



ກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ
ສູນສັງເກດ ແລະ ຖ່າຍທອດເຕັກໂນໂລຊີ

ເອກະສານຝຶກອົບຮົມ

ການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນເຂົ້າໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ



ປີ 2024

ຄະນະຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຮຽບຮຽງ

ຄະນະທີ່ປຶກສາ

ທ່ານ ບັນດິດ ສຈ. ບ່ວງຄຳ ວົງດາລາ
ທ່ານ ປອ. ສັນຕິສຸກ ສິມມາລາວົງ
ທ່ານ ແກ້ວວິສຸກ ໂສລະພິມ
ທ່ານ ໄຊລືຊາ ອິນສິຊຽງໃໝ່

ລັດຖະມົນຕີ ກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ
ຮອງລັດຖະມົນຕີ ກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ
ຮອງລັດຖະມົນຕີ ກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ
ຮອງລັດຖະມົນຕີ ກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ

ຄະນະບັນນາທິການ

ທ່ານ ບັນດິດ ສຈ. ບ່ວງຄຳ ວົງດາລາ
ທ່ານ ມີນາໄຊ ພິລາວົງ
ທ່ານ ນ. ເກສອນ ສຸລິວົງ
ທ່ານ ຫັດສະດີ ພະລິຂັນ

ລັດຖະມົນຕີ ກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ
ຫົວໜ້າສູນອິນເຕີເນັດແຫ່ງຊາດ
ຫົວໜ້າສູນສິ່ງເສີມ ແລະ ຖ່າຍທອດເຕັກໂນໂລຊີ
ຮອງຫົວໜ້າກະຊວງ ເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ

ຄະນະຮັບຜິດຊອບເນື້ອໃນ

ທ່ານ ມີນາໄຊ ພິລາວົງ
ທ່ານ ໄຊສິມຫວັງ ສຸວັນນະວົງ
ທ່ານ ສຸດສາຄອນ ພິມມະຈັນ
ທ່ານ ບິນລີ ສີສຸລາດ
ທ່ານ ສຸລິສັກ ໄຊຍະແສງ
ທ່ານ ນ. ສຸພາວະດີ ປຣະເສີດ
ທ່ານ ວົງສິສຸກ ທຳມະວົງ
ທ່ານ ນ. ສຸຈິນດາ ວົງພະຈັນ
ທ່ານ ນ. ຄອນສະຫວັນ ສຸວັນນະຈັກ
ທ່ານ ນ. ເລັກເຊ່ຍ ສຸດທິວົງ
ທ່ານ ຈັນທະຈັກ ຫຼວງລາດ
ທ່ານ ພຸດດາວອນ ພາສຸວັນ
ທ່ານ ບຸນຂາວ ຈະເລີນລັງສີ

ຫົວໜ້າສູນອິນເຕີເນັດແຫ່ງຊາດ
ຮອງຫົວໜ້າສູນອິນເຕີເນັດແຫ່ງຊາດ
ຮອງຫົວໜ້າກົມຄວາມປອດໄພໄຊເບີ
ຫົວໜ້າພະແນກ, ຫ້ອງການກະຊວງ
ຫົວໜ້າພະແນກ, ກົມຄວາມປອດໄພໄຊເບີ
ຮອງຫົວໜ້າພະແນກ, ສູນອິນເຕີເນັດແຫ່ງຊາດ
ຮອງຫົວໜ້າພະແນກ, ສູນອິນເຕີເນັດແຫ່ງຊາດ
ຮອງຫົວໜ້າພະແນກ, ກົມຄວາມປອດໄພໄຊເບີ
ຮອງຫົວໜ້າພະແນກ, ກົມຄວາມປອດໄພໄຊເບີ
ຮອງຫົວໜ້າພະແນກ, ຫ້ອງການກະຊວງ
ວິຊາການ, ຫ້ອງການກະຊວງ
ວິຊາການ, ຫ້ອງການກະຊວງ
ວິຊາການ, ສູນອິນເຕີເນັດແຫ່ງຊາດ

ຮຽບຮຽງ

ທ່ານ ນ. ເກສອນ ສຸລິວົງ
ທ່ານ ນາງ ເພັດນະພາ ພິມມະຈັນ
ທ່ານ ວຸດທິດາ ອຸດົມສັກ
ທ່ານ ຄອນສັກ ໂຄດຕະວົງ
ທ່ານ ນ. ພອນວິມິນ ພັນດານຸວົງ

ຫົວໜ້າສູນສິ່ງເສີມ ແລະ ຖ່າຍທອດເຕັກໂນໂລຊີ
ຫົວໜ້າພະແນກ, ສູນສິ່ງເສີມ ແລະ ຖ່າຍທອດເຕັກໂນໂລຊີ
ຮອງຫົວໜ້າພະແນກ, ສູນສິ່ງເສີມ ແລະ ຖ່າຍທອດເຕັກໂນໂລຊີ
ຮອງຫົວໜ້າພະແນກ, ສູນສິ່ງເສີມ ແລະ ຖ່າຍທອດເຕັກໂນໂລຊີ
ວິຊາການ, ສູນສິ່ງເສີມ ແລະ ຖ່າຍທອດເຕັກໂນໂລຊີ

ອອກແບບ ແລະ ພິມ

ທ່ານ ປິຊາ ແກ້ວມະນີໄລ
ທ່ານ ທິງສະຫວັດ ພັນທະວົງ

ຮອງຫົວໜ້າພະແນກ, ສູນສິ່ງເສີມ ແລະ ຖ່າຍທອດເຕັກໂນໂລຊີ
ວິຊາການ, ສູນສິ່ງເສີມ ແລະ ຖ່າຍທອດເຕັກໂນໂລຊີ

ສາລະບານ

ຄະນະຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ຮຽບຮຽງ	i
ສາລະບານ.....	ii
ຄຳນຳ.....	vi
ຄຳເຫັນຂອງທ່ານ ບັນດິດ ສາດສະດາຈານ ບໍ່ວຽງຄຳ ວົງດາລາ ກຳມະການສູນກາງພັກ, ລັດຖະມົນຕີກະຊວງ ເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ	vii
ບົດທີ 1 ຄວາມຮູ້ພື້ນຖານກ່ຽວກັບສິ່ງຄົມອອນລາຍ	1
I. ສະພາບລວມ	1
II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສຳຄັນ	1
2.1 ຈຸດປະສົງ.....	1
2.2 ຄາດໝາຍ	1
2.3 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສຳຄັນ.....	1
III. ທິດສະດີ ແລະ ເນື້ອໃນ	2
3.1 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສຳຄັນ	3
3.2 ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນໃຫ້ມີການໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍເພີ່ມຂຶ້ນ.....	7
3.3 ການນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍໃນສາກົນ	8
3.4 ການນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍຢູ່ ສປປ ລາວ	9
3.5 ບັນຫາການໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ	11
IV. ສະຫຼຸບ.....	11
ບົດທີ 2 ທິດສະດີພື້ນຖານສຳລັບສົມວນຊົນ.....	13
I. ສະພາບລວມ	13
II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສຳຄັນ	13
2.1 ຈຸດປະສົງ.....	13
2.2 ຄາດໝາຍ	13
2.3 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສຳຄັນ.....	14
III. ທິດສະດີ ແລະ ເນື້ອໃນ	14
3.1 ຈັນຍາບັນຂອງນັກຂ່າວ.....	14
3.2 ບົດບາດຂອງສົມວນຊົນລາວ.....	15
3.3 ວຽກຂອງນັກຂ່າວ	18
3.4 ຄຸນສົມບັດພື້ນຖານສຳລັບຜູ້ຈະເຂົ້າສູ່ເສັ້ນທາງຂຽນບົດ-ຂ່າວເປັນອາຊີບ	20

3.5 ສິ່ງທີ່ນັກຂ່າວຕ້ອງຍຶດຖືເປັນປະຈຳ.....	20
ບົດທີ 3 ການຂຽນຂ່າວ-ສ້າງເນື້ອຫາລົງໃນສື່ອອນລາຍ	22
I. ສະພາບລວມ	22
II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສໍາຄັນ	22
2.1 ຈຸດປະສົງ.....	22
2.2 ຄາດໝາຍ	22
2.3 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສໍາຄັນ.....	22
III. ທິດສະດີ ແລະ ເນື້ອໃນ	22
3.1 ຄວາມຮູ້ພື້ນຖານການຂຽນຂ່າວ.....	22
3.2 ຄວາມສໍາຄັນຂອງຫົວຂໍ້ຂ່າວ	28
3.3 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນຂ່າວ	28
3.5 ການເກັບກຳຂໍ້ມູນ	28
3.6 ການສ້າງເນື້ອຫາລົງໃນສື່ອອນລາຍ.....	33
3.7 ການບໍລິຫານຈັດການຂໍ້ມູນກ່ອນເຜີຍແຜ່.....	37
3.8 ການສ້າງບັນຊີ ແລະ ການເຜີຍແຜ່ ໃນພລັດຟອມອອນລາຍ.....	38
ບົດທີ 4 ການນຳໃຊ້ອຸປະກອນ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີໃນການຜະລິດສື່.....	50
I. ສະພາບລວມ	50
II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສໍາຄັນ	50
2.1 ຈຸດປະສົງ.....	50
2.2 ຄາດໝາຍ	50
2.3 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສໍາຄັນ.....	50
III. ທິດສະດີ ແລະ ເນື້ອໃນ	50
3.1 ພື້ນຖານການນຳໃຊ້ອຸປະກອນຜະລິດສື່.....	50
3.2 ການນຳໃຊ້ໂປຣແກຣມປັບແຕ່ງພາບ	57
3.3 ການນຳໃຊ້ໂປຣແກຣມຕັດຕໍ່ວິດີໂອ.....	59
3.4 ການບັນທຶກ ແລະ ຕັດຕໍ່ສຽງ.....	61
3.5 ຂັ້ນຕອນພື້ນຖານ ການຕັດຕໍ່ພາບ ແລະ ສຽງສຳຫຼັບມືໃໝ່.....	66
3.6 ການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີປັນຍາປະດິດເຂົ້າໃນການຜະລິດສື່.....	73
ບົດທີ 5 ການໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍດ້ວຍແນວຄິດສ້າງສັນ.....	84
I. ສະພາບລວມ	84

II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສໍາຄັນ	84
2.1 ຈຸດປະສົງ.....	84
2.2 ທີ່ມາ ແລະ ຄວາມສໍາຄັນ	85
III. ທິດສະດີ ແລະ ເນື້ອໃນ	85
3.1 ຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງ social media ແລະ social network	85
3.2 ລັກສະນະການສື່ສານຂອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ	86
3.3 ຄວາມແຕກຕ່າງສື່ທາງການ ແລະ ສື່ທົ່ວໄປ	87
3.4 ການຮູ້ເທົ່າທັນ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ທັກສະໃນການຮັບຮູ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ.....	87
3.5 ຫຼັກການໃນການນໍາໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍດ້ວຍແນວຄິດສ້າງສັນ.....	88
3.6 ການພັດທະນາທັກສະການຮຽນຮູ້ໃຫ້ເທົ່າທັນສື່ອອນລາຍ.....	90
3.7 ການວິເຄາະຂ່າວປອມ ແລະ ສິ່ງບໍ່ມີມູນຄວາມຈິງ	91
3.8 ນິຍາມ, ອົງປະກອບ ແລະ ໂປຣແກມ ໃນການສ້າງເວັບໄຊ.....	103
3.9 ຂໍ້ດີ ແລະ ຂໍ້ເສຍ ໃນການນໍາໃຊ້ສື່ອອນລາຍ.....	116
3.10 ຈັນຍາບັນໃນການນໍາໃຊ້ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ.....	117
ບົດທີ 6 ກໍລະນີເກີດເຫດ ໃນການນໍາໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ.....	119
I. ສະພາບລວມ	119
II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສໍາຄັນ	119
2.1 ຈຸດປະສົງ.....	119
2.2 ຄາດໝາຍ	119
2.3 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສໍາຄັນ.....	119
III. ທິດສະດີ ແລະ ເນື້ອໃນ	119
3.1 ການແກ້ໄຂບັນຫາແຕ່ລະປະເພດການນໍາໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ.....	119
3.2 ນິຕິກຳກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານອິນເຕີເນັດ ຢູ່ລາວ	122
3.3 ສິ່ງທ້າທາຍ	129
3.4 ກົນໄກການຕອບໂຕ້ ແລະ ການແກ້ໄຂ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ.....	129
3.5 ການແກ້ໄຂບັນຊີເຟສບຸກຖືກແຮັກ.....	144
ບົດທີ 7 ການສ້າງ, ພັດທະນາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ ໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ.....	147
I. ສະພາບລວມ	147
II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສໍາຄັນ	147
2.1 ຈຸດປະສົງ.....	147

2.2	ຄາດໝາຍ	147
2.3	ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສໍາຄັນ.....	147
III.	ເນື້ອໃນ ແລະ ທິດສະດີ	147
3.1	ການສ້າງ ແລະ ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ.....	147
3.2	ການຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ	150
3.3	ມາດຕະການປ້ອງກັນການໂຈມຕີເວັບໄຊ	151
3.4	ການກວດກາຕິດຕາມ ແລະ ຮັບມື ກັບໄພຄຸກຄາມເວັບໄຊ.....	153
3.5	ການສໍາຮອງ ແລະ ການເກັບຮັກສາຂໍ້ມູນຈໍລະຈອນທາງເວັບໄຊ	155

ຄຳນຳ

ປະຈຸບັນ ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ແມ່ນ ໄດ້ກາຍເປັນໜຶ່ງໃນອົງປະກອບທີ່ສຳຄັນຂອງການດຳເນີນກິດຈະກຳຕ່າງໆ ທາງດ້ານການປົກຄອງ, ການດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ການດຳລົງຊີວິດຂອງບຸກຄົນ ເຊິ່ງເຫັນໄດ້ວ່າເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນນັບມື້ນັບມີບົດບາດ ແລະ ມີຄວາມສຳຄັນ ຕໍ່ການດຳລົງຊີວິດຂອງຄົນເຮົາ ກໍ່ຄືການພັດທະນາປະເທດ ຊຶ່ງມັນໄດ້ສ້າງທັງກາລະໂອກາດ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍ. ໃນປະຈຸບັນ ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ໄດ້ເຮັດໃຫ້ເກີດມີການປ່ຽນແປງ ຫຼື ຜົນກະທົບທາງດ້ານນະວັດນະກຳຢ່າງວ່ອງໄວ ແລະ ໄດ້ມີການນຳໃຊ້ ເຂົ້າໃນທຸກໆຂະແໜງການ ໃນວຽກງານການບໍລິຫານລັດດິຈິຕອນ, ວຽກງານການພັດທະນາເສດຖະກິດດິຈິຕອນ ແລະ ລວມໄປເຖິງວຽກງານສື່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ມີການນຳໃຊ້ກັນຢ່າງແຜ່ຫຼາຍໃນປະຈຸບັນ.

ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ມີບົດບາດສຳຄັນ ໃນການນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ເກີດມີການກະທົບປ່ຽນແປງໄປນຳໃຊ້ຫຼາກຫຼາຍຮູບແບບ ເປັນຕົ້ນ ຄື: ເຮັດໃຫ້ເກີດ Weblogs ຫຼື Blogs, ເຮັດໃຫ້ເກີດເຄືອຂ່າຍສັງຄົມ ຫຼື ເຄືອຂ່າຍສັງຄົມໃນອິນເຕີເນັດ, ເຮັດໃຫ້ເກີດມີການປະຕິວັດການຕະຫຼາດໂດຍສື່ສັງຄົມອອນລາຍ (social media marketing channel), ເວັບໄຊທ໌ທີ່ສະໜອງວິດີໂອອອນໄລນ໌ຟຣີ(Online Video) ແລະ ອື່ນໆ ມີທ່າອ່ຽງເພີ່ມຂຶ້ນ ຕາມການຂະຫຍາຍຕົວຂອງເສດຖະກິດ ແລະ ການຫັນປ່ຽນເປັນດິຈິຕອນ ຂອງ ສປປ ລາວ, ຊຶ່ງມັນຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການຄຸ້ມຄອງທີ່ຮັດກຸມ ແລະ ມີປະສິດທິພາບ ແລະ ປະສິດທິຜົນ ໂດຍສະເພາະ ການສ້າງຈິດສຳນຶກທີ່ດີໃຫ້ແກ່ພະນັກງານລັດຖະກອນ, ນັກຮຽນ, ນັກສຶກສາ ແລະ ປະຊາຊົນ ທົ່ວສັງຄົມໃນການຊົມໃຊ້ ແລະ ນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍໃນທາງທີ່ສ້າງສັນ, ມີຄວາມປອດໄພ ແລະ ໃຫ້ເກີດປະໂຫຍດສູງສຸດ.

ເອກກະສານສະບັບນີ້ ເປັນເຄື່ອງມືເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການຝຶກອົບຮົມ ການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນເຂົ້າໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເພື່ອສ້າງຄວາມຮູ້, ຄວາມເຂົ້າໃຈ ໃຫ້ແກ່ພະນັກງານນຳພາ-ບໍລິຫານຄຸ້ມຄອງ, ພະນັກງານວິຊາການ ຂະແໜງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ ແລະ ຂະແໜງການອື່ນທີ່ຕິດພັນ ແຕ່ສູນກາງຮອດທ້ອງຖິ່ນ, ນັກຮຽນ, ນັກສຶກສາ, ຜູ້ປະກອບກິດຈະການທຸລະກິດ ແລະ ວິສາຫະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ກາງ (SMEs) ແລະ ຫົວໜ່ວຍທຸລະກິດອື່ນໆ ເພື່ອສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງ, ສ້າງໂອກາດ ແລະ ຮັບປະກັນທາງດ້ານຄວາມປອດໄພໄຊເບີໃນຂະແໜງການຕ່າງໆ ປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ໃນຍຸກການຫັນເປັນດິຈິຕອນ.

ຄຳເຫັນຂອງທ່ານ ບັນດິດ ສາດສະດາຈານ ບໍ່ວຽງຄຳ ວົງດາລາ ກຳມະການສູນກາງພັກ, ລັດຖະມົນຕີກະຊວງ ເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ



ປະຈຸບັນນີ້ເຫັນວ່າມວນມະນຸດເຮົາ ກຳລັງກ້າວເຂົ້າສູ່ຍຸກສະໄໝແຫ່ງການປະຕິວັດອຸດສາຫະກຳຄັ້ງທີ 4 (ຫຼື ເອີ້ນຫຍໍ້ວ່າຍຸກອຸດສາຫະກຳ 4.0). ເປັນຫຍັງຈຶ່ງເອີ້ນວ່າ ຍຸກແຫ່ງການປະຕິວັດອຸດສາຫະກຳ ຄັ້ງທີ 4? ເອີ້ນແນວນີ້ກໍຍ້ອນວ່າ ໃນສາມສັດຕະວັດທີ່ຜ່ານມານີ້ ໄດ້ເກີດມີການປະຕິວັດທາງດ້ານວິທະຍາສາດ-ເຕັກນິກ 3 ຄັ້ງແລ້ວ ທີ່ສົ່ງຜົນສະທ້ອນອັນໃຫຍ່ຫຼວງແບບກ້າວກະໂດດ ຕໍ່ການຂະຫຍາຍຕົວຂອງສັງຄົມມະນຸດ ຄື:

ການປະຕິວັດອຸດສາຫະກຳຄັ້ງທີ 1: ເກີດຂຶ້ນໃນທ້າຍສັດຕະວັດທີ 18 (ປີ 1784) ຍ້ອນບັນດານັກວິທະຍາສາດ ໄດ້ຄົ້ນພົບວິທີການນຳໃຊ້ອາຍນ້ຳ ເພື່ອເປັນພະລັງງານໃຫ້ແກ່ເຄື່ອງຈັກອຸດສາຫະກຳ. ຢູ່ປະເທດອັງກິດ ໄດ້ສ້າງລົດໄຟທີ່ແລ່ນດ້ວຍອາຍນ້ຳ, ຈັກຕໍ່ແຜ່ນດ້ວຍອາຍນ້ຳ... ເຮັດໃຫ້ການຜະລິດອຸດສາຫະກຳຂະຫຍາຍຕົວ, ເກີດມີຊົນຊັ້ນນາຍທຶນ ແລະ ກຳມະກອນ. ປະເທດອັງກິດສາມາດຂະຫຍາຍອານານິຄົມໄດ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງຢູ່ໃນໂລກ.

ການປະຕິວັດອຸດສາຫະກຳຄັ້ງທີ 2: ເກີດຂຶ້ນໃນທ້າຍສັດຕະວັດທີ 19 (ປີ 1870) ຍ້ອນວ່າບັນດານັກວິທະຍາສາດໄດ້ຄົ້ນພົບພະລັງງານໄຟຟ້າ ແລະ ໄດ້ນຳໃຊ້ພະລັງງານໄຟຟ້າ ເພື່ອເປັນພະລັງງານໃຫ້ແກ່ອຸດສາຫະກຳ, ຊຶ່ງພາໃຫ້ເກີດມີ ການຜະລິດຂະໜາດໃຫຍ່ ເຊັ່ນ: ການຜະລິດອຸດສາຫະກຳໜັກ, ການຫຼອມໂລຫະ, ການຜະລິດພາຫະນະ ແລະ ເຄື່ອງກົນຈັກຫຼາຍຢ່າງໄດ້ເກີດຂຶ້ນຢູ່ຫຼາຍປະເທດ ຊຶ່ງເຮັດໃຫ້ການພົວພັນ ການຜະລິດມີການປ່ຽນແປງຢ່າງເລິກເຊິ່ງ, ເກີດມີການປະຕິວັດທຶນນິຍົມຢູ່ຫຼາຍປະເທດ ແລ້ວກ້າວໄປເຖິງມີການປະຕິວັດສັງຄົມນິຍົມໃນປະເທດລັດເຊຍ ໃນປີ 1917. ສັງຄົມມະນຸດໄດ້ມີການປ່ຽນແປງຢ່າງໃຫຍ່ຫຼວງ, ນອກຈາກການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມແລ້ວ ຍັງເກີດມີສົງຄາມໂລກ 2 ຄັ້ງ, ເກີດມີອຸດສາຫະກຳການທະຫານ ທີ່ສາມາດຜະລິດອາວຸດຍຸດໂທປະກອນທັນສະໄໝຫຼາຍຢ່າງ ຕະຫຼອດຮອດລູກສອນໄຟ ແລະ ລະເບີດປະລະມານູ ພາໃຫ້ເກີດມີບັນດາປະເທດມະຫາອຳນາດ ແລະ ເຮັດໃຫ້ແຜນທີ່ການເມືອງຂອງໂລກມີການປ່ຽນແປງຫຼາຍຄັ້ງ.

ການປະຕິວັດອຸດສາຫະກຳຄັ້ງທີ 3: ເກີດຂຶ້ນໃນທ້າຍສັດຕະວັດທີ 20 (ຊຸມປີ 1960) ຍ້ອນບັນດານັກວິທະຍາສາດໄດ້ຄົ້ນພົບ ແລະ ປະດິດເຄື່ອງຄິດເລກທັນສະໄໝ ທີ່ເອີ້ນວ່າ Computer ຊຶ່ງໃນໄລຍະຕໍ່ມາໄດ້ພັດທະນາລະບົບອິນເຕີເນັດ. ນະວັດຕະກຳ ດັ່ງກ່າວໄດ້ຊ່ວຍໃຫ້ມະນຸດ ສາມາດຄົ້ນຄວ້ານຳໃຊ້ວິທະຍາສາດ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີໃໝ່ຫຼາຍດ້ານ ໃນການຜະລິດອຸດສາຫະກຳ, ຄົ້ນຄວ້າທຳມະຊາດຢູ່ໃນໂລກ, ຢູ່ອາວະກາດ ແລະ ພື້ນມະຫາສະມຸດ. ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງເຮັດໃຫ້ການຜະລິດ ແລະ ການດຳລົງຊີວິດຂອງສັງຄົມມະນຸດມີການພັດທະນາ ແລະ ຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງເລິກເຊິ່ງ.

ການປະຕິວັດອຸດສາຫະກຳຄັ້ງທີ 4: ເກີດຂຶ້ນໃນສັດຕະວັດທີ 21 ນີ້ (ເລີ່ມແຕ່ຊຸມປີ 2010) ຊຶ່ງເອີ້ນວ່າ ຍຸກອຸດສາຫະກຳ 4.0, ຍ້ອນວ່າບັນດານັກວິທະຍາສາດໄດ້ຄົ້ນຄວ້າ ພັດທະນານຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີທັນສະໄໝໃນ 3 ຂົງເຂດແບບປະສົມປະສານກັນ ເຊັ່ນ: ເຕັກໂນໂລຊີຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ການສື່ສານ, ເຕັກໂນໂລຊີດ້ານພິຊິກ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີຊີວະພາບ ຊຶ່ງໄດ້ກາຍເປັນ ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ຂອງຍຸກອຸດສາຫະກຳ 4.0. ເປັນຕົ້ນແມ່ນ ເຕັກໂນໂລຊີ ອິນເຕີເນັດແຫ່ງສັບພະສິ່ງ (IoT), ການນຳໃຊ້ຖານຂໍ້ມູນມະຫາສານ (Big Data) ແລະ ກຸ່ມຂໍ້ມູນຜຸກພັນ (Block Chain), ປັນຍາປະດິດ, ຫຸ່ນຍົນ ແລະ ພາຫະນະບໍ່ມີຄົນຂັບ, ເຕັກໂນໂລຊີຊີວະພາບ ແລະ ພັນທຸກຳ, ໂຮງງານອັດສະລິຍະ ແລະ ສ້າງຕົວເມືອງອັດສະລິຍະ. ວິທະຍາສາດ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີ ໄດ້ກາຍເປັນພາຫະນະເພື່ອການຄົ້ນຄວ້າໂລກ, ດັດແປງທຳມະຊາດ ແລະ ປົກປ້ອງໂລກ. ວິທະຍາສາດ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີ ໄດ້ກາຍເປັນກຳລັງ

ແຮງຂັບເຄື່ອນຂະບວນການຜະລິດ ແລະ ການແຂ່ງຂັນລະຫວ່າງປະເທດ. ການປະຕິວັດອຸດສາຫະກຳ ຄັ້ງທີ 4 ໄດ້ນຳມາທັງກາລະໂອກາດ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍ ສູ່ມວນມະນຸດເຮົາ ໃນຫຼາຍດ້ານ. ສະນັ້ນ ການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີທັນສະໄໝ ເຂົ້າໃນວຽກງານໂຄສະນາອົບຮົມຂອງພັກ ຈຶ່ງເປັນບັນຫາທີ່ສຳຄັນ ແລະ ມີຄວາມຈຳເປັນອັນຮີບດ່ວນ ຂອງພັກ ແລະ ລັດເຮົາ. ຕາມປົກກະຕິແລ້ວ ການສຶກສາອົບຮົມການເມືອງແນວຄິດ ຈະມີຫຼາຍຮູບແບບ ແລະ ຫຼາຍວິທີການ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ: ການສຶກສາຮ່ຳຮຽນຢູ່ໃນໂຮງຮຽນ, ມະຫາວິທະຍາໄລ ຫຼື ສະຖາບັນການສຶກສາຕ່າງໆ, ການຝຶກອົບຮົມໄລຍະສັ້ນ ແລະ ໄລຍະຍາວ, ການຈັດສຳມະນາປາຖະກະຖາ ແລະ ໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ ຜ່ານສື່ສັງເກດ, ໜັງສືພິມ ຫຼື ຜ່ານສື່ສັງເກດອອນລາຍຕ່າງໆ ຊຶ່ງທັງໝົດວິທີການເຫຼົ່ານັ້ນລ້ວນແຕ່ຕ້ອງນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ ການຈັດພິມຈຳໜ່າຍ, ເຕັກໂນໂລຊີການສື່ສານ ທາງວິທະຍຸ, ໂທລະພາບຕ່າງໆ ທີ່ເປັນມູນເຊື້ອມາໃນຍຸກ 3.0. ແຕ່ປະຈຸບັນນີ້ ໃນຍຸກອຸດສາຫະກຳ 4.0 ໄດ້ເກີດມີເຕັກໂນໂລຊີການສື່ສານແບບໃໝ່ທີ່ວ່ອງໄວ, ກວ້າງຂວາງ ແລະ ຄຸ້ມຄອງໄດ້ຍາກ ນັ້ນແມ່ນເຕັກໂນໂລຊີອິນເຕີເນັດ ຊຶ່ງເປັນລະບົບການສື່ສານ ສາມາດກວມທົ່ວໂລກ ແລະ ເປັນພື້ນຖານໃຫ້ແກ່ສື່ສັງເກດອອນລາຍ ໃນປະຈຸບັນນີ້. ສະນັ້ນ, ສື່ສັງເກດອອນລາຍ ພວມເປັນທ່າວຽງທີ່ໄດ້ຮັບຄວາມນິຍົມ ເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍໃນບັນດາປະເທດຕ່າງໆ ໃນພາກພື້ນ ແລະ ທົ່ວໂລກ. ສື່ສັງເກດອອນລາຍ ປຽບດັ່ງມິດສອງຄົມ ທີ່ຕິດພັນກັບການດຳລົງຊີວິດຂອງມວນມະນຸດເຮົາໃນປະຈຸບັນ, ເພາະວ່າເຕັກໂນໂລຊີດັ່ງກ່າວນີ້ເປັນແຮງຊຸກດັນ ໃຫ້ການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງແຂງແຮງ, ເປັນເຄື່ອງມືເຊື່ອມໂຍງລະຫວ່າງບັນດາປະເທດໃນພາກພື້ນ ແລະ ໃນໂລກ, ແຕ່ຄຽງຄູ່ກັນນັ້ນ ກໍ່ສ້າງບັນຫາຫຼາຍຢ່າງໃຫ້ແກ່ວຽກງານການເມືອງ-ແນວຄິດ, ວຽກງານປກສ-ປກຊ ແລະ ການຮັກສາຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍຂອງສັງຄົມ. ຕາມສະຖິຕິ ປີ 2022 ເຫັນວ່າ ສື່ສັງເກດອອນລາຍ ທີ່ຖືກນຳໃຊ້ຫຼາຍກວ່າໝູ່ ແມ່ນ Facebook, ເຊິ່ງມີປະມານ 2.936 ລ້ານບັນຊີ, ອັນດັບຮອງລົງມາ ແມ່ນ YouTube 2.476 ລ້ານບັນຊີ, WhatsApp 2.000 ລ້ານບັນຊີ, Instagram 1.440 ລ້ານບັນຊີ, Wechat 1.288 ລ້ານບັນຊີ ແລະ TikTok 1.023 ລ້ານບັນຊີ. ສຳລັບຢູ່ ສປປ ລາວ ກໍ່ໄດ້ນຳໃຊ້ສື່ສັງເກດອອນລາຍຫຼາຍປະເພດ, ແຕ່ທີ່ໃຊ້ຫຼາຍກວ່າໝູ່ ກໍ່ແມ່ນ Facebook ແລະ WhatsApp. ຈາກສະຖິຕິ ປີ 2022 ໃຫ້ເຫັນວ່າການນຳໃຊ້ອິນເຕີເນັດ ໃນ ສປປ ລາວ ແມ່ນມີເຖິງ 3,8 ລ້ານບັນຊີ ຫຼື 51,1% ຂອງພົນລະເມືອງລາວ, ເຊິ່ງເພີ່ມຂຶ້ນຈາກປີ ຜ່ານມາ 5,6%. ໂດຍສະເພາະ Facebook ແມ່ນມີຜູ້ນຳໃຊ້ເຖິງ 3,5 ລ້ານບັນຊີ ຫຼື 47,1% ຂອງປະຊາກອນລາວທັງໝົດ, ໃນນັ້ນ 99,5% ແມ່ນນຳໃຊ້ຜ່ານໂທລະສັບມືຖື Smart Phone. ເປັນຫຍັງຈຶ່ງເວົ້າວ່າ ສື່ສັງເກດອອນລາຍທີ່ກ່າວມາຂ້າງເທິງນີ້ຄຸ້ມຄອງໄດ້ຍາກ? ຄຸ້ມຄອງຍາກກໍ່ຍ້ອນວ່າ ຜູ້ຊົມໃຊ້ສາມາດລົງທະບຽນ ຂໍນຳໃຊ້ຖານເກັບຂໍ້ມູນຢູ່ໃນທົ່ວໂລກ. ສະນັ້ນ, ສື່ສັງເກດອອນລາຍຢູ່ໃນປະເທດເຮົາ ຈຶ່ງມີ 02 ປະເພດຄື: **ປະເພດທີ 01 ແມ່ນ** ສື່ສັງເກດອອນລາຍທີ່ມີເຈົ້າຂອງບັນຊີຢູ່ພາຍໃນປະເທດ ໃຊ້ຖານຂໍ້ມູນຢູ່ພາຍໃນປະເທດ ແລະ **ປະເພດທີ 02 ແມ່ນ** ເຈົ້າຂອງບັນຊີຢູ່ຕ່າງປະເທດ ແລະ ນຳໃຊ້ຖານຂໍ້ມູນຢູ່ຕ່າງປະເທດ, ຊຶ່ງປະເພດທີ 02 ນີ້ຄຸ້ມຄອງໄດ້ຍາກກວ່າປະເພດທີ 01.

ເພື່ອຄຸ້ມຄອງການນຳໃຊ້ລະບົບອິນເຕີເນັດດັ່ງກ່າວ ລັດຖະບານໄດ້ແຕ່ງຕັ້ງ ຄະນະກຳມະການຄຸ້ມຄອງອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊາດ (ຄຄອຊ) ໂດຍແມ່ນສະຫາຍ ຮອງນາຍົກລັດຖະມົນຕີ, ລັດຖະມົນຕີກະຊວງປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ ເປັນປະທານ ແລະ ມີບັນດາສະຫາຍ ລັດຖະມົນຕີ, ຮອງລັດຖະມົນຕີ ບັນດາກະຊວງຂະແໜງການເປັນຄະນະ ເພື່ອຕິດຕາມຄຸ້ມຄອງ, ກວດກາ, ຕອບຕ້ານ ເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານອິນເຕີເນັດ ແລະ ຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມວຽກງານອິນເຕີເນັດໃນການຫັນເປັນດິຈິຕອນ ໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ ດ້ານການສື່ສານຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ຮັບປະກັນປົກປ້ອງສິດ ຜົນປະໂຫຍດຂອງຊາດ, ຮັກສາຄວາມໝັ້ນຄົງ, ປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮອຍຂອງສັງຄົມ. ຄຄອຊ ໄດ້ສ້າງຕັ້ງໜ່ວຍງານຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ຕ້ານ ທາງສຽງບໍ່ດີໃນສັງຄົມ ເຊິ່ງປະກອບດ້ວຍຫຼາຍພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເຊັ່ນ: ກະຊວງ ຖວທ, ຫສນຍ, ກະຊວງ ຕສ, ປກຊ-ປກສ, ກະຊວງການຕ່າງປະເທດ. ຄຄອຊ ຍັງໄດ້ກຳນົດຜູ້ປະສານງານຢູ່ທົ່ວປະເທດ. ໂດຍໄດ້ມອບໃຫ້ຫ້ອງວ່າການແຂວງໃນທົ່ວປະເທດ ແລະ ຫົວໜ້າຫ້ອງການບັນດາກະຊວງ/ອົງການທຽບເທົ່າເປັນຈຸດປະສານງານ.

ໃນດ້ານນິຕິກຳກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ ໄດ້ເອົາໃຈໃສ່ສ້າງ ແລະ ປັບປຸງ ນິຕິກຳ ຫຼາຍສະບັບ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄຸ້ມຄອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ:

- ກົດໝາຍ ວ່າດ້ວຍ ການປົກປ້ອງຂໍ້ມູນເອເລັກໂຕຣນິກ ສະບັບເລກທີ 25/ສພຊ, ລົງວັນທີ 12 ພຶດສະພາ 2017;
- ກົດໝາຍ ວ່າດ້ວຍ ການຕ້ານ ແລະ ສະກັດກັ້ນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ ສະບັບເລກທີ 61/ສພຊ, ລົງວັນທີ 15 ກໍລະກົດ 2015;
- ກົດໝາຍ ວ່າດ້ວຍຄື້ນຄວາມຖີ່ວິທະຍຸສື່ສານ ສະບັບເລກທີ 17/ສພຊ, ລົງວັນທີ 05 ພຶດສະພາ 2017;
- ກົດໝາຍ ວ່າດ້ວຍເຕັກໂນໂລຊີການສື່ສານຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ສະບັບເລກທີ 02/ສພຊ, ລົງວັນທີ 07 ພະຈິກ 2016;
- ດຳລັດ ວ່າດ້ວຍສູນຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານອິນເຕີເນັດ ສະບັບເລກທີ 412/ລບ, ລົງວັນທີ 10 ພະຈິກ 2022;
- ດຳລັດ ວ່າດ້ວຍ ການຄຸ້ມຄອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ ສະບັບເລກທີ 327/ລບ, ລົງວັນທີ 19 ກັນຍາ 2014;

ເວົ້າສະເພາະ ດຳລັດເລກທີ 327 ແມ່ນມີຈຸດປະສົງເພື່ອກຳນົດຫຼັກການ, ລະບຽບການ ແລະ ມາດຕະການ ໃນການຄຸ້ມຄອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານອິນເຕີເນັດ ເພື່ອຮັບປະກັນຄວາມໝັ້ນຄົງຂອງຊາດ ຄວາມສະຫງົບ ແລະ ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍຂອງສັງຄົມ ແນ່ໃສ່ປົກປ້ອງກຽດສັກສີ ແລະ ຜົນປະໂຫຍດອັນຊອບທຳຂອງຜູ້ໃຫ້ ບໍລິການ, ຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ ແລະ ສັງຄົມ, ປະກອບສ່ວນເຂົ້າໃນພາລະກິດປົກປັກຮັກສາ ແລະ ສ້າງສາປະເທດຊາດ. ເພື່ອແນ່ໃສ່ເຮັດໃຫ້ສະມາຊິກພັກ, ພະນັກງານ, ທະຫານ, ຕຳຫຼວດ, ນັກຮຽນຮູ້ປັນຍາຊົນ, ນັກຮຽນ, ນັກສຶກສາ ແລະ ປະຊາຊົນບັນດາເຜົ່າ ຊື່ນຄົນຕ່າງໆໃນທົ່ວສັງຄົມ ມີຄວາມຮັບຮູ້ ແລະ ເຂົ້າໃຈ ກ່ຽວກັບດ້ານຕັ້ງໜ້າ ແລະ ດ້ານ ຫຍໍ້ຫໍ່ ຂອງການນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ມີສະຕິເປັນເຈົ້າການ ໃນການນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມເຂົ້າໃນການເຄື່ອນ ໄຫວດຳລົງຊີວິດຢ່າງຖືກຕ້ອງ; ມີສະຕິລະວັງຕົວສູງຕໍ່ກົນອຸບາຍຂອງອິດທິກຳລັງປະປັກ ແລະ ພວກຄົນບໍ່ດີທີ່ສວຍ ໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ສ້າງຄວາມປັນປວນໃນສັງຄົມ, ໂຄສະນາບິດເບືອນ, ໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສີ, ຕົວະຍິວະຫຼອກລວງ ແລະ ສ້າງຄວາມແບ່ງແຍກລະຫວ່າງ ພັກ-ລັດ ແລະ ປະຊາຊົນບັນດາເຜົ່າ, ເພື່ອປົກປັກຮັກສາສະຖຽນລະພາບທາງ ດ້ານການເມືອງ ແລະ ຄວາມສະຫງົບປອດໄພຂອງສັງຄົມ.

ແຕ່ເຖິງຢ່າງນັ້ນກໍຕາມ, ພວກຄົນບໍ່ດີຈຳນວນໜຶ່ງທີ່ຫວັງທຳລາຍມ້າງເພ ແລະ ປັນປວນລະບອບການເມືອງ ຂອງ ສປປ ລາວ ຍັງພະຍາຍາມນຳໃຊ້ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ລົງທະບຽນຢູ່ຕ່າງປະເທດເພື່ອດຳເນີນສົງຄາມຈິດຕະ ສາດ ໂຄສະນາຊວນເຊື່ອ, ທັບຖົມໂຈມຕີ ແນວທາງການເມືອງຂອງພັກ-ລັດ, ໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສີ ບຸກຄົນຜູ້ນຳ ແລະ ການຈັດຕັ້ງພັກ-ລັດ ຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ດ້ວຍຫຼາຍຮູບຫຼາຍສີ ເຊັ່ນ: ການໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ ຕັດຕໍ່ຮູບພາບ, ເອົາຮູບໃບໜ້າ ຂອງຜູ້ນຳໄປຕັດຕໍ່ໃສ່ຮູບຂອງຜູ້ອື່ນ ເພື່ອສ້າງເປັນຂ່າວປອມ ຫຼອກລວງ ຫຼື ດູກູກສຽດສີ, ໃຊ້ຖ່ອຍທຳນອງການ ຂຽນຂ່າວ ຫຼື ການເວົ້າໂຄສະນາແບບບໍ່ມີມູນຄວາມຈິງ ບໍ່ຈະບໍ່ແຈ້ງເຊັ່ນ: “ແຫຼ່ງຂ່າວຈາກຜູ້ບໍ່ປະສົງອອກນາມເວົ້າວ່າ ຫຼື ພະນັກງານການນຳຜູ້ໜຶ່ງເວົ້າວ່າ.....” ແລ້ວກໍເອົາຂ່າວປອມຫຼອກລວງ ເອົາຮູບພາບທີ່ຕັດຕໍ່ ຕົບແຕ່ງໃສ່ລົງໄປເຮັດໃຫ້ສັງຄົມເກີດຄວາມສັບສົນ, ລະແວງສົງໄສຊຶ່ງກັນ ແລະ ກັນ ແລ້ວນຳໄປສູ່ຄວາມແຕກຕື່ນ, ແຕກຄວາມສາມັກຄີພາຍໃນ ເພື່ອຫັນປ່ຽນໂດຍສັນຕິ, ມ້າງເພທຳລາຍພາຍໃນພັກ ແລະ ລະບອບສັງຄົມຂອງ ປະເທດເຮົາ. ສະນັ້ນ, ການດຳເນີນສົງຄາມຈິດຕະສາດ ເປັນອາວຸດທີ່ເລິກແລບ ໂຫດຫຼົ້ມ ຊຶ່ງສາມາດທຸລະກຳແພງ ປ້ອງກັນປະເທດ ເພື່ອດຳເນີນການຫັນປ່ຽນໂດຍສັນຕິ ຈົນເຖິງຂັ້ນສາມາດໂດ້ນລົ້ມລະບອບການເມືອງ ຂອງບາງ ປະເທດໄດ້. **ຕົວຢ່າງ** ພວກເຂົາໄດ້ນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເພື່ອຈຸດສະນວນ ແລະ ປຸກລະດົມ “ຂະບວນການ ປະຕິວັດສີ່ລິ້ມ” ຢູ່ບັນດາປະເທດຍຸລົບ, “ຂະບວນການເສື່ອເຫຼືອ” ປະເທດຝຣັ່ງ ແລະ ອື່ນໆ. ປະຈຸບັນນີ້ພວກຄົນບໍ່ ດີ ຍັງສືບຕໍ່ນຳໃຊ້ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍຈາກຕ່າງປະເທດ ເພື່ອທັບຖົມໂຈມຕີ, ໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສີ ໂດຍການນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນ ປອມແປງ, ຮູບພາບຕັດຕໍ່ຕົບແຕ່ງ, ຂໍ້ມູນຂ່າວອະກຸສິນ ບໍ່ພຽງແຕ່ແຜ່ຫຼາຍຢູ່ປະເທດເຮົາເທົ່ານັ້ນ, ແຕ່ຫາກຍັງມີຢູ່ ສສ ຫວຽດນາມ, ສປ ຈີນ ແລະ ບັນດາປະເທດອື່ນ ທີ່ພວກຈັກກະພັດ ແລະ ຄົນບໍ່ຫວັງດີ ຕັ້ງໃຈໂຄສະນາຊວນ

ເຊື່ອປັນປວນ, ມ້າງເພທຳລາຍດ້ວຍສົງຄາມຈິດຕະສາດຂອງພວກເຂົາ. ສະນັ້ນ, ເພື່ອນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ ທີ່ທັນສະໄໝເຂົ້າໃນການສຶກສາອົບຮົມ ການເມືອງແນວຄິດ ແລະ ການໂຄສະນາອົບຮົມຂອງພັກຢູ່ປະເທດເຮົາ ໂດຍຕິດພັນກັບການແກ້ໄຂຜົນກະທົບຈາກສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ໃນປະຈຸບັນນີ້ ແລະ ໃນອານາຄົດ ເຫັນວ່າຈະຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ຕໍ່ບາງບັນຫາເພື່ອແກ້ໄຂໃຫ້ເປັນລະບົບຄົບຊຸດດັ່ງນີ້:

ໜຶ່ງ: ບັນຫາຕົ້ນຕໍແມ່ນຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ສືບຕໍ່ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີສື່ສານທັນສະໄໝ ຕ່າງໆ ຂອງຍຸກ 3.0 ເຊັ່ນ: ວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ສື່ສົງຄົມ, ວາລະສານ, ໜັງສືພິມເອເລັກໂຕຼນິກ ແລະ ສືບຕໍ່ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນຂອງຍຸກອຸດສາຫະກຳ 4.0 ເຊັ່ນ: ອິນເຕີເນັດ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ແນວທາງການເມືອງ ແລະ ນະໂຍບາຍຂອງພັກ-ລັດ ໃຫ້ກວ້າງຂວາງໃນທົ່ວສັງຄົມ ດ້ວຍຫຼາຍຮູບຫຼາຍສີ ຫຼາຍວິທີການເພື່ອເຂົ້າເຖິງທຸກໆຄົນໃນທົ່ວສັງຄົມໃຫ້ໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວທັນການ ເພື່ອໃຫ້ສັງຄົມໄດ້ຮັບຮູ້ຂໍ້ມູນຄວາມຈິງ ແລະ ຕອບໂຕ້ຂໍ້ມູນປອມໂຄສະນາຊວນເຊື່ອຂອງພວກບໍ່ຫວັງດີ. ສ້າງຫຼັກໜັ້ນການເມືອງອັນໜັກແໜ້ນເພື່ອເປັນ “ພູມຄຸ້ມກັນ” ທີ່ເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ສະມາຊິກ, ພະນັກງານ, ກຳລັງປະກອບອາວຸດ, ປກສ-ປກສ, ຊາວໜຸ່ມ ໄວ້ລຸ້ນ ແລະ ປະຊາຊົນ ໃນທົ່ວສັງຄົມຕ້ານກັບສົງຄາມຈິດຕະສາດ ແລະ ການຫັນປ່ຽນໂດຍສັນຕິ ຂອງພວກບໍ່ຫວັງດີ.

ສອງ: ເອົາໃຈໃສ່ວຽກນິຕິກຳ ຄື: ສ້າງ, ປັບປຸງ ແລະ ເຜີຍແຜ່ ກົດໝາຍ, ດາລັດ ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຄຸ້ມຄອງ ເຕັກໂນໂລຊີການສື່ສານຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ, ການຄຸ້ມຄອງ, ບໍລິຫານ, ບໍລິການລັດຖະບານດິຈິຕອນ, ການຄຸ້ມຄອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານອິນເຕີເນັດ, ວຽກງານຄວາມປອດໄພທາງໄຊເບີ ແລະ ຄຸ້ມຄອງ, ຕິດຕາມກວດກາ ແລະ ຕອບຕ້ານ ທາງສຽງທາງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ, ຄົ້ນຄວ້າສ້າງ ຍຸດທະສາດການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ພັດທະນາອິນເຕີເນັດ ສ້າງນິຕິກຳໃນການຄຸ້ມຄອງ, ພັດທະນາ ແລະ ນຳໃຊ້ໂຄງລ່າງພື້ນຖານ ໂທລະຄົມມະນາຄົມ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ຮ່ວມກັນ ເພື່ອຮັບປະກັນນະໂຍບາຍປະຫຍັດຂອງລັດຖະບານ, ຫຼີກເວັ້ນການລົງທຶນຊ້ຳຊ້ອນ; ສ້າງນິຕິກຳໃນການຄຸ້ມຄອງ ການນຳໃຊ້ລະບົບຕິດຕາມການສື່ສານຜ່ານໂທລະສັບສ້າງ, ປັບປຸງ, ຜັນຂະຫຍາຍ ນິຕິກຳທີ່ຍັງບໍ່ພຽງພໍ ໃຫ້ແທດເໝາະກັບການປ່ຽນແປງໃນແຕ່ລະໄລຍະ; ເລັ່ງສ້າງບັນດານິຕິກຳ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເພື່ອການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ການພັດທະນາ ວຽກງານການຫັນເປັນດິຈິຕອນ ຂອງທຸກຂະແໜງການ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ.

ສາມ: ໃນການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີທັນສະໄໝ ແລະ ສ້າງພື້ນຖານໂຄງລ່າງດິຈິຕອນຂອງປະເທດເຮົານັ້ນ ຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ຄວາມປອດໄພໄຊເບີ, ຄົ້ນຄວ້າສ້າງສູນຄວາມປອດໄພເຕັກນິກເພື່ອສາມາດຄຸ້ມຄອງບັນຫາທາງສຽງຈາກສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ເພີ່ມປະສິດທິພາບໃນການຕິດຕາມກຸ່ມເປົ້າໝາຍ, ຊຶ່ງປະຈຸບັນ ກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ ໄດ້ສຶກສາ ແລກປ່ຽນບົດຮຽນນຳ ສສ ຫວຽດນາມ, ສປ ຈີນ ແລ້ວ ແລະ ຈະສືບຕໍ່ແລກປ່ຽນບົດຮຽນນຳບັນດາປະເທດອື່ນໆ ໃນອາຊຽນ ເພື່ອຈັດຕັ້ງປະຕິບັດໂຄງການຄວາມປອດໄພທາງໄຊເບີອາຊຽນ ຄຸ້ມຄອງ, ປັບປຸງ ແລະ ພັດທະນາລະບົບອິນເຕີເນັດ ໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ, ມີຄຸນນະພາບ, ຄວາມໄວສູງ, ລາຄາເໝາະສົມ, ປະຊາຊົນເຂົ້າເຖິງໄດ້ທົ່ວປະເທດ; ສ້າງ ແລະ ປັບປຸງການເຊື່ອມຕໍ່ ສັນຍານອິນເຕີເນັດ ເຊັ່ນ: ລະບົບສາຍສົ່ງໂທລະຄົມມະນາຄົມ ແລະ ລະບົບເສົາສົ່ງສັນຍານຮ່ວມກັນ ເພື່ອຫຼີກເວັ້ນການລົງທຶນຕ່າງໆ ບໍ່ໃຫ້ມີການຊ້ຳຊ້ອນ, ຮັບປະກັນການຄຸ້ມຄອງຂອງລັດໂດຍການສ້າງ ແລະ ປັບປຸງ ບັນດາຈຸດເຊື່ອມຕໍ່ຕາມຊາຍແດນ. ຂະຫຍາຍ ແລະ ປັບປຸງ ລະບົບເຕັກນິກສູນຂໍ້ມູນແຫ່ງຊາດ; ສ້າງສູນສຳຮອງສູນອິນເຕີເນັດແຫ່ງຊາດ ທີ່ພາກເໜືອ ແລະ ພາກໃຕ້ ເພື່ອຮອງຮັບການຂະຫຍາຍຕົວ ແລະ ຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການ ໃນການຫັນເປັນທັນສະໄໝ ໃນທົ່ວປະເທດ.

ສີ່: ເອົາໃຈໃສ່ ເກັບກຳສະພາບການ, ທ່າອ່ຽງ ແລະ ຫັດສະນະຂອງສັງຄົມຕໍ່ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ຂ່າວຕ່າງໆ ທີ່ສ້າງຫາສຽງໃນສັງຄົມໃນແຕ່ລະໄລຍະ, ວິເຄາະວິໄຈທ່າອ່ຽງທາງສຽງສັງຄົມດັ່ງກ່າວແລ້ວວາງທິດທາງ ແລະ ມາດຕະການໂຄສະນາອົບຮົມແນວຄິດການເມືອງຂອງພັກໃຫ້ແທດເໝາະກັບສະຖານະການແຕ່ລະໄລຍະ ເພື່ອໃຫ້ສັງຄົມຮັບຮູ້ຄວາມຈິງຂອງບັນຫາທີ່ເກີດຂຶ້ນ, ເຊື່ອໝັ້ນການນຳພາຂອງພັກ ແລະ ບໍ່ຫວັງໄຫວຄອນແຄນຕໍ່ການ

ໂຄສະນາປັນປວນຂອງພວກບໍ່ຫວັງດີ. ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີທັນສະໄໝເຂົ້າໃນການໂຄສະນາອິບຣົມດັ່ງກ່າວດ້ວຍ ຫຼາຍຮູບຫຼາຍແບບຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ.

ທ້າ: ເພີ່ມທະວີການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີທັນສະໄໝເຂົ້າໃນການໂຄສະນາອິບຣົມຂອງພັກ, ເປັນຕົ້ນແມ່ນ ບັນດາອົງການພັກ, ລັດ ແລະ ອົງການຈັດຕັ້ງມະຫາຊົນຢູ່ສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ ຕ້ອງເປີດບັນດາເວັບໄຊຂອງຕົນ ເພື່ອໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນ ແລະ ຂ່າວສານ, ຮູບພາບການເຄື່ອນໄຫວວຽກງານໃຫ້ສັງຄົມສາມາດເຂົ້າເຖິງຢ່າງ ງ່າຍດາຍ ແລະ ຮັບຮູ້ຂ່າວໃໝ່ຢ່າງທັນເຫດການ ແລະ ເປັນປົກກະຕິ. ພ້ອມກັນນັ້ນກໍຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມ ແລະ ຄຸ້ມຄອງ ບັນດາບຸກຄົນທີ່ມີບົດບາດ ແລະ ຊື່ສຽງໃນເວັບໄຊ, ບລັອກ ແລະ ແຟນເພຈ ຕ່າງໆ ເພື່ອໃຫ້ເຂົາເຈົ້າລົງຂ່າວທີ່ດີ, ສ້າງສັນໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ໃຊ້ຊື່ດັ່ງກ່າວຕອບຕ້ານກັບຂ່າວປອມ, ຂ່າວອະກຸສິນຫຼອກລວງຂອງພວກຄົນບໍ່ ດີຢ່າງທັນການແບບ “ໝາມປັກຕ້ອງເອົາໝາມບັງ”.

ເຈັດ: ເອົາໃຈໃສ່ເປີດກວ້າງການຮ່ວມມື ກັບຕ່າງປະເທດ ແລະ ສາກົນ ຕາມແນວທາງການຕ່າງປະເທດ ຂອງພັກ-ລັດເຮົາ, ເປັນຕົ້ນແມ່ນຮ່ວມມືກັບບັນດາປະເທດເພື່ອນມິດຍຸດທະສາດ ເຊັ່ນ: ສສ ຫວຽດນາມ, ສປ ຈີນ ເພື່ອຖອດຖອນບົດຮຽນການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີທັນສະໄໝໃນວຽກງານໂຄສະນາອິບຣົມຂອງພັກ ແລະ ການຄຸ້ມ ຄອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ, ດຶງດູດການຊ່ວຍເຫຼືອທາງດ້ານເຕັກໂນໂລຊີຊອບແວ, ຮາດແວ ແລະ ພັດທະນາ ຊັບພະຍາກອນມະນຸດ. ພ້ອມກັນນັ້ນກໍຮ່ວມກັບບັນດາປະເທດທີ່ມີເຕັກໂນໂລຊີທັນສະໄໝ ເປັນມິດທີ່ດີກັບ ສປປ ລາວ, ເອົາໃຈໃສ່ປະສານສົມທົບກັບບັນດາບໍລິສັດ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍຂ້າມທະວີບ ຕ່າງໆ ເຊັ່ນ: ເຟສບຸກ, ຢູທູບ ແລະ ອື່ນໆ ເພື່ອໃຫ້ເຂົາເຈົ້າໃຫ້ຄວາມຮ່ວມມືໃນການສະກັດກັ້ນອາດສະຍາກຳທາງດ້ານໄຊເບີ ແລະ ການເຄື່ອນໄຫວສື່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ລະເມີດກົດໝາຍ ແລະ ປັນປວນທຳລາຍຄວາມໝັ້ນຄົງຂອງ ສປປ ລາວ.

ການນຳໃຊ້ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ທີ່ປະຈຸບັນມີການນຳໃຊ້ ແລະ ຊົມໃຊ້ກັນຢ່າງແຜ່ຫຼາຍ ໃນປະເທດເຮົາກໍຍັງ ແມ່ນ Facebook, TikTok, Youtube, Instagram ຫຼື X (Twitter) ຂໍ້ມູນໃນປີ 2024 ເຫັນວ່າ ມີ 3 ລ້ານ ກວ່າວັດຊີ ຫຼື 48,8% ຂອງພົນລະເມືອງລາວ ແລະ ຍັງສືບຕໍ່ມີທ່າອ່ຽງເພີ່ມຂຶ້ນ ຕາມການຂະຫຍາຍຕົວຂອງ ເສດຖະກິດ ແລະ ການຫັນປ່ຽນເປັນດິຈິຕອນ, ຊຶ່ງຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການຄຸ້ມຄອງທີ່ຮັດກຸມ ແລະ ມີປະສິດທິພາບ ທັງທາງດ້ານນິຕິກຳ, ການຄຸ້ມຄອງ, ລະບົບເຕັກນິກ, ຂອດປະສານງານ ແລະ ໂດຍສະເພາະ ການສ້າງຈິດສຳນຶກທີ່ດີ ໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນ ໃນການຊົມໃຊ້ອິນເຕີເນັດໃຫ້ເກີດປະໂຫຍດ.

ສະນັ້ນ, ກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ ຈຶ່ງໄດ້ສ້າງຊຸດ “ເອກະສານ ຝຶກອິບຣົມ ການນຳໃຊ້ເຕັກ ໂນໂລຊີດິຈິຕອນເຂົ້າໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ” ຈຳນວນ 07 ບົດ ອອກມາເພື່ອຮັບໃຊ້ໃຫ້ແກ່ການຝຶກອິບຣົມ. ຂ້າພະເຈົ້າ ຂໍສະແດງຄວາມຍ້ອງຍໍຊົມເຊີຍມາຍັງສູນອິນເຕີເນັດແຫ່ງຊາດ, ຫ້ອງການ, ກົມຄວາມປອດໄພໄຊເບີ ແລະ ສູນສົ່ງເສີມ ແລະ ຖ່າຍທອດເຕັກໂນໂລຊີ ຂອງກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ ພ້ອມດ້ວຍຄະນະ ບັນນາທິການ, ຄະນະຮັບຜິດຊອບເນື້ອໃນ ແລະ ຮຽບຮຽງ ບັນດາເອກະສານເຫຼົ່ານີ້ດ້ວຍຄວາມຮັບຜິດຊອບສູງ ພາຍໃນເວລາອັນສັ້ນໆ ເພື່ອຕອບສະໜອງຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການຂອງການຫັນເປັນດິຈິຕອນໃນປະເທດເຮົາ. ແນ່ນອນວ່າ ບັນດາເອກະສານເຫຼົ່ານີ້ອາດຈະຍັງບໍ່ທັນມີເນື້ອໃນຄົບຖ້ວນ, ສົມບູນ ແລະ ອາດຈະມີຂໍ້ຂາດຕົກບົກ ຜ່ອງຕ່າງໆ. ດັ່ງນັ້ນ, ພວກຂ້າພະເຈົ້າພ້ອມແລ້ວຈະຮັບເອົາການປະກອບຄໍາຄິດເຫັນຂອງບັນດາທ່ານ ເພື່ອປັບປຸງເນື້ອ ໃນຂອງເອກະສານໃຫ້ດີຂຶ້ນກວ່າເກົ່າ.

ບັນດິດ ສຈ. ບໍ່ວຽງຄຳ ວົງດາລາ

ບົດທີ 1

ຄວາມຮູ້ພື້ນຖານກ່ຽວກັບສື່ສັງຄົມອອນລາຍ

I. ສະພາບລວມ

ປະຈຸບັນ ການນຳໃຊ້ອິນເຕີເນັດຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍມີຄວາມສຳຄັນຕໍ່ຊີວິດປະຈຳວັນຫຼາຍໆດ້ານ ໃນຮູບແບບຕ່າງໆ ເປັນຕົ້ນ: ການປະຍຸກໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ທັນສະໄໝ, ການຕິດຕໍ່ສື່ສານທີ່ສະດວກ ແລະ ວ່ອງໄວ, ເປັນແຫຼ່ງລວບລວມຂໍ້ມູນທີ່ໃຫຍ່ທີ່ສຸດໃນໂລກ.

II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສຳຄັນ

2.1 ຈຸດປະສົງ

- ເພື່ອສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈພື້ນຖານກ່ຽວກັບ ນິຍາມຂອງ ອິນເຕີເນັດ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ;
- ເພື່ອສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈການນຳໃຊ້ ອິນເຕີເນັດ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ທັງໃນສາກົນ ແລະ ພາຍໃນ ສປປ ລາວ;
- ເພື່ອສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈພື້ນຖານກ່ຽວກັບ ປະໂຫຍດ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍ ຂອງ ອິນເຕີເນັດ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ.

2.2 ຄາດໝາຍ

- ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ຮຽນໄດ້ຮັບຮູ້ຄວາມເຂົ້າໃຈພື້ນຖານກ່ຽວກັບ ນິຍາມຂອງ ອິນເຕີເນັດ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ;
- ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ຮຽນໄດ້ຮັບຮູ້ເຂົ້າໃຈການນຳໃຊ້ ອິນເຕີເນັດ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ທັງໃນສາກົນ ແລະ ພາຍໃນ ສປປ ລາວ;
- ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ຮຽນໄດ້ຮັບຮູ້ ເຂົ້າໃຈພື້ນຖານກ່ຽວກັບ ປະໂຫຍດ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍ ຂອງ ອິນເຕີເນັດ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ.

2.3 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສຳຄັນ

ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ຫຼື Social Media ແມ່ນເວັບໄຊທີ່ເຊື່ອມໂຍງຜູ້ຄົນເຂົ້າຫາກັນຜ່ານ ອິນເຕີເນັດ, ແມ່ນບ່ອນໃຫ້ຜູ້ຊົມໃຊ້ໄດ້ແບ່ງປັນປະສົບການ, ສົ່ງຕໍ່ເລື່ອງລາວ ແລະ ກິດຈະກຳຕ່າງໆ ໃນຊີວິດປະຈຳວັນຂອງແຕ່ລະຄົນຮ່ວມກັນເທິງ ອິນເຕີເນັດ ຊຶ່ງເຮັດໃຫ້ເກີດສັງຄົມໃໝ່ເທິງໂລກອອນລາຍເຊັ່ນ: Facebook, Instagram, LINE, Twitter, TikTok ແລະ ອື່ນໆ

ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ມີຈຸດເດັ່ນຫຼັກ ກໍຄືການຊ່ວຍເລື່ອງການສື່ສານໃຫ້ມີປະສິດທິພາບ, ສື່ສານໄດ້ເປັນວົງກວ້າງ ແລະ ດ້ວຍຫຼາກຫຼາຍຮູບແບບ ເຊັ່ນ: ຕົວອັກສອນ, ຂໍ້ຄວາມ, ພາບ, ສຽງ, ພາບເຄື່ອນໄຫວ. ໃນດ້ານການໃຊ້ງານທົ່ວໄປ ແມ່ນສາມາດສື່ສານກັບຄອບຄົວ, ໝູ່ເພື່ອນ ຫຼື ຄົນ/ກຸ່ມຄົນ ທີ່ມີຄວາມມັກໃນເລື່ອງດຽວກັນ, ແລກປ່ຽນຄວາມຄິດຄວາມເຫັນ ຊຶ່ງກັນ ແລະ ກັນ. ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ສາມາດເຂົ້າເຖິງກຸ່ມເປົ້າໝາຍໄດ້ຢ່າງໄວວາ ແລະ ຖືກເປົ້າ, ຊຶ່ງເປັນຊ່ອງທາງການສື່ສານໄດ້ຕະຫຼອດເວລາ, ດ້ວຍເຫດນີ້ ຈຶ່ງໄດ້ຖືກນຳມາໃຊ້ໃນທາງດ້ານທຸລະກິດ ເພື່ອໂປຣໂມດສິນຄ້າ, ອົງການ ຫຼື ບໍລິສັດ, ລວມໄປເຖິງການໃຊ້ເປັນຊ່ອງທາງສ້າງຄວາມສຳພັນກັບລູກຄ້າ, ສ້າງກິດຈະກຳ, ຕິດຕໍ່ສື່ສານ ຕອບຂໍ້ຊ້ອງໃຈ ກ່ຽວກັບສິນຄ້າ ແລະ ການບໍລິການ ເຮັດໃຫ້ມີອີກຊ່ອງທາງໃນການສື່ສານກັບລູກຄ້າໄດ້.

III. ທິດສະດີ ແລະ ເນື້ອໃນ

ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ຄຳສັບອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ໄດ້ຖືກອະທິບາຍຄວາມໝາຍ ໃນນິຕິກຳຕ່າງໆຫຼາຍສະບັບ ເປັນຕົ້ນ:

ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍສື່ມວນຊົນ (ສະບັບປັບປຸງ) ສະບັບເລກທີ 01/ສພຊ, ລົງວັນທີ 4 ພະຈິກ 2016, ໄດ້ອະທິບາຍຄວາມໝາຍຄຳສັບຕ່າງໆ ທີ່ຕິດພັນກັບ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ດັ່ງນີ້:

“ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ໝາຍເຖິງ ສື່ແບບໃໝ່ປະເພດໜຶ່ງ ທີ່ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ແລະ ການຈັດຕັ້ງ ໃຊ້ສື່ສານ ກັນ ຜ່ານລະບົບເຄືອຂ່າຍອິນເຕີເນັດ ເພື່ອເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນ ຂ່າວສານ ສຸ່ສາທາລະນະ ດ້ວຍການນຳໃຊ້ອະປະກອນ ຄອມພິວເຕີ ແລະ ອຸປະກອນສື່ສານອື່ນ”

“ສື່ແບບໃໝ່ ໝາຍເຖິງ ພາຫະນະໂຄສະນາປະເພດໜຶ່ງຂອງ ສື່ເອເລັກໂຕຣນິກ ທີ່ສາມາດສື່ສານໄດ້ສອງລວງ ດ້ວຍການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີສື່ສານທັນສະໄໝ ໃນການສົ່ງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ເປັນຕົວອັກສອນ ພາບ ແລະ ສຽງ, ຜ່ານ ລະບົບເຄືອຂ່າຍອິນເຕີເນັດ ເຊັ່ນ: ເຟສບຸກບະລອກ, ທະວີດເຕີ, ຢູທູບ ແລະ ອື່ນໆ”.

“ພາຫະນະສື່ມວນຊົນ ໝາຍເຖິງ ສື່ສົງພິມ, ສື່ເອເລັກໂຕຣນິກ ລວມທັງຜະລິດຕະພັນສື່ມວນຊົນ”

“ຜະລິດຕະພັນສື່ມວນຊົນ ໝາຍເຖິງ ໜັງສືພິມ, ລາຍການວິທະຍຸ, ວາລະສານ, ຈົດໝາຍເຫດ, ໃບ ຂ່າວສານ, ລາຍການໂທລະພາບ, ລາຍການໂທລະໂຄງ, ດິວິດີ, ວິຊີດີ, ຊີດີ, ກະແຊັດ, ເວັບໄຊ, ອິນເຕີເນັດ ແລະ ອື່ນໆ”

“ສື່ເອເລັກໂຕຣນິກ ແມ່ນພາຫະນະໂຄສະນາດ້ວຍການສ້າງເປັນລາຍການ ວິທະຍຸໂທ, ໂທລະພາບ, ໂທລະ ໂຄງ ແລະ ສື່ແບບໃໝ່ ຫຼື ລາຍການອິນເຕີເນັດປະເພດຕ່າງໆ ເຊິ່ງກະຈາຍອອກຜ່ານເຄື່ອງສົ່ງທາງສາຍ ຫຼື ທາງອາກາດ ຫຼື ຄື້ນຄວາມຖີ່”,

“ທາງສຽງສັງຄົມ ໝາຍເຖິງ ຄວາມເຫັນຂອງ ສາທາລະນະຊົນ ຕໍ່ເຫດການ ຫຼື ປາກົດການ ທີ່ບໍ່ທັນ ໄດ້ຢັ້ງຢືນ ຫຼື ບໍ່ໄດ້ພິສູດ ຢ່າງເປັນທາງການ”

“ອົງການສື່ມວນຊົນ ແມ່ນການຈັດຕັ້ງໜຶ່ງ ຂອງອົງການເຈົ້າຂອງສື່ມວນຊົນ ທີ່ເຄື່ອນໄຫວວຽກງານ ດ້ານສື່ມວນຊົນປະເພດໃດໜຶ່ງ ຕາມທີ່ກຳນົດໄວ້ໃນ ມາດຕາ 13 ຂອງກົດໝາຍສະບັບນີ້”

“ອົງການເຈົ້າຂອງສື່ມວນຊົນ ແມ່ນອົງການຈັດຕັ້ງພັກ, ອົງການຈັດຕັ້ງມະຫາຊົນ, ອົງການຈັດຕັ້ງ ສັງຄົມ, ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ແລະ ການຈັດຕັ້ງທີ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ສ້າງຕັ້ງ ອົງການສື່ມວນຊົນ ແລະ ດຳເນີນ ວຽກງານດ້ານສື່ມວນຊົນ ຕາມກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການ ໂດຍມີຫົວໜ້າ ແລະ ຮອງຫົວໜ້າ ຂອງອົງການເຈົ້າ ຂອງສື່ມວນຊົນ ຊຶ່ງແມ່ນ ຫົວໜ້າອົງການ ຫຼື ຜູ້ທີ່ໄດ້ຮັບການແຕ່ງຕັ້ງ ໃຫ້ຊີ້ນຳ ແລະ ຄຸ້ມຄອງ ອົງການສື່ມວນ ຊົນດັ່ງກ່າວ”

ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການຕ້ານ ແລະ ສະກັດກັ້ນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ ສະບັບເລກທີ 61/ ສພຊ, ລົງວັນທີ 15 ກໍລະກົດ 2015 ແລະ ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍເຕັກໂນໂລຊີການສື່ສານ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ສະບັບ ເລກທີ 02/ສພຊ, ລົງວັນທີ 07 ພະຈິກ 2016 ໄດ້ອະທິບາຍຄຳສັບ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ຄື:

ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ (Social Network System) ໝາຍເຖິງ ການສື່ສານ ຜ່ານລະບົບເຄືອຂ່າຍອິນ ເຕີເນັດ ເພື່ອເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ສຸ່ສາທາລະນະ ດ້ວຍການນຳໃຊ້ອຸປະກອນຄອມພິວເຕີ ແລະ ອຸປະກອນ ສື່ສານອື່ນ”.

ດຳລັດວ່າດ້ວຍການຄຸ້ມຄອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ ສະບັບເລກທີ 327/ລບ, ລົງວັນທີ 16 ກັນຍາ 2014 ໄດ້ອະທິບາຍຄຳສັບຕ່າງໆ ທີ່ຕິດພັນກັບ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ດັ່ງນີ້:

“ສື່ສັງຄົມ (Social Media) ໝາຍເຖິງ ຮູບແບບການສື່ສານ ແລະ ການເຜີຍແຜ່ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານ ອິນເຕີເນັດ, ຊຶ່ງບຸກຄົນທົ່ວໄປສາມາດນຳສະເໜີ, ສົ່ງ, ຮັບ, ສົ່ງຕໍ່, ມີຄຳເຫັນ ຕໍ່ເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານເປັນຕົ້ນ: ເຟສບຸກ, ທະວີດເຕີ, ຢູທູບ ແລະ ອື່ນໆ;

“ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ໝາຍເຖິງ ຂໍ້ຄວາມທີ່ເປັນຕົວເລກ, ຕົວອັກສອນ, ຮູບພາບເໜັງຕີງ, ບໍ່ເໜັງຕີງ, ສຽງ, ວິດີໂອ ແລະ ອື່ນໆ”;

“ເວັບໄຊ ໝາຍເຖິງ ລະບົບຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ສ້າງຂຶ້ນເປັນໜຶ່ງ ຫຼື ຫຼາຍໜ້າເວັບ”

“ໜ້າເວັບ (Web Page) ໝາຍເຖິງ ກະດານຂ່າວ ເອເລັກໂຕຣນິກ ທີ່ນຳສະເໜີໃນຮູບແບບສັນຍາ ລັກຕົວເລກ, ຕົວໜັງສື, ຮູບພາບເໜັງຕີງ, ບໍ່ເໜັງຕີງ, ວິດີໂອ, ສຽງ ແລະ ຮູບແບບອື່ນໆ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ”

“ທະບຽບສ່ວນຕົວໃນສື່ສັງຄົມ ໝາຍເຖິງ ໜ້າເວັບທີ່ໄດ້ສ້າງຂຶ້ນໂດຍຜ່ານສື່ສັງຄົມ ຊຶ່ງຜູ້ ລົງທະບຽນ ຫຼື ອົງການຈັດຕັ້ງເປັນເຈົ້າຂອງໜ້າເວັບນັ້ນ ແລະ ເປັນຜູ້ຄຸ້ມຄອງເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານເອງ ຕົວຢ່າງ: www.facebook.com/champa”.

3.1 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສຳຄັນ

3.1.1 ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ

ເສດຖະກິດໂລກ ມີການຫັນປ່ຽນ ຊຶ່ງເປັນຜົນມາຈາກ ການປະຕິວັດອຸດສາຫະກຳ ແລະ ການ ຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງວ່ອງໄວ ຂອງການນຳໃຊ້ ເຕັກໂນໂລຊີສື່ສານຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຫຼື ດິຈິຕອນ ເຖິງແມ່ນວ່າ ການ ຫັນປ່ຽນເປັນດິຈິຕອນ ຈະມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍໃນລະດັບແຕກຕ່າງກັນ ແຕ່ທຸກປະເທດໃນໂລກ ລ້ວນແຕ່ໄດ້ຮັບ ຜົນກະທົບ, ຊຶ່ງບັນຫານີ້ ກໍ່ໄດ້ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແຜນງານຂອງອົງການສະຫະປະຊາຊາດວ່າ ດ້ວຍການພັດທະນາແບບຍືນຍົງພາຍໃນປີ 2030 ເພາະມັນໄດ້ສ້າງທັງກາລະໂອກາດ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍ ໂດຍ ສະເພາະກັບປະເທດ ກຳລັງພັດທະນາ ຊຶ່ງແນວໂນ້ມ ແລະ ສະພາບການພັດທະນາ ຂອງສາກົນ ແມ່ນໄດ້ ສະແດງອອກດັ່ງນີ້:

- “ສື່ແບບໃໝ່ ໝາຍເຖິງ ພາຫະນະໂຄສະນາປະເພດໜຶ່ງຂອງ ສື່ເອເລັກໂຕຣນິກ ທີ່ສາມາດສື່ສານໄດ້ສອງລວງ ດ້ວຍການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີສື່ສານທັນສະໄໝ ໃນການສົ່ງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ເປັນຕົວອັກສອນ ພາບ ແລະ ສຽງ ຜ່ານລະບົບເຄືອຂ່າຍອິນເຕີເນັດ ເຊັ່ນ: ເຟສບຸກບະລອກ, ທະວີດເຕີ, ຢູທູບ ແລະ ອື່ນໆ”. 3,9 ພັນ ລ້ານຄົນ ຫຼື 51% ຂອງພົນລະເມືອງໂລກ ແມ່ນມີການນຳໃຊ້ ອິນເຕີເນັດ, ຊຶ່ງຢູ່ໃນປະເທດທີ່ພັດທະນາ ແລ້ວແມ່ນສີ່ໃນຫ້າຄົນໃດ (4/5) ແມ່ນມີການນຳໃຊ້ອິນເຕີເນັດ, ໃນຂະນະຢູ່ປະເທດດ້ອຍພັດທະນາ ມີພຽງ ໜຶ່ງໃນຫ້າຄົນ (1/5) ທີ່ມີການນຳໃຊ້ອິນເຕີເນັດ. ການເຊື່ອມຕໍ່ອິນເຕີເນັດຄວາມໄວສູງແບບມີສາຍ ແມ່ນ ເພີ່ມຂຶ້ນ ຈາກ 4% ໃນປີ 2005 ມາເປັນ 13% ໃນ 2018 ສະເພາະຢູ່ປະເທດທີ່ພັດທະນາແລ້ວ ເພີ່ມຂຶ້ນ ຈາກ 12% ມາເປັນ 33% ໃນຂະນະທີ່ ຢູ່ປະເທດດ້ອຍພັດທະນາ ແມ່ນເກືອບບໍ່ມີການເພີ່ມຂຶ້ນເລື້ອຍໆ ຊຶ່ງ ໃນປີ 2018 ແມ່ນມີບໍ່ເຖິງ 2%. ການເຊື່ອມຕໍ່ອິນເຕີເນັດຄວາມໄວສູງແບບບໍ່ມີສາຍ ແມ່ນມີອັດຕາສ່ວນ ເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍເທົ່າ ຈາກ 2% ໃນປີ 2005 ມາເປັນ 37% ໃນປີ 2008 ສ່ວນຢູ່ປະເທດທີ່ພັດທະນາເພີ່ມຂຶ້ນ ເປັນ 100% ໃນຄະນະທີ່ຢູ່ປະເທດດ້ອຍພັດທະນາກໍ່ເພີ່ມຂຶ້ນ ມາເປັນ 28%;
- ມູນຄ່າການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ (E-Commerce) ໃນ ປີ 2018 ມີເຖິງ 29 ໂກດໂດລາ (29Trillion USD) ຊຶ່ງເທົ່າກັບ 32% ຂອງ GDP ໂລກ, ຊຶ່ງເພີ່ມຂຶ້ນ 13% ເມື່ອທຽບກັບປີ 2017 ແລ້ວ ການຂາຍໃນ ຮູບແບບທຸລະກິດກັບທຸລະກິດ ຫຼື B2B ແມ່ນກວມເອົາ 87% ຂອງການຄ້າທັງໝົດການຄ້າເອເລັກໂຕຣນິກ ລະຫວ່າງປະເທດ ແມ່ນມີເຖິງ 412 ພັນລ້ານໂດລາ;

- ການນຳໃຊ້ລະບົບການເງິນເທິງມືຖື ກໍ່ມີການເພີ່ມຂຶ້ນ ຈາກ 2,4% ໃນປີ 2014 ມາເປັນ 4,9% ໃນປີ 2017 ໃນນັ້ນການນຳໃຊ້ ຢູ່ເຂດອາຟລິກກາ ແມ່ນສູງກວ່າໝູ່ ຈາກ 12% ໃນປີ 2014 ມາເປັນ 23% ໃນປີ 2018. ສ່ວນຢູ່ເຂດອາຊີຕາເວັນອອກ ແມ່ນຍັງມີຫຼາຍ ຈາກບໍ່ເຖິງ 1% ໃນ ປີ 2014 ມາເປັນປະມານ 2% ໃນປີ 2017;
- ເຕັກໂນໂລຊີ ບລັອກເຊນ (Blockchain Technologies): ແມ່ນຮູບແບບເຕັກໂນໂລຊີທີ່ອະນຸຍາດໃຫ້ ຫຼາຍພາກສ່ວນ ເຮັດທຸລະກຳນຳກັນໄດ້ໂດຍກົງ ດ້ວຍຄວາມປອດໄພ ແລະ ໝັ້ນໃຈ ໂດຍປາສະຈາກການ ຜ່ານຜູ້ບໍລິການມືກາງ (ທາງທ່ານ) ສຳນັກງານກາດເນີ (Gartner) ໄດ້ປະເມີນວ່າ ມູນຄ່າທຸລະກິດການ ຄ້າບລັອກເຊນ ໃນປີ 2018 ປະມານ 3 ໂກດໂດລາ (3 Trillion dollar) 50% ຂອງເຕັກໂນໂລຊີໂປຼແກຣມ ບລັອກເຊນທີ່ມີການຈົດລິຂະສິດ ແມ່ນເປັນຂອງ ສປ ຈີນ ແລະ ອີກ 25% ແມ່ນເປັນຂອງສະຫະລັດ ອາເມລິກາ;
- ອິນເຕີເນັດແຫ່ງຊັບພະສິ່ງ (Internet of Thing, IoT) ແມ່ນເຕັກໂນໂລຊີເຊື່ອມໂຍງອິນເຕີເນັດໃສ່ວັດຖຸສິ່ງ ຂອງ ເຊັ່ນ: ເຄື່ອງກວດຈັບສັນຍານ, ອຸປະກອນວັດແທກ, ກວດຫາວັດສະດຸດ້ວຍຄື້ນຄວາມຖີ່) ຊຶ່ງໄດ້ຖືກ ນຳໃຊ້ຫຼາຍໃນຂະແໜງການພະລັງງານ, ການຂົນສົ່ງ ແລະ ໄປສະນີ, ການລ້ຽງສັດ ແລະ ການຜະລິດຂອງ ໂຮງງານ ໃນປີ 2008 ມີຖືງ 8,6 ພັນລ້ານວັດຖຸສິ່ງຂອງ ທີ່ມີການເຊື່ອມຕໍ່ກັບລະບົບອິນເຕີເນັດ. ອັດຕາການ ຂະຫຍາຍຕົວຂອງອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊັບພະສິ່ງ ສະເລ່ຍ 17% ຕໍ່ປີ ຊຶ່ງຄາດວ່າພາຍໃນປີ 2020 ແມ່ນຈະມີ ເຖິງ 22 ພັນລ້ານເຄື່ອງອຸປະກອນທີ່ເຊື່ອມຕໍ່ອິນເຕີເນັດ ຕະຫຼາດຂອງ IoT ໃນປີ 2018 ແມ່ນຈະສູງເຖິງ 151 ພັນລ້ານໂດລາ ແລະ ຄາດວ່າ ໃນປີ 2025 ຈະມີມູນຄ່າສູງເຖິງ 1,567 ພັນລ້ານໂດລາ;
- ລະບົບອັດຕະໂນມັດ ແລະ ຫຸ່ນຍົນ (Automation and Robotics): ເຕັກໂນໂລຊີພວກນີ້ນັບມື້ນຳມີ ການນຳໃຊ້ຫຼາຍ ໃນບັນດາໂຮງຈັກໂຮງງານ ແລະ ປ່ຽນແທນການເຮັດວຽກຂອງມະນຸດຂຶ້ນເລື້ອຍໆ. ການ ຂາຍຫຸ່ນຍົນໃນຊ່ວງປີ 2013-2017 ແມ່ນມີເຖິງ 381,300 ໂຕ ແລະ ຄາດວ່າ ໃນຊ່ວງ 2017 ຫາ 2021 ຈະມີຍອດການຂາຍສູງເຖິງ 630,000 ໂຕ, ຊຶ່ງ ສປ ຈີນ, ຍີ່ປຸ່ນ, ເກົາຫຼີ, ອາເມລິກາ ແລະ ເຢຍລະມັນ ແມ່ນ ກຸ່ມປະເທດ ທີ່ມີການນຳໃຊ້ຮຸ່ນຍົນຫຼາຍ ກວມເອົາ 79% ຂອງທົ່ວໂລກ. ສປ ຈີນ ແມ່ນເປັນອັນດັບໜຶ່ງ ກວມເອົາ 36% ຂອງຕະຫຼາດຫຸ່ນຍົນ;
- ລະບົບປັນຍາປະດິດ (Artificial Intelligence): ແມ່ນເຕັກໂນໂລຊີທີ່ເຮັດໃຫ້ເຄື່ອງຈັກສາມາດຮຽນຮູ້ ແລະ ວິເຄາະບັນຫາໄດ້ໄວ, ເຖິງແມ່ນວ່າປະຈຸບັນ ຍັງບໍ່ທັນຖືກແພ່ຫຼາຍຄືກັນກັບບັນດາເຕັກໂນໂລຊີຂ້າງເທິງ ແຕ່ສະຫະພາບໂທລະຄົມສາກົນ ປະເມີນວ່າມູນຄ່າຂອງປັນຍາປະດິດຈະເພີ່ມຂຶ້ນເຖິງ 13 ໂກດໂດລາ (13 trillion USD) ໃນປີ 2030 ແລະ ກວມເອົາ 12% ຂອງ GDP ໂລກ. ປະຈຸບັນ ສປ ຈີນ, ອາເມລິກາ ແລະ ຍີ່ປຸ່ນ ແມ່ນສາມປະເທດທີ່ມີການຜະລິດເຕັກໂນໂລຊີປັນຍາປະດິດ ກວມເອົາ 78% ຂອງເຕັກໂນໂລຊີ ປັນຍາປະດິດ ທີ່ມີການຂຶ້ນທະບຽນລິຂະສິດ;
- ການພິມສາມມິຕິ (Three-dimensional Printing 3D) ຮູ້ກັນດີ ໃນການນຳໃຊ້ ເພື່ອອອກແບບຜະລິດຕະ ພັນຂອງໂຮງງານ. ໄດ້ສ້າງກາລະໂອກາດໃໝ່ໃຫ້ແກ່ປະເທດກຳລັງພັດທະນາ ໃນການກ້າວກະໂດດຈາກການ ຜະລິດ ແບບປະຖົມປະຖານ ຊຶ່ງໄດ້ພົບເຫັນການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີການພິມສາມມິຕິ ໃນໂຮງງານ ອຸດສາຫະກຳ ຢູ່ປະເທດກົງໂກ, ໃນການຜະລິດເຄື່ອງອຸປະກອນການແພດ ຢູ່ປະເທດການດາ, ໃນ ອຸດສາຫະກຳພະລັງງານທົດແທນ ຢູ່ປະເທດ ອາຟຣິກາໃຕ້, ໃນລະບົບການແພດຢູ່ປະເທດຊູດານ ແລະ ອີກ ຫຼາຍປະເທດໃນອາຟຣິກາ ແມ່ນແຕ່ປະເທດເພື່ອນບ້ານພວກເຮົາ ກຳປູເຈຍ ກໍ່ມີການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ ການພິມສາມມິຕິໃນການແພດເຊັ່ນກັນ. ຊຶ່ງສະຫະລັດອາເມລິກາ, ສປ ຈີນ, ຍີ່ປຸ່ນ, ເຢຍລະມັນ ແລະ ອັງກິດ ແມ່ນ 5 ປະເທດໃຫຍ່ທີ່ມີການສະໜອງເຕັກໂນໂລຊີການພິມສາມມິຕິ ກວມເອົາ 70% ຂອງການສະໜອງ ເຕັກໂນໂລຊີໃນທົ່ວໂລກ.

ເຖິງແມ່ນວ່າ ສປປ ລາວ ໄດ້ນຳໃຊ້ ແລະ ພັດທະນາເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ມາເຖິງສອງທົດສະວັດແລ້ວກໍຕາມ ແຕ່ກໍຍັງບໍ່ສາມາດຍາດໄດ້ກາລະໂອກາດຂອງການພັດທະນາເສດຖະກິດດິຈິຕອນຄືກັບປະເທດອື່ນ ເຫັນໄດ້ຈາກລວມຍອດຜະລິດຕະພັນຂອງຂະແໜງດິຈິຕອນ ກວມເອົາພຽງແຕ່ 3% ຂອງລວມຍອດຜະລິດຕະພັນພາຍໃນປະເທດ, ມີພຽງ 36% ຂອງບັນດາໂຮງຈັກໂຮງງານ ແລະ ຫົວໜ່ວຍການຜະລິດທີ່ມີການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ ໃນນັ້ນມີພຽງ 7% ທີ່ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີລະດັບສູງແບບເອເລັກໂຕຣນິກ ໃນຂະນະທີ່ ສປ ຈີນ ແມ່ນມີຫຼາຍກວ່າ 90%, ສ່ວນ ສສ ຫວຽດນາມ ກໍມີຫຼາຍກວ່າ 70%. ພ້ອມດຽວກັນນັ້ນ ຈຳນວນແຮງງານທາງດ້ານດິຈິຕອນກໍມີບໍ່ເຖິງ 0.3% ຂອງຈຳນວນແຮງງານທັງໝົດ ໃນຂະນະທີ່ ສປ ຈີນ ແມ່ນມີເຖິງ 10% ສ່ວນ ສສ ຫວຽດນາມ ມີເຖິງ 7%.

ການພັດທະນາຂອງເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ຈະສ້າງຄວາມເປັນໄປໄດ້ສູງ ໃນການພັດທະນາເສດຖະກິດໄດ້ແບບກ້າວກະໂດດ. ໃນຍຸກສະໄໝທີ່ເຕັກໂນໂລຊີເຂົ້າມາປ່ຽນແປງ ແລະ ກະທົບຫຼາຍຂະແໜງການໃນທາງບວກ ແລະ ລົບກໍດີ ການປ່ຽນແປງນີ້ອາດຈະເສີມສ້າງໂອກາດທີ່ດີໃຫ້ແກ່ປະເທດ ທີ່ຈະຫັນປ່ຽນຈາກປະເທດທີ່ມີເສດຖະກິດຂະໜາດນ້ອຍມາເປັນ ປະເທດທີ່ເສດຖະກິດຂະຫຍາຍຕົວໄວ ຖ້າມີການບໍລິຫານຈັດການ ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ເສດຖະກິດຂອງປະເທດ ຈະມີການຂະຫຍາຍຕົວຂຶ້ນ ແລະ ສາມາດຫຼຸດຜ່ອນຄວາມທຸກຍາກ ລວມທັງຄວາມສາມາດສະໜອງອາຫານ, ເຄື່ອງນຸ່ງຖື ແລະ ບ້ານໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນ. ເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມ ທີ່ຂັບເຄື່ອນດ້ວຍເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ຈະເສີມສ້າງວຽກງານໃໝ່ໃຫ້ແກ່ຊາວໜຸ່ມ, ທຸລະກິດ ຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ຂະໜາດກາງພ້ອມດ້ວຍຊາວກະສິກຳກໍຈະໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ. ການຫັນປ່ຽນທຸລະກິດຂະແໜງກະສິກຳແບບດັ້ງເດີມມາເປັນດິຈິຕອນຈະເສີມສ້າງໂອ ກາດທີ່ດີໃນການເພີ່ມມູນຄ່າຂອງຕະຫຼາດກະສິກຳໄດ້. ໂດຍການສ້າງພລັສຟອມການຄ້າຂຶ້ນຈະເຮັດໃຫ້ຊາວກະສິກຳສາມາດຊື້-ຂາຍໄດ້ກັບຜູ້ຕ້ອງການໂດຍກົງແບບບໍ່ຜ່ານບຸກຄົນທີສາມ. ທຸກມື້ນີ້ເຕັກໂນໂລຊີໄດ້ມີການພັດທະນາແບບວ່ອງໄວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງຊຶ່ງລັດຖະບານສາມາດນຳໃຊ້ມາເພື່ອປັບປຸງການ ບໍລິຫານຈັດການແບບເກົ່າໃຫ້ທັນສະໄໝໄດ້ໂດຍນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ມາພັດທະນາໃຫ້ຍືນຍົງ ແລະ ພັດທະນາ ຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງປະຊາຊົນໃຫ້ດີຂຶ້ນ.

ປະຈຸບັນ ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ແມ່ນໄດ້ກາຍເປັນໜຶ່ງໃນອົງປະກອບທີ່ສຳຄັນຂອງການດຳເນີນກິດຈະກຳຕ່າງໆ ລວມທັງການປົກຄອງ, ການດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ການດຳລົງຊີວິດຂອງບຸກຄົນ. ການກ້າວໄປສູ່ດິຈິຕອນ ບໍ່ພຽງແຕ່ແມ່ນສ່ວນໜຶ່ງຂອງການເຄື່ອນໄຫວກິດຈະກຳປະຈຳວັນ ແຕ່ມັນແມ່ນສະພາບພາວະວິໄສຂອງການຂະຫຍາຍຕົວທາງດ້ານເສດ ຖະກິດຂອງພວກເຮົາ ດັ່ງສະແດງອອກ ຄື:

- ດິຈິຕອນ ໄດ້ສ້າງຜົນກະທົບ ຕໍ່ທາງດ້ານເສດຖະກິດ ຂອງປະເທດຕ່າງໆ, ຊຶ່ງທະນາຄານໂລກ ໄດ້ໃຫ້ປະເມີນວ່າ ຖ້າການນຳໃຊ້ລະບົບການສື່ສານຄວາມໄວສູງເພີ່ມຂຶ້ນ 10% ຈະສົ່ງຜົນໃຫ້ເສດຖະກິດຂະຫຍາຍຕົວ 1,38% ອົງການຮ່ວມມືເພື່ອພັດທະນາເສດຖະກິດ (OECD) ໄດ້ໃຫ້ການປະເມີນວ່າ ຖ້າຄວາມໄວ ຂອງອິນເຕີເນັດຂອງປະເທດໃດເພີ່ມຂຶ້ນສອງເທົ່າ ຈະເຮັດໃຫ້ GDP ເພີ່ມຂຶ້ນ 3%;
- ດິຈິຕອນ ໄດ້ຮັບຜົນກະທົບຕໍ່ການສ້າງຄວາມອາດສາມາດຂອງການແຂ່ງຂັນຂອງປະເທດຕ່າງໆ. ຊຶ່ງປະເທດ ສ. ເກົາຫຼີ ແລະ ສິງກະໂປ ກໍໄດ້ໃຫ້ການຢັ້ງຢືນຢ່າງຊັດເຈນ ວ່າຍ້ອນດິຈິຕອນເຮັດໃຫ້ປະເທດຂອງຕົນໄດ້ຮັບການພັດທະນາ ຢ່າງກ້າວກະໂດດ. ສຳລັບ ສ. ເກົາຫຼີ ເບື້ອງຕົ້ນເປັນພຽງປະເທດນຳເຂົ້າເຕັກໂນໂລຊີ ເພື່ອນຳມາໃຊ້ແຕ່ປະຈຸບັນກາຍມາເປັນຜູ້ຜະລິດ ແລະ ສົ່ງອອກໃນອັນດັບຕົ້ນ ຂອງໂລກ, ໃນຂະນະທີ່ ປະເທດສິງກະໂປ ກໍນຳໄປໃຊ້ໄອຊີທີ ຍົກລະດັບການບໍລິການ ກາຍເປັນສູນກາງຂອງການລົງທຶນ ແລະ ອຳນວຍຄວາມສະດວກ ຂອງໂລກ;
- ດິຈິຕອນ ມີຜົນກະທົບ ຕໍ່ທາງດ້ານແຮງງານ, ຫຼາຍຄົນອາດຈະມີຄວາມວິຕົກ ແລະ ຮັບຮູ້ວ່າດິຈິຕອນຈະມາປ່ຽນແທນແຮງງານ ຊຶ່ງອາດຈະເຮັດໃຫ້ ຄົນບໍ່ມີວຽກເຮັດ. ແຕ່ທາງທະນາຄານໂລກໄດ້ປະເມີນວ່າ ຖ້າການຫັນເປັນດິຈິຕອນ ຂອງປະເທດໃດ ເພີ່ມຂຶ້ນ 10% ຈະເຮັດໃຫ້ຄົນຫວ່າງງານຫຼຸດລົງ 1,2 % ເພາະເນື່ອງຈາກວ່າ ຜູ້ຄົນຫວ່າງງານສາມາດນຳໃຊ້ລະບົບ ດິຈິຕອນ ຮຽນຮູ້ສິ່ງໃໝ່ ແລະ ສາມາດຊອກຫາວຽກ

ເຮັດງານທຳອັນໃໝ່ໄດ້ສະດວກຂຶ້ນ, ພ້ອມນັ້ນການເພີ່ມຂຶ້ນ 10% ຂອງດິຈິຕອນ ຈະສ້າງໃຫ້ເກີດແຮງງານໃໝ່ ທາງດ້ານດິຈິຕອນ ປະມານ 3% ຢູ່ປະເທດນັ້ນ;

- ດິຈິຕອນຈະເປັນອົງປະກອບ, ເປັນເຄື່ອງມື ແລະ ເປັນພາຫະນະຂອງການສ້າງທຸລະກິດ MSME ທີ່ນຳໃຊ້ ດິຈິຕອນ ໃນການສ້າງນະວັດຕະກຳໃໝ່ ຊຶ່ງລວມທັງທຸລະກິດປະເພດ Startup (ກະຊວງ ອຄ ກົມ SME);
- ນອກນັ້ນ ພວກເຮົາກໍ່ເຄີຍໄດ້ເຫັນຜົນກະທົບຂອງດິຈິຕອນ ໃນການຍົກສູງປະສິດທິພາບ ແລະ ປະສິດຕິຜົນ ຂອງການຜະລິດໃນໂຮງຈັກໂຮງງານ, ການບໍລິການສາທະນາລະສຸກ, ການສຶກສາ, ການຄ້າ, ບໍລິຫານລັດ ແລະ ອື່ນໆ.

ເວົ້າໄດ້ວ່າ ດິຈິຕອນ ນັບມື້ນັບມີຜົນກະທົບຕໍ່ການດຳລົງຊີວິດຂອງຄົນເຮົາ ກໍ່ຄືການພັດທະນາປະເທດ ຊຶ່ງມັນໄດ້ສ້າງທັງກາລະໂອກາດ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍ. ສະນັ້ນ, ຂຶ້ນກັບວ່າແຕ່ລະປະເທດ ຈະມີຄວາມພ້ອມໃນການຮັບມື ແລະ ປ່ຽນສິ່ງທ້າທາຍ ເປັນກາລະໂອກາດໄດ້ຄືແນວໃດ ຊຶ່ງນີ້ເປັນໂຈດ ຄຳຖາມໃຫຍ່ ຂອງລັດຖະບານ ໃນແຕ່ລະປະເທດ ໂດຍສະເພາະ ແມ່ນອົງການຄຸ້ມຄອງດິຈິຕອນ ທີ່ຈະນຳພາຂັບເຄື່ອນການພັດທະນາດິຈິຕອນ ໃນປະເທດຂອງຕົນ ໃຫ້ປະສິດຜົນສຳເລັດໄດ້ຫຼາຍ ຫຼື ໜ້ອຍແນວໃດ.

ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍຫມາຍຄວາມວ່າສື່ມວນຊົນດິຈິຕອນທີ່ເປັນເຄື່ອງມືສຳລັບການປະຕິບັດງານທາງສັງຄົມ (Social Tool) ສຳລັບການສື່ສານເຊິ່ງກັນແລະກັນໃນເຄືອຂ່າຍສັງຄົມ (Social Network) ຜ່ານເວັບໄຊທ໌. ແລະ ແອັບພລິເຄຊັນຕ່າງໆໃນສື່ຕ່າງໆ ທີ່ເຊື່ອມຕໍ່ກັບອິນເຕີເນັດ ໂດຍເນັ້ນໃສ່ຜູ້ໃຊ້ທັງເປັນຜູ້ສົ່ງຂ່າວ ແລະ ຜູ້ຮັບແມ່ນມີສ່ວນຮ່ວມ (ຮ່ວມມື) ສ້າງສັນ ໃນການຜະລິດເນື້ອໃນຂອງທ່ານເອງ (UserGenerate Content: UGC) ໃນຮູບແບບຂໍ້ມູນ, ຮູບພາບ ແລະ ສຽງ.

3.1.2 ບົດບາດການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນເຂົ້າໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ

ປະຈຸບັນ ໄດ້ມີການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ເຂົ້າໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ເກີດມີການກະທົບປ່ຽນ ແປງໄປນຳໃຊ້ຫຼາກຫຼາຍຮູບແບບ ເປັນຕົ້ນ:

- ເຮັດໃຫ້ເກີດ Weblogs ຫຼື Blogs ສຳລັບສິນ, ແມ່ນສື່ມວນຊົນສ່ວນບຸກຄົນໃນອິນເຕີເນັດທີ່ໃຊ້ໃນການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ຂ່າວ, ຄວາມຮູ້, ຄວາມຄິດເຫັນ ແລະ ບັນທຶກສ່ວນບຸກຄົນ. ມັນສາມາດແບ່ງປັນກັບຄົນອື່ນ ແລະ ຜູ້ຮັບສາມາດອ່ານມັນໄດ້ ຫຼື ສະແດງຄວາມຄິດເຫັນເພີ່ມເຕີມ. ເນື້ອໃນຂອງ blog ຈະຖືກສະແດງຢູ່ໃນລຳດັບຈາກເນື້ອຫາ ໃໝ່ໄປຫາເນື້ອຫາເກົ່າ. ຜູ້ຂຽນ ແລະ ຜູ້ອ່ານສາມາດຄົ້ນຫາເນື້ອຫາທີ່ຜ່ານມາເພື່ອອ່ານ ແລະ ສາມາດແກ້ໄຂໄດ້ທຸກເວລາ ເຊັ່ນ: Exteen, Bloggang, Wordpress, Blogger, Okanation ແລະ ອື່ນໆ;
- ເຮັດໃຫ້ເກີດເຄືອຂ່າຍສັງຄົມ ຫຼື ເຄືອຂ່າຍສັງຄົມໃນອິນເຕີເນັດ. ເຊິ່ງເປັນເຄືອຂ່າຍສັງຄົມທີ່ໃຊ້ໃນການເຊື່ອມຕໍ່ລະຫວ່າງບຸກຄົນ ແລະ ກຸ່ມຄົນເພື່ອສ້າງກຸ່ມສັງຄົມ (Social Community) ເພື່ອຮ່ວມກັນແລກປ່ຽນ ແລະ ແລກປ່ຽນຂໍ້ມູນຂ່າວສານເຊິ່ງກັນ ແລະ ກັນ ໃນດ້ານທຸລະກິດ, ການເມືອງ ແລະ ການສຶກສາ ເຊັ່ນ: Facebook, Hi5, Ning, Linked in, MySpace, Youmeo, Friendste, Instragram, Line ແລະ ອື່ນໆ;
- ເຮັດໃຫ້ເກີດມີການປະຕິບັດການຕະຫຼາດໂດຍສື່ສັງຄົມອອນລາຍ (Social media marketing channel): ສື່ສັງຄົມອອນລາຍກາຍມາເປັນສື່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຫຼັກຂອງໂລກ ໃນຍຸກປະຈຸບັນ ສິ່ງຜົນໃຫ້ເກີດການພັດທະນາເຄື່ອງມື ຫຼື ໂປຣແກຼມໃໝ່ໆ (Application) ທີ່ມາປ່ຽນຮູບແບບການສື່ສານພົວພັນໃນສັງຄົມ, ການສະເໜີຂາຍສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການແບບສະເພາະເຈາະຈົງເປັນບຸກຄົນຕໍ່ບຸກຄົນຫຼາຍຂຶ້ນ ຊຶ່ງເຈົ້າຂອງຜະລິດຕະພັນ ຈະຕ້ອງເກັບ ແລະ ວິເຄາະຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບລູກຄ້າຫຼາຍຂຶ້ນ ເພື່ອສາມາດໃຫ້ບໍລິການໄດ້ກົງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງລູກຄ້າ, ມີການພົວພັນກັບລູກຄ້າໄດ້ດີຂຶ້ນ, ສ້າງຄຸນຄ່າໃຫ້ກັບລູກຄ້າ, ສາມາດເພີ່ມລະດັບຄວາມເພິ່ງພໍໃຈ ແລະ ຮັກສາຖານລູກຄ້າໄດ້ໝັ້ນຄົງ;

- ເຮັດໃຫ້ເກີດ Online Video ແມ່ນເວັບໄຊທ໌ທີ່ສະໜອງວິດີໂອອອນໄລນ໌ຟຣີ ທີ່ໄດ້ຮັບໃນປັດຈຸບັນ ຄວາມນິຍົມຂອງມັນແມ່ນແຜ່ຂະຫຍາຍແລະຂະຫຍາຍຢ່າງໄວວາ. ເນື່ອງຈາກວ່າເນື້ອໃນ ເນື້ອຫາທີ່ນຳສະເໜີໃນວິດີໂອອອນໄລນ໌ແມ່ນບໍ່ຈຳກັດໂດຍກຳນົດເວລາໂຄງການທີ່ຄົງທີ່ ແລະ ຄົງທີ່ ໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ສາມາດຕິດຕາມ ແລະ ເບິ່ງຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ, ເນື່ອງຈາກວ່າບໍ່ມີການໂຄສະນາ ລວມທັງຜູ້ໃຊ້ສາມາດເລືອກເບິ່ງເນື້ອຫາຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງເຂົາເຈົ້າ ແລະ ຍັງສາມາດ ການເຊື່ອມຕໍ່ກັບເວັບໄຊທ໌ວິດີໂອອື່ນໆ ທີ່ສາມາດກ່ຽວຂ້ອງ ຍັງມີຫຼາຍຊ່ອງທາງເຊັ່ນ: YouTube, MSN, Yahoo, Line TV.

3.2 ປັດໄຈທີ່ສົ່ງຜົນໃຫ້ມີການໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍເພີ່ມຂຶ້ນ

ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ຫຼື Social media ມັນໄດ້ກາຍເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງຊີວິດຂອງພວກເຮົາ, ບໍ່ວ່າຈະເປັນເຟສບຸກ, Instagram, TikTok, YouTube ຫຼື ຊ່ອງທາງສື່ສັງຄົມເຫຼົ່ານີ້ໄດ້ກາຍເປັນ "ພື້ນທີ່" ສຳລັບການສື່ສານ. ການຊອກຫາຂໍ້ມູນ ຈົນໄປຫາການຊອກຫາວຽກງານ ແລະ ຖ້າເຮົາໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ໄດ້ຫຼາຍເທົ່າໃດຍິ່ງເຂົ້າໃຈ ແລະ ສາມາດເຂົ້າເຖິງໂອກາດໃນໂລກທີ່ຫັນສະໄໝ ເຊິ່ງມີຫຼາກຫຼາຍປັດໄຈທີ່ເຮັດໃຫ້ນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍເພີ່ມຂຶ້ນ ເປັນຕົ້ນ:

- **ການໃຊ້ສື່ສັງຄົມເພື່ອສຶກສາ ແລະ ຄວາມຮູ້:** ປະໂຫຍດຂອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍແມ່ນວ່າ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍແມ່ນພື້ນທີ່ສຳລັບຂໍ້ມູນຂ່າວສານເປັນອຸປະກອນການຮຽນຮູ້ທີ່ມີການປັບປຸງເກືອບຕະຫຼອດເວລາ ທັງຈາກອົງການສື່ມວນຊົນ, ອົງການຂ່າວ, ນັກວິຊາການ ແລະ ຜູ້ຊ່ຽວຊານ ໂດຍສະເພາະແມ່ນເໝາະສົມສຳລັບຜູ້ທີ່ຕ້ອງການຍົກລະດັບທັກສະຂອງຕົນ ຫຼື ເພີ່ມຄວາມຮູ້ໂດຍບໍ່ເສຍຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ;
- **ການໃຊ້ສື່ສັງຄົມເພື່ອຊ່ວຍສ້າງໂປຣໄຟລ໌ອອນລາຍ:** ການມີໂປຣໄຟລ໌ທີ່ດີໃນຊ່ອງທາງສື່ສັງຄົມອອນລາຍຕ່າງໆ ຈະຊ່ວຍສ້າງຮູບພາບໃນທາງບວກສຳລັບຄົນຮູ້ຈັກເປັນການເຮັດໃຫ້ຜູ້ອື່ນເຊື່ອໝັ້ນເພາະການທີ່ສ້າງໂປຣໄຟລ໌ທີ່ດີຈະຊ່ວຍໃຫ້ພວກເຮົາສືບຕໍ່ໃນໄລຍະຍາວ.
- **ການນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍເພື່ອຊອກຫາວຽກງານ:** ໃນປັດຈຸບັນມີຫຼາຍບໍລິສັດທັງໃນປະເທດລາວ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ພວກເຮົາໄດ້ເລີ່ມຮັບສະໝັກພະນັກງານຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ຜ່ານລະບົບພລັດຟອມທີ່ນິຍົມທີ່ສຸດແມ່ນອາດຈະເປັນ LinkedIn (ຕ່າງປະເທດ) ເຊິ່ງຊ່ວຍໃຫ້ບໍລິສັດສາມາດເຊື່ອມຕໍ່ໂດຍກົງກັບຜູ້ທີ່ກຳລັງຊອກຫາວຽກ. ຊ່ອງທາງທີ່ນິຍົມອີກອັນໜຶ່ງແມ່ນ Facebook Pages ແລະ Facebook Groups ທີ່ລວບລວມຄົນທີ່ກຳລັງຊອກຫາວຽກ ຫຼື ກຸ່ມຄົນທີ່ເຮັດວຽກໃນອາຊີບດຽວກັນ ສາມາດຂໍແນະນຳຜົນງານຂອງແຕ່ລະຄົນນຳກັນ;
- **ການນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍໃນການເຮັດທຸລະກິດ ແລະ ການຕະຫຼາດ:** ການຄ້າທາງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ຫຼື ການຂາຍສິ່ງຕ່າງໆຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແມ່ນມີຄວາມນິຍົມຫຼາຍໃນປະເທດລາວ. ເນື່ອງຈາກວ່າສະດວກສະບາຍ ແລະ ບໍ່ມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍໃນການຕັ້ງຮ້ານ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ຊື້ ແລະ ຜູ້ຂາຍສາມາດຕິດຕໍ່ສື່ສານໂດຍກົງໃນການສອບຖາມລາຍລະອຽດເພີ່ມເຕີມໄດ້ໃນການສັ່ງຊື້ຜະລິດຕະພັນແມ່ນສະດວກ. ຜ່ານພລັດຟອມທີ່ນິຍົມສຳລັບການຄ້າ ແລະ ການຕະຫຼາດທາງອອນລາຍ ປະກອບມີ Facebook, Instagram, LINE ແລະ TikTok.
- **ການນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍໃນການເຮັດວຽກ:** ນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍແມ່ນອະນຸຍາດໃຫ້ພະນັກງານສື່ສານ, ຕິດຕໍ່ສື່ສານ, ຕອບສະໜອງ ສາມາດນຳສິ່ງວຽກງານໄດ້ຢ່າງສະດວກສະບາຍສະໝັບສະໜູນການເຮັດວຽກຈາກນະໂຍບາຍ work from Home ຫຼື ແບບ Hybrid ເຮັດວຽກຂອງບໍລິສັດຈຳນວນຫຼາຍໃນເວລານີ້, ຫຼຸດຜ່ອນບັນຫາຈາກການສື່ສານຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ;
- **ການນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍເພື່ອປະຊາສຳພັນ:** ນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍສາມາດຖືກນຳໃຊ້ ເພື່ອຕິດຕໍ່ສື່ສານກັບປະຊາຊົນຈຳນວນຫຼາຍໃນເວລາຈຳກັດ. ດັ່ງນັ້ນ, ປະຊາຊົນຈຳນວນຫຼາຍອີງໃສ່ຊ່ອງທາງເຫຼົ່ານີ້

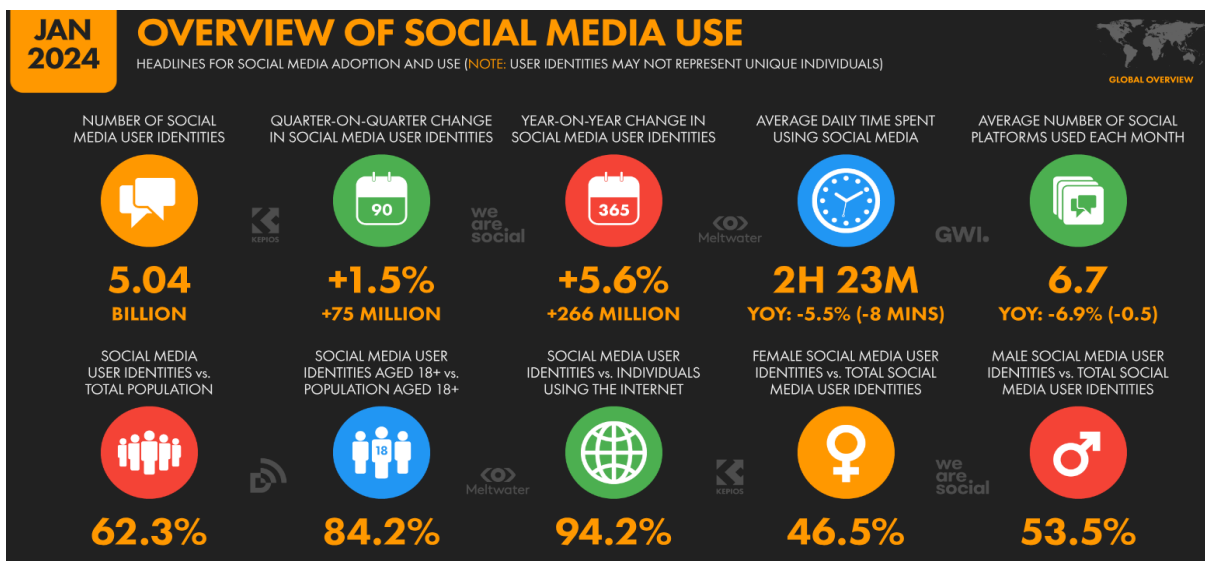
ສຳລັບການພົວພັນສາທາລະນະ, ການສົ່ງເສີມຜະລິດຕະພັນ, ວຽກງານ PR ແລະ ກິດຈະກຳຕ່າງໆ, ນອກຈາກນັ້ນ, ການໂຄສະນາໃນສັງຄົມແມ່ນລາຄາຖືກ ແລະ ມີຄວາມຍືດຍຸ່ນຫຼາຍກວ່າການໂຄສະນາປະເພດອື່ນໆ.

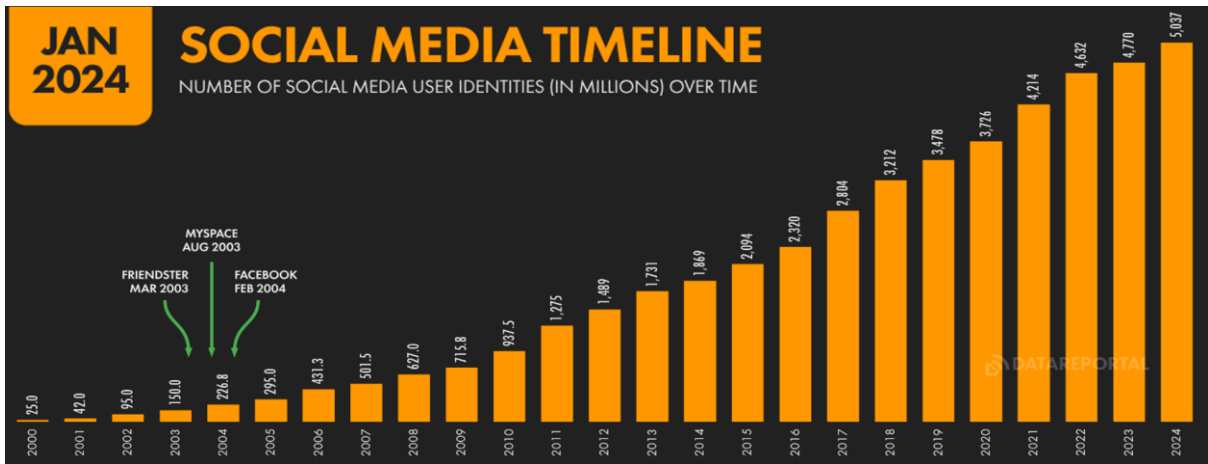
- **ການນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍເພື່ອສ້າງເນື້ອຫາ (Content):** ເນື້ອໃນກ່ຽວກັບສິ່ງຄົມອອນລາຍຈະເປັນລັກສະນະມ່ວນຊື່ນ, ສາມາດສ້າງຄວາມຄິດສ້າງສັນໄດ້ຫຼາຍກວ່າຊ່ອງທາງເຮັດໃຫ້ສາມາດເພີ່ມຈຳນວນຜູ້ຕິດຕາມຂອງເຂົາເຈົ້າຈາກເນື້ອຫາທີ່ພວກເຂົາສ້າງກາຍເປັນ Influencer, ຜູ້ສ້າງເນື້ອຫາ ຫຼື TikToker ທີ່ໄດ້ຮັບການສະໜັບສະໜູນຈາກເຈົ້າຂອງທຸລະກິດຍີ່ຫໍ້ຕ່າງໆ ໂດຍຜ່ານເວທີທີ່ນິຍົມຫຼາຍທີ່ສຸດ ລວມທັງ TikTok, Facebook ແລະ Instagram.

