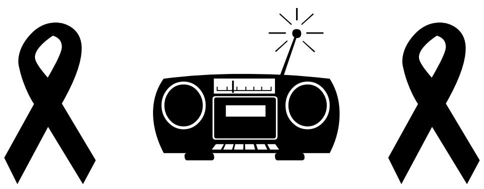
ការផ្សព្វផ្សាយសារ



ឯកសារកំណត់ហេតុ

សម្រាប់

មន្ត្រីផ្នែកទំនាក់ទំនងកម្ពុជាធ្វើការងារទាក់ទងមេរោគអេដស៍ និងជម្ងឺអេដស៍

ដោយ ហ្សូណា ឡយដី

២០០៥

មាតិការឿង

តើយើងជាអ្នកណា?

ស្វែងយល់ពីអ្នកដែលយើងត្រូវបំរើ

វិធីច្នៃប្រឌិតដើម្បីផ្សព្វផ្សាយសាររបស់យើង

ផ្សព្វផ្សាយសារ : បញ្ជីត្រួតពិនិត្យ

ជំនាញទំនាក់ទំនងដោយផ្ទាល់មាត់

កសាងទំនាក់ទំនងដោយវិជ្ជមានជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

យុទ្ធនាការរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

ការសរសេរសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន

ការគ្រប់គ្រងការធ្វើសម្ភាសន៍តាមវិទ្យុ

ចំណុចមានប្រយោជន៍សំរាប់ទូរទស្សន៍

តើយើងជាអ្នកណា?

មុនពេលយើងធ្វើការពិភាក្សាពីជំនាញផ្នែកទំនាក់ទំនងនោះ ចូរយើងពិភាក្សាពីបញ្ហាថាតើ យើងជាអ្នកណា សិនហើយតើយើងចង់ធ្វើអ្វីខ្លះ?

១-ចូរគិតពីអង្គការស្ថាប័នដែលអ្នកកំពុងធ្វើការ ។ ចូរស្រមៃថាអ្នកកំពុងរៀបរាប់ពីអង្គការស្ថាប័ននេះទៅឱ្យមិត្តម្នាក់ស្តាប់ ។ ចូររៀបរាប់តែមួយប្រយោគប៉ុណ្ណោះពីអ្វីដែលអង្គការស្ថាប័នរបស់ អ្នកកំពុងព្យាយាមដើម្បីសំរេចឱ្យបាន ។

....

....

១- ប្រសិនបើកិច្ចការរបស់អង្គការស្ថាប័របស់អ្នកបានទទួលជោគជ័យនោះ តើជីវភាពរស់នៅរបស់ប្រជាជននៅក្នុសហគមន៍ នឹងត្រូវបានកែលំអដូចម្តេចដែរ? តើនឹងមានការផ្លាស់ប្តូរជាវិជ្ជមានដូចម្តេចខ្លះ? ឧ. តើ នឹងមានការយោគយល់គ្នា និងការសណ្តោសគ្នាច្រើនជាងមុនទេក្នុងចំណោមប្រជាជនដែលមានជម្ងឺអេដស៍នោះ?

....

....

២- តើរូបភាព (ឬ "សម្លេង") របស់អង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នកមានអ្វីខ្លះ? តើអ្នកចង់ឱ្យប្រជាជនយល់ឃើញដូចម្តេចពីអ្នក? ចូរសរសេរពាក្យរៀបរាប់ពីបុគ្គលិកលក្ខណៈរបស់អង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នក (ឧ. ស្និទ្ធស្នាល យកចិត្តទុកដាក់ ចេះជួយយកអាសារ) ។

....

....

៣- តើប្រជាជន (និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ) យល់ខុសអ្វីខ្លះអំពីអង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នក និងការងារដែលអ្នកធ្វើ? តើហេតុអ្វីបានជាអ្នកគិតថាពួកគេយល់ខុស?

....

....

ស្វែងយល់ពីអ្នកដែលយើងត្រូវបម្រើ (Understanding Who We Serve)

ទៅជួបប្រជាជន

រៀនសូត្រពីពួកគេ

ចាប់ផ្តើមពីអ្វីដែលពួកគេដឹង

កសាងពីអ្វីដែលពួកគេដឹង

ចាប់ផ្តើមឡើងសន្សឹម១

(គំរោង Hashi - Tanzania)

ជួនកាលអង្គការស្ថាប័នទាំងឡាយប្រើពាក្យពេចន៍បែបសោះកក្រោះបន្តិចដើម្បីរៀបរាប់ពីមនុស្ស ដែលពួកគេធ្វើការបំរើ ។ ឧ. ដូចជាពាក្យ " អតិថិជន "អ្នកទទួល" ឬ "អ្នកទទួលផលប្រយោជន៍ " ។

ពាក្យពេចន៍បែបនេះមិនមានប្រយោជន៍ណាស់ទេ ។ ហេតុអ្វី? ពីព្រោះវាធ្វើឱ្យយើងភ្លេចថាយើង កំពុងធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយមនុស្ស គឺជាមនុស្សដែលមានគំនិតរបស់ពួកគេផ្ទាល់ និងមានបទ ពិសោធន៍ និងគតិបណ្ឌិតជាច្រើន ។

ការធ្វើទំនាក់ទំនងពិតប្រាកដ គឺការធ្វើទំនាក់ទំនងទៅវិញទៅមក ។ វាមិនមែនត្រឹមតែនិយាយគ្នា ប៉ុណ្ណោះទេ តែគឺការសាប់គ្នាផងដែរ ។ ដូចជាសុភាសិតបូរាណបាននិយាយថា : " *យើងមានត្រចៀក ពីរ និងមាត់មួយ ហេតុនេះយើងគួរតែស្តាប់ឱ្យបានពីរដងច្រើនជាងការដែលយើងនិយាយ! "*

នៅពេលដែលយើងធ្វើទំនាក់ទំនង ការមានសារល្អ ហើយច្បាស់លាស់ គឺនៅមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់នៅ ឡើយទេ ។ យើងត្រូវសួរខ្លួនយើងដោយសំនួរទាំងនេះ :

- **តើប្រជាជនត្រៀមខ្លួនបានដូចម្តេចខ្លះដើម្បីទទួលសាររបស់យើងនោះ?**
- **តើពួកគេមានចំណេះដឹងអ្វីជាមុនខ្លះ?**
- **តើមានអ្វីខ្លះដែលអាចរារាំងពួកគេមិនឱ្យបើកចំហរចំពោះសាររបស់យើង?**

សូមចាំថា : យើងចង់ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដើម្បីឱ្យដល់ប្រជាជនដែលមានសារៈសំខាន់បំផុត។ ហេតុនេះ មុនពេលដែលយើងបង្កើតសាររបស់យើង យើងត្រូវតែយល់ពីអ្វីដែលប្រជាជនមានអារម្មណ៍ ត្រូវការ និងដឹងរួចទៅហើយ។

វិធីច្នៃប្រឌិតដើម្បីផ្សព្វផ្សាយសាររបស់យើង (Creative Ways To Communicate Our Messages)

តើអង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នកធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយមនុស្សដែលអ្នកបំរើតាមវិធីណាខ្លះ? ចូរគិតពិចារណាពីសំនួរខាងក្រោម :

១. តើអ្នកធ្វើទំនាក់ទំនងទល់មុខគ្នាឬ? តាមរយៈការប្រជុំ ឬសិក្ខាសាលា? ព្រឹត្តការណ៍ផ្សេងៗទៀត?

....

....

២. តើអង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នកផលិតឯកសារអ្វីខ្លះ? ប័ណ្ណប្រកាស លិខិតដំណឹង លិខិតខ្លីៗ?

....

....

៣. តើអ្នកប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអ្វីខ្លះ? (វិទ្យុ ទូរទស្សន៍ កាសែត ទស្សនាវដ្ដី?)

....

....

៤. តើអ្នកធ្លាប់ប្រើប្រាស់វប្បធម៌បូរាណ ឬក៏ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផ្សេងជាវិធីដើម្បីផ្សព្វផ្សាយសាររបស់អ្នកទេ? ចូរឱ្យជាឧទាហរណ៍ :

....

....

