

บทที่ 11

การพูดจูงใจ

การพูดจูงใจ เป็นการพูดโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังคล้อยตามหรือเชื่อถือศรัทธาแล้วเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือปฏิบัติตามสิ่งที่ผู้พูดต้องการ การพูดจูงใจมีความสำคัญต่อทั้งตนเองและสังคม นับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน หรือระดับประเทศชาติ

11.1 ความหมายและความสำคัญของการพูดจูงใจ

ภิญโญ ช่างสาน (2539 : 114) ได้อธิบายความหมายของการพูดจูงใจว่า “ การพูดจูงใจ หมายถึง การพูดในเชิงชักชวน เกลี้ยกล่อม เร่งเร้า ปลุกใจ หรือโน้มน้าวใจผู้ฟังให้เชื่อถือศรัทธา มีความคิดเห็นคล้อยตาม เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือปฏิบัติตามที่ผู้พูดต้องการ สอดคล้องกับความคิดของลลิตา โชติรังสียากุล (2542 : 179) ที่ได้ให้ความหมายของการพูดจูงใจไว้ว่า “ การพูดจูงใจ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การพูดโน้มน้าวใจ หมายถึง การพูดเชิงชักชวน เกลี้ยกล่อม ปลุกใจหรือโน้มน้าวใจเพื่อให้ผู้ฟังเชื่อถือศรัทธา มีความคิดเห็นคล้อยตาม และปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของผู้พูด”

สรุปได้ว่า การพูดจูงใจ หมายถึง การพูดเพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟังให้เห็นคล้อยตาม หรือเชื่อถือเลื่อมใส ศรัทธา แล้วนำไปประพฤติดำเนินการ การพูดจูงใจผู้พูดต้องมีศิลปะในการพูด ชักนำ หรือเกลี้ยกล่อมอย่างมากจึงจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

การพูดจูงใจมีความสำคัญมากทั้งต่อตนเองและต่อสังคม ผู้พูดต้องมีจรรยาบรรณในการพูด ไม่นำความสามารถทางการพูดของตนเองไปใช้พูดเกลี้ยกล่อมหลอกลวงผู้ฟัง เพื่อประโยชน์ของตนเพียงฝ่ายเดียว แต่จะต้องพูดจูงใจผู้ฟังไปในทางดีงาม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคมโดยรวม เช่น การปลุกใจให้คนในชาติรู้จักสามัคคีกัน การพูดเชิญชวนให้ประชาชนช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม การพูดจูงใจให้ประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้งผู้แทนราษฎร การพูดโน้มน้าวใจณรงค์ให้คนเข้าโครงการ เมาไม่ขับ ฯลฯ การพูดจูงใจจึงเป็นการพูดที่มีความสำคัญต่อการสร้างสรรค์สังคมเป็นอย่างมาก

11.2 จุดมุ่งหมายของการพูดจูงใจ

การพูดจูงใจมีจุดมุ่งหมายสำคัญโดยทั่วไป 4 ประการคือ

11.2.1 พูดเพื่อโน้มน้าวใจหรือชักนำให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือศรัทธาในเรื่องที่พูด เช่น การพูดโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเกิดความเลื่อมใสศรัทธาในศาสนาใดศาสนาหนึ่ง การโฆษณาให้เชื่อถือในคุณภาพของสินค้า การพูดชักนำให้ผู้ฟังทำประกันชีวิต เป็นต้น

11.2.2 พูดเพื่อสร้างความประทับใจ หรือกระตุ้น เร้าใจผู้ฟังให้มองเห็นความสำคัญ ของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น การพูดให้ผู้ฟังประทับใจในการทำงานอย่างเสียสละของพระวัดพระบาทน้ำพุ ที่เสียสละเพื่อผู้ป่วยโรคเอดส์ หรือการพูดเพื่อกระตุ้นให้ระลึกถึงเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ เป็นต้น

