

ក្រុមប្រតិបត្តិបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និង ទំនាក់ទំនង សម្រាប់បណ្តាញសង្គម



កែសម្រួលនិងបោះពុម្ពលើកទី២
ខែ កក្កដា ឆ្នាំ២០១៤

មាតិកា

សេចក្តីផ្តេងអំណរគុណ.....	1
បញ្ជីពាក្យបំព្រួញ.....	3
កំណត់ចំណាំពាក្យគន្លឹះមួយចំនួន.....	4
1. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃក្រមប្រតិបត្តិ.....	12
1.1. ហេតុអ្វីបានជាក្រមប្រតិបត្តិនេះត្រូវបង្កើតឡើង?.....	12
1.2. គោលបំណងរបស់ក្រមប្រតិបត្តិ.....	13
1.3. ព្រំដែន និងការកំណត់.....	13
1.4. ភាពញឹកញាប់នៃការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព.....	14
2. សេចក្តីផ្តើមពីបណ្តាញសង្គម.....	14
2.1. អ្វីទៅជាបណ្តាញសង្គម?.....	14
2.2. តម្លៃនៃបណ្តាញសង្គម.....	15
2.3. ការស្វែងយល់អំពីបណ្តាញសង្គម.....	16
2.4. គុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិរបស់បណ្តាញសង្គម.....	19
2.5. គន្លឹះខ្លះៗក្នុងការទាក់ទាញអ្នកអានឲ្យចូលរួម.....	20
3. ឧបករណ៍ផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមពេញនិយម.....	23
3.1. Facebook.....	23
3.2. Google+.....	23
3.3. YouTube.....	28
3.4. Line.....	30
3.5. Telegram.....	33
3.6. Instagram.....	38
3.7. Twitter.....	42

3.8. LinkedIn.....	45
3.9. Pinterest.....	47
3.10. Tumblr.....	48
4. ក្រុមសីលធម៌.....	57
4.1. ការណែនាំសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងបណ្តាញសង្គម.....	57
4.2. ការណែនាំសម្រាប់អង្គការស្ថាប័ន.....	58
4.3. ការអនុវត្តល្អបំផុតសម្រាប់ការដែលត្រូវធ្វើ និង មិនត្រូវធ្វើ.....	58
4.4. ក្រុមសីលធម៌គម្រូ.....	61
5. តើជួរធម្មនុយយ៉ាងដូចម្តេច ដើម្បីឲ្យមានការចូលរួម.....	61
5.1. ស្វែងយល់ពីក្រុមគោលដៅរបស់អ្នក.....	62
5.2. មាតិកា.....	62
5.3. កំណត់គោលដៅ.....	63
5.4. យុទ្ធសាស្ត្រមាតិកា.....	63
6. ភាពជាឯកជន និងសុវត្ថិភាព.....	66
7. ការត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ.....	70
7.1. ការកំណត់ភាពជោគជ័យ.....	70
7.2. ឧបករណ៍វាស់ស្ទង់.....	70
ឧបសម្ព័ន្ធ.....	74

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

ក្រុមប្រតិបត្តិបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនងសម្រាប់បណ្តាញសង្គមត្រូវបានរៀបចំដោយអង្គការគណៈកម្មាធិការសហប្រតិបត្តិការដើម្បីកម្ពុជា ហៅកាត់ថា (គ.ស.ក) ដែលមានការគាំទ្រដោយក្រុមទីប្រឹក្សា និងក្រុមការងារបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនង។ ក្រុមការងារទាំងពីរបានធ្វើការងារយ៉ាងជិតស្និទ្ធជាមួយទីប្រឹក្សាឯករាជ្យ ដើម្បីឲ្យប្រាកដថាក្រុមប្រតិបត្តិនេះគឺពិតជាឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការ របស់អ្នកប្រើប្រាស់ជាពិសេសអង្គការសមាជិករបស់អង្គការគណៈកម្មាធិការសហប្រតិបត្តិការ ដើម្បីកម្ពុជា។

អង្គការគណៈកម្មាធិការសហប្រតិបត្តិការដើម្បីកម្ពុជា សូមថ្លែងអំណរគុណចំពោះកិច្ចសហការជាមួយនឹង ក្រុមការងាររបស់ លោក **វិច ចំរើន** ជាទីប្រឹក្សាឯករាជ្យ មកពី ភាពដៃគូប្រឹក្សាយោបល់លើការអប់រំ និងការងារ ដែលបានជ្រើសរើសសម្រាប់ការឆ្លុះបញ្ចាំង និងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព លើក្រុមប្រតិបត្តិបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនងសម្រាប់បណ្តាញសង្គមនេះ។

អង្គការ គ.ស.ក ក៏សូមថ្លែងអំណរគុណយ៉ាងជ្រាលជ្រៅ ចំពោះ**សមាជិកក្រុមការងារបច្ចេកទេស** ដែលបានផ្តល់មតិយោបល់កែលម្អ ទៅលើគោលការណ៍ណែនាំនេះឲ្យកាន់តែមានគុណភាព និងប្រសិទ្ធភាព ដែលឆ្លើយតបទៅនឹងតម្រូវការរបស់អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលនៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ ទន្ទឹមនឹងនេះ អង្គការ គ.ស.ក ក៏សូមថ្លែងអំណរគុណដល់សហការីរបស់ខ្លួន រួមមាន៖ លោក **ស៊ីង ទីប៉ូ ប្រធានផ្នែកពង្រឹងសមត្ថភាព អ្នកស្រី កែវ ម៉ាក់ អ្នកឯកទេសសិក្សារៀនសូត្រ និងអ្នកស្រី ស៊ិន ពុទ្ធារី ប្រធានផ្នែកទំនាក់ទំនង និងអភិវឌ្ឍន៍សមាជិក** ដែលបានធ្វើការសម្របសម្រួលយ៉ាងជិតស្និទ្ធប្រកបដោយការទទួលខុសត្រូវខ្ពស់ ដើម្បីឲ្យក្រុមប្រតិបត្តិបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនងសម្រាប់បណ្តាញសង្គមនេះបានរៀបចំឡើងសម្រាប់ជាប្រយោជន៍សាធារណៈក្នុងនោះមានអង្គការសមាជិករបស់អង្គការ គ.ស.ក និងអង្គការសង្គមស៊ីវិលផ្សេងទៀត។

ជាចុងក្រោយយើងខ្ញុំសូមអរគុណ និងប្រសិទ្ធិពរជ័យជូនដល់លោក/លោកស្រីទាំងអស់ ដែលបានចូលរួមក្នុងដំណើរការឆ្លុះបញ្ចាំង និងធ្វើបច្ចុប្បន្នក្រុមប្រតិបត្តិនេះ ជួបតែសេចក្តីសុខ និងជោគជ័យគ្រប់ការកិច្ច។

សៀង សារ៉េន



នាយកប្រតិបត្តិ
គណៈកម្មាធិការសហប្រតិបត្តិការដើម្បីកម្ពុជា

លទ្ធផល

សម្រាប់រយៈពេល២ទៅ៣ឆ្នាំកន្លងមកនេះ កម្ពុជាបាននឹងកំពុងតែរីករាយជាមួយនឹងការកើនឡើង គួរឲ្យកត់សំគាល់ក្នុងវិស័យ **ឌីជីថល**។ ក្នុងឆ្នាំ២០១៧ កំណើនទិន្នន័យបានបន្តកើនឡើងក្នុងអាណាចក្រ ឌីជីថលមួយនេះ ដែលជាកត្តាសំខាន់ដ៏មួយប្រទេសនេះក្លាយជាប្រទេសយ៉ាងធំក្នុងយុគសម័យឌីជីថល។ កាលពី ឆ្នាំកន្លងទៅនេះចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណែតសកម្មក្នុងប្រទេសនេះ បាននឹងកំពុងកើនឡើង ២.១លាន នាក់។ ចំណែកអ្នកប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមយ៉ាងសកម្ម រាប់បញ្ចូលទាំងអ្នកប្រើប្រាស់តាមទូរស័ព្ទដៃវី ឆ្លាតផង បានកើនឡើង ១.៥លាននាក់ ពោលគឺកើនដល់៤.៩លាននាក់ (អ្នកប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គម យ៉ាងសកម្ម) និង៤.៤លាននាក់ (អ្នកប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមយ៉ាងសកម្មតាមទូរស័ព្ទដៃវីឆ្លាត)។
ប្រភព៖ (<http://geeksincambodia.com/cambodias-2017-social-media-digital-statistics/>)

ចំនួននៃការកើនឡើងយ៉ាងឆាប់រហ័សនេះ បាននាំឲ្យអង្គការ គ.ស.ក ពិចារណាក្នុងការធ្វើបច្ចុប្បន្ន ភាពដំណាក់កាលទីពីរនៃក្រមប្រតិបត្តិបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនងសម្រាប់បណ្តាញសង្គមនៅ **ក្នុងខែ មីនា ឆ្នាំ២០១៨** ដែលក្រមប្រតិបត្តិទី១ត្រូវបានធ្វើឡើងតាំងពីខែ ឧសភា ឆ្នាំ២០១៣។

ក្រមប្រតិបត្តិនេះ គឺជាឯកសារអនុវត្តន៍សម្រាប់អង្គការសមាជិកទាំងអស់របស់អង្គការគណៈកម្មា ធិការសហប្រតិបត្តិការដើម្បីកម្ពុជា យកទៅអនុវត្តន៍ដោយជ្រើសរើសយកកម្មវិធីដែលពាក់ព័ន្ធ ដើម្បីធ្វើការ ផ្សព្វផ្សាយសមិទ្ធផលទាំងឡាយដែលអង្គការស្ថាប័នរបស់ខ្លួនបានធ្វើដើម្បីឲ្យមានភាពប្រសើរឡើង សម្រាប់សង្គម។

ផ្នែកសំខាន់ៗនៃក្រមប្រតិបត្តិបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនងសម្រាប់បណ្តាញសង្គម រួម មាន៖ **ទិដ្ឋភាពទូទៅ, ទម្រង់, របៀបតម្លើង, របៀបប្រើប្រាស់, ក្រមសីលធម៌, ភាពជាឯកជន និងសុវត្ថិភាព និងរបៀបនៃការត្រួតពិនិត្យកម្មវិធី** ដែលយើងបានជ្រើសរើសយកមកប្រើប្រាស់។ គន្លឹះទាំងអស់នៃផ្នែក សំ ខាន់ៗភាគច្រើននេះ ត្រូវបានដកស្រង់ចេញពីអ៊ីនធឺណែត យកមកកែសម្រួល ដើម្បីផ្តោតលើក្រុមគោល ដៅអ្នកអាន ដែលមិនទាន់មានជំនាញវិជ្ជាជីវៈបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនង។

ជាការពិតមានកម្មវិធីបណ្តាញសង្គមជាច្រើន ដែលកំពុងតែប្រើប្រាស់ក្នុងបណ្តាប្រទេសផ្សេងៗ តបតាមតម្រូវការនៃបរិបទខុសៗគ្នា។ សម្រាប់បរិបទនៃប្រទេសកម្ពុជា យើងបានជ្រើសរើសយកកម្មវិធី បណ្តាញសង្គមចំនួន១០ ដែលកំពុងពេញនិយមប្រើប្រាស់ សម្រាប់ការបង្ហាញជូននូវផ្នែកសំខាន់ៗ ដែល ជាប្រភពសម្រាប់អ្នកអានយកទៅរៀនសូត្រលំអិតបន្ថែម ដើម្បីធានាបាននូវការសម្រេចគោលដៅ និង គោលបំណងអង្គការ/ស្ថាប័នរបស់ខ្លួន។

ដូច្នេះក្រមប្រតិបត្តិនេះ មិនមានអ្វីជាការរកឃើញថ្មី ចំពោះអ្នកអានដែលជាអ្នកជំនាញ បច្ចេកវិទ្យា ព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនងនោះទេ ប៉ុន្តែយើងសង្ឃឹមនឹងជឿជាក់ថា ក្រមប្រតិបត្តិបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនងសម្រាប់បណ្តាញសង្គមនេះ នឹងពិតជាផ្តល់នូវប្រភពទុនជាច្រើនសម្រាប់អ្នកអានដែលកំ ពុងតែចាប់ផ្តើមរៀនសូត្រ ក្រេបចំណេះដឹងលើបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា យកទៅអនុវត្តន៍ទាញយកផល ចំណេញពីការវិវត្តឥតឈប់ឈររបស់បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនងដែលកំពុងតែរីកចម្រើនជា រៀងរាល់ថ្ងៃ។

បញ្ជីពាក្យបំព្រួញ

គ.ស.ក	គណៈកម្មាធិការសហប្រតិបត្តិការដើម្បី កម្ពុជា
#	Hashtags
HTML	Hypertext Markup Language
ICT	Information Communication Technology
iOS	iPhone Operating System
IP	Internet Protocol
IT	Information Technology
NGOs	Non-Government Organization
OS	Operating System
VoIP	Voice over Internet Protocol
URL	Universal Resource Locator
SEO	Search Engine Optimization

កំណត់ចំណាំពាក្យគន្លឹះមួយចំនួន

Applications Program	គឺជាកម្មវិធីកុំព្យូទ័រមួយដែលត្រូវបានបង្កើតឡើង ដើម្បីសម្របសម្រួលក្រុមមុខងារ កិច្ចការ ឬសកម្មភាព ដើម្បីជាប្រយោជន៍ដល់អ្នកប្រើប្រាស់
Blogs	គឺជាការពិភាក្សា ឬគេហទំព័រព័ត៌មាន ដែលបានបោះពុម្ពផ្សាយនៅលើ World Wide Web ដែលផ្ទុកដាច់ដោយឡែកនូវព័ត៌មានប្រចាំថ្ងៃ ដែលមានលក្ខណៈជាការបញ្ចូលអត្ថបទ។
Data Dashboard	គឺជាឧបករណ៍គ្រប់គ្រងព័ត៌មាន ដែលតាមដានមើលវិភាគ និងបង្ហាញសូចនាករ ការអនុវត្តសំខាន់ (KPI) រង្វាស់ម៉ែត្រ និងជាចំណុចទិន្នន័យសំខាន់ៗ ដើម្បីតាមដានសុខភាពនៃអាជីវកម្ម ផ្នែក ឬដំណើរការជាក់លាក់ណាមួយ។
Hashtags (#)	គឺជាប្រភេទនៃ metadata tag ដែលបានប្រើនៅលើបណ្តាញសង្គមដូចជា Twitter និងសេវាកម្ម micro blogging ផ្សេងទៀត ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់សកម្មដាក់ពាក្យសុំ ដោយអ្នកប្រើប្រាស់បង្កើត tagging ដែលអាចធ្វើទៅបានសម្រាប់ភាពងាយស្រួលក្នុងការស្វែងរកនូវសារភ្ជាប់ជាមួយនឹងប្រធានបទ ឬមតិកាជាក់លាក់។ វាអនុញ្ញាតឱ្យមានភាពងាយស្រួល សម្គាល់ភាពត្រឹមត្រូវនៃរបស់អ្វីមួយដែលកំពុងពេញនិយម ដោយមិនចាំបាច់មានការរៀបចំ ឬភាសាសម្គាល់ណាមួយ។
iOS	គឺជាប្រព័ន្ធប្រតិបត្តិការទូរស័ព្ទចល័តដែលត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយក្រុមហ៊ុន Apple Inc
Internet Protocol (IP)	អាសយដ្ឋានផ្លូវការអ៊ិនធឺណែត គឺជាស្លាកលេខ ដែលបានផ្តល់ឱ្យឧបករណ៍នីមួយៗដែលភ្ជាប់ទៅនឹង បណ្តាញកុំព្យូទ័រ ដែលប្រើអ៊ិនធឺណែតផ្លូវការសម្រាប់ការទំនាក់ទំនង។
Reblog	គឺជាយន្តការក្នុងការសរសេរឬក ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ដាក់មតិកាអត្ថបទរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ម្នាក់ទៀតដោយបង្ហាញប្រភពនៃការបង្ហោះរឿងនោះរបស់អ្នកប្រើផ្សេងទៀត។
Search Engine Optimization (SEO)	គឺជាដំណើរការ នៃការប៉ះពាល់ដល់ភាពមើលឃើញ នៅលើបណ្តាញនៃគេហទំព័រ ឬទំព័របណ្តាញមួយ ដែលនៅមិនបង់ប្រាក់ ហើយជាញឹកញាប់សំដៅទៅជាលទ្ធផលធ្វើឡើងដោយមិនបង់ប្រាក់។
Social Media	បច្ចេកវិទ្យាកុំព្យូទ័រសម្រាប់ផ្សារភ្ជាប់ទំនាក់ទំនង ដែលជួយសម្រួលដល់ការបង្កើត និងការចែករំលែកព័ត៌មានគំនិត ចំណាប់អារម្មណ៍មុខរបរ និងទម្រង់នៃការបញ្ចេញមតិផ្សេងៗ តាមរយៈសហគមន៍និម្មិត និងបណ្តាញ។
VoIP	គឺជាវិធីសាស្ត្រ និងក្រុមបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ការផ្តល់នូវសម្លេងទំនាក់ទំនង និងជាផ្នែកពហុព័ត៌មានគ្របដណ្តប់នៅលើបណ្តាញអ៊ិនធឺណែតផ្លូវការ។
virtual communities	គឺជាបណ្តាញសង្គមផ្ទាល់ខ្លួន ដែលធ្វើអន្តរកម្មតាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមជាក់លាក់ដែលអាចឆ្លងកាត់ព្រំដែនភូមិសាស្ត្រ និងនយោបាយ ដើម្បីសម្រេចបានផលប្រយោជន៍ ឬគោលដៅទៅវិញទៅមក។

URL	ទីតាំងរកព័ត៌មានជាក់លាក់ ដែលត្រូវបានគេហៅថាអាសយដ្ឋានគេហទំព័រ គឺយោងទៅនឹងធនធានគេហទំព័រដែលបញ្ជាក់ពីទីតាំងរបស់វានៅលើបណ្តាញកុំព្យូទ័រ និងយន្តការសម្រាប់ទាញវាយកមក។
Web 2.0	វេបសាយ 2.0 សំដៅទៅលើ World Wide Web websites ដែលសង្កត់ធ្ងន់លើមតិកាដែលបង្កើតដោយអ្នកប្រើដែលអាចប្រើប្រាស់បាន និងអន្តរប្រតិបត្តិការសម្រាប់អ្នកដែលជាអ្នកប្រើចុងក្រោយ។

1. ទិដ្ឋភាពទូទៅនៃក្រមប្រតិបត្តិ

1.1. ហេតុអ្វីបានជាក្រមប្រតិបត្តិនេះត្រូវបង្កើតឡើង?

អង្គការគណៈកម្មាធិការសហប្រតិបត្តិការដើម្បីកម្ពុជា ហៅកាត់ថា (គ.ស.ក) គឺជាអង្គការសមាជិកភាពដែលមានទាំងអង្គការជាតិ និងអង្គការអន្តរជាតិប្រមាណជា១៧០នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ អង្គការគ.ស.ក បានដើរតួនាទីពិសេសចម្បងតាំងពីឆ្នាំ១៩៩០ សម្រាប់បង្កលក្ខណៈងាយស្រួលក្នុងការសម្របសម្រួលអង្គការសង្គមស៊ីវិល ធ្វើការងាររួមគ្នាប្រកបដោយទំនួលខុសត្រូវ គណនេយ្យភាព អភិបាលកិច្ចល្អបរិយាកាសអំណោយផល និងនិរន្តរភាពអង្គការសង្គមស៊ីវិល នៅក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។

វេទិកាសិក្សារៀនសូត្របច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនង គឺជាផ្នែកមួយនៃការកសាងសមត្ថភាពសម្រាប់អង្គការសមាជិករបស់ គ.ស.ក ចែករំលែកនូវ ចំណេះដឹង ជំនាញ និងបទពិសោធន៍ពីគ្នាទៅវិញទៅមក។ វេទិកានេះក៏ជាកន្លែង ដែលអង្គការសមាជិកមកពីស្ថាប័នខុសៗគ្នា តែបំពេញការងារលើវិស័យដូចគ្នា បានមករៀនសូត្រ និងរីកចម្រើនទាំងអស់គ្នា ដើម្បីធ្វើឲ្យប្រសើរឡើង ក្នុងការផ្តល់គុណភាពសេវាកម្មដល់ក្រុមគោលដៅការងារនៅតាមមូលដ្ឋាន។

វេទិកាសិក្សារៀនសូត្រនេះ គឺស្ថិតនៅក្រោមការគាំទ្រផ្តល់បច្ចេកទេស ដោយក្រុមទីប្រឹក្សា និងក្រុមការងារបច្ចេកព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនង ដែលមានសមាជិកពី ៨ ទៅ ១០រូប។ ក្រុមទាំងពីរនេះបានដើរតួនាទីយ៉ាងសំខាន់ ក្នុងការផ្តល់យុទ្ធសាស្ត្រ និងបច្ចេកទេសគាំទ្រដល់អង្គការស្ថាប័ននៅតាមសហគមន៍ ក្នុងការទាញយកប្រយោជន៍ពីបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនង ដែលមានការរីកចម្រើនពីមួយថ្ងៃទៅមួយថ្ងៃ។

ក្នុងខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៣ ក្រុមការងារបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនង បានបង្កើតនូវក្រមប្រតិបត្តិបណ្តាញសង្គម ដែលបានប្រើប្រាស់កន្លងមក រួមមាន៖ **កម្មវិធីហ្វេសប៊ុក** ជាដើម ដើម្បីធានាថាអង្គការសមាជិករបស់គ.ស.ក ប្រើប្រាស់ក្នុងការធ្វើឲ្យមានភាពប្រសើរឡើងនូវការងាររបស់គេ។ រយៈពេល៥ឆ្នាំបើគិតមកដល់ឆ្នាំ២០១៨នេះ ហើយជារយៈពេលមួយដែលពិចារណាក្នុងការធ្វើការឆ្លុះបញ្ចាំង និងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពឡើងវិញ នូវក្រមប្រតិបត្តិបណ្តាញសង្គមនេះ ហើយនេះជាហេតុផល ដែល គ.ស.ក តាមរយៈក្រុមទីប្រឹក្សា និងក្រុមការងារបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនង ធ្វើការជិតស្និទ្ធជាមួយនឹង ក្រុមការងាររបស់លោក **រិច ចំរើន ទីប្រឹក្សាឯករាជ្យ** មកពីដៃគូប្រឹក្សាយោបល់លើការអប់រំ និងការងារ ដើម្បីរួមគ្នាធ្វើការឆ្លុះបញ្ចាំង ធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពនូវឯកសារនេះឡើងវិញ។

1.2. គោលបំណងរបស់ក្រុមប្រតិបត្តិ



ការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពលើក្រុមប្រតិបត្តិបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនងសម្រាប់បណ្តាញសង្គមថ្មីនេះគឺមានគោលបំណងធ្វើឲ្យមានភាពកាន់តែងាយស្រួលដល់អ្នកអានជាក្រុមគោលដៅ ដើម្បីឲ្យពួកគាត់ងាយយល់មានជម្រើសច្រើនងាយយកទៅអនុវត្តបាន ដើម្បីធ្វើការផ្សព្វផ្សាយឲ្យកាន់តែទូលំទូលាយនូវសកម្មភាព សមិទ្ធផល ការចូលរួមនានារបស់ខ្លួន ក្នុងនាមជាអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ដែលកំពុងអនុវត្តន៍លើវិស័យចម្រុះផ្សេងគ្នា តែមានគោលដៅតែមួយជាមួយនឹងរាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជា ធ្វើយ៉ាងណាឲ្យកម្ពុជាមានភាពរីកចម្រើន ហើយប្រជាពលរដ្ឋខ្មែរទទួលបានផលយ៉ាងពិតប្រាកដពីដំណើរការនៃការរីកចម្រើននេះ។

ក្នុងចំណោមអង្គការសមាជិកជាង១៧០អង្គការ ដែលជាសមាជិករបស់អង្គការគណៈកម្មាធិការសហប្រតិបត្តិការដើម្បីកម្ពុជា គឺមានទាំងអង្គការជាតិ និងអន្តរជាតិហើយក្រុមប្រតិបត្តិបណ្តាញសង្គមថ្មីនេះគឺផ្ដោតសំខាន់លើសមាជិកជាអង្គការជាតិ ដែលធនធាននៅមានកម្រិតក្នុងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីរួមចំណែកសម្រេចបានគោលដៅរបស់អង្គការ ជាពិសេសទៅទៀត ក្រុមនេះគឺសាកសមប្រើប្រាស់សម្រាប់បុគ្គលិកជាអ្នកទទួលខុសត្រូវ តែមិនមានជំនាញអាជីពជាអ្នកបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា។

1.3. ព្រំដែន និងការកំណត់



ក្រុមប្រតិបត្តិបណ្តាញសង្គមនេះ ត្រូវបានធ្វើបច្ចុប្បន្នឲ្យស្របជាមួយនឹងបម្រែបម្រួលនៃការរីកចម្រើនរបស់កម្មវិធីនីមួយៗ ហើយមិនមែនកម្មវិធីបណ្តាញសង្គមទាំងអស់ត្រូវបានដាក់បញ្ចូល ក្នុងក្រុមប្រតិបត្តិនេះទេ គឺមានតែកម្មវិធីមួយចំនួនប៉ុណ្ណោះ ដែលកំពុងពេញនិយមប្រើប្រាស់ក្នុងសង្គមយើងបច្ចុប្បន្ននេះដូចជា៖ **Facebook, Google+, YouTube, Line, Telegram, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest and Tumblr**។

នៅក្នុងកម្មវិធីនីមួយៗត្រូវធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពឡើងវិញ មានបរិយាយពីលក្ខណៈទូទៅ លក្ខណៈពិសេសកម្មវិធី ការតម្លើងកម្មវិធី របៀបប្រើប្រាស់ ក្រុមសីលធម៌ របៀបក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ មាតិកាអត្ថបទ សុវត្ថិភាព ការប្រើប្រាស់ ការត្រួតពិនិត្យនិងវាយតម្លៃ។ នៅក្នុងការបរិយាយពីលក្ខណៈពិសេសកម្មវិធី និងការតម្លើងកម្មវិធី ព្រមទាំងរបៀបនៃការប្រើប្រាស់ គឺមិនត្រូវបានបរិយាយ

	<p>លំអិតឡើយ គឺយើងនឹងប្រាប់ពីគន្លឹះសំខាន់ៗជាទុនសម្រាប់ការយកទៅស្រាវជ្រាវបន្ថែម ដែលនេះជាវិធីដែលអ្នកអានបង្កើនសមត្ថភាពរបស់ខ្លួនបានយ៉ាងប្រសើររដ្ឋាភិបាលលើកម្មវិធីណា ដែលសមស្របសម្រាប់អង្គការរបស់ខ្លួន។</p>
--	---

1.4. ភាពញឹកញាប់នៃការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព

ពីមួយថ្ងៃទៅមួយថ្ងៃ បច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យាមានការរីករចម្រើនឥតឈប់ឈរ ហើយប្រសិនបើអាចធ្វើបាន ក្រុមប្រតិបត្តិបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនងសម្រាប់បណ្តាញសង្គមនេះ គួរធ្វើឡើងជារៀងរាល់ឆ្នាំ ប្រសិនបើអង្គការស្ថាប័នមានធនធានទាំងថវិកា និងបុគ្គលិកទទួលខុសត្រូវ។

2. សេចក្តីផ្តើមពីបណ្តាញសង្គម



2.1. អ្វីទៅជាបណ្តាញសង្គម?

