

สื่อบุคคลกับหนทางพัฒนาตนในการนำเสนองานอย่างมืออาชีพ

PERSONAL MEDIA AND WAYS TO DEVELOP PROFESSIONAL PRESENTATIONS.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เอกธิดา เสริมทอง

อาจารย์ประจำสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

E-mail : aekthida.sa@spu.ac.th

บทคัดย่อ

สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีความสำคัญ และมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อมวลชนในด้านการโน้มน้าวชักจูงใจเพราะเป็นสื่อที่สามารถปรับยืดหยุ่นการนำเสนอสารให้เหมาะกับผู้รับสารเป็นรายๆ ได้ ถือเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่ทรงพลังมากกว่าสื่ออื่นๆ ในปัจจุบัน ทุกๆ คนสามารถพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพในการนำเสนอเพื่อเป็นสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพได้ด้วยการฝึกฝนและการเปิดใจ อันจะนำประโยชน์มาสู่ตนเอง และองค์กร เพราะการพัฒนาตนให้เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในการนำเสนอสามารถสร้างอำนาจ และเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นความรู้ที่สะสมอยู่ในตน

คำสำคัญ : สื่อบุคคล การนำเสนองาน มืออาชีพ

ABSTRACT

Personal media is more important and more effective than mass media in the way of persuading people, as personal media can flexibly deliver contents to suit individual audience. As a result, nowadays personal media is the most powerful communicating tool among others. Everyone can develop themselves to have potential in presentation and to be an effective personal media by practicing and being open minded, which will bring benefits to themselves and to the organization. This is because developing oneself to be an expert in presentation can create power and enable oneself to have cultural capital which is the knowledge accumulated in oneself.

KEYWORDS : Personal media, Presentation, Professional

บทนำ

“โลกนี้คือพื้นที่เพื่อการนำเสนอคนทุกคนบนโลกล้วนเป็นสิ่งบุคคล” การนำเสนอเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ชัดเจน และมีลักษณะของการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) โดยผู้พูด (Speaker) ผู้ฟัง (Listener) โดยมีสถานการณ์ และช่วงระยะเวลาเป็นตัวกำหนด ผู้นำเสนอถือเป็นสื่อบุคคล (Personal Media) ที่สำคัญที่สุดในการนำเสนอ สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลผู้ส่งสารที่ทำการสื่อสารกับผู้รับสารในลักษณะเผชิญหน้า เครื่องมือที่สื่อบุคคลใช้ในการสื่อสารมีทั้งที่เป็นคำพูดตัวอักษรหรือที่เรียกว่าวจนภาษา (Verbal Communication) และอากัปกิริยาท่าทางการแสดงออกหรือแม้แต่ระยะห่างระหว่างบุคคลหรือ ที่เรียกว่าอวัจนภาษา (Nonverbal Communication)

การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารนั้น สามารถทำได้ทั้งในรูปแบบของการสนทนากับผู้รับสารเพียงคนเดียว หรือในรูปแบบของการประชุมกลุ่ม (Group Communication) ซึ่งประกอบไปด้วยผู้รับสารมากกว่าหนึ่งคน ก็ได้สื่อบุคคลทำการสื่อสารด้วยคำพูดใน 2 แบบ คือแบบที่เป็นทางการ (Formal Oral Communication) เช่น การอภิปราย การบรรยาย การประชุม การประกาศข่าว การให้สัมภาษณ์การสัมมนา และการนำเสนอ และแบบที่ไม่เป็นทางการ (Informal Oral Communication) คือการพูดจาสนทนาปราศรัยต่างๆ ทั้งนี้ในการนำเสนออาจมีการนำเสนอร่วมกับใช้อุปกรณ์ประกอบการนำเสนอ (Visual Aids) เพื่อช่วยให้เกิดความชัดเจน และสมบูรณ์ขึ้น

การนำเสนอก็เช่นกันมักถูกเรียกในชื่อต่างๆ กันตามแต่สิ่งที่จะนำเสนอ เช่น การนำเสนอสินค้า (Products) การนำเสนอขาย (Sales) การนำเสนอโครงการ (Project) การนำเสนอบริการ (Services) การเสนอผลงานการวิจัย (Research) การรายงานผล (Reports) รวมไปถึงการพูดคุยกเล่าเรื่องราวต่างๆ ก็ถือเป็นนำเสนอเรื่อง (Story Telling) แม้ว่าอุปกรณ์หรือสื่อจะถูกนำมาใช้ร่วมในการนำเสนอแต่สื่อบุคคลมีความสำคัญมากกว่าที่จะกำหนดความสำเร็จและความล้มเหลวของการนำเสนอ การใช้สื่อบุคคลในการสื่อสารก่อให้เกิดผลดีคือสื่อบุคคลสามารถนำเสนอ (Message) ที่ต้องการเผยแพร่จัดสื่อไปสู่ผู้รับสารได้โดยตรงในขณะเดียวกันยังสามารถสังเกตผู้รับสารมีการปรับยืดหยุ่น (Flexible) การนำเสนอสารให้เหมาะสมกับ

ผู้รับสารเป็นรายๆ ได้อีกด้วยลักษณะดังกล่าวถือเป็นลักษณะเด่นของสื่อบุคคลที่เรียกว่าการสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (Face to Face Communication) ที่มากกว่านั้นสื่อบุคคลยังสามารถประเมินประสิทธิภาพการสื่อสารได้ในทันที (Immediate Feedback)

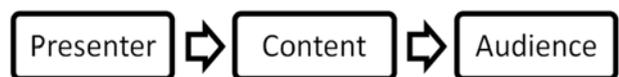
ด้วยลักษณะพิเศษของการสื่อสารจากสื่อบุคคล ดังที่กล่าวมาอาจกล่าวได้ว่าสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญและมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อมวลชนในด้านการโน้มน้าวชักจูงใจ ในขณะที่สื่อมวลชนอาจมีประสิทธิภาพ และความสำคัญกว่าในด้านของปริมาณผู้รับสาร และความเร็วในการแพร่ กระจายสาร Crawford et. al (1995) อธิบายว่าหากเป้าหมายของการสื่อสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติและพฤติกรรมสื่อบุคคลจึงเป็นเครื่องมือ (Tool) ที่ทรงพลังมากกว่าสื่ออื่นๆ

ความหมายของ “การนำเสนอ” (Presentation)

ตำราศักดิ์ ชัยสนธิ, สุนี เลิศแสงกิจ และวินัส อัครวิสิทธิ์ถาวร (2542) อธิบายว่าหมายถึงการชี้แจงแสดงให้เห็นถึงเรื่องราว หรือความรู้ที่ก้าวหน้าไปอีกขั้นหนึ่ง หรือชี้แจงแสดงถึงเรื่องที่ยังไม่รู้ให้ได้รับรู้เข้าใจอย่างลึกซึ้ง