11.2.3 พูดเพื่อปลุกใจ ให้ผู้ฟังเกิดความสำนึกหรือคล้อยตามผู้พูด แล้วกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตามที่ผู้พูดต้องการ เช่น การพูดจูงใจให้ประชาชนซื้อและใช้สินค้าไทย การพูดเชิญชวนให้ประชาชน บริจาคโลหิต การพูดชักชวนให้มารดาเลี้ยงบุตรด้วยน้ำนมตนเอง การพูดปลุกใจให้คนช่วยกัน รักษาวัฒนธรรมไทย การพูดจูงใจให้คนช่วยกันรักษาสิงแวดล้อม เป็นต้น

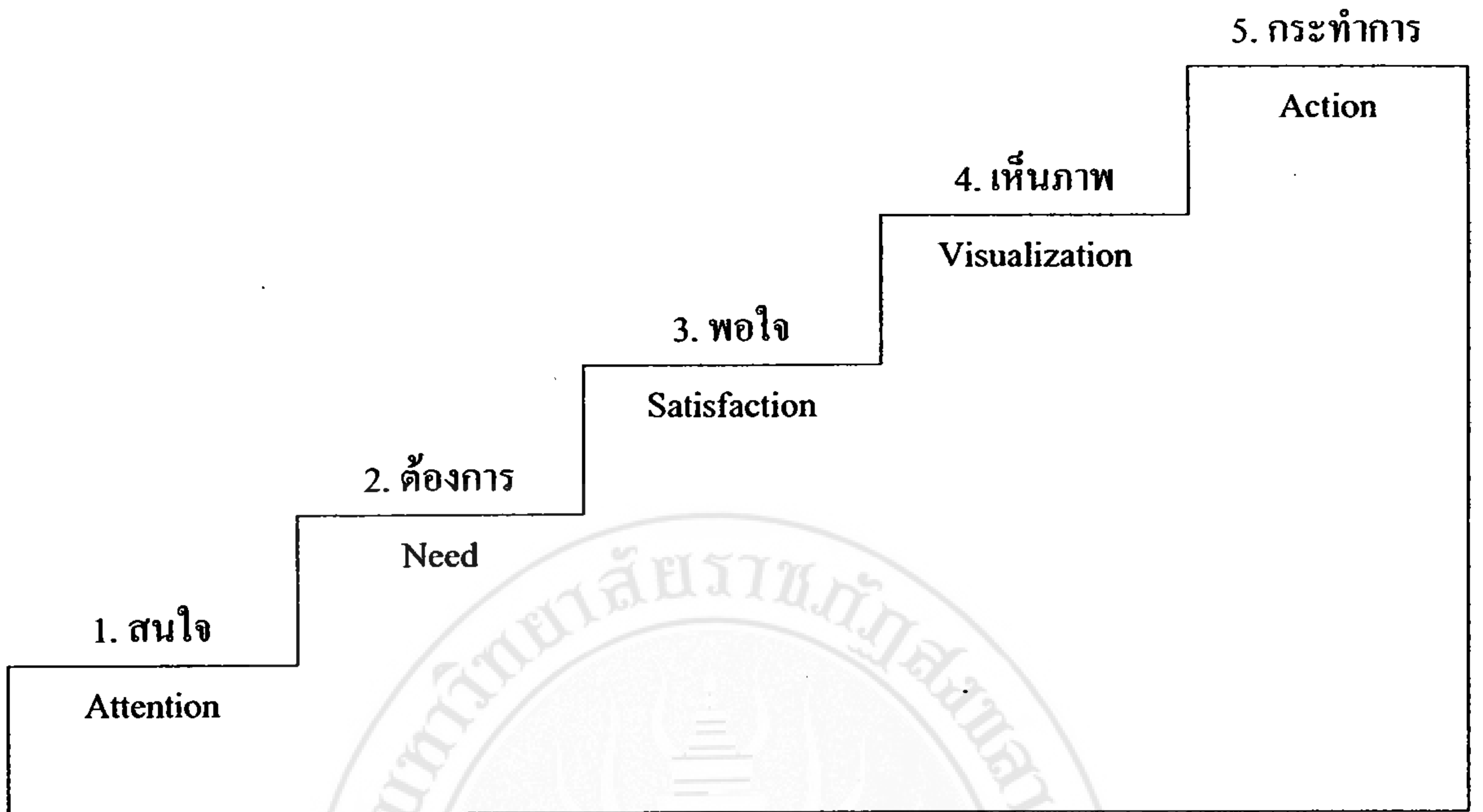
11.2.4 พูดให้ผู้ฟังเลิกเชื่อหรือเลิกประพฤติปฏิบัติ ในบางสิ่งบางอย่างที่ผู้ฟังเคยเชื่อหรือ เคยปฏิบัติอยู่ก่อนแล้ว เช่น การพูดเชิญชวนให้คนเลิกซื้อสินค้าจากต่างประเทศ การพูดชักจูงให้ คนเลิกสูบบุหรี่ การพูดโน้มน้าวให้ประชาชนเลิกเล่นการพนัน เป็นต้น

