រៀបរៀងដោយក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា សហការជាមួយ

វិទ្យាស្ថានបើកទូលាយ Open Institute

DW Akademie

ឧបត្ថម្ភថវិកាអភិវឌ្ឍដោយ

DW Akademie

ឆ្នាំ ២០២២

អក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន

២០២២

ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

អក្ខរកម្មឌីជីថល

ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន

២០២២

អក្ខរកម្មឌីជីថល
ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន

នាយកដ្ឋានបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន

ឆ្នាំ ២០២២

fb.me/krou.moeys.gov.kh
sala.moeys.gov.kh
t.me/moeysnews

ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
ជាតិ សាសនា ព្រះមហាក្សត្រ

ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
លេខៈ ៧២១ អយក.ប្រក

ប្រកាស
ស្តីពី
ការដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់សៀវភៅ "អក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន"

រដ្ឋមន្ត្រីក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា

- បានឃើញ រដ្ឋធម្មនុញ្ញ នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- បានឃើញ ព្រះរាជក្រឹត្យ លេខ នស/រកត/០៩១៨/៩២៥ ចុះថ្ងៃទី០៦ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០១៨ ស្តីពីការតែងតាំងរាជរដ្ឋាភិបាល នៃព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា
- បានឃើញ ព្រះរាជក្រម លេខ នស/រកម/០៦១៨/០១២ ចុះថ្ងៃ២៨ ខែមិថុនា ឆ្នាំ២០១៨ ដែលប្រកាសឲ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅ នៃគណៈរដ្ឋមន្ត្រី
- បានឃើញ ព្រះរាជក្រម លេខ នស/រកម/០១៩៦/០១ ចុះថ្ងៃទី២៤ ខែមករា ឆ្នាំ១៩៩៦ ដែលប្រកាសឲ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីការបង្កើតក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
- បានឃើញ អនុក្រឹត្យ លេខ ១៥៦ អនក្រ.បក ចុះថ្ងៃទី១៨ ខែកក្កដា ឆ្នាំ២០១៦ ស្តីពីការរៀបចំ និងការប្រព្រឹត្តទៅរបស់ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
- បានឃើញព្រះរាជក្រមលេខ នស/រកម/១២០៧/០៣២ ចុះថ្ងៃទី០៨ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០៧ ដែលប្រកាសឱ្យប្រើច្បាប់ស្តីពីការអប់រំ
- យោងគោលនយោបាយសម្រាប់អភិវឌ្ឍន៍កម្មវិធីសិក្សាចំណេះទូទៅ ២០០៥-២០០៩
- យោងសេចក្តីណែនាំលេខ៣៨៤២ អយក.សណន. ចុះថ្ងៃទី០៨ ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០០០ របស់ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា ស្តីពីប្រព័ន្ធអនុម័តសៀវភៅសិក្សា និងសម្ភារសិក្សា
- យោងសំណើរបស់នាយកដ្ឋានបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន ចុះថ្ងៃទី០១ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០២២

សម្រេច

ប្រការ ១ -

ប្រកាសដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ជាផ្លូវការសៀវភៅ "អក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន" ដែលរៀបចំដោយនាយកដ្ឋានបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន សហការជាមួយវិទ្យាស្ថានបើកទូលាយ និង DW Akademie ដើម្បីប្រើប្រាស់នៅតាមគ្រឹះស្ថានបណ្តុះបណ្តាលគ្រូ គ្រឹះស្ថានឧត្តមសិក្សា និងនៅតាមសាលារៀនចំណេះទូទៅ និងបច្ចេកទេស។

ប្រការ ២ -

អគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានរដ្ឋបាលនិងហិរញ្ញវត្ថុ អគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានអប់រំ អគ្គនាយកនៃអគ្គនាយកដ្ឋានឧត្តមសិក្សា អគ្គាធិការនៃអគ្គាធិការដ្ឋាន ប្រធាននាយកដ្ឋានអភិវឌ្ឍកម្មវិធីសិក្សា ប្រធាននាយកដ្ឋានបឋមសិក្សា ប្រធាននាយកដ្ឋានមធ្យមសិក្សាចំណេះទូទៅ ប្រធាននាយកដ្ឋានបណ្តុះបណ្តាលនិងក្រឹតការ ប្រធាននាយកដ្ឋានឧត្តមសិក្សា ប្រធាននាយកដ្ឋានបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងអ្នកពាក់ព័ន្ធត្រូវទទួលបន្ទុកអនុវត្តប្រកាសនេះឱ្យមានប្រសិទ្ធភាពតាមភារកិច្ចរៀងៗខ្លួនចាប់ពីថ្ងៃចុះហត្ថលេខាតទៅ។

ថ្ងៃ ពុធ ១៤ កើត ខែ មាឃ ឆ្នាំឆ្លូវ ត្រីស័ក ព.ស.២៥៦៥
រាជធានីភ្នំពេញ ថ្ងៃទី១៥ ខែ កុម្ភៈ ឆ្នាំ២០២២

កន្លែងទទួលៈ
- ទីស្តីការគណៈរដ្ឋមន្ត្រី
- អគ្គនាយកដ្ឋានរដ្ឋបាល និងហិរញ្ញវត្ថុ
- ខុទ្ទកាល័យឯកឧត្តមបណ្ឌិតសភាចារ្យរដ្ឋមន្ត្រី "ដើម្បីជ្រាបជាព័ត៌មាន"
- អង្គភាពក្រោមឱវាទក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
- ដូចប្រការ២ "ដើម្បីអនុវត្ត"
- កាលប្បវត្តិ

បណ្ឌិតសភាចារ្យ ហង់ជួន ណារ៉ុន

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

គណៈកម្មការគ្រប់គ្រង

១- ឯកឧត្តមបណ្ឌិតសភាចារ្យ ហង់ជួន ណារ៉ុន
២- លោកជំទាវ គឹម សេដ្ឋានី
៣- លោកជំទាវ ទន់ សាអ៊ីម
៤- ឯកឧត្តម ពុត សាមិត្ត
៥- លោក សុក ថា

គណៈកម្មការត្រួតពិនិត្យ

១- លោក សុក ថា
២- លោក ង៉ោ ប៉េងឡុង
៣- លោក ស៊ុន ប៊ុណ្ណា
៤- កញ្ញា សេង ស៊ីណែត
៥- លោក អ៊ុំ ច័ន្ទតារា

គណៈកម្មការរៀបចំកម្មវិធីសិក្សា

១- លោក កែវ ភារុណ
២- លោក អ៊ុក សម្ផស្ស
៣- លោកស្រី សរ វរលក្ខណ៍
៤- លោក អ៊ាង ម៉ូនីកា
៥- លោក បៀ ប័ណ្ណារិន
៦- លោក ផូ សុវណ្ណ

អ្នកចូលរួម

១- លោក ប៉ែន សុភ័ក្រ
២- លោក ខេង ពិសិដ្ឋ
៣- លោក គ្រឹល រតនា

អ្នកជំនួយបច្ចេកទេស

១- លោក ស ច័ន្ទដារ៉ា
២- Mr. Kyle James
៣- លោក ឡាច វណ្ណៈ

បានទទួលការអនុញ្ញាតឱ្យបោះពុម្ពផ្សាយពីក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា
តាមប្រកាសលេខ ៣២១ អយក.ប្រក ចុះថ្ងៃទី១៥ ខែកុម្ភៈ ឆ្នាំ២០២២
ដើម្បីប្រើប្រាស់នៅតាមសាលាគរុកោសល្យ ។

t.me/moeysnews
sala.moeys.gov.kh
fb.me/krou.moeys.gov.kh

អារម្ភកថា

សៀវភៅ «អក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន» នេះត្រូវបានចងក្រងឡើងដើម្បីជាជំនួយដល់គ្រូ គរុសិស្ស និងសិស្សានុសិស្សនៅក្នុងការសិក្សាស្វែងយល់ឱ្យបានកាន់តែច្បាស់អំពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងផ្ដល់នូវមធ្យោបាយដល់ពួកគេអាចយកទៅអនុវត្តសម្រាប់ជីវិតប្រចាំថ្ងៃរបស់ខ្លួន។

ក្នុងសៀវភៅនេះ គ្រូ គរុសិស្ស និងសិស្សានុសិស្សនឹងបានសិក្សាអំពីបំណិនអក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន ដែលរួមមានដូចជាធាតុទាំង៥ នៃអក្ខរកម្មឌីជីថលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន និយមន័យ ទម្រង់ និងលក្ខណៈនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ភាពខុសគ្នារវាងដំណឹង និងព័ត៌មាន អក្ខរកម្មឌីជីថល និងទំនួលខុសត្រូវ និងការបង្កើតមាតិកាសម្រាប់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ឬឌីជីថលជាដើម។ នៅក្នុងនោះក៏មានដាក់បញ្ចូលនូវការណែនាំពីរបៀបនៃការសរសេរអត្ថបទសារព័ត៌មាន វិធីសាស្ត្រនៃការថតរូបភាព ការកែរូប ការថតវីដេអូ និងការកាត់តវីដេអូ ដើម្បីឱ្យពួកគេអាចយកទៅអនុវត្តបានផងដែរ។

ក្រៅពីចំណេះធ្វើ គ្រូបង្រៀន គរុសិស្ស និងសិស្សានុសិស្សក៏នឹងរៀនចេះវិភាគអំពីគោលបំណងនៃការបង្កើតប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងសាររបស់វា ដែលនេះនឹងជួយពួកគេឱ្យចេះវាយតម្លៃព័ត៌មាន និងត្រិះរិះពិចារណាបានល្អិតល្អន់ មុននឹងពួកគេសម្រេចចិត្តជឿលើព័ត៌មានអ្វីមួយដែលពួកគេទទួលបាន។ ពួកគេក៏នឹងយល់ដឹងអំពីអ្វីដែលគួរធ្វើ អ្វីដែលមិនគួរធ្វើ ការចូលរួមបង្កើតសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងទប់ស្កាត់ការរីករាលដាលព័ត៌មានមិនពិត យល់ដឹងអំពីផលវិជ្ជមាន និងផលអវិជ្ជមាននានាដែលបណ្ដាលមកពីការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាហួសកម្រិត។

ជាចុងក្រោយ គ្រូបង្រៀន គរុសិស្ស និងសិស្សានុសិស្សក៏នឹងយល់ដឹងអំពីអ៊ីនធឺណិត អ៊ីមែល និងបណ្ដាញសង្គមផ្សេងៗ ដែលកំពុងតែពេញនិយមនៅទូទាំងពិភពលោកនាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ។ សៀវភៅនេះនឹងចូលរួមចំណែកក្នុងការណែនាំពួកគេឱ្យចេះប្រើបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានទាំងនោះប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ និងមានប្រយោជន៍សម្រាប់ខ្លួនឯង គ្រួសារ និងសង្គម។ សៀវភៅនេះក៏អាចជាប្រភពចំណេះដឹងមួយសម្រាប់ការបណ្ដុះគំនិតបន្ថែមដល់អ្នកដែលចាប់អារម្មណ៍ចង់ប្រលូកក្នុងវិស័យប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផងដែរ។

យើងខ្ញុំរីករាយរង់ចាំទទួលនូវមតិរិះគន់ស្ថាបនាពីសំណាក់លោក លោកស្រី និងអ្នកអានទាំងអស់ក្នុងន័យធ្វើយ៉ាងណាឱ្យឯកសារនេះកាន់តែល្អប្រសើរបម្រើដល់ប្រយោជន៍រួម និងសង្គមជាតិ។

គណៈកម្មការនិពន្ធ

t.me/moeysnews
sala.moeys.gov.kh
fb.me/krou.moeys.gov.kh

តារាងមាតិកា

អារម្ភកថា

សេចក្តីផ្តើម

ជំពូក១ - បំណិនអក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន

មេរៀនទី១ - តើអ្វីទៅគឺជាអក្ខរកម្មឌីជីថលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន?..........១

ក- ហេតុអ្វីបានជាអក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានមានសារៈសំខាន់?..........៤

ខ- ជាតុទាំង ៥ នៃអក្ខរកម្មឌីជីថលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន..........៥

មេរៀនទី២ - តើអ្វីទៅគឺជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ? ១៣

ក- ការស្វែងយល់អំពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងឧទាហរណ៍មួយចំនួន..........១៥

ខ- ទម្រង់ និងលក្ខណៈរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ..........១៧

មេរៀនទី៣ - ដំណឹង និងព័ត៌មាន..........២៥

ក- តើអ្វីទៅជាដំណឹង?..........២៧

ខ- តើអ្វីទៅជាព័ត៌មាន? តើអ្វីជាចំណុចខុសគ្នារវាងព័ត៌មាន និងដំណឹង? ២៨

គ- តើសំណួរអ្វីខ្លះដែលព័ត៌មានគួរឆ្លើយ? ២៩

ឃ- តើអ្វីទៅជាស្តង់ដាក្រមសីលធម៌របស់អ្នកសារព័ត៌មាន?..........២៩

ង- ហេតុអ្វីបានជាមានសារៈសំខាន់សម្រាប់អ្នកក្នុងការទទួលព័ត៌មាន? ៣១

ច- តើអ្នកអាចទទួលព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ និងល្អៗបានដោយវិធីណា?.......... ៣១

ឆ- ព័ត៌មានខុស ព័ត៌មានមិនពិត និងព័ត៌មានបង្កព្យសនកម្ម.......... ៣២

ជ- ការរៀនវាយតម្លៃព័ត៌មាន (ព័ត៌មានខុស និងព័ត៌មានមិនពិត).......... ៣៣

ជំពូក២ - អក្ខរកម្មឌីជីថល និងទំនួលខុសត្រូវ

មេរៀនទី៤ - អក្ខរកម្មឌីជីថល.......... ៣៧

ក- តើអ្វីទៅជាអក្ខរកម្មឌីជីថល?.......... ៣៩

ខ- សារៈសំខាន់នៃអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន ក្នុងសម័យឌីជីថល..........៤០

គ- តើអ្វីទៅជាអ៊ីនធឺណិត អ៊ីមែល និងបណ្តាញសង្គម? ៤០

ឃ- សុវត្ថិភាព និងឯកជនភាពនៅលើអ៊ីនធឺណិត..........៤៤

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

មេរៀនទី៥ - ក្រមសីលធម៌បុគ្គល និងទំនួលខុសត្រូវផ្ទាល់ខ្លួន នៅក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ៥៥
ក- ភាពត្រឹមត្រូវ ការត្រិះរិះពិចារណា និងសេរីភាពបញ្ចេញមតិ ៥៧
ខ- ចំណុចដែលអ្នកគួរពិចារណាពេលធ្វើការបញ្ចេញមតិ និងចែករំលែកព័ត៌មាន.............. ៦០
គ- ផលប៉ះពាល់នៃការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាហួសកម្រិត ៦២

ជំពូក៣ - ការបង្កើតមាតិកាសម្រាប់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ឬឌីជីថល

មេរៀនទី៦ - ការសរសេរអត្ថបទព័ត៌មាន ៦៧
ក- ជ្រើសរើសប្រធានបទសម្រាប់សរសេរ ៦៩
ខ- ចំណុចសំខាន់ៗដែលអ្នកត្រូវដឹងនៅពេលសរសេរព័ត៌មាន ៦៩
គ- ចំណុចសំខាន់ៗដែលអ្នកត្រូវដឹងពេលរៀបចំធ្វើផែនការសម្ភាសន៍ ៧០
ឃ- ការសរសេរព័ត៌មានដោយប្រើសំណួរមូលដ្ឋានចំនួនប្រាំមួយ និងបែបពីរ៉ាមីតបញ្ច្រាស ..៧១
មេរៀនទី៧ - ការថតរូប.. ៧៥
ក- តើអ្វីទៅជារូបថត ? ៧៧
ខ- តើអ្វីដែលធ្វើឱ្យរូបភាពមួយមានអំណាចខ្លាំង ? ៧៧
គ- តើនរណាជាអ្នកកំណត់អត្ថន័យសាររបស់រូបថត ? ៧៨
ឃ- ក្បួននៃការរៀបចំប្លង់រូបភាពសម្រាប់ថតរូប ៧៨
ង- តើអ្វីជាការកែរូបភាព ? ៨១
ច- តើរវាងការកែរូប និងការកាត់តបំភ្លៃ ឬក្លែងបន្លំរូបខុសគ្នាត្រង់ណា ?......................... ៨៣
ឆ- រូបថត និងសិទ្ធិចម្លង ៨៣
មេរៀនទី៨ - វីដេអូ... ៨៧
ក- តើអ្វីជាវីដេអូ ? ៨៩
ខ- តើអ្វីខ្លះជាលក្ខណៈពិសេសទូទៅនៃវីដេអូ ៨៩
គ- តើអ្វីទៅជាកម្រងវីដេអូ (videosequence) ហើយអ្វីជាឃ្លីបវីដេអូ (video clip) ?... ៩០
ឃ- តើទំហំប្លង់ថតវីដេអូមានន័យដូចម្តេច ? ៩១
ង- តើការកាត់តវីដេអូ កំណៃវីដេអូដំបូង និងកំណៃវីដេអូចុងក្រោយមានន័យដូចម្តេច ?...... ៩២
ច- វីដេអូនៅលើអ៊ីនធឺណិត និងបណ្តាញសង្គម ៩៤
ឆ- វីដេអូ និងសិទ្ធិចម្លង ៩៤

t.me/moeysnews
sala.moeys.gov.kh
fb.me/krou.moeys.gov.kh

សេចក្តីផ្តើម

«អក្ខរកម្ម» សំដៅដល់សមត្ថភាពចេះអាន និងសរសេរ។ ប៉ុន្តែ «អក្ខរកម្មឌីជីថលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន» មិនគ្រាន់តែសំដៅដល់សមត្ថភាពទាំងពីរមុខនេះនោះទេ វាគឺជាសមត្ថភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយច្រើនប្រភេទដោយសុវត្ថិភាព ឈ្លាសវៃ និងមានទំនួលខុសត្រូវ។ ដោយសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមានការវិវឌ្ឍយ៉ាងខ្លាំងនៅក្នុងសតវត្សទី២១នេះ រាប់ពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយប្រភេទបោះពុម្ព វិទ្យុ ទូរទស្សន៍ អ៊ីនធឺណិត និងបច្ចេកវិទ្យាទំនាក់ទំនងឌីជីថលផ្សេងៗ ដែលកំពុងបោះជំហានទៅមុខយ៉ាងឆាប់រហ័សនៅទូទាំងពិភពលោក។ កត្តានេះបានអនុញ្ញាតឱ្យប្រជាពលរដ្ឋមិនត្រឹមតែអាចស្វែងរកព័ត៌មានបានកាន់តែងាយស្រួលនោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងអាចចូលរួមបង្កើតសារសម្រាប់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ក៏ដូចជាបើកទូលាយឱ្យមនុស្សអាចទំនាក់ទំនង និងនិយាយឆ្លងឆ្លើយគ្នាខ្វាត់ខ្វែងជុំវិញពិភពលោកថែមទៀត។

ស្របពេលជាមួយគ្នានេះដែរ ទំនាក់ទំនង និងការចែករំលែកសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនាពេលបច្ចុប្បន្ន ជាពិសេសសារដែលចែករំលែកនៅក្នុងបណ្តាញសង្គមមានផ្ទុកទាំងព័ត៌មានល្អ និងព័ត៌មានមិនល្អ។ ជាធម្មតាវាមិនមានភាពងាយស្រួលនោះទេ ក្នុងការចែកឱ្យដាច់ថា មួយណាជាព័ត៌មានពិតឬព័ត៌មានមិនពិតនោះ។ ដូច្នេះហើយ អក្ខរកម្មឌីជីថលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានជាជំនាញមួយចង្កោមដែលមនុស្សគ្រប់រូបគួរមាន ព្រោះវាបង្រៀនឱ្យបុគ្គលម្នាក់ចេះប្រើប្រាស់ ចេះវិភាគព័ត៌មាន ចេះបង្កើតសារថ្មីៗ និងចេះចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។ យើងសង្ឃឹមថាការចងក្រងសៀវភៅ «អក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន» នេះ នឹងជាជំនួយដល់គ្រូ និងគរុសិស្សនិស្សិត ដើម្បីសិក្សាស្វែងយល់ឱ្យបានកាន់តែស៊ីជម្រៅអំពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងផ្តល់នូវមធ្យោបាយដែលអាចយកទៅអនុវត្តបានប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព។ សៀវភៅនេះក៏អាចប្រើប្រាស់ជាប្រភពនៃព័ត៌មាន និងការបណ្តុះគំនិតបន្ថែមសម្រាប់អ្នកដែលមានការចាប់អារម្មណ៍ផ្នែកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។ ខ្លឹមសារអត្ថបទដែលបានចងក្រងប្រមូលផ្តុំក្នុងសៀវភៅនេះ ត្រូវបានរៀបចំឡើងដោយយោងតាមសៀវភៅ «បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងសារគមនាគមន៍» ថ្នាក់ទី១១ និង១២ របស់ក្រសួងអប់រំ យុវជន និងកីឡា និងសៀវភៅ «អក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន» របស់ DW Akademie ដែលជាស្ថាប័នអភិវឌ្ឍប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនាំមុខគេមួយរបស់ប្រទេសអាល្លឺម៉ង់ ហើយក៏ជាផ្នែកមួយនៃភ្នាក់ងារផ្សព្វផ្សាយអន្តរជាតិ Deutsche Welle ប្រទេសអាល្លឺម៉ង់។

ជំពូកទី ១ - បំណិនអក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន

មេរៀនទី

១

តើអ្វីទៅជាអក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន ?

នៅក្នុងមេរៀននេះ អ្នកនឹងសិក្សាអំពី ៖

១- អ្វីជាអក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន ?

២- សារៈសំខាន់នៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនិងព័ត៌មាន និងមូលហេតុចាំបាច់ដែលត្រូវយល់ដឹង និងត្រូវមានជំនាញនេះ

៣- ជាតុទាំង៥ នៃអក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន

ពាក្យថា «អក្ខរកម្ម» សំដៅដល់សមត្ថភាពដែលចេះអាន និងសរសេរ។ «អក្ខរកម្មឌីជីថល និងព័ត៌មាន» សំដៅដល់សមត្ថភាពក្នុងការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយច្រើនប្រភេទដោយសុវត្ថិភាព ឈ្លាសវៃ និងទំនួលខុសត្រូវ។ អក្ខរកម្មប្រព័ន្ធឌីជីថល និងព័ត៌មានគឺជាបណ្តុំជំនាញដែលអនុញ្ញាតឱ្យបុគ្គលម្នាក់ចេះប្រើប្រាស់ ចេះវិភាគ ចេះបង្កើតខ្លឹមសារថ្មីៗ និងចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។

បុគ្គលដែលមានការយល់ដឹងផ្នែកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ មានសមត្ថភាពអាចយល់ពីសារស្មុគស្មាញដែលផ្សាយចេញលើកាសែត ផ្ទាំងប៉ាណូ វីដេអូហ្គេម តន្ត្រី អ៊ីនធឺណិត បណ្តាញសង្គម និងប្រភេទនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗទៀតក៏ដូចជាចេះបង្កើតសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដោយខ្លួនឯង។

នៅតាមបណ្តាប្រទេសជាច្រើន អក្ខរកម្មឌីជីថលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានបានក្លាយជាផ្នែកមួយនៃកម្មវិធីសិក្សារួចទៅហើយ។ គ្រូបង្រៀនយល់ឃើញថា អក្ខរកម្មឌីជីថលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន មានសារៈសំខាន់ខ្លាំងណាស់ ដែលអាចធ្វើឱ្យសិស្សអាចប្រើជំនាញនៃការគិតបែបស៊ីជម្រៅបានយ៉ាងទូលំទូលាយ។ ដោយសារតែបច្ចេកវិទ្យាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមានការរីកចម្រើនយ៉ាងឆាប់រហ័ស ហើយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមានភាពស្មុគស្មាញ និងផ្លាស់ប្តូរជាបន្តបន្ទាប់យ៉ាងលឿននោះ អក្ខរកម្មឌីជីថលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន បានក្លាយជាជំនាញដ៏សំខាន់មួយនៅជុំវិញពិភពលោក។

១.១- ស្វែងរកព័ត៌មានលើអ៊ីនធឺណិតតាមរយៈទូរស័ព្ទ

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

ក- ហេតុអ្វីបានជាអក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានមានសារៈសំខាន់?

ការយល់ដឹងអំពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងឥទ្ធិពលរបស់វាទៅលើសង្គមនិងបុគ្គលគ្រប់រូប គឺជាជំនាញចាំបាច់មួយសម្រាប់មនុស្សគ្រប់គ្នា។ ការហ្វឹកហាត់ជំនាញក្នុងការយល់ដឹងអំពីអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ជួយឱ្យយើងកាន់តែមានការយល់ដឹងថែមទៀតអំពីវប្បធម៌ និងគុណតម្លៃរបស់វា ព្រមទាំងសារៈសំខាន់នៃទំនាក់ទំនងនិងព័ត៌មាន។ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានសង្គម និងបុគ្គលម្នាក់ៗ មានភាពស្មុគស្មាញ ពិបាកយល់។ ហេតុដូច្នេះហើយ ទើបអ្នកដែលមានការយល់ដឹងអំពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយតែងជៀសវៀងការវិនិច្ឆ័យអ្វីមួយភ្លាមៗដោយមិនបានគិតឱ្យល្អិតល្អន់។

គោលបំណងរបស់អក្ខរកម្មឌីជីថលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន គឺការធ្វើឱ្យមនុស្សកាន់តែច្រើនឡើងចេះប្រើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ព្រមទាំងបង្កើនការចូលរួមក្នុងការបង្កើតខ្លឹមសារលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។ វិធីនេះនឹងអាចបង្កើនឱកាសនៃរបកគំហើញ ចក្ខុវិស័យថ្មីៗ សម្រាប់ការពង្រីកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែលអាចអភិវឌ្ឍសង្គមមួយដែលមានប្រជាពលរដ្ឋរស់នៅប្រកបដោយគុណតម្លៃ និងសីលធម៌។

បច្ចេកវិទ្យាបច្ចុប្បន្នអនុញ្ញាតឱ្យមនុស្សបង្កើត និងវិភាគសារតាមទម្រង់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗដូចជា អត្ថបទ រូបភាព ឬវីដេអូជាដើម។ ប៉ុន្តែជំនាញដែលចាំបាច់ក្នុងការចេះបង្កើត និងវិភាគព័ត៌មានលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនេះ ត្រូវតែឆ្លងកាត់ការរៀនសូត្រ ការបង្វឹក និងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពចំណេះដឹងថ្មីៗជានិច្ច។ ជាក់ស្ដែង ការរៀនអក្ខរកម្មឌីជីថលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន អាចនឹងមានរយៈពេលយូរ និងត្រូវសិក្សារៀនសូត្រជាប្រចាំពេញមួយជីវិត។ ជាពិសេសយុវជនទាំងឡាយត្រូវការឱកាសក្នុងការរៀនផ្ទាល់ពីគ្រូដើម្បីបង្កើនសមត្ថភាព និងបទពិសោធន៍ឱ្យបានកាន់តែច្រើនថែមទៀត ពាក់ព័ន្ធនឹងប្រភេទនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអន្តរបុគ្គល និងបច្ចេកវិទ្យាផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗ។

អក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានអាចជួយដល់មនុស្សបានដូចជា៖

- បង្កើនសមត្ថភាពជំនាញនៃការគិតបែបស៊ីជម្រៅ
- យល់អំពីរបៀបដែលសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយចូលរួមផ្លាស់ប្ដូរអភិវឌ្ឍវប្បធម៌ និងសង្គម
- ចេះសម្គាល់នូវការកំណត់ទិសដៅ និងការធ្វើយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ
- យល់អំពីអ្វីដែលផលិតករប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយចង់បញ្ចុះបញ្ចូលយើងជឿលើអ្វីមួយ ឬធ្វើអ្វីមួយ
- អាចដឹងអំពីបច្ចេកទេសនៃការបញ្ចុះបញ្ចូលដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់
- ផ្ដល់មតិយោបល់សម្រាប់ការផ្លាស់ប្ដូរដល់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ
- ចេះសម្គាល់នូវព័ត៌មានលម្អៀង រឿងប្រឌិតឡើង ព័ត៌មានខុស និងរឿងកុហក
- ចេះស្វែងយល់ពីផ្នែកខ្លះនៃសាច់រឿងដែលមិនត្រូវបានបង្ហាញ ឬត្រូវគេបិទបាំង
- វិភាគសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដោយផ្អែកលើបទពិសោធន៍ ចំណេះដឹងផ្ទាល់ខ្លួន ជំនាញ ជំនឿ និងគុណតម្លៃ
- បង្កើត និងចែកចាយសារដែលបានបង្កើតដោយខ្លួនឯង

២- ធាតុទាំង ៥ នៃអក្ខរកម្មឌីជីថលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន

១- ការចេះប្រើប្រាស់

ការចេះប្រើប្រាស់ គឺជាជំហានដំបូងនៃអក្ខរកម្មឌីជីថលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានដែលផ្តោតលើការរៀនស្វែងរក និងយល់ដឹងអំពីសារលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងវិធីប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។ ក្នុងផ្នែកនេះអ្នកនឹងរៀនអំពីវិធីក្នុងការស្វែងរក និងចែករំលែកព័ត៌មានដែលត្រឹមត្រូវ និងពាក់ព័ន្ធនឹងអ្វីដែលខ្លួនចង់រក។

ឧទាហរណ៍ នៅពេលដែលក្មេងៗរៀនអាន ពួកគេរៀនកាន់សៀវភៅ និងបើកពីទំព័រមួយទៅទំព័រមួយទៀត។ ពួកគេចាប់ផ្តើមស្គាល់ពាក្យដែលបានផ្គុំដោយតួអក្សរនីមួយៗ និងចាប់ផ្តើមយល់ពីទំនាក់ទំនងរវាងពាក្យ និងរូបភាព។ ជំហាននៃការបកស្រាយ និងការយល់ដឹងនិយមន័យនៃពាក្យដែលមាននៅលើក្រដាស គឺជាជំនាញដ៏សំខាន់មួយ។

ឧទាហរណ៍ពីរបៀបចូលស្វែងរក អក្សរឬសៀវភៅនេះគឺ អាចយកទៅប្រើបានសម្រាប់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយគ្រប់ប្រភេទទាំងអស់។ ការចេះប្រើប្រាស់គឺ ជាចំណុចពិសេសមួយរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ហើយវាតម្រូវឱ្យបុគ្គលម្នាក់មានជំនាញច្រើន ក្នុងការប្រើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗគ្នា។ ការស្វែងរកឃើញព័ត៌មាននៅលើអ៊ីនធឺណិតតម្រូវឱ្យអ្នកមានជំនាញក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា។ អ្នកត្រូវដឹងថាតើពាក្យគន្លឹះណា ដែលត្រឹមត្រូវសម្រាប់ការវាយចូលទៅកាន់ម៉ាស៊ីនស្វែងរកព័ត៌មាននានា ហើយត្រូវដឹងថាតើប្រភពអាសយដ្ឋានគេហទំព័រដែលបានផ្តល់ជូនមួយណាដែលអ្នកគួរចុចមើល។ ការចូលរួមក្នុងបណ្តាញសង្គមតម្រូវឱ្យមានសមត្ថភាពក្នុងការរាប់អានមនុស្សដោយផ្ទាល់ជាជាងនៅតែម្នាក់ឯង ហើយនេះគឺដើម្បីជួយដល់ការសម្រេចចិត្តថា តើព័ត៌មានអ្វីដែលគួរ ឬមិនគួរចែករំលែក និងភាគច្រើនដើម្បីជួយពង្រឹងសមត្ថភាព ពហុជំនាញរបស់ខ្លួន។

១.២- ស្វែងរកព័ត៌មាន លើអ៊ីនធឺណិតតាមរយៈទូរស័ព្ទ

ពុំមាននរណាម្នាក់មានជំនាញអាចចេះប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបានគ្រប់ប្រភេទនោះទេ។ វាជារឿងមួយដែលមិនអាចទៅរួចក្នុងការក្លាយជាអ្នកជំនាញម្នាក់ដែលចេះប្រើគ្រប់បច្ចេកវិទ្យានិងយល់បានគ្រប់មេរៀន និងព័ត៌មាននោះទេ។ គោលបំណងនៃការសិក្សាលើមុខវិជ្ជានេះ ដើម្បីស្វែងយល់ឱ្យដឹងពីវិធីបង្កើនសមត្ថភាពក្នុងការប្រើប្រាស់កម្មវិធីផ្សេងៗលើអ៊ីនធឺណិត ព័ត៌មាន និងកម្មវិធីកុំព្យូទ័រ ដើម្បីឱ្យយល់កាន់តែច្បាស់អំពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងអាចប្រើព័ត៌មានផ្សេងៗ។ នេះមិនមែនជាជំនាញមួយដែលអាចរៀនឱ្យចេះត្រឹមតែមួយថ្ងៃនោះទេ តែវាត្រូវការឱ្យយើងចំណាយពេលយូរ និងអាចស្ទើរតែពេញមួយជីវិតដើម្បីរៀន។

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

យ៉ាងណាមិញ ប្រសិនបើនរណាម្នាក់មានសមត្ថភាពក្នុងការយល់ដឹង និងប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនាពេលបច្ចុប្បន្នហើយនោះ ភាគច្រើនពួកគេនឹងមានភាពងាយស្រួលក្នុងការយល់ដឹងអំពីប្រភេទ និងទម្រង់ថ្មីៗរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែលមាននាពេលអនាគត។

២- ការវិភាគ

ការចេះវិភាគព័ត៌មាន គឺជាជំហានទីពីរនៃអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន។ បុគ្គលម្នាក់ដែលមានជំនាញវិភាគសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ គឺមានសមត្ថភាពចេះបកប្រែអត្ថន័យ វាយតម្លៃប្រភេទទម្រង់សារទាំងលើឯកសារបោះពុម្ព និងឌីជីថល ដូចដែលមាននៅលើ រូបភាព អក្សរព័ត៌មាន វីដេអូ ភាពយន្ត វីដេអូហ្គេម អ៊ីនធឺណិត និងបណ្តាញសង្គមជាដើម។ ដើម្បីក្លាយជាអ្នកជំនាញវិភាគសារ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ អ្នកត្រូវឆ្លងកាត់ការបង្រៀនអំពីវិធីសាស្ត្រនៃការបកស្រាយអត្ថន័យ ការវាយតម្លៃ ព្រមទាំងការវិភាគប្រភេទប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាលក្ខណៈបោះពុម្ពដូចជាសៀវភៅ កាសែត និងវិភាគប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាលក្ខណៈរូបភាពដូចជា រូបថត និងវីដេអូ ចេះវិភាគប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាលក្ខណៈ សំឡេងដូចជា វិទ្យុ និងតន្ត្រី ហើយចុងក្រោយនោះ គឺប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល ដែលមានដូចជាវីដេអូហ្គេម គេហទំព័រ និងបណ្តាញសង្គម។ល។

អ្នកដែលមានជំនាញខាងវិភាគនឹងដឹងថា ពួកគេត្រូវគិតពិចារណា អំពីអ្នកនិពន្ធ គោលបំណងនៃការសរសេររបស់គាត់ និងគោលបំណងរបស់សារនិងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនោះ។ យើងអាចរៀនដើម្បីឱ្យយល់បានថា តើវាមានសារៈសំខាន់ប៉ុនណា ក្នុងការគិតដល់ជនគោលដៅសម្រាប់សារដែលផ្សាយចេញ រួមទាំងគុណភាព ភាពត្រឹមត្រូវតាមផ្លូវច្បាប់ ភាពជឿទុកចិត្តបាន និងសក្តានុពលភាពនៃការជះឥទ្ធិពល ឬលទ្ធផលក្រោយពេលផ្សាយចេញរួច។

ការចេះសួរសំណួរល្អៗ ដើម្បីលើកកម្ពស់ជំនាញ នៃការគិតស៊ីជម្រៅ គឺជាគោលដៅមួយនៃជំនាញវិភាគប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ហើយក៏ជាជំនាញមួយដែលត្រូវឆ្លងកាត់ការរៀនសូត្រ។

១.៣- ការវិភាគព័ត៌មានដែលទទួលបាន

គោលដៅមួយទៀតនោះគឺដើម្បីថ្លឹងថ្លែង សារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអំពីសង្គមនយោបាយ ប្រវត្តិសាស្ត្រ សេដ្ឋកិច្ច និងវប្បធម៌។ ឧទាហរណ៍វាអាចជាសារៈប្រយោជន៍មួយក្នុងការសួរសំណួរអំពីស្ថាប័នដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការផលិតសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងតួនាទីរបស់សាធារណជននៅក្នុងការយល់អត្ថន័យពីសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែលផ្សាយចេញ។ ការដែលចេះសួរសំណួរល្អៗ និងទូលំទូលាយក៏ជាការហ្វឹកហាត់ជំនាញវាយតម្លៃ និងវិភាគរបស់អ្នក។ ជាទូទៅអ្នកចាំបាច់ត្រូវតែបង្កើនការយល់ដឹងអំពីពាក្យគន្លឹះ ដើម្បីអាចពង្រឹងជំនាញវិភាគរបស់អ្នក។ បើអ្នកដឹងពាក្យគន្លឹះកាន់តែច្រើន នោះអ្នកនឹងអាចសួរសំណួរកាន់តែល្អ និងកាន់តែស៊ីជម្រៅ ដែលកត្តានេះនឹងជំរុញឱ្យមានរបកគំហើញ និងព័ត៌មានថ្មីៗបន្ថែមទៀត។

៣- ការបង្កើត

ការបង្កើតគឺជាជំហានទីបីនៃអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន។ ការបង្កើតនូវសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយពីមុន ត្រូវបានប្រើប្រាស់ដោយប្រើតែក្រដាស និងខ្មៅដៃតែប៉ុណ្ណោះ។ បច្ចុប្បន្ននេះ អ្នកអាចរៀនប្រើឧបករណ៍ឌីជីថលដូចជាកុំព្យូទ័រ ឬទូរស័ព្ទ ដើម្បីបង្កើតជាអក្សរ សំឡេង តន្ត្រី វីដេអូ កម្មវិធីវិទ្យុ កំណត់ហេតុឌីជីថល រូបភាព គេហទំព័រ គំនូរតុក្កតា និងហ្គេមតាមកំព្យូទ័របាន។ ការបង្កើតសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអាចធ្វើបានតាមច្រើនវិធី ហើយអ្នកអាចប្រើប្រភេទនៃការផលិតខុសៗគ្នារួមទាំងលក្ខណៈបែបរៀបរាប់ដំណើររឿង ការបញ្ចុះបញ្ចូល និងជាលក្ខណៈពន្យល់លម្អិត ព្រមទាំងការប្រើរូបភាព ភាសា សំឡេង គំនូរក្រាហ្វិក ការសម្តែង ឬការលេងល្ខោន ដើម្បីបញ្ចេញសាររបស់ខ្លួនទៅកាន់សាធារណជន។