ចូរយើងគិតពិចារណាឱ្យបានច្រើនបន្តិចអំពីសំណួរទី ៣ ។ តើយើងអាចមានគំនិតច្នៃប្រឌិតជាងនេះតាមរបៀបណានៅក្នុងរបៀបដែលយើងប្រើវប្បធម៌បូរាណ ឬក៏ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផ្សេងដើម្បីផ្សព្វផ្សាយសាររបស់យើងនោះ? នេះគឺជាឧទាហរណ៍មួយចំនួនដែលបានមកពីប្រទេសផ្សេងទៀត ៖

- <u>ការរាំដើម្បីសន្តិភាព (**Sulawesi, Indonesia**)</u>

ពួកមេដឹកនាំសហគមន៍នៅលើកោះ **Salawesi** មានការព្រួយបារម្ភពីអំពើហឹង្សាដែលចេះតែកើនឡើងរវាងប្រជាជនដែលចេញពីសាសនាផ្សេងៗ ។ ពួកគេបានសំរេចចិត្តរៀបចំពិធីរាំវែកជាប្រពៃណីយ៍មួយដែលហៅថា " **modero** " ។ នៅក្នុងពេលពិធីរាំវែកនោះ ប្រជាជនមកពីសហគមន៍សាសនាទាំងអស់បាននាំគ្នារាំពេញមួយយប់នៅក្នុងរង្វង់មូលមួយដ៏ធំនៅពេលដែលពួកតន្ត្រីករក្នុងមូលដ្ឋានបាននាំគ្នាស្រែកច្រៀង ។ បទចម្រៀងបានរៀបរាប់ពីទំនាស់នៅពេលថ្មីៗ តែពួកគេបាននិយាយពីសេចក្តីត្រូវការសន្តិភាព និងការចុះសម្រុងគ្នា ។ នៅពេលដែលប្រជាជនកំពុងនាំគ្នារាំវែក ពួកគេគ្មានឱកាសដើម្បីវាយតប់គ្នា ឬឈ្លោះប្រកែកគ្នាឡើយ ។ **Modero** បានជួយស្តារឡើងវិញនូវមិត្តភាព និងការជឿទុកចិត្តគ្នានៅក្នុងសហគមន៍នោះ ។

- <u>សារុងដែលមានសារសុខភាព (តង់ហ្សានី អាហ្វ្រិកខាងកើត)</u>

នៅប្រទេសតង់ហ្សានី ស្រីៗស្លៀកសារុងធ្វើពីកប្បាសដ៏ស្រស់ដែលមានសុភាសិតពីបូរាណ និងពាក្យចាស់បូរាណដែលប្រកបដោយគតិបណ្ឌិតបោះពុម្ពនៅលើសារុងនោះផង ។ អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលមួយចំនួនមានគំនិតឆ្លាតវៃបានប្រើប្រាស់សារុងទាំងនេះជាវិធីដើម្បីផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានអំពីបញ្ហាទាំងឡាយដូចជាការបំបៅដោះកូន និងអាហារូបត្ថម្ភកុមារ ។ មិនយូរប៉ុន្មាន ការស្លៀកសារុងដ៏ពិសេសទាំងនេះបានក្លាយទៅជារឿងទាន់សម័យបំផុត!

- <u>ការដើរក្បួនរបស់បុរសប្រឆាំងនឹងការចាប់រំលោភ (**Alexandra** អាហ្វ្រិកខាងត្បូង)</u>

កាលពីពីរបីឆ្នាំមុន អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលអាហ្វ្រិកខាងត្បូងដ៏តូចមួយដែលដោះស្រាយរឿងចាប់រំលោភ និងអំពើហឹង្សាក្នុងគ្រួសារនោះបានរៀបចំក្បួនបាតុកម្មមួយដែលមានលក្ខណៈខុសប្លែកពីគេ ។ នៅព្រឹក

ថ្ងៃសៅរ៍មួយ មានយុវជនជាច្រើនរយនាក់បានដើរជាក្បួនកាត់តាមដងវិថីនានា នៃទីក្រុង **Alexandra** (ជាសហគមន៍មួយដែលមានបញ្ហាការចាប់រំលោភយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរ)។ ក្រុមយុវជនបាននាំគ្នាកាន់បដារ ដែលមានពាក្យស្លោកដាក់ថា " បុរសពិតមិនចាប់រំលោភគេទេ " ហើយនាំគ្នាស្រែកច្រៀងនូវចម្រៀង ដែលជំរុញឱ្យពួកប្រុសៗបញ្ឈប់សកម្មភាពអកុសលកិរិយារបស់ខ្លួន។ នៅពេលដែលពួកគេបានដើរទៅដល់ ទីលានបាល់ទាត់ក្នុងមូលដ្ឋាន ពួកស្រីៗនៅទីក្រុង **Alexandra** បានកំពុងរង់ចាំនៅទីនោះដើម្បីស្វាគមន៍ ពួកគេ។ ពួកស្រីៗទាំងនោះបានរៀបចំពិធីបែបប្រពៃណីយ៍មួយដើម្បីលាងសំអាត និងអភ័យទោសឱ្យ ដែលជាពិធីមួយដែលជាធម្មតាត្រូវគេរៀបចំធ្វើឡើងសំរាប់ពួកអ្នកចម្បាំងអាហ្វ្រិកដែលវិលត្រឡប់មក ពីធ្វើសង្គ្រាមវិញ។ នេះគឺជានិមិត្តរូបមួយដើម្បីនាំយកមកនូវការជាសះស្បើយ និងការអភ័យទោសមក ឱ្យសហគមន៍មួយដែលពោរពេញដោយការឈឺចាប់។ បន្ទាប់ពីពិធីនោះមក មានបុរសជាច្រើនបានត្រ ឡប់មកអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលវិញ ហើយបាននិយាយរៀបរាប់ពីបទពិសោធន៍ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេក្នុង ភាពជាអ្នកចាប់គេរំលោភ និងដើម្បីរកវិធីកែប្រែជីវិតរបស់ពួកគេឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។

មានឧទាហរណ៍ផ្សេងទៀតជាច្រើនស្តីពីវិធីច្នៃប្រឌិតដើម្បីផ្សព្វផ្សាយសារទាំងឡាយ។ តើអ្នកមាន យោបល់ដូចម្តេចដែរពីសារទាំងនេះ?

- សហការជាមួយក្រុមល្ខោនក្នុងសហគមន៍មូលដ្ឋានដើម្បីបង្កើតរឿងល្ខោនមួយនិយាយអំពី បញ្ហាដែលអ្នកចង់ផ្សព្វផ្សាយ។ សម្តែងរឿងល្ខោននោះនៅតាមសាលារៀន ឬតាមទីផ្សារ ឬកន្លែងណាមួយដែលអ្នកតែងតែប្រទះទស្សនិកជនដែលជាគោលដៅរបស់អ្នកជាធម្មតា នោះ។ នៅចុងបញ្ចប់ នៃការសម្តែង ត្រូវរៀបចំឱ្យមានការប្រជុំសំរាប់សួរ និងឆ្លើយមួយជា មួយប្រជាជនដែលបានទស្សនារឿងល្ខោននោះ។
- សហការជាមួយវិចិត្រករក្នុងមូលដ្ឋានដើម្បីគូររូបមួយផ្ទាំងធំសំរាប់ដាក់ខាងក្រៅ (ផ្ទាំងគំនូរ គូរលើជញ្ជាំង)ព្យួរលើជញ្ជាំងនៅក្នុងទីសាធារណៈ (ដូចជាមន្ទីរពេទ្យ ឬគ្លីនិក)។ រូបភាព នេះអាចមានសសេរសារទាំងឡាយដែលអ្នកចង់ឱ្យប្រជាជនគិតគូរពិចារណាអំពីវា។
- សហការជាមួយកីឡាករដ៏ល្បីឈ្មោះក្នុងស្រុកម្នាក់ គឺជាអ្នកដែលមានប្រជាប្រិយភាពបំផុត ជាមួយទស្សនិកជនដែលជាទីសដៅរបស់អ្នក។ អញ្ជើញបុគ្គលនេះឱ្យធ្វើជា "សម្លេង" របស់

អង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នក។ ឧ. ប្រសិនបើអ្នកព្យាយាមបញ្ចុះបញ្ចូលយុវវ័យកុំឱ្យជក់គ្រឿងញៀននោះ ពួកគេ នឹងទទួលយកសារនោះបានយ៉ាងងាយពីនរណាម្នាក់ដែលពួកគេស្ងើចសរសើរ (ដូចជាតារាបាល់ទាត់) ជាងពីនរណាម្នាក់ដែលមកពីអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាល!

- តើប្រជាជនចូលចិត្តបង្ហោះខ្លែងដែរទេនៅក្នុងសហគមន៍របស់អ្នក? រៀបចំពិធីបុណ្យមួយដែលមានបង្ហោះខ្លែងដែលមានដាក់សារ និងដំណឹងដែលអ្នកចង់ផ្សព្វផ្សាយ។ នៅចុងបញ្ចប់នៃថ្ងៃនោះ គេគ្រប់គ្នាអាចព្រលែងខ្លែងនោះដើម្បីឱ្យដំណឹងនោះអាចធ្វើដំណើរបានឆ្ងាយ។

ផ្សព្វផ្សាយសារនោះ៖ បញ្ជីត្រួតពិនិត្យ (Getting the message across: checklist)

នេះគឺជាបញ្ជីត្រួតពិនិត្យមួយដែលជួយឱ្យអ្នករៀបចំផែនការមានប្រសិទ្ធភាពដើម្បីផ្សព្វផ្សាយសាររបស់អ្នក។ ប្រើប្រាស់បញ្ជីត្រួតពិនិត្យនៅពេលដែលអ្នកពិភាក្សាពីយុទ្ធសាស្ត្រទំនាក់ទំនងរបស់អង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នក។

អ្វី

តើអ្វីទៅដែលជាសារគន្លឹះដែលយើងចង់ផ្សព្វផ្សាយ?