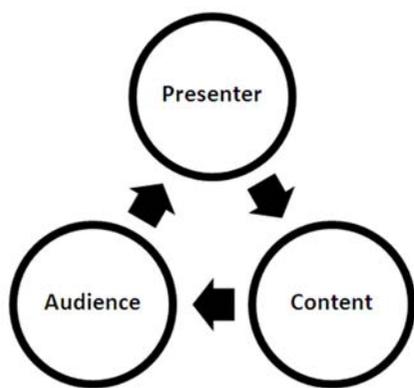
Daly and Engleberg (2001) กล่าวว่า การนำเสนอมีความหมายกว้างครอบคลุมถึงทุกเวลาที่ผู้พูดใช้วัจนภาษา และอวัจนภาษาเพื่อสื่อความหรือกระทั่งสร้างสัมพันธกับกลุ่มผู้ฟัง มีลักษณะพิเศษใน 3 ประการ คือ มีหลักการมากกว่าแต่มีความเป็นทางการน้อยกว่าหากเทียบกับการพูดในที่สาธารณะ และที่สำคัญ คือ การนำเสนอมีความสำคัญมากต่อผู้ที่ทำงานในองค์กร เพราะโดยส่วนใหญ่มนุษย์เราต่างนำเสนอมากกว่าการพูดในที่สาธารณะ

จากนิยามความหมายข้างต้นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอประกอบด้วยองค์ประกอบดังนี้



แผนภาพที่ 1 องค์ประกอบของการนำเสนอ

จากองค์ประกอบดังกล่าว หากวิเคราะห์ให้เห็นแง่มุมเชิงอำนาจตามแนวคิดของ Michel Foucault นักคิดที่ทรงอิทธิพลในคริสต์ศตวรรษที่ 20 ที่ว่าความสัมพันธ์ทางสังคมทุกชนิดเป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ไม่เป็นผู้ใช้อำนาจก็ต้องเป็นผู้ถูกใช้อำนาจ (กาญจนา แก้วเทพ, 2553) ดังนั้นไม่ว่าผู้กระทำการใดๆ ล้วนตกอยู่ภายใต้วาทกรรมหรือความสัมพันธ์เชิงอำนาจด้วยกันทั้งสิ้น เช่นเดียวกับกับความสัมพันธ์ของทั้ง 3 องค์ประกอบข้างต้น จึงไม่ได้เป็นเพียงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียว (Linear) เท่านั้น (ตามแผนภาพที่ 1) หากแต่ต่างมีความสัมพันธ์ในเชิงอำนาจต่อกันและกันด้วย กล่าวคือผู้นำเสนอ (Presenter) มีอำนาจในการควบคุมเนื้อหา (Content) ในขณะที่เนื้อหาก็คจะเป็นสิ่งที่ควบคุมเหนี่ยวรั้งความสนใจของผู้ฟัง (Audience) ในอีกทอดหนึ่ง และปฏิกริยาของผู้ฟัง (Audience) ที่มีต่อผู้พูด และเนื้อหา ก็มีอำนาจต่อผู้พูดที่ต้องคอยสังเกต และปรับเปลี่ยนในวิธีการ และกลยุทธ์การพูดในตลอดเวลาของการนำเสนออีกด้วย อาจกล่าวได้ว่าในช่วงเวลาของการนำเสนอทั้งผู้พูด และผู้ฟังต่างยึดถืออำนาจซึ่งกันและกัน โดยมีเนื้อหาเป็นตัวเชื่อม



แผนภาพที่ 2 ความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้นำเสนอ เนื้อหา และผู้ฟัง

สรุปได้ว่าในบทบาทของการนำเสนอ ผู้นำเสนอ เนื้อหา และผู้ฟัง ต่างไม่ใช่วาทกรรมที่ให้เพียงผลลัพธ์เป็นความสำเร็จของการสื่อสาร (หรือความสำเร็จของการครอบงำ) หรือความล้มเหลวของการสื่อสาร (หรือความล้มเหลวของการครอบงำ) ซึ่งเกิดจากการต่อสู้ยึดถืออำนาจ แต่วาทกรรมในตัวของมันเองนั้นคือการต่อสู้และการครอบงำซึ่งกันและกันที่มีต่อรูปแบบการสื่อสาร

และวิถีชีวิตของผู้คนที่ใช้การสื่อสารเชื่อมประสานต่อกันและกัน ในสังคม ลักษณะความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้นำเสนอ เนื้อหาและผู้ฟังดังกล่าวจึงสอดคล้องกับคุณลักษณะของอำนาจตามทัศนะของ Michel Foucault ที่ว่าอำนาจมีลักษณะกระจายตัว ไม่ได้เกิดขึ้นจากความตั้งใจ หรือจงใจ อำนาจในสังคมสมัยใหม่เป็นอำนาจที่แบบเนียนจนไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นการใช้อำนาจ ไม่ได้มีแต่ด้านที่กดขี่ ปิดบัง หวงห้าม หากแต่การใช้อำนาจล้วนมีเทคนิค มีวัฏจักร และเป็นวงวนที่ต่างหมุนเสริมกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2553) เช่นเดียวกับกับความสำเร็จของการนำเสนอที่ต้องอาศัยเทคนิค อาศัยการหมุนเสริมกันระหว่างผู้นำเสนอ เนื้อหา สื่อประกอบการนำเสนอ และผู้ฟัง ที่จะถูกชักโยงให้คล้อยตาม เนื้อหาการนำเสนอโดยไม่รู้สึกรู้ว่าถูกกดขี่ หรือบังคับประการใดเลย

ความสำคัญของการนำเสนอ

ด้วยการนำเสนอถูกพิจารณาว่าทักษะ (Skill) พิเศษของบุคคลในเชิงทักษะการสื่อสารและทักษะการชักจูงใจอันเป็นคุณสมบัติของบุคคลที่พึงประสงค์ของทั้งภายใน และภายนอกองค์กรของทุกๆ วงการวิชาชีพความสำคัญของการนำเสนอครอบคลุมพื้นที่ตั้งแต่ปริมณฑลในรั้วโรงเรียนสู่สถานที่ทำงาน ครอบคลุมบุคคลจนตั้งแต่วัยเด็ก จนถึงวัยผู้ใหญ่ การนำเสนอก่อให้เกิดประโยชน์ในสองมิติดังนี้

1. มิติขององค์กร (Organization Approach)