១.៤- ការបង្កើតព័ត៌មាននៅលើកុំព្យូទ័រ

ចំពោះការបង្កើតចាំបាច់ត្រូវតែមានសមត្ថភាពក្នុងការបញ្ចេញនូវគំនិត និងភាពច្នៃប្រឌិតរបស់ខ្លួន ព្រមទាំងដើម្បីចែករំលែកលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឌីជីថលតាមរយៈអ៊ីនធឺណិតនូវអ្វីដែលខ្លួនបានបង្កើតជាមួយអ្នកដទៃ។ អ្នកក៏អាចរៀនបង្កើតសារដែលមានអត្ថន័យសម្រាប់ទស្សនិកជនពិតៗផងដែរ។ ការចែករំលែកនូវអ្វីដែលខ្លួនឯងផ្ទាល់បានបង្កើត ជួយឱ្យអ្នកកាន់តែមានទំនុកចិត្តលើខ្លួនឯង ក្នុងការបញ្ចេញមតិ និងស្នាដៃរបស់ខ្លួន។

t.me/moeysnews
sala.moeys.gov.kh
fb.me/krou.moeys.gov.kh

៤- ការឆ្លុះបញ្ចាំង

ការឆ្លុះបញ្ចាំងគឺជាជំហានទីបួននៃអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន ហើយវារួមមានជំនាញនៃការចេះប្រើប្រាស់ ការចេះវិភាគ និងការចេះបង្កើត។ ការពង្រឹងសមត្ថភាពជំនាញនេះតម្រូវឱ្យមានការគិតទូលំទូលាយ ជ្រៅជ្រះ និងចេះពិចារណាអំពីព័ត៌មានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយប្រចាំថ្ងៃ និងការយល់ដឹងអំពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។ ជារឿងសំខាន់ដែលត្រូវគិតដល់ឥទ្ធិពលនៃសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងបច្ចេកវិទ្យាទៅលើបុគ្គលនោះព្រមទាំងសកម្មភាពប្រចាំថ្ងៃរបស់គាត់ ក៏ដូចជាឥទ្ធិពលទៅលើសង្គមទាំងមូល។

ជារឿងពិតមិនអាចប្រកែកបានដែលទម្លាប់ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរបស់បុគ្គលម្នាក់រួមទាំងសកម្មភាពប្រើអ៊ីនធឺណិតបានជះឥទ្ធិពលអត្តសញ្ញាណ ការឱ្យតម្លៃលើខ្លួនឯង ទំនាក់ទំនង និងអនាគតរបស់អ្នកដទៃទៀត។ ហេតុនេះហើយទើបវាមានសារៈសំខាន់ក្នុងការបង្កើតនូវទំនាក់ទំនងរវាងជំនាញអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន ឥរិយាបថនៃទំនាក់ទំនងរបស់អ្នកដែលជួយអ្នកអាចយល់ដឹងអំពីទំនួលខុសត្រូវសង្គម និងក្រមសីលធម៌។ ដើម្បីពង្រឹងចំណេះដឹងផ្នែកអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន អ្នកគប្បីចេះថ្លឹងថ្លែង នៅពេលធ្វើការជ្រើសរើសអំពីវិធីប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ វិធីប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នា និងវិធីវាយតម្លៃគុណតម្លៃតាមរយៈសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។ យើងម្នាក់ៗ ក៏គួរគប្បីហ្វឹកហាត់ការយល់ដឹងរបស់ខ្លួនដែរថា តើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងបច្ចេកវិទ្យាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយប៉ះពាល់ដល់ឥរិយាបថ និងអាកប្បកិរិយារបស់មនុស្សយើងដោយរបៀបណា។

១.៥- ការឆ្លុះកញ្ចក់

ឧទាហរណ៍ ការវិវឌ្ឍឆាប់រហ័សរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល អាចនឹងឱ្យមនុស្សធ្វើអ្វីដោយឯកឯងដោយមិនបានគិតជិតដល់។ យើងអាចឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីទម្លាប់ និងបទពិសោធន៍ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់យើងតាមរយៈការពិនិត្យមើលសារ លើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម។ ការធ្វើបែបនេះនឹងបង្កើននូវការយល់ដឹងអំពីឥរិយាបថប្រាស្រ័យទាក់ទងផ្នែកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមរបស់ខ្លួន និងដៃគូមិត្តភក្តិខ្លួនបាន។ យើងក៏អាចធ្វើការពិនិត្យឱ្យបានល្អិតល្អន់លើទំនាក់ទំនងគ្នាតាមរយៈបណ្តាញសង្គម ដូចជាការចែករំលែក ការផ្តល់មតិយោបល់ ឬការរិះគន់សារតាមបណ្តាញសង្គមជាដើម ថាតើវាអាចជះឥទ្ធិពលយ៉ាងដូចម្តេចខ្លះទៅលើឋានៈ ឋានានុក្រម និងការគោរពគ្នា។

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

៥- ការចូលរួម

ការចូលរួមគឺជាជំហានទីប្រាំដែលជាជំហានចុងក្រោយនៃអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន ដោយផ្អែកលើជំនាញដែលបានសិក្សាទាំងបួនខាងលើ។ គោលគំនិតនៃការចូលរួមត្រូវបានរួមបញ្ចូលក្នុងកម្មវិធីសិក្សាអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន ព្រោះវាមានសារៈសំខាន់ក្នុងការពង្រឹងសមត្ថភាពរបស់សិស្សក្រៅពីការសិក្សាតែក្នុងថ្នាក់រៀន ហើយវាក៏មានឥទ្ធិពលលើសង្គមផងដែរ។ វាជារឿងដ៏ល្អបំផុតមួយដែលការរៀនគប្បីផ្សារភ្ជាប់គ្នារវាងការសិក្សាក្នុងថ្នាក់ទៅនឹងបរិស្ថានរស់នៅ បញ្ហាសង្គមជុំវិញពិភពលោក រឿងរ៉ាវក្នុងតំបន់ និងសង្គមជាតិរបស់ខ្លួន។

១.៦- កម្លាំងការចូលរួម

ក្នុងនាមជាសមាជិកដ៏សំខាន់មួយក្នុងសង្គម អ្នកអាចបញ្ចេញមតិរបស់ខ្លួនកាន់តែទូលំទូលាយ និងពង្រឹងគុណភាពជីវិត ទាំងនៅក្នុងគ្រួសារ សាលារៀន សហគមន៍ និងពិភពលោក។ ការចូលរួម ឬការអនុវត្តរួមមានទាំងការអនុវត្តដោយខ្លួនឯង និងការសហការជាមួយអ្នកដទៃ។ គោលដៅនៃការងារសកម្មក្នុងវិស័យប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ គឺដើម្បីចែករំលែកនូវចំណេះដឹង និងទាញយកចំណាប់អារម្មណ៍របស់មហាជនទៅកាន់បញ្ហាប្រឈមរបស់សហគមន៍ បណ្ដាប្រទេសនានា និងនៅជុំវិញពិភពលោក។ ការអប់រំ និងទំនួលខុសត្រូវសង្គមមានភាពប្រទាក់ក្រឡាគ្នា ហើយវាមានសារៈសំខាន់ ដែលមនុស្សគ្រប់គ្នាបានរៀនអំពីសុច្ចរិតភាពរបស់ខ្លួន និងទំនួលខុសត្រូវសម្រាប់អ្វីដែលខ្លួនធ្វើ។

មេរៀនសង្ខេប

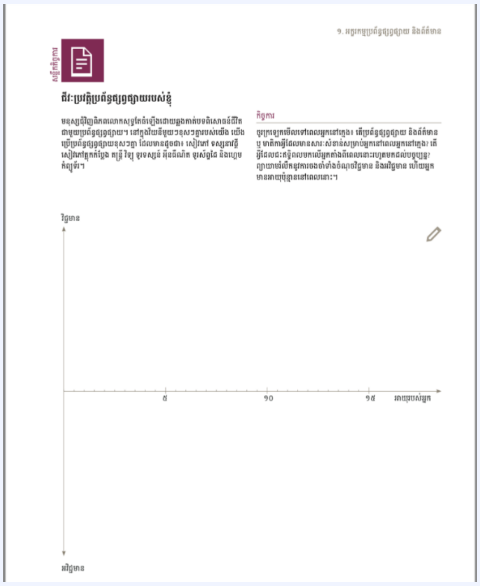
ក្នុងមេរៀននេះ យើងបានសិក្សានូវចំណុចសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- អក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន គឺជាបណ្តុំជំនាញដែលអនុញ្ញាតឱ្យបុគ្គលម្នាក់ ចេះប្រើប្រាស់ វិភាគព័ត៌មាន បង្កើតសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយថ្មីៗ ឆ្លុះបញ្ចាំងលើព័ត៌មានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដែលកំពុងមានស្រាប់ និងចេះចូលរួមយ៉ាងសកម្មក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។
- អក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានអាចជួយដល់មនុស្សបានដូចជា៖
    - បង្កើនសមត្ថភាពជំនាញនៃការគិតបែបស៊ីជម្រៅ
    - យល់អំពីរបៀបដែលសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយចូលរួមផ្លាស់ប្តូរ និងអភិវឌ្ឍវប្បធម៌ និងសង្គម
    - ចេះសម្គាល់នូវការកំណត់ទិសដៅ និងការធ្វើយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ
    - យល់អំពីអ្វីដែលផលិតករប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយចង់បញ្ចុះបញ្ចូលឱ្យយើងជឿលើអ្វីមួយ ឬធ្វើអ្វីមួយ
    - អាចដឹងអំពីបច្ចេកទេសនៃការបញ្ចុះបញ្ចូលដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់
    - ផ្តល់មតិយោបល់សម្រាប់ការផ្លាស់ប្តូរដល់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ
    - ចេះសម្គាល់នូវព័ត៌មានលម្អៀង រឿងប្រឌិតឡើង ព័ត៌មានខុស និងរឿងកុហក
    - ចេះស្វែងយល់ពីផ្នែកខ្លះនៃសាច់រឿងដែលមិនត្រូវបានបង្ហាញ ឬត្រូវគេបិទបាំង
    - វិភាគសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដោយផ្អែកលើបទពិសោធន៍ ចំណេះដឹងផ្ទាល់ខ្លួន ជំនាញ ជំនឿ និងគុណតម្លៃ
    - បង្កើត និងចែករំលែកសារដែលបានបង្កើតដោយខ្លួនឯង
    - ជាតុទាំង៥ នៃអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានគឺ ការចេះប្រើប្រាស់ ការវិភាគ ការបង្កើត ការឆ្លុះបញ្ចាំង និងការចូលរួម។

លំហាត់អនុវត្តន៍

១- ចូរក្រឡេកមើលទៅពេលអ្នកនៅក្មេង៖ តើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន ឬមាតិកាអ្វី ដែលមានសារៈសំខាន់សម្រាប់អ្នកនៅពេលអ្នកនៅក្មេង? តើអ្វីដែលជះឥទ្ធិពលមកលើអ្នកតាំងពីពេលនោះរហូតមកដល់បច្ចុប្បន្ន? ព្យាយាមរំលឹកនូវការចងចាំទាំងចំណុចវិជ្ជមាន និងអវិជ្ជមាន ហើយអ្នកមានអាយុប៉ុន្មាននៅពេលនោះ។

២- ធ្វើការជាក្រុម ហើយពិភាក្សាគ្នាដើម្បីឆ្លើយសំណួរដូចខាងក្រោម៖



- រៀបរាប់ពីឈ្មោះប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដែលអ្នកនិងសមាជិកគ្រួសាររបស់អ្នកកំពុងប្រើប្រាស់ប្រចាំថ្ងៃ។
- តើអ្នក ឬសមាជិកគ្រួសាររបស់អ្នក ប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនីមួយៗញឹកញាប់ប៉ុនណា?
- តើអ្នក ឬសមាជិកគ្រួសាររបស់អ្នក បានចូលរួមបង្កើតសាររបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយណាមួយដែរឬទេ? បើមាន តើអ្នកបានចូលរួមបង្កើតសារអ្វីខ្លះ?

សំណួររំលឹកមេរៀន

១- តើអ្វីទៅគឺជា អក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន?

២- ហេតុអ្វីបានជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានមានសារៈសំខាន់ចំពោះអ្នក?

៣- តើធាតុទាំង៥ នៃអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានមានអ្វីខ្លះ? ចូររៀបរាប់ដោយសង្ខេប។

fb.me/krou.moeys.gov.kh
sala.moeys.gov.kh
t.me/moeysnews

ជំពូកទី ១ - បំណិនអក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន

មេរៀនទី

២

អ្វីទៅគឺជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ?

នៅក្នុងមេរៀននេះ អ្នកនឹងសិក្សាអំពី ៖

១- ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយគឺជាអ្វី

២- ការស្វែងយល់អំពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងឧទាហរណ៍មួយចំនួន

៣- ទម្រង់ លក្ខណៈ និងរបៀបទំនាក់ទំនង របស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនីមួយៗ

ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ គឺជាបណ្តុំនៃបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយជាច្រើនប្រភេទដែលរួមមានកាសែត វិទ្យុ ទូរទស្សន៍ និងបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗទៀត ដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់សម្រាប់ធ្វើការទំនាក់ទំនងព័ត៌មាន និងការកម្សាន្តផ្សេងៗនៅក្នុងសង្គម។ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនីមួយៗត្រូវបានប្រើប្រាស់ ដើម្បីបញ្ជូនសាររវាងមនុស្សពីរនាក់ ឬច្រើននាក់។ សារទាំងនោះមិនត្រូវបានចែករំលែកដោយផ្ទាល់ពីមនុស្សម្នាក់ទៅមនុស្សម្នាក់នោះទេ ប៉ុន្តែវាត្រូវបានចែករំលែកតាមបណ្តាញទំនាក់ទំនងដូចជា តាមរយៈសំបុត្រ តាមកម្មវិធីវិទ្យុ តាមអ៊ីមែល ឬផ្ទាំងរូបភាពផ្សាយពាណិជ្ជកម្មជាដើម។ ការផ្ញើរសារទាំងនោះត្រូវបានសរសេរពីភាគីម្ខាង ដែលផ្ញើវាចេញ (ហៅថាអ្នកផលិតខ្លឹមសារ ឬអ្នកផលិតទូទៅ) ហើយភាគីម្ខាងទៀត (ហៅថាជាសាធារណជនគោលដៅ) ជាអ្នកទទួល។ សារទាំងនេះគេឱ្យឈ្មោះថាជា សារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។

ក- ការស្វែងយល់អំពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងឧទាហរណ៍មួយចំនួន

ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបានចាប់កំណើតដំបូងជាមួយនឹងការបង្កើតភាសាសរសេរ។ ដំបូងមនុស្សចេះ សរសេរ និងចម្លងសារពីមួយទៅមួយ។ សព្វថ្ងៃទម្រង់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ព និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមិនមែនអេឡិចត្រូនិកមាននៅសេសសល់ដូចជា៖

- សេចក្តីថ្លែងការណ៍ និងសេចក្តីជូនដំណឹង
- កាសែត និងទស្សនាវដ្តី
- សំបុត្រ
- សៀវភៅ
- សៀវភៅរឿងរូបភាព (ទស្សនាវដ្តី ឬសៀវភៅ ជាពិសេសសម្រាប់កុមារដែលមានរឿងជាច្រើន ដែលត្រូវបានគេពន្យល់ជារូបភាព ជាមួយនឹងអក្សរតិចតួច)

នៅសតវត្សទី២០ មនុស្សចាប់ផ្តើមប្រើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអេឡិចត្រូនិក ហើយបច្ចេកវិទ្យាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបានបន្តរីកដុះដាលយ៉ាងឆាប់រហ័សចាប់តាំងពីពេលនោះមក។ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអេឡិចត្រូនិក និងមិនមែនបោះពុម្ពមានដូចជា៖

- វិទ្យុ
- ទូរទស្សន៍-ភាពយន្ត
- កុំព្យូទ័រ(CD-ROM ឬ USB flash drive)
- វីដេអូហ្គេម - អ៊ីនធឺណិត
- តន្ត្រីថតទុក
- ទូរស័ព្ទដៃ
- ឧបករណ៍អានសៀវភៅអេឡិចត្រូនិក

យើងអាចបែងចែកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទាំងនោះជា៤ប្រភេទ៖ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ព រូបភាព សំឡេង និងឌីជីថល។

- បោះពុម្ព៖ សៀវភៅ កាសែត ទស្សនាវដ្តី

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

- រូបភាព៖ ខ្សែភាពយន្ត ទូរទស្សន៍ រូបថត គំនូរ
- សំឡេង៖ វិទ្យុ តន្ត្រីថតទុក ស៊ីឌី ឯកសារសំឡេង
- ឌីជីថល៖ អ៊ីនធឺណិត អ៊ីមែល វីដេអូហ្គេម បណ្តាញសង្គមលើអ៊ីនធឺណិត

ការបែងចែកខាងលើនេះ គ្រាន់តែជាការរៀបចំឱ្យស្រួលកត់សម្គាល់ប៉ុណ្ណោះ ដោយសារទម្រង់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាច្រើនទៀត អាចត្រូវបានគេបែងចែកតាមលក្ខណៈផ្សេងៗទៀតបានដែរ។

ចំណុចសំខាន់ទាំងប្រាំក្នុងការស្វែងយល់ពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

ដើម្បីស្វែងយល់ពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ អ្នកត្រូវគិតពីចំណុចសំខាន់ទាំងប្រាំខាងក្រោម៖

១. និពន្ធភាព៖ ត្រូវចាំថា សារនៅក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់គឺត្រូវបានគេបង្កើតឡើង។

២. ទម្រង់៖ រាល់ទម្រង់នៃសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទាំងអស់ ត្រូវបានគេបង្កើតឡើងដោយប្រើភាសាប្រកបដោយភាពច្នៃប្រឌិត រួមជាមួយនឹងវិធានផ្ទាល់ខ្លួន។

៣. សាធារណជនគោលដៅ៖ ត្រូវដឹងថា មនុស្សផ្សេងគ្នានឹងយល់ពីសារនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយតែមួយផ្សេងពីគ្នា ទៅតាមចំណេះដឹង និងបទពិសោធន៍រៀងៗខ្លួន។

៤. ខ្លឹមសារ៖ ត្រូវចាំថា ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបានបង្កប់នូវគុណតម្លៃ និងទស្សនៈរបស់មនុស្ស។

៥. គោលបំណង៖ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយភាគច្រើនត្រូវបានរៀបចំឡើង ដើម្បីទទួលបានផលចំណេញ ឬអត្ថប្រយោជន៍អ្វីមួយ។

ចំណុចទាំងនេះស្តាប់ទៅដូចជាអរូបីបន្តិចនៅពេលដំបូង។ ប៉ុន្តែអ្នកអាចធ្វើការវិភាគស្វែងយល់ពីចំណុចសំខាន់ទាំងប្រាំនេះ នៅក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមួយបាន ដោយឆ្លើយនឹងសំណួរទាំងប្រាំខាងក្រោម៖

១. តើអ្នកណាជាអ្នកបង្កើតសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនេះឡើង? (និពន្ធភាព)

២. តើបច្ចេកទេសច្នៃប្រឌិតអ្វីខ្លះ ដែលត្រូវបានគេប្រើ ដើម្បីទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់ខ្ញុំ? (ទម្រង់)

៣. តើមនុស្សផ្សេងអាចយល់សារនេះខុសគ្នាពីខ្ញុំយ៉ាងដូចម្តេច? (សាធារណជនគោលដៅ)

៤. តើរបៀបរស់នៅ គុណតម្លៃ និងទស្សនៈអ្វីខ្លះត្រូវបានគេដាក់បញ្ចូល ឬមិនត្រូវបានដាក់បញ្ចូលនៅក្នុងសារនេះ? (ខ្លឹមសារ)

៥. ហេតុអ្វីបានជាសារនេះត្រូវបានផ្ញើចេញ? (គោលបំណង)

បន្ទាប់ពីអ្នកអាចឆ្លើយសំណួរទាំងប្រាំនេះបានហើយ នោះអ្នកនឹងចាប់ផ្តើមមានអារម្មណ៍ថាអ្នកមានការយល់ដឹងកាន់តែច្រើន និងស៊ីជម្រៅជាងមុនពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមួយនោះ។

ខ- ទម្រង់ និងលក្ខណៈរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

កាសែត និងទស្សនាវដ្ដី

២.១- ការទទួលព័ត៌មានតាមរយៈកាសែត

តាមទម្លាប់ទូទៅ កាសែត និងទស្សនាវដ្ដី ត្រូវបានគេបោះពុម្ពផ្សាយ ដែលទម្រង់នេះ មិនមែនជា ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអេឡិចត្រូនិកនោះទេ ប៉ុន្តែសព្វថ្ងៃនេះទាំងកាសែត និងទស្សនាវដ្ដី ជាច្រើន បានផ្សាយនៅលើប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត។ ប្រាក់ចំណាយបើកកាសែត និងទស្សនាវដ្ដី ភាគច្រើនបានមកពីក្រុមហ៊ុន ឬបុគ្គលឯកជន ហើយពេលខ្លះមកពីរដ្ឋ។ កាសែត និងទស្សនាវដ្ដី ជារឿយៗមិនមែនគ្រប់គ្រងដោយបុគ្គល ឬ ក្រុមហ៊ុននោះទេ គឺវាសម្រាប់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ សហគមន៍ប៉ុណ្ណោះ ដែលធ្វើឱ្យប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយទាំងនេះ មានភាពឯករាជ្យលើរឿងរ៉ាវពិសេសៗ។

ផលិតករប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមានដូចជា អ្នកសារព័ត៌មាន អ្នកថតរូប ការីនិពន្ធ និពន្ធនាយក អ្នករៀបពុម្ពអក្សរសម្រាប់បោះពុម្ព អ្នករចនា អ្នកបោះពុម្ព និងអ្នកដាក់ផ្សាយខ្លឹមសារនៅលើ អ៊ីនធឺណិត។ ពួកគេប្រើចំណងជើង សំណេរ ពណ៌និងទំហំអក្សរផ្សេងៗគ្នា រូបគំនូរ រូបភាពយក លំនាំតាមរូបដើម និងរូបថតដើម្បីបង្ហាញសាររបស់ពួកគេ។ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ព ជាទូទៅត្រូវ បានបោះពុម្ពជាទៀងទាត់ និងញឹកញាប់ ដូចជារៀងរាល់ថ្ងៃ រាល់សប្ដាហ៍ ឬរាល់ខែ។ រយៈពេលក្នុង ការផលិតកាសែត ឬទស្សនាវដ្ដីមួយច្បាប់អាចត្រូវការពេលពី ១ថ្ងៃ រហូតដល់ ១ខែ។ កាលវិភាគ បោះពុម្ពចេញផ្សាយញឹកញាប់របស់ពួកគេ អនុញ្ញាតឱ្យមានការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន និងព្រឹត្តិការណ៍ ថ្មីៗជានិច្ច។ ការរកប្រាក់ចំណូលគឺបានមកពីការលក់ និងការចុះឈ្មោះទិញជាប្រចាំរបស់អតិថិជន ក៏ដូចជាការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មលើកាសែត និងទស្សនាវដ្ដីទាំងនោះ។

សៀវភៅ

សៀវភៅជាញឹកញាប់ត្រូវបានបោះពុម្ពហើយទម្រង់នេះ ក៏មិនមែនជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ អេឡិចត្រូនិក នោះទេ ប៉ុន្តែសព្វថ្ងៃនេះ សៀវភៅខ្លះ ក៏មានជាប្រភេទសៀវភៅអេឡិចត្រូនិកដែល អាចអាននៅលើកំព្យូទ័របន្ទះ ឬឧបករណ៍អានសៀវភៅអេឡិចត្រូនិក។ អ្នកដែលបើកបណ្ដាញ ផ្សព្វផ្សាយជាលក្ខណៈសៀវភៅ ភាគច្រើនជាគ្រឹះស្ថានបោះពុម្ពឬក្រុមហ៊ុន។ ផលិតករប្រព័ន្ធ ផ្សព្វផ្សាយរួមមាន អ្នកនិពន្ធ ការីនិពន្ធ អ្នករៀបពុម្ពអក្សរសម្រាប់បោះពុម្ព អ្នកបោះពុម្ព និង អ្នកគ្រប់គ្រងការបោះពុម្ពឬអ្នកសរសេរកម្មវិធី (សម្រាប់ សៀវភៅអេឡិចត្រូនិក)។ ចំពោះសារ

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

២.២- ការទទួលព័ត៌មានតាមរយៈសៀវភៅ

ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយត្រូវបានបញ្ជូនទៅអ្នកអាន តាមរយៈក្របសៀវភៅ ដែលរួមមាននូវសមាសភាពនៃការរចនាចំណងជើង គំនូរបង្ហាញ និងព័ត៌មានអំពីសៀវភៅ និងអ្នកនិពន្ធ ព្រមទាំងសាច់រឿងខាងក្នុងសៀវភៅតែម្តង។ សៀវភៅអាចត្រូវបានចាត់ថ្នាក់ទៅតាមប្រភេទនៃមាតិកា ឧទាហរណ៍ដូចជាប្រភេទ អក្សរសាស្ត្រ រឿងពិត រឿងប្រឌិត សៀវភៅណែនាំ សៀវភៅឯកទេស ឬ សៀវភៅពុម្ពមេរៀនជាដើម។ រយៈពេលដែលត្រូវការសម្រាប់ការបង្កើតសៀវភៅមួយក្បាលអាចត្រូវការពេលចាប់ពីរាប់ខែដល់រាប់ឆ្នាំ។ ប្រាក់ចំណូល គឺរកបានពីការលក់សៀវភៅ។ ដើម្បីបង្កើនការលក់ អ្នកបោះពុម្ពភាគច្រើនចំណាយប្រាក់លើការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មលើកាសែត វិទ្យុ ទូរទស្សន៍ ផ្ទាំងផ្សាយពាណិជ្ជកម្មលើគេហទំព័រ ឬបណ្តាញសង្គមជាដើម។

វិទ្យុ

វិទ្យុជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអេឡិចត្រូនិក ដែលមិនប្រើការបោះពុម្ព។ នាពេលបច្ចុប្បន្ននេះ មានស្ថានីយ៍វិទ្យុជាច្រើនដែលបានផ្សាយតាមបណ្តាញអ៊ីនធឺណិតផងដែរ។ អ្នកដែលបើកស្ថានីយ៍វិទ្យុភាគច្រើនជាបុគ្គលឯកជន ក្រុមហ៊ុន ឬរដ្ឋ។ ផលិតករប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយរួមមាន អ្នកយកព័ត៌មានវិទ្យុ អ្នកផលិត ពិធីករផ្សាយផ្ទាល់ អ្នកសម្របសម្រួល ការីនិពន្ធ អ្នកកែសម្រួលប្រចាំថ្ងៃ និងអ្នកកាន់ផ្នែកតន្ត្រី។ ប៉ុន្តែវិទ្យុមួយអាចផ្សាយផ្ទាល់ដោយមានមនុស្សចូលរួមតែពីរ ឬបីនាក់ប៉ុណ្ណោះ ពេលខ្លះមានត្រឹមតែអ្នកសម្របសម្រួល អ្នកបច្ចេកទេស និងអ្នកកាត់តផ្សាយប្រចាំថ្ងៃ។

២.២- ការទទួលព័ត៌មានតាមរយៈវិទ្យុ

កម្មវិធីវិទ្យុជាច្រើនត្រូវបានផលិតទុកជាមុននៅមុនពេលចាក់ផ្សាយ ហើយអ្នកសម្របសម្រួលកម្មវិធីទទួលបានព័ត៌មានពីអ្នកសារព័ត៌មានរបស់ខ្លួន។

សារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយត្រូវបានផ្សាយចេញតាមរយៈមាតិកាក្នុងកម្មវិធីសំឡេង ឬភាសានិយាយ តន្ត្រី កម្មវិធីព័ត៌មាន និងកម្សាន្ត។ ពេលវេលាដែលត្រូវការសម្រាប់ការបង្កើតកម្មវិធីចាក់ផ្សាយមួយអាចត្រូវការពេលច្រើននាទី ឬអាចអូសបន្លាយដល់រាប់សប្តាហ៍ ឬយូរជាងនេះ អាស្រ័យលើប្រភេទនៃកម្មវិធី និងប្រធានបទជាក់លាក់ណាមួយ។ ការរកប្រាក់ចំណូលធំរបស់ស្ថានីយ៍វិទ្យុ គឺ

បានមកពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មតាមចន្លោះម៉ោងរបស់ខ្លួន។ ស្ថានីយ៍វិទ្យុខ្លះ បានប្រាក់ចំណូលពីម្ចាស់ស្ថានីយ៍ ឬទឹកប្រាក់កម្រៃពីការស្តាប់របស់អ្នកស្តាប់ ហើយស្ថានីយ៍វិទ្យុសហគមន៍មួយចំនួនបានប្រាក់ចំណូល ពីការបរិច្ចាគរបស់សប្បុរសជន។

ខ្សែភាពយន្ត

ខ្សែភាពយន្តគឺជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអេឡិចត្រូនិកដែលមិនប្រើការបោះពុម្ព ដំណាក់កាលដំបូងគេចាក់ផ្សាយតាមរោងភាពយន្តតាមទីសាធារណៈ បន្ទាប់មកចេញជាថាស DVD ឬថាសដែលមានកម្រិតរូបភាពច្បាស់ ហើយក៏មាននៅលើអ៊ីនធឺណិតផងដែរ (តែភាគច្រើនអាចមិនស្របច្បាប់នោះទេ)។ ប្រាក់ចំណាយផលិតភាពយន្តមានច្រើនបែបផែន និងស្មុគស្មាញ។ មុនពេលភាពយន្តមួយត្រូវបានផលិតឡើង អ្នកនិពន្ធ និងអ្នកដឹកនាំរឿងស្វែងរកនរណាម្នាក់ដើម្បីចំណាយប្រាក់ផលិតភាពយន្តនោះ។ ចំនួនទឹកប្រាក់ដែលត្រូវការផលិតខ្សែភាពយន្តមានចំនួនខុសៗគ្នាទៅតាមសាច់រឿង ប៉ុន្តែភាគច្រើនដែលជាទូទៅត្រូវបានចំណាយជាច្រើន។ អ្នកចំណាយថវិកាគាំទ្រការផលិតអាចជាបុគ្គល (អ្នកផលិតម្នាក់ ឬច្រើននាក់) ឬផលិតកម្មធំៗ។ រឿងផ្សេងៗទៀតភាគច្រើនមានការចូលថវិការួមគ្នាដោយស្ថានីយ៍ទូរទស្សន៍ ឬក្រុមហ៊ុនធំៗ ដោយការផ្សាយផលិតផលរបស់ខ្លួនក្នុងខ្សែភាពយន្ត (ឧទាហរណ៍ តួអង្គអាចនឹងបើករថយន្ត ឬម៉ាករថយន្តណាមួយផ្សេងទៀត)។

អ្នកពាក់ព័ន្ធនឹងការផលិតខ្សែភាពយន្តភាគច្រើនអាចមានចំនួនដល់ទៅរាប់រយ ឬឈានដល់រាប់ពាន់នាក់ឯណោះ។ ពួកគេរួមមានអ្នកដឹកនាំរឿង អ្នកដឹកនាំរឿងរួមគ្នា អ្នកនិពន្ធ តួសម្តែង អ្នកជំនាញផ្នែកសំឡេង អ្នកជំនាញខាងតុបតែងឈុតសម្លៀកបំពាក់ អ្នករកទីតាំង តួសម្តែងជំនួសសម្រាប់ឈុតឆាកគ្រោះថ្នាក់ អ្នកកាន់កាមេរ៉ា និងអ្នកកែសម្រួលបច្ចេកទេសជាច្រើននាក់ទៀត។ សារខ្សែភាពយន្តត្រូវបានបញ្ជូនទៅអ្នកទស្សនាតាមប្រភេទសាច់រឿង ការសម្តែង ការរៀបចំឈុតឆាក ឈុតសម្លៀកបំពាក់ តួអង្គ ការបន្ថែម និងកែលម្អរូបភាព (ដូចជាពន្លឺភ្លឺ ឬងងឹត និងពណ៌ជាដើម) សំឡេង (ដូចជាសំឡេងមនុស្ស ឬភាវរស់) ព្រមទាំងបច្ចេកទេសនៃការកាត់តផងដែរ។ ចំពោះរយៈពេលដែលត្រូវការសម្រាប់ផលិតខ្សែភាពយន្តមួយមានចន្លោះប្រហែលពីកន្លះឆ្នាំរហូតដល់រាប់ឆ្នាំក៏មាន។

២.៣- ការទទួលព័ត៌មានតាមរយៈខ្សែភាពយន្ត

ប្រាក់ចំណូលគឺ រកបានពីក្រុមហ៊ុនដែលចំណាយទៅលើភាពយន្តនោះ ក៏ដូចជាការលក់សំបុត្រចូលទស្សនា ឬការលក់ថាសផលិតផលផ្សេងៗដែលមានរូបភាព ឬពាក់ព័ន្ធ

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

នឹងខ្សែភាពយន្តនោះ ជាមួយប្រាក់កម្រៃដែលត្រូវបានបង់ដោយស្ថានីយទូរទស្សន៍សម្រាប់សិទ្ធិចាក់ផ្សាយបន្ត ឬដោយអ្នកទស្សនាដែលទិញសិទ្ធិមើលលើអ៊ីនធឺណិត។ ដើម្បីបង្កើនការលក់សំបុត្រ អ្នកផលិតខ្សែភាពយន្តជាធម្មតា ត្រូវចំណាយទឹកប្រាក់យ៉ាងច្រើនលើការផ្សព្វផ្សាយ (ដូចជាវីដេអូផ្សាយរឿងខ្លីៗក្នុងរោងភាពយន្ត ខិត្តប័ណ្ណផ្សព្វផ្សាយ និងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មលើប៉ុស្តិ៍ទូរទស្សន៍ជាដើម ដើម្បីធ្វើឱ្យមានអ្នកទស្សនាកាន់តែច្រើន។

ទូរទស្សន៍

ទូរទស្សន៍ គឺជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអេឡិចត្រូនិក និងមិនប្រើការបោះពុម្ព។ កម្មវិធីទូរទស្សន៍ជាច្រើនត្រូវបានយកទៅផ្សាយលើអ៊ីនធឺណិតក្រោយពេលចាក់ផ្សាយលើទូរទស្សន៍។ ប៉ុស្តិ៍ទូរទស្សន៍អាចរកប្រាក់បានកម្រៃ ដែលរកបានពីអ្នកទស្សនា ឬក្រុមហ៊ុន ឬបុគ្គលជាដើម។ អ្នកផលិតកម្មវិធីលើទូរទស្សន៍ រួមមានអ្នកដឹកនាំកម្មវិធី ពិធីករផ្សាយផ្ទាល់ អ្នកកាន់កាមេរ៉ា ការីសំឡេង អ្នកកាត់តផ្សាយប្រចាំថ្ងៃ អ្នកលើកសញ្ញា កាត់ឈុតឆាក អ្នកសម្តែង តារាល្បីៗ អ្នកនយោបាយ និងតន្ត្រីករជាដើម។ សាររបស់កម្មវិធីទូរទស្សន៍ត្រូវបានបញ្ជូនតាមរយៈមាតិកានៃកម្មវិធីផ្ទាល់ ការជ្រើសរើសពិធីករឬការីសម្របសម្រួលកម្មវិធី សារជាអក្សរឬនិយាយការប្រើ ឬបន្ថែមរូបភាពចលនា និងសំឡេងបន្ថែម។ រយៈពេលដែលត្រូវការសម្រាប់ការបង្កើតកម្មវិធីលើទូរទស្សន៍អាចមានរយៈពេលខុសៗគ្នា។

២.៤- ការទទួលព័ត៌មានតាមរយៈទូរទស្សន៍

វាមានរយៈពេលចន្លោះពីច្រើនម៉ោងរហូតដល់មួយខែ ដើម្បីបង្កើតនូវកម្មវិធីពីសារព័ត៌មាន ឬកម្មវិធីកម្សាន្តមួយ។

ចំពោះប្រាក់ចំណូលភាគច្រើន គឺរកបានពីការលក់ម៉ោងសម្រាប់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម។ ប្រសិនបើក្រុមហ៊ុនមួយ ឬបុគ្គលឯកជនណាម្នាក់ចំណាយថវិកា ដើម្បីទ្រទ្រង់ដល់ប៉ុស្តិ៍ទូរទស្សន៍ ពួកគេភាគច្រើនចង់ផ្សាយអំពីប្រធានបទ ឬចក្ខុវិស័យទាំងឡាយណាដែលបានឆ្លងកាត់ការជ្រើសរើសរបស់ពួកគេ។

វីដេអូហ្គេម

វីដេអូហ្គេម ជាបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយអេឡិចត្រូនិក និងមិនប្រើការបោះពុម្ពនោះទេ។ ហ្គេមទាំងនេះអាចលេងបានលើម៉ាស៊ីនលេងហ្គេម កុំព្យូទ័រឬទូរស័ព្ទដៃ។ ដោយអាស្រ័យលើភាព

ស្មុគស្មាញ និងទំហំវីដេអូហ្គេមនីមួយៗ អ្នកដែលចំណាយបង្កើតវីដេអូហ្គេម ភាគច្រើនជាក្រុមហ៊ុនបង្កើតហ្គេមធំៗ ក្រុមហ៊ុនបានបង្កើតថ្មី និងពេលខ្លះជាអ្នកសរសេរកម្មវិធីឯកជនតែម្តង។ អ្នកដែលពាក់ព័ន្ធនឹងការបង្កើតហ្គេមនេះ រួមមានអ្នកដឹកនាំផ្នែកគំនូរ អ្នករចនាគំនូរ អ្នកសរសេរកូដ អ្នករចនាតាមកម្រិតនីមួយៗ អ្នកបង្កើតសាច់រឿង អ្នកជំនាញខាងភ្លេង និងអ្នកនិពន្ធ។

២.៥- ការទទួលព័ត៌មានតាមរយៈវីដេអូហ្គេម

សាររបស់វីដេអូហ្គេមទាំងនេះ ត្រូវបានបញ្ជូនតាមរយៈប្រភេទនៃហ្គេម ឈុតឆាក សាច់រឿង តួអង្គ របៀបនៃការលេងរវាងអ្នកលេង និងហ្គេមនោះគោលដៅរបស់ហ្គេម និងភាសាដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ក្នុងហ្គេមនោះ ក៏ដូចជាសំឡេង និងកម្រិតនៃរូបភាពចលនារបស់ហ្គេមនោះ។ រយៈពេលបង្កើតហ្គេមមួយអាចមានចន្លោះពីមួយថ្ងៃរហូតដល់រាប់ឆ្នាំ។ ប្រាក់ចំណូល គឺរកបានពីការលក់ហ្គេមទៅឱ្យអ្នកលេងតែម្តង ព្រមទាំងការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មមុនពេលហ្គេមចាប់ផ្តើម ឬនៅអំឡុងពេលលេង និងការលក់ផលិតផលដែលកើតចេញពីហ្គេមនោះ។

អ៊ីនធឺណិត (កុំព្យូទ័របន្ទូរស័ព្ទដៃ)

អ៊ីនធឺណិត គឺជាបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយអេឡិចត្រូនិក និងមិនប្រើការបោះពុម្ពនោះទេ។ អ៊ីនធឺណិតអាចត្រូវបានប្រើលើសម្ភារៈ ឬឧបករណ៍ ដូចជាកុំព្យូទ័របន្ទះ កុំព្យូទ័រ ទូរស័ព្ទដៃ ម៉ាស៊ីនលេងហ្គេម និងឧបករណ៍អានសៀវភៅអេឡិចត្រូនិកជាដើម។ ពុំមានបុគ្គលជាក់លាក់ណាមួយដែលចំណាយប្រាក់ ទៅលើអ៊ីនធឺណិតនោះទេដែលវាខុសពីប្រភេទនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដទៃ។ ប្រសិន បើមាននូវចំណេះដឹងចាំបាច់មួយចំនួន និងឧបករណ៍បច្ចេកវិទ្យាទំនើបនោះ មហាជនអាចបង្កើត និងក្លាយជាម្ចាស់មាតិកាដោយខ្លួនឯងនៅលើអ៊ីនធឺណិត។