បណ្តាញសង្គម គឺជាបច្ចេកវិទ្យាដែលសម្របសម្រួលដោយកុំព្យូទ័រជួយសម្រួលដល់ការបង្កើត និងចែករំលែកព័ត៌មាន គំនិត ចំណាប់អារម្មណ៍ពីការងារ និងទម្រង់នៃការបញ្ចេញមតិផ្សេងៗទៀត តាមរយៈសហគមន៍ និងបណ្តាញនិម្មិត (វេប៊ី)។

ភាពខុសគ្នានៃសេវាកម្មបណ្តាញសង្គម ដែលឈរតែឯកឯង និងសេវាផ្សព្វផ្សាយសង្គម ដែលភ្ជាប់ជាមួយ អាចប្រើបានបច្ចុប្បន្ននេះ ធ្វើឲ្យមានការលំបាកក្នុងការកំណត់និយមន័យ ។ ទោះបីយ៉ាងណាក៏ដោយវាមានលក្ខណៈទូទៅរួមមួយចំនួន៖

- 1). បណ្តាញសង្គម គឺជាកម្មវិធីដែលមានមូលដ្ឋានលើអ៊ីនធឺណែតវែប២.០ ដែលមានអន្តរអំពើ
- 2). មាតិកាដែលបង្កើតដោយអ្នកប្រើប្រាស់ដូចជាការផុស ឬមតិយោបល់ រូបភាព ឬវីដេអូខ្លីដ៏ថ្លៃ និងទិន្នន័យដែលបានបង្កើតតាមរយៈអន្តរកម្មលើអ៊ីនធឺណែត ទាំងអស់គឺជាសរសៃឈាមនៃបណ្តាញសង្គម

- 3). អ្នកប្រើប្រាស់បង្កើតប្រវត្តិរូបជាក់លាក់ជាសេវាកម្មសម្រាប់វេបសាយ ឬកម្មវិធីដែលត្រូវបានរចនានិងថែរក្សាដោយស្ថាប័នបណ្តាញសង្គម
- 4). បណ្តាញសង្គម ជួយសម្រួលដល់ការអភិវឌ្ឍបណ្តាញសង្គមអនឡាញ ដោយភ្ជាប់ប្រវត្តិរូបរបស់អ្នកប្រើប្រាស់ជាមួយប្រវត្តិរូបរបស់បុគ្គល ឬក្រុមផ្សេងទៀត។



2.2. តម្លៃនៃបណ្តាញសង្គម

បណ្តាញសង្គម អនុញ្ញាតឲ្យអង្គការមិនសំដៅរកប្រាក់ចំណេញ បង្កើនការយល់ដឹងអំពីបេសកកម្មរបស់ពួកគេ បង្កើនអានុភាពរបស់ពួកគេ និងពង្រឹងអានុភាពអ្នកគាំទ្ររបស់ពួកគេ ដើម្បីជួយផ្សព្វផ្សាយសាររបស់ពួកគេ។



បណ្តាញសង្គមតាមធម្មតាអាចជួយអង្គការមិនសំដៅរកប្រាក់ចំណេញ សម្រេចបាននូវគោលដៅទំនាក់ទំនងរបស់ពួកគេ។ បណ្តាញធំ និងសម្បូរវែប ដែលមាននៅក្នុងបណ្តាញសង្គម និងសក្តានុពលក្នុងការបង្កើតបណ្តាញថ្មីដោយប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គម គឺជាចំណុចសំខាន់សម្រាប់អង្គការមិនរកប្រាក់កម្រៃដើម្បីទាក់ទងជាមួយបណ្តាញរបស់ពួកគេ។ ខាងក្រោមនេះគឺជាអត្ថប្រយោជន៍ទាំង១០របស់បណ្តាញសង្គមសម្រាប់អង្គការមិនរកប្រាក់ចំណេញ។



1. រៀនអំពីអ្វីដែលអ្នកគាំទ្ររបស់អ្នកកំពុងនិយាយ និងចែករំលែកអំពីអង្គការរបស់អ្នក
2. ជម្រុញឲ្យមានចរាចរណ៍ទៅកាន់សម្បត្តិវៃប្រែប្រួលរបស់អ្នក - វេបសាយ ប្លុក ហ្វេសប៊ុក។ ល។
3. ធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវលទ្ធផលលើទំព័រលទ្ធផល Search Engine ជាមួយនឹងមតិកាសម្បូរបែបនៃពាក្យគន្លឹះ
4. ជម្រុញនាំអ្នកទស្សនាទៅកាន់ទំព័រវិច្ឆ័យតាមអ៊ីនធឺណែត
5. ធ្វើឲ្យអ្នកគាំទ្រចែកចាយសារអំពីអង្គការអ្នកតាមរយៈទំព័រណែនាំសង្គមរបស់ពួកគេ
6. ផ្តល់អានុភាពដល់អ្នកគាំទ្រ ដែលមានទឹកចិត្ត និងមានឥទ្ធិពលបំផុតរបស់អ្នក ដើម្បីលើកកម្ពស់ផ្សព្វផ្សាយអង្គការរបស់អ្នក
7. បង្កឱ្យមានចលនាមូលដ្ឋានអាចឆ្លើយតបបានយ៉ាងឆាប់រហ័ស និងទាន់ពេលទៅនឹងព្រឹត្តិការណ៍ដែលមិនអាចទស្សន៍ទាយបាន
8. ធ្វើឱ្យអង្គការរបស់អ្នកមានភាពរស់រវើកដោយមិនកម្រិតវិធីសាស្ត្រប្រាស្រ័យទាក់ទងឬសារតាមបែបប្រពៃណីធម្មតាទេ
9. ទទួលបានទំនាក់ទំនងថ្មី និងបង្កើតបញ្ជីទិន្នន័យអ៊ីម៉ែលរបស់អ្នក
10. បង្កើនការទុកចិត្ត និងភាពស្មោះត្រង់ពីអ្នកគាំទ្ររបស់អ្នកដោយអនុញ្ញាតឱ្យពួកគេចែករំលែកសម្លេងរបស់ពួកគេតាមរយៈវេទិកាផ្តល់យោបល់។

2.3. ការស្វែងយល់អំពីបណ្តាញសង្គម

ការយល់ដឹងពីទិដ្ឋភាពបណ្តាញសង្គម អាចជួយឱ្យអង្គការនានាជម្រុញខ្លួនឯងដើម្បីរៀបចំយុទ្ធសាស្ត្របណ្តាញសង្គមដ៏រឹងមាំ និងចូលរួមប្រកបដោយទំនុកចិត្តលើអនឡាញ(online)។ យើងនឹងផ្តោតទៅលើផ្នែកសំខាន់ៗមួយចំនួនដូចជាការផ្លាស់ប្តូរព័ត៌មាន បណ្តាញ និងការផ្លាស់ប្តូរការគ្រប់គ្រង និងដំណោះស្រាយ។

➢ ការផ្លាស់ប្តូរព័ត៌មាន



បណ្តាញសង្គមបានផ្លាស់ប្តូររបៀប ដែលអ្នកយកព័ត៌មានប្រមូលនិងរាយការណ៍ព័ត៌មាន វិធីដែលអ្នកអានប្រមូលព័ត៌មាន និងលក្ខណៈនៃអន្តរកម្មរវាងសាធារណៈនិងអង្គការ។ ឧបករណ៍បណ្តាញសង្គមអនុញ្ញាតឱ្យមនុស្សជាច្រើននាក់ទាក់ទងគ្នាបានក្នុងលំហឌីជីថល (Digital) រួមមួយមិនថាពួកគេនៅទីណាទូទាំងពិភពលោក។

➢ បណ្តាញ



បណ្តាញសង្គមអនុញ្ញាតឱ្យបុគ្គលម្នាក់ៗ រាប់បញ្ចូលទាំងអ្នកគាំទ្រអង្គការមិនរកប្រាក់ចំណេញអាចទំនាក់ទំនងគ្នា ចែកចាយ និង សហការគ្នា តាមរបៀបថ្មី បង្កើតបណ្តាញ ដែលមានតែមួយ និងប្លែកៗពីគ្នា នៅក្នុងពិភពអនឡាញ (online)។

➢ ផ្លាស់ប្តូរក្នុងការផ្តោតអារម្មណ៍ និងការគ្រប់គ្រង



ការផ្លាស់ប្តូរទម្រង់ថ្មីនៃបណ្តាញអនឡាញ មានទាំងបណ្តាញសង្គមបានបង្កើតដល់ចំណុចធ្វើការផ្សាយបន្តផ្ទាល់បានលើអ៊ិនធើណែត។ ការទំនាក់ទំនងរបស់ស្ថាប័ន ត្រូវបានធ្វើឱ្យមាន លក្ខណៈប្រជាធិបតេយ្យ ដែលអ្នកប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមគ្រប់គ្រងការសន្ទនាអំពីប្រេនដ៍របស់ស្ថាប័ន។ ជាទូទៅអង្គការមិនរកប្រាក់ចំណេញត្រូវបានណែនាំឱ្យបង្កើតប្រេនដ៍យីហោ និងទាក់ទាញមូលនិធិបានដោយសារកេរ្តិ៍ឈ្មោះ(ក្រេឌីដ)នៃការងាររបស់ខ្លួន ហើយពួកគេក៏ត្រូវតែដោះស្រាយការផ្លាស់ប្តូរអំណាច គ្រប់គ្រង បណ្តាញសង្គមរបស់ខ្លួន។

➢ ដំណោះស្រាយ



ជារួម បណ្តាញសង្គមបានផ្លាស់ប្តូររបៀប ដែលអង្គការមិនរកប្រាក់ចំណេញអាចលើកកម្ពស់ការផ្លាស់ប្តូរសង្គម។ បរិយាកាសដែលអង្គការមិនរកប្រាក់ចំណេញធ្វើការ គឺមានភាពសុគតស្មាញ ដូច្នេះបណ្តាញអ៊ីនធើណែត ដើរតួនាទីជាស្នូល ខណៈដែលអ្នកពាក់ព័ន្ធចង់បានការចូលរួមកាន់តែច្រើនក្នុងសកម្មភាពរបស់អង្គការ។ដោយសារទិដ្ឋភាពនេះ មានកត្តាសំខាន់ៗពីរ ដែលអង្គការត្រូវត្រូវបានលើកទឹកចិត្តតាមរយៈបណ្តាញសង្គមរួមមាន៖ ការស្តាប់ និងការបាត់បង់ការត្រួតពិនិត្យ។

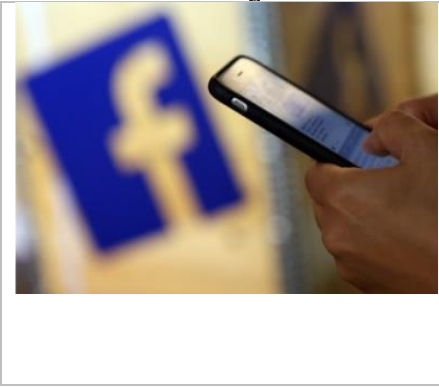
ឥរិយាបថទាំងនេះនឹងត្រូវបានពន្យល់ដូចខាងក្រោមនេះដោយបង្ហាញពីឧទាហរណ៍នៃយុទ្ធសាស្ត្របណ្តាញសង្គមដែលរួមបញ្ចូលកត្តាទាំងនេះដោយជោគជ័យ។

➢ ការស្តាប់



ដោយសារបណ្តាញសង្គម ផ្តល់ឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់គ្រប់រូបនូវអំណាចបញ្ចេញយោបល់ ពិនិត្យឡើងវិញនិងបោះពុម្ពផ្សាយ អង្គការត្រូវនិយាយតិចជាងមុន និងពឹងផ្អែកលើការស្តាប់ ដើម្បីបង្កើតប្រេនដំរបស់ពួកគេ។ តាមរយៈការស្តាប់ប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព អង្គការអាចធ្វើការសម្រេចចិត្តសមស្របអំពីរបៀបចូលរួម និងឆ្លើយតបដែលនឹងបង្កើនការពេញចិត្តដល់អ្នកតាមដាន និងអ្នកគាំទ្រអង្គការ។

➢ បាត់បង់ការត្រួតពិនិត្យ



ដោយហេតុថាអ្នកប្រើប្រាស់គ្រប់គ្រងការសន្ទនា នៅលើបណ្តាញសង្គម អង្គការត្រូវតែទាញយកអត្ថប្រយោជន៍ពីការបាត់បង់ក្នុងការត្រួតពិនិត្យរបស់ពួកគេ ដោយធ្វើការបង្កើនការសហការលើគំនិតចំណេះដឹងមាតិកា ការចនា និងផលិតផល។ ទាំងនេះពាក់ព័ន្ធនឹងការបង្កើតនូវស្មារតីសហកម្មសិទ្ធិ លើការសម្រេចចិត្តរបស់អង្គការមួយដែលអាចត្រូវបានសម្របសម្រួលដោយការស្តាប់ (មើលខាងលើ) ការបើកចំហ និងភាពស្មោះត្រង់ពិតប្រាកដ។

➢ គម្រូនៃការផ្សារភ្ជាប់





ធ្វើការដើម្បីស្វែងរកការសន្ទនានៅលើបណ្តាញទាំងនេះ ស្តាប់ការសន្ទនាទាំងនេះ និងចូលរួម (ជាជាងការផ្សាយសារព័ត៌មាន) ។ អង្គការមិនរកប្រាក់ចំណេញគួរតែផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់តិចជាងមុនលើការរីកចម្រើនរបស់ខ្លួន និងបន្ថែមការយកចិត្តទុកដាក់ច្រើនជាងមុនទៅលើការបង្កើតបណ្តាញរបស់ពួកគេ។

2.4. គុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិរបស់បណ្តាញសង្គម



ទោះបីបណ្តាញសង្គមមានគុណវិបត្តិមួយចំនួន ដែលយើងគួរតែយល់ដឹង ក៏ប៉ុន្តែ វានៅតែមាន គុណសម្បត្តិច្រើនជាងគុណវិបត្តិ។ តារាងនេះបង្ហាញពីគុណសម្បត្តិ និងគុណវិបត្តិរបស់បណ្តាញសង្គម៖

គុណសម្បត្តិ 	គុណវិបត្តិ 
<p>ប្រជាធិបតេយ្យភាព៖ អ្នកណាក៏អាចជាអ្នកសារព័ត៌មានបាន។ នៅអារ៉ាប់ស្ត្រីង បុគ្គលឯកជនបានប្រើបណ្តាញសង្គមដើម្បីផ្សព្វផ្សាយអំពីការគាបសង្កត់របស់រដ្ឋាភិបាល។</p>	<p>ព័ត៌មានច្រើនលើសលប់៖ ដោយសារតែអ្នកណាក៏អាចប្រើបណ្តាញសង្គម ព័ត៌មានមិនទាក់ទងច្រើនត្រូវបានបង្កើតឡើង ។ ព័ត៌មានដែលទាក់ទងនឹងភាពសំខាន់អាចបាត់បង់នៅក្នុងលំហូរព័ត៌មាន។</p>
<p>ការចូលរួមដោយផ្ទាល់៖ ប្រជាជនទទួលបានបណ្តាញដែលពួកគេអាចទាក់ទងដោយផ្ទាល់ជាមួយអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលឬក្រុមហ៊ុនមួយ ដើម្បីផ្លាស់ប្តូរព័ត៌មានពិភាក្សាអំពីបញ្ហាមួយ ឬធ្វើឲ្យពួកគេទទួលខុសត្រូវចំពោះសកម្មភាពរបស់ពួកគេ។ អង្គការរដ្ឋាភិបាលក្រុមហ៊ុនមានលទ្ធភាពអាចទាក់ទងទៅនឹងភ្ញៀវរបស់ពួកគេ។</p>	<p>ទំនាក់ទំនងលើកចំហ៖ ប្រតិកម្មរបស់អ្នកមើលជាញឹកញាប់នឹងត្រូវបានឃើញភ្លាមៗជាសាធារណៈ។ សូមធ្វើការឆ្លើយតប និងផ្លាស់ប្តូរស្ថាប័នរបស់អ្នកប្រសិនបើមានការរិះគន់ជាហូរហែរ ហើយនេះជាអ្វីដែលពេលខ្លះមានការលំបាកខ្លាំងសម្រាប់ស្ថាប័នដែលមានលក្ខណៈមិនទាន់សម័យ។</p>
<p>បណ្តាញ៖ អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលមួយអាចចេញសាររបស់ខ្លួនហើយផ្សព្វផ្សាយវាដោយខ្លួនឯង ក្នុងវិធីដែលមានតំលៃថោក ឥតគិតថ្លៃ វៃឆ្លាត ទំនើប និងងាយស្រួល។ រាល់តម្រូវការបណ្តាញសង្គម ជាឧបករណ៍ដ៏អស្ចារ្យមួយដើម្បីស្វែងរកម្ចាស់ជំនួយ និងដៃគូដែលមានសក្តានុពល ដើម្បីធ្វើឱ្យមានការយល់ដឹងអំពីមូលហេតុការងាររបស់អ្នក។</p>	<p>សុចរិតភាពផ្ទាល់ខ្លួន៖ បណ្តាញសង្គមមួយចំនួនផ្ទុកនិងចែករំលែកព័ត៌មានមិនថាពួកគេចូលចិត្តឬអត់។ ព័ត៌មានផ្ទាល់ខ្លួនខ្លះ គឺជាព័ត៌មានមិនត្រឹមត្រូវឬក្លែងក្លាយ។</p>

<p>ដំណោះស្រាយបញ្ហាសាធារណៈ៖ ប្រសិនបើអ្នកដោះស្រាយបញ្ហាមួយសម្រាប់មើល ហើយបញ្ហានេះមានសុពលភាពសម្រាប់មើល ដទៃទៀត នោះអ្នកអាចធ្វើការផ្សព្វផ្សាយជារួមទាំងអស់តែម្តងយ៉ាងងាយស្រួលតាមរយៈបណ្តាញសង្គម។ ក្រៅពីនោះ អ្នកមើល ដទៃទៀតអាចមើលឃើញថាអ្នកយកចិត្តទុកដាក់ខ្លាំងចំពោះពួកគេ។</p>	<p>ការចំណាយពេលវេលា៖ ដើម្បីប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមឲ្យមានប្រសិទ្ធភាពបំផុត អ្នកប្រើប្រាស់ត្រូវខំប្រឹងប្រែងក្នុងការបង្ហោះ។ វាជាការសំខាន់ណាស់ដើម្បីតាមដានអត្ថបទ និងអន្តរអំពើដែលកើតឡើង។</p>
<p>អ្នកប្រើប្រាស់សក្តានុពលឬអ្នកមើលថ្មី៖ ជាមួយនឹងបណ្តាញសង្គមអ្នកមើល និងអ្នកគាំទ្រអាចជួយគ្នាទៅវិញទៅមកជំនួសឱ្យប្រការដែលថាចំណេះដឹង និងអន្តរអំពើទាំងអស់គឺមានតែនៅផ្នែកសេវាកម្ម។</p>	<p>ការជំរុញការទៅដល់៖ បណ្តាញសង្គមមួយចំនួនកំណត់ព្រំដែននៃការទៅដល់នៃការបង្ហោះរឿងអ្វីមួយរបស់អ្នក។ អ្នកត្រូវតែបង់ប្រាក់ដើម្បីអោយការបង្ហោះរបស់អ្នកទៅដល់មើលច្រើន។</p>
<p>ការស្តាប់សង្គម៖ តាមរយៈការស្តាប់ការលើកឡើងអំពីប្រេនដ៍ របស់អ្នក (និងប្រេនដ៍របស់អ្នកប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក) អ្នកអាចសម្របខ្លួនតាមសេចក្តីប្រាថ្នារបស់អ្នកអានលឿនជាងមុន ហើយ អភិវឌ្ឍន៍ផលិតផល ឬសេវាកម្មថ្មីៗ ដើម្បីជួយដោះស្រាយបញ្ហា បង្កើតភាពជាដៃគូជាដើម។</p>	<p>ឯកជនភាព៖ ត្រូវប្រុងប្រយ័ត្នជាមួយទិន្នន័យដែលអ្នកទទួល ឬប្រើប្រាស់នៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម។ ប្រទេសខ្លះមានច្បាប់ឯកជនភាពតឹងរ៉ឹងណាស់។</p>

2.5. គន្លឹះខ្លីៗក្នុងការទាក់ទាញអ្នកអនុវត្តចូលរួម



- ខាងក្រោមនេះជាគន្លឹះខ្លះៗអំពីរបៀបភ្ជាប់អ្នកមើល តាមរយៈវេបសាយបណ្តាញសង្គមរបស់អ្នក៖
- **កំណត់គោលដៅអ្នកមើលរបស់អ្នក៖** កំណត់ទិសដៅទៅលើអ្នក ដែលមានទំនាក់ទំនងរួចជាមួយអង្គការរបស់អ្នក (បញ្ជីសារអេឡិចត្រូនិច, ម្ចាស់ជំនួយ និងភាគីពាក់ព័ន្ធច្រើនៗ) និងកំណត់រកព័ត៌មានត្រឹមត្រូវដើម្បីចែករំលែកជាមួយពួកគេ អង្គការមិនរកប្រាក់កម្រៃ ដែលមានអ្នកគាំទ្រដ៏ស្មោះត្រង់មួយចំនួន គឺល្អជាងអ្នកដែលមានមនុស្សរាប់រយនាក់ប៉ុន្តែពួកគេមិនមានការចូលរួមពិតប្រាកដ។ ស្វែងរកគោលដៅអ្នកមើលរបស់អ្នក ហើយផ្តោតទៅលើពួកគេ។

- ធ្វើសារត្រឹមត្រូវទៅគោលដៅអ្នកមើល តាមរយៈឆានែលដែលត្រឹមត្រូវ៖ ចំណាយពេលវេលាបង្កើតមាតិកា ឬផុសសម្រាប់ក្រុមគោលដៅរបស់អ្នក
- ឈានមួយជំហានមុនដើម្បីធ្វើអន្តរអំពើរ៖ ដៃគូនិងម្ចាស់ជំនួយប្រហែលជាមិនមករកអ្នកទេ។ ដូច្នោះអង្គការរបស់អ្នកត្រូវតែចាប់ផ្តើមមុន។ នៅលើហ្វេសប៊ុកអ្នកអាចចូលចិត្តទំព័ររបស់នរណាម្នាក់ដែលអ្នកចង់បង្កើតបណ្តាញជាមួយជាលើកដំបូង។ ទាក់ទងពួកគេហើយនិយាយថាអ្នកមានវត្តមាន។ ឬធ្វើការតាមដានលើទំព័រអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ហើយប្រសិនបើពួកគេបង្ហោះរឿងអ្វីមួយដែលគួរឲ្យចាប់អារម្មណ៍ និងទាក់ទងនឹងការងាររបស់អ្នក ចូរធ្វើអត្ថាធិប្បាយឬចែករំលែកវា ដូច្នោះពួកគេដឹងថាអ្នកផ្សេងទៀតចែករំលែកគុណតម្លៃដូចគ្នា។ សូមចងចាំថាការភ្ជាប់បណ្តាញទំនាក់ទំនងត្រូវការពេលវេលា!
- ការកំណត់ពេលវេលាគឺមានសារៈសំខាន់៖ ការផុសនៅម៉ោង ៨ ល្ងាចគឺមិនទំនងជាត្រូវបានអានដោយម្ចាស់ជំនួយឬដៃគូដ៏មានសក្តានុពលនោះទេ ដោយសារតែពួកគេនៅផ្ទះ។ ផុសនៅពេលព្រឹកនិងពេលរសៀល នៅពេលមនុស្សនៅការិយាល័យធ្វើការរបស់ពួកគេ។ គិតអំពីភាពខុសគ្នានៃពេលវេលាប្រសិនបើអ្នកចង់ទៅដល់អ្នកទស្សនាដែលនៅប្រទេសដទៃ។
- គុណភាពជាចំបង ជាជាងបរិមាណ៖ មានអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលធំៗ ជាច្រើន ផុសយ៉ាងហោចណាស់ ១០ ដងក្នុងមួយថ្ងៃ ហើយជាទូទៅពួកគេមិននិយាយច្រើនទេ។ ខិតខំព្យាយាមក្នុងការផុសរបស់អ្នក! ផុសតិចប៉ុន្តែមានគុណភាពល្អ។ ធ្វើបែបនេះ អ្នកដែលតាមដានទំព័រ របស់អ្នក នឹងទទួលបានរូបភាពយ៉ាងច្បាស់ពីអង្គការក្រៅរដ្ឋាភិបាលរបស់អ្នក។



- មានភាពស៊ីសង្វាក់ និងឆ្លើយតប៖ ការឆ្លើយតបភ្លាមៗចំពោះមតិយោបល់ឬការផ្តល់យោបល់របស់អ្នកតាមដានទំព័រ របស់អ្នក គឺមានសារៈសំខាន់ក្រៃលែង។ កុំលប់មតិយោបល់វិះគន់ពីទំព័រ របស់អ្នក។ នេះពីព្រោះនឹងនាំឲ្យអ្នកតាមដានមានការខឹងសម្បារ។ ត្រូវឆ្លើយតបដោយសុដីរធម៌ និងដោះស្រាយបញ្ហានេះដោយត្រង់ៗ ។ ចូរគិតពីយុទ្ធសាស្ត្រ បណ្តាញសង្គមនៅអង្គការរបស់អ្នក។
- ការផុសត្រូវខ្លី និងផ្អែមល្អ៖ ព្យាយាមកុំឲ្យការផុសរបស់អ្នក ញឹកញយហួសហេតុ។ ការផុស ពីរទៅបីដង ក្នុងមួយថ្ងៃគឺវាល្អណាស់ ទៅតាមលើការផ្តល់ជូនរបស់អ្នក។
- ការបង្ហោះរឿងដែលភ្ជាប់ជាមួយរូបភាព និងវីដេអូ៖ គឺមានអត្រាភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងខ្ពស់ជាង ៤០% ជាងការបង្ហោះរឿងដែលគ្មានអ្វីសោះ។ ធម្មជាតិរបស់មនុស្សគឺចូលចិត្តរូបភាព ដូច្នោះប្រើរូបភាពឬមាតិកាដែលមានអន្តរអំពើរ ប្រសិនបើជាវីដេអូគឺត្រូវផលិតឱ្យខ្លីជាង ៩០ វិនាទី។ ហើយសំខាន់សម្លេងគឺត្រូវល្អឥតខ្ចោះ!

- រង្វាល់ពិន្ទុនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទង (សម្រាប់ការកម្សាន្ត និងអាជីវកម្ម)៖ នៅលើរង្វាល់ពិន្ទុនៃការប្រាស្រ័យទាក់ទងពី១ទៅ១០០ជាចំនុចផ្តល់ពិន្ទុសម្រាប់ហ្វេសប៊ុក គឺការគិតអំពីការចែករំលែក មានតម្លៃ ៩០ ពិន្ទុ, ការមានមតិយោបល់ មានតម្លៃចាប់ពី ៩ ពិន្ទុ ហើយ ចុច "Like" មួយ មានតម្លៃពី ១ ពិន្ទុ។
- ចូលប្រើគេហទំព័ររបស់អ្នកឲ្យបានធំទូលាយ ឲ្យដូចជាកន្លែងដែលមនុស្សអាចរកព័ត៌មានជាច្រើនបន្ថែមទៀត៖ ចំនួនថ្ងៃនៃការចូលរួមប្រាស្រ័យទាក់ទងសរុបទៅវិញទៅមកជាមួយគេហទំព័ររបស់អ្នកត្រូវបានបាត់បង់។ ការបង្ហោះ និងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពអំពីអ្វីដែលបានកើតឡើង និងភ្ជាប់ជាមួយគេហទំព័ររបស់អ្នក ដែលជាកន្លែងអាចស្វែងរកព័ត៌មានជាច្រើនផ្សេងទៀត។
- ចូរប្រើបណ្តាញសង្គមរបស់អ្នកជាកន្លែងសម្រាប់ពិភាក្សា៖ សួរសំណួរទាក់ទងនឹងបញ្ហាអង្គការដែលកំពុងមាន។ សួរយោបល់និងគំនិតរបស់អ្នកតាមដាន និងបង្កើតការប្រាស្រ័យទាក់ទង។
- បណ្តាញសង្គម ត្រូវការពេលវេលាក្នុងការអភិវឌ្ឍ៖ ក្នុងនាមជាអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល អ្នកត្រូវការបង្កើតនូវភាពស្មោះត្រង់ មុននឹងបង្កើតឲ្យមានអ្នកប្រើដែលមានភាពស្មោះត្រង់។ ការផ្ញើជូនអ្នកប្រើប្រាស់នូវកម្មវិធីបញ្ចុះតម្លៃមុននឹងកម្មវិធីមាន ដើម្បីបង្កើនភាពស្មោះត្រង់របស់អ្នកប្រើ គឺជាគំនិតមិនល្អដែលអ្នកគួរចៀសវាង។ វាត្រូវការពេលវេលាដើម្បីឲ្យអ្នកតាមដាន ឬមនុស្សផ្សេងៗចូលចិត្តទំព័ររបស់យើង។



3. ឧបករណ៍ផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមពេញនិយម

ការបង្ហោះមាតិកាបណ្តាញសង្គមរបស់អ្នក តាមរយៈគណនីបណ្តាញសង្គមផ្សេងៗនឹងមានភាពងាយស្រួលជាច្រើនជាមួយឧបករណ៍ទាំងអស់នេះ ដែលនឹងអនុញ្ញាតឱ្យអ្នក បង្កើតតារាងកាលវិភាគសម្រាប់គណនីរបស់អ្នករួមមាន៖ Twitter, LinkedIn, Facebook, Pinterest and Google+ ដែលស្ថិតនៅកន្លែងមួយហើយជួយសន្សំពេលវេលា។

3.1. Facebook



Facebook គឺជាសាជីវកម្មប្រាក់ចំណេញរបស់អាមេរិក និងជាបណ្តាញសង្គមអនឡាញ ស្ថិតនៅ Menlo Park, California។ ប្រភព៖ Wikipedia

- ការពិពណ៌នា

Facebook ត្រូវបានកំណត់ជាគេហទំព័របណ្តាញសង្គម ជាទីកន្លែង ដែលអ្នកប្រើប្រាស់អាចបង្កើតទិន្នន័យផ្ទាល់ខ្លួន ចែករំលែកព័ត៌មានដូចជា៖ រូបថត ពាក្យសម្តី ឬការឆ្លើយតបទៅនឹងព័ត៌មានព័ត៌មានភ្ជាប់ពីអ្នកផ្សេងៗ។ ក្នុងប្រទេសកម្ពុជា Facebook ចាត់ទុកជាជម្រើសនៃទម្រង់បណ្តាញសង្គមសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ជាជនជាតិខ្មែរដែលមានចំនួនសរុបប្រមាណ៤.៨លាននាក់ នេះបើយោងតាមទិន្នន័យឆ្នាំ២០១៧ ហើយចំនួននេះកើន ១.៤លាននាក់ ចាប់តាំងពីឆ្នាំ២០១៦។ (<http://geeksincambodia.com/cambodias-2017-social-media-digital-statistics/>)

- លក្ខណៈពិសេស ការតំឡើង និងការចាប់ផ្តើម

ដោយសារតែ Development Innovations Cambodia គឺជាដៃគូជាមួយនឹងអង្គការ គ.ស.ក ដើម្បីពង្រឹងជំនាញ និងសមត្ថភាព គ.ស.ក សម្រាប់ប្រសិទ្ធភាពក្នុងការផ្តល់ជូនសេវាកម្មទាក់ទងនឹងបច្ចេកវិទ្យាព័ត៌មានវិទ្យា និងទំនាក់ទំនង បានធ្វើការបោះពុម្ពជាក្រមប្រតិបត្តិសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ Facebook។ សូមចុចលើតំណភ្ជាប់នេះ៖ <http://www.ccc-cambodia.org/en/resources/ccc-publications-and-reports/reports/social-media-handbook-english-khmer> ដើម្បីទាញយកក្រមប្រតិបត្តិស្តីពីការប្រើប្រាស់ Facebook។

3.2. Google+

- ការពិពណ៌នា




Google+(ហ្គូហ្គលផ្លឺស) គឺជាទម្រង់បណ្តាញសង្គមរបស់ Google ហើយក្រុមអ្នករចនារបស់ Google+ ចង់ចម្លងនូវវិធីដែលមនុស្សទំនាក់ទំនងគ្នាឱ្យស្អិតរមួតដោយគ្មានអ៊ិនធើណែត ជាងសេវាបណ្តាញសង្គមផ្សេងៗដូចជា Facebook និង Twitter។ ពាក្យស្លោករបស់គម្រោងនេះគឺ “Real-life sharing rethought for the web”។

• លក្ខណៈពិសេស និងការតម្លឹង

- **Circles:** (គឺជាលក្ខណៈសំខាន់នៃវេទិកាសង្គម Google+ ។ វាអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់រៀបចំមនុស្សជាក្រុមឬបញ្ជីដើម្បីចែករំលែកផលិតផលនិងសេវាកម្ម Google ផ្សេងៗ) គឺដូចជាកាតឡុកសម្រាប់ការតភ្ជាប់របស់អ្នក។ ដូច្នោះអ្នកអាចចែករំលែកបច្ចុប្បន្នភាពដោយជ្រើសរើសជាមួយក្រុមផ្សេងគ្នា។ ឧទាហរណ៍នៃក្រុមបែបនេះអាចរួមបញ្ចូលទាំងក្រុមគ្រួសារ មិត្តភក្តិសហការីការិយាល័យ និងមនុស្សដែលអ្នកមានចំណាប់អារម្មណ៍ជាពិសេសជាមួយ។ Circles អាចមានដាច់ពីគ្នាឬមានជាន់គ្នា ដូច្នោះអ្នកដែលអ្នកធ្វើការជាមួយអ្នកដែលនៅក្នុងក្លឹបសៀវភៅរបស់អ្នកនឹងទទួលបានព័ត៌មានថ្មីៗសម្រាប់ក្រុមទាំងពីរ។ អ្នកប្រើខាងក្រៅ Circles អាចមើលឃើញបញ្ជីឈ្មោះសមាជិកប៉ុន្តែមិនមែនឈ្មោះ Circles ទេ។
- **Hangouts:** គឺជាជម្រើសសម្រាប់ការជជែកជាវីដេអូ សម្រាប់មនុស្សរហូតដល់ ១០នាក់ នៅពេលណាមួយ។ ការសង្កត់ធ្ងន់របស់ Google គឺលើការបង្កើតកន្លែងល្អមួយដែលធ្វើឱ្យមានការជួបជុំជាញឹកញាប់នៅក្នុងពិភពពិត។
- **Huddle:** គឺជាជម្រើសសម្រាប់ការសារជាអក្សរ ឆាតជាក្រុម សម្រាប់ Android, iPhone និងឧបករណ៍ផ្ទេរសារ
- **Instant upload:** គឺជាជម្រើសមួយដើម្បីផ្ញើររូបភាព និងវីដេអូដោយស្វ័យប្រវត្តិ ដែលថតជាមួយទូរស័ព្ទដៃទៅអាល់ប៊ូមរូបថតឯកជន។ បន្ទាប់មកអ្នកប្រើអាចសម្រេចថាតើត្រូវចែកចាយវានឹងរង្វង់ណាមួយដើម្បីចែករំលែកវាជាមួយ
- **Streams:** ស្រដៀងគ្នាទៅនឹងព័ត៌មានបច្ចុប្បន្នភាពរបស់ហ្វេសប៊ុក ប៉ុន្តែអ្នកអាចមើលឃើញបច្ចុប្បន្នភាពសម្រាប់រង្វង់ជាក់លាក់ណាមួយជាជាងការធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពសម្រាប់មនុស្សគ្រប់គ្នានៅពេលតែមួយ។
- **Sparks:** គឺជាប្រធានបទដែលអ្នកចង់ពិភាក្សាជាមួយអ្នកដទៃ។ ចំណុចប្រទាក់គឺជាការសម្របខ្លួននៃការស្វែងរករបស់ Google ។ Google ពិពណ៌នាអំពីវិធីនេះថា៖ "មិត្តភក្តិដែលអ្នកមាន គឺជាអ្នកដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកស្វែងយល់អំពីអ្វីដែលអ្នកស្រលាញ់ពិតប្រាកដ ហើយពួកគេមានភាពសាមញ្ញគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកស្វែងរក" ។
- **Google+** ត្រូវបានរួមបញ្ចូលជាមួយកម្មវិធី Google ផ្សេងទៀតដូចជា Gmail, Google ផែនទី, Google Drive និង Google ប្រតិទិន។