การนำเสนอถือเป็นเครื่องมือในการบริหารงานทั้งจากบนลงล่าง และจากล่างขึ้นบน กล่าวคือเป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหารที่จะนำเสนอนโยบาย เป้าหมายและแนวทางการขับเคลื่อนองค์กรสู่ระดับปฏิบัติการและเป็นเครื่องมือสำหรับระดับปฏิบัติการในการรายงานเสนอการปฏิบัติงานหรือเสนอผลงาน สู่ระดับบริหาร การนำเสนอที่ดีจะทำให้ทุกคนในองค์กรเกิดความเข้าใจ ให้ความร่วมมือ สนับสนุน ตรวจสอบ ได้ถูกทิศทาง และสามารถสร้างความก้าวหน้าในหน้าที่การงานให้กับบุคคลได้ ถือเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคน และมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นแรงจูงใจในการทำงานด้วยเพราะในการนำเสนอจะมีจำนวนผู้ฟังมากกว่าผู้พูด เนื้อหาอันเป็นสาระในงานจะถูกถ่ายทอดท่ามกลางการรับรู้จากเพื่อนร่วมงาน ถือเป็นเวทีที่มีเกียรติสำหรับผู้พูด ไม่ว่าจะเป็นการพูดแบบบนลงล่าง หรือแบบจากล่างขึ้นบนก็ตาม นอกจากนี้การนำเสนอยังช่วยให้เกิดความประหยัดทั้งในแง่ของ

การประหยัดเวลาในการรวมตัวบุคลากร ประหยัดค่าใช้จ่าย ในการประชุม ซึ่งรวมเรียกได้ว่าเป็นการประหยัดทรัพยากร ในองค์กร ท้ายสุดที่น่าจะเป็นประโยชน์แก่องค์กรคือ การเป็น การสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นองค์กรที่ทันสมัย เท่าเทียม และเปิดกว้างให้บุคลากรในทุกระดับชั้นได้มีโอกาสแสดงความรู้ ความสามารถ ก่อให้เกิดการกระตุ้น การพัฒนา การแลกเปลี่ยน การเรียนรู้ หรือกระทั่งเลียนแบบในเชิงสร้างสรรค์

2. มิติของตัวบุคคล (Personal Approach)

การนำเสนอถือเป็นเครื่องมือในการคุณค่า (Value) ให้ตัว ผู้นำเสนอ จากความสามารถในการนำเสนอทั้งการขาย การอธิบาย การบรรยาย ชี้แจง เป็นการฝึกการแสดงออก ฝึกบุคลิกภาพที่ดี ถูกต้องตามกาลเทศะ สร้างทักษะการพูด การฟัง และการโน้มน้าวใจ หรือแม้แต่การโต้แย้ง บอกรัด หรือปฏิเสธ ผู้ที่ได้รับการฝึกฝน การนำเสนอจะเกิดความเชื่อมั่นในตนเอง มีประสบการณ์จากการเตรียมการนำเสนอด้วยตนเอง ฝึกซ้อม ตั้งรับ คิดกลยุทธ์ การนำเสนอ คิดถ้อยคำและฝึกการวางแผนในการแก้ปัญหา เฉพาะหน้า นอกเหนือจากทักษะที่เกิดจากการฝึกฝนที่กล่าวมา ผู้นำเสนอยังได้มีโอกาสแสดงตัวให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งจะนำมาซึ่ง โอกาสที่ดีในอนาคตการทำงานต่อไป ในมิติของการพัฒนา การนำเสนอในแง่ของตัวบุคคล (Personal approach) ที่กล่าวมา อาจถือได้ว่าเป็นการสร้างทุน (Capital) ตามแนวคิดเรื่องทุน ทางวัฒนธรรมของ Pierre Bourdieu นักทฤษฎีวัฒนธรรม วิพากษ์ที่ว่าสิ่งใดที่มีสภาวะกลายเป็น ทุนก็เมื่อสิ่งนั้นทำหน้าที่ ในฐานะความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคม (Function as a Social Relation of Power) Pierre Bourdieu ได้แยกประเภทของทุน ออกเป็นหลายประการ (กาญจนา แก้วเทพ, 2553) เช่น

- ทุนทางเศรษฐกิจก็คือ ทรัพย์สินเงินทองหรือ ทรัพย์สินสมบัติ
- ทุนทางสังคมคือฐานะตำแหน่งหรือเครือข่าย ทางสังคม
- ทุนทางวัฒนธรรมคือศักยภาพในการกระทำ หรือ ความรู้ที่มีสะสมอยู่ในบุคคล (Innate Knowledge) ดังนั้น การพัฒนาการนำเสนอในแง่ของตัวบุคคล (Personal Approach) จึงถือเป็นการสร้างทุนด้วย

เช่นเดียวกัน สุภาพร เทพยสุวรรณ (2552) กล่าวว่า บุคคลที่มีความมั่นใจในตนเองจะสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีความคิดเป็นของตนเอง ถ้าคิดกล้าทำมีความคิดทางบวก เชื่อมั่นว่าตนเองสามารถทำได้และทำสำเร็จ ความมั่นใจในตนเอง สามารถสร้างและพัฒนาได้ตั้งแต่เด็ก โดยบุคคลที่มีอิทธิพล มากที่สุดในการปลูกฝังให้เด็กมีความมั่นใจในตนเองก็คือ พ่อแม่ ของเด็กนั่นเอง

ความหมายของ “มืออาชีพ” (Professional)

คำว่า “มืออาชีพ” มีความลึกซึ้งและครอบคลุมทักษะ ความชำนาญของบุคคลในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ทั้งใน มิติของการรอบรู้กว้าง และรอบรู้ลึก ซึ่งหมายความว่าบุคคลนั้น ต้องได้รับการสั่งสมประสบการณ์ จากความรู้ และการทดลองทำ ได้เรียนรู้ความถูกต้อง และความผิดพลาด คำว่า “มืออาชีพ” สร้างความเข้าใจในความชำนาญในภาคปฏิบัติ มากกว่าภาคทฤษฎี หากเป็นในทางทฤษฎีก็จะเป็นมืออาชีพด้านการปฏิบัติทฤษฎี เช่นการเป็นมืออาชีพด้านการสอน เป็นต้น นอกจากนี้ ความเป็น มืออาชีพไม่เพียงครอบคลุมความรู้ในสิ่งที่ปฏิบัติ รู้วิธี และ หลักการที่ถูกต้องแต่รวมถึงความพร้อมและไหวพริบในการแก้ไข สถานการณ์เฉพาะหน้ากรณีเกิดการผิดพลาดด้วย จากคำนิยาม ข้างต้นจึงแสดงให้เห็นว่าคำว่ามืออาชีพ ไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นผู้มี อาชีพหรือ ประกอบอาชีพในสาขาเท่านั้น อาจจะทำอาชีพในอื่น แต่ได้สนใจเรียนรู้ ค้นคว้า อย่างถ่องแท้จนประจักษ์ชัดแจ้ง เป็นที่ รู้จัก และได้รับการยกย่องก็สามารถเรียกได้ว่า เป็นมืออาชีพได้ด้วยเช่นกัน