3.3 ການນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍໃນສາກົນ

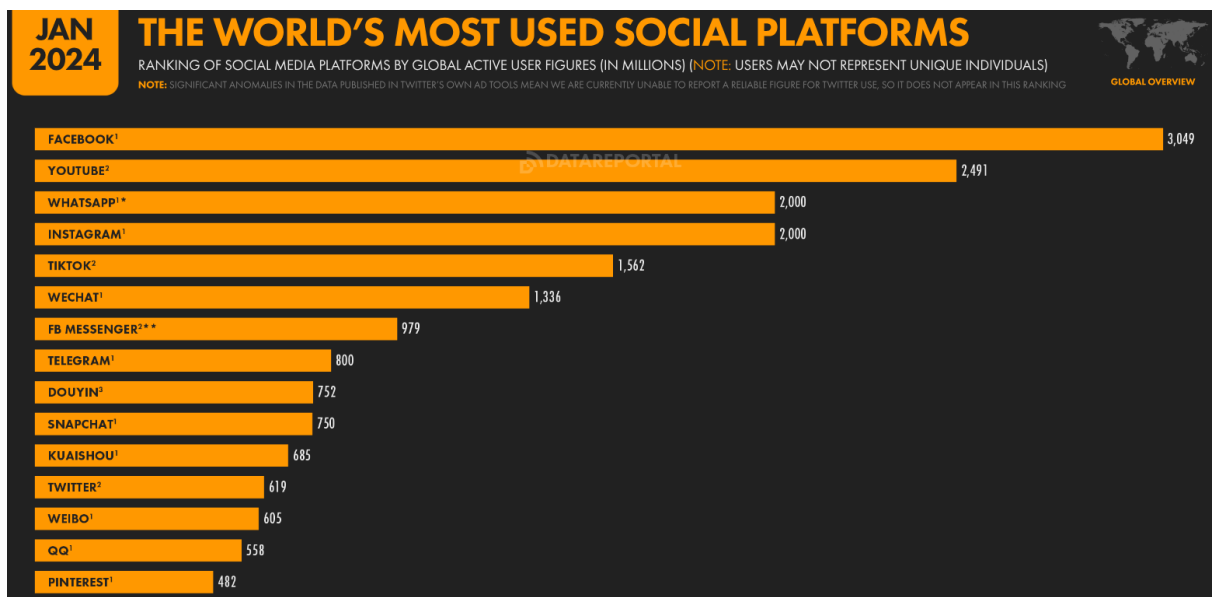
ການນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ ພວມກາຍເປັນທ່າວຽງນິຍົມ ເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍ ບໍ່ສະເພາະແຕ່ລາວເຮົາ ກໍ່ຄືກັບບັນດາປະເທດຕ່າງໆ ໃນຂົງເຂດພາກພື້ນ ແລະ ທົ່ວໂລກ. ສິ່ງຄົມອອນລາຍ ປຽບໄດ້ດັ່ງມິດສອງຄົມ ທີ່ຕິດພັນກັບການດຳລົງຊີວິດຂອງເຮົາໃນປະຈຸບັນ. ມັນໄດ້ເປັນແຮງຊຸກດັນໃຫ້ການພັດທະນາທາງດ້ານ ເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ມີການຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງແຂງແຮງ, ເປັນຄວາມຈຳເປັນພື້ນຖານຂອງການເຊື່ອມໂຍງລະຫວ່າງປະເທດໃນພາກພື້ນ, ຂົງເຂດ ແລະ ໃນໂລກ, ທັງມີຄວາມຈຳເປັນໃນການບໍລິຫານວຽກງານໃນທຸກຂົງເຂດວຽກງານ ບໍ່ວ່າຈະເປັນພາກລັດ, ເອກະຊົນ ກໍ່ຄືການດຳລົງຊີວິດປະຈຳວັນຂອງປະຊາຊົນທຸກປະເພດ, ທຸກສາຂາອາຊີບ ໂດຍບໍ່ຈຳແນກປະເທດທີ່ຂະຫຍາຍຕົວແລ້ວ.

ເວັບໄຊ datareportal.com ໄດ້ລາຍງານຜົນການສຳຫຼວດສະຖິຕິການນຳໃຊ້ອິນເຕີເນັດ ແລະ ສິ່ງຄົມອອນລາຍ ໃນທົ່ວໂລກ ເຫັນວ່າ ມີຜູ້ນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ 5,04 ຕື້ຄົນ ຫຼື 62,3% ຂອງຈຳນວນປະຊາກອນໂລກທັງໝົດ, ໃນນັ້ນ ມີເພດຍິງ 46,5% ແລະ ເພດຊາຍ 53,5%, ສະເລ່ຍແຕ່ລະວັນ ຄົນຜູ້ໜຶ່ງ ໃຊ້ເວລາ 2 ຊົ່ວໂມງ ແລະ 23ນາທີ ໃນການຊົມໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ. ໃນປີ 2000 ມີພຽງຜູ້ຊົມໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ 25ລ້ານຄົນ ເມື່ອທຽບໃສ່ປະຈຸບັນ ເຫັນໄດ້ວ່າ ມີການເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍກວ່າ 200 ເທົ່າຕົວ. ສະເພາະແຕ່ 10 ປີ ຜ່ານມາ (2014-2024) ມີການເພີ່ມຂຶ້ນເກືອບ 3 ເທົ່າຕົວ ຈາກ 1,87 ຕື້ຄົນ ໃນປີ 2014.



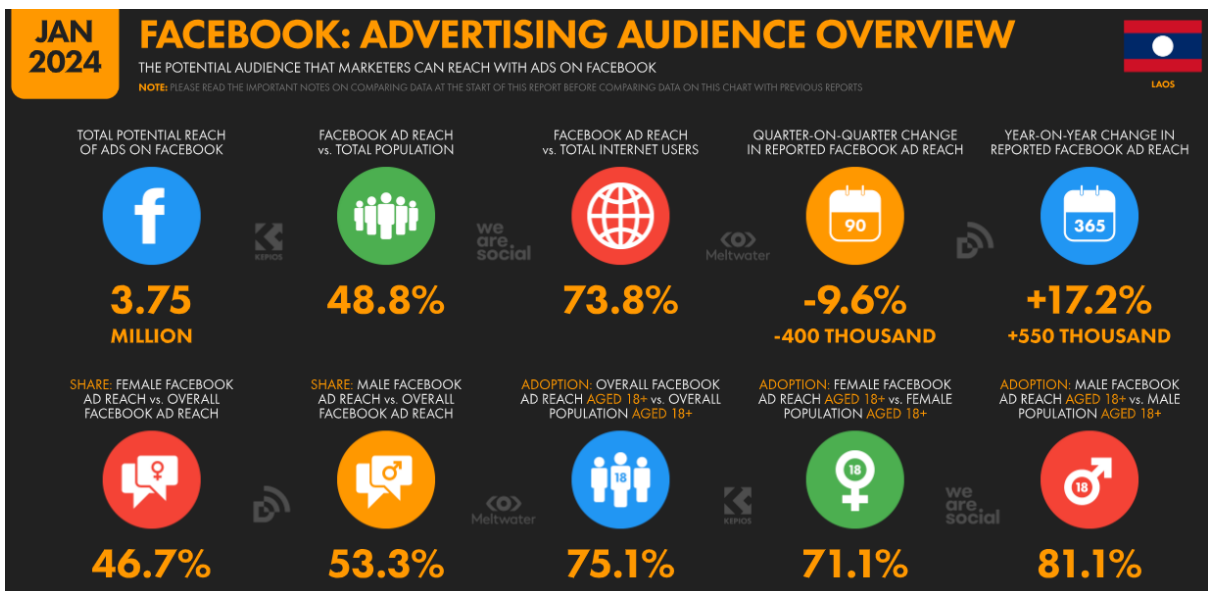
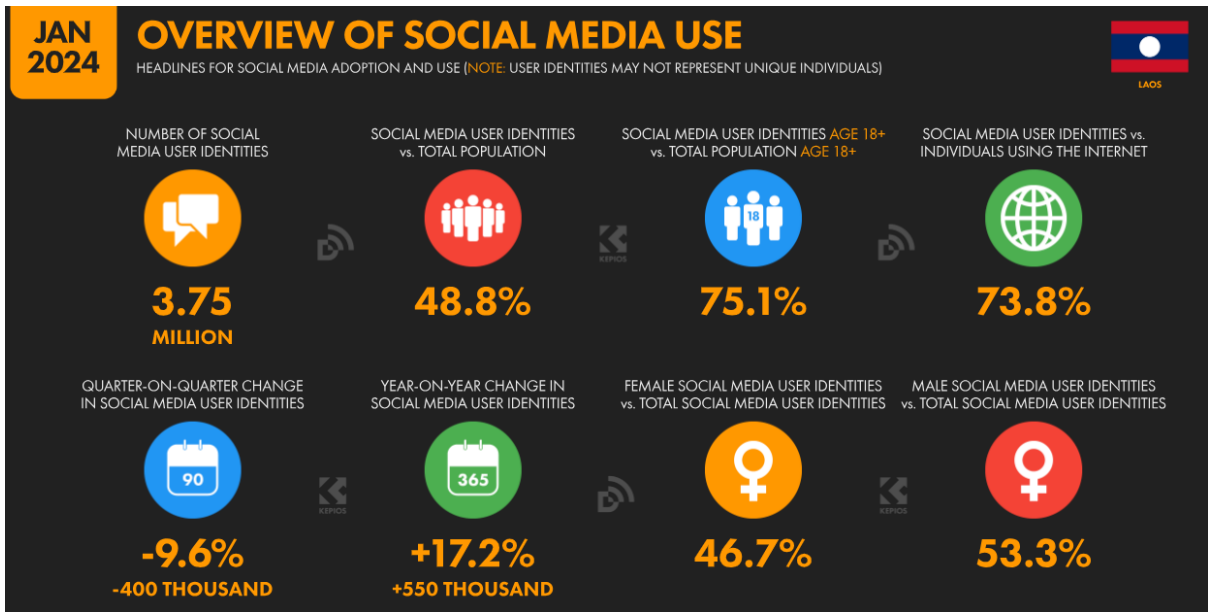


ພລັດຟອມສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ທີ່ຖືກນຳໃຊ້ຫຼາຍກວ່າໝູ່ ແມ່ນ Facebook, ຊຶ່ງ ຕາມສະຖິຕິປີ 2024 ແມ່ນ ມີປະມານ 3,049 ລ້ານບັນຊີ, ອັນດັບສອງ ແມ່ນ YouTube 2,491 ລ້ານບັນຊີ, ອັນດັບສາມ ແລະ ສີ່ ແມ່ນ WhatsApp ແລະ Instagram 2,000 ລ້ານບັນຊີ; ອັນດັບຫ້າ ແລະ ຫົກ ແມ່ນ TikTok 1,562 ລ້ານບັນຊີ ແລະ Wechat 1,336 ລ້ານບັນຊີ ແລະ ຊຶ່ງເປັນຂອງ ສປ ຈີນ.



3.4 ການນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍຢູ່ ສປປ ລາວ

ຈາກການສຳຫຼວດສະຖິຕິຂອງເວັບໄຊ datareportal.com ໄດ້ລາຍງານກ່ຽວກັບ ການຊົມໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍໃນປະເທດເຮົາ ໃນປີ 2024 ມີ 3,75 ລ້ານບັນຊີ ຫຼື 48,8% ຂອງພົນລະເມືອງລາວ, ຫຼາດວົງ 9,6% ທຽບໃສ່ ປີຜ່ານມາ. ໃນນັ້ນ ມີເພດຍິງ 46,7%, ຊາຍ 53,3%, ໂດຍສະເພາະ Facebook ແມ່ນມີຜູ້ໃຊ້ເຖິງ 3,75 ລ້ານບັນຊີ ຫຼື 48,8% ຂອງປະຊາກອນລາວທັງໝົດ.



ນີ້ສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ສັງຄົມລາວ ໄດ້ມີການນຳໃຊ້ອິນເຕີເນັດຢ່າງແຜ່ຫຼາຍ ໂດຍສະເພາະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ຍັງມີທ່າວຽງເພີ່ມຂຶ້ນ ຕາມການຂະຫຍາຍຕົວຂອງເສດຖະກິດ ແລະ ການຫັນປ່ຽນເປັນດິຈິຕອນ ຂອງ ສປປ ລາວ, ຊຶ່ງມັນຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການຄຸ້ມຄອງທີ່ຮັດກຸມ ແລະ ມີປະສິດທິພາບ ທັງທາງດ້ານນິຕິກຳ, ການຄຸ້ມຄອງ, ລະບົບເຕັກນິກ, ຂອດປະສານງານ ແລະ ໂດຍສະເພາະ ການສ້າງຈິດສຳນຶກທີ່ດີໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນ ໃນການຊົມໃຊ້ອິນເຕີເນັດໃຫ້ເກີດປະໂຫຍດ.

ໂດຍອີງໃສ່ເຫດຜົນແລະຄວາມຈຳເປັນດັ່ງກ່າວນັ້ນ, ລັດຖະບານ ໄດ້ແຕ່ງຕັ້ງຄະນະກຳມະການຄຸ້ມຄອງອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊາດ (ຄຄອຊ) ເພື່ອຈັດຕັ້ງຜັນຂະຫຍາຍແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ ແລະ ລັດຖະບານ ໃນການຄົ້ນຄວ້າ, ປະສານງານ, ຕິດຕາມ, ຄຸ້ມຄອງ, ກວດກາ, ຕອບຕ້ານ ແລະ ຊຸກຍູ້ສິ່ງເສີມກ່ຽວກັບວຽກງານອິນເຕີເນັດ ເຕັກໂນໂລຊີການສື່ສານຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ, ການຫັນເປັນດິຈິຕອນ, ລັດຖະບານດິຈິຕອນ, ວິໄສທັດ, ຍຸດທະສາດ, ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດດິຈິຕອນ ແຫ່ງຊາດ, ເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານອິນເຕີເນັດ, ຄວາມປອດໄພດ້ານເຕັກໂນໂລຊີການສື່ສານຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ໃຫ້ມີຄວາມຮັບປະກັນໃນການປົກປ້ອງສິດຜົນປະໂຫຍດຂອງຊາດ, ຮັກສາຄວາມໝັ້ນຄົງ, ວຽກງານປ້ອງກັນຊາດ ປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ, ຄວາມເປັນ

ລະບຽບ ຮຽບຮ້ອຍຂອງສັງຄົມ ແລະ ສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ເປັນປະໂຫຍດ ແລະ ຖືກຕ້ອງ ໃຫ້ແກ່ສັງຄົມ. ຄຄອຊ ໄດ້ສ້າງຕັ້ງ ໜ່ວຍງານຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ຕ້ານ ທາງສຽງບໍ່ດີໃນສັງຄົມ ຊຶ່ງປະກອບດ້ວຍຫຼາຍພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເຊັ່ນ: ຫສນຍ, ກະຊວງ ຖວທ, ກະຊວງ ຕສ, ປກຊ-ປກສ, ກະຊວງການຕ່າງປະເທດ ມີໜ້າທີ່ຕິດຕາມ, ກວດກາ ແລະ ຕອບຕ້ານ, ກ່າວຟ້ອງ, ຂຶ້ນສານ ໃນກໍລະນີມີການແຊກແຊງຈາກພາຍນອກ ແລະ ຈາກພາຍໃນ ຜ່ານລະບຽບການຕ່າງໆ ຜ່ານສື່ອອນລາຍ ທີ່ຫວັງທຳລາຍມ້າງເພລະບອບການເມືອງ, ເສດຖະກິດ, ວັດທະນະທຳ ສັງຄົມ ແລະ ຄວາມໝັ້ນຄົງຂອງ ສປປ ລາວ ຢ່າງທັນການ ຮ່ວມກັບພາກສ່ວນກ່ຽວຂ້ອງ. ຄຄອຊ ໄດ້ກຳນົດຜູ້ປະສານງານທົ່ວປະເທດ, ໂດຍໄດ້ມອບໃຫ້ ຫ້ອງວ່າການແຂວງ ໃນທົ່ວປະເທດ ແລະ ຫົວໜ້າຫ້ອງການບັນດາກະຊວງ/ອົງການທຽບເທົ່າ ເປັນຈຸດປະສານງານ.

ຜ່ານມາໄດ້ມີການໃຫ້ຄວາມຮູ້ແກ່ສັງຄົມ ໂດຍການເຜີຍແຜ່ນິຕິກຳໃຫ້ຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍ ໃຫ້ກັບສູນກາງ ແລະ ຫ້ອງຖິ່ນ, ຕອບໂຕ້ຕອບຕ້ານທາງສຽງບໍ່ດີ, ປິດເວບໄຊບໍ່ດີ ແລະ ປະສານກັບທາງເຟດບຸກ ເພື່ອປິດເພສທີ່ຜິດລະບຽບກົດໝາຍ.

3.5 ບັນຫາການໃຊ້ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍ

- 1) ເວັບໄຊໃຫ້ບໍລິການບາງອັນ ອາດຈະເປີດເຜີຍຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຫຼາຍເກີນໄປ, ຖ້າຫາກຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ ບໍ່ລະມັດລະວັງໃນການຕື່ມຂໍ້ມູນ ອາດຈະຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນທາງເສຍຫາ ຫຼື ສະເໜີສິດທິສ່ວນບຸກຄົນໄດ້;
- 2) Social Network ເປັນສັງຄົມອອນລາຍທີ່ກວ້າງ ຖ້າຫາກຜູ້ຊົມໃຊ້ ຮູ້ເທົ່າບໍ່ເຖິງການ ຫຼື ຂາດວິຈາລະນະຍານ ອາດຈະຖືກຕົວະຍິວະ ຫຼອກລວງ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ ຫຼື ການນັດພົບກັນ ເພື່ອຈຸດປະສົງຮ້າຍ;
- 3) ເປັນຊ່ອງທາງໃນການລະເມີນລິຂະສິດ, ການລັກຜົນງານ ຫຼື ແອບອ້າງ ຍ້ອນວ່າ Social Network ເປັນສື່ການເຜີຍແຜ່ຜົນງານ, ຮູບພາບຕ່າງໆ;
- 4) ຂໍ້ມູນທີ່ຕ້ອງການຕື່ມເພື່ອສະໝັກສະມາຊິກ ແລະ ສະແດງເທິງເວັບໄຊໃນຮູບແບບ Social Network ແມ່ນບໍ່ສາມາດເຊື່ອຖືໄດ້ທັງໝົດ ຍ້ອນວ່າບໍ່ມີການກວດສອບຂໍ້ມູນຕົວຈິງ;
- 5) ຜູ້ທີ່ໃຊ້ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍ ເປັນເວລາດົນ ຈະເຮັດໃຫ້ເສຍສຸຂະພາບຕາ;
- 6) ຖ້າໃຊ້ຫຼາຍເກີນໄປ ກໍ່ຈະເຮັດໃຫ້ເສຍວຽກ ເສຍງານ ເສຍການຮຽນ;
- 7) ຈະເຮັດໃຫ້ເສຍເວລາ ຖ້າໃຊ້ແບບບໍ່ມີປະໂຫຍດ.

IV. ສະຫຼຸບ

ເວົ້າລວມແລ້ວ, ການຫັນເປັນທັນສະໄໝແມ່ນເປັນສິ່ງທີ່ຈຳເປັນ ແລະ ຂາດບໍ່ໄດ້ໃນປະຈຸບັນ ເປັນໜ້າທີ່ລວມຂອງປະຊາຊົນ ຕ້ອງໄດ້ຫັນໃຫ້ເປັນລະບົບສູນກາງລົງຮອດທ້ອງຖິ່ນ ຈຶ່ງຈະເຮັດໃຫ້ແຜນການຫັນເປັນທັນສະໄໝທາງດ້ານ ດິຈິຕອນຂອງປະເທດເຮົາໃນທົ່ວສັງຄົມປະກົດຜົນເປັນຈິງ.

ສຳລັບສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍເອງ ຖືກນຳໃຊ້ຫຼາຍ ແລະ ຍັງຈະສືບຕໍ່ນຳໃຊ້ຕໍ່ໄປ ຍັງກາຍເປັນຫຼຽນສອງດ້ານ ມີອັນດີຫຼາຍ ແລະ ສິ່ງທ້າທາຍກໍ່ຫຼາຍ. ຍ້ອນເຂົ້າເຖິງໄດ້ງ່າຍ ໄດ້ທຸກສະຖານທີ່, ທຸກເວລາ ພຽງແຕ່ມີອິນເຕີເນັດ ແລະ ມີອຸປະກອນເສບສິ່ ເຊັ່ນ: ໂທລະສັບມືຖື ກໍ່ສາມາດໃຊ້ໄດ້ແລ້ວ. ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຈາກທຸກແຫຼ່ງຂ່າວ ເຂົ້າຫາພົນລະເມືອງລາວໄດ້ງ່າຍ ແລະ ໄວ, ໂດຍສະເພາະ ບັນດາໄວໜຸ່ມ ແລະ ກຸ່ມຄົນທີ່ຂາດສະຕິ ຂາດຄວາມພິຈາລະນາໄຕ່ຕອງ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຕ່າງໆ. ສິ່ງໃນຮູບແບບໃໝ່ ທີ່ພວກເຮົານຳໃຊ້ຢູ່ນີ້, ເກືອບທັງໝົດ ແມ່ນສ້າງ, ພັດທະນາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງ ໂດຍຕ່າງປະເທດ, ບັນດາຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ຖືກສ້າງຂຶ້ນ ກໍ່ບໍ່ມີການກວດສອບ ຍັງຢືນ, ໃຜຢາກເຮັດຫຍັງຢາກປອມແປງຫຍັງ ກໍ່ໄດ້. ໃນໄລຍະຜ່ານມາ ພວກເຮົາກໍ່ຮັບຮູ້ ແລະ ເຫັນນຳກັນ ໂດຍສະເພາະ ບັນດາຂ່າວບິດເບືອນ ແລະ ໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສີ ສ້າງຄວາມປັນປ່ວນໃນສັງຄົມເຮົາ.

ສິ່ງທ້າທາຍທີ່ສຸດ ກໍ່ແມ່ນວຽກງານການຄຸ້ມຄອງບັນດາສີ່ເຫຼົ່ານີ້ ເພາະບັນດາເຕັກໂນໂລຊີ ມີການພັດທະນາແບບ ກ້າວກະໂດດ, ມີການປ່ຽນແປງໄວ, ລະບົບເຕັກນິກ ເພື່ອຄຸ້ມຄອງ ແມ່ນຕ້ອງນຳເຂົ້າຈາກຕ່າງປະເທດ ທີ່ມີລາຄາ ແພງ, ບັນດາການຝາກຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແມ່ນຢູ່ຕ່າງປະເທດ ທີ່ພວກເຮົາບໍ່ໄດ້ເປັນຜູ້ຄຸ້ມຄອງລະບົບຂອງມັນໂດຍກົງ. ເວລາມີການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ ເທິງ Facebook, ພວກເຮົາຍັງບໍ່ສາມາດລຶບ ຫຼື ບລ່ອກ ໄດ້ທັນທີ ນອກຈາກ ເຈົ້າຂອງ ຫຼື ຜູ້ເຜີຍແຜ່, ພວກເຮົາຕ້ອງໄດ້ປະສານ ໄປຍັງ Facebook ເພື່ອໃຫ້ຊ່ວຍກວດ ແລະ ປິດການ ເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນດັ່ງກ່າວ.

ເຖິງວ່າພວກເຮົາ ຈະມີຄະນະກຳມະການຄຸ້ມຄອງອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊາດ ແລ້ວ (ຄຄອຊ), ແຕ່ການປະສານງານ ລະຫວ່າງ ກະຊວງ ຕສ ແລະ ບັນດາກະຊວງ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ຍັງຕ້ອງໄດ້ສືບຕໍ່ປັບປຸງ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການເຮັດວຽກຂອງ ຄະນະກຳມະການ ດັ່ງກ່າວ ສາມາດ ກວດກາ, ຕິດຕາມ ແລະ ຕອບຕ້ານ ບັນດາຫາງສຽງທີ່ບໍ່ດີ ເທິງອິນເຕີເນັດ ໄດ້ ຢ່າງເຕັມສ່ວນ.

ນອກຈາກ ການຄຸ້ມຄອງ ທາງນິຕິກຳ ແລະ ເຕັກນິກແລ້ວ, ວຽກງານ ການສຶກສາອົບຮົມ ແລະ ສ້າງຈິດສຳນຶກ ໃນການນຳໃຊ້ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ໃນຄວາມຮັບຜິດຊອບ ແລະ ມີຈັນຍາບັນ ກໍ່ເປັນສິ່ງສຳຄັນ. ສະນັ້ນ, ວຽກງານນີ້ ແມ່ນວຽກງານຂອງທຸກພາກສ່ວນໃນທົ່ວສັງຄົມ ເພື່ອການສ້າງຈິດສຳນຶກ ແລະ ສະຕິຂອງຜູ້ຊົມໃຊ້ ໃນການນຳໃຊ້ສື່ ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ການເສບສິ ຢ່າງມີວິຈາລະນະຍານ ແລະ ດ້ວຍຄວາມເໝາະສົມ.

ບົດທີ 2

ທິດສະດີພື້ນຖານສໍາລັບສີ່ມວນຊົນ

I. ສະພາບລວມ

ວຽກງານ ສີ່ມວນຊົນ ແມ່ນມີອິດທິພົນສູງໃນສັງຄົມ ແລະ ມີຄວາມສໍາຄັນ ໃນການຊຸມຊົນພັດທະນາດ້ານຕ່າງໆຂອງປະເທດເຮົາ. ສີ່ມວນຊົນ ຍັງເປັນຜູ້ສ້າງແສງທຸກການເຄື່ອນໄຫວຂອງສັງຄົມ, ເປັນແຮງຂັບເຄື່ອນການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ລວມທັງວຽກງານຮັກສາຄວາມປອດໄພ ໃນການດໍາລົງຊີວິດຂອງປະຊາຊົນໃນສັງຄົມ, ເປັນຜູ້ຊີ້ແຈງ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈໃນບັນຫາຕ່າງໆທີ່ເກີດຂຶ້ນຢ່າງຖືກຕ້ອງ, ເປັນເວທີລະຫວ່າງອົງການບໍລິຫານ, ອົງການປົກຄອງ ກັບປະຊາຊົນ, ພ້ອມທັງກະຕຸກຊຸກຍູ້ສ້າງຄວາມສາມັກຄີເປັນປົກແຜ່ນ, ຮັກຊາດ, ຮັກບ້ານເກີດເມືອງນອນ ແລະ ພ້ອມກັນສ້າງສາພັດທະນາຢ່າງບໍ່ຢຸດຢັ້ງ.

ສໍາລັບສີ່ມວນຊົນລາວ ນັບມື້ນັບເຕີບໃຫຍ່ຂຶ້ນແຂງເປັນແຕ່ລະໄລຍະ, ຈາກນໍາໃຊ້ເຄື່ອງມືອຸປະກອນແບບປະຖົມປະຖານ ກໍ່ກ່າວມີອຸປະກອນທີ່ທັນສະໄໝ, ພະນັກງານ ຈາກລະດັບຄວາມຮັບຮູ້ທີ່ອ່ອນໄຫວ ກໍ່ກ່າວສູ່ເປັນຜູ້ມີຄວາມຊຳນານງານ, ເປັນຊ່ຽວຊານ ແລະ ມາຮອດປັດຈຸບັນ ແຕ່ລະສໍານັກສີ່ມວນຊົນ ກໍ່ໄດ້ມີການພັດທະນາຕົນເອງຢ່າງວ່ອງໄວ ທັນການ. ປັດຈຸບັນ ສີ່ແບບໃໝ່ ຫຼື ສີ່ອອນລາຍ ໄດ້ມີບົດບາດ ແລະ ອິດທິພົນຫຼາຍ, ມັນສາມາດແຜ່ກະຈາຍໄດ້ໄວ, ກວ້າງຂວາງ ແລະ ສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ການເຄື່ອນໄຫວໃນສັງຄົມ. ແຕ່ສິ່ງກ່າວ ກໍ່ມີທັງດ້ານດີ ແລະ ດ້ານຫຍຸ້ງຍາກ ຖ້າຜູ້ທີ່ນໍາໃຊ້ ກໍ່ມີປະໂຫຍດຫຼວງຫຼາຍ ແຕ່ກໍ່ມີຈຳນວນໜຶ່ງໄດ້ນໍາໃຊ້ສິ່ງກ່າວໄປໃນທາງທີ່ຜິດ, ສ້າງຂ່າວປອມປິ່ນປົວ ແລະ ສ້າງຄວາມແຕກແຍກໃນສັງຄົມ, ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ ຍັງໂຄສະນາໃສ່ຮ້າຍຕໍ່ແນວທາງນະໂຍບາຍອັນຖືກຕ້ອງຂອງພັກ ແລະ ລັດຖະບານເຮົາ.

ແນວໃດກໍ່ຕາມ, ເພື່ອສືບຕໍ່ເຮັດໜ້າທີ່ເປັນກະບອກສຽງສໍາຄັນໃຫ້ແກ່ ພັກ-ລັດ ແລະ ປະຊາຊົນບັນດາເຜົ່າ ເພື່ອໂຄສະນາແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ, ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ, ລະບຽບກົດໝາຍຂອງລັດ, ປະກອບສ່ວນໂຄສະນາວຽກງານການກໍ່ສ້າງຮາກຖານ, ພັດທະນາຊົນນະບົດຮອບດ້ານ, ຊຸກຍູ້ ສົ່ງເສີມໃຫ້ປະຊາຊົນໄດ້ຮັບຂໍ້ມູນຂ່າວສານທາງເຕັກໂນໂລຊີໃໝ່ໆ ແນໃສ່ເຮັດໃຫ້ຄວາມທຸກຍາກຂອງປະຊາຊົນຫຼຸດລົງເທື່ອລະກ້າວ. ໄປຄຽງຄູ່ກັນນັ້ນ, ສີ່ມວນຊົນຕ້ອງໄດ້ປັບປຸງ ແລະ ພັດທະນາລະບົບເຕັກໂນໂລຊີແບບໃໝ່, ເປັນທັນສະໄໝ ແລະ ຍົກລະດັບບຸກຄະລາກອນສີ່ ໃຫ້ມີຄຸນນະພາບສູງຂຶ້ນ, ທັງສາມາດວິເຄາະ ວິໄຈ, ວິຈານ ບັນຫາຕ່າງໆໃຫ້ສັງຄົມ, ໃຫ້ຄວາມຮູ້ ແລະ ສຶກສາອົບຮົມສັງຄົມ ຕາມຫຼັກການ 4 ສະນະຂອງສີ່ມວນຊົນລາວ ຄື: ລັກສະນະຕົວຈິງ, ລັກສະນະສຶກສາອົບຮົມ, ລະສະນະແນະນໍາ ແລະ ລັກສະນະຕໍ່ສູ້.

II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສໍາຄັນ

2.1 ຈຸດປະສົງ

- ເພື່ອສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບທິດສະດີພື້ນຖານສໍາລັບສີ່ມວນຊົນ;
- ເພື່ອຍົກລະດັບຄວາມຮູ້, ຄວາມສາມາດ ກ່ຽວກັບວຽກງານສີ່ມວນຊົນໃຫ້ແກ່ພະນັກງານ ຂັ້ນສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ.

2.2 ຄາດໝາຍ

- ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ພະນັກງານຢູ່ບັນດາກະຊວງ, ຂະແໜງການ ທັງຂັ້ນສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ ກ່ຽວກັບທິດສະດີພື້ນຖານສໍາລັບສີ່ມວນຊົນ;
- ສັງຄົມຈະໄດ້ຮັບຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ຫຼາກຫຼາຍຈາກ ການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຂອງພະນັກງານບັນດາກະຊວງ, ຂະແໜງການ ທັງຂັ້ນສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ ຜູ້ທີ່ຜ່ານການຝຶກອົບຮົມ.

2.3 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສໍາຄັນ

ສົມວນຊົນ ມີຄວາມສໍາຄັນໃນການເປັນສື່ກາງໃນການເກັບກຳ ແລະ ສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານລະຫວ່າງປະຊາຊົນ ກັບ ປະຊາຊົນ ແລະ ລະຫວ່າງປະຊາຊົນ ກັບອົງການນໍາຂອງປະເທດ. ສະນັ້ນ, ສົມວນຊົນຈຶ່ງນັບມື້ນັບມີການຂະຫຍາຍຕົວ ແລະ ພັດທະນາ ຢ່າງບໍ່ຢຸດຢັ້ງໄປຕາມແຕ່ລະຍຸກແຕ່ລະສະໄໝ.

ສົມວນຊົນ (Mass Media) ໝາຍເຖິງເຄື່ອງມືທາງເຕັກນິກທີ່ຖືກຜະລິດເພື່ອໃຊ້ໃນຂະບວນການສື່ສານມວນຊົນ (Mass Communication) ໂດຍສາມາດໃຊ້ສື່ສານເຖິງກຸ່ມຄົນຈຳນວນຫຼາຍໃນເວລາອັນວ່ອງໄວ ແລະ ເປັນເຄື່ອງມືສາທາລະນະ ທີ່ທຸກຄົນໃນສັງຄົມສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນຂ່າວສານເຫຼົ່ານັ້ນໄດ້ ປະກອບດ້ວຍ ໜັງສືພິມ, ວາລະສານ, ວິທະຍຸກະຈາຍສຽງ ແລະ ໂທລະພາບ ລວມເຖິງສື່ແບບໃໝ່ (New media) ເຊັ່ນ: ສື່ອິນເຕີເນັດ (Internet).

ນອກຈາກນັ້ນ, ສົມວນຊົນ ຍັງເປັນສະຖາບັນ/ອົງການ ໜຶ່ງຂອງສັງຄົມທີ່ເຮັດໜ້າທີ່ນໍາສະເໜີຂ່າວສານ, ລາຍງານການເຄື່ອນໄຫວຂອງສັງຄົມ ລວມເຖິງ ໃຫ້ຄວາມຮູ້ ແລະ ຄວາມບັນເທີງແກ່ປະຊາຊົນໃນສັງຄົມ ເຊັ່ນ:

- ມີຂະບວນການໃນການຕິດຕໍ່ສື່ສານ, ມີຂັ້ນຕອນ, ມີອົງປະກອບໃນການສື່ສານ, ມີເຄື່ອງມື ແລະ ມີຈຸດປະສົງໃນການດໍາເນີນງານທີ່ຊັດເຈນ ແລະ ເປັນແບບແຜນສາກົນ;
- ເຂົ້າເຖິງຜູ້ຮັບຂໍ້ມູນເປັນຈຳນວນຫຼາຍໄດ້ໃນເວລາທີ່ວ່ອງໄວ ເນື່ອງຈາກເຄື່ອງມືສໍາຄັນຂອງການສື່ສານມວນຊົນ ຄື ສົມວນຊົນ ເປັນເຄື່ອງມືເຕັກນິກທີ່ມີຄວາມສາມາດໃນການກະຈາຍຂ່າວສານຂໍ້ມູນຕ່າງໆໄດ້ໃນເວລາອັນໄວ ແລະ ເຂົ້າເຖິງຜູ້ຮັບຂໍ້ມູນຈຳນວນຫຼວງຫຼາຍໄດ້ພ້ອມກັນ ເຊັ່ນ: ສື່ໂທລະພາບ, ວິທະຍຸ, ອິນເຕີເນັດ ເປັນຕົ້ນ;
- ຜູ້ຮັບຂໍ້ມູນເປັນບຸກຄົນຫຼາຍປະເພດ, ຂ່າວສານຂໍ້ມູນຈາກການສື່ສານມວນຊົນສາມາດເຂົ້າເຖິງຜູ້ຮັບຂໍ້ມູນທຸກປະເພດ, ທຸກໄວໃນເວລາດຽວກັນ ລວມເຖິງຍັງສາມາດເລືອກໃຊ້ສື່ເພື່ອນໍາສະເໜີເນື້ອຫາສະເພາະກຸ່ມໄດ້ ເຊັ່ນ: ກຸ່ມນັກສຶກສາໄອທີ ທີ່ຕ້ອງການຂໍ້ມູນຂ່າວສານກ່ຽວກັບໄອທີ, ປັນຍາປະດິດ, ເຕັກໂນໂລຊີ.

III. ທິດສະດີ ແລະ ເນື້ອໃນ

ສົມວນຊົນ ແມ່ນພາຫະນະປຸກລະດົມ, ໂຄສະນາລວມໝູ່, ຈັດຕັ້ງລວມໝູ່, ເປັນເຄື່ອງມືຂອງພັກ-ລັດ ເພື່ອນໍາພາມະຫາຊົນ, ເປັນອາວຸດທີ່ແຫຼມຄົມໃນການຕໍ່ສູ້ຊົນຊັ້ນ, ໃນການຕ້ານສັດຕູ ແລະ ກໍ່ສ້າງຊີວິດໃໝ່, ດ້ວຍເຫດນັ້ນ ນັກຂ່າວແຕ່ລະຄົນທີ່ຂຽນຂ່າວ ບົດສ່ອງແສງປາກົດການ ຫຼື ການວິຈານ, ຍາມໃດກໍຕ້ອງຍຶດໝັ້ນຢູ່ໃນຫຼັກໝັ້ນຂອງພັກ, ຂອງການປະຕິວັດ ເພື່ອສ້າງເກດຕິລາຄາເຫດການ ແລະ ສະແດງທ່າທິທາງການເມືອງຂອງຕົນຢ່າງຈະແຈ້ງ.

3.1 ຈັນຍາບັນຂອງນັກຂ່າວ

ນິຍາມ: ຈັນຍາບັນແມ່ນຫຼັກສະນະຄວາມປະພຶດທີ່ຜູ້ກອບອາຊີບການງານແຕ່ລະຢ່າງກຳນົດຂຶ້ນເພື່ອຮັກສາ ແລະ ສົ່ງເສີມກຽດຕິຄຸນສູງ ແລະ ຖານະຂອງສະມາຊິກ.

ສໍາລັບຈັນຍາບັນຂອງນັກຂ່າວລາວ ແມ່ນຖືກຮັບຮອງເອົາໃນກອງປະຊຸມໃຫຍ່ຂອງສະມາຄົມນັກຂ່າວ ແຫ່ງສປປ ລາວ ຄັ້ງທີ VIII (02/04/2007) ຊຶ່ງລວມມີ 10 ຂໍ້ ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

- 1) ຈຸດໝາຍສູງສຸດຂອງສົມວນຊົນລາວແມ່ນຮັບໃຊ້ພາລະກິດສ້າງສາ ແລະ ປົກປັກຮັກສາປະເທດລາວ, ສັນຕິພາບ, ເອກະລາດ, ປະຊາທິປະໄຕ ແລະ ວັດທະນະຖາວອນ ພາຍໃຕ້ການນໍາພາຂອງພັກປະຊາຊົນປະຕິວັດລາວ, ບໍ່ວ່າຈະຢູ່ໃນຂົງເຂດໃດ ສະພາບແວດລ້ອມໃດ, ນັກຂ່າວເຄື່ອນໄຫວມຸ້ງໜ້າສູ່ຈຸດໝາຍສູງສຸດນັ້ນ;

- 2) ສົມວນຊົນ ປະຕິບັດສິດ ໃນການຖະແຫຼງຂ່າວຂອງພົນລະເມືອງ ນັກຂ່າວຕ້ອງພາວະວິໄສ (ບໍ່ໃນຕົວ), ຊື່ຕົງ (ຈິງຮັກພັກດີ) ແລະ ເຄົາລົບຄວາມຈິງ. ທຸກໆການຖະແຫຼງຂ່າວທີ່ນຳອອກສູ່ສາທາລະນະຊົນຕ້ອງສ່ອງແສງ ຖືກຕ້ອງກັບທາດແທ້ຂອງຄວາມຈິງພາວະວິໄສ ອົງໃສ່ສະພາບສັງຄົມຂອງມັນ, ບໍ່ໃສ່ຮ້າຍ ຫຼື ປັ້ນແຕ່ງ ເຫດການຂຶ້ນຢ່າງຢ່າງເດັດຂາດ. ນັກຂ່າວມີຄວາມຮັບຜິດຊອບສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນຕາມ ຄວາມຈິງ ຖືກຕ້ອງກັບທາດແທ້ຂອງຂະບວນວິວັດຂອງເຫດການທີ່ເກີດຂຶ້ນ ເຮັດແນວນີ້ ກໍ່ເພື່ອນຳພາທາງສຽງ ຂອງສັງຄົມ;
- 3) ສົມວນຊົນ ແມ່ນພາຫະນະໃນການຖະແຫຼງຂ່າວ ທີ່ຈຳເປັນໃນຊີວິດສັງຄົມ, ໂດຍສະເພາະສິດເສລີພາບດ້ານສົມ ວນຊົນ, ຮັບຜິດຊອບຕໍ່ສັງຄົມ, ຕໍ່ລັດ ປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນ, ຕໍ່ປະຊາຊົນບັນດາເຜົ່າ ແລະ ຕໍ່ເສລີພາບ ໃນການເຄື່ອນໄຫວວິຊາຊີບໃນຂອບເຂດຂອງກົດໝາຍ. ນັກຂ່າວປະຕິບັດຢ່າງຖືກຕ້ອງຕາມກົດລະບຽບຂອງ ອົງການສົມວນຊົນ, ບໍ່ແມ່ນວ່າຖືກບີບບັງຄັບ ແລ້ວປະພຶດຕົນຝັນຈຸດໝາຍອັນສູງສົ່ງຂອງສົມວນຊົນລາວ ແລະ ດຳເນີນການຝຶນກັບຜົນປະໂຫຍດຂອງຊາດ.
- 4) ຄຽງຄູ່ກັບການປະຕິບັດສິດເສລີພາບໃນການຖະແຫຼງຂ່າວ, ການປະຕິບັດສິດຕອບຄຳຖາມ ແລະ ສິດປະຕິເສດ ຊຶ່ງເປັນຫຼັກການທີ່ປະກອບເປັນຫຼັກການແຫ່ງເສລີພາບຂອງສົມວນຊົນ. ນັກຂ່າວມີສິດຍຶດໝັ້ນໃນທັດສະນະ ການຖະແຫຼງຂ່າວທີ່ຖືກຕ້ອງຂອງຕົນ ແຕ່ຕ້ອງເຄົາລົບສິດຕອບຄຳຖາມ ແລະ ສິດປະຕິເສດຂອງມວນຊົນທີ່ ຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍ;
- 5) ນັກຂ່າວ ມີໜ້າທີ່ປົກປ້ອງແຫຼ່ງຂ່າວ ແລະ ຮັກສາຄວາມລັບແກ່ບຸກຄົນທີ່ສະໜອງຂ່າວຢ່າງຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍ;
- 6) ສົມວນຊົນລາວ ເສີມຂະຫຍາຍວັດທະນະທຳຂອງຊາດ, ພ້ອມກັນນັ້ນ ກໍ່ເຄົາລົບວັດທະນະທຳ ແລະ ຄຸນຄ່າ ທາງດ້ານຈິດໃຈຂອງມວນມະນຸດ, ສູ້ຊົນເຕົ້າໂຮມຄວາມສາມັກຄີປວງຊົນລາວບັນດາເຜົ່າ, ເພື່ອສັນຕິພາບ, ມິດຕະພາບ, ຄວາມເຂົ້າໃຈກັນລະຫວ່າງ ປະຊາຊາດ ແລະ ປະເທດຕ່າງໆໃນໂລກ.
- 7) ນັກຂ່າວ ປະກອບສ່ວນເສີມຂະຫຍາຍຜົນປະໂຫຍດຂອງວົງສາຄະນາຍາດ, ເຄົາລົບສິດທິມະນຸດ, ບໍ່ສວຍໃຊ້ ການຖະແຫຼງຂ່າວເພື່ອກົດຂີ່ຄຸນທາດຂອງຄົນ ແລະ ສ້າງຄວາມເສຍຫາຍໃຫ້ແກ່ຜົນປະໂຫຍດຂອງຄົນອື່ນ;
- 8) ນັກຂ່າວ ຍາມໃດກໍ່ມີຄຸນທາດປອດໃສ, ບໍ່ສວຍໂອກາດບໍ່ເຫັນແກ່ຜົນປະໂຫຍດສ່ວນຕົວຈຶ່ງຖະແຫຼງຂ່າວ ຫຼື ບໍ່ຖະແຫຼງຂ່າວ ຢ່າງເດັດຂາດ, ນັກຂ່າວບໍ່ສວຍໃຊ້ວິຊາຊີບເພື່ອກອບໂກຍຫາຜົນປະໂຫຍດ;
- 9) ນັກຂ່າວ ເຄົາລົບຄວາມເຫັນ ແລະ ທັດສະນະຂອງສັງຄົມ, ວິຊາຊີບຂອງເພື່ອນຮ່ວມງານ, ສາມັກຄີ, ຮ່ວມມື ຊ່ວຍເຫຼືອເຊິ່ງກັນ ແລະ ກັນ ໃນການເຄື່ອນໄຫວວຽກງານ ແລະ ການດຳລົງຊີວິດ, ຕໍ່ສູ້ຕ້ານທຸກການກະທຳ ທີ່ ກໍ່ຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ປະເທດຊາດ ແລະ ຜົນປະໂຫຍດຂອງປະຊາຊົນ ແລະ ຂັດກັບຈັນຍາບັນຂອງນັກຂ່າວ;
- 10) ນັກຂ່າວດຳລົງຊີວິດທີ່ສິດໃສ, ສີວິໄລ ໄຝ່ຮ້າຮຽນ, ຖະໜອມຖ່ອມຕົນເພື່ອຄວາມກ້າວໜ້າ. ການຍົກລະດັບ ຄວາມຮູ້, ຄວາມສາມາດ ແລະ ຄວາມຊຳນານໃນວິຊາຊີບຂອງຕົນແມ່ນຄວາມມຸ້ງຫວັງ ແລະ ການສູ້ຊົນ ຕະຫຼອດຊີວິດຂອງນັກຂ່າວລາວ.

3.2 ບົດບາດຂອງສົມວນຊົນລາວ

ສົມວນຊົນ ແມ່ນເປັນຜູ້ປະຕິບັດໜ້າທີ່ເປັນສື່ກາງໃນການເກັບກຳ ແລະ ສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານລະຫວ່າງ ປະຊາຊົນ ກັບປະຊາຊົນ ແລະ ລະຫວ່າງປະຊາຊົນ ກັບອົງການນຳຂອງປະເທດ.

3.2.1 ບົດບາດຂອງສີ່ມວນຊົນ

- 1) ເປັນເຄື່ອງມືອັນແຫຼມຄົມຂອງພັກ ແລະ ລັດ ໃນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ແນວທາງ, ແຜນນະໂຍບາຍຂອງພັກ ແລະ ລະບຽບກົດໝາຍຂອງລັດ, ໃຫ້ສຶກສາອົບຮົມທາງດ້ານການເມືອງ-ແນວຄິດແກ່ສັງຄົມ, ປຸກລະດົມມະຫາຊົນເຂົ້າຮ່ວມໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດສອງໜ້າທີ່ຍຸດທະສາດ ຄື: ປົກປະຮັກສາ ແລະ ສ້າງສາປະເທດຊາດ, ພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມຕາມແນວທາງປ່ຽນແປງໃໝ່ຢ່າງຮອບດ້ານ ແລະ ມີຫຼາຍຫຼັກການຂອງພັກ, ສືບຕໍ່ສ້າງ ແລະ ຂະຫຍາຍລະບອບປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນ, ສ້າງປະຖົມປັດໄຈໃຫ້ແກ່ການກ້າວຂຶ້ນສູ່ສັງຄົມນິຍົມເທື່ອລະກ້າວ;
- 2) ເປັນເວທີຂອງມະຫາຊົນໃນການສະແດງຄວາມຄິດເຫັນ, ການສະແດງທັດສະນະແບບສ້າງສັນຕໍ່ບັນຫາຕ່າງໆ;
- 3) ເປັນສາຍໃບຜູກພັນລະຫວ່າງມະຫາຊົນກັບພັກ-ລັດ;
- 4) ເປັນພາກສ່ວນສໍາຄັນໃນການແກ້ໄຂປາກົດການຫຍໍ້ທໍ້ໃນສັງຄົມ ແລະ ການຕອບຕ້ານຖ້ອຍທໍານອງໂຄສະນາບົດເບືອນ, ໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສີຂອງພວກທີ່ບໍ່ຫວັງດີຕໍ່ຊາດ;
- 5) ເປັນເວທີແຕ່ງການບັນເທີງ ແລະ ໃຫ້ຄວາມຮູ້ທີ່ເປັນປະໂຫຍດແກ່ສັງຄົມຢ່າງກວ້າງຂວາງ.

3.2.2 ບົດບາດໃນແຕ່ລະດ້ານຂອງສີ່ມວນຊົນ

3.2.2.1 ບົດບາດໃນການສະໜອງຂໍ້ມູນ-ຂ່າວສານແກ່ສັງຄົມ

ບົດບາດຕົ້ນຕໍຂອງສີ່ມວນຊົນ ແມ່ນການສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານໃຫ້ແກ່ສັງຄົມ, ເພາະວ່າສີ່ມວນຊົນມີພາຫະນະເກັບກຳ ແລະ ສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານຫຼາຍປະເພດທີ່ນັບມື້ນັບທັນສະໄໝ, ມີຖິ່ນແຖວພະນັກງານ, ນັກຂ່າວທີ່ມີຄວາມຮູ້ຄວາມສາມາດໃນການນຳເອົາຂໍ້ມູນ-ຂ່າວສານໄປສູ່ປະຊາຊົນໄດ້ຢ່າງສະໝໍ່າສະເໝີ, ເປັນປົກກະຕິຫຼາຍຮູບແບບ ແລະ ຫຼາຍສິສັນທີ່ຕ່າງກັນ.

3.2.2.2 ບົດບາດໃນການປຸກລະດົມສັງຄົມ

ປະຊາຊົນຈະມີຄວາມຮູ້, ຄວາມເຂົ້າໃຈ, ຄວາມຂະຫຍັນຂັ້ນແຂງ, ຄວາມກະຕືລືລົ້ນໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ, ລະບຽບກົດໝາຍຂອງລັດ ຢ່າງເປັນຂະບວນການ ແລະ ເປັນເອກະພາບໃນທົ່ວປະເທດໄດ້ນັ້ນ ກໍ່ຕໍ່ເມື່ອສີ່ມວນຊົນພວກເຮົາເຮັດບົດບາດປຸກລະດົມໄດ້ຢ່າງແຂງແຮງ, ຕໍ່ເນື່ອງ ແລະ ຫຼາຍຮູບຫຼາຍສີ.

3.2.2.3 ບົດບາດໃນການພັດທະນາຄວາມຮູ້ຄວາມສາມາດໃຫ້ປະຊາຊົນ

ຍ້ອນສີ່ມວນຊົນມີພາຫະນະທີ່ນັບມື້ນັບທັນສະໄໝ ເພື່ອນຳສົ່ງຄວາມຮູ້ໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນທີ່ຢູ່ໃກ້ ແລະ ໄກໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ, ທັນການ, ທົ່ວເຖິງ, ສະໝໍ່າສະເໝີ, ຫຼາຍຮູບຫຼາຍສີ ແລະ ເນື່ອງມີດລຽນຕິດ. ສະນັ້ນ, ສີ່ມວນຊົນຈຶ່ງມີເງື່ອນໄຂເຮັດບົດບາດໃນການພັດທະນາຄວາມຮູ້ຄວາມສາມາດດ້ານຕ່າງໆ ໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນໄດ້ເປັນຢ່າງດີ, ຕົວຈິງ ແລະ ມີຊີວິດຊີວາກວ່າໝູ່.

3.2.2.4 ບົດບາດໃນການສ້າງທັດສະນະຄະຕິທີ່ດີ

ໃນເມື່ອສີ່ມວນຊົນເຮົາມີບົດບາດໃນການພັດທະນາຄວາມຮູ້ໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນແລ້ວ ກໍ່ໝາຍຄວາມວ່າ ພວກເຮົາກໍ່ໄດ້ມີບົດບາດໃນການສ້າງທັດສະນະຄະຕິທີ່ດີໃຫ້ແກ່ປະຊາຊົນໄປນຳ, ເພາະວ່າຄົນເຮົາໃນເມື່ອມີຄວາມຮັບຮູ້, ຄວາມເຂົ້າໃຈທີ່ດີຕໍ່ບັນຫາຕ່າງໆ ແລ້ວກໍ່ເກີດມີທັດສະນະຄະຕິຕໍ່ບັນຫານັ້ນໆຢ່າງແນ່ນອນ.

3.2.2.5 ບົດບາດໃນການພັດທະນາສັງຄົມ

ການພັດທະນາສັງຄົມເປັນບັນຫາໃຫຍ່, ກວ້າງຂວາງ ແລະ ສອດທ້ອຍໄປທຸກຂົງເຂດໃນຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງຄົນເຮົາ. ສະນັ້ນ, ບົດບາດຂອງສີ່ມວນຊົນໃນການພັດທະນາສັງຄົມມັນກໍ່ເປັນເງົາຕາມຕົວຕໍ່ບັນຫາຕ່າງໆທີ່ກ່າວມານັ້ນ ໝາຍຄວາມວ່າທຸກບັນຫາໃນສັງຄົມ ສີ່ມວນຊົນລ້ວນແຕ່ມີບົດບາດໃນການຊີ້ແຈງ, ອະທິບາຍໃຫ້ຄວາມຮູ້, ຄວາມເຂົ້າໃຈເພື່ອປັບປຸງ, ດັດແປງ ແລະ ພັດທະນາໃຫ້ດີຂຶ້ນ.

3.2.2.6 ບົດບາດໃນການສ່ອງແສງຄວາມຈິງໃນສັງຄົມ

ຄວາມຈິງໃນສັງຄົມມັນແມ່ນຄວາມຈິງທີ່ເກີດຈາກຄວາມຈິງ. ແຕ່ບາງຄັ້ງຄວາມຈິງນັ້ນ ມັນຈະຜິດພ້ຽນໄປສູ່ຄວາມບໍ່ຈິງຍ້ອນສາເຫດໃດໜຶ່ງທີ່ມີເຈຕະນາ ແລະ ບໍ່ເຈຕະນາ ຫຼື ຄວາມຈິງນັ້ນພັດບໍ່ແມ່ນຄວາມຈິງອັນແທ້ຈິງ ຍ້ອນຄວາມຮັບຮູ້ບໍ່ໝົດ, ຍ້ອນບໍ່ມີຂໍ້ມູນ-ຂ່າວສານ ເພື່ອຢັ້ງຢືນຄວາມຈິງອີກ ເພື່ອຊ່ວຍໃຫ້ປະຊາຊົນເຂົ້າໃຈ ແລະ ຮັບຮູ້ຕໍ່ຄວາມເປັນຈິງໃນສັງຄົມ ເພາະຜູ້ສະໜອງຂໍ້ມູນ-ຂ່າວສານໄດ້ຢ່າງຖືກຕ້ອງ, ກວ້າງຂວາງ ແລະ ວ່ອງໄວກວ່າໝູ່ກໍແມ່ນມີແຕ່ສົມວນຊົນເທົ່ານັ້ນ.

3.2.2.7 ບົດບາດໃນການຮັກສາສິ່ງທີ່ດີ ແລະ ກໍາຈັດສິ່ງທີ່ບໍ່ດີ

ກ. ການຮັກສາສິ່ງທີ່ດີ

ໃນສັງຄົມມີສິ່ງທີ່ດີ, ສິ່ງທີ່ເປັນປະໂຫຍດຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ ແຕ່ສິ່ງທີ່ດີເຫຼົ່ານັ້ນຖ້າບໍ່ນຳໃຊ້ໃຫ້ເປັນປະໂຫຍດກໍຈະສູນຫາຍໄປ, ບໍ່ຍືນຍົງຄົງຕົວ ແລະ ບໍ່ເປັນປະໂຫຍດແກ່ສັງຄົມເທົ່າທີ່ຄວນ.

ດັ່ງນັ້ນ, ສົມວນຊົນ ຈຶ່ງມີບົດບາດໃນການໂຄສະນາສິ່ງເສີມ, ປົກປັກຮັກສາ ແລະ ຖ່າຍທອດສິ່ງທີ່ດີນັ້ນໃຫ້ຍືນຍົງຄົງຕົວ ແລະ ຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງບໍ່ຢຸດຢັ້ງ.

ຂ. ການກໍາຈັດສິ່ງທີ່ບໍ່ດີ

ໃນສັງຄົມ ນອກຈາກສິ່ງທີ່ດີມີຢູ່ຫຼວງຫຼາຍຄືແນວນັ້ນ, ແຕ່ສິ່ງທີ່ບໍ່ດີກໍມີຢູ່ບໍ່ໜ້ອຍ ອັນໄດ້ເປັນການກົດກັນ ຫຼື ທຳລາຍການຂະຫຍາຍຕົວຂອງສັງຄົມ, ແນ່ນອນສິ່ງບໍ່ດີນັ້ນບໍ່ມີໃຜມັກ, ບໍ່ມີໃຜປາຖະໜາ. ດັ່ງນັ້ນ, ມີແຕ່ທາງດຽວຄືຕ້ອງກໍາຈັດມັນ. ແຕ່ການກໍາຈັດນີ້ຕ້ອງໄດ້ເຮັດໄປຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ, ບໍ່ຢຸດບໍ່ເຊົາ ແລະ ສອດສ່ອງໄປທຸກຂົງເຂດຂອງສັງຄົມ. ສະນັ້ນ, ຜູ້ຈະເຮັດບົດບາດນີ້ໄດ້ດີ ແລະ ມີປະສິດທິຜົນກວ່າໝູ່ກໍຍັງແມ່ນສົມວນຊົນ ເພາະສົມວນຊົນເປັນຜູ້ເກັບກຳຂໍ້ມູນ-ຂ່າວສານໄດ້ທຸກແງ່ມຸມ ສາມາດຕຳນິວິຈານ, ຕໍ່ສູ້ຕ້ານກັບສິ່ງທີ່ບໍ່ດີໄດ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງເຖິງຖອງ ແລະ ຢ່າງເນື່ອງນິດລຽງຕິດ.

3.2.2.8 ບົດບາດໃນການຕຳນິວິຈານສັງຄົມ

ການຕຳນິວິຈານສັງຄົມໃນທາງທີ່ສ້າງສັນ ໂດຍຕຳນິວິຈານຈາກບັນດາປາກົດການຫຍໍ້ຫ້ທາງສັງຄົມ, ຕຳນິວິຈານໃນສິ່ງທີ່ບໍ່ດີ ແນໃສ່ແກ້ໄຂຈຸດອ່ອນ, ຂໍ້ຂາດຕົກບົກຜ່ອງ ເພື່ອພັດທະນາສັງຄົມໃຫ້ຂະຫຍາຍໄປຕາມທິດທາງທີ່ຖືກຕ້ອງ ຫຼື ການວິໄຈບັນຫາໃດໜຶ່ງທີ່ສຳຄັນ, ທີ່ພົວພັນເຖິງຜົນປະໂຫຍດຂອງສັງຄົມ, ຜົນໄດ້ຜົນເສຍຂອງບ້ານເມືອງ ໂດຍການເຈາະເລິກ, ຈຳແນກ, ຊີ້ແຈງ ແລະ ຊອກຊ່ອງທາງເພື່ອແກ້ໄຂ, ຊີ້ແຈງອະທິບາຍ ແລະ ຊອກທາງອອກທີ່ເໝາະສົມໃຫ້ແກ່ສັງຄົມ.

3.2.2.9 ບົດບາດໃນການເປັນເວທີສະແດງຄວາມຄິດຄວາມເຫັນຂອງມະຫາຊົນ

ມວນຊົນ ເຮັດບົດບາດເປັນສື່ກາງ, ເປັນສາຍໃຍຜູກພັນລະຫວ່າງ ປະຊາຊົນກັບພັກ, ກັບລັດ, ລະຫວ່າງຂັ້ນລຸ່ມກັບຂັ້ນເທິງ. ສະນັ້ນ, ສົມວນຊົນຈຶ່ງກາຍເປັນເວທີສະແດງຄວາມຄິດເຫັນຂອງມະຫາຊົນຢ່າງກວ້າງຂວາງ, ສາມາດເປັນເວທີສ່ອງແສງຄວາມຄິດຄວາມເຫັນທີ່ສະທ້ອນເຊິ່ງກັນ ແລະ ກັນ ໄປຕາມທິດທາງທີ່ສ້າງສັນແບບທຸກຄົນມີສ່ວນຮ່ວມ ໃນການພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມຂອງຊາດ.

3.2.2.10 ບົດບາດໃນການໃຫ້ຄວາມບັນເທີງ

ນອກຈາກບົດບາດໃນການສະໜອງຂໍ້ມູນ-ຂ່າວສານ ແລະ ດ້ານອື່ນໆ ທີ່ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນແລ້ວ, ສົມວນຊົນຍັງມີບົດບາດສຳຄັນໃນການໃຫ້ຄວາມບັນເທີງແກ່ສັງຄົມ. ເພາະວ່າພາຫະນະສົມວນຊົນທຸກປະເພດລ້ວນແຕ່ມີຄວາມສາມາດສ້າງຄວາມບັນເທີງທີ່ເປັນຮູບແບບສະເພາະຂອງແຕ່ລະສິ່ງໄດ້ຢ່າງມີຊີວິດຊີວາ ເຊັ່ນ: ການສະເໜີເລື່ອງສັ້ນ, ສາລະຄະດີ, ບົດກະວີ, ກາບກອນ, ຕະຫຼົກ, ເກມຫຼິ້ນ ແລະ ອື່ນໆໂດຍສະເພາະການບັນເທີງສື່ເອເລັກໂຕຣນິກ (ວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ, ສື່ອອນລາຍ) ຍິ່ງນັບນັບໄດ້ຮັບການພັດທະນາໃຫ້ທັນສະໄໝ ສະໜອງຄວາມຕ້ອງການ ແລະ ດຶງດູດຈິດໃຈຂອງຜູ້ຟັງ, ຜູ້ເບິ່ງ, ຜູ້ຊົມ ໄດ້ຢ່າງທົ່ວເຖິງ.

3.3 ວຽກຂອງນັກຂ່າວ

3.3.1 ນັກຂ່າວ ແມ່ນນັກການເມືອງແນວຄິດ-

ແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ-ລັດ ໃນແຕ່ລະໄລຍະແມ່ນບັນຫາການເມືອງແນວຄິດທີ່ມີລະດັບສູງ ແລະ ມີຂອບເຂດກວ້າງຂວາງ. ແຕ່ວ່າບັນຫາທີ່ຈະສຶກສາຮຽນຮູ້ ແລະ ນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນບົດຂຽນຂອງຕົນ ພັດຂຶ້ນກັບປັດໄຈໃນຕົວຂອງນັກຂ່າວເອງ. ສະນັ້ນ, ຕ້ອງມີຄວາມອິດທິພົນຝຶກຝົນຫຼັກຫຼອມທາງດ້ານການເມືອງ, ທາງດ້ານແນວຄິດ ແລະ ຍົກລະດັບຄວາມຮູ້ຄວາມສາມາດໃຫ້ສູງຂຶ້ນເລື້ອຍໆ ຈຶ່ງຈະສາມາດເຊື່ອມຊຶມແນວທາງຂອງພັກຢ່າງເລິກເຊິ່ງ ແລະ ນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນວຽກງານຂອງນັກຂ່າວໄດ້ຮັບຜົນດີ.

ກ່ອນຈະລົງມືຂຽນກ່ຽວກັບບັນຫາໃດໜຶ່ງ ນັກຂ່າວຕ້ອງຄຳນຶງສະເໝີວ່າ: ຄວນຂຽນ ຫຼື ບໍ່? ຂຽນເພື່ອຈຸດປະສົງຫຍັງ? ຂຽນໃຫ້ໃຜອ່ານ? ຂຽນແລ້ວຈະໄດ້ຫຍັງ?... ຢ່າງປ່ອຍບົດຂຽນຂອງຕົນບໍ່ໄດ້ຮັບຜົນປະໂຫຍດ.

3.3.2 ເປັນນັກຂ່າວຕ້ອງຈົດແຕ້ມຢູ່ສະເໝີ

ຫາກທ່ານເປັນນັກຖ່າຍຮູບ ກໍ່ຕ້ອງກອດກ້ອງຖ່າຍຮູບຢູ່ສະເໝີ, ຫາກທ່ານເປັນນັກຂ່າວກໍ່ຕ້ອງມີປາກກາ ແລະ ປຶ້ມບັນທຶກຕິດຕົວຕະຫຼອດ (ແມ່ນແຕ່ເວລາກິນດື່ມຊຸມແຊວກໍ່ຢ່າຫຼົງລືມ) ບັນດານັກຂ່າວທີ່ມີປະສົບການທັງຫຼາຍ ເພິ່ນບໍ່ເຄີຍຫຼົງລືມປາກກາ ແລະ ປຶ້ມບັນທຶກຈັກເທື່ອ ຈະເປັນເວລາກິນເຂົ້າແຊບໆຢູ່ກໍ່ຕາມ ເມື່ອໄດ້ຍິນຄຳເວົ້າມ່ວນໆມີເນື້ອໃນດີ ຫຼື ເຫັນຂໍ້ຄວາມກໍ່ຈົດແຕ້ມໂດຍບໍ່ເລືອກສະຖານທີ່ ເພິ່ນຈະຈົດທັນທີໂລດ ແລະ ຈົດຢ່າງຈິງຈັງ. ຖ້າບໍ່ມີການຈົດແຕ້ມປົກກະຕິບໍ່ເຮັດໃຫ້ກາຍເປັນຄວາມຊົນເຄີຍ, ເປັນນິດໄສປະຈຳຕົວແຕ່ລະມື້ແຕ່ລະວັນ ແລ້ວບໍ່ມີທາງທີ່ທ່ານຈະກາຍເປັນນັກຂ່າວເກັ່ງໄດ້. ການຝຶກຝົນນີ້ຕ້ອງເຮັດຕັ້ງແຕ່ມີເລີ່ມຕົ້ນຮຽນເປັນນັກຂ່າວ. ນັກຂ່າວທີ່ມີຊື່ສຽງລ້ວນແຕ່ເປັນຜູ້ມັກຈົດແຕ້ມຢ່າງຈິດຈໍ ຖ້າຜູ້ໃດຫາກອ້າງວ່າຕົນຈື່ຈໍາດີ, ຂີ້ຄ້ານບັນທຶກ ເມື່ອຮອດຍາມຂີດຂຽນມາແມ່ນແຕ່ຊອກຫາຂໍ້ມູນກໍ່ຈະຍາກທີ່ສຸດ. ເມື່ອຄິດບໍ່ອອກຊອກບໍ່ມາກໍ່ເລີຍຂຽນແບບບໍ່ແນ່ໃຈ ແລະ ສຸດທ້າຍກໍ່ໄປເຖິງບ່ອນຂຽນແບບນ້ຳຖ້ວມທັງ, ຂຽນເພື່ອຂຽນ, ບໍ່ມີບ່ອນຊີເອົາເປັນປະໂຫຍດ. ສະນັ້ນ, ການເປັນນັກຂ່າວ ຕ້ອງວາງລະບຽບການຈົດແຕ້ມໃສ່ຕົນເອງຢ່າງເຂັ້ມງວດ, ໝາຍວ່າ ປຶ້ມບັນທຶກ, ປາກກາ, ກ້ອງຖ່າຍຮູບ ຕ້ອງຕິດຕົວຢູ່ຕະຫຼອດ ຫ້າມຫຼົງລືມ.

ສໍາລັບນັກຂ່າວໃນຍຸກດິຈິຕອນ ກໍ່ສາມາດນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີໃນຍຸກນີ້ເຂົ້າຊ່ວຍ ເຊັ່ນ: ໂທລະສັບມືຖື, ແທບເລັດ ຫຼື ອຸປະກອນເອເລັກໂຕຣນິກອື່ນໆ... ຊຶ່ງຈະຊ່ວຍເພີ່ມຄວາມສະດວກສະບາຍໃນການບັນທຶກຂໍ້ຄວາມໂຕໜັງສື, ສຽງ, ຮູບພາບ, ວິດີໂອ ແລະ ອື່ນໆ.

3.3.3 ໃຊ້ຄໍາສັບໜ້ອຍມີເນື້ອໃນຫຼາຍ

ນັກຂ່າວທີ່ດີນັກຂ່າວທີ່ເກັ່ງ ແມ່ນຜູ້ທີ່ໃຊ້ຄໍາສັບໜ້ອຍແຕ່ຫາກມີເນື້ອໃນຫຼາຍ ບັນດາທ່ານຄວນຮຽນຂຽນໃຫ້ສັ້ນຈະໃຊ້ຄໍາສັບອັນໃດກໍ່ຕ້ອງຊຶ່ງຊາເບິ່ງວ່າມັນມີຄວາມຈໍາເປັນແທ້ ຫຼື ບໍ່, ຢ່າສູ່ເຮັດໃຫ້ໂຕໜຶ່ງເຫຼືອໂຕໜຶ່ງພັດຂາດໄປ. ເມື່ອຂຽນແລ້ວຕ້ອງອ່ານຄືນ 3 ເທື່ອ, ການອ່ານຄືນແຕ່ລະເທື່ອນັ້ນແມ່ນເຮັດໜ້າທີ່ຕັດຮອນຄໍາສັບທີ່ບໍ່ຈໍາເປັນອອກ.

ການຂຽນຍາວຂຽນສັ້ນ ບໍ່ໄດ້ໝາຍຄວາມວ່າເອົາຈໍານວນຄໍາສັບມາຄິດໄລ່, ຫາກຈະຕ້ອງສົມທຽບລະຫວ່າງເນື້ອໃນກັບຈໍານວນຄໍາສັບ, ຖ້າຄໍາສັບຫຼາຍກວ່າເນື້ອໃນກໍ່ເທົ່າກັບວ່າຂ່າວ ຫຼື ບົດນັ້ນຍືດຍາວ, ຖ້າເນື້ອໃນຫຼາຍກວ່າຄໍາສັບໝາຍຄວາມວ່າສັ້ນ. ບໍ່ຄວນຂຽນຍາວບໍ່ຄວນຂຽນແບບນາມມະທໍາ ມັນຈະກາຍເປັນນ້ຳຖ້ວມທັງ, ເນື້ອໃນຫຼາຍກວ່າຄໍາສັບເປັນການທີ່ດີທີ່ສຸດ. ນັກຂ່າວອາວຸໂສຫຼາຍທ່ານໃຊ້ເຂົ້າຮ່ອນເອົາແຕ່ຄໍາສັບໃດໜຶ່ງ ແມ່ນໄດ້ຮັບຕອງຢ່າງລະອຽດລະອໍ, ເລືອກເອົາແຕ່ຄໍາສັບທີ່ຈໍາເປັນແທ້ໆ. ຈາກນັ້ນ ກໍ່ປັ້ນມາເປັນຫຼາຍໆເທື່ອ ມັນປຽບເໝືອນການປັ້ນແປງໃຫ້ກາຍເປັນເຂົ້າໜົມນັ້ນເອງ. ຖ້າຫາກປັ້ນບໍ່ໄດ້ກໍ່ຕ້ອງປຽນໄປເອົາຄໍາສັບໃໝ່, ຄໍາສັບໃໝ່ບໍ່ໄດ້ກໍ່ຕ້ອງຊອກເລືອກເອົາຄໍາສັບໃໝ່ຕື່ມອີກ. ຕ້ອງປັ້ນໃຫ້ມັນເປັນສິ່ງຍອດຍິ່ງຂອງຕົນຈຶ່ງນຳເອົາເຂົ້າມາຂຽນ.

ລິລາການຂຽນກໍຕ້ອງໃຫ້ມີແບບໃໝ່ເລື້ອຍໆ, ຢ່າໃຊ້ຄຳສັບເກົ່າສັບໄປສັບມາ (ນັບທັງຊື່ຂອງບຸກຄົນ, ຊື່ຂອງ ທ້ອງຖິ່ນ) ອັນໃດຄວນເວົ້າຊໍ້າໃດກໍໃຫ້ເວົ້າຊໍ້ານັ້ນ. ບໍ່ສົມຄວນຕື່ມເຕີມກໍຕ້ອງເດັດດ່ຽວຢຸດຕິ. ຢ່າໂລບມາກໂລພາ ໃນການໃຊ້ຄຳສັບເຂົ້າໃນບົດຂຽນຂອງຕົນ.

3.3.4 ການຂຽນຕ້ອງຊັດເຈນ, ຕົວຈິງ ແລະ ມີຄຸນປະໂຫຍດສູງ

ການນຳໃຊ້ເຫດການເຂົ້າຢັ້ງຢືນຄວາມເປັນຈິງເປັນພື້ນຖານຕົ້ນຕໍຂອງວິຊາການສື່ມວນຊົນ, ອາຊີບໃດກໍຕາມ ກໍລ້ວນແຕ່ມີຈຸດພິເສດຂອງມັນຄື: ນັກແຕ້ມໃຊ້ສີສັນ ແລະ ເສັ້ນສາຍເປັນພາສາຂອງຕົນ, ນັກແຕ່ງເພງພັດໃຊ້ສຽງ, ນັກປະພັນໃຊ້ຈິນຕະນາການ, ສ່ວນນັກຂ່າວແມ່ນໃຊ້ພາສາຕົນຕໍ່ແມ່ນເຫດການ, ຖ້າແຍກອອກຈາກເຫດການກໍເທົ່າ ກັບວ່າແຍກຕົວອອກຈາກຈຸດພິເສດຂອງວິຊາການສື່ມວນຊົນ.

ໃນຫຼາຍກໍລະນີ ນັກຂ່າວບາງຄົນຂຽນປານນັກປັດຊະຍາ ເອົາເຫດການມາພິສູດຄວາມຈິງການຢືນຢັນເອົາແຕ່ ເຫດການເລັກໆນ້ອຍໆມາຂຽນ ກໍຍ້ອນຄວາມມັກງ່າຍ ຂີ້ຄ້ານຈິດກ່າຍນັ້ນເອງ. ຖ້າຫາກຈະເອົາເຫດການທີ່ເປັນ ປະໂຫຍດຈຳນວນຫຼວງຫຼາຍມາຂຽນໃຫ້ຖືກຕ້ອງຕາມຄວາມຈິງ ພັດຢ້ານຄົນທັກທ້ວງ, ຈາກນັ້ນ ຈິ່ງຂຽນແບບ ລວມໆເພື່ອບໍ່ໃຫ້ຄົນຕ້ອງຕິ. ຄັນຫາຂຽນແບບລວມໆແລ້ວກໍເທົ່າກັບວ່າ ບົດຂຽນນັ້ນບໍ່ມີຄຸນປະໂຫຍດຫຍັງເລີຍ. ດັ່ງນັ້ນ, ຄວາມຊັດເຈນ, ຄວາມຈິງ ແລະ ມີຄຸນປະໂຫຍດຈິ່ງກາຍເປັນມາດຕະຖານສຳຄັນຂອງອາຊີບນັກຂ່າວ.

ບົດຂຽນໃດກໍຕາມ ຕ້ອງມີການປະສານສົມທົບລະຫວ່າງພຶດຕິກຳກັບທິດສະດີ, ຄຳສັບຕ້ອງແຫຼມຄົມ. ວິທີ ອະທິບາຍບັນຫາຕ້ອງຈະແຈ້ງ. ດັ່ງນັ້ນ, ເວລາຂຽນຕ້ອງພະຍາຍາມວິໄຈ, ໄຈ້ແຍກບັນຫາໃຫ້ເລິກເຊິ່ງ, ແຈ່ມແຈ້ງ ແລະ ເປັນລະບົບຕ່ອງໂສ້ທີ່ຂາດບໍ່ໄດ້, ນອກຈາກຄວາມຮູ້ລວມແລ້ວຍັງຈະຕ້ອງກຳທິດສະດີພື້ນຖານ (ທິດສະດີ ມາກ-ເລນິນ) ໃຫ້ແໜ້ນ ແລະ ເປັນລະບົບ. ສ່ວນເອກະສານສຳຄັນຂອງພັກ ແລະ ລັດ ຈະຕ້ອງໄດ້ອ່ານເປັນປະຈຳ, ທັງນີ້ກໍເພາະວ່າ ມີແຕ່ກຳບັນຫາພື້ນຖານຂອງທິດສະດີຢ່າງເລິກເຊິ່ງ ແລະ ໜັກແໜ້ນເທົ່ານັ້ນ ການຂຶດຂຽນຈິ່ງຈະມີ ຄຸນນະພາບສູງ.

3.3.5 ສ້າງລິລາການຂຽນເປັນຂອງຕົນເອງ

ທາງດ້ານວາດຂຽນແມ່ນບໍ່ມີໃຜຄື, ແລ້ວແຕ່ເງື່ອນໄຂ, ແລ້ວແຕ່ຄວາມສາມາດ ແລະ ຄວາມຊຳນານຂອງ ແຕ່ລະຄົນ ເພື່ອເລືອກເອົາລິລາການຂຽນທີ່ເໝາະສົມ. ຊີວິດສ່ວນຕົວກໍມີຄວາມສຳຄັນຕໍ່ບົດຂຽນ, ຕົວນັກຂ່າວ ເອງດຳລົງຊີວິດແນວໃດ ບົດຂຽນກໍມັກຈະອອກມາແນວນັ້ນ. ພວກເຮົາຄວນສົ່ງເສີມນັກຂ່າວທີ່ເຮັດວຽກຢ່າງບໍ່ຮູ້ ອິດຮູ້ເມື່ອຍ, ກ້າຄິດ, ກ້າເຮັດ, ກ້າປະດິດສ້າງໃນທຸກກໍລະນີ ດ້ວຍຄວາມຈຸບຈ້າວທ້າວຫັນ, ເມົານຳວຽກ ແລະ ເຮັດ ວຽກດ້ວຍຄວາມຕື່ນຕົວສູງ. ຖ້າຂຽນ 10 ບົດ ຫາກຖືກຕຳນິຕິຊົມຈຳນວນໜຶ່ງແມ່ນເປັນການດີ. ສ່ວນຂຽນອອກ ໄປ 10 ບົດ ແຕ່ບໍ່ຢາກໃຫ້ໃຜຕື່ນ ເປັນສິ່ງທີ່ເປັນໄປບໍ່ໄດ້ ເພາະມັນຈະພາໃຫ້ໄປເຖິງການຂຽນແບບຫຼັກການຕາຍ ຕົວຊ້າງຊາກໆ ຊຶ່ງພາໃຫ້ຜູ້ອ່ານເບື້ອ. ໃນພາກຕົວຈິງແລ້ວ ເມື່ອເຮັດສິ່ງໃດໜຶ່ງລົງໄປມັນກໍມີອັນຖືກ ແລະ ອັນຜິດ ເມື່ອຜິດພາດແລ້ວຕ້ອງປ່ຽນແປງ, ຖ້າຖືກຕ້ອງແລ້ວກໍຄວນສົ່ງເສີມກັນຂຶ້ນ, ສົ່ງສຳຄັນຕ້ອງສ້າງແບບແຜນຂອງນັກ ຂ່າວໃຫ້ມີລັກສະນະພັກ, ລັກສະນະຈັດຕັ້ງ ແລະ ມີລະບຽບວິໄນສູງທີ່ສຸດ. ແຕ່ພ້ອມກັນນັ້ນ ກໍຕ້ອງສົມທົບຢ່າງ ແໜ້ນກັບການຄົ້ນຄິດທີ່ເປັນເອກະລາດ ແລະ ມີຈິດໃຈປະດິດສ້າງຢູ່ສະເໝີ. ໃນເລື່ອງໄປເຮັດວຽກຕົວຈິງເມື່ອໄດ້ ຮັບຟັງການລາຍງານກ່ຽວກັບເຫດການໃດໜຶ່ງນັກຂ່າວຕ້ອງຄົ້ນຄິດຕົກຕອງຢ່າງເປັນເອກະລາດ ແລະ ສົມທົບກັບ ມັນສະໜອງປະດິດສ້າງ ເພື່ອຖອດມາເປັນຂໍ້ສະຫຼຸບທີ່ເປັນປະໂຫຍດ.

ຍ້ອນວ່າມາດຕະຖານ ນັກຂ່າວຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີຄວາມຮູ້ທີ່ບໍ່ມີເມືອງພໍ. ດັ່ງນັ້ນ, ນັກຂ່າວຕ້ອງຮຽນຢູ່ເລື້ອຍໆ, ຢ່າງສູ່ເອື້ອຍອີງໃສ່ແຕ່ສຳນັກງານຈັດຕັ້ງຮ່າຮຽນ ຫຼື ລໍ່ຖ້າໄປຮຽນຕ່າງປະເທດ, ອັນສຳຄັນແມ່ນໃຫ້ຖືກເອົາການຊອກ ຮູ້ຮ່າຮຽນດ້ວຍຕົນເອງ, ການອ່ານເປັນສິ່ງທີ່ຂາດບໍ່ໄດ້ໃນແຕ່ລະມື້ແຕ່ລະວັນ, ຄວນອ່ານບົດຂຽນໃຫ້ມີຄວາມດູດດື່ມ ຈິ່ງພື້ນຈາກພະຍາດການຂຽນແບບຄອງເດີມໄດ້ ນັກຂ່າວແຕ່ລະຄົນຕ້ອງຮັບຜິດຊອບຕໍ່ປາຍປາກກາຂອງຕົນ ແລະ ຕໍ່ຜູ້ອ່ານ, ເວລາໃດທີ່ຮອຍປາກກາບໍ່ຫຼຽນໄຫຼຄົນກໍຮູ້ໂລດວ່າໃນຫົວຂອງທ່ານບໍ່ມັກຄົ້ນຄິດບໍ່ມີຄວາມຮູ້ໃໝ່, ລວມ

ທັງລິລາການຂຽນທີ່ກະຕຸກຕະຕັກເຂົ້າກໍຮູ້ວ່າ ປາຍປາກກາໃກ້ຈະທ້ຽນແລ້ວ. ສະນັ້ນ, ຕ້ອງຝົນມັນໃຫ້ແຫຼມຄົມ ເລື້ອຍໆ, ຖ້າເຮົາບໍ່ທໍລະຍົດຕໍ່ປາກກາ ປາກກາກໍບໍ່ທໍລະຍົດເຮົາ ຫາກກໍານົດເອົາປາກກາເປັນພາຫະນະ, ເປັນອາວຸດ ເພື່ອສູ້ຮົບແລ້ວ ກໍຕ້ອງຮັກຫອມວິຊາອາຊີບຂອງຕົນຢ່າງສະເໝີຕົນສະເໝີປາຍ.

3.4 ຄຸນສົມບັດພື້ນຖານສໍາລັບຜູ້ຈະເຂົ້າສູ່ເສັ້ນທາງຂຽນບົດ-ຂ່າວເປັນອາຊີບ

- 1) **ຕ້ອງເປັນຄົນມັກຮຽນ:** ການຮຽນບໍ່ສະເພາະແຕ່ຮຽນໃນຫ້ອງຮຽນ ຕາມໂຮງຮຽນ ຫຼື ມະຫາວິທະຍາໄລ ຕ່າງໆເທົ່ານັ້ນ ຍັງຮຽນນໍາຊີວິດຕົວຈິງຂອງສັງຄົມອີກ;
- 2) **ຕ້ອງເປັນນັກອ່ານ:** ການອ່ານແມ່ນການສະແຫວງຫາຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບກົດເກນທໍາມະຊາດ ແລະ ສັງຄົມ ເປັນການສະສົມຄວາມຮູ້ ແລະ ຖອດຖອນບົດຮຽນດ້ວຍຕົນເອງ ເປັນສິ່ງທີ່ດີເລີດກວ່າໝູ່ໝົດ;
- 3) **ມີນິດໄສຊ່າງຖາມ:** ເຫັນເຫດການເກີດຂຶ້ນຕ້ອງຕັ້ງຄໍາຖາມເພື່ອຮູ້ຂໍ້ມູນທັງສອງດ້ານຄືລົບ ແລະ ບວກ ແລ້ວມາຊອກຄໍາຕອບ ແລະ ບັນຫາແກ້ໄຂ;
- 4) **ມີນິດໄສບັນທຶກຂໍ້ຄວາມ:** ໄສ້ສໍ, ປາກກາ... ຂີດກ້ອງຂໍ້ຄວາມສໍາຄັນໃນປຶ້ມທີ່ອ່ານພົບ ຫຼື ເອກະສານ ຕ່າງໆ. ບັນທຶກຄໍາເວົ້າ... ການອອກຄໍາເຫັນ ຫຼື ຂໍ້ມູນຕ່າງໆ. ນັກຂ່າວຍາມໃດກໍຕ້ອງມີປາກກາ-ສໍ ຫຼື ປຶ້ມ ບັນທຶກຕິດຕົວຢູ່ສະເໝີ;
- 5) **ຕ້ອງຮູ້ຈັກປ່ອຍວາງ:** ການຂຽນຂ່າວ ຫຼື ບົດ ຍ່ອມປາສະຈາກບໍ່ໄດ້ຄວາມຜິດພາດດ້ານຂໍ້ມູນ ໂດຍ ສະເພາະຂຽນຕໍານິວິຈານປາກົດການຫຍໍ້ຫໍ້ໃນສັງຄົມ. ສະນັ້ນ, ນັກຂ່າວແຕ່ລະຄົນຕ້ອງມີສະຕິລະວັງຕົວ ສູງ. ຕ້ອງພູມໃຈວ່າອາຊີບນີ້ໄດ້ຊ່ວຍສ້າງສັນສັງຄົມ ບໍ່ອະຄະຕິ ແລະ ຮູ້ປ່ອຍວາງ.

3.5 ສິ່ງທີ່ນັກຂ່າວຕ້ອງຍຶດຖືເປັນປະຈຳ

- 1) **ຕ້ອງສ້າງຄວາມຄິດ:** ກ່ອນຈະລົງມືຂຽນຕ້ອງມີຄວາມຄິດຢູ່ໃນໃຈວ່າ ຕ້ອງການສະເໜີຂໍ້ມູນຫຍັງ ຫຼື ສ່ອງແສງຫຍັງໃຫ້ຜູ້ອ່ານ. ຕ້ອງກໍານົດເປົ້າໝາຍຊັດເຈນ ວ່າການຂຽນຂ່າວນີ້ມີຈຸດປະສົງໃນການນໍາສະເໜີ ແນວໃດ? ບອກເລົ່າ...ຮຽກຮ້ອງ...ວິຈານ ຫຼື ສະແດງຄວາມຄິດເຫັນ;
- 2) **ການເກັບກໍາຂໍ້ມູນ:** ການເກັບກໍາຂໍ້ມູນອາດໄດ້ມາຈາກການອ່ານພົບໃນປຶ້ມ ຫຼື ເອກະສານຕ່າງໆ ການຟັງ ຈາກຄົນອື່ນ ແລະ ຂໍ້ມູນຄວາມຈິງທົ່ວໄປທີ່ພົບເຫັນ. ການເກັບຂໍ້ມູນຂອງນັກຂ່າວປຽບເໝືອນຮາກຂອງ ຕົ້ນໄມ້ທີ່ຕູດອາຫານຫຼໍ່ລ້ຽງລໍາຕົ້ນ. ຂ່າວ ຫຼື ບົດຈະດີຈະຖືກຍອມຮັບຈາກສັງຄົມ ແລະ ບັນນາທິການແມ່ນ ຂຶ້ນກັບຂໍ້ມູນ;
- 3) **ການຮຽບຮຽງຂໍ້ມູນ:** ການຮຽບຮຽງຂໍ້ມູນແມ່ນຂັ້ນຕອນສຸດທ້າຍຂອງການຂຽນຂ່າວ. ການກັ່ນຕ້ອງຂໍ້ ມູນຂອງນັກຂ່າວສໍາຄັນຫຼາຍ ເພາະມັນແມ່ນຕົວຕັດສິນວ່າຂຽນໄດ້ດີ ຫຼື ບໍ່? ຖືກຕາມແນວທາງນະໂຍບາຍ ຂອງພັກ ແລະ ກົດໝາຍຂອງລັດ;
- 4) **ການໃຊ້ພາສາໃນຂ່າວ:** ການໃຊ້ພາສາທີ່ດີ ຈະຕ້ອງມີລິລາການໃຊ້ຄໍາເວົ້າທີ່ເໝາະສົມກັບກາລະເທສະ, ສະຖານະການ, ຈຸດປະສົງ ແລະ ຄວາມສໍາພັນກັນລະຫວ່າງຜູ້ຂຽນ ແລະ ຜູ້ອ່ານ, ການໃຊ້ພາສາຕ້ອງໃຊ້ ສັບສໍານວນງ່າຍ ແລະ ການຮຽບຮຽງກໍບໍ່ສັບຊ້ອນ ຫຼືກວ່ານການໃຊ້ສັບພາສາຊອດກະຈາ. ຍຶດຖືຫຼັກໄວຍະ ກອນລາວເປັນຫຼັກ.
- 5) **ນັກຂ່າວຕ້ອງມີ:**
 - ຄວາມສາມາດ ຫຼື ພອນສະຫວັນ (ຈາກຕົວບຸກຄົນ);
 - ມີແຮງຈູງໃຈ (ອຸດົມການ, ສິ່ງບັນດານໃຈ, ກະຕຸ້ນໃຈ ແລະ ມີປະສົບການ);
 - ມີຄວາມຮັກໃນອາຊີບ ຖືກການຂຽນໜັງສືເປັນອາຊີບໜຶ່ງ;
 - ຖືວ່າເປັນອາຊີບຊ່ວຍສ້າງສັນສັງຄົມ.

ກ. ເປັນນັກຂ່າວຕ້ອງຮຽນຮູ້ຫຍັງແດ່?

- ຕ້ອງຄິດວ່າຮ່າຮຽນທິດສະດີການເມືອງຢ່າງເປັນປະຈຳ ເຊັ່ນ: ທິດສະດີລັດທິມາກ-ເລນິນ, ມູນເຊື້ອຂອງພັກ, ແນວທາງຂອງພັກ ແລະ ກົດໝາຍຂອງລັດ;
- ຍົກລະດັບຄວາມຮູ້ ທາງດ້ານວິທະຍາສາດ, ເຕັກໂນໂລຊີ, ສິລະປະວັດທະນະທຳ ແລະ ພາສາຕ່າງປະເທດ;
- ຊອກຮູ້ເຫດການໃນຊີວິດສັງຄົມທີ່ເກີດຂຶ້ນໃນແຕ່ລະມື້;
- ຄິດວ່າ ຍົກສູງລະດັບທາງດ້ານວິຊາການຂີດຂຽນເພື່ອເພີ່ມຄວາມຮູ້, ຄວາມສາມາດໃຫ້ແກ່ຕົນເອງ ເພື່ອກາຍເປັນນັກຂ່າວມືອາຊີບ.

ຂ. ວິຖີຊີວິດຂອງນັກຂ່າວ

ນັກຂ່າວເປັນອາຊີບທີ່ຕ້ອງຂົນຂວາຍຫາຄວາມຮູ້ມາປະດັບຕົນເອງຢ່າງບໍ່ມີເມືອງພໍ ແລະ ຕ້ອງເປັນຫູທົບ, ຕາໃສ, ໃຈກ້າ. ສະນັ້ນ, ຈະຍິດຖືອາຊີບນີ້ “ສາຍຕາຕ້ອງຮຸ່ງແຈ້ງຢູ່ສະເໝີ ຈິດໃຈຕ້ອງຜ່ອງໃສ ປາຍປາກກາຕ້ອງແຫຼມຄົມ ຈຶ່ງເປັນນັກຂ່າວມືອາຊີບໄດ້...” ຄືດັ່ງຄຳໂຕ່ງໂຕຍຂອງເຖົ້າແກ່ບຸກຮານລາວກ່າວໄວ້ວ່າ “**ເປັນເຈົ້າພັນຕາພະຍາພັນຫູ.**”

ບົດທີ 3

ການຂຽນຂ່າວ-ສ້າງເນື້ອຫາລົງໃນສື່ອອນລາຍ

I. ສະພາບລວມ

ໃນຍຸກສັງຄົມອຸດົມປັນຍາ (Knowledge based society) ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຖືເປັນຮາກຖານ ແລະ ເປັນປັດໄຈສໍາຄັນຕໍ່ການຕັດສິນໃຈເລື່ອງຕ່າງໆໃນຊີວິດປະຈຳວັນ ນັບຕັ້ງແຕ່ເລື່ອງອາຫານການກິນໄປຈົນເຖິງນະໂຍບາຍລະດັບປະເທດ. ສົມວນຊົນ ຖືເປັນສະຖາບັນໜຶ່ງໃນສັງຄົມທີ່ມີບົດບາດສໍາຄັນຕໍ່ການສ້າງຄວາມຈະເລີນຮຸ່ງເຮືອງໃນສັງຄົມ ໂດຍເຮັດໜ້າທີ່ເປັນສື່ກາງໃນການຖ່າຍທອດ ແລະ ກະຈາຍຂໍ້ມູນຂ່າວໄປຍັງສະຖາບັນຕ່າງໆໃນສັງຄົມ ໃຫ້ມີຄວາມເຂົ້າໃຈກົງກັນ ໄດ້ຮັບຂ່າວສານຢ່າງທົ່ວເຖິງ ແລະ ຂັບເຄື່ອນໄປພ້ອມໆກັນ. ສະນັ້ນ, ຜູ້ທີ່ເຮັດໜ້າທີ່ໃນການສື່ຂ່າວນັ້ນຈຶ່ງມີບົດບາດສໍາຄັນ ແລະ ຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການຍົກລະດັບຄວາມຮູ້, ທັກສະ, ວິທີການ ໃນການຂຽນຂ່າວ ແລະ ສ້າງເນື້ອຫາ ພ້ອມທັງ ຮູ້ຈັກນໍາໃຊ້ເຄື່ອງມືທີ່ທັນສະໄໝລວມທັງສື່ອອນລາຍຕ່າງໆ ເພື່ອຮັບປະກັນໄດ້ຂໍ້ມູນທີ່ເຜີຍແຜ່ອອກໄປໃຫ້ຖືກຕ້ອງ ແລະ ສອດຄ່ອງຕາມຈຸດປະສົງທີ່ວາງໄວ້.

II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສໍາຄັນ

2.1 ຈຸດປະສົງ

- ເພື່ອຍົກລະດັບຄວາມຮູ້, ຄວາມສາມາດໃຫ້ແກ່ພະນັກງານ ຢູ່ບັນດາກະຊວງ, ຂະແໜງການ ກ່ຽວກັບການຂຽນຂ່າວ ແລະ ສ້າງເນື້ອຫາລົງໃນສື່ອອນລາຍ;
- ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ຝຶກອົບຮົມສາມາດສ້າງເນື້ອຫາທາງດ້ານເຕັກໂນໂລຊີໃໝ່ໆ ແລະ ຂະແໜງການ ກ່ຽວຂ້ອງເຜີຍແຜ່ອອກສູ່ສັງຄົມໃຫ້ຫຼາຍຂຶ້ນ.

2.2 ຄາດໝາຍ

- ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ພະນັກງານຢູ່ບັນດາກະຊວງ, ຂະແໜງການ ກ່ຽວກັບການຂຽນຂ່າວ ແລະ ສ້າງເນື້ອຫາລົງໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ;
- ປະຊາຊົນສາມາດເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນຂ່າວສານໄດ້ຢ່າງສະດວກສະບາຍຜ່ານຊ່ອງທາງສື່ອອນລາຍ.

2.3 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສໍາຄັນ

ຂ່າວສານນັ້ນມີຄວາມສໍາຄັນໃນຖານະເປັນກົນໄກການສື່ສານຂອງສັງຄົມ ໂດຍມີສິ່ງເປັນຜູ້ນໍາໜ້າທີ່ສ້າງຂ່າວສານ ໃນຂະນະດຽວກັນສື່ ກໍໄດ້ພັດທະນາໄປສູ່ການເປັນຜູ້ຜະລິດຄວາມຮູ້ ຄວາມຈິງ ແລະ ຮູບແບບແນວຄິດແກ່ສັງຄົມ ທັງໂດຍຮູ້ຕົວ ແລະ ບໍ່ຮູ້ຕົວຜ່ານຂ່າວສານ. ດັ່ງນັ້ນ, ຈຶ່ງອາດກ່າວໄດ້ວ່າ ຂ່າວສານນັ້ນເປັນສິ່ງທີ່ມີອຳນາດ ເພາະສາມາດທີ່ຈະສ້າງຄວາມຮູ້ ຄວາມຈິງ ໃນເລື່ອງໃດເລື່ອງໜຶ່ງໃຫ້ກັບສັງຄົມໄດ້.

III. ທິດສະດີ ແລະ ເນື້ອໃນ

3.1 ຄວາມຮູ້ພື້ນຖານການຂຽນຂ່າວ

3.1.1. ນິຍາມ

ຂ່າວ ແມ່ນຮູບແບບການສ່ອງແສງເຫດການໜຶ່ງທີ່ວ່ອງໄວທັນການຕໍ່ເຫດການທີ່ຫາກໍເກີດຂຶ້ນ, ພວມເກີດຂຶ້ນ ແລະ ຈະເກີດຂຶ້ນໃນສະຖານທີ່ແຫ່ງໃດໜຶ່ງທີ່ມີມູນຄວາມຈິງ ແລະ ມີຫຼັກຖານອ້າງອີງ.

3.1.2 ຄວາມສໍາຄັນຂອງຂ່າວ

ຍ້ອນເກີດຂຶ້ນມາຫຼາຍປີ ຂ່າວຈຶ່ງຂະຫຍາຍເປັນຫຼາຍປະເພດ, ຫຼາຍຮູບຫຼາຍສີ ເຊັ່ນ: ຂ່າວກ້ອມ, ຂ່າວສິ້ນ, ຂ່າວວິຈານ, ຂ່າວບັນທຶກ ແລະ ຂ່າວສໍາພາດ ເຫຼົ່ານີ້ເປັນຕົ້ນ. ຂ່າວຍັງບໍ່ຢຸດຢູ່ທີ່ນີ້ ມັນຈະຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງລຽນຕິດ ອີງໃສ່ຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການຂອງສັງຄົມ.

ອາດເວົ້າໄດ້ວ່າ ຂ່າວແມ່ນການຂຽນລາຍງານປະເພດໜຶ່ງທີ່ເປັນພື້ນຖານໃນວົງການສື່ມວນຊົນ. ສະນັ້ນ, ຈຶ່ງເຫັນປະລິມານຂ່າວໃນສິ່ງສົ່ງພິມ ແລະ ສື່ອອນລາຍ ນັບມື້ນັບຫຼາຍຂຶ້ນ.

ຈາກຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການດັ່ງກ່າວມັນຈຶ່ງສົ່ງຜົນປະເພດຂອງຂ່າວ ຕ້ອງມີການພັດທະນາດີຂຶ້ນ ທາງດ້ານເນື້ອໃນເປັນຕົ້ນແມ່ນ ຄວາມວ່ອງໄວ, ຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງເຫດການທີ່ສ່ອງແສງ.

ຈາກຄວາມສໍາຄັນດັ່ງກ່າວ ໃນຖານະທີ່ປະເທດເຮົາເປັນປະເທດລະບອບປະຊາທິປະໄຕ ປະຊາຊົນ ກ້າວຂຶ້ນສັງຄົມນິຍົມ ພວກເຮົາຍ່ອມມີຫຼັກການພື້ນຖານໃນການຂຽນຂ່າວຕ່າງກັບລະບອບທຶນນິຍົມ ເພາະພວກເຮົາຖືວ່າຂ່າວມັນເປັນເຄື່ອງມືທາງດ້ານການເມືອງແນວຄິດ ເພື່ອນໍາໄປສຶກສາອົບຮົມມະຫາຊົນ, ຮັບໃຊ້ພາລະກິດປະຕິວັດ, ປົກປັກຮັກສາ ແລະ ສ້າງສາປະເທດຊາດ, ຂ່າວຍັງແມ່ນອາວຸດອັນແຫຼມຄົມ ຕ້ານຖ້ອຍທຳນອງບົດເບື້ອງຂອງຄົນບໍ່ດີທີ່ມີຕໍ່ລະບອບຂອງພວກເຮົາ ແລະ ຕໍານິວິຈານປາກົດການຫຍໍ້ໃນສັງຄົມ.

3.1.3 ລັກສະນະພື້ນຖານຂອງຂ່າວ

3.1.3.1 ລັກສະນະພັກ

- 1) ຕ້ອງໃຫ້ຖືກຕາມທັດສະນະ, ທິດທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ ເພື່ອແນໃສ່ຮັບໃຊ້ຜົນປະໂຫຍດຂອງປະຊາຊົນ, ຂອງຊາດ, ຂ່າວຕ້ອງໂຄສະນາໃຫ້ທິດທາງນະໂຍບາຍ, ນໍາເອົາແສງສະຫວ່າງຂອງທິດທາງນະໂຍບາຍ ໄປສ່ອງແສງໃຫ້ມະຫາຊົນ. ຕິດຕາມເບິ່ງການປະຕິບັດທິດທາງນະໂຍບາຍຖືກ ຫຼື ຜິດຢູ່ບ່ອນໃດ? ພວກເຮົາຕ້ອງຍ້ອງຍໍສັນລະເສີນສິ່ງທີ່ໄດ້ດີ ແລະ ຖືກຕ້ອງ. ພ້ອມກັນນັ້ນ ກໍຄ່ອຍດັດແປງຕໍານິວິຈານ ສິ່ງທີ່ຜິດພາດແລ້ວຊື່ທິດທາງ ແລະ ຊອກວິທີການທີ່ດີໃຫ້ມະຫາຊົນເຮັດຕາມ. ເຮັດໄດ້ແນວນັ້ນ, ຂ່າວຂອງເຮົາຈຶ່ງສ່ອງແສງໄດ້ທັງຕົວຈິງໃນການເຄື່ອນໄຫວ ຂອງມະຫາຊົນທັງຊຸກຍູ້ການເຄື່ອນໄຫວນັ້ນກ້າວຂຶ້ນຢ່າງເຂັ້ມແຂງກວ່າເກົ່າ. ພ້ອມກັນນັ້ນ ກໍຊ່ວຍໃຫ້ບັນຫາທີ່ເກີດຂຶ້ນໄດ້ຢ່າງທັນການ. ເມື່ອເປັນແນວນັ້ນ ກໍໝາຍວ່າ ທັງຮັບໃຊ້ພັກທັງຮັບໃຊ້ມະຫາຊົນ, ຂ່າວໄດ້ກາຍເປັນຕ່ອງໂສ້ ຫຼື ເປັນສາຍໄຍຜຸກພັນລະຫວ່າງພັກ ກັບມະຫາຊົນ.
- 2) **ລັກສະນະພັກ ບໍ່ຂັດແຍ່ງກັບເສລີພາບຄວາມເປັນຈິງຂອງຂ່າວ.** ສິດເສລີພາບ ໃນການຂຽນຂ່າວບໍ່ຄືເສລີພາບອື່ນໆ ໃນສັງຄົມຂອງພວກເຮົາລ້ວນແຕ່ແມ່ນເສລີພາບທີ່ມີລັກສະນະຊົນຊັ້ນ. ທ່ານ ບຸນຍັງ ວໍລະຈິດ ກ່າວຕໍ່ກອງປະຊຸມໃຫຍ່ ຄັ້ງທີ VII ຂອງສະມາຄົມນັກຂ່າວລາວ(ຄັ້ງວັນທີ 08 ພຶດສະພາ 2002) ໄດ້ເວົ້າເຖິງເສລີພາບຂອງສື່ມວນຊົນວ່າ: “ເສລີພາບຕ້ອງຕິດພັນກັບລະບຽບວິໄນ, ປະຊາທິປະໄຕ ຕ້ອງຢູ່ໃນຂອບເຂດກົດໝາຍ, ເສລີພາບຂອງໜັງສືພິມຕ້ອງຕິດພັນກັບຄຸນສົມບັດ ແລະ ຄວາມຮັບຜິດຊອບຕໍ່ໜ້າທີ່ຂອງພົນລະເມືອງ ນັ້ນແມ່ນເນື້ອແທ້ເສລີພາບຂອງໜັງສືພິມຢູ່ລາວ”. ໃນລະບອບນາຍທຶນມີແຕ່ຊົນຊັ້ນນາຍທຶນ (ຜູ້ປົກຄອງຈຳນວນໜ້ອຍ) ຈຶ່ງມີເສລີພາບ, ສ່ວນຊົນຊັ້ນກຳມະຊີບ ແລະ ປະຊາຊົນຜູ້ອອກແຮງງານມີເສລີພາບແບບຈຳກັດ ເສລີພາບນັ້ນເດັດຂາດ ບໍ່ໃຫ້ໄປແຕະຕ້ອງເຖິງສິດຜົນປະໂຫຍດຂອງຊົນຊັ້ນນາຍທຶນລະບອບສັງຄົມຂອງພວກເຮົາແມ່ນຮັບໃຊ້ຊົນຊັ້ນຊາວຜູ້ອອກແຮງງານ. ດັ່ງນັ້ນ, ເສລີພາບຊາວຜູ້ອອກແຮງງານມ່ວນເສລີພາບທີ່ແທ້ຈິງ ເສລີພາບນັ້ນ ມັນຕ້ອງຕິດພັນກັບລັກສະນະພັກ. ຜູ້ຂຽນຂ່າວຖ້າຮັບຮູ້ໄດ້ຢ່າງຈະແຈ້ງຈຶ່ງມີເສລີພາບຢ່າງເຕັມສ່ວນໃນວຽກງານຂອງຕົນ.

3.1.3.2 ລັກສະນະຄວາມຈິງ (ທ່ຽງທຳ)

1) ຄວາມຈິງໃນຂ່າວແມ່ນລັກສະນະທີ່ຂາດບໍ່ໄດ້ໃນສົມວນຊົນ:

ທ່ານ ເລນິນ ເວົ້າວ່າ: “ເວົ້າຄວາມຈິງ ຂຽນຕາມລັກສະນະຕົວຈິງ ແລະ ນັບຖືຄວາມຈິງ ແມ່ນ ບົດຮຽນທຳອິດໃນການຂຶ້ນຫ້ອງຮຽນ ວິຊາຂຽນຂ່າວ” ສະນັ້ນ ການຂຽນຂ່າວກໍຕ້ອງອະທິບາຍໃຫ້ໄດ້ ສັດຈະທຳ. ເພາະຄວາມຈິງມັນມີພະລັງແຮງທົບຮ້ອຍເທື່ອທຽບກັບການເວົ້າດ້ວຍປາກ. ຖ້າຈະເວົ້າທົດສະ ດີເທົ່າໃດໜ້າກໍບໍ່ສາມາດເຮັດໃຫ້ຄົນເຊື່ອໄດ້ຢ່າງໜັກແໜ້ນເທົ່າກັບການອອກຂ່າວສ່ອງແສງດ້ວຍຄວາມຈິງ, ສະແດງຄວາມຈິງຊັດເຈນ ແລະ ຖືກກັບທາດແທ້ຂອງເຫດການ.

ການຕົວະຍິວະຫຼອກລວງ ບໍ່ໄວ້ກໍຊ້າຕ້ອງຖືກເປີດເຜີຍ ແລະ ປະລາໄຊ ຖ້າພວກເຮົາຂຽນຂ່າວ ຕາມຄວາມຈິງຈະເປັນການປະກອບສ່ວນຍົກສູງນ້ຳໃຈກໍຄືຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຂອງມະຫາຊົນຕໍ່ການນຳພາຂອງ ພັກ ແລະ ລັດ.

ລັກສະນະຄວາມຈິງຂອງຂ່າວ ມັນສະແດງອອກໃນການສ່ອງແສງທ່ຽງທຳກ່ຽວກັບທາດແທ້ຂອງ ເຫດການ ແລະ ສະພາບການທີ່ເກີດຂຶ້ນປະຈຳມື້ປະຈຳວັນ, ລັກສະນະຄວາມຈິງຂອງຂ່າວບໍ່ຂັດແຍ່ງກັບ ທາດແທ້ຂອງຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງມະຫາຊົນ.

ລັກສະນະຄວາມຈິງຂອງຂ່າວຕ່າງກັບລະນະຄວາມຈິງໃນບົດປະພັນວັນນະຄະດີ ເພາະຂ່າວບໍ່ ສາມາດເຮັດໃຫ້ເຫດການທຳມະດາກາຍເປັນອັນເດັ່ນແບບປັ້ນແຕ່ງຂຶ້ນ ອີກຢ່າງໜຶ່ງຂ່າວກໍບໍ່ມີສິດແຕ້ມແຕ່ງ ລະບາຍສີ. ຂ່າວມີແຕ່ອີງໃສ່ເຫດການທີ່ມີຈິງ ພວມເກີດຂຶ້ນ ຫຼື ຈະເກີດຂຶ້ນ.

ແຕ່ຄວາມຈິງທີ່ສະແດງອອກໃນພາຫະນະສົມວນຊົນ ມັນກໍຕ້ອງເໝາະສົມກັບສິດຜົນປະໂຫຍດ ຂອງພັກ ແລະ ລັດ ຂອງປະເທດຊາດ ຂອງຊົນຊັ້ນ ບໍ່ແມ່ນວ່າຄວາມຈິງໃດໆກໍຕ້ອງຂຽນອອກເປັນຂ່າວ ໝົດ. ຄວາມລັບຂອງຊາດ ຫຼື ບາງບັນຫາຂຽນອອກມັນບໍ່ເປັນປະໂຫຍດໃຫ້ແກ່ປະເທດຊາດ ແລະ ປະຊາຊົນກໍບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງຂຽນອອກ.

2) ເຮັດແນວໃດຈຶ່ງຮັບປະກັນລັກສະນະຄວາມຈິງໃນຂ່າວ:

ຕ້ອງກຳນົດຫຼັກໝັ້ນອັນເດັດຂາດ ຄື: ນັບຖືລັກສະນະຄວາມຈິງ, ເດັດດ່ຽວຂັດຄ້ານການເສກປັ້ນ ແຕ່ງ, ການຕື່ມແຖມ ແລະ ຖືເປົ້າລັກສະນະຄວາມຈິງ;

ຝຶກຝົນຫຼັກຫຼອມແນວຄວາມຄິດ, ໝູນໃຊ້ລັດທິວັດຖຸນິຍົມສັດຈະວິພາກ ເພື່ອກຳແໜ້ນ ແລະ ສ່ອງ ແສງຄວາມຈິງໂດຍຜ່ານບັນດາປາກົດການຮູບນອກທີ່ສັບສົນຂອງມັນ. ຫຼີກເວັ້ນການເບິ່ງເຫັນແຕ່ພາກສ່ວນ ໃດໜຶ່ງຢ່າງຜິວເຜີນ, ໃຊ້ຫົວຄິດຊອກຮູ້, ວິໄຈ ແລະ ມີແບບແຜນຄົ້ນຄວ້າກວດກາຢ່າງເລິກເຊິ່ງ;

ຍົກສູງລະດັບໃນທຸກດ້ານ (ແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກກ່ຽວກັບວຽກງານແນວຄິດ, ສົມວນຊົນ, ເສດຖະກິດ ແລະ ຄວາມຮັບຮູ້ທົ່ວໄປກໍຄືລະດັບທາງດ້ານວິຊາສະເພາະທຸກຂົງເຂດວຽກງານ). ໂດຍ ສະເພາະແມ່ນລະດັບວິຊາການຂີດຂຽນໃຫ້ແໜ້ນໜາ ຕ້ອງຮຳຮຽນຝຶກຝົນຫຼັກຫຼອມໃຫ້ຫຼາຍ ແລະ ຕ້ອງມີ ຄວາມມານະພະຍາຍາມທີ່ສຸດ ຈຶ່ງຈະເຮັດໄດ້.

3.1.3.3 ລັກສະນະມະຫາຊົນ

- 1) ມະຫາຊົນ ແມ່ນຜູ້ສ້າງປະຫວັດສາດ, ແມ່ນຜູ້ເປັນເຈົ້າລວມໝູ່ໃນສັງຄົມ ໂດຍພາຍໃຕ້ການນຳພາຂອງພັກ. ຂ່າວແມ່ນອາວຸດຕໍ່ສູ້ຊົນຊັ້ນ, ຮັບໃຊ້ຜົນປະໂຫຍດຂອງປະເທດຊາດ. ດັ່ງນັ້ນ ຂ່າວຕ້ອງຮັບໃຊ້ສິດຜົນ ປະໂຫຍດຂອງປະຊາຊົນອັນກວ້າໃຫຍ່ໄພສານ. ຂ່າວຂອງພວກນາຍທຶນ ມັນກໍຮັບໃຊ້ສິດຜົນປະໂຫຍດ ຂອງພວກປົກຄອງຈຳນວນໜ້ອຍເທົ່ານັ້ນ, ບໍ່ແມ່ນຈະໄດ້ຮັບໃຊ້ສິດຜົນປະໂຫຍດຂອງມະຫາຊົນອັນ ຫຼວງຫຼາຍຄືພວກເຮົາ;

- 2) ຂ່າວຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການສ່ອງແສງອອກຢ່າງເປັນປະຈຳ ກ່ຽວກັບການເຄື່ອນໄຫວວຽກງານ ກໍ່ຕິຫົວຄິດປະດິດສ້າງຂອງມະຫາຊົນໃນການອອກແຮງງານ, ການຕໍ່ສູ້ ແລະ ວຽກງານອື່ນໆຂອງຊາດ. ສ່ອງແສງບຸກຄົນທີ່ມີຄວາມກ້າວໜ້າ, ບັນດາປັດໄຈໃໝ່. ບັນຫາທີ່ເດັ່ນໃນຂະບວນການຂອງມະຫາຊົນ ຕ້ອງກຳແໜ້ນແນວຄິດຈິດໃຈຄວາມມຸ້ງມາດປາຖະໜາອັນຊອບທຳຂອງມະຫາຊົນ;
- 3) ປຸກລະດົມ, ຈັດຕັ້ງມະຫາຊົນເຂົ້າຮ່ວມປະກອບສ່ວນໃນວຽກງານສ້າງສາປະເທດຊາດ. ພ້ອມກັນນັ້ນກໍລະດົມ ແລະ ຈັດຕັ້ງມະຫາຊົນປະກອບສ່ວນໃນການຕຳນິຕິຊົມ, ການກະຈາຍຂ່າວໃນສື່ມວນຊົນ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ສິ່ງທີ່ເຮົາຄຸ້ມຄອງມີເນື້ອໃນດີ;
- 4) ລັກສະນະມະຫາຊົນ ຍັງສະແດງອອກໃນການຂຽນຂ່າວ, ອອກຂ່າວ ເຮັດແນວໃດໃຫ້ມະຫາຊົນຟັງງ່າຍ, ເບິ່ງໄດ້ງ່າຍ ແລະ ເຂົ້າໃຈງ່າຍ. ເຮັດໄດ້ແນວນັ້ນຈຶ່ງເປັນຜົນດີໃຫ້ແກ່ມະຫາຊົນ ແລະ ຮັບໃຊ້ມະຫາຊົນໄດ້ຢ່າງແທ້ຈິງ;
- 5) ເພື່ອໃຫ້ຂ່າວມີລັກສະນະມະຫາຊົນ ຜູ້ຂຽນຂ່າວຕ້ອງມີນ້ຳໃຈມະນຸດສະທຳຮັກປະເທດຊາດບ້ານເມືອງ, ມີນ້ຳໃຈຜູກພັນກັບມະຫາຊົນ. ມີແຕ່ເຮັດໄດ້ຄືແນວນັ້ນຈຶ່ງສ່ອງແສງໄດ້ກ່ຽວກັບພາລະກິດຂອງມະຫາຊົນ. ຖ້າລັກສະນະມະຫາຊົນໄດ້ຮັບການສະແດງອອກຢ່າງຄົບຖ້ວນ ແລະ ຖືກຕ້ອງແລ້ວ ຈະເປັນການຊ່ວຍຊູ ແລະ ຮັບໃຊ້ໃຫ້ແກ່ລັກສະນະພັກ ແລະ ບັນດາຫຼັກການອື່ນໆຂອງຂ່າວ.

3.1.3.4 ລັກສະນະວ່ອງໄວ, ທັນການ

- 1) ຂ່າວ ຍາມໃດກໍ່ຕິດພັນກັບເຫດການທີ່ຮີບດ່ວນທີ່ສຸດໃນຊີວິດປະຈຳວັນ ແລະ ສັງຄົມພວກເຮົາ ຕ້ອງການນຳເອົາສະພາບຂ່າວຄາວໄປເຜີຍແຜ່ຕໍ່ມະຫາຊົນໃຫ້ໄວ ແລະ ທັນການ. ນັ້ນແມ່ນຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການຂອງຂ່າວ ບັນດາພາຫະນະສື່ມວນຊົນປະເພດລາຍວັນແມ່ນຕ້ອງການໃຫ້ມີຂ່າວໄວເທົ່າໃດຍິ່ງດີ. ເພາະການທີ່ໃຫ້ຂ່າວຊ້າເກີນໄປນັ້ນ ມັນເປັນເຫດຜົນອັນໜຶ່ງທີ່ພາໃຫ້ພາຫະນະສື່ມວນຊົນເຮົາເສຍລັກສະນະທັນການ ຫຼຸດຜ່ອນປະສິດທິພາບໃນການໂຄສະນາ, ການປຸກລະດົມ ແລະ ການຈັດຕັ້ງ.

ວິທະຍຸ, ໂທລະພາບ ຫຼື ສື່ອອນລາຍ ໃຊ້ຮູບການຖ່າຍທອດສົດ ການຮັບສົ່ງຜ່ານດາວທຽມ ແລະ ອື່ນໆ ນັ້ນລ້ວນແຕ່ຮັບໃຊ້ໃຫ້ແກ່ຄວາມຕ້ອງການດ້ານຄວາມໄວ ແລະ ທັນການຂອງຂ່າວທັງນັ້ນ.