យ៉ាងណាមិញក្រុមហ៊ុន រដ្ឋ និងបុគ្គលឯកជននានាសុទ្ធតែមានគេហទំព័រ កំណត់ហេតុបណ្តាញ (Blog) ឬប្រភេទនៃទម្រង់ផ្សព្វផ្សាយលើអ៊ីនធឺណិតរបស់ខ្លួនឯងផ្ទាល់ដូចជានៅលើយូធូប (YouTube) ហ្វេសប៊ុក (Facebook) និងហ្គូហ្គល (Google) ជាដើម។ អ្នកពាក់ព័ន្ធនឹងការបង្កើតមាតិកាលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយប្រភេទនេះ រួមមាន

២.៥- ការទទួលព័ត៌មានតាមរយៈអ៊ីនធឺណិត

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

អ្នកសរសេរកូដ អ្នករចនាគេហទំព័រ និងអ្នកជំនាញផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន ហើយក៏មានដូចជាអ្នកនិពន្ធ អ្នកយកព័ត៌មាន ប្រជាជនសាមញ្ញ និងផលិតករប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗទៀតផងដែរ។ អន្តរទំនាក់ទំនងនៃមាតិកាទាំងអស់លើបណ្ដាញអ៊ីនធឺណិត គឺត្រូវបានគេចាត់ថាជាការប្រមូលផ្ដុំប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។

សារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយលើអ៊ីនធឺណិតត្រូវបានបញ្ជូនតាមរយៈការរចនា អត្ថបទ ចំណងជើង ពណ៌អក្សរ និងការរចនាផ្សេងៗ រូបភាព វីដេអូ សំឡេង និងរបៀបនៃការប្រើប្រាស់ជាដើម។ រយៈពេលសម្រាប់ការបង្កើតមាតិកាលើអ៊ីនធឺណិត មានរយៈពេលខុសៗគ្នាទៅតាមប្រភេទនៃមាតិកា ហើយអាចមានចន្លោះពីពីរ បីវិនាទីរហូតដល់រាប់ខែឯណោះ។ ប្រាក់ចំណូលគឺរកបានតាមការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មនៅកន្លែងចន្លោះទំនេរ ដែលអ្នកប្រើអាចមើលឃើញ និងការលក់ទិន្នន័យប្រើប្រាស់ ព្រមទាំងផលិតផលផងដែរ។ ភាគច្រើនមាតិកាក្នុងគេហទំព័រនោះ មិនមែនជាប្រភពចំណូលនោះទេ ប៉ុន្តែត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីផ្ដល់ជាព័ត៌មាន និងការចែករំលែកគំនិត ក៏ដូចជាអារម្មណ៍ និងមតិផ្ទាល់ខ្លួនព្រមទាំងការរាប់អានមនុស្សថ្មី។

បណ្ដាញសង្គម (កុំព្យូទ័រ ឬទូរស័ព្ទដៃ)

២.៦- ការទទួលព័ត៌មានតាមរយៈបណ្ដាញសង្គម

បណ្ដាញសង្គម ជាប្រភេទទម្រង់ផ្សព្វផ្សាយលក្ខណៈអេឡិចត្រូនិកមួយលើប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិត និងមិនប្រើការបោះពុម្ពនោះទេ។ យើងអាចធ្វើការប្រើប្រាស់បណ្ដាញសង្គម ជាមួយកុំព្យូទ័រ កុំព្យូទ័របន្ទះ និងទូរស័ព្ទដៃបាន។ ហ្វេសប៊ុកជាក្រុមហ៊ុនមួយក្នុងចំណោមក្រុមហ៊ុនផ្ដល់សេវាបណ្ដាញសង្គម ជាច្រើនទៀតដែលបានបង្កើតឡើង កាលពីឆ្នាំពី ២០០៤ ដោយលោកម៉ាក ហ្សាក់ខឺប៊ឺក (Mark Zuckerberg) ដែលនាពេលនោះ ស្ថាបនិករូបនេះទើបតែមានអាយុ ២០ ឆ្នាំប៉ុណ្ណោះ ព្រមទាំងមានការចូលរួមពីភាគីផ្សេងៗទៀត ហើយបច្ចុប្បន្ននេះគ្រប់គ្រងដោយក្រុមហ៊ុន Meta។ អ្នកពាក់ព័ន្ធនឹងការបង្កើតទម្រង់នៃការផ្សព្វផ្សាយប្រភេទនេះ រួមមានអ្នកសរសេរកូដ អ្នករចនាគេហទំព័រ អ្នកជំនាញព័ត៌មានវិទ្យា និងអ្នកប្រើប្រាស់រាប់ពាន់លាននាក់ទៀត ដែលជាទូទៅជាបុគ្គល ជាក្រុមហ៊ុន ឬជាក្រុមមនុស្សដែលបង្កើតមាតិកា និងចែកចាយមាតិកា។ សារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយលើបណ្ដាញសង្គមត្រូវបានចែករំលែកតាមរយៈភាសាសរសេររូបភាព ព្រមទាំងអាសយដ្ឋានគេហទំព័រ វីដេអូ និងសំឡេងជាដើម។ រយៈពេលដែលត្រូវការសម្រាប់ការបង្កើតមាតិកាបណ្ដាញសង្គមជាធម្មតាមានរយៈពេលខ្លីប៉ុណ្ណោះ ហើយភាគច្រើនមានចន្លោះពីពីរទៅបីវិនាទីរហូតដល់ច្រើនម៉ោង។ ប្រាក់ចំណូលសម្រាប់ការសរសេរកូដ និងគ្រប់គ្រងទម្រង់

បណ្ដាញសង្គមនេះ អាចរកបានពីការផ្សព្វផ្សាយលើចន្លោះទំនេរដែលអ្នកប្រើប្រាស់មើលឃើញ និងតាមរយៈការលក់ទិន្នន័យរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ទៅឱ្យក្រុមហ៊ុន ស្ថាប័ន ឬរដ្ឋាភិបាលដែលចង់ទិញយកទិន្នន័យទាំងនោះ។ អ្នកប្រើប្រាស់ភាគច្រើនមិនរកប្រាក់ពីការបង្កើតមាតិការបស់ខ្លួននោះទេ លើកលែងតែអ្នកសរសេរកំណត់ហេតុបណ្ដាញ (blogger) ឬអ្នកផលិតវីដេអូ (vlogger) ដែលរកប្រាក់ចំណូលបានពីការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ឬពីក្រុមហ៊ុនដែលបង់ប្រាក់សម្រាប់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្មឱ្យខ្លួនក្នុងវីដេអូរបស់អ្នកផលិតទាំងនោះ។

មេរៀនសង្ខេប

ក្នុងមេរៀននេះ យើងបានសិក្សានូវចំណុចសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ គឺជាបណ្ដុំនៃបណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយជាច្រើនប្រភេទ ដែលរួមមាន កាសែត វិទ្យុ ទូរទស្សន៍ និងបណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗទៀត ដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់សម្រាប់ទំនាក់ទំនងព័ត៌មាន និងការកម្សាន្តផ្សេងៗនៅក្នុងសង្គម។
- ការផ្ដោះប្ដូរសារនៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ត្រូវបានសរសេរពីភាគីម្ខាង ដែលផ្ញើវាចេញ (ហៅថាអ្នកផលិតមាតិកា ឬអ្នកផលិតទូទៅ) ហើយភាគីម្ខាងទៀត (ហៅថាជាអ្នកស្ដាប់ ឬសាធារណជន) ជាអ្នកទទួល។ សារទាំងនេះគេឱ្យឈ្មោះថាជាសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។
- បណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយអាចចែកចេញជា ៤ ប្រភេទ៖ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ព រូបភាព សំឡេង និងឌីជីថល។
- ដើម្បីស្វែងយល់ពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឱ្យកាន់តែស៊ីជម្រៅ អ្នកត្រូវគិតពីចំណុចសំខាន់ៗ ប្រាំ៖ វិចារណកថា ទម្រង់ ទស្សនិកជន ខ្លឹមសារ និងគោលបំណងរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនោះ។

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

លំហាត់អនុវត្តន៍

១- ក្នុងមេរៀននេះ យើងបានបែងចែកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជា ៤ ប្រភេទ ដូចជា៖ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ព (សៀវភៅ កាសែត ទស្សនាវដ្ដី) រូបភាព (ខ្សែភាពយន្ត ទូរទស្សន៍ រូបថត គំនូរ) សំឡេង (វិទ្យុ តន្ត្រីថតទុក CD ឯកសារសំឡេងប្រភេទ MP3)និងឌីជីថល (អ៊ីនធឺណិត អ៊ីមែល វីដេអូហ្គេម បណ្ដាញសង្គមលើអ៊ីនធឺណិត)។ សូមមើលជុំវិញខ្លួនរបស់អ្នក ហើយធ្វើការសង្កេតថា តើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយណាខ្លះដែលនៅបន្តមានវត្តមានរហូតមកដល់សព្វថ្ងៃ ហើយប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយណាខ្លះដែលមិនមានវត្តមានទៀតនៅក្នុងតំបន់ដែលអ្នករស់នៅ? ហេតុអ្វី?

២- ចូររកឈ្មោះប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមួយ ដែលកំពុងពេញនិយមបំផុតនៅក្នុងភូមិ ឬស្រុករបស់អ្នក។ រួចធ្វើការជាក្រុមដើម្បីសាកល្បងឆ្លើយសំណួរខាងក្រោម៖

- តើអ្នកណាជាអ្នកបង្កើតវា?
- តើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនោះ ជាប្រភេទប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ព រូបភាព សំឡេង ឬឌីជីថល?
- តើនរណាជាក្រុមគោលដៅរបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនោះ?
- តើមានមនុស្សប៉ុន្មាននាក់កំពុងប្រើប្រាស់វា?
- តើវាត្រូវបានគេដាក់ឱ្យដំណើរការពីពេលណា?
- តើវាបានប្រាក់ចំណូលមកពីណា?

សំណួររំលឹកមេរៀន

១- តើអ្វីទៅជាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ?

២- តើយើងអាចបែងចែកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាប៉ុន្មានប្រភេទ? សូមរៀបរាប់ និងលើកឧទាហរណ៍បញ្ជាក់។

៣- តើចំណុចសំខាន់ទាំងប្រាំ ដើម្បីស្វែងយល់ឱ្យបានស៊ីជម្រៅពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមានអ្វីខ្លះ? ចូររៀបរាប់។

ជំពូកទី ១ - បំណិនអក្ខរកម្មឌីជីថល ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន

មេរៀនទី

៣

ដំណឹង និងព័ត៌មាន

នៅក្នុងមេរៀននេះ អ្នកនឹងសិក្សាអំពី ៖

១- ដំណឹង ប្រភពដំណឹង និងព័ត៌មាន

២- ភាពខុសគ្នារវាងដំណឹង និងព័ត៌មាន

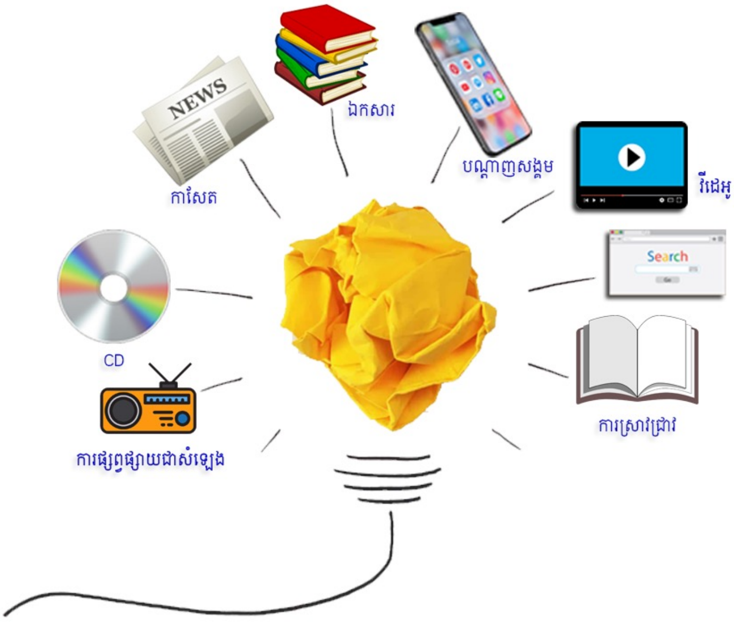
៣- សំណួរដែលព័ត៌មានគួរឆ្លើយ និងស្តង់ដាក្រមសីលធម៌របស់អ្នកសារព័ត៌មាន

៤- សារៈសំខាន់ក្នុងការទទួលបានព័ត៌មាន និងវិធីក្នុងការទទួលបានព័ត៌មានល្អៗ និងគ្រប់គ្រាន់

៥- ភាពខុសគ្នារវាងព័ត៌មានខុស ព័ត៌មានមិនពិត និងព័ត៌មានបង្កព្យសនកម្ម និងការវាយតម្លៃព័ត៌មានទាំងនេះ

ក- តើអ្វីទៅជាដំណឹង?

ដំណឹងជាអ្វីដែលប្រាប់ឱ្យយើងដឹងពីរឿងអ្វីមួយ ឧទាហរណ៍មានដូចជា ចំណេះដឹង ទិន្នន័យជាក់ស្តែង ឬការណែនាំជាដើម។ អ្នកសារព័ត៌មានធ្វើការជាមួយដំណឹង ដោយយកដំណឹងនោះទៅវិភាគ និងផ្ទៀងផ្ទាត់មុនពេលយកវាមកផ្សព្វផ្សាយទៅកាន់អ្នកអាន ទស្សនិកជន ឬអ្នកស្តាប់របស់ខ្លួនដោយមិនមានភាពលម្អៀង។



ប្រភពផ្សេងៗដែលផ្តល់ដំណឹងដល់មនុស្ស

ប្រភពដំណឹងផ្តល់នូវចំណេះដឹង ឬដំណឹង។ ឯកសារ សុន្ទរកថា វីដេអូ គេហទំព័រ រូបថត និងមនុស្សគឺសុទ្ធតែជាប្រភពដំណឹងដូចគ្នាទៅនឹងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដូចជាកាសែត និងកម្មវិធីវិទ្យុជាដើម។ ប្រភពដំណឹងពីបុគ្គលតែម្នាក់កម្រនឹងមានភាពអព្យាក្រឹតដែលមិនលម្អៀងណាស់។ អ្នកអាន អ្នកស្តាប់ និងអ្នកទស្សនាចាំបាច់ត្រូវប្រុងប្រយ័ត្នថាតើដំណឹងនោះមានប្រភពមកពីណា ហេតុអ្វីដំណឹងនោះត្រូវបានចែករំលែក ហើយតើប្រភពដំណឹងនោះអាចជឿទុកចិត្តបានដល់កម្រិតណា។

ហេតុនេះហើយអ្នកសារព័ត៌មានតែងតែប្រកាន់ខ្ជាប់នូវគោលការណ៍ «ប្រភពពីរ» ដើម្បីផ្ទៀងផ្ទាត់ភាពពិតប្រាកដរបស់ដំណឹងដែលគេនឹងផ្សាយចេញ ថាតើដំណឹងដែលស្រង់បានពីប្រភពពីរផ្សេងគ្នានោះមានភាពស៊ីសង្វាក់គ្នាឬទេហើយតើវាពិតប្រាកដ ឬយ៉ាងណា។

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

បើចង់ដឹងថា តើមាតិកានៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមួយចំនួនមានភាពលម្អៀងដែរឬទេ នោះគេអាចស្វែងយល់តាមរយៈការស្រាវជ្រាវ ដើម្បីដឹងថា តើបណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយនោះគ្រប់គ្រងដោយសហគ្រិន រដ្ឋាភិបាល ក្រុមហ៊ុនឯកជន ឬជាប្រភេទបណ្ដាញឯករាជ្យ។ ម្ចាស់របស់បណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយឯកជនភាគច្រើនមានរបៀបវារៈរបស់គេដូចជាការបញ្ចេញមតិមាននិន្នាការគាំទ្រស្ថាប័ន ឬក្រុមណាមួយដែលគេចង់ផ្សាយចេញ តាមរយៈបណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយរបស់ខ្លួននោះ។ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឯករាជ្យអាចមានរបៀបវារៈរបស់គេដែរ ដូចជាទស្សនៈមតិដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីចំណុចអសកម្មរបស់ស្ថាប័ន ឬក្រុមណាមួយដើម្បីឱ្យយកទៅធ្វើការពិចារណាកែលម្អឱ្យប្រសើរឡើង។ វាក៏អាចជាសារៈប្រយោជន៍មួយដែរក្នុងការពិចារណាឱ្យដឹងថា តើអ្វីជះឥទ្ធិពលលើប្រភពដំណឹងនោះ។ តើគោលបំណងធំរបស់ប្រភពដំណឹងនោះចង់រកប្រាក់ចំណូល ឬដើម្បីផ្សាយព័ត៌មានចេញទៅកាន់មហាជន?

ការកើនឡើងនៃបណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយសង្គម ធ្វើឱ្យទិដ្ឋភាពនៃព័ត៌មានកាន់តែមានភាពស្មុគស្មាញ។ វេទិកាបណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយសង្គម អាចជាប្រភពនៃព័ត៌មានដែលមានគុណភាព ប៉ុន្តែក៏មានព័ត៌មានមិនពិតផងដែរ ដូចជាពាក្យចចាមអារាមបោកបញ្ឆោត ការឃោសនា និងការបញ្ឆោតឱ្យមនុស្សចុចលើអ្វីមួយ (Clickbait) ជាដើម។ អ្នកប្រើប្រាស់ត្រូវប្រឈមមុខជាមួយនឹងភាពចម្រុះនៃព័ត៌មានទាំងមានគុណភាព និងគ្មានគុណភាពនៅលើទំព័របណ្ដាញសង្គម ហើយពួកគេត្រូវកំណត់ថា ព័ត៌មាននីមួយៗអាចជឿទុកចិត្តបាន ឬមិនបានដោយខ្លួនឯង។ ដើម្បីអាចកំណត់បាន ពួកគេត្រូវការចំណេះដឹងជាមូលដ្ឋានអំពីរបៀបដែលបណ្ដាញសង្គមនោះដំណើរការ និងរបៀបវិនិច្ឆ័យថា តើសារបង្ហោះនៅលើបណ្ដាញសង្គមនោះទំនងជាការពិត ឬមិនពិត។

ខ- តើអ្វីទៅជាព័ត៌មាន? តើអ្វីជាចំណុចខុសគ្នារវាងព័ត៌មាន និងដំណឹង?

ព័ត៌មានគឺ សំដៅដល់ដំណឹងថ្មីៗ សំខាន់ និងពាក់ព័ន្ធទៅនឹងទស្សនិកជន ឬអ្នកស្ដាប់ ឬជាអ្វីដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍សម្រាប់សាធារណជនមួយក្រុម។ ព័ត៌មាននៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមមានប្រភពផ្សេងៗគ្នាដូចជា មកពីស្ថាប័នរដ្ឋ ស្ថាប័នឯកជន ក្រុមអង្គការ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយវិជ្ជាជីវៈ ឬបុគ្គលឯកជនជាដើម។ ពួកគេម្នាក់ៗមានគំនិតខុសគ្នាអំពីអ្វីដែលមានគុណតម្លៃ និងគុណភាពចំពោះអ្វីដែលពួកគេបានចែករំលែកយ៉ាងទូលំទូលាយនោះ។

នៅក្នុងវិជ្ជាជីវៈសារព័ត៌មាន អ្វីដែលអាចរាប់បញ្ចូលថាជាព័ត៌មានបានគឺអាស្រ័យលើកត្តាផ្សេងៗដូចជាពេលវេលា និងទីកន្លែងដែលអ្វីមួយបានកើតឡើង សាធារណជនគោលដៅ និងការវិនិច្ឆ័យរបស់និពន្ធនាយក ឬអ្នកយកព័ត៌មាន។ ឧទាហរណ៍ ការប្លន់ហាងនៅក្នុងភូមិតូចមួយជាព័ត៌មានសំខាន់សម្រាប់កាសែតក្នុងស្រុក ព្រោះវាពាក់ព័ន្ធនឹងសហគមន៍ក្នុងមូលដ្ឋាននោះ។ ប៉ុន្តែរឿងដដែលនេះ ទំនងជាមិនត្រូវបានចាត់ទុកថាជាព័ត៌មានសំខាន់ដែលត្រូវចុះផ្សាយដោយសារព័ត៌មានជាតិ ឬដោយអ្នកយកព័ត៌មាននៅក្នុងប្រទេសផ្សេងនោះទេ។

គ- តើសំណួរអ្វីខ្លះដែលព័ត៌មានគួរឆ្លើយ ?

ព័ត៌មានគួរតែផ្តល់ដំណឹងដល់អ្នកស្តាប់ អ្នកអាន និងអ្នកទស្សនាពីអ្វីដែលបានកើតឡើង ហើយវាកើតឡើងនៅកន្លែងណា នៅពេលណា នរណាខ្លះពាក់ព័ន្ធនឹងហេតុការណ៍នោះ។ អត្ថបទព័ត៌មានមួយដែលល្អ នឹងបញ្ជាក់បន្ថែមថា តើរឿងនោះកើតឡើង ដោយរបៀបណា ហើយមូលហេតុអ្វី ដែលបណ្តាលឱ្យរឿងនោះបានកើតឡើង។ នៅពេលស្វែងរកចម្លើយសម្រាប់សំណួរទាំងនេះ អ្នកអាន ទស្សនិកជន ឬអ្នកស្តាប់អាចសម្គាល់បានថា ចម្លើយនិងរបៀបដែលព័ត៌មានមួយត្រូវបានគេសរសេរ អាចនឹងមានភាពលម្អៀងឬយ៉ាងណា។ ឧទាហរណ៍ ដូចជាអ្នកសារព័ត៌មានផ្សេងគ្នាអាចនឹងមានគំនិតផ្សេងៗគ្នាអំពីមូលហេតុដែលរឿងមួយកើតឡើង ផ្អែកតាមនិន្នាការ ការអប់រំ និងកត្តាមិត្តភ័ក្តិនៅជុំវិញខ្លួនពួកគេជាដើម។

ពួកគេអាចនឹងផ្តល់ចម្លើយខុសៗគ្នាទៅនឹងសំណួរសំខាន់ៗ អាស្រ័យទៅលើអ្នកដែលពួកគេបានសម្ភាសន៍សម្រាប់ព័ត៌មានរបស់ពួកគេ ឬកម្រិតនៃភាពល្អិតល្អន់របស់ព័ត៌មាន ដែលពួកគេបានស្រាវជ្រាវថាតើស៊ីជម្រៅ និងគ្រប់ជ្រុងជ្រោយកម្រិតណា។ អ្នកសារព័ត៌មានដែលល្អនឹងព្យាយាមផ្តល់ព័ត៌មានដោយអព្យាក្រឹត និងបង្ហាញពីប្រភពដំណឹងច្រើនព្រោះតែប្រភពដំណឹងផ្សេងគ្នាអាចធ្វើឱ្យអ្នកស្តាប់ឬអ្នកទស្សនាមានការពិចារណាខុសៗគ្នា។ សារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីគុណតម្លៃ និងចក្ខុវិស័យរបស់ផលិតករប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនោះ។

ឃ- តើអ្វីទៅជាស្តង់ដាក្រមសីលធម៌របស់អ្នកសារព័ត៌មាន ?

អ្នកសារព័ត៌មានមានទំនួលខុសត្រូវលើភាពជាក់លាក់ និងច្បាស់លាស់លើការងាររបស់ខ្លួន។ ពួកគេចាំបាច់ត្រូវតែធ្វើការស្រាវជ្រាវ និងជួបពិភាក្សាជាមួយប្រភពជាច្រើនដើម្បីផ្ទៀងផ្ទាត់បញ្ជាក់ព័ត៌មានរបស់ខ្លួន។ អ្នកសារព័ត៌មានក៏ត្រូវតែមានទិសដៅច្បាស់លាស់នៅពេលរាយការណ៍ព័ត៌មាន ហើយត្រូវបានរាយការណ៍តែអ្វីដែលពិតប្រាកដ ដោយឈរជាអ្នកកណ្តាលមិនលម្អៀង។ វាជារឿងសំខាន់ដែលពួកគេត្រូវផ្តល់នូវដំណឹងដល់អ្នកអានថាតើពួកគេបានដំណឹងនោះពីប្រភពណាដោយត្រូវប្រាប់ ឬបង្ហាញពីប្រភពដំណឹង និងសាក្សីជាដើម។ ការធ្វើបែបនេះនឹងធ្វើឱ្យការងាររបស់ពួកគេកាន់តែមានតម្លាភាព និងអាចជឿទុកចិត្តបានកាន់តែខ្ពស់។ វាអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកអាន អ្នកស្តាប់ ឬអ្នកទស្សនាអាចបង្កើតនូវមតិផ្ទាល់ខ្លួនបាន។ អ្នកសារព័ត៌មានគួរគប្បីខិតខំរាយការណ៍ប្រកបដោយភាពច្បាស់លាស់ និងងាយស្រួលសាធារណជនយល់។ ខាងក្រោមនេះ គឺជាមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃក្រមសីលធម៌ ដែលអ្នកសារព័ត៌មានគួរមាន៖

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

១- ភាពពិត និងភាពត្រឹមត្រូវ

អ្នកសារព័ត៌មានមិនអាចធានាបាននូវ "ការពិត" នោះទេ ក៏ប៉ុន្តែការទទួលបាននូវការពិតគឺជាគោលការណ៍ដ៏សំខាន់នៃសារព័ត៌មាន។ អ្នកសារព័ត៌មានគួរតែខិតខំស្វែងរកភាពត្រឹមត្រូវផ្តល់នូវអង្គហេតុពាក់ព័ន្ធទាំងអស់ និងត្រូវធានាថាវាត្រូវបានត្រួតពិនិត្យយ៉ាងច្បាស់លាស់។ នៅពេលដែលព័ត៌មានណាមួយមិនអាចបញ្ជាក់បានយើងគួរតែនិយាយថាមិនអាចបញ្ជាក់បាន។

២- ឯករាជ្យភាព

អ្នកសារព័ត៌មានត្រូវតែជាសំឡេងឯករាជ្យ។ យើងមិនគួរធ្វើសកម្មភាពជាផ្លូវការ ឬក្រៅផ្លូវការដើម្បីផលប្រយោជន៍ពិសេសណាមួយមិនថាជានយោបាយ សាជីវកម្ម ឬវប្បធម៌ឡើយ។ យើងគួរតែប្រកាសប្រាប់អ្នកនិពន្ធរបស់យើង ឬទស្សនិកជនអំពីទំនាក់ទំនងនយោបាយ ការរៀបចំហិរញ្ញវត្ថុ ឬព័ត៌មានផ្ទាល់ខ្លួនផ្សេងៗទៀតដែលអាចបង្កជាទំនាស់ផលប្រយោជន៍។

៣- ភាពយុត្តិធម៌ និងមិនលម្អៀង

រឿងភាគច្រើនមានយ៉ាងហោចណាស់ពីរភាគី។ ខណៈពេលដែលយើងមិនមានកាតព្វកិច្ចត្រូវបង្ហាញគ្រប់ផ្នែកនៅគ្រប់រឿងរ៉ាវក៏ដោយ យើងគួរតែមានតុល្យភាព និងបន្ថែមបរិបទនៃសាច់រឿងឱ្យកាន់តែច្បាស់។ យើងមិនអាចជៀសផុតពីភាពមិនលម្អៀងនោះទេ ហើយជួនកាលវាក៏ប្រហែលជាការចង់បានផងដែរ (ជាពិសេសនៅចំពោះមុខ ភាពសាហាវឃោរឃៅ ឬអមនុស្សធម៌) ប៉ុន្តែការរាយការណ៍មិនលម្អៀងបង្កើតឱ្យមានការជឿទុកចិត្ត និងទំនុកចិត្ត។

៤- មនុស្សជាតិ

អ្នកសារព័ត៌មានមិនគួរបង្កឱ្យមានបាបកម្មអ្វីឡើយ។ អ្វីដែលយើងផ្សព្វផ្សាយ ឬចាក់ផ្សាយអាចធ្វើឱ្យមានការឈឺចាប់ ប៉ុន្តែយើងគួរតែដឹងអំពីផលប៉ះពាល់នៃពាក្យ និងរូបភាពរបស់យើងទៅលើជីវិតរបស់អ្នកដទៃ។ ជៀសវាងការប្រើពាក្យដែលបង្កឱ្យមានការស្អប់ខ្ពើម មិនប្រើរូបភាពអាសអាភាស និងរូបភាពហិង្សា។

៥- គណនេយ្យភាព

សញ្ញាប្រាកដមួយនៃវិជ្ជាជីវៈសារព័ត៌មានប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវ គឺសមត្ថភាពក្នុងការធ្វើឱ្យខ្លួនយើងមានគណនេយ្យភាព។ នៅពេលដែលយើងធ្វើឱ្យមានកំហុស យើងត្រូវតែកែតម្រូវវា ហើយការបង្ហាញការសោកស្ដាយរបស់យើងត្រូវតែមានភាពស្មោះត្រង់។ យើងត្រូវស្ដាប់ពីក្ដីព្រួយបារម្ភរបស់សាធារណជន។ យើងប្រហែលជាមិនអាចផ្លាស់ប្ដូរអ្វីដែលអ្នកអានបានសរសេរ ឬនិយាយនោះទេ ប៉ុន្តែយើងនឹងផ្ដល់នូវដំណោះស្រាយនៅពេលយើងបង្កភាពអយុត្តិធម៌។

ង- ហេតុអ្វីបានជាមានសារៈសំខាន់សម្រាប់អ្នកក្នុងការទទួលព័ត៌មាន?

ការដែលបានទទួលព័ត៌មានអំពីអ្វីៗដែលកំពុងកើតឡើង គឺជារឿងសំខាន់សម្រាប់ការយល់ដឹងអំពីសង្គម។ វាក៏ជាមធ្យោបាយមួយ ដែលធ្វើឱ្យអ្នកបានដឹងអំពីអ្វីៗដែលកំពុងតែកើតឡើងជុំវិញពិភពលោក និងឥទ្ធិពលដែលវាអាចជះមកលើខ្លួនអ្នកផ្ទាល់ផងដែរ។ ឧទាហរណ៍ ប្រសិនមានការប្រមូលផលមួយមិនបានខ្ពស់ ឬល្អក្នុងប្រទេសមួយ តម្លៃនៃម្ហូបអាហារណាមួយក្នុងប្រទេសរបស់អ្នកអាចនឹងកើនឡើងដោយ សារតែមនុស្សនាំគ្នាព្យាយាមទិញផលិតផលដែលមានស្រាប់ទាំងប៉ុន្មាន។ ប្រសិនបើមហាជនបានទទួលព័ត៌មានពួកគេនឹងអាចរកឃើញនូវបញ្ហាដែលកើតមានក្នុងសង្គមរបស់ខ្លួន និងស្វែងយល់អំពីដំណោះស្រាយដែលអាចនឹងមានប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់បញ្ហានោះ។

ច- តើអ្នកអាចទទួលព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ និងល្អៗបានដោយវិធីណា?

មានមធ្យោបាយជាច្រើនដូចជាការអានកាសែត និងសារព័ត៌មានលើអ៊ីនធឺណិត និងការស្ដាប់ការរាយការណ៍ព័ត៌មានលើវិទ្យុ ឬលើកញ្ចក់ទូរទស្សន៍ គឺជាវិធីល្អក្នុងការទទួលបានសារព័ត៌មាននិងរឿងរ៉ាវថ្មីៗ។ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយផ្សេងៗគ្នានឹងរាយការណ៍រឿងរ៉ាវពីជ្រុងខុសៗគ្នាលើរឿងរ៉ាវមួយចំនួន ឬពួកគេអាចបញ្ចូលបន្ថែមនូវរឿងរ៉ាវព័ត៌មានទាំងឡាយណា ដែលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដទៃមិនបានផ្សាយ។ អ្នកក៏អាចដឹងអំពីរឿងរ៉ាវថ្មីៗ ដោយនិយាយទៅកាន់អ្នកដទៃ ឬអានអត្ថបទ ឬសំណេរលើគេហទំព័របណ្ដាញសង្គមដូចជាហ្វេសប៊ុកជាដើម។ វានឹងបង្ហាញអំពីជ្រុងនៃការគិតរបស់អ្នកដទៃទៅលើព័ត៌មានដែលបានផ្សាយចេញ។ នៅពេលប្រមូលបានដំណឹងទាំងអស់នោះហើយ ចូរពិចារណាអំពីប្រភពដំណឹងទាំងនោះថាតើអ្នកបានអានដំណឹងដែលពិតប្រាកដ ឬគ្រាន់តែជាមតិផ្ទាល់ខ្លួន ឬជារឿងពិតប្រាកដផង និងជាមតិផ្ទាល់ខ្លួនផង?

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

ឆ- ព័ត៌មានខុស ព័ត៌មានមិនពិត និងព័ត៌មានបង្កព្យសនកម្ម

ពេលនិយាយពីព័ត៌មានខុស ឬព័ត៌មានដែលបង្កគ្រោះថ្នាក់ យើងអាចប្រើពាក្យទាំងបីនេះ (ព័ត៌មានខុស ព័ត៌មានមិនពិត និងព័ត៌មានបង្កព្យសនកម្ម) ដើម្បីហៅប្រភេទព័ត៌មានទាំងអស់នោះ ជាជាងហៅវាថាជា "ព័ត៌មានក្លែងក្លាយ"។ យោងតាមអង្គការយូណេស្កូ (UNESCO) យើងគួរជៀសវាងប្រើពាក្យ «ព័ត៌មានក្លែងក្លាយ» ពីព្រោះវាបានក្លាយពាក្យដែលពាក់ព័ន្ធរឿងនយោបាយ ដោយសារអ្នកនយោបាយមួយចំនួនកំពុងប្រើវា ដើម្បីបង្អាប់វិស័យព័ត៌មាន និងកាត់បន្ថយឥទ្ធិពលនៃការរាយការណ៍ណាដែលពួកគេមិនចូលចិត្ត។

អង្គការយូណេស្កូបានផ្ដល់និយមន័យនៃពាក្យទាំងបីដូចតទៅ ៖

ព័ត៌មានខុស (Misinformation) ជាទូទៅសំដៅលើព័ត៌មាន ដែលនាំឱ្យមានការយល់ខុស ដែលគេបង្កើតឡើង ឬចែកចាយដោយមិនមានចេតនាគ្រប់គ្រង ឬបំណងអាក្រក់នោះទេ។ ជាប្រវត្តិសាស្ត្រ ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយតែងតែរាយការណ៍ព័ត៌មានមិនត្រឹមត្រូវម្ដងម្កាល។ ពេលខ្លះរឿងនេះកើតឡើងដោយសារតែអ្នកសារព័ត៌មាន បានធ្វើកំហុសដោយអចេតនាក្នុងការស្រាវជ្រាវ ឬនិពន្ធរបស់ពួកគេ។ យើងហៅព័ត៌មានមិនពិតនេះថា ជាព័ត៌មានខុស ប៉ុន្តែមិនមានបំណងបង្កគ្រោះថ្នាក់ឡើយ។

ចំណែកព័ត៌មានមិនពិត (Disinformation) គឺសំដៅជាទូទៅលើការប៉ុនប៉ងដោយចេតនា (មានការរៀបចំទុក) ដើម្បីបំភ័ន្ត ឬបោកប្រាស់មនុស្ស តាមរយៈការផ្ដល់ព័ត៌មានមិនស្មោះត្រង់។ ទង្វើបែបនេះ ច្រើនតែធ្វើឡើងជាមួយយុទ្ធសាស្ត្រទាក់ទងស្របគ្នាខ្លះ និងប្រសព្វគ្នាខ្លះ ព្រមជាមួយល្បិចកលមួយចំនួនទៀតដូចជា ការលួចទិន្នន័យ ឬការធ្វើឱ្យបាត់បង់ប្រយោជន៍បុគ្គល។ ពេលខ្លះប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ឬមនុស្សមួយក្រុម និងអ្នកប្រើប្រាស់បណ្ដាញសង្គមម្នាក់ៗ មានគោលបំណងទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់ សាធារណជនរបស់ពួកគេ តាមរយៈការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានមិនពិតនេះ។ គេបង្កើតរឿងរ៉ាវតែម្ខាង អង្គហេតុមិនពិត ឬការពិតពាក់កណ្ដាល មិនពិតពាក់កណ្ដាលសម្រាប់ហេតុផលនយោបាយ ហិរញ្ញវត្ថុ ឬមនោគមវិជ្ជាណាមួយ។ ពេលខ្លះពួកគេក៏ដាក់ការពិតទៅក្នុងបរិបទខុស ដើម្បីបង្កើតចំណាប់អារម្មណ៍មិនពិត។ អ្នកផលិតព័ត៌មានមិនពិត ប្រហែលចង់មានឥទ្ធិពលលើមតិសាធារណៈដើម្បីដាក់សម្ពាធលើបញ្ហាមួយចំនួន។ ក្នុងករណីផ្សេងទៀត គេមានគោលបំណងចង់មានឥទ្ធិពលលើមតិរបស់ប្រជាជនអំពីគណបក្សនយោបាយ ឬបេក្ខជនគណបក្សណាម្នាក់ និងដើម្បីផ្លាស់ប្ដូររបៀបនៃការបោះឆ្នោតជាដើម។

រីឯព័ត៌មានបង្កព្យសនកម្ម (Malinformation) គឺសំដៅលើប្រភេទព័ត៌មានដែលអាចជាការពិត ប៉ុន្តែវាត្រូវបានប្រើដើម្បីធ្វើឱ្យគ្រោះថ្នាក់ដល់មនុស្ស អង្គការ ឬប្រទេសណាមួយ។ ឧទាហរណ៍ឯកសារការទូតដែលបានផ្លាស់ប្ដូររវាងរដ្ឋាភិបាល និងស្ថានទូតរបស់ខ្លួននៅបរទេសអាចនឹងត្រូវបែកធ្លាយដែលអាចមានផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានដល់រដ្ឋាភិបាល និងប្រជាជន។ ប្រភេទព័ត៌មានបង្កព្យសនកម្មផ្សេងទៀតត្រូវបានគេផ្សព្វផ្សាយដើម្បីធ្វើបាបនរណាម្នាក់ ឬបង្កឱ្យមានការស្អប់ និងការយាយីគ្នាតាមអ៊ីនធឺណិត។

ជាទូទៅ ក្នុងបណ្តាញសង្គមមានផ្ទុកព័ត៌មានទាំងបីប្រភេទនេះជាច្រើន ដែលរួមទាំងព័ត៌មានល្អ និងព័ត៌មានមិនល្អផងដែរ។ ជាធម្មតា វាមានការលំបាកណាស់ក្នុងការចែកឱ្យដាច់ថាមួយណាជាព័ត៌មានខុស ព័ត៌មានមិនពិត ឬព័ត៌មានបង្កព្យសនកម្ម។ បាតុភូតនៃការផ្តល់ព័ត៌មានដែលមិនមានរចនាសម្ព័ន្ធ និងបង្កភាពរឹករវបែបនេះត្រូវបានគេហៅថា ព័ត៌មានច្របូកច្របល់។

ជ- ការរៀនវាយតម្លៃព័ត៌មាន (ព័ត៌មានខុស និងព័ត៌មានមិនពិត)