Anderson (2013) ว่าโดยส่วนใหญ่ข้อมูลที่น่าเสนอ มาจากรายงาน(Report) ผสมผสานกับ เรื่องราว (Story) โดยข้อมูล จากรายงาน (Report) มักเป็นข้อมูลที่ละเอียด ให้ความรู้ แต่ขาดความน่าสนใจ ในขณะที่ข้อมูลที่เป็นเรื่องราว (Story) จะเป็นตัวช่วยผสมระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง อย่างไรก็ตามผู้ฟังส่วนใหญ่ ต้องการข้อมูลที่ละเอียด ให้ความรู้ ดังนั้นในการนำเสนอผู้พูดจึง ควรเตรียมเนื้อหาระหว่างรายงาน (Report) กับเรื่องราว (Story) สลับกันไป

Report	Story
Literal	Dramatic
Informational	Experiential
Factual	Evocative
Exhaustive	Persuasive

แผนภาพที่ 3 การเปรียบเทียบรายละเอียดเนื้อหาระหว่าง รายงาน (Report) กับเรื่องราว (Story)

เทคนิคการนำเสนองานอย่างมืออาชีพ

Anderson (2013) กล่าวว่า การนำเสนอที่ดีทำได้ยาก ในขณะที่การทำผิดพลาดในระหว่างการนำเสนอ นั้นเกิดขึ้นได้ง่ายดายมาก และให้คำแนะนำสิ่งที่ไม่ควรทำในการนำเสนอ 10 ประการดังนี้

1. อย่าใช้เวลานานมากในการอธิบายว่าจะพูดถึงอะไร
2. อย่าพูดเบา และสาธยายอย่างละคร ทั้งที่สามารถพูดให้กระชับได้
3. อย่าลืมบอกผู้ฟังว่าคุณสำคัญต่อหัวข้อที่จะพูดนี้ อย่างไร
4. อย่าลืมที่จะแจ้งการอ้างอิงหนังสือ หากมีการยกคำพูดใดมาใช้ในการนำเสนอ
5. อย่าทำสื่อประกอบการนำเสนอที่อัดแน่นไปด้วยตัวหนังสือ ประเด็นยาวเหยียด และตัวอักษรหลากหลายขนาด
6. อย่าพยายามอธิบายศัพท์เทคนิคเพื่อให้ตัวเองดูมีความรู้
7. อย่าเล่ายาวถึงประวัติการศึกษา ค้นคว้า หรือความสำเร็จของตนที่น่าภาคภูมิใจ
8. อย่ามีว่ฝึกซ้อมการพูดเพื่อดูว่าพูดไปนานเท่าไรแล้ว
9. อย่าทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าคุณพูดจากความจำ
10. อย่าประสานสายตาสายตา จับจ้องไปที่ผู้ฟังคนใดคนหนึ่งเพียงคนเดียว

นอกจากนี้ พอใจ พุกกะคุปต์ (2556) ยังรวบรวมเพิ่มเติมเทคนิคในการนำเสนองานได้ดังนี้

1. ไม่ควรให้ผู้ฟังนั่งรอนานเกินไม่ควรรีรอต่อรอง และผู้พูดควรต้องมีการเตรียมตัวซักซ้อมพูดมาอย่างดีก่อนขึ้นเวที
2. เนื้อหาที่จะพูดต้องโดดเด่นเจาะประเด็นสำคัญแบบลึกแต่กระชับ

3. มีโครงเรื่อง (Roadmap) ในการนำเสนอเหมือนพาผู้ฟังเริ่มเดินทางแล้วไปสิ้นสุดที่จุดหมายที่น่าสนใจ โดยใช้วิธีเล่าเป็นเรื่องอย่างน่าติดตาม

4. เปิดการพูดให้แรงเหมือนหน้าปกนิตยสารสวยๆ แม้เนื้อหาข้างในเล่มอาจไม่มีประโยชน์แต่หากปกไม่น่าสนใจ จะไม่มีใครสนใจที่จะเปิดอ่าน หน้าปกเปรียบเสมือนการเปิดประเด็นนำเสนอถือเป็นหัวใจหลัก ที่จะสะกิดหูให้เกิดความอยากรู้อยากฟังอย่างใจจดจ่อต่อไป

5. เตรียม Audio Visual ซึ่งรวมถึงสื่อทั้งเสียงและภาพ สำหรับใช้เป็นตัวช่วยระหว่างการนำเสนอ Chris Anderson กล่าวว่า คนส่วนใหญ่ใช้ Power Point พร่ำเพรื่อจนคนเบื่อฟัง ดังนั้น จึงแนะนำว่าอย่าใช้สไลด์ที่ขึ้นจอแทนตำรา หรือใส่เนื้อหาทั้งหมดที่จะพูด เพราะจะทำให้อัดใส่ข้อมูลมากมายจนคนฟังอ่านไม่ได้ อ่านไม่ทัน และอ่านไม่เห็น และแม้ว่าคนฟังอ่านได้อ่านทัน และอ่านเห็นก็ไม่ควรใช้ เพราะจะไม่มีคนฟังเนื่องจากผู้ฟังมีเวลานั่งอ่าน Power Point แทน สำหรับข้อมูลที่จะขึ้นฉายเพื่อการนำเสนอ ควรเลือกใช้ขนาดตัวอักษรใหญ่ เนื้อหาไม่ต้องมากและไม่ควรใช้หลากหลายรูปแบบตัวหนังสือ ควรเลือกใช้แบบตัวอักษรที่เรียบง่าย แต่แรง

6. อย่าให้อุปกรณ์เสริมเล่นบทนำใช้ภาพและวิดีโอมาเป็นส่วนเสริมการนำเสนอได้ ในกรณีที่ภาพเป็นประโยชน์ น่าสนใจ หรือสร้างความเข้าใจได้ง่ายกว่าการอธิบาย ส่วนหากจะใช้วิดีโอประกอบ การนำเสนอควรเตรียมเนื้อหาวิดีโอตอนละไม่เกิน 60 วินาทีได้จะยิ่งดี การใช้ภาพและวิดีโอมาเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอต้องกำกับให้ภาพและวิดีโอเป็นเพียงส่วนประกอบ และผู้พูดรับบทเป็นตัวหลัก รวมถึงในทุกครั้งที่ผู้พูดนำเสนอสไลด์และอธิบายเรียบร้อยแล้ว ไม่ควรปล่อยให้ภาพหรือเนื้อหาค้างอยู่บนจอ ควรปิดภาพ เพื่อดึงความสนใจ และสายตาของผู้ฟังในห้อง ให้มาจับจ้องที่ผู้พูดต่อไป