- 2) ຂ່າວບໍ່ສະເພາະຕ້ອງການໃຫ້ໄວເທົ່ານັ້ນ ແຕ່ຕ້ອງການໃຫ້ທັນການອີກ. ທັນການໝາຍຄວາມວ່າ ຂຽນໄດ້ໄວແລ້ວແຕ່ຍັງຕ້ອງອອກໃຫ້ໄດ້ໄວ, ອອກໃຫ້ທັນກັບເວລາທີ່ຕ້ອງການ. ຖ້າວ່າອອກທັນການກັບເວລາທີ່ຕ້ອງການແລ້ວຈະມີປະສິດທິພາບສູງ, ເປັນຜົນດີໃຫ້ແກ່ຄວາມຕ້ອງການໃດໜຶ່ງຂອງສັງຄົມ. ການອອກຂ່າວໄວ ຫຼື ຊ້ານັ້ນບາງກໍລະນີພັດຂຶ້ນກັບທຳນິທານເມືອງ ຫຼື ການຊຶ້ງຊາຜົນໄດ້ຜົນເສດຕໍ່ບັນຫານັ້ນໆ ແຕ່ມີບາງເທື່ອບໍ່ອອກຂ່າວຍ້ອນຢ້ານເສຍລັກ ຫຼື ອອກບໍ່ມີຜົນປະໂຫຍດຕໍ່ປະເທດຊາດ, ບາງກໍລະນີອອກຂ່າວໃດໜຶ່ງແມ່ນເພື່ອສະແດງທຳນິຄັດຄ້ານຕໍ່ບັນຫານັ້ນໆ ຫຼື ມີເຈດຕະນາແນວໃດແນວໜຶ່ງຕໍ່ບັນຫານັ້ນໆ.

ແຕ່ຢາກໃຫ້ຂ່າວອອກໄດ້ໄວ, ທັນເວລາ ກ່ອນອື່ນໝົດນັກຂ່າວຕ້ອງຮູ້ຂຽນຂ່າວໄວ, ຕ້ອງກຳແໜ້ນແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ, ຂອງລັດ. ເຂົ້າໃຈໄດ້ໄວ, ມີຄວາມຮູ້ຕໍ່ອັນໃໝ່ຢ່າງວ່ອງໄວ, ມີນ້ຳໃຈຟືດຟື້ນຕໍ່ວຽກງານ ແລະ ແບບແຜນເຮດວຽກທີ່ວ່ອງໄວ.

3.1.3.5 ລັກສະນະສັ້ນກະທັດຮັດ ແລະ ຈະແຈ້ງ

ເຫດຜົນທີ່ວ່າຕ້ອງໃຫ້ສັ້ນ, ກະທັດຮັດນັ້ນ ມັນພົວພັນເຖິງຜູ້ອ່ານ, ຜູ້ຟັງ, ຜູ້ຊົມຂ່າວ ສາມາດເຂົ້າໃຈງ່າຍໂດຍສະເພາະໃນໜ້າໜັງສືພິມທີ່ມີຂໍ້ຈຳກັດ, ວິທະຍຸ ຫຼື ໂທລະພາບ ເວລາກະຈາຍສຽງ ແລະ

ພາບ ກໍຕ້ອງການໃຫ້ຂ່າວສັ້ນຈຶ່ງອອກໄດ້ຫຼາຍຂ່າວ, ໄລຍະເວລາຈຳກັດຂອງຜູ້ເສບຂ່າວ. ຂ່າວສັ້ນຈຶ່ງຂຽນໄດ້ໄວ, ທັນເວລາ ເພາະຂ່າວຕິດພັນກັບເຫດການຮີບດ່ວນ.

ຂ່າວຕ້ອງການຂຽນຈະແຈ້ງ, ເຂົ້າໃຈງ່າຍຈຶ່ງມີຜົນໃນການໂຄສະນາ. ປຸກລະດົມນຳພາ ແລະ ຈັດຕັ້ງມະຫາຊົນ. ຖ້າຂ່າວຂຽນບໍ່ຈະແຈ້ງຈະພາໃຫ້ມະຫາຊົນບໍ່ເຂົ້າໃຈ ຫຼື ເຂົ້າໃຈຜິດ, ເມື່ອເປັນແນວນັ້ນກໍໝາຍຄວາມວ່າ ຂ່າວທີ່ເຮົາຂຽນໄປນັ້ນບໍ່ເປັນປະໂຫຍດ ຊ້ຳບໍ່ໜ້າບາງເທື່ອຍັງກໍຄວາມເສຍຫາຍອີກດ້ວຍ. ດັ່ງນັ້ນ, ວິທີຂຽນຂ່າວຈະຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ຂຽນໃຫ້ສັ້ນ ແຕ່ຕ້ອງຈະແຈ້ງ, ມີເນື້ອໃນຄົບຖ້ວນ.

ຂ່າວແນວໃດຈຶ່ງແມ່ນສັ້ນ, ກະທັດຮັດ? ມີຈັກປະໂຫຍກຄວາມເວົ້າຈຶ່ງຈະພໍດີ? ນັ້ນບໍ່ມີຂໍ້ກຳນົດຢ່າງຕາຍຕົວ ແລະ ລະດັບຄາດໝາຍແມ່ນຂຽນແນວໃດໃຫ້ຄົບຖ້ວນແຕ່ລະບັນຫາ, ແຕ່ລະເຫດການ ຫຼື ສິ່ງຕ້ອງການຈະເວົ້າດ້ວຍປະໂຫຍກຄຳເວົ້າໃຫ້ພໍດີກັບຄວາມສຳຄັນຂອງເຫດການທີ່ຈະຂຽນ.

ບັນດາຫຼັກການພື້ນຖານຂອງຂ່າວມີການພົວພັນຢ່າງສະໝິດແທ້, ມີຜົນສະທ້ອນເຊິ່ງກັນ ແລະ ກັນ ບົນພື້ນຖານຂອງລັກສະນະພັກເປັນກົກ ບັນດາຫຼັກການຂອງຂ່າວນັ້ນບໍ່ສະແດງອອກຕາມລຳດັບ ແຕ່ມັນເຄີຍສະແດງອອກຜ່ານການຮັບຮູ້, ການເລືອກເຟັ້ນເອກະສານ, ການກຳນົດເນື້ອໃນແນວຄິດຂອງຂ່າວ, ການກຳນົດຫົວເລື່ອງ, ການກຳນົດບັນຫາລະອຽດ, ການໃຊ້ໄວຍະກອນ ແລະ ຮູບພາບປະກອບຂອງຂ່າວ. ການໝູນໃຊ້ບັນດາຫຼັກການນັ້ນ ຕ້ອງມາຈາກພື້ນຖານທົດສະດີ ແລະ ແນວທາງຂອງພັກໃນແຕ່ລະໄລຍະກໍຄືຄວາມເປັນຈິງຢ່າງມີຊີວິດຊີວາໃນຊີວິດສັງຄົມ. ຄຸນປະໂຫຍດຂອງຂ່າວແມ່ນການພິສູດຢ່າງຄົບຖ້ວນ ແລະ ຖືກຕ້ອງກ່ຽວກັບການໝູນໃຊ້ເຂົ້າໃນການຂຽນຂ່າວຢ່າງຄ່ອງແຄ້ວ ຈຶ່ງຈະຂຽນຂ່າວທີ່ດີອອກມາໄດ້.

3.1.4 ຢາກຂຽນຂ່າວໄດ້ດີ ຕ້ອງກຳແໜ້ນບາງບັນຫາທີ່ເປັນພື້ນຖານດັ່ງນີ້:

1) ຄວນເອົາໃຈໃສ່:

- ຫົວຂໍ້ຂ່າວຈະເນັ້ນເຖິງບັນຫາໃດ?;
- ຈົດໃຈລວມໃນຂ່າວຈະສະເໜີຫຍັງ?;
- ເຫດການທີ່ເກີດຂຶ້ນ (ຂໍ້ມູນອ້າງອີງ, ບຸກຄົນໃນຂ່າວ);
- ໂຄງຮ່າງການຂຽນຂ່າວ (ຫົວຂໍ້, ເດີນເລື່ອງ, ສະຫຼຸບ);
- ພາສາໃນຂ່າວ (ໄວຍະກອນ, ສຳນວນການຂຽນ).

2) ລະບຽບທີ່ງ່າຍສຳລັບຜູ້ທີ່ຂຽນຂ່າວ:

- ຢ່າລືມຜູ້ອ່ານ;
- ຮັກສາເນື້ອໃນໃຫ້ສັ້ນ ແລະ ງ່າຍດາຍ;
- ໃຫ້ຂໍ້ມູນຫຼາຍທີ່ສຸດໃນປະໂຫຍກຄຳເວົ້າທີ່ສັ້ນທີ່ສຸດ;
- ຕ້ອງຄຳນຶງວ່າຜູ້ອ່ານຕ້ອງການຢາກຮູ້ວ່າເຮົາເວົ້າຫຍັງໃນຂ່າວ;
- ການອ້າງອີງຫຼັກຖານຍັງຢືນແຫຼ່ງຂ່າວ (ຊື່, ຕຳແໜ່ງ, ອາຍຸ...);
- ສັງກັດບ້ານ, ເມືອງ, ອົງການ, ສຳນັກງານ...;
- ກວດເບິ່ງການຂຽນໜັງສື ແລະ ຢ້າຄືນຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຮັບດ້ວຍການຂໍ້ນາມບັດ, ເບິ່ງຕາມໜັງສືທາງການ, ໃບສະເໜີ, ແຈ້ງການ...

3) ໂຄງຮ່າງຂອງການຂຽນຂ່າວ

- ຫົວຂໍ້ (ຫົວເລື່ອງ);
- ເດີນເລື່ອງ;
- ສະຫຼຸບ.

4) ໂຄງສ້າງໃນການຂຽນຂ່າວ

ໂຄງສ້າງໃນການຂຽນຂ່າວປະກອບດ້ວຍຄໍາຖາມທີ່ຖືວ່າເປັນກະແຈສໍາຄັນໃນການຂຽນຂ່າວ ປະກອບມີ 5W ແລະ H ຄື:

- 1) When: ເວລາໃດ? ເຫດການດັ່ງກ່າວເກີດຂຶ້ນຢູ່ໃສ?
- 2) Where: ຢູ່ໃສ? ເຫດການດັ່ງກ່າວເກີດຂຶ້ນຢູ່ໃສ?
- 3) Who: ແມ່ນໃຜ? ແມ່ນໃຜມີສ່ວນຮ່ວມໃນເຫດການ?
- 4) What: ແມ່ນຫຍັງ? ແມ່ນຫຍັງເກີດຂຶ້ນ?
- 5) Why: ເປັນຫຍັງ? ເປັນຫຍັງເຫດການດັ່ງກ່າວຈຶ່ງເກີດຂຶ້ນ?
- 6) How: ເປັນແນວໃດ?

ໂຄງປະກອບຂອງຂ່າວປຽບດັ່ງຮູບປີລະມິດປີ້ນລົງ ຫຼື ຮູບ 3 ຫຼຽມປີ້ນລົງ ຊຶ່ງໝາຍເຖິງຄວາມສໍາຄັນ ໃນການຈັດວາງສິ່ງສໍາຄັນທີ່ສຸດແມ່ນຢູ່ທາງເທິງ ແລະ ຫຼຸດລົງຕາມລຳດັບ.



3.2 ຄວາມສໍາຄັນຂອງຫົວຂໍ້ຂ່າວ

ຫົວຂໍ້ຂ່າວ (headline) ມີໜ້າທີ່ບອກໃຫ້ຜູ້ອ່ານຮູ້ເນື້ອຫາສາລະສໍາຄັນຂອງຂ່າວ ແລະ ເປັນສ່ວນປະກອບສໍາຄັນທີ່ສຸດ ແລະ ໜ້າສົນໃຈຫຼາຍທີ່ສຸດສໍາລັບຜູ້ອ່ານ. ຈຸດປະສົງໃນການພາດຫົວຂໍ້ແມ່ນເພື່ອ:

1) ດຶງດູດຄວາມສົນໃຈ:

ເປັນໜ້າທີ່ອັນດັບຕົ້ນ ໝາຍຄວາມວ່າ: ສ້າງຄວາມສົນໃຈໃຫ້ຜູ້ອ່ານຄືເຫັນຫົວຂໍ້ນັ້ນແລ້ວເກີດຄວາມຢາກອ່ານ, ຢາກຟັງ, ຢາກເຂົ້າຊົມ, ຢາກຮູ້ຄໍາຕອບ ຫຼື ຄວາມເປັນຈິງຈາກຫົວຂໍ້ຂ່າວນັ້ນ. ອາດກ່າວໄດ້ວ່າຫົວຂໍ້ຂ່າວເປັນສ່ວນໜຶ່ງທີ່ເຊື່ອເຊັ່ນໃຫ້ຜູ້ອ່ານ, ຜູ້ຟັງ ຫຼື ຜູ້ຊົມ ເກີດຄວາມສົນໃຈຂ່າວນັ້ນ;

2) ບອກເນື້ອຫາສາລະສໍາຄັນ:

ຍ້ອນວ່າເຫດການທີ່ເກີດຂຶ້ນ ແລະ ນໍາສະເໜີ ໃນແຕ່ລະສິ່ງນັ້ນມີຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ ຈົນເຮັດໃຫ້ຜູ້ອ່ານ, ຜູ້ຟັງ ຫຼື ຜູ້ຊົມ ເກີດຄວາມເບື້ອງໜ້າຍບໍ່ສົນໃຈ ຫຼື ຍ້ອນບໍ່ມີເວລາພໍທີ່ຈະອ່ານຂ່າວນັ້ນ. ດັ່ງນັ້ນ, ການພາດຫົວຂໍ້ຂ່າວທີ່ດີຈະຊ່ວຍປະຢັດເວລາໃຫ້ຜູ້ອ່ານ, ຜູ້ຟັງ ຫຼື ຜູ້ຊົມ ສາມາດຮູ້ເນື້ອຫາສາລະສໍາຄັນໄດ້ຈາກຫົວຂໍ້;

3) ຊ່ວຍເສີມສ້າງສິດສັນ ຫຼື ບຸກຄະລິກຂອງຂ່າວ:

ໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວສິ່ງຕ່າງໆ ຈະມີເອກະລັກສ່ວນຕົວ ຫຼື ຈຸດພິເສດດ້ວຍວິທີພາດຫົວຂໍ້ຂ່າວ ແລະ ສໍານວນພາສາ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜູ້ອ່ານເກີດຄວາມຄຸ້ນເຄີຍ (ໝາຍຄວາມວ່າເຫັນຫົວຂໍ້ ຫຼື ສໍານວນແລ້ວກໍຮູ້ທັນທີວ່າແມ່ນຂອງສິ່ງໃດ) ພຽງແຕ່ເບິ່ງລັກສະນະການພາດຫົວຂໍ້ ແລະ ສິດສັນການອອກແບບ ຜູ້ອ່ານ, ຜູ້ຟັງ ຫຼື ຜູ້ຊົມ ກໍສາມາດຮັບຮູ້ສຶ່ງຂອງພາກສ່ວນໃດຢ່າງຖືກຕ້ອງ.

3.3 ການວິເຄາະຂໍ້ມູນຂ່າວ

ກ່ອນທີ່ນໍາຂ່າວອອກເຜີຍແຜ່ຜ່ານສື່ຕ່າງໆ ເຮົາຄວນວິເຄາະຂໍ້ມູນຢ່າງລະອຽດອ່ອນ ດັ່ງນີ້:

- ເລື່ອງດັ່ງກ່າວເປັນເລື່ອງທີ່ປະຊາຊົນ, ສັງຄົມໃຫ້ຄວາມສົນໃຈ ຫຼືບໍ່?;
- ເລື່ອງດັ່ງກ່າວມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງກັບສໍານັກງານ/ອົງກອນ ຫຼື ບໍ່? ດ້ານໃດ? ແບບໃດ?;
- ເລື່ອງດັ່ງກ່າວກະທົບຕໍ່ອົງກອນ, ປະຊາຊົນ, ສັງຄົມ ຫຼື ເປັນຂໍ້ມູນລັບ ຫຼື ບໍ່?.

ເມື່ອວິເຄາະແລ້ວພົບວ່າ ປະເດັນດັ່ງກ່າວມີຜົນກະທົບກໍຄວນຄໍານຶງວ່າກໍລະນີດັ່ງກ່າວບໍ່ສາມາດເຜີຍແຜ່ຕໍ່ສື່ມວນຊົນໄດ້. ຖ້າເລື່ອງດັ່ງກ່າວຢູ່ໃນຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງອົງການຈັດຕັ້ງ ແຕ່ການໃຫ້ຂ່າວ ແລະ ບໍລິການຂ່າວສານອາດຈະກະທົບຕໍ່ນະໂຍບາຍຂອງພັກ-ລັດ ກໍຄື ອົງການ ຫຼື ເລື່ອງທີ່ອ່ອນໄຫວ ອາດກະທົບ ຫຼື ສ້າງພາບລົບຕໍ່ອົງການໄດ້ ຕ້ອງຂໍຄວາມເຫັນຈາກອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກ່ອນທີ່ຈະເຜີຍແຜ່. ພາຍຫຼັງທີ່ເຜີຍແຜ່ແລ້ວໃຫ້ລາຍງານຕໍ່ອົງການຮັບຊາບທັນທີ.

3.5 ການເກັບກໍາຂໍ້ມູນ

ນັກຂ່າວເກັບກໍາຂໍ້ມູນ ດ້ວຍສາມວິທີຕົ້ນຕໍ ຄື:

- 1) ຈາກການສັງເກດໂດຍກົງດ້ວຍຕົນເອງ;
- 2) ຈາກການສໍາພາດໂດຍການໂອ້ລົມກັບບຸກຄົນຕ່າງໆ ແລະ ຖາມຄໍາຖາມ;
- 3) ຈາກການສຶກສາຄົ້ນຄວ້າດ້ວຍການອ່ານ ແລະ ນໍາໃຊ້ເອກະສານ.

ເວລາລາຍງານຂ່າວ ທ່ານຈົ່ງເປີດຄວາມຄິດໃຫ້ກວ້າງ, ຢ່າເລີ່ມຕົ້ນດ້ວຍການຕັດສິນໃຈໃສ່ແຕ່ຫົວຂໍ້ດຽວແລ້ວອອກໄປເອົາລາຍລະອຽດທີ່ເຂົ້າກັບຫົວຂໍ້ນັ້ນທັນທີ ໂດຍເບິ່ງຂ້າມຫົວຂໍ້ອື່ນໆໄປໝົດ. ໃນການເລີ່ມຕົ້ນໃຫ້ຄິດໄປທຸກທິດທາງກ່ອນ. ໃນຂະນະທີ່ເຮັດຂ່າວ ເຮົາອາດຈະພົບເລື່ອງຈິງ, ເລື່ອງສໍາຄັນ ແລະ ເລື່ອງທີ່ໜ້າສົນໃຈ ຊຶ່ງ

ແຕກຕ່າງກັບເລື່ອງທີ່ເຮົາຄິດໄວ້ແຕ່ທຳອິດກໍເປັນໄປໄດ້. ເມື່ອທ່ານຕັດສິນໃຈທີ່ຈະເນັ້ນໃສ່ຫົວຂໍ້ໃດໜຶ່ງ ແລ້ວຈຶ່ງຊອກຫາລາຍລະອຽດຕາມທີ່ຕ້ອງການ ສຳລັບຂຽນວັກນຳ ແລະ ເນື້ອຫາຂອງບົດຂ່າວ.

3.5.1 ການສັງເກດ

ທ່ານອາດຈະບໍ່ໄດ້ຢູ່ໃນເຫດການສະເໝີໄປ, ສະນັ້ນ ທ່ານຕ້ອງສຳພາດບຸກຄົນທີ່ຢູ່ໃນເຫດການ ຫຼື ເຫັນເຫດການນັ້ນ. ແຕ່ໃນການເຮັດຂ່າວຫຼາຍປະເພດ ທ່ານອາດຈະສັງເກດດ້ວຍຕົນເອງ ຕົວຢ່າງ: ກອງປະຊຸມຖະແຫຼງຂ່າວ ແລະ ການປະຊຸມ ຫຼື ການຂຽນຂ່າວລັກສະນະສາລະຄະດີກ່ຽວກັບບຸກຄົນ ແລະ ສະຖານທີ່ຕ່າງໆ.

ການສັງເກດໂດຍກົງ ມັກເປັນວິທີການທີ່ໜ້າເຊື່ອຖືທີ່ສຸດໃນການເກັບກຳຂໍ້ມູນ ທ່ານບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງການຕໍ່ພະຍານ ຊຶ່ງອາດຈະຈຳລາຍລະອຽດບໍ່ຖືກຕ້ອງ ຫຼື ຈື່ງໝົດ ການສັງເກດແມ່ນວິທີທີ່ດີເພື່ອກວດສອບຄຳເວົ້າຂອງຜູ້ໃດຜູ້ໜຶ່ງ ຈາກການສັງເກດດ້ວຍຕົນເອງ ທ່ານຈະຮູ້ວ່າຄຳເວົ້ານັ້ນມີມູນຄວາມຈິງ ຫຼື ບໍ່.

ຖ້າທ່ານຢູ່ໃນເຫດການ ທ່ານອາດຈະໄດ້ລາຍລະອຽດທີ່ໜ້າເຊື່ອຖືໄດ້. ລາຍລະອຽດເຫຼົ່ານີ້ເຮັດໃຫ້ທ່ານສາມາດວາດພາບເຫດການໃຫ້ຜູ້ອ່ານໄດ້ເຫັນ ແລະ ສະແດງໃຫ້ຜູ້ອ່ານຮັບຮູ້ຄ້າຍຄືກັບວ່າເຂົາເຈົ້າຢູ່ໃນເຫດການດັ່ງກ່າວ.

ນັກຂ່າວທີ່ດີຈະໃຊ້ປະສາດສຳຜັດ ຈາກການເບິ່ງ, ດົມກິ່ນ, ຟັງສຽງ, ຈັບບາຍ, ຊົມລົດຊາດ ແລະ “ຄວາມຮູ້ສຶກ” ທົ່ວໄປ. ແລ້ວຖາມຕົວທ່ານວ່າ ຜູ້ຄົນກຳລັງເຮັດຫຍັງຢູ່? ເຂົາເຈົ້າເຮັດໄດ້ແນວໃດ? ເຮົາໄດ້ຍິນສຽງຫຍັງ? ໄດ້ກິນແນວໃດ? ດິນຟ້າອາກາດເປັນແນວໃດ? ຈຶ່ງຂຽນລາຍລະອຽດຕ່າງໆໃສ່ໃນປຶ້ມບັນທຶກໄວ້.

ການສັງເກດໂດຍກົງ ຍັງຊ່ວຍນັກຂ່າວເຂົ້າໃຈເຫດການເລື່ອງລາວທີ່ເກີດຂຶ້ນໄດ້ດີ. ຖ້າທ່ານຂຽນກ່ຽວກັບເຕັກໂນໂລຊີໃໝ່ທ່ານຈະມີຄວາມເຂົ້າໃຈດີຂຶ້ນ ຫຼັງຈາກທີ່ໄດ້ສຶກສາ ແລະ ນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີນັ້ນ. ຖ້າທ່ານຈະຂຽນກ່ຽວກັບຫ້ອງທົດລອງຫຼັງໃໝ່ ທ່ານຈະຂຽນເລື່ອງເປັນໜ້າເຊື່ອຖືໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນຫຼັງຈາກໄດ້ເຫັນຫ້ອງທົດລອງນັ້ນແລ້ວ.

ເວລາສິນທະນາກັບໃຜກໍຕາມ ໃຫ້ສັງເກດເບິ່ງປະຕິກິລິຍາຂອງຄົນຜູ້ນັ້ນ, ເວລາເຮົາຖາມຄຳຖາມທີ່ເປັນເລື່ອງລະອຽດອ່ອນລາວຫຼຽວໜ້າໄປທາງອື່ນບໍ່? ຈຶ່ງສັງເກດສິ່ງທີ່ຢູ່ອ້ອມຂ້າງຕົວ, ໂຕະເຮັດວຽກຂອງລາວເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍດີບໍ່? ມີຮູບຫຍັງແຕ່ຕິດຢູ່ຝາຫ້ອງ?.

ທັງໝົດນີ້ຈະຊ່ວຍໃຫ້ທ່ານຂຽນເລື່ອງໄດ້ຖືກບັນຫາ. ນັກຂ່າວທີ່ດີຈະບໍ່ຂຽນວ່າ “ຊາຍຊະລາຜູ້ໜຶ່ງ” ແຕ່ຈະສະແດງໃຫ້ເຮົາເຫັນວ່າ “ຜູ້ຊາຍຄົນນັ້ນເຖົ້າແກ່ຊະລາ ດ້ວຍການພັນລະນາເສັ້ນຜົມຂອງລາວເປັນສີຂີ້ເທົ່າ, ໜັງແຂນຂອງລາວຍາມ ແລະ ບາດຢ່າງຂອງລາວຊ້າ”.

ແຕ່ທ່ານຕ້ອງເປັນຄົນຊ່າງເລືອກ ກໍບໍ່ແມ່ນວ່າລາຍລະອຽດທຸກຢ່າງຈະເອົາມາຂຽນໄດ້ໝົດ, ການເຫັນຜູ້ໃດຜູ້ໜຶ່ງກິນອາຫານປະເພດໃດໜຶ່ງ ບໍ່ໄດ້ໝາຍຄວາມວ່າທ່ານຕ້ອງພັນລະນາອາຫານນັ້ນໄປໝົດ. ທ່ານອາດສັງເກດເຫັນວ່ານັກທຸລະກິດທີ່ເຮົາກຳລັງສຳພາດຢູ່ນັ້ນ ໃສ່ກາຣະວັດທີ່ມີຮູບຊ້າງຕິດຢູ່ ແຕ່ກາຣະວັດນັ້ນອາດຈະບໍ່ໄດ້ບອກເລື່ອງສຳຄັນຫຍັງກ່ຽວກັບນັກທຸລະກິດນັ້ນເລີຍ. ສະນັ້ນ, ຢູ່ໃນຂ່າວທ່ານບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງເວົ້າເຖິງມັນ. ແຕ່ຖ້າຫາກວ່ານັກທຸລະກິດນັ້ນມີຊື່ສຽງຍ້ອນວ່າເປັນຜູ້ປົກປັກຮັກສາສັດປ່າແລ້ວ ກາຣະວັດທີ່ມີຮູບຊ້າງຂອງລາວກໍຈະເປັນລາຍລະອຽດທີ່ດີທີ່ຈະເອົາໃຈໃສ່ໃນການຂຽນຂ່າວ.

3.5.2 ວິທີສຳພາດ

ນັກຂ່າວບໍ່ສາມາດຈະໄປຢູ່ບ່ອນທີ່ມີເຫດການເກີດຂຶ້ນໄດ້ຕະຫຼອດເວລາ. ເຂົາເຈົ້າຕ້ອງລົມກັບພະຍານ ຫຼື ບຸກຄົນທີ່ຮູ້ເຫັນເຫດການນັ້ນ. ບາງເທື່ອອາດຈະລົມນຳຜູ້ທີ່ໄດ້ຮັບເຄາະອາດສະຍາກຳ ຫຼື ຜູ້ປະສົບໄພພິບັດ ຫຼື ບຸກຄົນທີ່ຖືກກ່າວຫາວ່າກະທຳຄວາມຜິດ. ເພື່ອຈະໃຫ້ໄດ້ຂ່າວດີໆ ນັກຂ່າວຕ້ອງຮູ້ວິທີຖາມຄຳຖາມທີ່ຖືກຕ້ອງດ້ວຍກິລິຍາທາງທີ່ເໝາະສົມ.

1) ການທີ່ຈະໄດ້ຮັບການສຳພາດ

ຢູ່ບາງປະເທດ ພະນັກງານຂັ້ນນຳຂອງລັດ ມັກຈະຫຼີກໃຫ້ຫ່າງຈາກນັກຂ່າວ. ພະນັກງານເຫຼົ່ານີ້ຈະຂໍເອົາຄຳຖາມໄວ້ກ່ອນລ່ວງໜ້າ ຫຼື ໃຫ້ຜູ້ຊ່ວຍວຽກຂອງຕົນເປັນຜູ້ມອບໃຫ້ ແລະ ຖ້າຫາກຕອບກໍຕ້ອງໃຊ້ເວລາຫຼາຍມື້.

ໃນກໍລະນີແບບນີ້ນັກຂ່າວຄວນກວດເບິ່ງຕາຕະລາງປະຈຳວັນຂອງພະນັກງານຜູ້ນັ້ນ. ເມື່ອພະນັກງານຄົນນັ້ນປາກົດຕົວຕໍ່ສາທາລະນະ ນັກຂ່າວກໍອາດຈະຖາມຄຳຖາມບາງຢ່າງໄດ້.

ການມີແຫຼ່ງຂໍ້ມູນລະດັບກາງທີ່ດີກໍເປັນການຊ່ວຍໃຫ້ນັກຂ່າວຄືກັນ. ຖ້າສະໜິດສະໜົມກັບທີ່ປຶກສາຂອງພະນັກງານຜູ້ໜຶ່ງໄດ້ກໍອາດເປັນການຊ່ວຍນັກຂ່າວສຳພາດພະນັກງານຄົນນັ້ນໄດ້. ຖ້ານັກຂ່າວຮູ້ຈັກເລຂາ ແລະ ຜູ້ຊ່ວຍເຊິ່ງເປັນຜູ້ຮັບເລື່ອງລາວຕ່າງໆໄວ້ກໍຈະມີທາງເປັນໄປໄດ້ຫຼາຍຂຶ້ນທີ່ເຂົາເຈົ້າຈະໂທກັບຄືນ.

ການສຳພາດຫຼາຍເທື່ອທາງໂທລະສັບເປັນການປະຢັດເວລາ ແຕ່ເມື່ອໃດທີ່ເປັນໄປໄດ້ຄວນສຳພາດບຸກຄົນນັ້ນໂດຍກົງ ໂດຍສະເພາະຖ້າຫາກບໍ່ເຄີຍພົບພໍ້ແຫຼ່ງຂ່າວນັ້ນມາກ່ອນ ເພາະເວລາຢູ່ຕໍ່ໜ້າແຫຼ່ງຂ່າວສາມາດສັງເກດເຂົາເຈົ້າ ແລະ ສິ່ງທີ່ຢູ່ອ້ອມໂຕໄດ້ແລ້ວເອົາຂໍ້ສັງເກດເຫຼົ່ານັ້ນມາປະກອບໃສ່ໃນບົດຂຽນ.

• ຈົ່ງກຽມພ້ອມ:

ຖ້ານັກຂ່າວຮູ້ເລື່ອງທີ່ຂຽນຫຼາຍທໍ່ໃດ ກໍຍິ່ງເຮັດໃຫ້ແຫຼ່ງຂ່າວໂອ້ລົມຫຼາຍເທົ່ານັ້ນ. ອັນນີ້ບໍ່ໄດ້ໝາຍຄວາມວ່າເຮົາຕ້ອງເປັນຊ່ຽວຊານ, ແຕ່ຖ້າຫາວ່າແຫຼ່ງຂ່າວເຫັນວ່າເຮົາຕັ້ງອີກຕັ້ງໃຈສຶກສາຄົ້ນຄວ້າເລື່ອງນັ້ນຢ່າງຈິງຈັງ ເຂົາເຈົ້າກໍຈະຮູ້ສຶກວ່າຕົນເອງບໍ່ເສຍເວລາທີ່ໄດ້ໂອ້ລົມ. ໃຫ້ອ່ານເບິ່ງບົດຄວາມໃນໜັງສືພິມຢູ່ໃນຫ້ອງສະໝຸດ, ໃຫ້ຖາມນັກຂ່າວ ແລະ ບັນນາທິການນຳກັນ, ໂທລະສັບຖາມຜູ້ຊ່ຽວຊານ ແລະ ໃຫ້ຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນຢູ່ໃນອິນເຕີເນັດ. ມີເບື້ອງຫຼັງຂອງເລື່ອງຫຼາຍທໍ່ໃດ ກໍຈະເຂົ້າໃຈປະເດັນຂ່າວໄດ້ຫຼາຍທໍ່ນັ້ນ.

ເວລາຈັດລຽງຄຳຖາມ ຢ່າຄິດຫາແຕ່ຄຳຖາມ 5W ແລະ H ເລື່ອງທີ່ຈະຂຽນໃສ່ຂ່າວທໍ່ນັ້ນ, ແຕ່ໃຫ້ຄິດອີກວ່າຜູ້ອ່ານຢາກຮູ້ຫຍັງ? ຜູ້ອ່ານຈະຖາມຫຍັງຖ້າຫາກວ່າເຂົາເຈົ້າຢູ່ບ່ອນຫັ້ນ?

ຫຼັກການສຳພາດໃຫ້ປະສິດຜົນສຳເລັດຄືຕ້ອງຮູ້ວ່າຂ່າວຈະກວດເອົາຫົວຂໍ້ຫຍັງແດ່ ແລ້ວກຽມຄຳຖາມທີ່ຖືກຕ້ອງໃຫ້ກວດເອົາຫົວຂໍ້ເຫຼົ່ານັ້ນ ຫຼື ຫຼາຍກວ່ານັ້ນ.

- **ຈົ່ງຕົງຕໍ່ເວລາ:** ການຕົງຕໍ່ເວລາແມ່ນມາລະຍາດອັນດີ ແລະ ບົ່ງບອກເຖິງຄວາມເປັນມືອາຊີບ. ແຫຼ່ງຂ່າວມັກຫຍຸ້ງກັບວຽກສະເໝີ ແຕ່ກໍຍິ່ງສະລະເວລາມາໂອ້ລົມ;
- **ການເລີ່ມສຳພາດ:** ໃຫ້ແຈ້ງຊື່ສຽງຮຽນນາມກ່ອນ ເວລາເລີ່ມຕົ້ນສຳພາດໃຫ້ແຈ້ງຊື່ສຽງຮຽນນາມ ແລະ ສຳນັກຂ່າວຂອງຕົນ. ມັນແມ່ນຄວາມຜິດພາດອັນໜຶ່ງຖ້າຈະບັນທຶກເອົາຄຳເວົ້າຂອງເຂົາເຈົ້າໄປອ້າງອີງ ໂດຍທີ່ເຂົາເຈົ້າບໍ່ຮູ້ວ່າເຮົາແມ່ນໃຜ. ຈົ່ງເອົານາມບັດໃຫ້ເຂົາເຈົ້າ ແລ້ວອະທິບາຍວ່າຈະຂຽນຂ່າວປະເພດໃດ. ອັນນີ້ຈະເປັນການຊ່ວຍໃຫ້ການສຳພາດເຂົ້າບັນຫາ;
- **ຈົ່ງໃຊ້ຄຳຖາມແບບສັ້ນໆ:** ນັກຂ່າວບາງຄົນມັກຟັງຕົນເອງເວົ້າ ແລະ ຖາມຄຳຖາມຍາວຫຼາຍຂໍ້ພ້ອມກັນຈະເຮັດໃຫ້ແຫຼ່ງຂ່າວບໍ່ສາມາດຈຶ່ງຄຳຖາມ ແລະ ເກີດຄວາມສັບສົນ. ເມື່ອງແຫຼ່ງຂ່າວຕອບຄຳຖາມທຳອິດແລ້ວເຂົາເຈົ້າກໍອາດຈະລືມຄຳຖາມອື່ນໆກໍເປັນໄປໄດ້. ສະນັ້ນ, ໃຫ້ຕັ້ງຄຳຖາມດຶງປະເດັນ ແລະ ງ່າຍ;
- **ຕັ້ງໃຈຟັງ, ສະດັງໄວ ແລະ ສັງເກດຢ່າງຮອບຄອບ:**

ໜ້າທີ່ຂອງນັກຂ່າວແມ່ນຟັງແຫຼ່ງຂ່າວເວົ້າ ບໍ່ແມ່ນໄປສອນ ຫຼື ຖຽງແຫຼ່ງຂ່າວ. ໃຫ້ເກັບຄວາມຄິດເຫັນຂອງຕົນເອງໄວ້ແຕ່ບໍ່ໝາຍຄວາມວ່າທ່ານຈະເປັນພຽງຜູ້ບັນທຶກທໍ່ນັ້ນ. ນັກຂ່າວຕ້ອງຟັງຢ່າງໃຈຈິດໃຈຈໍ່ ແລະ ມີລັກສະນະວິເຄາະວິຈານຕິດຕາມເລື່ອງທີ່ກຳລັງເວົ້າຢູ່. ຄຳຕອບ ແລະ ຄວາມຄິດເຫັນມີຄວາມໝາຍຫຍັງບໍ່? ເຂົາເຈົ້າໄດ້ຕອບຄຳຖາມເຮົາແທ້ບໍ່? ໃຫ້ຄິດກ່ຽວກັບສິ່ງທີ່ແຫຼ່ງຂ່າວກຳລັງເວົ້າ ບໍ່ແມ່ນຈະຄິດເຖິງຄຳຖາມທີ່ຈະຖາມຕໍ່ໄປ. ຈົ່ງສະດັງໄວກັບເລື່ອງທີ່ຜິດປົກກະຕິ, ຖ້າຫາວ່າແຫຼ່ງຂ່າວເວົ້າເລື່ອງໜ້າສົນໃຈທີ່ບໍ່ຄາດຄິດ ນັກຂ່າວກໍຕ້ອງກຽມພ້ອມທີ່ຈະປ່ຽນແປງແນວຄິດເດີມ ແລະ ສ້າງແງ່ມຸມໃໝ່ແທນ. ນັກຂ່າວທີ່ດີມັກຈະໄປ

ສຳພາດແຫຼ່ງຂ່າວໂດຍຄວາມຫວັງຈະໃຫ້ໄດ້ເລື່ອງລາວປະເພດໃດໜຶ່ງ, ແຕ່ມັກໄປໄດ້ເລື່ອງແຕກຕ່າງອອກໄປກໍມີ.

ໃນຂະນະທີ່ມີການສຳພາດຢູ່ນັ້ນ ໃຫ້ບັນທຶກວິທີທີ່ແຫຼ່ງຂ່າວຕອບຄຳຖາມນຳ, ເວລາເວົ້າເຖິງປະເດັນສຳຄັນແຫຼ່ງຂ່າວເອົາມືຊີ້ໄປນຳບໍ່? ເວລາອອກອາການຕົ້ນຕົ້ນແຫຼ່ງຂ່າວສັ່ນຂາບໍ່? ໃຫ້ສັງເກດສິ່ງທີ່ຢູ່ອ້ອມແອ້ມເຮືອນ ຫຼື ຫ້ອງການຂອງແຫຼ່ງຂ່າວນຳອີກ. ລາຍລະອຽດເຫຼົ່ານີ້ຈະເຮັດໃຫ້ຂ່າວມີຊີວິດຊີວາຂຶ້ນ.

- **ບໍ່ຄວນຕັ້ງຄຳຖາມ ກະທົບໂດຍກົງຕໍ່ຜູ້ໃຫ້ສຳພາດ:**

ຖ້າຫາກວ່າແຫຼ່ງຂ່າວໃຫ້ຄຳຕອບສັບສົນ ຫຼື ຄຸມເຄືອດກໍຂໍຮ້ອງໃຫ້ເຂົາເຈົ້າອະທິບາຍຕື່ມອີກ ນັກຂ່າວອາດຈະບອກວ່າ “ຂ້າພະເຈົ້າຕ້ອງການໃຫ້ທ່ານເວົ້າຄືນໃໝ່ຕໍ່ບັນຫາດັ່ງກ່າວເພື່ອຈະໄດ້ອະທິບາຍໃຫ້ຜູ້ອ່ານເຂົ້າໃຈຕື່ມອີກ”.

ເຮົາອາດຈະບອກແຫຼ່ງຂ່າວວ່າ: “ຂ້າພະເຈົ້າເຂົ້າໃຈຖືກຕ້ອງບໍ່ວ່າທ່ານກຳລັງເວົ້າ...” ວິທີນີ້ເຮັດໃຫ້ແຫຼ່ງຂ່າວມີໂອກາດແກ້ໄຂຄວາມເຂົ້າໃຈຜິດໄດ້. ແຫຼ່ງຂ່າວສ່ວນຫຼາຍເຕັມໃຈຊ່ວຍທ່ານໃຫ້ເຂົ້າໃຈປະເດັນ ເພາະແຫຼ່ງຂ່າວຕ້ອງການໃຫ້ແນ່ໃຈວ່າບົດຄວາມນັ້ນຖືກຕ້ອງທ່ຽງຕົງ.

ບໍ່ຄວນຕັ້ງຄຳຖາມທີ່ບໍ່ຄວນຖາມ ເຊັ່ນ: ຖາມພະນັກງານຂັ້ນນຳວ່າຊື່ຂອງເພິ່ນສະກົດແນວໃດ, ຢ່າຖາມຫົວໜ້າສະຖາບັນເຕັກໂນໂລຊີການສື່ສານຂໍ້ມູນຂ່າວສານວ່າ ເຕັກໂນໂລຊີ ແມ່ນຫຍັງ? ທ່ານຄວນຮູ້ຄຳຕອບເຫຼົ່ານີ້ລ່ວງໜ້າໄວ້ກ່ອນແລ້ວ.

- **ວິທີແກ້ໄຂກັບຄຳຕອບທີ່ວ່າ ບໍ່ມີຄວາມເຫັນ:**

ຢ່າງໃດກໍຕາມຖ້າຖາມກ່າວແຫຼ່ງຂ່າວປະຕິເສດທີ່ຈະສະແດງຄວາມຄິດເຫັນໃນເບື້ອງຕົ້ນ, ຈົ່ງຖາມຄຳຖາມໃນລັກສະນະອື່ນ. ຖ້າຍັງບໍ່ໄດ້ຜົນຈົ່ງບອກແຫຼ່ງຂ່າວວ່າຂໍ້ມູນຈາກເຂົາເຈົ້າແມ່ນຂໍ້ມູນທີ່ດີທີ່ສຸດສຳລັບເລື່ອງນັ້ນ, ຈົ່ງອະທິບາຍວ່າ ຖ້າບໍ່ມີຄວາມຄິດຄວາມເຫັນຂອງເຂົາເຈົ້າກໍຈະຂຽນວ່າ “ບໍ່ຍອມໃຫ້ຄວາມເຫັນໃດໆ” ແຫຼ່ງຂ່າວຮູ້ວ່າຖ້າເຮັດແບບນັ້ນມັນຈະເປັນເລື່ອງບໍ່ດີ ເພາະວ່າ ຜູ້ອ່ານຈະຄິດວ່າແຫຼ່ງຂ່າວກຳລັງປິດບັງບາງຢ່າງຢູ່. ທ່ານອາດບອກແຫຼ່ງຂ່າວອີກວ່າຂ່າວທີ່ທ່ານຂຽນຈະບໍ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ບໍ່ມີຄວາມສົມບູນຖ້າຫາກບໍ່ໄດ້ຄວາມຄິດເຫັນຈາກແຫຼ່ງຂ່າວດັ່ງກ່າວ.

ແຕ່ຖ້າໃນທີ່ສຸດ ແຫຼ່ງຂ່າວຍັງບໍ່ຍອມອອກຄວາມຄິດເຫັນ ທ່ານກໍຕ້ອງເຄົາລົບສິດທິຂອງເຂົາເຈົ້າ ໂດຍຫົວໄປແລ້ວຢ່າຂຽນວ່າແຫຼ່ງຂ່າວ “ປະຕິເສດ” ທີ່ຈະອອກຄວາມຄິດເຫັນ ໃຫ້ບອກວ່າ “ແຫຼ່ງຂ່າວບໍ່ມີຄວາມຄິດເຫັນ” ຈະມີຄວາມເປັນກາງຫຼາຍກວ່າ.

- **ແຫຼ່ງຂ່າວຕອບຄຳຖາມບໍ່ຄົງປະເດັນ:** ນັກການເມືອງມັກເວົ້າໄປເລື້ອຍໆ ໂດຍບໍ່ຕອບຄຳຖາມທີ່ແທ້ຈິງຂອງທ່ານ, ຖ້າຫາກເປັນແນວນັ້ນ ໃຫ້ຖາມຊ້ຳອີກ ຖ້າຍັງບໍ່ໄດ້ຜົນອີກກໍໃຫ້ຮຽບຮຽງຄຳຖາມຄືນໃໝ່, ຈົ່ງໃຊ້ຄວາມພະຍາຍາມຄັ້ງສຸດທ້າຍຄືໃຫ້ຖາມແຫຼ່ງຂ່າວກ່ຽວກັບຂ່າວລື ຫຼື ຄຳວິພາກວິຈານທີ່ໄດ້ຍິນມາ. ຖ້າແຫຼ່ງຂ່າວຮູ້ວ່າທ່ານໄດ້ຂ່າວມາຈາກອີກຝ່າຍໜຶ່ງ ເຂົາເຈົ້າອາດຈະຍອມໃຫ້ຄຳຕອບແບບກົງຫຼາຍຂຶ້ນກໍໄດ້.
- **ລອງມິດໄວ້ກ່ອນ:** ກໍລະນີແຫຼ່ງຂ່າວຕອບສັ້ນໆ ແລະ ຍັງບໍ່ທັນຈົບກໍເຊົາ, ຖ້າເປັນແນວນີ້ ແທນທີ່ເຮົາຈະຖາມຄຳຕໍ່ໄປ ໃຫ້ລໍຖ້າເບິ່ງກ່ອນ, ຢ່າຫຼຸດຫຼຽດ, ປ່ອຍໃຫ້ມິດຄາວໜຶ່ງໄປກ່ອນ. ຄົນສ່ວນໃຫຍ່ບໍ່ມັກຄວາມຽບ, ສະນັ້ນ ຈົ່ງເປັນໂອກາດທີ່ແຫຼ່ງຂ່າວຈະເວົ້າຕໍ່ ການທີ່ທ່ານມິດຢູ່ສະແດງວ່າທ່ານກຳລັງລໍຖ້າຄຳອະທິບາຍຕໍ່ຢູ່.
- **ເມື່ອແຫຼ່ງຂ່າວເວົ້າຫຼາຍໂພດ:** ເມື່ອແຫຼ່ງຂ່າວເລີ່ມເວົ້າກ່ຽວກັບບາງຢ່າງທີ່ບໍ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເລື່ອງທີ່ສຳພາດ ທ່ານມີທາງເລືອກຢູ່ສອງຢ່າງດ້ວຍກັນ ຄື: ໜຶ່ງ ປ່ອຍໃຫ້ແຫຼ່ງຂ່າວເວົ້າຕໍ່ໄປ ແລະ ຫວັງວ່າເຂົາເຈົ້າຈະເວົ້າສິ່ງທີ່ໜ້າສົນໃຈອອກມາ, ແຕ່ຖ້າເວລາໜ້ອຍ ທ່ານຄວນຂັດຈັງຫວະຄຳເວົ້າຢ່າງສຸພາບ ໂດຍເວົ້າວ່າ: “ໜ້າສົນໃຈຫຼາຍຂອບໃຈທີ່ທ່ານໃຫ້ຄວາມຄິດເຫັນ ບັດນີ້ກັບຄືນໄປເວົ້າເລື່ອງ (ປະເດັນຫຼັກ)...”

- **ຄໍາຖາມຊ້ອນຄໍາຖາມ:**

ເພື່ອເຈາະເລິກແຫຼ່ງຂ່າວຕ່າງໆ ມັກຈະຕອບຄໍາຖາມແບບລວມໆ ແຕ່ນັກຂ່າວຕ້ອງໄດ້ລາຍລະອຽດ ເພື່ອຊ່ວຍໃຫ້ເຂົ້າໃຈຂ່າວດີຂຶ້ນ ແລະ ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ອ່ານເຫັນພາບຊັດເຈນຂຶ້ນ. ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ລາຍລະອຽດເພີ່ມຕື່ມ ທ່ານຕ້ອງກຽມຄໍາຖາມດີໄວ້ຖາມຕໍ່.

ກໍລະນີທ່ານອາດບໍ່ພ້ອມທີ່ຈະຖາມຕໍ່ ຖ້າທ່ານຕ້ອງການເວລາຄິດ ໃຫ້ຖາມວ່າ “ເປັນຫຍັງຈຶ່ງຄ່ອຍເປັນ ແນວນັ້ນ?” ຫຼື “ທ່ານໝາຍຄວາມວ່າແນວໃດ” ຄໍາຖາມເຫຼົ່ານີ້ຈະເຮັດໃຫ້ການສຳພາດດຳເນີນຕໍ່ໄປໄດ້.

- **ຄໍາຖາມຍາກ:**

ກໍລະນີທ່ານຕ້ອງຖາມຄໍາຖາມທີ່ກະທົບແຮງ ແລະ ຍາກ ຊຶ່ງທ່ານເອງບໍ່ຢາກຖາມ ແຕ່ຈຳເປັນຕ້ອງ ຖາມ ທ່ານອາດອິດອັດໃຈທີ່ຈະຖາມວ່າ “ທ່ານຕິດໂລກເອດສໄດ້ແນວໃດ?” ແຕ່ຜູ້ອ່ານຕ້ອງການຮູ້ຄຳຕອບ. ຄຳຕອບອາດເຮັດໃຫ້ຂ່າວທຳມະດາຂອງທ່ານກາຍເປັນຂ່າວທີ່ດີແຕກຕ່າງອອກໄປກໍເປັນໄດ້. ເຮົາອາດເລີ່ມ ຖາມວ່າ “ຂໍໂທດ ຂ້າພະເຈົ້າຢາກຖາມທ່ານວ່າ...”.

ໃນບາງກໍລະນີທ່ານຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຮັບຄຳຕອບຈາກບຸກຄົນທີ່ຖືກກ່າວຫາວ່າມີຄວາມຜິດ ໃຫ້ອະທິບາຍວ່າທ່ານຕ້ອງການໃຫ້ຂ່າວມີຄວາມສົມບູນ ແລະ ເປັນທຳ. ຈຶ່ງອະທິບາຍວ່າເປັນໂອກາດດີທີ່ ເຂົາເຈົ້າໄດ້ໃຫ້ຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງ ຫຼື ແກ້ຕົວ.

ໃຫ້ຖາມຄໍາຖາມທົ່ວໄປ ແລະ ງ່າຍດາຍກ່ອນ, ສ່ວນຄໍາຖາມຍາກທີ່ສຸດເອົາໄວ້ຖາມຕອນສຸດທ້າຍ. ຖ້າວ່າຄົນຜູ້ນັ້ນບໍ່ຍອມຕອບຄໍາຖາມຍາກ ແລະ ບໍ່ຍອມໃຫ້ສຳພາດຢ່າງໜ້ອຍນັກຂ່າວກໍໄດ້ຂໍ້ມູນບາງຢ່າງແດ່ແລ້ວ.

ຖ້າວ່າແຫຼ່ງຂ່າວວາງໂທລະສັບ ຫຼື ອັດປະຕູໃສ່, ນັກຂ່າວກໍຢາກຟ້າວທໍາຖອຍກຳລັງໃຈ ໜ້າທີ່ຂອງນັກ ຂ່າວຕ້ອງພະຍາຍາມຫາຄຳຕອບຈາກແຫຼ່ງຂ່າວໃຫ້ໄດ້.

- **ການສຳພາດກ່ຽວກັບປະຫວັດຄວາມເປັນມາ:**

ເປົ້າໝາຍການສຳພາດປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງແຫຼ່ງຂ່າວແມ່ນເພື່ອສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນບຸກຄະລິກ ລັກສະນະທີ່ຊັດເຈນຂອງແຫຼ່ງຂ່າວ. ໝາຍຄວາມວ່າທ່ານຕ້ອງໃຫ້ແຫຼ່ງຂ່າວຮູ້ສຶກຜ່ອນຄາຍ ແລະ ເວົ້າໄດ້ຢ່າງ ອິດສະຫຼະ. ນັກຂ່າວຕ້ອງກະກຽມສຳລັບການສຳພາດນີ້ຢ່າງພິຖິພິຖັນ. ດ້ວຍວິທີນີ້ການສຳພາດຈຶ່ງຈະມີຈຸດ ເນັ້ນທີ່ຊັດເຈນ ແລະ ດຳເນີນໄປຢ່າງລາບລື່ນ. ນອກນັ້ນ ແຫຼ່ງຂ່າວຍັງຈະພໍໃຈນຳອີກຖ້າທ່ານກຽມຕົວດີ, ນັກ ຂ່າວຄວນຍົກເອົາຜົນງານຂອງແຫຼ່ງຂ່າວຂຶ້ນມາສົນທະນາກ່ອນ ຫຼື ປະຫວັດການສຶກສາຂອງແຫຼ່ງຂ່າວຍິ່ງເປັນ ການດີ.

ໃນການສຳພາດກ່ຽວກັບປະຫວັດຄວາມເປັນມາຂອງແຫຼ່ງຂ່າວນັ້ນ ທ່ານຕ້ອງສັງເກດເບິ່ງນິດໄສໃຈຄໍ ຂອງແຫຼ່ງຂ່າວ. ຖ້າມີເວລາທ່ານຄວນສັງເກດເວລາທີ່ຄົນຜູ້ນັ້ນຢູ່ເຮືອນ, ຢູ່ກັບວຽກ ຫຼື ເຮັດກິດຈະກຳເວລາ ວ່າງ. ຂ່າວທີ່ດີຈະສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າຜູ້ຄົນກຳລັງເຮັດສິ່ງຕ່າງໆຢູ່.

- **ກ່ອນຈະສິ້ນສຸດການສຳພາດຢາລົມຖາມຄໍາຖາມ 3 ຂໍ້ສຸດທ້າຍ:**

- ມີເລື່ອງສຳຄັນຫຍັງແດ່ ທີ່ຂ້າພະເຈົ້າລົມຖາມ?
 - ທ່ານຢາກແນະນຳໃຫ້ລົມກັບຜູ້ໃດຕື່ມອີກທີ່ຮູ້ຈັກເລື່ອງນີ້?
 - ຂ້າພະເຈົ້າໂທລະສັບມາຖາມທ່ານອີກໄດ້ບໍ່ ຖ້າຫາກມີຄໍາຖາມເພີ່ມອີກ? (ຖ້າເປັນໄປໄດ້ໃຫ້ຂໍ້ເບີ ໂທລະສັບ ໄວ້ ບອກແຫຼ່ງຂ່າວໃຫ້ຕິດຕໍ່ກັບທ່ານໄດ້ຖ້າຕ້ອງການຢາກໃຫ້ຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງກ່ຽວກັບເລື່ອງໃດໜຶ່ງ).
- ກ່ອນຈະຈາກໄປ ນັກຂ່າວຕ້ອງສະແດງຄວາມຂອບໃຈ.

3.5.3 ການນຳໃຊ້ເອກະສານ

ຍາມໃດນັກຂ່າວກໍຄວນຊອກຫາຂໍ້ມູນຢູ່ໃນເອກະສານເພື່ອມາຢືນຢັນ ຫຼື ເພີ່ມຕື່ມໃສ່ສິ່ງທີ່ແຫຼ່ງຂ່າວໃຫ້ມາ, ເອກະສານແມ່ນສິ່ງໃດໜຶ່ງທີ່ບັນຈຸຂໍ້ມູນຊຶ່ງອາດຂຽນ ຫຼື ຕີພິມໄວ້, ມັນອາດເປັນເຈ້ຍແຜ່ດຽວ ຫຼື ຂໍ້ມູນບັນຈຸເອົາໄວ້ໃນຄອມພິວເຕີ ຫຼື ອິນເຕີເນັດ. ເອກະສານ, ໃບແຈ້ງຂ່າວ, ສະໝຸດໂທລະສັບ, ແຜນງົບປະມານ, ບົດລາຍງານ, ສະຖິຕິຕ່າງໆ ຂອງລັດຖະບານເປັນຕົ້ນ.

ຂ່າວຈະໜັກແໜ້ນ ແລະ ໜ້າເຊື່ອຖືຫຼາຍຂຶ້ນຖ້າທ່ານຍົກເອົາເອກະສານຕ່າງໆມາກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ສະໜັບສະໜູນປະເດັນຂ່າວ. ຖ້າມີບາງຄົນເວົ້າເຖິງຈິດໝາຍ ຫຼື ບົດລາຍງານ ໃນຂະນະທີ່ໃຫ້ສຳພາດກໍຈຶ່ງຂໍສຳເນົາເອກະສານນັ້ນນຳ. ເມື່ອແຫຼ່ງຂ່າວໃຫ້ທ່ານຂ່າວກໍຂໍໃຫ້ຊ່ວຍຫາເອກະສານມາສະໜັບສະໜູນຄຳກ່າວອ້າງນັ້ນນຳ.

ທ່ານຄົງຈະໄດ້ຮັບບົດລາຍງານຈາກລັດຖະບານ, ອົງການທີ່ບໍ່ຂຶ້ນກັບລັດຖະບານ ຫຼື ອົງການຈັດຕັ້ງສາກົນຕ່າງໆ ເຊັ່ນ: ທະນາຄານໂລກ. ໃຫ້ກວດເບິ່ງວ່າບົດລາຍງານນັ້ນມີເນື້ອຫາໜັກແໜ້ນບໍ່ ຈົ່ງເນັ້ນໃສ່ທຸກຄຳແນະນຳເພື່ອຊ່ວຍປັບປຸງສິ່ງຕ່າງໆໃຫ້ດີຂຶ້ນ ຈາກນັ້ນຈຶ່ງຊອກຫາຕົວຢ່າງ, ຄຳເວົ້າອ້າງອີງ ຫຼື ຕົວເລກ ຈາກເອກະສານທີ່ສະໜັບສະໜູນຄຳແນະນຳເຫຼົ່ານັ້ນ.

ຫຼາຍອົງການມີການແຈກຢາຍບົດລາຍງານເປັນປະຈຳ, ຈຶ່ງຂໍສຳເນົາເອົາບົດລາຍງານທີ່ສຳຄັນນີ້ໄວ້ ກ່ອນທີ່ມັນຈະຖືກປະກາດອອກມາຢ່າງເປັນທາງການ. ການເຮັດແນວນັ້ນທ່ານມີເວລາອ່ານ ແລະ ສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈກັບເລື່ອງລາວຫຼາຍຂຶ້ນ. ຖ້າບົດລາຍງານມີລັກສະນະວິຊາການ ຫຼື ມີຄວາມສັບສົນກໍຂໍໃຫ້ຜູ້ຊ່ຽວຊານມາອະທິບາຍໃຫ້ທ່ານຟັງ.

ກ. ຈົ່ງພິສູດຄວາມຈິງຢູ່ເລື້ອຍໆ

ຈົ່ງລະວັງໃຫ້ດີ ເອກະສານອາດຈະເຮັດໃຫ້ຄົນເຂົ້າໃຈຜິດ ຫຼື ເປັນເອກະສານທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ. ທ່ານຕ້ອງພະຍາຍາມກວດສອບເບິ່ງຄວາມຖືກຕ້ອງເຊັ່ນດຽວກັບຂ່າວທີ່ພິມໄປແລ້ວຢູ່ໃນໜັງສືພິມ ຫຼື ເຜີຍແຜ່ອອກໄປແລ້ວໃນສື່ຕ່າງໆ. ຖ້າທ່ານບໍ່ລະມັດລະວັງໃນການນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຈາກຂ່າວທີ່ເຄີຍຜິດມາແລ້ວໃຫ້ດີ ທ່ານອາດຈະເຮັດຄວາມຜິດຊ້ຳຄືນແບບດຽວກັນອີກກໍເປັນໄດ້.

ຂ. ຈົ່ງໂອ້ລົມຜູ້ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບເອກະສານ

ຂ່າວທີ່ອີງໃສ່ແຕ່ເອກະສານສະບັບດຽວ ເປັນຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ເປັນຕາໜ້າອ່ານ ແລະ ບໍ່ມີຄວາມສົມດູນ. ໃຫ້ຂໍຄວາມຄິດເຫັນຈາກຊ່ຽວຊານ ແລະ ຈາກຄົນທີ່ຮັບຜິດຊອບຈາກສິ່ງທີ່ຂຽນໄວ້ຢູ່ໃນເອກະສານ. ໃຫ້ເບິ່ງຕົວຢ່າງຈາກຊີວິດຈິງ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຂ່າວເປັນໜ້າສົນໃຈ.

3.6 ການສ້າງເນື້ອຫາລົງໃນສື່ອອນລາຍ

3.6.1 ເນື້ອຫາ (Content) ແມ່ນຫຍັງ?

ເນື້ອຫາ ຫຼື ພາສາອັງກິດຂຽນວ່າ “Content” ອອກສຽງວ່າ “ຄອນເທັນ” ແມ່ນຂໍ້ມູນທີ່ເປັນປະໂຫຍດ ໃຊ້ສຳລັບການໂຄສະນາຂໍ້ມູນຂ່າວສານໃດໜຶ່ງໄປຫາກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ຜ່ານຮູບແບບທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ບໍ່ວ່າຈະເປັນພາບນຶ່ງ, ຂໍ້ຄວາມ ຫຼື ວິດີໂອ ເພື່ອໃຫ້ກຸ່ມເປົ້າໝາຍໄດ້ຮັບຮູ້ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ.

3.6.2 ຄວາມສຳຄັນຂອງການສ້າງເນື້ອຫາ

ດັ່ງທີ່ເຮົາຮູ້ນຳກັນແລ້ວວ່າ ໃນທຸກມື້ນີ້ຜູ້ນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍຈຳນວນຫຼາຍ ລ້ວນແລ້ວແຕ່ເຂົ້າເບິ່ງຂໍ້ມູນຂ່າວສານໃນຮູບແບບເນື້ອຫາເປັນສ່ວນໃຫຍ່. ຊຶ່ງມັນສະແດງໃຫ້ເຫັນວ່າ ເນື້ອຫາສາມາດສົ່ງຜົນຕໍ່ອົງກອນໃນຫຼາຍໆດ້ານ ຍ້ອນວ່າເນື້ອຫາເປັນສື່ກາງໃນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຂອງອົງກອນ.

ຖ້າເຮົາສາມາດສື່ສານເນື້ອຫາທີ່ສ້າງຄຸນຄ່າໃຫ້ກັບສັງຄົມໄດ້ ກໍຖືເປັນການສ້າງຊື່ສຽງໃຫ້ແກ່ອົງກອນຂອງເຮົາເອງ ແລະ ຍິ່ງເນື້ອຫານັ້ນໆຖືກໃຈຜູ້ເບິ່ງ ກໍຍິ່ງກະຕຸ້ນໃຫ້ມີການໂຕ້ຕອບ ຫຼື ການມີສ່ວນຮ່ວມ ກໍ່ໃຫ້ເກີດເປັນຊຸມຊົນ ແລະ ສົ່ງຜົນທາງບວກຕໍ່ເອກະລັກຂອງອົງກອນ.

3.6.3 ວິທີການສ້າງເນື້ອຫາຕ້ອງເລີ່ມຈາກຫຍັງ?

1) ກຳນົດລັກສະນະຄວາມຕ້ອງການຂອງກຸ່ມເປົ້າໝາຍ

ກຳນົດລັກສະນະຄວາມຕ້ອງການຂອງກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ຄືການສ້າງຕົວຕົນໃຫ້ກັບກຸ່ມເປົ້າໝາຍຂອງເຮົາ ໂດຍການອ້າງອີງຈາກພຶດຕິກຳການເຂົ້າຫາຂໍ້ມູນ ຫຼື ການສື່ສານຂອງບຸກຄົນຕໍ່ຄວາມຕ້ອງການຂໍ້ມູນຂ່າວສານປະເພດຕ່າງໆ, ເມື່ອສາມາດກຳນົດໄດ້ກໍຈະເຮັດໃຫ້ຮູ້ແນວທາງການສື່ສານທີ່ຖືກຈຸດ ເນື່ອງຈາກເປັນຄວາມສົນໃຈ, ຄວາມມັກ ແລະ ຄວາມຕ້ອງການຂອງກຸ່ມເປົ້າໝາຍ.

2) ສ້າງແນວຄວາມຄິດ ແລະ ແຮງບັນດານໃຈ

ຫຼັງຈາກທີ່ເຮົາກຳນົດລັກສະນະ ແລະ ຄວາມມັກຂອງກຸ່ມຄົນທີ່ເຮົາຕ້ອງການຈະສື່ສານນຳໄດ້ແລ້ວ ຂັ້ນຕອນຕໍ່ໄປຄືການລະດົມແນວແນວຄິດວ່າຄວນສ້າງເນື້ອຫາແບບໃດ ຫຼື ການຫາແຮງບັນດານໃຈຈາກເນື້ອຫາ ເຊັ່ນ: ເນື້ອຫາທີ່ກຳລັງມາແຮງ ແຕ່ກໍບໍ່ຄວນໄປລອກຮຽນແບບຂອງຄົນອື່ນມາທັງໝົດ ຄວນນຳມາປັບໃຊ້ໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບອົງກອນຂອງເຮົາໃຫ້ແທດເໝາະ.

3) ການວາງແຜນເນື້ອນຫາ

ເມື່ອແນວຄວາມຄິດເກີດແລ້ວ ກໍສາມາດວາງແຜນການເຜີຍແຜ່ຕາມວັນເວລາທີ່ເໝາະສົມ ລວມເຖິງການກຳນົດຊ່ອງທາງໃນການເຜີຍແຜ່ເນື້ອຫານັ້ນໆ ເພາະແຕ່ລະພລັດຟອມກໍມີເອກະລັກທີ່ແຕກຕ່າງກັນໄປ ເຊັ່ນ: ໃນຊ່ອງທາງໜຶ່ງ ຄົນອາດມີຄວາມມັກໃນການເສບເນື້ອຫາແບບຂໍ້ຄວາມ, ແຕ່ໃນຊ່ອງທາງອື່ນ ເຂົາອາດຈະເພີດເພີນກັບການຮັບຊົມຮູບພາບ ຫຼື ວິດີໂອຫຼາຍກວ່າ.

4) ການເລີ່ມສ້າງເນື້ອຫາ

ເມື່ອມີການກຳນົດຊັດເຈນແລ້ວວ່າ ເນື້ອຫາແບບໃດຈະຖືກເຜີຍແຜ່ໃນຊ່ອງທາງໃດ ກໍສາມາດເລີ່ມສ້າງໄດ້ເລີຍ, ແຕ່ກໍຢ່າລືມຄຳນຶງເຖິງໄລຍະເວລາໃນການສ້າງເນື້ອຫາແຕ່ລະອັນ ເພື່ອໃຫ້ສາມາດເຜີຍແຜ່ໃນວັນເວລາທີ່ກຳນົດໄດ້.

5) ການເຜີຍແຜ່ເນື້ອຫາຕາມວັນເວລາທີ່ກຳນົດໄວ້

ເມື່ອສ້າງເນື້ອຫາສຳເລັດແລ້ວ ກໍສາມາດເຜີຍແຜ່ຕາມຊ່ອງທາງທີ່ໄດ້ກຳນົດຕາມກົນລະຍຸດຂອງເຮົາ. ອັນສຳຄັນແມ່ນບໍ່ຄວນເຜີຍແຜ່ເນື້ອຫາໃນມື້ດຽວຫຼາຍໆລາຍການພ້ອມກັນ ຫຼື ເວັ້ນໄລຍະການເຜີຍແຜ່ດົນເກີນໄປ ເພາະຈະເຮັດໃຫ້ຊ່ອງຂອງເຮົາຂາດຄວາມໜ້າເຊື່ອຖື ຫຼື ອາດຂາດຜູ້ຕິດຕາມໄດ້.

3.6.4 ຮູບແບບເນື້ອຫາມີຫຍັງແດ່?

1) ຮູບພາບ

ການສ້າງເນື້ອຫາດ້ວຍຮູບພາບເປັນທີ່ນິຍົມກັນຫຼາຍ ເພາະຮູບພາບສາມາດຊ່ວຍໃຫ້ການສື່ສານເຂົ້າໃຈງ່າຍ. ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວ 90% ຂອງຂໍ້ມູນທີ່ຄົນເຮົາໄດ້ຮັບມັກຈະຖືກສະໜອງຂອງເຮົາສ້າງການໃຫ້ປະມວນຜົນອອກມາເປັນຮູບພາບ.

2) ພາບກຸ້ມພາບຟັກຂໍ້ມູນ (Infographic)

ຮູບແບບພາບກຸ້ມພາບຟັກຂໍ້ມູນ ເປັນເນື້ອຫາທີ່ສະແດງຮູບພາບປະກອບກັບຂໍ້ມູນ ຊຶ່ງເນື້ອຫາປະເພດນີ້ຖືວ່າມີປະສິດທິພາບໃນການສື່ສານຂໍ້ມູນທີ່ອາດມີຈຳນວນຫຼາຍໃຫ້ເຂົ້າໃຈໄດ້ງ່າຍ. ຄົນສ່ວນຫຼາຍຈະມັກ ແລະ ແລະ ແບ່ງປັນ (Share) ພາບກຸ້ມພາບຟັກຂໍ້ມູນ (Infographic) ຫຼາຍກວ່າເນື້ອຫາປະເພດອື່ນໆ 3 ເທົ່າ.

3) ວິດີໂອ

ວິດີໂອ ເປັນໜຶ່ງໃນຮູບແບບເນື້ອຫາທີ່ຄົນມັກເບິ່ງຫຼາຍທີ່ສຸດ ແລະ 60% ຂອງຜູ້ທີ່ເບິ່ງວິດີໂອມັກຈະເບິ່ງເນື້ອຫາຢ່າງລະອຽດ ເພາະເປັນການສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈເລື່ອງລາວໄດ້ຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງຜ່ານພາບທີ່ເຄື່ອນໄຫວໄດ້ພ້ອມກັບສຽງ. ວິດີໂອ ຈຶ່ງຖືກນຳໄປໃຊ້ໃນຫຼາຍຮູບແບບ ເຊັ່ນ: ການແນະນຳວິທີການນຳໃຊ້ຜະລິດຕະພັນ, ການສ້າງເນື້ອຫາ

ກ່ຽວກັບເບື້ອງຫຼັງຂອງຮູບເງົາ, ການໂຄສະນາປະຊາສຳພັນ ເປັນຕົ້ນ...ເນື້ອຫາໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ (Social Media Content).

ເນື້ອຫາທີ່ຢູ່ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍປະເພດຕ່າງໆ ມີຫຼາຍຮູບແບບ ເຊັ່ນ: ພາບກູບພິກຂໍ້ມູນ, ວິດີໂອ ທີ່ເຮົາໄດ້ຮູ້ຈັກກັນແລ້ວນັ້ນກໍສາມາດກາຍມາເປັນເນື້ອຫາໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍໄດ້ເຊັ່ນກັນ. ນອກຈາກນີ້, ກໍຍັງມີ Reel ໃນ Instagram, TikTok Shot ແລະ Thread ໃນ Twitter ເປັນຕົ້ນ.

4) ການຖ່າຍທອດສົດ (Live Stream)

ການຖ່າຍທອດສົດ ກໍຖືເປັນການສ້າງເນື້ອຫາທີ່ມາໃນຮູບແບບວິດີໂອ ແຕ່ມີຄວາມແຕກຕ່າງ ຄື: ຜູ້ຊົມສາມາດຮັບຊົມໄດ້ແບບ Real-time, ເປັນຮູບແບບທີ່ເໝາະສົມກັບການຖ່າຍທອດສົດງານຕ່າງໆ, ເໝາະສຳລັບຜູ້ທີ່ບໍ່ສາມາດເຂົ້າຮ່ວມງານໄດ້. ນອກຈາກນີ້, ເຮົາກໍສາມາດຖ່າຍທອດສົດ (Live) ເພື່ອສ້າງການມີສ່ວນຮ່ວມລະຫວ່າງກຸ່ມເປົ້າໝາຍກັບຊ່ອງຂອງເຮົາໄດ້.

5) ບລັອກ (Blog)

ຮູບແບບ Blog ເປັນການສ້າງເນື້ອຫາທີ່ມາໃນຮູບແບບຂໍ້ຄວາມຍາວ ມັກຈະມີຄວາມຍາວຢ່າງໜ້ອຍ 1,500 ຄຳ ແລະ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນເນັ້ນໄປທີ່ການໃຫ້ຄວາມຮູ້ໃຫ້ແກ່ກຸ່ມເປົ້າໝາຍ. ຊຶ່ງເນື້ອຫາໃນບລັອກອາດມີແງ່ມຸມຕ່າງໆ ຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ ເຊັ່ນ: ວິທີການ (How-to), ການຕັ້ງຄຳຖາມ, ສະແດງລາຍການຂອງຫົວຂໍ້ສົນທະນາບັນຫາໃດໜຶ່ງເປັນຕົ້ນ.

6) ເນື້ອຫາໃນຮູບແບບຈົດໝາຍເອເລັກໂຕຣນິກ (Email)

ການສ້າງເນື້ອຫາໃນຮູບແບບ Email ສາມາດສ້າງໄດ້ທັງຂໍ້ຄວາມ ແລະ ຮູບພາບ ໂດຍປົກກະຕິແລ້ວມັກໃຊ້ໃນການແຈ້ງຂ່າວ, ການປະຊາສຳພັນ ຫຼື ອັບເດດຂ່າວສານຂອງອົງກອນອອກສູ່ສັງຄົມ ເພື່ອກະຕຸ້ນໃຫ້ມີສ່ວນຮ່ວມກັບອົງກອນ. ຊຶ່ງຮູບແບບດັ່ງກ່າວນອກຈາກຜ່ານຊ່ອງທາງ Email ກໍຍັງມີການນຳໃຊ້ຜ່ານອີກຫຼາຍຊ່ອງທາງ ເຊັ່ນ: Messenger, WhatsApp, Telegram ແລະ ອື່ນໆ.

7) ຮູບແບບການລາຍງານ (Report)

ເນື້ອຫາທີ່ຢູ່ໃນຮູບແບບການລາຍງານ, ການສຳຫຼວດ ຫຼື ກໍລະນີສຶກສາໃນຫົວຂໍ້ໃດໜຶ່ງ ຖືເປັນການໃຫ້ຂໍ້ມູນທີ່ມີຫຼັກການ ແລະ ທິດສະດີປະກອບ. ປົກກະຕິແລ້ວການລາຍງານຈະຖືກເກັບໄວ້ໃນເອກະສານສະບັບດຽວ ສ່ວນຫຼາຍແມ່ນຢູ່ໃນຮູບແບບ PDF.

8) ເວັບໄຊທ໌ (Website)

ຖືເປັນພລັດຟອມທີ່ສາມາດລວມເນື້ອຫາຕ່າງໆ ຂອງອົງກອນໄວ້ໃນບ່ອນດຽວ, ເພີ່ມຄວາມສະດວກສະບາຍໃນການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນຕ່າງໆຂອງອົງກອນໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ.

3.6.5 ເຕັກນິກການສ້າງເນື້ອຫາ

1) ເນື້ອຫາຕ້ອງມີຄວາມຊັດເຈນ ແລະ ກ່ຽວຂ້ອງ

ໃນການສ້າງເນື້ອຫາໃດໜຶ່ງ ຄວນມີຄວາມຊັດເຈນໃນການສື່ສານ ເພື່ອໃຫ້ກຸ່ມເປົ້າໝາຍເຂົ້າໃຈໄດ້ງ່າຍ. ນອກຈາກນີ້, ກໍຕ້ອງໄດ້ສຳຫຼວດບັນຫາ ຫຼື ສິ່ງທີ່ກຸ່ມເປົ້າໝາຍສົນໃຈ ເພື່ອສ້າງເນື້ອຫາທີ່ມີຄວາມກ່ຽວຂ້ອງກັບກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ເພື່ອໃຫ້ກຸ່ມເປົ້າໝາຍຮູ້ສຶກເຊື່ອມໂຍງກັບຂໍ້ທີ່ຈະໄດ້ຮັບ ແລະ ເກີດຄວາມສົນໃຈຫຼາຍຂຶ້ນ.

2) ເນັ້ນການເຂົ້າເຖິງໄດ້ງ່າຍ

ການສ້າງເນື້ອຫາທີ່ມີຂໍ້ມູນລັບຊ້ອນອາດຈະເຮັດໃຫ້ກຸ່ມເປົ້າໝາຍເບິ່ງ ຫຼື ອ່ານເນື້ອຫານັ້ນບໍ່ຈົບໄດ້. ໂດຍສະເພາະໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເພາະວ່າຫຼາຍໆຄົນທີ່ເຂົ້າໄປໃນພລັດຟອມອອນລາຍເຫຼົ່ານັ້ນ ກໍເພື່ອຄາຍຄວາມຄຽດຈາກຊີວິດປະຈຳວັນ ຈຶ່ງເປັນສິ່ງສຳຄັນສຳລັບເຮົາໃນການສ້າງເນື້ອຫາທີ່ເຂົ້າໃຈງ່າຍ ແລະ ຍິ່ງມີຄວາມຜ່ອນຄາຍ, ມ່ວນ ແລະ ໃຫ້ສາລະຄວາມຮູ້ ກໍຍິ່ງສາມາດດຶງດູດໃຫ້ພວກເຂົາເສບເນື້ອຫາຂອງເຮົາຈົນຈົບໄດ້.

3) ໃຊ້ຂໍ້ຄວາມທີ່ໜ້າສົນໃຈ

ການເລືອກໃຊ້ຂໍ້ຄວາມ ຫຼື ຄໍາສັບ ກໍ່ມີສ່ວນສໍາຄັນໃນການເສບເນື້ອຫາຂອງກຸ່ມເປົ້າໝາຍ, ຖ້າເຮົາເລືອກໃຊ້ຄໍາສັບທີ່ສາມາດດຶງດູດ ແລະ ຊວນຕິດຕາມ ກໍ່ຈະເຮັດໃຫ້ກຸ່ມເປົ້າໝາຍຢຸດເບິ່ງເນື້ອຫາຂອງເຮົາໄດ້.

4) ຮູບແບບເນື້ອຫາຕ້ອງຮອງຮັບໃນໂທລະສັບມືຖື

ໃນປັດຈະບັນນີ້ ຈຳນວນຜູ້ນຳໃຊ້ໂທລະສັບມືຖືນັ້ນເພີ່ມຂຶ້ນຫຼາຍ ຊຶ່ງນັ້ນກໍ່ໝາຍຄວາມວ່າຄົນເຮົາຈະຫາ ຫຼື ຮັບຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານໂທລະສັບມືຖືຫຼາຍຂຶ້ນ. ດັ່ງນັ້ນ, ໃນການສ້າງເນື້ອຫາຮູບແບບໃດກໍ່ຕາມ ນອກຈາກຈະຕ້ອງຄຳນຶງເຖິງການສະແດງຜິດເບິ່ງໜ້າຈໍຄອມພິວເຕີແລ້ວ ກໍ່ຕ້ອງໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນກັບການສະແດງຜິດເບິ່ງຈໍໂທລະສັບຄືກັນ ບໍ່ວ່າຈະເປັນຂະໜາດໂຕໜັງສື, ຮູບພາບ ແລະ ວິດີໂອໃນການສະແດງຜິດ ທັງລວງຕັ້ງ ແລະ ລວງນອນ.

3.6.6 ເນື້ອຫາທີ່ນິຍົມສ້າງໃນປັດຈຸບັນ

1) ວິດີໂອສັ້ນ (Short Video)

ທຸກມື້ນີ້ ວິດີໂອສັ້ນກໍາລັງເປັນທີ່ນິຍົມຫຼາຍ ບໍ່ວ່າຈະຢູ່ໃນ TikTok, Instagram, Facebook ຫຼື Youtube ກໍ່ມີເນື້ອຫາວິດີໂອສັ້ນໃຫ້ເຮົາໄດ້ຮັບຊຶມ. ສະນັ້ນ, ເຮົາກໍ່ຄວນໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນໃນການສ້າງເນື້ອຫາແບບ Short Video ໃນການສື່ສານໃຫ້ຂໍ້ມູນແກ່ສັງຄົມໄດ້.

2) ຜູ້ມີອິດທິພົນດ້ານສື່ (Influencer) ມີຄວາມສໍາຄັນໃນການສ້າງຄຳນິຍົມ

ຜູ້ບໍລິໂພກສ່ວນຫຼາຍ ເຊື່ອໃຈໃນຄຳແນະນຳຂອງຜູ້ທີ່ມີອິດທິພົນດ້ານສື່ ຫຼື ຜູ້ທີ່ມີຄຳນິຍົມຈາກສັງຄົມ (ຄົນດັງ ຫຼື ຕົວແບບ) ຊຶ່ງຈະຊ່ວຍໃນການສື່ສານ ແລະ ສົ່ງເສີມການໃຫ້ຂໍ້ມູນປະຊາສຳພັນກັບກຸ່ມເປົ້າໝາຍໄດ້ດີຍິ່ງຂຶ້ນ.

3) ເນື້ອຫາແບບຕະລືກ ຄືຫົວໃຈສໍາຄັນທີ່ນິຍົມກັນໃນປັດຈຸບັນ

ການສ້າງເນື້ອຫາແບບຕະລືກ ມີແນວໂນ້ມຈະຂະຫຍາຍຕົວຫຼາຍໃນປັດຈຸບັນ ເພາະມີການລົງທຶນຫຼາຍເປັນອັນດັບ 2 ຈາກການສ້າງເນື້ອຫາທຸກປະເພດ. ນອກຈາກນີ້ 49% ຂອງນັກການຕະຫຼາດ Social Media ກໍ່ມີການວາງແຜນທີ່ຈະເພີ່ມງົບປະມານໃນການຜະລິດເນື້ອຫາປະເພດນີ້ອີກດ້ວຍ. ຊຶ່ງເຮົາຈະເຫັນໄດ້ໃນ TikTok ແມ່ນມີເນື້ອຫາປະເພດນີ້ເປັນຈຳນວນຫຼາຍ. ຍ້ອນເຫດນີ້, ແພັດຟອມດັ່ງກ່າວ ຈຶ່ງມີການຂະຫຍາຍຕົວຢ່າງໄວວາ ຈຶ່ງປະຕິເສດບໍ່ໄດ້ວ່າ ທຸກຄົນມັກຈະເສບສິ່ງທີ່ມີຄວາມບັນເທີງ ແລະ ສ້າງຮອຍຍິ້ມໃຫ້ກັບຕົວເອງ.

4) ສ້າງເນື້ອຫາດ້ວຍເຕັກໂນໂລຊີປັນຍາປະດິດ (Artificial Intelligent: AI)

ໃນຍຸກທີ່ທຸກຄົນເຮັດວຽກຮ່ວມກັບເຕັກໂນໂລຊີປັນຍາປະດິດ, ປັນຍາປະດິດ ຈຶ່ງຖືກພັດທະນາຂຶ້ນມາເພື່ອແກ້ບັນຫາຕ່າງໆ ແລະ ຕໍ່ຍອດການເຮັດວຽກໃຫ້ມີປະສິດທິພາບຫຼາຍຂຶ້ນ. ຊຶ່ງຈະຊ່ວຍໃຫ້ປະຢັດເວລາ, ໄດ້ແນວຄິດໃໝ່ໆ, ປະຢັດຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ ແລະ ຊ່ວຍໃຫ້ສ້າງຄວາມເຂົ້າໃຈ (Insight) ໃນການວາງແຜນ. ນັກສ້າງເນື້ອຫາຈຶ່ງມີການເລືອກໃຊ້ເຄື່ອງມື AI ໃຫ້ດີຂຶ້ນ.

5) ເນື້ອຫາເນັ້ນໃຫ້ຄວາມຮູ້

ເປັນການສ້າງເນື້ອຫາທີ່ເນັ້ນການໃຫ້ຄວາມຮູ້ໃຫ້ກັບຜູ້ອ່ານ, ຜູ້ຊົມ ເພື່ອໃຫ້ປະທັບໃຈ ແລະ ກາຍເປັນຜູ້ຕິດຕາມສື່ຂອງເຮົາ ເຊັ່ນ: ເນື້ອຫາການໃຫ້ຄວາມຮູ້ກ່ຽວກັບເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ ເປັນຕົ້ນ.

6) ເນື້ອຫາການຕອບໂຕ້ (Interactive Content)

Interactive Content ເປັນການສ້າງເນື້ອຫາລັກສະນະຕອບໂຕ້ ເຊັ່ນ: ສ້າງຄຳຖາມແບບຫຼາຍທາງເລືອກ (Multiple Choice) ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ຕິດຕາມເຂົ້າມາມີສ່ວນຮ່ວມ ເປັນຕົ້ນ.

3.6.7 ການພາກສຽງປະກອບເນື້ອຫາ

1) ນັກພາກສຽງທີ່ດີຕ້ອງເຂົ້າໃຈບົດພາກຂອງຕົນເອງ

ນັກພາກສຽງມີອາຊີບທີ່ເຂົ້າໃຈບົດພາກຂອງຕົນເອງຈະເຮັດໃຫ້ການພາກສຽງມີປະສິດທິພາບ ແລະ ສື່ຂໍ້ມູນອອກໄປໄດ້ຖືກເປົ້າຍິ່ງຂຶ້ນ, ໃຊ້ເວລາໄປກັບການອ່ານບົດພາກໃຫ້ເຂົ້າໃຈຫຼາຍທີ່ສຸດເທົ່າທີ່ຈະເຮັດໄດ້, ລອງວິເຄາະ

ວ່າໃຜຜູ້ຟັງຂອງເຮົາ ແລະ ພະຍາຍາເຂົ້າເຖິງອາລົມ, ນ້ຳສຽງ ຂອງບົດພາກໃຫ້ໄດ້ຫຼາຍທີ່ສຸດ. ພຽງເທົ່ານີ້ກໍສາມາດສື່ຂໍ້ມູນໄປຍັງຜູ້ຟັງໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບ, ບໍ່ອອກມາແບບສຽງປອມ ແລະ ເບິ່ງບໍ່ຝືນທຳມະຊາດ.

2) ວອມສຽງ ຄືຫົວໃຈຫຼັກຂອງນັກພາກສຽງ

ທຸກຄັ້ງກ່ອນທີ່ຈະເລີ່ມບັນທຶກສຽງ ຄວນເລີ່ມວອມສຽງເສຍກ່ອນ, ອາດຈະວອມດ້ວຍອອກກຳລັງກາຍສຽງຕ່າງໆ, ທັງການຍຶດກ້າມຊີ້ນຄໍ ແລະ ໃບໜ້າ, ຝຶກການຫາຍໃຈ... ເຕັກນິກເຫຼົ່ານີ້ຈະເຮັດໃຫ້ເຮົາຜ່ອນຄາຍຫຼາຍຂຶ້ນ ເວລາພາກສຽງ ແລະ ແນ່ນອນວ່າຈະຊ່ວຍໃຫ້ລະດັບສຽງ ແລະ ການຄວບຄຸມສຽງໄດ້ດີຢູ່ຂຶ້ນ.

3) ຝຶກຝົນເຕັກນິກການພາກສຽງຢູ່ສະເໝີ

ນັກພາກສຽງມີອາຊີບນັ້ນ ຈະຕ້ອງອາໄສທັກສະ ແລະ ເຕັກນິກໃນການພາກທີ່ໜ້າດຶງດູດໜ້າສົນໃຈຜູ້ຟັງຢູ່ສະເໝີ, ການຝຶກອອກສຽງສູງຕ່ຳ, ປັບສຽງດັງສຽງເບົາ, ການເນັ້ນຄຳ, ການປັບສຽງໃຫ້ເຂົ້າກັບຕົວລະຄອນນັ້ນໆ ລວມເຖິງການຝຶກນ້ຳສຽງໃຫ້ເໝາະສົມກັບບົດພາກ ກໍເປັນເຕັກນິກທີ່ຄວນພັດທະນາຢູ່ສະເໝີ ແລະ ຈະເຮັດໃຫ້ສາມາດພາກສຽງໄດ້ຢ່າງມີມິຕິ ແລະ ສົມຈົບຫຼາຍຂຶ້ນເຊັ່ນກັນ.

4) ການອອກສຽງ ແລະ ການເລືອກໃຊ້ຄຳເວົ້າທີ່ຖືກຕ້ອງກັບຄວນເບິ່ງຂ້າມ

ການຈະໃຊ້ສຽງພາກອອກມາດີແບບນັກພາກສຽງມີອາຊີບນັ້ນ ຈຳເປັນຈະຕ້ອງອອກສຽງຄຳນັ້ນໆໄດ້ຢ່າງຖືກຕ້ອງ ແລະ ຊັດເຈນ ຊຶ່ງອາດຈະເປັນສັບສະເພາະ ຫຼື ສຳນຽງທ້ອງຖິ່ນ, ຄຳໃດທີ່ຍາກ ບໍ່ເຄີຍຮູ້ມາກ່ອນກໍຄວນຈົດບັນທຶກ ແລະ ໃສ່ໃຈໄວ້ຢູ່ສະເໝີ, ອາດຈະລອງໃຊ້ຕົວຊ່ວຍ ເຊັ່ນ: ຫາໃນວັດຈະນານຸກົມ ຫຼື ສອບຖາມຜູ້ຊ່ຽວຊານ ຫຼື ຜູ້ທີ່ຮູ້ ເພື່ອຈະໄດ້ອອກສຽງຄຳຍາກໆເຫຼົ່ານັ້ນໄດ້ຢ່າງຖືກຕ້ອງ ແລະ ໝັ້ນໃຈ.

5) ລອງໃຊ້ໂປຼແກຼມຕັດຕໍ່ສຽງເຂົ້າຊ່ວຍ ເພື່ອໃຫ້ການພາກສຽງສົມບູນຢູ່ຂຶ້ນ

ນັກພາກສຽງຫຼາຍຄົນໃຊ້ໂປຼແກຼມຕັດຕໍ່ສຽງເຂົ້າມາຊ່ວຍເປັນປະຈຳຢູ່ແລ້ວ ເພື່ອໃຫ້ການພາກສຽງອອກມາມີປະສິດທິພາບຢູ່ຂຶ້ນ ໂດຍໂປຼແກຼມທີ່ນິຍົມໃຊ້ ຄື: Cubase, Audacity, Adobe Audition, Pro Tools... ຊຶ່ງໂປຼແກຼມຈະສາມາດຊ່ວຍໃຫ້ເຮົາບັນທຶກສຽງທີ່ດີຂຶ້ນໄດ້ ເຊັ່ນ: ລະບົບສຽງລົບກວນ, ປັບລະດັບສຽງຕາມຈຸດ ຫຼື ລວມທັງໃສ່ສຽງພຽງ ຫຼື ສຽງເອັບເຟັກຕ່າງໆໄດ້ຕາມຕ້ອງການ.

6) ນັກພາກສຽງມີອາຊີບບໍ່ຢຸດທີ່ຈະຮຽນຮູ້

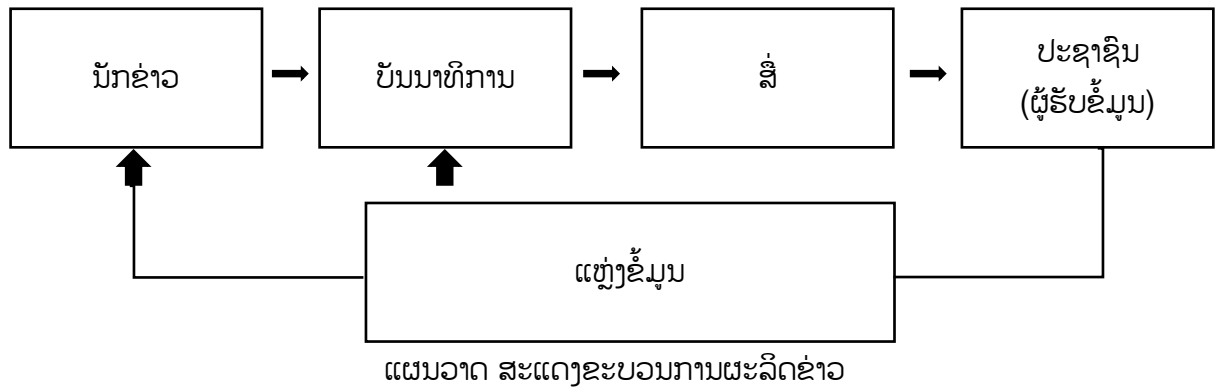
ໝັ້ນຕິດຕາມຂ່າວສານ ແລະ ກະແສນິຍົມທີ່ກຳລັງມາແຮງຢູ່ສະເໝີ, ພວມນັ້ນກໍຕ້ອງຄົ້ນຫາວິທີການນຳສະເໜີຮູບແບບໃໝ່ໆທີ່ໜ້າດຶງດູດໃຈຢູ່ຕະຫຼອດ. ເຂົ້າຮ່ວມຝຶກອົບຮົມ, ກອງປະຊຸມ, ສຳມະນາກ່ຽວກັບການພາກສຽງ (ຖ້າມີການຈັດຂຶ້ນ) ກໍຈະຊ່ວຍເຮັດໃຫ້ເຂົ້າເຖິງຄຳຄວາມຮູ້ ແລະ ມີການປະສານງານກັບບຸກຄົນໃນວົງການໄດ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງຫຼາຍຂຶ້ນເຊັ່ນກັນ.

3.7 ການບໍລິຫານຈັດການຂໍ້ມູນກ່ອນເຜີຍແຜ່

3.7.1 ໂຄງປະກອບການຈັດຕັ້ງ

ຄະນະຮັບຜິດຊອບທາງດ້ານສື່ມວນຊົນທີ່ກ່ອນຢູ່ໃນອົງການຈັດຕັ້ງໃດໜຶ່ງ ແມ່ນຈະຕ້ອງໄດ້ຮັບການແຕ່ງຕັ້ງຈາກການຈັດຕັ້ງທີ່ສັງກັດ (ໂດຍອີງຕາມ ກົດໝາຍ ວ່າດ້ວຍສື່ມວນຊົນ ວ່າງອອກ) ຊຶ່ງໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວຈະປະກອບມີໂຄງປະກອບການຈັດຕັ້ງ ດັ່ງນີ້:

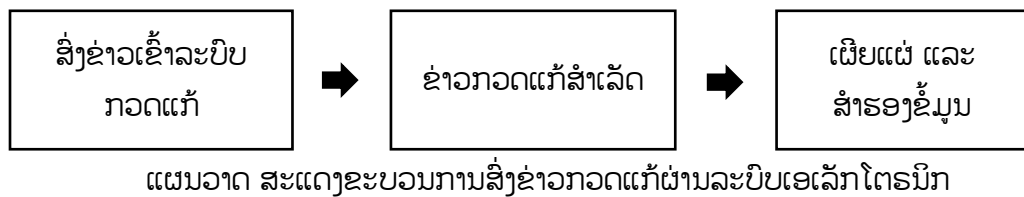
- 1) ທີ່ປຶກສາ;
- 2) ຜູ້ຊີ້ນຳ;
- 3) ບັນນາທິການ;
- 4) ນັກຂ່າວ;
- 5) ນັກວິຊາການດ້ານສື່ມວນຊົນ;
- 6) ຜູ້ຮ່ວມງານ.



3.7.2 ການນຳໃຊ້ລະບົບເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນໃນການບໍລິຫານຂໍ້ມູນຂ່າວສານ

ປັດຈຸບັນ ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນໄດ້ມີບົດບາດສຳຄັນເປັນຢ່າງຍິ່ງ ໂດຍສະເພາະແມ່ນຊ່ວຍອຳນວຍຄວາມສະດວກ ໃຫ້ແກ່ການບໍລິຫານຈັດການຂໍ້ມູນຕ່າງໆໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ ເປັນຕົ້ນແມ່ນ: ການນຳໃຊ້ລະບົບ Google Drive, One Drive, ລະບົບ Cloud computing ແລະ ອື່ນໆ.

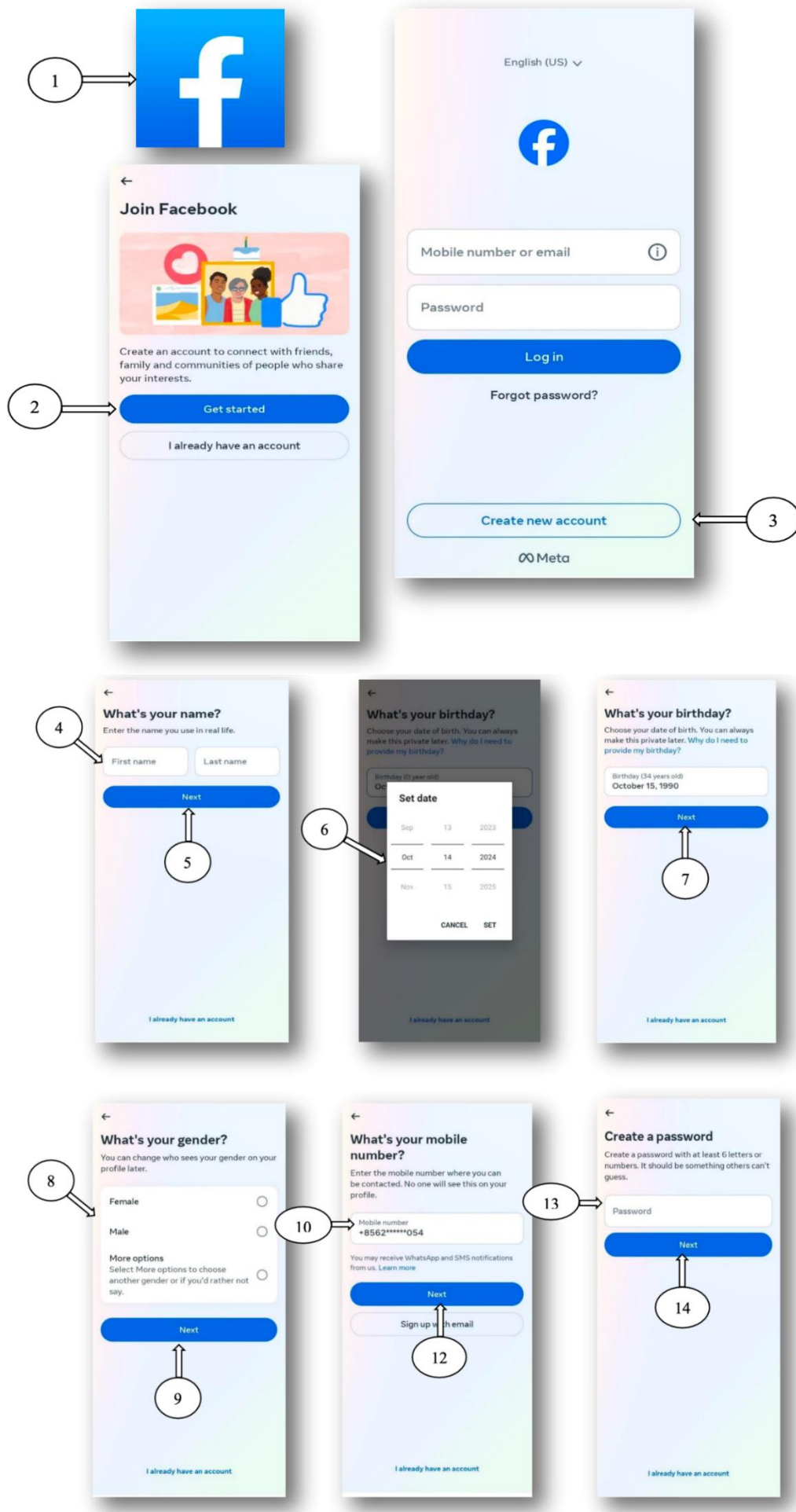
ສຳລັບການບໍລິຫານຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຂອງ ກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ ແມ່ນໄດ້ນຳໃຊ້ ລະບົບແບ່ງປັນຂໍ້ມູນພາກລັດ G-Drive/G-Share ເຂົ້າໃນການບໍລິຫານຈັດການ ຊຶ່ງຊ່ວຍອຳນວຍຄວາມສະດວກ, ວ່ອງໄວ, ປອດໄພ ແລະ ມີປະສິດທິພາບດີ ໂດຍປະຕິບັດຕາມຂະບວນການດັ່ງນີ້:

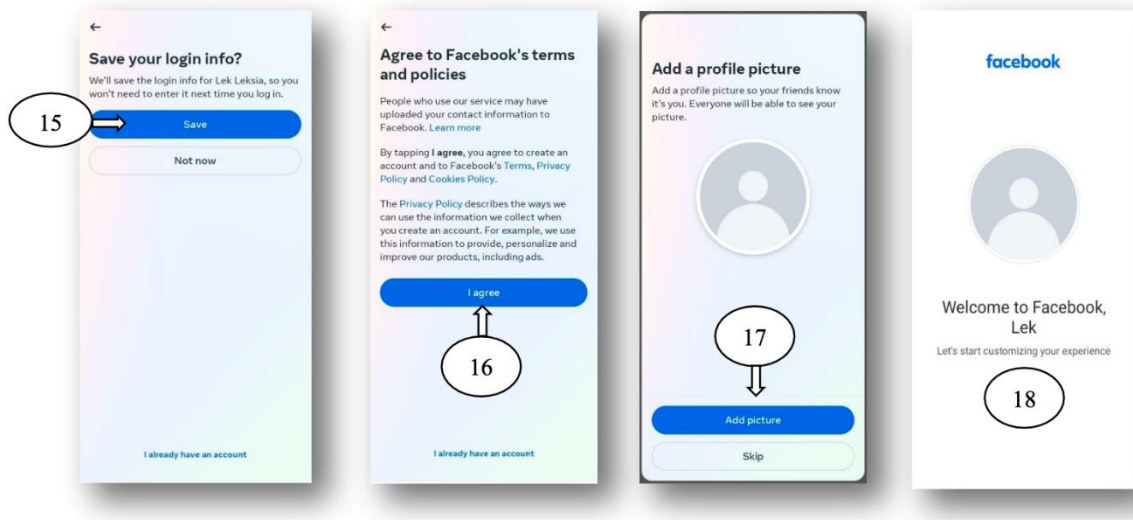


3.8 ການສ້າງບັນຊີ ແລະ ການເຜີຍແຜ່ ໃນພລັດຟອມອອນລາຍ

3.8.1 ສ້າງບັນຊີໃນ Facebook

- 1) ເປີດແອັບ Facebook ;
- 2) ກົດ ສ້າງບັນຊີໃໝ່ (Create New Account);
- 3) ກົດປຸ່ມ ເລີ່ມຕົ້ນການໃຊ້ງານ;
- 4) ໃສ່ ຊື່ ແລະ ນາມສະກຸນທີ່ໃຊ້ຢູ່ໃນປັດຈຸບັນ;
- 5) ເລືອກ ວັນ ເດືອນ ປີເກີດ ຂອງທ່ານ;
- 6) ເລືອກ ເພດ ຂອງທ່ານ;
- 7) ເລືອກ ເບີໂທລະສັບ ຫຼື ອີເມລ (E-mail) ເພື່ອສະໝັກສະມາຊິກ Facebook;
- 8) ສ້າງ ລະຫັດຜ່ານ ບັນຊີ Facebook ຂອງທ່ານ;
- 9) ສຳເລັດ.

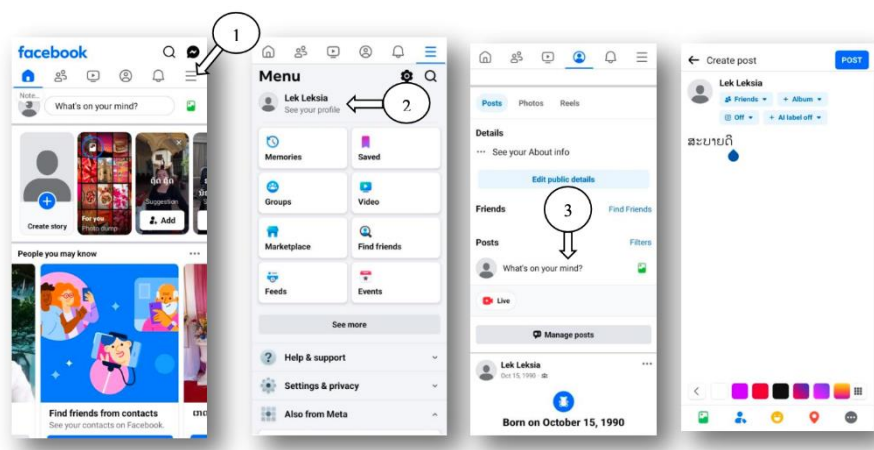




3.8.2 ដើមແຕ່ຂ្លឹក Facebook

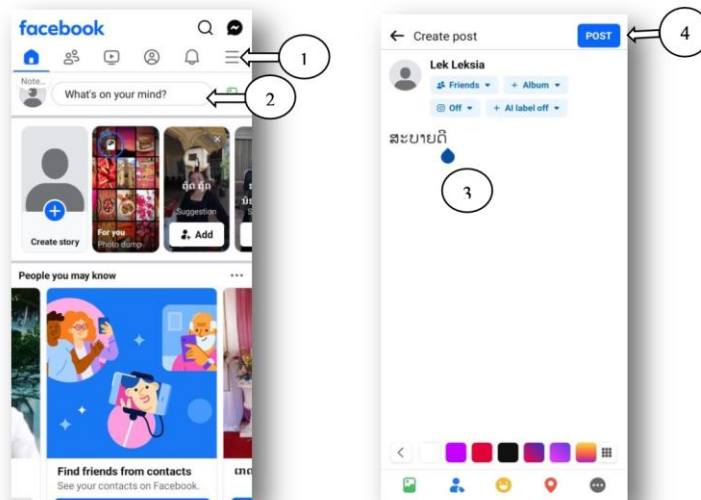
3.8.2.1 វិធី 1: ដើមແຕ່ជ្រុង ឆ្វាប័នខ្ពស់នៃពិច

- 1) បើកទៅ Facebook ;
- 2) ជុំប្រើខ្សែខ្វាហ៊ីរ, រកកន្លែង ៣ខ្ទឹម (Hamburger menu);
- 3) រក ប័ណ្ណដុំដុំ ឬ ប្រវត្តិ (profile);
- 4) រកប្រាប់ what's on your mind?;
- 5) បំពេញ ខ្លឹមសារ ឆ្លើយ/ឬ រូបភាព;
- 6) រក ដើមແຕ (Post).



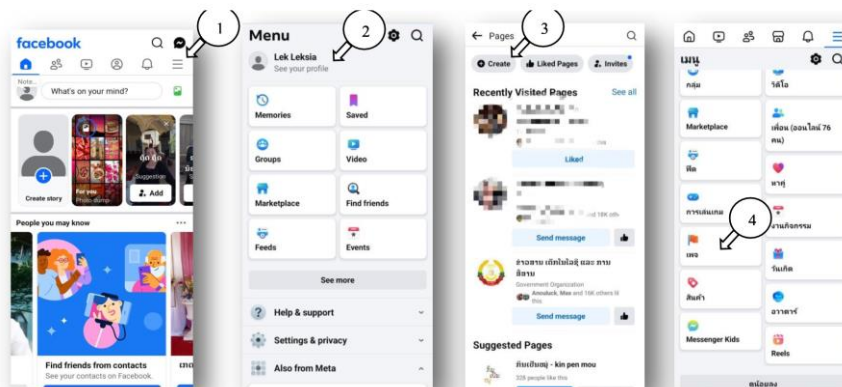
3.8.1.2 វិធី 2: ដើមແຕតាម ឆ្វាខ្លោងសារ (Feed)

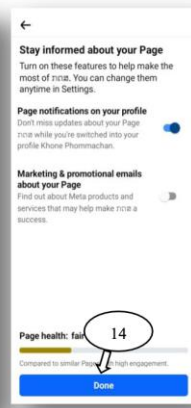
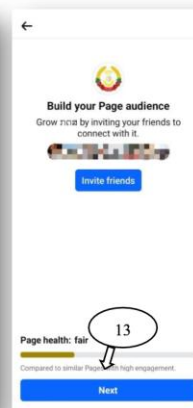
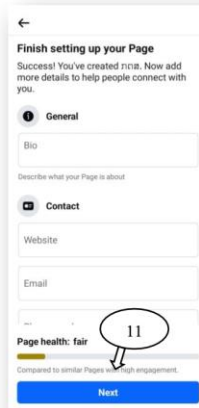
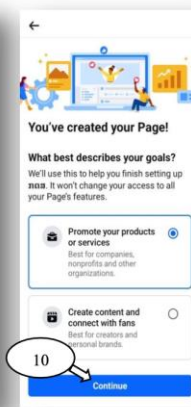
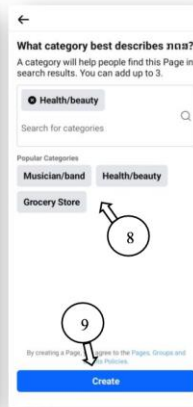
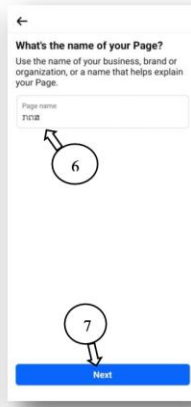
- 1) បើកទៅ Facebook ;
- 2) រកប្រាប់ what's on your mind?;
- 3) បំពេញ ខ្លឹមសារ ឆ្លើយ/ឬ រូបភាព;
- 4) រក ដើមແຕ (Post);



3.8.3 ສ້າງ Facebook Page

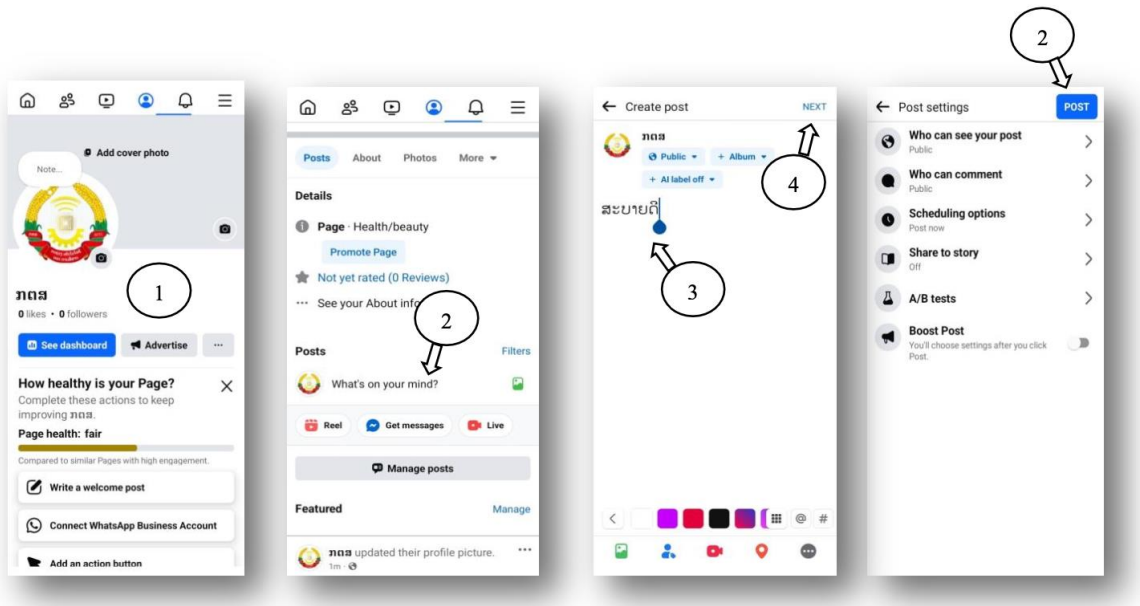
- 1) ເປີດແອັບ Facebook ;
- 2) ຢູ່ເບື້ອງຂວາເທິງ, ກົດໃສ່ ສາມຂີດ ≡ (Hamburger menu);
- 3) ກົດ ເພຈ ຫຼື ຊ່ອງຂ່າວສານ (Page);
- 4) ກົດ ສ້າງ (Create);
- 5) ກົດປຸ່ມ ເລີ່ມຕົ້ນການໃຊ້ງານ;
- 6) ຕື່ມຂໍ້ມູນໃສ່ລາຍລະອຽດ ເພື່ອຕັ້ງຊື່ເພຈ > ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບເພຈ > ເລືອກ ກຸ່ມເປົ້າໝາຍຜູ້ຮັບຊົມ > ເລືອກ ໝວດໝູ່ສິນຄ້າ ແລະ/ຫຼື ການບໍລິການ > ເພີ່ມຊ່ອງທາງໃຫ້ຜູ້ຮັບຊົມສາມາດຕິດຕໍ່ໄດ້ ເຊັ່ນ ເວັບໄຊທ໌, E-mail, ໆລໆ.





3.8.4 ເຜີຍແຜ່ຂັ້ນ Facebook Page

- 1) ເປີດແອັບ Facebook ;
- 2) ເລືອກບັນຊີເພຈທີ່ທ່ານຄຸ້ມຄອງ (Facebook Page) ຈາກໃນລາຍການ. ເມື່ອທ່ານເລືອກບັນຊີເພຈຈາກໃນລາຍການ, ທ່ານຈະຖືກສະໜັບສະໜູນຈາກບັນຊີສ່ວນຕົວໄປທີ່ເພຈນັ້ນ. ການເຂົ້າແອັບ Facebook ຄັ້ງຕໍ່ໄປຈະຍັງຄ້າງຢູ່ບັນຊີເພຈ ຈົນກວ່າທ່ານຈະກົດເລືອກສະໜັບສະໜູນກັບມາໃຊ້ບັນຊີສ່ວນຕົວ;
- 3) ກົດແຖບ what's on your mind?;
- 4) ເພີ່ມ ຂໍ້ຄວາມ ແລະ/ຫຼື ຮູບພາບ;
- 5) ກົດ ເຜີຍແຜ່ (Post).

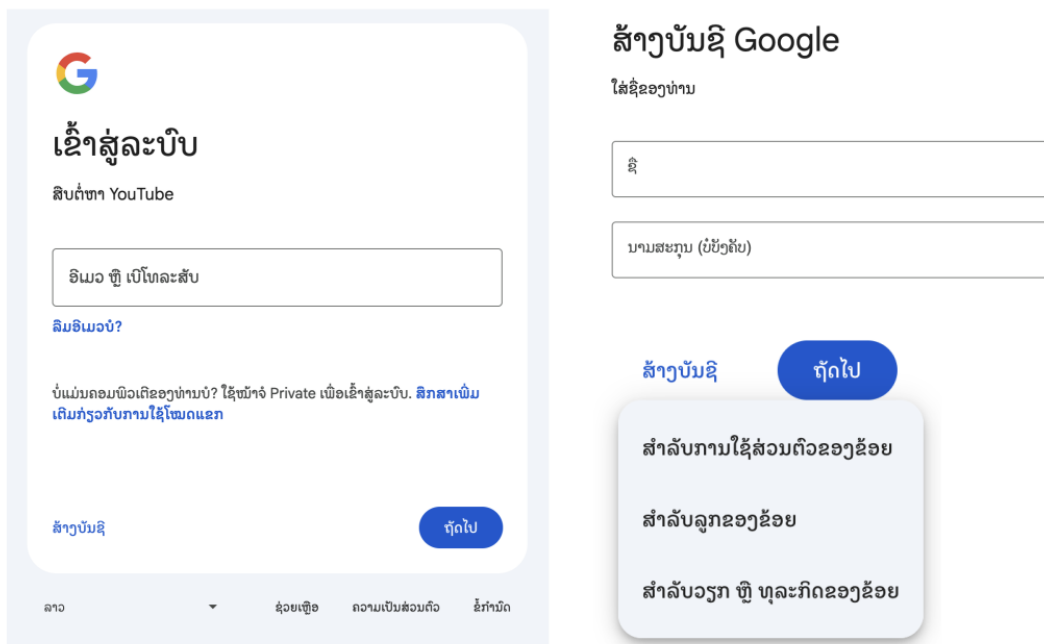


3.8.5 ການສ້າງບັນຊີ YouTube

ເພື່ອລົງທະບຽນເຂົ້າໃຊ້, ທ່ານຕ້ອງສ້າງ [ບັນຊີ Google](#). ບັນຊີ Google ຊ່ວຍໃຫ້ທ່ານສາມາດເຂົ້າເຖິງຄຸນສົມບັດຕ່າງໆຂອງ YouTube ໄດ້ຢ່າງຫຼາກຫຼາຍ ເຊັ່ນ: ກົດຖືກໃຈ, ກົດຕິດຕາມຊ່ອງ, ການເບິ່ງພາຍຫຼັງ ແລະ ມີປະຫວັດການເຂົ້າຊົມ, ກົດຕິດຕາມ [ຊ່ອງຜູ້ສ້າງ YouTube](#) (YouTube Creator) ເພື່ອຮັບຂ່າວສານຫຼ້າສຸດ, ຂໍ້ມູນໃໝ່ໆ ແລະ ເຄັດລັບຕ່າງໆ.

3.8.5.1 ການສ້າງບັນຊີ YouTube ຜ່ານເວັບໄຊທ໌

- 1) ໄປທີ່ <https://www.youtube.com/> .
- 2) ຢູ່ເບື້ອງຂວາເທິງ, ກົດ ລົງທະບຽນ (Sign in);
- 3) ກົດ ສ້າງບັນຊີ (Create Account);
- 4) ເລືອກ ສໍາລັບການໃຊ້ສ່ວນຕົວ (For my personal use), ສໍາລັບລູກ (For my child), ຫຼື ສໍາລັບວຽກງານ ຫຼື ທຸລະກິດຂອງທ່ານ (For work or my business).



3.8.5.2 ການສ້າງບັນຊີ YouTube ຜ່ານແອັບພລິເຄຊັນໃນ Android

- 1) ເປີດແອັບ YouTube ;
- 2) ຢູ່ທາງລຸ່ມເບື້ອງຂວາ, ກົດໃສ່ຮູບພາບໜ້າປີກ ;
- 3) ກົດ ເຂົ້າສູ່ລະບົບ;
- 4) ກົດ ເພີ່ມບັນຊີ ;
- 5) ກົດ ສ້າງບັນຊີ;
- 6) ເລືອກ ສໍາລັບການໃຊ້ສ່ວນຕົວ, ສໍາລັບລູກ, ຫຼື ສໍາລັບວຽກງານ ຫຼື ທຸລະກິດຂອງທ່ານ.

ຖ້າວ່າທ່ານເຂົ້າສູ່ລະບົບດ້ວຍບັນຊີ Google ຢູ່ແລ້ວ, ແຕ່ຕ້ອງການສ້າງບັນຊີໃໝ່ ໃຫ້ປະຕິບັດດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

- 1) ເປີດແອັບ YouTube ;
- 2) ຢູ່ທາງລຸ່ມເບື້ອງຂວາ, ກົດໃສ່ຮູບພາບໜ້າປີກຂອງທ່ານ ;
- 3) ກົດ ການຕັ້ງຄ່າ ;
- 4) ກົດ ບັນຊີ .

