



มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

การจัดการความรู้ (KM)



การใช้ภาษาในการสื่อสาร
เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร



กรรมการส่งเสริมภาพลักษณ์และองค์กร



การจัดการความรู้ สำนักงานอธิการบดี เรื่อง การใช้ภาษาในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร

โลกในยุคการสื่อสารไร้พรมแดน การประชาสัมพันธ์ถือเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร ดังนั้น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาจึงให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างยิ่งและมุ่งเน้นให้เกิด การสื่อสารข้อมูลข่าวสารของมหาวิทยาลัยไปยังสาธารณชนภายนอกหลายช่องทางอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการรับรู้และมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในฐานะสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

สำนักงานอธิการบดี เป็นหน่วยงานหลักที่ดำเนินการจัดการด้านการบริหารจัดการเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงาน ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยเฉพาะด้านการสร้างภาพลักษณ์องค์กร มีงานประชาสัมพันธ์ กองกลาง เป็นหน่วยงานในสังกัดสำนักงานอธิการบดีที่ดำเนินงานด้านนี้โดยตรง และเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ประจำปีการศึกษา 2562 (ภาพรวมของมหาวิทยาลัย) ซึ่งมีการให้ข้อเสนอแนะในข้อที่ 3 การจัดการระบบการสื่อสารทั้งภายในมหาวิทยาลัยและภายนอกมหาวิทยาลัย โครงการ/กิจกรรม ข้อที่ 3.1 โครงการพัฒนาการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์มหาวิทยาลัย สอดคล้องกับสำนักงานอธิการบดีได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการบริหารงาน ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง กลยุทธ์ที่ 1.2 ยุทธศาสตร์การให้บริการของสำนักงานอธิการบดี โครงการที่ 1.2.1 โครงการพัฒนาระบบการให้บริการของสำนักงานอธิการบดี จึงมีแนวคิดที่จะส่งเสริมให้เกิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยการจัดการความรู้ เรื่อง การใช้ภาษาในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร ซึ่งมอบหมายให้งานประชาสัมพันธ์ กองกลาง เป็นผู้ดำเนินการหลัก และมีบุคลากรในสังกัดสำนักงานอธิการบดีที่มีส่วนร่วมในการสนับสนุน จัดตั้งเป็น CoP การใช้ภาษาในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรขึ้น เพื่อนำองค์ความรู้เรื่องดังกล่าวถ่ายทอดสู่หน่วยงานต่างๆ ในสำนักงานอธิการบดี คณะกรรมการเครือข่ายด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรของมหาวิทยาลัย และบุคลากรในมหาวิทยาลัยที่เกี่ยวข้อง ได้นำไปใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์หน่วยงานของตน เพื่อให้เกิดการส่งเสริมภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาในภาพรวมต่อไป



องค์ความรู้ KM Cop การใช้ภาษาเพื่อสื่อสารภาพลักษณ์องค์กร

องค์ความรู้ที่ 1 การเขียน Contentให้น่าสนใจ

Content ที่น่าสนใจ จะสามารถสื่อสารถึงเรื่องราวของกิจกรรมในองค์กรได้อย่างครบถ้วนตามหลักการเขียนข่าว “5W1H” ประกอบด้วย

ใคร (Who)	ใครคือบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับข่าว
ทำอะไร (What)	เกิดอะไรขึ้น การกระทำหรือเหตุการณ์ใดที่สำคัญ
ที่ไหน (Where)	การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นที่ไหน
เมื่อไร (When)	การกระทำหรือเหตุการณ์นั้นๆ เกิดขึ้นวัน เวลาใด
ทำไม (Why)	ทำไมเหตุการณ์นั้นจึงเกิด
อย่างไร (How)	เกิดขึ้นได้อย่างไร