• **Google Hangouts**

	<p>Google Hangouts គឺជាវេទិកាទំនាក់ទំនងដែលបង្កើតឡើងដោយ Google ដែលរួមមានការផ្ញើសារបន្ទាន់ការជជែកជាវីដេអូ ការផ្ញើសារនិងលក្ខណៈពិសេស VOIP</p>
---	---

• **ទម្រង់ និងមុខងារ**

	<p>ទូរស័ព្ទចល័ត / ការហៅតាមទូរស័ព្ទ ប្រសិនបើអ្នកមានលេខ Google Voice ហើយ Google Hangouts អាចឱ្យអ្នកទទួលនិងធ្វើការហៅទូរស័ព្ទ។ ការហៅទូរស័ព្ទពីគ្រប់ទីកន្លែងទៅសហរដ្ឋអាមេរិក និងកាណាដា គឺមិនគិតថ្លៃទេ។</p>
	<p>ទូរស័ព្ទអន្តរជាតិ អ្នកប្រើប្រាស់ Hangouts អាចទូរស័ព្ទទំនាក់ទំនងអន្តរជាតិដោយសេរីរវាងគ្នានិងគ្នា។ ការហៅទូរស័ព្ទពីប្រទេសមួយទៅទូរស័ព្ទចល័តគឺគិតថ្លៃ។</p>
	<p>ការផ្ញើសារ ការផ្ញើសារតាមរយៈ Hangouts មិនទាន់ដំណើរការទេ ប៉ុន្តែ Google Voice ផ្តល់ជូនឥតគិតថ្លៃសម្រាប់ការផ្ញើសារក្នុងតំបន់តែៗ។</p>
	<p>លេខទូរស័ព្ទជាក់លាក់ (អនុញ្ញាតឱ្យទូរស័ព្ទផ្សេងទៀតហៅទូរស័ព្ទទៅអ្នកបាន) Google Hangouts ផ្តល់ជូនឥតគិតថ្លៃជាមួយគ្នានឹងលេខ Google Voice។ អ្នកអាចបញ្ជាក់លេខទូរស័ព្ទបច្ចុប្បន្នរបស់អ្នកជាមួយ Hangouts ដើម្បីឱ្យអ្នកប្រើទូរស័ព្ទអាចចាប់ផ្តើមជជែកជាមួយអ្នក ដោយរាយលេខទូរស័ព្ទរបស់អ្នក។ លេខទូរស័ព្ទច្រើនជាង១លេខ អាចត្រូវបានភ្ជាប់ជាមួយគណនី Hangouts របស់អ្នក។</p>



ឧបករណ៍ទូរស័ព្ទដៃនិងដំណើរការ

ឧបករណ៍ទូរស័ព្ទចល័តទាំងអស់គឺអាចដំណើរការជាមួយ Hangouts ។ កម្មវិធីទូរស័ព្ទ Google Hangouts តម្រូវឱ្យចូលប្រើបណ្តាញទិន្នន័យតាមរយៈ Wi-Fi ឬបណ្តាញ 3G / 4G ។ ស្ថិតិហ្វូនតែងតែប្រើការតភ្ជាប់ Wi-Fi ជាជម្រើសទី១នៅពេលដែលទិន្នន័យអាចដំណើរការបាន(Wi-Fi) ហើយនៅពេលដែលមិនមាន នោះវានឹងប្រើទិន្នន័យរបស់អ្នក(3G / 4G) ។

ចំណាំ៖ កម្មវិធី Google Hangouts នឹងមិនដំណើរការសម្រាប់ឧបករណ៍ Android នៅលើ បណ្តាញ AT & T ឡើយ ត្រូវប្រើ Wi-Fi ជំនួស។



ការប្រជុំជាសម្លេង និងរូបភាព

មានអ្នកចូលរួមរហូតដល់ ១០ នាក់ អាចជជែកកំសាន្តជាវីដេអូ។ Hangouts On Air ផ្សាយ Hangouts ទៅដល់មនុស្សគ្មានដែនកំណត់ (ខណៈពេលមានតែ១០នាក់ប៉ុណ្ណោះអាចចូលរួម)។ កម្មវិធី Google សម្រាប់ ជំនួញ (៥ ដុល្លារក្នុងមួយខែ) កម្មវិធី Google សម្រាប់ការសិក្សា (ឥតគិតថ្លៃ) និងកម្មវិធី Google សម្រាប់រដ្ឋាភិបាល (តិចជាង ៥ ដុល្លារក្នុងមួយខែ) គាំទ្រដល់អ្នកចូលរួមចំនួន ១៥ នាក់។



ការចែករំលែកអេក្រង់

អ្នកអាចបង្កើតជាបន្ទប់ឆាត និងរៀបចំសាកល្បងអេក្រង់ជាមុន មុននឹងអញ្ជើញអ្នកចូលរួមឱ្យមកឆាត តាមវីដេអូ



ការចែករំលែកឯកសារ

Hangouts បានដាក់បញ្ចូលជាមួយនឹង Google Drive អាចធ្វើការចែករំលែកឯកសារបាន។ Google+ អាចចែករំលែករូបភាពបាន។



ប្រវត្តិនៃការហៅទូរស័ព្ទ និងឆាត

អ្នកអាចជ្រើសរើសរក្សាទុកនូវប្រវត្តិនៃការជជែក។ សារត្រូវបានរក្សាទុកក្នុង Hangouts ហើយភ្ជាប់ជាមួយនឹង Gmail chat



ការអនុវត្តបណ្តាញសង្គម

Hangouts បានដាក់បញ្ចូលគ្នាជាមួយ Google+, Google Drive and YouTube



ដំណើរការជាមួយនឹងកម្មវិធីផ្សេងៗ

Hangouts អាចដំណើរការ IE, Firefox, Chrome and Safari browsers; and the Mac OS X, Windows, Windows Vista, Windows XP, Ubuntu និង Chrome operating systems

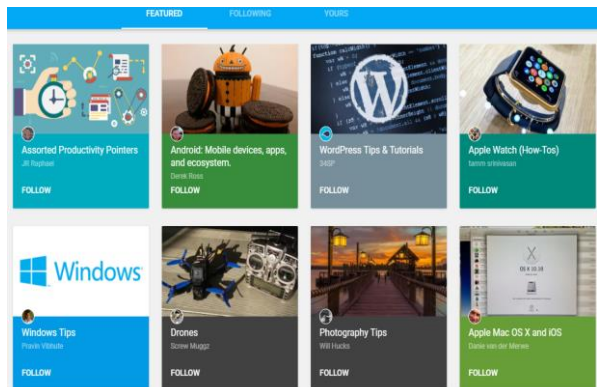
តំឡើង Google+ គឺងាយស្រួល អ្នកគ្រាន់តែមានគណនី Google ជាការស្រេច

• ចាប់ផ្តើមដូចម្តេច?

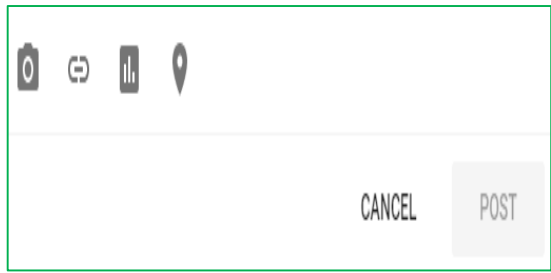
Google+	App	គេហទំព័រ
	បាន (Android and iOS)	បាន

ចូលទៅក្នុង Google+ រួចវាយក្នុង URL <https://plus.google.com> និងចុះឈ្មោះជាមួយនឹងឈ្មោះលេខសំបុត្រគណនី Gmail។ អ្នកអាចឃើញអ្វីៗជាច្រើនទៀតគ្រាន់តែវាយចូលទៅកាន់ <https://plus.google.com/discover> ឬ <https://plus.google.com/collections/featured> ។ បន្ទាប់អ្នកអាចធ្វើតាមទម្រង់ផ្សេងៗដែលមាន ឬទម្រង់ណាមួយដែលអ្នកចូលចិត្តដោយចុចលើ ពាក្យ "FOLLOW"។ នេះជាឧទាហរណ៍ នៃ Google+ collections

នៅក្នុងនេះ អ្នកអាចបង្ហាញរូបភាព តំណភ្ជាប់ ជ្រើសរើសទីតាំង GPS



អ្នកអាចដាក់អ្វីដែលអ្នកបានបង្ហោះជាលក្ខណៈឯកជន Circles របស់អ្នក សម្រាប់តែអ្នកកែ និងក្រុមផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកដូចរូបភាពនេះ។



3.3. YouTube

- ពិពណ៌នា

គេហទំព័រ YouTube គឺជាគេហទំព័រចែករំលែក វីដេអូរបស់អាមេរិក ដែលមានទីស្នាក់ការនៅ San Bruno រដ្ឋ California



សេវាកម្មនេះត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយអតីតបុគ្គលិក PayPal បីនាក់គឺ Chad Hurley, Steve Chen និង Jawed Karim នៅខែកុម្ភៈឆ្នាំ 2005 ។

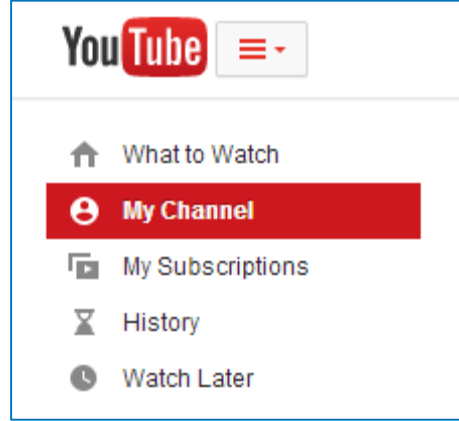
- លក្ខណៈពិសេស និងការតំឡើង

បុគ្គលិក YouTube គឺជាបុគ្គលិក ដែលអ្នកអាចបង្កើតសម្រាប់ការប្រើប្រាស់ផ្ទាល់ខ្លួន ឬជំនួញ។ ដំបូងអ្នកត្រូវមានបុគ្គលិកផ្ទាល់ខ្លួននៅលើ YouTube ហើយបន្ទាប់មក អ្នកអាចបង្កើតបុគ្គលិក YouTube សម្រាប់ជំនួញរបស់អ្នកបាន។



ជាមួយគណនី Google អ្នកអាចចូលចិត្ត មើលវីដេអូ និងចុចចំណាំបុគ្គលិកដែលអ្នកចូលចិត្ត។ ទោះបីជាយ៉ាងណាប្រសិនបើបុគ្គលិក YouTube របស់អ្នកមិនអាចមានវត្តមានជាសាធារណៈនៅលើ YouTube ខណៈដែលអ្នកមានគណនី Google ក៏ដោយ ក៏អ្នកត្រូវបង្កើតបុគ្គលិក YouTube ដើម្បីបញ្ចូលវីដេអូបញ្ចេញយោបល់ឬធ្វើបញ្ជីវីដេអូ។ អ្នកអាចប្រើកុំព្យូទ័រ ឬគេហទំព័រចល័តរបស់ YouTube ដើម្បីបង្កើតបុគ្គលិកថ្មី។

បង្កើតបុគ្គលិកផ្ទាល់ខ្លួន



អនុវត្តន៍តាមការណែនាំទាំងនេះដើម្បីបង្កើតបុគ្គលិកដែលអ្នកអាចគ្រប់គ្រងបានដោយប្រើគណនី Google របស់អ្នក។

ចូលទៅ YouTube លើកុំព្យូទ័រ ឬប្រើគេហទំព័រតាមទូរស័ព្ទចល័ត។

សាកល្បងសកម្មភាពណាមួយដែលតម្រូវដូចជាបុគ្គលិក ដូចជាការបង្ហោះ វីដេអូការបង្ហោះមតិយោបល់ឬការបង្កើតវីដេអូ។ បើអ្នកមិនទាន់មានបុគ្គលិក អ្នកនឹងឃើញប្រអប់បញ្ចូលដើម្បីបុគ្គលិក។ ពិនិត្យព័ត៌មានលម្អិត (ជាមួយ ឈ្មោះ រូបថត និងគណនី Google របស់អ្នក) ហើយបញ្ជាក់ដើម្បីបង្កើតបុគ្គលិកថ្មីរបស់អ្នក។



បង្កើតបុគ្គលិកមួយសម្រាប់អាជីវកម្ម ឬ ឈ្មោះផ្សេង ហើយធ្វើតាមការណែនាំទាំងនេះដើម្បីបង្កើតបុគ្គលិកដែលអាចមានអ្នកគ្រប់គ្រងឬម្ចាស់ច្រើន។ អ្នកអាចប្រើគណនីយីហោមួយដើម្បីបង្កើតបុគ្គលិកដែលមានឈ្មោះផ្សេងប៉ុន្តែវានៅតែគ្រប់គ្រងដោយគណនី Google របស់អ្នក។ ស្វែងយល់បន្ថែមអំពីគណនីយីហោ។

- ចូលទៅគេហទំព័រ YouTube លើកុំព្យូទ័រ ឬប្រើគេហទំព័រទូរស័ព្ទ
- សូមចូលទៅកាន់បញ្ជីបុគ្គលិករបស់អ្នក
- ជ្រើសរើសដើម្បីបង្កើតបុគ្គលិកឬប្រើគណនីម៉ាកយីហោចាស់ដែលមានស្រាប់
- បង្កើតបុគ្គលិកដោយចុចបង្កើតពាក្យថាបុគ្គលិកថ្មី(new channel)
- បង្កើតបុគ្គលិក YouTube សម្រាប់គណនីយីហោដែលអ្នកគ្រប់គ្រងរួចហើយដោយជ្រើសរើសគណនីយីហោពីបញ្ជី។ ប្រសិនបើគណនីយីហោនេះមានបុគ្គលិកហើយអ្នកមិនអាចបង្កើតថ្មីទេ អ្នកនឹងត្រូវបានប្តូរទៅបុគ្គលិកនោះ ប្រសិនបើអ្នកជ្រើសរើសគណនីយីហោពីបញ្ជី។
 - បំពេញព័ត៌មានលម្អិតដើម្បីដាក់ឈ្មោះបុគ្គលិករបស់អ្នក និងផ្ទៀងផ្ទាត់គណនីរបស់អ្នក។ បន្ទាប់មកចុចបញ្ចប់ នោះវាបង្កើតគណនីម៉ាកថ្មី។
 - ដាក់បន្ថែមអ្នកគ្រប់គ្រងបុគ្គលិក, ចូរធ្វើតាមការណែនាំដើម្បីប្តូរម្ចាស់បុគ្គលិកនិងអ្នកគ្រប់គ្រង។
 - ស្វែងយល់បន្ថែមអំពីការប្រើបុគ្គលិកអាជីវកម្ម ឬឈ្មោះផ្សេងទៀតនៅលើ YouTube ។

• តើចាប់ផ្តើមដូចម្តេច?

- ស្វែងរក និងមើលវីដេអូនៅលើ YouTube ។ មើលវីដេអូគឺមើលដោយផ្ទាល់ ដោយគ្រាន់តែចុចប៊ូតុង play ហើយ វីដេអូនឹងចាប់ផ្តើមដំណើរការនៅលើកុំព្យូទ័រឬទូរស័ព្ទរបស់អ្នក។ តាមលំនាំដើម វីដេអូបង្ហាញនៅក្នុងប្រអប់នៅលើអេក្រងរបស់អ្នក ប៉ុន្តែអ្នកអាចធ្វើឱ្យវីដេអូបំពេញអេក្រងរបស់អ្នកដោយចុចលើរូបតំណាងពេញអេក្រង។
- ចាប់ផ្តើមជាមួយនឹងដំណាក់កាលដំបូង
- ចូលទៅក្នុង YouTube ហើយចុចលើរូបតំណាងអ្នកប្រើនៅខាងស្តាំនៃអេក្រង។
- ចុចលើរូបស្តីដើម្បីទទួលបានការកំណត់ YouTube របស់គណនីអ្នក។
- ចុចលើបង្កើតបុគ្គលិកថ្មី
- បន្ទាប់មកជ្រើសរើសយក "ប្រើឈ្មោះអាជីវកម្ម ឬឈ្មោះផ្សេងទៀត"
- បញ្ចូលឈ្មោះម៉ាករបស់អ្នកហើយចុចបង្កើត។

• ដាក់បញ្ចូលវីដេអូ

- កែតម្រូវវីដេអូមុននឹងដាក់បញ្ចូល ។ YouTube មានឧបករណ៍ខ្លះសម្រាប់កែតម្រូវវីដេអូ ប៉ុន្តែអ្នកនឹងមិនអាចធ្វើអ្វីបានច្រើនជាងហ្នឹង ប្រសិនបើអ្នកកែតម្រូវមុននឹងដាក់បញ្ចូល...
- ដាក់បញ្ចូលវីដេអូ....
- ដាក់ចំណងជើង និងពិពណ៌នា....
- ដាក់ពាក្យគន្លឹះ...

- បង្កើតដាក់វីដេអូរបស់អ្នកអោយមានភាពជាឯកជន....
- រកប្រាប់ពីវីដេអូរបស់អ្នក...
- ចែករំលែកវីដេអូរបស់អ្នក...

3.4. Line

- ពិពណ៌នា

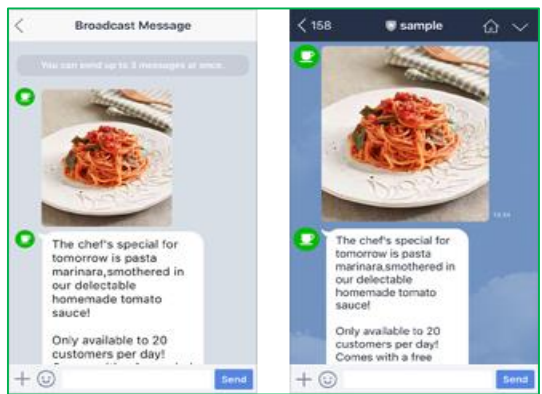
Line គឺជាកម្មវិធីឥតគិតថ្លៃសម្រាប់ទំនាក់ទំនងក្នុងក្រុមនៅលើឧបករណ៍អេឡិចត្រូនិចដូចជាទូរស័ព្ទវៃឆ្លាត កុំព្យូទ័រចល័ត និងកុំព្យូទ័រផ្ទាល់ខ្លួន។ អ្នកប្រើ Line ផ្លាស់ប្តូរអត្ថបទ រូបភាពវីដេអូ និងសម្លេង ហើយធ្វើការសន្ទនាតាមរយៈ VoIP ដោយឥតគិតថ្លៃព្រមទាំងធ្វើសន្តិសីទវីដេអូផងដែរ។ ប្រភព៖ [Wikipedia](#)



- លក្ខណៈពិសេស និងការតំឡើង

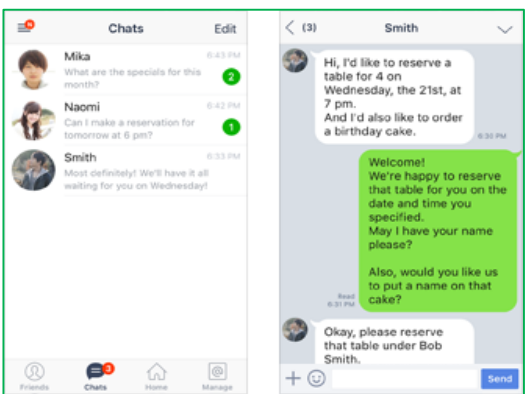
សារ

អ្នកអាចបង្កើតសារពីកម្មវិធីទូរស័ព្ទវៃឆ្លាត ឬពីកុំព្យូទ័រលើតុរបស់ទំព័រអ្នកគ្រប់គ្រង និងផ្ញើជាបណ្តុំទៅអ្នកប្រើ និងអ្នកគាំទ្រដែលជាមិត្តភក្តិរបស់អ្នក។ សារអាចត្រូវបានរក្សាទុកបម្រុងសម្រាប់ការផ្ញើជាមុនដែលផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវភាពបត់បែននៅពេលដែលត្រូវការផ្ញើសារសម្រាប់យុទ្ធនាការនិងព្រឹត្តិការណ៍របស់អ្នក។



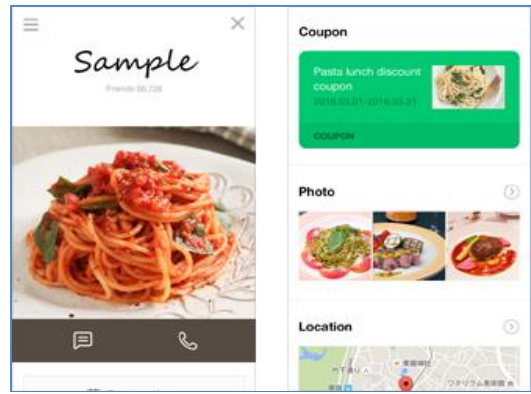
ឆាត (ការសន្ទនា)

អ្នកអាចជជែកជាមួយអ្នកប្រើនិងអ្នកគាំទ្រក្នុងការជជែកមួយទល់មួយ។ កម្មវិធីនេះអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកទំនាក់ទំនងដោយផ្ទាល់ជាមួយអ្នកប្រើនិងអ្នកគាំទ្ររបស់អ្នកតាមរយៈ LINE ហើយអ្នកអាចឆ្លើយតបនិងដោះស្រាយបញ្ហាផ្សេងៗសំណួរសំណួរនិងអ្វីជាច្រើនទៀត។ លក្ខណៈពិសេសនេះអាចប្រើបានពីកម្មវិធី LINE @ exclusive ។



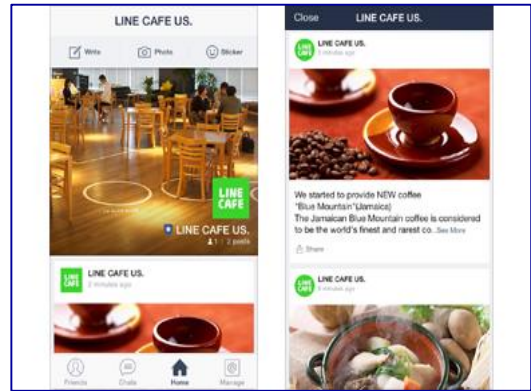
ទំព័រធម្មតា

អ្នកអាចបង្កើតទំព័រដើមនៅក្នុងកម្មវិធី LINE ផ្ទាល់របស់អ្នក។ ទំព័រដើមនេះអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកបង្កើតនិងផ្តល់ព័ត៌មានយ៉ាងងាយស្រួលទាក់ទងនឹងគណនីរបស់អ្នក ដូចជាការកត់ចំណាំការជូនដំណឹងព្រឹត្តិការណ៍ព័ត៌មាន និងច្រើនផ្សេងទៀត នៅក្នុងទ្រង់ទ្រាយដូចគ្នា នៅលើគេហទំព័រធម្មតា។



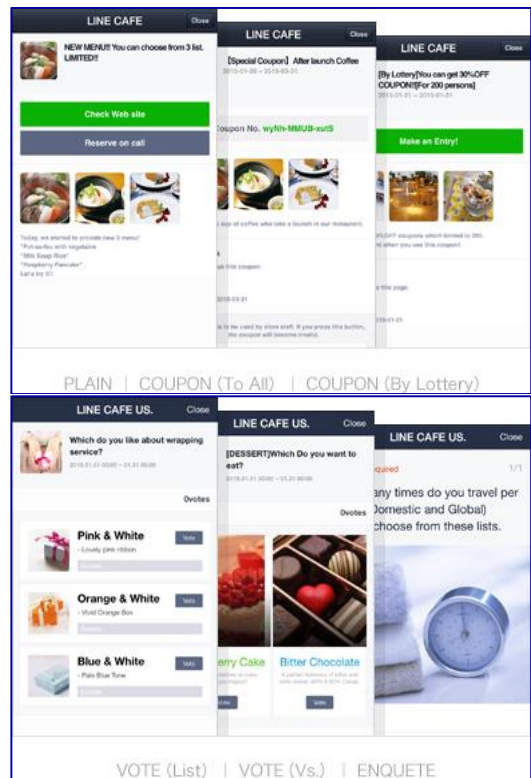
Timeline and Home (ទំព័ររួម)

រួមជាមួយនឹងវិធីបញ្ជូនសារ អ្នកក៏អាចប្រើលក្ខណៈពិសេស Timeline និង Home ដើម្បីផ្ញើព័ត៌មាននិងការជូនដំណឹងរបស់អ្នកទៅអ្នកប្រើដែលមិនមានចំនួនជាក់ច្បាស់ និងជូនដំណឹងទៅគណនីរបស់អ្នក។ អ្នកក៏អាចជ្រើសរើសពេលវេលាដើម្បីផ្ញើសារ និងឱ្យពួកគេបង្ហាញលើ Timeline ក្នុងពេលដំណាលគ្នាផងដែរ។



PR Pages

អ្នកអាចបង្កើតនិងផ្តល់ទិន្នន័យសម្រាប់បែប ប័ណ្ណបញ្ជូនតម្លៃ និងអ្វីច្រើនទៀតដែលអ្នកមិនអាចផ្ទុកក្នុងសារជាទូទៅ។ អ្នកអាចបង្កើតបណ្ណបញ្ជូនតម្លៃ និងសន្លឹកឆ្នោតបានជាច្រើនទៀត។ លក្ខណៈពិសេសនេះ អាចប្រើបានពីទំព័រអ្នកគ្រប់គ្រងកុំព្យូទ័រ។

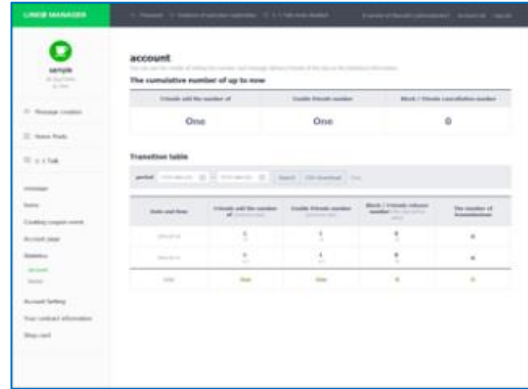


ទំព័រស្រាវជ្រាវ

អ្នកអាចបង្កើតមតិកា ហើយអញ្ជើញអ្នកប្រើប្រាស់ដើម្បីចូលរួមដូចជា៖ កម្រងសំណួរនិងស្ទង់មតិ។ អ្នកអាចធ្វើការស្ទង់មតិលើផលិតផល និងសេវាកម្មរបស់អ្នកដើម្បីទទួលបានព័ត៌មានស្តីពីគុណភាពអ្នកប្រើដែលផ្អែកលើភេទអាយុនិងកត្តាផ្សេងទៀត។ លក្ខណៈពិសេសនេះអាចប្រើបានពីទំព័រអ្នកគ្រប់គ្រងកុំព្យូទ័រ។

ស្ថិតិ

អ្នកអាចពិនិត្យមើលការផ្លាស់ប្តូរទៅចំនួនអ្នកប្រើប្រាស់ ថ្ងៃ អ្នកណាជា មិត្តភក្តិគណនីរបស់អ្នក ឆ្លើយតបទៅ និង Timeline របស់អ្នក និងច្រើនទៀត។ អ្នកក៏អាច កំណត់រយៈពេលទាញយកទិន្នន័យដែលទាក់ទងទៅ និងរយៈពេលនោះ។

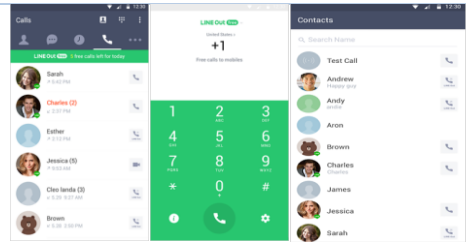


តម្លើង

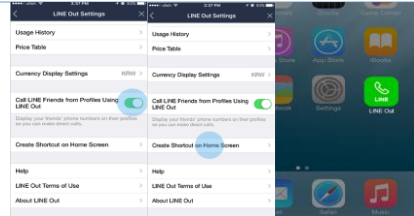
នៅពេលដែលអ្វីគ្រប់យ៉ាងដែលមើលទៅខាងស្តាំ "ចុះឈ្មោះឥឡូវ" ។ ពិនិត្យសារអេឡិចត្រូនិចរបស់អ្នក និងរកសារដែលបានផ្ញើដោយ LINE។ ចម្លងតាមលេខកូដនេះទៅដាក់កម្មវិធីទូរស័ព្ទចល័ត ហើយបញ្ចូលវា ទៅក្នុងប្រអប់ ហើយបន្ត ដោយគ្រាន់តែចុច "ចុះឈ្មោះ" ។ អាសយដ្ឋានសារអេឡិចត្រូនិចរបស់អ្នកត្រូវបាន បញ្ជាក់ "យល់ព្រម" ដើម្បីបញ្ចប់ការចុះឈ្មោះ។

• របៀបប្រើ

មិនចាំបាច់ការតំឡើងឬធ្វើអោយស្គាល់ទេ គ្រាន់តែចុចលេខ ឬប៉ះរូបតំណាងទំនាក់ទំនងនៅលើអេក្រង់ហៅទូរស័ព្ទជាការ ស្រេច។

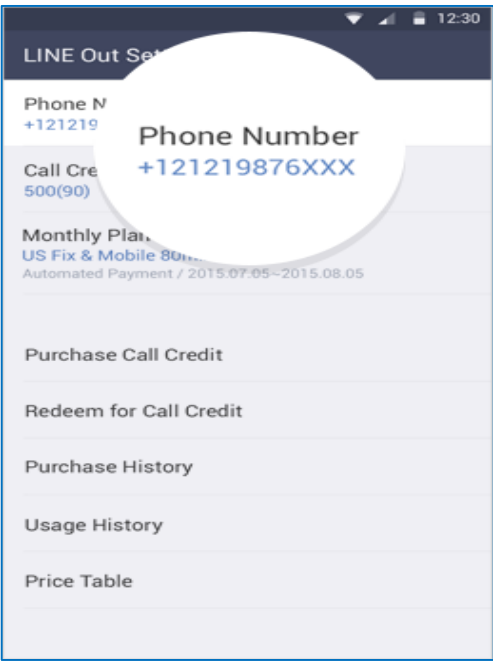


ហៅមិត្តភក្តិពីប្រវត្តិរូបរបស់ពួកគេ ឬបង្កើតនិមិត្តសញ្ញា មួយ នៅលើអេក្រង់ដើមរបស់អ្នក។ ដាក់ LINE Out នៅកន្លែងដែល អ្នកត្រូវការ