3.8.5.3 ການສ້າງບັນຊີ YouTube ຜ່ານແອັບພລິເຄຊັນໃນ iPhone ແລະ iPad

- 1) ເປີດແອັບ YouTube ;
- 2) ຢູ່ທາງລຸ່ມເບື້ອງຂວາ, ກົດໃສ່ຮູບພາບໜ້າປີກ ;
- 3) ກົດ ເຂົ້າສູ່ລະບົບ;
- 4) ກົດ ເພີ່ມບັນຊີ .

ຖ້າວ່າທ່ານເຂົ້າສູ່ລະບົບດ້ວຍບັນຊີ Google ຢູ່ແລ້ວ, ແຕ່ຕ້ອງການສ້າງບັນຊີໃໝ່ ໃຫ້ປະຕິບັດດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

- 1) ເປີດແອັບ YouTube ;
- 2) ຢູ່ທາງລຸ່ມເບື້ອງຂວາ, ກົດໃສ່ຮູບພາບໜ້າປົກຂອງທ່ານ ;
- 3) ກົດ ການຕັ້ງຄ່າ ;
- 4) ກົດ ບັນຊີ > +.

ເມື່ອທ່ານເຂົ້າສູ່ລະບົບ YouTube ດ້ວຍບັນຊີ Google ຂອງທ່ານ, ທ່ານສາມາດສ້າງ [ຊ່ອງ YouTube](#) (YouTube Channel) ໃນບັນຊີຂອງທ່ານ. ຊ່ອງ YouTube ເຮັດໃຫ້ທ່ານສາມາດເຜີຍແຜ່ພາບເຄື່ອນໄຫວ, ສະແດງຄໍາຄິດເຫັນ, ແລະ ສ້າງລາຍການຫຼິ້ນ.

3.8.6 ສ້າງຊ່ອງ YouTube

ທ່ານສາມາດເບິ່ງ, ກົດຖືກໃຈພາບເຄື່ອນໄຫວ, ແລະ ກົດຕິດຕາມຊ່ອງຕ່າງໆ ດ້ວຍ [ບັນຊີ Google](#) ຂອງທ່ານ. ແຕ່ທ່ານຈະບໍ່ມີຕົວຕົນຢູ່ໃນ YouTube ຖ້າວ່າທ່ານຍັງບໍ່ໄດ້ສ້າງຊ່ອງ. ເຖິງແມ່ນວ່າ, ທ່ານຈະມີບັນຊີ Google ກໍຕາມ, ທ່ານຈຳເປັນຕ້ອງສ້າງຊ່ອງ YouTube ເພື່ອເຜີຍແຜ່ພາບເຄື່ອນໄຫວ, ສະແດງຄໍາຄິດເຫັນ, ແລະ ສ້າງລາຍການຫຼິ້ນ. ທ່ານສາມາດສ້າງຊ່ອງຂອງທ່ານ ຢູ່ ເວັບໄຊທ໌ YouTube ໃນຄອມພິວເຕີ ຫຼື YouTube ໃນມືຖືກໍໄດ້.

3.8.6.1 ສ້າງຊ່ອງສ່ວນຕົວ

ນຳໃຊ້ບັນຊີ Google ໃນການສ້າງຊ່ອງທີ່ມີສະເພາະທ່ານເທົ່ານັ້ນທີ່ຄຸ້ມຄອງໄດ້ ໂດຍປະຕິບັດດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

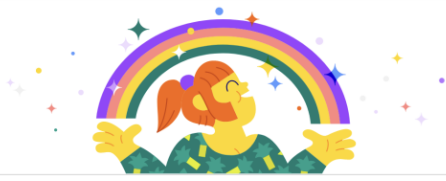
- 1) ເຂົ້າສູ່ລະບົບ YouTube ຢູ່ຄອມພິວເຕີ ຫຼື ໂທລະສັບມືຖື;
- 2) ກົດໃສ່ຮູບພາບໜ້າປົກຂອງທ່ານ  > ການຕັ້ງຄ່າ ;
- 3) ກົດ ເພີ່ມ ຫຼື ຈັດການຊ່ອງ ຂອງທ່ານ;
- 4) ກົດ ສ້າງຊ່ອງ +;
- 5) ລະບົບຈະຖາມລາຍລະອຽດທ່ານກ່ອນສ້າງຊ່ອງ;
- 6) ກວດສອບລາຍລະອຽດ (ດ້ວຍ [ຊື່ບັນຊີ Google](#) ແລະ [ຮູບພາບຂອງທ່ານ](#) ) ແລະ ຢືນຢັນເພື່ອສ້າງຊ່ອງຂອງທ່ານ.

ການຕັ້ງຄ່າ

ບັນຊີ

ຊ່ອງທັງໝົດ

+ ສ້າງຊ່ອງ



ສ້າງຊື່ຊ່ອງຂອງທ່ານ

ທ່ານສາມາດໃຊ້ຊື່ແບບອຸດົມສົດໆ ຫຼື ຊື່ອື່ນໄດ້. ຊື່ຊ່ອງທີ່ໃຊ້ໄດ້ອາດຈະສະແດງເຖິງທ່ານ ແລະ ເນື້ອຫາຂອງທ່ານ. ທ່ານສາມາດປ່ຽນຊື່ຊ່ອງຂອງທ່ານໄດ້ໃນອະນາຄົດ. [ສຶກສາເພີ່ມເຕີມ](#)

ຊື່ຊ່ອງ

ເພີ່ມຊື່ຊ່ອງ

0/100

☒ ຂ້ອຍເຂົ້າໃຈວ່າຂ້ອຍກຳລັງສ້າງບັນຊີ Google ໃໝ່ໂດຍການຕັ້ງຄ່າຂອງມັນເອງ, ຮວມທັງປະໂຫຍດການຊອກຫາ ແລະ ການເບິ່ງໃນ YouTube. [ສຶກສາເພີ່ມເຕີມ](#)

ຍົກເລີກ

ສ້າງ

ທ່ານສາມາດເບິ່ງ ແລະ ປັບປຸງການຕັ້ງຄ່າບັນຊີ Google ໄດ້ຢູ່ແລະທີ່ [myaccount.google.com](#). ຊື່ຊ່ອງຂອງທ່ານຈະເຊື່ອມຕໍ່ກັບບັນຊີ Brand ທີ່ທ່ານໄດ້ໃຊ້ທີ່ [littleoctet@gmail.com](#). ສຶກສາເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບ ຊ່ອງ ແລະ ບັນຊີ Brand. ໂດຍການເລືອກ "ສ້າງ", ແມ່ນຖືວ່າທ່ານອະນຸຍາດ [ສ້າງບັນຊີການບໍລິການຂອງ YouTube](#).

45

3.8.6.2 ສ້າງຊ່ອງດ້ວຍຊື່ທຸລະກິດ ຫຼື ຊື່ອື່ນ

ເພື່ອສ້າງຊ່ອງທີ່ມີຜູ້ຈັດການ ຫຼື ເຈົ້າຂອງໄດ້ຫຼາຍກວ່າ 1 ຄົນ ໃຫ້ປະຕິບັດດັ່ງຕໍ່ໄປນີ້:

ທ່ານສາມາດເຊື່ອມຕໍ່ຊ່ອງຂອງທ່ານກັບ ບັນຊີເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ (Brand Account) ຖ້າວ່າທ່ານຕ້ອງການນຳໃຊ້ຊື່ອື່ນໃນ YouTube ຊຶ່ງຕ່າງຈາກບັນຊີ Google ຂອງທ່ານ. ສຶກສາເພີ່ມຕື່ມກ່ຽວກັບ [Brand Account](#).

- 1) ເຂົ້າສູ່ລະບົບ YouTube ຢູ່ຄອມພິວເຕີ ຫຼື ໂທລະສັບມືຖື;
- 2) ໄປທີ່ [ລາຍການຊ່ອງຂອງທ່ານ](#);
- 3) ເລືອກສ້າງຊ່ອງໃໝ່ ຫຼື ນຳໃຊ້ບັນຊີເຄື່ອງໝາຍການຄ້າ ທີ່ມີຢູ່ແລ້ວ, ດັ່ງນີ້:
 - ສ້າງຊ່ອງໂດຍການ ກິດ **ສ້າງຊ່ອງໃໝ່** (Create a new channel);
 - ສ້າງຊ່ອງ YouTube ສຳລັບບັນຊີເຄື່ອງໝາຍການຄ້າທີ່ທ່ານຄຸ້ມຄອງຢູ່ແລ້ວ ໂດຍການເລືອກບັນຊີເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຈາກໃນລາຍການ. ຖ້າວ່າບັນຊີເຄື່ອງໝາຍການຄ້ານີ້ມີຊ່ອງຢູ່ແລ້ວ, ທ່ານຈະບໍ່ສາມາດສ້າງຊ່ອງໃໝ່ໄດ້. ເມື່ອທ່ານເລືອກບັນຊີເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຈາກໃນລາຍການ, ທ່ານຈະຖືກສະຫຼັບໄປທີ່ຊ່ອງນັ້ນ.
- 4) ຕື່ມຂໍ້ມູນໃສ່ລາຍລະອຽດ ເພື່ອຕັ້ງຊື່ຊ່ອງໃໝ່ຂອງທ່ານ. ຫຼັງຈາກນັ້ນ, ກິດ **ສ້າງ**. ບັນຊີເຄື່ອງໝາຍການຄ້າຈະຖືກສ້າງທັນທີ;
- 5) ເພື່ອເພີ່ມ ຜູ້ຈັດການຊ່ອງ, ໃຫ້ປະຕິບັດຕາມຄຳແນະນຳນີ້ເພື່ອ [ປ່ຽນເຈົ້າຂອງຊ່ອງ ແລະ ຜູ້ຈັດການ](#).

3.8.7 ເຜີຍແຜ່ຂຶ້ນ YouTube

ທ່ານສາມາດເຜີຍແຜ່ສິ່ງຂຶ້ນ YouTube ໃນສອງສາມຂັ້ນຕອນທີ່ງ່າຍດາຍ. ກະລຸນາປະຕິບັດຕາມຂັ້ນຕອນລຸ່ມນີ້ເພື່ອເຜີຍແຜ່ຈາກ ຄອມພິວເຕີ ຫຼື ໂທລະສັບມືຖື.

3.8.7.1 ເຜີຍແຜ່ຂຶ້ນ YouTube ເວັບໄຊທ໌

- 1) ເຂົ້າສູ່ລະບົບ [YouTube Studio](#) ;
- 2) ຢູ່ເບື້ອງຂວາເທິງ, ກິດ **ສ້າງ** (CREATE)  > **ເຜີຍແຜ່** (Upload videos) ;
- 3) ເລືອກໄຟລ໌ທີ່ທ່ານຕ້ອງການອັບໂຫຼດ. ທ່ານສາມາດເຜີຍແຜ່ສູງສຸດໄດ້ 15 ພາບເຄື່ອນໄຫວພ້ອມກັນ, ຢ່າລືມກິດ ແກ້ໄຂ  ໃນແຕ່ລະໄຟລ໌ ເພື່ອແກ້ໄຂລາຍລະອຽດພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານ.

ໝາຍເຫດ: ລະບົບຈະປ່ຽນແປງພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານເປັນຄວາມລະອຽດສູງສຸດເທົ່າທີ່ມີ ເພື່ອຊ່ວຍໃຫ້ການສາຍຢູ່ອຸປະກອນ ແລະ ເຄືອຂ່າຍຕ່າງໆເປັນໄປຢ່າງລຽນໄຫຼ. ທ່ານສາມາດເບິ່ງເວລາການປະມວນຜົນໂດຍຄາດປະມານ ສຳລັບລາຍລະອຽດພາບ SD, HD ແລະ 4K ໄດ້ກ່ອນການເຜີຍແຜ່ ຊຶ່ງລະບົບອາດໃຊ້ເວລາດົນຂຶ້ນໃນການປະມວນຜົນຄຸນນະພາບທີ່ສູງຂຶ້ນ ເຊັ່ນ: 4K ຫຼື HD. ສຶກສາເພີ່ມຕື່ມກ່ຽວກັບ [ຄຸນນະພາບຂອງພາບເຄື່ອນໄຫວ](#) [ຫຼັງຈາກເຜີຍແຜ່](#) ລວມເຖິງ [ຄວາມລະອຽດ ແລະ ອັດຕາສ່ວນພາບ](#). ຖ້າວ່າທ່ານພົບບັນຫາ, ກະລຸນາເບິ່ງຄູ່ມື [ຂໍ້ຜິດພາດໃນການເຜີຍແຜ່ທີ່ພົບເຫັນເລື້ອຍ](#).

ຖ້າວ່າທ່ານປິດໜ້າການເຜີຍແຜ່ໂດຍທີ່ຍັງບໍ່ໄດ້ຕັ້ງຄ່າໃຫ້ສຳເລັດ, ພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານຈະຖືກບັນທຶກໄວ້ສ່ວນຕົວຢູ່ໜ້າ [ເນື້ອຫາ](#)  ຂອງທ່ານ.

ອ່ານຕໍ່ເພີ່ມຕື່ມກ່ຽວກັບລາຍລະອຽດການເຜີຍແຜ່ ໄດ້ທີ່ [ສູນຊ່ວຍເຫຼືອ YouTube](#).

3.8.7.2 ເຜີຍແຜ່ຂຶ້ນ YouTube ແອັບພລິເຄຊັນໃນ Android

ນຳໃຊ້ແອັບ YouTube ສຳລັບ Android ເພື່ອເຜີຍແຜ່ສື່ ດ້ວຍການຖ່າຍພາບໃໝ່ ຫຼື ເລືອກໂຕທີ່ມີຢູ່ແລ້ວໃນຄັງຮູບພາບອຸປະກອນຂອງທ່ານ.

- 1) ເປີດແອັບ YouTube  ຫຼື YouTube Studio .
- 2) ກົດ **ສ້າງ**  > ພາບເຄື່ອນໄຫວ;
- 3) ເລືອກໄຟລ໌ທີ່ທ່ານຕ້ອງການເຜີຍແຜ່ ແລ້ວກົດ **ຕໍ່ໄປ**:
 - ຖ້າພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານມີຄວາມຍາວບໍ່ເກີນ 60 ວິນາທີ ແລະ ມີ [ອັດຕາສ່ວນພາບ](#) ແບບສີ່ຫຼ່ຽມຈະຕຸລັດ ຫຼື ລວງຕັ້ງ, ລະບົບຈະເຜີຍແຜ່ເປັນວິດີໂອສັ້ນ (**Short**). [ສຶກສາເພີ່ມຕື່ມ](#);
 - (ບໍ່ບັງຄັບ) ຖ້າພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານມີຄວາມຍາວຫຼາຍກວ່າ 60 ວິນາທີ ແລະ ມີ [ອັດຕາສ່ວນພາບ](#) ແບບສີ່ຫຼ່ຽມຈະຕຸລັດ ຫຼື ລວງຕັ້ງ, ທ່ານສາມາດກົດ “**ແກ້ໄຂໃຫ້ເປັນ Short**” ເພື່ອຕັດພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານ ແລະ ເຜີຍແຜ່ໃຫ້ເປັນ Short ໄດ້. [ສຶກສາເພີ່ມຕື່ມ](#).
- 4) ເພີ່ມລາຍລະອຽດໃສ່ພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານ ເຊັ່ນ: ຊື່ (ສູງສຸດ 100 ຕົວອັກສອນ), ການຕັ້ງຄ່າຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ (privacy) ແລະ ການຕັ້ງຄ່າການສ້າງລາຍໄດ້ (monetisation);
- 5) ກົດ **ຕໍ່ໄປ**;
- 6) ເລືອກຜູ້ຊົມຂອງທ່ານ, ‘ແມ່ນ, ພາບເຄື່ອນໄຫວນີ້ສ້າງມາເພື່ອເດັກນ້ອຍ’ ຫຼື ‘ບໍ່, ພາບເຄື່ອນໄຫວນີ້ບໍ່ໄດ້ສ້າງມາເພື່ອເດັກນ້ອຍ’. [ສຶກສາເພີ່ມຕື່ມກ່ຽວກັບການສ້າງເພື່ອເດັກນ້ອຍ](#) (Made for Kids);
- 7) ກົດ **ເຜີຍແຜ່ພາບເຄື່ອນໄຫວ** ເພື່ອເຜີຍແຜ່ເນື້ອຫາຂອງທ່ານ.

ຖ້າວ່າທ່ານປິດໜ້າການເຜີຍແຜ່ໂດຍທີ່ຍັງບໍ່ໄດ້ຕັ້ງຄ່າໃຫ້ສຳເລັດ, ພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານຈະຖືກບັນທຶກໄວ້ສ່ວນຕົວເປັນສະບັບຮ່າງ ຢູ່ໜ້າ [ເນື້ອຫາ](#)  ຂອງທ່ານ.

ອ່ານຕໍ່ເພີ່ມຕື່ມກ່ຽວກັບລາຍລະອຽດການເຜີຍແຜ່ ໄດ້ທີ່ [ສູນຊ່ວຍເຫຼືອ YouTube](#).

3.8.7.3 ເຜີຍແຜ່ຂຶ້ນ YouTube ແອັບພລິເຄຊັນໃນ iPhone ແລະ iPad

ນຳໃຊ້ແອັບ YouTube ສຳລັບ iPhone ແລະ iPad ເພື່ອເຜີຍແຜ່ສື່ ດ້ວຍການຖ່າຍພາບໃໝ່ ຫຼື ເລືອກໂຕທີ່ມີຢູ່ແລ້ວໃນຄັງຮູບພາບອຸປະກອນຂອງທ່ານ.

- 1) ເປີດແອັບ YouTube  ຫຼື YouTube Studio .
- 2) ກົດ **ສ້າງ**  > ພາບເຄື່ອນໄຫວ;
- 3) ເລືອກໄຟລ໌ທີ່ທ່ານຕ້ອງການເຜີຍແຜ່ ແລ້ວກົດ **ຕໍ່ໄປ**:
 - ຖ້າພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານມີຄວາມຍາວບໍ່ເກີນ 60 ວິນາທີ ແລະ ມີ [ອັດຕາສ່ວນພາບ](#) ແບບສີ່ຫຼ່ຽມຈະຕຸລັດ ຫຼື ລວງຕັ້ງ, ລະບົບຈະເຜີຍແຜ່ເປັນວິດີໂອສັ້ນ (**Short**). [ສຶກສາເພີ່ມຕື່ມ](#);
 - (ບໍ່ບັງຄັບ) ຖ້າພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານມີຄວາມຍາວຫຼາຍກວ່າ 60 ວິນາທີ ແລະ ມີ [ອັດຕາສ່ວນພາບ](#) ແບບສີ່ຫຼ່ຽມຈະຕຸລັດ ຫຼື ລວງຕັ້ງ, ທ່ານສາມາດກົດ “**ແກ້ໄຂໃຫ້ເປັນ Short**” ເພື່ອຕັດພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານ ແລະ ເຜີຍແຜ່ໃຫ້ເປັນ Short ໄດ້. [ສຶກສາເພີ່ມຕື່ມ](#).
- 4) ເພີ່ມລາຍລະອຽດໃສ່ພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານ ເຊັ່ນ: ຊື່ (ສູງສຸດ 100 ຕົວອັກສອນ), ການຕັ້ງຄ່າຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ (privacy) ແລະ ການຕັ້ງຄ່າການສ້າງລາຍໄດ້ (monetisation);
- 5) ກົດ **ຕໍ່ໄປ**;
- 6) ເລືອກຜູ້ຊົມຂອງທ່ານ, ‘ແມ່ນ, ພາບເຄື່ອນໄຫວນີ້ສ້າງມາເພື່ອເດັກນ້ອຍ’ ຫຼື ‘ບໍ່, ພາບເຄື່ອນໄຫວນີ້ບໍ່ໄດ້ສ້າງມາເພື່ອເດັກນ້ອຍ’. [ສຶກສາເພີ່ມຕື່ມກ່ຽວກັບການສ້າງເພື່ອເດັກນ້ອຍ](#) (Made for Kids).
- 7) ກົດ **ເຜີຍແຜ່ພາບເຄື່ອນໄຫວ** ເພື່ອເຜີຍແຜ່ເນື້ອຫາຂອງທ່ານ.



-  ອັບໂຫຼດວິດີໂອ
-  ຖ່າຍທອດສົດ
-  ສ້າງໂພສ

ລາກ ແລະ ວາງໄຟລ໌ ວິດີໂອເພື່ອອັບໂຫຼດ
ວິດີໂອຂອງທ່ານຈະເປັນສ່ວນຕົວຈົນກວ່າທ່ານຈະເຜີຍແຜ່ພວກມັນ.

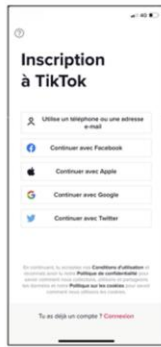
ເລືອກໄຟລ໌

ຖ້າວ່າທ່ານປິດໜ້າການເຜີຍແຜ່ໂດຍທີ່ຍັງບໍ່ໄດ້ຕັ້ງຄ່າໃຫ້ສໍາເລັດ, ພາບເຄື່ອນໄຫວຂອງທ່ານຈະຖືກບັນທຶກໄວ້ສ່ວນຕົວເປັນສະບັບຮ່າງ ຢູ່ໜ້າ [ເນື້ອຫາ](#) ຂອງທ່ານ.

ອ່ານຕໍ່ເພີ່ມຕື່ມກ່ຽວກັບລາຍລະອຽດການເຜີຍແຜ່ ໄດ້ທີ່ເວັບໄຊສູນຊ່ວຍເຫຼືອຂອງ [YouTube](#).

3.8.8 ສ້າງບັນຊີ TikTok

- 1) ເປີດແອັບ TikTok ຢູ່ ໂທລະສັບມືຖື Android ຫຼື iPhone;
- 2) ຖ້າເຂົ້າເປັນຄັ້ງທຳອິດ, TikTok ຈະສະແດງໜ້າ ໝວດໝູ່ສິ່ງທີ່ທ່ານອາດສົນໃຈ ໃຫ້ກົດເລືອກຕາມທີ່ທ່ານເຫັນຄວນ ຫຼື ກົດຂ້າມກໍໄດ້. ຫຼັງຈາກນັ້ນ, ໜ້າຄູ່ມືການນໍາໃຊ້ຈະປະກົດຂຶ້ນມາ ກ່ອນເຂົ້າໃຊ້;
- 3) ຢູ່ທາງລຸ່ມເບື້ອງຂວາ, ກົດ **ບັນຊີຜູ້ໃຊ້** ຫຼື ໂປຣໄຟລ໌ (profile);
- 4) ກົດ **ເຂົ້າສູ່ລະບົບ** ເພື່ອສະໝັກສະມາຊິກ;
- 5) ເລືອກ ເບີໂທລະສັບ ຫຼື Facebook ຫຼື Google ຫຼື ພລັດຟອມອື່ນໆ ເພື່ອສະໝັກສະມາຊິກ TikTok;
- 6) ເພີ່ມ **ວັນ ເດືອນ ປີເກີດ** ຂອງທ່ານ;
- 7) ສ້າງ **ລະຫັດຜ່ານ** ບັນຊີ TikTok ຂອງທ່ານ:
 - ຕົວອັກສອນ ຢ່າງນ້ອຍ 8 ຕົວ ຂຶ້ນໄປ (ສູງສຸດ 20 ຕົວ);
 - ຕົວອັກສອນ 1 ຕົວ ແລະ ຕົວເລກ 1 ຕົວ;
 - ຕົວອັກສອນພິເສດ 1 ຕົວ (ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ # ? ! K & @).
- 8) ໃສ່ **ຊື່ຊ່ອງ** TikTok ຂອງທ່ານ.



Choisissez votre moyen d'inscription



Indiquez votre date de naissance



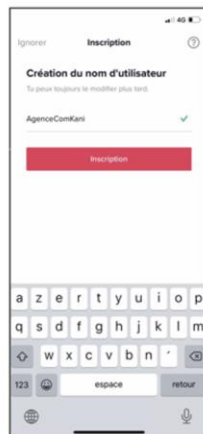
Indiquez un numéro de téléphone valable



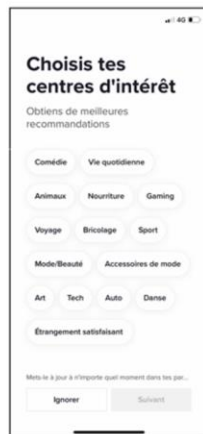
Saisissez le code que vous avez reçu par message



Créez un mot de passe



Choisissez votre d'utilisateur que vous ne pourrez changer qu'une fois



Choisissez vos centres d'intérêts que pourrait mettre à jour à tout moment



Indiquez un numéro de téléphone valable



Saisissez le code que vous avez reçu par message

ບົດທີ 4

ການນຳໃຊ້ອຸປະກອນ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີໃນການຜະລິດສື່

I. ສະພາບລວມ

ປັດຈຸບັນ ບັນດາອຸປະກອນ ແລະ ເຄື່ອງມືທາງດ້ານເຕັກໂນໂລຊີ ຍິ່ງນັບມື້ນັບມີການພັດທະນາຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງໃນທຸກໆດ້ານ ລວມທັງອຸປະກອນ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີທີ່ນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການຜະລິດສື່ຍິ່ງນັບມື້ນັບມີຄວາມທັນສະໄໝ. ເມື່ອສະພາວະສັງຄົມທຸກພາກສ່ວນໄດ້ມີການນຳເຕັກໂນໂລຊີຂໍ້ມູນຂ່າວສານການສື່ສານ ຫຼື ນະວັດຕະກຳໃນລະບົບດິຈິຕອນ ມາປັບໃຊ້ ເຮັດໃຫ້ວົງການສື່ສານມວນຊົນຕ້ອງພັດທະນາຕົນເອງເພື່ອຮຽນຮູ້ ແລະ ສ້າງທັກສະການສື່ສານຜ່ານພລັດຟອມ (Platform) ໃໝ່ ໃນຍຸກດິຈິຕອນ.

ຈຸດສຳຄັນຄືການປ່ຽນຮຸ່ນປະຊາກອນ (Generation) ໃໝ່ຂຶ້ນມາມີບົດບາດໃນສັງຄົມ, ຮູບແບບ ຫຼື ຊ່ອງທາງການຮັບສື່ທີ່ປ່ຽນແປງໄປ ເຮັດໃຫ້ນັກສື່ສານມວນຊົນຕ້ອງປັບຕົວຕາມຜູ້ຮັບຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຊຶ່ງເປັນຄົນຮຸ່ນໃໝ່. ພ້ອມນັ້ນ ເນື້ອຫາ ຫຼື ຄວາມມັກຂອງຄົນຮຸ່ນໃໝ່ກໍມີການປ່ຽນແປງໄປຫຼາຍເຊັ່ນດຽວກັນ.

ດັ່ງນັ້ນ, ໃນສະພາບດັ່ງກ່າວ ນັກສື່ສານມວນຊົນຕ້ອງຮູ້ທ່າວຽກທັນການປ່ຽນແປງຢ່າງຮອບດ້ານ ແລະ ຄວບຄຸມດ້ວຍການຮຽນຮູ້ບຸກຄະລິກຂອງສື່ໃໝ່ ບໍ່ວ່າຈະເປັນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ (Social Media) ຫຼື ລະບົບການກະຈາຍສຽງ ແລະ ໂທລະພາບ (OTT: Over the Top) ໃນຮູບແບບການຕິດຕາມ (Subscription).

II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສຳຄັນ

2.1 ຈຸດປະສົງ

ເພື່ອຍົກລະດັບຄວາມຮູ້, ຄວາມສາມາດໃຫ້ແກ່ພະນັກງານ ຢູ່ບັນດາກະຊວງ, ຂະແໜງການ ກ່ຽວກັບການນຳໃຊ້ອຸປະກອນ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີໃນການຜະລິດສື່.

2.2 ຄາດໝາຍ

ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ພະນັກງານຢູ່ບັນດາກະຊວງ, ຂະແໜງການ ມີຄວາມຮູ້, ຄວາມສາມາດ ແລະ ຄວາມຊ່ຽວຊານ ໃນການນຳໃຊ້ອຸປະກອນ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີໃນການຜະລິດສື່.

2.3 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສຳຄັນ

ການນຳໃຊ້ອຸປະກອນ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີໃນການຜະລິດສື່ ໝາຍເຖິງການຮຽນຮູ້ວິທີການນຳໃຊ້ເຄື່ອງອຸປະກອນ ແລະ ບັນດາຊອບແວຕ່າງໆທີ່ຈຳເປັນ ເພື່ອຊ່ວຍໃນການຜະລິດສື່ ຫຼື ເນື້ອຫາ (Content) ລົງເຜີຍແຜ່ໃນສື່ຕ່າງໆ ລວມທັງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ (Social Media) ຊຶ່ງມັນມີຄວາມສຳຄັນເປັນຢ່າງຍິ່ງ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜູ້ທີ່ຮັບຜິດຊອບວຽກງານດັ່ງກ່າວສາມາດເຂົ້າຂັ້ນຕອນ ແລະ ວິທີການ ເພື່ອຮັບປະກັນການປະຕິບັດວຽກງານໄດ້ຕາມເປົ້າໝາຍທີ່ວາງໄວ້.

III. ທິດສະດີ ແລະ ເນື້ອໃນ

3.1 ພື້ນຖານການນຳໃຊ້ອຸປະກອນຜະລິດສື່

ເຄື່ອງມືພື້ນຖານ ແລະ ຄວາມຊຽນຊານໃນການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີເຂົ້າໃນການຜະລິດສື່ ຖືເປັນສິ່ງທີ່ສຳຄັນສຳຫຼັບການສ້າງສັນຜົນງານທີ່ມີຄຸນນະພາບສູງ ໂດຍເລີ່ມຕົ້ນຈາກການທຳຄວາມເຂົ້າໃຈຄວາມແຕກຕ່າງຂອງ ກ້ອງຖ່າຍພາບປະເພດຕ່າງໆ ໄດ້ແກ່ ກ້ອງ DSLR ຫຼື Digital Single-Lens Reflex ໝາຍເຖິງ ກ້ອງສະທ້ອນພາບດ້ວຍແກ້ວແຜ່ນດຽວດ້ວຍລະບົບດິຈິຕອນ, ກ້ອງ Mirrorless ໝາຍເຖິງ ກ້ອງທີ່ປາສະຈາກແກ້ວ, ກ້ອງ Compact ຫຼື ແມ່ນແຕ່ກ້ອງໂທລະສັບ ແລະ ອື່ນໆອີກຫຼາກຫຼາຍ ຊຶ່ງກ້ອງແຕ່ລະປະເພດມີຄຸນສົມບັດ ແລະ ການຕັ້ງຄ່າສະເພາະ.

ບໍ່ວ່າຈະເປັນກ້ອງແບບໃດ, ການຮຽນຮູ້ຫຼັກການພື້ນຖານເຫຼົ່ານີ້ເພື່ອໃຫ້ມີຄວາມຊ່ຽວຊານ ແລະ ມີປະສິດທິພາບ ຄື ຜົນຂອງຄວາມສຳເລັດໃນການສ້າງສັນ ແລະ ຖ່າຍທອດຜົນງານສິລະປະໃຫ້ໄດ້ຢ່າງດີເລີດ.

Photography ເກີດຈາກການຮວມ 2 ຄຳໃນພາສາກຣີກເຂົ້ານຳກັນ ຄື: Photo ແລະ Graphé ຊຶ່ງຄຳວ່າ Photo ມາຈາກຄຳວ່າ phos (φως) ໝາຍເຖິງ “ແສງ;” ຮູບພາບ ຖືກສ້າງຂຶ້ນຈາກອະນຸພາກນ້ອຍໆທີ່ເອີ້ນວ່າ “ໂຟຕອນ” ບ່ອນໃດມີໂຕ, ແສງສະຫວ່າງສ່ອງບໍ່ເຖິງ ສະແດງວ່າບ່ອນນັ້ນບໍ່ມີ ໂຟຕອນ. ໂຟຕອນ ບໍ່ມີນ້ຳໜັກ ຫຼື ກະແສ ໄຟຟ້າ ແຕ່ສະທ້ອນກັບວັດຖຸ ຫຼື ເຊັ່ນເຊີທີ່ໄວຕໍ່ແສງ ເພື່ອສ້າງເປັນຮູບພາບ, ໃຫ້ພວກເຮົາໄດ້ເບິ່ງເຫັນໂລກຜ່ານແສງ, ເກັບກຳຊ່ວງເວລາແຫ່ງຄວາມຊົງຈຳເອົາໄວ້. ສິ່ງສຳຄັນທີ່ສຸດຂອງຮູບທີ່ດີ ຈຶ່ງຕ້ອງມີແສງທີ່ດີ. Graphé ມາຈາກຄຳວ່າ graphein (γράφειν) ໝາຍເຖິງ “ການຂຽນ ຫຼື ການແຕ້ມ” ໃນບໍລິບົດຕ່າງໆເຊັ່ນ ການຖ່າຍພາບ ອາດໝາຍເຖິງ “ການສະແດງພາບເພື່ອໃຫ້ເຫັນໄດ້ຢ່າງຊັດເຈນ ຫຼື ການບັນທຶກ” ຜ່ານສື່ຕ່າງໆ ດ້ວຍວິທີການຂຽນ, ແຕ້ມ, ແລະ ບັນທຶກ.

ດັ່ງນັ້ນ, ຄຳວ່າ Photography ໃນພາສາລາວຈຶ່ງໝາຍເຖິງ “ການຖ່າຍພາບ” ຊຶ່ງເກີດຈາກການບັນທຶກແສງ. ການຖ່າຍພາບ, ເປັນຄຳທີ່ເໝາະສົມທີ່ສຸດ ເພາະຮູບພາບແມ່ນການປະສົມປະສານລະຫວ່າງ ສິລະປະ ແລະ ວິທະຍາສາດ ເພື່ອບັນທຶກແສງ ແລ້ວສ້າງເປັນຮູບພາບຂຶ້ນມາ.

3.1.1 ຮຽນຮູ້ການນຳໃຊ້ແສງ ແລະ ສີ

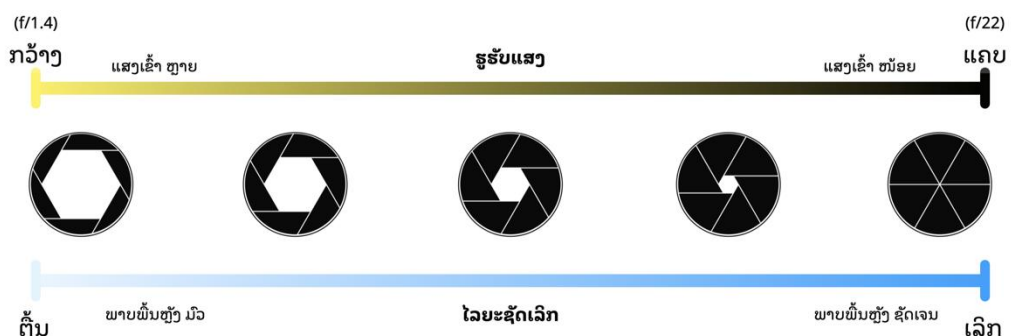
ຈາກແຜ່ນຟີມ (film) ສູ່ ດິຈິຕອນ, ກ້ອງຖ່າຍຮູບເປັນເຄື່ອງມືທີ່ໃຊ້ໄວ້ເລົ່າເລື່ອງດ້ວຍພາບເຄື່ອງມືດັ່ງກ່າວ ສ້າງຂຶ້ນເພື່ອຮຽນແບບວິທີການເບິ່ງເຫັນໂລກຂອງດວງຕາມະນຸດ, ມັນບັນທຶກແສງ ສ້າງໃຫ້ເປັນພາບ ແລ້ວປາກົດ ໃຫ້ພວກເຮົາໄດ້ປະຈຳໄດ້ແນວໃດ ເຮົາຈະມາຮຽນຮູ້ໄປພ້ອມໆກັນ.

ສິ່ງທີ່ຄວບຄຸມແສງ ແລ້ວບັນທຶກອອກມາເປັນພາບ ມີຢູ່ 3 ປັດໄຈຫຼັກ ຄື:

- ຮູຮັບແສງ (Aperture);
- ຄວາມໄວບານພັບ (Shutter Speed);
- ຄວາມໄວແສງ (ISO sensitivity).

ຮູຮັບແສງ (Aperture): ຄວບຄຸມຮູຮັບແສງ ເຊັ່ນດຽວກັບ ມ່ານຕາຂອງມະນຸດ, ການຕັ້ງຄ່າຮູຮັບແສງ ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ໄລຍະຊັດເລິກ ແລະ ຕື້ນ ຊຶ່ງຄ່າ f-stop ຕໍ່າລົງຈະຍິ່ງເຮັດໃຫ້ພາບພື້ນຫຼັງມີວ ແລະ ເຮັດໃຫ້ວັດຖຸ ຫຼື ຕົວ ແບບທີ່ກຳລັງວາງຈຸດສຸມໃສ່ ແມ່ນມີຄວາມຊັດເຈນ; ໃນຂະນະທີ່ f-stop ສູງຂຶ້ນ ຈະເໝາະສົມສຳຫຼັບພາບທົ່ວທັດ ທີ່ເຮົາຕ້ອງການໄລຍະຊັດທີ່ເລິກ. ສ່ວນເລື່ອງຂອງແສງ, ເມື່ອຄ່າ f-stop ຕໍ່າ ຈະໝາຍເຖິງ ຮູຮັບແສງກວ້າງ, ຮູບພາບ ກໍຈະມີຄວາມແຈ້ງ; ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ເມື່ອຄ່າ f-stop ສູງ ຈະເຮັດໃຫ້ຮັບແສງໄດ້ໜ້ອຍ, ຮູບພາບກໍຈະມີດກວ່າ ເນື່ອງຈາກການເປີດຮູຮັບແສງທີ່ແຄບ.

ຮູບພາບທີ 1: ຮູຮັບແສງ (Aperture)



ຄວາມໄວບານພັບ (Shutter Speed): ຄວບຄຸມຄວາມໄວຂອງແກ້ວແວ່ນພາຍໃນຕົວກ້ອງເພື່ອຖ່າຍພາບ, ການຕັ້ງຄ່າຄວາມໄວບານພັບ ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ການຈັບພາບທີ່ເຄື່ອນໄຫວຢູ່ ຊຶ່ງຄ່າວິນາທີທີ່ຕໍ່າລົງ ຫຼືຄ່າຄວາມໄວບານພັບທີ່ໄວ ເຊັ່ນ 1/1000 ຈະສາມາດຖ່າຍພາບວັດຖຸທີ່ເຄື່ອນໄຫວຢູ່ໃຫ້ຢຸດນຶ່ງໄດ້, ໃນຂະນະທີ່ ຄ່າວິນາທີທີ່ສູງ ຫຼືຄ່າຄວາມໄວບານພັບທີ່ຊ້າ ເຊັ່ນ 30s ຈະສາມາດຖ່າຍພາບເຄື່ອນໄຫວໃຫ້ເໝາະຕິດຕິດໄດ້ ເຊັ່ນ: ການຖ່າຍພາບດາວຢູ່ເທິງທ້ອງຟ້ອງໃນຕອນທີ່ໂລກເຄື່ອນທີ່ໝູນອ້ອມຕົວເອງ ຈົນອອກມາເປັນພາບດາວເສັ້ນຍາວໆ ຫຼືທີ່ເອີ້ນວ່າ ດາວຫາງ ເປັນຕົ້ນ, ທັງໝົດເຫຼົ່ານີ້ກໍເກີດຈາກຄວາມຄິດສ້າງສັນ. ສ່ວນເລື່ອງຂອງແສງ ເມື່ອຄ່າ S ມີໄລຍະເວລາທີ່ໄວ ຈະເຮັດໃຫ້ສາມາດຮັບແສງພາຍນອກສະທ້ອນເຂົ້າມາໃນຕົວກ້ອງໄດ້ໜ້ອຍ ກໍ່ໃຫ້ເກີດຮູບພາບທີ່ມືດ, ໃນທາງກົງກັນຂ້າມ, ເມື່ອຄ່າ S ມີໄລຍະເວລາທີ່ຊ້າ ຈະເຮັດໃຫ້ກ້ອງສາມາດຮັບແສງໄດ້ຫຼາຍ ໝາຍຄວາມວ່າຮູບພາບກໍຈະແຈ້ງຂຶ້ນ.

ຮູບພາບທີ 2. ຄວາມໄວບານພັບ (Shutter Speed)



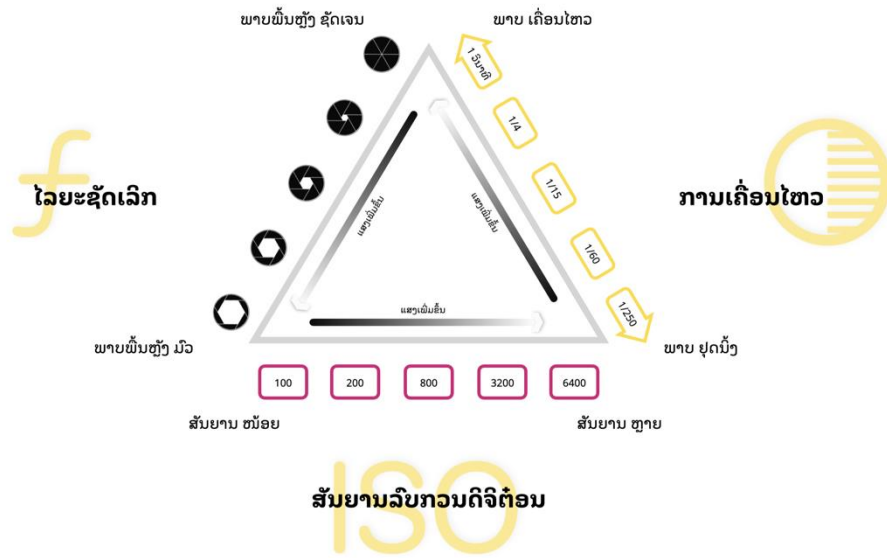
ຄວາມໄວແສງ ຫຼື ແສງສັງເກດດິຈິຕອນ ອີງຕາມອົງການມາດຕະຖານສາກົນ (ISO): ຄວບຄຸມແສງໃຫ້ເພີ່ມຫຼາຍຂຶ້ນ ຫຼືຫຼຸດໜ້ອຍລົງ ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນແຮງໃນການເພິ່ງພາອາໄສແສງຈາກສະພາບແວດລ້ອມພຽງຢ່າງດຽວ ຊຶ່ງຄ່າ ISO ທີ່ຕໍ່າ ແສງກໍຈະເພີ່ມໜ້ອຍ ເມື່ອທຽບໃສ່ຄ່າ ISO ທີ່ສູງ ແສງກໍຈະແຈ້ງຂຶ້ນຫຼາຍ, ແຕ່ຂໍ້ຄໍານຶງໃນການໃຊ້ແສງສັງເກດດິຈິຕອນ ຄືການບໍ່ໃຊ້ຄ່າ ISO ທີ່ສູງເກີນໄປ ເພາະຈະເຮັດໃຫ້ເກີດ ສັນຍານລົບກວນພາບ (Noise) ເປັນຈຸດໆຈ້າງໃນພາບ ບົດບັງອະລິຍະບົດອັນສວຍງາມຂອງພາບໄດ້.

ຮູບທີ 3. ແສງສັງເກດດິຈິຕອນ (ISO)



ຮູ້ຮັບແສງ, ຄວາມໄວບານພັບ ແລະ ແສງສັງເກດດິຈິຕອນ ປະກອບກັນເປັນສາມດ້ານຂອງສາມຫຼ່ຽມການຮັບແສງ, ທັງສາມຢ່າງເຮັດວຽກຮ່ວມກັນ ເພື່ອບັນທຶກຮູບພາບທີ່ຮັບແສງເຂົ້າມາໄດ້ຢ່າງເໝາະສົມ, ຖ້າຕົວປ່ຽນຕົວໃດໜຶ່ງ ປ່ຽນແປງ, ຕົວປ່ຽນອື່ນ ຕ້ອງປ່ຽນແປງໄປຕາມ ເພື່ອຮັກສາແສງທີ່ເໝາະສົມນັ້ນ ເຊັ່ນວ່າ: ເມື່ອຮູ້ຮັບແສງແຄບເຮັດໃຫ້ຮັບແສງໄດ້ໜ້ອຍລົງ 2 ລະດັບ ເຮົາກໍຕ້ອງປັບ ຄວາມໄວບານພັບ ຫຼື ແສງສັງເກດດິຈິຕອນ ຕົວໃດຕົວໜຶ່ງ ເພີ່ມປະລິມານແສງຂຶ້ນ 2 ລະດັບ ເພື່ອໃຫ້ຮູບພາບໂດຍລວມໄດ້ຮັບແສງແຈ້ງພໍດີງາມ.

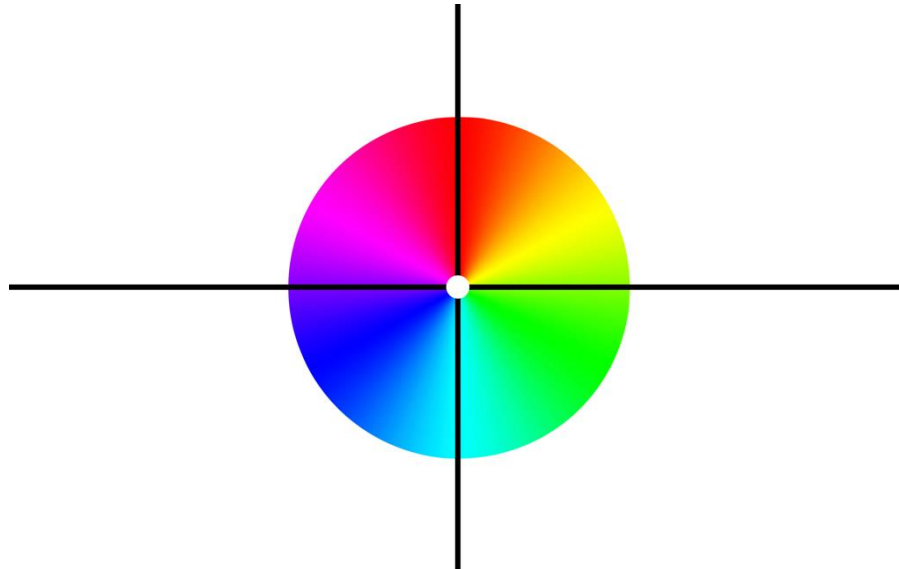
ຮູບທີ 4. ການຊົດເຊີຍແສງ (Exposure Compensation)



ສ່ວນສິ່ງທີ່ຄວບຄຸມ ສີ ມີຢູ່ 1 ຢ່າງ ຄື:

ສົມດຸນແສງສີຂາວ (White Balance): ການປັບສົມດຸນແສງສີຂາວໃຫ້ກົງກັບສະພາບແສງທີ່ຖ່າຍ ສາມາດຕັ້ງຄ່າໄວ້ໄດ້ລ່ວງໜ້າ ເຊັ່ນ ເວລາຖ່າຍຢູ່ບ່ອນແສງແດດ ຫຼື ແສງໄຟໃນຕຶກ ຈະເຮັດໃຫ້ຕົວແບບຖືກສີຂອງ ແວດລ້ອມສະທ້ອນໃສ່ເຮັດໃຫ້ສີຄາດເຄື່ອນ, ການປັບສົມດຸນແສງສີຂາວ ກໍເພື່ອເຮັດໃຫ້ພາບມີສີທີ່ສົມຈິງທີ່ສຸດ.

ຮູບທີ 5. ສົມດຸນແສງສີຂາວ (White Balance)



ສະຫຼຸບ, ແສງ ແລະ ສີ ຄືອົງປະກອບຫຼັກຂອງການຖ່າຍພາບ ທີ່ຕ້ອງໃຫ້ຄວາມສໍາຄັນ ແລະ ຄໍານຶງຕະຫຼອດ ເວລາກ່ອນການຖ່າຍທຸກຄັ້ງ, ນີ້ກໍເພື່ອຖ່າຍທອດເລື່ອງເລົ່າສົມຈິງຕາມທີ່ເປັນຢູ່ ໃຫ້ໃກ້ຄຽງດັ່ງທີ່ສາຍຕາຄົນໄດ້ເຫັນ. ການປັບຄ່າ ຮູ້ບແສງ, ຄວາມໄວບານພັບ, ແສງສັງເຄາະດິຈິຕອນ ແມ່ນເນັ້ນໜັກປັບຄ່າແສງ ແລະ ຕ້ອງຮູ້ວ່າແຕ່ລະ ຢ່າງກໍໃຫ້ຄຸນສົມບັດທີ່ແຕກຕ່າງກັນ; ສັງລວມໄດ້ວ່າ ຮູ້ບແສງ ມີຄຸນສົມບັດໃນການປັບໄລຍະຊັດເລິກຂອງຕົວ ແບບ ແລະ ພາບພື້ນຫຼັງ, ຄວາມໄວບານພັບ ທີ່ເໝາະສົມ ສາມາດຈັບການເຄື່ອນໄຫວຂອງພາບໄດ້, ແລະ ແສງສັງ ເຄາະດິຈິຕອນ ຄືແສງທີ່ສ້າງຂຶ້ນໃໝ່ເພື່ອສົ່ງເສີມໃຫ້ຮູບພາບແຈ້ງຂຶ້ນ ເມື່ອແສງຈາກສະພາບແວດລ້ອມບໍ່ພຽງພໍ. ສ່ວນການປັບ ສົມດຸນແສງສີຂາວ ແມ່ນເຈາະຈົງໄປທີ່ຄ່າສີຂອງຮູບພາບໃຫ້ມີຄວາມຖືກຕ້ອງສົມຈິງ.

ພິເສດ, ສໍາຫຼັບການຖ່າຍພາບເຄື່ອນໄຫວ ຫຼືເວລານໍາໃຊ້ກ້ອງຖ່າຍວິດີໂອ ແມ່ນຕ້ອງຄໍານຶງ 2 ຢ່າງ ຄື:

- ອັດຕາສ່ວນພາບຕໍ່ວິນາທີ (Frame rate);
- ຄວາມລະອຽດພາບ (Image resolution).

ອັດຕາສ່ວນພາບຕໍ່ວິນາທີ (Frame rate): ຈໍານວນພາບທີ່ສອດຄ່ອງຕໍ່ຄວາມບົກກະຕິຂອງສາຍຕາມະນຸດທີ່ສຸດແມ່ນ 24 ພາບຕໍ່ວິນາທີ ຫຼືອີກຄວາມໝາຍໜຶ່ງແມ່ນ 1 ວິນາທີໃດຈະມີຮູບພາບສາຍຢູ່ 24 ຮູບພາບຕໍ່ເນື່ອງກັນ ເພື່ອເກີດເປັນພາບເຄື່ອນໄຫວ, ພວກເຮົາເອີ້ນສິ່ງນີ້ວ່າ 24 fps (frame per second). ຮູບເງົາສ່ວນໃຫຍ່ຈະວາງໃຫ້ 24 fps ເປັນມາດຕະຖານຫຼັກໃນການຖ່າຍພາບເຄື່ອນໄຫວ ແຕ່ພວກເຮົາກໍສາມາດປັບໃຊ້ໄດ້ຕາມຄວາມຕ້ອງການທີ່ຈະສ້າງສັນ ເຊັ່ນ: ການຖ່າຍພາບເຄື່ອນໄຫວແບບເໝັ່ງຕິງຊ້າ (slow motion) ແມ່ນນໍາໃຊ້ 120 fps, 240 fps ຫຼືຫຼາຍກວ່ານັ້ນຕາມຄວາມສາມາດຂອງກ້ອງແຕ່ລະໜ່ວຍ, ທັງນີ້ກໍເພື່ອເກັບທຸກລາຍລະອຽດຂອງການເຄື່ອນໄຫວໃຫ້ມີຄວາມຫຼິ້ນໄຫຼທີ່ສຸດ.

ຄວາມລະອຽດພາບ (Image resolution): ຮູບພາບທີ່ມີຄວາມລະອຽດ 1080p ແມ່ນຄວາມລະອຽດໃນເກນມາດຕະຖານປະຈຸບັນຄືອັດຕາສ່ວນ 1920 x 1080 ຫຼືເອີ້ນວ່າ ຄວາມລະອຽດແບບ High Definition (HD), ເມື່ອທຽບໃສ່ສະໄໝກ່ອນທີ່ຈໍໂທລະພາບມີອັດຕາສ່ວນພຽງ 1280 x 720 ຫຼືມີຄວາມລະອຽດພຽງ SD (Standard Definition) ທີ່ນ້ອຍກວ່າປະຈຸບັນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ການທີ່ HD ເປັນຄວາມລະອຽດມາດຕະຖານ ແຕ່ປັດຈະບັນນີ້ ເຕັກໂນໂລຊີກໍພັດທະນາໄປໄກຮອດຄວາມລະອຽດ 8K ຫຼື ອັດຕາສ່ວນ 7680 × 4320 ແລະຫຼາຍກວ່ານັ້ນແລ້ວ.

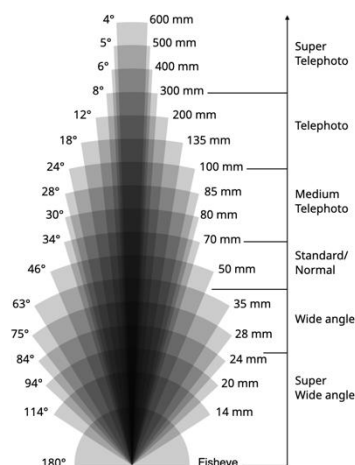
3.1.2 ຮຽນຮູ້ການຈັດອົງປະກອບພາບ

ອົງປະກອບຂອງການເປັນພາບທີ່ດີ ມີຢູ່ 3 ປັດໄຈຫຼັກ:

- ອົງສາຮັບພາບ (Angle of View);
- ຈຸດສົນໃຈໃນພາບ (Focus);
- ການຈັດວາງພາບ (Composition).

ອົງສາຮັບພາບ (Angle of View): ຂອບເຂດການເບິ່ງເຫັນໃນໄລຍະໃດໜຶ່ງຂອງ ກ້ອງ ຫຼືເລນສ໌ກ້ອງທີ່ສາມາດຖ່າຍໄດ້ໃນພາບ, ໂດຍທົ່ວໄປຈະວັດແທກເປັນ ມິລິແມັດ (mm), ອົງສາທີ່ກວ້າງ ຈະກໍານົດມຸມມອງຂອງພາບໄດ້ທົ່ວທຸກທິດ ໃນຂະນະດຽວກັນ ອົງສາທີ່ແຄບ ຈະເລົ່າເລື່ອງສະເພາະເຈາະຈົງ ໂດຍການດຶງຕົວແບບທີ່ຢູ່ຫ່າງໄກເຂົ້າມາ.

ຮູບທີ 6. ອົງສາຮັບພາບ (Angle of View)



ຈຸດສົນໃຈໃນພາບ (Focus): ການປັບພາບໃຫ້ຊັດເຈນ ບົ່ງບອກການເລົ່າເລື່ອງຢ່າງມີຈຸດມຸ່ງໝາຍ, ຍົກສູງສິ່ງທີ່ໜ້າສົນໃຈ ພ້ອມເປີດເຜີຍແວດລ້ອມອ້ອມຂ້າງມາສົ່ງເສີມຄວາມສະຫງ່າງາມນັ້ນ. ເພື່ອເຮັດໃຫ້ວັດຖຸ ຫຼື ຈຸດທີ່ເຮົາສົນໃຈໃນພາບນັ້ນແຈ້ງ ແລະ ຊັດເຈນ ໂດຍການປັບຈຸດສຸມຂອງພາບໃຫ້ຖືກຕ້ອງເໝາະສົມ ແລະ ຄຳນຶງເຖິງໄລຍະຊັດເລິກ. ທັງໝົດເຫຼົ່ານີ້ເປັນຕົວຊີ້ວັດທີ່ສຳຄັນທີ່ເຮັດໃຫ້ພາບນັ້ນຊັດເຈນ, ການປັບຈຸດສຸມແບບໝູນມື ຫຼື ອັດຕະໂນມັດ ແມ່ນຂຶ້ນກັບສະຖານະການທີ່ໃຊ້, ງານພິທີທາງສັງຄົມ ຫຼື ງານກິລາ ທີ່ຕ້ອງການຄວາມໄວໃນການປັບຈຸດສຸມໃຫ້ຖືກຕ້ອງ, ລະບົບອັດຕະໂນມັດກໍເປັນສິ່ງທີ່ຕອບໂຈດບັນຫານີ້ ພຽງແຕ່ເມື່ອໃດມີບຸກຄົນ ຫຼື ສິ່ງທີ່ມີຊີວິດຢູ່ຮູບພາບ ແມ່ນຕ້ອງວາງຈຸດສຸມໃສ່ດວງຕາ ແລະ ໜ້າໃຫ້ຊັດເຈນສະເພາະ; ໃນຂະນະທີ່ຮູບພາບທົ່ວທັດທີ່ມີທັດສະນີຍະພາບສວຍງາມປານີດ, ການໃຊ້ລະບົບປັບຈຸດສຸມແບບໝູນມື ກໍຊ່ວຍໃຫ້ການຖ່າຍພາບມີຄວາມລະອຽດອ່ອນຍິ່ງຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ທຸກອົງປະກອບໃນຮູບພາບຊັດເຈນປານີດທີ່ສຸດ.

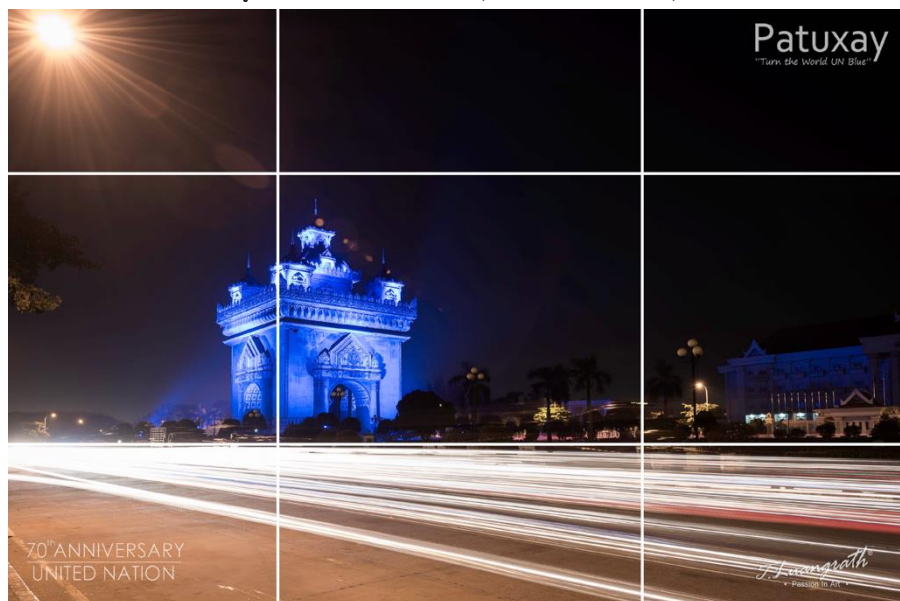
ການຈັດວາງພາບ (Composition): ການຈັດໂຄງສ້າງ, ການວາງວັດຖຸ ຫຼື ຕົວແບບໃນຈຸດທີ່ເໝາະສົມ ແລະ ກຳນົດພື້ນຫຼັງເພື່ອຖ່າຍທອດຄວາມໝາຍ ແລະ ກະຕຸ້ນອາລົມ ສ້າງປະສົບການໃຫ້ແກ່ຜູ້ເບິ່ງ. ເລື່ອງເລົ່າທີ່ດີຈະສະທ້ອນຜ່ານການອອກແບບຈັດຮຽງຢ່າງຮອບຄອບ.

ສິລະປະໃນການຈັດວາງພາບໃຫ້ອອກມາສວຍສົດງົດງາມນັ້ນ ມີ 2 ແບບ:

- ກົດ 3 ສ່ວນ (Rule of Thirds);
- ອັດຕາສ່ວນທີ່ສະຫງ່າງາມທີ່ສຸດແຫ່ງຈັກກະວານ (Golden ratio).

ກົດ 3 ສ່ວນ (Rule of Thirds): ແບ່ງພາບອອກເປັນ 3 ສ່ວນ ທັງແນວຕັ້ງ ແລະ ແນວຂວາງ ແລະ ຈັດອົງປະກອບທີ່ສຳຄັນ ວາງໃສ່ຈຸດຕັດກັນຂອງເສັ້ນເຫຼົ່ານັ້ນ ເພື່ອຈັດອົງປະກອບແຕ່ລະຢ່າງໃນພາບໃຫ້ສົມດຸນ ແລະ ສົມມາດທີ່ສຸດ.

ຮູບທີ 7. ກົດ 3 ສ່ວນ (Rule of Thirds)



ອັດຕາສ່ວນຄຳ ຫຼື ອັດຕາສ່ວນທີ່ສະຫງ່າງາມທີ່ສຸດແຫ່ງຈັກກະວານ (Golden ratio): ອັດຕາສ່ວນທາງຄະນິດສາດ ທີ່ນຳມາປັບໃຊ້ເພື່ອຈັດວາງອົງປະກອບວາງໃສ່ພາບ ໃຫ້ດຶງດູດສາຍຕາໄດ້

ຮູບທີ 8. ອັດຕາສ່ວນຄໍາ (Golden ratio)



ຂະໜາດທີ່ເໝາະສົມຕາມການໃຊ້ວຽກ ມີຢູ່ 3 ປັດໄຈຫຼັກ ຄື:

- ອັດຕາສ່ວນພາບ (Aspect ratio);
- ຂະໜາດພາບ (Image file sizes);
- ປະເພດພາບ (Image file types).

ອັດຕາສ່ວນພາບ (Aspect ratio): ຄວາມສຳພັນຂອງອັດຕາສ່ວນລະຫວ່າງ ຄວາມກວ້າງຂອງພາບ ຕໍ່ ກັບຄວາມສູງຂອງພາບ ສິ່ງຜິດຕໍ່ຮູບຮ່າງ ແລະ ຂະໜາດທີ່ສະແດງຜິດໂດຍລວມຂອງຮູບພາບ.

ການຮູ້ອັດຕາສ່ວນພາບຂອງໜ້າຈໍ ຫຼືພາບ ເປັນສິ່ງທີ່ສຳຄັນ ດ້ວຍເຫດຜົນຫຼາຍປະການ, ເພື່ອຊ່ວຍຮັກສາ ສັດສ່ວນທີ່ຖືກຕ້ອງ ເມື່ອປັບຂະໜາດພາບທີ່ສະແດງຢູ່ອຸປະກອນຕ່າງໆ ແລະ ຍັງປ້ອງກັນການຄາດເຄື່ອນຂອງຂະໜາດພາບ ເມື່ອສະແດງຢູ່ໜ້າຈໍທີ່ມີອັດຕາສ່ວນພາບຕ່າງກັນ ເຊັ່ນ: 4:3 ແມ່ນຂະໜາດຈໍໂທລະພາບ ດ້ວຍຄວາມລະອຽດມາດຕະຖານ (SD), 3:2 ແມ່ນພາບຖ່າຍຈາກ ກ້ອງຖ່າຍຮູບດິຈິຕອນ, 16:9 ແມ່ນໂທລະພາບທັນສະໄໝ, ຈໍຄອມພິວເຕີ ຫຼືແມ່ນແຕ່ໂທລະສັບ ດ້ວຍຄວາມລະອຽດສູງ (HD) 21:9 ຫຼື 2.39:1 ແມ່ນຈໍສະແດງຜິດແບບ Ultra-Wide ຂອງ ຮູບເງົາຈໍກວ້າງ.

ຂະໜາດພາບ (Image file sizes): ປະລິມານຂໍ້ມູນທາງດິຈິຕອນ ທີ່ປະກອບຂຶ້ນມາເປັນຮູບພາບ, ມັນຖືກກຳນົດດ້ວຍປັດໄຈຕ່າງໆ ເຊັ່ນ ຄວາມລະອຽດ (MP), ການບີບອັດ, ຄວາມເລິກຂອງສີ ຊຶ່ງໄຟລ໌ທີ່ມີຂະໜາດໃຫຍ່ ຈະຍິ່ງມີຂໍ້ມູນທີ່ລະອຽດຫຼາຍກວ່າ, ແຕ່ຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ພື້ນທີ່ຈັດເກັບບັນທຶກ.

ປະເພດພາບ (Image file types): ການຈັດເກັບຂໍ້ມູນ ມີຜົນຕໍ່ຜົນການນຳໃຊ້, ກ່ອນທີ່ຈະຖ່າຍທຸກຄັ້ງ ຕ້ອງວາງແຜນໃຫ້ດີ. ກ້ອງສະໄໝນີ້ໃຊ້ງ່າຍ ຈົນເຮັດໃຫ້ຜູ້ຄົນບໍ່ຮູ້ເຖິງຄຸນຄ່າກ່ອນທີ່ຈະກົດຊັດເຕີ ເພື່ອບັນທຶກຄວາມຊຶ່ງຈຳ. ຮູບແບບທີ່ບັນທຶກຮູບພາບເປັນໄຟລ໌ໃນການຖ່າຍຮູບສະໄໝໃໝ່ແບບດິຈິຕອນ ມີ 2 ແບບ ຄື: RAW (Uncompressed) ໝາຍເຖິງ ການບໍ່ບີບອັດ, ຂໍ້ມູນຮູບພາບຍັງຄົບຖ້ວນ ຄົງໄວ້ເພື່ອການປັບແຕ່ງແກ້ໄຂ ແລະ JPEG (Lossy compression) ໝາຍເຖິງ ກ້ອງຖ່າຍພາບຈະປັບແຕ່ງເລັກນ້ອຍ ທັງສີ ແລະ ຂະໜາດ ເພື່ອໃຫ້ສະດວກຕໍ່ການໃຊ້ງານຕໍ່ໄດ້ທັນທີ.

ຮູບທີ 9. ປະເພດພາບ (Image file types)

		
ຈຸດປະສົງ	ເພື່ອແກ້ໄຂ	ເພື່ອແບ່ງປັນ
ຂໍ້ມູນພາບ	ຄົບຖ້ວນ	ສູນເສຍ
ຂະໜາດພາບ	ໃຫຍ່ຫຼາຍ	ນ້ອຍ
ສາມາດແກ້ໄຂພາບ	ເຕັມທີ່	ເລັກນ້ອຍ
ຮອງຮັບ	ຈຳກັດ	ກວ້າງຂວາງ
ນາມສະກຸນໄຟລ໌	.nef .nrw (Nikon) .cr2 (Canon) .dng (Adobe & ອື່ນໆ) ...ໆລໆ ອີກຫຼາຍ	.jpeg .jpg

3.2 ການນຳໃຊ້ໂປຣແກຣມປັບແຕ່ງພາບ

3.2.1 ແນະນຳໂປຣແກຣມປັບແຕ່ງພາບ

ນັບຕັ້ງແຕ່ການກຳເນີດເກີດຂຶ້ນທຳອິດຂອງຫ້ອງມືດ, ສິລະປະຂອງການປັບແຕ່ງແກ້ໄຂຮູບພາບ ກໍເປັນໜຶ່ງໃນຂັ້ນຕອນທີ່ຈຳເປັນ ແລະ ສຳຄັນທີ່ສຸດໃນການຖ່າຍຮູບ. ການປະມວນຜົນທີ່ດີພາຍຫຼັງການຖ່າຍພາບ ຈະສາມາດນຳເອົາຄຸນລັກສະນະ ແລະ ອາລິມຂອງສິ່ງທີ່ຢາກຖ່າຍທອດອອກມາ ເຮັດໃຫ້ຮູບພາບທີ່ດີກາຍເປັນຮູບພາບທີ່ປານິດຈົບງາມຍິ່ງຂຶ້ນ. ຢ່າງໃດກໍຕາມ, ຂັ້ນຕອນທຳອິດທີ່ສຳຄັນທີ່ສຸດແມ່ນການຮຽນຮູ້ວິທີການແກ້ໄຂຮູບພາບຢ່າງຖືກຕ້ອງ ຊຶ່ງບໍ່ແມ່ນເລື່ອງທີ່ງ່າຍ ແຕ່ກໍບໍ່ຍາກເໝືອນທີ່ພວກເຮົາເຮັດຕາມຂັ້ນຕອນ ດັ່ງນີ້:

ຮູບທີ 10. ໂປຣແກຣມປັບແຕ່ງພາບທີ່ນິຍົມ



Lightroom



Photoshop



Illustrator

ຮູບທີ 11. ໂປຣແກຣມປັບແຕ່ງພາບຈາກມວນຊົນທົ່ວໄປ



darktable



GIMP



Inkscape

Lightroom: ຫາກທ່ານຫາກໍເລີ່ມຮຽນປັບແຕ່ງຮູບພາບ, ໂປຣແກຣມ Adobe Lightroom ຄື ຊອຟແວການປັບແຕ່ງພາບທີ່ມີຄຸນສົມບັດຕັ້ງແຕ່ສາກເຂົ້າເບື້ອຮອດເຮືອຮີບ ທີ່ເຮັດໃຫ້ຊ່າງພາບຫຼົງໄຫຼໄດ້ຢ່າງແນ່ນອນ. ຂະບວນການນຳໃຊ້ Lightroom ທີ່ງ່າຍທີ່ສຸດມີຢູ່ 3 ປະການ ດັ່ງນີ້: ຈັດສັນຮູບພາບ, ປັບແຕ່ງ ແລະ ນຳອອກມາໃຊ້ງານ.

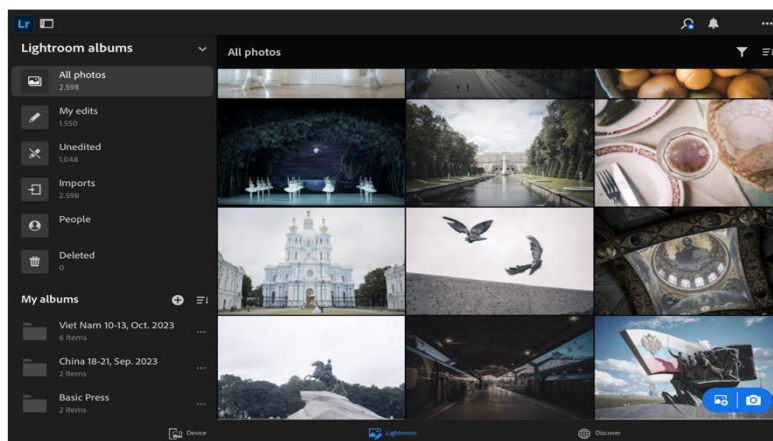
Photoshop: ຫຼັງຈາກທີ່ທ່ານເຂົ້າໃຈ ແລະ ຊຳນານພື້ນຖານການຖ່າຍຮູບ ແລະ ປັບແຕ່ງຮູບພາບ ດ້ວຍໂປຣແກຣມ Lightroom ແລ້ວ, ໂປຣແກຣມການປັບແຕ່ງພາບຂັ້ນສູງ ເຊັ່ນ Adobe Photoshop ມີຄວາມສາມາດປັບປ່ຽນ ແລະ ຕົບແຕ່ງດັ່ງໃຈນຶກຄິດໄດ້ຢ່າງຫຼາກຫຼາຍ ແຕ່ສຳຫຼັບຜູ້ເລີ່ມຫຼາຍທ່ານ ກໍອາດຈະຮູ້ສຶກວ່າຫຍຸ້ງຍາກເກີນໄປທີ່ຈະຮຽນຮູ້ ແລະ ເນລະມິດພາບນັ້ນອອກມາສົມຈິງດັ່ງໃຈຫວັງ ຕົວຢ່າງ: ການສ້າງພາບໃຫ້ຄົນບິນໄດ້ຢູ່ເທິງອາວະກາດ, ການສ້າງຜິວໃຫ້ນຽນໃສປາສະຈາກສິວ, ການສ້າງພາບທີ່ບໍ່ສາມາດປາກົດໃນໂລກໃຫ້ສົມຈິງຂຶ້ນມາໄດ້ໃນທັນທີ.

3.2.2 ຮຽນຮູ້ເຄື່ອງມືໃນການນຳໃຊ້ໂປຣແກຣມ

ຫຼັງຈາກທີ່ຖ່າຍຮູບພາບສຳເລັດ, ຂັ້ນຕອນທຳອິດຄືການຈັດສັນຮູບພາບໃຫ້ເປັນລະບຽບ ຕາມຫົວຂໍ້ແຕ່ລະງານ ແລະ ກົງກັບວັນທີ ເວລາ ສະຖານທີ່ ເກີດຂຶ້ນຕົວຈິງ. ເຫດຜົນກໍເພາະ ການຈັດສັນຮູບພາບນີ້ຈະຊ່ວຍໃຈ້ແຍກຮູບພາບທັງໝົດທີ່ຖືກຖ່າຍວ່າມີຮູບໃດແນ່ທີ່ຢາກເກັບໄວ້ ຫຼື ລະຖິ້ມຮູບໃດທີ່ຕ້ອງການນຳໃຊ້ປັບແຕ່ງ ແລະ ເຜີຍແຜ່.

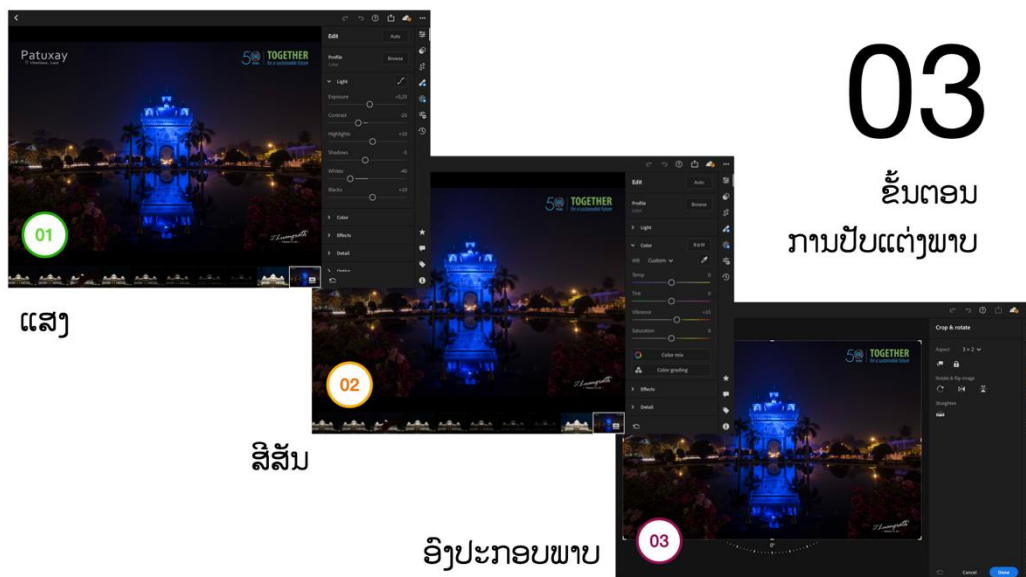
ຮູບທີ 12. ຂັ້ນຕອນການຈັດສັນຮູບພາບ

ຈັດສັນ
ຮູບພາບ
ໃຫ້ເປັນລະບຽບ



ເມື່ອຈັດສັນຮູບພາບສໍາເລັດ, ການປັບແຕ່ງຮູບພາບ ກໍມີ 3 ຂັ້ນຕອນຫຼັກໆ ຄື: ການປັບແສງ, ສີສັນ, ແລະ ອົງປະກອບພາບ ເຊັ່ນດຽວກັບສິ່ງທີ່ເຮົາຄໍານຶງກ່ອນການຖ່າຍພາບ. ຮູບພາບທີ່ດີ ຄືການຄິດຄໍານຶງເຖິງສາມຢ່າງນີ້ໃຫ້ ຖີ່ຖ້ວນກ່ອນຈະກົດບັນທຶກພາບ ແລ້ວຜົນທີ່ໄດ້ກໍຈະເປັນດັ່ງໃຈຫວັງໂດຍທີ່ບໍ່ຈໍາເປັນຕ້ອງປັບແຕ່ງພາບອີກເລີຍ. ແຕ່ໃນເມື່ອຮູບພາບປາກົດອອກມາຄາດເຄື່ອນຈາກທີ່ຄິດ, ການທີ່ຈະເອົາຮູບພາບດັ່ງກ່າວມາປັບແຕ່ງເພີ່ມຕື່ມ ກໍບໍ່ ເປັນສິ່ງທີ່ຜິດ ແລະ ຍັງສິ່ງເສີມໃຫ້ຮູບພາບທີ່ເກືອບຈະນໍາໃຊ້ບໍ່ໄດ້ ໃຫ້ກັບມາມີຊີວິດອີກຄັ້ງດ້ວຍການໝູນໃຊ້ເຕັກ ໂນໂລຊີດິຈິຕອນທາງການປັບແຕ່ງພາບສະໄໝໃໝ່ໃຫ້ເປັນປະໂຫຍດທີ່ສຸດ.

ຮູບທີ 13. ຂັ້ນຕອນການປັບແຕ່ງພາບ



ຫຼັງຈາກນັ້ນ, ກໍນໍາອອກມາໃຊ້ (export) ຊຶ່ງເປັນຂັ້ນຕອນສຸດທ້າຍ ທີ່ຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ວ່າ ເຮົາຈະນໍາຮູບພາບ ນັ້ນໄປເຜີຍແຜ່ຢູ່ໃສ ເນື່ອງຈາກແຕ່ລະບ່ອນຈະມີເນື້ອທີ່, ຂະໜາດ ທີ່ຈໍາກັດ ແລະ ປະເພດໄຟລ໌ທີ່ນໍາໃຊ້ກໍແຕກຕ່າງ ກັນ ເຊັ່ນວ່າ: ພິມອອກເປັນຮູບພາບຂະໜາດໃຫຍ່ໄວ້ເຜີຍແຜ່ວາງສະແດງ ຂະໜາດເຕັມ 7680 × 4320 pixel ເທົ່າ ກັບ 2.032 x 1.143 ແມັດ ຫຼື ນໍາໃຊ້ຢູ່ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ທີ່ສ່ວນໃຫຍ່ສະແດງຢູ່ເທິງໜ້າຈໍມືຖື ແລະ ຄອມພິວເຕີ ຂະໜາດຄວາມຍາວ 2048 px ຄູນໃຫ້ຄວາມກວ້າງເທົ່າໃດກໍໄດ້ຕາມອັດຕາສ່ວນຂອງຮູບພາບນັ້ນ. ສ່ວນປະເພດ ໄຟລ໌ຮູບພາບສ່ວນໃຫຍ່ ກໍຈະນິຍົມນໍາໃຊ້ Joint Photographic Experts Group ລົງທ້າຍນາມສະກຸນດ້ວຍ .jpg ແລະ .jpeg ເປັນຕົ້ນ, ເນື່ອງຈາກ JPEG ແມ່ນວິທີການທີ່ຖືກນໍາໃຊ້ທົ່ວໄປຂອງການບີບອັດການສູນເສຍສໍາ ລັບຮູບພາບດິຈິຕອນ, ໂດຍສະເພາະຮູບພາບທີ່ຖືກຖ່າຍໂດຍກ້ອງດິຈິຕອນ ໃຫ້ສາມາດນໍາໃຊ້ໄດ້ໃນທັນທີ.

3.3 ການນໍາໃຊ້ໂປຣແກຣມຕັດຕໍ່ວິດີໂອ

3.3.1. ແນະນໍາໂປຣແກຣມຕັດຕໍ່ວິດີໂອ

ເຖິງແມ່ນວ່າ, ການຖ່າຍຮູບພາບນຶ່ງຈະສາມາດບັນທຶກໄລຍະເວລາຕ່າງໆໄວ້ໃນຮູບດຽວ, ແຕ່ການຖ່າຍພາບ ເຄື່ອນໄຫວ (video) ແລະ ຮູບເງົາ (cinema) ຈະເຮັດໃຫ້ໄລຍະເວລາເຫຼົ່ານັ້ນມີຊີວິດຊື່ວາຂຶ້ນດ້ວຍການເຄື່ອນໄຫວ ແລະ ການເລົ່າເລື່ອງ. ການຖ່າຍຮູບເງົາ ເນັ້ນການເລົ່າເລື່ອງຜ່ານເຕັກນິກການເຫັນພາບ ຊຶ່ງຊ່ວຍເພີ່ມຄວາມເລິກ ແລະ ຄວາມເຂັ້ມຂຸ້ນໃຫ້ກັບປະສົບການໃນການເບິ່ງຮູບເງົາ, ຊ່ວຍໃຫ້ສາມາດສໍາຫຼວດສາກ, ອາລົມ ແລະ ບໍລິບົດ ຕ່າງໆໄດ້ຢ່າງເລິກເຊິ່ງກວ່າ ດ້ວຍການປະສົມປະສານຂອງການເຄື່ອນໄຫວ, ສຽງ ແລະ ອົງປະກອບຂອງພາບ. ສີ ດັ່ງກ່າວນີ້ ສາມາດປ່ຽນຮູບພາບນຶ່ງໃຫ້ກາຍເປັນເລື່ອງລາວທີ່ຕໍ່ເນື່ອງ, ເຮັດໃຫ້ເປັນເຄື່ອງມືທີ່ຂາດບໍ່ໄດ້ສໍາລັບຜູ້ສ້າງ ຮູບເງົາ ແລະ ຜູ້ສ້າງເນື້ອຫາ ທີ່ຕ້ອງການດຶງດູດຜູ້ເບິ່ງໃນລະດັບທີ່ເລິກເຊິ່ງກວ່າ, ບໍ່ວ່າຈະເປັນການຖ່າຍພາບດ້ວຍ

ໂດຣນ (drone) ຫຼື ການຖ່າຍພາບແບບໃກ້ຊິດຂອງສາກທີ່ໜ້າຕື່ນຕາຕື່ນໃຈ, ວິດີໂອ ແລະ ຮູບເງົາ ຍັງສະເໜີສິ່ງທີ່ມີປະສິດທິພາບສໍາຫຼັບການສະແດງອອກ ແລະ ການເລົ່າເລື່ອງທີ່ສ້າງສັນ.

ຮູບທີ 14. ໂປຣແກຣມຕັດຕໍ່ວິດີໂອທີ່ນິຍົມ



Premiere Pro



Final Cut Pro

Premiere Pro: ຊອຟແວຕັດຕໍ່ວິດີໂອຊັ້ນນໍາໃນອຸດສາຫະກໍາຮູບເງົາ, ໂທລະພາບ ແລະ ເວັບໄຊທ໌ມາຫຼາຍກວ່າ 2 ທົດສະວັດ. ນັບຕັ້ງແຕ່ຜູ້ລິເລີ່ມຕັດຕໍ່ວິດີໂອຈົນເຖິງນັກສ້າງຮູບເງົາມືອາຊີບ ກໍໄດ້ນໍາໃຊ້ໂປຣແກຣມດັ່ງກ່າວເພື່ອຕັດຕໍ່ວິດີໂອ ແລະ ຕັດຕໍ່ສຽງ ສ້າງຜົນງານອັນລ້ຳຄ່າເຜີຍແຜ່ອອກອາກາດທາງໂທລະພາບ ແລະ ເວັບໄຊທ໌ສູ່ສັງຄົມ.

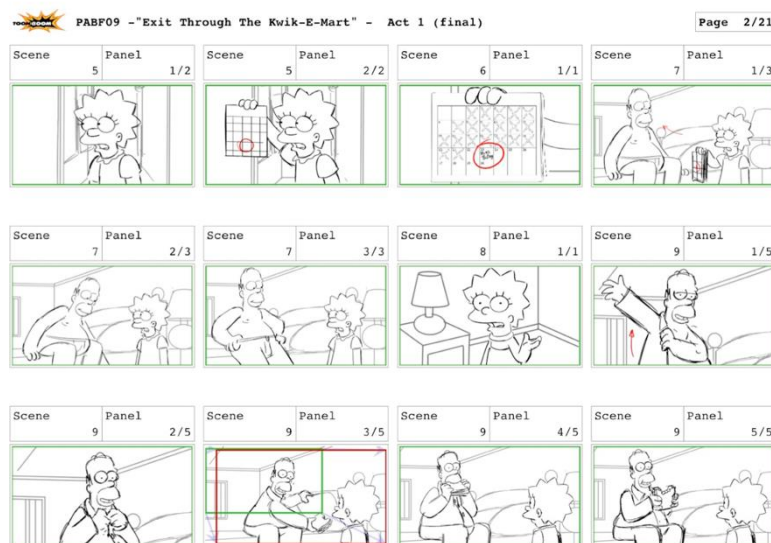
Final Cut Pro: ນັບຕັ້ງແຕ່ປີ 1998 ເປັນຕົ້ນມາ, Apple inc., ໄດ້ສ້າງ ແລະ ຮວບຮວມແອັບພລິເຄຊັນຊັ້ນນໍາຊຶ່ງໜຶ່ງໃນນັ້ນແມ່ນ Final Cut Pro. ຊອຟແວດັ່ງກ່າວຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ສາມາດນໍາສີ່ເຂົ້າມາຈັດສັນ, ແກ້ໄຂ ແລະ ປະມວນຜົນວິດີໂອ ເພື່ອສ້າງສັນອອກມາເປັນຮູບເງົາ ແລ້ວຖ່າຍທອດໃນຫຼາກຫຼາຍຮູບແບບ, ສ່ວນໃຫຍ່ຈະເນັ້ນກຸ່ມເປົ້າໝາຍຜູ້ໃຊ້ແມ່ນ ນັກຕັດຕໍ່ຜູ້ລິເລີ່ມ ຈົນໄປຮອດນັກສ້າງຮູບເງົາເອກະລາດທົ່ວທັງວົງການສື່.

3.3.2 ຮຽນຮູ້ເຄື່ອງມືໃນການນໍາໃຊ້ໂປຣແກຣມ

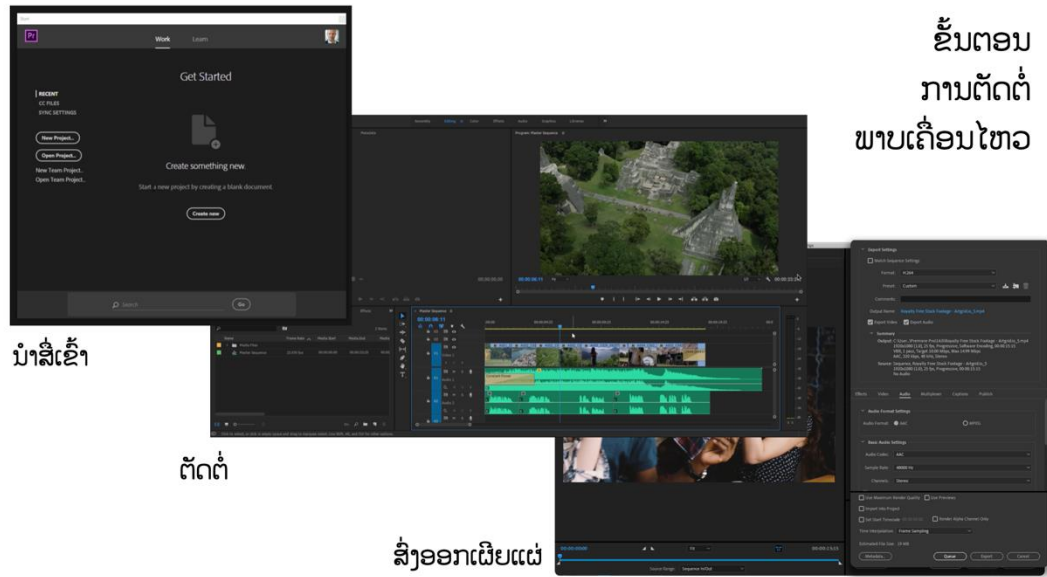
ການຕັດຕໍ່ວິດີໂອ ມີ 4 ຂັ້ນຕອນຫຼັກໆ ຄື: ວາງແຜນແຕ່ລະຂັ້ນຕອນຮ່າງໄວ້ໃນແຜນວາດການເລົ່າເລື່ອງ (Storyboard), ກະກຽມວັດຖຸດິບ (prepare media elements) ເຊັ່ນ: ໄຟລ໌ພາບນຶ່ງ ໄຟລ໌ພາບເຄື່ອນໄຫວ ໄຟລ໌ສຽງ ເປັນຕົ້ນ, ຕັດຕໍ່ຮຽບຮຽງວັດຖຸດິບທັງໝົດ (editing) ຕາມແຜນ ແລະ ຂັ້ນຕອນທີ່ວາງໄວ້, ປະມວນຜົນພາບ (render) ແລະ ນໍາອອກມາໃຊ້ງານ (export) ເພື່ອເຜີຍແຜ່ອອກອາກາດ.

ຮູບທີ 15. ຂັ້ນຕອນການວາງແຜນ

ແຜນວາດ
ການເລົ່າເລື່ອງ
(Storyboard)



ຮູບທີ 16 ຂັ້ນຕອນການຕັດຕໍ່



ນຳສີເຂົ້າ

ຕັດຕໍ່

ສົ່ງອອກເຜີຍແຜ່

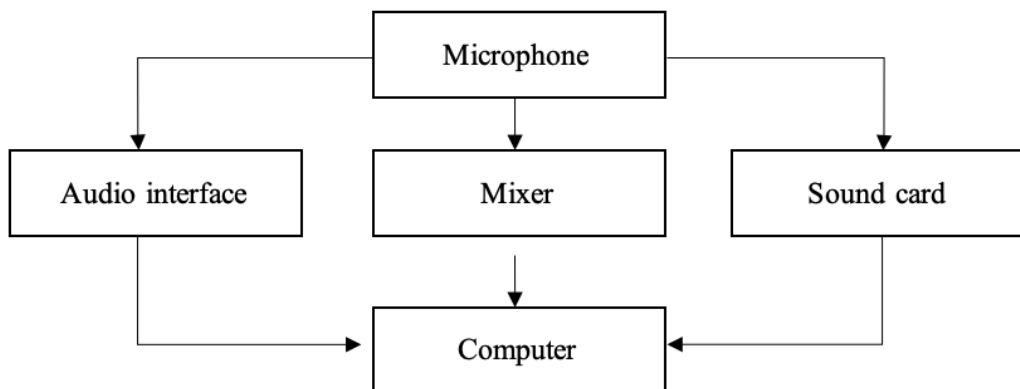
ຂັ້ນຕອນ
ການຕັດຕໍ່
ພາບເຄື່ອນໄຫວ

3.4 ການບັນທຶກ ແລະ ຕັດຕໍ່ສຽງ

3.4.1 ການບັນທຶກສຽງ

ຫຼັກການບັນທຶກສຽງດ້ວຍລະບົບດິຈິຕອນ ເລີ່ມຈາກໄມໂຄຼໂຟນຈະເປັນໜ້າທີ່ປ່ຽນຄື້ນສຽງໃຫ້ເປັນສັນຍານໄຟຟ້າ, ຈາກນັ້ນ ອຸປະກອນແປງສັນຍານສຽງ (Sound card ຫຼື Audio interface) ຈະເຮັດໜ້າທີ່ປ່ຽນສັນຍານໄຟຟ້າໃຫ້ເປັນສັນຍານດິຈິຕອນ ເພື່ອໃຫ້ຄອມພິວເຕີບັນທຶກສຽງໂດຍໃຊ້ໂປຣແກຣມບັນທຶກສຽງຕ່າງໆ.

ຮູບທີ 17. ແຜນວາດຂະບວນການບັນທຶກສຽງ



3.4.2 ໄມໂຄຼໂຟນ

ໄມໂຄຼໂຟນ ຄືອຸປະກອນຮັບຄື້ນສຽງ ແລ້ວແປງເປັນສັນຍານໄຟຟ້າ ແບ່ງຕາມຫຼັກການທາງໄຟຟ້າໄດ້ 2 ປະເພດ ຄື: ແບບ Dynamic ແລະ ແບບ Condenser, ໃນຫ້ອງບັນທຶກສຽງຈະໃຊ້ໄມໂຄຼໂຟນແບບ Dynamic ເພາະວ່າຄວາມໄວໃນການຮັບສຽງລົບກວນໜ້ອຍກວ່າໄມໂຄຼໂຟນແບບ Condenser.

ຮູບທີ 18. ໄມໂຄຼໂຟນແບບ Dynamic ແລະ ແບບ Condenser



3.4.3 ມິກເຊີ (Mixer)

ມິກເຊີ ຄື ອຸປະກອນທີ່ລວມສັນຍານສຽງ, ປັບປຸງຄວາມແຮງຂອງສັນຍານສຽງ, ປັບແຕ່ງສັນຍານສຽງ. ມິກເຊີ ສາມາດປະສົມສັນຍານສຽງໄດ້ທັງລະບົບອານາລັອກ (Analog) ຫຼື ດິຈິຕອນ (Digital) ຕາມແຕ່ລະຊະນິດຂອງມິກເຊີ.

ຮູບທີ 19 ມິກເຊີ (Mixer)



3.4.4 ອຸປະກອນຮັບສັນຍານສຽງ

ອຸປະກອນຮັບສັນຍານສຽງ (Sound card ຫຼື Audio interface) ເປັນອຸປະກອນທີ່ສໍາຄັນສໍາລັບການ ບັນທຶກສຽງລະບົບດິຈິຕອນ ຈະເຮັດໜ້າທີ່ແປງສັນຍານສຽງອານາລັອກໃຫ້ເປັນສັນຍານດິຈິຕອນ ເພື່ອສົ່ງເຂົ້າ

ຄອມພິວເຕີເພື່ອບັນທຶກສຽງ ແລະ ກໍ່ປ່ຽນສັນຍານສຽງດິຈິຕອນໃຫ້ເປັນອານາລັອກ ເພື່ອນຳສັນຍານສຽງອອກສູ່ລຳໂພງ ຫຼື ຫູຟັງ.

ຮູບທີ 20. ອຸປະກອນຮັບສັນຍານສຽງ (Audio interface)



3.4.5 ຄອມພິວເຕີ

ຄອມພິວເຕີ ທີ່ຮັບໃຊ້ການບັນທຶກສຽງ ພ້ອມໂປຣແກຣມສຳລັບບັນທຶກ ແລະ ຕັດຕໍ່ສຽງ ເປັນຄອມພິວເຕີ ທີ່ນຳໃຊ້ທົ່ວໄປກໍ່ສາມາດນຳມາໃຊ້ບັນທຶກສຽງໄດ້.

ຮູບທີ 21. ຄອມພິວເຕີ (Computer)



3.4.6. ຫູຟັງ ແລະ ລຳໂພງ

ເປັນອຸປະກອນທີ່ເຮັດໜ້າທີ່ແປງສັນຍານໄຟຟ້າ ເປັນຄື້ນສຽງທີ່ຫຼຸດຂອງຄົນເຮົາສາມາດຮັບຟັງໄດ້.

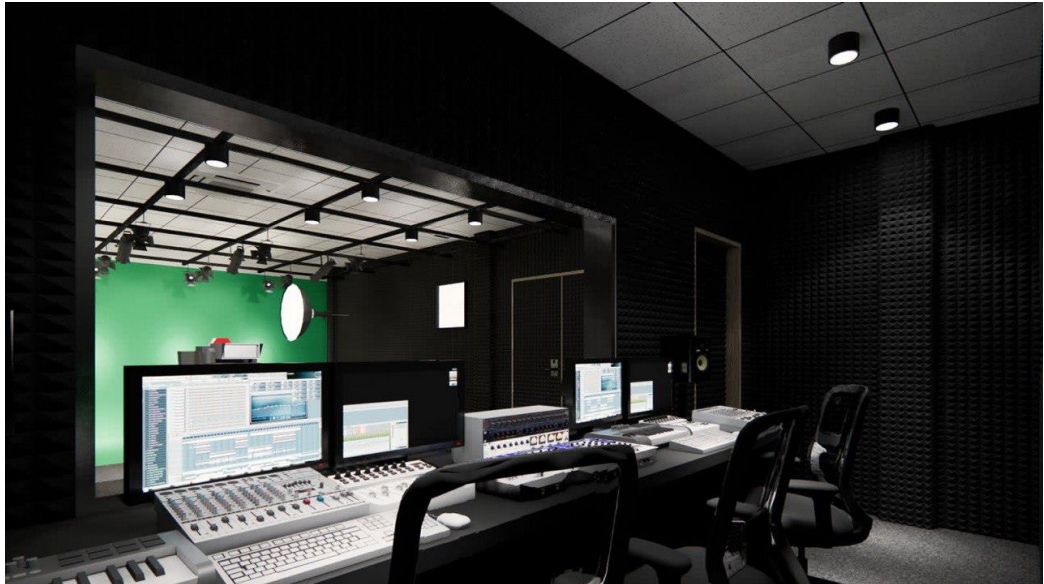
ຮູບທີ 22. ຫູຟັງ ແລະ ລຳໂພງ



3.4.7 ຫ້ອງທີ່ໃຊ້ບັນທຶກສຽງ

ສໍາລັບຫ້ອງທີ່ໃຊ້ບັນທຶກສຽງນັ້ນ ຈະເປັນຫ້ອງທີ່ມີການເກັບສຽງບໍ່ໃຫ້ສຽງສະທ້ອນ ແລະ ບໍ່ໃຫ້ສຽງຈາກດ້ານນອກຜ່ານເຂົ້າມາດ້ານໃນໄດ້ ໂດຍອາດຈະກັກຝາດ້ວຍວັດສະດຸກັນສຽງ ເຊັ່ນ: ແຜ່ນອະຄູສຕິກ (Acoustic board), ຟອງນໍ້າກັນສຽງສໍາລັບຕິດຝາ ເພື່ອດູດກັນສຽງສະທ້ອນໃນຫ້ອງ ເຮັດໃຫ້ສຽງມີຄວາມຊັດເຈນຫຼາຍຂຶ້ນ.

ຮູບທີ 23. ຫ້ອງທີ່ໃຊ້ບັນທຶກສຽງ (Studio)



ເຮົາສາມາດບັນທຶກສຽງໃນຫ້ອງເຮັດວຽກກໍໄດ້ ພຽງແຕ່ຫ້ອງທີ່ໃຊ້ຈະເປັນຫ້ອງທີ່ມີດຽວ ປາສະຈາກສຽງລົບກວນຈາກພາຍນອກ ຊຶ່ງອາດຈະເປັນຫ້ອງເຮັດວຽກທີ່ເປັນຫ້ອງສ່ວນຕົວ ໂດຍລອງທົດສອບເບິ່ງວ່າຫ້ອງທີ່ນໍາໃຊ້ສໍາລັບບັນທຶກສຽງນັ້ນມີສຽງສະທ້ອນ ຫຼື ບໍ່, ຖ້າຫາກມີສຽງສະທ້ອນກໍໃຫ້ຫາຜ້າກັ້ງມາຕິດຕັ້ງໃສ່ປ່ອງຢ້ຽມຂອງຫ້ອງ, ຈັດວາງຕູ້ ແລະ ໂຕະເຮັດວຽກ ເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນສຽງສະທ້ອນພາຍໃນຫ້ອງ; ເມື່ອໄດ້ຫ້ອງທີ່ເໝາະສົມກໍສາມາດບັນທຶກສຽງໄດ້ແລ້ວ.

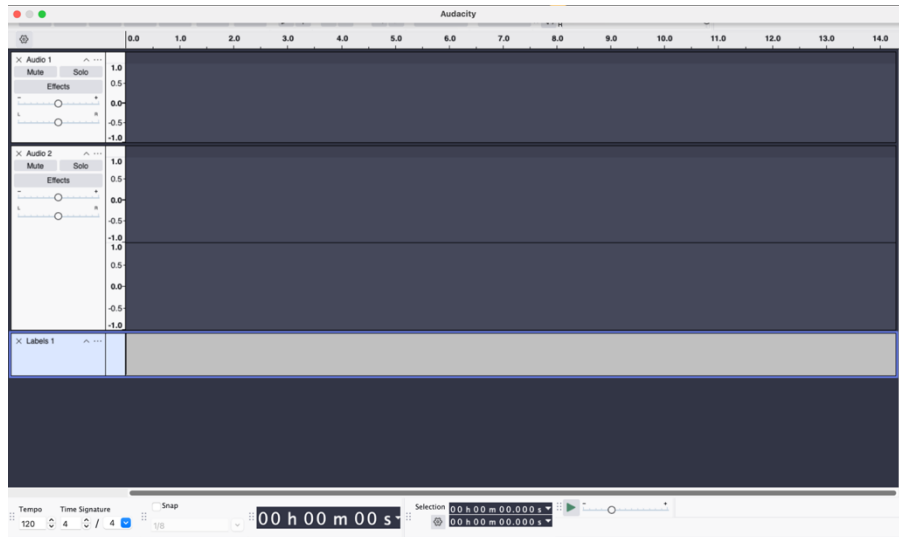
3.4.8 ໂປຣແກຣມທີ່ໃຊ້ໃນການບັນທຶກ ແລະ ຕັດຕໍ່ສຽງ

ປັດຈຸບັນ ໂປຣແກຣມບັນທຶກ ແລະ ຕັດຕໍ່ສຽງ ໄດ້ມີການພັດທະນາຄວາມສາມາດນັບມື້ນັບທັນສະໄໝຂຶ້ນ, ສາມາດປັບແຕ່ງສຽງໄດ້ຫຼາຍຮູບແບບຕາມການນໍາໃຊ້ເຂົ້າໃນແຕ່ລະໜ້າວຽກ ດັ່ງນີ້:

1) Audacity

ເປັນໜຶ່ງໃນໂປຣແກຣມທີ່ໃຊ້ຕັດຕໍ່ ແລະ ບັນທຶກສຽງດ້ວຍການໃຊ້ effect (FX) ຕ່າງໆທີ່ມີຢູ່ພາຍໃນໂປຣແກຣມ ແລະ ມີໃຫ້ເລືອກຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ ເຊັ່ນ: Noise Reduction (ຜ່ອນສຽງລົບກວນ), Amplify (ເພີ່ມສຽງ), ປັບລະດັບຄວາມແຮງສຽງ (Decibel) ເປັນຕົ້ນ ຊຶ່ງໂປຣແກຣມ Audacity ນີ້ ເຖິງແມ່ນວ່າຈະມີເຄື່ອງມື ຫຼື ຮູບແບບການນໍາໃຊ້ໃຫ້ເລືອກຫຼາຍ ແຕ່ກໍບໍ່ຕ້ອງກັງວົນເລີຍວ່າຈະນໍາໃຊ້ຍາກ ເນື່ອງຈາກໂປຣແກຣມນີ້ມີການອອກບວມມາເພື່ອໃຫ້ທຸກຄົນສາມາດນໍາໃຊ້ໄດ້, ພ້ອມທັງຍັງສາມາດເລືອກດາວໂຫຼດໄດ້ໂດຍບໍ່ເສຍຄ່າ ຜ່ານທາງ Windows, MacOS ແລະ Linux.

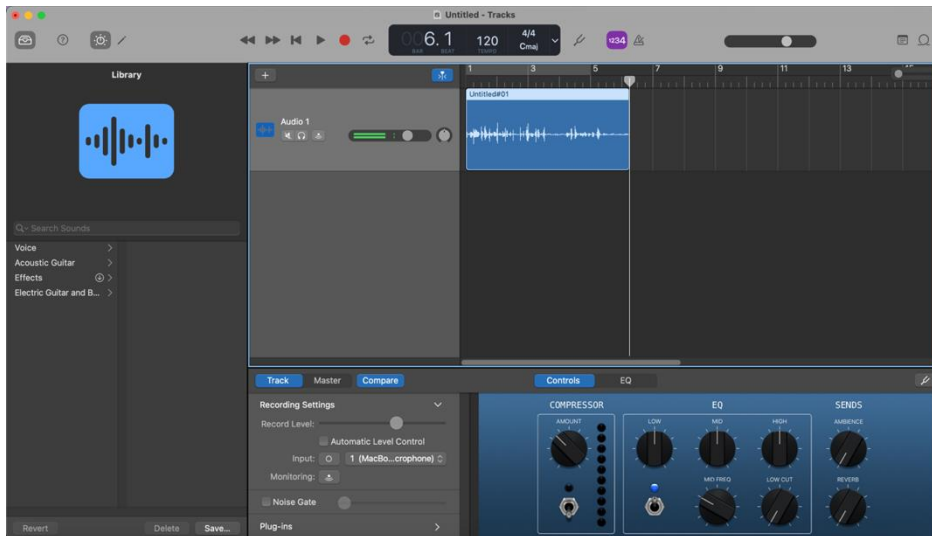
ຮູບທີ 24. ໂປຣແກຣມ Audacity



2) GarageBand

ສໍາຫຼັບຜູ້ທີ່ໃຊ້ MacOS, iOS ຫຼື ແມ່ນແຕ່ iPadOS ອາດຈະເຄີຍເຫັນໜ້າຕາຂອງໂປຣແກຣມນີ້ໄດ້ ເນື່ອງຈາກໂປຣແກຣມນີ້ເປັນໜຶ່ງໃນໂປຣແກຣມບັນທຶກສຽງທີ່ສາມາດດາວໂຫຼດໄດ້ໂດຍບໍ່ເສຍຄ່າ ຜ່ານທາງອຸປະກອນຂອງ apple. ນອກນັ້ນ, ຍັງເປັນ DAW ທີ່ເໝາະສໍາລັບມືໃໝ່ ໂດຍສະເພາະສາມາດບັນທຶກສຽງແບບ Multi Track, ການມືກສຽງ ແລະ ການຂຽນ MIDI ຜ່ານທາງໂປຣແກຣມນີ້ໄດ້ເລີຍ.

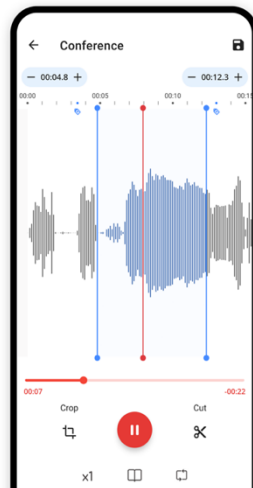
ຮູບທີ 25. ໂປຣແກຣມ GarageBand



3) Voice Recorder

ສໍາລັບໂປຣແກຣມ Voice Recorder ກໍເປັນອີກໜຶ່ງທາງເລືອກສໍາລັບຜູ້ນໍາໃຊ້ Android ຊຶ່ງຜູ້ນໍາໃຊ້ສາມາດບັນທຶກສຽງ ແລະ ຕັດຕໍ່ໄດ້ງ່າຍໆພາຍໃນແອັບພລິເຄຊັນ, ສາມາດເຮັດການປະສານໄຟລ໌ສຽງໃຫ້ກັບການນໍາໃຊ້ໄດ້ຫຼາຍຮູບແບບ ແຕ່ແນະນຳວ່າຖ້າຕ້ອງການສຽງທີ່ມີຄຸນະພາບພຽງພໍ ຄວນໃຊ້ຮ່ວມກັບໄມັດສຽງລົບກວນ.

Select the best part from recording.



ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງມີໂປຣແກຣມອື່ນໆອີກທີ່ ມີອາຊີບນິຍົມນຳໃຊ້ ໂດຍສະເພາະແມ່ນນຳໃຊ້ໃນການເຮັດດິນຕີ, ບັນທຶກສຽງຮ້ອງເພງ ເຊັ່ນ: Cubase ເປັນຕົ້ນ.

3.5 ຂັ້ນຕອນພື້ນຖານ ການຕັດຕໍ່ພາບ ແລະ ສຽງສຳຫຼັບມືໃໝ່

ເມື່ອດາວໂຫຼດ ແລະ ຕິດຕັ້ງ ແອັບພຣິເຄຊັນ CapCut ລົງໃນໂທລະສັບມືຖື ແລ້ວເປີດນຳໃຊ້ເປັນຄັ້ງທຳອິດ, ແອັບພຣິເຄຊັນດັ່ງກ່າວຈະໃຫ້ເຮົາຕອບແບບສອບຖາມ 4 ຂັ້ນຕອນລຸ່ມນີ້ກ່ອນວ່າ ເຮົາຈະນຳໃຊ້ແອັບນີ້ໄປເພື່ອຫຍັງ, ໃນນາມສ່ວນຕົວບໍ່, ນັກຮຽນ, ປະກອບທຸລະກິດ, ຫຼືສ້າງສິ່ງເທິງເປັນອາຊີບ, ການຕັດຕໍ່ສ່ວນໃຫຍ່ ແມ່ນເປັນພາບເຄື່ອນໄຫວຢູ່ໃນໝວດໝູ່ໃດ, ໂຄສະນາ, ລາຍການບັນເທີງ, ບົດສອນອອນລາຍ ໆລໆ; ແລະ ທ້າຍທີ່ສຸດ ແມ່ນທ່ານຮູ້ຈັກ CapCut ຈາກຊ່ອງທາງໃດ, ຈາກແອັບ TikTok, YouTube, Website, ຈາກໝູ່ເພື່ອນ ຫຼືວຽກ.

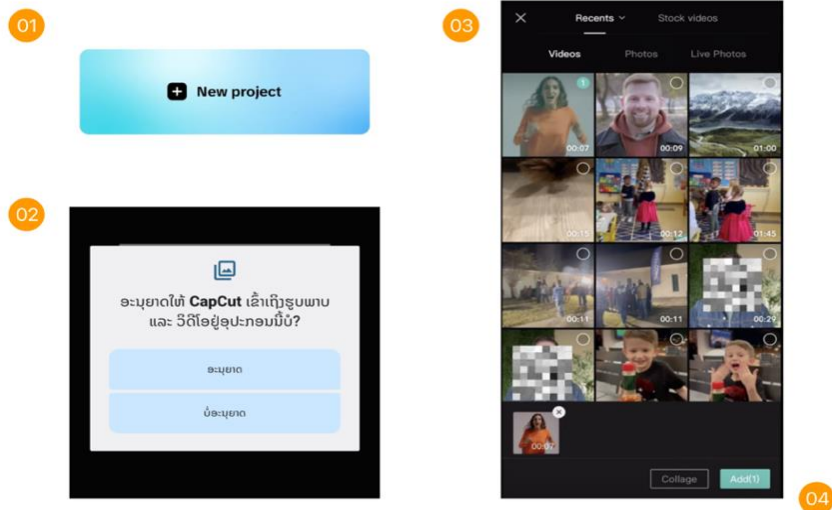
ຂັ້ນຕອນທີ 1: ລົງທະບຽນດ້ວຍ Email ຫຼື ບັນຊີສື່ສັງຄົມອອນລາຍຕ່າງໆ;

ຂັ້ນຕອນທີ 2: ຕອບແບບສອບຖາມຕາມ 4 ຄຳຖາມ (ຖ້າເປີດນຳໃຊ້ເປັນຄັ້ງທຳອິດ);

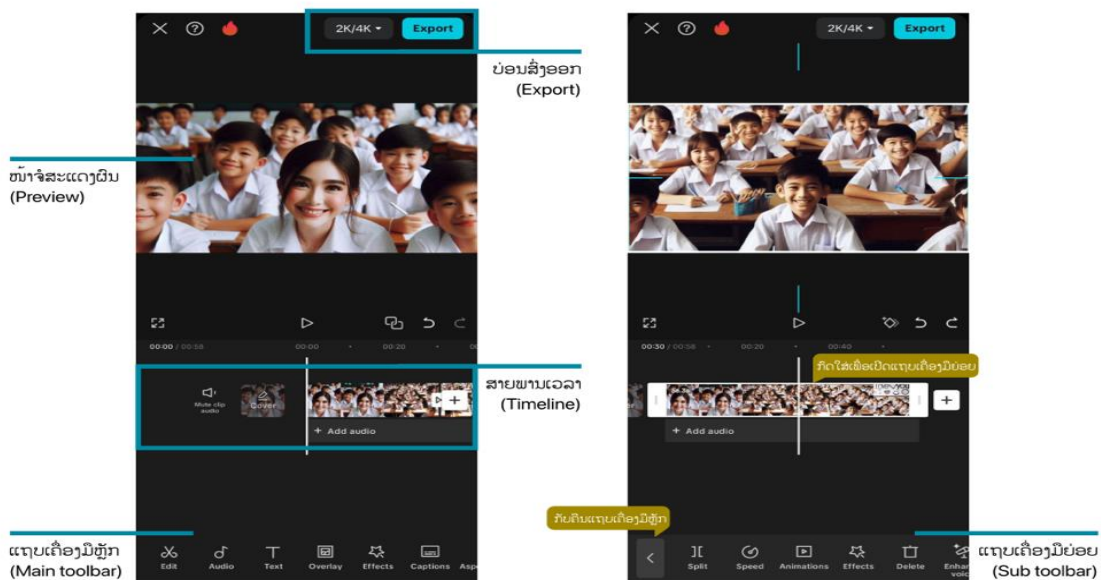
ຂັ້ນຕອນທີ 3: ກົດໃສ່ ປຸ່ມ “New Project” ເພື່ອສ້າງໂຄງການໃໝ່;

ຂັ້ນຕອນທີ 4: ເລືອກຮູບພາບ ຫຼື ພາບເຄື່ອນໄຫວ ແລ້ວກົດ ເພີ່ມ (add) ເພື່ອເພີ່ມເຂົ້າໃນໂຄງການ;

ຂັ້ນຕອນທີ 5: ເລີ່ມຕັດຕໍ່ໄດ້ໃນ Timeline ດ້ານລຸ່ມ;



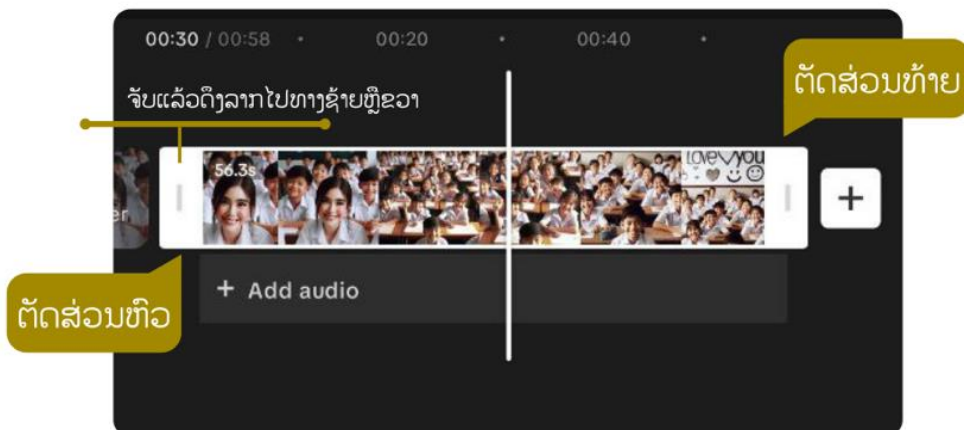
3.5.1 ແນະນຳພື້ນທີ່ການຕັດຕໍ່



- ໜ້າຈໍສະແດງຜົນ: ທ່ານສາມາດສາຍພາບເຄື່ອນໄຫວ, ຂະຫຍາຍເຂົ້າ-ອອກ, ໝູນ ແລະ ມີປະຕິກິລິຍາຕໍ່ກັບພາບເຄື່ອນໄຫວຕົ້ນສະບັບໄດ້ທີ່ໜ້າຕາສະແດງຜົນກ່ອນການນຳໄປຕັດຕໍ່ໃນ ສາຍພານເວລາ (timeline);
- ສາຍພານເວລາ: ທ່ານສາມາດຮວບຮວມຮຽບຮຽງ, ຕັດຕໍ່ພາບເຄື່ອນໄຫວ, ສຽງ, ຕົວໜັງສື ແລະ ອີງປະກອບຕ່າງໆໄດ້ໃນນີ້;
- ແຖບເຄື່ອງມືຫຼັກ: ທຸກເຄື່ອງມືທີ່ທ່ານຕ້ອງການຈະພົບໄດ້ຢູ່ບ່ອນນີ້, ແຖບນີ້ຈະສະແດງຂຶ້ນມາ ເມື່ອບໍ່ມີພາບເຄື່ອນໄຫວຖືກເລືອກຢູ່ໃນ timeline;
- ແຖບເຄື່ອງມືຍ່ອຍ: ນອກຈາກເຄື່ອງມືຫຼັກແລ້ວ, ຍັງມີເຄື່ອງມືຍ່ອຍສະເພາະ ຕົວໜັງສື, ສຽງປະກອບ ໆລໆ.

