

Quartet Communications

การสื่อสารแบบสร้างส่วนผสม 4 มิติ ระหว่าง Online และ Offline

..

โดย ดร.สุนทร คุณชัยมั่ง

22 พฤษภาคม 2566

Engagement กับการสื่อสารเชิงรุกในพื้นที่ Social Media

บุญส่ง ชลธร

รักชนก ศรีนอก

Social engagement

คือ การมีส่วนร่วมแบบปฏิสัมพันธ์ต่อกัน และกันของผู้คนในสังคมที่มีต่อการสื่อสาร ในอาณาบริเวณของการบริการของสื่อสังคมออนไลน์

- ประกอบด้วย
- การเข้าชม/การเห็น (Seeing)
- การแสดงความคิดเห็น (Like)
- การแสดงความคิดเห็น (Comment)
- การแบ่งปัน-ขยายผล/ส่งต่อ (Share)



จำนวนตัวเลขถูกใจ/แสดงความคิดเห็น/และการแบ่งปัน-ส่งต่อ ระหว่างผู้คนในสังคมที่มีต่อกิจกรรมของคุณบุญส่ง ชลธร กับคุณรักชนก ศรีนอก แสดงจำนวนการมีปฏิสัมพันธ์มีความแตกต่างกัน โดยที่คุณรักชนกมีตัวเลขปฏิสัมพันธ์ที่มากกว่าทุกด้าน ย่อมแสดงว่า การมีอิทธิพลต่อสังคมของคุณรักชนกมีมากกว่าคุณบุญส่ง เป็นเบื้องต้น

การใช้ Social Media และการใช้อีกาสต่อการรู้จักต่อสาธารณะและ “โลก”

ตัวอย่างการสื่อสารทางการเมืองของคุณรักชนก ศรีนอก
กิจกรรมกายภาพ – ลงพื้นที่หาเสียง และนำเรื่องราวไปเผยแพร่ใน Social Media/ให้สัมภาษณ์กับ Mass Media (U) แล้วก็นำเรื่องราวมาเผยแพร่ใน Social Media



การเชื่อมโยงของการปฏิบัติการของพื้นที่การสื่อสารก็สร้างความเข้มแข็งจากพื้นที่กิจกรรม/Social Media [YouTube, TikTok, Facebook]/Mass Media [BBC, The Guardian] รวมทั้งการทำหน้าที่ของความเป็นเครือข่ายแล้วทำให้ “สาร” มีความเข้มแข็งตามปฏิสัมพันธ์ของปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

การสื่อสารเป็นเครื่องมือของการปฏิบัติการทางการเมือง – สื่อเพื่อนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร ไปสู่การยอมรับ และการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง และสืบบ้านใหญ่

Engagement กับการสื่อสารเชิงรุกในพื้นที่ Social Media

การทำความเข้าใจเรื่อง Networking & Engagement เป็นหัวข้อเรื่องพื้นฐานที่คนทำงานด้านการสื่อสารควร “ตกใจให้แตก” หนึ่งใน Network เป็นอาณาบริเวณของความกว้างใหญ่ของชุมชนในพื้นที่หนึ่งๆ ของการ

สื่อสาร แต่ Engage คือ การมีส่วนร่วมในการร่วมแสดงออก ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมดำเนินงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่งด้วยกันของผู้คนในสังคม

สอง พื้นที่สังคมเครือข่ายของสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ใช่จะ Connect เพียงช่องทางออนไลน์ แต่เป็นทั้งออนไลน์-ออฟไลน์ และเป็นไปแบบ 2 แรงบวก (ไม่ใช่การทำงานแบบแยกส่วน ต่างคน ต่างทำ)

ตัวอย่างกรณีการสื่อสารของคุณรักชนก ที่ล้มคุณวันในการเลือกตั้งครั้งนี้ได้ เป็นตัวอย่างที่ดีของการสร้างกิจกรรมทั้งในพื้นที่ออฟไลน์ ออนไลน์ และทั้ง 2 พื้นที่พร้อมกัน

บันจี้กระดานยีนปราศรัยหาเสียงตามสี่แยก - เป็นออฟไลน์

นำเรื่องบันจี้กระดาน/การปราศรัย ไปเผยแพร่ใน TikTok, Facebook, Twitter-เป็นออนไลน์

ทำการ Live สดระหว่างบันจี้/หาเสียง - เป็น 2 แรงบวก

การทำงานข้างต้น ด้านหนึ่ง เป็นกิจกรรมการสื่อสาร อีกด้านหนึ่ง เป็นการสร้าง Engage

การสร้าง Engage ที่สำเร็จ จะได้การเผยแพร่ขยายผลต่อโดยธรรมชาติของผู้รับสาร ---เสมือนหนึ่งเป็นกลไกของการสื่อสารที่ร่วมกันสร้างประเด็น ขยายประเด็นออกไปในวงกว้างต่อกันไปอีก

จาก Slide แรก จะเห็นว่าจำนวน Engage ต่าง ๆ ในพื้นที่ของบุญส่ง ชเลธร น้อยกว่ารักชนก ศรีนอก เรื่องนี้ สะท้อนปริมาณสมาชิกในเครือข่ายของ 2 พื้นที่นี้ มีปฏิสัมพันธ์ต่อการนำเสนอที่มากน้อยต่างกัน เป็นพื้นฐาน แต่เรื่องที่แตกต่างกันมาก จะเห็นได้จาก Slide ที่สอง ที่พื้นที่ของรักชนก มีกิจกรรมที่หลากหลาย มีประเด็นที่หลากหลาย และมีทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ และการผสมผสานระหว่างออฟไลน์-ออนไลน์

พื้นที่ของรักชนก ย่อมสร้างการเข้าถึง และเปลี่ยนสมาชิกจากการรับสาร ไปสู่การร่วมขบวนการปฏิบัติการ ได้ดีกว่า

..