ក្នុងនាមអ្នកទទួលមាតិកាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ វាជារឿងសំខាន់ ដែលយើងដើរតួជាអ្នកដំបូងគេ ក្នុងការបែងចែកប្រភេទមាតិកាថាវាជាព័ត៌មានពិត ព័ត៌មានមិនពិត និងព័ត៌មានខុសនោះ។ យើងដឹងហើយថាវាមានការលំបាកណាស់ក្នុងការចែកឱ្យដាច់ ក៏ប៉ុន្តែយើងមានវិធីមួយចំនួនដូចខាងក្រោមដែលអាចជួយយើងបានខ្លះក្នុងបែងចែកព័ត៌មានប្រភេទនេះ។

រកមើលសញ្ញាសង្ស័យនៃប្រភេទព័ត៌មានខុស និងព័ត៌មានមិនពិតដូចជា៖

- ការសរសេរខុសអក្ខរាវិរុទ្ធ ឬកំហុសផ្សេងៗនៅក្នុងអត្ថបទ
- ការប្រើអារម្មណ៍ ចំណងជើងនិយាយបំផ្លើស ឬដាក់សញ្ញាឧទានសព្ទ "!!!"
- មាតិកាធ្វើឱ្យមានការភ្ញាក់ផ្អើល ឬគួររំភើបខ្លាំងជាដើម។

នៅពេលអ្នកឃើញមានសញ្ញាណាមួយខាងលើ ឬសញ្ញាគួរឱ្យសង្ស័យផ្សេងៗទៀតអ្នកគួរតែធ្វើការផ្ទៀងផ្ទាត់ព័ត៌មាននោះដោយប្រើវិធីដូចខាងក្រោម៖

- មើលតើប្រភពនោះអាចជឿជាក់បានដែរឬទេ?
- ធ្វើការស្វែងរកប្រភេទព័ត៌មានបែបនេះនៅលើអ៊ីនធឺណិត និងពីប្រភពផ្សេង។ បើព័ត៌មាននេះ មិនត្រូវបានរាយការណ៍ដោយប្រភពជាច្រើនផ្សេងទៀតទេ នោះរឿងទាំងនេះប្រហែលជាអ្នកកាសែតមិនអាចធ្វើការបញ្ជាក់បានឡើយ ឬវាមិនមែនជារឿងពិតឡើយ។
- ត្រួតពិនិត្យមើលថាតើអ្នកណាជាអ្នកបង្ហោះសារ ឬមាតិកានេះ។ មើលថាតើវាបង្ហោះដោយមនុស្សជាក់លាក់ណាមួយដែលត្រូវបានគេទទួលស្គាល់ ឬគ្មានឈ្មោះច្បាស់លាស់ទេ? បើវាគ្មានឈ្មោះច្បាស់លាស់ទេ ជួនកាលវាត្រូវបានដើរដោយម៉ាស៊ីនតែប៉ុណ្ណោះ។
- បើព័ត៌មាននេះត្រូវបានចែករំលែកលើបណ្តាញសង្គម យើងគួរស្វែងរកគណនីរបស់អ្នកបង្ហោះសារនេះនៅក្នុងបណ្តាញសង្គមផ្សេងៗទៀត ដើម្បីមើលពីប្រវត្តិរបស់មនុស្សម្នាក់នេះថាតើគេមាននិន្នាការអ្វីឬទេ។
- បន្ថយល្បឿនខ្លួនឯង យើងមិនត្រូវជឿលើដំណឹង ឬព័ត៌មានអ្វីមួយឆាប់ពេកនោះទេ។ នៅពេលដែលមនុស្សម្នាក់ មិនឆាប់ជឿលើអ្វីមួយលឿនពេក នោះគេនឹងអាចបែងចែកព័ត៌មានពិត ឬមិនពិតបានប្រសើរជាងមុន។

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

មេរៀនសង្ខេប

ក្នុងមេរៀននេះ យើងបានសិក្សានូវចំណុចសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- ដំណឹង ជាអ្វីដែលប្រាប់ឱ្យយើងដឹងពីរឿងអ្វីមួយ ឧទាហរណ៍មានដូចជា ចំណេះដឹង ទិន្នន័យជាក់ស្តែង ឬការណែនាំជាដើម។ ព័ត៌មានគឺសំដៅដល់ ដំណឹងថ្មីៗសំខាន់ និងពាក់ព័ន្ធទៅនឹងទស្សនិកជន ឬអ្នកស្តាប់ ឬជាអ្វីដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍។ អ្វីៗដែលអាចចាត់ទុកថាជាព័ត៌មានគឺអាស្រ័យលើកត្តាជាក់ស្តែងមួយចំនួន ដូចជាទីកន្លែងដែលមានរឿងអ្វីមួយកើតឡើង ទស្សនិកជន ឬអ្នកស្តាប់គោលដៅ និងការសម្រេចចិត្តរបស់ការីនិពន្ធ ឬអ្នកយកព័ត៌មាន។
- ព័ត៌មានគួរតែផ្តល់ដំណឹងដល់អ្នកស្តាប់ អ្នកអាន និងអ្នកទស្សនាពីអ្វីដែលបានកើតឡើង ហើយវាកើតឡើងនៅកន្លែងណា នៅពេលណា នរណាខ្លះពាក់ព័ន្ធនឹងហេតុការណ៍នោះ។ អត្ថបទព័ត៌មានមួយដែលល្អ នឹងបញ្ជាក់បន្ថែមថា តើរឿងនោះកើតឡើង ដោយរបៀបណា ហើយមូលហេតុអ្វីដែលបណ្តាលឱ្យរឿងនោះបានកើតឡើង។
- អ្នកសារព័ត៌មានមានត្រូវមានទំនួលខុសត្រូវលើភាពជាក់លាក់ និងច្បាស់លាស់និងការងាររបស់ខ្លួន។ ពួកគេចាំបាច់ត្រូវតែធ្វើការស្រាវជ្រាវ និងជួបពិភាក្សាជាមួយប្រភពជាច្រើនដើម្បីផ្ទៀងផ្ទាត់បញ្ជាក់ព័ត៌មានរបស់ខ្លួន មុននឹងផ្សាយ។
- ការដែលបានទទួលព័ត៌មានអំពីអ្វីៗដែលកំពុងកើតឡើង គឺជារឿងសំខាន់សម្រាប់អ្នក ក្នុងការយល់ដឹងអំពីសង្គម។ វាក៏ជាមធ្យោបាយមួយ ដែលធ្វើឱ្យអ្នកបានដឹងអំពីអ្វីៗដែលកំពុងតែកើតឡើងជុំវិញពិភពលោក និងឥទ្ធិពល ដែលវាអាចជះមកលើខ្លួនអ្នកផ្ទាល់ផងដែរ។
- ដើម្បីទទួលព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ និងល្អៗ អ្នកត្រូវអានកាសែត និងសារព័ត៌មានលើអ៊ីនធឺណិត និងការស្តាប់ការរាយការណ៍សារព័ត៌មានលើវិទ្យុ ឬលើកញ្ចក់ទូរទស្សន៍ជាប្រចាំ។
- ព័ត៌មានខុស (Misinformation) ជាទូទៅសំដៅលើព័ត៌មាន ដែលនាំឱ្យមានការយល់ខុស ដែលគេបង្កើតឡើង ឬចែកចាយដោយមិនមានចេតនាគ្រប់គ្រង ឬបំណងអាក្រក់នោះទេ។
- ព័ត៌មានមិនពិត (Disinformation) គឺសំដៅជាទូទៅលើការប៉ុនប៉ងដោយចេតនា (មានការរៀបចំទុក) ដើម្បីបំភ័ន្ត ឬបោកប្រាស់មនុស្ស តាមរយៈការផ្តល់ព័ត៌មានមិនស្មោះត្រង់។
- ព័ត៌មានបង្កព្យសនកម្ម (Malinformation) គឺសំដៅលើប្រភេទព័ត៌មានដែលអាចជាការពិត ប៉ុន្តែវាត្រូវបានប្រើដើម្បីធ្វើឱ្យគ្រោះថ្នាក់ដល់មនុស្ស អង្គការ ឬប្រទេសណាមួយ។

លំហាត់អនុវត្តន៍

១- សូមយកក្រដាសនិងប៊ិករួចធ្វើការគិត និងកត់ត្រានូវអ្វីដែលជាប្រភពផ្តល់ដំណឹងថ្មីៗដល់អ្នកជាប្រចាំ ឬដែលអ្នកប្រើដើម្បីទទួលបានដំណឹងថ្មីៗជារៀងរាល់ថ្ងៃ។ ហើយសញ្ជឹងគិត ថាតើអ្នកអាចជឿជាក់លើប្រភពដំណឹងទាំងនោះបានប៉ុនណា? ហេតុអ្វី?

២- ចូរជ្រើសរើសព័ត៌មានមួយពីអ៊ីនធឺណិត ឬពីបណ្តាញសង្គមហ្វេសប៊ុករបស់អ្នកដែលអ្នកចាប់អារម្មណ៍។ រួចសាកល្បងធ្វើការឆ្លើយសំណួរថាតើ
- ព័ត៌មាននោះផ្សព្វផ្សាយអំពីអ្វីដែលបានកើតឡើង
- ហើយវាកើតឡើងនៅកន្លែងណា
- កើតនៅពេលណា
- មាននរណាខ្លះពាក់ព័ន្ធនឹងហេតុការណ៍នោះ
- តើរឿងនោះកើតឡើង ដោយរបៀបណា
- ហើយមូលហេតុអ្វីដែលបណ្តាលឱ្យរឿងនោះបានកើតឡើង

៣- ចូរធ្វើការជាក្រុម រួចចូលទៅអ៊ីនធឺណិត ឬបណ្តាញសង្គមហ្វេសប៊ុករបស់អ្នក ហើយព្យាយាមធ្វើការស្វែងរកព័ត៌មានមួយ ដែលអ្នកគិតថាប្រភេទព័ត៌មានខុស ឬព័ត៌មានមិនពិត ដោយប្រើវិធីសាស្ត្រនៃការវាយតម្លៃនៅក្នុងចំណុច “ជ” ខាងលើ។ បន្ទាប់មកធ្វើបទបង្ហាញពីលទ្ធផលនៃការរកឃើញរបស់អ្នកទៅកាន់មិត្តរួមថ្នាក់។

សំណួររំលឹកមេរៀន

១- តើអ្វីទៅជាដំណឹង និងព័ត៌មាន? តើដំណឹង និងព័ត៌មានខុសគ្នាយ៉ាងដូចម្តេចខ្លះ?
២- តើសំណួរអ្វីខ្លះដែលព័ត៌មានគួរឆ្លើយ?
៣- តើអ្វីទៅជាស្តង់ដាក្រមសីលធម៌របស់អ្នកសារព័ត៌មាន?
៤- ហេតុអ្វីបានជាវាមានសារៈសំខាន់សម្រាប់អ្នកក្នុងការទទួលបានព័ត៌មាន?
៥- តើអ្នកអាចទទួលព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់ និងល្អៗបានដោយវិធីណា?
៦- តើអ្វីជាព័ត៌មានខុស ព័ត៌មានមិនពិត និងព័ត៌មានបង្កព្យសនកម្ម?
៧- តើអ្នកអាចវាយតម្លៃព័ត៌មានខុស ឬព័ត៌មានមិនពិត ដោយវិធីណា?

t.me/moeysnews
sala.moeys.gov.kh
fb.me/krou.moeys.gov.kh

ជំពូកទី ២ - អក្ខរកម្មឌីជីថល និងទំនួលខុសត្រូវ

មេរៀនទី

៤

អក្ខរកម្មឌីជីថល

នៅក្នុងមេរៀននេះ អ្នកនឹងសិក្សាអំពី ៖

១- អក្ខរកម្មឌីជីថល

២- សារៈសំខាន់នៃអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានក្នុងសម័យឌីជីថល

៣- អ្វីជាអ៊ីនធឺណិត អ៊ីមែល និងបណ្តាញសង្គម

៤- សុវត្ថិភាព និងឯកជនភាពនៅលើអ៊ីនធឺណិត

៤.១- ទំនាក់ទំនងរបស់រវាងមនុស្ស និងប្រព័ន្ធឌីជីថល

ក- តើអ្វីទៅជាអក្ខរកម្មឌីជីថល ?

យោងតាម (សមាគមបណ្ណាល័យសហរដ្ឋអាមេរិក “ALA”) អក្ខរកម្មឌីជីថលសំដៅលើសមត្ថភាពក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាន និងសារគមនាគមន៍ ដើម្បីស្វែងរក វាយតម្លៃ បង្កើត និងទំនាក់ទំនងព័ត៌មានដែលទាមទារឱ្យត្រូវមានទាំងចំណេះ និងជំនាញការផ្នែកបច្ចេកទេស។

សិស្ស និស្សិតដែលមានអក្ខរកម្មឌីជីថល ឬចំណេះដឹងផ្នែកឌីជីថល គឺដឹងពីរបៀបស្វែងរក និងប្រើប្រាស់មាតិកាឌីជីថល។ ពួកគេក៏ដឹងពីរបៀបបង្កើតទំនាក់ទំនង និងចែករំលែកមាតិកាឌីជីថលទាំងនោះ។ សិស្សដែលកំពុងតែកសាងជំនាញអក្ខរកម្មឌីជីថលនឹងយល់ពីមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃសុវត្ថិភាពលើអ៊ីនធឺណិតដូចជា ការបង្កើតលេខសម្ងាត់ឱ្យរឹងមាំ ការយល់ដឹងនឹងការប្រើប្រាស់ការកំណត់ឯកជនភាព និងដឹងពីអ្វីដែលត្រូវចែករំលែក ឬមិនចែករំលែកនៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម។ ពួកគេយល់ពីគ្រោះថ្នាក់នៃការគំរាមកំហែងតាមអ៊ីនធឺណិត ហើយព្យាយាមចូលរួមបញ្ឈប់ការសម្លុតគំរាមកំហែងដែលកំពុងកើតមាន និងជួយការពារអ្នកដទៃពីការគំរាមកំហែងតាមអ៊ីនធឺណិតទាំងនោះ។

នៅក្នុងពិភពឌីជីថលនាពេលបច្ចុប្បន្ន ស្ទើរគ្រប់អាជីពការងារទាំងអស់ គង់នឹងត្រូវការការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមប្រព័ន្ធឌីជីថលនៅពេលណាមួយ ដូច្នេះការបំពាក់បំប៉នសិស្សនូវជំនាញនៃការស្វែងរក វាយតម្លៃ ទំនាក់ទំនង និងចែករំលែកមាតិកាតាមអ៊ីនធឺណិត គឺជាគន្លឹះសម្រាប់អនាគតរបស់ពួកគេ។

t.me/moeysnews
sala.moeys.gov.kh
fb.me/krou.moeys.gov.kh

ខ- សារៈសំខាន់នៃអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន ក្នុងសម័យឌីជីថល

អក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន គឺជាមូលដ្ឋាននៃការចេះអាន សរសេរ វិភាគ វាយតម្លៃ និងបង្កើតខ្លឹមសារតាមប្រភេទបណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយដូចជា កាសែត ទស្សនាវដ្ដី ទូរទស្សន៍ វិទ្យុ និងអ៊ីនធឺណិតជាដើម។ ដោយសារតែភាពរីកចម្រើនផ្នែកឌីជីថល បណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយបែបប្រពៃណីជាច្រើន (ដូចជាកាសែត ទស្សនាវដ្ដី ទូរទស្សន៍ វិទ្យុ ជាដើម) ត្រូវបានគេបង្កើតលើប្រព័ន្ធឌីជីថលផងដែរ។ ដូច្នេះអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន មានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់យើងក្នុងសម័យឌីជីថលនេះ ព្រោះវាជួយឱ្យយើងមានសមត្ថភាព និងជំនាញក្នុងការបង្កើត និងគិតឱ្យបានស៊ីជម្រៅ យល់អំពីរបៀបដែលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយលើប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិតចូលរួមផ្លាស់ប្ដូរ និងអភិវឌ្ឍវប្បធម៌ និងសង្គម។

ការដែលមានចំណេះផ្នែកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានក៏ជួយយើងឱ្យយល់ពីប្រភេទនៃសាររបស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ យល់ពីអ្វីដែលផលិតករប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយចង់បញ្ចុះបញ្ចូលឱ្យយើងជឿលើអ្វីមួយ ឬចង់ឱ្យយើងធ្វើអ្វីមួយចេះសម្គាល់នូវប្រភេទសារបែបយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សារ បច្ចេកទេសនៃការបញ្ចុះបញ្ចូល ដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់ និងប្រភេទសារផ្សេងៗជាច្រើនទៀតដូចដែលបានលើកឡើងក្នុងជំពូកអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានខាងលើ។

អ្វីដែលសំខាន់ជាងនេះទៀតនោះ យើងអាចផ្ដល់មតិយោបល់របស់យើងក្នុងការផ្លាស់ប្ដូរប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឌីជីថលនូវពេលដែលយើងអាចសម្គាល់បានថា ព័ត៌មានដែលគេចែករំលែក ឬផ្សាយនោះជាព័ត៌មានលម្អៀង ជារឿងប្រឌិត ព័ត៌មានខុស ឬកុហកជាដើម។ យើងក៏អាចបង្កើត និងចែកចាយសាររបស់យើងបានផងដែរ ដោយផ្អែកលើចំណេះដឹងផ្ទាល់ខ្លួន ជំនាញ ជំនឿ និងគុណតម្លៃផ្ទាល់ខ្លួនរបស់យើង។ ជាចុងក្រោយ យើងអាចចូលរួមចំណែកទប់ស្កាត់ការរីករាលដាលនៃព័ត៌មានខុស ព័ត៌មានមិនពិត និងការបោកប្រាស់ផ្សេងៗនៅលើអ៊ីនធឺណិត។

គ- តើអ្វីទៅជាអ៊ីនធឺណិត អ៊ីមែល និងបណ្ដាញសង្គម?

អ៊ីនធឺណិត

អ៊ីនធឺណិត គឺជាមធ្យោបាយទំនាក់ទំនង និងចែករំលែកព័ត៌មានដ៏ធំបំផុតនៅក្នុងពិភពលោក។ វាសម្របសម្រួលការចូលទៅកាន់ព័ត៌មាន ដែលបានចែកចាយដោយអ្នកប្រើរាប់លាននាក់ចាប់ពីអ្នកប្រើម្នាក់ៗរហូតទៅដល់ស្ថាប័ន និងក្រុមហ៊ុនធំៗជាដើម។ ភាគច្រើននៃព័ត៌មាននេះអាចរកបានសម្រាប់អ្នកប្រើអ៊ីនធឺណិតគ្រប់រូប។ វាក៏អាចអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើសេវាកម្មផ្សេងៗទៀតលើអ៊ីនធឺណិត ដូចជាធ្វើការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយគ្នាជាលាយលក្ខណ៍អក្សរ សំឡេង វីដេអូ ឬតាមរយៈទម្រង់នៃទំនាក់ទំនងភ្លាមៗ ឬមិនស្របពេលជាមួយគ្នាបានផងដែរ ។

៤.២- World Wide Web

៤.៣- ការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិត

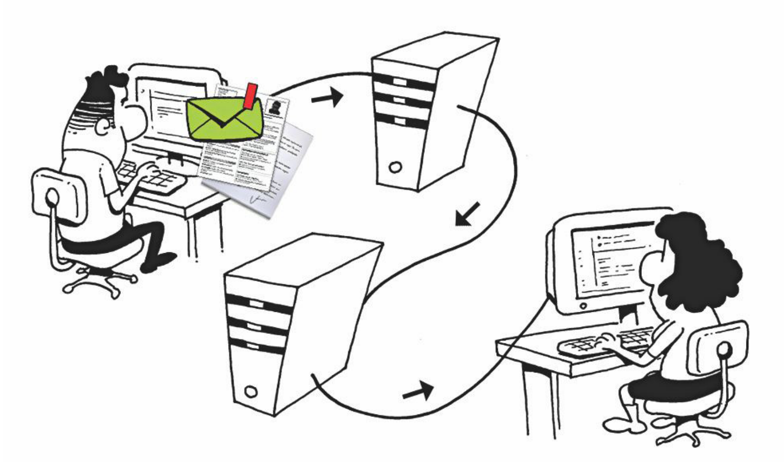
fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

អ៊ីនធឺណិត គឺជាបណ្ដាញកុំព្យូទ័រប្រវន្តដែលអាចចូលទៅដំណើរការព័ត៌មានតាមរយៈកុំព្យូទ័រ ឬតាមរយៈឧបករណ៍ផ្សេងៗដូចជា ទូរស័ព្ទចល័ត ដែលភ្ជាប់ទៅកាន់អ៊ីនធឺណិត។ ហើយការតភ្ជាប់កុំព្យូទ័រទៅកាន់អ៊ីនធឺណិតអាចត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរយៈខ្សែទូរស័ព្ទ ខ្សែកាបអុបទិក ខ្សែកាបទូរទស្សន៍តាមរយៈទំនាក់ទំនងឥតខ្សែនៅក្នុងតំបន់ (Wifi ឬផ្សេងៗ) ឬតាមរយៈទូរស័ព្ទចល័តជាដើម។

ការតភ្ជាប់ទៅកាន់អ៊ីនធឺណិត គឺជាសេវាកម្មដែលផ្ដល់ដោយក្រុមហ៊ុន ដូច្នេះអ្នកប្រើប្រាស់ត្រូវតែបង់ប្រាក់សម្រាប់ការប្រើសេវាកម្មនេះ។ អ្នកផ្គត់ផ្គង់ការប្រើប្រាស់នេះ អាចជាក្រុមហ៊ុនដែលជំនាញ (ក្រុមហ៊ុនផ្ដល់សេវាកម្មអ៊ីនធឺណិត) ដែលផ្ដល់ការដំណើរការអ៊ីនធឺណិតតាមរយៈខ្សែទូរស័ព្ទ តាមរយៈខ្សែពិសេសដែលប្រើពន្លឺជំនួសឱ្យអគ្គិសនីដើម្បីបញ្ជូនព័ត៌មាន (ខ្សែអុបទិក) ឬតាមរយៈបច្ចេកវិទ្យាឥតខ្សែ ដំណើរការ អ៊ីនធឺណិតក៏អាចផ្ដល់តាមរយៈក្រុមហ៊ុនទូរស័ព្ទ។ សម្រាប់អ្នកដែលមានកុំព្យូទ័រយួរដៃប្រើប្រាស់ ក៏មានកន្លែងជាច្រើនដូចជា ភោជនីយដ្ឋាន និងហាងកាហ្វេដែលផ្ដល់ការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិតឥតខ្សែដល់អតិថិជន។

ព័ត៌មាននីមួយៗនៅលើអ៊ីនធឺណិតត្រូវបានផ្ទុកនៅក្នុងកុំព្យូទ័រមួយក្នុងចំណោមកុំព្យូទ័រជាច្រើនលានគ្រឿងដែលតភ្ជាប់គ្នាទៅវិញទៅមកនៅពាសពេញពិភពលោកដែលបង្កើតជាអ៊ីនធឺណិត។ កុំព្យូទ័រទាំងនេះ ហៅថាម៉ាស៊ីនបម្រើអ៊ីនធឺណិត ឬម៉ាស៊ីនមេដែលបើកជាប់ជានិច្ចដើម្បីប្រាកដថា ព័ត៌មានដែលពួកគេមានគឺអាចប្រើប្រាស់បានជានិច្ច។

អ៊ីមែល



៤.៤- ការប្រើប្រាស់អ៊ីមែល

ខណៈដែលវើលវ៉ាយវិប និងសេវាកម្មពាក់ព័ន្ធរបស់វា ដែលធ្វើការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានជាសាធារណៈ ក៏មានសេវាកម្មផ្សេងៗ ទៀតត្រូវបានប្រើសម្រាប់ទំនាក់ទំនងជាឯកជន។ សេវាកម្មដែលគេច្រើនប្រើជាងគេសម្រាប់ប្រភេទទំនាក់ទំនង គឺសារអេឡិចត្រូនិកដែលគេបានស្គាល់ថាជាអ៊ីមែល។ អ៊ីមែលគឺជាសេវាកម្មដែលអាចផ្តល់ព័ត៌មានរវាងអ្នកប្រើ។ អ៊ីមែល គឺជាសេវាកម្មដែលអាចធ្វើមិនស្របពេលជាមួយគ្នា មានន័យថា អ្នកផ្ញើ និងអ្នកទទួលមិនចាំបាច់ភ្ជាប់ទៅកាន់អ៊ីនធឺណិតនៅពេល ជាមួយគ្នានោះទេ។ អ្នកផ្ញើអាចសរសេរ និងផ្ញើសារនៅពេលណាដែលពួកគេភ្ជាប់ទៅអ៊ីនធឺណិតនោះសារនឹងរក្សាទុកនៅក្នុងម៉ាស៊ីនបម្រើអ៊ីនធឺណិត ហើយវានឹងចែកជូនដល់អ្នកទទួលនៅពេលអ្នកទទួលភ្ជាប់ទៅកាន់អ៊ីនធឺណិត។ ខ្លឹមសារអ៊ីមែលដែលបានផ្ញើ និងទទួលអាចផ្ទុកជារៀងរហូតលើម៉ាស៊ីនបម្រើ ដែលដើរតួជាអ្នកចុះបញ្ជីព័ត៌មានទាំងអស់ដែលយើងផ្ញើ និងទទួល ហើយវាជួយយើងច្រើននៅក្នុងការងារ។ អ៊ីមែលក៏អាចប្រើដើម្បីផ្ញើឯកសារ (ឯកសារកម្មវិធីវាយអត្ថបទ រូបភាព វីដេអូ សំឡេង ។ល។) ពីអ្នកប្រើម្នាក់ទៅអ្នកប្រើផ្សេងទៀត។

សេវាកម្មអ៊ីមែលដែលអាចប្រើសម្រាប់ផ្ញើ និងទទួលអ៊ីមែលបានដោយមិនគិតថ្លៃមានដូចជា Gmail និង Yahoo ជាដើម។ ក៏ប៉ុន្តែក៏មានសេវាកម្មអ៊ីមែលជាច្រើន ដែលតម្រូវឱ្យអ្នកបង់ប្រាក់ដើម្បីប្រើប្រាស់វាផងដែរ។

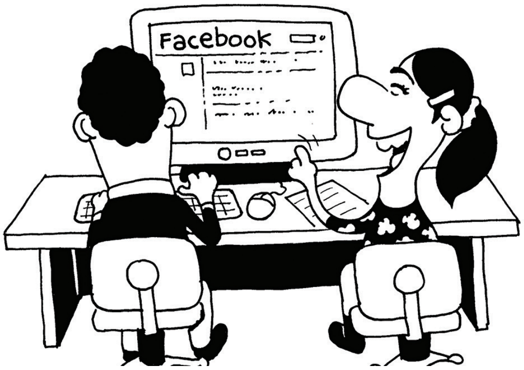
បណ្តាញសង្គម

បណ្តាញសង្គម គឺជាគេហទំព័រ និងកម្មវិធីលើទូរស័ព្ទដៃ ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់របស់ខ្លួនអាចបង្កើត និងចែករំលែកមាតិកាជាមួយបណ្តាញអ្នកប្រើប្រាស់ផ្សេងទៀតឬជាសហគមន៍

t.me/moeysnews
sala.moeys.gov.kh
fb.me/krou.moeys.gov.kh

ប្រទាក់ក្រឡាគ្នាមួយ។ អ្នកប្រើប្រាស់បង្កើតគណនីផ្ទាល់ខ្លួនមួយដែលកែច្នៃទៅតាមតម្រូវការរបស់ខ្លួន បន្ទាប់មកពួកគេអាចទាក់ទងជាមួយអ្នកប្រើប្រាស់ដទៃតាមវិធីផ្សេងៗ ដូចជាការចែករំលែករូបភាពនិងវីដេអូការសន្ទនាលើអ៊ីនធឺណិត និងការបង្កើតក្រុមដែលរួមបញ្ចូលអ្នកប្រើប្រាស់ ដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ស្រដៀងគ្នាឱ្យក្លាយជាសមាជិក។

នៅក្នុងប្រទេសជាច្រើន បណ្តាញសង្គមដូចជា ហ្វេសប៊ុក បានក្លាយជាប្រភពព័ត៌មានដ៏សំខាន់សម្រាប់ប្រជាពលរដ្ឋ។ ហេតុនេះហើយបានជាបណ្តាញសង្គមបានក្លាយមកជាមធ្យោបាយដ៏សំខាន់បំផុតសម្រាប់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយប្រពៃណីដូចជា កាសែត វិទ្យុ និងទូរទស្សន៍ ដោយសារតែអ្នកប្រើប្រាស់កាន់តែច្រើនឡើងចាប់ផ្តើមអាន មើលព័ត៌មានលើបណ្តាញសង្គមវិញ ជាជាងទៅមើលលើគេហទំព័ររបស់ស្ថាប័នប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ឬទិញកាសែតយកមកអាន។ ប្រសិនបើអ្នកប្រើប្រាស់ចូលចិត្តមាតិកាណាមួយ ពួកគេអាចចែករំលែកជាមួយមិត្តភ័ក្តិរបស់ខ្លួន នៅលើបណ្តាញសង្គមនោះតែម្តង។ ហេតុដូច្នេះហើយទើបធ្វើឱ្យបណ្តាញសង្គមក្លាយជាបណ្តាញចែកចាយព័ត៌មានដ៏សំខាន់មួយ។



៤.៥- ការប្រើបណ្តាញសង្គម Facebook

ឧទាហរណ៍នៃបណ្តាញសង្គមដែលកំពុងមានការពេញនិយមមានដូចជា Facebook, YouTube, Twitter, Snapchat, TikTok, និង Instagram ជាដើមបាននាំមុខនៅលើទីផ្សារស្ទើរគ្រប់ទីកន្លែងនៅលើពិភពលោក។ ក៏ប៉ុន្តែបណ្តាញសង្គមមួយចំនួនគេមិនអាចចូលប្រើប្រាស់បានទូទាំងពិភពលោកនោះទេ។ ឧទាហរណ៍ នៅក្នុងប្រទេសចិន Facebook, Instagram និងសេវាកម្ម Google ត្រូវបានហាមឃាត់ដោយជំនួសដោយកម្មវិធីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមមួយផ្ទាល់ដូចជា Wechat ដែលអាចប្រៀបធៀបទៅនឹងហ្វេសប៊ុកឬ WhatsApp, Weibo ស្រដៀងទៅនឹង Twitter នឹង QQ ដែលជាកម្មវិធីផ្ញើសារភ្លាមៗផ្សេងទៀត។ នៅក្នុងតំបន់ និងប្រទេសផ្សេងទៀតក៏មានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមផ្សេងៗរបស់គេ ដែលធ្វើឱ្យមានការពេញនិយមផងដែរ។ ឧទាហរណ៍ ប្រជាជននៅប្រទេសរុស្ស៊ី ចូលចិត្តប្រើប្រាស់ VKontakte និង Odnoklassniki បន្ថែមទៅលើ Twitter, Facebook និង Instagram។

៤.៦- ការប្រើបណ្តាញសង្គមផ្សេងៗ

៤.៧- សុវត្ថិភាព និងឯកជនភាពនៅលើអ៊ីនធឺណិត

ឃ- សុវត្ថិភាព និងឯកជនភាពនៅលើអ៊ីនធឺណិត

ហានិភ័យធំមួយទាក់ទងនឹងបណ្តាញសង្គម គឺការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានមិនពិត។ អ្នកប្រើបណ្តាញសង្គមអាចងាយយល់ច្រឡំដោយគិតថា ព័ត៌មានដែលពួកគេបានឃើញនៅលើបណ្តាញមួយនេះមានភាពត្រឹមត្រូវ។ ប៉ុន្តែដោយសារអ្នកណាម្នាក់ក៏អាចផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានណាមួយនៅលើបណ្តាញសង្គមបានដែរនោះ ព័ត៌មានមិនពិតដូចជា ការកុហក ពាក្យចចាមអារាម និងការបោកបញ្ឆោតផ្សេងៗ ត្រូវបានកើតជាញឹកញាប់។ អាក្រក់ជាងនេះទៅទៀតនោះព័ត៌មានមិនពិតភាគច្រើនត្រូវបានបង្កើត និងផ្សព្វផ្សាយដោយចេតនាដើម្បីបង្កឱ្យមានអារម្មណ៍ដូចជាការស្អប់ ការភ័យខ្លាច ឬការអាក់អន់ចិត្តជាដើម ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងជនជាតិភាគតិច មនុស្សដែលមានជំនឿនយោបាយ និងជំនឿសាសនា ឬសមាជិកនៃក្រុមជនជាតិផ្សេងៗគ្នា។ បណ្តាញសង្គមដំណើរការដោយឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ចែករំលែកព័ត៌មាន ប៉ុន្តែចាប់តាំងពីវេទិកានេះមានលំហជាសាធារណៈ ព័ត៌មាននេះក៏អាចត្រូវបានចូលមើលដោយអ្នកដទៃបាន។ នេះមានន័យថាយើងត្រូវពិចារណាដោយប្រុងប្រយ័ត្ននូវប្រភេទព័ត៌មានដែលយើងផ្សព្វផ្សាយអំពីខ្លួនយើង ប្រសិនបើនរណាម្នាក់ដែលអ្នកមិនស្គាល់បានឃើញអ្វីមួយដែលអ្នកចែករំលែកអំពីខ្លួនអ្នក វាអាចជាអារម្មណ៍ដូចជាការលុកលុយឯកជនភាពរបស់អ្នកយ៉ាងដូច្នោះដែរ។ នៅពេលខ្លះនិយោជិកក៏ចូលមើលប្រវត្តិរូប

របស់បុគ្គលិក ឬអ្នកដាក់ពាក្យចូលធ្វើការងាររបស់ពួកគេដើម្បីមើលថា តើពួកគេកំពុងតែធ្វើការបង្ហាញ រូបភាពបែបណានៅលើអ៊ីនធឺណិត។ មានហានិភ័យផ្សេងៗទៀតដូចជាការបង្ហោះសារនៅពេលអ្នកទៅវិស្សមកាល ដែលអាចធ្វើឱ្យចោរឆ្លៀតឱកាសចូលលួចរបស់ក្នុងផ្ទះរបស់អ្នកបាន។

ដោយសារមានភាពងាយស្រួលក្នុងការចែករំលែករឿងដោយអនាមិកនៅលើអ៊ីនធឺណិត ការគំរាមកំហែងតាមអ៊ីនធឺណិត និងអ្នកលួចចូលក្នុងប្រព័ន្ធ (Hacker) ក៏អាចបង្ហោះការជេរប្រមាថ ឬការគំរាមកំហែង ហើយប្រមូលព័ត៌មានបានយ៉ាងងាយ ឬក៏បង្កើតគណនីក្លែងក្លាយផងដែរ។ ហានិភ័យចម្បងនៅទីនេះទាក់ទងនឹងសុវត្ថិភាព និងឯកជនភាព។ ការបង្ហោះ ឬបញ្ចូលព័ត៌មានអំពីខ្លួនអ្នកតាមអ៊ីនធឺណិត ក៏អាចធ្វើឱ្យអ្នកប្រឈមនឹងហានិភ័យនៃការលួចចូលយកទិន្នន័យរបស់អ្នកដោយគ្មានការអនុញ្ញាតពីអ្នកបាន។

តើអ្វីទៅជាឯកជនភាព ហើយហេតុអ្វីខ្ញុំគួរបារម្ភអំពីវា?

នៅពេលមានអ្វីមួយជារបស់ឯកជនសម្រាប់អ្នកមានន័យថា វាពិតជាពិសេសណាស់សម្រាប់អ្នក ឬអ្នកចាត់ទុកវាជារបស់ដែលអាចកំបាំងហើយអ្នកមិនចង់ឱ្យអ្នកណាផ្សេងដឹងពីវាឡើយ។ ដែននិងខ្លឹមសារដែលគេចាត់ទុកថាជាលក្ខណៈឯកជន មានភាពខុសគ្នាទៅតាមវប្បធម៌ និងបុគ្គលម្នាក់ៗ ប៉ុន្តែក៏មានរបស់មួយចំនួន ដែលមនុស្សជាទូទៅចាត់ទុកថាជារបស់ឯកជនដូចគ្នា។ អ្នកប្រហែលជាចង់ទុកបញ្ហារសើបសម្រាប់តែខ្លួនឯងប៉ុណ្ណោះដូចជា មនុស្សដែលអ្នកស្រឡាញ់ ស្ថានភាពនៃភេទ អ្វីដែលអ្នកខ្លាចឬអាថ៌កំបាំងផ្សេងទៀត។ អ្នកក៏ប្រហែលជាមិនចង់ឱ្យអ្នកគ្រប់គ្នាដឹងថាអ្នករស់នៅទីណា ពេលណាអ្នកកើត ហើយអ្នករកប្រាក់បានប៉ុន្មានដែរ។ ឯកជនភាពគឺជាសមត្ថភាពរបស់មនុស្សម្នាក់ក្នុងការលាក់បាំងផ្នែកខ្លះនៃខ្លួនឯងពីអ្នកដទៃ រាប់បញ្ចូលទាំងព័ត៌មានដែលគាត់មិនចង់ឱ្យអ្នកដទៃដឹងផងដែរ។

បញ្ហាឯកជនភាពកើតមាននៅលើបណ្ដាញសង្គមគ្រប់ពេលវេលា មិនមែនត្រឹមតែពេលអ្នកកែសម្រួលឯកជនភាពរបស់អ្នកប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែវាមាននៅក្នុងទំនាក់ទំនងរបស់អ្នកទាំងអស់។ អ្នកចែករំលែកព័ត៌មានលើបណ្ដាញសង្គមកាន់តែច្រើន និងចំណាយពេលវេលាកាន់តែច្រើនលើវា មានន័យថាអ្នកមានឯកជនភាពកាន់តែតិចហើយអ្នកក៏កំពុងតែផ្ដល់ទិន្នន័យរបស់អ្នកកាន់តែច្រើនដល់គេ។ ទិន្នន័យរបស់អ្នកនឹងត្រូវបានរក្សាទុក និងចែករំលែក ហើយអ្នកមិនអាចគ្រប់គ្រងនូវអ្វីដែលអាជីវកម្ម រដ្ឋាភិបាល និងភ្នាក់ងារសេវាកម្មសម្ងាត់ប្រើប្រាស់ទិន្នន័យនោះបានទេ។ ទោះបីជាអ្នកគិតថាអ្នកមិនមានអ្វីដែលត្រូវព្រួយបារម្ភនៅថ្ងៃនេះក៏ដោយ សូមចងចាំថាពេលខ្លះស្ថានភាពតែងតែមានការផ្លាស់ប្ដូរ។ ប៉ុន្តែទិន្នន័យរបស់អ្នកនឹងត្រូវរក្សាទុកជារៀងរហូត ហើយអ្នកគ្មានការគ្រប់គ្រងលើអ្វីដែលបានធ្វើជាមួយវាទេ ហើយក៏គ្មានវិធីណាអាចលុបវាចោលបានឡើយ។

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

ពាក្យសម្ងាត់ និងការការពារកម្រិតខ្ពស់

គណនី និងគេហទំព័រក្នុងបណ្តាញសង្គមជាច្រើន ដូចជាហ្វេសប៊ុកត្រូវបានគេហែក (hack) ចូលដោយសារតែអ្នកប្រើប្រាស់បានប្រើពាក្យសម្ងាត់មិនមានសុវត្ថិភាពដូចជាការដាក់លេខទូរស័ព្ទរបស់ខ្លួន ប្រើលេខសម្ងាត់ងាយស្រួល “123...” ឬប្រើឈ្មោះ និងថ្ងៃខែកំណើតរបស់ខ្លួនជាពាក្យសម្ងាត់ជាដើម។

ដើម្បីការពារខ្លួនអ្នក និងគណនីរបស់អ្នកពីការលួចចូលប្រើប្រាស់ពីអ្នកដទៃ អ្នកត្រូវដាក់ពាក្យសម្ងាត់ដែលរឹងមាំ។ អ្នកអាចបង្កើតពាក្យសម្ងាត់ដែលរឹងមាំ ដោយអនុវត្តតាមការណែនាំដូចខាងក្រោម៖

- គួរបង្កើតពាក្យសម្ងាត់ដែលមានយ៉ាងហោចណាស់ ១០ តួអក្សរ
- ក្នុងនោះត្រូវមានលាយលេខ ដូចជា Ai72
- ត្រូវមានលាយសញ្ញាពិសេស ដូចជា (! + ? & A i 7 ...)
- និងមានលាយទម្រង់អក្សរតូច និងអក្សរធំបញ្ចូលគ្នា ឬអ្នកក៏អាចបង្កើតពាក្យសម្ងាត់ដែលចេញពីប្រយោគ ដើម្បីឱ្យងាយចាំ។

ឧទាហរណ៍៖ My sister Bophea is born in 1983! យើងប្តូរវាទៅជា MsBibi1983!