3.5.2 ວິທີການຕັດຕໍ່ແບບພື້ນຖານ

3.5.2.1 ການຕັດສ່ວນຫົວ ທ້າຍຂອງພາບ-(Trim)



ຫຼັງຈາກເພີ່ມພາບເຂົ້າໃນ ສາຍພານເວລາແລ້ວ, ກະລຸນາເຮັດຕາມຂັ້ນຕອນຂ້າງລຸ່ມນີ້ເພື່ອຕັດສ່ວນຫົວ-ທ້າຍ

ຂັ້ນຕອນທີ 1: ກົດໃສ່ພາບເພື່ອເລືອກ, ທ່ານຈະເຫັນກອບສີຂາວອ້ອມຮອບ;

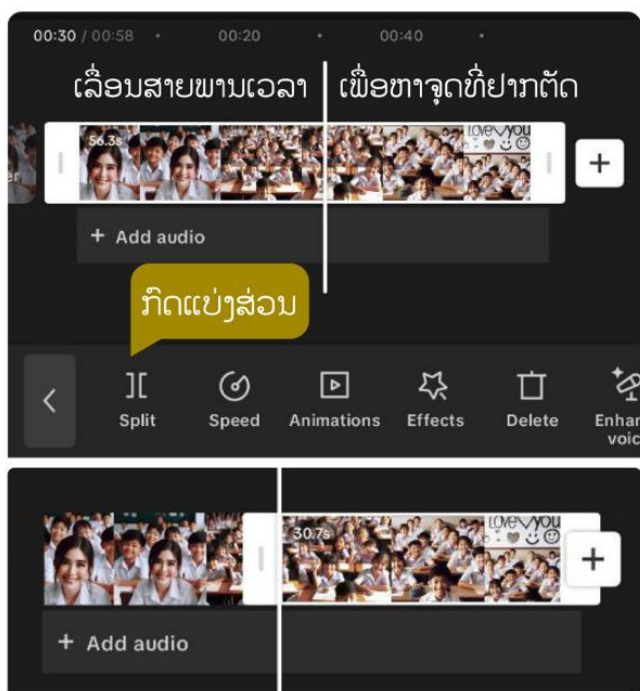
ຂັ້ນຕອນທີ 2: ກົດຄ້າງໃສ່ຂອບສີຂາວ ແລ້ວລາກໄປທາງຊ້າຍ ຫຼືຂວາ ເພື່ອຕັດສ່ວນຫົວ-ທ້າຍ;

ຂັ້ນຕອນທີ 3: ທ່ານຍັງສາມາດລາກກອບສີຂາວກັບຄືນ ເພື່ອດຶງສ່ວນທີ່ຕັດອອກໄປໃຫ້ກັບມາຄືເກົ່າໄດ້.

ເມື່ອທ່ານກຳລັງຕັດພາບໂດຍລາກກອບ, ພາບຍ່ອຍແຕ່ລະສ່ວນທີ່ຕິດກັນນັ້ນຈະເລື່ອນໄປຕາມກອບ ໂດຍທີ່ບໍ່ປະຖິ້ມຊ່ອງຫວ່າງ (ໜ້າຈໍພາບເປັນສີດຳ) ໃນໂຄງການຂອງທ່ານ.

ຫາກທ່ານຕ້ອງການຕັດສ່ວນທາງກາງຂອງພາບອອກ, ທ່ານຕ້ອງໃຊ້ຄຳສັ່ງແບ່ງສ່ວນ ແລ້ວລຶບສ່ວນທີ່ບໍ່ຕ້ອງການອອກ ຕາມຂັ້ນຕອນລຸ່ມນີ້:

3.5.2.2 ການແບ່ງສ່ວນຂອງພາບ (Split)



ຂັ້ນຕອນທີ 1: ກົດໃສ່ພາບເພື່ອເລືອກ ແລ້ວເລື່ອນສາຍພານເວລາໄປໃຫ້ກົງກັບຈຸດທີ່ທ່ານຢາກຕັດ;

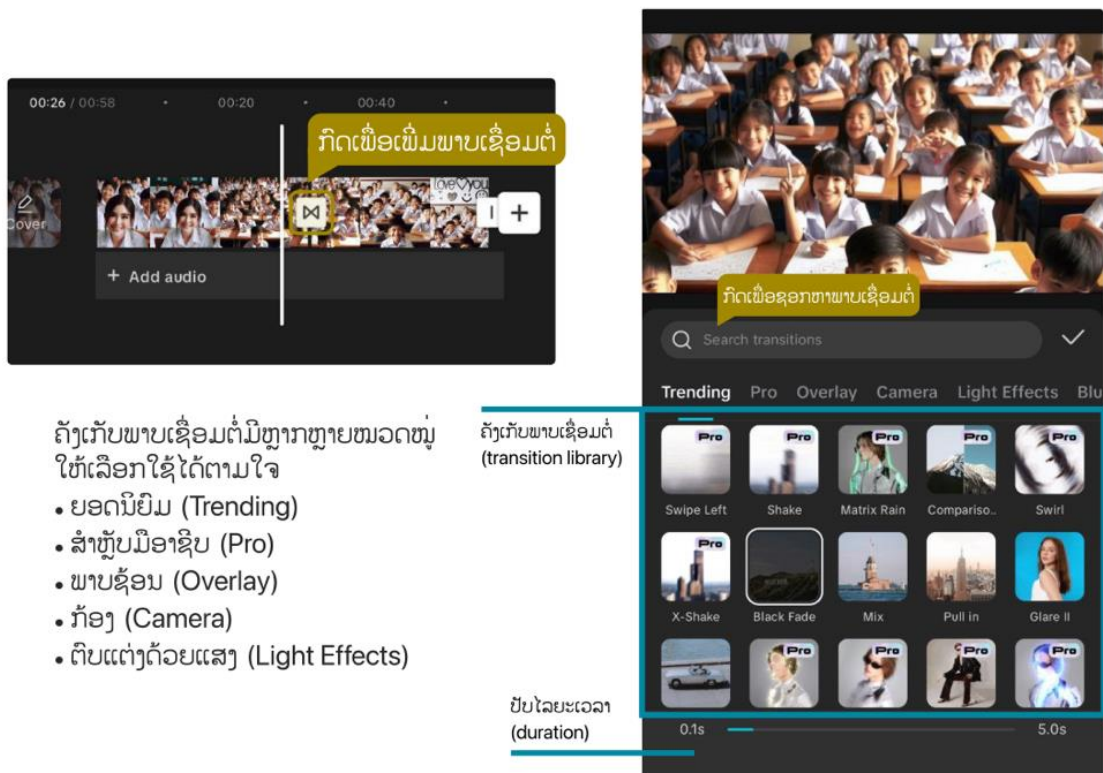
ຂັ້ນຕອນທີ 2: ກົດໃສ່ຄໍາສັ່ງ ແບ່ງສ່ວນ (split) ຢູ່ໃນແຖບເຄື່ອງມືດ້ານລຸ່ມ ເພື່ອຕັດພາບອອກ.

ເມື່ອແບ່ງສ່ວນຂອງພາບແລ້ວ, ທ່ານສາມາດແກ້ໄຂໄດ້ເພີ່ມຕື່ມໄດ້ດັ່ງນີ້:

- ເພີ່ມພາບເຊື່ອມຕໍ່ (transition) ເພື່ອປ່ຽນຜ່ານລະຫວ່າງພາບຍ່ອຍຫຼັງຈາກທີ່ແບ່ງພາບເປັນສອງສ່ວນ;
- ນຳພາບຍ່ອຍສ່ວນທີ່ບໍ່ຕ້ອງການອອກ, ໂດຍການເລືອກໃສ່ພາບທີ່ແບ່ງສ່ວນ ແລ້ວກົດໃສ່ຄໍາສັ່ງ ລຶບອອກ (delete) ຢູ່ໃນແຖບເຄື່ອງມືດ້ານລຸ່ມ;
- ເພີ່ມພາບຍ່ອຍໃໝ່ເຂົ້າໄປໃນລະຫວ່າງສອງພາບທີ່ຖືກແບ່ງສ່ວນ.

3.5.2.3 ການເພີ່ມພາບເຊື່ອມຕໍ່ລະຫວ່າງພາບ (Transition)

ພາບເຊື່ອມຕໍ່ຍອດນິຍົມສ່ວນໃຫຍ່ທີ່ໃຊ້ກັນຢູ່ໃນ TikTok ແມ່ນມາຈາກໂຄງຮ່າງສໍາເລັດຮູບຂອງ CapCut ທີ່ກົດປຸ່ມດຽວນໍາໃຊ້ໄປຕັດຕໍ່ໄດ້ທັນທີ. ດ້ວຍໂຄງຮ່າງເຫຼົ່ານີ້, ທ່ານສາມາດສ້າງພາບເຊື່ອມຕໍ່ທີ່ມະຫັດສະຈັນໄດ້ ໂດຍບໍ່ຈໍາເປັນຕ້ອງມີປະສົບການໃດໆ.



ຂັ້ນຕອນທີ 1: ນຳພາບ 2 ອັນ ຫຼືຫຼາຍກວ່ານັ້ນເຂົ້າໃນໂຄງການ ຫຼື ,ແບ່ງສ່ວນພາບເຄື່ອນໄຫວທີ່ຍາວອອກເປັນພາບຍ່ອຍ;

ຂັ້ນຕອນທີ 2: ກົດໃສ່ປຸ່ມທີ່ຢູ່ລະຫວ່າງພາບຍ່ອຍ ເພື່ອເປີດແຖບແກ້ໄຂພາບເຊື່ອມຕໍ່;

ຂັ້ນຕອນທີ 3: ລອງນຳໃຊ້ພາບເຊື່ອມຕໍ່ແຕ່ລະແບບ ແລະ ຫຼິ້ນພາບເຄື່ອນໄຫວຄືນ ເພື່ອຫາອັນທີ່ທ່ານຕ້ອງການທີ່ສຸດ.

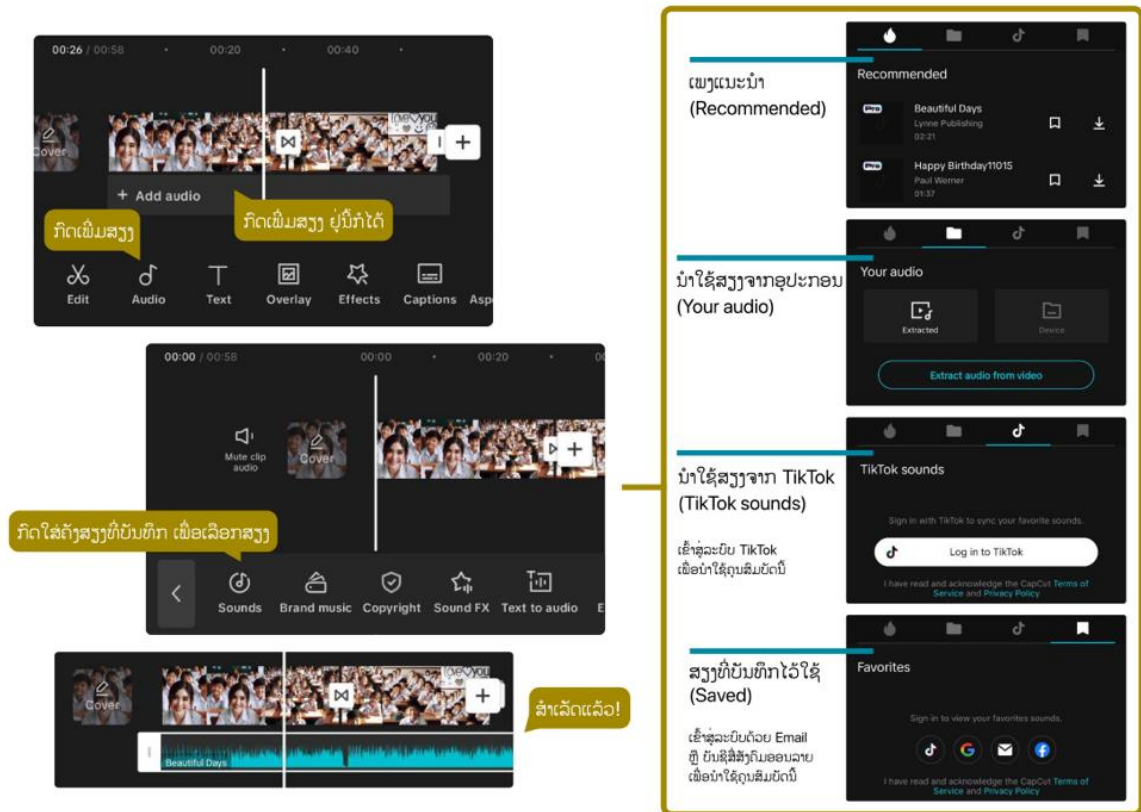
ໝາຍເຫດ: ທ່ານສາມາດກົດໃສ່ປຸ່ມແກ້ໄຂພາບເຊື່ອມຕໍ່ທີ່ຢູ່ລະຫວ່າງພາບຍ່ອຍອີກຄັ້ງ ເພື່ອປັບປຸງ ຫຼື ລຶບພາບເຊື່ອມຕໍ່ອອກ

- ລາກວົງມົນໄປທາງຊ້າຍ ຫຼືຂວາ ເພື່ອປັບໄລຍະເວລາຂອງພາບເຊື່ອມຕໍ່
- ກົດໃສ່ປຸ່ມວົງມົນທີ່ມີກາໄຂວ່ ເພື່ອຍົກເລີກນຳໃຊ້ພາບເຊື່ອມຕໍ່

ເພື່ອນຳໃຊ້ໂຄງຮ່າງພາບເຊື່ອມຕໍ່ຍອດນິຍົມໃນ CapCut ສຳຫຼັບການຕັດຕໍ່ທີ່ຮີບດ່ວນ ການນຳໃຊ້ໂຄງຮ່າງສຳເລັດຮູບນັ້ນງ່າຍດາຍ, ພຽງແຕ່ທ່ານເປີດລິ້ງໂຄງຮ່າງ ແລ້ວແທນທີ່ເນື້ອຫາດ້ວຍພາບຂອງທ່ານເອງ. ແຕ່ດຽວກ່ອນ, ທ່ານຈະຊອກຫາລິ້ງໂຄງຮ່າງໄດ້ຈາກໃສ? ບໍ່ໃຫ້ຫ່ວງ, ນີ້ແມ່ນ [ຄັງເກັບໂຄງຮ່າງຍອດນິຍົມ](#) ສຳຫຼັບ CapCut.

3.5.3 ວິທີການແກ້ໄຂສຽງແບບພື້ນຖານ

3.5.3.1 ການເພີ່ມສຽງເຂົ້າ (Add Audio)



ທ່ານສາມາດເພີ່ມສຽງເພງພື້ນຫຼັງ, ສຽງປະກອບ ແລະ ບັນດາສຽງອື່ນໆ ໃສ່ໃນພາບເຄື່ອນໄຫວ ໂດຍນຳໃຊ້ຄັງສຽງສຳເລັດຮູບໃນ CapCut. ບັນດາສຽງເຫຼົ່ານີ້ແມ່ນສາມາດນຳໃຊ້ໄດ້ຢ່າງອິດສະຫຼະ ໂດຍບໍ່ມີຄ່າລິຂະສິດຜູກມັດໃດໆ, ໝາຍຄວາມວ່າ ທ່ານສາມາດເຜີຍແຜ່ຜົນງານໄດ້ໃນ YouTube ແລະ ບັນດາສື່ສັງຄົມອອນລາຍອື່ນໆ ໂດຍທີ່ບໍ່ລະເມີດກົດໝາຍຊັບສິນທາງປັນຍາ.

ຄຽງຄູ່ໄປກັບການນຳໃຊ້ເພງຈາກຄັງແລ້ວ, ທ່ານຍັງສາມາດໃຊ້ຄຸນສົມບັດແຍກເພງ ອອກຈາກພາບເຄື່ອນໄຫວຕົ້ນສະບັບ. ດ້ວຍວິທີນີ້, ທ່ານຈະບໍ່ສາມາດເຜີຍແຜ່ສຽງ ຫຼື ນຳໃຊ້ສຽງດັ່ງກ່າວໄປໃສ່ໃນພາບເຄື່ອນໄຫວ ແລ້ວເຜີຍແຜ່ອອກສູ່ສາທາລະນະໄດ້, ນອກຈາກນຳໃຊ້ສ່ວນຕົວເທົ່ານັ້ນ.

ຂັ້ນຕອນທີ 1: ເພີ່ມພາບທີ່ຖ່າຍມານັ້ນເຂົ້າໃນໂຄງການ, ກົດໃສ່ປຸ່ມ ສຽງ (audio) ໃນແຖບເຄື່ອງມື;

ຂັ້ນຕອນທີ 2: ກົດໃສ່ປຸ່ມ ສຽງທີ່ບັນທຶກແລ້ວ (sound) ເຊັ່ນ ສຽງດົນຕີ, ສຽງເພງ, ສຽງພາກ, ສຽງປະກອບ ແລ້ວດຶງເຂົ້າມາໃສ່ພາບທີ່ກຽມໄວ້ນັ້ນ;

ຂັ້ນຕອນທີ 3: ທ່ານສາມາດກົດໃສ່ສຽງທີ່ເພີ່ມເຂົ້າມາ ເພື່ອຕັດຫົວ-ຫ້າຍ, ແບ່ງສ່ວນ, ຫຼື ປັບຄວາມໄວ.

3.5.3.2 ການປັບລະດັບສຽງ (Audio Volume)



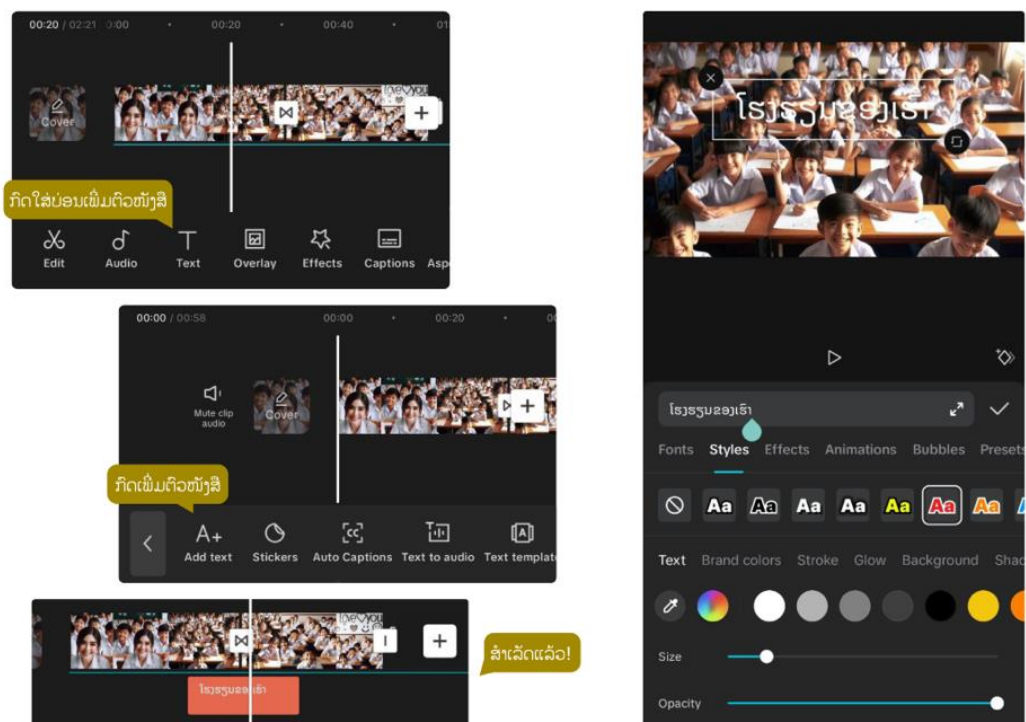
ເພື່ອປັບໃຫ້ສຽງດັງຂຶ້ນ ຫຼື ປົດງຽບໄວ້, ທ່ານສາມາດໃຊ້ເຄື່ອງມືປັບລະດັບສຽງໃນການຕັດຕໍ່

ຂັ້ນຕອນທີ 1: ສຳຫຼັບສຽງເພງ ແລະ ສຽງແວດລ້ອມພື້ນຫຼັງໃນພາບ, ທ່ານສາມາດກົດໃສ່ພາບເຄື່ອນໄຫວໃນສາຍພານເວລາ ແລ້ວກົດໃສ່ປຸ່ມປັບ ລະດັບສຽງ ເພື່ອປັບຄວາມດັງ;

ຂັ້ນຕອນທີ 2: ທ່ານຍັງສາມາດກົດໃສ່ພາບເຄື່ອນໄຫວ, ກົດ ດຶງອອກ (extract) ເພື່ອແຍກສຽງອອກຈາກພາບໄປໄວ້ໃນອີກແຖວສະເພາະໃນສາຍພານເວລາ. ຫຼັງຈາກນັ້ນ, ທ່ານກໍຈະສາມາດປັບລະດັບສຽງໄດ້ຄືກັນກັບສຽງອື່ນໆ.

3.5.4. ວິທີການນຳໃຊ້ຕົວໜັງສືແບບພື້ນຖານ

3.5.4.1 ການເພີ່ມຕົວໜັງສື (Add Text)



ການເພີ່ມຕົວໜັງສື ເປັນວິທີທີ່ງ່າຍ ແລະ ໄວທີ່ສຸດ ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

ຂັ້ນຕອນທີ 1: ສ້າງໂຄງການໃໝ່ ແລະ ນຳພາບນັ້ງ, ພາບເຄື່ອນໄຫວ, ສຽງ ງລຽງ ເຂົ້າຕາມທ່ານຕ້ອງການ;

ຂັ້ນຕອນທີ 2: ກົດໃສ່ປຸ່ມ ຕົວໜັງສື (text) ຢູ່ທາງກ້ອງແຖບເຄື່ອງມື;

ຂັ້ນຕອນທີ 3: ພິມຂໍ້ຄວາມທີ່ທ່ານຕ້ອງການ, ປັບສີ, ແປງຕົວອັກສອນ, ປ່ຽນພາສາ ງລຽງ;

ຂັ້ນຕອນທີ 4: ຫຼັງຈາກທີ່ເພີ່ມຕົວໜັງສືໃສ່ໃນສາຍພານເວລາແລ້ວ, ທ່ານສາມາດລາກກອບໄປທາງຊ້າຍ ຫຼືຂວາ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຕົວໜັງສືສະແດງຢູ່ດິນປານໃດເທິງໜ້າຈໍ.

ທາງຂ້າງແຖບ ຮູບແບບ (style) ສຳຫຼັບຕົວໜັງສື, ທ່ານສາມາດນຳໃຊ້ ການຕົບແຕ່ງ, ການເຄື່ອນໄຫວໃສ່ຕົວໜັງສືໃຫ້ມີຊີວິດຊີວາຂຶ້ນມາ. ສ່ວນໃຫຍ່ຈະມີຮູບແບບສຳເລັດຮູບໄວ້ແລ້ວ, ເຮັດໃຫ້ທ່ານສາມາດນຳໃຊ້ໄດ້ຢ່າງງ່າຍດາຍ ແມ່ນວ່າຈະບໍ່ຊຳນິຊຳນານທຽບເທົ່າມືອາຊີບກໍຕາມ.

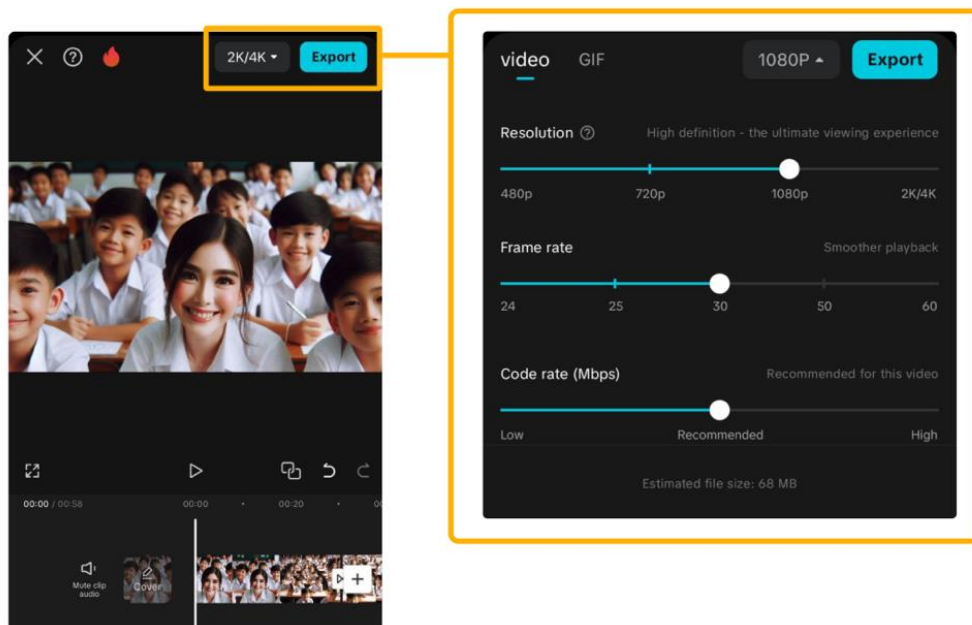
3.5.4.2 ການເຮັດໃຫ້ຕົວໜັງສືໂປ່ງໃສ (Text Transparent)

ຫຼັງຈາກເພີ່ມຕົວໜັງສືໃສ່ໃນພາບແລ້ວ, ທ່ານສາມາດປັບລະດັບຄວາມໂປ່ງໃສຈາກໆເພື່ອສ້າງຮູບແບບທີ່ເປັນເອກະລັກໃຫ້ຕົວໜັງສື ໂດຍສະເພາະການໃສ່ຂໍ້ຄວາມ ຫຼື ຮູບພາບທີ່ບິ່ງບອກເຖິງລິຂະສິດຂອງທ່ານເອງ, ວາງໄວ້ມຸມໃດມຸມໜຶ່ງຂອງພາບ.

ຂັ້ນຕອນທີ 1: ກົດໃສ່ປຸ່ມ ຕົວໜັງສື (text), ພິມຂໍ້ຄວາມ ແລ້ວກົດຢືນຢັນ;

ຂັ້ນຕອນທີ 2: ໃນແຖບ ຮູບແບບ (style), ດຶງ ລະດັບທົບແສງ (opacity) ເພື່ອປັບຄວາມໂປ່ງໃສຂອງຕົວໜັງສື ຫຼື ຫົວຂໍ້.

3.5.5 ວິທີການນຳພາບອອກ ແລະ ເຜີຍແຜ່



ສຸດທ້າຍນີ້, ຫຼັງຈາກຕັດຕໍ່ພາບເຄື່ອນໄຫວສຳເລັດແລ້ວ, ທ່ານສາມາດກົດປຸ່ມ ນຳອອກ (export) ຢູ່ທາງດ້ານມຸມຂວາເທິງ. ໃນປະຈຸບັນ CapCut ຮອງຮັບຄວາມລະອຽດພາບໃນຂະໜາດສູງສຸດ 4K.

ນີ້ແມ່ນຄຳມາດຕະຖານຕ່າງໆທີ່ຮອງຮັບ ດັ່ງລຸ່ມນີ້

- ຂະໜາດຄວາມລະອຽດພາບ (resolution): 480p, 720p, 1080p, 2K/4K;

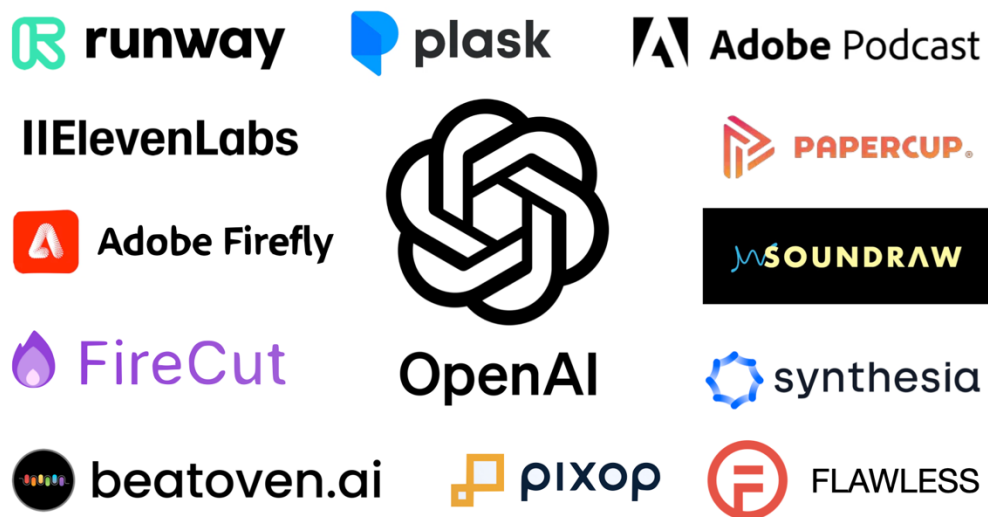
- ອັດຕາພາບຕໍ່ວິນາທີ (frame rate): 24, 25, 30, 50, 60;
- ມີຕິພາບທີ່ມີໄລຍະການຮັບແສງສະຫວ່າງ ແລະ ເງົາ ທີ່ສູງແບບອັດສະລິຍະ (smart HDR): ປຸ່ມເພີ່ມຕື່ມ ເພື່ອປັບພາບໃຫ້ເປັນຮູບແບບ Smart HDR.

ໂດຍສ່ວນໃຫຍ່ແລ້ວ, ຖ້າແມ່ນພາບເຄື່ອນໄຫວທົ່ວໄປທີ່ສະແດງໃນສິ່ງຄົມອອນລາຍ ແມ່ນແນະນຳໃຫ້ນຳໃຊ້ ຂະໜາດຄວາມລະອຽດພາບ ຂຶ້ນຕໍ່າ 1080p, ຍິ່ງສູງຍິ່ງລະອຽດ ແຕ່ຂໍ້ຄຳນຶງແມ່ນຂະໜາດເນື້ອທີ່ຄວາມຈຳຈະສູງ ຊຶ່ງສັງເກດໄດ້ຈາກຄ່າຄາດປະມານຂະໜາດໄຟລ໌ (Estimated file size) ດ້ານລຸ່ມໃນແຖບນຳອອກ (Export). ສ່ວນອັດຕາພາບຕໍ່ວິນາທີແມ່ນ 23.976 ຫຼື 24 fps. ຫຼັງຈາກທີ່ຕັ້ງຄ່າຮຽບຮ້ອຍແລ້ວ ກໍໃຫ້ກົດປຸ່ມ ນຳອອກ ແລ້ວ ເລືອກບ່ອນທີ່ຢາກບັນທຶກໄວ້ໄດ້ເລີຍ.

3.6 ການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີປັນຍາປະດິດເຂົ້າໃນການຜະລິດສື່

3.6.1 ແນະນຳໂປຣແກຣມ

ຮູບທີ 26. ປັນຍາປະດິດເພື່ອການຜະລິດສື່



GPT-4o: ສຸດຍອດປັນຍາປະດິດ (Artificial Intelligent: AI) ສະບັບຫຼ້າສຸດທີ່ພັດທະນາໂດຍ OpenAI. ພຽງແຕ່ພົມຂໍ້ຄວາມໃນສິ່ງທີ່ທ່ານຕ້ອງການ ແລ້ວມັນຈະສ້າງທຸກສິ່ງຢ່າງຈາກແນວຄວາມຄິດທ່ານ, ສ້າງ ແຜນວາດການຖ່າຍແຕ່ລະມຸມທີ່ຈະເລົ່າເລື່ອງ, ສ້າງລາຍລະອຽດທາງເຕັກນິກເພື່ອສ້າງຮູບເງົາ ຫຼື ແຕ່ງບົດປະພັນ ເລື່ອງທັງໝົດໃຫ້ໄດ້ເລີຍ.

Sora: ເຄື່ອງມືແປງຂໍ້ຄວາມໃຫ້ເປັນພາບເຄື່ອນໄຫວສຸດລະຫັກໄດ້ໃນພົບຕາ ພັດທະນາໂດຍ OpenAI ໄດ້ປ່ຽນແປງວົງການບັນເທີງ ແລະ ສື່ຕ່າງໆໃນທົ່ວໂລກ ແລະ ນີ້ຄືແບບຢ່າງທີ່ດີເລີດໃນວົງການສ້າງຮູບເງົາດ້ວຍ AI;

Runway: ປັນຍາປະດິດສຳລັບນັກສ້າງຮູບເງົາ ທີ່ສາມາດເຮັດໄດ້ທຸກຢ່າງຕັ້ງແຕ່ການຕັດຕໍ່ພາບເຄື່ອນໄຫວ ດ້ວຍການບັນຍາຍພຽງຂໍ້ຄວາມ, ການກຳຈັດວັດຖຸທີ່ລົບກວນຢູ່ໃນພາບ ຫຼື ແມ່ນແຕ່ສ້າງພາບເຄື່ອນໄຫວໃຫ້ໃໝ່ໄດ້ ທັງໝົດເລີຍ;

Wonder Studio: ປັນຍາປະດິດທີ່ມີປະສິດທິພາບສ້າງພາບເຄື່ອນໄຫວ, ຈັດແສງ ແລະ ສ້າງຕົວລະຄອນ ສົມມຸດປະກອບສາກດ້ວຍຄວາມສາມາດ Computer Graphic: CG ເຂົ້າໄປໃນເລື່ອງແບບຖ່າຍທອດສິດ;

Eleven Labs: ປັນຍາປະດິດທີ່ປ່ຽນພຽງຂໍ້ຄວາມຂອງທ່ານໃຫ້ກາຍເປັນສຽງເວົ້າ ຫຼືບົດສົນທະນາທີ່ ສົມຈິງ;

Adobe Firefly: ປັນຍາປະດິດທີ່ສາມາດສ້າງແຜນວາດການເລົ່າເລື່ອງ (storyboards), ປ່ຽນສືຂອງແຕ່ລະອົງປະກອບພາບ, ເວລາຂອງວັນ ຫຼື ຄື້ນຫາຈຸດບົກພອງໃນຮູບເງົາ ແລ້ວພັດທະນາໃຫ້ສົມບູນແບບໄດ້ ພຽງແຕ່ພິມຂໍ້ຄວາມຂອງທ່ານເທົ່ານັ້ນ;

FireCut: ເຄື່ອງມືທີ່ເປັນຄ້າຍຄືກັບຜູ້ຊ່ວຍສ່ວນຕົວຂອງທ່ານໃນການແກ້ໄຂພາບເຄື່ອນໄຫວທັງໝົດ ຊຶ່ງມີຄວາມສາມາດໃນການແກ້ໄຂພາບເຄື່ອນໄຫວໄລຍະຍາວເຕັມເລື່ອງ ໂດຍການຕັດສຽງລົບກວນ ຫຼືສຽງທີ່ງຽບ ບໍ່ມີບົດສິນທະນາອອກ, ສາມາດສະຫຼັບສັບປ່ຽນລະຫວ່າງຜູ້ບັນຍາຍ ເຊັ່ນ ຜູ້ຖາມ ຜູ້ຕອບ ໃນການສຳພາດ ແລະ ສະຫຼັບປ່ຽນມຸມກ້ອງ. ນອກຈາກນັ້ນ, ຍັງສາມາດເພີ່ມຄຳບັນຍາຍພາບດ້ວຍການກົດພຽງປຸ່ມດຽວ;

Beatoven: ເວັບໄຊທ໌ແຕ່ງເພງອອນລາຍ ທັງທຳນອງ ແລະ ສຽງຮ້ອງ ທີ່ເໝືອນກວ່າ **Suno** ເຖິງແມ່ນວ່າທ່ານຈະບໍ່ມີທັກສະທາງດ້ານດິນຕີເລີຍກໍຕາມ;

Creative Reality Studio: ຖ່າຍຮູບ ຫຼື ນຳຮູບພາບຂອງບຸກຄົນ ຫຼືຕົວລະຄອນໃດໜຶ່ງ ນຳເຂົ້າໃສ່ປັນຍາປະດິດ Creative Reality Studio ກໍຈະປ່ຽນຮູບພາບດັ່ງກ່າວໃຫ້ກາຍເປັນຜູ້ບັນຍາຍໃນຮູບແບບວິດີໂອດິຈິຕອນດ້ວຍການກົດພຽງປຸ່ມດຽວ;

Kive.ai: ເຄື່ອງມືຈັດລະບຽບຮູບພາບໂດຍການຈັດໝວດໝູ່ອັດຕະໂນມັດດ້ວຍລະບົບປັນຍາປະດິດ ເພື່ອຄວາມສະດວກໃນການຄົ້ນຫາ ແລະ ນຳໃຊ້ຮູບພາບຂອງທ່ານ ໂດຍທີ່ທ່ານບໍ່ຕ້ອງຈັດລະບຽບຮູບພາບເອງອີກເລີຍ.

Adobe Podcast: ບັນທຶກສຽງ ແລະ ບົດສິນທະນາໃນຮູບແບບພອດແຄສ (Podcast) ດ້ວຍເຄື່ອງມືທີ່ຂັບເຄື່ອນດ້ວຍປັນຍາປະດິດທີ່ເພີ່ມຄຸນນະພາບໃຫ້ກັບສຽງຂອງທ່ານ ແລະ ຍັງສາມາດຖອດຂໍ້ຄວາມສຽງອອກມາເປັນຄຳບັນຍາຍໄດ້ໂດຍອັດຕະໂນມັດ ພຽງແຕ່ທ່ານພິມຂໍ້ຄວາມຄຳສັ່ງໃນສິ່ງທີ່ຕ້ອງການ;

Imagine 3D: ປັນຍາປະດິດທີ່ສ້າງຕົວລະຄອນ 3 ມິຕິ ຈາກການພິມຂໍ້ຄວາມໃນສິ່ງທີ່ທ່ານຕ້ອງການ ຊຶ່ງພັດທະນາໂດຍ Luma Labs;

Papercup: ປັນຍາປະດິດທີ່ສ້າງສຽງບັນຍາຍ ຫຼື ສຽງພາກຕົວລະຄອນໃຫ້ກັບຮູບເງົາຂອງທ່ານໄດ້ໃນຫຼາກຫຼາຍພາສາ;

SOUNDRAW: ປັນຍາປະດິດທີ່ສາມາດແຕ່ງເພງໃຫ້ຮູບເງົາ ຫຼື ພາບເຄື່ອນໄຫວ ໄດ້ຕາມໃຈທີ່ທ່ານກຳນົດເອງ ໂດຍທີ່ຖືກຕ້ອງຕໍ່ກົດໝາຍລິຂະສິດຕາມຊັບສິນທາງປັນຍາ ແລະ ນຳໃຊ້ໄດ້ຢ່າງອິດສະຫຼະ;

Synthesia.io: ສ້າງວິດີໂອຈາກຂໍ້ຄວາມ, ເອກະສານ ຫຼື ເນື້ອໃນຈາກເວັບໄຊທ໌ໃຫ້ເປັນຕົວລະຄອນດິຈິຕອນບັນຍາຍດ້ວຍບົດນຳສະເໜີໄດ້ຢ່າງງ່າຍດາຍ ຊຶ່ງສາມາດກຳນົດໄດ້ຫຼາຍກວ່າ 120 ພາສາ;

Flim: ເຄື່ອງມືທີ່ຂັບເຄື່ອນດ້ວຍປັນຍາປະດິດ ໃຫ້ຄື້ນຫາຮູບພາບນຶ່ງຈາກຖານຂໍ້ມູນຮູບເງົາ, ໂທລະພາບ, ເພງປະກອບ ແລະ ສື່ໂຄສະນາ;

Plask: ເຄື່ອງມືສ້າງ ແລະ ແກ້ໄຂຕົວລະຄອນດິຈິຕອນທີ່ເຄື່ອນໄຫວໄດ້ໃນບຣາວເຊີ ດ້ວຍການຈັບທ່າທາງການເຄື່ອນໄຫວ (motion capture) ຕົວທ່ານເອງຈາກກ້ອງຕິດຄອມພິວເຕີ (webcam) ຂອງທ່ານ;

Nova.ai: ເຄື່ອງມືທີ່ຊ່ວຍໃຫ້ທ່ານຄົ້ນຫາເນື້ອໃນ ແລະ ອົງປະກອບປົກຄຸມຍ່ອຍຕ່າງໆພາຍໃນພາບເຄື່ອນໄຫວໃຫຍ່ ພຽງແຕ່ທ່ານພິມຂໍ້ຄວາມຄຳສັ່ງໃນສິ່ງທີ່ຕ້ອງການ;

TrueSync: ເຄື່ອງມືຊ່ວຍຈັບຄູ່ສຽງຂອງຕົວລະຄອນຈາກການເໜັງຕີງຂອງປາກໃຫ້ກົງກັບພາບເຄື່ອນໄຫວການສິນທະນາ ໄດ້ໃນຫຼາກຫຼາຍພາສາ;

Pixop: ປັນຍາປະດິດທີ່ຊ່ວຍແກ້ໄຂສຽງລົບກວນ, ສຽງດັງ, ພາບທີ່ມີສັນຍານລົບກວນທາງດິຈິຕອນ, ພາບມົວ — Noise ເພື່ອປັບປຸງໃຫ້ສົມບູນແບບທີ່ສຸດ;

DeepBrain AI: ປັນຍາປະດິດທີ່ສ້າງຕົວລະຄອນດິຈິຕອນເພື່ອບັນຍາຍໃນພາບເຄື່ອນໄຫວ ໂດຍການພິມສິ່ງທີ່ທ່ານຕ້ອງການໃຫ້ພວກເຂົາເວົ້າ;

Pictory: ປັນຍາປະດິດລະບົບຄຣາວທີ່ສາມາດຕັດຕໍ່ພາບເຄື່ອນໄຫວໄດ້ໃນອອນລາຍ ພຽງແຕ່ທ່ານພິມຂໍ້ຄວາມທີ່ຕ້ອງການ;

Topaz Video AI: ຂະຫຍາຍຄວາມລະອຽດຂອງຂະໜາດພາບເຄື່ອນໄຫວ, ປັບປຸງໃຫ້ສວຍງາມ, ແກ້ໄຂສຽງລົບກວນ, ເພີ່ມອັດຕາສ່ວນພາບໂດຍບໍ່ກະທົບຕົ້ນສະບັບ, ຫຼືປັບໃຫ້ພາບເຄື່ອນໄຫວນັ້ນຊ້າລົງຕາມໃຈຕ້ອງການ;

Make-A-Video: ປັນຍາປະດິດລ້ຳສະໄໝ ພັດທະນາໂດຍ Meta Platforms, Inc., ທີ່ສ້າງພາບເຄື່ອນໄຫວດ້ວຍຄໍາສັ່ງພຽງແຕ່ຂໍ້ຄວາມທີ່ຕ້ອງການ;

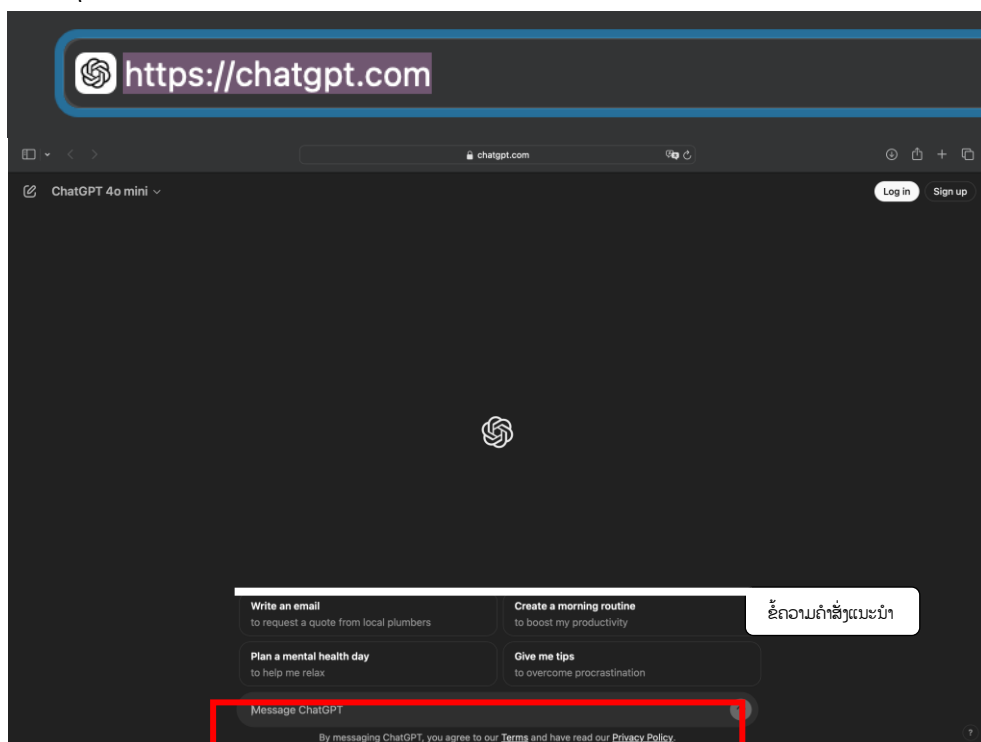
Rokoko Video: ເຄື່ອງມືຈັບທາງການເຄື່ອນໄຫວ (motion capture) ທີ່ຊ່ວຍໃຫ້ທ່ານສາມາດບັນທຶກໄດ້ຢ່າງງ່າຍດາຍດ້ວຍໂທລະສັບມືຖືເທົ່ານັ້ນ.

3.6.2 ເຄື່ອງມື ປັນຍາປະດິດທົ່ວໄປ ChatGPT

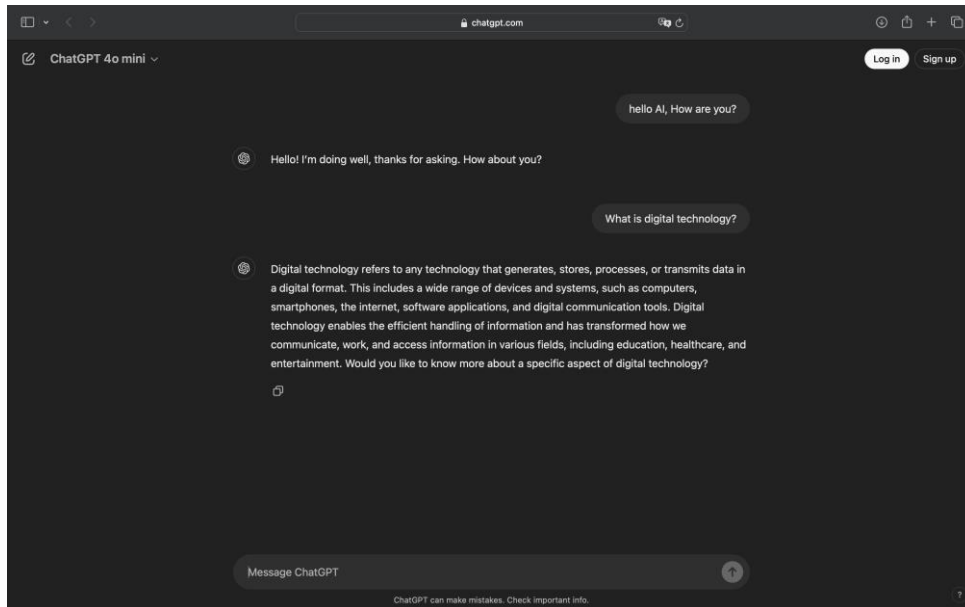
ChatGPT ແມ່ນ ປັນຍາປະດິດ ທີ່ສາມາດແນະນຳວິທີແກ້ໄຂບັນຫາດ້ວຍການຕອບຄໍາຖາມ ໂດຍໃຊ້ນ້ຳສຽງ ແລະ ພາສາທີ່ເປັນທຳມະຊາດໃກ້ຄຽງກັບມະນຸດທີ່ສຸດ, ພັດທະນາໂດຍ OpenAI.

- ChatGPT ແມ່ນ ສາມາດນຳໃຊ້ໄດ້ແບບບໍ່ມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ;
- ChatGPT Plus ມີຄຸນສົມບັດຂັ້ນສູງ, ມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ \$20/ເດືອນ;
- ChatGPT Teams, ສໍາຫຼັບທຸລະກິດ ທີ່ມີຜູ້ນຳໃຊ້ 2 ຄົນຂຶ້ນໄປຕໍ່ບັນຊີ, ມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ \$25/ເດືອນ.

ຂັ້ນຕອນທີ 1: ໄປທີ່ເວັບໄຊທ໌ <https://chat.openai.com/> ຫຼື <https://chatgpt.com/> ຫຼື ດາວໂຫຼດຜ່ານຮ້ານຄ້າແອັບພລິເຄຊັນກໍໄດ້, ແຕ່ໃຫ້ຮູ້ໄວ້ວ່າ ເວັບໄຊທ໌ແມ່ນສາມາດນຳໃຊ້ໄດ້ທັນທີ ແຕ່ແອັບພລິເຄຊັນແມ່ນຈຳເປັນຕ້ອງສະໝັກບັນຊີຜ່ານ Email ເສຍກ່ອນ



ຂັ້ນຕອນທີ 2: ພິມຂໍ້ຄວາມໃສ່ກ່ອງຄໍາສັ່ງ ບ່ອນທີ່ຂຽນວ່າ “ສິ່ງຂໍ້ຄວາມຫາ ChatGPT” ເພື່ອເລີ່ມຕົ້ນ



ຂັ້ນຕອນທີ 3: ສໍາເລັດ. ສາມາດສິ່ງຄໍາຖາມ ຫຼື ຂໍຄໍາແນະນໍາທົ່ວໄປ ເພື່ອຮຽນຮູ້ຈາກປັນຍາປະດິດ ເຊັ່ນດຽວກັບ ເວລາທີ່ເຮົາຮຽນຮູ້ຈາກອາຈານເລີຍ. ກໍລະນີທີ່ປັນຍາປະດິດໃຫ້ຄໍາຕອບທີ່ຜິດພາດ ທ່ານກໍສາມາດສິ່ງຂໍ້ຄວາມທີ່ ກ່ອງຄໍາສັ່ງບ່ອນເກົ່າເພື່ອແນະນໍາຄືນໄດ້.

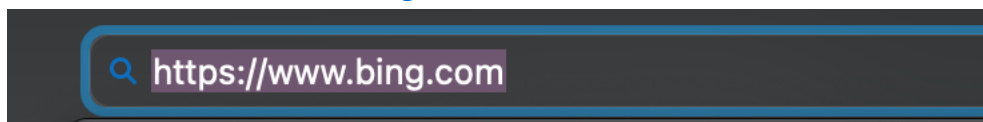
ເພື່ອທີ່ຈະຮັກສາຂໍ້ຄວາມແຕ່ລະຫົວຂໍ້ທີ່ສົນທະນາ ແລະ ເກັບຄວາມຈໍາປັນຍາປະດິດໄວ້, ທ່ານຕ້ອງ **ລົງທະບຽນ ເພື່ອສະໝັກບັນຊີນຳ OpenAI** ດ້ວຍ Email ຜ່ານເວັບໄຊ <https://chat.openai.com/chat>.

ສໍາຫຼັບບັນຊີ ChatGPT Plus, ຫຼັງຈາກທີ່ທ່ານເຂົ້າສູ່ລະບົບ ແມ່ນທ່ານຈະເຫັນປຸ່ມ ປັບປຸງ (upgrade) ຢູ່ ທາງດ້ານຊ້າຍຂອງໜ້າຈໍ ກໍລະນີນຳໃຊ້ຢູ່ຄອມພິວເຕີ.

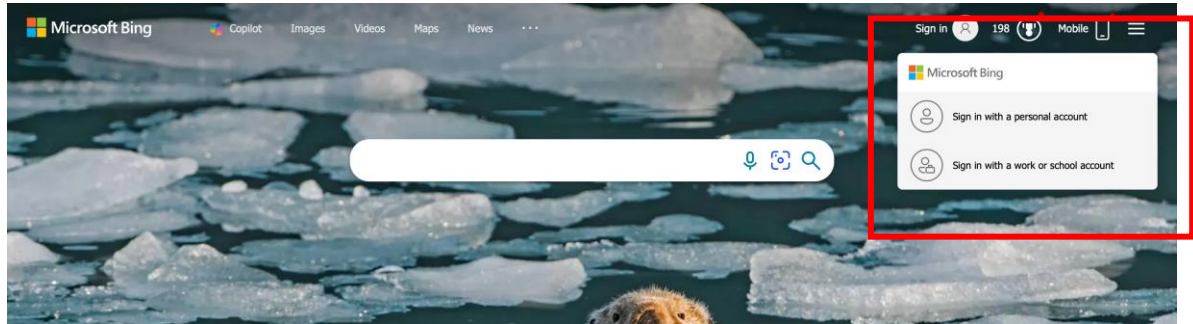
3.6.2.1 ເຄື່ອງມື ປັນຍາປະດິດສ້າງພາບ Bing

Bing ເປັນລະບົບ AI ຊ່ວຍສ້າງພາບໃນຈົນຕະນາການຂອງເຮົາ ໂດຍຜ່ານຄໍາສັ່ງຂໍ້ຄວາມໂຕໜັງສື ຊຶ່ງ ລະບົບແມ່ນສາມາດນຳໃຊ້ໄດ້ທຸກພາສາ ລວມທັງພາສາລາວ ແຕ່ໃຫ້ລະບຸຂໍ້ຄວາມເປັນປະໂຫຍກຊັດເຈນ, ເປັນວັກ ເປັນຕອນ AI ຈຶ່ງຈະເຂົ້າໃຈຄວາມໝາຍໃນການສ້າງຮູບພາບທີ່ເຮົາຕ້ອງການໄດ້ຢ່າງຖືກຕ້ອງ. Bing ຈະສາມາດນຳ ໃຊ້ໂດຍບໍ່ເສຍຄ່າ 15 ຄັ້ງ/ວັນ, ໃນ 1 ຄັ້ງຈະໄດ້ຮູບພາບທີ່ສ້າງອອກມາ 4 ຮູບແຕກຕ່າງກັນ, ແຕ່ຖ້າຕ້ອງການສ້າງ ເກີນ 15 ຄັ້ງ ແມ່ນຕ້ອງໄດ້ລົງທະບຽນເສຍຄ່າບໍລິການ ດັ່ງຂັ້ນຕອນລຸ່ມນີ້:

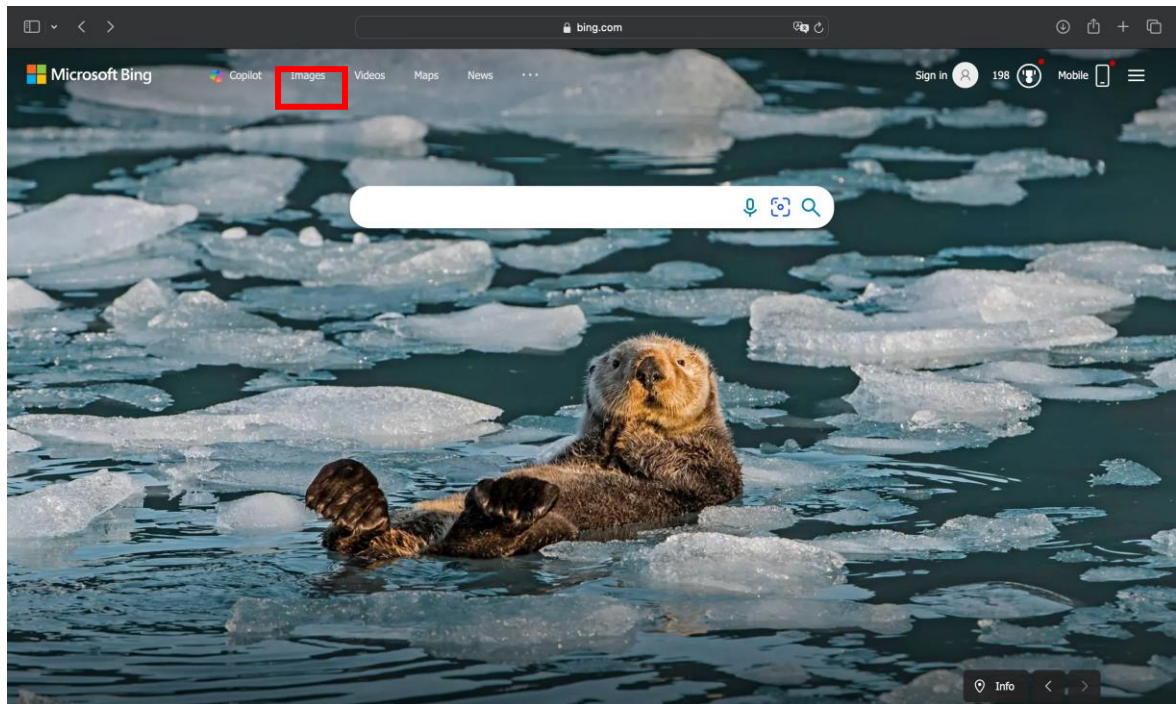
ຂັ້ນຕອນທີ 1: ເຂົ້າໄປທີ່ເວັບໄຊ www.bing.com



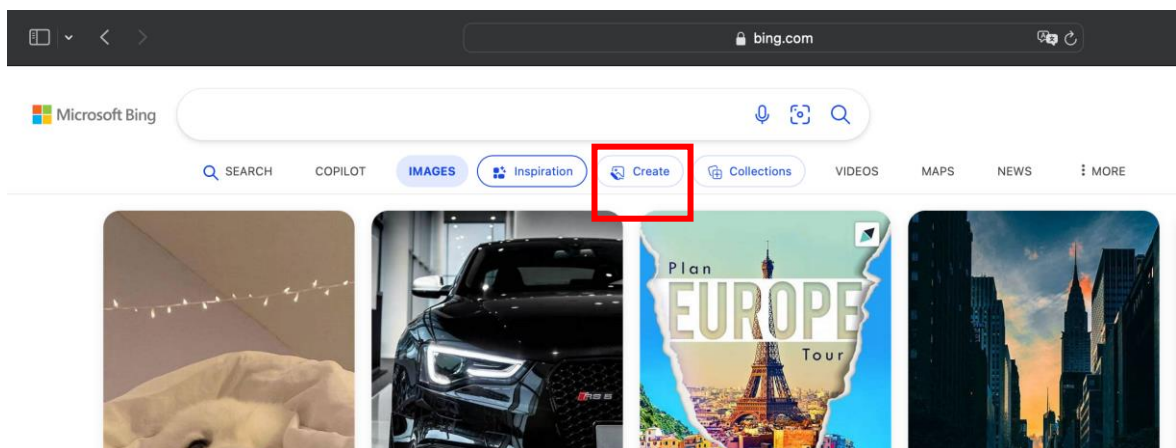
ຂັ້ນຕອນທີ 2: ລົງທະບຽນເພື່ອນຳໃຊ້ ໂດຍເຂົ້າໄປທີ່ Sign in ແລ້ວປະກອບຂໍ້ມູນລົງທະບຽນໃຫ້ສຳເລັດ



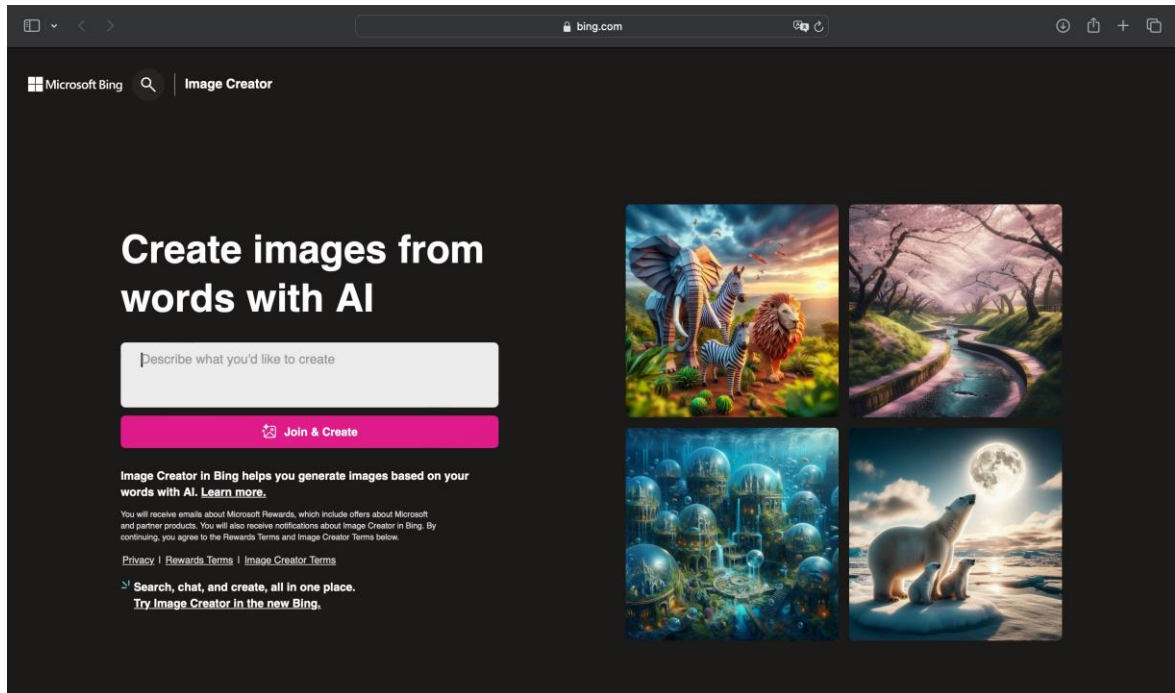
ຂັ້ນຕອນທີ 3: ກົດເຂົ້າໄປທີ່ Images



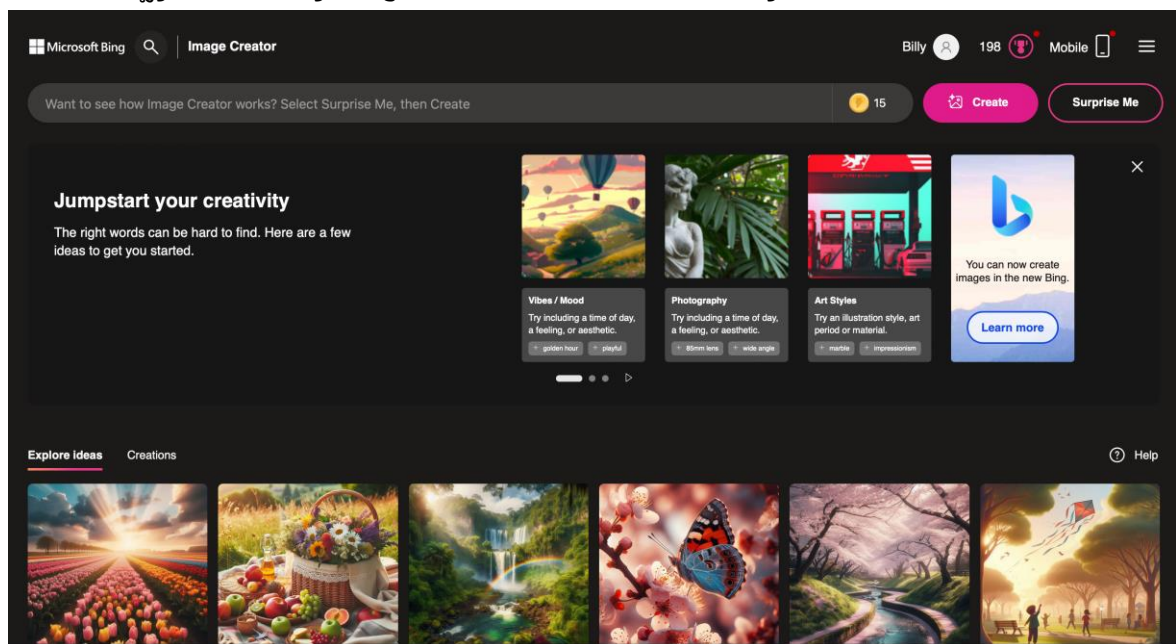
ຂັ້ນຕອນທີ 3: ກົດເຂົ້າໄປທີ່ Create



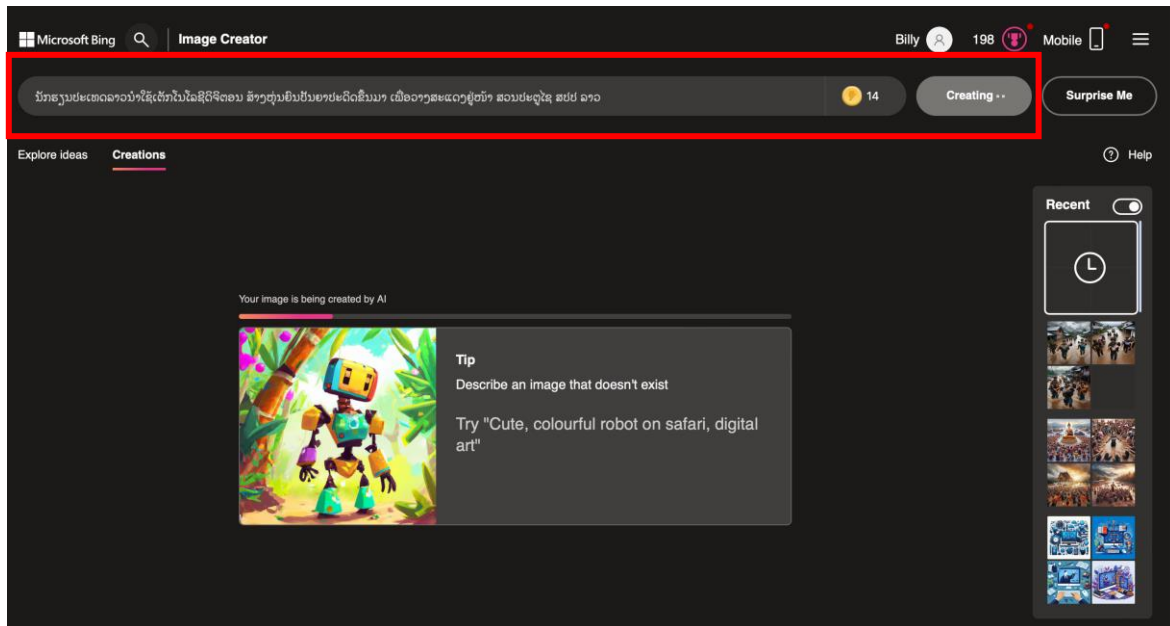
- ກໍລະນີທາງບໍລິຫະບຽນ ລະບົບຈະປາກົດໜ້າຕາຂຶ້ນດັ່ງນີ້:



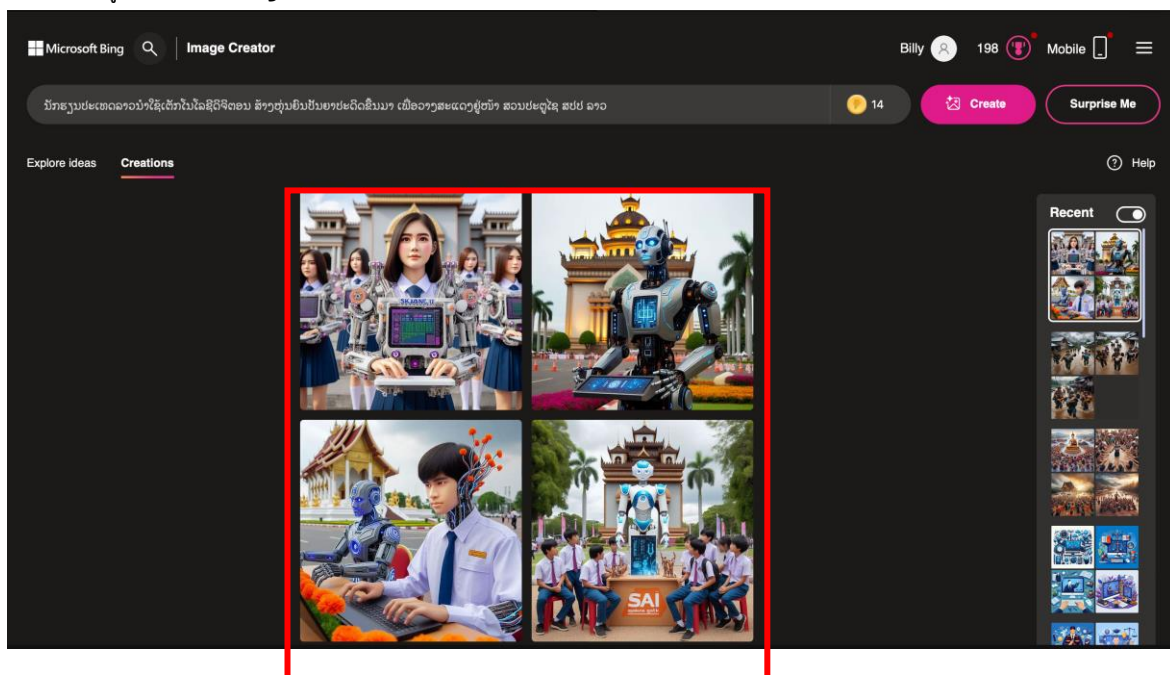
- ພາຍຫຼັງດໍາເນີນການລົງທະບຽນສໍາເລັດ ຈະປາກົດໜ້າຕາຂຶ້ນມາດັ່ງນີ້:



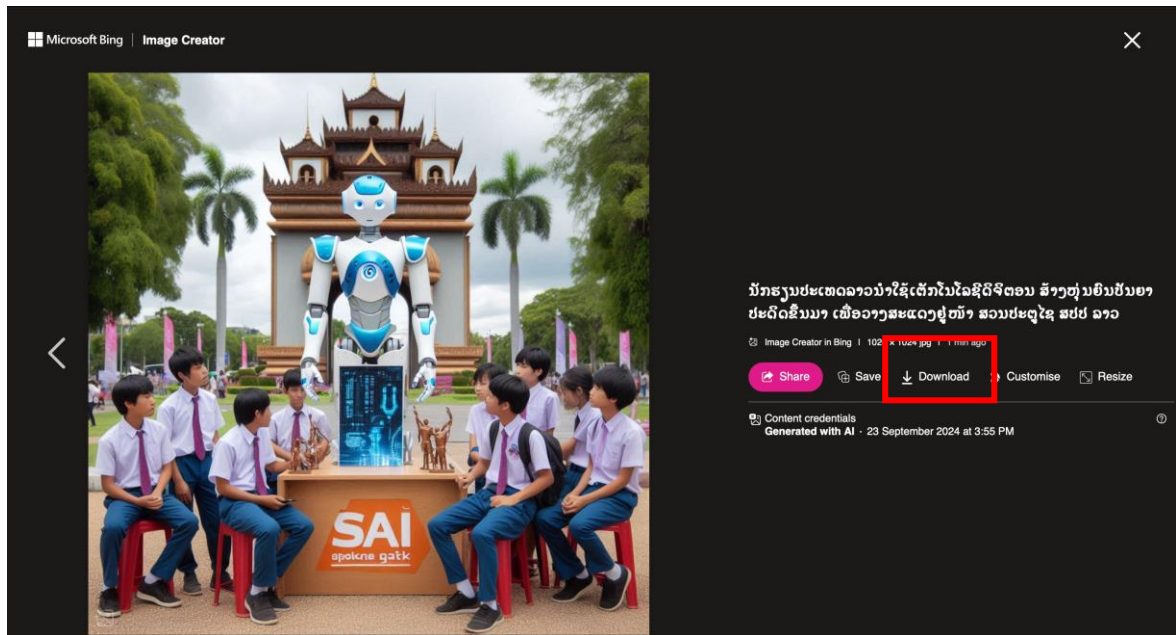
ຂັ້ນຕອນທີ 4: ພາຍຫຼັງປະຕິບັດຕາມຂັ້ນຕອນຂ້າງເທິງແລ້ວ ກໍສາມາດປ້ອນຂໍ້ຄວາມອະທິບາຍວ່າຢາກໃຫ້ AI ຊ່ວຍສ້າງຮູບພາບກ່ຽວກັບຫຍັງ ແລະ ຕ້ອງການຢາກໃຫ້ມີຫຍັງແດ່ໃນຮູບພາບ ແລ້ວກົດທີ່ Create, AI ຈະດໍາເນີນການສ້າງຮູບພາບໃຫ້ຕາມຂໍ້ຄວາມ ດັ່ງຮູບພາບລຸ່ມນີ້.



- ຮູບພາບທີ່ໄດ້ທັງ 4 ພາບ

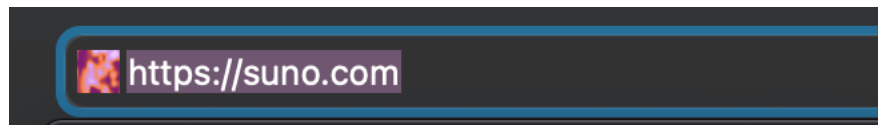


ຂັ້ນຕອນທີ 5: ກົດເຂົ້າຮູບພາບທີ່ເຫັນວ່າຖືກຕາມຈຸດປະສົງທີ່ຕ້ອງການແລ້ວກົດ Download ເພື່ອນຳອອກໄປໃຊ້ ຫຼືສາມາດກົດແບ່ງປັນໄປໃຫ້ຄົນອື່ນໄດ້.

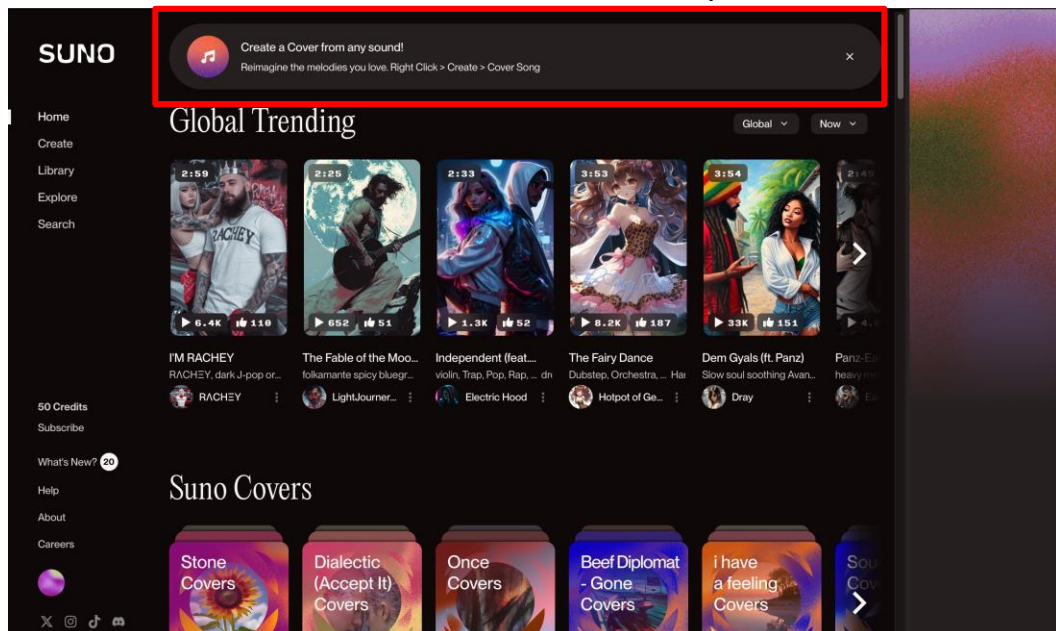


3.6.2.2 ປັນຍາປະດິດສ້າງສຽງເພງ Suno

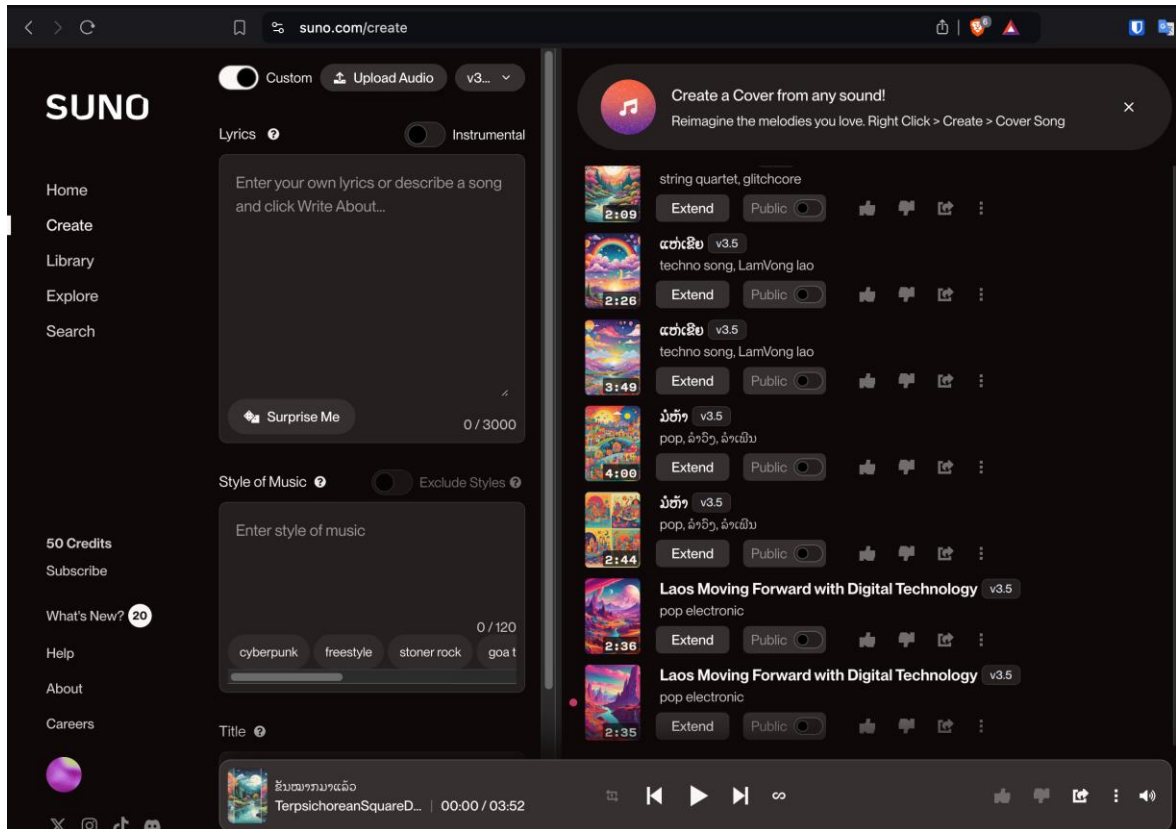
ຂັ້ນຕອນທີ 1: ໄປທີ່ເວັບໄຊ <https://suno.com>



ຂັ້ນຕອນທີ 2: ກົດໃສ່ Create a Cover from any sound! ເພື່ອເຂົ້າສູ່ຂັ້ນຕອນການສ້າງເພງ

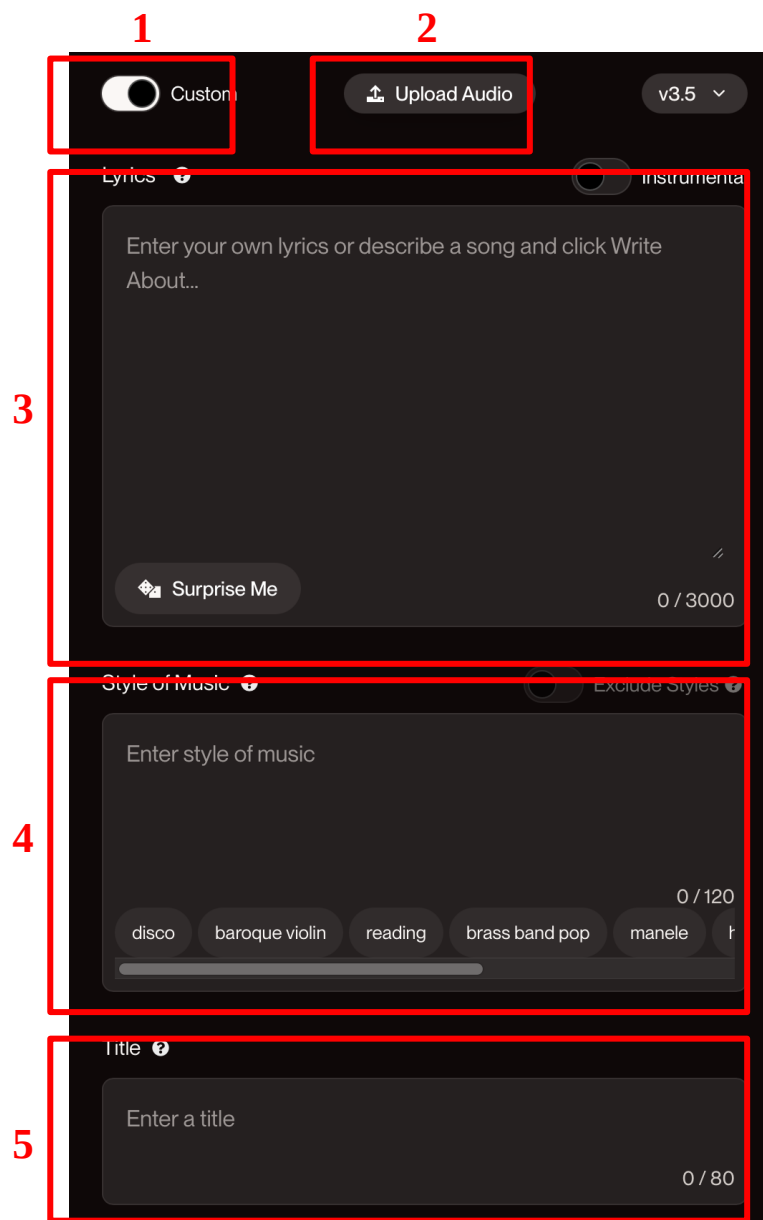


- ຈາກນັ້ນຈະປາກົດໜ້າຕານີ້ຂຶ້ນມາ

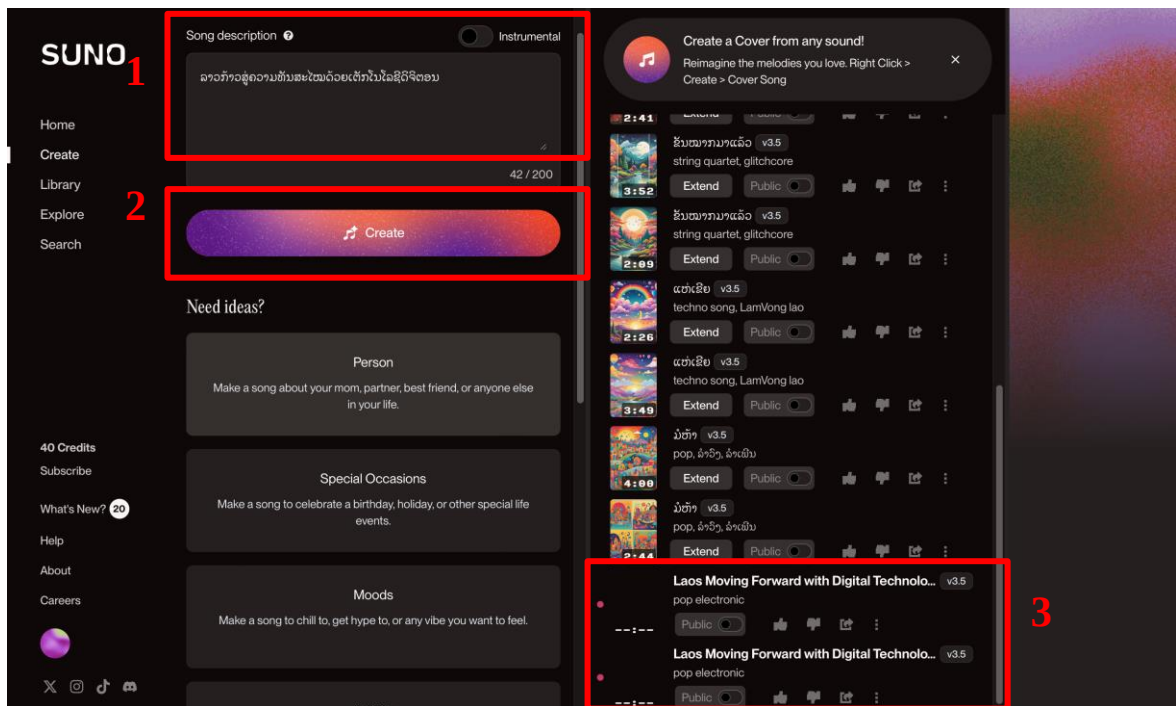


ຂັ້ນຕອນທີ 3: ອະທິບາຍເຄື່ອງມື ແລະ ສ້າງເພງ

- 1) ການເປີດນຳໃຊ້ Custom ໝາຍເຖິງ ການສ້າງເພງດ້ວຍເນື້ອເພງທຳນອງ ແລະ ຊື່ເພງ ທີ່ເຮົາກະກຽມໄວ້ , ກໍລະນີຖ້າຫາກເຮົາຍັງບໍ່ໄດ້ກະກຽມກໍປິດໄວ້ ແລ້ວພິມຂໍ້ຄວາມອະທິບາຍເພງທີ່ເຮົາຕ້ອງການສ້າງ , ແລ້ວ AI ກໍຈະຄຳນວນສ້າງໃຫ້ເຮົາໂດຍອັດຕະໂນມັດ;
- 2) Upload Audio ໝາຍເຖິງ ກໍລະນີທີ່ເຮົາມີສຽງດິນຕີ ຫຼື ສຽງຮ້ອງກະກຽມໄວ້ແລ້ວ ແມ່ນສາມາດນຳມາປະສົມປະສານສ້າງຮ່ວມກັບ AI ໄດ້;
- 3) Lyrics ແມ່ນບ່ອນໃສ່ເນື້ອເພງທີ່ເຮົາກະກຽມໄວ້ (ກໍລະນີເປີດນຳໃຊ້ Custom);
- 4) Style of Music ແມ່ນບ່ອນໃສ່ຈັງຫວະເພງທີ່ເຮົາຕ້ອງການ ເຊັ່ນ: Disco, Pop, Rock... ເພື່ອໃຫ້ AI ສ້າງຕາມຮູບແບບທີ່ເຮົາເລືອກ ຊຶ່ງທຸກຄັ້ງ AI ຈະສ້າງເພງອອກມາໃຫ້ເຮົາຄັ້ງລະ 2 ເພງ;
- 5) Title ແມ່ນບ່ອນທີ່ເຮົາຈະໃສ່ຊື່ເພງທີ່ເຮົາຈະໃຫ້ AI ສ້າງ.

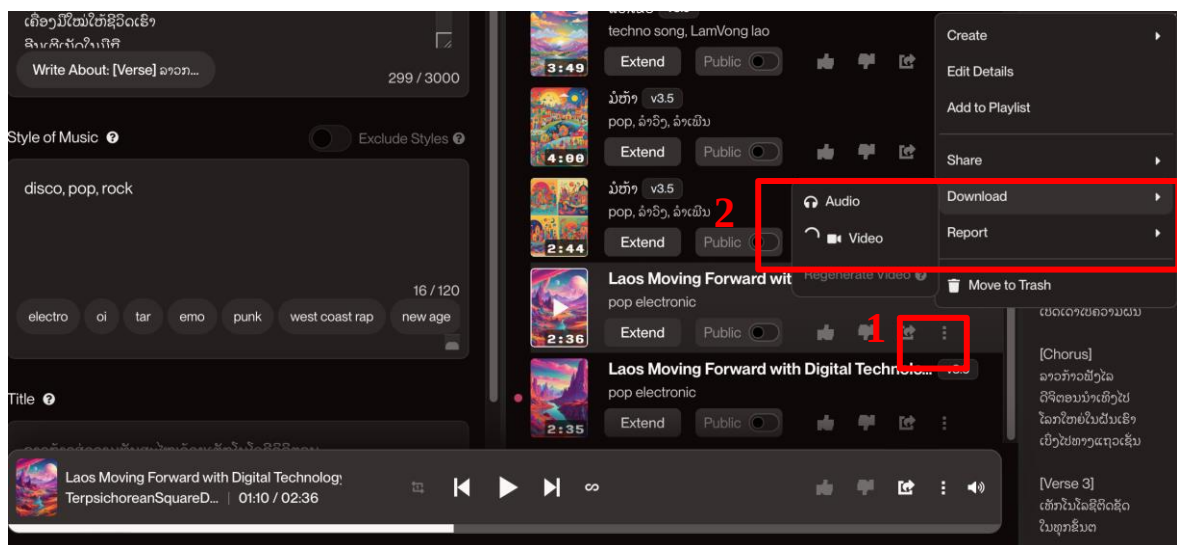


- ໃນກໍລະນີຖ້າຫາກປິດ Custom ກໍສາມາດປ້ອນຂໍ້ຄວາມອະທິບາຍກ່ຽວເພງທີ່ເຮົາຕ້ອງການສ້າງແລ້ວກົດ Create ເພື່ອໃຫ້ AI ສ້າງໄດ້ທັນທີເລີຍ, ຊຶ່ງ AI ຈະສ້າງເນື້ອເພງ, ດົນຕີ, ຮ້ອງປະກອບໃສ່ຄົບຊຸດໃຫ້ເອງ ໂດຍອັດຕະໂນມັດ ດັ່ງຕົວຢ່າງລຸ່ມນີ້:
 - 1) ອະທິບາຍເປັນຂໍ້ຄວາມເນື້ອໃນເພງທີ່ຕ້ອງການສ້າງ;
 - 2) ກົດປຸ່ມ Create ເພື່ອດໍາເນີນການສ້າງ;
 - 3) AI ຈະສ້າງເພງອອກມາໃຫ້ 2 ຮູບແບບຕໍ່ຄັ້ງ.



ຂັ້ນຕອນທີ 4: ວິທີການດາວໂຫຼດອອກໄປນຳໃຊ້

- ກົດເຄື່ອງໝາຍ 3 ຈຳດ້ານຂວາມືຂອງເພງທີ່ຕ້ອງການ ແລ້ວເລື່ອນໄປທີ່ Download, ຫຼັກຈາກນັ້ນເລືອກຮູບແບບຟາຍວ່າຈະດາວໂຫຼດເປັນ ສຽງເພງ ຫຼື ວິດີໂອເພງ.



ບົດທີ 5

ການໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍດ້ວຍແນວຄິດສ້າງສັນ

I. ສະພາບລວມ

ໃນປະຈຸບັນ ການໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ ແມ່ນມີທ່າອ່ຽງຫລາຍຂຶ້ນ ໂດຍສະເພາະ ການພັດທະນາເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນໃນຍຸກປະຈຸບັນ ທີ່ທຸກຄົນສາມາດ ເຂົ້າເຖິງອິນເຕີເນັດໄດ້ຢ່າງສະດວກສະບາຍ, ວ່ອງໄວ ແລະ ງ່າຍຕໍ່ການເຂົ້າເຖິງ. ອິນເຕີເນັດ ບໍ່ໄດ້ຈຳກັດ, ເພດ, ອາຍຸ ແລະ ສະຖານະຂອງຜູ້ຊົມໃຊ້. ທຸກຄົນສາມາດນຳໃຊ້ອິນເຕີເນັດໄດ້ຂໍ້ພຽງແຕ່ມີເຄື່ອງມືອຸປະກອນເຊັ່ນ: ສະມາດໂຟນ, ຄອມພິວເຕີ, ແທັບເລັດ ແລະ ອຸປະກອນໄອທືອນໆ. ເຮັດໃຫ້ເກີດມີການນຳໃຊ້ຢ່າງແພ່ຫລາຍຈົນກາຍເປັນສັງຄົມໃໝ່ທີ່ຢູ່ໃນໂລກອິນເຕີເນັດ ເອີ້ນວ່າ: ສັງຄົມອອນລາຍ.

ສັງຄົມອອນລາຍ ປະຈຸບັນມີທ່າອ່ຽງກະໂດດຢ່າງໄວວາ ຕາມສະພາບການພັດທະນາເສດຖະກິດ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີຂັ້ນສູງ. ອີກຢ່າງໜຶ່ງ ອຸປະກອນ ໄອທື ໃນປະຈຸບັນ ມີການພັດທະນາຫລາຍ ເຮັດໃຫ້ ມີລາຄາທີ່ຖືກລົງ ແລະ ທຸກຄົນສາມາດຈັບຕ້ອງໄດ້ ໃນລາຄາທີ່ບໍ່ແພງ.

ສັງຄົມອອນລາຍ ເປັນສັງຄົມທີ່ໃຫຍ່ ມີຫລາຍສິ່ງຫລາຍຢ່າງທີ່ແບ່ງປັນກັນ ເຮັດໃຫ້ ຫລາຍຄົນ ແບ່ງປັນດ້ວຍເຈດຕະນາທີ່ດີ ແລະ ເພື່ອການພັດທະນາຂອງທຸກຄົນ, ແຕ່ກໍ່ມີບາງຄົນ ທີ່ໃຊ້ຊ່ອງວ່າງ ທີ່ມີການແບ່ງປັນບໍ່ມີຂີດຈຳກັດນີ້ ໃນການ ຕົວະຍົວະ, ຫລອກລວງ, ສ້າງກົນອຸບາຍ ເພື່ອ ຜົນປະໂຫຍດຂອງຕົນເອງ ໂດຍບໍ່ຄຳນຶງ ເຖິງຜູ້ອື່ນ ເຮັດໃຫ້ສັງຄົມມີຄວາມປັ່ນປ່ວນ ແລະ ບໍ່ສະຫງົບໄປເທື່ອລະກ້າວ.

ດັ່ງນັ້ນ, ໃນຫົວຂໍ້ນີ້ ເຮົາຈຶ່ງເຫັນວ່າ ເຮົາຄວນໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍແນວໃດໃຫ້ມີແນວຄິດທີ່ສ້າງສັນ ເພື່ອພັດທະນາສັງຄົມ ລາວໃຫ້ກາຍເປັນສັງຄົມແຫ່ງການຮຽນຮູ້, ແບ່ງປັນ ຜົນປະໂຫຍດຮ່ວມກັນ ເພື່ອພັດທະນາໄປຮ່ວມກັນ ພ້ອມນັ້ນ ຍັງໃຫ້ສາມາດໄດ້ຮູ້ ເຖິງກົນອຸບາຍຂອງກຸ່ມຄົນ, ບຸກຄົນບໍ່ຫວັງດີ ທີ່ສວຍໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍມາມ້າງເພ ສ້າງຄວາມຈຸ່ນວາຍໃນສັງຄົມ, ເຮັດໃຫ້ ສັງຄົມມີການແຕ່ງແຍກ , ແບ່ງຝັກແບ່ງຝ່າຍ , ຂາດສະຕິໃນການເສບຂ່າວ ເຮັດໃຫ້ ສັງຄົມຂາດຄວາມສາມັກຄີປອງດອງພາຍໃນຊາດເທື່ອລະກ້າວ.

II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສຳຄັນ

2.1 ຈຸດປະສົງ

ການຫັນເປັນດິຈິຕອນ ໝາຍເຖິງການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນຢ່າງສ້າງສັນໃນທຸກຂົງເຂດການດຳເນີນທຸລະກິດ ແລະ ການບໍລິການຂອງອົງກອນ. ໂດຍສະເພາະໃນວຽກງານດ້ານໄອທື, ການຫັນເປັນດິຈິຕອນເປັນພື້ນຖານສຳຄັນໃນການປັບປຸງປະສິດທິພາບ ແລະ ຄຸນນະພາບຂອງການບໍລິການ.

ຄວາມສຳຄັນຂອງການຫັນເປັນດິຈິຕອນສະແດງອອກຜ່ານຄວາມສາມາດໃນການວິເຄາະ, ປະເມີນ ແລະ ສ້າງເນື້ອຫາທີ່ມີຄຸນຄ່າໃນສັງຄົມອອນລາຍ. ການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນຢ່າງມີປະສິດທິພາບສາມາດປັບປຸງຄຸນນະພາບຊີວິດ, ເສດຖະກິດ ແລະ ສັງຄົມໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິຜົນ.

ບົດບາດຂອງສັງຄົມອອນລາຍໃນຍຸກເສດຖະກິດດິຈິຕອນມີຫຼາຍດ້ານ, ລວມທັງ:

- 1) ການສົ່ງເສີມການຄ້າອອນລາຍ ແລະ ການເຮັດທຸລະກຳທາງການເງິນ;
- 2) ການສ້າງເຄືອຂ່າຍ ແລະ ການຮ່ວມມືທາງວິຊາຊີບໃນຂົງເຂດໄອທື;
- 3) ການແກ້ໄຂບັນຫາ ແລະ ປັບປຸງຂະບວນການເຮັດວຽກໃນອົງກອນ;
- 4) ການສ້າງກົນລະຍຸດການສື່ສານທີ່ມີປະສິດທິຜົນ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ພວກເຮົາຕ້ອງຕະຫຼັກເຖິງຄວາມສ່ຽງ ແລະ ຄວາມທ້າທາຍທີ່ອາດເກີດຂຶ້ນ ເຊັ່ນ: ບັນຫາຄວາມປອດໄພ ແລະ ຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ການແຜ່ລະບາດຂອງຂໍ້ມູນບໍ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ຜົນກະທົບທາງສັງຄົມອື່ນໆ.

ໃນຊ່ວງສອງສາມທົດສະວັດທີ່ຜ່ານມາ, ເຕັກໂນໂລຊີການສື່ສານໄດ້ພັດທະນາຢ່າງກ້າວກະໂດດ. ຈາກລະບົບອະນາລອກໃນຊຸມປີ 1980 ຈົນເຖິງລະບົບດິຈິຕອນຄວາມໄວສູງ ລະບົບ 5G ໃນປັດຈຸບັນ. ການພັດທະນານີ້ໄດ້ນຳມາເຊິ່ງຄວາມຫຼາກຫຼາຍໃນການບໍລິການ, ຄວາມໄວ ແລະ ປະສິດທິພາບໃນການຮັບສົ່ງຂໍ້ມູນທີ່ສູງຂຶ້ນ.

ການພັດທະນານີ້ສອດຄ່ອງກັບຈຸດປະສົງໃນການສົ່ງເສີມການນຳໃຊ້ເຄື່ອງມື ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີໃໝ່ໆໃນການວິເຄາະ ແລະ ຈັດການຂໍ້ມູນຈາກສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍ. ນອກຈາກນີ້, ການເຂົ້າເຖິງອິນເຕີເນັດທີ່ເພີ່ມຂຶ້ນ (67% ຂອງປະຊາກອນໂລກໃນປີ 2023 ຕາມລາຍງານຂອງ ITU) ຍັງເປີດໂອກາດໃຫ້ມີການນຳໃຊ້ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍໃນການແກ້ໄຂບັນຫາ ແລະ ປັບປຸງຄຸນນະພາບຊີວິດໃນວົງກວ້າງ.

ເພື່ອບັນລຸເປົ້າໝາຍເຫຼົ່ານີ້, ພະນັກງານໄອທີຈຳເປັນຕ້ອງພັດທະນາທັກສະໃນການຄິດວິເຄາະ, ການປະເມີນຂໍ້ມູນຢ່າງມີວິຈາລະນະຍານ ແລະ ການນຳໃຊ້ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍຢ່າງມີຈັນຍາບັນ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

2.2 ທີ່ມາ ແລະ ຄວາມສຳຄັນ

ໃນການພັດທະນາຂອງສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍ, ເຮົາສາມາດເຫັນການເຕີບໂຕຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງນັບແຕ່ປີ 1995 ເມື່ອ www.classmates.com ໄດ້ຖືກສ້າງຂຶ້ນເພື່ອເກັບກຳຂໍ້ມູນນັກຮຽນ ແລະ ອຳນວຍຄວາມສະດວກໃນການສື່ສານລະຫວ່າງເພື່ອນຮ່ວມຫ້ອງ. ການພັດທະນານີ້ດຳເນີນຕໍ່ໄປເຖິງປີ 1999 ເມື່ອ www.epinions.com ໄດ້ເປີດໂອກາດໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ສາມາດສ້າງບັນຊີສ່ວນຕົວ, ສະແດງຄວາມຄິດເຫັນ ແລະ ມີປະຕິສຳພັນກັນຜ່ານເວັບໄຊ. ການປະຕິວັດຄັ້ງສຳຄັນເກີດຂຶ້ນໃນປີ 2004 ເມື່ອມີການເປີດຕົວແອັບພລິເຄຊັນສາລັບມືຖືເຊັ່ນ: Facebook, WhatsApp, YouTube, Twitter ແລະ LINE ເຊິ່ງໄດ້ກາຍເປັນສິ່ງທີ່ເຮົາຮູ້ຈັກໃນນາມ "ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍ" ໃນປັດຈຸບັນ.

ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍໄດ້ກາຍເປັນເຄື່ອງມືດິຈິຕອນທີ່ມີພະລັງໃນການແບ່ງປັນຂໍ້ມູນ ແລະ ການສື່ສານ, ເຮັດໃຫ້ການເຊື່ອມຕໍ່ລະຫວ່າງຜູ້ຄົນງ່າຍດາຍ ແລະ ວ່ອງໄວກວ່າທີ່ເຄີຍເປັນມາ. ຜູ້ໃຊ້ສາມາດແບ່ງປັນຂໍ້ມູນໃນຫຼາຍຮູບແບບ, ບໍ່ວ່າຈະເປັນຂໍ້ຄວາມ, ຮູບພາບ ຫຼື ວິດີໂອ ເຮັດໃຫ້ການສື່ສານມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ມີຊີວິດຊີວາຫຼາຍຂຶ້ນ. ນອກຈາກນີ້, ເນື້ອຫາສ່ວນໃຫຍ່ໃນສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍແມ່ນເປີດກວ້າງ, ເຮັດໃຫ້ການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນເປັນໄປໄດ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງ.

ການເຂົ້າເຖິງສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍໄດ້ກາຍເປັນເລື່ອງງ່າຍດາຍ ໂດຍສາມາດເຂົ້າໃຊ້ງານໄດ້ຜ່ານອຸປະກອນຫຼາກຫຼາຍ ເຊັ່ນ: ຄອມພິວເຕີ, ແທັບເລັດ ຫຼື ສະມາດໂຟນ, ເຊິ່ງເຮັດໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ສາມາດເຊື່ອມຕໍ່ກັບໂລກອອນລາຍໄດ້ທຸກທີ່ທຸກເວລາ. ສຳລັບພະນັກງານໄອທີ, ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍບໍ່ພຽງແຕ່ເປັນເຄື່ອງມືໃນການສື່ສານເທົ່ານັ້ນ ແຕ່ຍັງເປັນແຫຼ່ງສຳຄັນໃນການພັດທະນາທັກສະ, ຕິດຕາມແນວໂນ້ມເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ແກ້ໄຂບັນຫາຕ່າງໆ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ການນຳໃຊ້ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍກໍມາພ້ອມກັບຄວາມທ້າທາຍ, ໂດຍສະເພາະໃນດ້ານຄວາມປອດໄພ ແລະ ຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ, ເຊິ່ງຮຽກຮ້ອງໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ຕ້ອງມີຄວາມລະມັດລະວັງ ແລະ ມີຄວາມຮັບຜິດຊອບໃນການນຳໃຊ້.

III. ທິດສະດີ ແລະ ເນື້ອໃນ

3.1 ຄວາມແຕກຕ່າງລະຫວ່າງ social media ແລະ social network

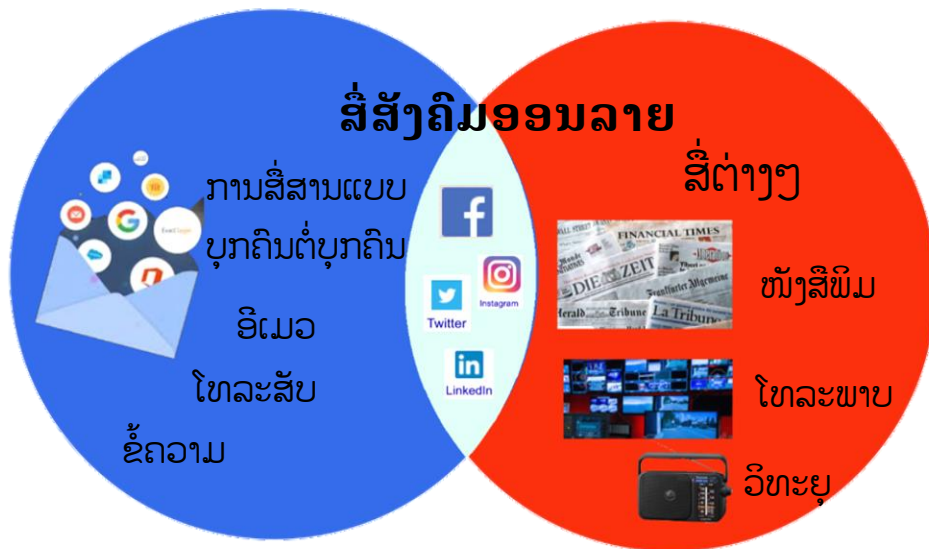
ອີງປະກອບຂອງສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍມີ:

- **Social:** ສັງຄົມ, ກ່ຽວກັບສັງຄົມ;

- **Network:** ເຄືອຂ່າຍ ຫຼື ອິນເຕີເນັດ;
- **Media:** ສື່ຕ່າງໆ ບໍ່ວ່າຈະເປັນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ຮູບພາບ, ວິດີໂອ ແລະ ອື່ນໆ. **Social Network:** ສັງຄົມຜ່ານເຄືອຂ່າຍອິນເຕີເນັດ ຫຼື ສັງຄົມອອນລາຍ ໂດຍນຳໃຊ້ Website ຫຼື Program ທີ່ອ່ານວຍໃຫ້ຜູ້ຊົມໃຊ້ ຕິດຕໍ່ສື່ສານນຳກັນ, ສົ່ງຂໍ້ຄວາມ, ແບ່ງປັນຂໍ້ມູນຂ່າວສານຕ່າງໆ ນຳກັນ ຕົວຢ່າງເຊັ່ນ: Facebook, Twitter ແລະ ອື່ນໆ.

Social Media: ສື່ສັງຄົມອອນລາຍແມ່ນການຕິແຜ່, ນຳສະເໜີ, ປະກອບຄຳຄິດຄຳເຫັນ, ຮູບພາບ, ວິດີໂອ ໃນຮູບແບບຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ໂດຍຜ່ານເຄື່ອງມືເຊັ່ນ: Facebook, Twitter ແລະ ອື່ນໆ.

Social Media = Social Networks + Publishing
ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ = ສັງຄົມອອນລາຍ + ການຕິແຜ່



3.2 ລັກສະນະການສື່ສານຂອງສັງຄົມອອນລາຍ

ລັກສະນະການສື່ສານຂອງສັງຄົມອອນລາຍມີຫຼາຍອົງປະກອບທີ່ສຳຄັນ ແລະ ເປັນເອກະລັກ. ສັງຄົມອອນລາຍເປັນເຄື່ອງມືດິຈິຕອນທີ່ສຳຄັນໃນການປະຕິບັດງານທາງສັງຄົມ, ມີຈຸດປະສົງຫຼັກເພື່ອອ່ານວຍຄວາມສະດວກໃນການສື່ສານລະຫວ່າງຄົນໃນເຄືອຂ່າຍສັງຄົມ. ການສື່ສານນີ້ສາມາດເກີດຂຶ້ນຜ່ານຫຼາຍຊ່ອງທາງ, ລວມທັງເວັບໄຊ ແລະ ແອັບພລິເຄຊັນຕ່າງໆ ທີ່ເຊື່ອມຕໍ່ກັບອິນເຕີເນັດ.

ໜຶ່ງໃນລັກສະນະເດັ່ນຂອງສັງຄົມອອນລາຍແມ່ນການສົ່ງເສີມການມີສ່ວນຮ່ວມ ແລະ ການສ້າງສັນຮ່ວມ ກັນລະຫວ່າງຜູ້ສົ່ງ ແລະ ຜູ້ຮັບສານ. ຜູ້ໃຊ້ບໍ່ໄດ້ເປັນພຽງຜູ້ຮັບຂໍ້ມູນເທົ່ານັ້ນ ແຕ່ຍັງສາມາດສ້າງເນື້ອຫາຂອງຕົນເອງ, ເຊິ່ງເອີ້ນວ່າ User-Generated Content (UGC). ເນື້ອຫານີ້ສາມາດຢູ່ໃນຫຼາຍຮູບແບບ ເຊັ່ນ: ຂໍ້ຄວາມ, ຮູບພາບ, ວິດີໂອ ແລະ ສຽງ.

ການສື່ສານໃນສັງຄົມອອນລາຍມີລັກສະນະສອງທາງ ແລະ ແບບທັນທີທັນໃດ. ຜູ້ໃຊ້ສາມາດໄດ້ຕອບກັບເນື້ອຫາທີ່ພວກເຂົາເຫັນໄດ້ທັນທີ, ບໍ່ວ່າຈະເປັນການກົດຖືກໃຈ, ການສະແດງຄວາມຄິດເຫັນ ຫຼື ການແບ່ງປັນຕໍ່ (Share). ນອກຈາກນີ້, ການສື່ສານຍັງສາມາດເກີດຂຶ້ນໄດ້ໃນຫຼາຍຮູບແບບ, ທັງແບບສ່ວນຕົວ (ເຊັ່ນ: ການສົ່ງຂໍ້ຄວາມສ່ວນຕົວ) ແລະ ແບບສາທາລະນະ (ເຊັ່ນ: ການໂພສຕ໌ໃນໜ້າສາທາລະນະ).

ອີກລັກສະນະໜຶ່ງທີ່ສໍາຄັນຄືຄວາມສາມາດໃນການເຂົ້າເຖິງກຸ່ມຄົນຈຳນວນຫຼາຍໃນເວລາອັນສັ້ນ. ເນື້ອຫາທີ່ຖືກແບ່ງປັນໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍສາມາດແຜ່ກະຈາຍໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ, ບາງຄັ້ງກໍ່ກາຍເປັນ "ໄວຣັລ" ຫຼື ແຜ່ລາມໄປທົ່ວໂລກໃນເວລາບໍ່ເທົ່າໃດຊົ່ວໂມງ.

ນອກຈາກນີ້, ສື່ສັງຄົມອອນລາຍຍັງເອື້ອອຳນວຍໃຫ້ເກີດການສ້າງຊຸມຊົນອອນລາຍ, ບ່ອນທີ່ຜູ້ຄົນທີ່ມີຄວາມສົນໃຈຄ້າຍຄືກັນສາມາດພົບປະ, ແລກປ່ຽນຄວາມຄິດເຫັນ ແລະ ສ້າງເຄືອຂ່າຍ. ສິ່ງນີ້ມີຄວາມສໍາຄັນເປັນພິເສດສໍາລັບພະນັກງານໄອທີ, ເພາະມັນເປີດໂອກາດໃຫ້ພວກເຂົາໄດ້ແລກປ່ຽນຄວາມຮູ້, ຮຽນຮູ້ເຕັກໂນໂລຊີໃໝ່ໆ ແລະ ສ້າງເຄືອຂ່າຍວິຊາຊີບ.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍ່ຕາມ, ການສື່ສານໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍກໍ່ມາພ້ອມກັບຄວາມທ້າທາຍ. ການແຜ່ກະຈາຍຂອງຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ ຫຼື ຂ່າວປອມສາມາດເກີດຂຶ້ນໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວເຊັ່ນກັນ. ນອກຈາກນີ້, ບັນຫາດ້ານຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ ແລະ ຄວາມປອດໄພຂອງຂໍ້ມູນກໍ່ເປັນສິ່ງທີ່ຕ້ອງໄດ້ຄໍານຶງເຖິງ.

ໂດຍສະຫຼຸບແລ້ວ, ລັກສະນະການສື່ສານຂອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍແມ່ນມີຄວາມຫຼາກຫຼາຍ, ມີການໂຕ້ຕອບສູງ ແລະ ມີຄວາມໄວ. ມັນສະໜອງໂອກາດອັນກວ້າງຂວາງໃນການສື່ສານ ແລະ ການສ້າງເນື້ອຫາ, ແຕ່ກໍ່ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ຕ້ອງມີຄວາມຮັບຜິດຊອບ ແລະ ການຄິດວິເຄາະໃນການນໍາໃຊ້.

3.3 ຄວາມແຕກຕ່າງສື່ທາງການ ແລະ ສື່ທົ່ວໄປ

ຄວາມແຕກຕ່າງສື່ທາງການ ແລະ ສື່ທົ່ວໄປ ມີຄື:

ສື່ທາງການ ແມ່ນ ເວທີຖະແຫຼງຂ່າວທີ່ປະກອບດ້ວຍ ສື່ສິ່ງພິມ, ສື່ເອເລັກໂຕຣນິກ ແລະ ຜະລິດຕະພັນສື່ມວນຊົນ, ມີພາລະບົດບາດເປັນກະບອກສຽງຂອງອົງການຈັດຕັ້ງ ພັກ, ລັດ ແລະ ສັງຄົມ ໃນການໂຄສະນາ, ສຶກສາອົບຮົມ ແນວທາງຂອງພັກ, ກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການຂອງລັດ, ປຸກລະດົມນໍ້າໃຈຮັກຊາດ, ເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານທາງດ້ານ ການເມືອງ, ເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ, ວິທະຍາສາດ, ເຕັກໂນໂລຊີ, ສາລະຄວາມຮູ້, ສາລະບັນເທີງໃຫ້ແກ່ສັງຄົມ, ປະກອບສ່ວນຕ້ານປະກົດການຫຍໍ້ທໍ້ໃນສັງຄົມ ແລະ ຖ້ອຍທຳນອງທີ່ບົດເບືອນຄວາມຈິງ.

ສື່ທົ່ວໄປ ແມ່ນ ເວທີຖະແຫຼງຂ່າວທີ່ປະກອບດ້ວຍ ສື່ສິ່ງພິມ, ສື່ເອເລັກໂຕຣນິກ ແລະ ຜະລິດຕະພັນສື່ມວນຊົນ, ມີພາລະບົດບາດເປັນກະບອກສຽງຂອງບຸກຄົນ ຫຼື ກຸ່ມຄົນທົ່ວໄປ ໃນການໂຄສະນາ, ເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານທາງດ້ານ ການເມືອງ, ເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ, ວິທະຍາສາດ, ເຕັກໂນໂລຊີ, ສາລະຄວາມຮູ້, ສາລະບັນເທີງໃຫ້ແກ່ສັງຄົມ ຊຶ່ງອາດເປັນຂ່າວທີ່ຖືກສ້າງຂຶ້ນ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຜ່ານການກັ່ນຕອງ, ກວດກາ, ກວດແກ້ ແລະ ຜ່ານຄໍາເຫັນຂອງຄະນະນໍາ. ສະນັ້ນ, ຂ່າວດັ່ງກ່າວ ອາດເປັນຂ່າວຈິງ ຫຼື ຂ່າວບໍ່ຈິງ, ຂ່າວແທ້ ຫຼື ບົດເບືອນ, ຂ່າວທີ່ມີມູນຄວາມຈິງ ຫຼື ບໍ່ມີມູນຄວາມຈິງ ແລະ ອື່ນໆ.

3.4 ການຮູ້ເທົ່າທັນ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ທັກສະໃນການຮັບຮູ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ

ໃນວຽກງານການຄຸ້ມຄອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ລັດຖະບານໄດ້ສ້າງຕັ້ງຄະນະກຳມະການຄຸ້ມຄອງອິນເຕີເນັດແຫ່ງຊາດ (ຄຄອຊ) ຊຶ່ງໄດ້ປະຕິບັດວຽກງານຕາມ ດໍາລັດວ່າດ້ວຍ ການຈັດຕັ້ງ ແລະ ເຄື່ອນໄຫວຂອງຄະນະກຳມະການຄຸ້ມຄອງອິນເຕີເນັດແຫ່ງຊາດ ສະບັບເລກທີ 559/ນຍ, ລົງວັນທີ 31 ທັນວາ 2018, ໂດຍຈັດຕັ້ງຜັນຂະຫຍາຍແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ ແລະ ລັດຖະບານ ໃນການຄຸ້ມຄວ້າ, ປະສານງານ, ຕິດຕາມ, ຄຸ້ມຄອງ, ກວດກາ, ຕອບຕ້ານ ແລະ ຊຸກຍູ້ສົ່ງເສີມກ່ຽວກັບວຽກງານອິນເຕີເນັດ, ເຕັກໂນໂລຊີການສື່ສານຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ໃຫ້ມີຄວາມຮັບປະກັນຕໍ່ວຽກງານປ້ອງກັນຊາດ-ປ້ອງກັນຄວາມສະງົບ ແລະ ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍຂອງສັງຄົມ.

ວຽກງານຕິດພັນກັບການຄຸ້ມຄອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ໃນ ສປປ ລາວ ແມ່ນໄດ້ລະບຸໄວ້ໃນນິຕິກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຄື: ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍ ການຕ້ານ ແລະ ສະກັດກັ້ນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ, ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍ ສື່ມວນຊົນ (ສະບັບປັບປຸງ), ປະມວນກົດໝາຍແພ່ງ, ປະມວນກົດໝາຍອາຍາ, ດໍາລັດວ່າດ້ວຍ ການຄຸ້ມຄອງຂໍ້ມູນ

ຂ່າວສານ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ ແລະ ຍັງມີນິຕິກຳອື່ນທີ່ທາງກະຊວງ ເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ ໄດ້ຄົ້ນຄວ້າອອກຮັບໃຊ້ສັງຄົມ.