តើអ្វីទៅដែលនឹងអូសទាញប្រជាជនឱ្យទទួលយកសារនោះ?

តើយើងចង់ឱ្យប្រជាជនធ្វើអ្វីខ្លះបន្ទាប់ពីពួកគេបានស្ដាប់សាររបស់យើងហើយនោះ? (ឧ. ឈប់ប្រើម្ជុលរួមគ្នា ហើយប្រើប្រាស់ស្រោមអនាម័យ) ។

ហេតុអ្វី

តើហេតុអ្វីបានជាយើងចង់ឱ្យប្រជាជនទទួលយកសាររបស់យើង?

តើហេតុអ្វីបានជាប្រជាជនមិនចង់ទទួលយកសាររបស់យើង?

នរណា

តើនរណាជាទស្សនិកជនដែលជាទីសដៅរបស់យើង?

តើពួកគេប្រហែលជាស្តាប់នរណាជាង? (នរណាម្នាក់មកពីអង្គការស្ថាប័នរបស់យើងឬ? នរណាម្នាក់មកពីសហគមន៍របស់យើងផ្ទាល់ឬ? តន្ត្រីករ ឬក៏កីឡាករដែលល្បីឈ្មោះ?)

តាមវិធីណា

តើយើងនឹងបញ្ជូនសារនោះតាមវិធីណា? តាមអត្ថបទមួយនៅក្នុងកាសែតឬ? តាមសិក្ខាសាលា ឬការប្រជុំនៅក្នុងសហគមន៍? តាមប័ណ្ណប្រកាស? តាមរយៈលិខិតតូចៗ? តាមរយៈរឿងល្ខោន ឬចំរៀងមួយបទដ៏ពិសេស? តាមរយៈការប្រើវប្បធម៌បូរាណ?

កន្លែងណា

តើយើងគួរទៅកន្លែងណាដើម្បីផ្សព្វផ្សាយសារនោះ? ទៅស្ថានីយវិទ្យុ? កាសែត? វិទ្យាល័យ? ក្លឹបរាត្រី?

នៅពេលណា

តើយើងនឹងបញ្ជូនសារនោះនៅពេលណា? តើប្រជាជនប្រុងប្រៀបខ្លួនដើម្បីស្តាប់សារនោះនៅពេលណា? ប្រសិនបើយើងកំពុងសម្តែងល្ខោនឱ្យស្រីៗនៅក្នុងផ្សារមើល តើយកល្អគួរតែសម្តែងវានៅពេលព្រឹក ឬក៏នៅពេលរសៀលពេលដែលពួកគេរតូវរៀបចំឥវ៉ាន់ត្រឡប់ទៅផ្ទះវិញ? ប្រសិនបើយើងត្រូវធ្វើការសម្តែងតាមវិទ្យុសំរាប់ពួកក្មេងជំទង់ តើពួកគេចង់ស្តាប់នៅពេលណា?

ជំនាញទំនាក់ទំនងដោយផ្ទាល់មាត់ (Verbal Communication Skills)

អ្នកធ្វើទំនាក់ទំនងពូកែបំផុតនៅក្នុងពិភពលោក គឺមានចំណុចរួមមួយ : គឺសមត្ថភាពក្នុងការធ្វើឱ្យទស្សនិកជនរបស់ខ្លួនកំណត់បាននូវសាររបស់ខ្លួន ហើយចងចាំវាបាន។

តើយើងធ្វើដូច្នេះតាមវិធីណា?

១. ត្រូវនិយាយប្រាប់ឱ្យបានច្បាស់លាស់។ កុំផ្តល់ស្ថិតិដែលស្មុគស្មាញ។

២. ចូរស្រមៃថាអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលមួយកំពុងធ្វើយុទ្ធនាការប្រឆាំងនឹងជម្ងឺអាសន្នរោគ។ អ្នកចង់ឱ្យប្រជាជនយល់ថាជម្ងឺអាសន្នរោគ គឺជាជម្ងឺមួយដែលមានគ្រោះថ្នាក់ពិតប្រាកដ និងយល់ថា

ជម្ងឺនេះអាចឆ្លងដល់ពួកគេដោយផ្ទាល់ប្រសិនបើពួកគេមិនបានប្រុងប្រយ័ត្នជាមុនឱ្យបានត្រឹមត្រូវទេ។

ចូរកុំនិយាយថា : ប្រជាពលរដ្ឋចំនួន ២០% ប្រហែលជាត្រូវប្រឈមនឹងគ្រោះថ្នាក់ នៃជម្ងឺអាសន្នរោគនៅក្នុងរដូវវស្សានេះ។

ជំនួសពីនេះត្រូវនិយាយថា : សូមអ្នកគិតដល់មនុស្ស ៤ នាក់ដែលអ្នកស្គាល់។ ក្នុងនោះ អាចមានម្នាក់មានជម្ងឺអាសន្នរោគនៅរដូវវស្សានេះ។ វាអាចជារូបអ្នកឯងផង!

នៅពេលនេះ អ្នកធ្វើឱ្យមិត្តអ្នកស្តាប់របស់អ្នកយកចិត្តទុកស្តាប់ទាំងស្រុង។ គាត់ត្រៀមខ្លួនជាស្រេចនឹងទទួលសារសុខភាពរបស់អ្នក។

២-ចូរនិយាយឡើងវិញនូវ*ពាក្យសំខាន់ៗ*និង*គំនិតសំខាន់ៗ*

ប្រសិនបើអ្នកចង់ឱ្យទស្សនិកជនរបស់អ្នកចងចាំព័ត៌មានសំខាន់ៗ ត្រូវនិយាយវាឡើងវិញ - ជាញឹកញាប់ត្រូវប្រើភាសាសមញ្ញ ហើយច្បាស់លាស់ដើម្បីបង្ហាញពីគំនិតសំខាន់ៗ។

៣-សួរ*សំណួរ*

នៅពេលដែលអ្នកសួរសំណួរមួយ ទស្សនិកជនរបស់អ្នក នឹងតភ្ជាប់ជាមួយអ្នកភ្លាម។ ពួកគេចាប់ផ្តើមនិយាយប្រាប់ពីអ្វីដែលអ្នកកំពុងនិយាយចំពោះបទពិសោធន៍ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ។ សំនួរជួយបើកចិត្តគំនិត និងជួយលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការសហការច្រើនថែមទៀតរវាងអ្នក និងមនុស្សដែលអ្នកកំពុងនិយាយរក។ ឧ. " នៅពេលដែលអ្នកគិតដល់នរណាម្នាក់ដែលកំពុងរស់នៅដោយមានផ្ទុកហ៊ីវ/អេដស៍ តើអ្នកមើលឃើញរូបភាពអ្វីនៅក្នុងចិត្តរបស់អ្នក?"

៤-*បំផុសគ*ដោយមិន " ប្រដៅ " ឬធ្វើជា "ឆ្លាត "ទេ

អ្នកពូកែធ្វើទំនាក់ទំនងមិនដែលដាក់ខ្លួនឱ្យខ្ពស់ជាងទស្សនិកជនទេ។ ផ្ទុយទៅវិញ គេនិយាយទៅកាន់ទស្សនិកជនក្នុងកំរិតស្មើភាពគ្នា។ ដូចបុគ្គលិកអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលឥណ្ឌូណេស៊ីម្នាក់ពន្យល់ថា :

" នៅពេលដែលអ្នកនិយាយទៅរកគេ ត្រូវផ្លាស់ប្តូរគំនិតជាមួយគេ កុំនិយាយប្រាប់ពួកគេថាតើត្រូវធ្វើដូចម្តេច! ត្រូវចូលទៅរកគេដោយការគោរពដូចជាមនុស្សដែលយល់ពីបញ្ហារបស់ពួកគេអីចឹង។ សើចលេងជាមួយពួកគេ ច្រៀងជាមួយគ្នា ហូបជាមួយគ្នា។ ធ្វើតាមវិធីនោះ វានឹងធ្វើឱ្យអ្នកដូចជាបងប្អូននឹងគ្នាអីចឹង។"

នេះគឺជាសំនួរមួយចំនួនដែលគេតែងសួរក្នុងពេលធ្វើទំនាក់ទំនងដោយផ្ទាល់មាត់ :

<u>តើខ្ញុំធ្វើដូចម្តេចដើម្បីឱ្យមានអារម្មណ៍ទុកចិត្តជាងមុន?</u>

ព្យាយាមនិយាយឡើងវិញនូវ " ក្បួនបន្ធូរអារម្មណ៍ " ដ៏ងាយស្រួលនេះ[១] មកកាន់ខ្លួនឯង។ ឱ្យរាងកាយរបស់អ្នកឆ្លើយតបនឹងពាក្យទាំងឡាយដូចជា :

- ខ្នងខ្ញុំវែង ហើយធំ
- កខ្ញុំសេរី
- ស្មាខ្ញុំសេរី
- ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ថាក្បាលរបស់ខ្ញុំកំពុងលូតចេញពីខ្នងរបស់ខ្ញុំ
- ខ្ញុំអាចមានអារម្មណ៍ថាកៅអី (ឬដី) កំពុងទប់ខ្ញុំ