จุดมุ่งหมายของการพูดจูงใจ ไม่ได้มุ่งให้ผู้พูดพูดจูงใจในทางที่ผู้ฟังเห็นเป็นชอบ หรือ ชักชวนไปในทางไม่ดี แต่พยายามเลือกเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนร่วมเป็นสำคัญ ดังที่ วิจารณ์ กฤษิตนกุล (2526 : 52) กล่าวไว้ว่า “การพูดเพื่อโน้มน้าวใจ ผู้พูดต้องมีคุณธรรมและศีลธรรมรวมทั้ง ความจริงใจปรารถนาดีต่อผู้ฟัง ไม่หลอกลวง ตลบตะแลงหรือพูดให้หลงกล สิ่งที่พูดโน้มน้าวใจ จะต้องเป็นความจริง และเมื่อผู้ฟังเชื่อและทำตามแล้วจะต้องได้รับผลดีจริงสมตามที่พูดไว้”

11.3 หลักการพูดจูงใจ

การพูดจูงใจเป็นการพูดให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือ คล้อยตามและปฏิบัติตาม ผู้พูดจูงใจที่ดี จะต้องเข้าใจทั้งหลักการพูดและจิตวิทยาในการสื่อสารได้ดี จึงจะประสบความสำเร็จในการพูด ต่อไปนี้จะเสนอหลักการพูดตามแนวที่ ทินวัฒน์ มฤคพิทักษ์ (2548 : 131 - 133) ได้เสนอไว้เพื่อเป็นแนว ในการฝึกพูดจูงใจ ดังนี้

11.3.1 **หลักบันได 5 ขั้น** ของมอนโร (Alan H. Monroe) ได้แนะนำหลักการดำเนินเรื่อง การพูดออกเป็น 5 ขั้นดังนี้



ขั้นที่ 1 สร้างความสนใจ ผู้พูดจะต้องเปิดฉากการพูดโดยพยายามดึงความสนใจของผู้ฟังทันที

ขั้นที่ 2 สร้างความต้องการ ในขั้นนี้ผู้พูดต้องพยายามเสนอปัญหาและข้อคิดต่าง ๆ ให้ผู้ฟังคล้อยตาม เกิดความต้องการที่จะฟังต่อไป

ขั้นที่ 3 สร้างความพอใจ ผู้พูดต้องพยายามเสนอข้อคิดต่าง ๆ ที่จะทำให้ผู้ฟังเกิดความพอใจ ถูกอกถูกใจ

ขั้นที่ 4 สร้างมโนภาพ ผู้พูดต้องพยายามใช้ถ้อยคำ ยกตัวอย่างประกอบใช้เหตุผลข้อเท็จจริงให้ผู้ฟังมองเห็นภาพและมีความคิดคล้อยตาม

ขั้นที่ 5 โน้มน้าวใจให้กระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ในขั้นสุดท้ายของการพูดผู้พูดต้องพยายามพูดวิงวอนเรียกร้องให้ผู้ฟังกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่ผู้พูดต้องการ

11.3.2 หลักไอดา (AIDA)