ការបង្ហាញឲ្យមានលេខអ្នកហៅ

- លេខទូរស័ព្ទរបស់អ្នកនឹងត្រូវបានបង្ហាញនៅលើទូរស័ព្ទអ្នកទទួល។ (លក្ខណៈពិសេសនេះអាចមិនត្រូវបានគាំទ្រនៅក្នុងប្រទេសមួយចំនួន។)
- ពិនិត្យមើលថាតើចំនួនប៉ុន្មានដែល LINE Out ដែលអ្នកអាចនឹងហៅចេញដោយឥតគិតថ្លៃ នៅថ្ងៃនេះនៅក្នុងផ្ទាំងការហៅ។
- ទិញឥណទានសម្រាប់ការហៅ ឬគម្រោង ៣០ថ្ងៃ ដើម្បីធ្វើការហៅទៅកាន់បណ្តាប្រទេស ក្រៅពីប្រទេសជប៉ុន ឥណ្ឌូណេស៊ី សហរដ្ឋអាមេរិក ចក្រភពអង់គ្លេស អូស្ត្រាលី និងនូវវែលសេឡង់។
- LINE Out អាចប្រើបានសម្រាប់អ្នកប្រើដែលបានចុះឈ្មោះទៅ LINE នៅក្នុងបណ្តាប្រទេសដូចខាងក្រោម៖
អាស៊ី៖ ឥណ្ឌា, ជប៉ុន, ម៉ាឡេស៊ី ហ្វីលីពីន និងថៃ, អ៊ីរ៉ុប៖ អាស៊ីម៉ង់ ក្រិក អៀរឡង់ ហូឡង់ អេស្ប៉ាញ ទួរគី និងចក្រភពអង់គ្លេសខាងជើងនិង អាមេរិកខាងត្បូង៖ អាហ្សង់ទីន ឈីលី កូឡុំប៊ី ម៉ិកស៊ិក ប៉េរូ និងសហរដ្ឋអាមេរិក អូសេអានី៖ អូស្ត្រាលី និងនូវវែលសេឡង់



3.5. Telegram

Description

Telegram គឺជាកម្មវិធីផ្ញើសារដោយផ្ដោតលើល្បឿននិងសុវត្ថិភាព វាមានភាពងាយស្រួល រហ័ស និងមិនគិតថ្លៃ។ អ្នកអាចប្រើ Telegram លើឧបករណ៍ទាំងអស់ក្នុងពេលដំណាលគ្នា។ សាររបស់អ្នកនឹងបង្ហាញនៅលើឧបករណ៍ដូចជាទូរស័ព្ទតាបល្លេត និងកុំព្យូទ័រ។



លក្ខណៈពិសេស និងការតម្លឹង

ជាមួយកម្មវិធី Telegram, អ្នកអាចផ្ញើសារ រូបភាព វីដេអូ និង ឯកសារផ្សេងៗដូចជា doc, zip, mp3, វាអាចឲ្យយើងបង្កើតសមាជិកក្រុម ឬ Channel រហូតដល់ 50000 អ្នកដើម្បីធ្វើការបញ្ជូនសារដោយគ្មានដែនកំណត់។

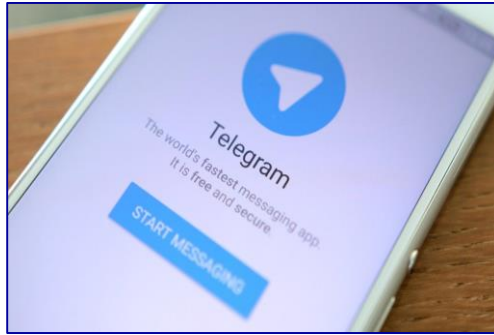
អ្នកអាចបញ្ចូលឈ្មោះអ្នកប្រើប្រាស់ទៅក្នុង phone contacts និងស្វែងរកមនុស្សតាមរយៈឈ្មោះអ្នកប្រើប្រាស់ (usernames)របស់ពួកគេ។ ជាលទ្ធផលការប្រើប្រាស់កម្មវិធី Telegram គឺស្រដៀងនឹងសារអេឡិចត្រូនិក ដូច្នោះដែរ។ គេអាចប្រើប្រាស់លក្ខណៈផ្ទាល់ខ្លួន ឬក្នុងមុខជំនួញដែលវាមានសមត្ថភាពអាច encrypted voice បាន។

ការបង្កើតគណនី Telegram – ការចូលទៅកាន់ Telegram និងការទាញយកTelegram សម្រាប់ទូរស័ព្ទដៃ



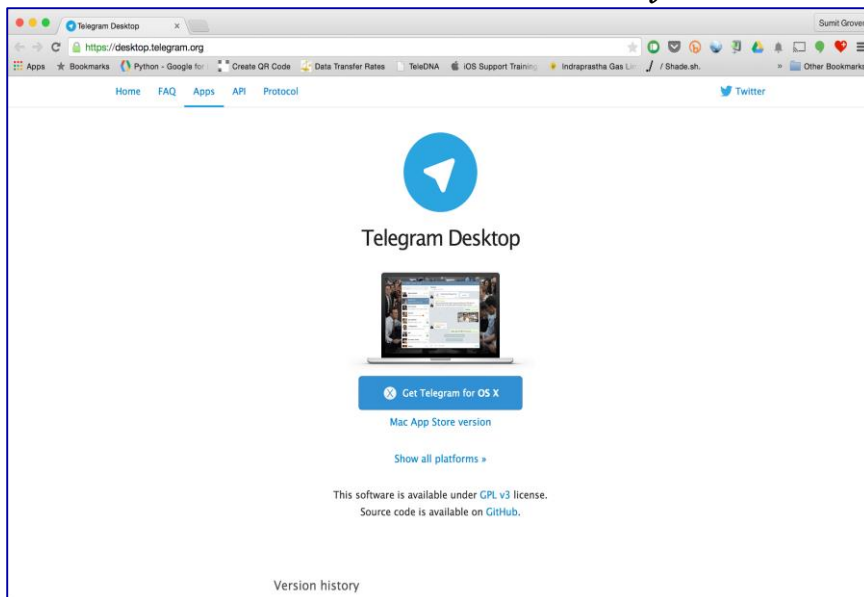
កម្មវិធី Telegram គឺជាសេវាកម្មផ្ញើសារឥតគិតថ្លៃជាលក្ខណៈ cloud-based service អាចប្រើបានលើ smart phone (Android, iOS, Windows Phone, Ubuntu Touch) និងកុំព្យូទ័រ (Windows, macOS, Linux)។ ជាការពិត Telegram Messenger ត្រូវបានប្រើប្រាស់យ៉ាងទូលំទូលាយ និងមានប្រជាប្រិយជំនួសតំណែង messaging ដ៏ទៃទៀតដូចជា Whatsapp និង BBM។ គោលបំណងនៃផ្នែកនេះ គឺជួយអ្នកអានឲ្យចេះពីរបៀប download សម្រាប់ប្រើក្នុងទូរស័ព្ទដៃ និងបង្កើតគណនី Telegram ដោយងាយស្រួលតាមដំណាក់កាលងាយៗក្នុងទូរស័ព្ទ។

ការតម្លឹង Telegram ការចូលទៅ Telegram និងការទាញយក Telegram សម្រាប់ទូរស័ព្ទដៃ



ដំណើរការនេះនឹងនាំអ្នកទៅទាញយកកម្មវិធីដំបូងលើទូរស័ព្ទរបស់អ្នក។ អ្នកអាចប្រើតំណភ្ជាប់ខាងក្រោមដើម្បីទាញយក Telegram សម្រាប់ឧបករណ៍ចល័ត។ <https://goo.gl/qdUPpd> សម្រាប់ឧបករណ៍ Android <https://goo.gl/hvR3Sn> សម្រាប់ឧបករណ៍ iOS បន្ទាប់ពីទាញយក telegram រួចសូមបើកកម្មវិធីដោយចុចលើ icon Telegram បន្ទាប់សូមចុចលើ start messenger។ សូមជ្រើសរើស country រួចបញ្ចូលលេខទូរស័ព្ទជាមួយលេខកូដប្រទេស បន្ទាប់សូមចុច Confirm the number ដោយចុច Next button។ អ្នកនឹងទទួលសារ ក្នុងទូរស័ព្ទដៃដើម្បីបញ្ជាក់ពីភាពត្រឹមត្រូវក្នុងការចុះឈ្មោះ។ បន្ទាប់ពីវាយលេខកូដចូលរួច អ្នកនឹងអាចចូលទៅកាន់កម្មវិធីនេះបាន។

ការតម្លឹង Telegram ជាមួយវេបសាយ ការចូលទៅ Telegram តាមរយៈកុំព្យូទ័រលើតុ និងយូទីដ



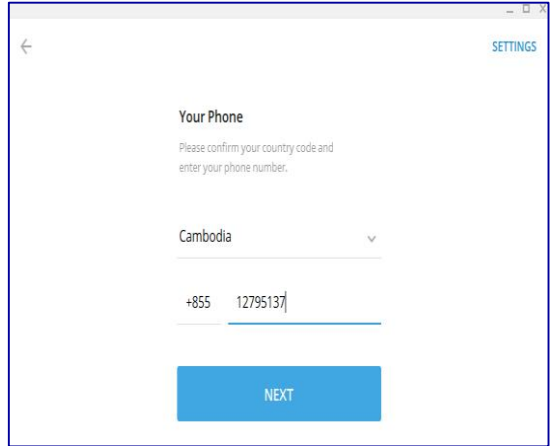
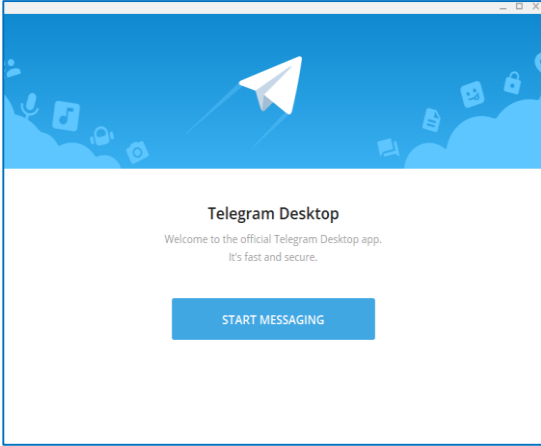
អ្នកមានជម្រើសក្នុងការប្រើប្រាស់ Telegram នៅលើកុំព្យូទ័រ ប្រសិនបើអ្នកមិនចង់ប្រើនៅលើទូរស័ព្ទដៃដោយគ្រាន់តែអនុវត្តតាមដំណាក់កាលដូចខាងក្រោម៖

- បើក browser រួចវាយអាសយដ្ឋាន នេះ <https://web.telegram.org/#/login>
- ជ្រើសរើសប្រទេស
- បញ្ចូលលេខទូរស័ព្ទ និងលេខកូដប្រទេសរួចចុច "Next"
- ត្រួតពិនិត្យលេខទូរស័ព្ទមុនពេលចុចបញ្ជូន

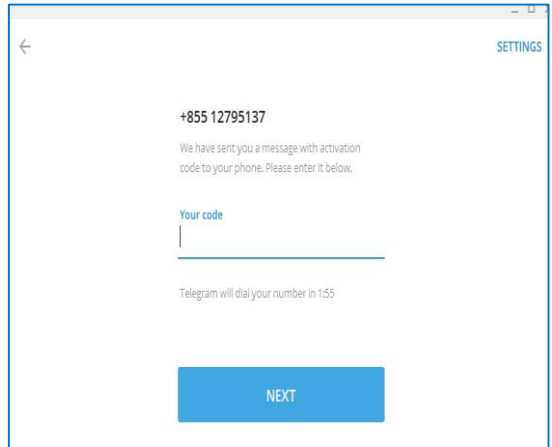
- បន្ទាប់ លេខcode និងត្រូវបានបញ្ជូនទៅកាន់ទូរស័ព្ទតាមរយៈ online
- បញ្ចូលលេខ code ក្នុងប្រអប់ code ដើម្បីបញ្ចប់ការចុះឈ្មោះដោយជោគជ័យ
- Telegram messenger និងស្វែងរក contact ឬ friends ដែលមានគណនេយ្យ Telegram ដោយខ្លួនឯង

○ របៀបចាប់ផ្តើម

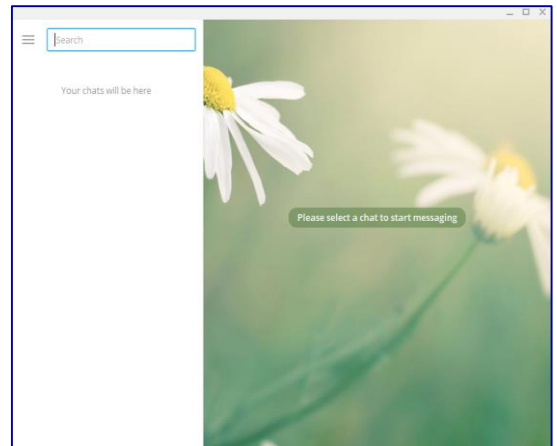
Telegram	App Yes (Android and iOS)	Desktop software Yes
----------	------------------------------	-------------------------



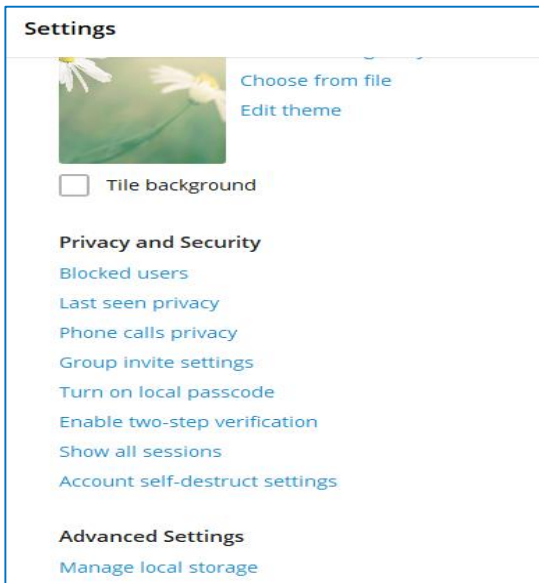
វាយបញ្ចូល pin code ចំនួន ៥ ខ្ទង់ ចុច Next



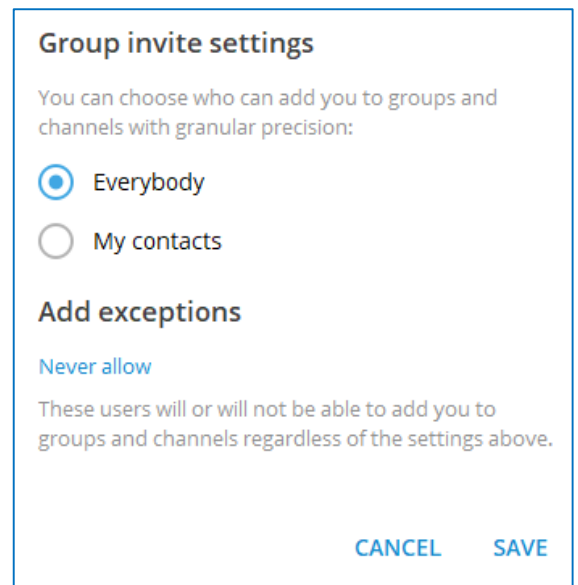
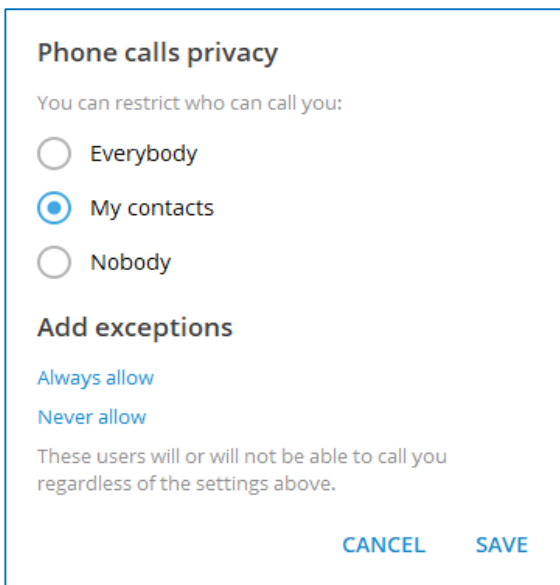
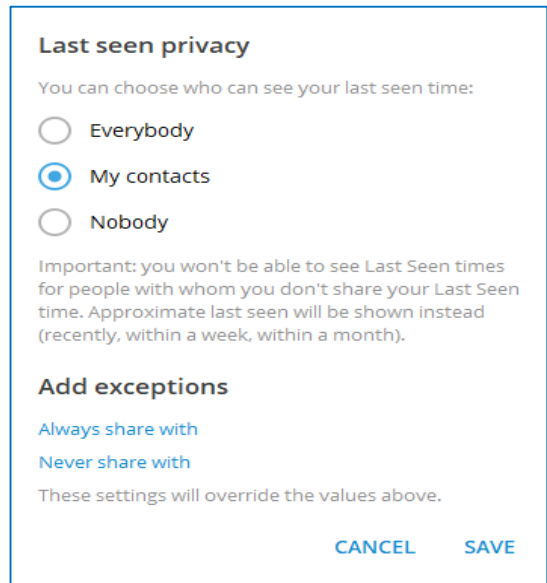
Telegram អាចចាប់យកឈ្មោះនិងលេខទូរស័ព្ទពី Facebook



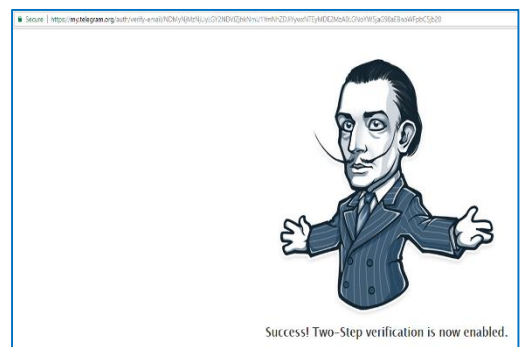
របៀបកំណត់សុវត្ថិភាពនៅលើ Telegram
 ចុចលើ Settings បន្ទាប់យើងអាចកំណត់ក្នុង



Privacy and Security



Enable 2 steps verification

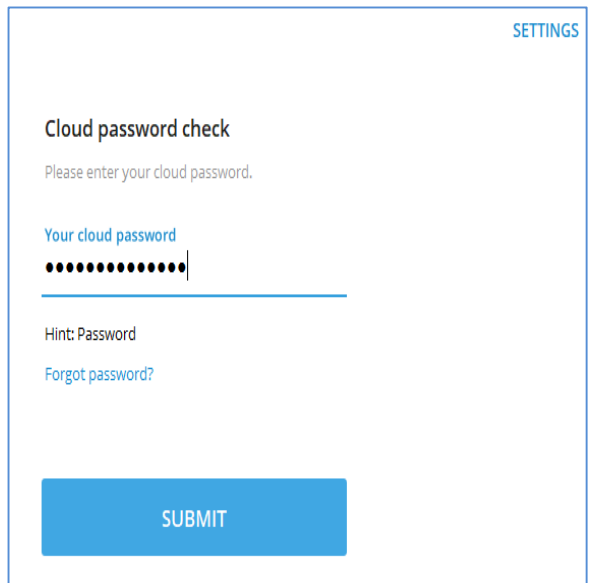
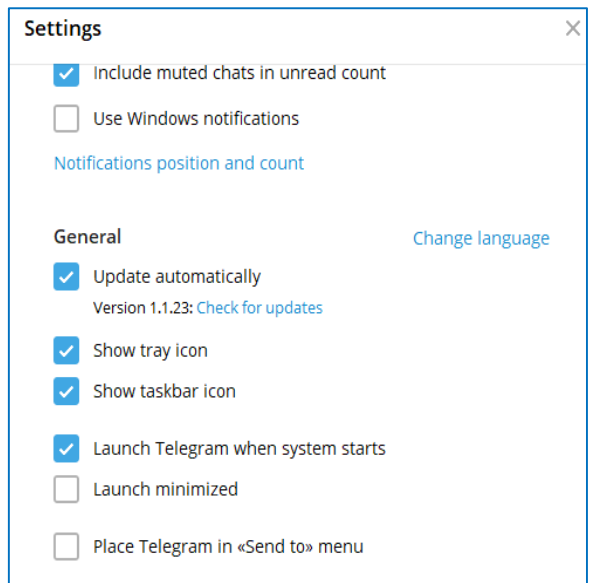


អ្នកអាចចាប់ផ្តើម Telegram ពេលប្រព័ន្ធដំណើរការ។

សូម្បីតែអ្នកប្រើឧបករណ៍ចល័តក៏ដោយ ក៏ Telegram អាចចាប់ផ្តើមដោយស្វ័យប្រវត្តិនៅពេលប្រព័ន្ធចាប់ផ្តើមដោយមិនមានបញ្ហាណាមួយ (ភាពជោគជ័យ)

តើ 2 step verification ធ្វើការយ៉ាងដូចម្តេច?

- ទីមួយ អ្នកត្រូវបញ្ចូល PIN code ដែល Telegram បានបញ្ជូនសារទៅក្នុងទូរស័ព្ទដៃ និងបញ្ចូល password ដែលបានបង្កើតរួច



3.6. Instagram

គឺជាបណ្តាញសង្គមមួយសម្រាប់ចែករំលែករូបភាពនៅលើ Internet តាមរយៈទូរស័ព្ទដៃ។ Users អាចចែករំលែក រូបភាព ឬ វីដេអូ ជាលក្ខណៈផ្ទាល់ខ្លួន ឬជាសាធារណៈ។ វាត្រូវបានបង្កើតឡើងដោយលោក Kevin Systrom និង Mike Krieger ដោយចេញអោយប្រើប្រាស់នៅខែតុលា ឆ្នាំ២០១០ និងមានលក្ខណៈពិសេសដាច់ដោយឡែកសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធ iOS។

○ ពិពណ៌នា

Instagram ជាបណ្តាញសង្គមមួយសម្រាប់ចែករំលែករូបភាព និង វីដេអូនៅលើ smartphone។ ស្រដៀងទៅនឹង Facebook ឬ Twitter, អ្នកដែលបង្កើតគណនី Instagram គឺមាន profile និង news feed.

អ្នកដែល follow យើងនឹងឃើញនូវអ្វីដែលយើងបង្ហាញដូចជារូបភាព និង វីដេអូនៅលើ feed របស់គេ។ យើងក៏អាចមើលរូបភាព និងវីដេអូអ្នកដែលយើង follow នៅលើ feed របស់យើងដែរ។

○ លក្ខណៈពិសេសនិងការតម្លឹង

- កែប្រែរូបភាព (Image editing)
- កំណត់ទីតាំង (Location tagging)
- សារលក្ខណៈឯកជន (Private messaging)
- មតិយោបល់ (comment)
- ការសំដៅនរណាម្នាក់ (@mentions)
- សំលេងរំលឹក (Push notifications)
- ការផ្ញើសារជាក្រុម (Group messaging)
- ហាស្តែក (Hashtags)
- ការច្រោះ (Filters)
- កាត់តម្រូវវីដេអូ (Video editing tools)
- គូររូបភាពនិងអត្ថបទ (Text & drawing tools)
- ការផ្សាយផ្ទាល់ (Live video streaming)
- ដំណើររឿង (Stories feature)
- ការលាក់រូបភាព និងវីដេអូ (Disappearing photos & videos)
- មុខងារស្វែងរក (Search functionality)
- Tag ឲ្យអ្នកប្រើប្រាស់ (User tagging)
- Profile អ្នកប្រើប្រាស់ (User profiles)
- Profile ផ្ទាល់ខ្លួន និងសាធារណៈ (Public & private profiles)

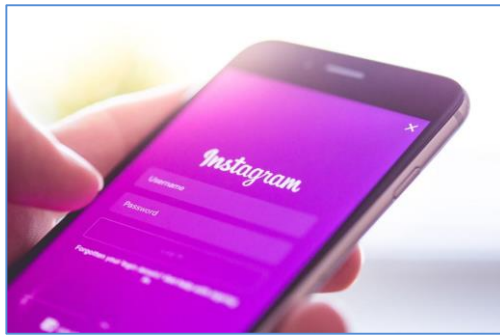


- ការបង្កើត គណនី Instagram ពិភពលោក
 - វាយ URL <http://www.instagram.com> បញ្ចូល email address, បន្ទាប់ បញ្ចូលអ្នកប្រើ និងលេខសម្ងាត់, អាចធ្វើការLogin ជាមួយ Facebook account។
 - អ្នកអាចចុះឈ្មោះតាមរយៈសារអេឡិចត្រូនិច ឬក៏ចុះឈ្មោះតាមរយៈ គណនី Facebook ក៏បាន។
 - ប្រសិនបើអ្នកចុះឈ្មោះជាមួយសារអេឡិចត្រូនិច ត្រូវប្រាកដថា អ្នកដាក់បញ្ចូលអាស័យដ្ឋានសារអេឡិចត្រូនិចអោយបានត្រឹមត្រូវ និងមានសុពលភាព។ ប្រសិនបើអ្នកភ្លេចលេខសម្ងាត់ក្នុងគណនី instagram នោះអ្នកអាច យកលេខសម្ងាត់នោះបានតាមរយៈសារអេឡិចត្រូនិច ដែលយើងបានចុះឈ្មោះ។
 - ទាញយកInstagram app ពី App Store សម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ឧបករណ៍ iOS និង Google Play Store សម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ឧបករណ៍Android និងWindows Phone Store សម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ Windows phone.
 - នៅពេលតម្លឹង App រួចរាល់ ចុច  ដើម្បីបើក
 - ចុចលើ Sign Up ជាមួយសារអេឡិចត្រូនិច ឬលេខទូរស័ព្ទ និងសូមបំពេញលេខកូតដែលបានផ្ញើទៅក្នុងទូរស័ព្ទរបស់អ្នករួចចុច Next។ អ្នកក៏មានជម្រើសក្នុងការ Sign Up ជាមួយ គណនីFacebookក៏បាន។
 - ប្រសិនបើអ្នកចុះឈ្មោះជាមួយសារអេឡិចត្រូនិច ឬលេខទូរស័ព្ទ, សូមបង្កើតឈ្មោះអ្នកប្រើ

	ប្រាស់ និងលេខសម្ងាត់ បំពេញព័ត៌មានប្រូហ្វា ល់ បន្ទាប់ចុច Done។ ប្រសិនបើអ្នកចុះឈ្មោះ ជាមួយ Facebook អ្នកនឹងត្រូវបានស្នើឲ្យ login គណនី Facebook ជាមុនសិន។
--	---

○ តើចាប់ផ្តើមដូចម្តេច?

ទាញយក app Instagram មានភាពខុសគ្នាពីបណ្តាញសង្គមផ្សេងទៀត ដោយវាផ្តោតតែលើ
 ទម្រង់សម្រាប់ទូរស័ព្ទដៃ ហើយនៅលើកំពូលទំរ អ្នកអាចបានត្រឹមតែមើលប៉ុណ្ណោះ ខណៈដែលបង្ហាញ
 រូបភាពនិងវីដេអូត្រូវបានធ្វើឡើងក្នុងទូរស័ព្ទដៃ(mobile app)។ ចុចតំណភ្ជាប់នេះ
<https://www.instagram.com/> ដើម្បីទាញយក Instagram app



○ ជ្រើសរើស Username ដែលងាយស្រួលចំណាំ

- អ្នកអាច sign up Instagram ជាមួយសារអេឡិចត្រូនិច ឬ គណនី Facebook
- នៅពេលអ្នកបង្កើតគណនីម្តង អ្នកនឹងត្រូវបានសួរឲ្យជ្រើសឈ្មោះ
- នៅពេលបង្កើតគណនីរួចរាល់ កម្មវិធីនេះតម្រូវឲ្យយើងវាយឈ្មោះ និង លេខសម្ងាត់
- ឈ្មោះរបស់អ្នកនឹងបង្ហាញជាសាធារណៈដែលអនុញ្ញាតឲ្យអ្នកដទៃស្វែងរកអ្នកដោយងាយ
 ស្រួល។ ត្រូវប្រាកដថា ឈ្មោះដែលអ្នកជ្រើសរើសគឺងាយស្រួលចំណាំ និងដូចទៅនឹងឈ្មោះ
 ជំនួញ ឬអង្គការរបស់អ្នក។

○ ធ្វើបច្ចុប្បន្នភាព Profile របស់អ្នក

Instagram អនុញ្ញាតឲ្យអ្នកបំពេញរហូតដល់ 150 តួអក្សរអំពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ដោយសារចំនួន
 អក្សរមានកំណត់ ហើយអ្នកចង់ឲ្យមានភាពច្បាស់លាស់ និងខ្លីអំពីថាអ្នកជានរណា ហើយអ្វីដែលអ្នក
 ផ្តល់ជូន។ ប្រសិនបើអ្នកធ្វើការនៅទីតាំងណាមួយជាក់លាក់ អ្នកក៏នឹងអាចបន្ថែមមុខងារទីតាំង
 (location) នោះ។

ទំនាក់ទំនង Constant Contact ប្រើជីវប្រវត្តិដើម្បីចែករំលែកបេសកកម្មរបស់យើងហើយអនុញ្ញាត
 ឱ្យមនុស្សដឹងពីប្រភេទរូបថតដែលយើងចែករំលែកពីគណនី Instagram របស់យើង។ អ្នកក៏អាច
 បន្ថែមគេហទំព័ររបស់អ្នកដែលអ្នកប្រើអាចចុចដើម្បីទស្សនាពីទូរស័ព្ទដៃរបស់ពួកគេ។

○ **បញ្ចូលរូបភាព Profile**

ទំហំរូបភាព profile សម្រាប់ Instagram ដែលល្អបំផុតគឺ 400x400 pixels។ ប៉ុន្តែអ្វីដែលសំខាន់បំផុតរូបភាពដែលអ្នកប្រើគួរជារូបភាពដែលគេងាយចំណាំ និងស្គាល់អំពីអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ យើងប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមដើម្បីប្រយោជន៍មុខជំនួញរបស់យើង ដូច្នេះគួរបញ្ចូលរូបភាព Logo ទៅក្នុង Profile Picture ជាការប្រសើរបំផុត។ Instagram ក៏មានមុខងារអោយយើងយករូបភាពពី Facebook ឬ Twitter ក្នុងករណីពុំមានរូបភាពក្នុង Smart phone។ អ្នកក៏អាចថតរូបផ្ទាល់នៅលើ Instagram ក៏បាន។

○ **មុខងារ ស្វែងរក (Search)**

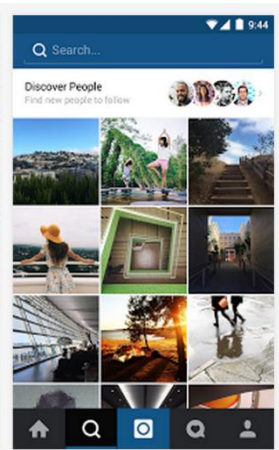
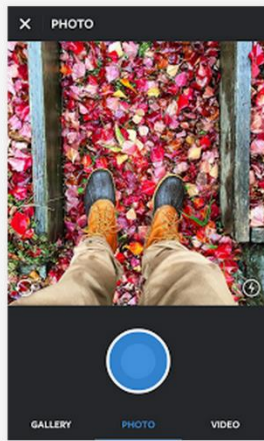
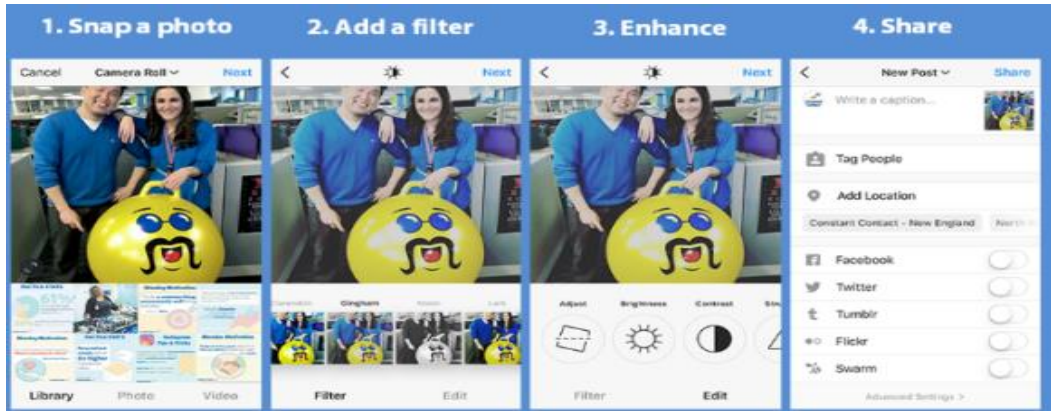
វានឹងមិនមែនជារឿងស្រួលទេ ប្រសិនបើអ្នកមិនមានការយល់ដឹងឲ្យល្អនូវប្រភេទរូបភាពបង្ហាញផ្សេងៗ នោះអ្នកនឹងមិនអាចដឹងនូវទំនោរនៃមតិការដែលត្រូវធ្វើឲ្យល្អ។ ជាសំណាងល្អសម្រាប់អ្នកមុខងារ Instagram research គឺជួយសម្រួលដល់ការស្វែងរកបណ្តុំរូបភាពស្អាតៗ។