องค์ความรู้ที่ 2 การเลือกประเด็นให้เป็นข่าว

เทคนิคการเลือกประเด็นให้เป็นข่าวก่อให้เกิดความสนใจของผู้รับสาร โดยใช้เทคนิค “เด่น แปลก ใหม่ ใหญ่ ดัง” เป็นวิธีการวิเคราะห์กิจกรรม หรือ เรื่องราวข่าวสารขององค์กร โดยใช้ทักษะ ทางภาษาเป็นเครื่องมือถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสารเพื่อดึงดูดความน่าสนใจ ผู้รับสารและมีความรู้สึกร่วมกับสารที่ได้รับ ก่อเกิดความประทับใจในภาพลักษณ์องค์กร ยกตัวอย่างเช่น การพาดหัวข่าวที่ใช้เทคนิคเด่น แปลก ใหม่ ใหญ่ ดัง “ราชภัฏโคราชเปิดตัว สยามแรปเตอร์ สุวจันต์ โดโนเสาร์กินเนื้อสายพันธุ์ใหม่ของโลก”

องค์ความรู้ที่ 3 การทำเพจ

Facebook Fanpage เป็นช่องทางในการสื่อสารที่ได้รับความนิยมจากหน่วยงานต่างๆ เป็นอย่างมาก การที่จะสื่อสารข่าวสารขององค์กร ไปยังผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากเทคนิคการใช้ภาษาแล้ว ผู้สื่อสารจะต้องทราบถึงองค์ประกอบอื่นๆ ของเพจ

- การกำหนดธีมเพลตขนาดของไฟล์ภาพที่จะปรากฏบนเพจในรูปแบบต่างๆ อย่างเหมาะสมกับลักษณะของงานหรือกิจกรรมที่สื่อสาร ทำการแสดงผลภาพของโพสต์ แสดงได้อย่างสวยงามตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรม เช่น การโพสต์ภาพกิจกรรมแบบอัลบั้มหน้าปกอัลบั้มควรเลือกใช้ธีมเพลตขนาดของไฟล์ภาพแบบ Album Cover (1+3) 1200x800 px

- การเลือกช่วงเวลาในการโพสต์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายใน Social Media เช่น Engagement ตามช่วงเวลาที่มีการเปิดสื่อของผู้ใช้ Facebook มากที่สุดอยู่ในช่วงเวลา 09.00 – 14.00 น. ผู้ที่จะสื่อสารควรเลือกโพสต์ข่าวสารในช่วงเวลาดังกล่าวเพื่อเข้าถึงเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

องค์ความรู้ที่ 4 การถ่ายภาพและเลือกภาพไปใช้ในการรายงานข่าว

ภาพถ่าย คือองค์ประกอบหนึ่งในการสื่อสารภาพลักษณ์ขององค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมาย ก่อให้เกิดการตีความหมายและการจดจำเนื้อหาได้ง่ายขึ้น กระตุ้นความสนใจ ในการรายงานข่าวจึงจำเป็นต้องเลือกภาพที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวในกิจกรรมที่ตีความครบถ้วน และถ่ายทอดอารมณ์ของภาพออกมาได้อย่างดี

คุณภาพของภาพถ่าย ประกอบด้วย

1. ภาพข่าวควรมีองค์ประกอบของความน่าสนใจ
2. ภาพข่าวต้องมีคุณภาพด้านเนื้อหาสมบูรณ์พอที่จะบอกเรื่องราวของเหตุการณ์ให้ผู้อ่านเข้าใจได้
3. ภาพข่าวต้องสื่อสารความหมายในเรื่องราวหรือกิจกรรมที่ต้องการสื่อสารได้อย่างชัดเจน
4. ภาพข่าวจะสามารถตอบคำถามให้กับผู้อ่านได้เหมือนกับได้อ่าน ว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร ตามหลักการเขียนข่าว “5W1H”
5. ภาพข่าวควรจะต้องมีคุณภาพดีพอสามารถเก็บรายละเอียดของเรื่องราวได้ มีความคมชัดและสื่อสารเรื่องราวได้อย่างครบถ้วนมีความสอดคล้องกับเหตุการณ์ตรงตามเนื้อหาของข่าว