หลักไอดาเหมาะสำหรับนักพูด นักโฆษณา และนักขายชั้นดี แบ่งลำดับออกเป็น 4 ขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะเข้มข้นตามลำดับจนถึงจุดสุดยอดก็จบลงดังนี้

ขั้นที่ 1 A = Attention - เอาใจใส่

ขั้นที่ 2 I = Interest - สนใจ

ขั้นที่ 3 D = Desire - ปราบปราม

ขั้นที่ 4 A = Action - กระทำ

เปิดฉากการพูดโดยการดึงให้ผู้ฟังเอาใจใส่ในเรื่องที่พูดทันที จากนั้นก็พยายามทวีความสนใจของผู้ฟังให้มากขึ้น ขั้นต่อไปพยายามเร่งเร้าให้ผู้ฟังเกิดความปรารถนาที่จะกระทำตาม และจบลงด้วยการเรียกร้องวิงวอนให้ผู้ฟังกระทำตามที่ผู้พูดต้องการ

11.3.3 หลักบอร์เดิน (Borden)

หลักการจัดลำดับขั้นการพูดจูงใจของ Richard C. Borden เป็นหลักการพูดที่นิยมใช้กันทั่วไป แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 จงจุดไฟให้ลุกขึ้น

ขั้นที่ 2 จงพูดให้เห็นคล้อยตาม

ขั้นที่ 3 จงหาข้อมูลสนับสนุน

ขั้นที่ 4 จงเรียกร้องให้ปฏิบัติตามอย่างใดอย่างหนึ่ง

เริ่มต้นเปิดฉากโจมตีจุดสำคัญทันทีที่กล่าวประโยคแรก ซึ่งเท่ากับเป็นการจุดไฟให้ลุกขึ้นท่ามกลางความไม่เป็นระเบียบของผู้ฟัง เป็นการดึงผู้ฟังให้หันมาสนใจฟังเรื่องที่จะพูดต่อไป จากนั้นจึงนำเข้าสู่เนื้อหาของเรื่อง พูดให้ผู้ฟังเห็นว่ามีความจำเป็นที่ควรช่วยกันแก้ไข มีอะไรบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับผู้ฟัง และอยากให้ผู้ฟังร่วมมือ เสร็จแล้วจึงรุกต่อไปด้วยการยกตัวอย่างสนับสนุนให้ผู้ฟังเห็นด้วยอย่างปราศจากข้อเคลือบแคลงสงสัย เมื่อถึงจุดสุดยอดจึงเรียกร้องให้ผู้ฟังปฏิบัติตามอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่ผู้พูดต้องการ

11.3.4 กฎของเจฮัน (Jehan)

กฎของเจฮันได้รวบรวมไว้ในหนังสือ “Persuasive Speaking” เขียนโดย W. George Jehan ซึ่งได้กำหนดกฎการพูดจูงใจไว้ 11 ประการ ดังนี้

1. มีจุดมุ่งหมายอย่างเดียวและมั่นคง
2. เฉียบขาดและไม่เหมือนใคร
3. สร้างภาพพจน์ให้แจ่มใส
4. หลีกเลียงถ้อยคำที่เป็นนามธรรม
5. แสดงอารมณ์ที่จริงใจออกมา
6. เป็นกันเองกับผู้ฟังของท่าน
7. แสดงความรู้สึกออกมาทางสีหน้าและสายตา
8. ใช้น้ำเสียงช่วยเน้นความรู้สึก
9. จงคิดไปพูดไป อย่าอ่านไปพูดไป
10. จงพูดในสาระสำคัญประการเดียว
11. อย่าทำลายเอกภาพของสุนทรพจน์

11.3.5 หลัก 6 ป.