ចាប់ផ្តើមដោយការស្វែងរកជំនួញមួយនៅក្នុងឧស្សាហកម្មរបស់អ្នកដែលប្រើ Instagram ទូលំទូលាយ និងមានការចូលរួមក្នុងកម្រិតខ្ពស់។ តើពួកគេមាននិន្នាការបញ្ជូនអ្វី និងតើនៅពេលណាពួកគេមានទំនោរផ្ញើទៅមក។ ប្រសិនបើអ្នកចង់ធ្វើឲ្យមានភាពខុសគ្នាអំពីខ្លួនអ្នក និង ការប្រកួតប្រជែង វាមានភាពចាំបាច់ដែលអ្នកត្រូវដឹងថាតើពួកគេកំពុងធ្វើអ្វីខ្លះ។

○ **បង្ហាញរូបភាពដំបូងរបស់អ្នក (Post your first photo)**

អ្នកបានតម្លើងProfile របស់អ្នកដោយជោគជ័យ ដូច្នេះអ្នកអាចចាប់ផ្តើមបង្ហាញរូបភាពដែលបង្ហាញដូចខាងក្រោម:

- ជាដំបូងចុចលើ icon កាមេរ៉ានៅខាងលើឆ្វេងដៃនៃអេក្រង់ទូរស័ព្ទ
- អ្នកអាចចុចរង្វង់មូលដើម្បីថតរូប ឬចុច Library នៅខាងក្រោមឆ្វេងដៃដើម្បីបញ្ជូនរូបភាពទៅ Instagram។ អ្នកអាចថតវីដេអូបានរហូតដល់១ នាទី
- ប្រសិនបើអ្នកកំពុងupload រូបថត អ្នកនឹងមានជម្រើសដើម្បីតម្រឹមវាសិន។ បន្ទាប់ពីនោះអ្នកនឹងមានជម្រើសសម្រាប់ការកែលម្អផ្សេងគ្នា
- អ្នកអាចជ្រើសរើសចេញពីការច្រោះមួយចំនួនដែលរកិលនៅផ្នែកខាងក្រោមនៃកម្មវិធី។ (ចុចពីរដងការច្រោះដើម្បីបន្ថែមស៊ុមឬផ្លាស់ប្តូរកម្លាំងរបស់ច្រោះ)
- អ្នកក៏អាចចុច "កែសម្រួល (edit)" ដើម្បីចូលប្រើមុខងារពិសេសដើម្បីកែសម្រួលរូបថតផ្សេងទៀត
- នៅពេលដែលអ្នកពេញចិត្តនឹងរូបថតរបស់អ្នក សូមចុចលើផ្នែកខាងលើផ្នែកខាងស្តាំនៃអេក្រង់។ នៅទីនេះអ្នកនឹងអាចបន្ថែមចំណងជើង (caption) បន្ថែម Icon ប្លែកៗ និងកម្សាន្ត ផ្សេងៗដើម្បីឲ្យរូបភាពកាន់តែមានភាពទាក់ទាញ។
- អ្នកក៏អាច tag មិត្តភក្តិរបស់អ្នកឬក៏កំណត់ទីតាំងដែលអ្នកកំពុងថតរូបបានផងដែរ។

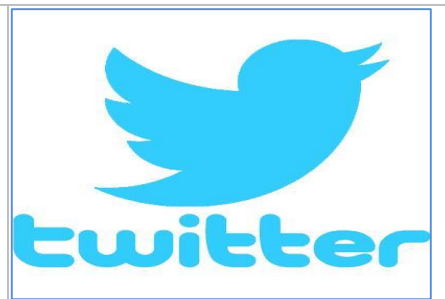


3.7. Twitter

Twitter ត្រូវបានបង្កើតឡើងក្នុងខែ មិថុនា ឆ្នាំ ២០០៦ ដោយ Jack Dorsey, Noah Glass, Biz Stone, និង Evan Williams។ បណ្តាញសង្គមនេះត្រូវបានដាក់ឱ្យប្រើប្រាស់ក្នុងខែកក្កដាក្នុងឆ្នាំដដែល។ សេវាកម្មនេះបានល្បីរន្ទឹមពេញពិភពលោក។ ក្នុងឆ្នាំ២០១៦ Twitter មានអ្នកប្រើប្រាស់ពិតប្រាកដដល់ទៅ ៣១៩លាននាក់។

- ពិពណ៌នា

Twitter គឺជាបណ្តាញសង្គម online ដែលអ្នកប្រើប្រាស់អាចបង្ហោះ និង បញ្ជូនសារទៅដល់អ្នកដែល follow យើង និងបង្កើតចំណាប់អារម្មណ៍ទៅវិញទៅមក ទៅដល់អ្នកដែល follow យើង នោះហៅថា Tweets។ ដើមឡើយ Twitter អនុញ្ញាតឱ្យតែ១៤០តួអក្សរទេ ប៉ុន្តែនៅថ្ងៃទី៧ ខែកញ្ញា ឆ្នាំ២០១៧ ក្រុមការងារ Twitter បានតម្លើងរហូតដល់ ២៨០ តួអក្សរ លើកលែង ជប៉ុន កូរ៉េ និងចិន។



• លក្ខណៈពិសេស និងការតម្លឹង



ពាក្យស្លោកមួយក្នុងចំណោមពាក្យស្លោកជាច្រើនរបស់ Twitter គឺយើងជឿជាក់ថាការដោះដូរព័ត៌មានដោយបើកចំហរ អាច ជះឥទ្ធិពលវិជ្ជមានដល់កិច្ចការសកល។ មនុស្សជាច្រើននៅជុំវិញពិភពលោកទទួលបានគំនិតនេះដោយគ្រាន់តែប្រើ ១៤០ តួអក្សរ ដើម្បីទាញចំណាប់អារម្មណ៍ ឬដោះស្រាយបញ្ហាទាំងឡាយ។

តើវាមានអត្ថន័យយ៉ាងម៉េចចំពោះ Twitter? នេះគឺជាការឆ្លើយតបជាសាធារណៈនៅលើTwitter។ ចាប់តាំងពីពាក់កណ្តាល ឆ្នាំ២០០៩ “@reply” ត្រូវបានមើលឃើញចំពោះអ្នកប្រើប្រាស់ណាដែល follow អ្នកបញ្ជូន និងអ្នកទទួលប៉ុណ្ណោះ។ ដើម្បីបញ្ឈប់ឧបសគ្គនេះ និងដើម្បីឱ្យការឆ្លើយតបរបស់អ្នកអាចមើលឃើញចំពោះ followers របស់អ្នកទាំងអស់ ដូច្នេះអ្នកត្រូវការដាក់សញ្ញាឬអ្វីមួយនៅពីមុខ Tweet ដូច្នេះវាមិនចាប់ផ្តើមដោយសញ្ញា “@” ទេ។

• បង្កើតគណនី Twitter

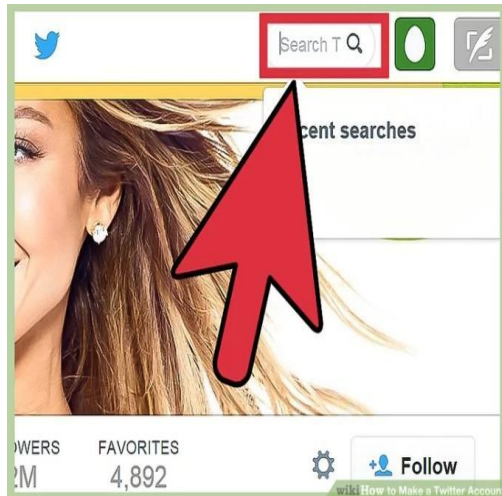


- បើក browser, បន្ទាប់វាយ www.twitter.com .
- ចុច "Sign up for Twitter."
- ផ្តល់ព័ត៌មានអំពីខ្លួនអ្នក
- វាយបញ្ចូលឈ្មោះអ្នកប្រើប្រាស់
- សម្រេចចិត្តច្បាស់ថាតើអ្នកប្រើតែកុំព្យូទ័រតែ ដែលអ្នកកំពុងតែប្រើ ឬ ប្រើកុំព្យូទ័រច្រើន
- ចុចបង្កើតគណនី "Create my account."
- លោកអ្នកក៏អាចបន្ថែមព័ត៌មានពិស្តារផ្សេងទៀត

• របៀបចាប់ផ្តើម

Twitter ត្រូវបានប្រើដើម្បីទំនាក់ទំនងមនុស្សទៅវិញទៅមក។ ដំបូងឡើយ Twitter ត្រូវបានប្រើដើម្បីឲ្យមនុស្សមានទំនាក់ទំនងគ្នាជាមួយចំណាប់អារម្មណ៍ដូចគ្នា (Hashtags) ដែលមាននិមិត្តសញ្ញា "#" ជាសម្គាល់និងដាក់នៅពីមុខពាក្យនីមួយៗ ដូច្នោះអ្នកប្រើប្រាស់អាចចែករំលែក ឬស្វែងរកដោយងាយស្រួល។ អ្នកប្រើក៏អាចប្រើប្រាស់ Website ដូចជា hashtag.org ដែលពួកគេចង់បាន។

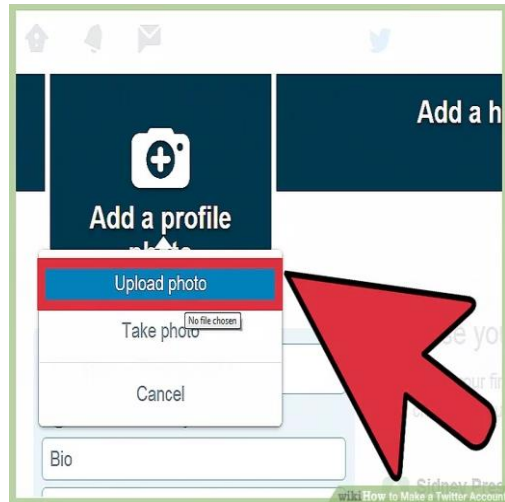
ដំណាក់កាលដំបូង Twitter និងបង្ហាញតារាងបុគ្គលល្បីៗដើម្បីឲ្យយើង follow ។ យើងអាច follow បាន ៥ នាក់។ បន្ទាប់ចុច next អ្នកត្រូវបានអោយជ្រើសរើសចំនួន ៥ បន្ថែម។



អ្នកមានជម្រើសក្នុងការ follow មនុស្សដែលអ្នកស្គាល់។ បើសិនអ្នកអនុញ្ញាតឲ្យ Twitter អាចដំណើរ ទៅកាន់ទំនាក់ទំនងសារអេឡិចត្រូនិចរបស់អ្នកនោះ Twitter និងបង្ហាញអ្នកដែលបានប្រើ Twitter ដែលអាចឲ្យយើង follow ពួកគេតែមួយ ឬទាំងអស់ក៏បាន។

ធ្វើការបង្ហាញ: profile picture

ចុចលើប្រអប់រូបភាព (Add a profile picture)



3.8. LinkedIn

• ពិពណ៌នា

យើងបានឮជារៀងរាល់ថ្ងៃអំពីអ្នកតំណាងផ្នែកលក់ ឬទីផ្សារ អំពីភាពទំនាក់ទំនង ការស្រលាញ់ ឬស្នប់របស់ពួកគេលើ បណ្តាញសង្គម LinkedIn។ តើអ្នកកំពុងរកមើលបណ្តាញ សង្គមដែលនិយាយអំពីមុខជំនួញអាជីពឬ? ប្រសិនបើអ្នក គ្រាន់តែចង់ឆែកមើលអត្តសញ្ញាណរបស់បុគ្គលណាម្នាក់ ឬដើម្បីស្នើសុំសារអេឡិចត្រូនិក អ្នកប្រាកដជាបាត់បង់ឱកាសមានតម្លៃ, ការរីកចម្រើន, ឱកាសដឹកនាំ ការលក់ និង ចុងក្រោយ គឺបាត់បង់ឱកាស នៃការរីកចម្រើនអាជីវកម្មតែ ម្តង។ ការប្រើប្រាស់LinkedIn គឺជាឧបករណ៍លើកកម្ពស់ អាជីវកម្មលោកអ្នកហួសពីក្តីរំពឹងទុក។

ខណៈដែលអ្នកកំពុងប្រើ Facebook ដើម្បីទំនាក់ទំនងជា មួយមិត្តភក្តិ គ្រួសារ និងសហការី ប៉ុន្តែ LinkedIn បង្កើត ឡើងដើម្បីទំនាក់ទំនងការងារអាជីព។



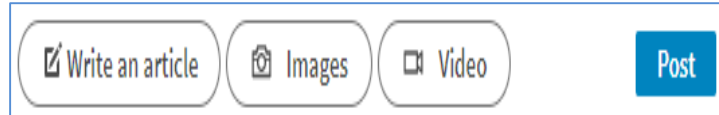
• លក្ខណៈពិសេស និងការតម្លឹង

ដើម្បីតម្លឹង LinkedIn, អ្នកត្រូវការនាម(First Name) គោត្តនាម(Last Name) សារអេឡិចត្រូនិច និងលេខសម្ងាត់ បន្ទាប់ចុចលើ Join Now.

• របៀបចាប់ផ្តើម LinkedIn និងរៀនពី LinkedIn

App	គេហទំព័រ (Website)
ប្រព័ន្ធ (Android and iOS)	ប្រព័ន្ធ
ប្រព័ន្ធ (Android and iOS)	ប្រព័ន្ធ

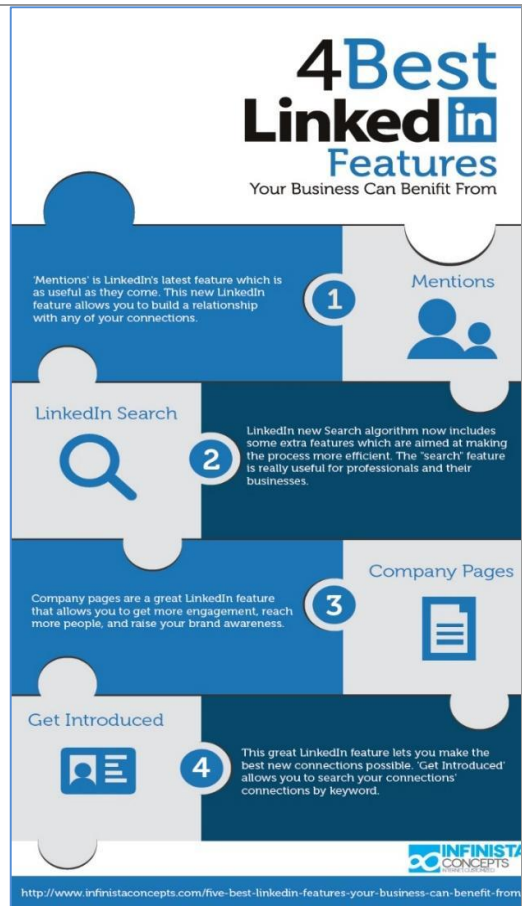
អ្នកចង់ប្រើ LinkedIn តាមរយៈទូរស័ព្ទដៃ ឬតាមគេហទំព័រ <https://www.linkedin.com/> អ្នកអាចចែករំលែកអត្ថបទ, គំនិត, រូបភាព និងវីដេអូ



អ្វីដែលជាលក្ខណៈពិសេសរបស់ LinkedIn គឺ LinkedIn Learning ដែលអ្នកអាចរៀនបានច្រើនមុខនៅលើទូរស័ព្ទដៃ ប្រសិនបើមិនមានកុំព្យូទ័រនៅក្បែរខ្លួននោះទេ។



- My Network:** បណ្តាញទំនាក់ទំនងរបស់អ្នក
- Jobs:** បញ្ជីតារាងការងារដែលអ្នកចាប់អារម្មណ៍ត្រូវនិងជំនាញ
- Messaging:** សម្រាប់បញ្ជូនសារទៅកាន់មិត្តភក្តិ និងសមាជិកបណ្តាញ
- Notifications:** ការរំលឹកអំពីបង្ហាញរឿង
- Me:** មើល profile របស់អ្នក



3.9. Pinterest

- ពិពណ៌នា


<p>Pinterest គឺជាគេហទំព័រឥតគិតថ្លៃមួយដែលអាចឲ្យអ្នកប្រើប្រាស់ធ្វើការស្វែងរកក៏ដូចជាចែករំលែករូបភាព ឬវីដេអូដែលការប្រមូលផ្តុំនោះហៅថា pinboards។ Pins គឺជាគំនិតមួយដែលជួយអ្នកក្នុងការរកឃើញនូវគំនិតច្នៃប្រឌិតថ្មីៗ ឧទាហរណ៍ថាអ្នកមានគម្រោងដំណើរការកម្សាន្តបោះជំរុំ ឬកែច្នៃលំនៅដ្ឋាន Pins និងរក្សាទុកគំនិតទាំងអស់នោះ ហើយយើងអាចស្វែងរកបានដោយងាយស្រួល។</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • លក្ខណៈពិសេស និងការតម្លឹង <ul style="list-style-type: none"> ○ របៀបបង្កើតគណនេយ្យនៅលើ Pinterest? ○ តាមរយៈទូរស័ព្ទដៃ <ul style="list-style-type: none"> ➢ បើកកម្មវិធី Pinterest. ដែលមានអក្សរ P ពណ៌ស និង background ពណ៌ក្រហម ➢ Sign up ជាមួយសារអេឡិចត្រូនិច (សារអេឡិចត្រូនិចដែលមានសុវត្ថិភាព) ➢ ចុច Next. ...វាយបញ្ចូលលេខសម្ងាត់ ➢ ចុច Next រួចវាយឈ្មោះ ចុច Next. ○ តាមរយៈកុំព្យូទ័រ <ul style="list-style-type: none"> ➢ បើក browser វាយ https://www.pinterest.com វាយបញ្ចូលអាសយដ្ឋានសារអេឡិចត្រូនិច និងលេខសម្ងាត់ 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ អ្នកមានជម្រើសក្នុងការ Log in ជាមួយ Facebook ឬ Google ប្រសិនបើអ្នកមានគណនីទាំងពីរនេះហើយ ➢ បញ្ចូលព័ត៌មាន profile ➢ Full name - បំពេញឈ្មោះ ➢ Age - បំពេញអាយុ ➢ Gender - ជ្រើសរើសភេទ "ប្រុស", "ស្រី", ឬ "ផ្សេងៗ". ប្រសិនបើអ្នករើសភេទផ្សេងទៀតសូមបំពេញឈ្មោះភេទនោះ ➢ ចុច Sign Up ➢ សូមជ្រើសរើសប្រធានបទចំនួន ៥។ វានឹងលេចឡើងនៅលើ feed របស់អ្នក។

- របៀបចាប់ផ្តើម

- ប្រសិនបើអ្នកជាសមាជិកថ្មីចំពោះ Pinterest, ត្រូវប្រាកដថា profile អ្នកមានព័ត៌មានគ្រប់គ្រាន់
 - បំពេញ Profile របស់អ្នក
 - ជ្រើសរើស Pinterest ណាមួយ
 - បំពេញមុខជំនួញអ្នក និងបញ្ជាក់ពីគេហទំព័រ

3.10. Tumblr

- ការពិពណ៌នា

<p>Tumblr គឺជា micro blogging និងបណ្តាញសង្គមដែលបង្កើតឡើងដោយលោក David Karp ក្នុងឆ្នាំ២០០៧ និងជាកម្មសិទ្ធិរបស់ Oath Inc. សេវាកម្មនេះអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ដាក់ពហុមេឌីយ៉ាមាតិកាដទៃទៀតទៅក្នុងប្លុក (Blog) ខ្លីៗ។ អ្នកប្រើអាចធ្វើតាមអ្នកប្រើផ្សេងទៀត។ អ្នកសរសេរ Blog ក៏អាចធ្វើ Blog របស់ពួកគេជាលក្ខណៈឯកជន។ សម្រាប់អ្នកសរសេរប្លុក (Blog) មានលក្ខណៈពិសេសរបស់គេហទំព័រជាច្រើនដែលទាញយកពីផ្ទាំងគ្រប់គ្រងនៅផ្នែកខាងមុខ។</p>	
--	---

- លក្ខណៈពិសេស និងការតម្លឹង

<p>ការគ្រប់គ្រង Blog</p>	<p>ផ្ទាំងគ្រប់គ្រង (Dashboard) : គឺជាឧបករណ៍ចម្បងសម្រាប់អ្នកប្រើប្រាស់ Tumblr ជាលក្ខណៈធម្មតា។ វាជាការផ្តល់បន្តនៃអត្ថបទថ្មីៗពី blog ដែលពួកគេយកលំនាំតាម។ តាមរយៈ dashboard អ្នកប្រើអាចបញ្ចេញមតិកំណត់ហេតុបណ្តាញ និងបង្ហាញការចូលចិត្តរបស់អ្នកលើការបង្ហាញពីប្លុកផ្សេងទៀតដែលបង្ហាញនៅលើផ្ទាំងព័ត៌មានរបស់ពួកគេ។ ផ្ទៃ dashboard អនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើបង្ហាញអត្ថបទរូបភាពវីដេអូឃ្លីប ឬតំណទៅកាន់ប្លុករបស់ពួកគេដោយចុចលើប៊ូតុងដែលបង្ហាញនៅផ្នែកខាងលើ dashboard ។ អ្នកប្រើប្រាស់ក៏អាចភ្ជាប់ blog របស់ពួកគេទៅគណនី Twitter និង Facebook ផងដែរ។ ដូច្នោះនៅពេលណាដែលពួកគេធ្វើការបង្ហាញ វាក៏នឹងត្រូវបានផ្ញើជា twitt និងធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពស្ថានភាព។</p> <p>Queue: អ្នកប្រើអាចបង្កើតកាលវិភាគដើម្បីពន្យារការបង្ហាញ ដែលពួកគេបង្កើត។ ពួកគេអាចផ្សព្វផ្សាយការបង្ហាញរបស់ពួកគេ ក្នុងរយៈពេលច្រើនម៉ោងឬច្រើនថ្ងៃ។</p> <p>Tags: អ្នកប្រើអាចជួយអ្នកអានរបស់ខ្លួនស្វែងរកការបង្ហាញអំពីប្រធានបទជាក់លាក់ដោយបន្ថែម Tags ។ ប្រសិនបើមាននរណាម្នាក់ ដាក់បញ្ចូលរូបថតរបស់ពួកគេទៅក្នុង blog របស់ពួកគេហើយចង់ឱ្យអ្នកមើលរបស់ពួកគេស្វែងរករូបថតពួកគេនឹងបន្ថែម Tags # រូបភាព នោះអ្នកមើលរបស់ពួកគេអាចប្រើពាក្យនោះដើម្បីស្វែងរកអត្ថបទដែលមាន Tags # រូបភាព។</p> <p>ការកែសម្រួល HTML: Tumblr អនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់កែសម្រួល blog's theme HTML របស់ពួកគេដើម្បីគ្រប់គ្រងលើការបង្ហាញនៃ blog របស់ពួកគេ។ អ្នកប្រើក៏អាចប្រើឈ្មោះ custom domain សម្រាប់ blog របស់ពួកគេផងដែរ។</p>
<p>ទូរស័ព្ទ(Mobile)</p>	<p>ជាមួយនឹងការទិញយកក្រុមហ៊ុន Tumblr ក្នុង ឆ្នាំ២០០៩របស់ក្រុមហ៊ុន Tumbleterette ដែលជាកម្មវិធី iOS ដែលបង្កើតឡើងដោយ Jeff Rock និង Garrett Ross សេវានេះបានបើកដំណើរការកម្មវិធីទូរស័ព្ទ iPhone ផ្លូវការរបស់ខ្លួន។</p>

	<p>គេហទំព័រនេះបានរកឃើញនៅលើស្នាដៃហ្វូន BlackBerry នៅថ្ងៃទី១៧ ខែមេសា ឆ្នាំ ២០១០ តាមរយៈកម្មវិធី Mobelux នៅក្នុង BlackBerry World ។ នៅក្នុងខែ មិថុនា ឆ្នាំ២០១២ ក្រុមហ៊ុន Tumblr បានចេញនូវកម្មវិធី iOS ជំនាន់ថ្មីរបស់ខ្លួន ដែលមានឈ្មោះថា Tumblr 3.0 ដែលអនុញ្ញាតឱ្យ Spotify មានដំណើរការ, រូប ភាពដែលមានគុណភាពខ្ពស់ និងដំណើរការដោយគ្មានអ៊ិនធើណែត។ កម្មវិធី សម្រាប់ Android ក៏អាចប្រើបានផងដែរ។ កម្មវិធី Windows Phone ត្រូវបានចេញ ផ្សាយនៅថ្ងៃទី២៣ ខែមេសាឆ្នាំ២០១៣។ កម្មវិធីសម្រាប់ Google Glass ត្រូវបាន ចេញផ្សាយកាលពីថ្ងៃទី១៦ ខែឧសភា ឆ្នាំ២០១៣។</p>
<p>ប្រអប់សារ និង សារ(Inbox and messaging)</p>	<p>blogs របស់ក្រុមហ៊ុន Tumblr អាចអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ដាក់ស្នើសុំណូរដោយ ខ្លួនឯងឬដោយអនាមិកទៅ blog សម្រាប់ការឆ្លើយតប។ ក្រុមហ៊ុន Tumblr ក៏បាន ផ្តល់មុខងារ " fan mail" ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើប្រាស់ផ្ញើសារទៅ blogs ដែល ពួកគេធ្វើតាម។</p>
<p>ការកែសម្រួល មាតិកា(Editorial content)</p>	<p>នៅខែឧសភាឆ្នាំ២០១២ ក្រុម Tumblr បានបង្កើតដំណើរការ Storyboard ដែលជា ការគ្រប់គ្រង blog ដោយក្រុមអ្នកកែសម្រួលជាមួយលក្ខណៈពិសេសនៃរឿង និងវី ដេអូអ៊ីសារៈសំខាន់ blogs និងអ្នកប្រើនៅលើ Tumblr កាលពី ខែមេសា ឆ្នាំ ២០១៣ Storyboard បានបិទ។</p>

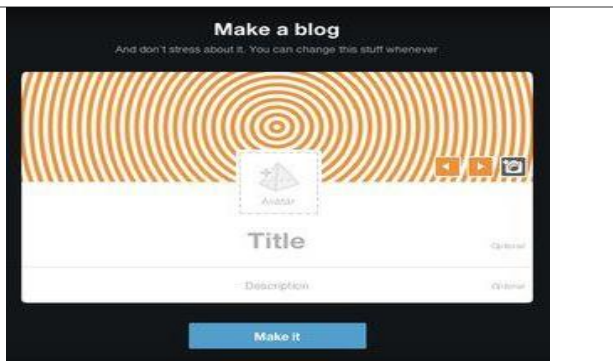
- **ធ្វើដូចម្តេចដើម្បីបង្កើតគណនី Tumblr**

អ្នកទទួលបានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមសម្រាប់សិល្បករ ហើយអ្នកត្រូវការបង្កើតគណនី Tumblr ដើម្បីរក្សាអ្នកគាំទ្រអំពីការសំដែង ដំណើរកម្សាន្ត រូបថត និងតន្ត្រីថ្មី។ Firefox, Safari, ឬ Chrome គឺល្អក្នុង ការប្រើ។

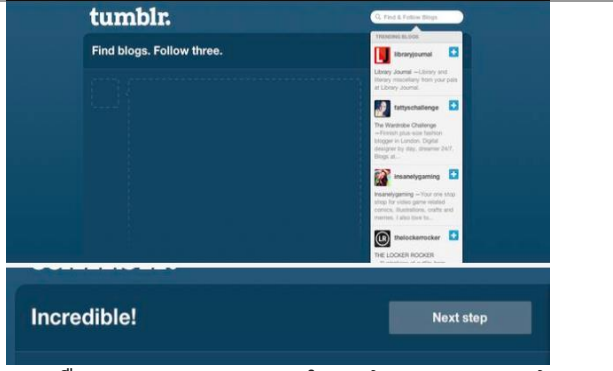
ជំហានទី១៖ បង្កើតគណនីនៅលើ Tumblr.com
 ចូលទៅកាន់កម្មវិធីសម្រាប់ដំណើរការអ៊ិនធើណែត ណា មួយ ហើយវាយនៅ www.tumblr.com ។ ទំព័រគួរតែបើក ដូចរូបភាពខាងស្តាំនេះ ហើយនឹងផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវជម្រើស ដើម្បីចុះឈ្មោះឬចូលទៅកាន់។ ប្រសិនបើអ្នកមានគណនី Tumblr រួចហើយអ្នកអាចចូលទៅកាន់គណនីនោះ ហើយ មានជម្រើសក្នុងការបង្កើត blogs ដាច់ដោយឡែក ប៉ុន្តែប្រើ ព័ត៌មានចូលដូចគ្នាទៅនឹងព័ត៌មានចាស់។ ដើម្បីបង្កើត គណនីមួយអ្នកត្រូវផ្តល់សារអេឡិចត្រូនិច, លេខសម្ងាត់និង ឈ្មោះអ្នកប្រើ។



ជំហានទី២៖ បន្ទាប់ពីអ្នកបានចូលក្នុងរូបភាពនេះហើយ វាគួរតែលេចឡើងដែលមានរូបរាងដូចរូបភាពខាងស្តាំនេះ។ សូមកុំបារម្ភ ចុចវាចុះក្រោមហើយចុចប៊ូតុង make it ។

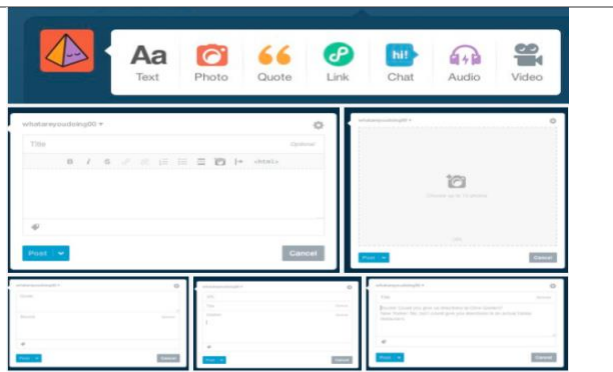


ជំហានទី៣៖ ការចាប់ផ្តើមដោយជ្រើសរើស 3 Blogs៖ បន្ទាប់មកអេក្រងនឹងលេចឡើងហើយនៅជ្រុងខាងលើស្តាំដៃ ហើយអ្នកនឹងឃើញ search bar សម្រាប់ការសរសេររបស់អ្នក ឬកំណត់ត្រាក្រុមហ៊ុន ដែលអ្នកធ្វើការហើយជ្រើសរើស 3 blog ដែលអ្នកចាប់អារម្មណ៍។ នៅពេលអ្នកមាន 3 blog នៅផ្នែកខាងលើនៃអេក្រងប៊ូតុងមួយដែលនិយាយថាជំហានបន្ទាប់វានឹងលេចឡើងហើយចុចលើវា។ Search bar ក៏ជាកន្លែងដែលអ្នកអាចរកមើលប្រធានបទណាមួយ និង blog ឬការបង្ហោះដែល tags ស្រដៀងគ្នានឹងបង្ហាញ ហើយនៅទីនោះអ្នកអាចអនុវត្តន៍តាម ឬគេហទំព័រ blog។