ການຮູ້ເທົ່າທັນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ທັກສະໃນການຮັບຮູ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແມ່ນ ຕ້ອງໄດ້ຄຳນຶງເຖິງສິ່ງທີ່ຈະເກີດຂຶ້ນໃນການນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ມີດັ່ງນີ້:

- ການຕົວະຍິວະ, ຫຼອກລວງ ແລະ ແກ່ດຶງປະຊາຊົນ ທີ່ຢູ່ພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ຕໍ່ຕຳນແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ-ລັດຖະບານ;
- ການຍຸງສິ່ງເສີມການເຄື່ອນໄຫວຂອງການກໍ່ການຮ້າຍ, ຄາດຕະກຳ, ປົນປ່ວນ, ເປື່ອເມົາ ແລະ ສ້າງສະພາບການ, ເຫດການ ທີ່ກໍ່ຄວາມບໍ່ສະຫງົບ ແລະ ຄວາມບໍ່ເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍຂອງສັງຄົມ;
- ການໂຄສະນາບິດເບືອນເພື່ອສ້າງຄວາມແບ່ງແຍກ ແລະ ຄວາມສາມັກຄີລະຫວ່າງຊົນຊາດ ແລະ ຊົນເຜົ່າ;
- ການເຜີຍແຜ່ ຮູບພາບລາມົກ ຫຼື ຮູບພາບຕັດຕໍ່ ຫຼື ພາບເຄື່ອນໄຫວ, ສຽງ ແລະ ວິດີໂອ ທີ່ຜິດກັບກົດໝາຍໄດ້ທ້າມໄວ້ ຊຶ່ງເປັນການແຕະຕ້ອງເຖິງຮິດຄອງປະເພນີ ອັນດຶງມາຂອງຊາດ ແລະ ແຕະຕ້ອງເຖິງລິຂະສິດທາງປັນຍາຂອງຜູ້ອື່ນ ແລະ ຊຶ້ງຂາຍບໍລິການທາງເພດ;
- ການເຜີຍແຜ່ຄວາມລັບຂອງອົງການຈັດຕັ້ງ, ຄວາມລັບຂອງຊາດ, ຄວາມລັບທາງດ້ານວຽກງານປ້ອງກັນຊາດ-ປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ ແລະ ຄວາມລັບດ້ານອື່ນໆ;
- ການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ, ທີ່ບິດເບືອນຄວາມເປັນຈິງ ຫຼື ສັງຄົມຮັບບໍ່ໄດ້ ເພື່ອສ້າງຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ກຽດສັກສີ ຫຼື ສິດທິຂອງຄົນອື່ນ, ຂອງພາກສ່ວນ, ສະຖານບັນ ຫຼື ອົງການອື່ນ;
- ການນຳໃຊ້ຊື່ຂອງບຸກຄົນ ຫຼື ການຈັດຕັ້ງ, ຮູບພາບ, ພາບເຄື່ອນໄຫວ, ສຽງ, ວິດີໂອ, ບັດເຄຣດິດ ຫຼື ຂໍ້ມູນເອກະສານສ່ວນຕົວຂອງບຸກຄົນອື່ນ ເພື່ອສ້າງຄວາມເສຍຫາຍທາງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ;
- ການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ເຮັດໃຫ້ເກີດ ຫຼື ຈະເຮັດໃຫ້ເກີດ ຜົນກະທົບທາງລົບ ແລະ ຄວາມຮຸນແຮງຕໍ່ຈິດໃຈ ຂອງເດັກ;
- ການນຳໃຊ້ໃຫ້ບໍລິການ ຫຼື ຫຼີ້ນການ ພະນັນ ຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ການເຜີຍແຜ່ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ມີລັກສະນະແນະນຳ ຫຼື ວິທີ ການ ເຂົ້າເຖິງລະບົບຄອມພິວເຕີ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ, ສ້າງໂປຼແກຼມປະສົງຮ້າຍ, ໃຊ້ອຸປະກອນໃນທາງທີ່ຜິດ ແລະ ສ້າງຄວາມເສຍຫາຍອື່ນ.

3.5 ຫຼັກການໃນການນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍດ້ວຍແນວຄິດສ້າງສັນ

3.5.1 ຫຼັກການທົ່ວໄປ

ໃນການນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍດ້ວຍແນວຄິດສ້າງສັນ, ພວກເຮົາຄວນເລີ່ມຕົ້ນດ້ວຍການພັດທະນາທັກສະໃນການຈຳແນກຂ່າວປອມ. ສິ່ງນີ້ລວມເຖິງການມີສະຕິລະວັງຕົວຕໍ່ຫົວຂໍ້ຂ່າວທີ່ເຮັດໃຫ້ສະດຸດຕາ ຫຼື ບໍ່ສົມເຫດສົມຜົນ, ພ້ອມທັງການພິຈາລະນາລັກຢ່າງຖີ່ຖ້ວນ ເພື່ອຫຼີກລ້ຽງການຕົກເປັນເຫຍື່ອຂອງລັງປອມ. ນອກຈາກນີ້, ການກວດສອບແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງຂ່າວກໍເປັນສິ່ງສຳຄັນ, ໂດຍຕ້ອງຢືນຢັນວ່າຂ່າວມາຈາກແຫຼ່ງຂໍ້ມູນທີ່ໜ້າເຊື່ອຖື ແລະ ມີຊື່ສຽງໃນການລາຍງານຂ່າວ.

ການກວດສອບຮູບພາບກໍເປັນອີກຂັ້ນຕອນໜຶ່ງທີ່ສຳຄັນ, ໂດຍຕ້ອງລະວັງຮູບພາບທີ່ອາດຖືກດັດແປງ ຫຼື ນຳໃຊ້ຜິດບໍລິບົດ. ການໃຊ້ເຄື່ອງມືຄົ້ນຫາຮູບພາບຍ້ອນກັບສາມາດຊ່ວຍໃນການກວດສອບແຫຼ່ງທີ່ມາທີ່ແທ້ຈິງຂອງຮູບໄດ້. ພ້ອມກັນນັ້ນ, ການເອົາໃຈໃສ່ວັນທີ ແລະ ເວລາຂອງບົດຂ່າວກໍມີຄວາມສຳຄັນ, ເພາະບາງຄັ້ງຂ່າວເກົ່າອາດຖືກນຳມາເຜີຍແຜ່ຄືນ, ດັ່ງນັ້ນຈຶ່ງຕ້ອງພິຈາລະນາວ່າລຳດັບເຫດການໃນຂ່າວມີຄວາມສົມເຫດສົມຜົນບໍ່.

ການກວດສອບຫຼັກຖານ ແລະ ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນເປັນອີກຂັ້ນຕອນໜຶ່ງທີ່ບໍ່ຄວນເບິ່ງຂ້າມ. ພວກເຮົາຄວນຊອກຫາການອ້າງອີງຫຼັກຖານ ແລະ ແຫຼ່ງຂໍ້ມູນທີ່ເຊື່ອຖືໄດ້, ພ້ອມທັງລະວັງຂ່າວທີ່ອ້າງເຖິງ "ຜູ້ຊ່ຽວຊານ"

ໂດຍບໍ່ລະບຸລາຍລະອຽດ. ການປຽບທຽບກັບແຫຼ່ງຂ່າວອື່ນກໍເປັນວິທີທີ່ມີປະສິດທິພາບ, ໂດຍກວດສອບວ່າມີແຫຼ່ງຂ່າວອື່ນລາຍງານເລື່ອງດຽວກັນບໍ່, ຖ້າມີຫຼາຍແຫຼ່ງຂ່າວທີ່ໜ້າເຊື່ອຖືລາຍງານເລື່ອງດຽວກັນ, ມັນມີແນວໂນ້ມທີ່ຈະເປັນຂ່າວຈິງ.

ການໃຊ້ວິຈາລະນະຍານເປັນທັກສະທີ່ສໍາຄັນ, ໂດຍຕ້ອງຄິດວິເຄາະກ່ອນທີ່ຈະເຊື່ອ ຫຼື ແບ່ງປັນຂໍ້ມູນ, ພ້ອມທັງພິຈາລະນາວ່າເນື້ອຫານັ້ນມີເຈດຕະນາສ້າງອາລົມ ຫຼື ຄວາມຂັດແຍ້ງບໍ່. ນອກຈາກນີ້, ການລະມັດລະວັງໃນການແບ່ງປັນຂໍ້ມູນກໍມີຄວາມສໍາຄັນ, ໂດຍຕ້ອງຄິດໃຫ້ຮອບຄອບກ່ອນທີ່ຈະແບ່ງປັນ ຫຼື ສົ່ງຕໍ່ຂໍ້ມູນ, ພ້ອມທັງພິຈາລະນາຜົນກະທົບທີ່ອາດເກີດຂຶ້ນຈາກການແບ່ງປັນຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ.

ສຸດທ້າຍ, ການນໍາໃຊ້ເຄື່ອງມືກວດສອບຂໍ້ເທັດຈິງ ແລະ ການພັດທະນາຄວາມຮູ້ດ້ານສື່ເປັນສິ່ງທີ່ສໍາຄັນ. ພວກເຮົາຄວນນໍາໃຊ້ເວັບໄຊ ຫຼື ແອັບພລິເຄຊັນທີ່ສະເພາະໃນການກວດສອບຂໍ້ເທັດຈິງ, ພ້ອມທັງສຶກສາກ່ຽວກັບວິທີການທີ່ສື່ຕ່າງໆດໍາເນີນງານ ແລະ ສ້າງເນື້ອຫາ, ເພື່ອພັດທະນາຄວາມສາມາດໃນການວິເຄາະ ແລະ ປະເມີນຂໍ້ມູນຢ່າງມີວິຈາລະນະຍານ. ການນໍາໃຊ້ຫຼັກການເຫຼົ່ານີ້ຈະຊ່ວຍໃຫ້ພວກເຮົາສາມາດນໍາໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍໄດ້ຢ່າງສະຫຼາດ, ມີຄວາມຮັບຜິດຊອບ ແລະ ສ້າງສັນ, ພ້ອມທັງຫຼີກລ້ຽງການຕົກເປັນເຫຍື່ອຂອງຂ່າວປອມ ຫຼື ຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ.

3.5.2 ຫຼັກການສົ່ງຕໍ່ຂໍ້ມູນ

ຫຼັກການສົ່ງຕໍ່ ຫຼື ແບ່ງປັນຂໍ້ມູນໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍດ້ວຍແນວຄິດສ້າງສັນ ມີຄວາມສໍາຄັນຫຼາຍໃນການໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍຢ່າງມີຄວາມຮັບຜິດຊອບ. ເລີ່ມຕົ້ນດ້ວຍການສຶກສາ ແລະ ທໍາຄວາມເຂົ້າໃຈນິຕິກຳ ແລະ ລະບຽບການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍໃຫ້ເລິກເຊິ່ງ, ເພື່ອໃຫ້ແນ່ໃຈວ່າການແບ່ງປັນຂໍ້ມູນຂອງເຮົາບໍ່ລະເມີດກົດໝາຍ ຫຼື ສິດທິຂອງຜູ້ອື່ນ.

ກ່ອນຈະໂພສຫຼືແບ່ງປັນຂໍ້ມູນໃດໆ, ຄວນຄິດໃຫ້ຮອບຄອບເຖິງຜົນກະທົບທີ່ອາດເກີດຂຶ້ນ. ຕ້ອງຕະຫຼົກວ່າຂໍ້ມູນທີ່ເຜີຍແຜ່ອອນລາຍສາມາດເຂົ້າເຖິງໄດ້ໂດຍທຸກຄົນ ແລະ ອາດສົ່ງຜົນກະທົບໃນວົງກວ້າງ. ໂດຍສະເພາະ, ຄວນລະມັດລະວັງເປັນພິເສດກັບການໂພສຂໍ້ມູນທີ່ມີຄວາມອ່ອນໄຫວ ຫຼື ສ່ວນຕົວ ເພາະອາດສົ່ງຜົນເສຍຕໍ່ຕົນເອງ ຫຼື ຜູ້ອື່ນໃນອະນາຄົດ.

ການວິເຄາະ, ກັນຕອງ ແລະ ໃຊ້ວິຈາລະນະຍານໃນການຮັບຂໍ້ມູນຂ່າວສານເປັນສິ່ງສໍາຄັນ. ກ່ອນແບ່ງປັນຂໍ້ມູນໃດໆ, ຄວນກວດສອບຄວາມຖືກຕ້ອງ ແລະ ແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງຂໍ້ມູນ. ຫຼີກລ້ຽງການແບ່ງປັນຂ່າວລື ຫຼື ຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບການຢືນຢັນ, ເພື່ອປ້ອງກັນການແຜ່ກະຈາຍຂອງຂ່າວປອມ ຫຼື ຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ.

ໃນການຮັບບຸກຄົນແປກໜ້າເປັນເພື່ອນໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ, ຄວນພິຈາລະນາໃຫ້ຖີ່ຖ້ວນ ແລະ ລະມັດລະວັງ. ການຮັບເພື່ອນທີ່ບໍ່ຮູ້ຈັກອາດນໍາໄປສູ່ຄວາມສ່ຽງດ້ານຄວາມປອດໄພ ຫຼື ການຖືກຫຼອກລວງ. ນອກຈາກນີ້, ຄວນລະມັດລະວັງໃນການຕອບສະໜອງຕໍ່ການໂຄສະນາຊວນເຊື່ອຕ່າງໆ, ໂດຍສະເພາະການລະດົມທຶນທີ່ສັນຍາຜົນຕອບແທນສູງ, ເພາະອາດເປັນການຫຼອກລວງ.

ການສະແດງຄວາມຄິດເຫັນໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍກໍຕ້ອງເຮັດດ້ວຍຄວາມລະມັດລະວັງ. ຫຼີກລ້ຽງການໃຊ້ຄໍາເວົ້າ ຫຼື ຂໍ້ຄວາມທີ່ບໍ່ເໝາະສົມ, ເພາະອາດນໍາໄປສູ່ຄວາມຂັດແຍ້ງ, ການທໍາຮ້າຍຄວາມຮູ້ສຶກຂອງຜູ້ອື່ນ ຫຼື ແມ້ແຕ່ການຖືກດໍາເນີນຄະດີທາງກົດໝາຍ. ສຸດທ້າຍ, ການມີສະຕິໃນການບໍລິໂພກຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍເປັນສິ່ງສໍາຄັນ. ຝຶກຝົນການສັງເກດ ແລະ ວິເຄາະຂ່າວສານ ເພື່ອແຍກແຍະລະຫວ່າງຂ່າວຈິງ ແລະ ຂ່າວປອມ.

ການປະຕິບັດຕາມຫຼັກການເຫຼົ່ານີ້ຈະຊ່ວຍໃຫ້ການໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍເປັນໄປຢ່າງສ້າງສັນ, ມີຄວາມຮັບຜິດຊອບ, ແລະ ປອດໄພ, ພ້ອມທັງສົ່ງເສີມການແລກປ່ຽນຂໍ້ມູນທີ່ມີຄຸນຄ່າ ແລະ ເປັນປະໂຫຍດໃນສັງຄົມອອນລາຍ.

3.5.3 ຫຼັກການຄວາມຮັບຜິດຊອບ

ຫຼັກການຄວາມຮັບຜິດຊອບໃນການນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍດ້ວຍແນວຄິດສ້າງສັນ ແມ່ນພື້ນຖານສຳຄັນໃນການສ້າງສະພາບແວດລ້ອມອອນລາຍທີ່ປອດໄພ ແລະ ສ້າງສັນ. ການມີຄວາມຮັບຜິດຊອບເລີ່ມຕົ້ນຈາກການຮັກສາບັນຊີສິ່ງຄົມອອນລາຍ ແລະ ຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຂອງຕົນເອງໃຫ້ປອດໄພ. ສິ່ງສຳຄັນອັນດັບທຳອິດແມ່ນການບໍ່ນຳໃຊ້ລະຫັດຜ່ານດຽວກັນກັບບັນຊີສິ່ງຄົມອອນລາຍອື່ນໆ, ເພື່ອຫຼຸດຄວາມສ່ຽງໃນກໍລະນີທີ່ບັນຊີໃດໜຶ່ງຖືກລັກ ຫຼື ເຈາະລະບົບ.

ຄວນລະມັດລະວັງໃນການພົວພັນກັບບຸກຄົນອື່ນຜ່ານສິ່ງຄົມອອນລາຍກໍມີຄວາມສຳຄັນເຊັ່ນກັນ. ການອອກໄປພົບໝູ່ທີ່ຕິດຕໍ່ກັນຜ່ານສິ່ງຄົມອອນລາຍຄວນເຮັດດ້ວຍຄວາມລະມັດລະວັງ, ໂດຍບໍ່ຄວນໄປຄົນດຽວ ແຕ່ຄວນມີໝູ່ ຫຼື ຄອບຄົວໄປນຳ ເພື່ອປ້ອງກັນຄວາມສ່ຽງຈາກການຖືກລັກພາຕົວ ຫຼື ທຳຮ້າຍ.

ການຈັດການກັບຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຕ້ອງເຮັດດ້ວຍຄວາມລະມັດລະວັງສູງ. ຫຼັກລ່ຽງການບັນທຶກຮູບພາບ, ພາບເຄື່ອນໄຫວ, ສຽງ ແລະ ວິດີໂອທີ່ບໍ່ເໝາະສົມໄວ້ໃນອຸປະກອນອີເລັກໂຕຣນິກ, ເພາະຂໍ້ມູນເຫຼົ່ານີ້ອາດຮົ່ວໄຫຼໄດ້ຈາກການຖືກແຮັກ ຫຼື ການດາວໂຫຼດຜ່ານໂປຣແກຣມທີ່ມີຊ່ອງໂຫວ່. ເມື່ອຂໍ້ມູນຖືກເຜີຍແຜ່ໃນອິນເຕີເນັດແລ້ວ, ມັນຈະເປັນການຍາກທີ່ຈະລຶບອອກໄດ້ທັງໝົດ.

ໃນການສະແດງຄວາມຄິດເຫັນອອນລາຍ, ຄວາມຮັບຜິດຊອບໝາຍເຖິງການຄິດກ່ອນໂພສ. ຫຼັກລ່ຽງການໂພສທຸກເລື່ອງທີ່ເຮົາບໍ່ພໍໃຈ, ເຊັ່ນ ບັນຫາຊີວິດສ່ວນຕົວ ຫຼື ຄວາມບໍ່ພໍໃຈກັບເພື່ອນຮ່ວມງານ, ເພາະສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ອາດສົ່ງຜົນເສຍຕໍ່ຕົນເອງໃນອະນາຄົດ. ນອກຈາກນີ້, ຄວນລະມັດລະວັງໃນການພົວພັນກັບເນື້ອຫາອອນລາຍ, ບໍ່ວ່າຈະເປັນການກົດຖືກໃຈ, ແບ່ງປັນ, ສະແດງຄວາມຄິດເຫັນ ຫຼື ຕິດຕາມ, ໂດຍສະເພາະກັບເນື້ອຫາທີ່ອາດສົ່ງເສີມການກະທຳຜິດ.

ການຮັກສາຄວາມເປັນສ່ວນຕົວແມ່ນອີກດ້ານໜຶ່ງຂອງຄວາມຮັບຜິດຊອບ. ຫຼັກລ່ຽງການເຜີຍແຜ່ ຫຼື ລະບຸສະຖານທີ່ຕ່າງໆ ເພາະອາດເປັນຊ່ອງທາງໃຫ້ຜູ້ບໍ່ຫວັງດີນຳໃຊ້. ໃນເລື່ອງການເງິນ, ຄວນລະມັດລະວັງເປັນພິເສດ, ບໍ່ຄວນໂອນເງິນໃຫ້ໝູ່ໃນສິ່ງຄົມອອນລາຍໂດຍບໍ່ມີການຢືນຢັນທີ່ແນ່ນອນ, ເພາະບັນຊີອາດຖືກປອມແປງ ຫຼື ແຮັກໄດ້.

ການຫຼີກລ່ຽງກິດຈະກຳຜິດກົດໝາຍກໍເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງຄວາມຮັບຜິດຊອບ. ບໍ່ຄວນເຂົ້າຮ່ວມໃນການຫຼິ້ນການພະນັນທີ່ຜິດກົດໝາຍຜ່ານສິ່ງຄົມອອນລາຍ. ນອກຈາກນີ້, ການຈັດເກັບ ຫຼື ສົ່ງຂໍ້ມູນ/ເອກະສານສຳຄັນ, ໂດຍສະເພາະເອກະສານລັບທາງລັດຖະການ, ບໍ່ຄວນຝາກໄວ້ໃນສິ່ງຄົມອອນລາຍທີ່ມີຖານຂໍ້ມູນຢູ່ຕ່າງປະເທດ.

ສະຫຼຸບແລ້ວ, ຫຼັກການຄວາມຮັບຜິດຊອບໃນການນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍແມ່ນກ່ຽວກັບການປົກປ້ອງຕົນເອງ, ການເຄົາລົບຜູ້ອື່ນ ແລະ ການປະຕິບັດຕາມກົດໝາຍ. ມັນຮຽກຮ້ອງໃຫ້ເຮົາຄິດກ່ອນກະທຳ, ພິຈາລະນາຜົນກະທົບຂອງການກະທຳຂອງເຮົາ ແລະ ໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍໃນທາງທີ່ສ້າງສັນ ແລະ ເປັນປະໂຫຍດ. ການປະຕິບັດຕາມຫຼັກການເຫຼົ່ານີ້ຈະຊ່ວຍສ້າງສະພາບແວດລ້ອມອອນລາຍທີ່ປອດໄພ ແລະ ສ້າງສັນສຳລັບທຸກຄົນ.

3.6 ການພັດທະນາທັກສະການຮຽນຮູ້ໃຫ້ເທົ່າທັນສື່ອອນລາຍ

ການພັດທະນາທັກສະການຮຽນຮູ້ໃຫ້ເທົ່າທັນສື່ອອນລາຍແມ່ນສິ່ງສຳຄັນຢ່າງຍິ່ງໃນຍຸກດິຈິຕອນ. ມັນຮຽກຮ້ອງໃຫ້ພວກເຮົາຕ້ອງຮຽນຮູ້ ແລະ ປັບຕົວຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ເພື່ອໃຫ້ທັນກັບການປ່ຽນແປງຢ່າງວ່ອງໄວຂອງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ສິ່ງຄົມອອນລາຍ.

ອັນທີ່ໜຶ່ງ, ການພັດທະນາທັກສະນີ້ເລີ່ມຈາກການຮຽນຮູ້ກ່ຽວກັບການພັດທະນາຂອງເຕັກໂນໂລຊີດິຈິຕອນ. ພວກເຮົາຕ້ອງເຂົ້າໃຈວິທີການເຮັດວຽກຂອງເຕັກໂນໂລຊີໃໝ່ໆ ແລະ ຜົນກະທົບຂອງມັນຕໍ່ການສື່ສານ ແລະ ການແລກປ່ຽນຂໍ້ມູນ. ນອກຈາກນີ້, ການຕິດຕາມການພັດທະນາຂອງລະບົບສື່ສັງຄົມອອນລາຍຕ່າງໆກໍມີຄວາມສໍາຄັນເພື່ອໃຫ້ເຂົ້າໃຈຄຸນສົມບັດໃໝ່ ແລະ ວິທີການໃຊ້ງານທີ່ປ່ຽນແປງໄປ.

ການພັດທະນາທັກສະການຄິດວິເຄາະແມ່ນອົງປະກອບທີ່ສໍາຄັນ. ພວກເຮົາຕ້ອງຝຶກການປະເມີນຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືຂອງຂໍ້ມູນ, ກວດສອບແຫຼ່ງທີ່ມາ, ແລະ ວິເຄາະເນື້ອຫາຢ່າງມີວິຈາລະນະຍານ. ທັກສະເຫຼົ່ານີ້ຊ່ວຍໃຫ້ພວກເຮົາແຍກແຍະລະຫວ່າງຂໍ້ມູນທີ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ຂ່າວປອມ ຫຼື ຂໍ້ມູນທີ່ບິດເບືອນ.

ການຮຽນຮູ້ວິທີການນໍາໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍຢ່າງປອດໄພກໍເປັນສ່ວນສໍາຄັນຂອງການພັດທະນາທັກສະ. ນີ້ລວມເຖິງການບໍ່ເປີດເຜີຍຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຫຼາຍເກີນໄປ, ການບໍ່ໂພສຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວຂອງຜູ້ອື່ນໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ ແລະ ການເຂົ້າໃຈວ່າທຸກສິ່ງທີ່ໂພສຂຶ້ນໄປແລ້ວນັ້ນ ຄວາມເປັນສ່ວນຕົວຈະໝົດໄປທັນທີ.

ການພັດທະນາຄວາມສາມາດໃນການຈັດການກັບເນື້ອຫາທີ່ບໍ່ເໝາະສົມກໍສໍາຄັນເຊັ່ນກັນ. ພວກເຮົາຕ້ອງຮຽນຮູ້ວິທີການລຶບ ຫຼື ລາຍງານເນື້ອຫາທີ່ບໍ່ເໝາະສົມ ແລະ ວິທີປ້ອງກັນຕົນເອງຈາກການລ່ວງລະເມີດທາງອອນລາຍ.

ນອກຈາກນີ້, ການພັດທະນາທັກສະໃນການສ້າງເນື້ອຫາທີ່ມີຄຸນຄ່າ ແລະ ສ້າງສັນກໍເປັນສິ່ງສໍາຄັນ. ນີ້ລວມເຖິງການຮຽນຮູ້ວິທີການນໍາສະເໜີແນວຄິດຢ່າງມີປະສິດທິຜົນ, ການໃຊ້ເຄື່ອງມືຕ່າງໆເພື່ອສ້າງເນື້ອຫາທີ່ໜ້າສົນໃຈ, ແລະ ການເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບກຸ່ມເປົ້າໝາຍຂອງເຮົາ.

ການຮຽນຮູ້ກ່ຽວກັບກົດໝາຍ ແລະ ຈັນຍາບັນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍກໍມີຄວາມສໍາຄັນ. ພວກເຮົາຕ້ອງເຂົ້າໃຈກ່ຽວກັບລິຂະສິດ, ຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ ແລະ ກົດລະບຽບອື່ນໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການໃຊ້ສື່ອອນລາຍ.

ສຸດທ້າຍ, ການພັດທະນາທັກສະການຈັດການເວລາ ແລະ ການຄວບຄຸມການໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍກໍມີຄວາມສໍາຄັນ. ພວກເຮົາຕ້ອງຮຽນຮູ້ວິທີການໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍຢ່າງສົມດຸນ, ໂດຍບໍ່ໃຫ້ມັນສົ່ງຜົນກະທົບທາງລົບຕໍ່ຊີວິດຈິງ ແລະ ໜ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບອື່ນໆ.

ການພັດທະນາທັກສະເຫຼົ່ານີ້ແມ່ນຂະບວນການທີ່ຕໍ່ເນື່ອງ ແລະ ຮຽກຮ້ອງໃຫ້ມີການປັບຕົວ ແລະ ຮຽນຮູ້ຕະຫຼອດຊີວິດ. ໂດຍການພັດທະນາທັກສະເຫຼົ່ານີ້, ພວກເຮົາຈະສາມາດນໍາໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍໄດ້ຢ່າງສະຫຼາດ, ປອດໄພ ແລະ ມີປະສິດທິຜົນ, ພ້ອມທັງໄດ້ຮັບປະໂຫຍດສູງສຸດຈາກໂອກາດທີ່ມານໍາສື່ສັງຄົມອອນລາຍ.

3.7 ການວິເຄາະຂ່າວປອມ ແລະ ສິ່ງບໍ່ມີມູນຄວາມຈິງ

3.7.1 ການວິເຄາະຂ່າວປອມ ແລະ ສິ່ງບໍ່ມີມູນຄວາມຈິງ

ໃນປະຈຸບັນພຶດຕິກຳການຮັບຮູ້ຂ່າວສານຂອງຜູ້ອ່ານໄດ້ປ່ຽນໄປຢ່າງຫຼວງຫຼາຍ ເນື່ອງຈາກຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີໄດ້ມີການພັດທະນາຢ່າງວ່ອງໄວ ມີການຮັບຮູ້ຂ່າວສານຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ເຊັ່ນ: ເຟກສບຸກ, ຢູທູບ, ຕິກຕອກ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍອື່ນໆ ຫຼາຍຂຶ້ນ ແລະ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍໃນປະຈຸບັນຜູ້ໃຊ້ງານອິນເຕີເນັດທົ່ວໄປກໍສາມາດເປັນຜູ້ນໍາສະເໜີຂ່າວໄດ້ ໂດຍໃນປະຈຸບັນນັກຂ່າວອິດສະຫຼະແມ່ນມີຈຳນວນຫຼາຍ ແລະ ບາງຄົນມີຜູ້ຕິດຕາມຫຼາຍກວ່າ ເພຈທາງການຂັງພາກລັດ.

ເຖິງແມ່ນວ່າຄວາມວ່ອງໄວໃນການລາຍງານຂ່າວທາງອອນລາຍຈະຊ່ວຍໃຫ້ປະຊາຊົນທົ່ວໄປໄດ້ຮັບຂໍ້ມູນຂ່າວສານຢ່າງວ່ອງໄວ ແລະ ທັນເຫດການ ແຕ່ບັນຫາທີ່ເກີດຂຶ້ນແມ່ນຂ່າວອອນລາຍແມ່ນບໍ່ມີການກັ່ນກອງຂໍ້ມູນ ແລະ ຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງຂໍ້ມູນເນື່ອງຈາກເປັນຂ່າວເປີດກວ້າງ ແລະ ບໍ່ໄດ້ຖືກຈຳກັດໃນການນໍາສະເໜີຂ່າວ. ນອກຈາກນີ້ ຂ່າວທີ່ຖືກນໍາສະເໜີຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ສາມາດສົ່ງຕໍ່ຂໍ້ມູນໃຫ້ຜູ້ອື່ນໃນວົງກວ້າງ ແລະ ໄຮ້ຂີດຈຳກັດ, ຊຶ່ງເຮັດໃຫ້ການກະຈາຍຂ່າວຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍຈຶງມີຄວາມວ່ອງໄວ ແລະ ສ້າງອິດທິພົນຕໍ່ຄວາມຄິດຂອງຄົນໃນສັງຄົມໄດ້ຢ່າງກວ້າງຂວາງ. ດ້ວຍເຫດນີ້ຈຶ່ງເປັນຊ່ອງທາງໜຶ່ງຂອງຜູ້ບໍ່ຫວັງດີໃນການສ້າງຂ່າວປອມປະ

ປົນກັບຂ່າວຈິງ ໃນສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍຈົນຄົນທົ່ວໄປທີ່ຕິດຕາມຂ່າວບໍ່ສາມາດແຍກອອກໄດ້ວ່າອັນໃດເປັນຂ່າວລວງ, ອັນໃດເປັນຂ່າວແທ້ ແລະ ອັນໃດເປັນຂ່າວປອມ

ສະນັ້ນ, ການຮັບຮູ້ ສື່ ແລະ ເຕັກໂນໂລຊີທີ່ມີການປ່ຽນແປງ ໃນຍຸກດິຈິຕອນນີ້ຄວນມີທັກສະໃນການຮູ້ເທົ່າ ທັນຂ່າວ, ສາມາດແຍກແຍະໄດ້ວ່າ ອັນໃດເປັນຂ່າວລວງ, ອັນໃດເປັນຂ່າວແທ້ ແລະ ອັນໃດເປັນຂ່າວປອມ, ມີທັກ ສະ, ຄວາມຮູ້ຄວາມສາມາດໃນການວິເຄາະ ແລະ ກວດສອບຂໍ້ມູນທີ່ຖືກຕ້ອງໃນການສະແດງຄວາມຄິດເຫັນ, ຮູ້ຈັກປະເມີນ ແລະ ເລືອກໃຊ້ຂໍ້ມູນຢ່າງມີປະສິດທິພາບ ເພື່ອແລກປ່ຽນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ສະແດງຄວາມຄິດ ເຫັນທາງສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍດ້ວຍແນວຄິດສ້າງສັນ.

3.7.2 ການຮູ້ເທົ່າທັນຂ່າວແມ່ນຫຍັງ?

ການຮູ້ເທົ່າທັນຂ່າວ: ແມ່ນທັກສະໃນການວິເຄາະຂ່າວສານເພື່ອ ກວດສອບ ແລະ ປະເມີນຄວາມໜ້າເຊື່ອຖືຂອງຂ່າວສານ ແລະ ຂໍ້ມູນ ເພື່ອໃຫ້ຮູ້ວ່າຂ່າວສານນັ້ນໜ້າເຊື່ອຖືບໍ່, ຈຸດປະສົງໃນການລົງຂ່າວແມ່ນ ເພື່ອຫຍັງ, ຮູ້ຈັກແຍກແຍະຂໍ້ມູນຕົວຈິງຈາກຄວາມຄິດເຫັນ ແລະ ການ ຊີ້ນຳຜູ້ສ້າງ ແລະ ຂຽນຂ່າວ, ເປັນກາງໃນການຮັບຮູ້ຂ່າວສານ ໂດຍ ສະເພາະການກວດສອບຂ່າວປອມທີ່ມັກເຜີຍແຜ່ຜ່ານສື່ທາງອິນເຕີເນັດ ເພື່ອປ້ອງກັນການຕົກເປັນເຫຍື່ອຂອງຄົນບໍ່ຫວັງດີທາງອອນລາຍ.



ຄວນມີສະຕິໃນການໃຊ້ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍ ບໍ່ຄວນເບິ່ງຂ້າມລາຍລະອຽດເລັກໆນ້ອຍໆທີ່ເຮົາອາດປ່ອຍປະ ລະເລີຍຄິດວ່າເປັນເລື່ອງປົກກະຕິທຳມະດາ ເນື່ອງຈາກ ຂ່າວສານທີ່ເອີ້ນວ່າຂ່າວປອມ (Fake news) ທີ່ຖືກເຜີຍແຜ່ ຜ່ານສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍນັ້ນສ່ວນຫຼາຍແມ່ນໄດ້ສ້າງຄວາມປັນປ່ວນຕໍ່ສັງຄົມໂດຍລວມ ເນື່ອງຈາກຂ່າວປອມໄດ້ມີ ການບົດເບືອນຂໍ້ມູນ, ໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສີ ແລະ ຊີ້ນຳ ຈົນເຮັດໃຫ້ປະຊາຊົນຫຼົງເຊື່ອ ແລະ ເຮັດໃຫ້ສັງຄົມເກີດຄວາມບໍ່ ສະຫງົບໄດ້.

3.7.3 ຂ່າວປອມຄືຫຍັງ

ຂ່າວປອມ ຄື: “ຂ່າວທີ່ບໍ່ມີມູນຄວາມຈິງ” ເນື້ອຫາຂອງຂ່າວປອມສ່ວນຫຼາຍອີງ ຕາມຂໍ້ມູນຂອງຂ່າວຈິງແຕ່ໄດ້ມີການສັບປ່ຽນເນື້ອໃນ, ບົດເບືອນຂໍ້ມູນ. ຂ່າວປອມບາງ ອັນແມ່ນສ້າງຂຶ້ນມາໃໝ່ ແລະ ບໍ່ມີມູນຄວາມຈິງເລີຍ, ບໍ່ແຕ່ງຂໍ້ມູນ, ບໍ່ສາມາດກວດ ສອບໄດ້. ຂ່າວປອມບາງອັນແມ່ນນຳຂໍ້ມູນຕົວຈິງມາລົງແຕ່ໃຊ້ຄຳເວົ້າໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສີ ແລະ ຊີ້ນຳໄປໃນທາງທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ. ຂ່າວປອມບາງຄັ້ງຍັງເປັນການໂຄສະນາຊວນເຊື່ອ ເພື່ອຫວັງໃຫ້ຄົນສົນໃຈ, ບາງຂ່າວແມ່ນຂຽນພາດຫົວເພື່ອຫຼອກລໍ່ໃຫ້ຄົນກົດເຂົ້າໄປ ໂດຍມີເຈດຕະນາອື່ນແບບ ແຝງ.



ຂ່າວປອມຈະມີລັກສະນະຫຼັກໆຄື:

- ເປັນຂ່າວທີ່ບໍ່ມີມູນຄວາມຈິງ, ບາງຂ່າວອາດມີຄວາມຈິງບາງສ່ວນ ແລະ ບໍ່ມີມູນຄວາມຈິງເລີຍ
- ກະຕຸ້ນໃຫ້ມີການສົ່ງຕໍ່ຂໍ້ມູນຕະຫຼອດເວລາ
- ເຈດຕະນາບົດເບືອນຂໍ້ມູນຄວາມຈິງ ໂດຍໃຊ້ທຸກວິທີທາງ

3.7.4 ການຈຳແນກປະເພດຂ່າວປອມ

ຂ່າວປອມແມ່ນການນຳສະເໜີຂ່າວທີ່ບໍ່ມີມູນຄວາມຈິງ ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ອ່ານຜູ້ຟັງ ເຂົ້າໃຈຜິດ ອາດເກີດຂຶ້ນໂດຍ ຕັ້ງໃຈ ຫຼື ບໍ່ໄດ້ຕັ້ງໃຈ ແຕ່ການເຈດຕະນານຳໃຊ້ຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ມີມູນຄວາມຈິງ ເພື່ອ ຕົວະຍົວ, ຫຼອກລວງ ແລະ ຫາຜົນ ປະໂຫຍດໃຫ້ຕົນສາມາດແຍກປະເພດຂອງຂ່າວປອມໄດ້ດັ່ງນີ້:

- 1) ການພາດຫົວຂ່າວເພື່ອໃຫ້ຄົນກົດໄລ, ກົດແຊ (Clickbait);
- 2) ໂຄສະນາຊວນເຊື່ອ (Propaganda);

- 3) ຂ່າວແຝງໂຄສະນາ (Sponsored Content, Native Advertising);
- 4) ການລ້ຽງ ແລະ ສຽດສີສັງຄົມ (satire and Hoax);
- 5) ຂ່າວທີ່ຜິດພາດ (Error);
- 6) ຂ່າວເອນອຽງເລືອກຝ່າຍໃດຝ່າຍໜຶ່ງ (Partisan);
- 7) ທິດສະດີສົມຄົບຄິດ (Conspiracy theory);
- 8) ບົດຄວາມວິທະຍາສາດປອມ (Pseudoscience);
- 9) ຂ່າວທີ່ໃຫ້ຂໍ້ມູນຜິດໆ (Misinformation);
- 10) ຂ່າວທີ່ມີເຈດຕະນາຫຼອກລວງ.

3.7.5 ລັກສະນະເນື້ອຫາຂອງຂ່າວປອມ

ຂ່າວປອມສາມາດລຽງຕາມລະດັບຄວາມຮຸນແຮງຂອງຂ່າວໄດ້ 07 ແບບດັ່ງລຸ່ມນີ້:



- | | |
|-------------------------------------|------------------|
| 1) ການສຽດສີສັງຄົມ | Satire or Parody |
| 2) ເນື້ອໃນບໍ່ຖືກກັບພາດຫົວ | False connection |
| 3) ມີລັກສະນະ ຊີ້ນຳ | Misleading |
| 4) ເນື້ອໃນບໍ່ຖືກກັບຂ່າວສານ | False Context |
| 5) ມີການແອບອ້າງຂໍ້ມູນ | Impostor |
| 6) ມີລັກສະນະ ຫຼອກລວງ | Manipulated |
| 7) ເຈດຕະນາສ້າງຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ມີຄວາມຈິງ | Fabricated |

3.7.6 ການສັງເກດຂ່າວປອມ

ເພື່ອຊ່ວຍໃນການຈຳແນກ ແລະ ສັງເກດວ່າຂ່າວໃດແມ່ນຂ່າວແທ້ ແລະ ຂ່າວໃດແມ່ນຂ່າວທີ່ບໍ່ມີມູນຄວາມຈິງສາມາດສັງເກດໄດ້ດັ່ງລຸ່ມນີ້:

- 1) ກວດສອບວັນທີ, ເວລາ ແລະ ສະຖານທີ່;
- 2) ກວດສອບຫຼັກຖານໃນການຢືນຢັນຂໍ້ມູນ;
- 3) ສັງເກດສິ່ງທີ່ຜິດປົກກະຕິ;
- 4) ສັງເກດການພາດຫົວຂ່າວທີ່ກະຕຸ້ນໃຫ້ເຮົາເຂົ້າໄປກົດໄລ, ກົດແຊ;
- 5) ສັງເກດວິດີໂອ ແລະ ຮູບພາບທີ່ເຜີຍໃນອິນເຕີເນັດ;
- 6) ສັງເກດເນື້ອໃນບົດຂ່າວທີ່ມີການເຜີຍແຜ່;
- 7) ກວດສອບຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຮັບການອ້າງອີງ;
- 8) ກວດສອບແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງເນື້ອໃນ;
- 9) ກວດສອບຂໍ້ມູນຂອງຜູ້ສະເໜີຂ່າວ;
- 10) ສົມທຽບຂ່າວສານກັບແຫຼ່ງທີ່ມາອື່ນໆ;
- 11) ພິຈາລະນາຂໍ້ມູນຂ່າວສານຢ່າງລະອຽດ;
- 12) ມີຄວາມເປັນກາງໃນການວິເຄາະຂໍ້ມູນ;

13) ກ່ອນກົດໄລ, ກົດແຊ ຂໍ້ມູນທາງອິນເຕີເນັດ ໃຫ້ແນ່ໃຈວ່າຂໍ້ມູນດັ່ງກ່າວແມ່ນຖືກຕ້ອງໝົດທຸກຢ່າງ.

3.7.7 ການກວດສອບຂ່າວປອມຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ

ປະຈຸບັນສື່ສັງຄົມອອນລາຍມີອິດທິພົນຢ່າງຫຼວງຫຼາຍໃນຍຸກປະຈຸບັນ, ຫຼາຍພາກສ່ວນໄດ້ນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍໃນການໂຄສະນາສິນຄ້າຕ່າງໆ ເພື່ອເປັນຊ່ອງທາງໃນການສ້າງລາຍໄດ້ທັງຮູບແບບສ່ວນບຸກຄົນ ແລະ ທຸລະກິດ. ເພື່ອຄຽງຄູ່ກັບການຫັນເປັນຍຸກດິຈິຕອນຢ່າງເຕັມຮູບແບບ ບັນດາກະຊວງ ແລະ ອົງການປົກຄອງບໍ່ວ່າຈະເປັນຂັ້ນສູນກາງ ຫຼື ທ້ອງຖິ່ນເລີ່ມນຳໃຊ້ສື່ສັງຄົມອອນລາຍເຂົ້າໃນວຽກຢ່າງຫຼວງຫຼາຍໂດນສະເພາະການກະຈາຍຂໍ້ມູນຂ່າວສານໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ, ສະດວກ ແລະ ປະໂຫຍດຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ.

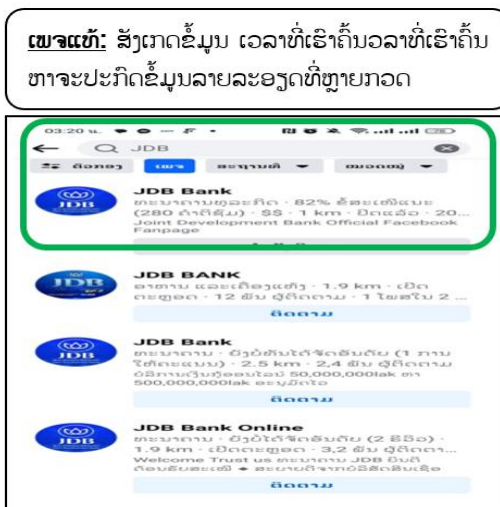
ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມເມື່ອມີຂໍ້ຕິ ກໍມີກຸ່ມຄົນບໍ່ດີຈຳນວນໜຶ່ງທີ່ສວຍໃຊ້ຊ່ອງທາງດັ່ງກ່າວເພື່ອສ້າງຄວາມປັນປ່ວນໃຫ້ແກ່ສັງຄົມ ໃຫ້ເກີດມີການຕົວະຍົວະທາງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ, ມີການໂຈລະກຳຂໍ້ມູນ, ມີການສ້າງເພຈປອມເພື່ອຫຼອກລວງເອົາຂໍ້ມູນ ແລະ ວັດຖຸມີຄ່າ, ການໂຈມຕີ ແລະ ໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສິຈາກກຸ່ມຄົນບໍ່ຫວັງດີທີ່ເສຍຜົນປະໂຫຍດ ແລະ ອື່ນໆ,

ດັ່ງນັ້ນ, ເພື່ອກວດສອບເບື້ອງຕົ້ນວ່າ ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ທີ່ມີການເຄື່ອນໄຫວວ່າເພຈດັ່ງກ່າວແມ່ນເພຈແທ້ ຫຼື ເພຈປອມທີ່ສ້າງຂຶ້ນມາ ເຮົາສາມາດກວດສອບເບື້ອງຕົ້ນໄດ້ນີ້:

3.7.7.1 ການກວດສອບຜ່ານ Face Book platform

ຕົວຢ່າງ: ການກວດສອບເພຈ ທະນາຄານ JDB ຜ່ານ Smartphone ລະຫວ່າງ ເພຈແທ້ ແລະ ເພຈປອມ ເຂົ້າໄປຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນວ່າທະນາຄານດັ່ງກ່າວມີຕົວຕົນ ຫຼື ບໍ່

- ໃຫ້ພົ້ມຊື່ທີ່ເຮົາຕ້ອງການຢາກຮູ້ລົງໄປໃນຊ່ອງຊອກຫາ;



- ກວດສອບຜ່ານໜ້າເວັບເພຈ;



- ສັງເກດຂໍ້ມູນຂອງເພຈ: ເຮົາສາມາດເຂົ້າເບິ່ງໄດ້ຜ່ານໂດຍການແຕະໜ້າຈໍ ທີ່ມີຄຳວ່າ “ກ່ຽວກັບ”

ເພຈແທ້: ສັງເກດເພຈແທ້ ຈະບອກຂໍ້ມູນທຸກຢ່າງ ກ່ຽວກັບບໍລິສັດວ່າຈະເປັນທີ່ຢູ່, ເບີໂທຕິດຕໍ່, ອີເມວທີ່ໃຊ້ຕິດຕໍ່, ລິ້ງເວັບໄຊຂອງອົງກອນ ແລະ ລິ້ງອື່ນໆຂອງອົງກອນທີ່ເຜີຍແຜ່ໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ

ເພຈປອມ: ສັງເກດເພຈປອມ ຈະບໍ່ບອກຂໍ້ມູນທຸກຢ່າງກ່ຽວກັບບໍລິສັດໄດ້ເນື່ອງຈາກຂໍ້ມູນບາງຢ່າງມີພຽງເພຈແທ້ເທົ່ານັ້ນທີ່ສາມາດໃສ່ໄດ້



3.7.7.2 ການກວດສອບຜ່ານ YouTube Platform

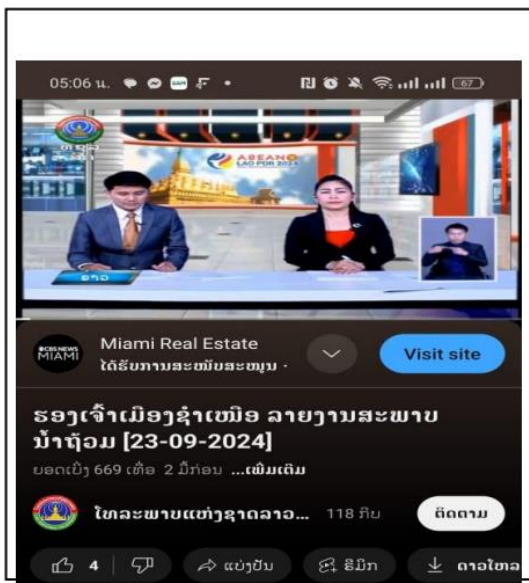
ຕົວຢ່າງ: ການກວດສອບຂໍ້ມູນຂອງຢູທູບກ່ຽວກັບການລົງຂ່າວທີ່ບິດເບື້ອນຄວາມຈິງ ແລະ ໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສີກ່ຽວກັບການລາຍງານຂ່າວດຽວກັນ. “ ການລາຍງານຂ່າວໄພນ້ຳຖ້ວມ ຢູ່ແຂວງ ຫົວພັນ ລະຫວ່າງ ຂ່າວທີ່ເປັນເພຈທາງການ ແລະ ການນຳສະເໜີຂ່າວທີ່ເປັນເພຈບ ບໍ່ເປັນທາງການ “

ເລຂາທາງການ:

1. ເປັນສີ່ຫຼັກໃນການສົ່ງຕໍ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຢ່າງຖືກຕ້ອງ ແລະ ມີການກັ່ນກອງຂໍ້ມູນ ກ່ອນອອກສູ່ສາທາລະນະ
2. ມີໂລໂກ້ ອົງກອນ ຊັດເຈນ, ທີ່ໄດ້ ລົງທະບຽນຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍ ແລະ ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ ຈາກ ກະຊວງ ທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງ.
3. ການແຕ່ງກາຍສຸພາບດ ຖືກຕ້ອງຕາມ ຫຼັກການໃນການນຳສະເໜີຂ່າວ.
4. ມີຂໍ້ມູນຊັດເຈນໃນການນຳສະເໜີຂ່າວ ຢ່າງສ້າງສັນ ບໍ່ໂຈມຕີຝ່າຍໜຶ່ງຝ່າຍໃດ

ເລຂາທີ່ບໍ່ເປັນທາງການ:

- I. ບໍ່ສາມາດລະບຸໄດ້ວ່າຂໍ້ມູນທີ່ນຳອອກມາ ເຜີຍແຜ່ເອົາມາຈາກໃສ.
- II. ບໍ່ຮູ້ແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງຂ່າວສານ
- III. ການນຳສະເໜີຂ່າວໃຊ້ຄຳເວົ້າທີ່ບໍ່ ສຸພາບ, ເນັ້ນໜັກໃນການໂຈມຕີ ແລະ ໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສີ ໂດຍທີ່ບໍ່ມີຂໍ້ ມູນອ້າງອີງ
- IV. ການນຳສະເໜີຂ່າວ ບໍ່ມີຮູບແບບ ຊັດເຈນ, ບໍ່ມີຫລັກການ ແລະ ຈັນຍາ ບັນໃນການນຳສະເໜີຂ່າວ
- V. ຊີ້ນຳຂ່າວສານ, ບໍ່ເປັນກາງ ຊັກຈູງ ແລະ ປຸກຝັງໃຫ້ຜູ້ຟັງເກີດຄວາມ ກຽດຊັງຕາມທີ່ຜູ້ສະເໜີຂ່າວ

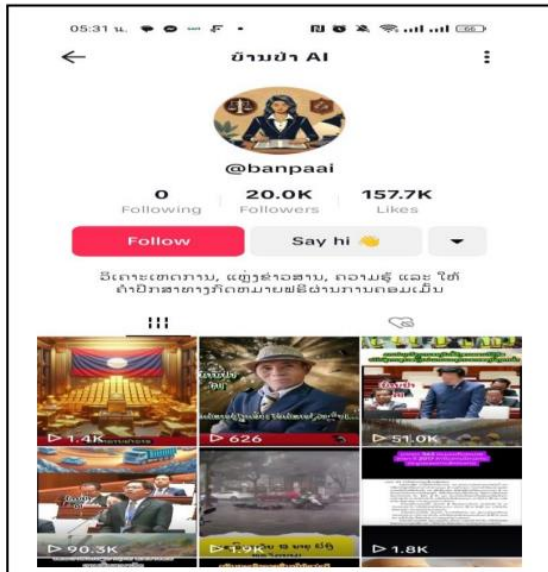


1) ການກວດສອບຜ່ານ Tiktok Platform

- ຕົວຢ່າງ: ການວິເຄາະຂ່າວທີ່ເປັນຂ່າວປອມໂດຍໃຊ້ເທັກໂນໂລຢີ AI ເຂົ້າມາຊ່ວຍໃນສ້າງພາບເຄື່ອນໄຫວ ປອມ ແລະ ການນຳໃຊ້ສຽງປອມທີ່ສ້າງຂຶ້ນມາຈາກ AI ເພື່ອໂຈມຕີ ແລະ ໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສື່ການນຳຂັ້ນສູງ.
- ຕົວຢ່າງ: ບັນຊີ tiktok: @banpaai

1. ເຜຈດັ່ງກ່າວແມ່ນໄດ້ນຳສະເໜີຂ່າວທີ່ບິດເບືອນຄວາມຈິງໂດຍສະເພາະໄດ້ໃຊ້ AI ໃນການປອມແປງສຽງ ແລະ ໃຫ້ AI ສ້າງພາບເຄື່ອນໄຫວ ແລະ ນຳເອົາຮູບການນຳຂັ້ນສູງມາດັດແປງໂດຍບໍ່ຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝົດ

1. ມີການນຳໃຊ້ AI ປ່ຽນພາບປົກກະຕິ ໃຫ້ເປັນພາບເຄື່ອນໄຫວໂດຍໃຫ້ປາກສາມາດເໝັງໄດ້ຄືກຳລັງເວົ້າຢູ່.
2. ສັງເກດຮູບທີ່ໃຊ້ປະກອບ ແລະ ການເໝັງຕຶງທາງກາຍຍະພາບ ແມ່ນບໍ່ສົມສ່ວນກັນ
3. ບໍ່ມີຂໍ້ມູນລະອຽດໃນການນຳສະເໜີ



ສາມາດກວດສອບສຽງທີ່ໃຊ້ໃນວິດີໂອໄດ້ວ່າສຽງທີ່ເຮົາໄດ້ຍິນແມ່ນມີແຫຼ່ງທີ່ມາແບບໃດ, ເປັນສຽງທີ່ຖືກແຕ່ງມາ ຫຼື ສຽງທີ່ຜ່ານຂະບວນການແກ້ໄຂແລ້ວເອົາມາລົງໃນຊ່ອງ TikTok

ກວດສອບສຽງທີ່ໃຊ້ໂດຍກົດທີ່ໜ້າຈໍປອມ Original sound

ເຊິ່ງເຫັນໄດ້ວ່າສຽງທີ່ເຮົາໄດ້ຍິນນັ້ນຖືກໃຊ້ມາຜ່ານມາ 04 ເທື່ອແລ້ວ



3.7.8 ການນຳໂລໂກ້ ຂ່າວ ປອມເພີ່ມໃນບົດຂ່າວ

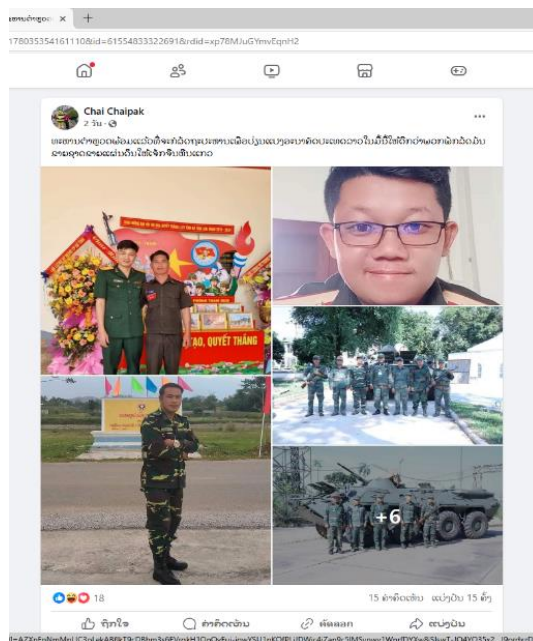
ການນຳໂລໂກ້ຂ່າວປອມໃສ່ໃນບົດຂ່າວ ແມ່ນອີກຊ່ອງທາງໜຶ່ງ ທີ່ຊ່ວຍໃຫ້ປະຊາຊົນທົ່ວໄປສາມາດຮັບຮູ້ໄດ້ວ່າ ອັນໃດແມ່ນຂ່າວແທ້ ອັນໃດແມ່ນຂ່າວປອມ. ເຊິ່ງການນຳໂລໂກ້ລົງໃສ່ບົດຂ່າວນັ້ນມີຫຼາຍວິທີທີ່ບໍ່ວ່າຈະເປັນການສ້າງໂລໂກ້ຂ່າວປອມຂຶ້ນມາເອງໂດຍໃຊ້ໂປແກມທາງຄອມພິວເຕີເຊັ່ນ: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator ແລະ ອື່ນໆ ພ້ອມນັ້ນຍັງມີໂປແກມທີ່ໃຊ້ຜ່ານສະມາດໂຟນໄດ້ເຊັ່ນ: Capcut, Inshot, Canvas, Picsart ແລະ ອີກຫຼາຍໂປແກມທີ່ສາມາດເຮັດໄດ້.

ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມໂປແກມທີ່ກ່າວມາຂ້າງເທິງຕ້ອງໄດ້ມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍທາງດ້ານລິຂະສິດຈຶ່ງສາມາດໃຊ້ໄດ້ຢ່າງມີປະສິດທິພາບເຮັດໃຫ້ບຸກຄົນທົ່ວໄປທີ່ບໍ່ມີຄວາມຮູ້ພື້ນຖານທາງດ້ານໂປແກມດັ່ງກ່າວຫຍຸ້ງຍາກໃນການນຳໃຊ້. ດັ່ງນັ້ນ, ເພື່ອແກ້ໄຂບັນຫາດັ່ງກ່າວ ເຮົາສາມາດໃຊ້ໂປແກມທົ່ວໄປ ທີ່ມີມາໃນ ຄອມພິວເຕີ ແລະ ສະມາດໂຟນສາມາດ ເພີ່ມໂລໂກ້ຂ່າວປອມໄດ້ເລີຍ ດັ່ງລາຍລະອຽດລຸ່ມນີ້:

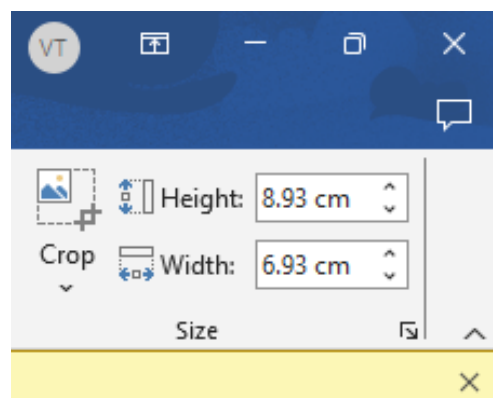
ຕົວຢ່າງ: ການເພີ່ມໂລໂກ້ໂດຍໃຊ້ໂປແກມ MS Office:

1) ເລືອກຮູບບົດຂ່າວທີ່ຈະນຳມາໃສ່ໂລໂກ້: ການເລືອກຮູບທີ່ຈະນຳມາໃສ່ໂລໂກ້ສາມາດເຮັດໄດ້ 02 ວິທີ ຄື:

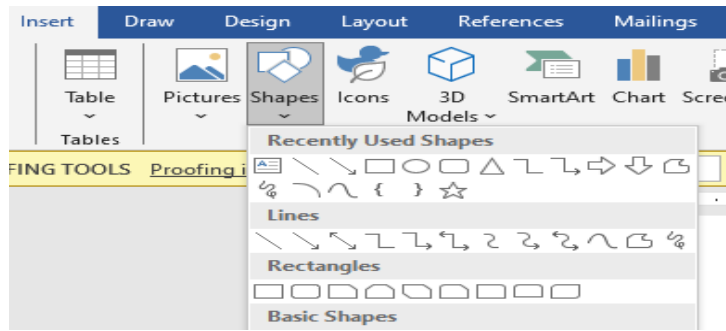
- ສາມາດ ເລືອກ ຂ່າວປອມ ທີ່ເຮົາເບິ່ງຜ່ານ ບລາວເຊີ ທາງ ອິນເຕີເນັດ ແລ້ວ ກົດຄໍາສັ່ງ Prt Scr ຢູ່ຄືບອດໄດ້ເລີຍ;
- ກົດ Ctrl + V ເພື່ອ ເພີ່ມພາບ ລົງໃນ MS Words;



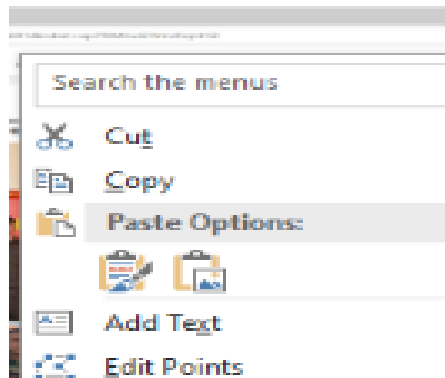
- ຮູບທີ່ລົງມາສາມາດປັບຂະໜາດໄດ້ໂດຍໃຊ້ຄໍາສັ່ງ Crop ໂດຍຄຶກທີ່ ຮູບ 2 ບາດ ແລ້ວ ຈະປະກົດຄໍາສັ່ງເຊິ່ງສາມາດເລືອກໄດ້ວ່າຈະເອົາຂະໜາດໃດ;



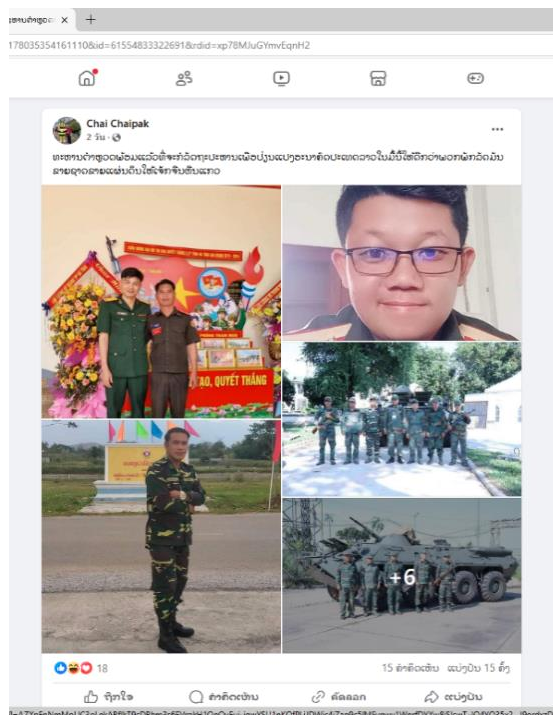
- ເພີ່ມໂລໂກ້ຂ່າວປອມໂດຍໃຊ້ເຄື່ອງມືຂອງ MS Office
 - ເລືອກ Insert;
 - ເລືອກ Shapes (ທ່ານ ສາມາດເລືອກໂລໂກ້ໄດ້ຕາມໃຈ);



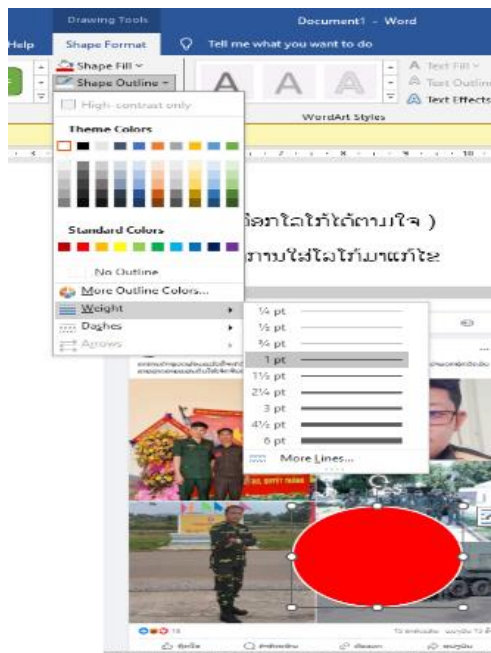
- ນຳຮູບພາບທີ່ຕ້ອງການໃສ່ໂລໂກ້ມາແກ້ໄຂ;
- ເລືອກ ໂລໂກ້ ທ່ານຕ້ອງການໃສ່ ຄຳວ່າຂ່າວປອມລົງມາ ຕົວຢ່າງໃຊ້ຮູບ ວົງມົນ;
- ທ່ານ ສາມາດປັບແຕ່ງຮູບພາບວົງມົນໄດ້ເມື່ອຄຶກທີ່ ວົງມົນ 02 ຄັ້ງ ແລ້ວຈະປະກົດ ຄາສັ່ງໃນການປັບແຕ່ງຮູບຂຶ້ນມາ;
- ທ່ານ ສາມາດເພີ່ມ ຄຳວ່າຂ່າວປອມໄດ້ ໂດຍ ຄຶກຂວາຢູ່ເມື້າ ແລ້ວຈະມີໜ້າຕ່າງຂຶ້ນມາໃຫ້ທ່ານເລືອກ Add Text;



2) ຫລັງຈາກນັ້ນ ທ່ານ ສາມາດພິມຄຳວ່າ ຂ່າວປອມ ແລ້ວນຳໄປວາງຫັບໃສ່ ບົດຂ່າວໄດ້ເລີຍ



- ເຊິ່ງການເລືອກຮູບແບບນັ້ນແມ່ນສາມາດປັບແຕ່ງໄດ້ຕາມໃຈ, ສາມາດປັບແຕ່ງຕາມລັກສະນະທີ່ຫຼາຍຄົນມັກໄດ້ ແຕ່ຫຼັກໆແມ່ນ ຕ້ອງການສະແດງໃຫ້ຮູ້ວ່ານີ້ຄືຂ່າວປອມ, ສ່ວນຮູບແບບແມ່ນແຕ່ລະຄົນສາມາດປັບແຕ່ງໄດ້ຕາມຄວາມເໝາະສົມ;



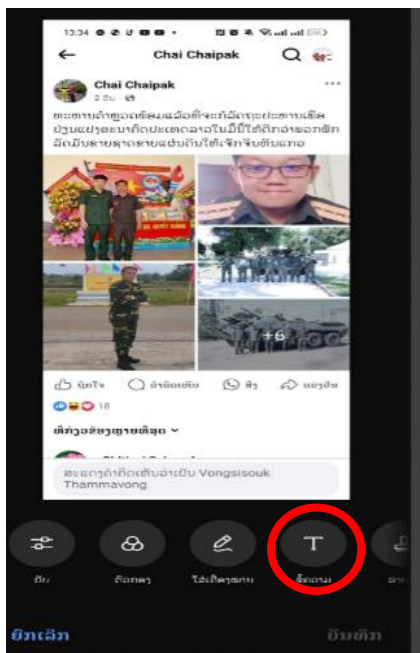
- ການນຳໃຊ້ສະມາດໂຟນ ໃນການ ເພີ່ມ ໂລໂກ້ ຂ່າວປອມ
- ແຄບຮູບຂ່າວປອມທີ່ເຮົາພົບເຫັນ



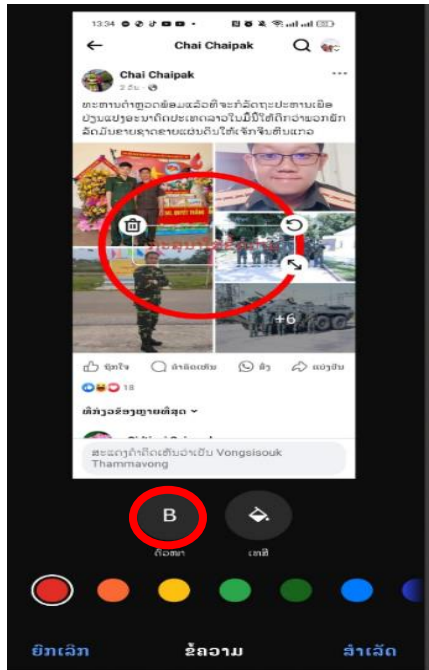
- ເລືອກຄໍາສັ່ງແກ້ໄຂຮູບພາບໃນ ສະມາດໂຟນ



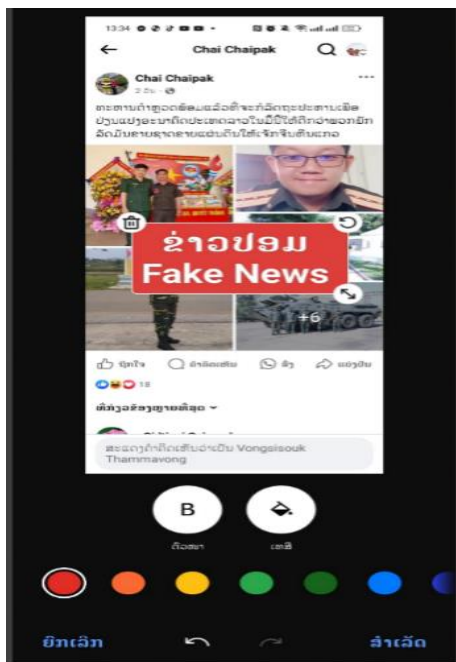
- ເລືອກຂໍ້ຄວາມ



- ທ່ານ ສາມາດກຳນົດໄດ້ວ່າ ຈະໃຫ້ໂຕໜັງສື ໜາ ຫຼື ບາງ ສີພື້ນແບບໃດ



- ພົມຂໍ້ຄວາມທີ່ທ່ານຕ້ອງການໃສ່ ຕົວຢ່າງ: “ ຂ່າວປອມ Fake News ” ຫຼັງຈາກແກ້ໄຂແລ້ວໆກົດຄາວ່າ ສຳເລັດ



- ສຳເລັດແລ້ວທ່ານ ສາມາດບັນທຶກ ແລະ ນຳໃຊ້ຮູບພາບທີ່ທ່ານ ແກ້ໄຂໄວ້ແລ້ວແຈ້ງເຕືອນວ່າແມ່ນຂ່າວປອມໄດ້



3.8 ນິຍາມ, ອົງປະກອບ ແລະ ໂປຣແກມ ໃນການສ້າງເວັບໄຊ

3.8.1 ນິຍາມ ເວັບໄຊ

ເວັບໄຊ (Website) ໝາຍເຖິງ ກຸ່ມຂອງໜ້າເວັບ (Web page) ພາຍໃຕ້ໂດເມັນເນມ (Domain name) ຊື່ດຽວກັນ ທີ່ເຊື່ອມໂຍງເຖິງກັນໄດ້ຈາກໜ້າໜຶ່ງໄປອີກໜ້າໜຶ່ງຜ່ານ ລິ້ງ (Link) ມີໄວ້ເພື່ອສະແດງຂໍ້ມູນທີ່ແຕກຕ່າງກັນ ຂຶ້ນຢູ່ກັບຈຸດປະສົງຂອງຜູ້ທີ່ມີຄວາມຕ້ອງການຈະມີເວັບໄຊ ເຊັ່ນ: ການສ້າງເພື່ອປະຊາສຳພັນສ້າງແຫຼ່ງຂໍ້ມູນຂ່າວສານກ່ຽວກັບພາກສ່ວນຕົນ, ການສ້າງເວັບໄຊເພື່ອຄ້າຂາຍອອນລາຍ ແລະ ອື່ນໆ.

ເວັບໄຊ ມັກຖືກສ້າງຂຶ້ນດ້ວຍພາສາຄອມພິວເຕີ ໂຄດດັ່ງ (Coding) ມີເປັນຕົ້ນ HTML, CSS, ASP, PHP, JAVA, JavaScript ເພື່ອມາພັດທະນາຄຸນສົມບັດເວັບໄຊເພີ່ມເຕີມ ເພາະບັນດາພາສາດັ່ງກ່າວ ມີຄວາມປອດໄພສູງ. ເຊິ່ງການສ້າງ, ພັດທະນາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ ໃຫ້ປອດໄພ ໃນບົດທີ 7 ໃນບົດສ້າງຄູ່ມືນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີເຂົ້າໃນສື່ສັງຄົມອອນລາຍ

3.8.2 ຄວາມເຂົ້າໃຈພື້ນຖານໃນການສ້າງເວັບໄຊ

ໃນປະຈຸບັນ ແມ່ນສະດວກຫຼາຍຂຶ້ນບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງຂຽນໂຄດຢ່າງດຽວ ແຕ່ສາມາດເຮັດໂດຍຜູ້ພັດທະນາສ້າງເວັບສຳເລັດຮູບ ຫຼື ຈ້າງຜູ້ພັດທະນາ outsource ດັ່ງນັ້ນ ການເຂົ້າໃຈພື້ນຖານ ເປັນຕົ້ນ:

- **ຮູ້ຈຸດປະສົງ ແລະ ເປົ້າໝາຍຂອງເວັບໄຊທີ່ຕ້ອງການສ້າງ:** ກຳນົດຈຸດປະສົງ ສ້າງຂຶ້ນເພື່ອຢັງ ແລະ ສາມາດເຮັດຢັງໄດ້ແນ່ ເຊິ່ງຜູ້ພັດທະນາຕ້ອງໄດ້ມີເປົ້າໝາຍຊັດເຈນ ເພື່ອສ້າງເວັບໄຊໃຫ້ເໝາະສົມກັບຜູ້ໃຊ້ງານ;
- **ກະກຽມເນື້ອໃນ ແລະ ໂຄງສ້າງຂອງເວັບໄຊ:** ຫຼັງຈາກທີ່ຮູ້ວ່າຈະນຳສະເໜີ ເນື້ອໃນໃດເທິງເວັບໄຊ ແລະ ການຈັດລຽງເທິງໜ້າເວັບໄຊແນວໃດ ເພື່ອໃຫ້ເນື້ອໃນມີຄຸນນະພາບ ແລະ ກ່ຽວຂ້ອງກັບຈຸດປະສົງຂອງເວັບໄຊ;
- **ຮູ້ຈັກການນຳໃຊ້ເຄື່ອງມື ແລະ ພາສາສຳລັບພັດທະນາເວັບໄຊ:** ຕ້ອງໄດ້ຮຽນຮູ້ ວິທີການອອກແບບ ແລະ ຂະບວນການພັດທະນາເວັບໄຊ ຢ່າງເປັນຂັ້ນຕອນ ຫຼື ຈ້າງມີອາຊີບເພື່ອມາອອກແບບໃຫ້ເໝາະສົມກັບເນື້ອໃນທີ່ຈະນຳສະເໜີ ແລະ ຈຸດປະສົງຂອງເວັບໄຊ;
- **ຕ້ອງຮູ້ວິທີການທົດລອງເວັບໄຊ ແລະ ຕ້ອງປັບປຸງແກ້ໄຂແບບໃດ** ເມື່ອພັດທະນາເວັບໄຊສຳເລັດເບື້ອງຕົ້ນ ຄວນມີການທົດສອບທຸກຄຸນສົມບັດຢ່າງລະອຽດ ປະກອບດ້ວຍຫຼາຍຂັ້ນຕອນທີ່ສຳຄັນ ເພື່ອກວດຫາ ຂໍ້ຜິດພາດ ຫຼື ບັນຫາ ອາດຈະເກີດຂຶ້ນ ລວມທັງ ການອັບເດດຕ້ອງສະໜໍາສະເໜີ ເພື່ອໃຫ້ເວັບໄຊສາມາດຮອງຮັບການເຮັດວຽກທຸກຊະນິດ.

3.8.3 ໂຄງປະກອບສ້າງ ທີ່ຈຳເປັນຕໍ່ການສ້າງເວັບໄຊ

- **ຖານຂໍ້ມູນ (Database):** ເປັນລະບົບທີ່ໃຊ້ຈັດເກັບ, ຈັດການ ແລະ ເປັນໂຕເອີ້ນໃຊ້ຂໍ້ມູນກ່ຽວກັບເວັບໄຊ ເຊັ່ນ ລະບົບຂໍ້ມູນສິນຄ້າ, ລະບົບຂໍ້ມູນສຳມະຊິກ;
- **ເວັບໂຮດຕິ້ງ (Web Hosting):** ເປັນບໍລິການໃຫ້ຢືມເຊົ່າພື້ນທີ່ຈັດເກັບຂໍ້ມູນຂອງເວັບໄຊ ເຮົາເທິງພື້ນທີ່ເທິງຄອມພິວເຕີຂະໜາດໃຫຍ່ເວັບເຊີເວີ (WebServer) ຈະມີຫຼາກຫຼາຍປະເພດ ເຊັ່ນ: Shared hosting, Dedicated hosting, Cloud hosting ແມ່ນເລືອກໃຊ້ຕາມຄວາມເໝາະສົມຂອງເວັບໄຊ;
- **ໂດເມັນເນມ (Domain name):** ແມ່ນ ເລກໝາຍອິນເຕີເນັດ (IP address) ສະເພາະຂອງຕົນ ຊຶ່ງເຮັດໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ທົ່ວໄປຍາກຕໍ່ການຈົດຈຳ ແລະ ເຂົ້າຫາ, ສະນັ້ນ ເພື່ອຄວາມສະດວກ ແລະ ງ່າຍ ຈຶ່ງໄດ້ມີການພັດທະນາ ແລະ ສ້າງ ລະບົບ Domain Name System (DNS) ເພື່ອໃຊ້ປ່ຽນຈາກໝາຍເລກ IP address ມາເປັນສຳນວນພາສາຄຳເວົ້າ ທີ່ມະນຸດສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ງ່າຍ;
- **ເວັບດີໄຊ (Web Design):** ແມ່ນຂະບວນການອອກແບບໜ້າເວັບໄຊທັງໝົດ ໃຫ້ເບິ່ງເປັນຕາສົນໃຈ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບຈຸດປະສົງຂອງເວັບໄຊ ລວມ ການອອກແບບພາຍນອກ, ການໃຊ້ງານ, ຟັງຊັນການເຮັດວຽກ ແລະ ເປົ້າໝາຍທີ່ຕ້ອງການຕາມແນວຄວາມຄິດຂອງຜູ້ໃຊ້ງານ;
- **ການພັດທະນາເວັບໄຊ (Web Development):** ຂະບວນການຂຽນໂຄດ ໃຫ້ເວັບໄຊສາມາດເຮັດວຽກໄດ້ຕາມທີ່ຕ້ອງການ ມີ 2 ສ່ວນຫຼັກຄື: Front-end Development ແລະ Back-end Development ທີ່ແບ່ງໜ້າທີ່ກັນຮັບຜິດຊອບຕາມໂຄດສອງ ສ່ວນຄື: ໂຄດທີ່ເຮັດວຽກເທິງເວັບເຊີເວີ (Server-side Code) ແລະ ໂຄດທີ່ເຮັດວຽກເທິງເວັບບຣາວເຊີ (Client-side Code):
 - ໂຄດທີ່ເຮັດວຽກເທິງເວັບເຊີເວີ (Server-side Code): ການນຳໃຊ້ພາສາຄອມພິວເຕີເປັນຕົ້ນ PHP, Python, Ruby, Java ແລະ ອື່ນໆ ແມ່ນສຳລັບໃຊ້ຈັດການກັບ ຖານຂໍ້ມູນ (Database) ເພື່ອປະມວນຂໍ້ມູນ, ຈັດການ ແລະ ສ້າງການຕອບສະໜອງຕໍ່ຄຳຂໍຂອງຜູ້ໃຊ້ງານ ກ່ອນຈະສົ່ງຂໍ້ມູນໄປເວັບບຣາວເຊີ;
 - ໂຄດທີ່ເຮັດວຽກເທິງເວັບບຣາວເຊີ (Client-side Code): ການນຳໃຊ້ພາສາຄອມພິວເຕີເຊັ່ນ: HTML, CSS, JavaScript ແລະ ອື່ນໆ ແມ່ນສຳລັບກຳນົດໂຄງສ້າງ, ຮູບແບບ ກັບ ການເຮັດວຽກຂອງໜ້າເວັບທີ່ຜູ້ໃຊ້ງານເຫັນ ແລະ ໂຕ້ຕອບໄດ້.

3.8.4 ປະເພດຂອງເວັບໄຊ

ການຈຳແນກປະເພດຂອງເວັບໄຊ ສາມາດເຮັດໄດ້ຫຼາກຫຼາຍຮູບແບບ ຂຶ້ນຢູ່ກັບ ຈຸດປະສົງ ແລະ ເນື້ອໃນຂອງເວັບໄຊ ແຕ່ທົ່ວໄປ ແມ່ນມີ 9 ປະເພດຮູບແບບຂອງຜູ້ໃຊ້ງານຄື:

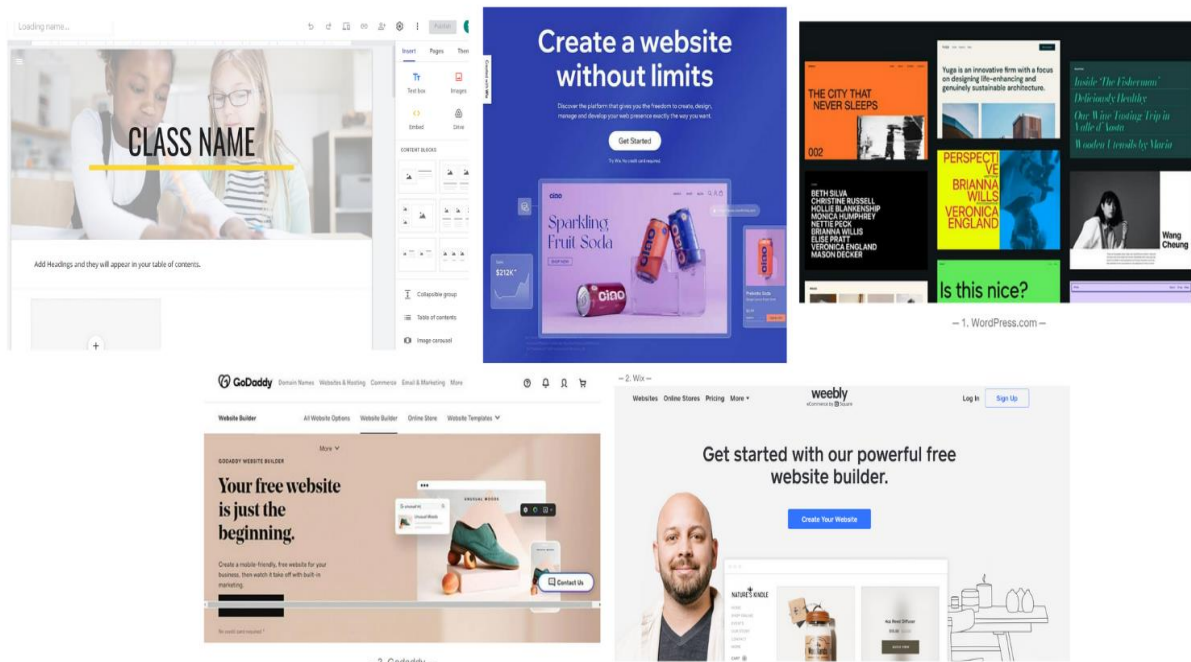
- **ເວັບໄຊສ່ວນບຸກຄົນ (Personal Website)** ເວັບໄຊທີ່ຜູ້ໃຊ້ງານສ້າງຂຶ້ນເພື່ອຈຸດປະສົງສ່ວນຕົວ ເຊັ່ນ: ການແນະນຳຕົນເອງ, ສະແດງຜົນງານ, ປະຫວັດການເຮັດວຽກ, ຄວາມສົນໃຈ, Blog ຫຼື ໃຊ້ແບ່ງປັນຂໍ້ມູນກັບຜູ້ອື່ນເປັນພື້ນທີ່ອອນລາຍສ່ວນບຸກຄົນທີ່ໃຊ້ສະແດງຕົວຕົນ ແລະ ທັດສະນະຄະຕິຄວາມຄິດໃຫ້ກັບຜູ້ໃຊ້ງານທົ່ວໂລກເຂົ້າເຖິງ;
- **ເວັບໄຊຂາຍເຄື່ອງອອນລາຍ (E-Commerce Website)** ເວັບໄຊທີ່ສ້າງຂຶ້ນມາເພື່ອໃຫ້ບໍລິການຊື້-ຂາຍ ສິນຄ້າ ຮູບແບບອອນລາຍ ເຮັດໜ້າທີ່ເປັນໜ້າຮ້ານຂາຍອອນລາຍ ທີ່ໃຫ້ຜູ້ບໍລິໂພກສາມາດເຂົ້າເບິ່ງສິນຄ້າ ແລະ ບໍລິການຕ່າງໆ ພ້ອມທັງການຊຳລະຜ່ານລະບົບອອນລາຍເພື່ອສະດວກ;
- **ເວັບໄຊທຸລະກິດ (Business Website)** ເວັບໄຊທີ່ສ້າງຂຶ້ນມາເພື່ອ ສົ່ງເສີມ ແລະ ສະໜັບສະໜູນເພື່ອໂຄສະນາ ທຸລະກິດຂອງອົງກອນ/ບໍລິສັດ ສາມາດນຳສະເໜີ ຜະລິດຕະພັນ, ການບໍລິການຂອງອົງ

ກອນ ລວມທັງ ການສ້າງພາບລັກ ເພື່ອສື່ສານກັບກຸ່ມເປົ້າໝາຍ ລູກຄ້າ ແລະ ຊ່ວຍໃຫ້ເຫັນຈຸດເດັ່ນໃນການດໍາເນີນທຸລະກິດໄດ້ງ່າຍ;

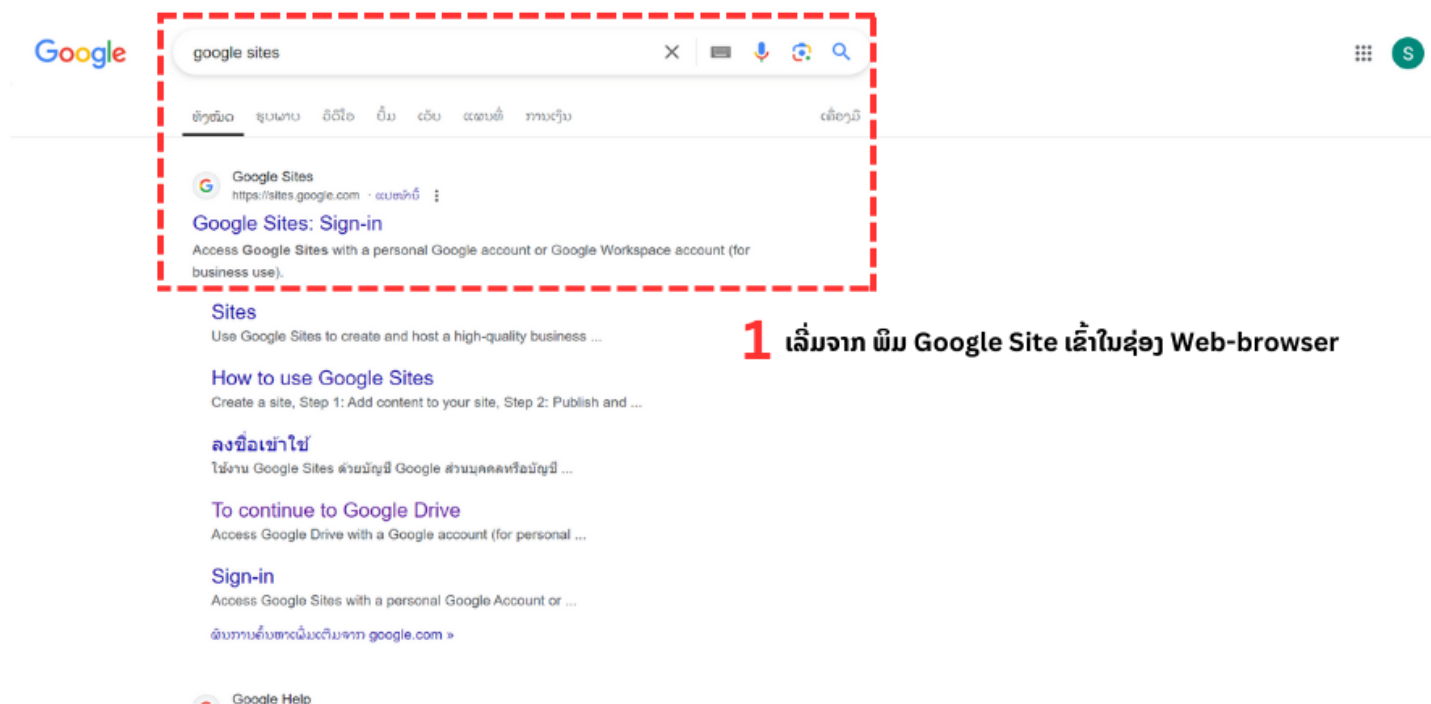
- **ເວັບໄຊຂ່າວ (News Website)** ເວັບໄຊທີ່ສ້າງຂຶ້ນ ເປັນແຫຼ່ງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ມີຈຸດປະສົງເພື່ອນໍາສະເໜີ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ເຫດການຕ່າງໆ ໃນປະຈຸບັນ ໃຫ້ກັບຜູ້ອ່ານ ຫຼາຍປະເພດຂ່າວ: ການເມືອງ, ເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ, ກິລາ, ເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ອື່ນໆ. ການນໍາສະເໜີຂໍ້ມູນເທິງເວັບໄຊຂ່າວ ມັກເປັນຮູບແບບທີ່ເຂົ້າໃຈງ່າຍ ແລະ ຈັດຕາມໝວດໝູ່ຂອງປະເພດຂ່າວ, ມີການນໍາໃຊ້ ຮູບພາບ, ວິດີໂອ, ແລະ ຊ່ອງການສະແດງຄວາມຄິດເຫັນ ແລະ ແບ່ງປັນຂ່າວ ຜ່ານຊ່ອງທາງອອນລາຍອື່ນໄດ້ ເພື່ອດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ເຂົ້າຊົມອ່ານບົດຂ່າວ;
- **ເວັບໄຊການສຶກສາ (Educational Website)** ເວັບໄຊທີ່ສ້າງຂຶ້ນເພື່ອການສຶກສາ ແລະ ການຮຽນຮູ້ ເຊິ່ງເວັບໄຊປະເພດນີ້ມັກຈະແບ່ງປັນຂໍ້ມູນຕ່າງໆ ໃນຮູບແບບ ບົດຮຽນ, ວິດີໂອ, ການທົດສອບ ຫຼື ຄສອດຮຽນ ອອນລາຍ ໂດຍສາມາດໃຫ້ຜູ້ຮຽນເຂົ້າເຖິງເນື້ອໃນການຮຽນ ໄດ້ທຸກທີ່ ແລະ ທຸກເວລາ ຜ່ານເຄືອຂ່າຍອິນເຕີເນັດ;
- **ເວັບໄຊບັນເທີງ (Entertainment Website)** ເວັບໄຊລວມເນື້ອໃນກ່ຽວກັບ ກິດຈະກຳທາງອອນລາຍ ທີ່ມີຈຸດປະສົງຫຼັກເພື່ອຄວາມບັນເທີງ ແລະ ຜ່ອນຄາຍຄວາມຄຽດ ດ້ວຍການນໍາສະເໜີເນື້ອໃນຫຼາກຫຼາຍປະເພດ ເຊັ່ນ: ເພງ, ເກມ, ລາຍງານເກມໂຊ ຫຼື ຂ່າວ ເຊິ່ງເວັບໄຊນີ້ມັກຈະຖືກອອກແບບໃຫ້ເປັນຕາດຶງດູດຄວາມສົນໃຈ ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າໄປເບິ່ງ ຫຼື ໃຊ້ງານຈາກໃຊ້ຢ່າງຕໍ່ເນື່ອງ ຫຼື ຊື້ສິນຄ້າຂອງຕົນ;
- **ເວັບໄຊອົງກອນທີ່ບໍ່ຫວັງຜົນກຳໄລ (Non-profit Website)** ແມ່ນເວັບທີ່ສ້າງໂດຍອົງກອນທີ່ບໍ່ຫວັງຜົນກຳໄລ ເນັ້ນໄປການເຮັດເພື່ອສ່ວນລວມ, ການບໍລິຈາກ ຫຼື ສົ່ງເສີມຜົນປະໂຫຍດເພື່ອສັງຄົມ, ເພື່ອເປັນຊ່ອງທາງໃນການໂຄສະນາກິດຈະກຳ ຂອງອົງກອນອັນເປັນປະໂຫຍດແກ່ສັງຄົມ;
- **ເວັບໄຊຂໍ້ມູນ (Information Website)** ແມ່ນເວັບທີ່ສ້າງຂຶ້ນມາເພື່ອການໃຫ້ ຄວາມຮູ້, ເນື້ອໃນທີ່ມີປະໂຫຍດ ບໍ່ເນັ້ນການໂຄສະນາ ຫຼື ຂາຍສິນຄ້າ, ສ່ວນຫຼາຍເວັບໄຊປະເພດນີ້ແມ່ນຖືກສ້າງຂຶ້ນໂດຍໜ່ວຍງານ ການສຶກສາ, ອົງການຄົ້ນຄວ້າ ເພື່ອແບ່ງປັນຄວາມຮູ້ອັນເປັນປະໂຫຍດໃຫ້ແກ່ສາທາລະນະ;
- **ເວັບບ້ອດອອນລາຍ (Online Forum Website)** ເປັນພື້ນທີ່ສາທາລະນະເທິງບ້ອດອອນລາຍ ແມ່ນຕ້ອງມີການສະໝັກສະມາຊິກ ຈຶ່ງສາມາດເຂົ້າໄປຮ່ວມແລກປ່ຽນຄວາມຄິດເຫັນ, ຂໍ້ມູນ, ປະສົບການ ປຽບທຽບແມ່ນຫ້ອງສົນທະນາຂະໜາດໃຫຍ່ທີ່ແບ່ງອອກເປັນຫຼາຍຫົວຂໍ້ ແລະ ໝວດໝູ່ ໂດຍສາມາດສ້າງຫ້ອງຫົວຂໍ້ສົນທະນາເພື່ອໃຫ້ຜູ້ທີ່ມີຄວາມສົນໃຈຫົວຂໍ້ດຽວກັນນັ້ນມາເຂົ້າຮ່ວມ ແລກປ່ຽນຖາມ-ຕອບ ຫຼື ແບ່ງປັນຂໍ້ມູນໃນຫ້ອງນັ້ນ.

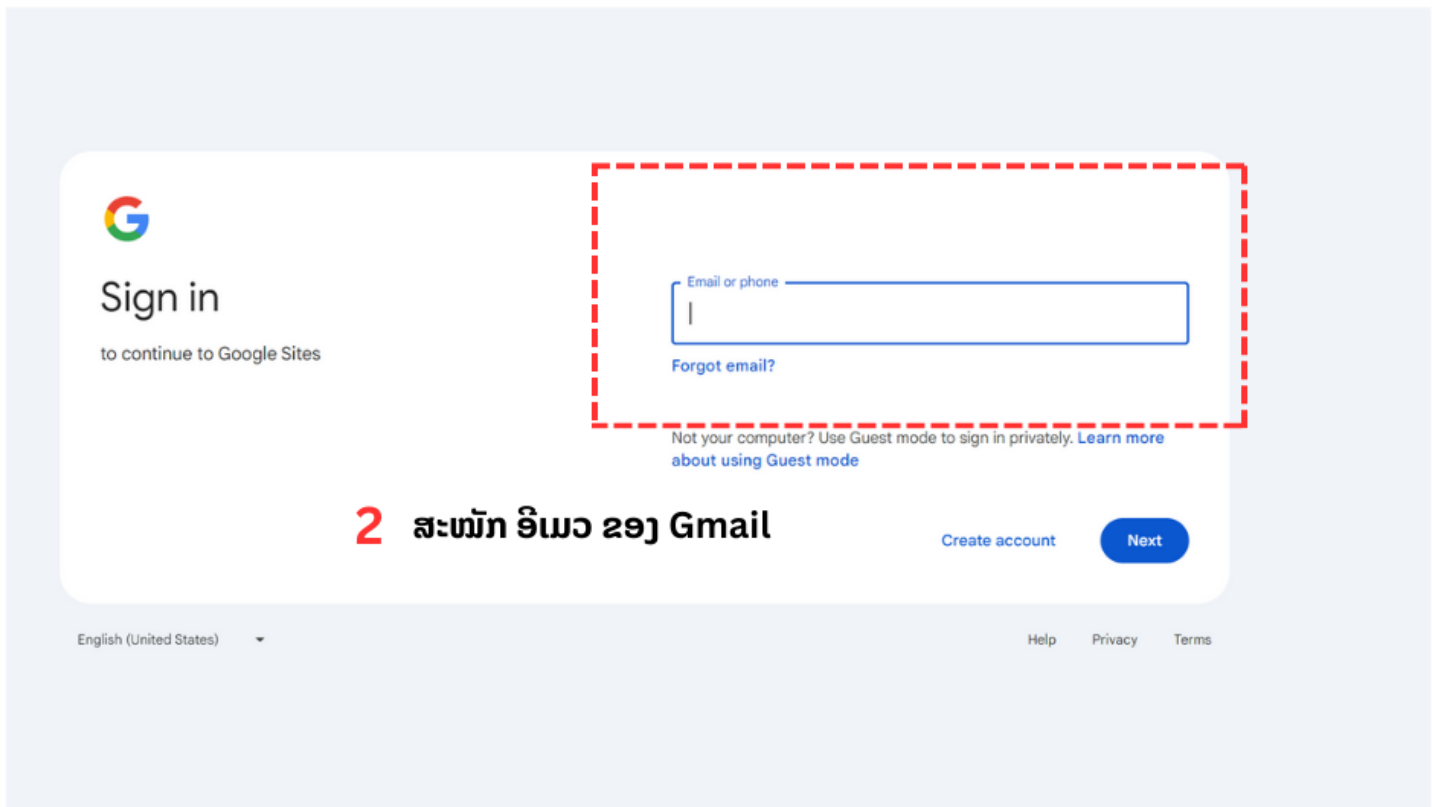
3.8.5 ໂປຣແກຣມສໍາເລັດຮູບການສ້າງເວັບໄຊ

ໃນປະຈຸບັນ ເວັບເພສທີ່ທັນສະໄໝ ບໍ່ຈໍາເປັນຕ້ອງຮຽນຂຽນ ໂຄດດັ່ງ ເພາະປະຈຸບັນ ມີເຕັກໂນໂລຊີຕ່າງໆ ມີຄວາມທັນສະໄໝ ຫຼາຍຂຶ້ນ ເຮັດໃຫ້ຄົນຄົ້ນຄິດເຄື່ອງມື ໃນການສ້າງເວັບໄຊ ມີທັງແບບ A content management system (CMS), ເພດຟອມສໍາເລັດຮູບ ໃຫ້ໃຊ້ຟຣີໃນປະຈຸບັນ ເປັນຕົ້ນ WordPress.com, Wix, Goddady, Weebly ແລະ ສ້າງເວັບໄຊຟຣີ Google site ແລະ ອື່ນໆ.

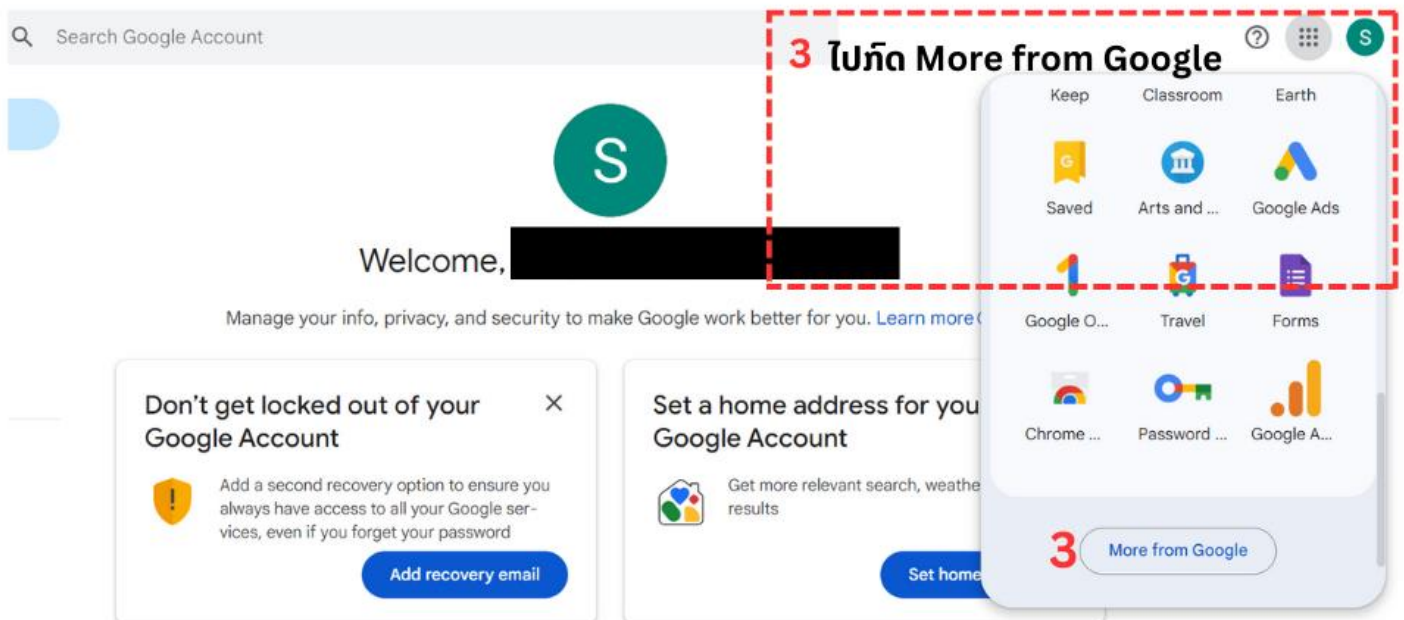


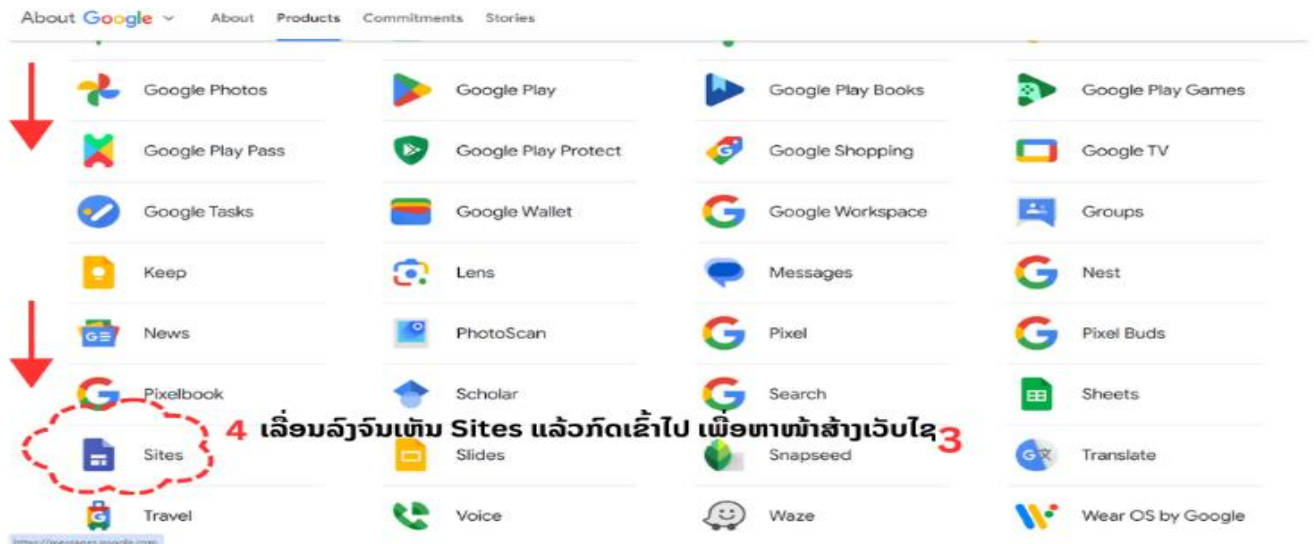
ຕົວຢ່າງ: ຄູ່ມືໃນການສ້າງ Google Site ໃຊ້ເໝາະສົມກັບຜູ້ໃຊ້ງານ ເປັນພື້ນຖານເໝາະກັບຜູ້ຢາກຮຽນຮູ້ ທົດລອງສ້າງນຳໃຊ້ສ້າງເວັບໄຊ ແລະ ບໍ່ເສຍຄ່າບໍລິການ.



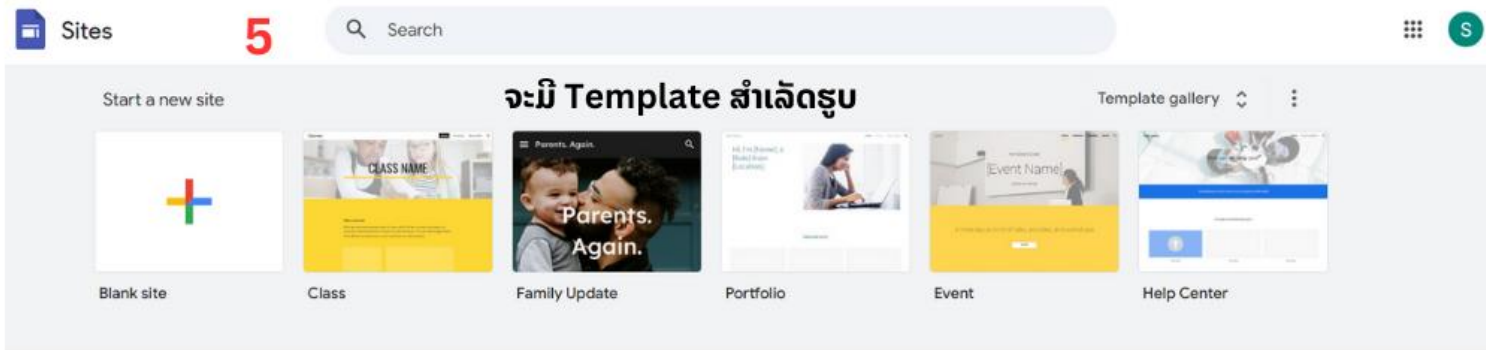


1) ສະໝັກ ອີເມວ ແລະ ເຂົ້າໄປໜ້າເພື່ອເປີດ Google Sites



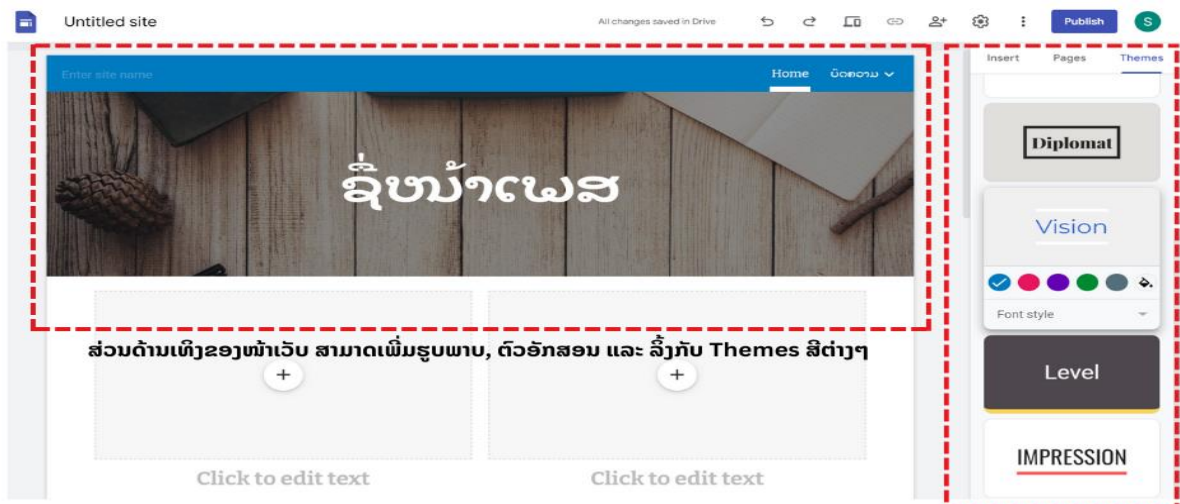


- 2) ເລືອກ Template ສໍາເລັດຮູບ ໃຫ້ເໝາະກັບຜູ້ໃຊ້ງານ, ເມື່ອອອກແບບສໍາເລັດ ກົດ Publish ເພື່ອສະແດງໜ້າເວັບໄຊສູ່ໂລກອອນລາຍ.

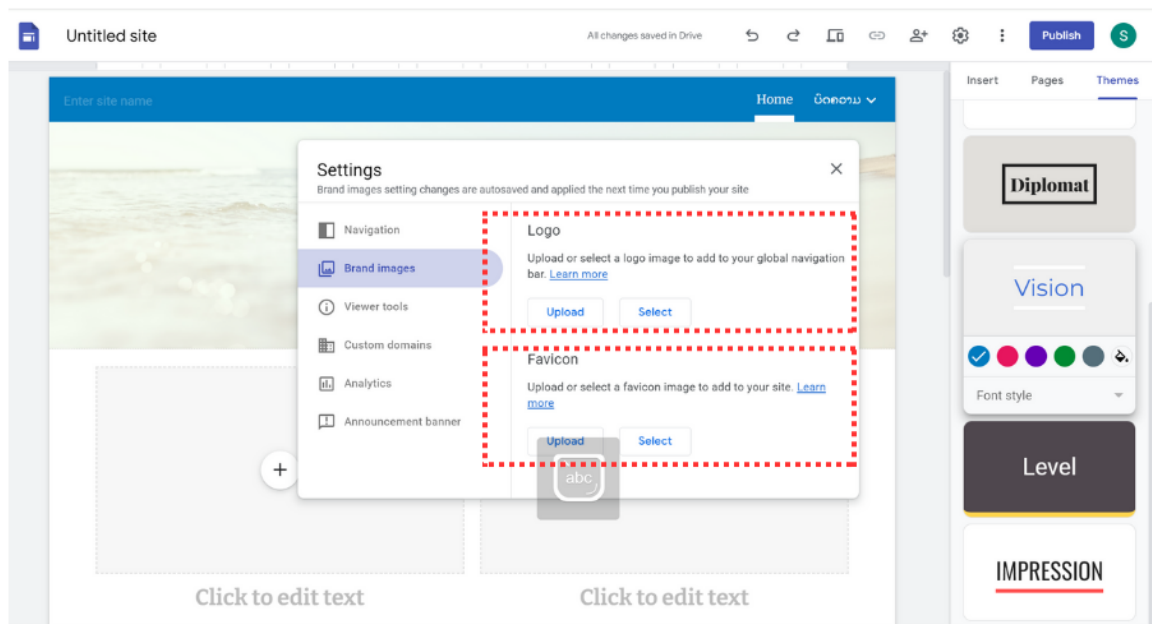


ຂັ້ນຕອນທີ 1: ສ່ວນເພີ່ມ ໜ້າປົກ,ເນື້ອໃນ ໜ້າເວັບໄຊ

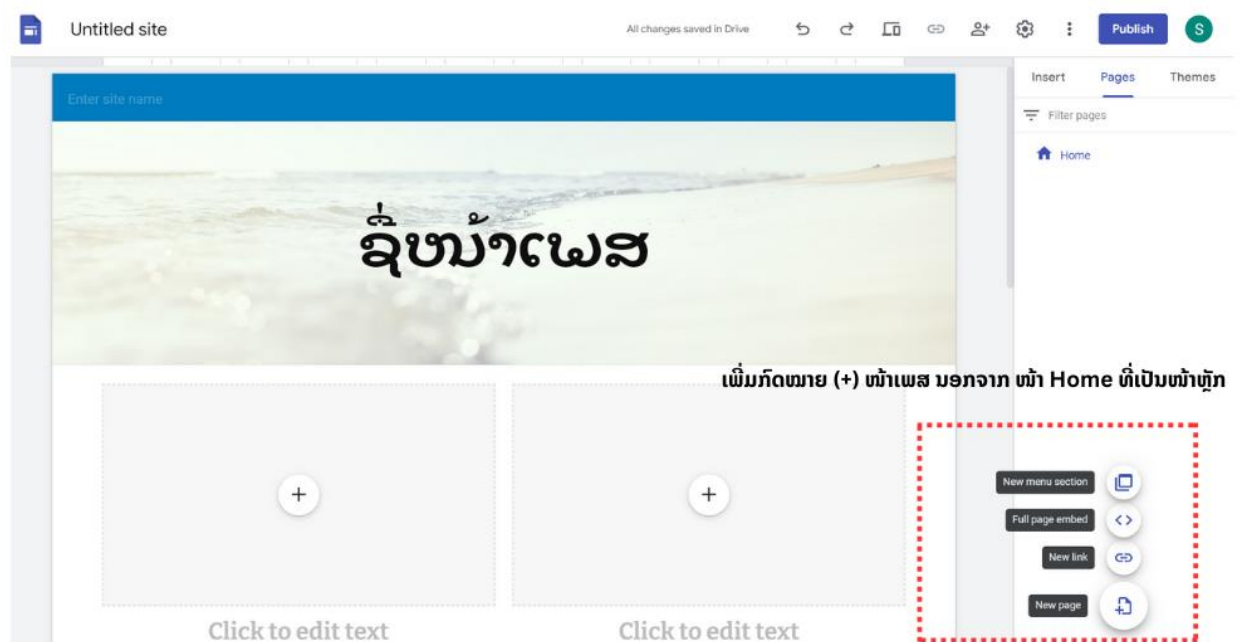
- 1) ການອອກແບບສ່ວນຫົວເທິງ (Header Website) ໜ້າເວັບເພສ ແມ່ນຈະສາມາດເພີ່ມ ຮູບພາບ, ຕົວຫນັງສື ແລະ Theam ຕ່າງໆທີ່ມີສໍາເລັດຮູບໄວ້.



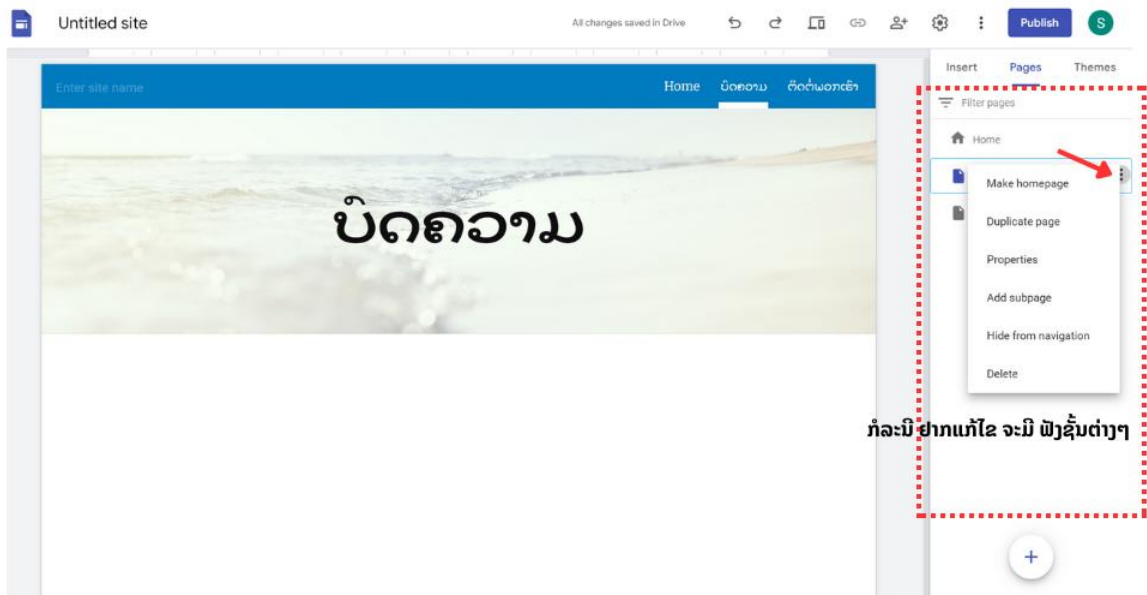
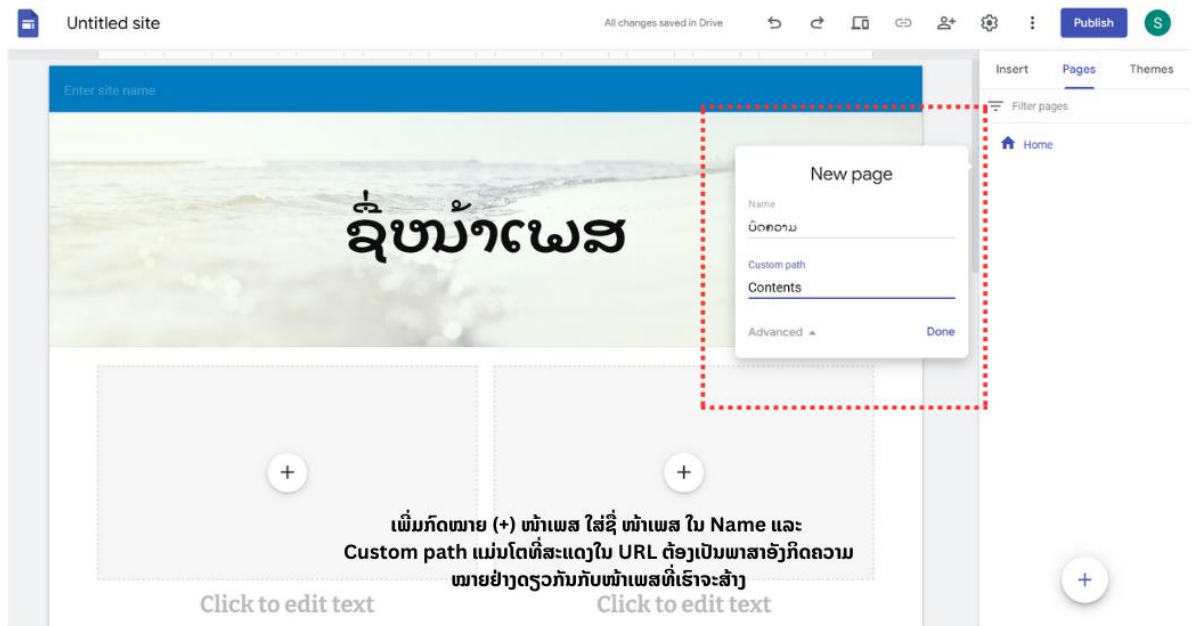
- ກໍລະນີ ຢາກເພີ່ມ logo ທີ່ເຮົາຢູ່ແລ້ວ ແລະ ເພີ່ມ logo icon ສະແດງຢູ່ທີ່ URL



- ການ ເພີ່ມ, ລຶບອອກ ແລະ ຈັດການໜ້າເວັບເພສ
 - ເພີ່ມຫົວຂໍ້ໜ້າເພສ ຫຼື ລຶບໜ້າເພສ (Add or Delete a page)

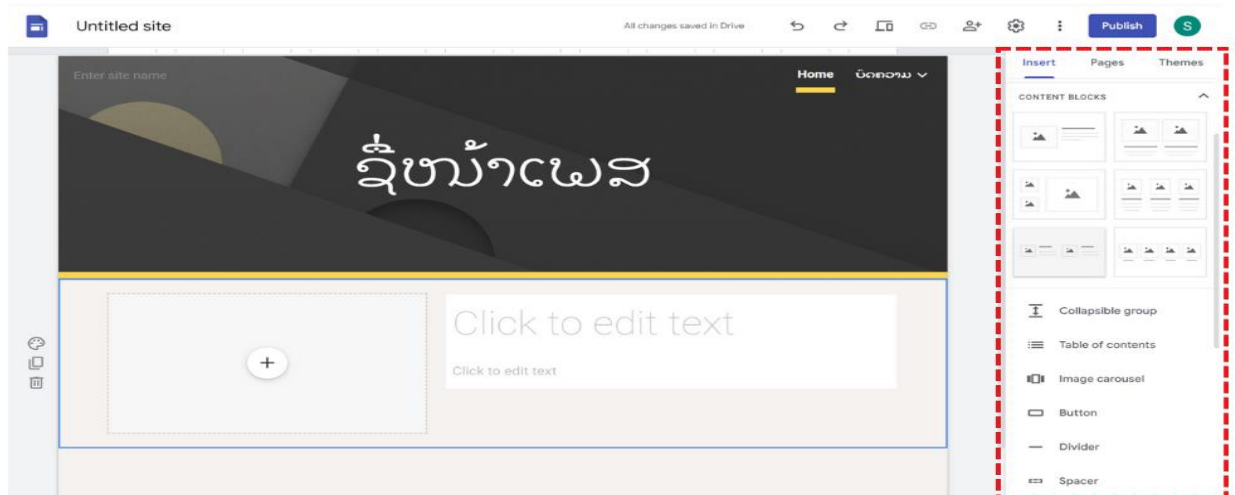


- ເຄື່ອງໝາຍ (+) ເພີ່ມໜ້າໃນເວັບເພສ ແລະ ໃສ່ຊື່ Name ເພສ ຕ້ອງໃຫ້ເໝາະກັບເນື້ອໃນຈະເອົາລົງເວັບ, ເພີ່ມ Custom path ແມ່ນສ່ວນທີ່ສະແດງໃນ backslash ໃນ URL ຕ້ອງໃຫ້ເປັນພາສາອັງກິດ.