นายบรักัต สยามวาลา เขียนไว้ในหนังสือคู่มือการฝึกพูดในที่ชุมชน แนะนำขั้นตอนการพูดปลุกใจ ประกอบด้วยอักษร ป. 6 ตัว ดังนี้

ปลุกใจ คือ ปลุกผู้ฟังให้ตื่นด้วยประโยคสั้น ๆ

ประสาน คือ ทำความประ โยคแรกให้พาดพิงมาถึงผู้ฟัง

เป้าหมาย คือ แจ้งความมุ่งหมายให้ชัดเจนและฟังง่าย

ประสบการณ์ คือ แสดงหลักฐานจากประสบการณ์จริง ๆ เพื่อสนับสนุนข้ออ้างในข้อที่กล่าวมานั้น

ประทับใจ คือ ใช้คำพูดที่สร้างความรู้สึกสะเทือนใจ ก่อให้เกิดความประทับใจ และอยากร่วมมือปฏิบัติการ โดยดี

ปฏิบัติการ คือ เรียกร้องให้ผู้ฟังลงมือปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อไปก้าวไปสู่เป้าหมายข้างต้น

นอกจากหลักต่าง ๆ ในการพูดจูงใจที่กล่าวมาแล้ว นิรัตน์ จรจิตร (2539 : 104 -106) ยังเสนอหลักการพูดจูงใจอีก 4 หลัก ดังต่อไปนี้

11.3.6 หลักสร้างพวก มีลำดับขั้นการพูดจูงใจ 3 ขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 ผูกมิตร ผู้พูดสร้างความรู้สึกให้ผู้ฟังเห็นว่าเป็นพวกเดียวกัน โดยมีปัญหา ร่วมกัน ประสบชะตากรรมเหมือนกัน แต่ทั้งนี้ต้องเป็นเรื่องจริง อาจใช้สรรพนามว่า “เรา” เพื่อให้ รู้สึกเป็นพวกเดียวกัน

ขั้นที่ 2 ร่วมคิด ให้ผู้ฟังช่วยเสนอความคิดในการแก้ปัญหาด้วย เป็นการร่วมคิด กับผู้พูด

ขั้นที่ 3 ชี้นำ ผู้พูดในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มก็จะชี้นำแนวทางปฏิบัติแล้ว เรียกร้องให้ปฏิบัติตาม

11.3.7 หลักกระตุ้นจิตใจ มีลำดับขั้นการพูดจูงใจ 4 ขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 เราใจ เราใจผู้ฟังด้วยการกล่าวถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้ฟัง เป็นเรื่องที่เกิด ความเสียหาย ความหายนะ หรือความทุกข์ยากที่จะเกิดขึ้น

ขั้นที่ 2 ตลใจ ชี้ให้เห็นความเสียหาย หรือความหายนะนั้นจะเกิดขึ้นกับผู้ฟังได้ อย่างไร

ขั้นที่ 3 ปลอบใจ บอกผู้ฟังว่าแม้ทุกคนจะมีโอกาสได้รับความเสียหายและความ หายนะนั้น แต่ก็ม็วิธีการที่สามารถป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นได้

ขั้นที่ 4 ขวนให้ปฏิบัติ ซึ่งแนวทางหรือวิธีการปฏิบัติ ที่สามารถป้องกันความเสียหายและหายนะ แล้วเรียกร้องให้ปฏิบัติตามสิ่งที่ผู้พูดต้องการ

11.3.8 หลัก 3 ข. มีขั้นตอนในการพูดจูงใจ ประกอบด้วย อักษร ข. 3 ตัว ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขอบ ผู้พูดต้องพูดให้ผู้ฟังรู้สึกชื่นชอบ และศรัทธาในตัวผู้พูด ซึ่งกระทำโดยการพูดให้เกิดริตผู้ฟัง และใช้ศิลปะการพูด

ขั้นที่ 2 เชื่อ พูดด้วยความจริงใจ มีเหตุผลหรือมีหลักฐานและข้อมูลอ้างอิง เชื่อถือได้ เพื่อให้ผู้ฟังเชื่อถือผู้พูด

ขั้นที่ 3 ช่วย เมื่อผู้ฟังชอบและเชื่อแล้ว ผู้พูดก็สามารถที่จะพูดเรียกร้องให้ผู้ฟังช่วยกระทำตามที่ผู้พูดพึงประสงค์ได้