<u>តើខ្ញុំអាចនៅស្ងប់ចិត្តដូចម្តេចទៅនៅពេលដែលនរណាម្នាក់គឃ្លើន ឬមានមនោសញ្ចេតនានោះ?</u>

ដកដង្ហើមឱ្យវែង ហើយព្យាយាមធ្វើចិត្តឱ្យស្ងប់។ កុំយកភាពគឃ្លើនតទល់ជាមួយភាពគឃ្លើន : វានាំឱ្យអ្នកមានលក្ខណៈអវិជ្ជមាន ហើយស្ថិតក្នុងការការពារខ្លួន។ ត្រូវទទួលយកមនោសញ្ចេតនារបស់បុគ្គលផ្សេងទៀត ហើយបន្ទាប់មកបង្ហាញពួកគេថាអ្នកចង់ស្វែងយល់ពីបញ្ហាដែលចេញពីទស្សនៈរបស់ពួកគេ។ ជាញឹកញាប់ ស្តាប់ទៅពួកគេហាក់ដូចជាខឹងនៅពេលដែលពួកគេទទួលរងការឈឺចាប់ពីដំបៅ ឬការឈឺចាប់ផ្លូវចិត្ត។ ត្រូវយល់ពីស្ថានការណ៍របស់ពួកគេ ហើយមិនត្រូវវិនិច្ឆ័យពីពួកគេទេ :

---

[១] យកលំនាំតាម " សម្លេងរបស់អ្នក និងវិធីដើម្បីប្រើប្រាស់សម្លេងនោះ " ដោយ Cicely Berry (Virgin Books, 1994)

ឧ. " ខ្ញុំអាចស្តាប់ឮថាអ្នកមានអារម្មណ៍ខ្លាំងក្លាណាស់ពីបញ្ហានេះ។ តើអ្នកអាចជួយឱ្យខ្ញុំយល់ផងបានទេថាហេតុអ្វីបានជាអ្នកមានអារម្មណ៍បែបនេះ? "

(សូមមើលទៅផ្នែកក្រោយទៀតពីវិធីដើម្បីចាត់ការជាមួយអ្នកកាសែតដែលមានឬកពារគឃ្លើន "

<u>តើខ្ញុំអាចប្រើភាសាកាយវិការដូចម្តេចដើម្បីឱ្យមានលក្ខណៈកាន់តែវិជ្ជមាននោះ?</u>

ភាសាកាយវិការប្រែប្រួលយោងទៅតាមវប្បធម៌ និងសាវតាសង្គម។ ប៉ុន្តែ នេះគឺជាឧទាហរណ៍ខ្លះស្តីពីភាសាកាយវិការដែលមានលក្ខណៈអវិជ្ជមាន។ ត្រូវឱ្យច្បាស់ថាឧទាហរណ៍ទាំងនេះមិនពាក់ព័ន្ធនឹងអ្នកទេ!

- **ភាសាកាយវិការបិទជិត** ដែលមិនអញ្ជើញអ្នកដទៃឱ្យធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយ ហើយដែលបិទទ្វារឃាំងអ្នកផ្សេងទៀតឱ្យនៅខាងក្រៅ (ដូចជាអោបដៃ/ គ្មានទំនាក់ទំនងខ្សែភ្នែក)។
- **ភាសាកាយវិការបែបគំរាមកំហែង** ដែលមនុស្សម្នាក់រំលោភលើទីកន្លែងរបស់មនុស្សម្នាក់ទៀតដោយការខិតចូលមកកៀកពេក ឬដោយការប្រើប្រាស់កាយវិការឈ្លានពាន។
- **ភាសាកាយវិការបែបរសាប់រសល់** ដែលបង្ហាញពីការភ័យខ្លាច ខ្វះជំនឿទុកចិត្ត និងគ្មានឆន្ទះដើម្បីចូលរួមក្នុងការប្រស្រ័យទាក់ទងគ្នា (អោនក្បាលចុះ រួញខ្លួនចេញ ប្រហែលជាញញើតញញើមមិនហ៊ានមើលមុខអ្នកដទៃ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ចំណុចនេះអាចប្រែប្រួលដោយយោងតាមបរិបទវប្បធម៌)។

ហេតុនេះ តើយើងគួរតែបង្កើតភាសាកាយវិការប្រភេទណា?

- **ភាសាកាយវិការដោយបើកចំហរ** ដែលបង្ហាញពីភាពស្និទ្ធស្នាល និងឆន្ទះដើម្បីធ្វើទំនាក់ទំនង និងដើម្បីស្តាប់ (ញញឹម មានឥរិយាបទបើកចំហរ ហើយមានតុល្យភាព មានការគោរពចំពោះកន្លែងអ្នកដទៃ)។

តើខ្ញុំធ្វើទំនាក់ទំនងជាមួយទស្សនិកជនដ៏ច្រើនតាមវិធីណា?

វាជាការងាយស្រួលទេ : ចូរផ្តោតលើសាររបស់អ្នក ហើយជានិច្ចកាលស្រមៃថាអ្នកកំពុងនិយាយទៅកាន់មនុស្សតែម្នាក់គត់។ ប្រសិនបើអ្នកស្រមៃឃើញមនុស្សតែម្នាក់នោះ វាជាការងាយស្រួលច្រើនជាងដើម្បីនិយាយក្នុងរបៀបមួយដែលមានអំនាច។

ប៉ុន្តែ ត្រូវច្បាស់លាស់ថាភាសាកាយវិការរបស់អ្នកមានរាប់បញ្ចូលគេគ្រប់គ្នាដែលជាទស្សនិកជននោះ។ ត្រូវក្រោកឈរ ឬអង្គុយដើម្បីឱ្យខ្លួនអ្នកអាចមើលឃើញគេគ្រប់គ្នាបានយ៉ាងងាយ។ ត្រូវប្រើភ្នែកសម្លឹងមើលឱ្យបានគ្រប់គ្នា។

តើខ្ញុំអាចកែលំអជំនាញផ្នែកទំនាក់ទំនងតាមទូរស័ព្ទរបស់ខ្ញុំតាមវិធីណា?

នៅពេលដែលអ្នកលើកទូរស័ព្ទភ្លាម អ្នកគឺជា "សម្លេង" របស់អង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នកហើយដោយមិនគិតថាតើអ្នកកំពុងនិយាយជាមួយអ្នកណាទេ។

ហេតុនេះប្រសិនបើអ្នកបញ្ចេញសម្លេងខឹង ធុញទ្រាន់ ឬនឿយណាយ នោះហើយគឺជាពេលដែលអ្នកទូរស័ព្ទហៅមកនោះយល់ឃើញពីអង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នក។ ផ្ទុយទៅវិញប្រសិនបើអ្នកបញ្ចេញសម្លេងបែបយកចិត្តទុកដាក់ និងក្នុងលក្ខណៈវិជ្ជមាននោះ នោះគឺជាពេលដែលអ្នកផ្តល់មុខមាត់ដល់អង្គការស្ថាប័នអ្នកហើយ។

តើអ្វីទៅជាមុខមាត់របស់អង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលរបស់អ្នកនៅពេលដែលមានមនុស្សទូរស័ព្ទមកការិយាល័យរបស់អ្នកនោះ?

នេះគឺជាចំនុចមានប្រយោជន៍ខ្លះដើម្បីជួយឱ្យអ្នកអភិវឌ្ឍការទូរស័ព្ទឱ្យកាន់តែមានលក្ខណៈបែបវិជ្ជាជីវៈនោះ :

- នៅពេលដែលអ្នកចាប់ផ្តើមទូរស័ព្ទហៅ ឬឆ្លើយទូរស័ព្ទភ្លាម អ្នកត្រូវត្រៀមខ្លួនផ្តល់ការយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះមនុស្សម្ខាងទៀតឱ្យបាន ១០០%។ ត្រូវឈប់និយាយរកអ្នកផ្សេងទៀតនៅក្នុងការិយាល័យ។ ហើយឈប់វាយកំព្យូទ័រភ្លាម! ចូរចាំថានៅពេលដែលយើងធ្វើទំនាក់ទំនងតាម

ទូរស័ព្ទយើងមិនអាចមើលគ្នាឃើញទេ។ ចំនុចនេះមានន័យថាយើងអាចងាយភ័ន្តច្រឡំ ឬមួម៉ៅ ប្រសិនបើយើងមិនប្រុងប្រយ័ត្ន។