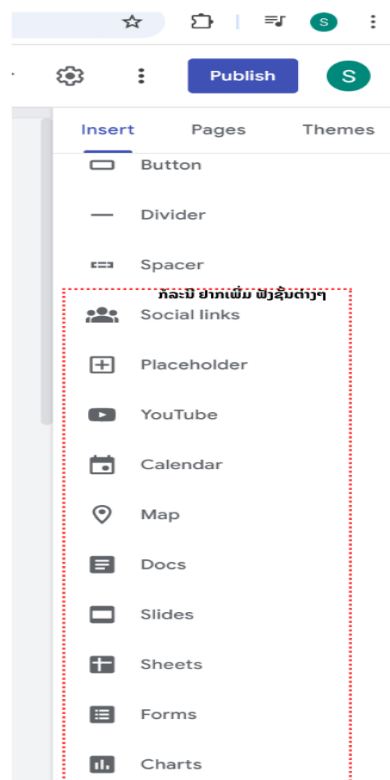


- ກໍລະນີຢາກດັດແກ້ ໜ້າເພສດ້ວຍຟັງຊັນຕ່າງໆ ຄື:
- ຖ້າຢາກ Copy ຫົວຂໍ້ ແມ່ນເລືອກ Duplicate Page;
- ຖ້າຢາກ ປ່ຽນຊື່ ແມ່ນເລືອກ Properties;
- ຖ້າຢາກ ເພີ່ມຫົວຂໍ້ຍ່ອຍ ແມ່ນເລືອກ Add subpage;
- ຖ້າບໍ່ຢາກສະແດງຫົວຂໍ້ໃນໜ້າເພສ ແມ່ນເລືອກ Hide from navigation;
- ຖ້າຢາກ Delete ແມ່ນເລືອກ Delete.

2) ການອອກແບບໜ້າຕາເວັບໄຊ Add a table of contents

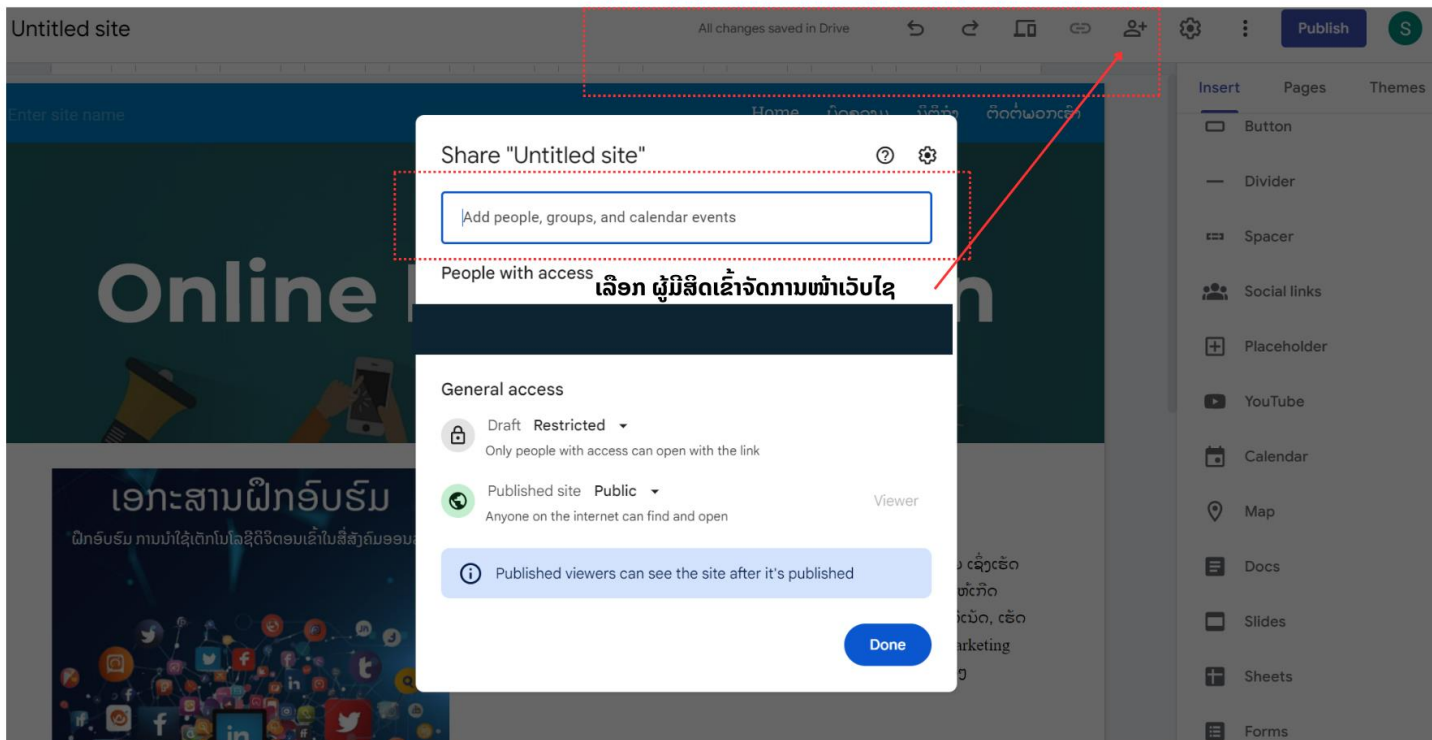


- **ກົດ Insert** ຈະມີເປັນຕາຕະລາງໄວ້ໃຫ້ໃສ່ຮູບ ແລະ ເນື້ອໃນ Content blocks ແບບສໍາເລັດຮູບ ແລະ ອອກແບບດ້ວຍຕົນເອງ, ໂດຍນໍາໃຊ້ ຟັງຊັນຕ່າງໆ ຄື:;
 - **Collapsible group** ແມ່ນການສ້າງ ເພີ່ມຫົວຂໍ້, ຕົວອັກສອນ ແລະ ຮູບພາບ ຫຼື ຂໍ້ຄວາມເປັນບ່ອກນ້ອຍ ໃຫຍ່ ແລ້ວແຕ່ການອອກແບບຂອງຜູ້ນໍາໃຊ້;
 - **Table of contents** ແມ່ນຢາກເພີ່ມຫົວຂໍ້ໃນໜ້າເວັບ;
 - **Image carousel** ແມ່ນເວລາຢາກເພີ່ມຮູບພາບ ໃຫ້ສາມາດເຄື່ອນໄຫວ;
 - **Button** ແມ່ນຢາກເພີ່ມເປັນປຸ່ມກົດເພື່ອໃສ່ລິ້ງໃຫ້ເຊື່ອມໄປເວັບໄຊອື່ນ;
 - **Divider** ແມ່ນເພີ່ມເສັ້ນແບ່ງໃນໜ້າເວັບ;
 - **Spacer** ແມ່ນເພີ່ມຊ່ອງວ່າງລະຫວ່າງໜ້າ ສາມາດຕົກແຕ່ງໃສ່ສີຕ່າງໆ;
- ນອກນັ້ນຍັງມີ ເຄື່ອງມືທີ່ເພີ່ມຟັງຊັນ ວິດີໂອ, Map, ລັງ ແລະ ອື່ນໆ

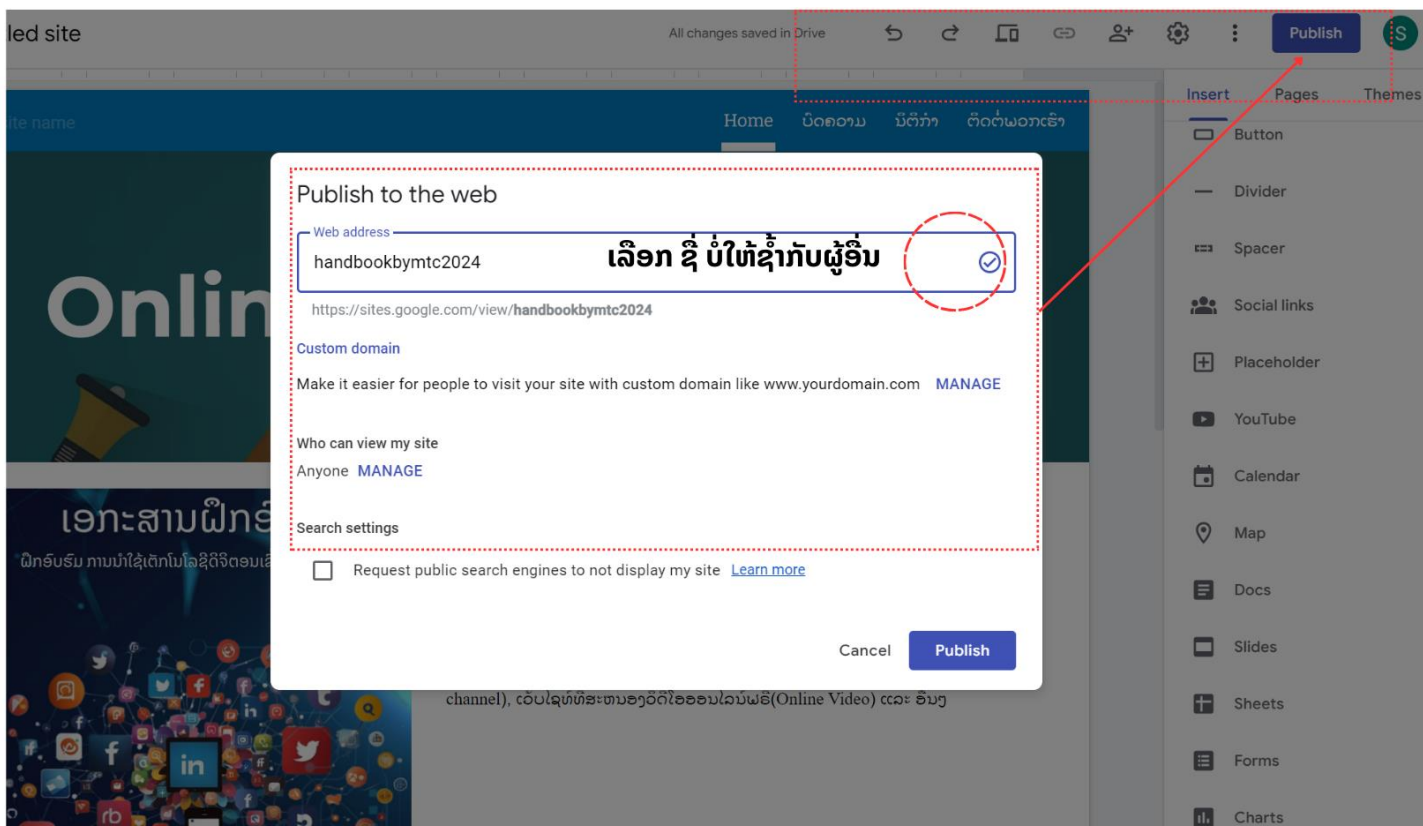


ຂັ້ນຕອນທີ 2: ສ່ວນເຜີຍແຜ່ສາທາລະນະ ແລະ ແຊລເພສ

1) ສ່ວນທີ່ເພີ່ມຜູ້ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມຂອງຄົນອື່ນສາມາດດັດແກ້ເພສ



2) ເຜີຍແຜ່ສາທາລະນະ ແລະ ແຊລເພສ



ໃນການເຜີຍແຜ່ລົງໃນອິນເຕີເນັດ ແມ່ນຕ້ອງມີ Domain Name ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ແມ່ນຕ້ອງໄດ້ ເສຍຄ່າບໍລິການໃນການນຳໃຊ້ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ແລະ ບ່ອນຝາກເວັບໄຊ Web Hosting.

3.8.6 ລະບົບເວັບໄຊພາກລັດ G-Web Platform

ການນຳໃຊ້ລະບົບເວັບໄຊພາກລັດ G-Web Platform ແມ່ນຄຸ້ມຄອງໂດຍ ສູນບໍລິຫານລັດດິຈິຕອນ, ກະຊວງ ເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ



ກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ
ສູນບໍລິຫານລັດດິຈິຕອນ

ຄຸ້ມການຕິດຕັ້ງ ແລະ ນຳໃຊ້ລະບົບເວັບໄຊພາກລັດ
G-web Platform



**G-web
Platform**

1) ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສຳຄັນຂອງ Domain name

ແມ່ນ ບັນດາເວັບໄຊ ທີ່ສ້າງຂຶ້ນ ຈະຖືກນຳມາເກັບໄວ້ຢູ່ນຳເຄື່ອງ ແມ່ຂ່າຍ (Server), ແຕ່ລະເວັບໄຊຈະຖືກກຳນົດດ້ວຍທີ່ຢູ່ທາງເຕັກນິກ ເປັນເລກໝາຍອິນເຕີເນັດ (IP address) ສະເພາະຂອງຕົນ ຊຶ່ງເຮັດໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ທົ່ວໄປ ຍາກຕໍ່ການຈົດຈຳ ແລະ ເຂົ້າຫາ, ສະນັ້ນ ເພື່ອຄວາມສະດວກ ແລະ ງ່າຍ ຈຶ່ງໄດ້ມີການພັດທະນາ ແລະ ສ້າງ ລະບົບ Domain Name System (DNS) ເພື່ອໃຊ້ປ່ຽນຈາກໝາຍເລກ IP address ມາເປັນສຳນວນພາສາຄຳເວົ້າ ທີ່ມະນຸດສາມາດເຂົ້າໃຈໄດ້ງ່າຍ ຕົວຢ່າງ ຈາກໝາຍເລກ IP 192.168.10.20 ປ່ຽນມາເປັນຊື່ www.lanic.gov.la ຊຶ່ງເອີ້ນວ່າ: Domain Name ຫຼື ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ຊຶ່ງການມີລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດໃນເທິງເວັບໄຊສາມາດເປັນການຢັ້ງຢືນຕົນຕົນ ແລະ ສາມາດສ້າງຄວາມໝ້າເຊື່ອຖືໃນການດຳເນີນ, ລະບຸຕົວຕົນຂອງອົງກອນ, ທຸລະກິດ ແລະ ອື່ນໆ.

2) ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊາດ ຂອງລາວ (Domain name ລົງທ້າຍດ້ວຍ .LA ແລະ .ລາວ)

ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊາດ ຂອງລາວ ແມ່ນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ທີ່ຈົດທະບຽນ ພາຍໃຕ້ ລະຫັດຊື່ ອິນເຕີເນັດຂັ້ນສູງສຸດ (Country Code Top Level Domain Name).la, ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊາດ .la ແມ່ນໄດ້ຮັບການຄຸ້ມຄອງ ໂດຍ ສູນອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊາດ” Lao National Internet Center”(LANIC ຫຼື ສອຊ), ຢູ່ພາຍໃຕ້ ກະຊວງໄປສະນີ, ໂທລະຄົມມະນາຄົມ ແລະ ການສື່ສານ.

ນອກຈາກ .la ທີ່ເປັນພາສາສາກົນ ແລ້ວ ຍັງມີ ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ສູງສຸດແຫ່ງຊາດ ທີ່ເປັນພາສາລາວ (Internationalized Domain Name: IDN) ຄື “.ລາວ” ຊຶ່ງໃນອານາຄົດອັນໃກ້ນີ້ ຈະໃຫ້ບໍລິການແກ່ສັງຄົມ.

3) ວິທີການສະໝັກ ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດເທິງ ເວັບໄຊ ທີ່ເປັນຂອງ ສປປ ລາວ

- ຂັ້ນຕອນທີ 1: ໃນການກວດສອບລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ເຂົ້າໄປທີ່ ເວັບໄຊຂອງສາກົນ ເປັນຕົ້ນ whois ເພື່ອກວດສອບຊື່ທີ່ຕ້ອງການ



Frequently Asked Questions

- ຂັ້ນຕອນທີ 2: ສໍາເລັດການກວດສອບຈະຂຶ້ນບອກວ່າ ມີການນໍາໃຊ້ລະຫັດຊື່ດັ່ງກ່າວແລ້ວ ຫຼື ຍັງ?
- ກໍລະນີ ຍັງບໍ່ມີຜູ້ນໍາໃຊ້

Looks like this domain has not been registered yet

laniclanic.la

- ກໍລະນີ ທີ່ມີຜູ້ນໍາໃຊ້ແລ້ວ

lanic.la	
Domain Information	
Domain:	lanic.la
Registrar:	LANIC
Registered On:	2003-06-04
Expires On:	2025-06-04
Updated On:	2019-03-27
Status:	ok
Name Servers:	ns4.centralnic-dns.com ns3.centralnic-dns.com ns2.centralnic-dns.com ns1.centralnic-dns.com ns0.centralnic-dns.com ns5.centralnic-dns.com

- **ຂັ້ນຕອນທີ 3:** ການສະໝັກ ສາມາດຈົດຜ່ານ ນາຍທະບຽນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດຂອງ ສູນອິນເຕີເນັດແຫ່ງ ຊາດ

ນາຍທະບຽນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດຂອງ ສອຊ

ສູນອິນເຕີເນັດໄດ້ຂະຫຍາຍຊ່ອງທາງໃຫ້ບໍລິການລົງທະບຽນ ແລະ ຕໍາຢາຍການນໍາໃຊ້ ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ຜ່ານຊ່ອງທາງລຸ່ມນີ້:

ນາຍທະບຽນພາຍໃນ

 ລາວ ໂທລະຄົມ LAO TELECOM ສາມາດຕິດຕໍ່ໄດ້ທັງ ຫລັກ ບໍລິການລົງທະບຽນໃຫຍ່ ຂອງ ລາວ ໂທລະຄົມ ມະຫາຊຸມ ເບີໂທ: 021 223036 Email: iir@laotel.com https://laotel.la	 ບໍລິສັດ S-tech ສາມາດລົງທະບຽນແບບ online ຫຼື ສາມາດສອບຖາມໄດ້ທັງທີ່ບໍ່ໄດ້ຕິດຕໍ່ Email: ccare@s-tech.la https://www.laohosts.la/	 ບໍລິສັດ GMO-Z ຈຳກັດ ສາມາດຕິດຕໍ່ສອບຖາມໄດ້ ທັງທີ່ບໍ່ໄດ້ຕິດຕໍ່ ເບີໂທ: 030 5990741 Email: contact@gmo-lao.com https://z.com/la/
--	---	--

ນາຍທະບຽນ ຕ່າງປະເທດ



DLAMC

4) ການຝາກຂໍ້ມູນຂອງບັນດາເວັບໄຊ Web Hosing ແລະ ຜະລິດຕະພັນຂອງ ສອຊ

ການບໍລິການຝາກເວັບໄຊ ແມ່ນການບໍລິການຈັດເກັບຂໍ້ມູນຂອງບັນດາ ເວັບໄຊ ເຊິ່ງທາງສູນອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊາດກໍມີການໃຫ້ບໍລິການຄຸ້ມຄອງ ຝາກເວັບໄຊ (Web Hosing), ເຊົ່າພື້ນທີ່ຝາກອຸປະກອນໄອທີ (Co-location), ລະບົບເຊົ່າຊ່ອຍແວຈຳລອງ (Cloud computing), ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊາດ ຂອງລາວ (Domain name .LA, .ລາວ), ໃບຮັບຮອງຄວາມປອດໄພເອເລັກໂຕຣນິກ (National Root Certificate Authority).



ສູນອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊາດ

WEB hosting
ການບໍລິການຝາກເວັບໄຊ ແມ່ນການບໍລິການຈັດເກັບ ແລະ ນຳ ສະເໜີຂໍ້ມູນຜ່ານອິນເຕີເນັດເປັນຕົ້ນເວັບໄຊ..

.LA
ແມ່ນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ (Domain name) ຂອງລາວ, ໃຊ້ແທນຊື່ບັນດາເວັບໄຊ ແລະ ອີເມວ ໂດຍທຳນາຍສາມາດຈົດ ເປັນພາສາລາວ ແລະ ພາສາອັງກິດ. ເຊິ່ງປະກອບມີ: .la .com.la, .gov.la, .org.la, .mil.la, .edu.la, .info.la, .net.la, .biz.la

Co-location
ການເຊົ່າພື້ນທີ່ຝາກອຸປະກອນໄອທີ ເຊັ່ນ: server, router, switch, firewall, ແລະ ອຸປະກອນໂທລະຄົມຕ່າງໆ.

NRCA ໃບຮັບຮອງຄວາມປອດໄພເອເລັກໂຕຣນິກ ແຫ່ງຊາດ(NRCA)
ແມ່ນໃບຮັບຮອງທາງເອເລັກໂຕຣນິກທີ່ອອກໃຫ້ໂດຍ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຮັບຮອງ ເອເລັກໂຕຣນິກ (CA) ເພື່ອ ບັນທຶກ ແລະ ໃຊ້ເພື່ອບັນທຶກການມີຕົວຕົນທີ່ແທ້ຈິງ

LANIC Cloud
ເປັນການບໍລິການໃຫ້ເຊົ່າລະບົບຄອມພິວເຕີ ຫຼື ເຊົ່າເວັບໄຊຈຳລອງເຊິ່ງສາມາດບໍລິຫານຈັດການຜ່ານອິນ ເຕີເນັດໄດ້ດ້ວຍຕົນເອງ

5) ສອບຖາມລາຍລະອຽດຂໍ້ມູນ

ສາມາດ ສອບຖາມຜະລິດຕະພັນ ອື່ນໆ ຂໍ້ມູນເພີ່ມເຕີມໄດ້ທີ່ ສູນອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊາດ, ບ້ານ ສາຍລົມ, ເມືອງ ຈັນທະບູລີ, ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ ໂທ: 021 254150, Email: cooperation@lanic.gov.la, ນອກນັ້ນ ທ່ານຍັງສາມາດເຂົ້າເບິ່ງຂໍ້ມູນຄວາມຮູ້ເພີ່ມເຕີມກ່ຽວກັບ Domain Name (.LA, .ລາວ), Web hosting, Co-location, LANIC Cloud, NRCA ໄດ້ທີ່ເວັບໄຊ: www.lanic.gov.la.

3.9 ຂໍ້ຕົ ແລະ ຂໍ້ເສຍ ໃນການນຳໃຊ້ສິ່ງອອນລາຍ

3.9.1 ຂໍ້ຕົໃນການນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ

ການນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍມີຂໍ້ຕົຫຼາຍປະການ, ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນເຖິງອິດທິພົນອັນກວ້າງຂວາງ ຂອງມັນໃນສັງຄົມປັດຈຸບັນ. ໜຶ່ງໃນຂໍ້ຕົຫຼັກແມ່ນຄວາມສາມາດໃນການແລກປ່ຽນ ແລະ ສຶກສາຂໍ້ມູນ ຕ່າງໆໄດ້ຢ່າງວ່ອງໄວ. ສິ່ງຄົມອອນລາຍໄດ້ກາຍເປັນແຫຼ່ງຂໍ້ມູນທີ່ສຳຄັນ, ເຮັດໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ສາມາດເຂົ້າເຖິງ ຂ່າວສານ ແລະ ຄວາມຮູ້ໃນຫຼາກຫຼາຍຫົວຂໍ້ໄດ້ຢ່າງທັນທີທັນໃດ.

ນອກຈາກນີ້, ສິ່ງຄົມອອນລາຍຍັງປະຢັດຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ ແລະ ສະດວກວ່ອງໄວໃນການຕິດຕໍ່ສື່ສານ. ມັນເຮັດໃຫ້ການຕິດຕໍ່ກັບຄົນທີ່ຢູ່ຫ່າງໄກກາຍເປັນເລື່ອງງ່າຍ ແລະ ປະຢັດ, ບໍ່ວ່າຈະເປັນການສົ່ງຂໍ້ຄວາມ, ການໂທວິດີໂອ ຫຼື ການແບ່ງປັນຮູບພາບ ແລະ ວິດີໂອ.

ສິ່ງຄົມອອນລາຍຍັງເປັນເຄື່ອງມືຂັບເຄື່ອນທີ່ແຂງແຮງໃນການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ສາລະຄວາມຮູ້. ມັນເປີດໂອກາດໃຫ້ບຸກຄົນ, ອົງກອນ ແລະ ສະຖາບັນການສຶກສາສາມາດແບ່ງປັນຄວາມ ຮູ້ ແລະ ຂໍ້ມູນທີ່ເປັນປະໂຫຍດໄດ້ໃນວົງກວ້າງ.

ໃນແງຂອງທຸລະກິດ, ສິ່ງຄົມອອນລາຍສະໜອງແພລດຟອມທີ່ມີປະສິດທິພາບສຳລັບການສະເໜີ ຜົນງານ, ໂຄສະນາ ແລະ ປະຊາສຳພັນ. ມັນຍັງເປີດໂອກາດໃນການສ້າງ ແລະ ເພີ່ມລາຍຮັບໃນການ ດຳເນີນທຸລະກິດ, ໂດຍສະເພາະສຳລັບທຸລະກິດຂະໜາດນ້ອຍ ແລະ ຜູ້ປະກອບການອິດສະຫຼະ.

ໃນດ້ານຄວາມສຳພັນສ່ວນຕົວ, ສິ່ງຄົມອອນລາຍຊ່ວຍສ້າງຄວາມສຳພັນລະຫວ່າງໝູ່ເພື່ອນ ແລະ ຄອບຄົວໃຫ້ໃກ້ຊິດກັນຫຼາຍຂຶ້ນ, ໂດຍສະເພາະສຳລັບຜູ້ທີ່ຢູ່ຫ່າງໄກກັນ. ມັນຍັງເປັນເຄື່ອງມືໃນການຄົ້ນ ພົບ ແລະ ເຊື່ອມຕໍ່ກັບຜູ້ຄົນທີ່ມີຄວາມສົນໃຈຄ້າຍຄືກັນ, ນຳໄປສູ່ການສ້າງຊຸມຊົນອອນລາຍ.

ສິ່ງຄົມອອນລາຍຍັງຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ທັນຍຸກທັນສະໄໝຫຼາຍຂຶ້ນ, ໂດຍການເປີດໂອກາດໃຫ້ພວກ ເຂົາໄດ້ສຳຜັດກັບແນວຄິດ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ມຸມມອງໃໝ່ໆຈາກທົ່ວໂລກ. ນອກຈາກນີ້, ມັນຍັງ ເປັນແຫຼ່ງບັນເທີງທີ່ດີ, ສະໜອງຮູບແບບຄວາມບັນເທີງທີ່ຫຼາກຫຼາຍ ເຊັ່ນ ເກມ, ວິດີໂອ, ແລະ ເນື້ອຫາ ສ້າງສັນອື່ນໆ.

ສຳລັບສັງຄົມໂດຍລວມ, ສິ່ງຄົມອອນລາຍສາມາດເປັນເຄື່ອງມືໃນການສົ່ງເສີມການມີສ່ວນຮ່ວມ ທາງສັງຄົມ ແລະ ການເມືອງ, ເປີດໂອກາດໃຫ້ປະຊາຊົນສາມາດສະແດງຄວາມຄິດເຫັນ, ແລກປ່ຽນແນວ ຄິດ ແລະ ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການສົນທະນາສາທາລະນະ.

ໂດຍສະຫຼຸບແລ້ວ, ຂໍ້ຕົຂອງສິ່ງຄົມອອນລາຍແມ່ນຫຼາກຫຼາຍ ແລະ ກວ້າງຂວາງ, ສະທ້ອນໃຫ້ ເຫັນເຖິງບົດບາດສຳຄັນຂອງມັນໃນການສື່ສານ, ການແລກປ່ຽນຂໍ້ມູນ, ການສຶກສາ, ທຸລະກິດ, ແລະ ການ ພົວພັນທາງສັງຄົມໃນໂລກດິຈິຕອນປັດຈຸບັນ. ເຖິງຢ່າງໃດກໍຕາມ, ສິ່ງສຳຄັນແມ່ນການນຳໃຊ້ສິ່ງເຫຼົ່ານີ້ຢ່າງມີ ຄວາມຮັບຜິດຊອບ ແລະ ມີວິຈາລະນະຍານ ເພື່ອໃຫ້ໄດ້ຮັບປະໂຫຍດສູງສຸດ ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມສ່ຽງທີ່ ອາດເກີດຂຶ້ນ.

3.9.2 ຂໍ້ເສຍໃນການນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ

ການນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ, ເຖິງແມ່ນວ່າຈະມີຂໍ້ຕົຫຼາຍປະການ, ແຕ່ກໍມາພ້ອມກັບຂໍ້ເສຍທີ່ສຳຄັນທີ່ຕ້ອງໄດ້ພິຈາລະນາຢ່າງຖີ່ຖ້ວນ. ໜຶ່ງໃນຂໍ້ເສຍຫຼັກແມ່ນການເສຍເວລາ, ເນື່ອງຈາກຫຼາຍຄົນມັກໃຊ້ເວລາຫຼາຍເກີນໄປໃນການເລື່ອນເບິ່ງ ແລະ ໂຕ້ຕອບໃນສິ່ງຄົມອອນລາຍ, ເຊິ່ງສາມາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ປະສິດທິພາບການເຮັດວຽກ ແລະ ການຮຽນ. ນອກຈາກນີ້, ການໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍຫຼາຍເກີນໄປຍັງອາດສົ່ງຜົນເສຍຕໍ່ສຸຂະພາບທັງທາງຮ່າງກາຍ ແລະ ຈິດໃຈ, ລວມທັງບັນຫາສາຍຕາ, ອາການເຈັບຫຼັງ ແລະ ຄວາມຜິດປົກກະຕິຂອງການນອນ, ພ້ອມທັງເພີ່ມຄວາມສ່ຽງຕໍ່ບັນຫາສຸຂະພາບຈິດ ເຊັ່ນ ຄວາມກັງວົນ ແລະ ຄວາມຊຶມເສົ້າ.

ໃນດ້ານການເງິນ, ສິ່ງຄົມອອນລາຍອາດນຳໄປສູ່ການໃຊ້ຈ່າຍທີ່ບໍ່ຈຳເປັນ ຜ່ານການຊື້ສິນຄ້າອອນລາຍ, ການຊື້ເນື້ອຫາພິເສດ ຫຼື ການຫຼິ້ນເຊື້ອໂຄສະນາທີ່ຫຼອກລວງ. ຍິ່ງໄປກວ່ານັ້ນ, ສິ່ງຄົມອອນລາຍຍັງເປັນຊ່ອງທາງສຳຄັນໃນການແຜ່ກະຈາຍຂອງຂ່າວປອມ ແລະ ຂໍ້ມູນບິດເບືອນ, ເຮັດໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ມີຄວາມສ່ຽງທີ່ຈະຖືກຫຼອກລວງ ຫຼື ຕົກເປັນເຫຍື່ອຂອງການຫຼອກລວງທາງອອນລາຍ. ການແບ່ງປັນເນື້ອຫາໂດຍບໍ່ລະມັດລະວັງຍັງອາດນຳໄປສູ່ການລະເມີດລິຂະສິດໂດຍບໍ່ຕັ້ງໃຈ, ເຊິ່ງອາດສ້າງບັນຫາທາງກົດໝາຍໄດ້.

ໃນແງ່ຂອງຄວາມສຳພັນ, ການໃຊ້ເວລາຫຼາຍເກີນໄປໃນໂລກອອນລາຍອາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ຄວາມສຳພັນໃນຊີວິດຈິງ, ນຳໄປສູ່ການແຍກຕົວຈາກສັງຄົມ ແລະ ຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການສື່ສານແບບເຊິ່ງໜ້າ. ບັນຫາຄວາມເປັນສ່ວນຕົວກໍເປັນອີກປະເດັນໜຶ່ງທີ່ໜ້າກັງວົນ, ເນື່ອງຈາກຂໍ້ມູນສ່ວນຕົວທີ່ແບ່ງປັນໃນສິ່ງຄົມອອນລາຍອາດຖືກນຳໃຊ້ໃນທາງທີ່ຜິດ ຫຼື ເຂົ້າເຖິງໂດຍບຸກຄົນທີ່ບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ.

ນອກຈາກນີ້, ສິ່ງຄົມອອນລາຍຍັງອາດຖືກໃຊ້ເປັນເຄື່ອງມືໃນການແຜ່ກະຈາຍຂໍ້ຄວາມທີ່ສ້າງຄວາມແຕກແຍກ, ການຍຸຍົງປຸກລະດົມ, ແລະ ການໂຄສະນາຊວນເຊື້ອທີ່ເປັນອັນຕະລາຍ. ດ້ວຍປະລິມານຂໍ້ມູນມະຫາສານໃນສິ່ງຄົມອອນລາຍ, ມັນອາດເປັນການຍາກທີ່ຈະແຍກແຍະລະຫວ່າງຂໍ້ມູນທີ່ມີຄຸນຄ່າ ແລະ ຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ສຳຄັນ ຫຼື ບໍ່ຖືກຕ້ອງ. ສຸດທ້າຍ, ສິ່ງຄົມອອນລາຍສາມາດສ້າງການເສບຕິດໄດ້, ເຮັດໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ຮູ້ສຶກຈຳເປັນຕ້ອງກວດເບິ່ງ ແລະ ໂຕ້ຕອບຢູ່ຕະຫຼອດເວລາ, ເຊິ່ງອາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ຄຸນນະພາບຊີວິດໂດຍລວມ.

ການຮັບຮູ້ເຖິງຂໍ້ເສຍເຫຼົ່ານີ້ມີຄວາມສຳຄັນໃນການພັດທະນາວິທີການໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍທີ່ສົມດຸນ ແລະ ມີຄວາມຮັບຜິດຊອບ, ໂດຍພະຍາຍາມຫາວິທີໃຊ້ປະໂຫຍດຈາກຂໍ້ດີຂອງສິ່ງຄົມອອນລາຍ ໃນຂະນະທີ່ຫຼຸດຜ່ອນຜົນກະທົບທາງລົບທີ່ອາດເກີດຂຶ້ນ.

3.10 ຈັນຍາບັນໃນການນຳໃຊ້ ສິ່ງຄົມອອນລາຍ

ຈັນຍາບັນໃນການນຳໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍແມ່ນຫຼັກການສຳຄັນທີ່ຊ່ວຍໃຫ້ການໃຊ້ງານເປັນໄປຢ່າງມີຄວາມຮັບຜິດຊອບ ແລະ ສ້າງສັນ. ມັນປະກອບດ້ວຍຫຼາຍມິຕິທີ່ສຳຄັນ, ເລີ່ມຈາກຈັນຍາບັນຕໍ່ຕົນເອງ. ໃນນີ້, ຜູ້ໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍຕ້ອງມີຄວາມຮັບຜິດຊອບໃນການຄົ້ນຄິດ, ພິຈາລະນາ ແລະ ຮັບຜິດຊອບຕໍ່ເນື້ອຫາທີ່ຕົນເອງນຳສະເໜີ. ສິ່ງນີ້ລວມເຖິງການໄຕ່ຕອງເຖິງຜົນກະທົບທີ່ອາດເກີດຂຶ້ນຈາກການໂພສຂອງຕົນ ແລະ ຄວາມພ້ອມທີ່ຈະຮັບຜິດຊອບຕໍ່ຜົນທີ່ຕາມມາ.

ຈັນຍາບັນຕໍ່ບຸກຄົນອື່ນກໍມີຄວາມສຳຄັນເຊັ່ນກັນ. ຜູ້ໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍຕ້ອງລະມັດລະວັງບໍ່ໃຫ້ເນື້ອຫາທີ່ຕົນນຳສະເໜີສ້າງຄວາມເສຍຫາຍໃຫ້ກັບບຸກຄົນອື່ນ, ບໍ່ວ່າຈະເປັນທາງດ້ານຈິດໃຈ, ກຽດສັກສີ, ຊັບສິນ ຫຼື ການເງິນ. ການເຄົາລົບສິດ ແລະ ຄວາມເປັນສ່ວນຕົວຂອງຜູ້ອື່ນຄວນເປັນພື້ນຖານຂອງການປະພຶດຕົນໃນສິ່ງຄົມອອນລາຍ.

ໃນສ່ວນຂອງຈັນຍາບັນຕໍ່ອົງກອນ, ຜູ້ໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍຄວນມີຄວາມເຄົາລົບຕໍ່ການຈັດຕັ້ງທີ່ຕົນສັງກັດ ຫຼື ກ່ຽວຂ້ອງ. ສິ່ງນີ້ລວມເຖິງການຮັກສາຄວາມລັບຂອງອົງກອນ, ການປະຕິບັດຕາມນະໂຍບາຍ ແລະ ລະບຽບການ

ຂອງອົງກອນ ແລະ ການບໍ່ນຳສະເໜີຂໍ້ມູນທີ່ອາດສ້າງຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ອົງກອນ. ພະນັກງານຄວນມີຄວາມຮັບຜິດຊອບສູງຕໍ່ໜ້າທີ່ວຽກງານທີ່ໄດ້ຮັບມອບໝາຍ ແລະ ຮັກສາພາບພົດຂອງອົງກອນໃນສີ່ສັງຄົມອອນລາຍ.

ຈັນຍາບັນຕໍ່ປະຊາຊົນ ແລະ ສັງຄົມທົ່ວໄປກໍເປັນອີກດ້ານໜຶ່ງທີ່ສຳຄັນ. ຜູ້ໃຊ້ສີ່ສັງຄົມອອນລາຍຄວນ ນຳສະເໜີເນື້ອຫາທີ່ມີລັກສະນະສ້າງສັນ, ສ້າງປະໂຫຍດ ແລະ ອົງໃສ່ຂໍ້ມູນຄວາມຈິງ. ພວກເຂົາຄວນຫຼີກລ່ຽງການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ, ການສ້າງຄວາມແຕກແຍກ ຫຼື ການສົ່ງເສີມພຶດຕິກຳທີ່ເປັນອັນຕະລາຍຕໍ່ສັງຄົມ. ການໃຊ້ສີ່ສັງຄົມອອນລາຍຄວນມີເປົ້າໝາຍເພື່ອສົ່ງເສີມຄວາມເຂົ້າໃຈ, ການສຶກສາ ແລະ ການພັດທະນາສັງຄົມໃນທາງບວກ.

ນອກຈາກນີ້, ຈັນຍາບັນໃນການນຳໃຊ້ສີ່ສັງຄົມອອນລາຍຍັງລວມເຖິງການເຄົາລົບກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ຜູ້ໃຊ້ຄວນຮັບຮູ້ ແລະ ປະຕິບັດຕາມກົດໝາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການໃຊ້ສີ່ສັງຄົມອອນລາຍ, ລວມທັງກົດໝາຍວ່າດ້ວຍລິຂະສິດ, ການປົກປ້ອງຂໍ້ມູນສ່ວນບຸກຄົນ ແລະ ການຕ້ານ ແລະ ສະກັດກັ້ນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ.

ການມີຄວາມໂປ່ງໃສ ແລະ ຄວາມຈິງໃຈກໍເປັນສ່ວນໜຶ່ງຂອງຈັນຍາບັນໃນການນຳໃຊ້ສີ່ສັງຄົມອອນລາຍ. ຜູ້ໃຊ້ຄວນເປີດເຜີຍຢ່າງຊັດເຈນເມື່ອມີຜົນປະໂຫຍດທັບຊ້ອນ ຫຼື ເມື່ອໄພສເນື້ອຫາທີ່ເປັນການໂຄສະນາ. ການບໍ່ປິດບັງຕົວຕົນ ຫຼື ການໃຊ້ບັນຊີປອມເພື່ອຫຼອກລວງຜູ້ອື່ນກໍຖືວ່າຜິດຈັນຍາບັນ.

ສຸດທ້າຍ, ຈັນຍາບັນໃນການນຳໃຊ້ສີ່ສັງຄົມອອນລາຍຍັງລວມເຖິງການມີຄວາມຮັບຜິດຊອບໃນການປົກປ້ອງເດັກ ແລະ ກຸ່ມຄົນທີ່ມີຄວາມສ່ຽງ. ຜູ້ໃຊ້ຄວນລະມັດລະວັງເປັນພິເສດເມື່ອນຳສະເໜີເນື້ອຫາທີ່ອາດມີຜົນກະທົບຕໍ່ເດັກນ້ອຍ ຫຼື ກຸ່ມຄົນທີ່ມີຄວາມອ່ອນໄຫວ.

ການປະຕິບັດຕາມຈັນຍາບັນເຫຼົ່ານີ້ຈະຊ່ວຍສ້າງສະພາບແວດລ້ອມສີ່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ປອດໄພ, ສ້າງສັນ ແລະ ເປັນປະໂຫຍດສຳລັບທຸກຄົນ, ພ້ອມທັງສົ່ງເສີມການໃຊ້ສີ່ສັງຄົມອອນລາຍໃນທາງທີ່ມີຄວາມຮັບຜິດຊອບ ແລະ ມີຈິດສຳນຶກຕໍ່ສັງຄົມ.

ບົດທີ 6

ກໍລະນີເກີດເຫດ ໃນການນໍາໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ

I. ສະພາບລວມ

ປະຈຸບັນການນໍາໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍຢູ່ປະເທດເຮົາເຫັນວ່າມີຈຳນວນນັບມື້ນັບເພີ່ມຂຶ້ນ ເຫັນໄດ້ຈາກຂໍ້ມູນການນໍາໃຊ້ໃນປີ 2017 ມີຈຳນວນ 1,800,000 ບັນຊີ ແລະ ມາຮອດ ປີ 2024 ມີຈຳນວນ 3,750,000 ບັນຊີ. ສະເພາະຜູ້ໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍຕ່າງໆ ແມ່ນມີດ້ານດີ ແລະ ດ້ານຫຍຸ້ງ, ສ່ວນວິທີການຄຸ້ມຄອງການນໍາໃຊ້ ພວກເຮົາຍັງພົບຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ, ບໍ່ທັນກັບສະພາບການ, ບໍ່ສາມາດຄຸ້ມຄອງ ແລະ ແກ້ໄຂບັນຫາສິ່ງຫຍຸ້ງໄດ້ທັງໝົດ. ຍ້ອນບໍ່ທັນມີເຄື່ອງມືຄຸ້ມຄອງ ແລະ ແກ້ໄຂບັນຫາດັ່ງກ່າວ.

II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສໍາຄັນ

2.1 ຈຸດປະສົງ

ໃນປັດຈຸບັນໄພຄຸກຄາມທາງສິ່ງຄົມອອນລາຍໄດ້ມີຈຳນວນແຜ່ຫຼາຍ ແລະ ມີລັກສະນະທີ່ມີຄວາມສັບຊ້ອນຫຼາຍຂຶ້ນ ບໍ່ພຽງແຕ່ ການໃຊ້ຄໍາສັບບໍ່ສຸພາບ ຫຼື ໃຊ້ໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ໃນທາງທີ່ບໍ່ສ້າງສັນ ແຕ່ຍັງກວມລວມໄປເຖິງ ກຸ່ມຄົນຜູ້ທີ່ບໍ່ຫວັງດີ ທີ່ມີການເຄື່ອນໄຫວໃນເຄືອຂ່າຍສິ່ງຄົມອອນລາຍເປັນຕົ້ນ ການໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສີຕໍ່ແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ-ລັດ, ການໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສືບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ, ການໂຄສະນາຄ້າຂາຍຢາເສບຕິດ, ສໍ້ໂກງສັບຜົນລະເມືອງ, ຄ້າຂາຍອາວຸດເສິກ, ການພະນັນ ແລະ ອື່ນໆ ບັນດາກຸ່ມຄົນດັ່ງກ່າວນີ້ລ້ວນແຕ່ເປັນໄພຄຸກຄາມຕໍ່ຄວາມໝັ້ນຄົງຂອງປະເທດ.

2.2 ຄາດໝາຍ

- ເພື່ອລຸດຜ່ອນພາວະຄວາມສ່ຽງ, ລຸດຜ່ອນລະດັບຄວາມເສຍຫາຍທີ່ອາດຈະເກີດຂຶ້ນ ແລະ ລຸດຜ່ອນປະກົດການຫຍຸ້ງໃນການນໍາໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍຂອງສັງຄົມ;
- ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ທີ່ນໍາໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ ສາມາດຮັບຮູ້ ແລະ ແກ້ໄຂຂັ້ນພື້ນຖານ ກ່ຽວກັບບັນຫາທີ່ເກີດຂຶ້ນຈາກສິ່ງຄົມອອນລາຍດ້ວຍຕົນເອງ.

2.3 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສໍາຄັນ

- ເພີ່ມທະວີຄວາມອາດສາມາດຂອງການຄຸ້ມຄອງສິ່ງຄົມອອນລາຍ ຕາມພາລະບົດບາດຂອງກະຊວງຕສ ໃນເງື່ອນໄຂການຂະຫຍາຍຕົວຂອງເຕັກໂນໂລຢີແຕ່ລະໄລຍະ;
- ເສີມສ້າງຄວາມຮູ້, ຄວາມສາມາດທາງດ້ານເຕັກນິກໃຫ້ພະນັກງານວິຊາການຂອງກະຊວງ ຕສ ໃຫ້ທັນຕໍ່ການປ່ຽນແປງຂອງເຕັກໂນໂລຢີໃນແຕ່ລະໄລຍະ.

III. ທິດສະດີ ແລະ ເນື້ອໃນ

3.1 ການແກ້ໄຂບັນຫາແຕ່ລະປະເພດການນໍາໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ

1) ກໍລະນີ ບໍ່ເກີດຄວາມເສຍຫາຍດ້ານຊັບສິນ.

ກໍລະນີເກີດເຫດ ໃນການນໍາໃຊ້ສິ່ງຄົມອອນລາຍ ທີ່ຜູ້ເສຍຫາຍ ຍັງບໍ່ເກີດຄວາມເສຍຫາຍ ຫຼື ຄາດຄະເນວ່າຈະເກີດຄວາມເສຍຫາຍດ້ານຊັບສິນໃຫ້ແກ່ຕົນເອງໃນຕໍ່ໜ້າ ແມ່ນມີວິທີແກ້ໄຂດ້ວຍຕົນເອງຄື:

- ແຈ້ງເຈົ້າໜ້າທີ່ດຳຫຼວດ ຫຼື ການຈັດຕັ້ງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເພື່ອເຮັດບົດບັນທຶກເກັບໄວ້ເປັນຫຼັກຖານ;
- ກໍລະນີຍັງເຂົ້າບັນຊີສິ່ງຄົມອອນລາຍຕົນເອງໄດ້ຢູ່ ແມ່ນໃຫ້ເຂົ້າໄປຕັ້ງຄ່າຄວາມປອດໄພໃໝ່ ໝົດເພື່ອບໍ່ໃຫ້ບຸກຄົນ ຫຼື ກຸ່ມຄົນບໍ່ດີ ເຂົ້າໄປນໍາໃຊ້ບັນຊີເຮົາໄປສ້າງຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ໜ້າ;

- ກໍລະນີເຂົ້າບັນຊີຕົນເອງບໍ່ໄດ້ ແມ່ນໃຫ້ຄົນຄວ້າວິທີແກ້ໄຂດ້ວຍຕົນເອງເຊັ່ນ: ການກູ້ຄືນບັນຊີສີ່ສັງຄົມອອນລາຍ, ການສົ່ງແຈ້ງພຶດຕິກຳເຂົ້າລະບົບສີ່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ທ່ານກຳລັງນຳໃຊ້ບໍລິການ;
- ຖ້າຕ້ອງການປຶກສາກໍສາມາດໂທເຂົ້າສາຍດ່ວຍ ຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເຊັ່ນ: ກົມຕຳຫຼວດສືບສວນ-ສອບສ່ວນ, ກົມຄວາມປອດໄພໄຊເບີ ແລະ ຂະແໜງການອື່ນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

2) ກໍລະນີ ເກີດຄວາມເສຍຫາຍດ້ານຊັບສິນ.

ກໍລະນີເກີດເຫດ ໃນການນຳໃຊ້ສີ່ສັງຄົມອອນລາຍ ທີ່ຜູ້ເສຍຫາຍ ເກີດຄວາມເສຍຫາຍດ້ານຊັບສິນ ແມ່ນຕົນເອງຄວນຈຳຕ້ອງປະຕິບັດຕາມວິທີການແກ້ໄຂຄື:

- ເຂົ້າແຈ້ງຄວາມກັບເຈົ້າໜ້າທີ່ຕຳຫຼວດ ເພື່ອໃຫ້ເຈົ້າໜ້າທີ່ເກັບກຳຂໍ້ມູນ ແລະ ບັນທຶກເຫດການ ໃນການທີ່ຈະນຳໄປສືບສວນ-ສອບສວນ ຕາມຫາຄືນຮ້າຍໃນຂັ້ນຕໍ່ໄປ;
- ເຂົ້າແຈ້ງບອກກັບພາກສ່ວນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເຊັ່ນ: ແຈ້ງທະນາຄານເພື່ອລະງັບການເຮັດທຸລະກຳທາງການເງິນ ຂອງບັນຊີຜູ້ເສຍຫາຍ ເພື່ອບໍ່ໃຫ້ສືບຕໍ່ເສຍຫາຍເພີ່ມຕື່ມ;
- ກໍລະນີຍັງເຂົ້າບັນຊີສີ່ສັງຄົມອອນລາຍຕົນເອງໄດ້ຢູ່ ແມ່ນໃຫ້ເຂົ້າໄປຕັ້ງຄ່າຄວາມປອດໄພໃໝ່ ໝົດເພື່ອບໍ່ໃຫ້ບຸກຄົນ ຫຼື ກຸ່ມຄົນບໍ່ດີ ເຂົ້າໄປນຳໃຊ້ບັນຊີເຮົາໄປສ້າງຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່;
- ກໍລະນີເຂົ້າບັນຊີຕົນເອງບໍ່ໄດ້ ແມ່ນໃຫ້ຄົນຄວ້າວິທີແກ້ໄຂດ້ວຍຕົນເອງເຊັ່ນ: ການກູ້ຄືນບັນຊີສີ່ສັງຄົມອອນລາຍ, ການສົ່ງແຈ້ງພຶດຕິກຳເຂົ້າລະບົບສີ່ສັງຄົມອອນລາຍທີ່ທ່ານກຳລັງນຳໃຊ້ບໍລິການ;
- ຖ້າຕ້ອງການປຶກສາກໍສາມາດໂທເຂົ້າສາຍດ່ວຍ ຂະແໜງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ເຊັ່ນ: ກົມຕຳຫຼວດສືບສວນ-ສອບສ່ວນ, ກົມຄວາມປອດໄພໄຊເບີ ແລະ ຂະແໜງການອື່ນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

3) ການແກ້ໄຂບັນຫາແຕ່ລະປະເພດການນຳໃຊ້ສີ່ສັງຄົມອອນລາຍໃນໄລຍະຜ່ານມາ

ການແກ້ໄຂບັນຫາແຕ່ລະປະເພດທີ່ຜ່ານມາຮອດປັດຈຸບັນມີການຫຼວກຫຼວງ ແລະ ຂ່າວປອມ ທາງອອນລາຍຢູ່ພາຍໃນປະເທດ ທີ່ສັງລວມໄດ້ຈາກການຂໍ້ມູນ ທີ່ມີ ເອກະສານໜັງສືສະເໜີຂອງເຈົ້າໜ້າທີ່ ປກສ-ປກຊ ແລະ ພາກສ່ວນຕ່າງ ສົ່ງຫາ ກົມຄວາມປອດໄພໄຊເບີ ໃນປີ 2017 ຫາ 2024 ມີການຫຼວກຫຼວງ ແລະ ຂ່າວປອມ ທາງສີ່ສັງຄົມອອນລາຍທັງໝົດ ຈຳນວນ 773 ກໍລະນີ ຊຶ່ງໃນນີ້ໄດ້ແບ່ງເປັນກຸ່ມມີຄື:

1	ຮັບໃຫ້ຄຳປຶກສາ ຜ່ານຊ່ອງທາງໂທລະສັບສາຍດ່ວນ	418 ກໍລະນີ
2	ການຮັບໃຫ້ຄຳປຶກສາຕໍ່ຜູ້ທີ່ເຂົ້າມາຫ້ອງການ	44 ກໍລະນີ
3	ການຊ່ວຍປະສານງານ ກັບ ບໍລິສັດເຟສບຸກ ເພື່ອກູ້ຄືນຂໍ້ມູນບັນຊີເຟສບຸກເພກ	22 ກໍລະນີ
4	ການ ແອບອ້າງ, ປອມແປງ ແລະ ຖືກແຮກບັນຊີ ເຟສບຸກ	41 ກໍລະນີ
5	ການ ຕົວະຍິວະ, ຂົ່ມຂູ່, ໂອນເງິນ ແລະ ສົ່ງໂກງຊັບພື້ນລະເມືອງ	149 ກໍລະນີ
6	ການ ໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສີ, ໝິ່ນປະໝາດ, ລາມີກອະນາຈານ ແລະ ໃຊ້ຄຳສັບບໍ່ສຸພາບ	61 ກໍລະນີ
7	ການສ້າງຄວາມເສຍຫາຍທາງສີ່ສັງຄົມອອນລາຍອື່ນໆ	38 ກໍລະນີ
ລວມທັງໝົດ		773 ກໍລະນີ

3.2 ນິຕິກຳກ່ຽວກັບການຄຸ້ມຄອງ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານອິນເຕີເນັດ ຢູ່ລາວ

3.2.1 ປະເພດນິຕິກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ວຽກງານຕິດພັນກັບການການຄຸ້ມຄອງສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ໃນ ສປປ ລາວ ແມ່ນໄດ້ຖືກລະບຸໄວ້ໃນ ນິຕິກຳຕ່າງໆ ຫຼາຍສະບັບ, ເປັນຕົ້ນ:

- ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍສື່ມວນຊົນ (ສະບັບປັບປຸງ), ປະມວນກົດໝາຍແພ່ງ, ປະມວນກົດໝາຍອາຍາ;
- ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການຕ້ານ ແລະ ສະກັດກັ້ນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ;
- ດຳລັດວ່າດ້ວຍການຄຸ້ມຄອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ ແລະ ນິຕິກຳອື່ນໆ.

3.2.2 ມາດຕາ ແລະ ຂໍ້ຫ້າມ ນິຕິກຳ.

- 1) ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍສື່ມວນຊົນ ໄດ້ລະບຸກ່ຽວກັບ ສິດເສລີພາບຂອງພົນລະເມືອງລາວ ດ້ານສື່ມວນຊົນ ດັ່ງນີ້:

ມາດຕາ 9 (ປັບປຸງ) ສິດເສລີພາບຂອງ ພົນລະເມືອງລາວ ດ້ານສື່ມວນຊົນ	ພົນລະເມືອງລາວ ມີສິດເສລີພາບດ້ານສື່ມວນຊົນ ໂດຍສະແດງອອກດ້ວຍການປະກອບ ຄຳເຫັນ, ໃຫ້ທັດສະນະ ແລະ ສາມາດເຂົ້າເຖິງ ຂໍ້ມູນ ຂ່າວສານ ທັງພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ກ່ຽວກັບສະພາບການ, ສາລະຄວາມຮູ້, ສາລະບັນເທີງ ແລະ ບັນຫາອື່ນ ທີ່ ບໍ່ຂັດກັບກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການ ຊຶ່ງເປັນປະໂຫຍດໃຫ້ແກ່ປະເທດຊາດ ແລະ ປະຊາຊົນລາວບັນດາເຜົ່າ.
ມາດຕາ 10 (ປັບປຸງ) ສິດເສລີພາບຂອງ ພົນລະເມືອງລາວ ໃນການປະກອບຄຳ ເຫັນ	ພົນລະເມືອງລາວ ມີສິດເສລີພາບ ໃນການປະກອບຄຳເຫັນຜ່ານສື່ມວນຊົນ ກ່ຽວ ກັບ: 1 ການສ້າງ ແລະ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ ແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ, ລັດຖະທຳມະນູນ, ກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການຂອງລັດ, ແຜນພັດທະນາເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ແລະ ແຜນງົບປະມານແຫ່ງລັດ; 2 ທັດສະນະຕໍ່ສະພາບການພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ; 3 ການຕາມຕາມຊີວິດແບບສ້າງສັນ ຕໍ່ ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ແລະ ການຈັດຕັ້ງ.
ມາດຕາ 11 ສິດເສລີພາບຂອງ ພົນລະເມືອງລາວ ກ່ຽວກັບຂໍ້ມູນ ຂ່າວສານ	ພົນລະເມືອງລາວ ມີສິດເສລີພາບກ່ຽວກັບຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຜ່ານສື່ມວນຊົນ ດັ່ງນີ້: 1 ເຂົ້າເຖິງ ແລະ ໄດ້ຮັບຂໍ້ມູນ ຂ່າວສານ ກ່ຽວກັບສະພາບການພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ, ສາລະຄວາມຮູ້, ສາລະບັນເທີງ ແລະ ອື່ນໆ; 2 ສະໜອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ໃຫ້ສື່ມວນຊົນຢ່າງຖືກຕ້ອງ, ຊັດເຈນ, ທັນການ ແລະ ຮັບຜິດຊອບຕໍ່ຫນ້າກົດໝາຍ ກ່ຽວກັບເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານນັ້ນ.
ມາດຕາ 12 (ປັບປຸງ) ການນຳໃຊ້ສິດເສລີ ພາບຂອງພົນລະ ເມືອງລາວ	ພົນລະເມືອງລາວ ນຳໃຊ້ສິດເສລີພາບຂອງຕົນຜ່ານສື່ມວນຊົນ ດ້ວຍການນລົງພິມ ຫຼື ກະຈາຍຂ່າວ, ບົດຄຳເຫັນ, ຕອບສາພາດ, ກະຈາຍສຽງ, ກະຈາຍພາບ, ຕອບຂໍ້ສະເໜີ, ຂໍ້ຂ້ອງໃຈຂອງຕົນ ໂດຍສື່ມວນຊົນເອງ ຫຼື ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ແລະ ການຈັດຕັ້ງ ທີ່ ກ່ຽວຂ້ອງ ຕາມກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການ. ໃນກໍລະນີທີ່ບໍ່ສາມາດລົງພິມ, ກະຈາຍ ຫຼື ຕອບໄດ້ນັ້ນ ສື່ມວນຊົນ ຕ້ອງແຈ້ງເຫດຜົນໃຫ້ພົນລະເມືອງຮັບຊາບຢ່າງເປັນທາງການ.

- 2) ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍການຕ້ານ ແລະ ສະກັດກັ້ນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ ໄດ້ກຳນົດບັນດາພຶດຕິກຳ ທີ່ຖືວ່າເປັນ ອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ ແລະ ມາດຕະການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ດັ່ງນີ້:

ມາດຕາ 2 ການຕ້ານ ແລະ ສະກັດກັ້ນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ	ອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ ແມ່ນ ການກະທຳຜິດທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ ທີ່ສ້າງຄວາມເສຍຫາຍໃຫ້ແກ່ລັດ, ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ, ການຈັດຕັ້ງ ແລະ ສັງຄົມ ຕາມພຶດຕິກຳທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນ ມາດຕາ 8 ຂອງກົດໝາຍສະບັບນີ້. ການຕ້ານ ແລະ ສະກັດກັ້ນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ ແມ່ນ ການເຄື່ອນໄຫວ ຈຳກັດ, ກຳຈັດ, ປາບປາມ ຂອງ ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ແລະ ການຈັດຕັ້ງ ທີ່ມີສິດ ແລະ ໜ້າທີ່ໂດຍກົງໃນການຊອກຮູ້ ແລະ ປະຕິບັດວຽກງານ ຕ້ານ ແລະ ສະກັດກັ້ນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ ຕາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນ ມາດຕາ 19 ແລະ ມາດຕາ 24 ຂອງກົດໝາຍສະບັບນີ້.
ມາດຕາ 8 ພຶດຕິກຳທີ່ເປັນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ	ພຶດຕິກຳທີ່ເປັນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ ມີດັ່ງນີ້: 1. ການເປີດເຜີຍມາດຕະການປ້ອງກັນການເຂົ້າເຖິງລະບົບຄອມພິວເຕີ; 2. ການເຂົ້າເຖິງລະບົບຄອມພິວເຕີ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ; 3. ການຕັດຕໍ່ເນື້ອໃນ, ຮູບ, ພາບເຄື່ອນໄຫວ, ສຽງ ແລະ ວິດີໂອ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ; 4. ການລັດເອົາຂໍ້ມູນໃນລະບົບຄອມພິວເຕີ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ; 5. ການສ້າງຄວາມເສຍຫາຍຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ; 6. ການເຜີຍແຜ່ສິ່ງລາມົກຜ່ານລະບົບຄອມພິວເຕີ; 7. ການລົບກວນລະບົບຄອມພິວເຕີ; 8. ການປອມແປງຂໍ້ມູນຄອມພິວເຕີ; 9. ການທຳລາຍຂໍ້ມູນຄອມພິວເຕີ; 10. ການດຳເນີນກິດຈະການກ່ຽວກັບເຄື່ອງມືອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ.
ມາດຕາ 13 ການສ້າງຄວາມເສຍຫາຍຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ	ການສ້າງຄວາມເສຍຫາຍຜ່ານສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ສະແດງອອກດ້ວຍການກະທຳ ດັ່ງນີ້: 1. ການນຳເອົາຂໍ້ມູນຄອມພິວເຕີ ທີ່ມີລັກສະນະໃສ່ຮ້າຍປ້າຍສີ, ໜິ້ນປະໝາດ, ໃຊ້ຄຳສັບບໍ່ສຸພາບ ເຂົ້າສູ່ລະບົບຄອມພິວເຕີ; 2. ການນຳເອົາຂໍ້ມູນທີ່ມີລັກສະນະໃຊ້ຄວາມຮຸນແຮງ, ຂໍ້ມູນເທັດ, ຂໍ້ມູນຫຼອກລວງ, ຂໍ້ມູນທີ່ບໍ່ເປັນຄວາມຈິງ ເຂົ້າສູ່ລະບົບຄອມພິວເຕີ; 3. ການນຳເອົາຂໍ້ມູນຄອມພິວເຕີ ທີ່ເປັນການທຳລາຍຄວາມໝັ້ນຄົງຂອງຊາດ, ຄວາມສະຫງົບ, ຄວາມເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍຂອງສັງຄົມ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ຮີດຄອງປະເພນີອັນດີງາມຂອງຊາດ; 4. ການນຳເອົາຂໍ້ມູນຄອມພິວເຕີ ທີ່ມີລັກສະນະຊວນເຊື່ອ, ຍຸຍົງ ແລະ ສົ່ງເສີມປະຊາຊົນ ຕໍ່ຕ້ານ ລັດຖະບານ ຫຼື ແບ່ງແຍກຄວາມສາມັກຄີ; 5. ການໂຄສະນາຄ້າຂາຍຢາເສບຕິດ, ອາວຸດເສິກ, ອາວຸດເຄມີ, ຄ້າມະນຸດ, ຄ້າປະເວນີ, ຄ້າໂສເພນີ ແລະ ສິ່ງຜິດກົດໝາຍ; 6. ການເຜີຍແຜ່ ຫຼື ສົ່ງຕໍ່ຂໍ້ມູນຄອມພິວເຕີ ຕາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນ ມາດຕາ 11 ແລະ 14 ຂອງກົດໝາຍສະບັບນີ້ ລວມທັງ ຂໍ້ 1, 2, 3, 4 ແລະ ຂໍ້ 5 ຂອງມາດຕານີ້.

ມາດຕາ 42 ສາເຫດທີ່ພາໃຫ້ເປີດການສືບສວນ-ສອບສວນ ຄະດີທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ	ສາເຫດທີ່ພາໃຫ້ເປີດການສືບສວນ-ສອບສວນ ຄະດີ ທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ ມີດັ່ງນີ້: 1. ມີການແຈ້ງຄວາມ, ການລາຍງານ, ການຮ້ອງຟ້ອງຂອງ ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ຫຼື ການຈັດຕັ້ງ ກ່ຽວກັບພຶດຕິກຳທີ່ເປັນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ; 2. ມີການເຂົ້າມອບຕົວຂອງຜູ້ກະທຳຜິດ; 3. ພົບເຫັນຮ່ອງຮອຍ, ຂໍ້ມູນ, ຫຼັກຖານ ຂອງພຶດຕິກຳ ທີ່ເປັນອາຊະຍາກຳທາງລະບົບຄອມພິວເຕີ ຕາມທີ່ກຳນົດໄວ້ໃນມາດຕາ 8.
--	--

3) ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍສົມວນຊົນ (ສະບັບປັບປຸງ) ໄດ້ກຳນົດມາດຕະການຕ່າງໆ ກ່ຽວກັບການນຳໃຊ້ສິ່ງຜ່ານອິນເຕີເນັດ, ການນຳໃຊ້ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍຂອງອົງການສົມວນຊົນ ແລະ ບັນດາຂໍ້ຫ້າມ ຂອງອົງການສົມວນຊົນ ດັ່ງນີ້:

ມາດຕາ 59 (ປັບປຸງ) ການສ້າງ ແລະ ການນຳໃຊ້ສິ່ງຜ່ານອິນເຕີເນັດ	ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ແລະ ການຈັດຕັ້ງ ທີ່ມີຈຸດປະສົງສ້າງເວັບໄຊຂອງຕົນ ຕ້ອງປະຕິບັດຕາມກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ. ຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ລົງໃນເວັບໄຊ ຕ້ອງໃຫ້ຖືກຕ້ອງຕາມຕົ້ນສະບັບ, ແຈ້ງແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ, ບົງຊີຂອງຜູ້ຂຽນ, ຊື່ຂອງອົງການສົມວນຊົນ, ເວລາລົງຂໍ້ມູນ ແລະ ເວລາລົງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ດັ່ງກ່າວ. ການນຳໃຊ້, ການບໍລິການສິ່ງຜ່ານອິນເຕີເນັດ ຕ້ອງໄດ້ປະສານສົມທົບ ແລະ ໄດ້ຮັບການອະນຸຍາດຈາກ ອົງການທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ພ້ອມທັງປະຕິບັດຕາມກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການຢ່າງເຂັ້ມງວດ. ເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ເອົາລົງໃນເຄືອຂ່າຍອິນເຕີເນັດ ຕ້ອງບໍ່ລະເມີດຂໍ້ຫ້າມ ຊຶ່ງກຳນົດໄວ້ໃນ ມາດຕາ 66 ຂອງ ກົດໝາຍສົມວນຊົນ (ສະບັບປັບປຸງ) ແລະ ບົດບັນຍັດຂອງກົດໝາຍອື່ນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ ແລະ ສາມາດຖືເປັນຫຼັກຖານ ແລະ ມີຜົນທາງດ້ານກົດໝາຍ. ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ແລະ ການຈັດຕັ້ງ ທີ່ສ້າງເວັບໄຊ ຕ້ອງມີລະບົບຄຸ້ມຄອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ມີຄວາມຮັບຜິດຊອບຕິດຕາມກວດກາ ແລະ ເປັນເຈົ້າການລຶບຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ລະເມີດຂໍ້ຫ້າມ.
ມາດຕາ 60 (ໃໝ່) ການນຳໃຊ້ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍຂອງອົງການສົມວນຊົນ	ການນຳໃຊ້ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍຂອງອົງການສົມວນຊົນ ໃຫ້ປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້: 1. ເຄົາລົບຈັນຍາບັນນັກຂ່າວ; 2. ຕ້ອງລົງທະບຽນສ່ວນຕົວບຸກຄະລາກອນສົມວນຊົນ ຫຼື ອົງການສົມວນຊົນນຳອົງການຄຸ້ມຄອງສົມວນຊົນ ຢ່າງຖືກຕ້ອງຕາມກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການ; 3. ມີກາໝາຍສັນຍາລັກຂອງເວັບໄຊ ຫຼື ໜ້າເວັບ; 4. ເຄົາລົບ ແລະ ຮັບຮູ້ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ຜະລິດໂດຍບຸກຄົນອື່ນ ໃນສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍ. ຖ້າຕ້ອງການນຳໃຊ້ ຂໍ້ຄວາມ, ຮູບພາບ ແລະ ສຽງຕ່າງໆ ຕ້ອງກວດສອບ ແລະ ຂໍອະນຸຍາດຈາກຜູ້ຜະລິດ ແລະ ອ້າງອີງແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ; 5. ຂໍອະນຸຍາດຈາກຄະນະຈັດຕັ້ງປະຊຸມ ກ່ອນເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຂອງກອງປະຊຸມນັ້ນ; 6. ຕ້ອງຈຳແນກຂ່າວ ແລະ ຄວາມເຫັນ ອອກຈາກກັນໃຫ້ຊັດເຈນ; 7. ຕ້ອງດຳເນີນການແກ້ໄຂຄວາມຜິດໂດຍທັນທີ ແລະ ສະແດງຄຳຂໍໂທດ ແລະ ໃຫ້ຜູ້ເສຍຫາຍມີໂອກາດຊີ້ແຈງ ຖ້າມີຄວາມຜິດພາດ ດ້ານການສະເໜີຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ກໍ່ໃຫ້ເກີດຄວາມເສຍຫາຍຕໍ່ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ຫຼື ການຈັດຕັ້ງ;

	8. ສະເໜີຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ບໍ່ລະເມີດຂໍ້ຫ້າມຂອງກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການຂອງ ສປປ ລາວ; 9. ເຄົາລົບສັນຍາສາກົນ ແລະ ສິນທິສັນຍາທີ່ ສປປ ລາວ ເປັນພາຄີ.
ມາດຕາ 66 (ປັບປຸງ) ຂໍ້ຫ້າມສໍາລັບອົງການ ສົມວນຊົນ	ຫ້າມອົງການສົມວນຊົນ ມີພຶດຕິກຳ ດັ່ງນີ້: 1. ຍຸຍົງສິ່ງເສີມການກະທຳທີ່ເປັນການສ້າງຄວາມເສື່ອມເສຍໃຫ້ແກ່ຜົນປະໂຫຍດຂອງ ຊາດ ແລະ ປະຊາຊົນ; 2. ເປີດເຜີຍຄວາມລັບຂອງຊາດ, ຄວາມລັບທາງລັດຖະການ, ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ຫຼື ການຈັດຕັ້ງ; 3. ແບ່ງແຍກຄວາມສາມັກຄີ, ສ້າງຄວາມອາຄາດບາດໝາງລະຫວ່າງປະຊາຊົນລາວ ບັນດາເຜົ່າ, ສາສະໜາ ແລະ ຄວາມສາມັກຄີລະຫວ່າງຊາດ; 4. ສິ່ງເສີມການໃຊ້ຄວາມຮຸນແຮງ ແລະ ການໂຄສະນາຮັບໃຊ້ສິ່ງຄາມຮຸກຮານທຸກ ປະເພດ; 5. ອອກຂ່າວບິດເບືອນຄວາມຈິງ, ແຕະຕ້ອງເຖິງກຽດສັກສີຂອງບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ຫຼື ການຈັດຕັ້ງ; 6. ໂຄສະນາຍຸຍົງສິ່ງເສີມການກໍ່ອາຊະຍາກຳ ແລະ ອະບາຍຍະມຸກ ເຊັ່ນ ການເສບສິ່ງເສບ ຕິດ, ການຫຼິ້ນການພະນັນ, ການເປັນນັກເລງອັນຕະພາບ, ການທາສິ່ງລາມົນອະນາຈານ, ແບບແຜນດຳລົງຊີວິດເປື້ອຍເຍື້ອຍ, ລ້າຫຼັງ; 7. ໂຄສະນາ, ເຜີຍແຜ່ ສິ່ງມືນເມົາເກີນຂອບເຂດ, ການເຊື່ອຖືງົມງວາຍ, ການກະທຳທີ່ຂັດ ກັບຮີດຄອງປະເພນີວັດທະນະທຳອັນດີງານຂອງຊາດ, ພາບ, ສຽງ ແລະ ການກະທຳ ທີ່ ກະທົບຕໍ່ຊີວິດ ແມ່ ແລະ ເດັກ ແລະ ສິ່ງຫຍໍ້ຫຍື້ອອື່ນ; 8. ເຜີຍແຜ່ຂ່າວ, ບິດ ແລະ ລາຍການ ທີ່ມີຄຳສັ່ງຫ້າມ ຫຼື ຖືກຍຶດໄວ້ແລ້ວ; 9. ພິມ, ກະຈາຍຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ຜະລິດຕະພັນສົມວນຊົນທຸກປະເພດ ທີ່ຖືກອົງການຄຸ້ມ ຄອງສົມວນຊົນ ຍຶດ ຫ້າມເຜີຍແຜ່; 10. ຂົ່ມຂູ່, ລ່ວງລະເມີດກຽດສັກສີ ຂອງບັນນາທິການ, ນັກຂ່າວ, ບຸກຄະລາກອນສົມວນ ຊົນ, ທຳລາຍອຸປະກອນສົມວນຊົນ, ຂັດຂວາງການປະຕິບັດວຽກງານວິຊາສະເພາະ ຂອງນັກຂ່າວຕາມກົດໝາຍ; ມີພຶດຕິກຳອື່ນ ທີ່ເປັນການລະເມີດກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການ.

4) ດຳລັດວ່າດ້ວຍການຄຸ້ມຄອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ ໄດ້ກຳນົດ ມາດຕະການຕ່າງໆ ກ່ຽວກັບ, ດັ່ງນີ້:

ມາດຕາ 4 ນະໂຍບາຍຂອງລັດ ກ່ຽວກັບການນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານອິນເຕີເນັດ	ລັດ ສິ່ງເສີມ ແລະ ຊຸກຍູ້ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ແລະ ການຈັດຕັ້ງ ພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ທີ່ດຳລົງຊີວິດ ແລະ ເຄື່ອນໄຫວວຽກງານ ຢູ່ ສປປ ລາວ ນຳໃຊ້ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານອິນເຕີເນັດ ເຂົ້າໃນການເຄື່ອນໄຫວທາງດ້ານເສດຖະກິດ-ສັງຄົມ ໂດຍສະເພາະ ໃນຂະແໜງການສຶກສາ, ສາທາລະນະສຸກ, ການຄົ້ນຄວ້າວິໄຈທາງວິທະຍາສາດ, ເຕັກໂນໂລຊີ ເພື່ອເພີ່ມປະສິດທິພາບ, ຄຸນນະພາບ ໃນການຍົກລະດັບຊີວິດການເປັນຢູ່ຂອງປະຊາຊົນ. ລັດ ສິ່ງເສີມ ແລະ ສ້າງເງື່ອນໄຂ ໃຫ້ນຳໃຊ້ ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດແຫ່ງຊາດລາວ (.LA) ຢ່າງກວ້າງຂວາງ ພ້ອມທັງ ຫັນໄປສູ່ການນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີເລກໝາຍອິນເຕີເນັດຍຸກໃໝ່ (IPv6), ສ້າງໂປຣແກຣມເປັນພາສາລາວ, ສ້າງເວັບໄຊ ແລະ ເຄືອຂ່າຍສັງຄົມອອນລາຍ ທີ່ເຄື່ອນໄຫວຖືກຕ້ອງ ຕາມລະບຽບ ກົດໝາຍ ຂອງ ສປປ ລາວ.
ມາດຕາ 6 ການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ	ການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ ແມ່ນການນຳເອົາຂໍ້ຄວາມ, ຮູບພາບ ເໜັງຕີງ, ບໍ່ເໜັງຕີ, ສຽງ, ວິດີໂອ ເຂົ້າສູ່ໜ້າເວັບໄຊ ເພື່ອສະເໜີ, ມີຄຳເຫັນ, ແລກປ່ຽນ, ສິ່ງ ແລະ ສິ່ງຕໍ່ ໃຫ້ແກ່ໜຶ່ງ ຫຼື ຫຼາຍຄົນ.
ມາດຕາ 7 ການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານອິນເຕີເນັດ	ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ແລະ ການຈັດຕັ້ງໃນໜຶ່ງ ສາມາດເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານອິນເຕີເນັດ ຜ່ານສື່ສັງຄົມ ແຕ່ຕ້ອງລະບຸແຫຼ່ງທີ່ມາຂອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຢ່າງຖືກຕ້ອງ. ຜູ້ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ ແລະ ເຈົ້າຂອງທະບຽນສ່ວນຕົວ ໃນສື່ສັງຄົມ ຕ້ອງກວດກາເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ກ່ອນຈະເຜີຍແຜ່ໃນໜ້າເວັບຂອງຕົນ. ຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ບໍ່ຜ່ານສື່ທາງການ ຫຼື ສຳນັກງານສື່ທີ່ຖືກຕ້ອງຕາມລະບຽບກົດໝາຍ ແມ່ນບໍ່ສາມາດໃຊ້ທາງການໄດ້. ເຈົ້າຂອງ ຫຼື ຜູ້ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ ຕ້ອງມີຄວາມຮັບຜິດຊອບໃນການກວດກາເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຢ່າງລະອຽດ ກ່ອນຈະອະນຸຍາດໃຫ້ຜູ້ອື່ນເຜີຍແຜ່ຜ່ານເວັບໄຊຂອງຕົນ.
ມາດຕາ 8 ການສ້າງທະບຽນສ່ວນຕົວໃນສື່ສັງຄົມ	ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ແລະ ການຈັດຕັ້ງ ທີ່ຈະສ້າງທະບຽນສ່ວນຕົວໃນສື່ສັງຄົມ ຕ້ອງລະບຸຊື່, ນາມສະກຸນ ແລະ ທີ່ຢູ່ປັດຈຸບັນ ໃຫ້ຖືກຕ້ອງ.
ມາດຕາ 10 ເນື້ອໃນທີ່ບໍ່ອະນຸຍາດໃຫ້ເຜີຍແຜ່ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ	1 ຕົວະຍິວະ, ຫຼອກລວງ ແລະ ຊວນເຊື້ອ ປະຊາຊົນ ທີ່ຢູ່ພາຍໃນ ແລະ ຕ່າງປະເທດ ຕໍ່ຕ້ານ ພັກປະຊາຊົນປະຕິວັດລາວ, ລັດຖະບານແຫ່ງ ສປປ ລາວ ຫຼື ມ້າງເພສັນຕິພາບ, ຄວາມເປັນເອກະລາດ, ອະທິປະໄຕ, ຄວາມເປັນເອກະພາບ ແລະ ຄວາມວັດທະນະຖາວອນ ຂອງ ສປປ ລາວ; 2 ຍຸຍົງ ແລະ ສິ່ງເສີມ ການເຄື່ອນໄຫວ ທີ່ເປັນການກໍ່ການຮ້າຍ, ຄາດຕະກຳ ແລະ ປັນປ່ວນ ຕໍ່ສັງຄົມ; 3 ໂຄສະນາ, ບິດເບືອນ ແລະ ປ່າວຂ່າວອະກຸສິນ ເພື່ອສ້າງຄວາມແບ່ງແຍກ ລະຫວ່າງຊົນເຜົ່າ ຫຼື ລະຫວ່າງ ຊາດ;

	4 ເຜີຍແຜ່ ຮູບພາບລາມົກ, ຮູບພາບຕັດຕໍ່ ແລະ ຮູບພາບອື່ນໆ ທີ່ກົດໝາຍ ສປປ ລາວ ເກືອດຫ້າມ ຫຼື ແຕະຕ້ອງເຖິງຮີດຄອງປະເພນີອັນດີງາມຂອງຊາດ ແລະ ແຕະຕ້ອງເຖິງຊັບສິນທາງປັນຍາຂອງຜູ້ອື່ນ ແລະ ຊື່ຂາຍບໍລິຫານທາງເພດ; 5 ເຜີຍແຜ່ຄວາມລັບຂອງຊາດ, ທາງການທະຫານ ຫຼື ຄວາມລັບດ້ານອື່ນ ທີ່ກຳນົດໄວ້ ຢູ່ໃນລະບຽບກົດໝາຍຂອງ ສປປ ລາວ; 6 ເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ບໍ່ຖືກຕ້ອງ ແລະ ບິດເບືອນຄວາມຈິງ ເພື່ອຈຸດປະສົງສ້າງຄວາມເຊື່ອມເສຍຕໍ່ກຽດສັກສີ ຫຼື ສິດທິສ່ວນບຸກຄົນຂອງ ຄົນອື່ນ, ພາກສ່ວນ, ສະຖາບັນ ຫຼື ອົງການອື່ນ; 7 ນຳໃຊ້ຊື່ຂອງບຸກຄົນ ຫຼື ການຈັດຕັ້ງ, ຮູບພາບເໜັງຕີງ, ບໍ່ເໜັງຕີງ, ສຽງ, ວິດີໂອ, ລາຍເຊັນ, ລະຫັດຕ່າງໆ, ປັນສິນເຊື້ອທະນາຄານ ຫຼື ເອກະສານສ່ວນຕົວຂອງບຸກຄົນອື່ນ ເພື່ອຜິດປະໂຫຍດ ຫຼື ເພື່ອຈຸດປະສົງອື່ນ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ ຈາກຜູ້ປົກຄອງ.
ມາດຕາ 11 ເນື້ອໃນທີ່ອະນຸຍາດໃຫ້ເຜີຍແຜ່ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ	ເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດໃຫ້ເຜີຍແຜ່ ແມ່ນເນື້ອໃນທີ່ມີລັກສະນະສ້າງສັນ, ໃຫ້ຄວາມຮູ້, ເປັນປະໂຫຍດທາງສັງຄົມ ແລະ ເນື້ອໃນທີ່ບໍ່ຂັດກັບ ມາດຕາ 10 ຂອງດຳລັດສະບັບນີ້.
ມາດຕາ 12 ໜ້າທີ່ຂອງຜູ້ໃຫ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ	ໜ້າທີ່ຂອງຜູ້ໃຫ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ ມີດັ່ງນີ້: 1. ລະງັບການເຂົ້າເຖິງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ຕັດການເຊື່ອມຕໍ່ຊົ່ວຄາວ ຫຼື ຍາວນານ ຕໍ່ຜູ້ຊົມໃຊ້ບໍລິການ ທີ່ລະເມີດດຳລັດສະບັບນີ້ ແລະ ລະບຽບກົດໝາຍອື່ນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຕາມຄຳສັ່ງຂອງອົງການຄຸ້ມຄອງ; 2. ໃຫ້ຄວາມຮ່ວມມື ແລະ ສະໜອງຂໍ້ມູນ ແກ່ອົງການຈັດຕັ້ງທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ; 3. ປະຕິບັດຕາມມາດຕະຖານການເຊື່ອມຕໍ່ ທີ່ອົງການຈັດຕັ້ງກ່ຽວຂ້ອງກຳນົດອອກ; 4. ປະຕິບັດໜ້າທີ່ອື່ນ ຕາມທີ່ກຳນົດໄວ້ໃນລະບຽບກົດໝາຍ.
ມາດຕາ 13 ໜ້າທີ່ຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ	ໜ້າທີ່ຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ ຫຼື ເຈົ້າຂອງທະບຽນສ່ວນຕົວສື່ສັງຄົມ ມີດັ່ງນີ້: 1. ຮັບຜິດຊອບຕໍ່ໜ້າກົດໝາຍ ຕໍ່ເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ຕົນນຳສະເໜີ, ແລກປ່ຽນ, ສົ່ງ ແລະ ສົ່ງຕໍ່ ຜ່ານເວັບໄຊ, ສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ຫຼື ຮູບການອື່ນ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ; 2. ຮັບປະກັນຄວາມປອດໄພ ຂອງຂໍ້ມູນຂ່າວສານສ່ວນຕົວຂອງຕົນ; 3. ປະຕິບັດໜ້າທີ່ອື່ນ ຕາມທີ່ກຳນົດໄວ້ໃນລະບຽບກົດໝາຍ.

ມາດຕາ 14 ໜ້າທີ່ຂອງຜູ້ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ	ໜ້າທີ່ຂອງຜູ້ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ ມີດັ່ງນີ້: 1. ຮັບຜິດຊອບຕໍ່ໜ້າກົດໝາຍ ຕໍ່ເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຜ່ານເວັບໄຊທີ່ຕົນຄຸ້ມຄອງ; 2. ກວດກາເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ກ່ອນຈະເຜີຍແຜ່ໃນໜ້າເວັບທີ່ຕົນຄຸ້ມຄອງ; 3. ລະງັບການເຜີຍແຜ່ເນື້ອໃນ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຂອງສະມາຊິກໃນເວັບໄຊຂອງຕົນ ທີ່ລະເມີດຕໍ່ ດຳລັດ ສະບັບນີ້ ແລະ ລະບຽບກົດໝາຍອື່ນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ; 4. ປະຕິບັດໜ້າທີ່ອື່ນ ຕາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນລະບຽບກົດໝາຍ.
ມາດຕາ 15 ຂໍ້ຫ້າມສຳລັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ	ຫ້າມສຳລັບຜູ້ໃຫ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ ມີພຶດຕິກຳ ດັ່ງນີ້: 1. ເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນ ຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ ໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ; 2. ສ້າງເງື່ອນໄຂ ຫຼື ອຳນວຍຄວາມສະດວກ ໃຫ້ແກ່ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ຫຼື ການຈັດຕັ້ງ ທີ່ມີການເຄື່ອນໄຫວຕ້ານ ຫຼື ທຳລາຍແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກ-ລັດ, ກະທົບເຖິງວຽກງານປ້ອງກັນຊາດ ແລະ ປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ; 3. ມີພຶດຕິກຳອື່ນ ທີ່ເປັນການລະເມີດລະບຽບກົດໝາຍ.
ມາດຕາ 16 ຂໍ້ຫ້າມສຳລັບຜູ້ໃຊ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ	ຫ້າມສຳລັບຜູ້ໃຊ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ ມີພຶດຕິກຳ ດັ່ງນີ້: 1. ນຳສະເໜີ, ສົ່ງ ແລະ ສົ່ງຕໍ່ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ມີເນື້ອໃນຕາມທີ່ກຳນົດໄວ້ໃນ ມາດຕາ 10 ຂອງດາລັດສະບັບນີ້ ດ້ວຍທຸກຮູບການ; 2. ປະກອບຄຳເຫັນທີ່ເປັນການສະໜັບສະໜູນ ຕໍ່ເນື້ອໃນຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຕາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນ ມາດຕາ 10 ຂອງດາລັດສະບັບນີ້.
ມາດຕາ 17 ຂໍ້ຫ້າມສຳລັບຜູ້ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ	ຫ້າມສຳລັບຜູ້ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ ມີພຶດຕິກຳ ດັ່ງນີ້: 1. ນຳສະເໜີ, ສົ່ງ, ສົ່ງຕໍ່ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ມີເນື້ອໃນຕາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນ ມາດຕາ 10 ຂອງດາລັດສະບັບນີ້ດ້ວຍທຸກຮູບການ; 2. ອະນຸຍາດໃຫ້ຄົນອື່ນ ເຜີຍແຜ່ເນື້ອໃນ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ທີ່ມີເນື້ອໃນຕາມທີ່ໄດ້ກຳນົດໄວ້ໃນ ມາດຕາ 10 ຂອງດາລັດສະບັບນີ້; 3. ມີພຶດຕິກຳອື່ນ ທີ່ເປັນການລະເມີດລະບຽບກົດໝາຍ.
ມາດຕາ 23 ມາດຕະການສະກັດກັ້ນ	ຂະແໜງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ ເປັນໃຈກາງ ປະສານສົມທົບກັບຂະ ແໜງຖະແຫຼງຂ່າວ, ວັດທະນະທຳ ແລະ ທ່ອງທ່ຽວ ແລະ ຂະແໜງປ້ອງກັນຄວາມສະຫງົບ ໃນການຕິດຕາມ, ກວດກາເນື້ອໃນ ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຜ່ານອິນເຕີເນັດ ພ້ອມທັງສະກັດກັ້ນ, ຈຳກັດ ແລະ ຕອບໂຕ້ ເນື້ອໃນທີ່ຂັດກັບດຳລັດສະບັບນີ້.
ມາດຕາ 25 ການແຈ້ງເຕືອນ	ຜູ້ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ ຕ້ອງແຈ້ງເຕືອນ ແລະ ກຳນົດເງື່ອນໄຂໃນການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ຜ່ານໜ້າເວັບຂອງຕົນ.
ມາດຕາ 26 ມາດຕະການຕໍ່ຜູ້ລະເມີດ	ບຸກຄົນ, ນິຕິບຸກຄົນ ຫຼື ການຈັດຕັ້ງ ທີ່ລະເມີດດຳລັດສະບັບນີ້ ຈະຖືກກ່າວເຕືອນ, ສຶກສາອົບຮົມ, ລົງວິໄນ, ປັບໄໝ, ໃຊ້ແທນຄ່າເສຍຫາຍທາງແພ່ງ ຫຼື ຖືກລົງໂທດທາງອາຍາ ແລ້ວແຕ່ກໍລະນີເປົ່າ ຫຼືໜັກ.

3.3 ສິ່ງທ້າທາຍ

ຜ່ານມາປະເທດເຮົາໄດ້ພົບບັນຫາໂລກລະບາດຂອງພະຍາດໂຄວິ 19 ກໍ່ຄືບັນຫາຂອງສາກົນ ແລະ ປັດຈຸບັນປະເທດເຮົາຍັງສືບຕໍ່ພົບກັບບັນຫາທາງດ້ານເສດຖະກິດ ຄຽງຄູ່ກັນນັ້ນ ມັນກໍ່ເປັນສິ່ງຫຍຸ້ງຍາກ, ຂີດຈຳກັດ ແລະ ເປັນຄວາມບໍ່ສະດວກ ຂອງການປົກຄຸມການຫັນເປັນດິຈິຕອນ ຊຶ່ງມັນສົ່ງຜົນຕໍ່ສິ່ງທ້າທາຍໃນການຄຸ້ມຄອງສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍໃນທົ່ວສັງຄົມ ເຊັ່ນ:

- ການຮັບມື ແລະ ແກ້ໄຂບັນຫາ ກ່ຽວກັບຂ່າວປອມ;
- ການຄົ້ນຫາຜູ້ກະທຳຜິດໃນການນຳໃຊ້ສື່ອອນລາຍ;
- ການສືບຕໍ່ເຜີຍແຜ່ນິຕິກຳທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ;
- ການແກ້ບັນຫາທີ່ເກີດຂຶ້ນຢູ່ຂັ້ນສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ;
- ການຮ່ວມມື ຊຶ່ງກັນ ກັບພາກສ່ວນຕ່າງໆ;
- ການກໍ່ສ້າງພະນັກງານບຸກຂະລາກອນຜູ້ຊຽວຊານດ້ານວິຊາສະເພາະເຕັກນິກ;
- ການຄົ້ນຄວ້າລະບົບ ແລະ ເຄື່ອງມື ເພື່ອມາຄຸ້ມຄອງ;
- ການຄົ້ນຂວາຍດ້ານງົບປະມານໃນການຈັດຕັ້ງປະຕິບັດ.

3.4 ກິນໄກການຕອບໂຕ້ ແລະ ການແກ້ໄຂ ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍ

3.4.1 ການຮ່ວມມືຂັ້ນສູນກາງ ແລະ ທ້ອງຖິ່ນ ເພື່ອຕອບໂຕ້

ການຕອບໂຕ້ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍຂັ້ນສູນກາງ ແມ່ນ ປະກອບມີ ຄະນະກຳມະການຄຸ້ມຄອງອິນເຕີເນັດ ແຫ່ງຊາດ (ຄຄອຊ), ຂະແໜງການພາກລັດ ແລະ ປກສ-ປກຊ ແລະ ພາກເອກະຊົນ ເພື່ອຕອບໂຕ້ ບັນດາຂ່າວໃນສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍ ທີ່ເປັນທາງສຽງບໍ່ດີໃນສັງຄົມ, ຂ່າວປອມ, ຂ່າວປິດເບືອນຄວາມຈິງ ແລະ ການສົ່ງຕໍ່ຂໍ້ມູນຂ່າວຜິດຕໍ່ກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການ.



ການຕອບໂຕ້ສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍຂັ້ນທ້ອງຖິ່ນ ແມ່ນ ປະກອບມີ ຄະນະກຳມະການຄຸ້ມຄອງອິນເຕີເນັດ ຂັ້ນແຂວງ (ຄຄອຂ), ບັນດາພະແນກພາກລັດ ແລະ ປກສ-ປກຊ ຂັ້ນແຂວງ ແລະ ພາກເອກະຊົນພາຍໃນແຂວງ ເພື່ອຕອບໂຕ້ ບັນດາຂ່າວໃນສິ່ງສັງຄົມອອນລາຍ ທີ່ເປັນທາງສຽງບໍ່ດີໃນສັງຄົມ, ຂ່າວປອມ, ຂ່າວປິດເບືອນຄວາມຈິງ ແລະ ການສົ່ງຕໍ່ຂໍ້ມູນຂ່າວຜິດຕໍ່ກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການ.



3.4.2 ການຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນພື້ນການເພື່ອນຳໃຊ້ຂໍ້ຄວາມຊ່ວຍເຫຼືອຈາກຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍ

ການທີ່ຈະຂໍຄວາມຊ່ວຍເຫຼືອຈາກບັນດາຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍເຟສບຸກ ແມ່ນຈຳຕ້ອງມີຂໍ້ມູນພື້ນຖານເພື່ອສົ່ງໃຫ້ບໍລິສັດສື່ສັງຄົມອອນລາຍກວດກາ ພ້ອມເປັນການຢັ້ງຢືນຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງບັນຊີເປົ້າໝາຍ ທີ່ຕ້ອງການກວດກາໃຫ້ກັບບໍລິສັດສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ແລະ ຄວນແປເປັນພາສາອັງກິດ, ຂໍ້ມູນພື້ນຖານທີ່ຄວນຄົ້ນຫາສົ່ງໃຫ້ບໍລິສັດຄວນມີ: ຊື່ເຟສບຸກ (Name of Facebook), ເລກໝາຍໄອດີບັນຊີ (ID), ຄຳອະທິບາຍ (Description), ຈຸດປະສົງ (Purpose), ລິ້ງບັນຊີ (Link), ໜ້າເຟສບຸກປອມ (Facebook Page), ຂໍ້ຄວາມການສົນທະນາ (Messenger), ໂພສ (Post), ອີເມວທີ່ໃຊ້ລົງທະບຽນ, ເບີໂທທີ່ໃຊ້ລົງທະບຽນ ແລະ ຂໍ້ມູນອື່ນ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ.

ເນື້ອໃນການຮ້ອງຂໍໃຫ້ເຟສບຸກ ຊ່ວຍກູ້ຄົນບັນຊີເຟສບຸກເພກອອກຊື່: "....."

ລຳດັບ (No)	ເນື້ອໃນ (Content)	ລາຍລະອຽດ (Details)
01	ຊື່ເຟສບຸກ (Name of Facebook)	
02	ຄຳອະທິບາຍ (Description)	ເຟສບຸກເພກອອກຊື່: "....." ມີໝາຍເລກໄອດີ ແມ່ນ ໄດ້ຖືກຄົນບໍ່ຫວັງດີແຮັກເຂົ້ານຳໃຊ້ ແລະ ໄດ້ປົດບັນຊີຜູ້ແບ່ງແຍງເຟສບຸກເພກຂອງທ້ອງຖານ.....ອອກ ເຮັດໃຫ້ເຈົ້າຂອງເຟສບຸກເພກ ກໍ່ຄື ທ້ອງຖານ..... ບໍ່ສາມາດເຂົ້າໃຊ້ງານໄດ້, ບໍ່ສາມາດອອກຂ່າວໃຫ້ສັງຄົມໄດ້, ຖືກປ່ຽນແປງຂໍ້ມູນຂ່າວສານຊຶ່ງສົ່ງຜົນເສຍຫາຍໃຫ້ກັບທ້ອງຖານ ແລະ ປະຊາຊົນລາວຜູ້ທີ່ເຈັດຕາມຂໍ້ມູນຂ່າວສານຂອງ.....
03	ຈຸດປະສົງ (Purpose)	ຮ້ອງຂໍທາງເຟສບຸກຊ່ວຍກູ້ຄົນບັນຊີເຟສບຸກເພກອອກຊື່: "....." ເພາະບັນຊີດັ່ງກ່າວໄດ້ຖືກບຸກຄົນບໍ່ຫວັງດີແຮັກເຂົ້າໃຊ້ງານ.
04	ລິ້ງ (Link)	
05	ເລກໝາຍໄອດີ (ID)	
06	ໜ້າເຟສບຸກເພກອອກຊື່"....."	(ແຕ້ບຮູບໜ້າເພກໃສ)
07	ອີເມວ ຂອງຜູ້ຄຸ້ມຄອງເຟສບຸກເພກ (Admin Page)	1.....@..... 2..... 3..... 4.....
08	ເບີໂທ ຂອງຜູ້ຄຸ້ມຄອງເຟສບຸກເພກ (Admin Page)	1. +856 20 2..... 3..... 4.....
09	ອີເມວສ້າງຂຶ້ນໃໝ່ ເພື່ອກູ້ຄົນເຟສບຸກເພກ ແລະ ເບີໂທລະສັບ (New E- Mail)	@..... ແລະ +856 20

ໝາຍເຫດ: ການຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນເລກໝາຍໄອດີບັນຊີ (ID) ແມ່ນສຳຄັນສຸດ ເພາະເປັນການຢັ້ງຢືນບັນຊີເປົ້າໝາຍ.

ຕົວຢ່າງ: ວິທີການການຊອກຫາຂໍ້ມູນໄອດີບັນຊີ (ID ຂອງບັນຊີເຟສບຸກທີ່ເປັນເປົ້າໝາຍ “Facebook ID”

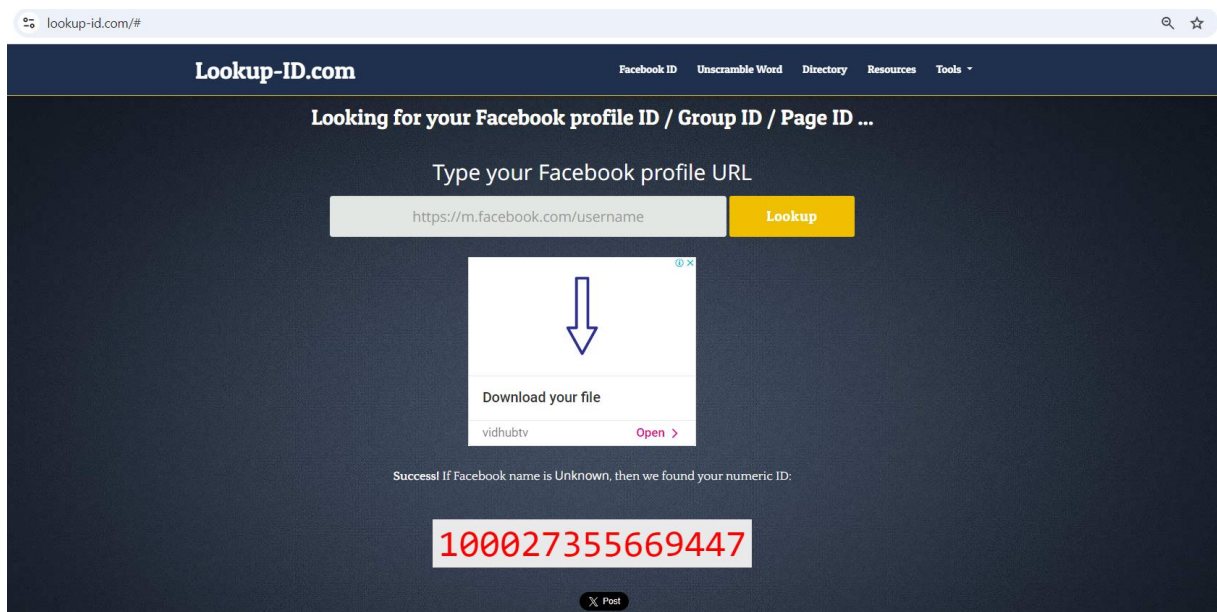
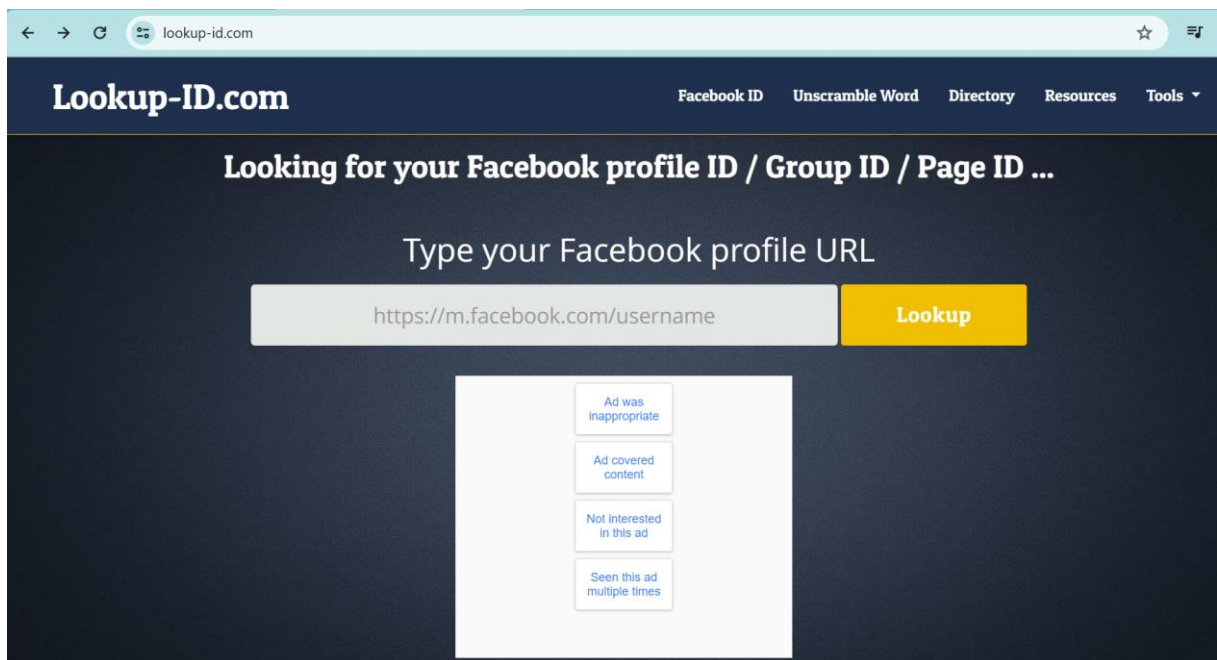
ມີບາງເວັບໄຊທີ່ໃຫ້ບໍລິການຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນບັນຊີ “Facebook ID” ຊຶ່ງໄດ້ຍົກມາ 4 ເວັບໄຊຄື:

<https://randomtools.io/>

<https://lookup-id.com/>

<https://commentpicker.com/find-facebook-id.php>
<https://www.duplichecker.com/find-facebook-id.php>

- 1) ເຂົ້າເວັບໄຊ <https://lookup-id.com/> ແລ້ວ copy ເອົາລິງທີ່ເປັນ URL ຂອງບັນຊີເປົ້າໝາຍເຟສບຸກທີ່ຕ້ອງການໃສ່ຊ່ອງຫວ່າງ ກົດ Lookup.
- ເປີດເວັບໄຊ <https://lookup-id.com/>;
- copy ເອົາລິງທີ່ເປັນ URL ຂອງເຟສບຸກໃສ່ຊ່ອງ Lookup;
- ເລືອກ Lookup;
- ແລ້ວຈະເຫັນເລກໝາຍໄອດີບັນຊີ (ID) ຂອງບັນຊີເປົ້າໝາຍເຟສບຸກດັ່ງກ່າວ;
- ສໍາເລັດ.



3.4.3 ການຂໍຂໍ້ມູນຫຼັກຖານຂອງບັນຊີເປົ້າໝາຍຈາກຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍເຟສບຸກ (FaceBook)

ການຂໍຂໍ້ມູນຫຼັກຖານຂອງບັນຊີເປົ້າໝາຍຈາກຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍເຟສບຸກ ແມ່ນ ໃຫ້ເຂົ້າເວັບໄຊຂອງຂອງເຟສບຸກ ຫຼື ລິ້ງ URL ທີ່ເຟສບຸກຮັບການບັງຄັບໃຊ້ກົດໝາຍ (Law Enforcement Online Request). ລິ້ງປະກອບຂໍ້ມູນ: <https://www.facebook.com/records/login/> ໃນລິ້ງດັ່ງກ່າວ ຈຳຕ້ອງໄດ້ປະກອບຂໍ້ມູນທີ່ຈຳເປັນໃສ່ ແລະ ປະຕິບັດຕາມເງື່ອນໄຂຂອງເຟສບຸກ ເຊັ່ນ: ການປະກອບຊື່, ອີເມວທາງການ ຫຼື ເປັນອີເມວທີ່ບໍ່ແມ່ນໃຫ້ບໍລິການຟຣີ, ຫົວເລື່ອງ, ລະບຸວັນເວລາ ແລະ ຄັດຕິດເອກະສານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງອື່ນໆ

- ເປີດເວັບໄຊ <https://www.facebook.com/records/login/>;
- ໃສ່ຂໍ້ມູນຕາມເຄື່ອນໄຂທີ່ແບບຟອມຂອງເຟສບຸກທີ່ໄດ້ລະບຸໄວ້ ໃສ່ຊ່ອງຕ່າງໆ;
- ເລືອກ submit;
- ສຳເລັດ.

The screenshot shows the 'Law Enforcement Online Requests' form on the Facebook website. The form is titled 'Law Enforcement Online Requests' and includes a navigation bar with links: Home, Make a Preservation Request, Make a Records Request, FAQ, and Log Out. The form is divided into two main sections: 'Requestor Information' and 'Records Request'.

Requestor Information: This section contains fields for Email, Name, Title, Organization, Phone Number, and Location, all of which are redacted with black bars. There is an 'Edit' button next to this section.

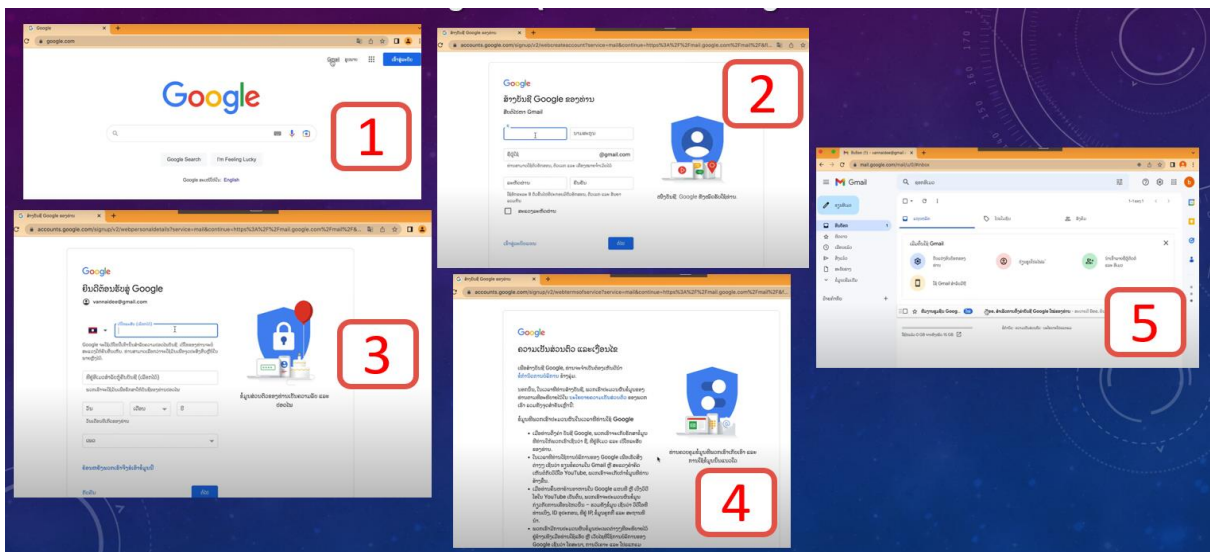
Records Request: This section contains a detailed form for making a records request. It includes a yellow warning box stating: 'Please note that all times are recorded in UTC and adjust your request parameters accordingly.' The form fields include:

- Internal Case Reference Number [?]: A text input field.
- Legal Process: A dropdown menu with 'Select One'.
- Nature of Case: A dropdown menu with 'Select a Legal Process First'.
- Legal Process Signed Date [?]: A date input field (dd/mm/yyyy).
- Request Due Date [?]: A date input field (dd/mm/yyyy).
- Accounts: Radio buttons for 'Facebook' (selected) and 'Instagram', followed by a date input field (dd/mm/yyyy) and an 'Add' button.
- Information box: A blue box with an 'i' icon containing text: 'Instagram user names and Facebook vanities are not permanently tied to an account and can be changed over time. In order to select the correct account, please provide the date for which you observed the activity related to your legal process.'
- Requesting Records Between [?]: A dropdown menu with 'Select'.
- Documentation: Five 'Choose File' buttons, each followed by 'No file chosen'. Below these is a note: 'Must be PDF, JPG, PNG or other common image formats. Please attach all relevant legal documents.'
- Additional Context [?]: A text input field.
- Attestation: A checkbox with the text 'I attest that I am a law enforcement agent or government employee authorized to request account records and all the information I have provided is accurate.'
- Submit: A button to submit the request.

The footer of the page includes links for About, Create Ad, Create Page, Developers, Careers, Privacy, Cookies, Ad Choices, Terms, and Help. It also displays the Facebook copyright notice 'Facebook © 2020' and a list of languages: English (US), Polski, Español, Français (France), Italiano, Română, Lietuvių, 中文(简体), Português (Brasil), Deutsch, العربية, and a plus sign for more languages.

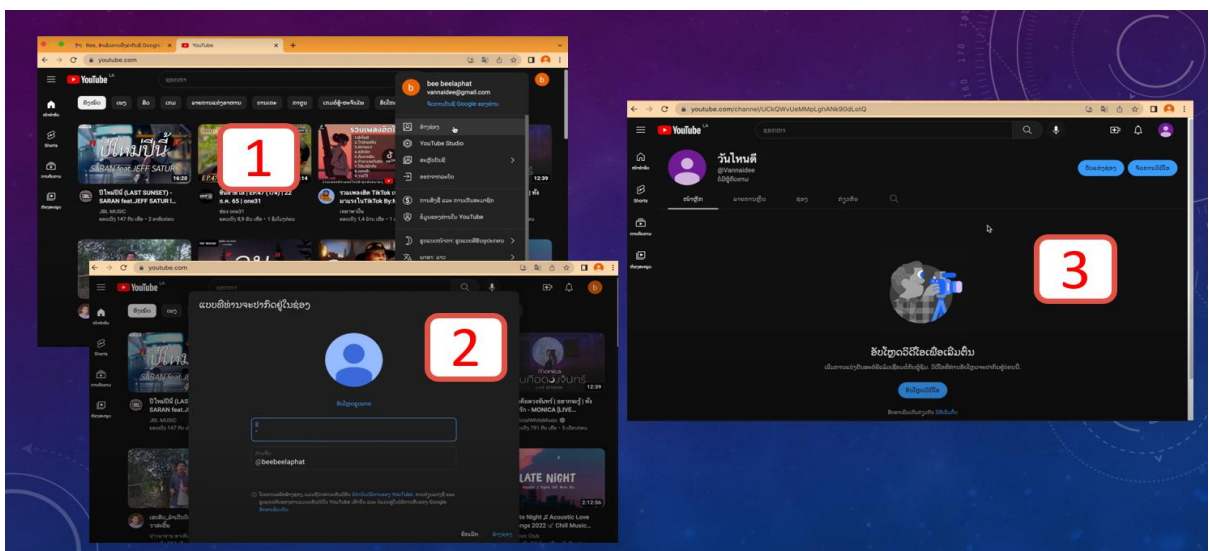
3.4.4 ການສ້າງບັນຊີຈີເມວນາມແຜງປົດລັບເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການຕອບໂຕ (G-Mail)

- ເປີດເວັບໄຊ <https://mail.google.com/>;
- ກົດ ສ້າງບັນຊີໃໝ່ (Create New Account);
- ໃສ່ ຊື່ ແລະ ນາມສະກຸນ ທີ່ໃຊ້ຢູ່ໃນປັດຈຸບັນ;
- ເລືອກ ວັນ ເດືອນ ປີເກີດ ຂອງທ່ານ;
- ເລືອກ ເພດ ຂອງທ່ານ;
- ເລືອກ ເບີໂທລະສັບ;
- ສ້າງ ລະຫັດຜ່ານ ບັນຊີ G-Mail ຂອງທ່ານ;
- ສຳເລັດ.



3.4.5 ການສ້າງບັນຊີຢູທູບນາມແຜງປົດລັບເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການຕອບໂຕ (YouTube)

- ເປີດເວັບໄຊ <https://www.youtube.com/>;
- ກົດ ສ້າງບັນຊີໃໝ່ (Create New Account);
- ໃສ່ ຊື່ ແລະ ນາມສະກຸນ ທີ່ໃຊ້ຢູ່ໃນປັດຈຸບັນ;
- ເລືອກ ລົງທະບຽນດ້ວຍ ບັນຊີ G-Mail ຂອງທ່ານ;
- ສຳເລັດ.