ត្រូវចងចាំថា អ្នកមិនត្រូវប្រើពាក្យសម្ងាត់មួយសម្រាប់គ្រប់គណនីបណ្តាញសង្គម អ៊ីមែល និងលើសេវាអ៊ុនធឺណិតផ្សេងៗនោះឡើយ ដើម្បីជៀសវាងហានិភ័យបាត់បង់អ្វីៗទាំងអស់នៅពេលដែលគណនីណាមួយរបស់អ្នកត្រូវបានគេហែកចូល។ ដើម្បីឱ្យការការពាររបស់អ្នកកាន់តែមានកម្រិតខ្ពស់ អ្នកអាចប្រើប្រាស់មុខងារសុវត្ថិភាពបន្ថែមរបស់បណ្តាញសង្គមទាំងនោះផងដែរ។ មុខងារនោះមានឈ្មោះថា “ការផ្ទៀងផ្ទាត់ភាពត្រឹមត្រូវពីរកត្តា” ជាប្រព័ន្ធសុវត្ថិភាពដែលទាមទារនូវការបញ្ជាក់ពីអត្តសញ្ញាណរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ពី ពីរទម្រង់ផ្សេងគ្នា នោះទើបអាចចូលប្រើប្រាស់គណនីរបស់ខ្លួននៅលើបណ្តាញសង្គមនោះបាន។

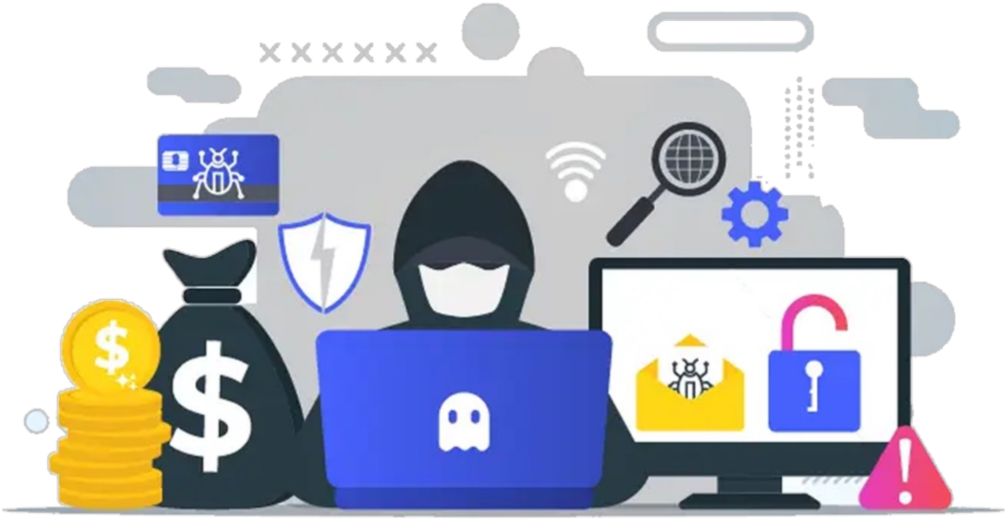
ការផ្ទៀងផ្ទាត់ភាពត្រឹមត្រូវពីរកត្តារួមមាន៖

- ទីមួយ ជាពាក្យសម្ងាត់របស់អ្នក
- ទីពីរគឺ ជាពាក្យសម្ងាត់ដែលអ្នកទទួលបានភ្លាមៗដូចជា សារជាលេខកូដផ្ញើទៅទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃរបស់អ្នក ឬឧបករណ៍ផ្សេងទៀត ឬកម្មវិធីផ្ទៀងផ្ទាត់ទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃផ្សេងទៀត។ អ្នកត្រូវបញ្ចូលការផ្ទៀតផ្ទាត់ទាំងពីរនេះឱ្យបានត្រឹមត្រូវ នោះទើបអ្នកអាចចូលប្រើប្រាស់គណនីរបស់ខ្លួនបាន។ មុខងារនេះជួយការពារគណនីរបស់អ្នកពីការលួចចូលប្រើពីអ្នកដទៃឬហែកឃី (hacker) ទោះបីជាពួកគេដឹងពាក្យសម្ងាត់របស់អ្នកក៏ដោយ។

៤.៨- ពាក្យសម្ងាត់ និងការការពារកម្រិតខ្ពស់

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

ឧក្រិដ្ឋកម្មអ៊ីនធឺណិត



៤.៩- ឧក្រិដ្ឋកម្មអ៊ីនធឺណិត

បទឧក្រិដ្ឋអ៊ីនធឺណិត គឺជាបទឧក្រិដ្ឋ ឬសកម្មភាពខុសច្បាប់ដែលបានប្រព្រឹត្តតាមអ៊ីនធឺណិត ឬតាមការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិត ឧក្រិដ្ឋកម្មអ៊ីនធឺណិតបានរីករាលដាល និងគ្របដណ្ដប់ទៅលើកម្រិតនៃច្បាប់និងការត្រួតពិនិត្យជាសកលទៅទៀត។ ក្នុងវិស័យព័ត៌មានវិទ្យាដែលកំពុងមានការផ្លាស់ប្ដូរឥតឈប់ឈរ អ្នកជំនាញសន្តិសុខបានប្ដេជ្ញាចិត្តក្នុងការប្រយុទ្ធប្រឆាំងនឹងឧក្រិដ្ឋកម្មអ៊ីនធឺណិតតាមរយៈបច្ចេកវិទ្យាបង្ការ ដូចជាបណ្ដាញរាវរកការឈ្លានពានជាដើម។

ឧក្រិដ្ឋកម្មអ៊ីនធឺណិតមានជាសាខាដ៏រឹងមាំ ហើយស្មុគស្មាញដោយសារតែជាធម្មតាវាទាក់ទងនឹងមនុស្សមកពីតំបន់ និងភូមិសាស្ត្រផ្សេងៗដែលធ្វើឱ្យការស្វែងរក និងការដាក់ទោសអ្នកចូលរួមប្រព្រឹត្តកំហុសមានការលំបាក។

ប្រភេទនៃឧក្រិដ្ឋកម្មតាមអ៊ីនធឺណិតរួមមាន៖

- ការរំខាន និងការយាយីតាមអ៊ីនធឺណិត
- ការជំរិតទារប្រាក់
- ការគំរាមបំផ្លុះគ្រាប់បែកតាមអ៊ីនធឺណិត
- ការលួចទិន្នន័យសុវត្ថិភាព
- ការជួញដូរពាក្យសម្ងាត់
- ការលួចធ្វើអាជីវកម្មសម្ងាត់របស់សហគ្រាស
- ការលួចទិន្នន័យផ្ទាល់ខ្លួន
- ការបំពានច្បាប់រក្សាសិទ្ធិដូចជាការលួចចម្លងកម្មវិធី
- ការប្រើសញ្ញាពាណិជ្ជកម្មក្លែងក្លាយ
- ការជួញដូរអាវុធខុសច្បាប់

- ការចែករំលែករូបភាពអាសអាភាសរបស់កុមារតាមអ៊ីនធឺណិត
- ការលួចកាតឥណទាន និងការក្លែងបន្លំ
- ការបន្លំតាមអ៊ីមែល
- ការដាក់មេរោគឱ្យឆ្លងរាលដាលជាដើម។

តើអ្វីជាការគំរាមកំហែងតាមអ៊ីនធឺណិត (Cyberbullying) ?

ការគំរាមកំហែងតាមអ៊ីនធឺណិត គឺជាទម្រង់នៃការសម្លុត និងជាការយាយីតាមមធ្យោបាយអេឡិចត្រូនិក ឧទាហរណ៍រួមមាន ការផ្សព្វផ្សាយការភូតកុហកខ្លះៗនៅលើបណ្តាញសង្គម ការផ្ញើសារដែលគួរឱ្យស្អប់ខ្ពើម ឬគំរាមកំហែងដល់នរណាម្នាក់តាមទូរស័ព្ទជាដើម។ ការគំរាមកំហែងតាមអ៊ីនធឺណិតតែងប្រព្រឹត្តទៅលើបុគ្គល។ ពួកគេវាយប្រហារជនរងគ្រោះម្តងហើយម្តងទៀតដោយមានបំណងធ្វើបាបបុគ្គលនោះ។ ពេលខ្លះការសម្លុតធ្វើចេញពីមនុស្សម្នាក់ ហើយពេលខ្លះគឺធ្វើចេញពីមនុស្សមួយក្រុម ចូលដៃគ្នាវាយប្រហារទៅលើជនរងគ្រោះ។

ការគំរាមកំហែងតាមអ៊ីនធឺណិត អាចដើរទន្ទឹមគ្នានឹងការសម្លុតនៅខាងក្រៅ ដូចជានៅក្នុងសាលារៀន ឬនៅកន្លែងធ្វើការ។ វាមានឥទ្ធិពលអាចបំផ្លិចបំផ្លាញមនុស្សបាន។ មនុស្សដែលជាគោលដៅតែងមានអារម្មណ៍ថា ខ្លួនស្ថិតនៅក្រោមការវាយប្រហារ ២៤ ម៉ោងក្នុងមួយថ្ងៃ និងនៅគ្រប់ទីកន្លែង។ វាធ្វើឱ្យពួកគេមានអារម្មណ៍អស់កម្លាំង ភ័យខ្លាច និងខ្មាសអៀន។ ក្នុងករណីជាច្រើន អារម្មណ៍ខ្មាសអៀននាំឱ្យពួកគេចៀសវាងនិយាយប្រាប់អ្នកដទៃ ឬស្វែងរកជំនួយទៀតផង។ ការវាយប្រហារតាមអ៊ីនធឺណិត មានភាពលំបាកសម្រាប់ជនរងគ្រោះ ប៉ុន្តែវាមានភាពងាយស្រួលសម្រាប់ជនល្មើសដើម្បីបើកការវាយប្រហារ និងបន្តដំណើរការ។ ពេលខ្លះពួកគេសម្លុតធ្វើបាបគ្រាន់តែដើម្បីការកម្សាន្តផ្ទាល់ខ្លួនឬចង់ឱ្យមានប្រតិកម្មប៉ុណ្ណោះ។ ពេលខ្លះនៅពេលដែលក្រុមអ្នក សម្លុតគំរាមដាក់គោលដៅទៅលើជនរងគ្រោះណាម្នាក់ ហើយសមាជិកក្រុមម្នាក់ៗក៏ព្យាយាមធ្វើសកម្មភាពធ្វើបាបជនរងគ្រោះនៅខាងក្រៅម្តងហើយម្តងទៀតផងដែរ។ ទោះបីជាការជេរប្រមាថនីមួយៗមានកម្រិតតិចតួចក៏ដោយ ពេលសរុបបញ្ចូលគ្នាទៅ ឥទ្ធិពលរបស់វា គឺពិតជាអាចកើនឡើងនិងជះឥទ្ធិពលខ្លាំងដល់មនុស្សគោលដៅ។

ដើម្បីបង្ការការគំរាមកំហែងតាមអ៊ីនធឺណិត អ្នកអប់រំចាំបាច់ត្រូវធ្វើឱ្យយុវជនក្មេងៗមានការយល់ដឹងអំពីគ្រោះថ្នាក់ដែលបង្កដោយ ការគំរាមកំហែង អំពីការប្រព្រឹត្តិប្រកបដោយក្រមសីលធម៌នៅលើអ៊ីនធឺណិត និងទំនាក់ទំនងប្រកបដោយការគោរព និងទំនួលខុសត្រូវ។ អាកប្បកិរិយាមិនត្រឹមត្រូវតាមអ៊ីនធឺណិត គឺបានជះឥទ្ធិពលដល់ការប្រព្រឹត្តចំពោះគ្នាទៅវិញទៅមកនៅខាងក្រៅ។ វាអាចបំពុលដល់ទំនាក់ទំនងរបស់យើងនិងបំផ្លាញការទុកចិត្តគ្នា។ វាចាំបាច់ណាស់ដែលត្រូវយល់ថាមនុស្សគ្រប់គ្នា ដើរតួយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការបញ្ឈប់ការគំរាមកំហែងតាមអ៊ីនធឺណិតនេះ។ ជនរងគ្រោះគួរនិយាយចេញឱ្យបានឆាប់ពេលមានការសម្លុត ចាប់ផ្តើមមុនពេលអ្វីៗមិនអាចគ្រប់គ្រងបាន។ ពួកគេគួរថតរូបអេក្រង់ដើម្បីទុកជាភស្តុតាងឬរក្សាទុកអ៊ីមែលដែលមាននោះ។ ជនល្មើសត្រូវការ

ការឆ្លុះបញ្ចាំង និងយល់ដឹងថា អាកប្បកិរិយារបស់ពួកគេបង្កឱ្យមានគ្រោះថ្នាក់ដល់អ្នកដទៃ ហើយពួកគេថែមទាំងអាចទទួលខុសត្រូវក្នុងការកាត់ទោសផងដែរ។ អ្នកឈរមើលនិងអ្នកសង្កេតការណ៍គួរតែដឹងថា ពួកគេគួរតែចូលរួមធ្វើអ្វីមួយ ដើម្បីជួយបញ្ជាក់ឱ្យច្បាស់ថាការគំរាមកំហែងតាមអ៊ីនធឺណិត មិនអាចទទួលយកបាននោះឡើយ។

តើសារអាសអាភាសគឺជាអ្វី?

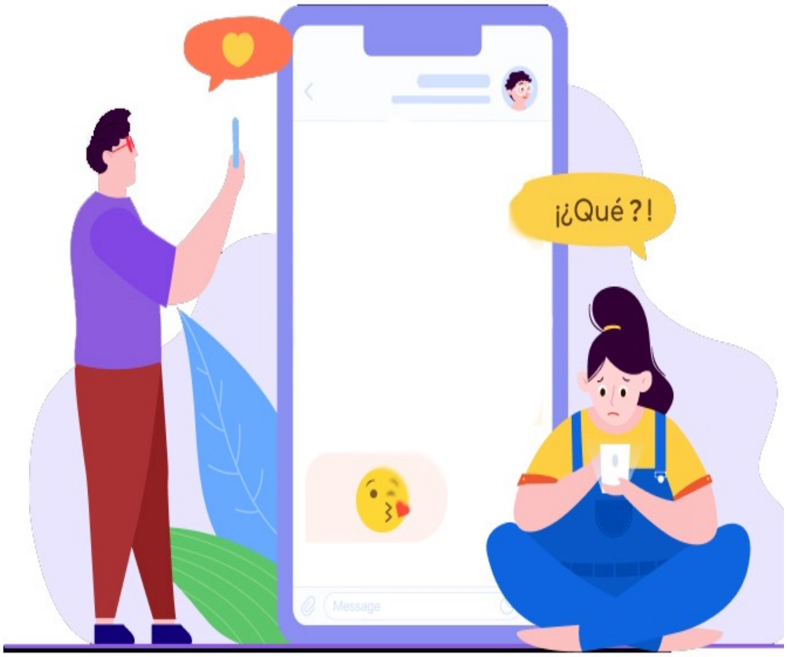
សារអាសអាភាស គឺជាការចែករំលែកដោយចេតនានូវអត្ថបទ រូបភាព ឬវីដេអូអាសអាភាសរវាងគ្នាទៅវិញទៅមក។ ជារឿយៗសកម្មភាពនេះត្រូវបានធ្វើឡើងដោយការយល់ព្រមពីគ្នាទៅវិញទៅមក។ ការបញ្ជូនរូបភាព ឬវីដេអូស្និទ្ធស្នាល បានក្លាយជារឿងធម្មតាក្នុងចំណោមយុវវ័យ ឬគូស្វាមីភរិយានៅក្នុងសង្គមជាច្រើន។ មនុស្សថតរូប ឬវីដេអូច្បាស់ៗពីខ្លួនគេជាមួយទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃរបស់ពួកគេ ហើយផ្ញើទៅដៃគូ។ ទោះយ៉ាងណាក៏ដោយ សកម្មភាពនេះគឺភ្ជាប់មកជាមួយនូវហានិភ័យ។

ប្រសិនបើនរណាម្នាក់ផ្ញើសារប្រភេទនេះ ទៅមនុស្សម្នាក់ទៀតដោយមិនមានការព្រមព្រៀងទុកជាមុននោះសកម្មភាពបែបនេះអាចត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាការបំពានកេរ្តិ៍ខ្មាស។ មនុស្សខ្លះក៏តែងចែករំលែកមាតិកាជាក់លាក់ណាមួយរបស់ដៃគូពួកគេដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ទៅកាន់មិត្តភ័ក្តិ ឬក្រុមរបស់ខ្លួនដើម្បីអួតគេ។ សកម្មភាពនេះគឺជាការបំពានលើសេចក្តីទុកចិត្តយ៉ាងធ្ងន់ធ្ងរ។ មានករណីជាច្រើនទៀតដែលមនុស្សម្នាក់បានចែករំលែកសារស្និទ្ធស្នាលរបស់ពួកគេ បន្ទាប់ពីស្នេហាត្រូវបានបញ្ចប់ ដោយមានបំណងចង់ធ្វើបាបអតីតដៃគូរបស់ខ្លួនដែលគេហៅថា ជាការគំរាមកំហែងដោយប្រើរូបអាសអាភាស។ នៅពេលដែលមនុស្សចែករំលែករូបភាព អត្ថបទ ឬវីដេអូស្និទ្ធស្នាលបែបនេះទៅកាន់ក្រុម ឬជាសាធារណៈនៅលើបណ្តាញសង្គម ដោយគ្មានការយល់ព្រមពីម្ចាស់ នោះការខូចខាតអាចនឹងមិនអាចគណនាបានឡើយ។ មនុស្សនៅក្នុងរូបភាព ឬវីដេអូដែលភាពទុកចិត្តរបស់ខ្លួនត្រូវបានគេបំផ្លាញនឹងមានអារម្មណ៍ថាខ្លួនត្រូវបានគេបំពាន និងមានការខ្មាសអៀន។ សារអាសអាភាសអាចធ្វើឱ្យខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់មនុស្ស ហើយក៏អាចនាំឱ្យមានការរើសអើង ឬការគំរាមកំហែងតាមអ៊ីនធឺណិត។ ហើយជារឿយៗវាចាប់ផ្តើមធ្វើឱ្យជនរងគ្រោះទទួលការថប់អារម្មណ៍ឬធ្លាក់ទឹកចិត្តជាដើម។

ចំពោះសារអាសអាភាសអាចចាត់ទុកថាជាបទល្មើសព្រហ្មទណ្ឌមួយ ជាពិសេសប្រសិនបើវាពាក់ព័ន្ធនឹងអនីតិជន ហើយរូបភាពអាភាសរបស់ពួកគេត្រូវបានចែកចាយជាមួយអ្នកផ្សេង។ នៅក្នុងប្រទេសភាគច្រើនគឺជាបទឧក្រិដ្ឋមួយក្នុងការដែលមានឬរក្សាទុកឯកសារអាសអាភាសផ្សេងៗដែលពាក់ព័ន្ធនឹងអនីតិជន។ ប្រសិនបើនរណាម្នាក់បញ្ជូនបន្ត ឬចែករំលែករូបភាព ឬវីដេអូបែបនេះនៅក្នុងក្រុមនៅតាមបណ្តាញសង្គម ពួកគេនឹងអាចត្រូវបានកាត់ទោស អ្នកដែលទទួលបានឯកសារបែបនេះ ហើយមិនបានធ្វើការរាយការណ៍ ឬមិនលុបវាចោលក៏មានន័យថាកំពុងប្រព្រឹត្តបទឧក្រិដ្ឋផងដែរ។ តួនាទីរបស់អ្នកអប់រំធ្វើយ៉ាងណាឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គម ជាពិសេស

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

អនីតិជន ឱ្យយល់ពីបញ្ហានេះ ដើម្បីឱ្យពួកគេអាចការពារខ្លួនឯងបាន។ ពួកគេមិនគួរចែករំលែកឯកសាររឿងផ្លូវភេទ ជាមួយអ្នកដទៃ សូម្បីតែដៃគូរបស់ពួកគេ។ ទំនាក់ទំនងអាចបញ្ចប់ប៉ុន្តែរូបថត និងវីដេអូរសើបនឹងនៅតែមាននៅលើអ៊ីនធឺណិតជារៀងរហូត។ នៅពេលដែលមនុស្សចែករំលែកអ្វីៗតាមអ៊ីនធឺណិត ពួកគេនឹងបាត់បង់ការគ្រប់គ្រងលើវា ហើយវានឹងស្ថិតនៅលើពិភពលោកដែលគ្មានដែនកំណត់ និងមិនអាចយកមកគ្រប់គ្រងបានវិញនោះទេ។ នៅថ្ងៃណាមួយឪពុកម្តាយរបស់ពួកគេ ចៅហ្វាយ បងប្អូន មិត្តភ័ក្តិ ឬអ្នកជិតខាងអាចនឹងមើលឃើញវា អាចជាថ្ងៃស្អែក ឬក្នុងរយៈពេលដប់ឬម្ភៃឆ្នាំខាងមុខទៀត។ ដូច្នេះបើខ្លឹមសារ ឬឯកសារអ្វីមួយ ដែលយើងមិនចង់ឱ្យគេឃើញ យើងមិនគួរឱ្យផ្សាយចេញទៅណាក្រៅពីក្នុងដៃរបស់យើងឡើយ។



៤.១០- ការទទួលបានសារអាសអាភាស

មេរៀនសង្ខេប

ក្នុងមេរៀននេះ យើងបានសិក្សានូវចំណុចសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- អក្ខរកម្មឌីជីថលសំដៅលើសមត្ថភាពក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មាននិងសារគមនាគមន៍ ដើម្បីស្វែងរក វាយតម្លៃ បង្កើត និងទំនាក់ទំនងព័ត៌មាន ដែលទាមទារឱ្យត្រូវមានទាំងចំណេះ និងជំនាញផ្នែកបច្ចេកទេស។
- អក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយនិងព័ត៌មានមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់យើងក្នុងសម័យឌីជីថលនេះ ព្រោះវាជួយឱ្យយើងមានសមត្ថភាព និងជំនាញក្នុងការបង្កើត និងគិតឱ្យបានស៊ីជម្រៅ យល់អំពីរបៀបដែលសារប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយលើប្រព័ន្ធអ៊ីនធឺណិតចូលរួមផ្លាស់ប្តូរ និងអភិវឌ្ឍវប្បធម៌ និងសង្គម។
- អ៊ីនធឺណិត គឺជាបណ្តាញកុំព្យូទ័ររូបវន្ត ដែលអាចចូលទៅដំណើរការព័ត៌មានតាមរយៈកុំព្យូទ័រ ឬតាមរយៈឧបករណ៍ផ្សេងៗ ដូចជា ទូរស័ព្ទចល័តដែលភ្ជាប់ទៅកាន់អ៊ីនធឺណិត។ ការតភ្ជាប់កុំព្យូទ័រទៅកាន់អ៊ីនធឺណិតអាចត្រូវបានធ្វើឡើងតាមរយៈខ្សែទូរស័ព្ទ ខ្សែកាបអុបទិក ខ្សែកាបទូរទស្សន៍ តាមរយៈទំនាក់ទំនងឥតខ្សែនៅក្នុងតំបន់ (Wifi ឬផ្សេងៗ) ឬតាមរយៈទូរស័ព្ទចល័តជាដើម។
- អ៊ីមែល គឺជាសេវាកម្មសារអេឡិចត្រូនិក ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកផ្ញើសារឱ្យគ្នាទៅវិញទៅមក។
- បណ្តាញសង្គមគឺជាគេហទំព័រ និងកម្មវិធីលើទូរស័ព្ទដៃ ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់របស់ខ្លួនអាចបង្កើត និងចែករំលែកមាតិកាដូចជា ការចែករំលែករូបភាព និងវីដេអូ ការសន្ទនា និងការបង្កើតក្រុមដែលរួមបញ្ចូលអ្នកប្រើប្រាស់ដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ស្រដៀងគ្នា ឱ្យក្លាយជាសមាជិកជាដើម។
- ហានិភ័យធំមួយទាក់ទងបណ្តាញសង្គមគឺការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានមិនពិត។ អ្នកប្រើបណ្តាញសង្គមអាចងាយយល់ច្រឡំដោយគិតថាព័ត៌មាន ដែលពួកគេបានឃើញនៅលើបណ្តាញមួយនេះមានភាពត្រឹមត្រូវ។ ហេតុដូច្នេះហើយទើបបានជាចំណេះដឹងផ្នែកប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មាន ក៏ដូចជាឯកជនភាព និងសុវត្ថិភាពនៅលើអ៊ីនធឺណិតមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់មនុស្សទូទៅ។

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

លំហាត់អនុវត្តន៍

១- ចូរធ្វើការជាក្រុម ឬតែម្នាក់ឯងរួចឆ្លើយសំណួរខាងក្រោម៖

- ហេតុអ្វីបានជាអ្នកប្រើហ្វេសប៊ុក?
- តើអ្នកមានអាយុប៉ុន្មាននៅពេលដែលអ្នកចាប់ផ្ដើមប្រើវា?
- តើសកម្មភាពអ្វីដែលអ្នកចូលចិត្តបំផុតនៅលើហ្វេសប៊ុក?
- តើខ្លឹមសារប្រភេទណា ឬខ្លឹមសារជាក់លាក់អ្វីខ្លះដែលអ្នកតែងតែចែករំលែកនៅលើបណ្ដាញសង្គមហ្វេសប៊ុក?
- តើអ្នកមិនចូលចិត្តខ្លឹមសារអ្វីខ្លះនៅលើហ្វេសប៊ុក?
- តើអ្នកមានមិត្តប៉ុន្មាននាក់នៅលើហ្វេសប៊ុករហូតមកដល់ពេលនេះ? ហើយតើអ្នកស្គាល់ពួកគេទាំងនោះនៅខាងក្រៅដែរឬទេ?
- តើអ្នកអាចសម្រេចទទួលយកមិត្ត (Confirm Friend) ឬបន្ថែមមិត្ត (Add Friend) នៅលើហ្វេសប៊ុករបស់អ្នក ដោយពឹងផ្អែកលើកត្តាអ្វីខ្លះ?
- តើអ្នកប្រើហ្វេសប៊ុកញឹកញាប់ប៉ុនណា? ហើយតើអ្នកមានអារម្មណ៍ថាមានសុវត្ថិភាពឬទេ ក្នុងការបង្ហោះចែករំលែកខ្លឹមសារផ្សេងៗនៅលើហ្វេសប៊ុករបស់អ្នក?
- តើអ្នកដែលធ្លាប់បានឃើញ ឬទទួលបានការចែករំលែកសារដែលទាក់ទងនឹងឧក្រិដ្ឋកម្មលើអ៊ីនធឺណិតដែរឬទេ? បើធ្លាប់ តើអ្នកបានធ្វើអ្វីខ្លះចំពោះសារទាំងនោះ?

២- សូមយកក្រដាស និងប៊ិក រួចព្យាយាមកត់ត្រានៅឈ្មោះសេវានៅលើអ៊ីនធឺណិតទាំងអស់ដែលអ្នកបានចុះឈ្មោះប្រើ និងកំពុងប្រើ ដូចជា អ៊ីមែល និងបណ្ដាញសង្គមផ្សេងៗ។ រួចសូមចំណាយពេលគិតមើលថាតើពាក្យសម្ងាត់ដែលអ្នកប្រើជាមួយសេវាអ៊ីនធឺណិតទាំងនោះ វាមានសុវត្ថិភាពសម្រាប់អ្នកដែរ ឬទេ? ហើយអ្នកធ្លាប់បានផ្លាស់ប្ដូរពាក្យសម្ងាត់ទាំងនោះ ញឹកញាប់ប៉ុនណា? សូមធ្វើការប្ដូរពាក្យសម្ងាត់របស់អ្នក ដោយអនុវត្តតាមវិធីសាស្ត្រណែនាំក្នុងមេរៀនចំណុច “ពាក្យសម្ងាត់ និងការការពារកម្រិតខ្ពស់” បើសិនជាអ្នកគិតថា ពួកវាមិនមានសុវត្ថិភាពសម្រាប់អ្នកនោះទេ។

សំណួររំលឹកមេរៀន

១- តើអក្ខរកម្មឌីជីថលមានន័យយ៉ាងដូចម្ដេច?
២- តើហេតុអ្វីបានជាអក្ខរកម្មប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព័ត៌មានមានសារៈសំខាន់ក្នុងសម័យឌីជីថល?
៣- តើអ្វីទៅជាអ៊ីនធឺណិត អ៊ីមែល និងបណ្ដាញសង្គម?
៤- តើបណ្ដាញសង្គមមានហានិភ័យអ្វីខ្លះសម្រាប់អ្នក?
៥- តើអ្វីទៅជាឯកជនភាព ហើយហេតុអ្វីអ្នកគួរបារម្ភអំពីវា?
៦- តើអ្វីជាឧក្រិដ្ឋកម្មអ៊ីនធឺណិត? ចូរលើកឧទាហរណ៍ពីប្រភេទឧក្រិដ្ឋកម្មអ៊ីនធឺណិតដែលអ្នកស្គាល់ ឬបានឃើញ។

t.me/moeysnews
sala.moeys.gov.kh
fb.me/krou.moeys.gov.kh

ជំពូកទី ២ - អក្ខរកម្មឌីជីថល និងទំនួលខុសត្រូវ

មេរៀនទី

៥

ក្រមសីលធម៌បុគ្គល និងទំនួលខុសត្រូវផ្ទាល់ខ្លួននៅក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

នៅក្នុងមេរៀននេះ អ្នកនឹងសិក្សាអំពី ៖

១- ភាពត្រឹមត្រូវ ការត្រិះរិះពិចារណា និងសេរីភាពនៃការបញ្ចេញមតិរបស់អ្នក

២- ចំណុចដែលត្រូវពិចារណា មុនពេលអ្នកធ្វើការបញ្ចេញមតិ និងចែករំលែកព័ត៌មាននៅលើអ៊ីនធឺណិត

៣- ផលប៉ះពាល់មកលើខ្លួនអ្នក នៅពេលអ្នកប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាហួសកម្រិត

ក- ភាពត្រឹមត្រូវ ការត្រិះរិះពិចារណា និងសេរីភាពបញ្ចេញមតិ

៥.១- ភាពត្រឹមត្រូវ ការត្រិះរិះ គិត និងសេរីភាពបញ្ចេញមតិ

អ៊ីនធឺណិតផ្ទុកនូវព័ត៌មាន ត្រឹមត្រូវពិតប្រាកដក្នុងចំនួនដ៏ច្រើន ដែលបានបញ្ចូលដោយបុគ្គល ឬក្រុមហ៊ុន ដែលចាប់អារម្មណ៍ពិតប្រាកដក្នុងការចែករំលែកទិន្នន័យនោះ វាក៏បានរួមបញ្ចូលផងដែរនូវគំនិតយោបល់ជាច្រើនដែលអាចទុកចិត្តបានថា ជាព័ត៌មានពិតចេញពីអ្នកផ្សព្វផ្សាយ។ គំនិតយោបល់ជាព័ត៌មានត្រូវបានដាក់នៅលើអ៊ីនធឺណិតដោយមនុស្សដែលមានជំនឿផ្ទាល់ខ្លួន ហើយជានិច្ចកាលមិនត្រូវបានចែករំលែកដោយអ្នកផ្សេងឡើយ។ ជាឧទាហរណ៍មនុស្សជុំវិញពិភពលោកមានជំនឿសាសនាខុសៗគ្នា ហើយពួកគេជឿថា មានតែសាសនារបស់ពួកគេប៉ុណ្ណោះដែលជាសាសនាត្រឹមត្រូវ។ ពួកគេផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាននៅលើអ៊ីនធឺណិតដោយជឿជាក់ថាវាត្រឹមត្រូវ ក៏ប៉ុន្តែសម្រាប់មនុស្សដែលមានជំនឿសាសនាផ្សេង ឬមិនជឿសាសនាណាមួយ នោះនឹងគិតថា ព័ត៌មាននេះគឺមិនត្រឹមត្រូវទេ។ ដូចគ្នាដែរចំពោះមនុស្សដែលមាននិន្នាការនយោបាយផ្សេងគ្នា គឺគេនឹងផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីទស្សនៈរបស់ពួកគេចំពោះពិភពលោក ឬប្រទេសរបស់ពួកគេទៅតាមតែការយល់ឃើញរៀងៗខ្លួន។ សូម្បីតែពេលនិយាយពីរឿងវិទ្យាសាស្ត្រ មិនមែនមនុស្សទាំងអស់គ្នាសុទ្ធតែយល់ស្របជាមួយទ្រឹស្តីឬទស្សនៈណាមួយឡើយ។ ព័ត៌មានដែលបានផ្សព្វផ្សាយអំពីជំងឺដោយវេជ្ជបណ្ឌិតនៅអឺរ៉ុប គឺត្រូវទៅនឹងរោគសញ្ញាជាក់លាក់ដែលអាចមិនត្រឹមត្រូវសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា ព្រោះដោយសារកត្តាភូមិសាស្ត្រនាំឱ្យវាបង្កើតជារោគសញ្ញាខុសៗគ្នា។

សូម្បីព័ត៌មានដែលដូចគ្នាបេះបិទ ក៏អាចត្រូវបានគេផ្សព្វផ្សាយ ឬយកមកបង្ហាញតាមបែបផ្សេងៗ ក្នុងគោលបំណងបង្កើតអារម្មណ៍ជាក់លាក់ដល់អ្នកអានព័ត៌មាននោះ។ ឧទាហរណ៍ នៅក្នុង

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

ព្រឹត្តិការណ៍មួយដែលគេដឹងឮថាមានអ្នកចូលរួម ១០០ នាក់ក្នុងក្រុមមួយ ប្រសិនបើអ្នកសរសេរចង់ផ្ដល់ការចាប់អារម្មណ៍ថា មានតែមនុស្សពីរបីនាក់ចូលរួម នោះគាត់អាចនឹងសរសេរថា "មានមនុស្សមួយក្រុមតូចប្រមាណមិនដល់ ១០០ នាក់ទេ ដែលបានបង្ហាញវត្តមានចូលរួម"។ ផ្ទុយទៅវិញ ប្រសិនបើអ្នកសរសេរចង់បង្ហាញថាមានមនុស្សច្រើននាក់ចាប់អារម្មណ៍ក្នុងព្រឹត្តិការណ៍នោះគេនឹងសរសេរថា "មានមនុស្សជាច្រើនបានបង្ហាញវត្តមានចូលរួមហើយបន្ទប់ពោរពេញទៅដោយអ្នកចូលរួមយ៉ាងហោចណាស់ដល់ទៅ ១០០ នាក់ឯណោះ"។

នេះជាមូលហេតុដែលសៀវភៅសិក្សាខុសពីព័ត៌មានលើបណ្ដាញអ៊ីនធឺណិត វាត្រូវបានគេរំពឹងទុកដើម្បីបង្ហាញនូវព័ត៌មានពិតប្រាកដអំពីគំនិតយោបល់។ អ្នកប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិតត្រូវតែពិនិត្យមើលព័ត៌មានទាំងអស់ដែលពួកគេអានប្រកបដោយការវិនិច្ឆ័យ ដោយធ្វើការស្វែងយល់ថាតើព័ត៌មានដែលពួកគេអាន ឆ្លុះបញ្ចាំងពីការពិត ឬគ្រាន់តែជាទស្សនៈរបស់បុគ្គលម្នាក់។ ដើម្បីធ្វើដូច្នេះបានដំបូងអ្នកត្រូវស្វែងរកប្រភពនៃព័ត៌មាន ថាតើអ្នកណាជាអ្នកផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាននោះហើយអ្វីជាគោលបំណងរបស់អ្នកផ្សព្វផ្សាយ ដើម្បីស្វែងយល់ថា តើព័ត៌មាននោះជាការប្រមូលផ្ដុំនៃព្រឹត្តិការណ៍ជាក់ស្ដែង ឬគ្រាន់តែជាការសម្ដែងនូវទស្សនៈយល់ឃើញរបស់បុគ្គល ឬជាការបកស្រាយព្រឹត្តិការណ៍ជាក់ស្ដែង។ អ្នកប្រើអ៊ីនធឺណិតដែលមានបទពិសោធន៍ច្រើន តែងតែមើលប្រភពនៃព័ត៌មានផ្សេងៗនៅលើអ៊ីនធឺណិត ដែលជាព័ត៌មានស្រដៀងគ្នា ហើយធ្វើការប្រៀបធៀប និងបង្កើតការយល់ឃើញផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេនូវអ្វីដែលជាភាពពិតប្រាកដនៃ ព័ត៌មាននោះ។ ដំណើរការនេះត្រូវបានគេហៅថា ការបញ្ជាក់សុក្រឹតភាពដែលមានន័យថាជាការកំណត់កម្រិតលម្អៀងនៃព័ត៌មាន។

វេបសាយនៅលើអ៊ីនធឺណិតជាច្រើន ផ្ទុកនូវព័ត៌មានដែលផ្សព្វផ្សាយដោយស្ថាប័នឯកជនឬអង្គការ ហើយព័ត៌មានទាំងនេះមិនត្រូវបានបញ្ជាក់ ឬពិនិត្យដោយមនុស្សផ្សេងទៀតឡើយ។ វេបសាយផ្សេងទៀតដូចជា សព្វវចនាធិប្បាយវិគីភីឌា (Wikipedia) គឺអនុញ្ញាតឱ្យមនុស្សជាច្រើនចូលទៅធ្វើការសហការនៅលើផ្នែកដូចគ្នានៃព័ត៌មាន ហើយមានអ្នកកែសម្រួលដើម្បីកំណត់អំពីទំនុកចិត្តនៃព័ត៌មាន និងធ្វើឱ្យប្រាកដថា ព័ត៌មានគឺមានសុវត្ថិភាព។ ទោះបីជាដូច្នេះក្ដី ព័ត៌មាននៅលើវិគីភីឌាមិនសុទ្ធតែមានសុក្រឹតភាពទាំងអស់ឡើយ។ វិគីភីឌាអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើពិនិត្យមើលថាតើមានមនុស្សខុសគ្នាប៉ុន្មាននាក់ដែលបានធ្វើការទៅលើផ្នែកនៃព័ត៌មានដែលបានផ្ដល់ ហើយធ្វើឱ្យអ្នកប្រើអាចដឹងពីកម្រិតដែលអាចទុកចិត្តបាននៃព័ត៌មាននោះ។