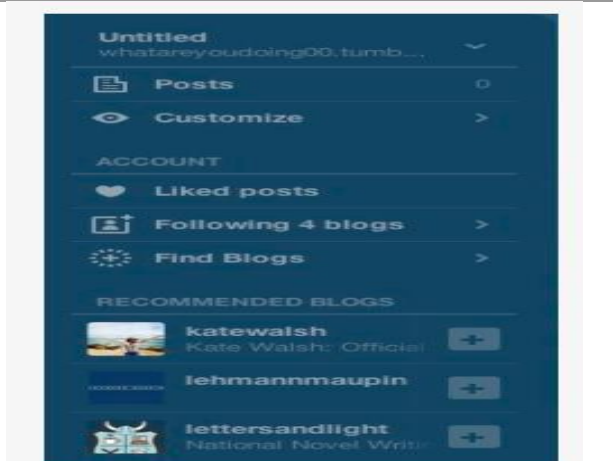
នេះគឺជាប្រធានបទមួយចំនួនដែលអ្នកអាចស្វែងរកបានដូចជា៖ **Coldplay, Lily Allen, Miley Cyrus, Justin Bieber, Red Hot Chili Peppers, Beatles, Beyonce, Nicki Minaj, Green Day, 2ne1** ។

ជំហានទី៤៖ ការរៀនឧបករណ៍មួយចំនួន នៅលើ Dashboard៖ នៅក្នុងរូបភាពនេះ គឺជាកន្លែងដែលផ្ទាំងបញ្ជារបស់អ្នក គឺវាមាន home button, mail, help, settings, and the logoff button ។ Bar ទីពីរគឺជាកន្លែងដែលអ្នកបង្កើតការបង្ហោះរឿងអ្វីៗរបស់អ្នក។ ដូចដែលអ្នកអាចឃើញអ្នកមានជម្រើសជាច្រើនសម្រាប់ទ្រង់ទ្រាយណាដែលអ្នកចង់ប្រើ។ អ្នកអាចធ្វើបានសម្រាប់ការបង្ហោះអត្ថបទ រូបថត សម្រង់ផ្សេងៗ តំណភ្ជាប់ទៅនឹងការបង្ហោះជាសម្លេង ឬវីដេអូ។

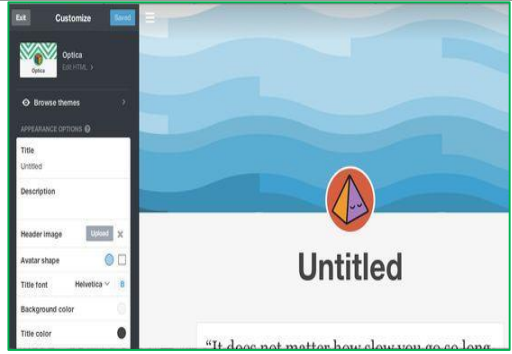


ជំហានទី ៥៖ ភ្លាមៗដើម្បីចូលទៅកាន់ទំព័រដែលអាចផ្លាស់ប្តូរតាមបំណង៖

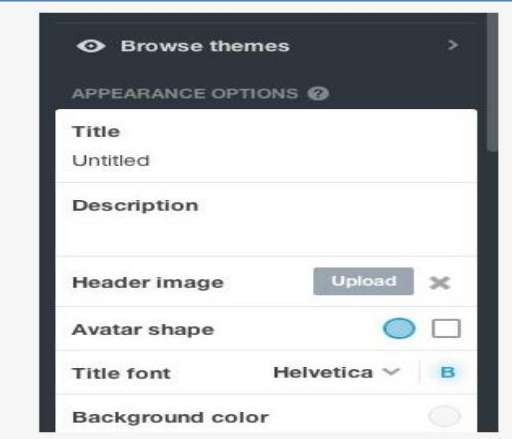
ឥឡូវនេះវាដល់ពេលអ្នកកែច្នៃបង្កើត blog ។ នៅខាងស្តាំនឹងមានប៊ូតុងមួយដែលមើលទៅដូចជាភ្នែកហៅថា "customize" ហើយនៅពេលអ្នកចុចលើវា វាមានរូបរាងដែលអ្នកមើលទៅដូចអេក្រងរូបខាងស្តាំនេះ។



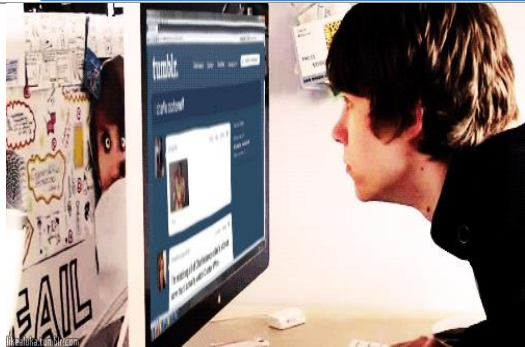
ជំហានទី ៦៖ របៀបប្តូរទំព័រប្លុករបស់អ្នកតាមតម្រូវការ៖ នៅផ្នែកខាងឆ្វេងនៃអេក្រង់អ្នកនឹងឃើញផ្នែក customize ដែលអ្នកអាចផ្លាស់ប្តូរ blog របស់អ្នកតាមអ្វីដែលចង់បាន។ អ្វីដែលរឹតតែអស្ចារ្យទៀត គឺថានៅពេលដែលអ្នកធ្វើការផ្លាស់ប្តូរ ភ្លាមៗនោះអ្នកនឹងឃើញវាកើតឡើងនៅលើអេក្រង់ផ្នែកខាងស្តាំ។ ហើយអ្នកតែងតែអាចផ្លាស់ប្តូរវាបានប្រសិនបើអ្នកត្រូវការ។



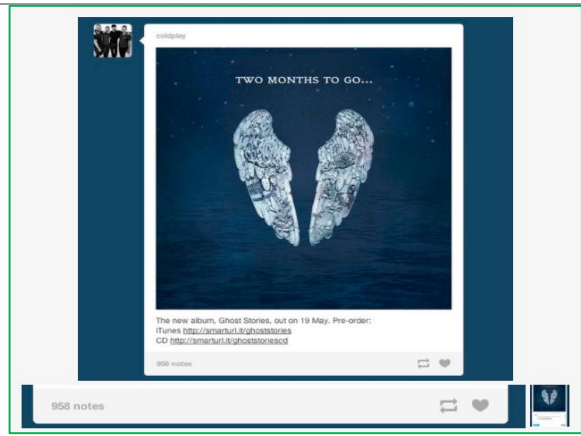
ជំហានទី ៧៖ សរសេរការពិពណ៌នា៖ អ្វីជាគោលបំណងដ៏សំខាន់មួយនៃការដំណើរការ blog នេះ គឺដើម្បីជូនដំណឹងដល់មើល blog របស់អ្នក។ នៅលើអេក្រង់តែ១ដូចគ្នានិង សូម សរសេរពិពណ៌នាអំពីអ្វីដែលអ្នកសរសេរនិងប្រាប់ពួកគេអំពីអ្វីដែលពួកគេអាចរំពឹងលើ blog។ នៅពេលដែលអ្នកបានបញ្ចប់រូបសូមចុច save នៅផ្នែកខាងស្តាំខាងលើនៃជួរឈរហើយបន្ទាប់មកចុច exit ។



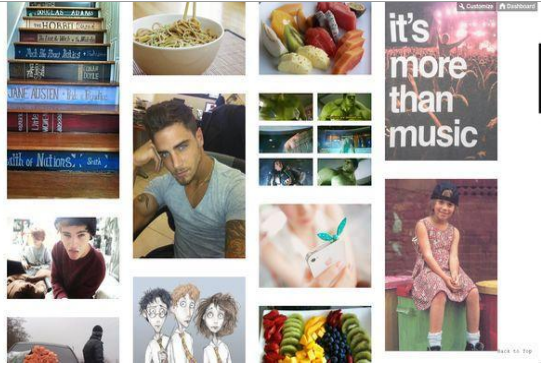
ជំហានទី៨៖ Reblog រូបភាពដែលអ្នកចូលចិត្ត៖ ឥឡូវអ្នកមាន blog តាមវិធីដែលអ្នកចង់បាន ហើយវាដល់ពេលចាប់ផ្តើម blogging ។ ដូចអ្វីដែលខ្ញុំបានរៀបរាប់ខាងលើអ្នកអាចបង្កើតការបង្ហោះផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកឬដាក់បញ្ចូលរូបថតរបស់អ្នកផ្ទាល់ ប៉ុន្តែអ្វីផ្សេងទៀតដែលរឹតតែអស្ចារ្យគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍អំពី Tumblr គឺអ្នកអាច reblog ពីគណនីផ្សេង។ blog ដែលអ្នកធ្វើតាមគណនីនឹងបង្ហាញអ្នកពីអ្វីដែលពួកគេបានបង្ហោះនៅលើផ្ទាំងព័ត៌មានរបស់អ្នកដែលជាផ្នែកមួយដែលរូបភាពទាំងអស់មាន។



ជំហានទី ៩៖ ធ្វើយ៉ាងណាដើម្បីបង្ហោះនៅក្នុង blog ម្តងទៀត៖ ប្រសិនបើអ្នកឃើញអ្វីមួយដែលអ្នកចូលចិត្តអ្នកអាចបង្ហោះម្តងទៀតបាន ឬចូលចិត្តវាដោយចូលទៅផ្នែកខាងក្រោមនៃអត្ថបទ ហើយចុចប៊ូតុងបេះដូងដើម្បី like វាឬចុចសញ្ញាស្របពីរដើម្បីកំណត់វាឡើងវិញ។ ប្រសិនបើអ្នកចង់ធ្វើវាឡើងវិញ វានឹងកើតឡើងដូចនេះ។ អ្នកអាចបន្ថែមសារផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកប្រសិនបើអ្នកចង់ ឬអ្នកគ្រាន់តែចុចប៊ូតុង reblog ហើយវានឹងបង្ហាញនៅលើទំព័រ blog របស់អ្នកនិងនៅលើផ្ទាំងព័ត៌មាន (dashboard) របស់អ្នក។



ជំហានទី 10៖ តើ Tumblr របស់អ្នកមានរាងដូចម្តេចនៅទីបញ្ចប់៖ ដើម្បីមើលថាតើ blog របស់អ្នកមានរូបរាងដូចអ្វីដែលអ្នកបានធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពថ្មីបំផុត សូមចូលទៅកាន់ផ្ទាំងព័ត៌មានរបស់អ្នកហើយចុចលើឈ្មោះ blog របស់អ្នកនៅជ្រុងខាងស្តាំនៃអេក្រង់ហើយវានឹងនាំអ្នកទៅកាន់ blog របស់អ្នកហើយ ត្រឡប់មកវិញអ្នកគ្រាន់តែទៅផ្នែកខាងស្តាំជ្រុងខាងលើ នៃ អេក្រង់ ហើយវានឹងមានផ្ទាំងមួយ dashboard ហើយចុចសញ្ញានោះ អ្នកនឹងត្រលប់ទៅផ្ទាំងព័ត៌មានវិញ។ ហើយនេះជារបៀបដែល Tumblr របស់អ្នកមានរូបរាងនៅទីចុងបញ្ចប់។



• ចាប់ផ្តើមដូចម្តេច

របៀបបន្ថែមមតិយោបល់ជាមួយជាមួយនិងការពិភាក្សា៖ Tumblr ថ្មីៗនេះបានអនុវត្តន៍ប្រព័ន្ធផ្តល់មតិយោបល់ដើមនៅលើ blogs របស់ខ្លួន ប៉ុន្តែការឆ្លើយតបមានកំណត់ចំពោះអ្នកប្រើប្រាស់គេហទំព័រប៉ុណ្ណោះ ហើយបង្ហាញតែនៅលើផ្ទាំងគ្រប់គ្រងតែប៉ុណ្ណោះ ព្រមទាំងធ្វើការសម្រាប់ primary blogs តែប៉ុណ្ណោះ។ ជាសំណាងល្អមានមធ្យោបាយងាយស្រួលក្នុងការបន្ថែមមតិយោបល់ដែលអ្នកណាម្នាក់អាចប្រើតាមរយៈអ្នកផ្តល់ភាគីទីបីគឺ Discus ។

បន្ទាប់ពីចុះឈ្មោះគណនីគិតថ្លៃនៅ disqus.com សូមចូលទៅកាន់ Disqus Dashboard ហើយចុច + បន្ថែមនៅជាប់នឹងគេហទំព័ររបស់អ្នក។ បញ្ចូលឈ្មោះ URL របស់ Tumblr, ឈ្មោះ blog របស់អ្នក និងបង្កើតឈ្មោះគេហទំព័រខ្លី ។ អ្នកអាចរំលងសេចក្តីណែនាំតម្លើង Disqus ។ ចូលទៅកាន់ tumblr.com/customize ហើយសូមចុចរូបរាងនិងបញ្ចូលឈ្មោះខ្លីដែលអ្នកទើបតែបានបង្កើតក្នុងទីតាំងឈ្មោះខ្លីរបស់ Disqus ។ ចុច Save ឬ Save + Close នៅខាងលើផ្នែកស្តាំ។

របៀបដាក់កាលវិភាគស្វ័យប្រវត្តិនៅចន្លោះរយៈពេលទៀងទាត់ និងមិនទៀងទាត់ (Tumblr Queue)៖

- ដោយសារតែក្រុមហ៊ុន Tumblr ធ្វើឱ្យមានការភ្ជាប់ ឬការបង្កើតតំណភ្ជាប់ឡើងវិញនូវរូបភាពនិងអ្វីៗជាច្រើនទៀតលឿន និងងាយស្រួល វាពិតជាងាយស្រួលក្នុងការធ្វើឱ្យមានការត្រួតគ្នាអ្នកដែលចូលចិត្ត Tumblr របស់អ្នក។ ព្យាយាមនូវ គម្លាតការបង្ហោះ ដោយមានលក្ខណៈពិសេស queue ដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើវារាំងការបង្ហោះច្រើនម៉ោងឬច្រើនថ្ងៃ។
- នៅជ្រុងខាងស្តាំផ្នែកលើនៃទំព័រសម្រាប់បង្កើតការបង្ហោះ សូមចុចលើម៉ឺនុយដែលធ្លាក់ចុះ ហើយជ្រើសរើសយក Add to Queue ជំនួសឱ្យ Publish Now ។
- កំណត់ពេលវេលាបង្ហោះ និងប៉ារ៉ាម៉ែត្រនៅលើទំព័រ Queue។ ការស្វែងរកនេះគឺមានភាពច្របូកច្របល់។ ចូល



- នៅទីនេះអ្នកអាចកំណត់ចំនួនបង្ហោះក្នុងមួយថ្ងៃ និងម៉ោងដែលការបង្ហោះអាចផ្សាយបន្តផ្ទាល់បាន។
- អ្នកក៏អាចពិនិត្យមើលអ្វី ដែលមិនទាន់បានផ្សាយបន្តផ្ទាល់នៅឡើយទេ ហើយផ្លាស់

ទៅកាន់ Dashboard (ផ្ទាំងគ្រប់គ្រង)របស់អ្នកចុចលើ ឈ្មោះរបស់Tumblr blogរបស់អ្នកនៅផ្នែកខាងលើ បន្ទាប់មកចុច Queueនៅលើរបារចំហៀងខាងស្តាំ។ ឬអ្នកអាចទៅកាន់គេហទំព័រ [www.tumblr.com/tumblelog/\[your blog handle here\]/queue](http://www.tumblr.com/tumblelog/[your blog handle here]/queue).

ប្តូរអ្វីនោះតាមលំដាប់បន្តផ្ទាល់ ដោយធ្វើម្តងៗនូវការបង្ហោះជាបុគ្គលទៅទីតាំងថ្មីនៅលើទំព័រ។

របៀបបង្កើតទំព័រស្ថិតិ៖

- ទំព័រស្ថិតិអាចផ្តល់ឱ្យអ្នកអាននូវព័ត៌មានស៊ីជម្រៅអំពីខ្លួនឯងនិង blog របស់អ្នកជាងអ្វីដែលអ្នកអាចដាក់នៅលើរបារចំហៀង (ប្រសិនបើអ្នកមាន) ។
- ទំព័រទាំងនេះអាចមានប្រយោជន៍ទោះបីជាអ្នកប្រើ Tumblr សម្រាប់ការសរសេរ blog ដែលគាំទ្រ ឬគ្រាន់តែចែករំលែកតំណភ្ជាប់ដែលអ្នកចូលចិត្ត ឬរូបភាពជាមួយមិត្តភក្តិក៏ដោយ។



បង្កើតប្តូរទិស URLs ដោយប្រើ Tumblr អាសយដ្ឋានរបស់អ្នក៖

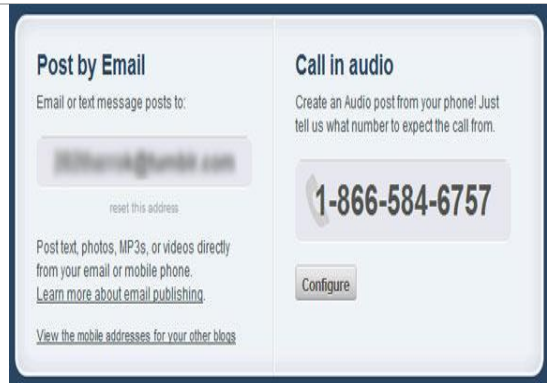
- ដោយប្រើជំហានដូចគ្នាសម្រាប់បង្កើតទំព័រព័ត៌មានអ្នកប្រើក៏អាចបង្កើតការបញ្ជូនបន្តដែលនឹងបង្ហាញនៅលើរបារចំហៀងរបស់អ្នកដូចតំណ។ អ្នកអាចចង្អុលអ្នកប្រើទៅកាន់ប្លុកឬគេហទំព័រផ្សេងទៀត ឬទំព័រណាមួយនៅលើបណ្តាញដោយប្រើ URL ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នក។
- ក្នុងការបន្ថែម **Page window**, កំណត់ URL របស់ទំព័រ។ ឧទាហរណ៍ yourname.tumblr.com/myfirstbook Under Page Type សូមជ្រើស Redirect ពី dropdown menu ។



- Under Redirect to, បញ្ចូល URL ដែលអ្នកចង់ឱ្យអ្នកប្រើបញ្ចប់។
- ពិនិត្យប្រអប់នៅក្បែរកន្លែងបង្ហាញតំណភ្ជាប់ទៅកាន់ទំព័រនេះប្រសិនបើអ្នកចង់ភ្ជាប់របារចំហៀងរបស់អ្នក។
- ចុច Create Page ។

របៀបបង្ហោះពីទូរស័ព្ទរបស់អ្នក៖

- នៅលើទំព័រ Tumblr Goodies អ្នកប្រើអាចរកវិធីជាច្រើនដើម្បីបង្ហោះទៅកាន់ Tumblr នៅពេលយកពីសារអេឡិចត្រូនិចទៅកម្មវិធីសម្រាប់ iPhone, Android និង BlackBerry ។
- ទោះជាយ៉ាងណា ទោះបីជាអ្នកមិនមានទូរស័ព្ទវីដេអូ (ស្មាតហ្វូន)ក៏ដោយក៏អ្នកនៅតែអាចបង្ហោះបានក្នុងទូរស័ព្ទធម្មតា។

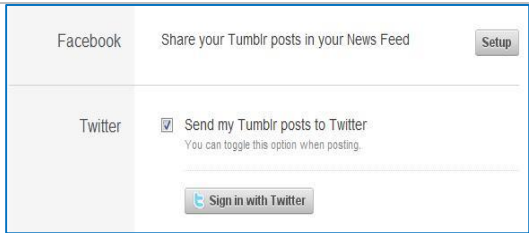


- E-mail Your Posts Under the Post តាមរយៈសារអេឡិចត្រូនិចដែលដាក់នៅលើទំព័រ Goodies, កំណត់ទីតាំងសារអេឡិចត្រូនិចតែមួយគត់ទៅគណនី Tumblr របស់អ្នក។
- ធ្វើសារអេឡិចត្រូនិចទៅអាសយដ្ឋាននេះពីគណនីដែលទាក់ទងនឹង blog របស់អ្នកជាមួយចំណងជើងដែលប្រកាសក្នុងប្រធានបទ។
- Tumblr នឹងរកឃើញដោយស្វ័យប្រវត្តិរូបដែលនៅក្នុងតួរបស់សារអេឡិចត្រូនិចពីអត្ថបទសាមញ្ញទៅជារូបថតទៅជាសម្លេង ហើយថែមទាំងបញ្ចូល tags ។

- ហៅក្នុងការបង្ហោះរបស់អ្នក
- ក្រោមការហៅជាសំលេងផ្នែកខាងលើ អ្នកនឹងរកឃើញលេខឥតគិតថ្លៃសម្រាប់ការបង្ហោះជាសំលេង។
- ចុច Configure ដើម្បីភ្ជាប់លេខទូរស័ព្ទមួយទៅនឹង Tumblr blog របស់អ្នក។ បន្ថែមក្នុង PIN 4 ខ្ទង់សម្រាប់ធ្វើឲ្យមានសុវត្ថិភាព។
- ជ្រើសរើស blogណាមួយដែលការបង្ហោះជាសំលេងគួរតែទៅទីនេះ បន្ទាប់មក ចុច Save ។
- ដើម្បីធ្វើការបង្ហោះ សូមហៅលេខ បញ្ចូលលេខកូដសម្ងាត់របស់អ្នក (ប្រសិនបើអ្នកបានបង្កើត) ធ្វើតាមការណែនាំ និងទុកសារជាសំលេង។ សារជាសំលេងរបស់អ្នកនឹងបង្ហាញនៅលើ blog Tumblr របស់អ្នកនៅប៉ុន្មាននាទីខាងមុខ។

របៀបនាំចូលមាតិកាពីសេវាកម្មផ្សេងៗ៖

- ជាអកុសលនៅក្នុងការរៀបចំឡើងវិញថ្មីៗ Tumblr បានបិទដំណើរការលក្ខណៈពិសេសដែលពេញនិយមពីមុនដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកប្រើនាំចូលមាតិកាពីសេវាកម្មផ្សេងៗដូចជា Delicious, Twitter, blogs និង RSS feeds ។
- បង្ហោះស្វ័យប្រវត្តិពី Tumblr ទៅ Twitter និង Facebook
- ចូលក្នុងគណនី Twitter និង / ឬ Facebook ដែលអ្នកចង់ភ្ជាប់ទៅ Tumblr ។
- ចុចលើឈ្មោះ Tumblr Blog របស់អ្នកនៅផ្នែកខាងលើនៃ Dashboard បន្ទាប់មកតំណការកំណត់នៅលើរបារចំហៀងខាងស្តាំ។
- **សម្រាប់ហ្វេសប៊ុក៖**
- ចុចលើប៊ូតុង Setup ដែលនឹងចាប់ផ្តើមដំណើរការកម្មវិធី Tumblr ។
- ចុច Allow នៅពេលដែលកម្មវិធីស្នើសុំការអនុញ្ញាតដើម្បីបង្ហោះលើផ្ទៃរបស់អ្នក



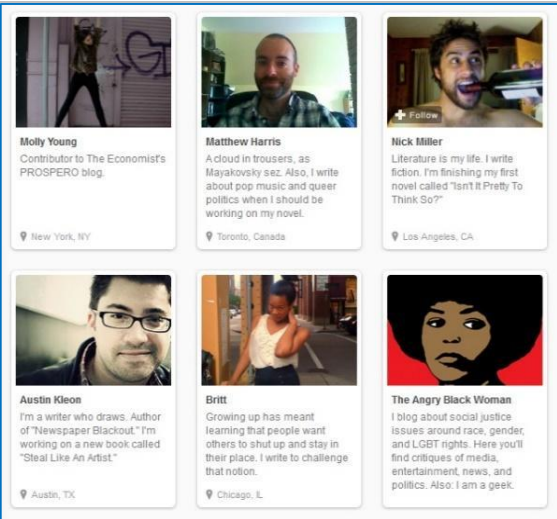
- បញ្ចូល Tumblr URL របស់អ្នកបន្ទាប់មកចុចលើចាប់ផ្តើមការនាំចូល blog
- ចុច Allow ដើម្បីឱ្យកម្មវិធីដំណើរការទៅព័ត៌មានបឋម
- ការបង្ហោះរបស់អ្នកនឹងលេចឡើងដោយស្វ័យប្រវត្តិនៅលើផ្ទៃនិងនៅក្នុងព័ត៌មានរបស់មិត្តភក្តិអ្នកលេចក្នុងទម្រង់ខ្លីជាមួយតំណភ្ជាប់ត្រឡប់ទៅកាន់ blog របស់អ្នក

សម្រាប់ Twitter៖

- ចុចចុះឈ្មោះចូលជាមួយ Twitter
- ចុចលើ Allow ដើម្បីផ្តល់សិទ្ធិឲ្យ Tumblr បង្ហោះ៖
- រាល់ការបង្ហោះទាំងអស់នឹងត្រូវបានផ្ញើទៅក្នុង Twitter ក្នុងទម្រង់ខ្លី បើអ្នកមិនជ្រើសប្រអប់ Post ទៅប្រអប់Twitter នៅក្នុងការបង្កើតទំព័រនៃការបង្ហោះ។

តើធ្វើដូចម្តេចដើម្បីផ្សព្វផ្សាយ Blog របស់អ្នកនៅលើ Tumblr ៖

- ថ្មីៗនេះ Tumblr បានយកចេញនូវថតឯកសារ(Directory) និងបានជំនួសវាជាមួយលក្ខណៈពិសេសថ្មីពីរ៖ Explore និងSpotlight ។
- Spotlightគឺស្រដៀងទៅនឹងថតឯកសារចាស់ (old Directory) ដែលវាជាកន្លែងដែលបុគ្គលិក Tumblr រំលេចនូវ blogs ល្អបំផុតនៅក្នុងលក្ខណៈពិសេស។
- ទោះជាយ៉ាងណា, មិនដូច Directory ចាស់, អ្នកប្រើមិនអាចបញ្ជូននូវblogs ដែលគេចូលចិត្តច្រើនទៀតបានទេ ។ ដើម្បីទទួលបានបញ្ជី អ្នកនឹងត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ការចូលរួមពីបុគ្គលិក ព្រមទាំងអញ្ជើញ។ មានវិធីជាច្រើនដែលអ្នកអាចធ្វើឱ្យblogរបស់អ្នកកត់សម្គាល់ឃើញ ដោយមិនមាននៅលើទំព័រ Spotlight ។
- ទំព័ររុករក គឺជាបញ្ជីដែលផ្តល់នូវថ្មីនៃអ្វីដែលថ្មីនិងទាន់ហេតុការណ៍នៅលើ Tumblr ដោយផ្អែកលើ tags ។ ប្រសិនបើអ្នកបន្ថែម tags ដែលពេញនិយមទៅកាន់ការបង្ហោះរបស់អ្នក វាអាចបង្ហាញនៅលើទំព័ររុករក។
- ខណៈដែលអ្នកប្រើ Tumblr អាចរកមើលតាម tag និងតាមដានtag ដែលពួកគេចូលចិត្តបំផុតនោះ។ អ្នកណាម្នាក់អាចមិនពេញចិត្តនៅលើ blog ថ្មីដែលពួកគេស្រឡាញ់។



ដើម្បីដាក់ tag ក្នុងការបង្ហោះ៖

- នៅក្នុងការបង្កើតការបង្ហោះ ឬ ទំព័រ Reblog ស្វែងរកប្រអប់ tags នៅលើរបារចំហៀងខាងស្តាំ។
- វាយបញ្ចូលពាក្យណាមួយ ឬក្រុមនៃពាក្យបន្ទាប់មកវាយសញ្ញាក្បាច់ដើម្បីបិទ tag ។ នៅពេលដែលអ្នកចាប់ផ្តើមវាយបញ្ចូល tag suggestions នឹងលេចឡើងនៅខាងក្រោមប្រអប់ប៉ុន្តែមិនកំណត់លើអត្ថបទ tag ទេ។
- នៅពេលអ្នកដាក់ស្នើ tags បង្ហាញនៅផ្នែកខាងក្រោមនៃអត្ថបទដែលបង្ហោះ។ tags ដែលពេញនិយមនៅលើទំព័ររុករក អាចទទួលបានការរំលេចជាពិសេស។



របៀបប្រើឈ្មោះផ្ទាល់ខ្លួនសម្រាប់អាសយដ្ឋាននៅលើ Tumblr blog របស់អ្នក

- កំពុងរកមើលដើម្បីធ្វើឱ្យប្លុក Tumblr blog របស់អ្នកមានជំនាញវិជ្ជាជីវៈតាមដែលអាចធ្វើទៅបាន? ព្យាយាមប្រើឈ្មោះអាសយដ្ឋានផ្ទាល់ខ្លួនជំនួសឱ្យអាសយដ្ឋានរបស់



ដែលផ្តល់ជូនដោយស្វ័យប្រវត្តិដោយ
yourname.tumblr.com ។

- ទិញអាសយដ្ឋាន សម្រាប់ឈ្មោះដែលអ្នកពេញចិត្តពីក្រុមហ៊ុនដូចជា NameCheap.com និង GoDaddy.com លក់ក្នុងតម្លៃតូច ដូចជា \$ 9.99 ក្នុងមួយឆ្នាំហើយអ្នកនឹងមិនត្រូវការដាក់ឱ្យដំណើរការឯបន្ថែម។
- នៅពេលការទិញរបស់អ្នកបានបញ្ចប់ សូមចូលក្នុងអាសយដ្ឋានគណនីក្រុមហ៊ុនរបស់អ្នក / ផ្នែកគ្រប់គ្រងអាសយដ្ឋាន ដើម្បីផ្លាស់ប្តូរ A (អាសយដ្ឋាន) ព័ត៌មាន។ ដំណើរការនេះគឺខុសគ្នាសម្រាប់ការដាក់អោយដំណើរការដូច្នោះពិនិត្យទំព័រជំនួយរបស់ពួកគេដើម្បីរកវិធីដោះស្រាយ។
- ដៅចំនុច A Record to Tumblr's IP: 72.32.231.8។ ទុកឱ្យអាសយដ្ឋានម៉ាស៊ីនមេជាអ្នកកំណត់អ្វីដែលមានស្រាប់ ។
- ការផ្លាស់ប្តូរនេះអាចចំណាយពេលរហូតដល់ 72 ម៉ោង។ នៅពេលដែលវាបានបញ្ចប់ អ្នកនឹងឃើញ Tumblr blog របស់អ្នកនៅពេលអ្នកវាយបញ្ជូលអាសយដ្ឋាន ទៅក្នុងរបារអាសយដ្ឋាន។
- នៅលើ Dashboard សូមចុចឈ្មោះ Blog របស់ Tumblr នៅខាងលើបន្ទាប់មកចុចការកំណត់នៅលើរបារចំហៀងខាងស្តាំ។
- ស្ថិតនៅក្រោម URL Tumblr របស់អ្នក សូមចុចនៅផ្នែកខាងក្រោមពិនិត្យមើលប្រើឈ្មោះអាសយដ្ឋានដែលអ្នកបានបង្កើត ហើយបញ្ចូល URL របស់អ្នក (មិនបាច់ដាក់ http: //) ហើយបន្ទាប់មកចុច Save Preferences នៅផ្នែកខាងក្រោមនៃទំព័រ។
- ពេលដែលការតម្លើងត្រូវបានបញ្ចប់ សូម្បីតែអ្នកប្រើបញ្ចូល ពាក្យអាសយដ្ឋានណាមួយរបស់ Tumblr របស់អ្នកក៏ដោយវានឹងបញ្ជូនទៅ URL ផ្ទាល់ខ្លួនដោយស្វ័យប្រវត្តិ។