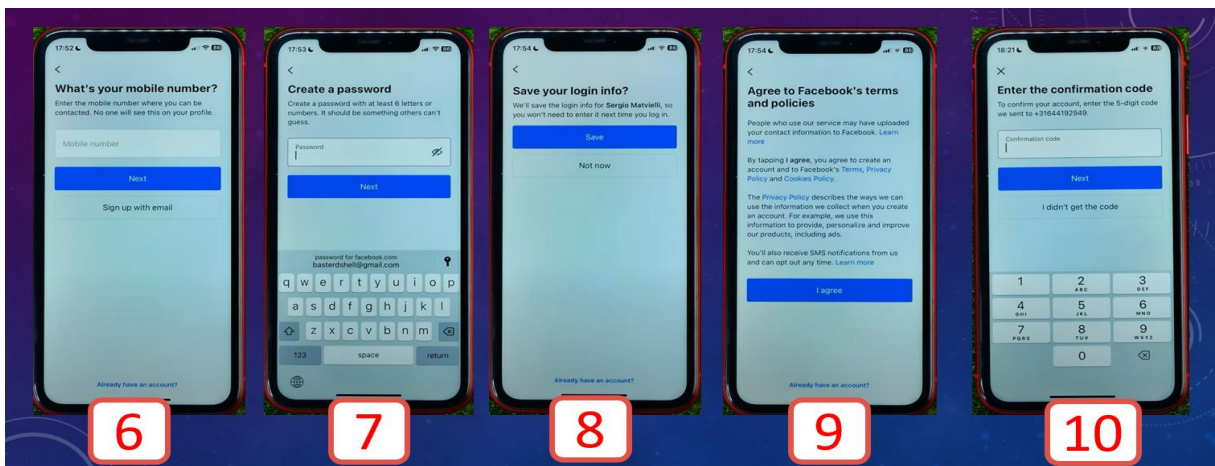
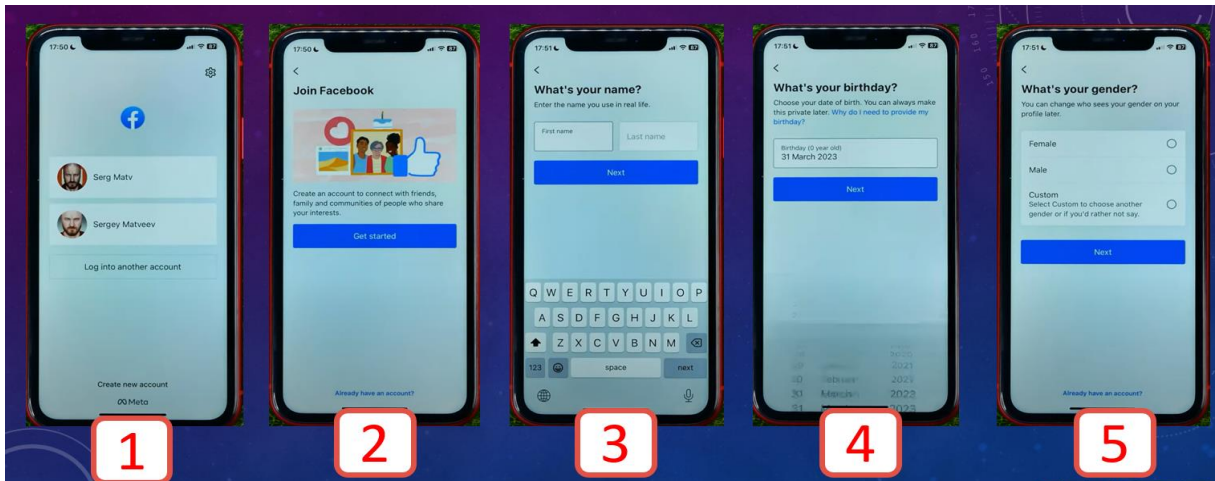


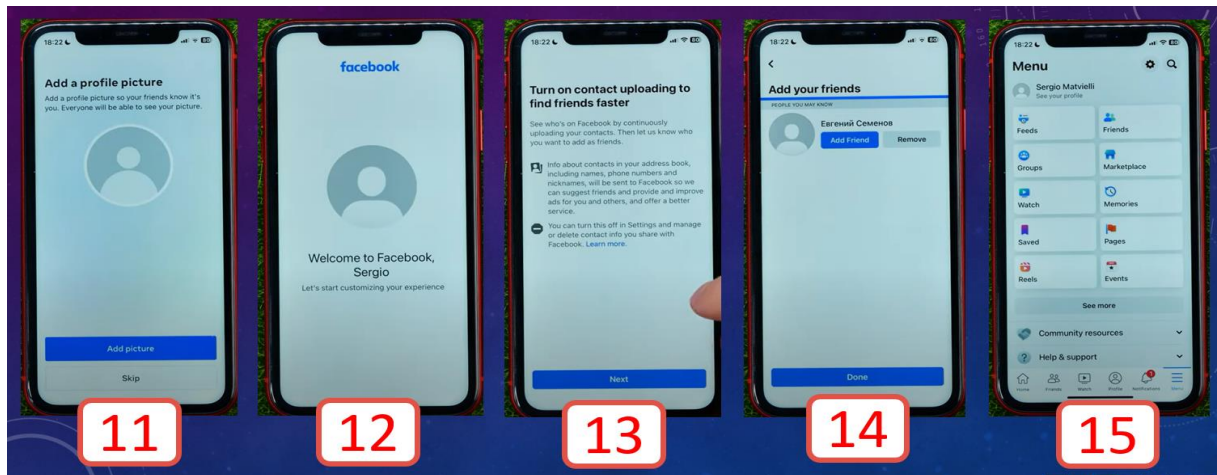
3.4.6 ການສ້າງບັນຊີເຟສບຸກນາມແຝງປົດລັບເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການຕອບໂຕ (FaceBook)

ການສ້າງບັນຊີເຟສບຸກນາມແຝງປົດລັບເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການຕອບໂຕ ແມ່ນຈຳຕ້ອງໄດ້ປະກອບຂໍ້ມູນລົງທະບຽນໂດຍ ເບີໂທລະສັບ ຫຼື ນຳໃຊ້ອີເມວ ຊຶ່ງມີຮູບແບບການລົງທັງບຽນຢູ່ 2 ແບບ ຄື:

1) ການສ້າງບັນຊີເຟສບຸກນາມແຝງປົດລັບເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການຕອບໂຕ ແບບຜ່ານ ແອັບພິເຄຊັນ

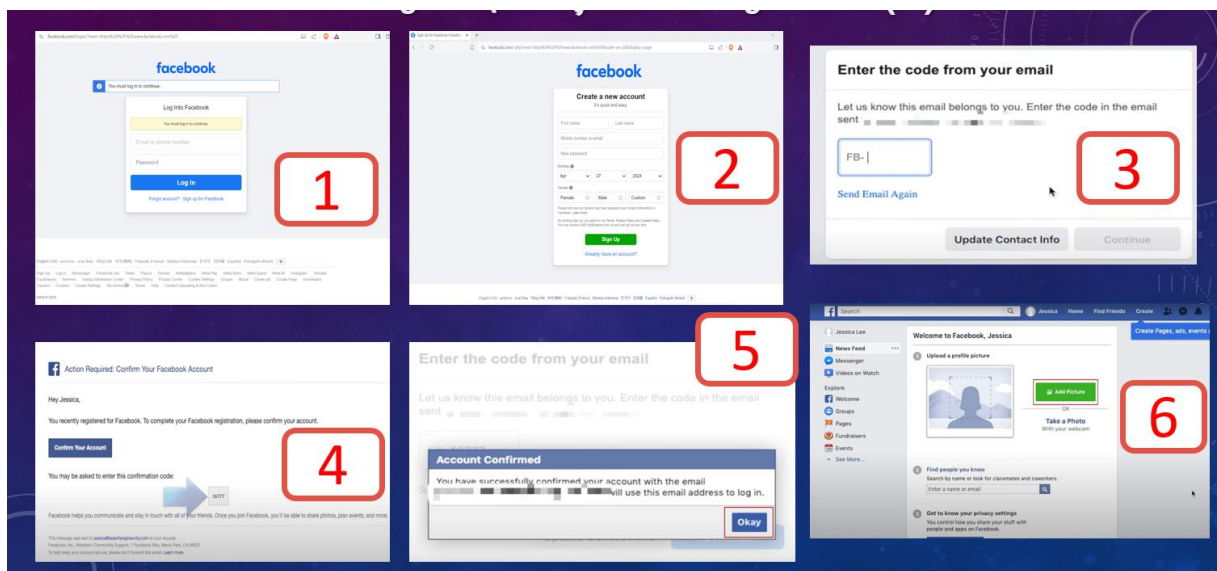
- ເປີດແອັບ Facebook;
- ກົດ ສ້າງບັນຊີໃໝ່ (Create New Account);
- ກົດປຸ່ມ ເລີ່ມຕົ້ນການໃຊ້ງານ;
- ໃສ່ ຊື່ ແລະ ນາມສະກຸນທີ່ໃຊ້ຢູ່ໃນປັດຈຸບັນ;
- ເລືອກ ວັນ ເດືອນ ປີເກີດ ຂອງທ່ານ;
- ເລືອກ ເພດ ຂອງທ່ານ;
- ເລືອກ ເບີໂທລະສັບ ຫຼື ອີເມວ (E-mail) ເພື່ອສະໝັກສະມາຊິກ Facebook;
- ສ້າງ ລະຫັດຜ່ານ ບັນຊີ Facebook ຂອງທ່ານ;
- ສຳເລັດ.





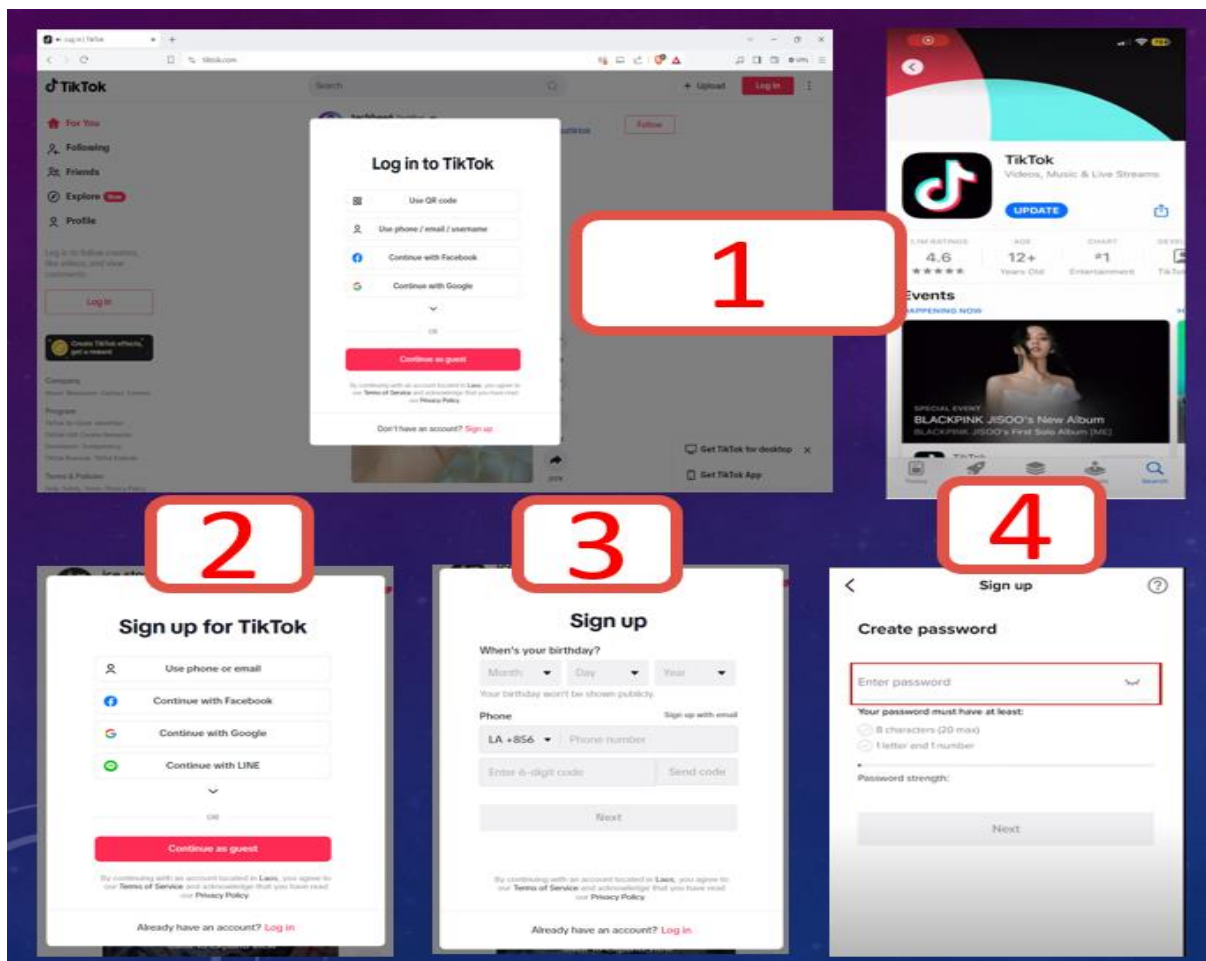
2) ການສ້າງບັນຊີເຟສບຸກນາມແຝງປົດລັບເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການຕອບໂຕ ແບບຜ່ານ ເວັບບາວເຊີ

- ເປີດເວັບໄຊ www.Facebook.com;
- ກົດ ສ້າງບັນຊີໃໝ່ (Create New Account);
- ກົດປຸ່ມ ເລີ່ມຕົ້ນການໃຊ້ງານ;
- ໃສ່ ຊື່ ແລະ ນາມສະກຸນທີ່ໃຊ້ຢູ່ໃນປັດຈຸບັນ;
- ເລືອກ ວັນ ເດືອນ ປີເກີດ ຂອງທ່ານ;
- ເລືອກ ເພດ ຂອງທ່ານ;
- ເລືອກ ເບີໂທລະສັບ ຫຼື ອີເມລ (E-mail) ເພື່ອສະໝັກສະມາຊິກ Facebook;
- ສ້າງ ລະຫັດຜ່ານ ບັນຊີ Facebook ຂອງທ່ານ;
- ສຳເລັດ.



3.4.7 ການສ້າງບັນຊີຕົກຕ່ອກນາມແປງປົດລັບເພື່ອນຳໃຊ້ເຂົ້າໃນການຕອບໂຕ ແບບຜ່ານ ເວັບບາວເຊີ (Tiktok)

- ເປີດແອັບ Tiktok;
- ກົດ ສ້າງບັນຊີໃໝ່ (Create New Account);
- ກົດປຸ່ມ ເລີ່ມຕົ້ນການໃຊ້ງານ;
- ໃສ່ ຊື່ ແລະ ນາມສະກຸນທີ່ໃຊ້ຢູ່ໃນປັດຈຸບັນ;
- ເລືອກ ວັນ ເດືອນ ປີເກີດ ຂອງທ່ານ;
- ເລືອກ ເພດ ຂອງທ່ານ;
- ເລືອກ ເບີໂທລະສັບ ຫຼື ອີເມລ (E-mail) ເພື່ອສະໝັກສະມາຊິກ Tiktok;
- ສ້າງ ລະຫັດຜ່ານ ບັນຊີ Tiktok ຂອງທ່ານ;
- ສຳເລັດ.



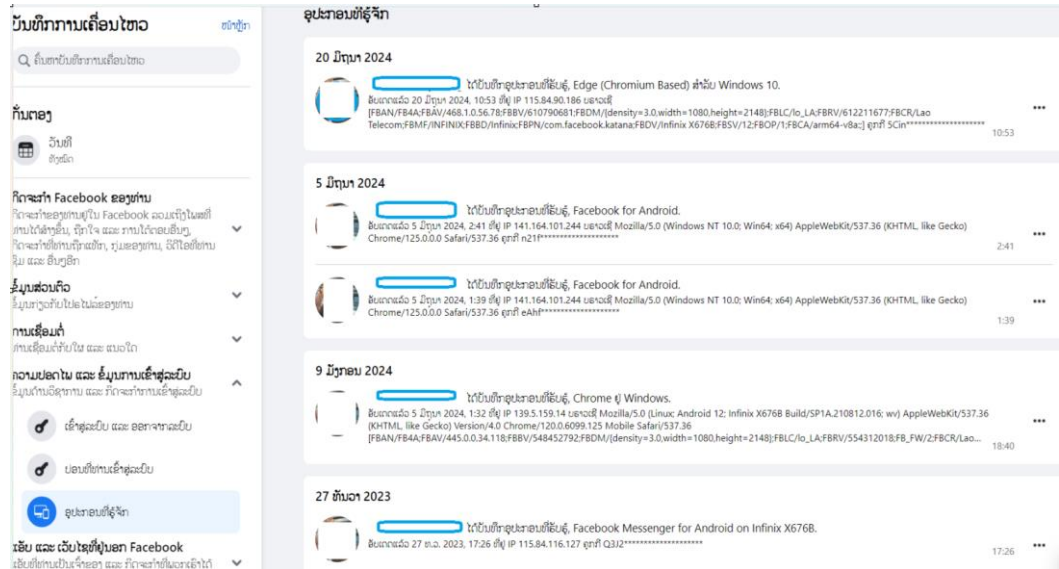
3.4.8 ການກວດກາ ແລະ ການຕັ້ງຄ່າ ຄວາມປອດໄພໃຫ້ກັບບັນຊີເຟສບຸກ

3.4.8.1 ການກວດກາຄວາມປອດໄພໃຫ້ກັບບັນຊີເຟສບຸກ

ການກວດກາຄວາມປອດໄພໃຫ້ກັບບັນຊີເຟສບຸກ ເພື່ອສັງເກດເບິ່ງວ່າມີຜູ້ໃດເຂົ້າມານຳໃຊ້ບັນຊີເຟສບຸກຂອງເຮົາ, ກໍລະນີເຫັນການເຂົ້າມາໃຊ້ບັນຊີເຟສບຸກທີ່ບໍ່ແມ່ນເຮົາ ກໍສາມາດສັນນິຖານໄດ້ວ່າບັນຊີເຟສບຸກຖືກແຮັກ ໂດຍບຸກຄົນທີສາມ.

- ເປີດແອັບ ຫຼື ເວັບໄຊ ແລະ ເຂົ້າບັນຊີ Facebook;
- ເລືອກ ບັນຊີ;

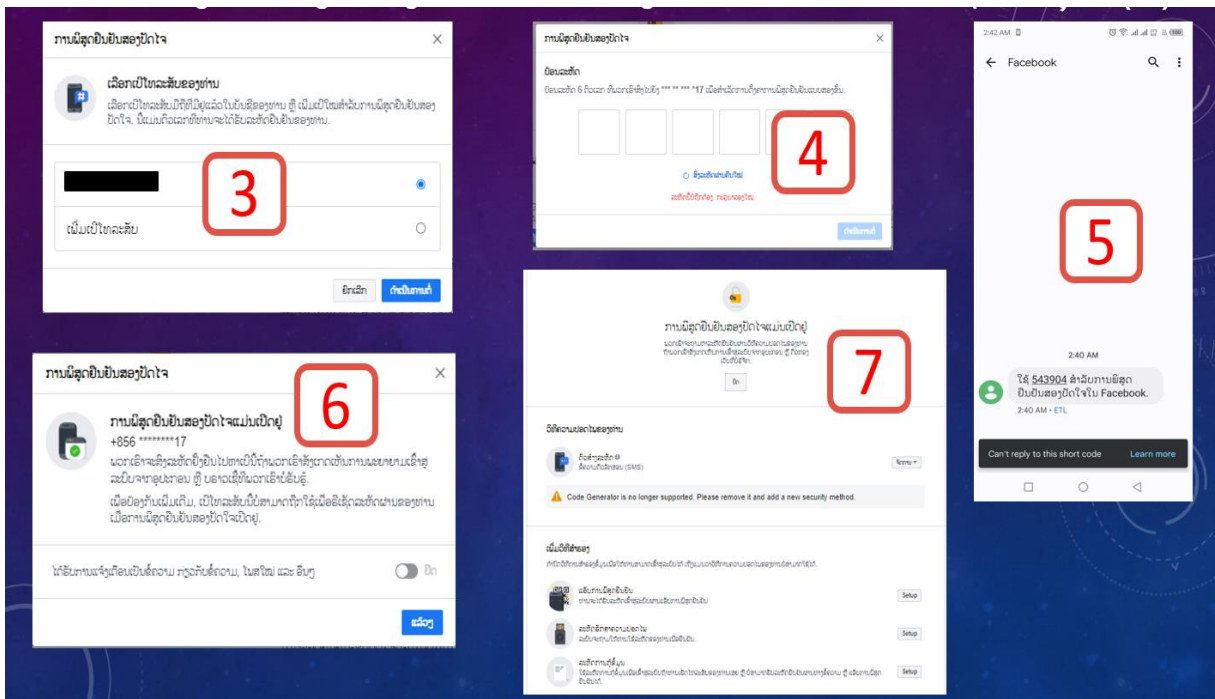
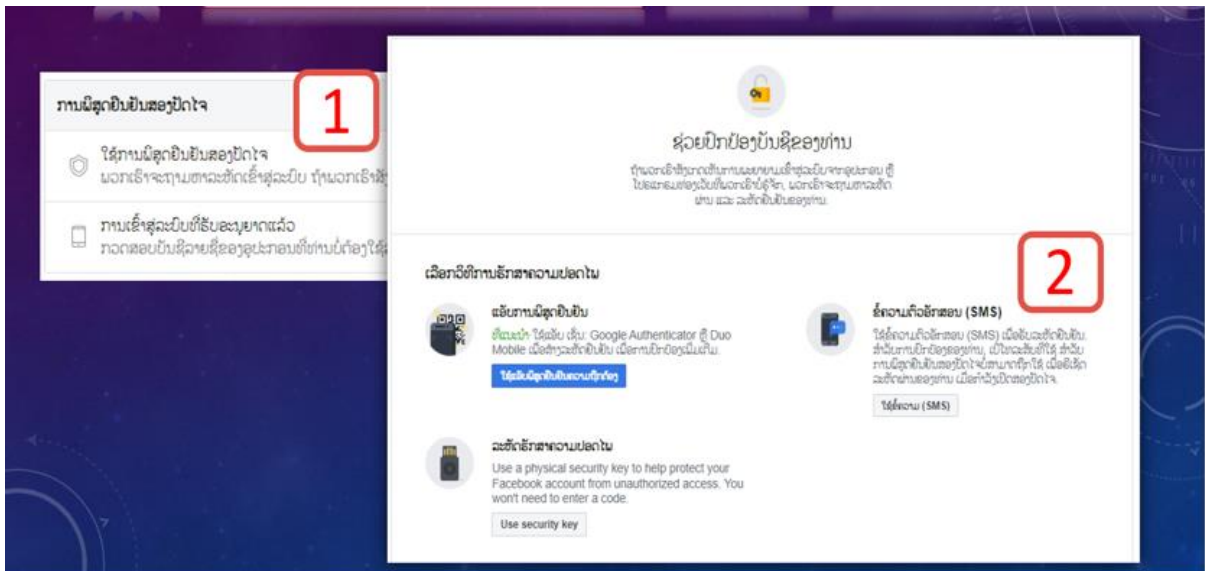
- ເລືອກ ການຕັ້ງຄ່າ ແລະ ຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ;
- ເລືອກ ການຕັ້ງຄ່າ;
- ເລືອກ ບັນທຶກການເຄື່ອນໄຫວ;
- ເລືອກ ເຂົ້າສູ່ລະບົບ ແລະ ອອກຈາກລະບົບ;
- ສໍາເລັດ.



1) ການຕັ້ງຄ່າຄວາມປອດໄພ 2 ຂັ້ນ ໃຫ້ກັບບັນຊີເຟສບຸກ

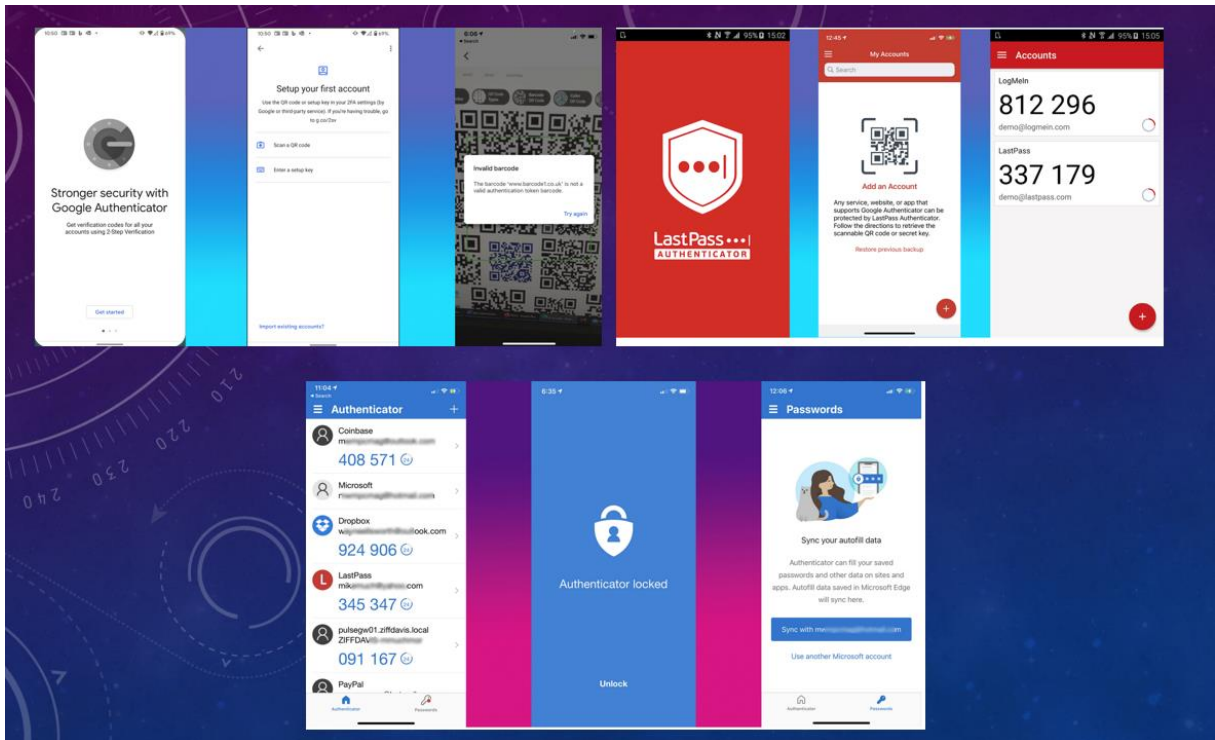
ການຕັ້ງຄ່າຢັ້ງຢືນຕົວຕົນສອງຂັ້ນໃນການເຂົ້າບັນຊີເຟສບຸກ ແມ່ນການຮັກສາຄວາມປອດໄພໃນການເຂົ້ານໍາໃຊ້ບັນຊີທຸກຄັ້ງ ຊຶ່ງການເຂົ້າທຸກຄັ້ງທາງລະບົບຈະແຈ້ງເຂົ້າຫາເຈົ້າຂອງບັນຊີຜ່ານທາງ ຂໍ້ຄວາມມືຖື, ເບີໂທລະສັບ ແລະ ອີເມວ ເພື່ອໃຫ້ກົດຮັບອະນຸມັດໃຫ້ເຂົ້ານໍາໃຊ້ໄດ້.

- ເປີດແອັບ ຫຼື ເວັບໄຊ ແລະ ເຂົ້າບັນຊີ Facebook;
- ເລືອກ ບັນຊີ;
- ເລືອກ ການຕັ້ງຄ່າ ແລະ ຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ;
- ເລືອກ ສູນບັນຊີ;
- ເລືອກ ລະຫັດຜ່ານ ແລະ ຄວາມປອດໄພ;
- ເລືອກ ການພິສູດຢືນຢັນສອງປັດໄຈ;
- ເລືອກ ບັນຊີຂອງຕົນເອງ ແລະ ໃສ່ລະຫັດຜ່ານ;
- ເລືອກ ຂໍ້ຄວາມຕົວອັກສອນ (SMS);
- ເຮັດຕໍ່ຕາມຮູບດ້ານລຸ່ມ ໂດຍການຮັບລະຫັດ ແລະ ເລືອກຍອມຮັບ;
- ສໍາເລັດ.



ໝາຍເຫດ: ກໍລະນີນຳໃຊ້ແອັບພິເຄຊັນ ເພື່ອຢັ້ງຢືນຕົວຕົນສອງຂັ້ນໃນການເຂົ້າບັນຊີເຟສບຸກ

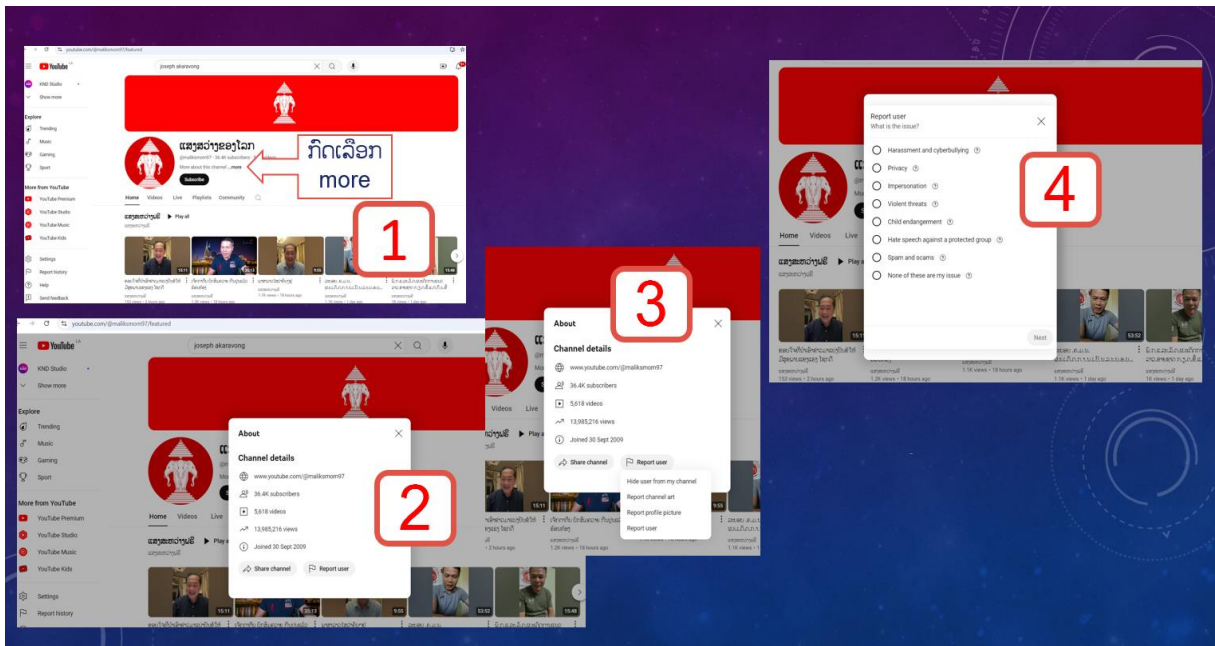
- ເປີດແອັບ ຫຼື ເວັບໄຊ ແລະ ເຂົ້າບັນຊີ Facebook;
- ເລືອກ ບັນຊີ;
- ເລືອກ ການຕັ້ງຄ່າ ແລະ ຄວາມເປັນສ່ວນຕົວ;
- ເລືອກ ສູນບັນຊີ;
- ເລືອກ ລະຫັດຜ່ານ ແລະ ຄວາມປອດໄພ;
- ເລືອກ ການພິສູດຢືນຢັນສອງປັດໄຈ;
- ເລືອກ ບັນຊີຂອງຕົນເອງ ແລະ ໃສ່ລະຫັດຜ່ານ;
- ເລືອກ ແອັບການພິສູດຢືນຢັນ;
- ເຮັດຕໍ່ຕາມຮູບດ້ານລຸ່ມ ໂດຍການຮັບລະຫັດ ແລະ ເລືອກຍອມຮັບ;
- ສຳເລັດ.



3.4.8.2 ການລາຍງາຍ ຫຼື ແຈ້ງຫາ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍ ຜ່ານລະບົບພຣັດຟອມ

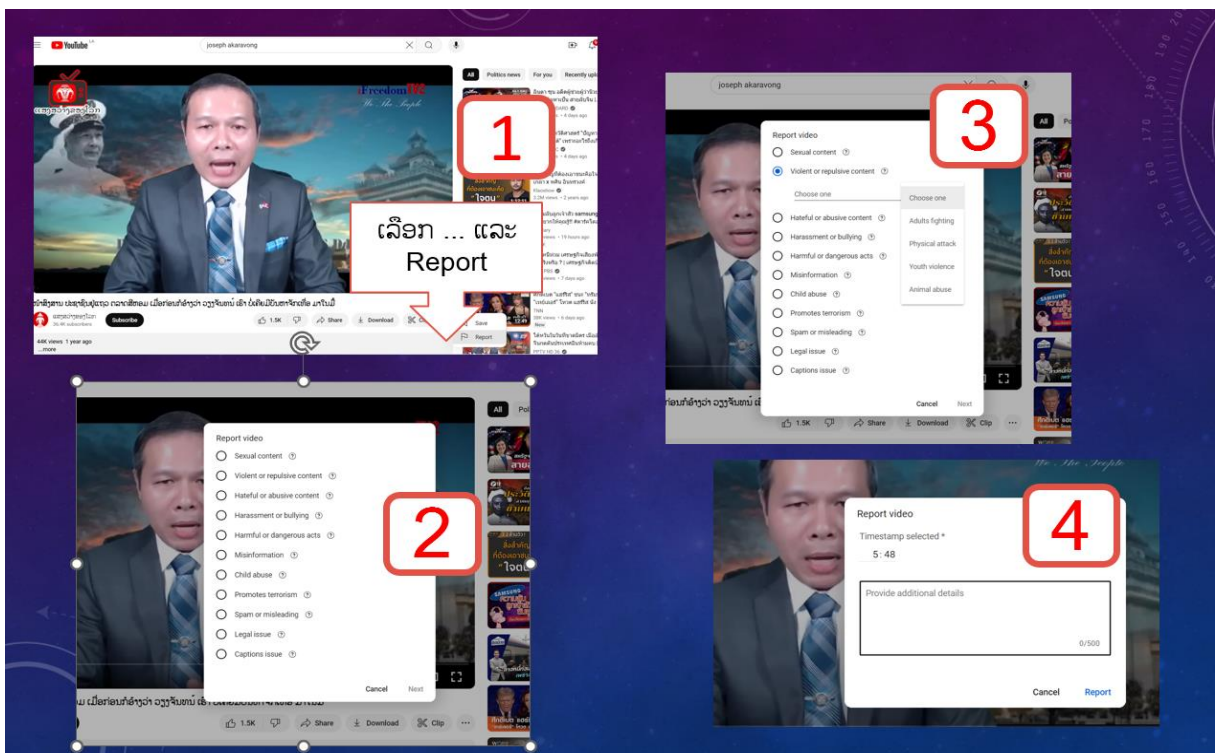
1) ການລາຍງາຍ ຫຼື ແຈ້ງຫາ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍຢູ່ທູບ (YouTube) ລາຍງານ ຫຼື ແຈ້ງຫາ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍຢູ່ທູບ ກ່ຽວກັບ ບັນຊີຜູ້ໃຊ້

- ເລືອກ ບັນຊີຜູ້ໃຊ້;
- ເລືອກ More;
- ເລືອກ Report channel art ຫຼື Report profile picture ຫຼື Report User;
- ເລືອກ ເຫດຜົນທີ່ຕ້ອງການລາຍງານ ຫຼື ແຈ້ງຫາຢູ່ທູບ;
- ເລືອກ Next;
- ສໍາເລັດ.



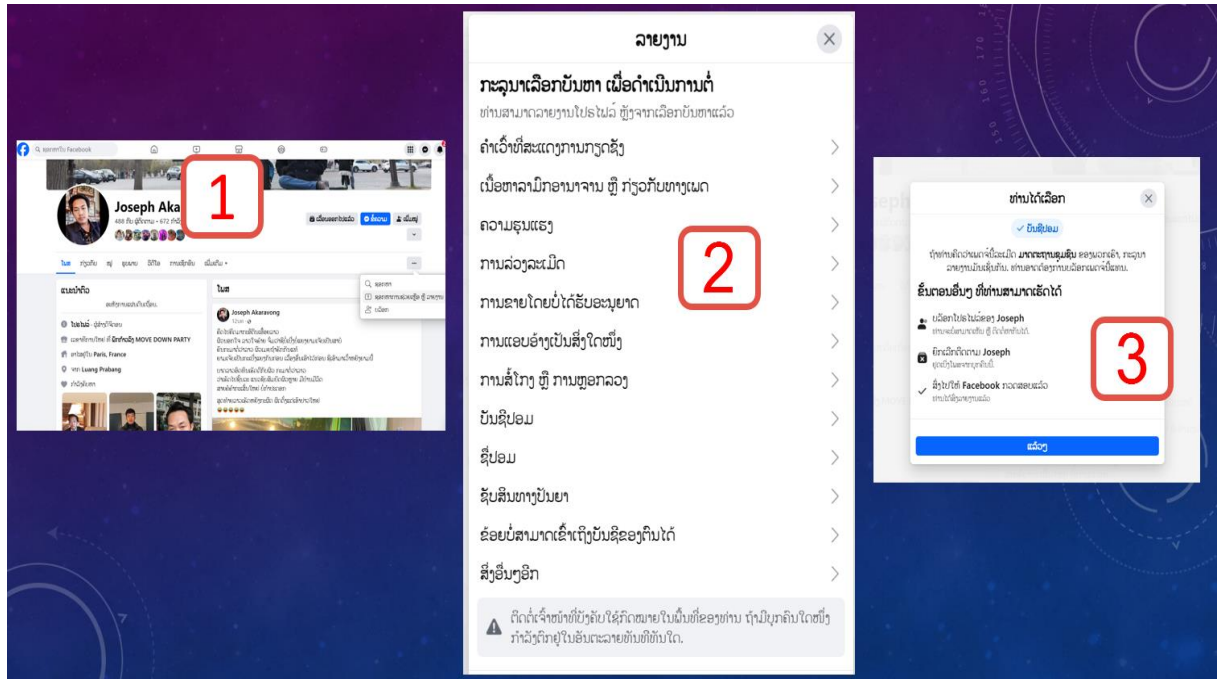
ລາຍງານ ຫຼື ແຈ້ງຫາ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍຢູ່ທຸບ (YouTube) ກ່ຽວກັບ ວິດີໂອ

- ເລືອກ ວິດີໂອ;
- ເລືອກ Report;
- ເລືອກ ເຫດຜົນທີ່ຕ້ອງການລາຍງານ ຫຼື ແຈ້ງຫາຢູ່ທຸບ;
- ເລືອກ ລາຍງານສຽງ ຫຼື ວິດີໂອ ຂອງ ເຫດຜົນທີ່ຕ້ອງການລາຍງານ ຫຼື ແຈ້ງຫາຢູ່ທຸບ;
- ເລືອກ Next;
- ພິມຄໍາອະທບາຍເພີ່ມໃສ່ຊ່ອງ ເພື່ອລາຍງານສຽງ ຫຼື ວິດີໂອ;
- ເລືອກ Report;
- ສໍາເລັດ.



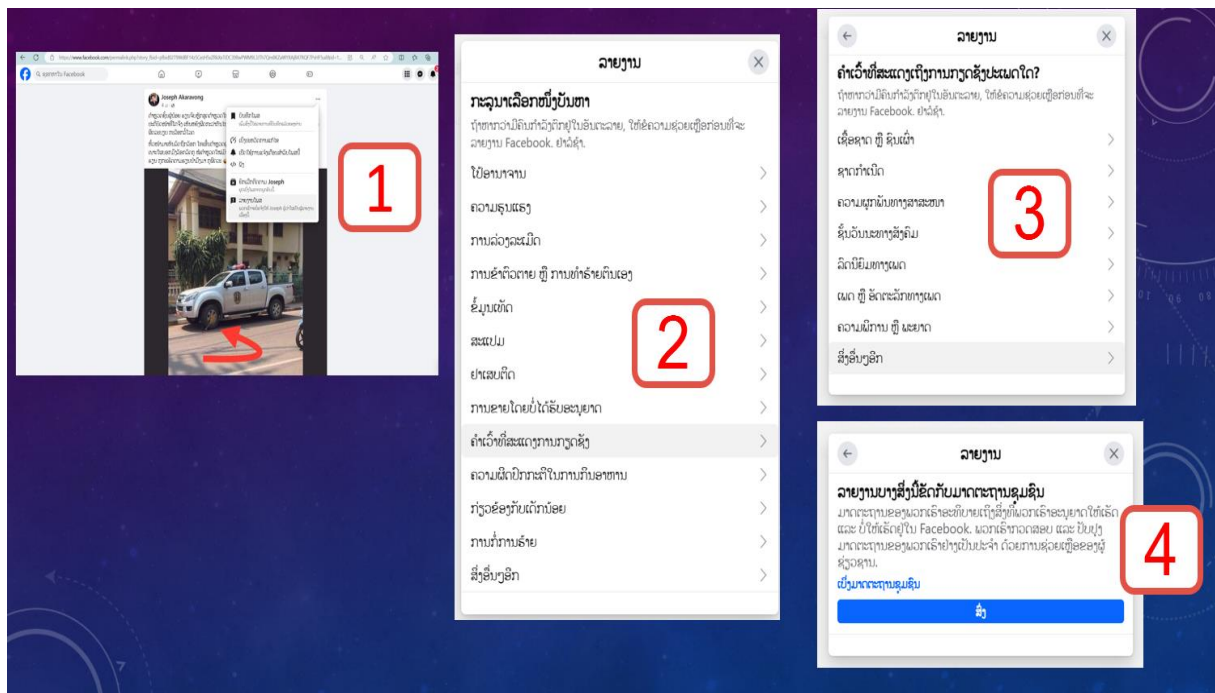
2) ການລາຍງານ ຫຼື ແຈ້ງຫາ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍເຟສບຸກ (FaceBook) ລາຍງານ ຫຼື ແຈ້ງຫາ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍເຟສບຸກ ກ່ຽວກັບ ບັນຊີຜູ້ໃຊ້ ຫຼື ບັນຊີເພກ

- ເລືອກ ບັນຊີຜູ້ໃຊ້ ຫຼື ບັນຊີເພກ;
- ເລືອກ ສາມຈຳ (...);
- ເລືອກ ຊອກຫາການຊ່ວຍເຫຼືອ ຫຼື ລາຍງານ;
- ເລືອກ ບັນຫາ ແລະ ເຫດຜົນທີ່ຕ້ອງການລາຍງານ;
- ເລືອກ ແລ້ວໆ;
- ສຳເລັດ.

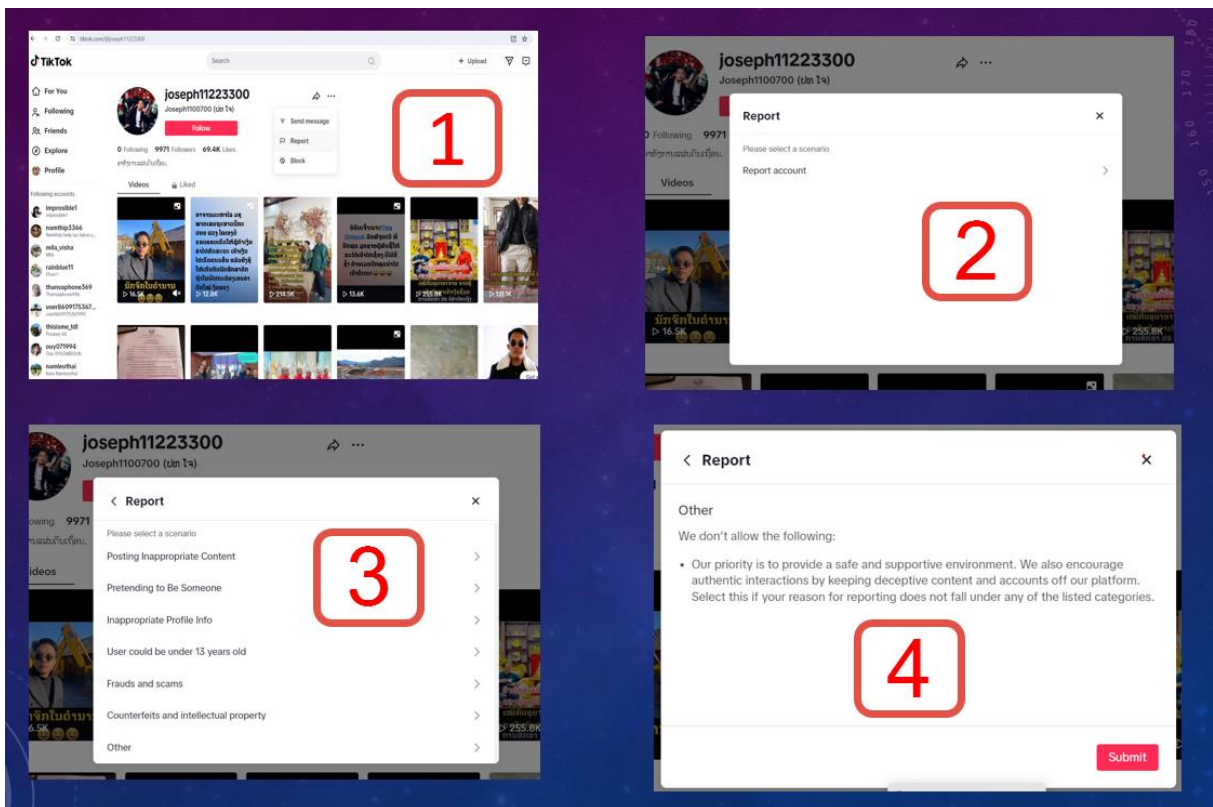


ລາຍງາຍ ຫຼື ແຈ້ງຫາ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍເຟສບຸກ ກ່ຽວກັບ ໂພສ, ວິດີໂອ ແລະ ອື່ນໆ

- ເລືອກ ໂພສ, ວິດີໂອ ແລະ ອື່ນໆ;
- ເລືອກ ສາມຈຳ (...);
- ເລືອກ ລາຍງານໂພສ;
- ເລືອກ ກຸ່ມຂອງບັນຫາ ແລະ ເຫດຜົນທີ່ຕ້ອງການລາຍງານ;
- ເລືອກ ບັນຫາ ແລະ ເຫດຜົນທີ່ຕ້ອງການລາຍງານ;
- ເລືອກ ສິ່ງ;
- ສຳເລັດ.

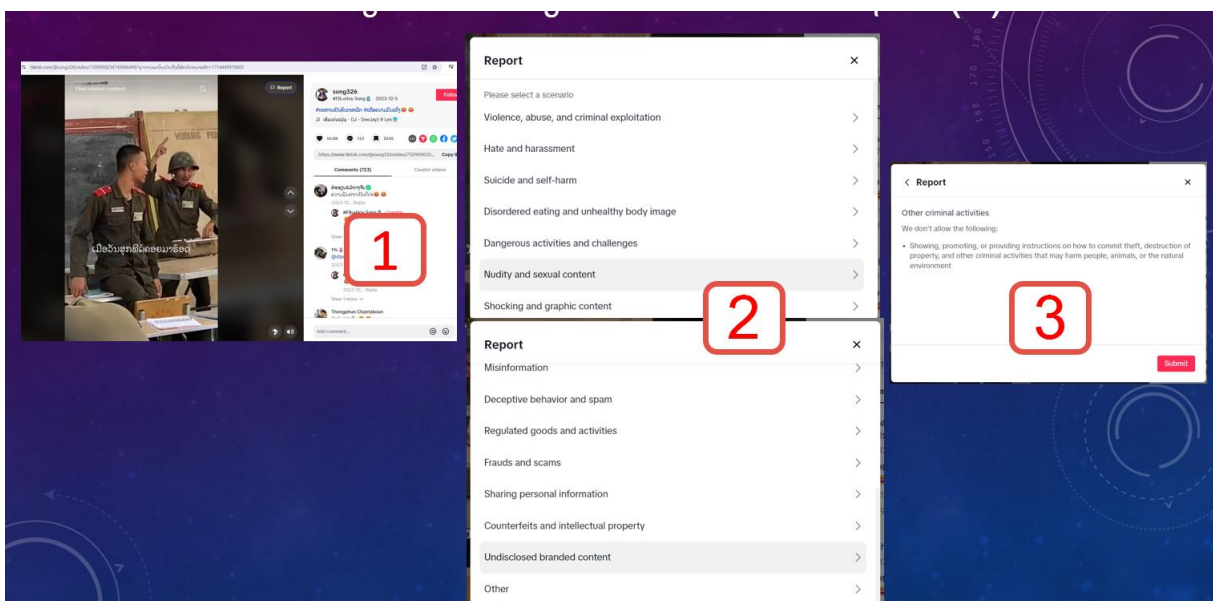


- 3) ການລາຍງານ ຫຼື ແຈ້ງຫາ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍຕົກຕ່ອກ (Tiktok)
ລາຍງານ ຫຼື ແຈ້ງຫາ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍຕົກຕ່ອກ ກ່ຽວກັບ ບັນຊີຜູ້ໃຊ້
- ເລືອກ ບັນຊີຜູ້ໃຊ້;
 - ເລືອກ ສາມຈຳ (...);
 - ເລືອກ Report;
 - ເລືອກ Report account;
 - ເລືອກ ບັນຫາ ແລະ ເຫດຜົນທີ່ຕ້ອງການລາຍງານ;
 - ເລືອກ Submit;
 - ສໍາເລັດ.



ລາຍງາຍ ຫຼື ແຈ້ງຫາ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການສື່ສັງຄົມອອນລາຍຕົກຕ່ອກ ກ່ຽວກັບ ໂພສ, ວິດີໂອ ແລະ ອື່ນໆ

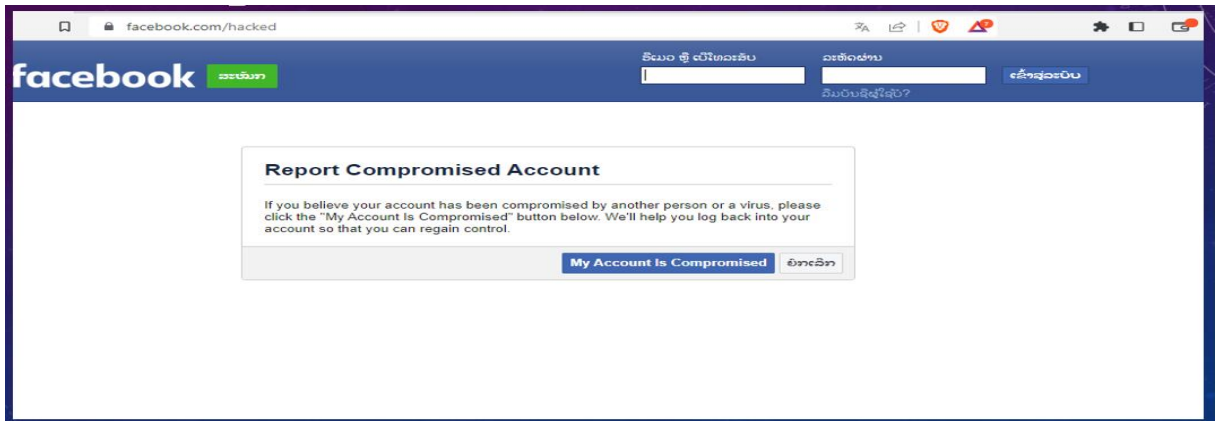
- ເລືອກ ໂພສ, ວິດີໂອ ແລະ ອື່ນໆ;
- ເລືອກ Report;
- ເລືອກ Report account;
- ເລືອກ ກຸ່ມຂອງບັນຫາ ແລະ ເຫດຜົນທີ່ຕ້ອງການລາຍງານ;
- ເລືອກ ບັນຫາ ແລະ ເຫດຜົນທີ່ຕ້ອງການລາຍງານ;
- ເລືອກ Submit;
- ສໍາເລັດ.



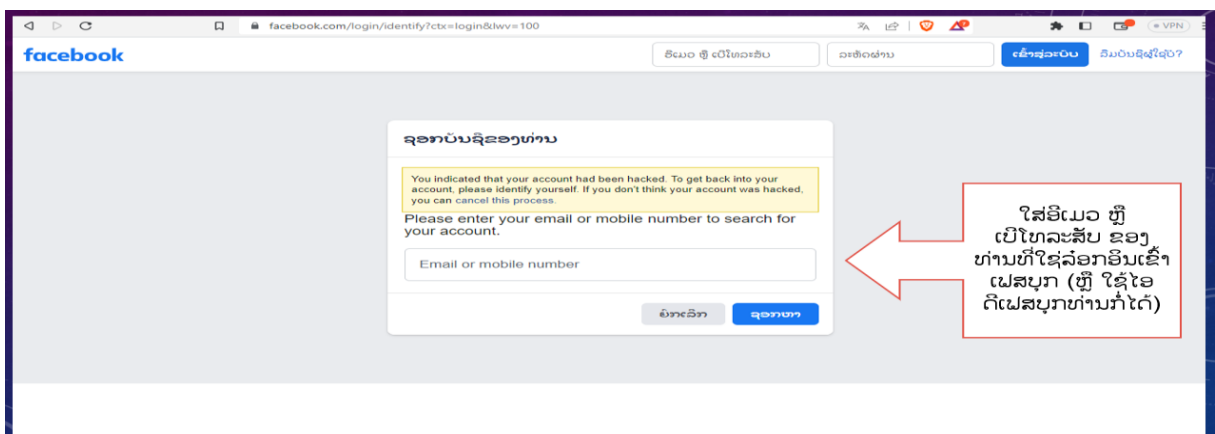
3.5 ການແກ້ໄຂບັນຊີເຟສບຸກຖືກແຮັກ

ກໍລະນີບັນຊີເຟສບຸກຖືກແຮັກ ແມ່ນ ໃຫ້ເຂົ້າເວັບໄຊຂອງຂອງເຟສບຸກ ຫຼື ລິ້ງ URL ທີ່ເຟສບຸກໃຫ້ກູເກິນ ຄື: <https://www.facebook.com/hacked> ຊຶ່ງມີຂັ້ນຕອນດັ່ງນີ້:

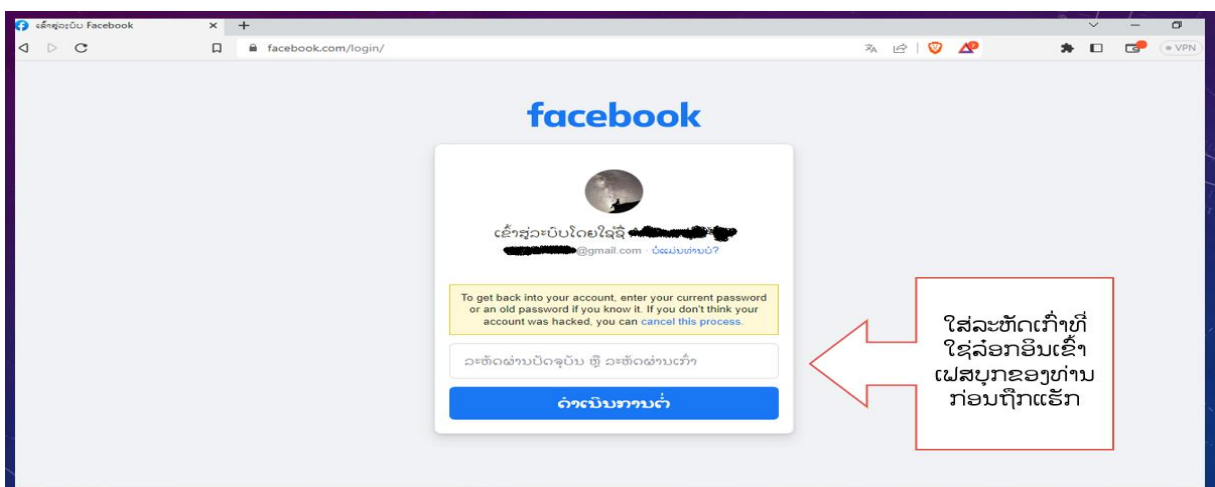
1) ໃຫ້ເຂົ້າລິ້ງ: <https://www.facebook.com/hacked>



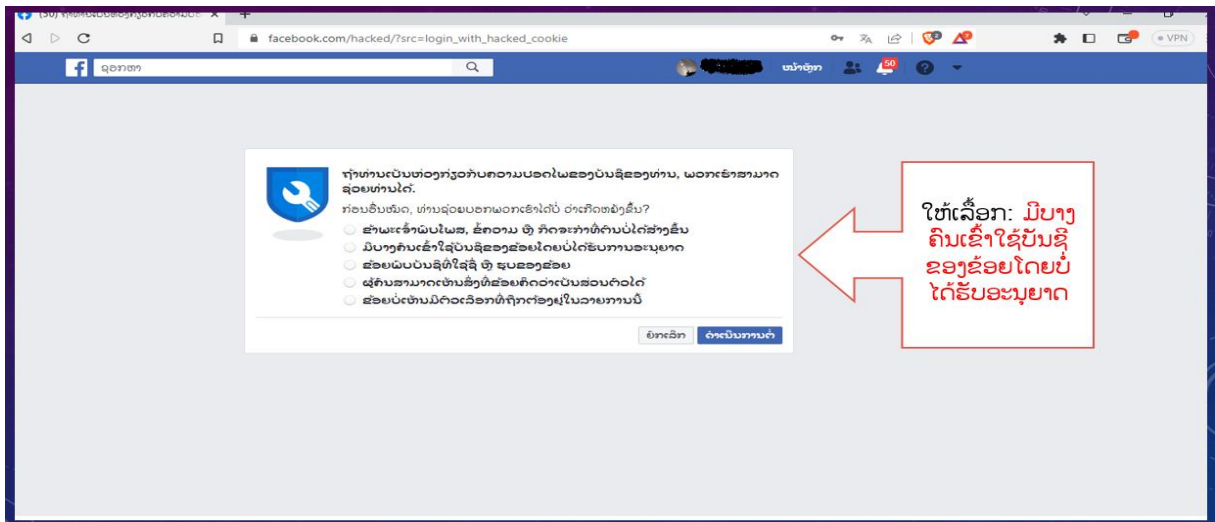
2) ໃຫ້ໃສ່ອີເມວ ຫຼື ເບີໂທລະສັບ ຂອງທ່ານທີ່ໃຊ້ລ່ອກອິນເຂົ້າເຟສບຸກ (ຫຼື ໃຊ້ໄອດີເຟສບຸກທ່ານກໍໄດ້)



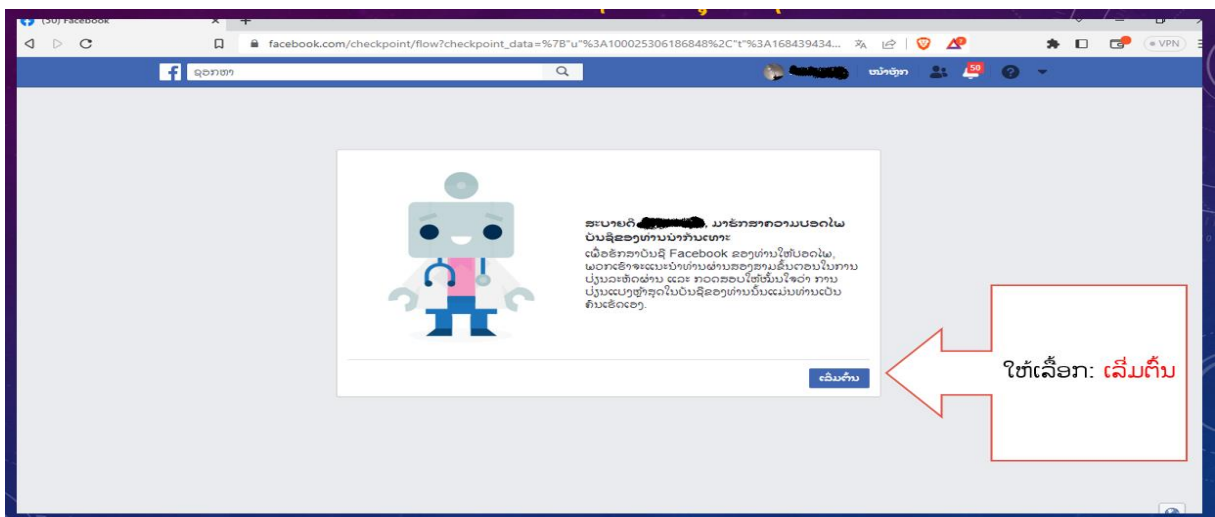
3) ໃຫ້ໃສ່ລະຫັດເກົ່າທີ່ໃຊ້ລ່ອກອິນເຂົ້າເຟສບຸກຂອງທ່ານກ່ອນຖືກແຮັກ



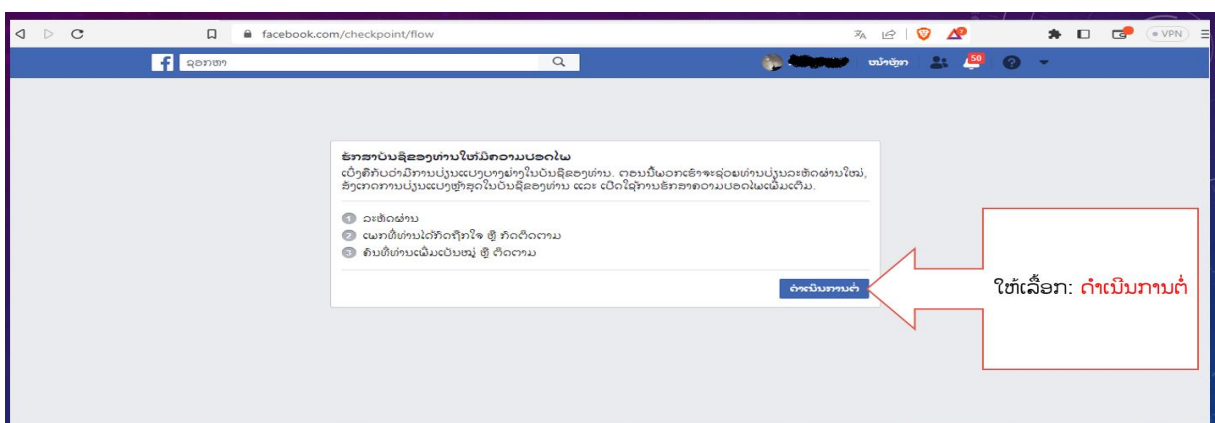
4) ໃຫ້ເລື່ອກ: ມີບາງຄົນເຂົ້າໃຊ້ບັນຊີຂອງຂ້ອຍໂດຍບໍ່ໄດ້ຮັບອະນຸຍາດ



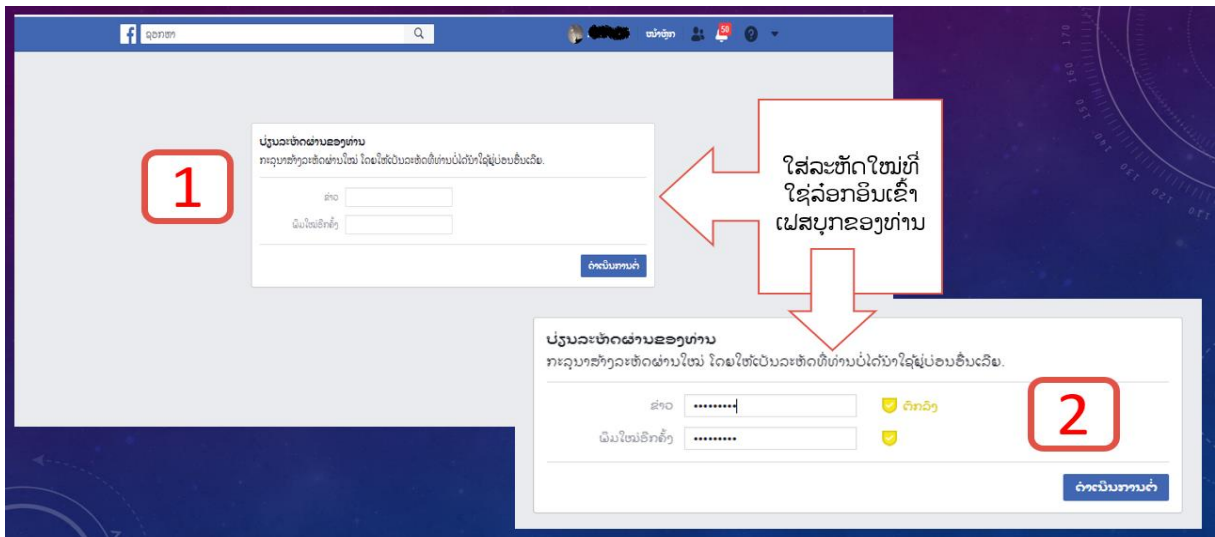
5) ໃຫ້ເລື່ອກ: ເລີ່ມຕົ້ນ



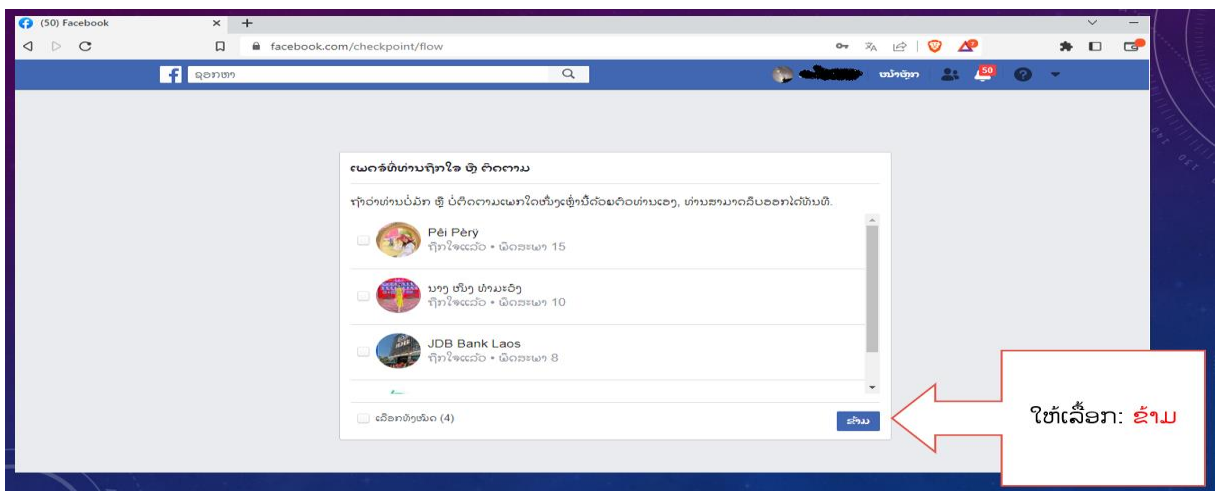
6) ໃຫ້ເລື່ອກ: ດຳເນີນການຕໍ່



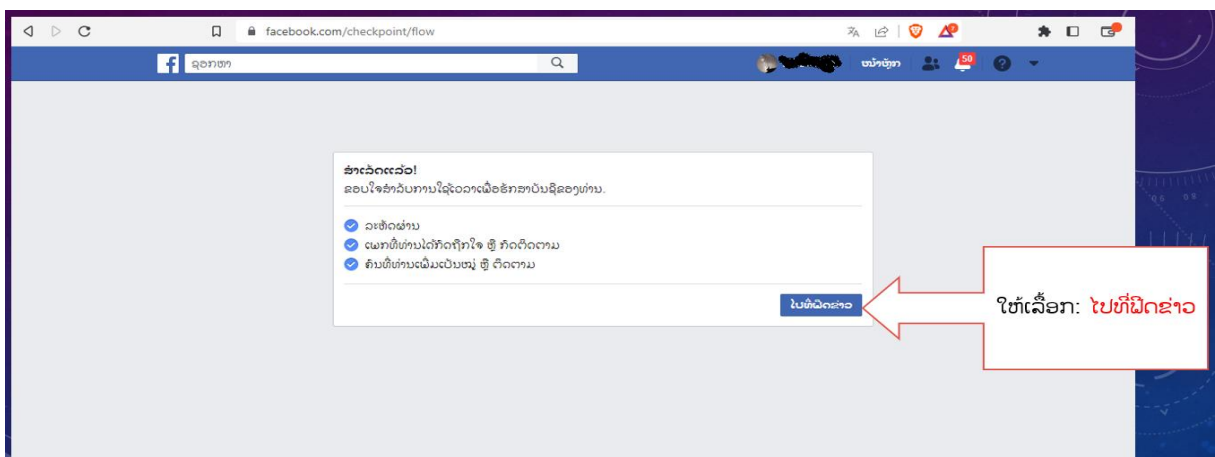
7) ໃຫ້ໃສ່ລະຫັດໃໝ່ທີ່ໃຊ້ສ່ວນອື່ນເຂົ້າເຟສບຸກຂອງທ່ານ



8) ໃຫ້ເລື້ອກ: ຂ້າມ



9) ໃຫ້ເລື້ອກ: ໄປທີ່ຟິດຂ່າວ



ບົດທີ 7

ການສ້າງ, ພັດທະນາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ ໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ

I. ສະພາບລວມ

ປະຈຸບັນການນຳໃຊ້ເວັບໄຊເຂົ້າໃນວຽກງານສື່ໂຄສະນາຂອງພາກລັດ ແລະ ເອກະຊົນ ເປັນຊຶ່ງທີ່ນຳໃຊ້ຫຼາຍ ເພາະເວັບໄຊເປັນລະບົບທີ່ສາມາດເປັນກະບອກສຽງ, ສື່ໂຄສະນາ, ການເຜີຍແຜ່ຂໍ້ມູນຂ່າວສານ ແລະ ການບໍລິການ ຕ່າງໆ ຂອງພາກລັດ ແລະ ພາກເອກະຊົນ ສະນັ້ນ, ມັນຈຶ່ງຮຽກຮອງໃຫ້ມີການສ້າງ, ພັດທະນາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ ໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ ເພື່ອຮັບປະກັນໃຫ້ເວັບໄຊມີຄວາມສະຖຽນ, ໝັ້ນຄົງ ແລະ ຍືນຍົງ.

II. ຈຸດປະສົງ ຄາດໝາຍ ແລະ ຄວາມໝາຍ ຄວາມສຳຄັນ

2.1 ຈຸດປະສົງ

ໃນປັດຈຸບັນໄພຄຸກຄາມທາງອິນເຕີເນັດໄດ້ມີຈຳນວນແຜ່ຫຼາຍ ແລະ ມີລັກສະນະທີ່ມີຄວາມສັບຊ້ອນຫຼາຍ ຂຶ້ນ ບໍ່ພຽງແຕ່ ການໂຈມຕີລະບົບຄອມພິວເຕີໃຫ້ຫຼົມເທົ່ານັ້ນ ແຕ່ຍັງກວມລວມໄປເຖິງກຸ່ມຄົນຜູ້ທີ່ບໍ່ຫວັງດີ ທີ່ມີການເຄື່ອນໄຫວໂຈມຕີ ລະບົບເວັບໄຊໃຫ້ຫຼົມ ຫຼື ໃຊ້ລະບົບບໍ່ໄດ້ ຊຶ່ງເປັນໄພຄຸກຄາມຕໍ່ຄວາມໝັ້ນຄົງຂອງປະເທດ.

2.2 ຄາດໝາຍ

- ເພື່ອເພື່ອຫຼຸດຜ່ອນຄວາມສ່ຽງເວັບໄຊຖືກໂຈມຕີ ແລະ ຖືກແຮກ;
- ເພື່ອໃຫ້ເວັບເຊີເວີໃຫ້ບໍລິການບໍ່ຢຸດສະງັກ ແລະ ຖານຂໍ້ມູນທີ່ສຳຄັນຮົ່ວໄຫຼ;
- ເພື່ອຮັບປະກັນໃຫ້ແກ່ການສະໜອງຂໍ້ມູນ, ການເຂົ້າໃຊ້ຂໍ້ມູນ-ຂ່າວສານ ແລະ ການໃຫ້ບໍລິການຂໍ້ມູນ-ຂ່າວສານ;
- ເພື່ອການນຳໃຊ້ຂອງສັງຄົມໃຫ້ມີຄວາມສະດວກວ່າອື່ນໄວ ແລະ ປອດໄພ.

2.3 ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສຳຄັນ

- ເພີ່ມທະວີຄວາມອາດສາມາດຂອງການສ້າງ, ພັດທະນາ ແລະ ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊ ໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ ຕາມພາລະບົດບາດຂອງກະຊວງ ຕສ ໃນເງື່ອນໄຂການຂະຫຍາຍຕົວຂອງເຕັກໂນໂລຢີແຕ່ລະໄລຍະ;
- ເສີມສ້າງຄວາມຮູ້, ຄວາມສາມາດທາງດ້ານເຕັກນິກໃຫ້ພະນັກງານວິຊາການຂອງກະຊວງ ຕສ ໃຫ້ທັນຕໍ່ການປ່ຽນແປງຂອງເຕັກໂນໂລຢີໃນແຕ່ລະໄລຍະ.

III. ເນື້ອໃນ ແລະ ທິດສະດີ

3.1 ການສ້າງ ແລະ ຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ

3.1.1 ການວາງແຜນດ້ານຄວາມປອດໄພຂອງເວັບໄຊ

ການວາງແຜນສ້າງເວັບໄຊໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ ປະກອບມີ 3 ຂັ້ນຕອນ ດັ່ງນີ້:

1) ການວາງແຜນສ້າງເວັບໄຊ

ການວາງແຜນສ້າງເວັບໄຊ ຄວນເລືອກໃຊ້ໂປຣແກຣມປະຍຸກ ແລະ ເຄື່ອງມືສຳລັບການພັດທະນາເວັບໄຊໃຫ້ເໝາະສົມ, ກວດສອບຄຸນສົມບັດຂອງເວັບເຊີເວີ ລວມໄປເຖິງການເກັບຮັກສາຂໍ້ມູນເທິງເວັບໄຊ ແລະ ນະໂຍບາຍກ່ຽວກັບການຮັກສາຄວາມປອດໄພ ເພື່ອຕອບສະໜອງຕາມຈຸດປະສົງໃນການສ້າງເວັບໄຊ.

ລະອຽດເຂົ້າເບິ່ງເອກະສານຄັດຕິດ ຕາມລິ້ງ:

<https://nvlpubs.nist.gov/nistpubs/Legacy/SP/nistspecialpublication800-44ver2.pdf>

2) ການຈັດສັນຄວາມສ່ຽງໄພຄຸກຄາມ

ຜູ້ຄຸມຄອງເວັບເຊີເວີ ຄວນຈັດສັນລາຍການຊັບສິນຂອງເວັບໄຊ ເຊັ່ນ: ຈຳນວນເວັບເຊີເວີ, ໂປຣແກຣມປະຍຸກເທິງເວັບໄຊ ແລະ ຂໍ້ມູນເທິງເວັບໄຊ ຫຼື ໜ້າເວັບທີ່ກ່ຽວຂ້ອງທັງໝົດ ລວມເຖິງມູນຄ່າເສຍຫາຍທີ່ອາດເກີດຂຶ້ນກັບເວັບໄຊ ເພື່ອນຳໄປເປັນຂໍ້ມູນໃນການຈັດລຳດັບຄວາມສ່ຽງຂອງໄພຄຸກຄາມ.

ລະອຽດເຂົ້າເບິ່ງເອກະສານຄັດຕິດ ຕາມລິ້ງ:

<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso-iec:27005:ed-3:v1:en>

3) ການຈັດລຳດັບຄວາມສ່ຽງຂອງໄພຄຸກຄາມ

ຜູ້ຄຸມຄອງເວັບເຊີເວີ ຄວນຈັດລຳດັບຄວາມສ່ຽງຂອງໄພຄຸກຄາມ ເພື່ອປ້ອງກັນເວັບໄຊຖືກໂຈມຕີ, ຖືກແຮກ, ລະບົບເວັບເຊີເວີໃຫ້ບໍລິການຢຸດສະງັກ ແລະ ຫຼຸດຜ່ອນຄວາມຫຍຸ້ງຍາກໃນການຈັດສັນບຸກຄະລາກອນຄຸມຄອງເວັບເຊີເວີ ລວມໄປເຖິງການເລືອກນຳໃຊ້ເຕັກໂນໂລຊີ, ການກຳນົດມາດຕະຖານຄວາມປອດໄພທີ່ເໝາະສົມກັບໄພຄຸກຄາມແຕ່ລະປະເພດ.

ລະອຽດເຂົ້າເບິ່ງເອກະສານຄັດຕິດ ຕາມລິ້ງ:

<https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso-iec:27002:ed-2:v1:en>

3.1.2 ການຈົດທະບຽນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ

ການຈົດທະບຽນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

1) ການຈົດທະບຽນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດຂອງ ສປປ ລາວ .la

ການຈົດທະບຽນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ຕ້ອງໄດ້ປະຕິບັດຕາມຂັ້ນຕອນ ແລະ ວິທີການຈົດທະບຽນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ຕາມດຳລັດວ່າດ້ວຍ ການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ການນຳໃຊ້ອິນເຕີເນັດ ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ຂອງ ສປປ ລາວ ສະບັບເລກທີ 164/ລບ, ລົງວັນທີ 23 ມີນາ 2012.

ລະອຽດເຂົ້າເບິ່ງເອກະສານຄັດຕິດ ຕາມລິ້ງ:

<http://mpt.gov.la/index.php?r=site%2Fdetail&id=44>.

2) ການຕັ້ງຄ່າລະຫັດຜ່ານຄວາມປອດໄພບັນຊີລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ

ການຕັ້ງຄ່າລະຫັດຜ່ານຄວາມປອດໄພ ຄວນກຳນົດຄ່າລະຫັດຜ່ານໃນການປັບປຸງແກ້ໄຂຂໍ້ມູນການຕັ້ງຄ່າລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດໃຫ້ຊັບຊ້ອນຄາດເດົາໄດ້ຍາກ ເຊັ່ນ: ຕົວເລກ, ຕົວອັກສອນ ໃຫຍ່-ນ້ອຍ, ສັນຍາລັກ ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍ ເປັນຕົ້ນ # % \$ @) ລະບຸຄວາມຍາວຂັ້ນຕໍ່າຂອງລະຫັດຜ່ານຢ່າງນ້ອຍ 12 ຕົວອັກສອນຂຶ້ນໄປ, ບໍ່ຄວນໃຊ້ຊື່ກັບອີເມວ ຫຼື ບັນຊີທະນາຄານ ແລະ ຈຳກັດອາຍຸການໃຊ້ງານ ເປັນຕົ້ນ ເພື່ອປ້ອງກັນການເຈາະຂໍ້ມູນ.

3) ການຍືນຍັນການປ່ຽນແປງຂໍ້ມູນການລົງທະບຽນ

ການປ່ຽນແປງຂໍ້ມູນການລົງທະບຽນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດທຸກຄັ້ງ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ຕ້ອງມີການແນະນຳຂັ້ນຕອນການປ່ຽນແປງຂໍ້ມູນ ແລະ ມີການແຈ້ງເຕືອນ ພ້ອມທັງມີການຍືນຍັນຕົວຕົນ ເພື່ອປ້ອງກັນບໍ່ໃຫ້ຜູ້ປະສົງຮ້າຍເຂົ້າມາປ່ຽນແປງຂໍ້ມູນ.

4) ການເລືອກຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຮັບຝາກເວັບໄຊ

ການເລືອກຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຮັບຝາກເວັບໄຊ ເພື່ອຮັບປະກັນໃນການຕິດຕັ້ງ, ຕັ້ງຄ່າ ແລະ ປັບປຸງເວັບໄຊ ບໍ່ໃຫ້ເກີດຊ່ອງໂຫວ່ ທີ່ອາດສົ່ງຜົນກະທົບຕໍ່ລະບົບປະຕິບັດການ, ໂປຣແກຣມປະຍຸກທີ່ໃຫ້ບໍລິການເວັບໄຊ ຫຼື ລະບົບບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊ ຄວນພິຈາລະນາເລືອກຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຮັບຝາກເວັບໄຊ ຕາມເງື່ອນໄຂ ດັ່ງນີ້:

5) ຮູບແບບການໃຫ້ບໍລິການຮັບຝາກເວັບໄຊ

ກ. ຮູບແບບການຮັບຝາກເວັບໄຊຮ່ວມກັນ (Shared Hosting) ຈະມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍຕໍ່າ ແຕ່ບໍ່ມີການແບ່ງແຍກສິດທິການເຂົ້າເຖິງລະຫວ່າງໂປຣແກຣມປະຍຸກເທິງເວັບໄຊຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ.

ຂ. ຮູບແບບການຮັບຝາກເວັບໄຊແບບຈຳລອງ (VPS Hosting) ສາມາດບໍລິຫານຈັດການໄດ້ງ່າຍ, ຕິດຕັ້ງໂປຣແກຣມປະຍຸກ ແລະ ປັບຕັ້ງຄ່າຄ່ານວນໄດ້ຕາມຄວາມຕ້ອງການ ພ້ອມທັງຮັບປະກັນໃນກໍລະນີເວັບເຊີເວີໃດໜຶ່ງເສຍຫາຍ ກໍ່ຈະບໍ່ສົ່ງຜົນກະທົບກັບເວັບເຊີເວີອື່ນ.

ຄ. ຮູບແບບການຮັບຝາກເວັບໄຊແບບແຍກເວັບເຊີເວີສະເພາະ (Dedicated Server) ຈະມີຄ່າໃຊ້ຈ່າຍສູງ ແຕ່ກໍ່ຊ່ວຍຍົກລະດັບການປ້ອງກັນຄວາມສ່ຽງຈາກການຖືກໂຈມຕີຜ່ານຊ່ອງໂຫວ່ຂອງເວັບໄຊອື່ນໄດ້.

6) ການຈັດການບັນຫາຊ່ອງໂຫວ່

ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຮັບຝາກເວັບໄຊ ຄວນມີນະໂຍບາຍດ້ານຄວາມປອດໄພຢ່າງຊັດເຈນ ໃນການປ້ອງກັນຄວາມເສຍຫາຍທີ່ເກີດຈາກຊ່ອງໂຫວ່ ຫຼື ປ້ອງກັນຄວາມເສຍຫາຍໄດ້.

7) ການໂອນຍ້າຍຟາຍຂໍ້ມູນ (Remote File Transfer)

ການໂອນຍ້າຍຟາຍຂໍ້ມູນ ລະຫວ່າງເຄື່ອງຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ ແລະ ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຮັບຝາກເວັບໄຊ ຄວນມີການໃຫ້ບໍລິການໂອນຍ້າຍຂໍ້ມູນທາງໄກ Secure File Transfer Protocol (SFTP) ທີ່ມີການເຂົ້າລະຫັດ ໃນການໂອນຍ້າຍຟາຍຂໍ້ມູນໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ.

8) ການສື່ສານປອດໄພສໍາລັບເວັບໄຊ (SSL/TLS)

ຄວນກວດສອບວ່າຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຮັບຝາກເວັບໄຊ ມີການໃຫ້ບໍລິການ ການສື່ສານປອດໄພສໍາລັບເວັບໄຊ SSL/TLS ຫຼື ບໍ່, ຖ້າຫາກຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຮັບຝາກເວັບໄຊ ບໍ່ມີການໃຫ້ບໍລິການດັ່ງກ່າວ ຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ ຈຳເປັນຕ້ອງໄດ້ຂໍໃບຮັບຮອງການສື່ສານປອດໄພແບບເອເລັກໂຕຣນິກ (SSL Certificate) ຈາກຜູ້ໃຫ້ບໍລິການອື່ນ.

9) ການສໍາຮອງຂໍ້ມູນ ແລະ ການຮັກສາເວັບເຊີເວີ

ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຮັບຝາກເວັບໄຊ ຄວນມີການສໍາຮອງຂໍ້ມູນເທິງເວັບເຊີເວີ ທີ່ຢູ່ໃນການຄຸ້ມຄອງຂອງຕົນຢ່າງສະໝໍ່າສະເໝີ ໂດຍອີງຕາມ ຂໍ້ຕົກລົງວ່າດ້ວຍ ການອະນຸຍາດດຳເນີນກິດຈະການສູນກາງຂໍ້ມູນຂ່າວສານຜ່ານອິນເຕີເນັດ ສະບັບເລກທີ 590/ປທສ, ລົງວັນທີ 18 ພຶດສະພາ 2016 (ລະອຽດເຂົ້າເບິ່ງເອກະສານຄັດຕິດ ຂໍ້ທີ 5 ຕາມລິ້ງ URL).

10) ການຕິດຕໍ່ສື່ສານຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຮັບຝາກເວັບໄຊເມື່ອເກີດເຫດສຸກເສີນ

ຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຮັບຝາກເວັບໄຊ ຄວນມີຊ່ອງທາງໃນການຕິດຕໍ່ສື່ສານສະເພາະ ຫຼື ມີໜ່ວຍງານຮັບຜິດຊອບປະສານງານ ໃນກໍລະນີທີ່ຜູ້ໃຊ້ບໍລິການຕ້ອງການຕິດຕໍ່ສື່ສານ ເພື່ອຂໍຄວາມຊ່ວຍເຫຼືອ ແລະ ແກ້ໄຂເຫດສຸກເສີນທີ່ເກີດຂຶ້ນກັບເວັບໄຊຂອງຕົນ.

3.1.3 ການເລືອກລະບົບບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊ (Content Management System: CMS)

ການເລືອກລະບົບບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

1) ການເລືອກຄຸນສົມບັດທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການຮັກສາຄວາມປອດໄພ

ຜູ້ພັດທະນາລະບົບບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊ ຄວນມີເອກະສານແນະນຳການຕິດຕັ້ງ, ການຕັ້ງຄ່າຄວາມປອດໄພ (Security Best Practice) ແລະ ມີໂປຣແກຣມເສີມ (Plug-in) ຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງຜູ້ໃຫ້ບໍລິການຮັບຝາກເວັບໄຊ ແລະ ຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ.

ລະອຽດເຂົ້າເບິ່ງເອກະສານຄັດຕິດ ຕາມລິ້ງ:

<http://www.howto.gov/webcontent/technology>.

2) ການເລືອກຜູ້ສ້າງລະບົບບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊ

ຜູ້ສ້າງ ແລະ ພັດທະນາເວັບໄຊ ຄວນເລືອກຜູ້ສ້າງລະບົບບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊ ທີ່ມີຄຸນະພາບ, ມີການປັບປຸງແກ້ໄຂຂໍ້ບົກຜ່ອງ ແລະ ຊ່ອງໂຫວ່ ຢ່າງເປັນປົກກະຕິ.

3.2 ການຄຸ້ມຄອງເວັບໄຊໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ

3.2.1 ການຕັ້ງຄ່າໂປຣແກຣມສໍາລັບເວັບເຊີເວີ

ການຕັ້ງຄ່າໂປຣແກຣມສໍາລັບເວັບເຊີເວີໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ອັບເດດໂປຣແກຣມຕ່າງໆ ຢູ່ໃນເວັບເຊີເວີ ຢ່າງສະໝໍ່າສະເໝີ;
- ກຳນົດໃຫ້ການແຈ້ງເຕືອນ ຫຼື ການສະແດງຂໍ້ຄວາມຜິດພາດຂອງລະບົບ (Error Message) ບໍ່ໃຫ້ປະກົດອອກຢູ່ເທິງເວັບໄຊ ເນື່ອງຈາກວ່າຜູ້ປະສົງຮ້າຍອາດຈະນຳໃຊ້ຂໍ້ຄວາມແຈ້ງເຕືອນດັ່ງກ່າວ ໄປເປັນຂໍ້ມູນພື້ນຖານໃນການໂຈມຕີລະບົບເວັບເຊີເວີ;
- ຈັດກຸ່ມ ຫຼື ໝວດເກັບຟາຍຂໍ້ມູນ, ໜ້າເວັບ, ລະບົບປະຕິບັດການ, ໂປຣແກຣມສໍາລັບ ເວັບເຊີເວີ ແລະ ໂປຣແກຣມອື່ນໆ ໂດຍກຳນົດສິດໃນການເຂົ້າເຖິງກຸ່ມ ຫຼື ໝວດຟາຍຂໍ້ມູນ ເພື່ອສະດວກໃນການຄົ້ນຫາ ແລະ ກວດກາຄວາມປອດໄພ;
- ກວດສອບຄືນ ແລະ ລຶບ ໂປຣແກຣມ, ຟາຍຂໍ້ມູນ, ບັນຊີຜູ້ໃຊ້ ທີ່ບໍ່ໄດ້ໃຊ້ງານ ແລະ ບັນຊີທີ່ມີການໃຊ້ງານລະຫວ່າງການຕິດຕັ້ງຂອງເວັບເຊີເວີທັງໝົດ;
- ກວດສອບ ແລະ ປ່ຽນແປງຄ່າເລີ່ມຕົ້ນຂອງ ຊື່ກຸ່ມ ຫຼື ໝວດເກັບຟາຍຂໍ້ມູນ, ຊື່ຟາຍຂໍ້ມູນ, ທີ່ຕັ້ງຟາຍຂໍ້ມູນ ແລະ ລະຫັດຜ່ານ ທີ່ມາພ້ອມກັບເວັບເຊີເວີ;
- ກຳນົດ ເລກໝາຍອິນເຕີເນັດ ຫຼື ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດສະເພາະ ໃຫ້ແກ່ຜູ້ໃຊ້ບໍລິການສາມາດເຂົ້າເຖິງເວັບເຊີເວີ;
- ປິດການເຂົ້າເຖິງລະບົບຄວບຄຸມເວັບເຊີເວີທາງໄກທີ່ບໍ່ຈຳເປັນ ເຊັ່ນ: Remote Desktop, VNC, SSH, Telnet ແລະ ອື່ນໆ.

3.2.2 ການຕັ້ງຄ່າລະບົບບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊ

ການຕັ້ງຄ່າລະບົບບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊ ໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ຕ້ອງກຳນົດສິດການໃຊ້ງານ (Permission) ແລະ ຄວບຄຸມການເຂົ້າເຖິງ (Access Control) ຟາຍຂໍ້ມູນຕ່າງໆ ໃຫ້ເໝາະສົມ;
- ຄວນລຶບຟາຍຂໍ້ມູນ ຫຼື ຍົກເລີກການຕິດຕັ້ງໂປຣແກຣມເສີມ ທີ່ບໍ່ຈຳເປັນ ແລະ ບໍ່ໄດ້ໃຊ້ງານ;
- ຕິດຕາມ ແລະ ປັບປຸງ ລະບົບບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊຢ່າງເປັນປະຈຳ;
- ດາວໂຫຼດຟາຍຂໍ້ມູນ ແລະ ປັບປຸງລະບົບບໍລິຫານຈັດການຈາກເວັບໄຊຜູ້ພັດທະນາເທົ່ານັ້ນ;
- ລຶບ, ປ່ຽນຊື່ ແລະ ລະຫັດຜ່ານບັນຊີຜູ້ໃຊ້ ທີ່ມາກັບການຕິດຕັ້ງລະບົບບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊໃນເບື້ອງຕົ້ນ;
- ປ່ຽນຕາຕະລາງ Table Prefix ຂອງຖານຂໍ້ມູນທີ່ມາໃນລະຫວ່າງການຕິດຕັ້ງລະບົບບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊ. ຍົກຕົວຢ່າງ: ຢູ່ໃນລະບົບບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊ WordPress ຈະມີການໃຊ້ໃນຕາຕະລາງ Table Prefix ທີ່ຂຶ້ນຕົ້ນດ້ວຍຊື່ wp_xxx ໃຫ້ປ່ຽນເປັນຊື່ອື່ນ ເພື່ອບໍ່ໃຫ້ຜູ້ປະສົງຮ້າຍສາມາດຮູ້ເຖິງໂຄງສ້າງ ແລະ ທຳລາຍຖານຂໍ້ມູນ.

3.2.3 ການຕັ້ງຄ່າລະບົບຖານຂໍ້ມູນ

ການຕັ້ງຄ່າລະບົບຖານຂໍ້ມູນໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ຕັ້ງຄ່າ ອະນຸຍາດໃຫ້ສະເພາະແຕ່ໂປຣແກຣມປະຍຸກ ແລະ ເວັບເຊີເວີ ທີ່ກ່ຽວຂ້ອງເຂົ້າເຖິງລະບົບຖານຂໍ້ມູນ ໄດ້ເທົ່ານັ້ນ;

- ຕັ້ງຄ່າຄວາມປອດໄພຂອງຖານຂໍ້ມູນ ໃນການຄວບຄຸມການເຂົ້າເຖິງລະບົບຖານຂໍ້ມູນ ເພື່ອບໍ່ໃຫ້ຜູ້ໃຊ້ທົ່ວໄປເຂົ້າເຖິງຖານຂໍ້ມູນ ເຊັ່ນ: ລະບົບປ້ອງກັນ (Firewall) ເຫຼົ່ານີ້ເປັນຕົ້ນ;
- ກວດສອບ ແລະ ປັບການບໍລິການໃນລະບົບຖານຂໍ້ມູນ ທີ່ບໍ່ຈຳເປັນ ຫຼື ບໍ່ໄດ້ໃຊ້ງານ;
- ກວດສອບ ແລະ ລຶບ ບັນຊີຜູ້ໃຊ້ ທີ່ບໍ່ໄດ້ມີການໃຊ້ງານ ອອກຈາກລະບົບຖານຂໍ້ມູນຕາມໄລຍະເວລາທີ່ກຳນົດໄວ້;
- ປິດ ຫຼື ປ່ຽນລະຫັດຜ່ານບັນຊີຜູ້ໃຊ້ ທີ່ມາພ້ອມກັບການຕິດຕັ້ງລະບົບຖານຂໍ້ມູນເບື້ອງຕົ້ນ;
- ກຳນົດຄ່າຕິດຕັ້ງລະບົບຖານຂໍ້ມູນ ເພື່ອບໍ່ອະນຸຍາດໃຫ້ໃຊ້ງານສຳລັບບັນຊີທີ່ບໍ່ມີລະຫັດຜ່ານ;
- ກວດສອບ ແລະ ລຶບຟາຍຊີວຄາວ (Temporary File) ທີ່ຖືກສ້າງຂຶ້ນໃນລະຫວ່າງການຕິດຕັ້ງລະບົບຖານຂໍ້ມູນ;
- ເພີ່ມປະສິດທິພາບໃຫ້ໂປຣແກຣມລະບົບຖານຂໍ້ມູນມີຄວາມປອດໄພສູງ ຕ້ອງໄດ້ປັບປຸງໂປຣແກຣມດັ່ງກ່າວໃຫ້ໃໝ່ຫຼ້າສຸດສະເໝີ;
- ກຳນົດສິດທິບັນຊີຜູ້ໃຊ້ງານ ແລະ ການຄວບຄຸມການເຂົ້າເຖິງລະບົບຖານຂໍ້ມູນໃຫ້ເໝາະສົມ;
- ລະຫັດຜ່ານທີ່ເກັບໄວ້ໃນລະບົບຖານຂໍ້ມູນ ຕ້ອງເຂົ້າລະຫັດລັບທີ່ຄາດເດົາໄດ້ຍາກ.

3.2.4 ການຕັ້ງຄ່າ Server-Side Script Engine

ການຕັ້ງຄ່າ Server-Side Script Engine ໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ກຳນົດສິດທິການເຂົ້າເຖິງຟາຍຂໍ້ມູນ, ກຸ່ມ ຫຼື ໝວດຟາຍຂໍ້ມູນ ໃຫ້ຖືກຕ້ອງ;
- ກຳນົດຄ່າຕິດຕັ້ງ Server-Side Script Engine ບໍ່ໃຫ້ສະແດງຂໍ້ມູນເວີຊັນ (Version) ໃນ HTTP Header ເທິງເວັບເຊີເວີ;
- ກຳນົດຄ່າຕິດຕັ້ງ Server-Side Script Engine ບໍ່ໃຫ້ມີການສະແດງລາຍລະອຽດຂໍ້ມູນ ຫຼື ສະແດງຂໍ້ຄວາມຜິດພາດ (Error Message) ແຕ່ຄວນຈະສະແດງຂໍ້ມູນເທົ່າທີ່ຈຳເປັນເທົ່ານັ້ນ;
- ຕ້ອງປັບປຸງ Server-Side Script Engine ໃຫ້ເປັນເວີຊັນ (Version) ໃໝ່ຫຼ້າສຸດ.

3.2.5 ການກຳນົດ ແລະ ຮັກສາລະຫັດຜ່ານ

ການກຳນົດ ແລະ ຮັກສາລະຫັດຜ່ານ ໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ການຕັ້ງຄ່າລະຫັດຜ່ານ ຄວນໃຫ້ມີລະຫັດທີ່ຊັບຊ້ອນ ແລະ ຄາດເດົາໄດ້ຍາກ ເຊັ່ນ: ຕົວເລກ, ຕົວອັກສອນ (ໃຫຍ່-ນ້ອຍ) ແລະ ສັນຍາລັກ ຫຼື ເຄື່ອງໝາຍ ເປັນຕົ້ນ # % \$ @ ຢ່າງໜ້ອຍ 12 ຕົວຂຶ້ນໄປ;
- ຄວນປ່ຽນລະຫັດຜ່ານຢ່າງໜ້ອຍ 3 ເດືອນຕໍ່ຄັ້ງ;
- ບໍ່ເກັບລະຫັດຜ່ານ ທີ່ບໍ່ໄດ້ເຂົ້າລະຫັດລັບເທິງເວັບເຊີເວີ;
- ຫາກຈຳເປັນຕ້ອງເກັບລະຫັດຜ່ານ ຄວນຢູ່ໃນຮູບແບບທີ່ໄດ້ເຂົ້າລະຫັດລັບ ຕາມມາດຕະຖານດ້ານຄວາມປອດໄພກຳນົດໄວ້.

ລະອຽດເຂົ້າເບິ່ງເອກະສານຄັດຕິດ ຕາມລິ້ງ:

<https://csrc.nist.gov/publications/detail/sp/800-131a/archive/2011-01-13>.

3.3 ມາດຕະການປ້ອງກັນການໂຈມຕີເວັບໄຊ

1) ການປ້ອງກັນການໂຈມຕີໃນຮູບແບບ SQL Injection

ຜູ້ປະສົງຮ້າຍ ຈະສົ່ງຄຳສັ່ງ SQL ເຂົ້າໄປທາງ Input Form ເທິງໜ້າເວັບ ເຮັດໃຫ້ສາມາດດຳເນີນການຕ່າງໆ ໃນລະບົບຖານຂໍ້ມູນໄດ້ ໂດຍຜ່ານຄຳສັ່ງ SQL ເຊັ່ນ: Insert Update Delete ຫຼື ຄຳສັ່ງປິດລະບົບຖານຂໍ້ມູນ.

ການປ້ອງກັນການໂຈມຕີແບບໃນຮູບແບບ SQL Injection ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ແຍກຄຳສັ່ງ ແລະ ຄຳຄຳນວນ ການປະມວນຜົນອອກຈາກກັນ

ລະອຽດເຂົ້າເບິ່ງເອກະສານຄັດຕິດ ຕາມລິ້ງ:

https://www.owasp.org/index.PHP/Guide_to_SQL_Injection

https://www.owasp.org/index.PHP/Avoiding_SQL_Injection#Parameterized_Stored_Procedures;

- ກວດສອບຂໍ້ມູນທີ່ໄດ້ຮັບ ກ່ອນຈະປະມວນຜົນຕົວຈິງເປັນວິທີການທີ່ສຳຄັນ ແລະ ຈຳເປັນ ຕໍ່ຂະບວນການພັດທະນາເວັບໄຊໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພ;
- ຂໍ້ມູນທີ່ຮັບມາຈາກພາຍນອກ ຄວນ Encoding ຫຼື Sanitization ກ່ອນນຳເອົາຄຳຄຳນວນມາປະມວນຜົນ

ລະອຽດເຂົ້າເບິ່ງເອກະສານຄັດຕິດ ຕາມລິ້ງ:

https://www.owasp.org/index.PHP/SQL_Injection_Prevention_Cheat_Sheet

https://www.owasp.org/index.PHP/Query_Parameterization_Cheat_Sheet .

2) ການປ້ອງກັນການໂຈມຕີໃນຮູບແບບ Session Hijacking

ການປ້ອງກັນການໂຈມຕີໃນຮູບແບບ Session Hijacking ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ເຂົ້າລະຫັດລັບ Session ID ທີ່ມີຂໍ້ມູນການຮັບຮອງຕົວຕົນຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ;
- ກຳນົດ Session Timeout ໃນໄລຍະເວລາທີ່ເໝາະສົມ ເພື່ອປ້ອງກັນການໂຈມຕີຮູບແບບ Session Hijacking;
- ກຳນົດເວລາ ແລະ ຕັ້ງຄ່າ Session ID ທີ່ຄາດເດົາໄດ້ຍາກ ແລະ ບໍ່ຊ້ຳກັນ;
- ກຳນົດການສິ່ງຄ່າ Session ID ທີ່ມີການເຂົ້າລະຫັດລັບ ເຊັ່ນ: ການສິ່ງຂໍ້ມູນຜ່ານໂປໂຕຄອລ HTTPS ເພື່ອປ້ອງກັນການລັດເອົາຂໍ້ມູນ

ລະອຽດເຂົ້າເບິ່ງເອກະສານຄັດຕິດ ຕາມລິ້ງ:

https://www.owasp.org/index.PHP/Session_Management_Cheat_Sheet .

3) ການປ້ອງກັນການໂຈມຕີໃນຮູບແບບ Cross-Site Scripting

ການປ້ອງກັນການໂຈມຕີໃນຮູບແບບ Cross-Site Scripting ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ກວດສອບການປ້ອນຂໍ້ມູນເຂົ້າໃນເວັບໄຊ (Input Validation) ກ່ອນທີ່ຈະສົ່ງມາປະມວນຜົນຕົວຈິງ ຕ້ອງຕັ້ງຄ່າໃຫ້ອະນຸຍາດອັບໂຫຼດ (Upload) ໄດ້ສະເພາະຟາຍທີ່ມີນາມສະກຸນເປັນ .txt, .docx, .xlsx, .pdf ຫຼື ຕາມທີ່ຕ້ອງການເທົ່ານັ້ນ;
- ກວດສອບການຮັບຂໍ້ມູນຊຸດຄຳສັ່ງ (Script) ທີ່ຜິດປົກກະຕິ ເປັນອັນຕະລາຍຕໍ່ເວັບໄຊ ໂດຍທີ່ມີເຄື່ອງໝາຍເປັນສັນຍາລັກພິເສດ ເຊັ່ນ: “ < > ? & # ” ໃຫ້ເປັນພາສາ HTML Character ກ່ອນ ເຊັ່ນ: ເຄື່ອງໝາຍນ້ອຍກວ່າ “<” ຄວນປັບຄ່າເປັນ “& l t ;” ເປັນຕົ້ນ;
- ກວດສອບການສະແດງຜິດຂອງຂໍ້ມູນ (Output Validation) ເພື່ອປ້ອງກັນການສະແດງຂໍ້ຄວາມຜິດພາດ (Error Message);
- ກຳນົດການຕັ້ງຄ່າ (HTTP Only Cookie flag) ເພື່ອປ້ອງກັນການເຂົ້າເຖິງຄ່າ Cookie ຂອງເວັບໄຊ.

4) ການປ້ອງກັນການໂຈມຕີໃນຮູບແບບ Cross Site Script Forgery (CSRF)

ການປ້ອງກັນການໂຈມຕີໃນຮູບແບບ Cross Site Script Forgery ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ກຳນົດການໃຊ້ງານ Unique Token ແລະ/ຫຼື ກວດສອບ Referrer ຮ່ວມກັບການສົ່ງຂໍ້ມູນ ຫຼື ຄຳສັ່ງຜ່ານແບບຟອມ ເພື່ອກວດສອບຂໍ້ມູນແທ້ຈິງທີ່ມາຈາກຜູ້ໃຊ້ງານ;
- ກຳນົດການໃຊ້ Captcha ເພື່ອຢັ້ງຢືນຕົວຕົນຂອງຜູ້ໃຊ້ງານ.

1. ການປ້ອງກັນການໂຈມຕີຈາກການເປີດເຜີຍຂໍ້ມູນລັບ (Sensitive Data Exposure)

ການປ້ອງກັນໂຈມຕີການເປີດເຜີຍຂໍ້ມູນລັບ ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ບໍ່ຄວນກຳນົດທີ່ຢູ່ເວັບໄຊທີ່ຄາດເດົາໄດ້ງ່າຍ ສຳລັບການເຂົ້າເຖິງໜ້າເວັບໄຊ ເພື່ອບໍລິຫານຈັດການເວັບໄຊ (Administrator Control Panel Web Page) ເຊັ່ນ: /admin.php ຫຼື /login.php ເປັນຕົ້ນ.
- ອອກແບບ ແລະ ຄວບຄຸມ ບໍ່ໃຫ້ສະແດງຂໍ້ຄວາມແຈ້ງເຕືອນ ຫຼື ຂໍ້ຄວາມຜິດພາດ (Notification or Error Message) ເນື່ອງຈາກວ່າຜູ້ປະສົງຮ້າຍອາດຈະນຳໃຊ້ຂໍ້ຄວາມແຈ້ງເຕືອນດັ່ງກ່າວ ເພື່ອໄປເປັນຂໍ້ມູນພື້ນຖານໃນການໂຈມຕີລະບົບເວັບໄຊ;
- ປິດການໃຊ້ງານ Autocomplete ໃນແບບຟອມສຳຄັນຂອງເວັບໄຊ ເຊັ່ນ: ແບບຟອມການລົງທະບຽນ ຫຼື ແບບຟອມການເຮັດທຸລະກຳທາງການເງິນ ເປັນຕົ້ນ;

2. ການເຂົ້າລະຫັດຂໍ້ມູນສໍານານເທິງເວັບໄຊ (SSL/TLS)

ຢູ່ໃນໂປໂຕຄອລ SSL/TLS ຄວນເລືອກການເຂົ້າລະຫັດຂໍ້ມູນເທິງເວັບໄຊ ໃຫ້ມີຄວາມປອດໄພດ້ວຍພື້ນຖານທີ່ສຳຄັນ ດັ່ງນີ້:

- ຍືນຍັນຕົວຕົນຂອງເວັບເຊີເວີ;
- ຍືນຍັນຕົວຕົນຂອງຜູ້ໃຊ້ບໍລິການ;
- ເຂົ້າລະຫັດຂໍ້ມູນທີ່ໃຊ້ໃນການ ຮັບ-ສົ່ງ ຂໍ້ມູນເທິງເວັບໄຊ.

3. ການນຳໃຊ້ໃບຮັບຮອງເອເລັກໂຕຣນິກ (Certificate Authentication)

ການນຳໃຊ້ໃບຮັບຮອງເອເລັກໂຕຣນິກ ໃຫ້ປະຕິບັດດັ່ງນີ້:

- ເລືອກເວີຊັນ (Version) SSL/TLS ທີ່ໄດ້ຮັບການປັບປຸງ ແລະ ແກ້ໄຂດ້ານຄວາມປອດໄພຫຼ້າສຸດ;
- ຕິດຕັ້ງໃບຮັບຮອງເອເລັກໂຕຣນິກ ເພື່ອຮັບປະກັນດ້ານຄວາມປອດໄພຂໍ້ມູນເວັບໄຊ;
- ກຳນົດຄ່າຕິດຕັ້ງທີ່ກ່ຽວກັບ SSL/TLS ເພື່ອກວດສອບຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງໃບຮັບຮອງເອເລັກໂຕຣນິກ;
- ບຳລຸງຮັກສາໃບຮັບຮອງເອເລັກໂຕຣນິກຄວນປະຕິບັດຄື: ກວດສອບອາຍຸການນຳໃຊ້ຂອງໃບຮັບຮອງເອເລັກໂຕຣນິກເປັນປະຈຳ, ຕໍ່ອາຍຸການນຳໃຊ້ຂອງໃບຮັບຮອງເອເລັກໂຕຣນິກທັນທີ ເມື່ອໃກ້ໝົດອາຍຸ ແລະ ກວດສອບຂໍ້ມູນຜູ້ໃຫ້ບໍລິການ ໃບຮັບຮອງເອເລັກໂຕຣນິກຢູ່ສະເໝີ.

3.4 ການກວດກາຕິດຕາມ ແລະ ຮັບມື ກັບໄພຄຸກຄາມເວັບໄຊ

1) ການກວດກາຕິດຕາມ ຄວາມປອດໄພເວັບໄຊ

ການກວດກາຕິດຕາມຄວາມປອດໄພຂອງເວັບໄຊ ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ເລືອກໂປຣແກຣມທີ່ໜ້າເຊື່ອຖື ຫຼື ປະຕິບັດຕາມຄຳແນະນຳຈາກ ສູນສະກັດກັ້ນ ແລະ ແກ້ໄຂເຫດສຸກເສີນທາງຄອມພິວເຕີ;
- ອັບເດດໂປຣແກຣມກວດສອບຂໍ້ບົກຜ່ອງໃຫ້ເປັນເວີຊັນຫຼ້າສຸດ ເພື່ອກວດສອບຊ່ອງໂຫວ່ໃໝ່ໆ;
- ສຳຮອງຂໍ້ມູນທຸກຄັ້ງ ກ່ອນນຳໃຊ້ໂປຣແກຣມກວດສອບຂໍ້ບົກຜ່ອງ ເພື່ອປ້ອງກັນຜົນກະທົບຕໍ່ເວັບເຊີເວີ;
- ໃຊ້ໂປຣແກຣມຫຼາຍກວ່າສອງໂປຣແກຣມຂຶ້ນໄປ ໃນການກວດສອບຂໍ້ບົກຜ່ອງ ເພື່ອປຽບທຽບຜົນທີ່ໄດ້ຈາກການກວດສອບເວັບໄຊ

ລະອຽດເຂົ້າເບິ່ງເອກະສານຄັດຕິດ ຕາມລຶ່ງ:

<https://www.ipa.go.jp/files/000017318.pdf>.

2) ການຮັບມືໄພຄຸກຄາມເວັບໄຊ

ການຮັບມື ແລະ ແກ້ໄຂເຫດສຸກເສີນທີ່ເກີດຂຶ້ນກັບເວັບໄຊ ແບ່ງອອກເປັນ 03 ກໍລະນີ ດັ່ງນີ້:

• ເວັບໄຊຖືກບຸກລຸກ ແລະ ຄວບຄຸມ (Intrusions)

ການຮັບມືໃນເວລາເກີດເຫດກ່ຽວກັບເວັບໄຊຖືກບຸກລຸກ ແລະ ຄວບຄຸມ ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ປິດການເຊື່ອມຕໍ່ຂອງເວັບໄຊ;
- ສຳເນົາຂໍ້ມູນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການບຸກລຸກ ເພື່ອມາໃຊ້ວິເຄາະເຊັ່ນ: Web Log Sourcecode Database;
- ກວດສອບຊ່ອງທາງການໂຈມຕີ ແລະ ຊ່ອງໂຫວ່ ທີ່ມີໃນເວັບໄຊ;
- ສ້າງໜ້າເວັບໄຊແບບ Static ຊົ່ວຄາວ ແລະ ນຳໄປຕິດຕັ້ງເທິງເວັບເຊີເວີໃໝ່ ເພື່ອແຈ້ງສະຖານະການ, ການປິດປັບປຸງເວັບໄຊ ແລະ ໃຫ້ຜູ້ຄຸ້ມຄອງລະບົບດຳເນີນການແກ້ໄຂປັນຫາໃນຂັ້ນຕໍ່ໄປ.
- ປ່ຽນແປງການຕັ້ງຄ່າເວັບເຊີເວີ ເພື່ອຫຼຸດຄວາມສ່ຽງ ແລະ ປ້ອງກັນບໍ່ໃຫ້ມີຜົນກັບຂໍ້ມູນຕ່າງໆ ທີ່ຢູ່ເທິງເວັບເຊີເວີເກົ່າ;
- ກູ້ຄືນທຸກໂປຣແກຣມປະຍຸກທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຂໍ້ມູນເວັບໄຊ ແລະ ຖານຂໍ້ມູນ ເວັບໄຊກ່ອນໜ້າທີ່ຈະຖືກບຸກລຸກ;
- ກວດສອບຊ່ອງໂຫວ່ຂອງເວັບໄຊ ກ່ອນໜ້າທີ່ຈະຖືກໂຈມຕີ ເພື່ອແກ້ໄຂຊ່ອງໂຫວ່ຂອງເວັບໄຊ;
- ບັນທຶກເຫດການ ແລະ ຂັ້ນຕອນການດຳເນີນການ ທີ່ເກີດຂຶ້ນທັງໝົດ ເພື່ອໃຊ້ເປັນຂໍ້ມູນໃນການປ້ອງກັນ ແລະ ການປະສານງານ ເພື່ອແກ້ໄຂຮ່ວມກັບ ສູນສະກັດກັ້ນ ແລະ ແກ້ໄຂເຫດສຸກເສີນທາງຄອມພິວເຕີ.

• ເວັບໄຊຖືກໂຈມຕີໃນຮູບແບບ DoS (Denial of Service) ແລະ DDoS (Distributed Denial of Service)

ໃນກໍລະນີເວັບໄຊຖືກໂຈມຕີໃນຮູບແບບ DoS (Denial of Service) ແລະ DDoS (Distributed Denial of Service) ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ປິດການເຊື່ອມຕໍ່ຂອງເວັບໄຊ;
- ສຳເນົາຂໍ້ມູນທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບການບຸກລຸກ ເພື່ອມາໃຊ້ວິເຄາະ ເຊັ່ນ: Web Log ຫຼື Firewall Log;
- ກວດສອບໝາຍເລກໄອພີ ທີ່ໜ້າສົງໄສໃນການສົ່ງຂໍ້ມູນເຂົ້າມາເວັບເຊີເວີແບບຜິດປົກກະຕິ;
- ປິດກັນການເຂົ້າເຖິງຈາກໝາຍເລກໄອພີດັ່ງກ່າວ ແລະ ແຈ້ງຫາຜູ້ໃຫ້ບໍລິການອິນເຕີເນັດ ເພື່ອຫາມາດຕະການຮອງຮັບໃນກໍລະນີທີ່ອຸປະກອນປ້ອງກັນຂອງໜ່ວຍງານ ບໍ່ສາມາດຮອງຮັບປະລິມານຂໍ້ມູນທີ່ຫຼວງຫຼາຍໄດ້;
- ບັນທຶກເຫດການ ແລະ ຂັ້ນຕອນການດຳເນີນການ ທີ່ເກີດຂຶ້ນທັງໝົດ ເພື່ອໃຊ້ເປັນຂໍ້ມູນໃນການປ້ອງກັນ ແລະ ສະເໜີໃຫ້ ສູນສະກັດກັ້ນ ແລະ ແກ້ໄຂເຫດສຸກເສີນທາງຄອມພິວເຕີ ເພື່ອດຳເນີນການແກ້ໄຂຊ່ວຍ.

• ລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດຖືກລັກ (Domain Hijack)

ໃນກໍລະນີລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດຖືກລັກ ຄວນປະຕິບັດ ດັ່ງນີ້:

- ເກັບກຳຫຼັກຖານ ທີ່ເກີດຂຶ້ນທັງໝົດ ເຊັ່ນ: ວັນ, ເດືອນ, ປີ ໃນເວລາທີ່ຂໍ້ມູນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດຖືກປ່ຽນ;
- ກວດສອບກັບຜູ້ຈົດທະບຽນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ໃນການປ່ຽນແປງລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ;
- ແຈ້ງໃຫ້ຜູ້ຈົດທະບຽນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ ຮັບຊາບກ່ຽວກັບການຖືກລັກຂໍ້ມູນລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດ;
- ຫຼັງຈາກຮັບສິດທິໃນການບໍລິຫານຈັດການລະຫັດຊື່ອິນເຕີເນັດຄືນມາ ໃຫ້ກວດສອບຂໍ້ມູນທີ່ໃຊ້ໃນການຢືນຢັນຕົວຕົນ ແລະ ປ່ຽນລະຫັດຜ່ານ;
- ບັນທຶກເຫດການ ແລະ ຂັ້ນຕອນການດຳເນີນການ ທີ່ເກີດຂຶ້ນທັງໝົດ ເພື່ອໃຊ້ເປັນຂໍ້ມູນໃນການປ້ອງກັນ ແລະ ການປະສານງານກັບໜ່ວຍງານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງໃນກໍລະນີທີ່ຈຳເປັນ.

3.5 ການສຳຮອງ ແລະ ການເກັບຮັກສາຂໍ້ມູນຈໍລະຈອນທາງເວັບໄຊ

1) ການສຳຮອງຂໍ້ມູນເວັບໄຊ

ຜູ້ຄຸ້ມຄອງເວັບເຊີເວີ ຄວນດຳເນີນການສຳຮອງຂໍ້ມູນຂອງເວັບເຊີເວີຢ່າງສະໝໍ່າສະເໝີ ໂດຍອ້າງອີງຕາມ ມາດຕະຖານຂອງ National Institute of Standard and Technology (NIST) ດັ່ງນີ້:

- ສອດຄ່ອງກັບຂໍ້ກຳນົດທາງກົດໝາຍ;
 - ສອດຄ່ອງກັບຂໍ້ຜູກພັນທາງສັນຍາ;
 - ສອດຄ່ອງກັບແນວທາງນະໂຍບາຍທີ່ກ່ຽວຂ້ອງຂອງອົງກອນ;
 - ກຳນົດຈຸດປະສົງ ແລະ ຂອບເຂດຂອງແນວປະຕິບັດ;
 - ສິດ ແລະ ຫນ້າທີ່ຂອງຜູ້ກ່ຽວຂ້ອງ;
 - ເວັບເຊີເວີທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບແນວປະຕິບັດ;
 - ຄຳນິຍາມຂອງຄຳສັບສະເພາະ ໃນທາງກົດໝາຍ ແລະ ທາງເຕັກນິກ;
 - ຄວາມສະໝໍ່າສະເໝີຂອງການສຳຮອງຂໍ້ມູນ;
 - ຂັ້ນຕອນສຳລັບຢັ້ງຢືນຂໍ້ມູນທີ່ສຳຮອງ ໄດ້ຮັບການບຳລຸງຮັກສາ ແລະ ການປ້ອງກັນ ຢ່າງເໝາະສົມ;
 - ຂັ້ນຕອນສຳລັບຢັ້ງຢືນວ່າຂໍ້ມູນໄດ້ຮັບການທຳລາຍ ຫຼື ມີການເກັບຮັກສາ ເມື່ອບໍ່ມີຄວາມຈຳເປັນໃນການ ໃຊ້ງານ
 - ຂັ້ນຕອນສຳລັບຢັ້ງຢືນວ່າຂໍ້ມູນທີ່ສຳຮອງໄວ້ ສາມາດນຳອອກມາໃຊ້ງານໄດ້ຢ່າງຖືກຕ້ອງ ໃນກໍລະນີທີ່ມີ ການຮ້ອງຂໍ;
 - ຄວາມຮັບຜິດຊອບຂອງຜູ້ທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນການ ເກັບຮັກສາ, ປ້ອງກັນ ແລະ ລຶບລ້າງຂໍ້ມູນ;
 - ລະບຸໄລຍະເວລາການເກັບຮັກສາຂໍ້ມູນແຕ່ລະປະເພດ;
 - ຫນ້າທີ່ຮັບຜິດຊອບຂອງຜູ້ສຳຮອງຂໍ້ມູນ ໃນກໍລະນີທີ່ອົງກອນມີຜູ້ຮັບຜິດຊອບວຽກງານ ດັ່ງກ່າວ.
- ລະອຽດເຂົ້າເບິ່ງເອກະສານຄັດຕິດ ຕາມລິ້ງ:

https://ws680.nist.gov/publication/get_pdf.cfm?pub_id=51222 .

2) ການເກັບຮັກສາຂໍ້ມູນຈໍລະຈອນທາງຄອມພິວເຕີ

ການເກັບຮັກສາຂໍ້ມູນຈໍລະຈອນທາງຄອມພິວເຕີ ຫຼື ຂໍ້ມູນການເຂົ້າໃຊ້ງານເວັບໄຊ ໃຫ້ປະຕິບັດຕາມ ກົດໝາຍວ່າດ້ວຍ ການປົກປ້ອງຂໍ້ມູນເອເລັກໂຕຣນິກ, ສະບັບເລກທີ 25/ສພຊ, ລົງວັນທີ 12 ພຶດສະພາ 2017.

ກະຊວງເຕັກໂນໂລຊີ ແລະ ການສື່ສານ

Ministry of Technology and Communications

ຖະໜົນລ້ານຊ້າງ, ເມືອງຈັນທະບູລີ, ນະຄອນຫຼວງວຽງຈັນ

01000, ສປປ ລາວ

ໂທ: 021 215 8779 ແຟັກ: 021 219 857

www.mtc.gov.la