

จากปฏิบัติการสู่การสื่อสาร

เทคนิคการสื่อสารบนโซเชียลมีเดีย

1. เราต้องการสื่อสารอะไร มีเป้าหมาย เข้าใจเงื่อนไข ทำต่อเนื่อง

เราอยากจะบอกอะไรโดยมีเป้าหมายและเข้าใจเงื่อนไข ยกตัวอย่างเช่น วันนี้เราทำอะไรได้แล้วรู้สึกดี ทำไมถึงทำได้ หรือสิ่งที่เราประทับใจและเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเคลื่อนไหวปฏิบัติการของเรา?

สองปีที่ผ่านมาของประเทศไทยเนื้อหาที่มีคนชอบเป็นอันดับๆ มีแค่สองแบบ คือ หนึ่ง ดูแล้วรู้สึกดีมีความสุข คลิปหมาแมว คลิปตลก กับสอง ดูแล้วรู้สึกไม่ค่อยดี เห็นเหยื่อเห็นผู้ถูกกระทำ ดูแล้วอึดอัด เช่นคลิปบีบลิ่ว ข่าวดาชญากรรม

เนื้อหาที่ว่าด้วยการขับเคลื่อนการเคลื่อนไหวเป็นประเด็นที่ niche เป็นประเด็นที่เฉพาะเจาะจง ไม่ใช่ทุกคนจะสนใจมัน มันเป็นเรื่องที่คนสนใจน้อยกว่าอื่นๆ อยู่แล้ว แต่เพียงแค่ว่าทำให้เราเชื่อมั่นเกี่ยวข้องกับคนอื่นยังไง และทำอย่างสม่ำเสมอ ทำมันต่อเนื่อง

2. ขยายความสนใจของคนกลุ่มเดียวกันไปยังคนอีกกลุ่ม ทำให้เห็นว่าสิ่งที่เราทำเกี่ยวข้องกับคนอื่นอย่างไร

ในการสื่อสาร เราต้องพยายามขยายความสนใจของคนกลุ่มเดียวกันไปที่คนอีกกลุ่มหนึ่ง ใครคือคนที่พร้อมฟัง VS คนที่ไม่พร้อมฟังเรื่องที่เรากำลังเคลื่อนไหว หาแง่มุมบางอย่างที่เชื่อมและเกาะเกี่ยวกับกระแสข่าวสารในสังคมได้ อย่าเคลื่อนไหวแต่เรื่องของตัวเองให้มองรอบๆ ตัว

บนพื้นที่อินเทอร์เน็ตสิ่งที่จะชวนเขาทำได้อย่างน้อยคือเขามาพูดคุยกับเราหรือเขาแชร์ไปบอกต่อ คนที่แชร์เรื่องนี้คือคนที่เห็นว่ามันมีความเกี่ยวข้องกับเขา ทำให้มันต่อเนื่องได้โดยเกาะเกี่ยวเรื่องของคนอื่นด้วย นี่คือที่ง่ายที่สุด นี่คือประเด็นของเราที่ประเด็นของคนอื่นมีวิธีมาเจอกันแบบนี้ คุณสามารถพาประเด็นของคุณร่วมไปกับคนอื่น Material วัตถุดิบในการมาสร้างเรื่องเล่าที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหวเป็นวัตถุดิบที่คุณเก็บเกี่ยวไปได้เรื่อยๆ

เรากำลังพยายามจะสื่อสารกับคนแบบไหนอยู่บ้าง นึกหน้าคนสุดโต่งทั้งสองฝั่งเพื่อให้เห็น range ของมันว่าคนที่ฟังแน่ๆ กับไม่ฟังแน่ๆ มันห่างกันขนาดไหน แต่เวลาเราใช้พื้นที่อินเทอร์เน็ตมันอาจไม่ได้ห่างกันอย่างที่คิด และไม่ได้หมายความว่าทุกครั้งที่เราคุยกับคนฝั่งนี้คนอีกฝั่งจะไม่เห็น ทุกครั้งที่สื่อสารบนอินเทอร์เน็ตเราไม่รู้หรือกว่าใครเห็นบ้าง เรารู้แค่ใคร react กับเรา

3. material วัตถุดิบในการสร้างเรื่องเล่าที่เกี่ยวกับการเคลื่อนไหว

ทุกแอ็กชันของเราประกอบด้วย 3 ระยะ

- ก่อนแอ็กชัน. การคิดวางแผนเตรียมการ เผชิญอุปสรรคอะไร อะไรทำให้เปลี่ยนแปลง
- ระหว่างแอ็กชัน. เจอปัญหาอะไร อะไรที่ไม่เป็นไปตามแผน มีคนถูกกระทำหรือถูกขัดขวางยังไง
- หลังแอ็กชัน. เกิดอะไรขึ้นแล้ว บทเรียนที่ได้ คลี่คลายยังไง