11.3.9 หลักผลประโยชน์ โดยทั่วไปคนจะทำอะไรก็ต่อเมื่อมองเห็นประโยชน์ของสิ่งนั้น การพูดจูงใจตามหลักนี้ จึงเสนอให้ผู้พูดพูดชี้ให้ผู้ฟังเห็นว่า หากเขาปฏิบัติหรือกระทำตามที่ผู้พูดพูดแล้วจะมีประโยชน์ต่อบุคคล ตามลำดับขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ต่อตัวผู้ฟังเอง เพราะคนจะถือว่าตนเองมีความสำคัญที่สุด

ขั้นที่ 2 ต่อบุคคลในครอบครัว เช่น บุตรธิดา สามีหรือภรรยา เป็นบุคคลที่ใกล้ตัวที่สุด

ขั้นที่ 3 ต่อญาติพี่น้อง ซึ่งให้เห็นว่าจะได้ผลประโยชน์อย่างไรบ้าง

ขั้นที่ 4 ต่อสังคม การกระทำสิ่งนั้นช่วยให้สังคมพัฒนาขึ้นหรือไม่อย่างไร

การพูดจูงใจ ตามหลักผลประโยชน์ ถ้าชี้ให้เห็นประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับตัวผู้ฟังเองไม่ได้ ก็ต้องชี้ให้เห็นว่า จะเกิดประโยชน์ต่อบุคคลและสามีหรือภรรยาอย่างไร คือ ชี้ให้เห็นผลดีที่เกิดขึ้นกับบุคคลใกล้ตัวไปยังบุคคลที่ไกลตัวออกไป หลักนี้ใช้กับประชาชนทั่วไป เพราะผู้ฟังอีกระดับหนึ่งจะเห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว สรุปว่า ถ้าสามารถวิเคราะห์ผู้ฟังได้ว่า เขามองเห็นประโยชน์ของอะไรเป็นหลัก ก็นำเอาสิ่งนั้นมาเป็นตัวจูงใจ

11.4 การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ฟัง

การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ฟังเป็นสิ่งจะเป็นในการพูดจูงใจ ผู้พูดต้องวิเคราะห์ทัศนคติและความเชื่อถือของผู้ฟังที่มีต่อผู้พูดและต่อเรื่องที่พูด เพื่อจะได้หาวิธีพูดจูงใจให้ได้ผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมายที่วางไว้

ทัศนคติและความเชื่อถือของผู้ฟังที่มีต่อผู้พูด โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้

11.4.1 กลุ่มที่มีความคิดเห็นตรงกับผู้พูด ผู้ฟังกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เห็นว่าผู้พูดเชื่อถือได้ เพราะผู้พูดอย่างมีเหตุผลและข้อเท็จจริงที่แสดงให้เห็นได้ ผู้ฟังมีความรู้ในเรื่องที่รับฟังอยู่บ้างแล้ว ผู้ฟังกลุ่มนี้พร้อมที่จะรับฟังและปฏิบัติตามผู้พูดอยู่แล้ว จึงไม่ยากนักที่จะพูดจูงใจได้

11.4.2 กลุ่มที่เป็นกลาง ผู้ฟังกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ไม่แน่ใจว่าจะเชื่อหรือปฏิบัติตามหรือไม่หรือไม่แสดงความคิดเห็น จะต้องค้นหาเหตุผลข้อเท็จจริงเสียก่อน ผู้ฟังกลุ่มนี้จะเชื่อก็คือเมื่อผู้พูดพูดอย่างมีเหตุผลและมีการแสดงข้อเท็จจริงอย่างเด่นชัดเสียก่อน

11.4.3 กลุ่มที่ไม่เห็นด้วยกับผู้พูด ผู้ฟังกลุ่มนี้มีความคิดเห็นขัดแย้งกับผู้พูด อาจจะไม่ชอบผู้พูดเป็นการส่วนตัวอยู่ก่อนแล้ว การพูดจูงใจคนกลุ่มนี้จะต้องใช้ความสุ่มรอบคอบและใช้จิตวิทยาในการจูงใจ