7. สีสถาปัตยกรรม เป็นจุดสำคัญของการนำเสนอบนเวที โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้พูดที่เป็นมือใหม่ในการนำเสนอ สีสถาปัตยกรรมเป็นสิ่งที่ทำหายความกลัว ความอาย และอาการตื่นเวทีทั้งหมดที่ผู้พูดต้องเผชิญกับสายตาดูผู้ฟังนับสิบนับร้อย ที่จะคอยจับจ้องทุกอิริยาบถที่กระทำ เมื่อทราบดังนั้นแล้ว สิ่งเดียวที่จะช่วยให้ผู้พูดเกิดความเชื่อมั่นในการนำเสนอคือการฝึกฝน และการเตรียมตัวมาเป็นอย่างดีและเมื่อใกล้เวลาการนำเสนอก็เพียงทำสมาธิ

โดยสวดลมหายใจเข้าลึกๆ ซ้ำๆ ก่อนขึ้นเวที และเริ่มการพูดให้ได้อย่างแม่นยำ ความประหม่าที่มีก็จะผ่อนคลาย ลดน้อยลง

8. การเคลื่อนไหวระหว่างพูดผู้พูดไม่จำเป็น ต้องเดินไปเดินมา เพราะอาจยิ่งหัวไหน ประหม่า และกระสับกระส่าย วิธีที่ดีที่สุด และง่ายที่สุดคือ การยืนอยู่กับที่ และขยับเฉพาะส่วนบนของร่างกาย ได้แก่ ใบหน้า ลำตัว แขน และมีมืออย่างเป็นทางการคล้ายการคุยกับผู้คนในสถานการณ์ปกติ

9. การสบสายตา เป็นอีกวิธีการหนึ่งในการสบผู้ฟัง โดยวิธีการสบสายตาที่ดีสามารถทำได้โดยการมองหาหน้าผู้ฟังที่เป็นมิตรในมุมมองต่างๆ ของห้องบรรยาย และในระหว่างที่พูดก็สบตากับคนเหล่านี้สลับไปมา จะทำให้ดูเหมือนว่าผู้พูดกำลังพูดกับผู้ฟังทั้งห้อง

10. การจบแรง และกระชับจะช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ฟังจดจำ ฉากจบถือเป็นอีกช่วงตอนหนึ่งที่ต้องเตรียมหาทางลงให้สวย กระชับ ได้ใจ สร้างแรงบันดาลใจ โดยไม่จำเป็นต้องยึดยึดความคิดใดๆ ให้ผู้ฟังแต่จะดีกว่าที่จะปล่อยให้ผู้ฟังได้นั่งคิดนั่งวิเคราะห์เอง การปิดฉากจบมีเทคนิคที่นิยมทำในหลายเทคนิคดังนี้

10.1 การวิงวอนให้ลงมือปฏิบัติในทันทีเป็นเทคนิคขั้นพื้นฐาน จริงใจ และตรงไปตรงมา เหมือนเป็นการขมวดปมสุดท้ายให้แน่นอีกครั้งก่อนจากลา เช่น บทกล่าวที่ว่า “เวลาผ่านไปไม่ค่อยทำ อ่าลั้งเล หรือร็รรอที่จะลงมือทำ หากการบรรยายของผมในวันนี้ให้ประโยชน์ และเป็นส่วนหนึ่งที่ผลักดันให้ท่านเริ่มต้น ผมจะมีความยินดีเป็นอย่างยิ่ง”

10.2 การพูดตอกย้ำสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ฟัง เป็นอีกเทคนิคหนึ่งที่ใช้กับหัวข้อที่ค่อนข้างเป็นสิ่งใหม่สำหรับผู้ฟัง เช่นผลิตภัณฑ์ใหม่ แนวคิดใหม่ ระบบ หรือวิธีการจัดการแบบใหม่ เช่นบทกล่าวที่ว่า “ในทุกๆ การเริ่มต้นสิ่งใหม่ๆ ยิงที่ยากสำหรับทุกคนคือการปรับตัวเรียนรู้ แต่เมื่อทุกคนปรับที่ใจให้เปิดรับ และให้ความเข้าใจเข้าไปแทนที่ ทุกคนจะสามารถเรียนรู้ และใช้ประโยชน์จากแนวคิด ระบบหรือนวัตกรรมใหม่ในโลกที่มีความทันสมัยตลอดเวลาเช่นในปัจจุบันนี้”

10.3 การหยิบยกโคลงกลอนมากล่าว เป็นเทคนิคที่ผู้พูดหลายคนนิยมใช้เพื่อหาทางลงจบให้สวยงาม ด้วยโคลงกลอนมีความสละสลวยเป็นทุนอยู่แล้ว และโคลงกลอนก็เป็นการส่งสัญญาณที่ดี ที่เป็นที่ยอมรับว่าเวลากำลังจะหมดลงแล้ว ดังนั้น

หากต้องการใช้เทคนิคนี้ ผู้พูดจึงควรสะสมโคลงกลอนเพื่อใช้ในคราวจำเป็นโดยเฉพาะอย่างยิ่งโคลงกลอนเสริมความเชื่อมั่นและกำลังใจ ซึ่งจะใช้ได้ดีในทุกโอกาส อย่างไรก็ดี การปิดฉากจบด้วยโคลงกลอนถือเป็นเทคนิคที่ใช้กันมานาน อาจไม่ค่อยทันสมัยหรือเข้ากับหัวข้อการพูดในบางหัวข้อ หรือสร้างความขัดแย้งให้กับผู้พูดวัยหนุ่มสาวก็เป็นได้

10.4 การให้เบอร์หรือที่อยู่ติดต่อเป็นเทคนิคใหม่ที่ผู้พูดหลายๆ คนนิยมใช้กันเพื่อส่งสัญญาณการปิดการพูด ทั้งยังสามารถสำรวจความสนใจของผู้ฟังภายหลังเมื่อการบรรยายสิ้นสุดลงได้ด้วย การให้เบอร์หรือที่อยู่ติดต่อเป็นการแสดงความเปิดเผยไม่ว่าจะเป็นบทกล่าวที่ว่า “หากท่านใดมีคำถามที่อาจจะยังไม่ออกในเวลานี้ หรือไม่สะดวกจะถาม สามารถโทรสอบถามผมได้ที่...(เบอร์โทรศัพท์)...หรือที่เข้าไปติดตามสินค้าและบริการของเราได้ที่...Facebook ID..... หรือสะดวกที่..... Line ID..... ผมจะยินดีเป็นอย่างยิ่งครับ”