- ត្រូវត្រៀមក្រដាស់ និងប៊ិចរួចជាស្រេចដូច្នេះអ្នកអាចធ្វើការកត់ត្រាពីការសន្ទនាបាន។
- ត្រូវព្យាយាមគួរសម ស្និទ្ធស្នាល ច្បាស់លាស់ និងមានលក្ខណៈវិជ្ជមានគ្រប់ពេលវេលាទោះបីជាបុគ្គលម្ខាងទៀតច្របូលច្របល់ ឬគ្មានការគួរសមក៏ដោយ។
- ត្រូវឆ្លើយទូរស័ព្ទឱ្យបានច្បាស់លាស់ ធ្វើគារវកិច្ច រួចហើយប្រាប់ឈ្មោះអង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នក។ ប្រាប់ថាខ្លួនអ្នកជានរណា ហើយក៏ត្រូវសួរឈ្មោះអ្នកដែលទូរស័ព្ទមកនោះដែរ។
- សូមញញឹមនៅពេលដែលអ្នកឆ្លើយទូរស័ព្ទ : ការញញឹមគឺស្មើនឹងការធ្វើទំនាក់ទំនងតាមក្រសែភ្នែក។ ការញញឹមក៏ជួយលើកសម្លេងរបស់អ្នកដែរ ហើយធ្វើឱ្យអ្នកហាក់ដូចជាកាន់តែក្លៀវក្លា និងមានលក្ខណៈវិជ្ជាជីវៈឡើង។
- ព្យាយាមកុំបញ្ចេញសម្លេងអវិជ្ជមាន។ ប្រសិនបើអ្នកមិនអាចជួយអ្នកដែលទូរស័ព្ទមកនោះភ្លាមទេត្រូវផ្តល់ផ្លូវជ្រើសរើសផ្សេង។ ឧទាហរណ៍ : ប្រសិនបើអ្នកមិនដឹងចម្លើយចំពោះសំណួរមួយ សូមកុំនិយាយថា "ខ្ញុំមិនដឹងទេ "។ គប្បីគួរនិយាយថា " តើខ្ញុំអាចជំរាបព័តិមាននោះជូនលោកនៅពេលក្រោយបានទេ?"
- ជានិច្ចកាលត្រូវនិយាយប្រាប់អ្នកហៅនោះពីអ្វីដែលអ្នកប្រុងធ្វើ ជាពិសេសនៅពេលដែលអ្នកត្រូវហុចទូរស័ព្ទនោះទៅឱ្យបុគ្គលិកម្នាក់ទៀត។ មិនត្រូវគ្រាន់តែនិយាយថា " ចាំមួយភ្លែត" ទេ គប្បីត្រូវនិយាយថា :" ខ្ញុំគិតថាលោកនាយករបស់ខ្ញុំប្រហែលជាអាចជួយលោកពីបញ្ហានោះបាន ។ តើលោករង់ចាំភ្លែតបានទេ? ខ្ញុំនឹងព្យាយាមតភ្ជាប់ជូនលោក។
- ប្រសិនបើអ្នកកំពុងឆ្លើយតបទូរស័ព្ទ ត្រូវអរគុណអ្នកដែលទូរស័ព្ទហៅ ហើយទុកឱ្យគេដាក់ទូរស័ព្ទមុន។

- ប្រសិនបើអ្នកកំពុងនិយាយជាមួយអ្នកដែលមានកំហឹង ឬអ្នកដែលមានមនោសញ្ចេតនា ត្រូវតាំងចិត្តឱ្យស្ងប់! ចូរចាំថាត្រូវបង្កើតរូបភាពវិជ្ជមាន និងដែលយកចិត្តទុកដាក់ ហើយបង្ហាញថាអ្នកយល់ពីមូលហេតុដែលអ្នកទូរស័ព្ទហៅនោះរកាំចិត្ត។
- ត្រូវនិយាយឡើងវិញនូវព័ត៌មានដែលសំខាន់ដើម្បីជៀសវាងការភ័ន្តច្រឡំ និងដើម្បីឱ្យច្បាស់ថាអ្នកទាំងពីរពិតជាយល់សាច់រឿងដូចគ្នា។ ឧទាហរណ៍ : " ហេតុនេះ ខ្ញុំគួរទៅសាលារៀននៅម៉ោង ២ នៅថ្ងៃពុធ មែនទេ?"

កសាងទំនាក់ទំនងវិជ្ជមានជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ (Building Positive Relationships With The Media)

មានអង្គការស្ថាប័នជាច្រើនមិនចូលចិត្តប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទេ។ ពួកគេចោទប្រកាន់អ្នកកាសែតពីបទបំផ្លើសការពិត ។
ម្យ៉ាងវិញទៀត អ្នកកាសែតជួនកាលមានអារម្មណ៏ហាក់ដូចជាត្រូវគេញាក់។ ហេតុអ្វីទៅ? ពីព្រោះជាក់ស្តែងអង្គការស្ថាប័ននានាសង្ឃឹមថាអ្នកកាសែតនឹងផ្តល់ការផ្សព្វផសាយដោយសេរីចំពោះបញ្ហាទាំងឡាយដែលជានិច្ចកាលមិនមានតម្លៃជាព័តិមាន។ ក្នុងពេលជាមួយគ្នានោះដែរ អ្នកកាសែតត្រូវគេបន្ទោសដោយសារតែមានឥរិយាបទអវិជ្ជមាននៅពេលណាក៏ដោយដែលពួកគេសួរពីប្រភេទសំនួរដែលអ្នកអាន អ្នកស្តាប់ ឬអ្នកមើលចង់ឱ្យពួកគេសួរនោះ!

ជួនកាល វាមិនមែនជាស្ថានភាពមួយដែលមានជោគជ័យនោះទេ។
ប៉ុន្តែអ្វីក៏ដោយដែលជាការរសាយចិត្តទៅវិញទៅមករបស់យើងនោះ គឺថាយើងត្រូវការប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ហើយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយត្រូវការយើង។ ទោះជាយ៉ាងណាក្តី យើងត្រូវតែរកវិធីដើម្បីធ្វើការជាមួយគ្នាឱ្យកាន់តែមានលក្ខណៈស្ថាបនាឡើង និងដើម្បីកសាងទំនាក់ទំនងមួយដែលមានលក្ខណៈវិជ្ជមាន និងមានវិជ្ជាជីវៈដោយផ្អែកលើការគោរពជាមូលដ្ឋាន។

ដំបូង យើងត្រូវស្វែងយល់**ថាតើអ្នកកាសែតត្រូវការអ្វី។**
ចម្លើយគឺសមញ្ញណាស់ គឺថាតពួកគេត្រូវការព័តិមាន។ ហេតុនេះ តើយើងអាចរៀនសូត្រដើម្បីកំណត់ព័តិមាននៅក្នុងសាច់រឿងរបស់យើងតាមរបៀបណា?

ប្រសិនបើយើងចាប់ផ្តើមគិតដូចជាអ្នកកាសែតនោះ វាមិនពិបាកពេកទេ។

អ្នកកាសែតដែលពូកែដឹងពីរឿងនោះ។ នៅពេលដែលពួកគេសរសេរសាច់រឿងមួយ ពួកគេគួរតែឆ្លើយទៅនឹងសំនួរពីរ :

១-តើមានរឿងអ្វីកំពុងកើតឡើង?
២-ហេតុនេះតើវាយ៉ាងម៉េច?

សំនួរទីពីរ គឺជាសំនួរដែលសំខាន់ជាងគេពីព្រោះវាផ្តល់ឱ្យនូវមុមព័តិមាន។

ឥឡូវនេះយើងយល់ពីអ្វីឌែលអ្នកកាសែតចង់បានហើយ។ ប៉ុន្តែតើយើងចាប់ផ្តើមកសាងទំនាក់ទំនងមួយឱ្យកាន់តែប្រសើរជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយតាមវិធីណា? នេះជាចំណុចមានប្រយោជន៏ខ្លះ :

- បង្កើតក្រុមស្នូលអ្នកកាសែតមួយក្រុមដែលអ្នកអាចធ្វើការជាមួយបានដែលមកពីវិទ្យុ ទូរទស្សន៏ និងកាសែត។ ត្រូវឱ្យដឹងថាតើពេលណាជាពេលដែលល្អបំផុតដើម្បីទូរស័ព្ទទៅរកពួកគេ (អ្នកកាសែតមានពេលស្ងប់ស្ងាត់នៅចន្លោះពេលកំណត់ទាំងឡាយ)។ អ្នកក៏អាចនាំពួកគេចេញទៅផឹកកាហ្វេម្តងម្កាល ប្រាប់ពួកគេពីអ្វីដែលអ្នកកំពុងធ្វើ និងអ្វីដែលអ្នកមានផែនការធ្វើទៅថ្ងៃអនាគត។
- ប្រសិនបើអ្នកទទួលបានសេចក្តីរាយការណ៏ជាវិជ្ជមាន ត្រូវទូរស័ព្ទទៅឱ្យអ្នកកាសែតដែលទទួលខុសត្រូវ ហើយនិយាយអរគុណ។
- ប្រសិនបើអ្នកទទួលបានរបាយការណ៏អវិជ្ជមាន ត្រូវសំរេចចិត្តថាតើត្រូវដោះស្រាយដូចម្តេចល្អនោះ។ តើវាមានតម្លៃទេដែលបង្កឱ្យមានជម្លោះ ហើយប្តឹងផ្តល់លោកនិពន្ធនាយកនោះ? ឬក៏អ្នកអាចរកឃើញវិធីបែបការទូតដើម្បីប្តឹងផ្តល់ដោយមិនចងសត្រូវជារៀងរហូតនោះ?
- កុំគ្រាន់តែស្វែងរកការរាយការណ៏ពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសំរាប់ព្រឹត្តការណ៏ ឬយុទ្ធនាការតែប៉ុណ្ណោះត្រូវគិតគូឱ្យបានទូលំទូលាយ។ តើកាសែតក្នុងស្រុករបស់អ្នកទទួលយកមតិយោបល់ដែរទេ? ចូរ