4. ក្រុមសិល្បកម្ម

4.1. ការណែនាំសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងបណ្តាញសង្គម



ការបង្កើត ការថែរក្សា និងការសម្របសម្រួលវត្តមានបណ្តាញសង្គម គឺជាសកម្មភាពមួយដែលអាចមើលឃើញ និងជាសាធារណៈបំផុតរបស់អង្គការរបស់អ្នកដូច្នោះវាសំខាន់ណាស់ ដែលការគ្រប់គ្រងបណ្តាញសង្គមរបស់អ្នកគួរតែត្រូវបានធ្វើឡើងដោយ អង្គការផ្នែកទំនាក់ទំនងរបស់អង្គការរបស់អ្នក។ ប្រសិនបើអង្គការ/ វិទ្យាស្ថានរបស់អ្នកមិនមាន អង្គការផ្នែកទំនាក់ទំនង ក្រុមការងាររដ្ឋបាល ក្រុមការងារធនធានមនុស្ស មន្ត្រីអាយធី (IT) ឬ នាយក

ប្រតិបត្តិការត្រូវតែដើរតួជាអ្នកគ្រប់គ្រងបណ្តាញសង្គម។

ឧបករណ៍បណ្តាញសង្គមខុសគ្នា នឹងមានកម្រិតការអនុញ្ញាតខុសគ្នា ខ. ហ្វេសប៊ុកអនុញ្ញាតឱ្យមានអ្នកគ្រប់គ្រងជាច្រើននៅលើទំព័រ។ ទោះបីយ៉ាងណា អ្នកគ្រប់គ្រងម្នាក់ៗ ត្រូវតែមានគណនីហ្វេសប៊ុក ផ្ទាល់ខ្លួន។ អ្នកគ្រប់គ្រងទំព័រ មានមុខតំណែងផ្សេងគ្នាដូចជា: អ្នកគ្រប់គ្រង អ្នកបង្កើតមាតិកា អ្នកសម្របសម្រួល អ្នកផ្សព្វផ្សាយ និងអ្នកវិភាគទស្សនវិស័យ។

គណនីសារអេឡិចត្រូនិចដើម្បីបង្កើតទំព័រ បណ្តាញ និងក្រុម គួរតែជាសារអេឡិចត្រូនិចអចិន្ត្រៃយ៍របស់ស្ថាប័នជាជាងសារអេឡិចត្រូនិចផ្ទាល់ខ្លួនរបស់បុគ្គលិកបច្ចុប្បន្ន។ កត់ត្រាពាក្យសម្ងាត់អ្នកគ្រប់គ្រង និងរក្សាទុកនៅកន្លែងមានសុវត្ថិភាពរបស់អង្គការ ឬបង្កើតគណនីគ្រប់គ្រងបន្ថែមសម្រាប់អ្នកគ្រប់គ្រងជាន់ខ្ពស់ សម្រាប់ពេលដែលអ្នកនៅឆ្ងាយពីអង្គការ ថ្នាក់ដឹកនាំជាន់ខ្ពស់ ដទៃទៀត នៅតែអាចគ្រប់គ្រងវាបាន។

ប្រសិនបើអ្នកលាលយប់ការងារពីអង្គការ សូមផ្ទេរគណនីគ្រប់គ្រងទៅឱ្យអ្នកគ្រប់គ្រងជាន់ខ្ពស់ឬមន្ត្រីជំនួស។

ឯកសារអំពីរបៀបគ្រប់គ្រងទំព័រ ក្រុម នាវែល។ ល។ ដែលអ្នកគ្រប់គ្រងផ្សេងទៀតអាចបន្តការងារនៅពេលដែលអ្នកមិននៅជាមួយអង្គការ។

ឯកសារអំពីរបៀបគ្រប់គ្រង ទំព័រ ក្រុមបណ្តាញ ។ ល។ ដើម្បីអ្នកប្រើរដ្ឋបាលផ្សេងទៀតអាចបន្តការងារនៅពេលដែលអ្នកមិននៅក្នុងអង្គការ។

4.2. ការណែនាំសម្រាប់អង្គការស្ថាប័ន



ខណៈបណ្តាញសង្គម ផ្តល់ឱ្យអង្គការមួយនូវអំណាចពិសេស ក្នុងការចូលទៅដល់វេទិកាទំនាក់ទំនងក្រៅប្រព័ន្ធមួយ អ្នកខ្លះ អាចនឹងភ្លេចអំពីបេសកកម្មរបស់ពួកគេ ហើយលុកលុយវេទិកា ជាមួយអាជីវកម្មនិងបញ្ហាផ្ទាល់ខ្លួន។ នៅក្នុងជំពូកនេះ យើងនឹង ពិភាក្សាពីសារៈសំខាន់នៃការមានក្រមសីលធម៌ ដែលនឹងណែនាំ អ្នកក្នុងការគ្រប់គ្រងការប្រើប្រាស់ បណ្តាញសង្គមរបស់អ្នក។ អង្គការនីមួយៗគួរតែមានក្រមសីលធម៌ ដែលនឹងជួយពួកគេក្នុង

ការគ្រប់គ្រងបណ្តាញសង្គមរបស់ពួកគេឱ្យកាន់តែមានប្រសិទ្ធភាព ដើម្បីសម្រេចគោលដៅ។

- ក្រមសីលធម៌សម្រាប់បណ្តាញសង្គមរបស់អង្គការអ្នកគួរតែត្រូវបានបង្កើតឡើងនៅក្នុងបទដ្ឋាននៃ៖
- គោលនយោបាយដែលអាចប្រើបានរបស់អង្គការអ្នក បទបញ្ញត្តិ បទបញ្ជា និង ច្បាប់របស់ ប្រទេស ឧទាហរណ៍គោលនយោបាយទំនាក់ទំនង គោលនយោបាយទំនាក់ទំនងសាធារណៈ គោលនយោបាយទីផ្សារ ច្បាប់ អ៊ិនធើណែត ជាដើម។ អង្គការមួយចំនួនក៏អាចព្យាយាមបញ្ចូល គោលនយោបាយផ្សេងៗទៀតដូចជាគោលនយោបាយយេនឌ័រ គោលនយោបាយបរិស្ថាន
 - ក្រមសីលធម៌ ទស្សនៈវិស័យ បេសកកម្ម និងគុណតម្លៃស្នូលរបស់អង្គការអ្នក៖ គោលនយោបាយ ភាគីទីបី បណ្តាញព័ត៌មានសង្គម ដែលអង្គការរបស់អ្នកកំពុងប្រើ ឬនឹងប្រើ (ដូចជាហ្វេសប៊ុក យូ ធូប ធ្វីតថ្មី ប្លុក ...)

4.3. ការអនុវត្តល្អបំផុតសម្រាប់ការដែលត្រូវធ្វើ និង មិនត្រូវធ្វើ

ខាងក្រោមគឺជា ការដែលត្រូវធ្វើ និង មិនត្រូវធ្វើ មួយចំនួន ដែលអ្នកគ្រប់គ្រងគួរតែដឹងអំពីនា ពេលដំណើរការបណ្តាញសង្គមក្នុងនាម NGO អ្នក៖

	<p>ធ្វើតាមគុណតម្លៃរបស់អង្គការ៖ ទាក់ទងទៅកាន់ សហគមន៍អនឡាញ ដោយប្រើការវិនិច្ឆ័យល្អ និងមាន សុភវិនិច្ឆ័យ។ ប្រកាន់ខ្ជាប់នូវតម្លៃរបស់អង្គការក៏ដូចជា គោលនយោបាយទាក់ទងផ្សេងទៀត។</p>
--	--

- មានភាពស្មោះត្រង់ តម្លាភាព និងមានគណនេយ្យភាព

	<p>ត្រូវប្រាកដថាប្រវត្តិរូបនិងមាតិកាដែលទាក់ទង នឹងឆ្លុះបញ្ចាំងពីវិជ្ជា ជីវៈរបស់អង្គការអ្នក។ អ្នកអាចបញ្ជាក់ថាខណ្ឌ ប្រសិនបើទំព័រ ត្រូវបានអនុញ្ញាតឱ្យប្រើតំណាងឱ្យអង្គការ - ត្រូវប្រាកដថាវាជាទំព័រ ផ្លូវការនៃអង្គការអ្នក មិនមែនជាទំព័រផ្ទាល់ខ្លួនទេ។ ប្រសិនបើមាន កំហុសណាមួយ ចូរសារភាពនិងកែតម្រូវវាឱ្យទាន់ពេលវេលានិង</p>
--	--



ជាក់ស្តែង។ អ្នកនឹងទទួលបានការគោរពពីអ្នកប្រើបណ្តាញសង្គម ផ្សេងទៀតបើធ្វើដូច្នោះ។

- គោរពសិទ្ធិឯកជន



ប្រុងប្រយ័ត្ននៅពេលចែកចាយរឿងរ៉ាវ រូបថត វីដេអូ របស់អ្នក ទទួលផលនិងភាគីដែលពាក់ព័ន្ធ។ ត្រូវសុំការអនុញ្ញាតជាមុនសិន! ត្រូវធ្វើតាមការណែនាំ/គោលនយោបាយ ចតុបនិងទំនាក់ទំនង របស់អង្គការអ្នកនៅពេលបង្ហោះសម្ភារៈក្រាហ្វិក និងជីវចលទាំង នោះ!

- គិតឲ្យបានល្អិតល្អន់មុនពេលបង្ហោះ



គិតពីគុណភាពជាជាងបរិមាណ! នាំយកទស្សនិក ជនរបស់អ្នកទៅឲ្យចំណុចបានហើយ។ សូមចងចាំ ថាអ្នកប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គម អាចផ្លាស់ប្តូរពីទំព័រ របស់អ្នក ទៅកាន់ទំព័ររបស់អ្នកដទៃ បានយ៉ាងងាយ ស្រួលត្រឹមរយៈពេលតែមួយវិនាទី។

រាល់ពាក្យនីមួយៗដែលបានបង្ហោះនៅលើទំព័រ បណ្តាញសង្គមរបស់អ្នក ឆ្លុះបញ្ចាំងពីអង្គការរបស់ អ្នក។ សូមគិតឲ្យបានល្អិតល្អន់ និងប្រុងប្រយ័ត្នលើការសន្ទនារបស់អ្នក។ ដូច្នោះសូមត្រួតពិនិត្យម្តងទៀត ដើម្បីជៀសវាងការបកស្រាយមិនត្រឹមត្រូវណាមួយ។ ជៀសវាងបង្ហោះ ប្រធានបទនយោបាយនិង ប្រធានបទផ្សេងៗ ដែលអាចបណ្តាលឲ្យទំព័ររបស់អ្នក ក្លាយទៅជាទីលានជម្លោះ ។ ត្រូវចាំថា អ្នក ជាអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាល ហើយជានិច្ចកាល ត្រូវតែពិនិត្យអក្ខរាវិរុទ្ធ និងវេយ្យាករណ៍មុនពេល បង្ហោះ!

- ផ្តល់ក្រេឌីតដល់ប្រតិបត្តិការរបស់អ្នក



ប្រសិនបើអ្នកបង្ហោះព័ត៌មានដកស្រង់ ឬឯកសារផ្សេងទៀត ដែលមិនមែនជាកម្មសិទ្ធិរបស់អង្គការអ្នក ចូរឲ្យក្រេឌីតឱ្យពួកគេ។ គោរពសិទ្ធិកម្មសិទ្ធិបញ្ញា។ ខណៈពេលដែលបណ្តាញសង្គម ផ្តល់ឱ្យអង្គការមួយនូវអំណាចពិសេសដើម្បីឲ្យអ្នកមិនមែនជាសមាជិក ដែលគោលបំណងរបស់អ្នក គឺដើម្បីទំនាក់ទំនងជាមួយទស្សនិកជនរបស់អ្នក ដូច្នោះធ្វើឱ្យពួកគេមានអារម្មណ៍ថាវាបែបនេះ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ សូមពិភាក្សាជាមួយអ្នកគ្រប់គ្រង / នាយករបស់អ្នក ប្រសិនបើអ្នកមិនប្រាកដអំពីភាពត្រឹមត្រូវនៃការផ្តល់មតិជាក់លាក់ណាមួយឬប្រសិនបើអ្នកគួរតែឆ្លើយតបទៅនឹងមតិយោបល់ជាក់លាក់ណាមួយ។

រក្សាទុកមតិយោបល់ទស្សនិកជននៅលើទំព័រអ្នក។ មតិយោបល់របស់ពួកគេស្តែងឲ្យឃើញ ពីការចូលរួមនិងចំណាប់អារម្មណ៍របស់ពួកគេទៅលើអង្គការអ្នក។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ អ្នកអាចកំណត់គេហទំព័ររបស់អ្នក ដូច្នោះអ្នកអាចពិនិត្យឡើងវិញ និងអនុម័តមតិយោបល់មុនពេលដែលវាលេចឡើង។ វាអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកឆ្លើយតបទៅទស្សនិកជនរបស់អ្នកទាន់ពេលវេលា។ ដូចគ្នានេះផងដែរ វាអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកលប់មតិយោបល់ សារឥតបានការ ឬរារាំងបុគ្គល ដែលសរសេរអត្ថាធិប្បាយប្រមាថ ឬពាក្យជេរប្រមាថម្តងហើយម្តងទៀត។

អ្នកប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមរំពឹងថានឹងមានការឆ្លើយតបភ្លាមៗ ក្នុងនាទីឬម៉ោង ប៉ុន្តែមិនមែនជាច្រើនថ្ងៃទេ។ អ្នកគួររៀនសូត្រការបង្ហោះភ្លាមៗ មុនពេលចុងសប្តាហ៍ ឬថ្ងៃឈប់សំរាកដោយគ្មានគម្រោងតាមដាន និងឆ្លើយតបនៅពេលអ្នកឈប់សម្រាក។

- ធ្វើសេចក្តីបដិសេធចំពោះឯកសារ និងមតិកា ដែលមិនសមរម្យប្រសិនបើចាំបាច់



នៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមដូចជា ហ្វេសប៊ុក ធ្វីតធ្វើ ហ្គូហ្គល+ ឬយូតធីត នៅពេលដែលអ្នកដាក់ឯកសារអត្ថបទ រូបថត ឬ វីដេអូ វានឹងក្លាយជារបស់សាធារណៈដែលអាចប្រើដោយអ្នកប្រើបណ្តាញសង្គមផ្សេងៗទៀតហើយវានឹងនៅទីនោះជារៀងរហូត។ ដូច្នោះដើម្បីរៀនសូត្រការប្រើប្រាស់របស់ ដែលមិនត្រឹមត្រូវនឹងគោលបំណងរបស់អង្គការអ្នក ឬអ្នកពាក់ព័ន្ធផ្សេងទៀត អ្នកអាចបញ្ជាក់សេចក្តីបដិសេធលើការប្រើប្រាស់មិនត្រឹមត្រូវនេះ។

Don'ts



- ភ្លេចថារក្ខមានរបស់បណ្តាញសង្គម គឺជាផ្នែកមួយនៃមរតកម៉ាកយីហោរបស់អ្នក
- បញ្ចេញព័ត៌មានឬព័ត៌មានសម្ងាត់របស់អង្គការដែលនឹងធ្វើឲ្យខូចខាតដល់មុខមាត់និងកេរ្តិ៍ឈ្មោះ។ សូរយោបល់អ្នកគ្រប់គ្រងឬអ្នកដឹកនាំរបស់អ្នក ឬធ្វើការស្រាវជ្រាវ ប្រសិនបើអ្នកមិនច្បាស់អំពីព័ត៌មានដែលអ្នកចង់បង្ហោះ។ ត្រូវប្រាកដថា ព័ត៌មានរបស់អ្នកមានប្រភពច្បាស់លាស់ និងមិនមានការគំរាមកំហែងដល់សន្តិសុខរបស់បុគ្គល ឬ ស្ថាប័នឡើយ
- បង្ហាញទិន្នន័យផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកណាម្នាក់។ គោរពក្រមសីលធម៌ និងវិជ្ជាជីវៈរបស់អង្គការអ្នកដែលមានទំនាក់ទំនងទៅភាគីពាក់ព័ន្ធរបស់អ្នក។
- ធ្វើឱ្យទំព័ររបស់អ្នកជាវេទិកាផ្ទាល់ខ្លួន ទីលានជម្លោះ ឬទីលានរើសអើង។ ចងចាំថាទំព័របណ្តាញសង្គមរបស់អ្នកគឺជាឱ្យអង្គការរបស់អ្នក។ គោរពតាមចក្ខុវិស័យ បេសកកម្ម គោលការណ៍ណែនាំ និងគោលនយោបាយរបស់អង្គការអ្នក។
- ប្រើទំព័ររបស់អ្នកជាមធ្យោបាយផ្សព្វផ្សាយផលិតផល (ត្រូវចាំថាអ្នកគឺមិនសំដៅប្រាក់ចំណេញ)

4.4. ក្រមសីលធម៌គម្រូ

- សូមចុចលើតំណភ្ជាប់នេះដើម្បីទាញយកសៀវភៅពេញក្រមនៃក្រមសីលធម៌អ៊ិនធឺណែតភាសាខ្មែរ: <https://goo.gl/JGRD2w> ដែលបានបោះពុម្ពផ្សាយដោយបណ្តាញយុវជនកម្ពុជា (CYN)
- អង្គការគួរតែបង្កើតក្រមវិជ្ជាជីវៈបណ្តាញសង្គមផ្ទាល់ខ្លួន ដូចក្នុងគម្រូនៃក្រមសីលធម៌សង្គម និងខ្លឹមសារគម្រូនេះ: [Social and Digital Media Code of Conduct](#) ដែលត្រូវបានអនុម័តដោយ RELORG (ឧបសម្ព័ន្ធទី 1) ។

5. តើឱ្យពួកយើងយល់ដឹងអ្វីខ្លះ ដើម្បីឱ្យមានការចូលរួម

ការចូលរួមគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់សម្រាប់អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលដែលពឹងផ្អែក លើមូលនិធិ ការចូលរួមរបស់បុគ្គល អ្នកស្ម័គ្រចិត្តនិងសុច្ឆន្ទៈវាវនាំឱ្យមានការរីករាលដាលចំណេះដឹងនិងការយល់ដឹងពីអង្គការរបស់អ្នកឬបុព្វហេតុរបស់អ្នកនៅពេល ដែលមនុស្សចែករំលែកនិងផ្តល់យោបល់លើអត្ថបទរបស់អ្នក។

ការបង្ហោះនៅលើបណ្តាញ សង្គមគួរមានលក្ខណៈជាការកំសាន្តសប្បាយ, ជូនដំណឹង, ធ្វើអន្តរកម្មនិងបង្កើនជាមួយអ្នកមើល។ ជាពិសេស វាគួរបង្កើតអារម្មណ៍ជាមួយអ្នកមើលដើម្បីធ្វើឱ្យពួកគេចូលរួម។ ដោយផ្តល់ឱ្យពួកគេនូវការពិតនិងតួលេខ ពួកគេមានអ្វីជាក់ស្តែងនិងស្ថិតិ ដើម្បីបង្ហោះ ឬចែករំលែក។ ដោយការសួរសំណួរដោយបើកចំហ ពីគំនិតនិងមតិយោបល់របស់ពួកគេ វាបើកចំហសម្រាប់ការពិភាក្សានិងអន្តរកម្មធ្វើឱ្យអ្នកមើលមានអារម្មណ៍ថាបានចូលរួម។

ការចូលរួមគឺជាអ្វីដែលរក្សាបណ្តាញសង្គមរបស់អ្នកនៅរស់។ ដោយគ្មានការចូលរួមពិតប្រាកដពីអ្នកមើលរបស់អ្នកទេ នោះអ្នកមិនដឹងថាមានអ្វី ប៉ះពាល់ដល់ការបង្ហោះរបស់អ្នកទេ។ នេះគឺជាចំណុចសំខាន់ៗមួយចំនួន ដែលអ្នកត្រូវគិតនៅពេលអ្នកគ្រប់គ្រងទំនាក់ទំនងបណ្តាញសង្គមរបស់អ្នកដូចជា ទស្សនិកជន មាតិកា និងយុទ្ធសាស្ត្រ។

5.1. ស្វែងយល់ពីក្រុមគោលដៅរបស់អ្នក



ដើម្បីកំណត់ថាតើប្រភេទមាតិកាណាដែលអ្នកគួរ បង្កើតអ្នកត្រូវស្គាល់អ្នក ដែលអ្នកបង្កើតវាសំរាប់អ្នកនោះដោយសារសមាជិកសហគមន៍ មិនរកប្រាក់ចំណេញមិនមែនជាអ្នកប្រើប្រាស់ តាមបែបប្រពៃណី នោះវាជាការសំខាន់ណាស់ ដែលត្រូវកំណត់គោលដៅ ដើម្បីចាត់ថ្នាក់

សហគមន៍របស់អ្នកឱ្យកាន់តែប្រសើរឡើង។ ជាឧទាហរណ៍មានតែអ្នកតាមទទួលព័ត៌មានរបស់អ្នកទេដែលអាចចូលរួមក្នុងការបរិច្ចាគ ខណៈដែលក្រុមមួយទៀតអាចពង្រីកសាររបស់អ្នកនៅក្នុងបណ្តាញសង្គមរបស់ពួកគេ។ កាន់តែប្រសើរអ្នកអាចដាក់ជាក្រុម និងកំណត់អត្តសញ្ញាណ អ្នកតាមដានរបស់អ្នកបានកាន់តែល្អអ្នកអាចផ្តល់នូវសារគោលដៅ ដែលនឹងធ្វើឱ្យមានភាពល្អប្រសើរជាមួយក្រុមជាក់លាក់។

5.2. មាតិកា



នៅពេលបង្កើតផ្សេងៗទាក់ទងចូលរួម អ្នកចង់តម្រូវមាតិការបស់អ្នកទៅតាមគោលដៅ នៃអង្គការអ្នកនិងអ្នកទស្សនា ឧទាហរណ៍ដៃគូសក្តានុពល ម្ចាស់ជំនួយ ឬ អ្នកស្ម័គ្រចិត្ត។ គិតអំពី៖ តើគោលដៅរបស់អ្នកគឺជាអ្វី? តើវាដើម្បីធ្វើឱ្យការភ្ជាប់ទំនាក់ទំនង អន្តរកម្មនិង / ឬកសាងទំនាក់ទំនង?

5.3. កំណត់គោលដៅ



យុទ្ធនាការមិនរកប្រាក់ចំណេញ ត្រូវកំណត់គោលដៅ និងគោលការណ៍នៃភាពជោគជ័យដូចជាយុទ្ធនាការបណ្តាញសង្គម។ ខុសពីអង្គការដែលផ្ដោតលើការលក់ផលិតផលរបស់ពួកគេ អង្គការមិនរកប្រាក់ចំណេញមានគោលដៅលើសពីក្រោមបន្ទាត់។ ចំពោះអង្គការមិនរកប្រាក់ចំណេញ បណ្តាញសង្គម គឺជាឧបករណ៍ដ៏មានឥទ្ធិពលមួយសម្រាប់ការសម្រេចបាននូវការវៃអង្គការសប្បុរស និងគោលដៅនៃការយល់ដឹង។

យោងតាមរបាយការណ៍ស្តីពីបច្ចេកវិទ្យាអនឡាញពិភពលោក នៅឆ្នាំ២០១៧ របស់អង្គការហ្វាបលបានឱ្យដឹងថាអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលទូទាំងពិភពលោកចំនួន ៩៥% យល់ស្របថាបណ្តាញសង្គមមានប្រសិទ្ធភាពក្នុងការបង្កើនការយល់ដឹងពីប្រេន ហើយ ៧១% ជឿថាបណ្តាញសង្គមមានប្រសិទ្ធភាពសម្រាប់ការវៃអង្គការសប្បុរស។ ការវៃអង្គការសប្បុរសគឺមានសារៈសំខាន់ចំពោះការរស់រានរបស់អង្គការមិនរកប្រាក់ចំណេញ និងគោលដៅសង្គមទូទៅ។

បណ្តាញសង្គម ផ្តល់នូវវេទិកាមួយ ដើម្បីស្វែងរកការរួមចំណែកពីម្ចាស់ជំនួយសក្តានុពលដ៏ធំ។ អង្គការមិនរកប្រាក់ចំណេញអាចប្រើប្រាស់បណ្តាញសង្គមដើម្បីលើកកម្ពស់ការយល់ដឹងសម្រាប់អង្គការ និងបុព្វហេតុ ឬព្រឹត្តិការណ៍ជាក់លាក់។

5.4. យុទ្ធសាស្ត្រមាតិកា



នៅពេលអ្នកបានកំណត់គោលដៅហើយ អ្នកអាចបង្កើតយុទ្ធសាស្ត្រមាតិកា។ ឧទាហរណ៍ប្រសិនបើគោលដៅរបស់អ្នក គឺដើម្បីទាក់ទាញអ្នកតាមព័ត៌មាននៅក្នុងវិស័យអង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលដែលធ្វើការជាមួយការកាត់បន្ថយភាពក្រីក្រ មាតិការបស់អ្នកអាចមានរូបរាងដូចនេះ៖

ការពិពណ៌នា	ប្រភេទ	% នៃការផ្សារភ្ជាប់
ភ្ជាប់ទៅនឹងអត្ថបទ និងគេហទំព័រដាក់ប្រកាសស្ថិតិពាក់ព័ន្ធ និងការរាយការណ៍អំពីនិន្នាការនៃព័ត៌មាននិងឧស្សាហកម្ម។	ព័ត៌មាន	២០%
វាអាចជាការពិបាកក្នុងការកំសាន្តនៅពេលដោះស្រាយបញ្ហាអភិវឌ្ឍន៍ប៉ុន្តែវិធីដ៏ល្អមួយដើម្បីធ្វើឱ្យមនុស្សចូលរួមគឺត្រូវធ្វើឲ្យពួកគេចាប់អារម្មណ៍។ ប្រើរូបថតរឿងរ៉ាវនិងសក្ខីភាពដែលអ្នកមាន ហើយចែករំលែកវាដើម្បីបង្កើតទំនាក់ទំនងកាន់តែជ្រៅជាមួយអង្គការអ្នក។	ការកំសាន្ត	២០%
វាមានសារៈសំខាន់ស្មើគ្នាក្នុងការឆ្លើយតបទៅនឹងអ្នក ដែលប្រាប់អ្នក, ឆ្លើយតបទៅនឹងមតិការបស់អ្នក ឬសួរអ្នក។ នេះគឺជាអ្វីដែលកំណត់បណ្តាញសង្គមដាច់ដោយឡែកពីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយដទៃទៀត និងដែលធ្វើឱ្យវាមានប្រសិទ្ធភាព។ ចូលរួមការសន្ទនា។	អន្តរអំពើ	៤០%
បំលែងទៅជាគោលដៅរបស់អ្នក៖ ឥឡូវនេះអ្នកបានបង្កើតទំនាក់ទំនង និងភាពជឿជាក់ជាមួយអ្នកតាមព័ត៌មានអ្នក អ្នកត្រូវសួរអ្វីដែលអ្នកចង់បាន ឬត្រូវការ។	ការបំលែង	២០%

• ចុះប្រសិនបើអ្នកមើលមិនឆ្លើយតប?



ជាការពិតណាស់វាកើតឡើង ដែលអ្នកមិនទទួលបានការចូលរួមដែលអ្នកបានសង្ឃឹមនៅពេល អ្នកចាប់ផ្តើមប្រើបណ្តាញទំនាក់ទំនងសង្គម។ ជាពិសេស អង្គការមិនមែនរដ្ឋាភិបាលតូចតាចឬក្នុងស្រុកអាចមានការលំបាកក្នុងការដោះស្រាយបញ្ហានេះ។ ការពិតគឺថាការបង្កើត “អ្នកគាំទ្រមូលដ្ឋាន” ជាប្រចាំតាមទំព័រអង្គការអ្នក ត្រូវការពេលវេលា។ មនុស្សដំបូងគេដែលទំនងជាធ្វើតាមអ្នកគឺជាបុគ្គលិក ឬមិត្តភក្តិបុគ្គលិក។ ហើយនោះគឺជាការល្អព្រោះការភ្ជាប់បណ្តាញត្រូវចាប់ផ្តើមនៅកន្លែងមួយហើយជាធម្មតាវាចាប់ផ្តើមជាមួយមនុស្សដែលនៅជិតអ្នកបំផុត។ ប្រាប់ពួកគេឱ្យចែករំលែកការបង្ហោះរបស់អ្នក ហើយមនុស្សកាន់តែច្រើន នឹងរកផ្លូវរបស់ពួកគេទៅកាន់ទំព័ររបស់អ្នក។ ហើយប្រសិនបើអ្នកមានអ្វីល្អដើម្បីនិយាយពួកគេនឹងតាមអ្នក។



សូរខ្លួនឯងប្រសិនបើអ្នកមិនទទួលបានការចូលរួមដែលអ្នកចង់បាន។

តើអ្នកសរសេរអ្វីហើយសម្រាប់នរណា?

ហេតុអ្វីអ្នកគិតថាអ្នកមិនទទួលបានមតិយោបល់និងការឆ្លើយតបដែលអ្នកចង់បាន?

តើអ្នកអាចធ្វើវាបានយ៉ាងដូចម្តេច? តើអ្វីទៅដែលទស្សនិកជនចង់ស្តាប់?