อย่างไรก็ดีสิ่งหนึ่งที่ผู้พูดไม่ควรกล่าวในการปิดฉากการบรรยายคือการกล่าวว่า “หมดเรื่องที่จะพูดแล้วแต่เพียงเท่านี้” เพราะนอกจากจะเป็นการจบที่ไม่สวยงาม ไม่สร้างความประทับใจแล้วยังสร้างความรู้สึกว่าผู้พูดไม่ให้เกียรติผู้ฟัง

จากเทคนิคการนำเสนอข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้พูดมีช่วงเวลาสำคัญในการนำเสนอ 3 ช่วงเวลาในการปฏิบัติกรพูด ได้แก่ ช่วงก่อนการพูด ช่วงการพูด และช่วงท้าย ดังนี้

ตารางที่ 1 เทคนิคการนำเสนอในงานใน 3 ช่วงเวลาของการปฏิบัติกรพูด

ช่วงก่อนการพูด	ช่วงการพูด	ช่วงท้าย
1. ไม่ควรให้ผู้ฟังนั่งรอนาน	1. เปิดการพูดให้แรง	1. จบแรง กระชับและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ฟังจดจำ
2. เนื้อหาที่จะพูดต้องโดดเด่น	2. เตรียม Audio Visual	-
3. มีโครงเรื่องนำเสนอ	3. อย่าให้อุปกรณ์เสริมเล่นบทนำ 4. ลีลาบนเวที 5. การเคลื่อนไหวระหว่างพูด 6. การสบสายตา	-

การจำแนกเทคนิคการนำเสนอเป็นตารางจะเห็นได้ว่า ช่วงที่หนึ่ง (ช่วงก่อนการพูด) เป็นช่วงเวลาสั้นๆ ก่อนการนำเสนอ ที่ผู้พูดอาจเกิดการตื่นเวทีมากที่สุด และต้องรวบรวมสมาธิมากที่สุด เมื่อได้นำเสนอการพูดไปแล้วผู้พูดจะคลายความตื่นเต้นลง ในขณะที่ช่วงเวลาในการปฏิบัติการพูดในช่วงที่สอง (ช่วงการพูด) เป็นช่วงเวลาที่ยาวนานที่สุด ที่ผู้พูดต้องแสดงศักยภาพมากที่สุด ในการควบคุมและดำเนินการพูดให้เป็นไปตามเป้าหมาย และในช่วงที่สาม (ช่วงท้าย) เป็นช่วงที่ผู้พูดจะเก็บเกี่ยวผลสัมฤทธิ์ของการพูดมากที่สุด ระยะเวลาที่ใช้ในช่วงท้ายนี้อาจเพียงไม่นาน แต่ผู้พูดต้องทำให้เกิดประสิทธิผลให้ได้ จึงอาจทำให้ผู้พูดต้องพูดด้วยความกระตือรือร้นขึ้นอีกครั้ง

เทคนิคการทำให้ผู้ฟังตื่นตัว

ด้วยช่วงเวลาในการดำเนินการพูดเป็นช่วงที่ยาวนาน ที่ผู้พูดต้องแสดงศักยภาพมากในการควบคุมและดำเนินการพูด ให้เป็นไปตามเป้าหมาย วิชัช ปิติเจริญธรรม (2551) แนะนำเทคนิค 5 ข้อที่จะทำให้ผู้ฟังตื่นตัวอยู่เสมอดังนี้

เทคนิคที่ 1. ผู้พูดต้องตื่นตัว และกระตือรือร้นอยู่เสมอ ความตื่นตัว และกระตือรือร้นของผู้พูดนอกเหนือ จากจะเพิ่มพลังให้ตัวผู้พูดเองแล้ว ยังมีอำนาจในการเพิ่มพลังมหาศาลให้กับผู้ฟัง เนื่องมาจากความตื่นตัวและกระตือรือร้นเป็นสิ่งที่ผู้ฟังสามารถสัมผัสได้จากคำพูด สีหน้า ดวงตา ท่าทาง และการเคลื่อนไหว ดังนั้นผู้พูดที่สามารถพูดให้คนทั้งห้องบรรยายสงบเงียบงัน หรือหัวเราะขบขันกันได้หมด จึงถือเป็นผู้พูดที่มีพลัง มีอำนาจในการส่งทอด ปลดปล่อยพลังและความรู้สึกเพื่อให้ผู้ฟังรับรู้ในความคิดอ่าน ทะลั้ลั่นจนกระทั่งไม่อาจปิดกั้นการแสดง พฤติกรรมตอบสนองออกมาได้ สำหรับผู้พูดเมื่อต้องเล่าเรื่องเศร้า ตนต้องสามารถหลั่งน้ำตาได้ เมื่อรู้สึกทล่อกจนปลดปล่อยเสียงหัวเราะให้ดัง เมื่อรู้สึกผิดใจแสดงสำนึกในความผิดทั้งวาจา สีหน้า และดวงตา การที่ผู้พูดได้พูดหรือแสดงอารมณ์ต่างๆ ออกมาจากใจ และปล่อยมันผ่านทะลุกำแพงของความกระดากอายได้ ผู้ฟังก็จะสามารถรับและสัมผัสถึงความจริงใจจากคำพูดหรืออารมณ์ต่างๆ นั้นได้หมดเช่นกัน

จากคำกล่าวที่ว่า “Actions speak louder than words” แสดงให้เห็นว่ากิริยาอาการสื่อสารได้มากกว่าคำพูด ฉะนั้นใครที่ผู้ฟังสัมผัสได้ถึงความตื่นเต้น ความกลัว และระดับความสามารถ

ในการควบคุมตนเองของผู้พูด ได้ทั้งๆ ที่ผู้พูดยังมีทันได้เริ่มต้นพูด ดังนั้นการหาโอกาสเพิ่มพูน ทักษะการพูดจึงเป็นสิ่งที่ผู้พูดทุกคน ควรเสริมสร้างในทุกโอกาสเพื่อช่วยให้ตนเองมีประสบการณ์ และสามารถเผชิญกับการสื่อสารในลักษณะต่างๆ ได้อย่างราบรื่น ขณะเดียวกันที่ไม่เพียงแต่ผู้พูดเท่านั้นที่จะต้องตื่นตัว และกระตือรือร้น อยู่เสมอ เทคนิค Pass the Ball Around หรือการดึงให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมกับการนำเสนอก็เป็นวิธีการที่สามารถช่วยให้บรรยากาศของการนำเสนอผ่อนคลาย และสร้างการมีส่วนร่วมได้อีกด้วย