11.5 วิธีการจูงใจผู้ฟัง

วิธีการพูดจูงใจหรือการพูดโน้มน้าวใจ ให้ผู้ฟังเปลี่ยนทัศนคติหรือกระตุ้นให้ผู้ฟังปฏิบัติตามผู้พูดนั้น ที่สำคัญมีอยู่ 3 ประการ ดังต่อไปนี้

11.5.1 การจูงใจด้วยหลักฐานและเหตุผล

ในการพูดจูงใจ ถ้าจะให้ผู้ฟังยอมรับและเชื่อถือผู้พูดนั้น ผู้พูดต้องมีข้อมูลหลักฐาน ซึ่งประกอบด้วยข้อเท็จจริงและความคิดเห็นที่สามารถพิสูจน์ได้ ส่วนความคิดเห็นอาจจะเป็นการคิดเห็นส่วนตัวของผู้พูดเองหรือได้รับอิทธิพลมาจากความคิดเห็นของคนอื่นก็ได้ แต่จะต้องอ้างอิงแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือ ถ้าผู้พูดต้องการจูงใจผู้ฟังให้เห็นด้วยอย่างสมเหตุสมผล ผู้พูดมีวิธีให้เหตุผล 3 ประการ คือ (นันทา ขุนภักดี. 2529 : 113 – 114)

11.5.1.1 วิธีอนุมาน เป็นการให้เหตุผลจากเหตุหรือข้อเท็จจริงใหญ่ก่อนแล้วมีเหตุผลหรือข้อเท็จจริงย่อย ซึ่งทั้งสองเหตุหรือข้อเท็จจริงนี้จะต้องเป็นจริง จึงจะสรุปได้ดังตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ 1

เหตุใหญ่ : คนทุกคนเกิดมาแล้วต้องตาย

เหตุย่อย : นายแดงเกิดมาเป็นคน

ข้อสรุป : นายแดงจะต้องตาย

ตัวอย่างที่ 2

เหตุใหญ่ : ผู้พูดที่มีเสียงระดับเดียวตลอด ชวนให้ผู้ฟังเบื่อหน่าย

เหตุย่อย : นายคำพูดเสียงระดับเดียว

ข้อสรุป : นายคำพูดชวนให้ผู้ฟังเบื่อหน่าย

11.5.1.2 วิธีอุปมาน เป็นวิธีย้อนกลับกับวิธีอนุมานนั่นคือ พยายามนำ เหตุจากส่วนย่อยโดยการสังเกต และอื่น ๆ แล้ววิธีการสรุปเป็นส่วนใหญ่ ตัวอย่างเช่น คนเป็นโรคมะเร็งแต่ละคนหมอรักษาไม่หาย ในที่สุดก็จะต้องตายด้วยพิษของโรคมะเร็ง กลุ่มคนที่เป็นโรคมะเร็งต้องตายด้วยพิษมะเร็ง เป็นต้น

11.5.1.3 วิธีที่เป็นเหตุเป็นผลกัน เป็นวิธีการให้เหตุผลโดยการพิจารณาจาก สาเหตุที่จะกระทำให้เกิดผลนั้น ๆ เช่น แพทย์และนักวิทยาศาสตร์ได้พิสูจน์แล้วว่า ผู้ที่สูบบุหรี่มากกว่า วันละ 1 ซอง จะให้ผู้สูบบุหรี่อายุสั้นลง 20 ปี ข้อสรุปคือ ตายเร็วขึ้น จากสาเหตุสูบบุหรี่มาก ผู้ฟังหลายคนอาจจะเห็นด้วยกับวิธีการให้เหตุผลเช่นนี้ แต่อาจจะมีผู้ฟังอีกหลายคนคัดค้านด้วยเหตุผล ที่ว่า การที่คนอายุสั้นตายเร็ว ไม่ใช่เพียงสูบบุหรี่วันละมาก ๆ เท่านั้น แต่อาจจะเป็นผลจากกรรมพันธุ์ สิ่งแวดล้อม หรือการดำเนินชีวิตประจำวันก็ได้ ดังนั้นเพื่อการให้เหตุผลวิธีนี้ไม่มีข้อขัดแย้ง จึงควร ตั้งคำถามถามตนเอง ดังนี้