ជាថ្មីម្តងទៀតសូរសំណួរទៅទស្សនិកជន សួរពួកគេសម្រាប់បទពិសោធន៍របស់ពួកគេជាមួយនឹងបញ្ហា។ កុំភ្លេចសួរសំណួរច្រើនចំហ មានន័យថាអ្នកមិនគួរសួរសំណួរ "បាទ/ចាសទេ" ពីព្រោះអ្នកអានមិនមានអារម្មណ៍ជម្រុញឱ្យឆ្លើយទេលុះត្រាតែវាត្រូវបានបង្ហាញជាការស្ទង់មតិ។



ប្រព័ន្ធជំនួយដល់ការស្វែងរក (SEO) នឹងជួយម្ចាស់ជំនួយនិងដៃគូរបស់អ្នកស្វែងរកគេហទំព័រឬគេហទំព័របណ្តាញសង្គមរបស់អ្នក។ SEO គឺជាដំណើរការនៃការកែលម្អភាពមើលឃើញនៃគេហទំព័រឬទំព័របណ្តាញមួយនៅក្នុងបណ្តាញស្វែងរកមួយ។ SEO គឺជារបៀបស្វែងរក អ្វីដែលមនុស្សស្វែងរក ពាក្យស្វែងរកពិតប្រាកដ ឬពាក្យគន្លឹះដែលបានវាយបញ្ចូលទៅក្នុងប្រព័ន្ធស្វែងរក និង ដែលត្រូវបានគេចូលចិត្តដោយទស្សនិកជនគោលដៅរបស់ពួកគេ។ ដើម្បីបង្កើនប្រសិទ្ធភាពរបស់សាយ ដែលវាពាក់ព័ន្ធនឹងការកែសម្រួល មាតិកា បឋមកថា និងប្រើពាក្យគន្លឹះត្រឹមត្រូវ។

6. ភាពងាយស្រួល និងសុវត្ថិភាព



ការព្រួយបារម្ភនានាលើសិទ្ធិឯកជនជាមួយសេវាកម្មបណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម គឺជាសំណុំទិន្នន័យនៃភាពងាយស្រួល ដែលពាក់ព័ន្ធនឹងសិទ្ធិក្នុងការកំណត់នឹងការរក្សាទុកសិទ្ធិឯកជនផ្ទាល់ខ្លួន ការសម្រេចចិត្តការផ្តល់ទៅឱ្យភាគីទីបីនិងការបង្ហាញព័ត៌មានទាក់ទងនឹងខ្លួនឯងតាមរយៈអ៊ីនធឺណែត។ សន្តិសុខបណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម គឺជាដំណើរការនៃការវិភាគ

ទិន្នន័យបណ្តាញសង្គមដែលមានលក្ខណៈសកម្ម ដើម្បីការពារប្រឆាំងនឹងការគំរាមកំហែងផ្នែក សន្តិសុខ និងអាជីវកម្ម។ គ្រប់ឧស្សាហកម្មទាំងអស់ប្រឈមនឹងហានិភ័យតែមួយគត់ក្នុងសង្គម ដែលភាគច្រើនបានចុះផ្សាយព័ត៌មានរបស់អង្គការនៅក្នុងសារព័ត៌មាន ឬនៅចំណុចនៃភាពចម្រូងចម្រាស។

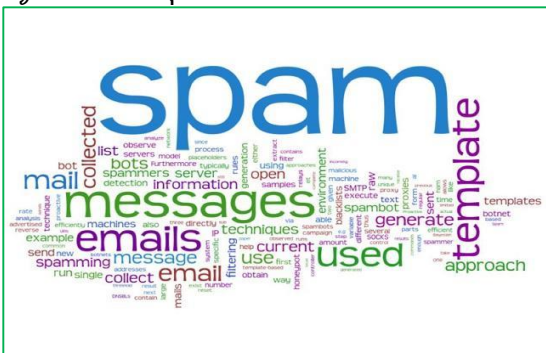
- ខាងក្រោមនេះគឺជាការណែនាំអំពីសុវត្ថិភាពនិងភាពងាយស្រួល ១២ ដែលបានស្នើសម្រាប់បណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម



រាល់កុំព្យូទ័រនិងឧបករណ៍ទាំងអស់ដែលចូលប្រើប្រាស់បណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមត្រូវត្រូវបានធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពយ៉ាងពេញលេញសម្រាប់:

ប្រព័ន្ធប្រតិបត្តិការ (Windows, Mac OS, Android, iOS)។ កម្មវិធីនានាដូចជា Twitter, Facebook, Hootsuite,

Microsoft Office, Adobe Acrobat និងកម្មវិធីជំនួយដូចជា Java, Adobe Flash និងកម្មវិធីសន្តិសុខត្រូវបានធ្វើបច្ចុប្បន្នភាពឲ្យដល់ជំនាន់ចុងក្រោយបង្អស់។



កុំព្យូទ័រ និងឧបករណ៍ទាំងនេះត្រូវតែត្រូវបានដំណើរការកម្មវិធីសន្តិសុខមួយឈុតពេញលេញដែលការពារប្រឆាំងនឹងមេរោគ (malware), សារឥតបានការ, ការបន្លំនិងការគំរាមកំហែងដទៃទៀត។ (វាជាការមួយដែលល្អបំផុតក្នុងការជ្រើសរើសកញ្ចប់មួយសម្រាប់ក្រុមហ៊ុនមួយនិងកំណត់អាណត្តិក្នុងការប្រើ។

ត្រូវចងចាំថាកញ្ចប់សន្តិសុខដែលមិនគិតថ្លៃគ្រាន់តែផ្តល់នូវការការពារជាមូលដ្ឋានប៉ុណ្ណោះទេ ហើយមិនគួរចាត់ទុកថាគ្រប់គ្រាន់សម្រាប់សន្តិសុខប្រព័ន្ធរបស់យើងបាននោះទេ) ។



កុំព្យូទ័រ និងឧបករណ៍ទាំងនេះ គួរតែត្រូវបានការពារ ដោយពាក្យសម្ងាត់ដើម្បីការពារការចូលប្រើប្រាស់ដោយ គ្មានការអនុញ្ញាត។



ឧបករណ៍ដែលអាចត្រូវបានបាត់បង់ឬត្រូវបានគេលួច (ដូចជាទូរស័ព្ទ ថេប្លេត និងកុំព្យូទ័រយូរដៃ) គួរតែមាន កម្មវិធីតាមដានពីចម្ងាយនិងលុបទិន្នន័យរបស់ស្ថាប័ន ដែលមានតាមដែលអាចធ្វើបាន។ ម៉្យាងទៀតការអ៊ុនត្រឹម គួរតែត្រូវបានពិចារណាសម្រាប់ ព័ត៌មានរសើប។



ការស្កេនពេញលេញដោយកម្មវិធីសន្តិសុខត្រូវតែធ្វើ យ៉ាងហោចណាស់ម្តងក្នុងមួយសប្តាហ៍។



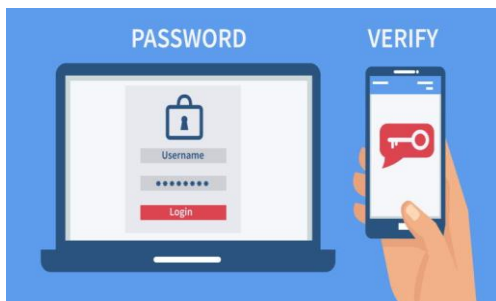
ការចម្លងទុកទិន្នន័យប្រចាំសប្តាហ៍នៃកុំព្យូទ័រ ឬឧបករណ៍ សំខាន់ៗ គួរត្រូវបានបង្កើតឡើងនិងរក្សាទុកក្នុងទីតាំង មានសន្តិសុខដើម្បីការពារការលួច។



កុំព្យូទ័រនិងឧបករណ៍នានា ដែលតែងតែប្រើដើម្បីចូលប្រើប្រាស់បណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមមិនគួរត្រូវបានប្រើសម្រាប់គណនីផ្ទាល់ខ្លួន ឬការប្រើប្រាស់ណាមួយនោះទេ។ មានតែកម្មវិធី ដែលបានអនុម័តតែប៉ុណ្ណោះដែលត្រូវតម្លើង។ (ការកំណត់ជាក់លាក់ សម្រាប់ការគ្រប់គ្រងគណនីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមគឺជាគំនិតល្អមួយនៅទីនេះ) ។



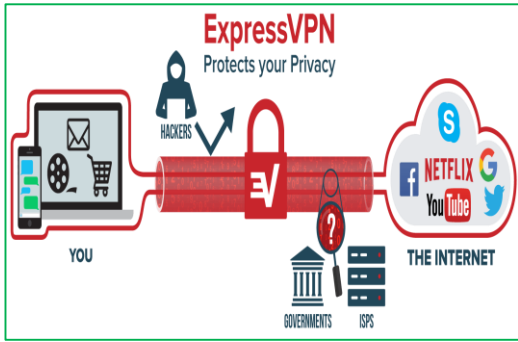
រាល់គណនីសារអេឡិចត្រូនិចទាំងអស់ដែលជាប់ទាក់ទងជាមួយបណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម ត្រូវតែកំណត់គណនីសារអេឡិចត្រូនិច គ្រប់គ្រងដោយក្រុមព័ត៌មានវិទ្យា (IT) ឬប្រសិនបើពួកគេជាគណនីសារអេឡិចត្រូនិចអ៊ីនធើណែត (ដូចជា Gmail) ពួកគេត្រូវប្រើការផ្ទៀងផ្ទាត់ការប្រើប្រាស់ពីរដាច់ខាត។



រាល់គណនីបណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមគួរតែត្រូវប្រើការផ្ទៀងផ្ទាត់ការប្រើប្រាស់ពីរតាមតែអាចធ្វើទៅបាន។



កម្មវិធីគ្រប់គ្រងពាក្យសម្ងាត់ត្រូវតែប្រើ និងមានតែមួយគត់ ពាក្យសម្ងាត់ស្មុគ្រស្មាញ ដែលបង្កើតសម្រាប់គណនីបណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមនីមួយៗ (និងការប្រើសារអេឡិចត្រូនិចប្រសិនបើចាំបាច់) ។ ពាក្យសម្ងាត់មិនគួរត្រូវបានសរសេរទេ វាគួរតែត្រូវគ្រប់គ្រងដោយប្រើកម្មវិធីគ្រប់គ្រងពាក្យសម្ងាត់។



បណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមមិនត្រូវបានចូលប្រើនៅតាម "kiosks" ឬឧបករណ៍ចែករំលែកដែលមិនទុកចិត្តនោះទេ។ VPN ត្រូវបានប្រើនៅពេលណាដែលអាចធ្វើទៅបាន។ បណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមមិនត្រូវបានប្រើនៅលើប្រព័ន្ធវាយប្រយោជន៍ដែលមិនបានអ៊ីនត្រីបដោយគ្មាន VPN ។



គ្រប់កុំព្យូទ័រ ឧបករណ៍ប្រព័ន្ធទំនាក់ទំនងសង្គមរបស់ក្រុមហ៊ុន និងអ៊ីម៉ែលក្រុមហ៊ុន ត្រូវបានចាត់ទុកថាជាទ្រព្យសម្បត្តិរបស់ក្រុមហ៊ុនហើយត្រូវតែប្រគល់ឬទទួលបានភ្លាមៗតាមតម្រូវការ។

គោលការណ៍ណែនាំទាំងនេះគ្របដណ្តប់សំខាន់ៗដែលអាចជួយការពារបណ្តាញផ្សព្វផ្សាយសង្គមរបស់អ្នកពីការគំរាមកំហែងផ្សេងៗក៏ដូចជាផ្តល់ភាពច្បាស់លាស់និងការណែនាំដល់បុគ្គលិក។

7. ការត្រួតពិនិត្យ និងវាយតម្លៃ

ការតាមដានសកម្មភាពប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមរបស់អង្គការ របស់អ្នក និងការវាយតម្លៃ ភាពជោគជ័យរបស់វា គឺជាធាតុផ្សំសំខាន់នៃយុទ្ធសាស្ត្រប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គម។ កិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងផ្នែកទំនាក់ទំនងនិងទីផ្សារតែងតែត្រូវបានអមដោយការធ្វើរបាយការណ៍និងរង្វាស់ត្រឹមត្រូវដែល វាយតម្លៃប្រសិទ្ធភាពនិងជួយអ្នកអនុវត្តន៍រៀន ដើម្បីធ្វើឱ្យប្រសើរឡើងនូវកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងនាពេលអនាគត។ ទោះបីជាកាលពីមុនអាចមានការលំបាកក៏ដោយ ឥឡូវនេះមានឧបករណ៍ជាច្រើនដែលអាចរក បាន ដើម្បីតាមដាននិងវាយតម្លៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គម ហើយក្រុមហ៊ុននានាត្រូវបានប្រើប្រាស់ វាយ៉ាងទូលំទូលាយ។

7.1. ការកំណត់នាពេលវេលា

អង្គការត្រូវតែកំណត់ថាតើអ្វីជាភាពជោគជ័យចំពោះពួកគេ ដោយផ្អែកលើគោលដៅ របស់ពួកគេ សម្រាប់ការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គម ហើយបន្ទាប់មកកំណត់វិធីជាក់លាក់ដើម្បីវាស់ កម្រិតនៃភាពជោគជ័យ ដែលពួកគេបានឈានដល់។ ឧទាហរណ៍អង្គការដែលផ្តោតលើ ការបង្កើត បណ្តាញ អាចធ្វើការវាយតម្លៃភាពជោគជ័យផ្នែកខ្លះដោយការរាប់ចំនួនបុគ្គលថ្មីដែលចូលរួមក្នុង បណ្តាញ របស់ពួកគេ ឬការកើនឡើងគោលនៃចំនួនសមាជិកបណ្តាញដែលបានប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នា។

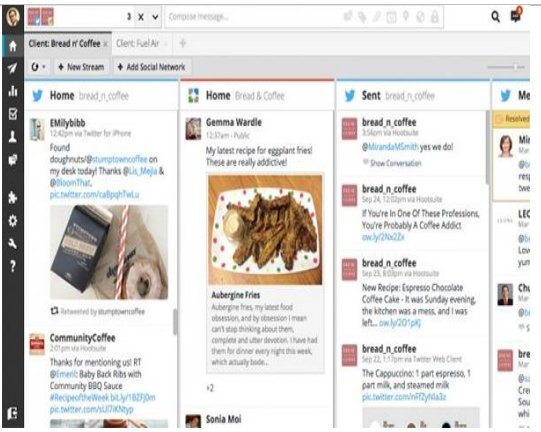
7.2. ឧបករណ៍វាស់ស្ទង់

គន្លឹះក្នុងការបង្កើតបណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមភាគច្រើន គឺស្តាប់នូវអ្វីដែលអ្នកមើលនិយាយ អំពីអ្នក ដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក និងទីផ្សារទូទៅ។ នៅពេលដែលអ្នកមានទិន្នន័យ អ្នកអាចធ្វើការ វិភាគ ហើយទីបំផុតឈានដល់ការយល់ដឹងផ្នែកអាជីវកម្មសង្គម ដោយប្រើការយល់ដឹងទាំងអស់នេះ ដើម្បីដឹងបានល្អពីអ្នកប្រើប្រាស់ និងកែលម្អយុទ្ធសាស្ត្រទីផ្សាររបស់អ្នក។

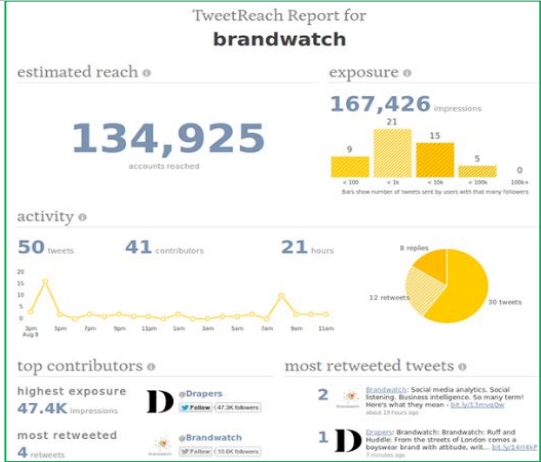


ប្រសិនបើអ្នកជាបុគ្គលិកថ្មី ដែលគ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមរបស់អង្គការអ្នក។ បញ្ជីនៃ ប្រព័ន្ធត្រួតពិនិត្យប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គម កំពូលនេះអាចនឹងមានភាពចាំបាច់ និងងាយស្រួល ចំពោះអ្នក។ នៅពេលរកមើលឧបករណ៍ណាមួយ វាជាគំនិតល្អក្នុងការសាកល្បងឧបករណ៍ពីរបី ហើយ ជ្រើសរើសយកមួយ ដែលសាកសមនឹងតម្រូវការរបស់អ្នក។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយត្រូវចងចាំថា ឧបករណ៍ទាំងនេះមិនមែនជាជម្រើសទៅជំនួសឧបករណ៍កម្រិតសហគ្រាសដូចជា Brandwatch ដែលនាំ ឱ្យមានការតាមដានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមក្នុងកម្រិតថ្មី ដែលផ្តល់ជូននូវសេវាកម្មជាច្រើន មុខ ដំណើរការនិងការវិភាគយ៉ាងស៊ីជម្រៅ។ វាអាស្រ័យលើតម្រូវការរបស់អ្នក។

Hootsuite គឺជាឧបករណ៍ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គម ឥតគិតថ្លៃដែលល្អដែលអាចរកបាននិងគ្របដណ្តប់លើ បណ្តាញសង្គមជាច្រើនដូចជា Twitter, Facebook, LinkedIn, WordPress, Foursquare និង Google+ ។ វាត្រូវ បានគេស្គាល់ផងដែរថាវាមានមុខងារគ្រប់គ្រងប្រព័ន្ធ ផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គម ។ របាយការណ៍ប្រចាំសប្តាហ៍ និងកន្លែងគ្រប់គ្រងក្រុមការងារដ៏ល្អ (ការផ្ទេរភារកិច្ច ការផ្ទេរ សារឯកជន) អាចមានប្រយោជន៍នៅពេលមានមនុស្ស លើសពីម្នាក់ដែលគ្រប់គ្រងគណនីប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ បណ្តាញសង្គម។



TweetReach គឺជាឧបករណ៍ត្រួតពិនិត្យដ៏អស្ចារ្យមួយ សម្រាប់អាជីវកម្មរបស់អ្នកប្រសិនបើអ្នកចាប់អារម្មណ៍ក្នុង ការពិនិត្យមើលថាតើ Tweets របស់អ្នកធ្វើដំណើរឆ្ងាយ ប៉ុណ្ណា។ TweetReach វាស់ទិពលពិតប្រាកដនិងផលប៉ះ ពាល់នៃការពិភាក្សាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គម។



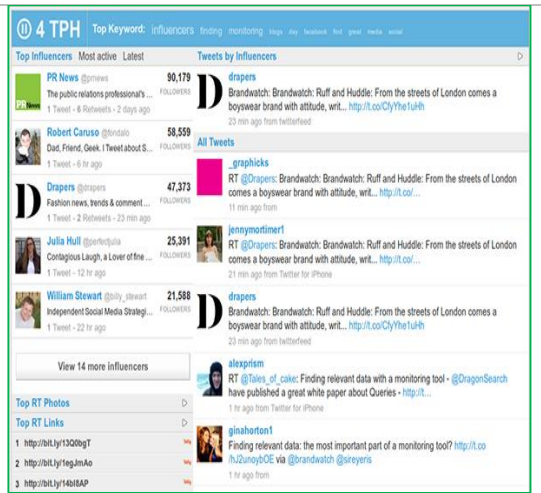
វាគឺជាមធ្យោបាយដ៏ល្អមួយក្នុងការស្វែងរកអ្នកដែលដើរ តាមដែលមានឥទ្ធិពលបំផុតរបស់អ្នក ណែនាំអ្នកទាំង ស្រុងឆ្ពោះទៅរកមនុស្ស ដែលត្រឹមត្រូវ ដែលអ្នកគួរតែ កំណត់គោលដៅនៅពេលមានបំណងចែករំលែកនិងលើក កម្ពស់ការផ្សព្វផ្សាយមតិកាលើអ៊ីនធឺណែត។

Klout ប្រហែលជាឧបករណ៍តាមដានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ បណ្តាញសង្គមដ៏ចម្រុះចម្រាសមួយ។ មានអ្នកដែលស្តាប់ វាហើយអះអាងថាប្រព័ន្ធពិនិត្យរបស់វាគឺមិនត្រឹមត្រូវទាំង ស្រុងហើយការព្យាយាមទាក់ទងជាមួយពួកគេគឺជា បេសកកម្មមួយមិនអាចទៅរួចទេ (ជារឿងចង់ដឹងចង់ ឃើញនូវអ្វី ដែលពួកគេផ្តល់ជូនសេវាកម្មរង្វាស់រង្វាល់ការ ប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នា) ។

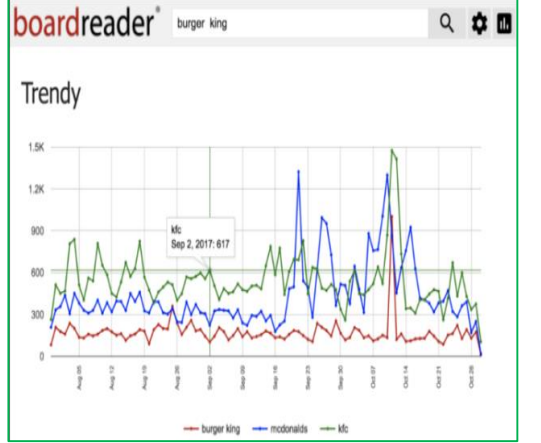
ម្យ៉ាងវិញទៀតអ្នកខ្លះយល់ថាវាមានប្រយោជន៍ព្រោះវា វាស់វែងឥទ្ធិពលតាមរយៈការចូលរួមនៅលើTwitter។ វាជា មធ្យោបាយដ៏ល្អក្នុងការសង្កេតលើអ្វីដែលមនុស្សគិតអំពី យីហោរបស់អ្នក និងដើម្បីមើលថាតើអ្វីដែលពួកគេមាន ឥទ្ធិពលបំផុត។

ដោយប្រើពិន្ទុ Klout អ្នកអាចកែសម្រួលប៉ុស្តិ៍របស់អ្នកបាន តាមចំណាប់អារម្មណ៍អ្នកមើល គោលដៅរបស់អ្នកនិង បង្កើនអត្រាការចូលរួម។

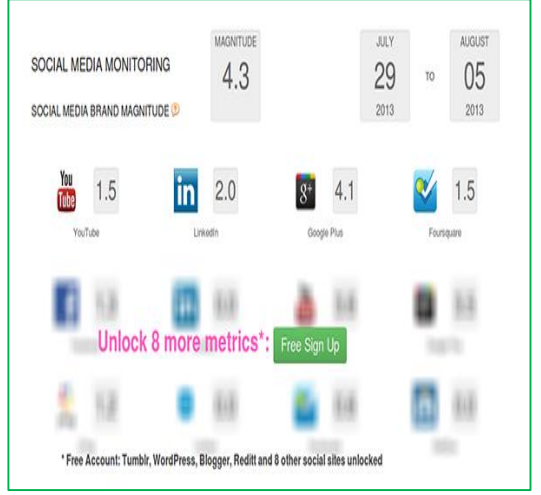
Twazzup គឺអន្តរាគមន៍សម្រាប់អ្នកចាប់ផ្តើមដំបូងនៃប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមដែលកំពុងស្វែងរកឧបករណ៍តាមដានរបស់ Twitter ។ អ្នកគ្រាន់តែបញ្ចូលឈ្មោះដែលអ្នកចង់តាមដានហើយអ្នកទទួលបានបច្ចុប្បន្នភាពទាន់សម័យភ្លាមៗ មានន័យថាអ្នកអាចដឹងថាតើអ្នកណាមានឥទ្ធិពលកំពូលនិងសកម្មបំផុត រូបភាពនិងតំណដែលបានរក្សាទុកច្រើនបំផុត ហើយសំខាន់ជាងនេះទៅទៀតពាក្យគន្លឹះទាំង១០ដែលទាក់ទងនឹងការស្វែងរករបស់អ្នក។



Boardreader: ជូនកាលយើងភ្លេចថាបណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមមិនគ្រាន់តែរួមបញ្ចូលអ្នកលេងធំៗនោះទេ។ វេទិកា និងវេទិកាផ្សេងៗសារក៏រាប់បញ្ចូលផងដែរ។ Boardreader អនុញ្ញាតឱ្យអ្នកស្វែងរកពាក្យជាក់លាក់នៅលើវេទិកាផ្សេងៗដើម្បីមើលពីអ្វីដែលមនុស្សនិយាយអំពីអ្នក។ ការស្វែងរកពាក្យមួយនឹងត្រឡប់មកវិញនូវបញ្ជីនៃការបុស្តីទាំងអស់ រហូតដល់រយៈពេលពីរឆ្នាំមុន អ្នកអាចបង្កើតតារាងដើម្បីស្វែងរកនិន្នាការ និងប្រៀបធៀបលក្ខខណ្ឌទៅវិញទៅមកវាជាវិធីដ៏ល្អដើម្បីរកការសន្ទនាអំពីម៉ាករបស់អ្នក



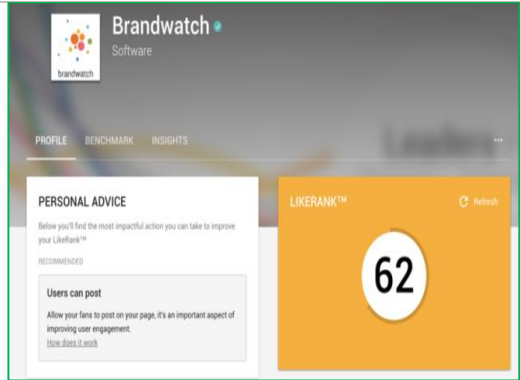
HowSociable គឺជាឧបករណ៍ងាយស្រួលមួយសម្រាប់វាស់វែងពីវត្តមានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមរបស់អ្នកនិងដៃគូប្រកួតប្រជែងរបស់អ្នក។



គណនីឥតគិតថ្លៃអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកតាមដានប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមចំនួន១២រួមមាន Tumblr និង WordPress ។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយប្រសិនបើអ្នកចាប់អារម្មណ៍លើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមចំនួន២៤បន្ថែមទៀតនោះដូចជា Facebook, Pinterest, Twitter ។ល។ អ្នកត្រូវការគណនីជំនាញ (Pro account) ។

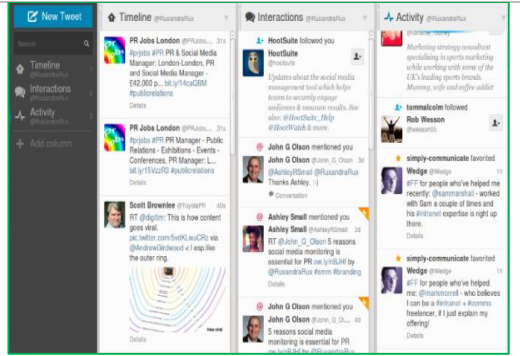
វិធីសាស្ត្ររបស់ HowSociable ក្នុងការត្រួតពិនិត្យសង្គមគឺមានភាពខុសប្លែកគ្នាតិចតួច ព្រោះវាបានបំបែកពិន្ទុទៅតាមវេទិកាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមផ្សេងៗគ្នាដែលអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកមើលថាវេទិកាប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយបណ្តាញសង្គមណាមួយដែលមានប្រសិទ្ធភាពបំផុតសម្រាប់អ្នកហើយតើបណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមណាមួយត្រូវការអភិវឌ្ឍបន្ថែម។

Likealyzer: ឧបករណ៍វិភាគទិន្នន័យនេះអនុញ្ញាតឱ្យអ្នកវិភាគទំព័រហ្វេសប៊ុករបស់អ្នក។ វាផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវការប្រមូលតួលេខល្អៗ ខណៈពេលដែលមានជម្រើសស្តង់ដារមួយចំនួននិងជម្រើសរបស់តួប្រវែងនៅក្នុងបំពង់បង្ហាញ។



ឧបករណ៍ពី **Meltwater** ផ្តល់ឱ្យអ្នកនូវឋានៈទំព័រនៃការបង្កើតរបស់ពួកគេផ្ទាល់ដែលហៅថា 'Likerank' ។ អ្នកក៏អាចទទួលបានព័ត៌មានអំពីការចូលរួម ការចូលចិត្តតាមពេលវេលា និង ចំណាត់ថ្នាក់ទំព័រស្រដៀងៗគ្នា។

TweetDeck គ្របដណ្តប់តម្រូវការមូលដ្ឋានរបស់អ្នកប្រើ Twitter ដូច្នេះវាជាជម្រើសដ៏ល្អសម្រាប់អ្នកចាប់ផ្តើមដំបូង។ វាជាឧបករណ៍ដ៏អស្ចារ្យមួយសម្រាប់កំណត់ពេលវេលាបង្ហាញផ្ទៃ និងតាមដានការប្រាស្រ័យទាក់ទងគ្នាទៅវិញទៅមកនិងសាររបស់អ្នក ក៏ដូចជាតាមដាននូវ hashtag និងគ្រប់គ្រងគណនីច្រើន។ មានកម្មវិធីតាមវិបដូចជា កម្មវិធី Chrome ឬកម្មវិធី Mac ។

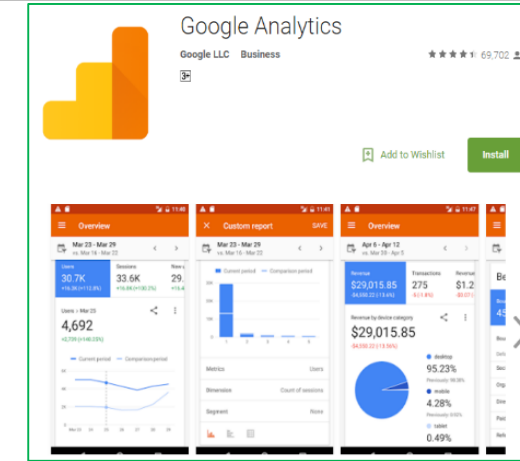


Google Alerts : ជាមួយនឹងការឱ្យដំណឹងរបស់ Google អ្នកអាចតាមដានគេហទំព័រសម្រាប់មាតិកាថ្មីគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ការលើកឡើងពីម៉ាករបស់អ្នកឬសូម្បីតែខ្លួនអ្នក តួប្រកួតប្រវែងរបស់អ្នក អ្នកនាំមុខឧស្សាហកម្មនិងអ្វីៗជាច្រើនទៀត។ ដោយសារពួកគេមានភាពងាយស្រួលក្នុងការបង្កើត វាក៏ជាការតាមដានបណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមសម្រាប់អ្នកទើបតែចាប់ផ្តើមដំបូង។ តាមរយៈការបង្កើត Google Alert អ្នកនឹងទទួលបានការជូនដំណឹងតាមរយៈសារអេឡិចត្រូនិចរាល់ពេលដែល Google រកឃើញលទ្ធផលថ្មីលើប្រធានបទដែលអ្នកចាប់អារម្មណ៍លើប្លុក វេទិកានិងគេហទំព័រព័ត៌មាន។



Google Analytics Solutions ផ្តល់ជូននូវឧបករណ៍វិភាគដោយឥតគិតថ្លៃនិងដោយគិតថ្លៃតាមបែបសហគ្រាស ដើម្បីវាស់ស្ទង់វេបសាយ កម្មវិធីទិន្នន័យឌីជីថលនិងទិន្នន័យក្រៅបណ្តាញដើម្បីទទួលបានការយល់ដឹងស៊ីជម្រៅរបស់អ្នកប្រើប្រាស់។ កម្មវិធី Google Analytics ចល័តផ្លូវការជួយអ្នកក្នុងការតាមដានអាជីវកម្មរបស់អ្នក។ ជាមួយកម្មវិធីនេះអ្នកអាច៖

- 1) ពិនិត្យមើល metrics គន្លឹះក្នុងរបាយការណ៍ដែលមានស្រាប់
- 2) ប្រៀបធៀបជួរកាលបរិច្ឆេទនិងការអនុវត្តជាផ្នែកៗ
- 3) តាមដានទិន្នន័យតាមពេលវេលាជាក់ស្តែង
- 4) ស្វែងរកដើម្បីបង្កើតរបាយការណ៍ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់អ្នកជាមួយការរួមបញ្ចូលគ្នានៃ metrics វិមាត្រ និងផ្នែកដែលអ្នកយកចិត្តទុកដាក់
- 5) រក្សាទុករបាយការណ៍ណាមួយទៅផ្ទាំងព័ត៌មានរបស់អ្នកដើម្បីឱ្យអ្នកអាចត្រឡប់មកវិញបានយ៉ាងងាយស្រួល។



1. ការពារឆន្ទានៃណែលបណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម <https://www.protectmyid.com/identity-theft-protection-resources/prevention-tips/safe-online-networking.aspx>
2. សៀវភៅដៃក្រមសីលធម៌អ៊ិនធឺណែត
https://drive.google.com/drive/folders/1LuoQ5_tRd1EqyqCiMfCSQAU9w80UMiZ3
3. សៀវភៅដៃបណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម (ហ្វេសប៊ុក) <http://www.ccc-cambodia.org/en/resources/ccc-publications-and-reports/reports/social-media-handbook-english-khmer>
4. ក្រមសីលធម៌បណ្តាញប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម <http://nidlcms.org/wp-content/uploads/2017/02/Social-Media-sample-guidelines-and-issues.pdf>

ទស្សនវិស័យ

ការអភិវឌ្ឍប្រកបដោយនិរន្តរភាពសម្រាប់ប្រទេសកម្ពុជា

បេសកកម្ម

ក្នុងនាមអង្គការសមាជិកភាព គណៈកម្មាធិការសហប្រតិបត្តិការដើម្បីកម្ពុជា ធ្វើការក្នុងភាពជាដៃគូ ដើម្បីអភិបាលកិច្ចល្អ បរិយាកាសអំណោយផល និងនិរន្តរភាព នៃអង្គការសង្គមស៊ីវិលនៅកម្ពុជា។



គោលដៅ:

សង្គមស៊ីវិលមួយដែលមានកិច្ចសហការជំរើងមាំនិងមានសមត្ថភាពឆ្លើយតបទៅនឹងបញ្ហានៃការអភិវឌ្ឍនៅកម្ពុជា

គុណតម្លៃ

- + សុចរិតភាព
- + ភាពឆ្លើយតប
- + កិច្ចសហប្រតិបត្តិការ
- + គុណភាព
- + បរិយាបន្ន