เทคนิคที่ 2. ผู้พูดต้องสร้างคำพูดให้เร้าร้อนดังเปลวไฟ การพูดแบบเฉื่อยช้าผู้ฟังจะเพียงได้ยิน และผ่านเลยไป ไม่จดจำเป็นความประทับใจ

“อย่าพูดเพราะต้องพูด อย่าพูดจากผิวหนัง แต่จงพูดจากสิ่งที่ซุกค้ำจากส่วนลึกของหัวใจ นำมันออกมาเผาไฟ โหมกระพือมันขึ้นมา ปลุกจิตวิญญาณของมันให้ตื่นตัวอย่างไร้ขีดจำกัด แล้วปลดปล่อยมันออกไปตั้งลูกธนูที่พุ่งตรงเข้าสู่จุดดาว ด้วยพลังกายและพลังใจ ที่ประสานเป็นหนึ่งเดียวกัน” วิชัช ปิติเจริญธรรม (2551)

คำพูดที่มีพลัง ถือเป็นวาจาสร้างสรรค์ที่ผู้พูดต้องเรียบเรียงจากความคิด และประสบการณ์ ประกอบกับการหาข้อเท็จจริงต่างๆ มาสนับสนุน ผสมผสานความรู้สึก อารมณ์ เป็นถ้อยคำฟังง่าย ไม่ต้องตีความซ้ำ กระชับน่าจดจำเป็นข้อคิดเตือนใจ คำพูดที่มีพลังสามารถสั่นสะเทือนความรู้สึก การรับรู้ สร้างความน่าเชื่อถือ ก่อความเลื่อมใสศรัทธา ทะลายกำแพงของความเคลือบแคลงสงสัย สมานรอยร้าว และความขุ่นเคืองได้อย่างไร้ติการหยิบยกคำพูดของนักปราชญ์ นักวิชาการที่มีชื่อเสียง หรือกระทั่งสุภาษิตมากล่าวอ้างแทน การสร้างสรรค์คำพูดของตนเองก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ผู้พูดมือใหม่ หรือมือสมัครเล่น สามารถสร้างความประทับใจบนเวทีการพูดได้ หากแต่ต้องดูความสอดคล้องสัมพันธ์กันระหว่างคำพูดที่ยกมา กับเป้าหมายของการพูดที่จะนำไปสู่ ควรให้เป็นเรื่องเดียวกัน สนับสนุนกัน อย่างไรก็ตามในทุกครั้งที่หยิบยกคำกล่าวของบุคคลใดมากล่าวอ้าง ผู้พูดไม่ควรละเลยที่จะกล่าวอ้างชื่อบุคคลเจ้าของคำพูด เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และตอกย้ำความเชื่อมั่นในแนวคิดที่เป็นเป้าหมายในการพูดด้วย

คำพูดที่แสดงให้ผู้ฟังสัมผัสได้ว่าผู้พูดมีทักษะการพูด หรือความชำนาญในการพูด สังเกตได้จาก

1. ความสามารถในการเลือกใช้ถ้อยคำที่มาแทนความคิดได้ตรงประเด็น ผู้ฟังรับรู้ได้อย่างแจ่มแจ้ง ชัดเจน เช่นการหยิบยกเอาคำฟังเพย หรือสุภาพมาประกอบการพูด หรือการใช้อุปมาอุปไมยเพื่อให้ผู้ฟังเห็นภาพชัดเจนขึ้น

2. ความสามารถในการจัดเรียง ลำดับถ้อยคำตามลักษณะ ทำให้การสื่อสารชัดเจน ไม่กำกวม หรือก่อให้เกิดการตีความสองแง่สองง่าม

3. ความสามารถในการออกเสียงถูกต้องตามมาตรฐานของการใช้ภาษา

4. ความสามารถในการใช้น้ำเสียงสื่อความหมายได้ตรงตามเจตนารมณ์ของผู้พูด

5. ความสามารถในการใช้อากัปกิริยาท่าทางประกอบการพูดเหมาะสมช่วยให้เกิดการสื่อความตรงตามความประสงค์ของผู้พูด

6. ความสามารถในการสังเกตอากัปกิริยาท่าทางของผู้ฟังว่าคิด รู้สึก อย่างไร รวมถึงประเมินบรรยากาศการสื่อสาร และสามารถดัดแปลงเนื้อหาให้เหมาะสมเพื่อช่วยให้ปฏิกิริยาของผู้ฟังเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

เทคนิคที่ 3. ผู้พูดต้องเชื่อมั่น แน่หนอนที่สุดที่เมื่อผู้ฟังก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการรับฟังการพูด ผู้ฟังได้มอบความไว้วางใจให้ผู้พูดจัดสรรความรู้ให้ เพิ่มเติมสิ่งที่ขาดให้ หรือสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้ ซึ่งหมายความว่าผู้ฟังเชื่อมั่นในตัวผู้พูด ดังนั้นพื้นฐานที่สุดที่ผู้พูดต้องสร้างให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อมั่นคือการสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Confident) เราสามารถสัมผัสความเชื่อมั่นในตนเองได้จากการสังเกตบุคลิกภาพของผู้พูดเพียงชั่วครู่ ได้อย่างง่ายดายเช่น การยืนที่สง่าผ่าเผย มั่นคง ไม่โอนเอน ไม่หลุกหลิก จนดูกระสับกระส่าย การใช้สายตาที่สบตาผู้ฟังอย่างเป็นธรรมชาติ ไม่ใช่จดจ้อง หรือใช้สายตาเพื่อสำรวจผู้ฟัง การแสดงท่าทางประกอบการพูดที่สอดคล้องกับคำพูด ไม่ใช่โบกมือ ปิด กุม ล้วงกระเป๋า หรือไขว่ไขว้างหลัง เพียงเพื่อคลายความความตึงตึง การพูดที่ชัดถ้อยชัดคำ เต็มเสียง แต่ไม่ตะโกน และการแสดงออกทางสีหน้า แจ่มใส สดชื่น ยิ้มแย้ม ยินดีที่ได้พบกับผู้ฟัง และเต็มอกเต็มใจ เป็นต้น

เทคนิคที่ 4. ผู้พูดต้องมีบางอย่างที่ต้องการพูดโดยแท้จริง นอกเหนือจากการรับหน้าที่เป็น “ผู้นำเสนอ” หรือเป็น “ตัวแทนทีมงาน” หรือกระทั่งเป็น “ผู้กล้าที่สุดในกลุ่ม” วิชาชีพ ปิติเจริญธรรม