សរសេរអត្ថបទមួយអំពីយុទ្ធនាការនៅពេលបច្ចុប្បន្នរបស់អ្នក។ ឬប្រើប្រាស់ " លិខិតទៅកាន់ទំព័ររបស់និពន្ធនាយក " ក្នុងលក្ខណៈកាន់តែច្នៃប្រឌិតឡើង។

- ត្រូវចេះបង្កើត ឬគ្រប់គ្រងស្ថានការណ៍ដោយខ្លួនឯង! កុំរង់ចាំឱ្យប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមករកអ្នក។ ត្រូវចេះផ្តួចផ្តើមគំនិតដោយខ្លួនឯង។ ប៉ុន្តែត្រូវឱ្យប្រាកដថាអ្នកមិនកំពុងខ្ជះខ្ជាយពេលវេលារបស់ពួកគេទេ។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ត្រូវឱ្យប្រាកដថាអ្នកមានអ្វីដែលមានតម្លៃជាព័ត៌មានដើម្បីផ្តល់ឱ្យពួកគេ។

ចូរចងចាំ : ហ៊ីវ/អេដស៍ គឺជាបញ្ហាមួយដ៏ស្មុគស្មាញ។ ពាក្យពេចន៍របស់វាពិបាកយល់ ។មានអក្សរកាត់ជាច្រើន និងមានពាក្យពេទ្យដែលពិបាកយល់ជាច្រើន។

អ្នកកាសែតត្រូវធ្វើការក្រោមសំពាធជាច្រើន។ តាមធម្មតា ពួកគេគ្មានពេលវេលាដើម្បីធ្វើការស្រាវជ្រាវ ឬអានពីប្រវត្តិអ្វីទេ។ ព្រោះហេតុដូច្នេះហើយពួកគេតែងតែយល់ខុសពីហ៊ីវ/អេដស៍។ ជួនកាលអ្នកកាសែតក៏មានប្រើភាសាបំផ្លើសដែរនៅពេលដែលពួកគេសរសេរអំពីបញ្ហានេះពីព្រោះពួកគេគិតថាប្រការនេះនឹងធ្វើឱ្យវាកាន់តែធ្វើឱ្យចាប់អារម្មណ៍ឡើង។

ក្នុងនាមជាអ្នកធ្វើទំនាក់ទំនងផ្នែកហ៊ីវ/អេដស៍ យើងចាំបាច់ត្រូវតែស្វែងយល់ពីការលំបាកដែលអ្នកកាសែតត្រូវប្រឈមមុខដើម្បីឱ្យយើងអាចជួយពួកគេកាន់តែទទួលខុសត្រូវ និងមានវិជ្ជាជីវៈក្នុងអាជីពឡើង។

ហើយយើងត្រូវធ្វើជាគំរូល្អដោយខ្លួនឯង។ នេះមានន័យថានៅពេលដែលយើងនិយាយជាមួយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអំពីរឿងហ៊ីវ/អេដស៍ យើងត្រូវនិយាយឱ្យបានច្បាស់លាស់ ហើយសមញ្ញបំផុត។ យើងគួរតែដាក់ព័ត៌មានដែលស្មុគ្រស្មាញជាពិសេសនោះឱ្យទៅជាទម្រង់ជាលាយល័ក្ខអក្សរវិញ (ដូចជាចុល្លលិខិត ឬតារាងការពិត)ដើម្បីឱ្យអ្នកកាសែតអាចប្រើវាជាឯកសារយោងនៅពេលក្រោយដើម្បីឱ្យបានត្រឹមត្រូវ។

យុទ្ធនាការប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ (Media Campaigns)

មុនពេលដែលអ្នកអាចចាត់ចែងយុទ្ធនាការប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមួយដែលមានប្រសិទ្ធភាពបាន អ្នកចាំបាច់ត្រូវតែស្វែងយល់ពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយក្នុងស្រុករបស់អ្នកសិន និងពីអ្វីដែលពួកគេគិតឃើញពីអ្នក ។ ចូរសាកល្បងចំណេះដឹងរបស់អ្នកដោយការឆ្លើយតបទៅនឹងសំនួរទាំងនេះ :

១) តើអ្នកអាចបើកស្តាប់ស្ថានីយវិទ្យុណាខ្លះ? តើនរណាខ្លះស្តាប់ស្ថានីយទាំងនោះ?

២) តើនរណាជាមនុស្សដែលទាក់ទងនឹងវិទ្យុសំខាន់ជាងគេរបស់អ្នក?

៣) តើកម្មវិធីវិទ្យុអ្វីខ្លះដែលផ្តល់ឱកាសសំរាប់ការផ្សព្វផ្សាយ? តើមានកម្មវិធីវិទ្យុអ្វីខ្លះដែលអ្នកមិនទាន់សាកល្បង?

៤) ចុះចំណែកឯវិទ្យុសហគមន៍វិញ? តើមនុស្សទំនាក់ទំនងសំខាន់របស់អ្នកជានរណា?

៥) តើអ្នកអាច/បានប្រើកម្មវិធីទូរទស្សន៍អ្វីខ្លះ?

៦) កត់ត្រាឈ្មោះកាសែត និងទស្សនាវដ្ដីដែលអ្នកអាចរកទិញបាន ។ តើនរណាជាមនុស្សទំនាក់ទំនងរបស់អ្នកនៅក្នុងករណីនិមួយៗ?

៧) តើអ្នកមានស្គាល់មនុស្សដែលត្រូវទាក់ទងដើម្បីទាក់ទងជាមួយនៅទីភ្នាក់ងារសារព័ត៌មានជាតិរបស់អ្នកទេ?

៨) តើអ្នកគិតថាអ្វីទៅដែលជាមុខមាត់របស់អង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នកនៅក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនោះ? ហេតុអ្វី? តើអ្នកចង់ផ្លាស់ប្តូរវាទេ?

នៅពេលដែលអ្នកដឹងចម្លើយចំពោះសំនួរទាំងនេះហើយ អ្នកអាចចាប់ផ្តើមរៀបផែនការយុទ្ធនាការរបស់អ្នកហើយ ។

១) កំណត់ទិសដៅរបស់អ្នក - តើអ្នកចង់ផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានអ្វី? តើអ្នកចង់ឱ្យទស្សនិកជនរបស់អ្នកធ្វើអ្វីខ្លះជាមួយនឹងព័ត៌មាននេះ? តើអ្នកចង់ឱ្យពួកគេផ្លាស់ប្តូរឥរិយាបទរបស់ពួកគេឬ? ឬក៏ធ្វើ

សកម្មភាពផ្សេងទៀត?

២) ត្រូវកំណត់ទស្សនិកជនដែលជាទីសដៅរបស់អ្នក ។ តើហេតុអ្វីបានជាពួកគេមិនបើកចំហរចំពោះសាររបស់អ្នក? តើអ្នកអាចបញ្ចុះបញ្ចូលពួកគេឱ្យស្តាប់តាមវិធីណា?

៣) កំនត់បញ្ហាគន្លិះរបស់អ្នក ហើយសំរេចរើសយកមុមព័តិមានដែលជា "ទំពក់" ទាក់ទាញការចាប់អារម្មណ៏របស់អ្នកកាសែត ។

៤) កំណត់ថាតើអ្នកចង់ដៅយកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយណាមួយ និងតាមវិធីណា និងនៅពេលណា ។

៥) ស្វែងរកមុខមាត់មនុស្សរបស់សាច់រឿង - ដែលជាឧទាហរណ៏ពិតធ្វើឱ្យសាររបស់អ្នកមានជីវិត ។

៦) ត្រូវគិតពីការពិត និងភ័ស្តុតាងដើម្បីគាំទ្រសាររបស់អ្នក ។

៧) គិតពីឃ្លោងឃ្លា ឬពាក្យស្លោកគន្លិះដែលនឹងជួយធ្វើឱ្យគេចងចាំសាររបស់អ្នក ។

៨) ពិនិត្យមើលសេចក្តីរាយការណ៏ពីអតីតកាលរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ។ តើអ្នកធ្លាប់ត្រូវគេបំផ្លើសសារទេកាលពីមុនមក? តើអ្នកចាំបាច់ត្រូវធ្វើការគ្រប់គ្រងការខូចខាតណាមួយទេ? តាមរបៀបណា? អ្វីខ្លះ?

៩) ត្រូវប្រុងប្រៀបខ្លួនឆ្លើយតបទៅនឹងទស្សនៈប្រឆាំងដោយអារម្មណ៏ស្ងប់ស្ងាត់ និងសមហេតុផល ។

១០) មុនពេលអ្នកធ្វើបទសម្ភាសន៏ណាមួយ ត្រូវហ្វឹកហាត់អ្វីដែលអ្នកត្រូវនិយាយជាមួយសហការី ។ អ្នកអាចថែមទាំងសមល្ខោនសំរាប់កិច្ចការនេះដោយឱ្យសហការីរបស់អ្នកដើរតួធ្វើជាអ្នកកាសែត ។

ការសរសេរសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន (Writing Press Releases)

នេះគឺជារឿងមួយដែលអ្នកប្រហែលជាមិនចង់ស្តាប់ទេ។ មានសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានចំនួន ៩០% នៅទីបំផុតបានបញ្ចប់នៅក្នុងធុងសម្រាម! តើព្រោះហេតុអ្វីទៅ? ពីព្រោះអង្គការស្ថាប័នទាំងឡាយតែងតែភ័ន្តច្រឡំសាច់រឿងដែលមានតម្លៃជាមួយនឹងសាច់រឿងដែលមានតម្លៃត្រឹមតែធ្វើជាព័ត៌មាន ។ ពួកគេភ្លេចគិតពីអ្វីដែលអ្នកកាសែតត្រូវការ។ នេះគឺជារឿងមួយគួរឱ្យអាណិតណាស់ពីព្រោះប្រសិនបើអ្នកសរសេរសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានដ៏ល្អពិតប្រាកដមួយនោះ អ្នកប្រហែលជានឹងប្រទះឃើញថាវាត្រូវគេយកទៅប្រើប្រាស់ជាសាច់រឿងមួយដោយគ្មានការផ្លាស់ប្តូរច្រើនទេ។

ហេតុនេះ នេះគឺជាគំនិតខ្លះៗដែលបានមកពីអ្នកកាសែតអំពីអ្វីដែលពួកគេចូលចិត្ត និងអ្វីដែលពួកគេមិនចូលចិត្តស្តីពីសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានដែលពួកគេបានទទួល។

ក-**<u>អ្វីដែលអ្នកកាសែតមិនចូលចិត្ត :</u>**

- សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានតែងតែវែងពេក-តែមួយទំព័រល្មមហើយ។
- សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានមិនមកដល់ទាន់ពេលវេលាដើម្បីឱ្យអ្នកកាសែតធ្វើសេចក្តីរាយការណ៍ពីសាច់រឿង។
- មានការប្រើភាសារញ៉េរញ៉ៃច្រើនពេក។
- សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានមិននិយាយចូលចំណុចភ្លាមៗទេ។
- គេភ្លេចសរសេរចំណុចលំអិតសំខាន់ៗ (ដូចជាពេលវេលា កាលបរិច្ឆេទ ទីកន្លែង ។ល។)
- ជួនកាលគេភ្លេចផ្តល់លេខទាក់ទងច្រើនជាងមួយ : វាតែងតែពិបាកក្នុងការទាក់ទងទៅលេខឯទៀតក្នុងការិយាល័យ។

- គេតែងតែច្រឡំសាច់រឿងដែលមានតម្លៃជាមួយសាច់រឿងដែលមានតម្លៃត្រឹមតែជាព័ត៌មាន! បន្ទាប់មកពួកគេព្យាយាមធ្វើឱ្យអ្នកកាសែតមានអារម្មណ៍ដែលមានកំហុសប្រសិនបើអ្នកកាសែតនោះមិនបានរាយការណ៍ពីសាច់រឿងនោះទេ។
- សេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានភាគច្រើនមិនឆ្លុះបញ្ចាំងពីមុមព័ត៌មានទេ។
- គេមិនបានគិតពីតម្រូវការខុសប្លែកគ្នារបស់កាសែតប្រចាំថ្ងៃ និងប្រចាំសប្តាហ៍ទេ ឬពីតម្រូវការជាក់លាក់របស់កាសែតជាតិឡើយ។

ខ-<u>អ្វីដែលអ្នកកាសែតចូលចិត្ត</u>

- អ្នកកាសែតចូលចិត្តការដកស្រង់ពាក្យនៅក្នុងសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មាន-ពួកគេប្រហែលជាមិនប្រើប្រាស់វាទេ ប៉ុន្តែយ៉ាងហោចណាស់ក៏ពួកគេមានការជ្រើសរើសដែរ។
- វាជាការល្អប្រសើរដើម្បីផ្តល់ចំណុចលំអិត នៃឱកាសថតរូប-ឬក៏រូបថតអ្វីខ្លះដែលអាចរកបាន។
- ប្រសិនបើសមស្របគួរស្នើឡើងពីមនុស្សដែលអាចផ្តល់កិច្ចសម្ភាសន៍ (អ្នកកាសែតប្រហែលជាអាចចង់សរសេរសាច់រឿង)។
- ត្រូវទូរស័ព្ទបញ្ជាក់ឱ្យបានញឹកញាប់! ប៉ុន្តែកុំពន្យាពេលប្រសិនបើអ្នកកាសែតនោះគ្មានពេលដើម្បីនិយាយនៅពេលដែលអ្នកទូរស័ព្ទហៅ។ ជានិច្ចកាលអ្នកកាសែតតែងតែព្យាយាមតាមឱ្យទាន់ពេលវេលា។ ចូរពិនិត្យមើលថាតើពួកគេអាចនិយាយជាមួយអ្នកនៅពេលណា។
- ពិចារណាពីការបញ្ចូលតារាងការពិតជាមួយនឹងសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានរបស់អ្នកនៅកន្លែងណាដែលសមស្រប។
- ត្រូវធ្វើឱ្យថ្មីរហូតនូវបញ្ជីទាក់ទងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរបស់អ្នក...វាហាក់ដូចជាអ្នកគ្មានវិជ្ជាជីវៈអីចឹងប្រសិនបើអ្នកចេះតែបញ្ជូនសេចក្តីប្រកាសព័ត៌មានទៅឱ្យនរណាម្នាក់ដែលលែងធ្វើការហើយនោះ!

ការគ្រប់គ្រងការសម្ភាសន៍តាមវិទ្យុ (Handling Radio Interview)

ក-<u>សុន្ទរកថាខ្លីៗ</u> (Soundbites)

ជាញឹកញាប់អ្នកកាសែតវិទ្យុ នឹងទូរស័ព្ទមកសុំឱ្យអ្នកមានយោបល់មួយដ៏ឆាប់រហ័ស (ដែលពួកគេថតចម្លង)ស្តីពីបញ្ហានៅពេលបច្ចុប្បន្ន។ តាមធម្មតា ពួកគេត្រូវការយោបល់របស់អ្នកនៅពេលឥឡូវនេះហេតុនេះអ្នកគ្មានពេលច្រើនដើម្បីត្រៀមខ្លួនទេ។ តើអ្នកគួរចងចាំអ្វីខ្លះ?

- កុំខ្វះខ្វាយពាក្យ-ត្រូវនិយាយឱ្យខ្លី ហើយសមញ្ញបំផុត។
- និយាយជាប្រយោគច្បាស់លាស់ មានលក្ខណៈវិជ្ជមាន។ ព្យាយាមកុំនិយាយអវិជ្ជមាន។
- ត្រូវស្រមៃថាអ្នកកំពុងនិយាយជាមួយអ្នកស្តាប់តែម្នាក់គត់ និងធ្វើឱ្យបញ្ហានោះក្លាយជាការពិតសំរាប់គាត់។
- ជៀសវាងកុំប្រើស្ថិតិដែលគ្មានន័យ។ ជំនួសពីនោះ ត្រូវរកឱ្យចំចំណុច។
- កុំព្យាយាមធ្វើដូចជាអ្នកជំនាញការ ឬជាមន្ត្រីម្នាក់។ ត្រូវរក្សាសម្លេងស្និទ្ធស្នាលបែបវិជ្ជាជីវៈ។ ជានិច្ចកាល អ្នកគួរតែឆ្លុះបញ្ចាំងរូបភាពរបស់អង្គការស្ថាប័នរបស់អ្នកនៅគ្រប់ចំណុចដែលអ្នកនិយាយជូសមុខឱ្យវា។
- ប្រសិនបើអ្នកមានអារម្មណ៍ច្រាសច្រាល ត្រូវដកដង្ហើមឱ្យវែង ហើយសម្រួលបំពង់ក និងស្មារបស់អ្នក។
- នៅពេលអ្នកបញ្ចប់ហើយ ត្រូវឈប់! អ្នកកាសែត នឹងសួរអ្នកនូវសំនួរផ្សេងទៀតប្រសិនបើចាំបាច់។

ខ-<u>បទសម្ភាសន៍វែង :</u>

- មុនពេលដែលអ្នកចាប់ផ្តើម ត្រូវសុំឱ្យអ្នកកាសែតសង្ខេបជូនអ្នកពីអ្វីដែលគេចង់បានពីអ្នក (តើអ្នកចង់តបទសម្ភាសន៍នោះមានរយៈពេលត្រឹមណា? តើអ្នកចង់ធ្វើសេចក្តីរាយការណ៍ពីវិស័យ

ជារូមអ្វីខ្លះ?) តែកុំសង្ឃឹមថាអ្នកកាសែតនឹងផ្តល់បញ្ជីសំនួរដល់អ្នកនោះ-វាមិនមែនជាការងារគេទេ!