ไม่ได้แปลว่าแอ็กชันของเราต้องประสบความสำเร็จ สมมติไปขวางน้ำบูดูใส่เซฟรอน ไม่มีผลอะไรตามมา แต่สิ่งที่เราเล่าได้คือวิธีการสิ่งนี้เกิดขึ้นไปแล้วและสิ่งนี้บอกถึงความโกรธของคนในพื้นที่ หลังจากนั้นเรากลับไปคุยกับคนที่บ้านก็ได้ ทำให้ถึงขวางเล่าให้เราฟังหน่อย ขวางไปแล้วรู้สึกยังไง มันคลี่คลายรีเปล่าคลี่คลายยังไงแล้วจะทำอะไรต่อ นี้

จะเป็นอีกวัตถุประสงค์ที่เอามาใช้ได้ แล้วก็วนลูอย่างนี้เพราะเราจะทำแอ็กชันกันต่อไปเรื่อยๆ แปลว่าคุณมีของให้แล้วตลอดเวลา

4. นึกให้เห็นหน้าตาของคนที่เราจะสื่อสารด้วย เป็นคนที่มีตัวตนมีชีวิตมีความคิดความรู้สึก

เริ่มจากนึกถึงคนที่พร้อมจะฟังเราแน่ๆ กับคนไม่พร้อมฟังเราแน่ๆ ให้ลิสต์จุดร่วมของคนสองคนนี้ออกมาให้มากที่สุด แล้วสร้างเรื่องเล่าที่จะคุยกับคนสองฝั่งได้ หัวข้อสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตรูปแบบไหนก็ได้ที่จะทำให้เขาสองคนได้ยินและเห็นมัน

พยายามให้เห็นว่าคนสองฝั่งนี้มีตัวตน เป็นคนที่มีชีวิต เพราะเวลาที่เราจะสื่อสารกับเขาเราสื่อสารกับคนที่มีความคิดมีความรู้สึก แต่คนเหล่านี้ไม่ได้มีแค่คนเดียว มีคนแบบเขาอีกเยอะมากก็จะมีจุดร่วมซ้อนกันไปซ้อนกันมา มีคนแบบนี้อยู่คนละฝั่ง แปลว่าถ้าเราพยายามทำให้อย่างน้อยการขยับไปที่ละช่องของสายรุ้ง คือคนที่อยู่คนละฝั่งบนอินเทอร์เน็ตสามารถเสพข้อมูลชุดเดียวกันได้ เป็นกระบวนการโน้มน้าวด้วยการให้ข้อมูลบางชุดให้เรื่องเล่าบางอย่าง นี่คือนวัตกรรมที่อินเทอร์เน็ตทำได้และลงทุนต่ำมาก และสามารถเห็นผลที่ตามมาได้ว่าคนสนใจมันมัย คนคอมเมนต์สิ่งนี้ว่ายังไง คนที่อยู่คือใครบ้าง

5. เนื้อหาหลักให้เร็วและกระชับที่สุด เห็นแวบเดียวแล้วรู้ว่าอะไร

ถ้าจะทำอะไรบนอินเทอร์เน็ตถ้าเป็นไปได้เนื้อหาหลักมาให้เร็ว ถ้าจะเล่าให้เขารู้สึกดีให้รู้สึกดีเร็วที่สุด ถ้าจะเล่าให้เขารู้สึกแย่ให้รู้สึกแย่เร็วที่สุด ถ้าจะให้เขาได้ข้อมูลชุดนี้หรือประเด็นนี้ให้เขาได้รู้ให้มันเร็วที่สุด คือวิธีที่มักจะได้ผลพฤติกรรมบนอินเทอร์เน็ตเราหวังน้ำบ่อหน้าเสมอ เราคิดว่าเราจะปั่นให้เร็วที่สุด ต่อให้เขาเห็นแค่แวบเดียว ถ้าพยางค์แรกมันรู้เรื่องมันได้เลย ทำให้เร็วและกระชับที่สุด ถ้าอยากเล่ารายละเอียดเนื้อหาเล่าซ้ำอีกรอบได้ แต่อย่างน้อยคนได้เห็นแล้วว่าสารที่คุณอยากบอกคืออะไร นี่คือนวัตกรรมที่มักจะได้ผล

หน้าตาของเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต

1. เป็นตัวหนังสือ ถ้าไม่เกิน 4 บรรทัดเห็นตั้งแต่ต้นจนจบ ถ้าเกิน 4 บรรทัดต้องกดอ่านต่อ
2. เป็นรูปภาพ ภาพจะขึ้นมาก่อนและตัวหนังสือตามมาข้างล่างเมื่อถูกแชร์ ถ้าเป็นรูปภาพหลายรูปจะมีภาพใหญ่ 1 ภาพ ภาพเล็ก 3 ภาพ
3. เป็นวิดีโอ คนส่วนใหญ่จะไม่ปิดฟังก์ชัน autoplay แปลว่ามันจะเล่นเลยถ้าเขาปิดผ่าน โดยสถิติแล้ววิดีโอทำงานที่สุดแต่ก็เป็นอันที่เราทำงานยากที่สุด

ที่มา: เก็บความจาก ธันว์ echo, “จากปฏิบัติการสู่การสื่อสาร (communication guide: from action to reaction)”, Act Lab no.1: Basic tools for act dev. วันที่ 31 ม.ค.-2 ก.พ. 2563 ณ วิเทรณ กทม.