(2551) แนะนำว่าผู้พูดควรมีอารมณ์เบื้องหลังที่มีความต้องการที่แท้จริงที่จะบอกกล่าว เพราะสิ่งนี้จะช่วยเพิ่มพลังในการพูดได้อย่างมหาศาล “บางอย่างที่ต้องการจะพูด” อาจเป็นเหตุการณ์ที่ประทับใจ ประสบการณ์ในอดีต เรื่องราวของบางคน หรือกระทั่งความผิดพลาด ล้มเหลวของตนเอง ที่ผู้พูดเต็มใจเปิดเผยเพื่อเป็นอุทาหรณ์ หรือแรงบันดาลใจให้กับผู้ฟัง ลักษณะการเล่าเรื่องราวดังกล่าวผู้พูดจะเล่าอย่างหลังไหล ละเอียดไม่ขาดตอน เต็มไปด้วยอารมณ์ความรู้สึก และพลังอำนาจที่สามารถสะกดผู้ฟังไว้ได้ แต่ต้องไม่ลืมที่จะเชื่อมโยงเรื่องราวเหล่านั้นกลับมายังโครงเรื่องในการนำเสนอให้ได้ ผู้ฟังโดยส่วนใหญ่ชอบฟังเรื่องเล่าราวในลักษณะนี้แม้ว่าจะเป็นเรื่องนอกเรื่อง “การพูดนอกเรื่อง” แต่หาก “เรื่องนอกเรื่อง” นั้นสามารถสะกดและทำให้บรรยากาศของการนำเสนอเป็นไปอย่างไม่ขาดตอนได้ ก็ถือว่าเป็นเครื่องมือช่วยชีวิตที่ผู้พูดไม่ควรมองข้าม

เทคนิคที่ 5. ผู้พูดต้องรักผู้ฟัง ด้วยความรักนำมาซึ่งความใส่ใจ ห่วงใย ดูแล ผู้พูดที่รักผู้ฟังคงไม่อาจปฏิเสธการหาข้อมูลว่าผู้ฟังเป็นใคร อายุเท่าไร เพศชายหรือหญิง มีอาชีพอะไร การศึกษามากน้อยเพียงไร สนใจอะไรเป็นพิเศษ เพื่อที่จะจัดหาเนื้อหาการพูดที่เหมาะสมกับความรู้และประสบการณ์ของผู้ฟัง ด้วยใจที่รักปรารถนาดี และต้องการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง ผู้พูดควรพึงระลึกเสมอว่าผู้ฟังสามารถสัมผัสได้ถึงความรัก และความทุ่มเทในการให้ ผ่านทางการพูดและการนำเสนอได้ แม้การนำเสนอจะเป็นเพียงระยะเวลาสั้นๆ ก็ตาม

บทสรุป

บุคคลสามารถฝึกตนให้กลายเป็นสื่อบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญได้ตั้งแต่เด็กจนโต ในทุกๆ สถานการณ์ “ทุกๆ ที่มีแววมอง” น่าจะเป็นกำลังใจให้ผู้ที่มีมันฝึกฝนพัฒนาตนเองได้มีโอกาสก้าวขึ้นเป็นสื่อบุคคลที่มีคุณภาพได้ ตัวอย่างวิธีการฝึกที่สามารถทำได้ตามลำพัง เช่น การฝึกทักษะด้วยตัวเองจากการใช้กระจก (Mirror Exercises) การอัดเทป (Audiotape Practice) การบันทึกวีดิทัศน์ (Videotape Replay) การสังเกตตัวแบบ (Observation of Assertive Role Models) การพัฒนาเครือข่ายเพื่อนสนับสนุนเพื่อน (Development of a Peer Support Network) การแสดงบทบาทสมมติและการชักชวน ชักซ้อมบทบาท การฝึกซ้อมพฤติกรรม (Roleplaying and

Behavior Rehearsal) จากเทคนิคและวิธีการฝึกพัฒนาตน ในการนำเสนองานที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่าทุกเทคนิคล้วน มาจากการขับเคลื่อนพลังภายในตัวของผู้พูดทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น ความเอาใจใส่ ความพยายาม และความทุ่มเทเพื่อผู้ฟัง แต่สำหรับ ความเป็นมืออาชีพนั่น ผู้พูดทุกคนต้องฝึกฝน และเรียนรู้จาก ประสบการณ์ที่ค่อยๆ สั่งสม โดยเริ่มจากเวทีเล็กๆ สู่วะทีใหญ่ๆ หัวข้อที่มีผลกระทบน้อย สู่วะข้อที่สร้างผลกระทบในวงกว้าง หรือแม้แต่กระทั่งการพูดที่ไม่อยู่บนเวที เพียงการยกมือแล้วลุกขึ้น ยืนตั้งคำถามในสถานะของผู้ฟังการบรรยาย ก็ถือเป็นเวทีฝึก ความกล้าหาญระดับหนึ่ง เพื่อเตรียมตัวก้าวขึ้นสู่วะทีในสถานะ ของผู้พูดในอนาคตบ้าง...ก็เป็นได้

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. 2553. **สารธารแห่งนักคิด ทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ, สุณี เลิศแสวงกิจ และวินัส อัครสิทธิถาวร. 2542. **เทคนิคการนำเสนอ**. กรุงเทพฯ: วังอักษร.

พอใจ พุกกะคุปต์. 2556. "นำเสนออีลามีอาชีพ ถอดรหัสธุรกิจ." กรุงเทพฯธุรกิจออนไลน์ธุรกิจ : CEO Blogs, 22 กรกฎาคม 2556, เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2557 จาก <http://www.bangkokbiznews.com/home/details/business/>

วิชัย ปิติเจริญธรรม. 2551. **ก้าวสู่สุดยอดวิทยากรมืออาชีพ**. กรุงเทพฯ: ฐานการพิมพ์.

สุภาพร เทพยสุวรรณ. 2552. "สอนลูกรักให้มีความมั่นใจในตนเอง." ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 24 เมษายน 2552, เข้าถึงเมื่อวันที่ 24 กันยายน 2558 จาก <http://www.manager.co.th/Family/ViewNews.aspx?NewsID=9520000045957>

Anderson, C. 2013. "How to give a killer presentation" Harvard Business review. Retrieved June 2013, from <https://hbr.org/2013/06/how-to-give-a-killer-presentation>

Crawford, C.B., et al. 1995. **Fundamentals of Oral Communication Theory and Practice**. New York: McGraw-Hill.

Daly, J and Engleberg, I. 2001. **Presentations in Everyday Life Strategies for Effective Speaking**. Massachusetts: Houghton Mifflin Company.



>> ผู้ช่วยศาสตราจารย์เอกริดา เสริมทอง

จบการศึกษาระดับปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต (นศ.บ) จากมหาวิทยาลัยพายัพ และ Master of Science (M.S.) สาขา Communication/Radio and Television จาก Fort Hays State university Hays, Kansas ประเทศสหรัฐอเมริกา

ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม