้ามา
- พึงระลึกไว้ว่าบล็อกที่สร้างปฏิสัมพันธ์จะช่วยสนับสนุนคุณในการดำเนินการบนสื่อออนไลน์อื่นๆ เช่น โฆษณา บล็อกบนทวีตเตอร์และขอให้พวกเขาติดตามคุณทางเฟซบุ๊กในช่วงท้ายของบล็อก

มีพื้นที่ในการพูดคุยออนไลน์และเว็บไซต์ที่จะสร้างเครือข่ายอีกมากมาย หากคุณยังไม่พร้อมที่จะเข้าร่วม ลองดูว่าจะมีความเชื่อมโยงใดๆ กับคณะกรรมการแม่ข่ายหรือไม่และพยายามจะคงไว้ คุณจะไม่มีทางรู้เลยว่าใครจะเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่ในการพูดคุยออนไลน์และคุณจะติดต่อกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของคุณได้อย่างไร จดจำไว้ว่าคุณต้องมีความเป็นมืออาชีพอยู่ตลอดเวลา

การกำหนดว่าจะใช้ช่องทางใดในการสื่อสาร



Facebook

- ใช้ได้ทั้งบัญชีส่วนตัวและบัญชีที่เป็นทางการ
- ได้รับความนิยมสูงสุด
- มีการเผยแพร่ไปยังประชากรเป็นจำนวนมากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางอื่นๆ ทุกช่องทาง
- สร้างความรู้เกี่ยวกับองค์กรได้มากที่สุด



LinkedIn

- มีเป้าหมายอยู่ที่ชุมชนวิชาชีพ
- เป็นช่องทางที่ดีในการสร้างเครือข่ายและจ้างงาน
- เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสำหรับผู้ตัดสินใจนโยบายในระดับอาวุโส ผู้จัดทำนโยบาย และนักวิชาการ



Twitter

- ใช้ได้ทั้งบัญชีส่วนตัวและบัญชีที่เป็นทางการ
- เป็นพื้นที่ที่แข็งแกร่งในการสร้างความสัมพันธ์และติดตามประเด็นต่างๆ
- ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้เสียหลัก
- เข้ากันได้ดีกับช่องทางสื่อออนไลน์และการโฆษณาอื่นๆ
- มีประสิทธิภาพมากในการค้นหาผู้ฟังที่ไม่ใช้ช่องทางในการสื่อสารแบบดั้งเดิม



Instagram

- ประชากรที่มีอายุน้อย ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 30 ปี
- เป็นช่องทางที่ดีที่สุดในการโพสภาพและวิดีโอที่น่าสนใจ



สรุป

เป็นที่คาดหวังว่าคู่มือเล่มนี้จะช่วยให้เครื่องมือและวิธีการดำเนินการสำหรับคณะกรรมการ
แม่น้ำโขงและคณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติในการสื่อสารกับผู้รับสารหลัก

ในขณะที่บทบาทของคู่มือนี้ได้ระบุวัตถุประสงค์การดำเนินงานไว้เฉพาะด้าน ภาพรวมโดย
ทั่วไปของคู่มือนี้ก็ถูกออกแบบมาเพื่อให้เจ้าหน้าที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงและเจ้าหน้าที่
คณะกรรมการแม่น้ำโขงแห่งชาติมีความมั่นใจมากขึ้นในการสื่อสารโดยมีเป้าหมายสูงสุดคือ
การเพิ่มระดับความรู้ของคณะกรรมการแม่น้ำโขง ซึ่งจะได้มีการแนะนำให้มีการฝึกอบรม
เพื่อสนับสนุนประเด็นสำคัญบางประการที่หยิบยกขึ้นมาในคู่มือนี้

ในช่วงเวลาที่มีเสียงสะท้อนและข้อคิดเห็นมากขึ้นในสาธารณะมากกว่าที่เคย และในช่วงเวลา
ที่คณะกรรมการแม่น้ำโขงได้ดำเนินการพิสูจน์ตัวตนและบทบาทของตนต่อไป พวกเราเชื่อ
ว่าคู่มือนี้จะสร้างสิ่งสำคัญในด้านการสื่อสารให้กับคณะกรรมการแม่น้ำโขงในปัจจุบันและ
อนาคต



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

จัดทำโดยฝ่ายบริหารการสื่อสารสำหรับคณะกรรมการแม่น้ำโขง ©MRC สงวนลิขสิทธิ์