- មុនពេលដែលអ្នកចាប់ផ្តើម ចូរគិតពីសារសំខាន់ដែលអ្នកចង់ផ្សព្វផ្សាយទោះបីជាគេមិនសួរអ្នកពីសំនួរពិតប្រាកដដែលអ្នកចង់ក៏ដោយ ។ កុំព្យាយាមញាត់បញ្ចូលសារសំខាន់ៗឱ្យលើសពីបីព្រោះទស្សនិកជនរបស់អ្នកមិនអាចចាំវាទាំងអស់បានទេ ។
- ប្រសិនបើអ្នកកាសែតមិនសួរអ្នកពីសំនួរដែលអ្នកចង់បាននោះ ត្រូវកាច់បង្វែរការសន្ទនានោះដោយសុភាពដើម្បីឱ្យខ្លួនអ្នកអាចបញ្ចេញចំណុចគន្លឹះៗបាន ។
- កុំមួម៉ៅប្រសិនបើអ្នកកាសែតសួរសំនួរពិបាកៗ ។ ព្រោះពួកគេមានបំនងធ្វើដូច្នោះហើយ ហើយវាមិនមានន័យថាអ្នកនៅជ្រុងម្ខាងទៀតដែរ ។
- ត្រូវចងចាំពីអ្នកស្តាប់ពិសេសតែម្នាក់គត់របស់អ្នក ហើយនិយាយទៅរកគាត់ទោះបីជាអ្នកកំពុងឆ្លើយតបសំនួរជាច្រើនពីអ្នកកាសែត ។
- បន្ទូរអារម្មណ៍ - អ្នកនៅទីនោះដើម្បីធ្វើទំនាក់ទំនង!

<u>ចងចាំថា :</u> ប្រសិនបើអ្នកត្រៀមខ្លួនដើម្បីធ្វើបទសម្ភាសន៍មួយនោះ ចូរគិតពីសំនួរទាំងឡាយដែលអ្នកមិនចង់ឱ្យអ្នកកាសែតសួរអ្នក! មុនពេលធ្វើសម្ភាសន៍ ត្រូវហ្វឹកហាត់ពីរបៀបឆ្លើយតបទៅនឹងសំនួរទាំងនេះដើម្បីឱ្យអ្នកនិយាយទៅក្នុងអារម្មណ៍ស្ងប់ស្ងាត់ និងបែបវិជ្ជាជីវៈ ។

គ. ការជជែកកំសាន្តតាមវិទ្យុ (Radio Talk Shows)

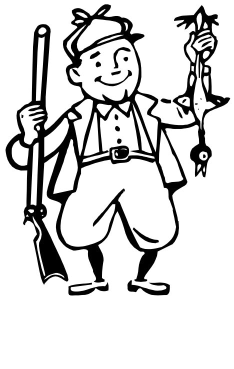
កម្មវិធីជជែកកំសាន្តអាចជាឱកាសមួយដ៏អស្ចារ្យដើម្បីរកឱ្យឃើញថាតើប្រជាជនកំពុងគិតអ្វីពីអង្គការស្តាប័នរបស់អ្នក និងដើម្បីសហការជាមួយពួកគេនៅក្នុងលក្ខណៈបែបវិជ្ជាជីវៈ និងស្និទ្ធស្នាល ។

ប៉ុន្តែ កម្មវិធីជជែកកំសាន្តក៏អាចធ្វើឱ្យមានការភិតភ័យដែរ ។ តើហេតុអ្វីទៅ? ពីព្រោះអ្នកមិនអាចមើលឃើញមនុស្សដែលកំពុងទូរស័ព្ទចូលមក! ចំណុចនេះហើយដែលធ្វើឱ្យអ្នកមានអារម្មណ៏ច្រាសច្រាលជាងធម្មតា និងមានលក្ខណៈការពារខ្លួនកាន់តែច្រើន ។

នៅពេលដែលចាត់ចែងកម្មវិធីជជែកកំសាន្ត ប្រការដែលរឹតតែសំខាន់ទៀតនោះ គឺត្រូវសំរួលអារម្មណ៏ ញញឹម និងត្រូវសម្តែងសមានចិត្តជាមួយអ្នកទូរស័ព្ទមក ។ ប្រសិនបើអ្នកទូរស័ព្ទចូលមកខឹង ឬមានមនោសញ្ចេតនានោះ ត្រូវព្យាយាមស្វែងយល់ថាហេតុអ្វីបានជាពួកគេមានអារម្មណ៏បែបនេះ ។ កុំនិយាយទៅរកគេដូចជាសត្រូវពីពេលណាមកនោះ ។

ព្យាយាមនិយាយពាក្យសម្តីខ្លះដូចនេះ :

" ខ្ញុំអាចស្តាប់ឮថាអ្នកមានអារម្មណ៏ខ្លាំងណាស់អំពីបញ្ហានេះ ។ តើអ្នកអាចជួយខ្ញុំឱ្យយល់បានទេថាហេតុអ្វីបានជាអ្នកមានអារម្មណ៏បែបនេះ? "



ចំណុចដែលមានប្រយោជន៍សំរាប់ទូរទស្សន៍ (Tips for TV)

ចំណុចមានប្រយោជន៍ជាច្រើនដែលត្រូវផ្ដល់ជូនសំរាប់វិទ្យុក៏ពាក់ព័ន្ធនឹងទូរទស្សន៍ស្មើគ្នាដែរ ។ ប៉ុន្តែទូរទស្សន៍មានឧបសគ្គពិសេសមួយ ។ ទាំងអស់គឺនិយាយពីរូបភាព ។

ចូរចាំថា : ជួនកាលកាមេរាចិត្តអាក្រក់ណាស់ ។ ហេតុនេះ ប្រសិនបើអ្នកមានទឹកមុខមិនស្រួលទេ អ្នកមើល នឹងមិនអាចផ្ដោតទៅលើសាររបស់អ្នកឡើយ ។ រូបរាងរបស់អ្នកអាចជាគន្លិះឆ្ពោះទៅរកជ័យជំនះ ឬបរាជ័យ ។

ហេតុនេះ នេះគឺជាចំណុចមានប្រយោជន៍ខ្លះៗជួយធ្វើឱ្យអ្នកមានទឹកមុខស្រួល និងជាអ្នកមានវិជ្ជាជីវៈនៅលើកញ្ចក់ទូរទស្សន៍ :

- **កុំស្លៀកពាក់ឆើតពេក**-ជៀសវាងពណ៌ឆើតពេក រូបធំៗ ឆ្នូតៗ និងគ្រឿងអលង្ការដែលធ្វើឱ្យទាក់ទាញ (ដែលអាចឆ្លុអនឹងពន្លឺ) ។
- សំលៀកបំពាក់ពណ៌សអាចបង្កឱ្យមានបញ្ហា ។
- **កុំពាក់វ៉ែនតាខ្មៅ**- វាធ្វើឱ្យអ្នកមើលទៅគួរឱ្យខ្លាច ។
- ប្រសិនបើអ្នកកំពុងត្រូវគេសម្ភាសន៍នៅក្នុងស្ទូឌីយោ ចូរចាំថាពន្លឺភ្លើងក្ដៅខ្លាំងណាស់ ។ ត្រូវស្លៀកសំលៀកបំពាក់ណាដែលមិនធ្វើឱ្យអ្នកបែកញើស ។
- ចាំថា : " **ខ្នងរបស់ខ្ញុំវែង ហើយធំ** " *(ដំបូន្មាននេះត្រូវបានផ្ដល់ឱ្យនៅកន្លែងណាមួយក្នុងកំណត់ចំណាំទាំងនេះ) ។*
- **មិនត្រូវធ្វើមុខធុញ** -សូម្បីតែអ្នកធុញក៏ដោយ!
- ត្រូវសម្លឹងចំមុខអ្នកធ្វើសម្ភាសន៍ និងកុំខ្លាចនឹងញញឹម ឬធ្វើកាយវិការនៅពេលណាក៏ដោយដែលអ្នកត្រូវធ្វើដូច្នោះទៅតាមលក្ខណៈធម្មជាតិ ។ ប៉ុន្តែ ត្រូវជៀសវាងកាយវិការណាបែបព្រៃដែលអាចធ្វើឱ្យអ្នកមើលទៅមិនថ្លៃថ្នូរ ។

- ដូចជាមួយវិទ្យុដែរ ត្រូវស្រមៃថាអ្នកកំពុងនិយាយទៅកាន់មនុស្សតែម្នាក់ គឺជាមនុស្សម្នាក់ដែលចាប់អារម្មណ៍នូវអ្វីដែលអ្នកកំពុងនិយាយ ។
- ក៏ដូចជាមួយវិទ្យុដែរ ត្រូវឱ្យពិត កក់ក្តៅ និងមានមនុស្សធម៌ ។ កុំព្យាយាមធ្វើឱ្យគេចាប់អារម្មណ៍ ត្រូវផ្តោតលើការបង្ហាញខ្លួនឯងឱ្យបានសមញ្ញតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន ។

សូមឱ្យមានសំណាងល្អ!