អ្នកប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិតត្រូវតែអភិវឌ្ឍវិធីសាស្ត្ររបស់ខ្លួន ក្នុងការកំណត់សុក្រឹតភាពព័ត៌មាននៅលើអ៊ីនធឺណិត ដើម្បីដឹងថា វាជាព័ត៌មានពិតឬក្លែងក្លាយ។ ក្រៅពីការពិនិត្យប្រភពរបស់វា ពួកគេត្រូវតែប្រើគំនិត និងការពិចារណារបស់ខ្លួន ដើម្បីស្វែងយល់នូវអ្វីដែលអាចកើតឡើងពិតប្រាកដ និងអ្វីដែលពិតជាមិនអាចកើតឡើង ឬមិនមែនជាការពិត។ និយាយរួម គឺត្រូវពិនិត្យទៅលើគោលបំណងប្រភពព័ត៌មានរបស់អ្នក រួចប្រើចំណេះដឹង និងសមត្ថភាពវិភាគរបស់ខ្លួន មុនពេលទទួលយកព័ត៌មាននោះថាពិត។

សេរីភាពបញ្ចេញមតិ

តាមរដ្ឋធម្មនុញ្ញនៃប្រទេសប្រជាធិបតេយ្យមួយចំនួន រួមទាំងប្រទេសកម្ពុជាផងដែរនោះ ត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាប្រទេស ដែលប្រជាពលរដ្ឋអាចមានសិទ្ធិបញ្ចេញមតិយោបល់របស់ខ្លួន ហើយវាជាសិទ្ធិមូលដ្ឋាន ដែលមិនអាចបដិសេធបាន។ មាត្រា ៤១ នៃរដ្ឋធម្មនុញ្ញរបស់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាបានចែងថាប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរមានសេរីភាពខាងការបញ្ចេញមតិរបស់ខ្លួន សេរីភាពខាងសារព័ត៌មាន សេរីភាពខាងការបោះពុម្ពផ្សាយ និងសេរីភាពខាងការប្រជុំ។ ជនណាក៏ដោយមិនអាចឆ្លៀតប្រើសិទ្ធិនេះដោយរំលោភ នាំឱ្យប៉ះពាល់ដល់កិត្តិយសរបស់អ្នកដទៃ ដល់ទំនៀមទម្លាប់ល្អរបស់សង្គមដល់សណ្ដាប់ធ្នាប់សាធារណៈ និងដល់សន្តិសុខជាតិឡើយ។

យើងមានសេរីភាពក្នុងការបញ្ចេញមតិយោបល់ទាំងនៅក្នុងរឿងនយោបាយ និងសាសនាក៏ដូចជាមតិយោបល់អំពីរឿងផ្សេងទៀតតាមរយៈការនិយាយស្ដី ការសរសេរលិខិត ឬតាមរយៈអ៊ីនធឺណិត។ សិទ្ធិនេះត្រូវបានដាក់កម្រិតដោយសិទ្ធិពីរផ្សេងទៀត ដែលប្រជាពលរដ្ឋទាំងអស់មានគឺ៖ សិទ្ធិក្នុងការមិននិយាយកុហកដែលនាំឱ្យខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ និងសិទ្ធិមិនប្រមាថមើលងាយ។ សិទ្ធិទាំងពីរនេះ ត្រូវបានការពារដោយច្បាប់របស់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា ហើយនឹងត្រូវផ្តន្ទាទោសប្រសិនបើប្រព្រឹត្តល្មើសនឹងច្បាប់នេះ។ ការដាក់កម្រិតក៏អនុវត្តផងដែរចំពោះការកុហក ឬការប្រមាថមើលងាយដែលនាំឱ្យខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះស្ថាប័ន។

សិទ្ធិបញ្ចេញមតិយោបល់ត្រូវបានគេស្គាល់ថាជា សេរីភាពក្នុងការបញ្ចេញមតិ។ វាគឺចាំបាច់ណាស់ ក្នុងការដឹងនូវអ្វីដែលអនុញ្ញាតសម្រាប់ការបញ្ចេញមតិយោបល់ និងអ្វីដែលអាចក្លាយទៅជាការបំពានសិទ្ធិអ្នកដទៃ ការការពាររូបរាង និងកិត្តិយសផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ។

វាពិតជាអាចធ្វើបាននៅពេលដែលមនុស្សម្នាក់ចង់បញ្ចេញទស្សនៈយោបល់របស់ខ្លួនអំពីសកម្មភាព រដ្ឋាភិបាល ឬ គណបក្សនយោបាយ ការបង្ហាញជំនឿរបស់ខ្លួនអំពីអ្វីដែលបានធ្វើថាតើត្រូវ ឬមិនត្រឹមត្រូវនោះ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ ការចោទប្រកាន់ដោយផ្ទាល់ទៅលើបុគ្គល ឬស្ថាប័នអំពីរឿងអ្វីមួយថាជាបទល្មើសនាំឱ្យមានទោស លុះត្រាតែយើងមានភស្តុតាងផ្ទាល់ភ្នែក។ ឧទាហរណ៍យើងអាចនិយាយថា អ្វីមួយមិនល្អ ឬប្រាប់ដល់មនុស្សថាគួរ ឬមិនគួរធ្វើនូវអ្វីដែលយើងគិត។ ទាំងនេះជាគំនិតយោបល់របស់យើង ហើយយើងបញ្ចេញមតិយោបល់ទាំងនោះដោយសេរី។ ប៉ុន្តែវាពិតជាខុសធ្ងន់ណាស់ដែលចោទប្រកាន់នរណាម្នាក់អំពីបទល្មើសដោយគ្មានភស្តុតាង ដូចជាការសម្លាប់មនុស្ស ហើយយើងនឹងធ្វើឱ្យខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះរបស់បុគ្គលនោះ។

តាមផ្លូវច្បាប់ យើងទទួលខុសត្រូវចំពោះសកម្មភាពរបស់ខ្លួន និងចំពោះព័ត៌មានដែលយើងចែករំលែក ហើយវាជាការទទួលខុសត្រូវផ្ទាល់ខ្លួនដើម្បីធ្វើឱ្យប្រាកដថា មតិយោបល់ដែលយើងបានបញ្ចេញគឺ ត្រឹមត្រូវ។ តាមពិតទៅសម្រាប់អ្វីមួយដែលអ្នកដទៃបានបង្ហាញថាពិត គឺវាចៀសមិនផុតពីការផ្ទៀងផ្ទាត់ឡើងវិញនៅមុនពេលចែករំលែកបន្តឡើយ។ ចំពោះអ្នកប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិតចាំបាច់តូវ្រវាយតម្លៃទៅលើពាក្យចចាមអារ៉ាមតាមរយៈអ៊ីនធឺណិតថា វាជាព័ត៌មានពិតប្រាកដមុនពេលដែលពួកគេចែករំលែកបន្តទៅកាន់អ្នកដទៃ។ បើពួកគេមិនបញ្ជាក់ទេ ពួគេអាចនឹងនិយាយ

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

កុហកដោយមានការភ័ន្តច្រឡំ និងបង្កកំហុសតៗគ្នាតាមអ៊ីនធឺណិត ទាំងដោយផ្ទាល់មាត់ ឬដោយសំណេរ។

សេរីភាពនៃការបញ្ចេញមតិ គឺជាមូលដ្ឋានគ្រឹះនៃលទ្ធិប្រជាធិបតេយ្យ។ វាត្រូវបានប្រើប្រាស់ជាឧបករណ៍យ៉ាងទូលំទូលាយ និងដ៏មានឥទ្ធិពល សម្រាប់ការការពារគំនិតយោបល់របស់យើង។ យើងត្រូវតែរៀនប្រើប្រាស់សិទ្ធិនេះឱ្យបានត្រឹមត្រូវ ដើម្បីសម្រេចគោលដៅរបស់យើង ហើយបញ្ជាក់នូវអ្វីដែលជាការពិត និងប្រុងប្រយ័ត្នចំពោះការចែករំលែកព័ត៌មានដែលគ្មានការបញ្ជាក់ច្បាស់លាស់។ ការផ្លាស់ប្តូរគំនិតដោយគ្មានការកុហក ឬការប្រមាថ គឺនាំឱ្យវាជាការពិភាក្សាដ៏មានប្រយោជន៍ដែលជួយឱ្យសង្គមមានការរីកចម្រើន។

ខ- ចំណុចដែលអ្នកគួរពិចារណាពេលធ្វើការបញ្ចេញមតិ និងចែករំលែកព័ត៌មាន

ខាងក្រោមនេះ គឺជាចំណុចមួយចំនួនដែលអ្នកគួរពិចារណា មុននឹងអ្នកធ្វើការបញ្ចេញមតិ ឬចែករំលែកព័ត៌មានអ្វីមួយនៅលើអ៊ីនធឺណិត។

ត្រូវដឹងពីអ្វីដែលអ្នកកំពុងនិយាយ

ក្នុងករណីបរិហារកេរ្តិ៍ អ្នកត្រូវទទួលខុសត្រូវមិនត្រឹមតែចំពោះអ្វីដែលអ្នកនិយាយនោះទេ ប៉ុន្តែថែមទាំងអ្វីដែលមនុស្សទូទៅយល់ពីវាផងដែរ។ អ្នកក៏មានទំនួលខុសត្រូវចំពោះការផ្សាយសំណេរ បរិហារកេរ្តិ៍ដែលសរសេរដោយនរណាម្នាក់ បើទោះបីជា អ្នកដកស្រង់សម្តីរបស់គេបានត្រឹមត្រូវក៏ដោយ។ អ្នកត្រូវរកមើលថា តើអ្វីដែលអ្នកសរសេរនឹងប៉ះពាល់ដល់កេរ្តិ៍ឈ្មោះអ្នកណាម្នាក់ដែរឬទេ។ តើមនុស្សធម្មតាឬមនុស្សដែលមានការគិតគូរជាមធ្យមនឹងយល់ពីអត្ថន័យនៃការផ្សព្វផ្សាយរបស់អ្នកយ៉ាងដូចម្តេច?

និយាយតែអ្វីដែលអ្នកអាចបង្ហាញភ័ស្តុតាងបាន

សេចក្តីពិតជាធម្មតាគឺជារនាំងការពារដ៏សំខាន់បំផុតនៅក្នុងពាក្យបណ្តឹងបរិហារកេរ្តិ៍។ ចូរសួរខ្លួនឯងថាតើភ័ស្តុតាងអ្វីខ្លះដែលអ្នកអាចបង្ហាញនៅចំពោះមុខតុលាការ ប្រសិនបើមាននរណាម្នាក់ដេញដោលសួរអ្នករកភ័ស្តុតាងទាំងនោះ ហើយតើភ័ស្តុតាងទាំងនោះអាចធ្វើឱ្យគេជឿជាក់បានយ៉ាងដូចម្តេច។

តើអ្នកមានប្រភពដែរឬទេ? តើប្រភពទាំងនោះគួរឱ្យទុកចិត្តបានឬទេ? តើពួកគេមានចំណេះដឹងផ្ទាល់ដែរទេ? តើពួកគេនឹងស្ម័គ្រចិត្តបង្ហាញភស្តុតាងដែរឬទេ? ប្រសិនបើអ្នកពឹងផ្អែកលើឯកសារយោង តើអ្នកមាននរណាម្នាក់ដែលអាចផ្ទៀងផ្ទាត់ភាពត្រឹមត្រូវនៃឯកសារទាំងនោះដែរឬទេ?

ប្រាប់អ្វីដែលអ្នកមិនដឹង

ចំណុចនេះបន្តពីច្បាប់ខាងលើ។ ប្រសិនបើអ្នកបើកចំហដោយស្មោះត្រង់ជាមួយសាធារណជនរបស់អ្នកអំពីអ្វីដែលអ្នកមិនដឹង និងបញ្ជាក់ច្បាស់ថាអ្នកមិនចោទប្រកាន់ទៅលើនរណាម្នាក់ នោះវាជារឿងពិបាកសម្រាប់ដើមបណ្តឹងក្នុងការអះអាងថា អ្នកអាននឹងមានការយល់ឃើញច្រើនជាងនេះ។

ប្រើភាសានៃការបញ្ចេញមតិ

មានការការពារមួយដែលគេហៅថាគំនិតស្មោះត្រង់ (វាធ្លាប់ជាមតិយោបល់ត្រឹមត្រូវ) សម្រាប់អ្នកដែលកំពុងបញ្ចេញមតិពិតលើអង្គហេតុត្រឹមត្រូវ ដែលត្រូវបានបង្ហាញ ឬយល់ដោយសាធារណជន។ ចំពោះរឿងនេះ អ្នកត្រូវធ្វើឱ្យច្បាស់ថាអ្នកកំពុងបញ្ចេញមតិ ឬកំពុងបោះពុម្ពផ្សាយឡើងវិញនូវទស្សនៈមួយ។ អ្នកអាចប្រើភាសាដូចជា "ខ្ញុំគិតថា" "គាត់ជឿថា" "នាងគិតថា" "ពួកគេអះអាង" ជាដើម។ និយាយឱ្យច្បាស់ថាតើវាជាគំនិតរបស់អ្នកណា។ ប្រើឃ្លាដែលមានលក្ខណៈវាយតម្លៃ ជាជាងការពិត ឧទាហរណ៍ "ខ្ញុំគិតថាអាកប្បកិរិយារបស់គាត់គួរឱ្យស្អប់ខ្ពើម"។ ប្រើសំណួរវោហារសាស្ត្រជាជាងការអះអាងការពិត។ ប្រើរូបភាពដើម្បីជាតម្រុយសម្រាប់អ្នកអានឱ្យយល់ពីការពិតដែលថា ពួកគេកំពុងទទួលបានយោបល់ដូចជានៅក្នុងទំព័រសំបុត្រផ្ញើទៅកាន់អ្នកនិពន្ធជាដើម។

ត្រូវមានក្រមសីលធម៌

ការប្រព្រឹត្តទៅតាមក្រមសីលធម៌ គឺជាវិធីការពារអ្នកដ៏ល្អបំផុតពីពាក្យបណ្តឹង។ ប្រសិនបើអ្នកធ្វើតាមក្រមសីលធម៌វិជ្ជាជីវៈ អ្នកទំនងជាមិនធ្វើឱ្យមានកំហុសពាក់ព័ន្ធនឹងការបរិហារកេរ្តិ៍នោះទេ។ ហើយអ្នកក៏ប្រហែលជាមិនងាយនឹងទទួលរងពាក្យបណ្តឹងប្រភេទនេះទេ។ ប្រសិនបើពួកគេប្តឹងអ្នកនោះ អ្នកក៏នឹងមានអ្វីមកការពារខ្លួនរបស់អ្នក។ ហើយបើទោះបីអ្នកមិនមានអ្វីមកការពារខ្លួនក៏ចៅក្រមនិងគណៈវិនិច្ឆ័យទំនងជាអាណិតអាសូរដល់អ្នក ហើយការខូចខាតទំនងអាចទាបជាងធម្មតា។ តើអ្នកធ្វើសកម្មភាព ប្រកបដោយក្រមសីលធម៌យ៉ាងដូចម្តេច? អ្នកត្រូវធ្វើការត្រួតពិនិត្យព័ត៌មានជាក់ស្តែង កុំពឹងផ្អែកលើប្រភពដែលលម្អៀង។ កុំនិយាយអ្វីច្រើនជាងអ្វីដែលអ្នកដឹង។ អ្នកអាចផ្ញើការរិះគន់របស់អ្នកទៅកាន់មនុស្ស ដែលអ្នកកំពុងរិះគន់មុននឹងធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ ហើយត្រូវដាក់បញ្ចូលនូវការឆ្លើយតបរបស់ពួកគេក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ។ ត្រូវមានការវាស់វែងឱ្យបានច្បាស់លាស់ ត្រៀមខ្លួនជាមុនដើម្បីចេញការកែតម្រូវនិងសុំអភ័យទោសប្រសិនបើអ្នកមានអ្វីខុស។ ជំហានទាំងនេះ នឹងជួយអ្នកក្នុងការតវ៉ាដើម្បីការពារឯកសិទ្ធិដែលមានលក្ខណៈសម្បត្តិគ្រប់គ្រាន់។ ទោះបីការការពារនេះមានការប្រែប្រួលក៏ដោយ ប៉ុន្តែវាអាចនៅតែមានប្រយោជន៍សម្រាប់ការ

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

បោះពុម្ពផ្សាយ លើបញ្ហាផលប្រយោជន៍សាធារណៈ នៅពេលដែលអ្នកបោះពុម្ពផ្សាយបានប្រព្រឹត្ត ប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ។ ដូច្នេះអ្នកគួរតែព្យាយាមដាក់ខ្លួនអ្នក ដើម្បីទាញយកប្រយោជន៍ពីលទ្ធភាពដែលអាចការពារខ្លួនបាននេះ។

ត្រូវដឹងថាអ្នកកំពុងប្រឈមជាមួយអ្នកណា

នៅពេលធ្វើការផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន ឬចែករំលែកព័ត៌មាន អ្នកត្រូវដឹងថា មានមនុស្សខ្លះទំនងជានឹងអាចប្ដឹងអ្នក។ ឧទាហរណ៍ អ្នកនយោបាយ អ្នកជំនួញ តារា ឬអ្នកល្បីៗ និងក្រុមមនុស្សដែលកេរ្តិ៍មានឈ្មោះ និងមានធនធានច្រើនសម្រាប់ប្ដឹងអ្នក។ អ្នកក៏គួរយកចិត្តទុកដាក់បន្ថែមក្នុងការសរសេរចែករំលែកព័ត៌មានអំពីប៉ូលិស និងអ្នកសារព័ត៌មានផងដែរ ហើយជាពិសេសគឺមេធាវីតែម្ដងព្រោះពួកគេជាក្រុមដែលមានឥទ្ធិពល និងមានធនធានគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់សកម្មភាពឆ្លើយតបមកកាន់អ្នកវិញ។

គ- ផលប៉ះពាល់នៃការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាហួសកម្រិត

ការប្រើប្រាស់បណ្ដាញសង្គមមានផលប៉ះពាល់ ចំពោះអ្នកដែលប្រើវាញឹកញាប់ជាងអ្វីដែលពួកគេគិតទៅទៀត។ ពេលទាក់ទងជាមួយមនុស្សច្រើន ការប្រាស្រ័យទាក់ទងរបស់យើងគឺមិនដូចគ្នាទៅនឹងការប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយមិត្តភ័ក្តិតិចតួច ដែលនៅជុំវិញយើងនោះឡើយ ហើយគុណភាពទំនាក់ទំនងក៏ផ្លាស់ប្ដូរផងដែរ។ ពេលយើងទាក់ទងដោយផ្ទាល់ជាមួយមិត្តភ័ក្តិពិតប្រាកដ ទំនាក់ទំនងរបស់យើងគឺមានលក្ខណៈផ្ទាល់ខ្លួនច្រើនជាងហើយការផ្លាស់ប្ដូរអារម្មណ៍ និងទស្សនៈយោបល់មានលក្ខណៈស៊ីជម្រៅ។ ពេលយើងទាក់ទងតាមរយៈបណ្ដាញសង្គម គឺយើងសរសេរ និងបញ្ចេញទស្សនៈតិចជាងការសន្ទនាដោយផ្ទាល់។ ដូចយើងបានដឹងហើយថាមានមនុស្សជាច្រើននឹងអានមតិយោបល់របស់យើង។

៥.២- ផលប៉ះពាល់នៃបច្ចេកវិទ្យាហួសកម្រិត

ដូច្នេះយើងមិនអាចសម្តែងពីអារម្មណ៍ ឬទស្សនៈដោយបើកចំហ ដូចដែលយើងបានបញ្ចេញជាមួយមនុស្សម្នាក់បានឡើយ ពីព្រោះយើងខ្លាចក្រែងថា "មិត្តភ័ក្តិ" របស់យើងមួយចំនួននឹងមើលឃើញ វាក្នុងផ្លូវអវិជ្ជមាន ហើយជាលទ្ធផលទំនាក់ទំនងរបស់យើងអាចឈានដល់ការបាត់បង់ ឬលែងមានន័យ។

វាពិតជាគ្រោះថ្នាក់ខ្លាំងណាស់ដែលអ្នកជឿថាបណ្តាញសង្គមអាចជំនួសមិត្តភ័ក្តិពិតប្រាកដបាននោះ។ ខណៈដែលទំនាក់ទំនងទៅកាន់មនុស្សច្រើនគឺមានតម្លៃ ប៉ុន្តែវានៅតែមិនងាយស្រួលដូចទំនាក់ទំនងរវាងពីមនុស្សម្នាក់ទៅមនុស្សម្នាក់ឡើយ។ អ្នកប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមមួយចំនួនតាមពិតបានផ្តាច់ខ្លួនចេញពីអ្នកដទៃរួចទៅហើយ ទោះបីជាពួកគេមាន "មិត្តភ័ក្តិ" ជាច្រើននៅលើបណ្តាញសង្គមក៏ដោយ។ ឧទាហរណ៍សាមញ្ញមួយ ពេលយើងទៅកាន់ហាងកាហ្វេ ឬភោជនីយដ្ឋានយើងឃើញក្រុមមិត្តភ័ក្តិជួបជុំគ្នាប៉ុន្តែពួកគេមិនជជែកគ្នាទេ ពួកគេនៅស្ងៀមស្ងាត់ ហើយមើលហ្វេសប៊ុក ឬផ្ញើសារឱ្យគ្នាទៅវិញទៅមក ឬអ្នកខ្លះមើលភាពយន្ត។ ពេលខ្លះពួកគេចែករំលែកនូវអ្វីដែលពួកគេកំពុងមើលជាមួយមនុស្សដែលនៅអង្គុយតុជាមួយគ្នា ប៉ុន្តែវាមិនដូចគ្នាទៅនឹងការពិភាក្សា ដែលបង្កើតឡើងនៅក្នុងក្រុមដោយការសន្ទនាពិតប្រាកដឡើយ។ ខណៈដែលការប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមកាន់តែសកម្មឡើង វាអាចនឹងមានឥទ្ធិពលអាក្រក់នៅពេលដែលវាក្លាយជាមធ្យោបាយចម្បង ដើម្បីទាក់ទងជាមួយអ្នកដទៃនោះ។ វាពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការថែទាំ និងបណ្តុះទំនាក់ទំនងផ្ទាល់ខ្លួនជាមួយអ្នកដែលនៅជុំវិញខ្លួនយើង។ យុវជនចាំបាច់ត្រូវដឹងអំពីតុល្យភាពពេលវេលា ត្រូវប្រើសម្រាប់ការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមរយៈបណ្តាញសង្គម និងពេលវេលាដែលត្រូវប្រើសម្រាប់ឯកជនភាព និងជីវិតរស់នៅជាក់ស្តែង។

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

មេរៀនសង្ខេប

ក្នុងមេរៀននេះ យើងបានសិក្សានូវចំណុចសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- មាត្រា៤១ នៃរដ្ឋធម្មនុញ្ញរបស់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាបានចែងថា ប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរមានសេរីភាពខាងការបញ្ចេញមតិរបស់ខ្លួន សេរីភាពខាងសារព័ត៌មាន សេរីភាពខាងការបោះពុម្ពផ្សាយ និងសេរីភាពខាងការប្រជុំ។ យើងមានសេរីភាពក្នុងការបញ្ចេញមតិយោបល់ទាំងនៅក្នុងរឿងនយោបាយ និងសាសនា ក៏ដូចជាមតិយោបល់អំពីរឿងផ្សេងទៀតតាមរយៈការនិយាយស្តី ការសរសេរលិខិត ឬតាមរយៈអ៊ីនធឺណិត។ ក៏ប៉ុន្តែសិទ្ធិនេះត្រូវបានដាក់កម្រិតដោយសិទ្ធិពីរផ្សេងទៀតដែលប្រជាពលរដ្ឋទាំងអស់មានគឺ៖ សិទ្ធិក្នុងការមិននិយាយកុហកដែលនាំឱ្យខូចកេរ្តិ៍ឈ្មោះ និងសិទ្ធិមិនប្រមាថមើលងាយ។
- មុននឹងធ្វើការបញ្ចេញមតិ ឬចែករំលែកព័ត៌មានអ្វីមួយ អ្នកគួរពិចារណានូវចំណុចដូចតទៅ៖
  - ត្រូវដឹងពីអ្វីដែលអ្នកកំពុងនិយាយ
  - និយាយតែអ្វីដែលអ្នកអាចបង្ហាញភស្តុតាងបាន
  - ត្រូវបើកចំហនូវអ្វីដែលអ្នកមិនដឹង
  - ប្រើភាសានៃការបញ្ចេញមតិ
  - ត្រូវមានក្រមសីលធម៌
  - ត្រូវដឹងថាអ្នកកំពុងប្រឈមជាមួយអ្នកណា
- ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាហួសកម្រិត នឹងមានផលប៉ះពាល់អវិជ្ជមានជាច្រើនដល់យុវជន។ ដូច្នេះយុវជនចាំបាច់ត្រូវដឹងអំពី តុល្យភាពពេលវេលា ដែលត្រូវប្រើសម្រាប់ការប្រាស្រ័យទាក់ទងតាមរយៈបណ្តាញសង្គម និងពេលវេលាដែលត្រូវប្រើសម្រាប់ឯកជនភាព និងជីវិតរស់នៅជាក់ស្តែង។

លំហាត់អនុវត្តន៍

១- ការត្រួតពិនិត្យឡើងវិញនូវអ្វីដែលអ្នកបានផ្សព្វផ្សាយនៅលើបណ្ដាញសង្គម។ សូមចូលទៅក្នុងហ្វេសប៊ុករបស់អ្នក ឬបណ្ដាញសង្គមដទៃដែលអ្នកបានប្រើ រួចធ្វើការវាយតម្លៃលើសារបង្ហោះ និងសារផ្សេងៗដែលអ្នកចែករំលែកកន្លងមកថាតើអ្នកធ្វើការពិចារណាបានកម្រិតណា មុននឹងអ្នកធ្វើការបញ្ចេញមតិ ឬចែករំលែកព័ត៌មានទាំងនោះ? តើការបញ្ចេញយោបល់របស់អ្នកនៅលើបណ្ដាញសង្គមកន្លងមកនោះអាចមានឥទ្ធិពលជាវិជ្ជមាន ឬអវិជ្ជមានអ្វីខ្លះដល់អ្នក មនុស្សនៅជុំវិញខ្លួនអ្នក និងសង្គមទាំងមូល? តើអ្នកគួរបន្ត ឬផ្លាស់ប្ដូររបៀបនៃការចែករំលែកព័ត៌មានរបស់អ្នកដែរឬទេ?

២- ការលៃលកពេលវេលានៃការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យារបស់អ្នក។ សូមចំណាយពេល ១៥នាទីធ្វើការរំលឹក និងគណនា ថាតើក្នុងមួយសប្ដាហ៍កន្លងទៅនេះ អ្នកបានចំណាយពេលជាមធ្យមប៉ុន្មានម៉ោងក្នុងមួយថ្ងៃ និងសរុបអស់ប៉ុន្មានម៉ោងក្នុងមួយសប្ដាហ៍ នៅលើបណ្ដាញសង្គមផ្សេងៗនៅក្នុងទូរស័ព្ទរបស់អ្នក? តើអ្នកគិតថា ការចំណាយពេលរបស់អ្នកទៅលើវា មានភាពសមល្មម ឬក៏ច្រើនជ្រុលសម្រាប់អ្នក? ហើយតើអ្នកគួររក្សាតុល្យភាពនៃការ ប្រើប្រាស់បណ្ដាញសង្គមទាំងនោះត្រឹមកម្រិតណា?

សំណួររំលឹកមេរៀន

១- យោងតាមមាត្រា៤១ នៃរដ្ឋធម្មនុញ្ញរបស់ព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជា តើប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរមានសេរីភាពក្នុងការបញ្ចេញមតិយ៉ាងដូចម្ដេចខ្លះ?

២- តើចំណុចអ្វីខ្លះដែលអ្នកត្រូវពិចារណា មុនពេលអ្នកធ្វើការបញ្ចេញមតិ និងចែករំលែកព័ត៌មាននៅលើអ៊ីនធឺណិត?

៣- តើការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាហួសកម្រិតមានផលប៉ះពាល់អ្វីខ្លះមកលើខ្លួនអ្នក?

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

មេរៀនទី

៦

ការសរសេរអត្ថបទព័ត៌មាន

នៅក្នុងមេរៀននេះ អ្នកនឹងសិក្សាអំពី៖

១- ការជ្រើសរើសប្រធានបទសម្រាប់សរសេរព័ត៌មានដើម្បីចុះផ្សាយ
២- ចំណុចសំខាន់ៗដែលត្រូវដឹងនៅពេលសរសេរព័ត៌មាន
៣- ចំណុចសំខាន់ៗដែលត្រូវដឹងពេលរៀបចំធ្វើផែនការសម្ភាសន៍សម្រាប់ព័ត៌មាន
៤- របៀបរៀបចំព័ត៌មាន និងសរសេរព័ត៌មានតាមពីរ៉ាមីតបញ្ច្រាស

ក- ជ្រើសរើសប្រធានបទសម្រាប់សរសេរ

ការកំណត់ប្រធានបទសម្រាប់សរសេរគឺជាកិច្ចការដំបូងដែលអ្នកសរសេរព័ត៌មានត្រូវធ្វើ។ ប្រសិនបើអ្នកចង់សរសេរព័ត៌មាន ដើម្បីយកទៅផ្សព្វផ្សាយ ក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយណាមួយនោះអ្នកត្រូវដឹងថា ផលិតករប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ តែងតែស្វែងរកប្រធានបទណាដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ជានិច្ច។ ប្រសិនអ្នកចាប់អារម្មណ៍នឹងប្រធានបទមួយ ដែលប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមិនបានផ្សាយនោះ ចូរគិតដល់ចំណុចថា តើប្រធានបទនោះមានចំណុចគុណតម្លៃសម្រាប់ជាព័ត៌មានទូទៅឬអត់។ ប្រសិនបើគ្មានទេតើមូលហេតុអ្វី? តើអ្នកអាចធ្វើឱ្យប្រធានបទ របស់អ្នកពាក់ព័ន្ធទៅនឹង សាធារណជនបានយ៉ាងដូចម្តេច? ប្រសិនបើប្រធានបទនោះមានកត្តាគុណតម្លៃដែលសាកសមនឹងអ្វីដែលគួរចេញផ្សាយនោះ អ្នកអាចជូនដំណឹងដល់ការិនិពន្ធបាន។ ចូរព្យាយាមរាយការណ៍តាមមធ្យោបាយមួយផ្តោតលើចំណុចនានា ដែលពាក់ព័ន្ធទៅនឹងសាធារណជន។ អ្នកប្រហែលជាអាចផ្សាយរឿងរបស់អ្នក តាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយក្នុងតំបន់ជាមុនសិន។ ជាទូទៅបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយធំៗ តែងតែតាមដានព័ត៌មានដែលបានចុះផ្សាយក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយតាមតំបន់ ហើយនៅពេលដែលពួកគេមើលឃើញថា សាច់រឿងនោះត្រូវបានរាយការណ៍ច្រើន និងមានភាពទាក់ទាញខ្លាំង នោះវានឹងក្លាយជាសាច់រឿងដែលមានការចាប់អារម្មណ៍សម្រាប់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយធំៗផងដែរ។

៦.១-ការជ្រើសរើសប្រធានបទក្នុងការសរសេរ

ក្រៅពីនោះអ្នកក៏អាចសរសេរព័ត៌មានរបស់អ្នក ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយនៅតាមបណ្តាញសង្គម ដូចជា Facebook Twitter ឬ YouTube ដើម្បីចែករំលែកដល់អ្នកដទៃ។ ហើយបើសាច់រឿងរបស់អ្នកទទួលបានការចាប់អារម្មណ៍ និងមានអ្នកមើលច្រើន នោះប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអាចនឹងយកវាទៅចុះផ្សាយផងដែរ។

ខ- ចំណុចសំខាន់ៗដែលអ្នកត្រូវដឹងនៅពេលសរសេរព័ត៌មាន

អត្ថបទព័ត៌មានគួរតែមានដំណឹងសំខាន់បំផុតមុនគេ។ ព័ត៌មានអំពីសាវតានៃសាច់រឿងគួរតែដាក់នៅក្រោយគេនៃអត្ថបទ បន្ទាប់ពីសំណោរបានឆ្លើយតបនឹងសំណួរ តើជានរណា (who) ជារឿងអ្វី (what) កើតឡើងនៅពេលណា (when) កន្លែងណា (where) មូលហេតុអ្វី (why) និងកើតឡើងដោយរបៀបណា (how) រួចរាល់ហើយ។ សាច់រឿងក្នុងអត្ថបទព័ត៌មាន គួរតែមាន

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

ភាពច្បាស់លាស់ និងមានអង្គហេតុត្រឹមត្រូវ។ ចំពោះអត្ថបទជាទូទៅតែងតែមានសម្រង់សម្តីពីមនុស្សដែលមានវត្តមាននៅក្នុងព្រឹត្តិការណ៍នោះផងដែរ (សាក្សីផ្ទាល់ភ្នែក និងអ្នកដែលពាក់ព័ន្ធផ្ទាល់)។ បន្ថែមពីលើនោះ រឿងរ៉ាវព័ត៌មានក៏មានច្រើនត្រូវបានគេរួមបញ្ចូលនូវសេចក្តីថ្លែងការណ៍ ឬប្រតិកម្មពីអ្នកជំនាញ ឬអ្នកពាក់ព័ន្ធដែលចូលរួមផ្តល់មតិយោបល់ទៅលើព្រឹត្តិការណ៍ ឬបញ្ហានោះ។ ប្រសិនបើសេចក្តីថ្លែងការណ៍ទាំងនោះឆ្លុះបញ្ចាំងគ្រប់ផ្នែកទាំងអស់នៃប្រធានបទ នោះសាធារណជនក៏អាចបញ្ចេញគំនិតផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ អំពីថាតើពួកគេយល់ព្រមជាមួយអ្នកណា។ រឿងរ៉ាវព័ត៌មានមិនគួរមានមតិរបស់អ្នកកាសែតនោះទេ។ អ្នកសារព័ត៌មានរាយការណ៍អំពីអង្គហេតុ ប៉ុន្តែគប្បីប្រយ័ត្នប្រយែងបំផុតក្នុងការបកស្រាយ និងការបញ្ចេញមតិផ្ទាល់ខ្លួន ដែលអាចជះឥទ្ធិពលដល់អារម្មណ៍របស់សាធារណជន។

៦.២- ចំណុចសំខាន់ៗដែលត្រូវសរសេរព័ត៌មាន

គ- ចំណុចសំខាន់ៗដែលអ្នកត្រូវដឹងពេលរៀបចំធ្វើផែនការសម្ភាសន៍

អ្នកត្រូវស្រាវជ្រាវអំពីបុគ្គលដែលអ្នកនឹងសម្ភាសន៍ ក៏ដូចជាប្រធានបទដែលអ្នកនឹងសួរទៅកាន់ពួកគេ។ វិធីនេះនឹងជួយឱ្យបទសម្ភាសន៍អ្នកកាន់តែមានភាពច្បាស់លាស់ និងធានាថាសំណួររបស់អ្នកស៊ីសង្វាក់ទៅនឹងការសម្ភាសន៍។ ចូរព្រាងជាសំណួរដែលខ្លីៗ និងច្បាស់ៗ ដើម្បីឱ្យអ្នកដែលផ្តល់សម្ភាសន៍ឆាប់យល់អំពីអ្វីដែលអ្នកចង់ដឹង។ វាជារឿងមួយសំខាន់ក្នុងការធ្វើឱ្យអ្នកផ្តល់បទសម្ភាសន៍របស់អ្នកមានអារម្មណ៍ល្អ និងផ្តោតមកលើបទសម្ភាសន៍របស់អ្នក។ វាមានសារៈប្រយោជន៍ក្នុងការសួរសំណួរសំខាន់ៗ ដែលបានត្រៀមទុកជាមុន។ នៅពេលអ្នកធ្វើការសម្ភាសន៍ ចូរស្តាប់ដោយប្រុងប្រយ័ត្ន និងសួរសំណួរម្តងទៀតប្រសិនបើអ្នកផ្តល់បទសម្ភាសន៍

មិនបានឆ្លើយសំណួរដែលអ្នកចង់បាន ឬសួរសំណួរបន្ទាប់ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងសំណួរមុន ប្រសិនបើពួកគេបាននិយាយអ្វីដែលអ្នកមិនបានគិតដល់ ហើយអ្នកចង់ដឹងបន្ថែមអំពីរឿងនោះទៀត។ ប្រសិនបើអ្នកមិនយល់អំពីចម្លើយ ឬមិនយល់ច្បាស់ ចូរព្យាយាមបញ្ជាក់ឱ្យបានច្បាស់។ ត្រូវប្រើសំណួរបើក ជាសំណួរដែលមិនគ្រាន់តែអាចឆ្លើយ «បាទ ឬចាស» ឬ «អត់ទេ» តែមួយម៉ាត់នោះទេ។ ប្រើសំណួរដែលចាប់ផ្ដើមដោយ «តើរបៀបណា ?» ឬ «មូលហេតុអ្វី ?» ជាដើម។

៦.៣- ចំណុចសំខាន់ៗដែលអ្នកត្រូវដឹងពេលរៀបចំធ្វើផែនការសម្ភាសន៍

ឃ- ការសរសេរព័ត៌មានដោយប្រើសំណួរមូលដ្ឋានចំនួនប្រាំមួយ និងតាមបែបពីរ៉ាមីតបញ្ច្រាស

ពេលចាប់ផ្ដើមសរសេរអត្ថបទព័ត៌មានរបស់អ្នក អ្នកអាចប្រើសំណួរជាមូលដ្ឋានចំនួន៦ខាងក្រោម រួមជាមួយនឹងរូបពីរ៉ាមីតបញ្ច្រាសចុះក្រោម ដែលអ្នកអាចយកជាគំរូសម្រាប់ការអនុវត្តសរសេរព័ត៌មានរបស់អ្នកបាន។ សំណួរទាំង៦នេះអាចជួយអ្នកឱ្យប្រមូលព័ត៌មានដែលអ្នកត្រូវការរួចរៀបចំតាមបែបពីរ៉ាមីតបញ្ច្រាសដើម្បីសរសេរដោយយកព័ត៌មានសំខាន់បំផុតមកដាក់មុនគេដូចដែលរូបបានបង្ហាញ។

fb.me/krou.moeys.gov.kh
sala.moeys.gov.kh
t.me/moeysnews

សំណួរជាមូលដ្ឋានទាំង ៦ ៖

- អ្វី ៖ តើមានអ្វីបានកើតឡើង ?
- នរណា ៖ តើនរណាខ្លះជាប់ពាក់ព័ន្ធ ?
- កន្លែងណា ៖ តើវាបានកើតឡើងនៅកន្លែងណា ?
- ពេលណា ៖ តើវាបានកើតឡើងនៅពេលណា ?
- ហេតុអ្វី ៖ ហេតុអ្វីបានជាវាកើតឡើង ?
- ដោយរបៀបណា ៖ តើវាបានកើតឡើងដោយរបៀបណា ?

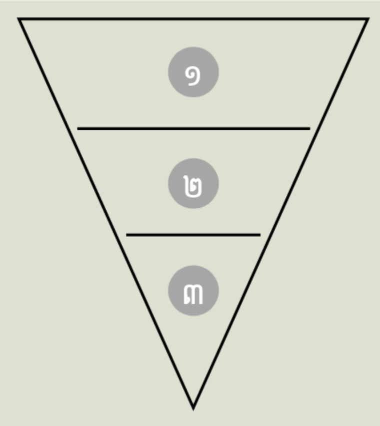
ទម្រង់ពីរ៉ាមីតបញ្ច្រាសសម្រាប់ការសរសេរព័ត៌មាន៖

រូបពីរ៉ាមីតបញ្ច្រាសចុះក្រោមនេះគឺជាគម្រូដ៏ពេញនិយមសម្រាប់ការសរសេរព័ត៌មាន ៖

១ ព័ត៌មានដែលសំខាន់បំផុត ឬគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍បំផុត ៖ ឃ្លាដំបូងត្រូវឆ្លើយនឹងសំណួរថាតើជានរណា (who) ជារឿងអ្វី (what) កើតឡើងនៅ ពេលណា (when) កន្លែងណា (where) មូលហេតុអ្វី (why) និងកើតឡើងដោយរបៀបណា (how)។

២ ព័ត៌មានបន្ថែម ឬពិស្តារដែលបកស្រាយអំពីឃ្លាដំបូងនៃព័ត៌មាន ។ពេលខ្លះចម្លើយទៅកាន់សំណួរថា មូលហេតុអ្វី (why) និងដោយរបៀបណា (how) ត្រូវបានបកស្រាយនៅផ្នែកនេះជំនួសឱ្យឃ្លាដំបូង ។

៣ ព័ត៌មានជំនួយ ៖ បរិបទ និងព័ត៌មានលម្អិតពិស្តារ ។



មេរៀនសង្ខេប

ក្នុងមេរៀននេះ យើងបានសិក្សានូវចំណុចសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- ការកំណត់ប្រធានបទសម្រាប់សរសេរ គឺជាកិច្ចការដំបូងដែលអ្នកសរសេរព័ត៌មានត្រូវធ្វើ។ ប្រធានបទល្អ គឺជាប្រធានបទថ្មីមួយ ដែលមានការចាប់អារម្មណ៍ពីសាធារណជនហើយ បើដើម្បីយកទៅផ្សព្វផ្សាយក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយណាមួយ នោះអ្នកត្រូវដឹងថាផលិតករប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយតែងជ្រើសយកប្រធានបទណាដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ជានិច្ច។
- ពេលចាប់ផ្ដើមសរសេរអត្ថបទព័ត៌មាន ឬចង់ចែករំលែកព័ត៌មានអ្វីមួយនៅលើបណ្ដាញសង្គមរបស់អ្នក អ្នកត្រូវចងចាំថា អត្ថបទព័ត៌មានគួរតែមានដំណឹងសំខាន់បំផុតមុនគេ។ អ្នកអាចប្រើសំណួរជាមូលដ្ឋានចំនួន ៦ ខាងក្រោម ដើម្បីជាជំនួយសម្រាប់អ្នកផងដែរ៖
    - អ្វី៖ តើមានអ្វីបានកើតឡើង?
    - នរណា៖ តើនរណាខ្លះជាប់ពាក់ព័ន្ធ?
    - កន្លែងណា៖ តើវាបានកើតឡើងនៅកន្លែងណា?
    - ពេលណា៖ តើវាបានកើតឡើងនៅពេលណា?
    - ហេតុអ្វី៖ ហេតុអ្វីបានជាវាកើតឡើង?
    - ដោយរបៀបណា៖ តើវាបានកើតឡើងដោយរបៀបណា?ឯកជននិងជីវិតរស់នៅជាក់ស្ដែង។

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

លំហាត់អនុវត្តន៍

១- សូមធ្វើការជ្រើសរើសប្រធានបទនៃព័ត៌មានមួយ ដែលអ្នកចង់ចែករំលែកនៅលើបណ្ដាញសង្គមរបស់អ្នក។ អាចជារឿងពាក់ព័ន្ធនឹងកីឡា បរិស្ថាន សង្គម ការអប់រំ គ្រោះថ្នាក់ចរាចរណ៍ ឬជារឿងដែលកើតឡើងក្នុងភូមិស្រុករបស់អ្នក។ រួចសាកល្បងសរសេរព័ត៌មានពីហេតុការណ៍នោះ ដោយអនុវត្តតាមសំណួរជាមូលដ្ឋានទាំង៦ ខាងក្រោម៖

- អ្វី៖ តើមានអ្វីបានកើតឡើង?
- នរណា៖ តើនរណាខ្លះជាប់ពាក់ព័ន្ធ?
- កន្លែងណា៖ តើវាបានកើតឡើងនៅកន្លែងណា?
- ពេលណា៖ តើវាបានកើតឡើងនៅពេលណា?
- ហេតុអ្វី៖ ហេតុអ្វីបានជាវាកើតឡើង?
- ដោយរបៀបណា៖ តើវាបានកើតឡើងដោយរបៀបណា?

២- បន្តពីលំហាត់ទី១ ធ្វើការជាក្រុមដើម្បីធ្វើការពិភាក្សា និងវាយតម្លៃព័ត៌មានឱ្យគ្នាទៅវិញទៅមក៖

- ដំបូងសមាជិកអាចធ្វើការបង្ហាញព័ត៌មានទៅកាន់មិត្តរួមក្រុមម្នាក់ម្ដងៗ
- បន្ទាប់មកធ្វើការពិភាក្សាថា តើព័ត៌មានរបស់សមាជិកម្នាក់ៗ បានឆ្លើយតបទៅនឹងសំណួរមូលដ្ឋានទាំង៦ បានគ្រប់ជ្រុងជ្រោយដែរឬទេ?
- តើព័ត៌មានទាំងនោះគ្រប់គ្រាន់ហើយឬនៅសម្រាប់អ្នកអាន?
- តើមានព័ត៌មានដែលមិនសំខាន់ដែលត្រូវដកចេញដែរឬទេ?
- តើគួរដាក់បញ្ចូលព័ត៌មានអ្វីបន្ថែមទៀតដែរឬទេ? បើមានតើត្រូវយកព័ត៌មាននោះមកពីណា?

សំណួររំលឹកមេរៀន

១- តើចំណុចសំខាន់អ្វីខ្លះដែលអ្នកត្រូវដឹងនៅពេលសរសេរព័ត៌មាន?
២- តើចំណុចសំខាន់អ្វីខ្លះដែលត្រូវដឹងពេលរៀបចំធ្វើផែនការសម្ភាសន៍?
៣- តើសំណួរជាមូលដ្ឋានទាំង៦ សម្រាប់ការសរសេរព័ត៌មានមានអ្វីខ្លះ?
៤- តើការសរសេរព័ត៌មានតាមបែបពីរ៉ាមីតបញ្ច្រាស មានន័យយ៉ាងដូចម្ដេច?

មេរៀនទី

៧

ការថតរូប

នៅក្នុងមេរៀននេះ អ្នកនឹងសិក្សាអំពី៖

១- អ្វីទៅជារូបថត ?

២- អ្វីដែលធ្វើឱ្យរូបភាពមួយមានអំណាចខ្លាំង ហើយនរណាជាអ្នកកំណត់អត្ថន័យសាររបស់រូបថត

៣- ក្បួននៃការរៀបចំរូបភាពសម្រាប់រូបថត

៤- យល់ដឹងអំពីការកែរូបភាព និងការកាត់តបំភ្លៃ ឬក្លែងបន្លំរូបភាព

ក- តើអ្វីទៅជារូបថត ?

រូបថតគឺជារូបភាពគ្មានចលនាដែលរួមមាន ព័ត៌មានដែលយើងអាចមើលឃើញ។ រូបថតត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយពន្លឺជះមកលើវត្ថុ ឬភាវៈអ្វីមួយ។ គេអាចថតរូបបានដោយប្រើកាមេរ៉ា ឬជាមួយកាមេរ៉ាកុំព្យូទ័រឬទូរស័ព្ទដៃ។ ឧបករណ៍ទាំងនេះមានកែវ (ឡេនស៍) ដែលចាប់ពន្លឺក្នុងរយៈពេលជាក់លាក់ណាមួយ ជាទូទៅគឺរយៈពេលខ្លីជាង១វិនាទីទៅទៀត។ ពន្លឺនេះត្រូវបានចាប់ដោយប្រើឧបករណ៍ពិសេសម្យ៉ាង ផលិតឡើងសម្រាប់ថតរូបតែម្តង ដែលជាធម្មតាត្រូវបានគេស្គាល់ថាជាឈីបអេឡិកត្រូនិក។ រូបថតត្រូវបានគេប្រើប្រាស់ក្នុងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយជាច្រើន រួមទាំងបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយបោះពុម្ព (ដូចជាកាសែត ទស្សនាវដ្តី ផ្ទាំងបដាផ្សព្វផ្សាយ និងសម្ភារៈផ្សាយពាណិជ្ជកម្មជាដើម) និងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយអេឡិចត្រូនិក (គេហទំព័រ កម្មវិធីលើអ៊ីនធឺណិត បណ្តាញសង្គម)។ ចាប់តាំងពីការបង្កើតរូបថតជាលើកដំបូងបង្អស់ កាលពីសតវត្សទី១៩ មនុស្សបានចាប់ផ្តើមស្រឡាញ់រូបថត ដើម្បីរក្សាទុកជាអនុស្សាវរីយ៍ដូចជា រូបថតមនុស្ស ឬរូបនៅក្នុងឱកាសអ្វីមួយជាដើម។

ខ- តើអ្វីដែលធ្វើឱ្យរូបភាពមួយមានអំណាចខ្លាំង ?

រូបថតផ្តល់ព័ត៌មានតាមរយៈអ្វីដែលមើលឃើញនឹងភ្នែកបាន។ សម្រាប់មនុស្សយើង ចក្ខុវិញ្ញាណគឺជាផ្នែកដ៏សំខាន់ជាងវិញ្ញាណផ្សេងៗទៀតដូចជា សោតវិញ្ញាណ ឃានវិញ្ញាណ ឬកាយវិញ្ញាណជាដើម។ ជាង ៨០% នៃព័ត៌មានដែលចូលមកក្នុងខួរក្បាលរបស់យើង គឺជាព័ត៌មានដែលយើងមើលឃើញ (តាមរយៈចក្ខុវិញ្ញាណ)។ ខួរក្បាលរបស់យើងចាប់យកព័ត៌មានតាមរយៈរូបថត និងរូបភាពបានលឿនជាងតាមរយៈការអានអក្សរ ហើយរូបភាពអាចធ្វើឱ្យយើងចងចាំបានខ្លាំង និងបានយូរផងដែរ។ វាទាញនូវចំណាប់អារម្មណ៍របស់យើងយ៉ាងខ្លាំង ហើយអារម្មណ៍របស់យើងក៏មានអំណាចមកលើយើងខ្លាំងដូចគ្នាដែរ។

ប្រសិនបើគ្មានរូបភាពទេនោះ យើងមិនអាចស្រមៃឃើញថា តើបណ្តាញសង្គមនឹងទៅជាយ៉ាងណានោះទេ។ អ្នកប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមភាគច្រើនបង្ហោះរូបរបស់ខ្លួន (selfie) រូបថតគ្រួសារ និងមិត្តភ័ក្តិរបស់ខ្លួន។ មនុស្សចូលចិត្តមើលរូបថត ដែលអ្នកដទៃបង្ហោះ។ រូបភាពតែងតែទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់មនុស្ស។ ដោយសារតែរយៈពេលចំណាប់អារម្មណ៍របស់មនុស្សកាន់តែខ្លីជាងមុន រូបភាពបានក្លាយជារបស់ដែលទាក់ទាញភ្នែកមនុស្ស ហើយជួយអ្នកដើម្បីសម្រេចចិត្តថា តើអ្នកគួរបន្តមើលរូបភាពនោះឱ្យបានល្អិតល្អន់ ឬគ្រាន់តែក្រឡេកមើលមួយភ្លែតបានហើយ។

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

គ- តើនរណាជាអ្នកកំណត់អត្ថន័យសាររបស់រូបថត ?

អត្ថន័យសាររបស់រូបថតត្រូវបានកំណត់ដោយអ្នកថតរូប ដោយកម្មវត្ថុក្នុងរូបនោះ និង ដោយអ្នកមើលរូបនោះផ្ទាល់។ អ្នកថតរូបអាចចាប់ប្លង់ដើម្បីបង្វែរនូវរបៀបដែលយើងមើលរូបថត ដោយប្រើតិចនិកថតរូបជាក់លាក់មួយចំនួន។ ទន្ទឹមនឹងនោះកម្មវត្ថុក្នុងរូបនោះ គឺភាគច្រើនធ្វើ ឱ្យយើងជាអ្នកមើលមានអារម្មណ៍ណាមួយ។ ឧទាហរណ៍ដូចជារូបថតក្មេងតូចម្នាក់ដែលកំពុង ស្រេកឃ្លាន នឹងធ្វើឱ្យយើងកើតអារម្មណ៍អាណិតអាសូរ និងសោកសៅ។ អ្នកមើលក៏ជាអ្នកកំណត់ សាររបស់រូបថតផងដែរ ពីព្រោះមនុស្សយើងមើល និងកំណត់អត្ថន័យរូបថតផ្សេងៗគ្នាទៅតាម ការយល់ឃើញរបស់ខ្លួន។ នេះគឺអាស្រ័យទៅលើបរិបទវប្បធម៌របស់បុគ្គលដែលជាអ្នកមើលម្នាក់ៗ ព្រមទាំងការអប់រំ និងបទដ្ឋានសង្គមរបស់ពួកគេ។

ឃ- ក្បួននៃការរៀបចំប្លង់រូបភាពសម្រាប់ថតរូប

ក្បួនការរៀបចំប្លង់រូបភាព (composition rules) សម្រាប់ថតរូបរួមមាននូវគោលការណ៍ និង លក្ខណៈវិនិច្ឆ័យគុណភាពដែលអាចជួយឱ្យអ្នកថតរូបបង្កើននូវសក្តានុពលរូបថតរបស់ខ្លួនបាន។ ក្បួននៃការរៀបចំប្លង់រូបភាពសំខាន់ៗមួយចំនួនមានដូចជា កម្រិតចំណាំងពន្លឺផ្ទុយ(contrast) ប្លង់រូបថត ទំហំ គម្លាតពីកាមេរ៉ាទៅនឹងកម្មវត្ថុ និងក្បួនមួយភាគបី (rule of thirds) ដែលជាការដាក់កម្មវត្ថុដែលយើងចង់ថតឱ្យមានទំហំមួយភាគបីនៃប្លង់ទាំងមូល។

៧.១- ក្បួនមួយភាគបី

- កម្រិតចំណាំងពន្លឺផ្ទុយ (contrast)៖ កម្រិតផ្ទុយគ្នានៃពន្លឺភ្លឺ និងងងឹត ឬពណ៌ផ្ទុយគ្នាដែលធ្វើឱ្យទម្រង់រូបរាង និងកម្រិតស្រមោលងាយស្រួលក្នុងការមើល។
- ការចាប់ប្លង់ (perspective)៖ តើរូបថតនោះត្រូវបានចាប់ប្លង់ពីលើ(ប្លង់ទិដ្ឋភាពភ្នែកបក្សី) ឬប្លង់ត្រឹមកម្ពស់ភ្នែកមនុស្ស ឬប្លង់ពីខាងក្រោម (ប្លង់ទិដ្ឋភាពភ្នែកកង្កែប)? ជាមួយនឹងប្លង់ទិដ្ឋភាពភ្នែកបក្សី កម្មវត្ថុមានទំហំតូចស្អាត ឬមិនលេចធ្លោនោះទេ។ យ៉ាងណាមិញប្លង់ទិដ្ឋភាពភ្នែកកង្កែបធ្វើឱ្យកម្មវត្ថុមានទំហំធំ និងមានអំណាចព្រមទាំងលេចធ្លោជាងអ្វីៗក្នុងរូបនោះទៀត។
- ប្លង់ទំហំវាល (field size)៖ តើរូបថតនោះថតជាប្លង់ពីចម្ងាយ (long shot) ប្លង់មធ្យម (medium) ឬប្លង់ជិត (close-up)?
- ក្បួនមួយភាគបី (rule of thirds)៖ ស្រមៃថាខ្សែបន្ទាត់បញ្ឈរពុះប្លង់ច្រៀកជា៣ និងខ្សែបន្ទាត់ផ្តេកពុះច្រៀកប្លង់ជា ៣ ថែមទៀត ដែលបង្កើតនូវប្រអប់ចំនួន៩ប៉ុនៗគ្នា។

យោងតាមក្បួន «មួយភាគបី» (rule of thirds) វាជួយឱ្យរូបភាពកាន់តែទាក់ភ្នែក និងគួរឱ្យចង់មើល ប្រសិនបើកម្មវត្ថុសំខាន់ៗស្ថិតនៅចំកន្លែងដែលខ្សែបន្ទាត់ប្រសព្វគ្នា។ វាធ្វើឱ្យរូបថតកាន់តែមានសក្តានុពលភាព និងកាន់តែទាក់ភ្នែកជាងការចាប់កម្មវត្ថុដាក់ចំកណ្តាលប្លង់ថត។

ក្បួនច្បាប់នៃការរៀបចំប្លង់រូបភាពវត្ថុ

គោលការណ៍មូលដ្ឋានគ្រឹះនៃការរៀបចំប្លង់ដែលជះឥទ្ធិពលដល់សមាសភាពរូបថត៖

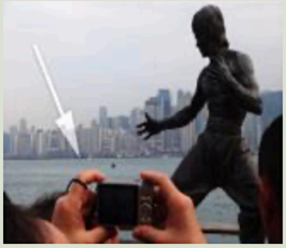
១- ការកាន់កាមេរ៉ា៖ ស្វែងរកចំណុចល្អ និងមានលំនឹងដើម្បីដាក់កាមេរ៉ា។
២- ទំហំគម្លាតរវាងកាមេរ៉ា និងកម្មវត្ថុ៖ សាកល្បងរំកិលចម្ងាយជិត ឬ ឆ្ងាយរវាងកាមេរ៉ា និងកម្មវត្ថុ។
៣- កម្រិតនៃភាពច្បាស់ និងភាពព្រិល៖ កំណត់ផ្ទៃ ឬចំណុចដែលត្រូវចាប់ឱ្យច្បាស់។
៤- ការដាក់កាមេរ៉ា និងការចាប់មុំប្លង់៖ ស្វែងរកមុំថ្មីៗ និងប្លង់មិនធម្មតា។
៥- ពន្លឺ និងសីតុណ្ហភាពពណ៌៖ ប្រើភ្លើងដែលមានស្រាប់ ឬ Flash ជំនួយដើម្បីកែប្រែលក្ខណៈរបស់ពណ៌ និងពន្លឺ។
៦- រូបទេសភាព៖ ព្យាយាមស្វែងរកប្លង់ឱ្យបានច្រើននៅពេលថតរូបទេសភាព។
៧- រូបពាក់កណ្តាលខ្លួន៖ ស្វែងរកប្លង់ដែលមើលទៅស្អាត និងមិនស្អាតពេលថតរូបពាក់កណ្តាលខ្លួន។
៨- ថតរូបកំពុងមានចលនា៖ ផ្តោតលើរូបដែលកំពុងតែមានចលនា ឬប្រើតិចនិកក្នុងការអូសកាមេរ៉ាតាមរូប។
៩- ផ្ទៃខាងមុខ និងផ្ទៃខាងក្រោយ៖ ប្លង់ចាប់ផ្ទៃខាងមុខ ឬផ្ទៃខាងក្រោយដើម្បីបង្ហាញអ្នកមើល ឬអ្នកទស្សនា។

៧.២- ប្លង់រូបភាព

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

១. ការកាន់កាមេរ៉ា

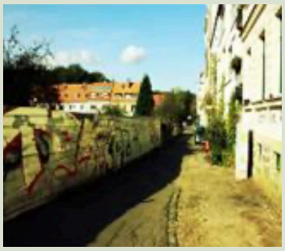
ការកាន់កាមេរ៉ាឱ្យបាននឹងល្អ គឺជាគន្លឹះដើម្បីចាប់រូបភាពឱ្យបានច្បាស់ល្អ។ លំនឹងកាមេរ៉ាដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ក្នុងការការពារពីការញ័រ និងរូបភាពព្រិល ឬផ្អៀង។ វាជារឿងដ៏ល្អបំផុតក្នុងការកាន់កាមេរ៉ាឱ្យណែនដោយដៃទាំងពីរ ហើយពេលខ្លះការដាក់កាមេរ៉ាលើផ្ទៃរឹងណាមួយក៏ផ្តល់ជាអត្ថប្រយោជន៍ផងដែរ។



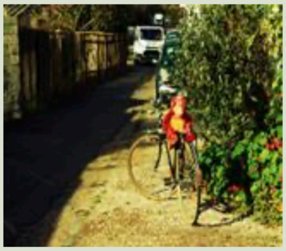
ប្រើដៃទាំងពីរដើម្បីចាប់កាមេរ៉ា

២. ទំហំគម្លាតរវាងកាមេរ៉ា និងកម្មវត្ថុ៖

វាជាការកំណត់គម្លាតរវាងកាមេរ៉ា និងកម្មវត្ថុដែលអ្នកថត។ អ្នកអាចសាកល្បងប្តូរចម្ងាយពីកម្មវត្ថុសម្រាប់ប្រភេទនៃការថតរូបនីមួយៗដូចជា ថតរូបភាព ថតភាពយន្ត ថតវីដេអូហ្គេមជាដើម។ ការកំណត់គម្លាតនីមួយៗសុទ្ធតែមានគោលបំណងជាក់លាក់ក្នុងការប្រើដូចជា៖ ប្លង់ពី ចម្ងាយផ្តល់ព័ត៌មានច្រើនសម្រាប់អ្នកមើល ដូចជាទីកន្លែង និងពេលវេលាដែលសកម្មភាពមួយនោះកើតឡើង ខណៈប្លង់ជិត និងប្លង់លម្អិតទាក់ទាញអ្នកមើលឱ្យផ្តោតលើការបង្ហាញអារម្មណ៍ ឬកម្មវត្ថុអ្វីមួយ។ ផ្ទាំងរូបភាពបទបង្ហាញ និងសាច់រឿងកាន់តែគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ថែមទៀតនៅពេលមានការប្តូរចម្ងាយប្លង់ថត។



ប្លង់ថតពីចម្ងាយឆ្ងាយខ្លាំង៖ ថតរូបទេសភាពដាច់កន្ទុយភ្នែក។



ប្លង់ថតពីចម្ងាយ ៖ ថតរូបស្ថានភាព ឬឈុតឆាកអ្វីមួយពីចម្ងាយ។

ប្លង់ថតពីចម្ងាយមធ្យម ៖ បង្ហាញរូបមនុស្ស ឬកម្មវត្ថុអ្វីមួយព្រមជាមួយអ្វីៗ នៅជុំវិញខ្លួនគេ។

ប្លង់ពេញ៖ ថតរូបមួយតួខ្លួនរបស់នរណាម្នាក់ ឬអ្វីមួយដើម្បីបង្ហាញពីសកម្មភាព។

ប្លង់មធ្យម (ពាក់កណ្តាលខ្លួន)៖ បង្ហាញកម្មវត្ថុដល់ត្រឹមចង្កេះ។

ប្លង់ជិត ឬលម្អិត៖ ប្លង់ផ្តោតលើដៃ ភ្នែក មាត់ ឬកម្មវត្ថុដែលបង្ហាញជិត ឬលម្អិត។

ប្លង់លម្អិតខ្លាំង៖ ផ្តោតលម្អិតខ្លាំងលើដៃ ភ្នែក មាត់ ឬរបស់ណាមួយដោយលម្អិតបំផុត។

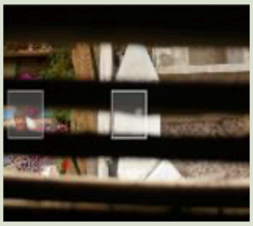
៣. កម្រិតភាពច្បាស់ និងភាពព្រិល

មុនពេលថតរូប ត្រូវសម្រេចចិត្តជាមុនថាតើអ្នកចង់ផ្តោតសំខាន់ទៅលើអ្វីដើម្បីចាប់យកវាឱ្យបានច្បាស់។ ចំណុចផ្តោតដែលគប្បីប្រើគឺដាក់ចំណុចផ្តោតច្បាស់ឱ្យនៅចំកណ្តាល។ យ៉ាងណាមិញ ប្រសិនបើកម្មវត្ថុគោល (ដូចជាបុគ្គលម្នាក់) មិនស្ថិតនៅចំកណ្តាល ដូច្នេះចូរសម្រេចចិត្ត ថាតើអ្នកចង់ចាប់យកផ្នែកណាមួយឱ្យបានច្បាស់។

របៀបអនុវត្ត៖ ប្រសិនបើអ្នកចង់ឱ្យផ្ទៃចំហៀងច្បាស់ ហើយអ្នកប្រើទូរស័ព្ទដៃ ចូរប៉ះលើផ្ទៃលើអេក្រង់ដែលអ្នកចង់ចាប់ឱ្យបាន ច្បាស់។ មុខងារផ្តោតស្វ័យប្រវត្តិ (autofocus) នឹងធ្វើឱ្យផ្នែកដែលអ្នកប៉ះពីលើច្បាស់។ បន្ទាប់មកចុចថតរូបនោះ។ ប្រសិនបើអ្នកប្រើកាមេរ៉ាថតរូបទូទៅ ចូរបង្វែរកាមេរ៉ាឱ្យចំប្លង់ដែលអ្នកចង់ចាប់ច្បាស់ រួចចុចប៊ូតុងថតរូបមួយគន្លាក់ថ្នមៗ សិនរួចហើយបង្វែរទៅមុំចុងក្រោយដែលអ្នកសម្រេចចាប់យក។ បន្ទាប់មក ចុចប៊ូតុងថតរូបនោះមួយគន្លាក់ចុងក្រោយ ឬខ្លាំងជាងមុនបន្តិច ដើម្បីថតរូប ខណៈនោះទប់កាមេរ៉ាឱ្យបាននឹងល្អ និងផ្តោតលើកម្មវត្ថុនោះដដែល។

ចំណុចផ្តោតភាគច្រើនស្ថិតនៅចំកណ្តាលប្លង់

ប្លង់នេះកាមេរ៉ាផ្តោតលើដើមឈើដែលនៅពីចំហៀង



ប្លង់នេះកាមេរ៉ាផ្តោតចាប់ផ្ទៃខាងក្រោយវិញ

ង- តើអ្វីជាការកែរូបភាព ?

ការកែរូបភាព គឺជាការផ្លាស់ប្តូរសភាពដើមរបស់រូបថតតាមរយៈការកែលើរូបថតដែលបានថតរួចហើយ ដើម្បីសម្រេចគោលដៅណាមួយ ឧទាហរណ៍ដូចជាដើម្បីបង្កើនសក្តានុពលភាពរបស់វាជាដើម ។ អ្នកអាចកែរូបភាពដែលបានថតលើកាមេរ៉ាឌីជីថល ឬទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃដោយប្រើកុំព្យូទ័រ ឬទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃផ្ទាល់តែម្តង ។ យ៉ាងណាមិញរូបថតដែលបានថតដោយកាមេរ៉ាអាណាឡូក (analog) គឺអាចកែបានតែនៅក្នុងបន្ទប់ងងឹតរបស់អ្នកថតរូបជំនាន់មុនប៉ុណ្ណោះ ឬដោយស្កេនបន្ទាប់មកកែលើរូបឌីជីថលដែលបានស្កេនរួចនោះតែម្តង ។ អ្នកអាចកាត់តម្រឹមរូបឌីជីថលហើយផ្លាស់ប្តូរកម្រិតពន្លឺពន្លឺចំណាំងផ្ទុយ (contrast) ឬពណ៌ ឬរក្សា (save) រូបនោះទុកវិញដោយទម្លាក់ទំហំរូបនោះ ។ ប្រសិនបើអ្នកចង់ អ្នកអាចបន្ថែមចំណងជើង ឬអក្សរទៅលើរូបនោះក៏បាន ។ ដើម្បីអាចកាត់តកែរូបឌីជីថលបាន អ្នកត្រូវការកម្មវិធីសម្រាប់ការកែរូបនោះ ។ កុំព្យូទ័រ និងទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃ ភាគច្រើនមានភ្ជាប់មកជាមួយកម្មវិធីកែរូបភាពរួចជាស្រេចតែម្តង ។ កម្មវិធីកែរូបផ្សេងៗទៀតអាចរកទិញបាន (ដូចជាកម្មវិធី Adobe Photoshop) ឬអាចទាញយកដោយឥតគិតថ្លៃ (ដូចជាកម្មវិធី GIMP ឬកម្មវិធី PIXLR) ។ បណ្តាញសង្គមមួយចំនួនដូចជា Instagram ក៏មានកម្មវិធីកែរូបភាពដែលភ្ជាប់មកជាមួយផងដែរ ។

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

ការកាត់តកែច្នៃប្រើបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល៖ កម្មវិធី Pixlr Express (លើទូរស័ព្ទដៃ)

ជ្រើសរើសរូបភាព

ជ្រើសរើសរូបភាពដែលអ្នកចង់យកមកកាត់តកែច្នៃពីទូរស័ព្ទដៃរបស់អ្នក។

មុខងារចម្បង (main menu)

ស្វែងយល់ពីអ្វីដែលមានក្នុងមុខងារចម្បង ដោយអូសទៅឆ្វេង ឬទៅស្តាំ។

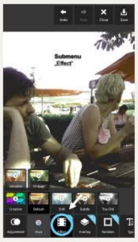
មុខងារកាត់តកែច្នៃរូប (adjustment menu)

ចុចពាក្យថា *adjustment* និង edit ទៅលើអ្វីដែលអ្នកចង់ផ្តោតសំខាន់ ដូចជាពន្លឺ ពណ៌ និងពន្លឺចំណាំងផ្ទុយតាមតម្រូវការ។

ការកាត់តម្រឹម (cropping)

កាត់តម្រឹមផ្នែកមិនសំខាន់ចេញដើម្បីផ្តោតលើផ្នែកដែលទាក់ទាញជាងគេក្នុងរូប។

មុខងារកែស្រទាប់ពណ៌ (effect menu)



ស្វែងយល់អំពីមុខងារកែ *ស្រទាប់ពណ៌* និងសាកល្បងកែពណ៌ផ្សេងៗទៅលើរូប។

មុខងារបន្ថែមពណ៌ (overlay menu)

ស្វែងយល់អំពីមុខងារ *បន្ថែមពណ៌* និងសាកល្បងបន្ថែមពណ៌ផ្សេងៗទៅលើរូប។

មុខងារបន្ថែមរូបតុក្កតា (stickers menu)

សាកល្បងមើលរូបផ្សេងៗដែលអ្នកអាចប្រើដើម្បីបន្ថែមទៅលើរូបរបស់អ្នកក្នុងមុខងារបន្ថែមរូបតុក្កតា។

មុខងារបន្ថែមពពកសម្រាប់ដាក់អក្សរ (speech bubble menu)

បន្ថែមការនិយាយរបស់តួអង្គ ឬកម្មវត្ថុតាមរយៈអក្សរក្នុងពពកលើរូបរបស់អ្នក ហើយកែប្រែទំហំរបស់វា។

ដាក់អក្សរ និងរក្សាទុក (text and save menu)

សរសេរអក្សរចូលទៅក្នុងពពក ហើយជ្រើសរើសស្ទាយល៍នៃការសរសេរ ពណ៌ និងកែប្រែទំហំរបស់វា។ រក្សារូបទុក។

ជ្រើសរើសទំហំរូប

ជ្រើសរើសទំហំរូប។ វាល្អប្រសើរជាងក្នុងការជ្រើសរើសទំហំធំដើម្បីអ្នកអាចយកទៅកែច្នៃម្តងទៀតបាន និងពង្រីកបន្ថែមនៅថ្ងៃក្រោយប្រសិនបើអ្នកចង់។ ជ្រើសរើសទំហំតែនៅពេលចាំបាច់ប៉ុណ្ណោះ ឧទាហរណ៍ ដូចជានៅពេលសម្រាប់យកទៅប្រើលើគេហទំព័រជាដើម។

មុខងារចម្បង (main menu)

ប្រៀបធៀបជាមួយរូបដើមរបស់អ្នក...

មុខងារកាត់តកែច្នៃរូប (adjustment menu)

...ទៅនឹងរូបដែលអ្នកបានកែ។.

ច- តើរវាងការកែរូប និងការកាត់តបំភ្លៃ ឬក្លែងបន្លំរូបខុសគ្នាត្រង់ណា ?

នៅពេលអ្នកគួររូបឌីជីថលមួយសន្លឹក ជាធម្មតាអ្នកព្យាយាមធ្វើឱ្យវាកាន់តែល្អប្រសើរដោយកែពីលើរូបដើមបន្ថែមទៀត ដែលអ្នកគិតថាមិនទាន់ពេញចិត្តឥតខ្ចោះនៅឡើយ។ ឧទាហរណ៍ អ្នកអាចបង្កើតកម្រិតពន្លឺ ការបង្កើនកម្រិតពន្លឺចំណាំងផ្ទុយ (contrast) និងការបន្ថែមកម្រិតនៃភាពច្បាស់របស់ពណ៌ (saturation) និងផ្លាស់ប្តូរពណ៌ ឬបង្រួមសមាសភាពរូបដោយកាត់តម្រឹម (crop) វាផងដែរ។ បើទោះជាយ៉ាងនេះក្តី ប្រសិនបើអ្នកសម្រេចកាត់រូបរបស់មនុស្សសំខាន់ណាម្នាក់ចេញពីរូបនេះ អ្នកនឹងផ្លាស់ប្តូរសារ របស់រូបនោះដូចគ្នាដែរ។ មនុស្សមួយចំនួននឹងនិយាយថា អ្នកកំពុងលាក់បាំង ឬធ្វើការផ្លាស់ប្តូរដោយមិនមានការអនុញ្ញាត និងព្យាយាមកុហកអ្នកមើល។ បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលសម្រាប់កែរូបធ្វើឱ្យការក្លែងបន្លំសភាពដើមនៃរូបភាពកាន់តែងាយស្រួល។ យើងអាចប្រើបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល ដើម្បីយកផ្នែកដែលយើងមិនពេញចិត្តចេញពីរូបនោះបាន។ យើងអាចសម្អាតផ្ទៃមុខរបស់មនុស្សម្នាក់ឱ្យកាន់តែស្អាត និងគ្មានស្លាកស្នាមដូចជាកន្ទួលស្បែកឬផ្លាស់ប្តូររូបរាងនៃរាងកាយរបស់មនុស្សបានផងដែរ។

អ្នកដែលកែរូបថតអាចធ្វើការបំភ្លៃ ឬក្លែងបន្លំសាររបស់រូបនោះដោយកែច្នៃទៅតាមអ្វីដែលពួកគេចង់បាន។ ការបំភ្លៃ ឬក្លែងបន្លំសាររបស់រូបភាពមានន័យថា ការផ្លាស់ប្តូរសារដើមរបស់រូបថតមួយដោយចេតនា ឬអចេតនា។ ការបំភ្លៃ ឬក្លែងបន្លំសាររបស់រូបភាពភាគច្រើនត្រូវបានប្រើប្រាស់ដើម្បីធ្វើឱ្យផលិតផល ឬមនុស្សមើលទៅកាន់តែស្រស់ស្អាត និងទាក់ទាញសម្រាប់ការផ្សាយពាណិជ្ជកម្ម ឬឃោសនាអ្វីមួយ។ អ្នកសារព័ត៌មានរូបភាពចាត់ទុកការបំភ្លៃ ឬក្លែងបន្លំសាររូបភាពនេះជាអំពើមួយដែលគ្មានក្រមសីលធម៌ពិសេស នៅពេលដែលគេប្រើវាដើម្បីបំភ័ន្តការពិតទៅកាន់មហាជន។

ឆ- រូបថត និងសិទ្ធិចម្លង

អ្នកមានសិទ្ធិចម្លងផ្ទាល់ខ្លួនជាស្រេចសម្រាប់គ្រប់រូបថតដែលអ្នកថតដោយខ្លួនឯង។ សិទ្ធិជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិមានន័យថា មានតែអ្នកម្នាក់គត់ដែលអាចសម្រេចថាតើរូបរបស់អ្នកអាចចម្លងយកទៅផលិតឡើងវិញឬប្រើសម្រាប់ការងារណាមួយ ឬយកទៅបោះពុម្ព ឬផ្ទេរទៅឱ្យនរណាម្នាក់ប្រើបន្ត ឬក៏លក់។ ប្រសិនបើអ្នកដទៃរក្សារូបថតរបស់អ្នកលើឧបករណ៍ប្រើប្រាស់របស់ខ្លួនដោយមិនបង្ហាញទៅអ្នកដទៃ នោះមានន័យថាគេមិនបានបំពានលើសិទ្ធិចម្លងរបស់អ្នកនោះទេ។ ប៉ុន្តែប្រសិនបើគេចែកចាយរូបនោះ ឬការបង្ហាញទៅកាន់អ្នកដទៃ ឬលក់វិញនោះមានន័យថាបុគ្គលនោះបានបំពានសិទ្ធិចម្លងរបស់អ្នក។ ដោយសារវាមានភាពងាយស្រួលយ៉ាងខ្លាំងក្នុងការចម្លង និងចែកចាយរូបភាពឌីជីថល ហានិភ័យនៃការបំពាន សិទ្ធិចម្លងគឺមានអត្រាខ្ពស់ ហើយវាកើតឡើងយ៉ាងញឹកញាប់បំផុត។

ប្រសិនបើម្ចាស់រូបចាប់បាននូវការបំពានសិទ្ធិចម្លងនោះ ម្ចាស់រូបអាចប្តឹងជនល្មើសទៅ

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

តុលាការ ហើយពួកគេអាចនឹងត្រូវបង់ប្រាក់ពិន័យទៀតផង។ ដើម្បីជៀសវាងពីបញ្ហានេះ អ្នកគប្បីផ្សាយចេញ ឬបង្ហោះរូបថត របស់ខ្លួនអ្នកផ្ទាល់ដែលអ្នកបានថត ឬរូបថតផ្សេងៗទៀតដែលមានសិទ្ធិអនុញ្ញាតសាធារណៈ (creative commons (CC))។ អ្នកអាចស្វែងរករូបថតមានការអនុញ្ញាតសាធារណៈ (CC) ដែលបានផ្ដល់ការអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកចម្លងចែកចាយ ឬកែដោយប្រើប្រាស់មុខងារ «advanced search» ក្នុងគេហទំព័រស្វែងរកដូចជា «Google» ឬនៅលើ «Wikimedia» និង «Flickr» ជាដើម។ នៅពេលដែលអ្នកចែកចាយ ម្ដងទៀតនូវរូបភាពដែលមានសិទ្ធិអនុញ្ញាត CC ជាទូទៅអ្នកត្រូវតែសរសេរដាក់ឈ្មោះរបស់ម្ចាស់ដើម ដែលជាម្ចាស់សិទ្ធិចម្លងជាមួយផងដែរ។ ម្ចាស់រូបដែលមានសិទ្ធិអនុញ្ញាត CC មានសិទ្ធិក្នុងការកំណត់ថាអ្នកអាចធ្វើអ្វី និងមិនអាចធ្វើអ្វីខ្លះជាមួយរូបរបស់គាត់។

មេរៀនសង្ខេប

ក្នុងមេរៀននេះ យើងបានសិក្សានូវចំណុចសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- រូបថតគឺជារូបភាពគ្មានចលនាដែលរួមមានព័ត៌មានដែលយើងអាចមើលឃើញបាន។ រូបថតត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយពន្លឺជះមកលើវត្ថុ ឬភាវៈអ្វីមួយ។ សព្វថ្ងៃ គេអាចថតរូបបានដោយប្រើកាមេរ៉ា ឬកាមេរ៉ាកំព្យូទ័រ ឬទូរស័ព្ទដៃជាដើម។
- រូបភាពមួយមានអំណាចខ្លាំង ព្រោះវាផ្ដល់ព័ត៌មានតាមរយៈអ្វីដែលមើលឃើញនឹងភ្នែកបាន សម្រាប់មនុស្សយើង ចក្ខុវិញ្ញាណគឺជាផ្នែកដ៏សំខាន់ជាងវិញ្ញាណផ្សេងៗទៀត ហើយជាង ៨០% នៃព័ត៌មានដែលចូលមកក្នុងខួរក្បាលរបស់យើង គឺជាព័ត៌មានដែលយើងមើលឃើញតាមរយៈចក្ខុវិញ្ញាណ។
- អត្ថន័យសារនៃរូបថតត្រូវបានកំណត់ដោយអ្នកថតរូប ដោយកម្មវត្ថុក្នុងរូបនោះ និងដោយអ្នកមើលរូបនោះផ្ទាល់។ អ្នកថតរូបក៏អាចចាប់ប្លង់ដើម្បីបង្វែនូវរបៀបដែលយើងមើលរូបថត ដោយប្រើតិចនិកថតរូបជាក់លាក់មួយចំនួន។ ដូច្នេះអ្នកគួររៀនពីក្បួនច្បាប់នៃការរៀបចំរូបភាពសម្រាប់ថត និងវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗ ដើម្បីក្លាយជាអ្នកជំនាញខាងថតរូបម្នាក់បាន។
- ការកែរូបភាព គឺជាការផ្លាស់ប្ដូរសភាពដើមរបស់រូបថតតាមរយៈការកែលើរូបថតដែលបានថតហើយ ដើម្បីសម្រេចគោលដៅណាមួយ ឧទាហរណ៍ដូចជាដើម្បីបង្កើនសក្ដានុពលរបស់វាជាដើម។ អ្នកដែលកែរូបថតអាចធ្វើការបំភ្លៃ ឬក្លែងបន្លំសាររបស់រូបនោះ ដោយកែច្នៃទៅតាមអ្វីដែលពួកគេចង់បានផងដែរ។ សម្រាប់អ្នកសារព័ត៌មានរូបភាពចាត់ទុកការបំភ្លៃ ឬក្លែងបន្លំសាររូបភាពនេះ ជាអំពើមួយដែលគ្មានក្រមសីលធម៌ពិសេសនៅពេលដែលគេប្រើវា ដើម្បីបំភាន់ការពិតទៅកាន់មហាជន។
- សិទ្ធិជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិមានន័យថា មានតែអ្នកតែម្នាក់គត់ដែលអាចសម្រេចថា តើរូបរបស់អ្នកអាចចម្លងយកទៅផលិតឡើងវិញ ឬប្រើសម្រាប់ការងារណាមួយ ឬយកទៅបោះពុម្ព ឬផ្ទេរទៅឱ្យនរណាម្នាក់ប្រើបន្ត ឬលក់បាន។

លំហាត់អនុវត្តន៍

១- ធ្វើការជាដៃគូ រួចប្រើទូរស័ព្ទដៃរបស់អ្នកដើម្បីអនុវត្តថតរូបឱ្យគ្នាទៅវិញទៅមកដោយប្រើប្លង់ក្នុង "ក្បួនច្បាប់នៃការរៀបចំរូបភាពវគ្គ១" ក្នុងមេរៀនខាងលើដូចជា ប្លង់ពេញ ប្លង់មធ្យម ឬពាក់កណ្តាលខ្លួន ប្លង់ជិត ឬប្លង់លម្អិត និងប្លង់លម្អិតខ្លាំង។ រួចធ្វើការឆ្លុះបញ្ចាំងពីគុណភាពនៃការថតរូបរបស់អ្នកជាមួយដៃគូ។ អ្នកអាចអនុវត្តនូវក្បួន និងប្លង់ផ្សេងៗទៀត ដែលអ្នកបានរៀនផងដែរ។

២- សូមទាញយកកម្មវិធីកាត់តរូបភាព Pixlr Express ចូលទៅក្នុងទូរស័ព្ទដៃរបស់អ្នក។ រួចយករូបមួយដែលអ្នកថតបានខាងលើមកធ្វើការកែដោយអនុវត្តតាមជំហាននីមួយៗនៅក្នុងមេរៀន "ការកាត់តកែច្នៃប្រើបច្ចេកវិទ្យាឌីជីថល៖ កម្មវិធី Pixlr Express (លើទូរស័ព្ទដៃ)"។ ព្យាយាមសាកល្បងប្រើនៅមុខងារផ្សេងៗនៅក្នុងកម្មវិធីកែច្នៃរូបភាពនោះ។ អ្នកអាចធ្វើការកែច្នៃរូបថតនោះ ទៅតាមការចង់បានរបស់អ្នកផងដែរ។

សំណួររំលឹកមេរៀន

១- អ្វីទៅជារូបថត?

២- តើអ្វីដែលធ្វើឱ្យរូបភាពមួយមានអំណាចខ្លាំង?

៣- តើនរណាជាអ្នកកំណត់អត្ថន័យសាររបស់រូបថត?

៤- តើអ្វីជាការកែរូបភាព និងការកាត់តបំភ្លៃ ឬក្លែងបន្លំរូបភាព?

៥- តើអ្វីទៅជាសិទ្ធិចម្លងរូបភាព?

t.me/moeysnews
sala.moeys.gov.kh
fb.me/krou.moeys.gov.kh

ជំពូកទី ៣ - ការបង្កើតមាតិកាសម្រាប់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ

មេរៀនទី

៨

វីដេអូ

នៅក្នុងមេរៀននេះ អ្នកនឹងសិក្សាអំពីៈ

១- អ្វីទៅជាវីដេអូ?

២- តើវីដេអូមានលក្ខណៈពិសេសអ្វីខ្លះ?

៣- កម្រងវីដេអូ និងទំហំប្លង់ថតវីដេអូ

៤- កំណែវីដេអូ និងការកាត់តវីដេអូ

៥- វីដេអូ និងសិទ្ធិចម្លង

ក- តើអ្វីជាវីដេអូ ?

វីដេអូគឺជាមធ្យោបាយមួយសម្រាប់បញ្ជូនព័ត៌មានតាមរយៈរូបភាព និងសំឡេងដែលផ្គុំបញ្ចូលគ្នា។ រូបភាពដែលយើងទស្សនា គឺជាផ្នែកដែលអាចមើលឃើញរបស់វីដេអូ ហើយសំឡេងដែលយើងឮគឺសម្រាប់ឱ្យយើងស្ដាប់។ ដូច្នេះហើយវីដេអូគឺជាមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយដែលមានទាំងសំឡេងផង និងរូបភាពផង ហើយទាំងរូបភាពនិងសំឡេងមានសារៈសំខាន់បំផុត។

កាមេរ៉ាដែលថតវីដេអូធ្វើការបញ្ជូនរូបភាពតាមរយៈសញ្ញាអគ្គិសនី។ គេទើបតែចាប់ផ្ដើមប្រើបច្ចេកវិទ្យានេះចាប់ពីពាក់កណ្ដាលសតវត្សទី ២០ មកប៉ុណ្ណោះ។ មុនពេលនោះ ការថតវីដេអូអាចធ្វើបានតែនៅលើដុំហ្វីលប៉ុណ្ណោះ។ នាពេលបច្ចុប្បន្ន ភាពជឿនលឿននៃបច្ចេកវិទ្យាបានធ្វើឱ្យកាមេរ៉ាមានទំហំកាន់តែតូច និងតម្លៃកាន់តែថោក។ កាមេរ៉ាបច្ចុប្បន្នផ្ដល់ភាពងាយស្រួលក្នុងការប្រើប្រាស់យ៉ាងខ្លាំង សូម្បីតែសម្រាប់អ្នកដែលមិនមានជំនាញក៏អាចប្រើប្រាស់បានដែរ។ តាំងពីឆ្នាំ ២០០៣ មកកាមេរ៉ាថតវីដេអូត្រូវបានគេរួមបញ្ចូលទៅក្នុងទូរស័ព្ទដៃដែលអ្នកណាៗក៏ដោយឱ្យតែមានទូរស័ព្ទដៃអាចប្រើប្រាស់សម្រាប់ថតវីដេអូបានទាំងអស់។

ខ- តើអ្វីខ្លះជាលក្ខណៈពិសេសទូទៅនៃវីដេអូ

ដោយសារតែវីដេអូមានទម្រង់រូបភាព មានសំឡេងវាក៏ជាមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយមានអត្ថប្រយោជន៍រួម ដែលអាចប្រើបានសម្រាប់គោលបំណងផ្សេងៗជាច្រើន។ វាអាចផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន ឬដំណឹងទូទៅតាមរយៈវីដេអូឯកសារ ជីវប្រវត្តិ បទយកការណ៍ក្នុងទស្សនាវដ្ដី និងវីដេអូណែនាំបង្ហាត់បង្រៀន។ វីដេអូក៏ត្រូវបានគេប្រើប្រាស់ដើម្បីបង្កឱ្យមានភាពសប្បាយរីករាយផងដែរ។ ចំពោះវិស័យកម្សាន្តក៏បានប្រើប្រាស់វីដេអូសម្រាប់ការថតរឿង ការថតរឿងភាគលើទូរទស្សន៍ កម្មវិធីទូរទស្សន៍ វីដេអូចម្រៀង និងអ្វីជាច្រើនទៀត។

វីដេអូអាចមានជាប្រភេទដែលមានមាតិកាពិត និងមាតិកាជារឿងតាក់តែងបែបប្រឌិត។ វីដេអូប្រឌិតអាចបង្ហាញទៅកាន់ទស្សនិកជន នូវការបកស្រាយព្រឹត្តការណ៍ណាមួយ ទីកន្លែងណាមួយ និងមនុស្សណាម្នាក់។ វីដេអូដែលមានមាតិកាប្រឌិតអាចទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍ទស្សនិកជន និងធ្វើឱ្យពួកគេជក់ចិត្តយ៉ាងខ្លាំងរហូតដល់ចង់ច្រឡំពិភពប្រឌិតជាមួយពិភពពិត។ ខណៈពេលដែលវីដេអូទាំងពីរប្រភេទមានលក្ខណៈល្អរៀងៗខ្លួន វាក៏មានចំណុចខ្វះខាតផងដែរ នៅពេលដែលអ្នកផលិតវីដេអូនោះបង្ហាញការពិតតែមួយផ្នែកដើម្បីបត់បែនការគិតរបស់ទស្សនិកជន។ ទោះបីជាវីដេអូរួមបញ្ចូលគ្នានូវរូបភាព និងសំឡេងក៏ដោយ ក៏ទស្សនិកជនមិនចាប់អារម្មណ៍លើសមាសភាពទាំងពីរនេះស្មើគ្នាដែរ។ ភាគច្រើនពួកគេចាប់បានរូបភាពច្រើនជាងសំឡេង ដែលមានឥទ្ធិពលទៅលើការយល់ឃើញរបស់ពួកគេ។ អ្នកបង្កើតមាតិកានៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដឹងច្បាស់ណាស់ពីឥទ្ធិពលនេះ ហើយពេលខ្លះពួកគេប្រើប្រាស់បទភ្លេង ឬសំឡេងដើម្បីបង្កើតជាបរិយាកាសមួយដែលបង្កើនឥទ្ធិពលរបស់មាតិកានោះទៅលើអ្នកទស្សនា។ វីដេអូកំប្លែង

t.me/moeysnews sala.moeys.gov.kh fb.me/krou.moeys.gov.kh

បើសិនជាមិនមានសំឡេងក៏មិនល្អសើចដែរ។ បើសិនជាគ្មានសំឡេង រឿងដែលគួរឱ្យខ្លាចនឹងបាត់បង់ភាពភ័យរន្ធត់របស់វាហើយពេលមើលទៅមិនគួរឱ្យខ្លាចនោះឡើយ។

នៅក្នុងផ្នែកព័ត៌មានឯណោះវិញ ការប្រើប្រាស់ចម្រៀង ឬភ្លេងបន្ថែមទៅក្នុងវីដេអូ គឺជាអ្វីដែលមិនគួរមាននោះឡើយ។ មានតែសំឡេងដើមដែលបានថតនៅក្នុងបទសម្ភាសន៍នៅទីតាំងផ្ទាល់ សម្ដីដកស្រង់ប្រាស់មធ្យោបាយបែងអត្ថបទនិងរូបភាពបែបនេះ។ កត្តាមួយទៀតដែលធ្វើឱ្យអ្នកទស្សនាលំបាកក្នុងការតាមដាន និងយល់វីដេអូ គឺជាវីដេអូដែលចាក់ត្រឡប់មកវិញនូវរូបភាពសំឡេង និងឈុតឆាកក្នុងល្បឿនដែលមិនសមស្របមួយ។ អ្នកទស្សនាមិនអាចពន្លឿន ឬបន្ថយល្បឿននៃរូបភាពបាននោះទេ។ នៅក្នុងភាពយន្តដែលគេចង់បញ្ចាំងនៅក្នុងរោងកុន ឬនៅលើទូរទស្សន៍វិញ ពេលខ្លះល្បឿននៃការរាយការណ៍លឿនពេក ដែលធ្វើឱ្យទស្សនិកជនចាប់មិនបាននៅត្រង់កន្លែងខ្លះ។ ក៏ប៉ុន្តែបើនៅលើអ៊ីនធឺណិតវិញ សាធារណជនប្រាកដណាស់ពិតជាអាចចាក់ចុះឡើងបាន។ ចេញពីបទសម្ភាសន៍ និងការរ៉ាយរ៉ាប់ប្រាប់នៃអ្នកថ្លែងសារព័ត៌មានប៉ុណ្ណោះដែលត្រូវបានប្រើប្រាស់នៅក្នុងវីដេអូសារព័ត៌មាន ដើម្បីស្ដែងចេញពីភាពច្បាស់លាស់ និងការពិតតាមដែលអាចធ្វើបាន។ នៅក្នុងសេណារីយ៉ូ ដែលល្អបំផុត រូបភាពនិងសំឡេងនៃព័ត៌មានត្រូវដើរស៊ីសង្វាក់គ្នាបង្កើតជាការទ្រទ្រង់គ្នាទៅវិញទៅមកដ៏រឹងមាំមួយសម្រាប់ការរាយការណ៍។

ប៉ុន្តែពេលខ្លះវិញ អ្នកសារព័ត៌មានមិនអាចធ្វើការស្វែងរករូបភាពដែលសាកសមក្នុងការធ្វើការអត្ថធិប្បាយសាច់រឿង ឧទាហរណ៍ដូចជានៅពេល ដែលរាយការណ៍ពីការចចារផ្នែកនយោបាយ ឬការប្រជុំសម្ងាត់។ នៅក្នុងករណីបែបនេះ ពួកគេចូលចិត្តរួមបញ្ចូលនូវរូបភាព ដែលមិនមានភាពពាក់ព័ន្ធ ហើយពេលខ្លះមិនសមរម្យទៀតផង ដោយសារតែពួកគេខ្វះខាតរូបភាពមកប្រើប្រាស់។ ក្នុងករណីនេះរូបភាពបានឆ្លុះបញ្ចាំងពីសាច់រឿងមួយដែលខុសស្រឡះពីការរាយការណ៍។ កាលៈទេសៈនេះគឺគេហៅថា ការបែងអត្ថបទនិងរូបភាព៖ ព័ត៌មានដែលស្ដែងចេញតាមរូបភាពមានមាតិកាខុសគ្នា ពីអត្ថបទបកស្រាយ។ សម្រាប់អ្នកទស្សនាប្រភេទវីដេអូព័ត៌មានបែបនេះគឺ មានភាពលំបាកក្នុងការយល់ដោយសារតែពួកគេចាប់រូបភាពបានច្រើនជាងសំឡេង ឬការរាយការណ៍ដែលជាផ្នែកបកស្រាយពីព័ត៌មានលម្អិតពិតប្រាកដ។ អ្នកសារព័ត៌មានគួរតែជៀសវាងការប្រើប្រាស់មធ្យោបាយបែងអត្ថបទនិងរូបភាពបែបនេះ។

គ- តើអ្វីទៅជាកម្រងវីដេអូ (videosequence) ហើយអ្វីជាឃ្លីបវីដេអូ (video clip) ?

កម្រងវីដេអូគឺជាផ្នែកនៃវីដេអូមួយដែលបង្កើតឡើងជាការនិទានដោយឡែកមួយ ដោយអាស្រ័យទៅលើបច្ចេកទេសកាត់តវីដេអូ ឬមាតិការបស់វីដេអូនោះ។ ឧទាហរណ៍ ការធ្វើសកម្មភាពសាមញ្ញដូចជាការចៀនពងទា ឬការហៅទូរស័ព្ទ ដោយប្រើប្រាស់ទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃ អាចត្រូវបានបំបែកជាប្លង់តូចៗប្រហែល ៥ ទៅ ៦ ប្លង់។ នៅពេលដែលគេរួមប្លង់ទាំងនេះបញ្ចូលគ្នាវាត្រូវបានគេហៅថា កម្រងវីដេអូ។ ចំណែកឯ ឃ្លីបវីដេអូវិញគឺជាកម្រងរូបភាព និងសំឡេងដែលភាគច្រើនមានប្រវែងតែពីរទៅបីនាទីប៉ុណ្ណោះ ក៏ប៉ុន្តែវានៅតែអាចមានអត្ថន័យច្បាស់លាស់ណាមួយ។

ឃ- តើទំហំប្លង់ថតវីដេអូមានន័យដូចម្តេច?

ទំហំប្លង់គឺត្រូវបានកំណត់ដោយចម្ងាយរបស់កាមេរ៉ាធៀបទៅនឹងកម្មវត្ថុ។ កាលណាកាមេរ៉ាមានចម្ងាយកាន់តែជិតកម្មវត្ថុ នោះអ្នកអាចឃើញអ្វីៗកាន់តែលម្អិត និងច្បាស់ជាងមុន តែនេះក៏មានន័យថាអ្នកមើលអ្វីៗនៅជុំវិញវត្ថុនោះកាន់តែមិនសូវច្បាស់ដែរ។ បើសិនជាកាមេរ៉ាមានចម្ងាយឆ្ងាយពីកម្មវត្ថុ នោះធ្វើឱ្យអ្នកទស្សនាអាចមើលឃើញបរិយាកាសជុំវិញបានច្បាស់ជាង។ អ្នកផលិតភាពយន្តអាចប្រើប្រាស់ទំហំប្លង់ខុសៗគ្នាជាច្រើនដើម្បីធ្វើឱ្យវីដេអូនោះគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍និងរំភើប ហើយបង្កជាបរិយាកាសឱ្យសាច់រឿងដើរទៅមុខយ៉ាងរលូន។ កម្រងតាមលំដាប់លំដោយនៃទំហំប្លង់ មានឥទ្ធិពលទៅលើការយល់ឃើញរបស់អ្នកទស្សនា។ ប្លង់វែង ប្លង់កណ្តាល ប្លង់ថតជិត គឺជាប្លង់ទាំងបីដែលគេប្រើប្រាស់ច្រើនបំផុត។

អ្នកផលិតខ្សែភាពយន្ត តែងប្រើទំហំប្លង់ថតជាច្រើនប្រភេទ ដើម្បីធ្វើឱ្យវីដេអូកាន់តែគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍និងរំភើប និងធ្វើឱ្យសាច់រឿងមានដំណើរទៅមុខ។ លំដាប់នៃទំហំប្លង់រូបថតមានឥទ្ធិពលលើការយល់ឃើញ និងអារម្មណ៍របស់អ្នកទស្សនានៅពេលពួកគេមើលវីដេអូ។ ស៊េរីនៃការប្រើប្លង់វែងពីចម្ងាយ អាចបង្កើតឱ្យមានអារម្មណ៍ស្ងប់ស្ងាត់ រីឯការប្រើប្លង់ជិត ឬបង្ហាញភាពលម្អិតជាច្រើនជាប់គ្នាពេក ក៏អាចធ្វើឱ្យអ្នកមើលទទួលអារម្មណ៍រំខាន វង្វេងស្មារតី ភ័យខ្លាច ឬទៅជាអាថ៌កំបាំងក៏មាន។

ច្បាប់ថត ៥ប្លង់

ថតចាប់ប្លង់ជិត (close-up of the action)
តើមានអ្វីកំពុងកើតឡើង? ទាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់អ្នកមើលដោយ ផ្លាស់ប្តូរពីភាពអាថ៌កំបាំងមកបង្ហាញឱ្យកៀកសម្រាប់ព័ត៌មានលម្អិត។

ថតប្លង់ជិតចាប់ផ្ទៃមុខ (close-up of the face)
តើនរណាកំពុងធ្វើសកម្មភាព? តើគេកំពុងមានអារម្មណ៍ដូចម្តេច? យកកាមេរ៉ា ឬពង្រីកប្លង់ឱ្យកាន់តែកៀក និងមិនបាច់យកផ្នែកខាងលើក្បាល ឬកម្មវត្ថុនោះទេ។

t.me/moeysnews
sala.moeys.gov.kh
fb.me/krou.moeys.gov.kh

ថតប្លង់មធ្យម ឬប្លង់ឆ្ងាយ (medium or long shot)
តើសកម្មភាពនេះកំពុងតែកើតឡើងនៅឯណា? បន្ថែមបរិបទ បរិយាកាស បរិស្ថាន ទីតាំង និងព័ត៌មានអំពីអ្វីៗដែលនៅជុំវិញកម្មវត្ថុនោះ។

ថតប្លង់ពីលើស្មា (over the shoulder shot)
តើសកម្មភាពនេះ កំពុងប្រព្រឹត្តទៅដូចម្ដេច? ថតពីខាងក្រោយ និងពីលើ ស្មាដើម្បីចាប់ប្លង់នៃរបៀបនៃការមើលរបស់កម្មវត្ថុនោះ។ អ្នកមើលអាចសម្គាល់ដឹងថាកម្មវត្ថុកំពុងតែធ្វើអ្វី។

ថតប្លង់មិនធម្មតាឬប្លង់ឆ្លាស់ (unusual/alternative shot)
តើអ្នកទស្សនាគួរតែដឹងអ្វីខ្លះទៀត? គប្បីមានការច្នៃប្រឌិត ឈរលើ កៅអី ឬក្រាបនៅលើឥដ្ឋ ឬផ្លាស់ប្តូរប្លង់ដែលចាប់ផ្ទៃខាងមុខ និងផ្ទៃខាងក្រោយ។

ង- តើការកាត់តវីដេអូ កំណែវីដេអូដំបូង និងកំណែវីដេអូចុងក្រោយមានន័យដូចម្ដេច?

ការកាត់តវីដេអូ គឺជាការដាក់បញ្ចូលគ្នានូវបំណែកនៃឈុតឆាកដែលបានថតដោយឡែកដើម្បីបង្កើតវីដេអូមួយ។ នៅជំហានដំបូងគេបានបង្កើតជាកំណែវីដេអូដំបូងដោយការរៀបចំឈុតឆាកក្នុងលំដាប់ដែលមានកត្តវិជ្ជាហើយឈុតណាដែលមិនត្រូវការគឺត្រូវកាត់ចោល។ វាគួរតែមានការលាយបញ្ចូលគ្នានូវទំហំប្លង់ខុសៗគ្នា ដើម្បីធ្វើឱ្យវីដេអូមានរចនាសម្ព័ន្ធដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍។ នៅជំហានទីពីរកំណែវីដេអូចុងក្រោយដែលមានការរៀបចំការលោតពីឆាកមួយទៅឆាកមួយឱ្យដើរទៅដោយរលូន ហើយធ្វើឱ្យវីដេអូមានចលនារស់រវើកការកែច្នៃពណ៌ឱ្យសមស្របទៅតាមតម្រូវការ រួចហើយដាក់អក្សរ ភ្លេង និងភាសា រួមទាំងសំឡេងត្រូវបានគេបន្ថែមទៅលើនោះផងដែរ។

ការកែសម្រួលវីដេអូ៖ កម្មវិធី VivaVideo (សម្រាប់ទូរស័ព្ទដៃ)

មុខងារចាប់ផ្ដើម (start menu)

បើកកម្មវិធី។ ជ្រើសរើស *Edit* សម្រាប់គម្រោងថ្មី ឬ *Studio* សម្រាប់គម្រោងដែលមានស្រាប់។

ជ្រើសរើសឃ្លីប (select clips)

ចុចបន្ថែមឃ្លីបដំបូងគេបង្អស់ពីការថតវីដេអូរបស់អ្នក។

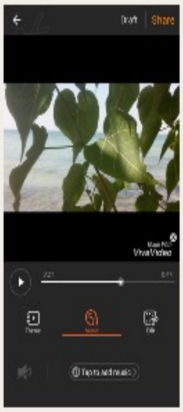
ការកាត់ ឬសារ៉េប្រវែងវីដេអូ៖ ទ្រង់ទ្រាយ (trim video: structure)

កំណត់ចំណុចផ្ដើម និងបញ្ចប់នៃឃ្លីបរបស់អ្នក។ ចុច *Add* ដើម្បីបន្ថែមឃ្លីបបន្ទាប់។

ជ្រើសរើសប្រធានបទ (select theme)

បន្ទាប់ពីបានបន្ថែមឃ្លីបទាំងអស់ហើយ ចូរជ្រើសយក *Done*។ មុខងារថ្មីនឹងបើកចេញមកជាមួយ *Theme (សូមចុច None) Music* និង *Edit*។

ជ្រើសរើសបទភ្លេង (select music)



បើសិនជាអ្នកចង់ អ្នកអាចជ្រើសរើសចម្រៀងដែលមាននៅក្នុងកម្មវិធីស្រាប់បាន។ បើសិនជាអ្នកយកចម្រៀងផ្សេង សូមគោរពសិទ្ធិថតចម្លងផង។

ការកែសម្រួលលម្អិត (detail editing)

ចាប់ផ្ដើមកែសម្រួលលម្អិតដោយជ្រើសរើសយក *Edit*។

fb.me/krou.moeys.gov.kh
sala.moeys.gov.kh
t.me/moeysnews

ច- វីដេអូនៅលើអ៊ីនធឺណិត និងបណ្ដាញសង្គម

ខ្លឹមសាររូបភាពជាលក្ខណៈវីដេអូបានក្លាយជាមាតិកាដ៏ពេញនិយមបំផុតនៅលើអ៊ីនធឺណិត ចាប់តាំងពីអ៊ីនធឺណិតមានសមត្ថភាព ក្នុងការបញ្ជូនទិន្នន័យដែលមានទំហំធំៗ បានរហ័សទៅកានអ្នកប្រើប្រាស់។ ប៉ុន្តែល្បឿន និងការផ្សព្វផ្សាយនៃអ៊ីនធឺណិតមិនមានភាពគ្រប់គ្រាន់នៅគ្រប់ប្រទេស ឬតំបន់ទាំងអស់នៅលើពិភពលោកនៅឡើយ ដើម្បីឱ្យអ្នកទស្សនាអាចទស្សនា អាចបង្ហោះ និងទាញយក វីដេអូតាមចិត្តចង់របស់ពួកគេ។

នៅចុងទសវត្សឆ្នាំ១៩៩០ ការចែកចាយវីដេអូនៅលើអ៊ីនធឺណិតភាគច្រើនគឺនៅក្រោមដែនកំណត់ នៃបណ្ដាញផ្សព្វផ្សាយ និងក្រុមហ៊ុនធំៗតែប៉ុណ្ណោះ។ អ្នកចែកចាយព័ត៌មានបានផ្សព្វផ្សាយកម្មវិធីដែលត្រូវបានផលិតឡើងសម្រាប់ការចាក់បញ្ចាំង លើទូរទស្សន៍តាមរយៈអ៊ីនធឺណិត ដើម្បីឱ្យវីដេអូនោះបានចែកចាយទៅដល់ចំនួនអ្នកទស្សនាកាន់តែច្រើន។ ក្រុមហ៊ុនបានផ្សព្វផ្សាយផលិតផលរបស់ពួកគេតាម វីដេអូ និងភាពយន្ត។ នៅពេល MySpace ត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅឆ្នាំ ២០០៣ វាគឺជាបណ្ដាញសង្គមដំបូងគេមួយ ដែលអ្នកប្រើប្រាស់ទូទៅអាចបង្ហោះវីដេអូបាន។ MySpace ត្រូវបានប្រើជាចម្បងដោយអ្នកចម្រៀង និងអ្នកដែលចាប់អារម្មណ៍ទៅលើសិល្បៈចម្រៀង ដែលពួកគាត់ចូលចិត្តចែករំលែកវីដេអូបទចម្រៀងដែលគាត់ចូលចិត្ត។ មិនយូរប៉ុន្មានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដទៃទៀត នាំគ្នាចាប់ផ្ដើមធ្វើតាម MySpace ដែរ។ យូធូប (YouTube) បានដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ជាលើកដំបូងនៅក្នុងឆ្នាំ ២០០៥ មកពេលបច្ចុប្បន្ន យូធូបបានក្លាយជាសេវាកម្មពេញនិយមបំផុតរបស់ពិភពលោក សម្រាប់ការចែកចាយមាតិកាវីដេអូដោយមានអ្នកប្រើប្រាស់ជាងមួយពាន់លាននាក់។ សេវាកម្មផ្សេងទៀតរួមមាន Vimeo ជាមួយនឹងអ្នកទស្សនាជាង ១៧០ លាននាក់នៅទូទាំងពិភពលោក និង Vine ដែលបានបង្កើតឡើងក្នុងឆ្នាំ២០១២ សម្រាប់ការបង្ហាញវីដេអូខ្លីៗ។ ហ្វេសប៊ុក ក៏អនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ធ្វើការស្ទ្រីមវីដេអូបង្ហោះ មើល និងចែករំលែកវីដេអូផងដែរ។

ការផ្សាយបន្តផ្ទាល់ គឺជាប្រភេទនៃការស្ទ្រីមវីដេអូមួយទៀតនៅលើអ៊ីនធឺណិត។ ដូចគ្នានេះដែរ ក្រុមហ៊ុនប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងបណ្ដាញព័ត៌មានគឺជាស្ថាប័នដំបូងគេដែលបង្កើតបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ការផ្សាយបន្តផ្ទាល់ដើម្បីចែករំលែកទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់នូវព្រឹត្តិការណ៍ថ្មីៗ។ សព្វថ្ងៃនេះអ្នកណាក៏អាចប្រើទូរស័ព្ទឆ្លាតវៃ កម្មវិធីហ្វេសប៊ុក ឬ webcam ដូចជា Periscope និង YouNow ដើម្បីផលិត និងចែករំលែកវីដេអូផ្សាយបន្តផ្ទាល់ ជាមួយអ្នកមើលដែលមានចំនួនច្រើនរាប់មិនអស់បាន។

ឆ- វីដេអូ និងសិទ្ធិចម្លង

សិទ្ធិថតចម្លងត្រូវបានអនុវត្តចំពោះគ្រប់វីដេអូទាំងអស់ ដែលបានបង្ហោះទៅលើអ៊ីនធឺណិត។ នេះមានន័យថា អ្នកប្រើប្រាស់ម្នាក់អាចបង្ហោះមាតិកាណាដែលពួកគេជាម្ចាស់

កម្មសិទ្ធិតែប៉ុណ្ណោះ។ ប្រសិនបើនរណាម្នាក់ថតទុកការប្រកួតកីឡាអ្វីមួយ ឬការចាក់ផ្សាយតាមទូរទស្សន៍ហើយបង្ហោះវាទៅលើយូធូប ដោយគ្មានការអនុញ្ញាតនេះជាការបំពានលើការរក្សាសិទ្ធិរបស់បណ្ដាញទូរទស្សន៍។ ប្រសិនបើអ្នកថតវីដេអូ ចម្រៀងផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកហើយបង្ហោះពួកវា ចូរអ្នកគោរពកម្មសិទ្ធិរបស់តន្ត្រីករ និងផលិតកម្មរបស់អ្នកចម្រៀងនោះផង។ អ្នកផលិតហ្គេមវីដេអូជាម្ចាស់កម្មសិទ្ធិថតចម្លងឯកសារសម្រាប់ការបង្រៀនលេងហ្គេម។ ដោយសារតែមានវីដេអូច្រើនរាប់មិនអស់ ត្រូវបានបង្ហោះលើអ៊ីនធឺណិតជារៀងរាល់ថ្ងៃ វាមិនមានភាពងាយស្រួលនោះទេក្នុងការដឹងថា តើអ្នកណាខ្លះដែលបានប្រើប្រាស់វីដេអូរំលោភលើច្បាប់រក្សាសិទ្ធិ ហើយអ្នកណាបានលួចវីដេអូណាខ្លះទៅប្រើ ប៉ុន្តែគេនៅតែអាចរកអ្នករំលោភច្បាប់នោះបាន។ អ្នកប្រើប្រាស់យូធូប ខ្លះត្រូវបានគេប្ដឹងពីបទរំលោភលើសិទ្ធិចម្លង។ ហេតុដូច្នេះហើយបានជាវាមានភាពចាំបាច់ណាស់ក្នុងការបង្ហោះតែមាតិកាវីដេអូណាដែលផលិតដោយខ្លួនឯងលើអ៊ីនធឺណិត ឬប្រើប្រាស់វីដេអូដែលមានអាជ្ញាប័ណ្ណ Creative Commons (CC)។

មេរៀនសង្ខេប

ក្នុងមេរៀននេះ យើងបានសិក្សានូវចំណុចសំខាន់ៗដូចខាងក្រោម៖

- វីដេអូគឺជាមធ្យោបាយមួយសម្រាប់បញ្ជូនព័ត៌មានតាមរយៈរូបភាព និងសំឡេងផ្គុំបញ្ចូលគ្នា។ រូបភាពសម្រាប់យើងទស្សនា ហើយសំឡេងដែលយើងឮ គឺសម្រាប់ឱ្យយើងស្ដាប់។ ដូច្នេះហើយវីដេអូគឺជាមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយដែលមានទាំងសំឡេងផង និងរូបភាពផង ហើយទាំងរូបភាពនិងសំឡេងមានសារៈសំខាន់បំផុត។
- គេអាចប្រើបានសម្រាប់គោលបំណងផ្សេងៗជាច្រើនដូចជា ផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មាន ឬដំណឹងទូទៅតាមរយៈវីដេអូឯកសារ ជីវប្រវត្តិ និងវីដេអូណែនាំបង្ហាត់បង្រៀន ការកម្សាន្ត ថតរឿងសម្រាប់ទូរទស្សន៍ វីដេអូចម្រៀង និងអ្វីជាច្រើនទៀត។
- ការកាត់តវីដេអូ គឺជាការដាក់បញ្ចូលគ្នានូវបំណែកនៃឈុតឆាកដែលបានថតដោយឡែកដើម្បីបង្កើតវីដេអូមួយ។ វាមានការលាយបញ្ចូលគ្នានូវទំហំប្លង់ខុសៗគ្នា ការកែច្នៃពណ៌ឱ្យសមស្របទៅតាមតម្រូវការ ការដាក់អក្សរ ភ្លេង និងភាសា រួមទាំងសំឡេងបន្ថែមជាដើម ដើម្បីធ្វើឱ្យវីដេអូមានរចនាសម្ព័ន្ធដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍។
- សព្វថ្ងៃនេះខ្លឹមសាររូបភាពជាលក្ខណៈវីដេអូ បានក្លាយជាមាតិកាដ៏ពេញនិយមបំផុតមួយនៅលើអ៊ីនធឺណិត ចាប់តាំងពីអ៊ីនធឺណិតមានសមត្ថភាព ក្នុងការបញ្ជូនទិន្នន័យដែលមានទំហំធំៗបានរហ័សទៅកាន់អ្នកប្រើប្រាស់។
- សិទ្ធិថតចម្លងក៏ត្រូវបានអនុវត្តចំពោះការផលិតវីដេអូ និងការបង្ហោះវីដេអូទៅលើអ៊ីនធឺណិតផងដែរ។ នេះមានន័យថា អ្នកប្រើប្រាស់ម្នាក់អាចបង្ហោះតែមាតិកាណាដែលពួកគេជាម្ចាស់ កម្មសិទ្ធិតែប៉ុណ្ណោះ។ ប្រសិនបើនរណាម្នាក់ថតទុកនូវការប្រកួតកីឡាអ្វីមួយ ឬការចាក់ផ្សាយតាមទូរទស្សន៍ ហើយបង្ហោះវាទៅលើ យូធូប ដោយគ្មានការអនុញ្ញាតនេះគឺជាការបំពានលើការរក្សាសិទ្ធិ ។

fb.me/krou.moeys.gov.kh sala.moeys.gov.kh t.me/moeysnews

លំហាត់អនុវត្តន៍

១- អនុវត្តប្រើទូរស័ព្ទដៃរបស់អ្នក ដើម្បីថតវីដេអូសម្ភាសន៍ខ្លីមួយ។ ចូរធ្វើការជាក្រុមបីនាក់ ម្នាក់ដើរតួឱ្យគេសម្ភាសន៍ ម្នាក់កាន់ទូរស័ព្ទថតវីដេអូ និងម្នាក់ទៀតជាអ្នកសួរសំណួរ។ អ្នកអាចអនុវត្តតាមជំហានណែនាំខាងក្រោម៖

- ពិភាក្សាគ្នាជាមុនដើម្បីបង្កើតកម្រងសំណួរពីបីទៅប្រាំសំណួរដែលអ្នកចង់សួរ។
- ចែកតួនាទីគ្នាទៅតាមការណែនាំខាងលើ។
- ជ្រើសរើសទីកន្លែងសម្ភាសន៍ដែលសមរម្យ មិនមានសំឡេងរំខាន និងរៀបចំប្លង់ថត។
- បន្ទាប់ពីថតចប់ អ្នកអាចចែករំលែកវីដេអូជាមួយមិត្តរួមថ្នាក់។

២-ធ្វើការជាគូ អនុវត្តការថតដោយប្រើក្បួនថត ៥ប្លង់ រួចប្រើកម្មវិធីកាត់តវីដេអូនោះបញ្ចូលគ្នាដោយអនុវត្តតាម ជំហានខាងក្រោម៖

- ចែកតួនាទីគ្នា ម្នាក់ជាអ្នកថត ហើយម្នាក់ជាអ្នកសម្តែងអង្គុយប្រើទូរស័ព្ទ ឬកំពុងអានសៀវភៅ។ អ្នកអាចអនុវត្តតាមគំរូសកម្មភាពក្បួនថត ៥ ប្លង់នៅក្នុងមេរៀងចំណុច “គ” បាន។
- ក្នុងមួយប្លង់ អ្នកគួរថតយ៉ាងហោចណាស់ឱ្យបានរយៈពេល ៦វិនាទី ឬច្រើនជាងនេះ។
- បន្ទាប់ពីថតបានគ្រប់ប្លង់ហើយចូរអនុវត្តកាត់តវីដេអូទាំងនោះបញ្ចូលគ្នាក្នុងកម្មវិធី KineMaster (ចូរទាញយកកម្មវិធីនេះ នឹងដំឡើងក្នុងទូរស័ព្ទអ្នក បើអ្នកមិនទាន់មានវាទេនោះ) ដោយអនុវត្តតាមជំហាន ណែនាំនៅក្នុងមេរៀនចំណុច “ការកែសម្រួល វីដេអូ៖ កម្មវិធី KineMaster (សម្រាប់ទូរស័ព្ទដៃ)”។ អ្នកអាចធ្វើការសាកល្បងប្រើនៅមុខងារផ្សេងៗបន្ថែមនៅក្នុងកម្មវិធីនោះផងដែរ។

សំណួររំលឹកមេរៀន

១- តើអ្វីទៅជាវីដេអូ?
២- តើអ្វីខ្លះជាលក្ខណៈពិសេសទូទៅនៃវីដេអូ?
៣- តើទំហំប្លង់ថតវីដេអូមានន័យយ៉ាងដូចម្តេច? ចូររៀបរាប់ច្បាប់ថតទាំងប្រាំប្លង់នៃការថតវីដេអូ។
៤- តើអ្វីជាការកាត់តវីដេអូ?
៥- តើអ្វីជាសិទ្ធិចម្លងវីដេអូ?