1. สาเหตุที่อ้างนั้นเป็นผลหรือสนับสนุนที่เกิดขึ้นจริงหรือ
2. สาเหตุที่อ้างนั้นเป็นเพียงสาเหตุเดียวที่จะเกิดผลนั้นใช่หรือไม่

ถ้าเราใช้วิธีการให้เหตุผลทั้ง 3 ประการนี้สนับสนุนข้อเท็จจริง และความ คิดเห็นที่เรามีอยู่แล้ว จะช่วยให้ผู้ฟังยอมรับหลักฐานที่เราพูดอย่างแน่นอน

11.5.2 การจูงใจด้วยความน่าเชื่อถือของผู้พูด

การจูงใจด้วยความน่าเชื่อถือของผู้พูดในการจูงใจ บุคลิกภาพ ลักษณะท่าทาง และฐานะทางสังคมของผู้พูดมีผลต่อการพูดเสมอ ดังนั้นผู้พูดจูงใจที่ดีเราจะต้องรู้จักพัฒนาบุคลิกภาพ ของตนเองให้เป็นคนน่าเชื่อถือ น่าสนใจอยู่เสมอ บุคลิกภาพที่ช่วยให้เป็นคนน่าเชื่อถือ น่าสนใจ มีดังนี้

1. มีรูปร่างหน้าตาดี
2. มีการแต่งกายที่ดี
3. มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง
4. มีความจริงใจ
5. รู้จักกาลเทศะ
6. มีความรอบรู้
7. มีมนุษยสัมพันธ์
8. มีความรับผิดชอบ

11.5.3 การจูงใจด้วยความต้องการหรือความจำเป็นพื้นฐานทางสังคม ทางร่างกาย และทางจิตใจของผู้ฟัง

ในการจูงใจ จะอาศัยเพียงหลักฐานและเหตุผลนั้นอาจจะทำให้ผิดหวัง ไม่สามารถจูงใจได้สำเร็จ ผู้พูดต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องความต้องการหรือความจำเป็นพื้นฐานทางสังคม ทางร่างกาย และจิตใจ ซึ่งเป็นความต้องการตามธรรมชาติของมนุษย์ (human needs) มาสโลว์ (Maslow) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (นิรัตน์ จรจิตร. 2539 : 95-96)

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (physiological needs) เป็นความต้องการด้านปัจจัยสี่ หรือความต้องการเพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ฯลฯ เมื่อความต้องการเหล่านี้ได้รับการตอบสนอง มนุษย์ก็เริ่มมีความต้องการขั้นสูงขึ้นไปอีก

2. ความต้องการด้านความมั่นคงและปลอดภัย (safety and security needs) เป็นความต้องการความมั่นคงในทางเศรษฐกิจ สังคม และการทำงาน รวมทั้งต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

3. ความต้องการทางด้านสังคม (social needs) เป็นความต้องการที่จะให้สังคมยอมรับเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องการความรัก ต้องการเพื่อน

4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (esteem needs) เป็นความต้องการให้บุคคลอื่นเห็นว่าตนเป็นคนมีความสำคัญ มีคุณค่า ต้องการได้รับการยกย่องจากผู้อื่น

5. ความต้องการเข้าถึงตนเองอย่างถ่องแท้หรือสมหวังในชีวิต (self-actualization needs) เป็นความต้องการในระดับสูงสุด ซึ่งเป็นความต้องการที่อยากให้เกิดความสำเร็จ ในทุกสิ่งทุกอย่างตามความนึกคิดของตน เพื่อจะได้พัฒนาตนเองให้เป็นแนวทางที่ดีที่สุดตามที่ตนเองคาดหวังไว้

การพูดจูงใจให้ประสบความสำเร็จได้ ผู้พูดควรเสนอความต้องการหรือความปรารถนาหลาย ๆ อย่าง ซึ่งจะไปกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกต้องการของผู้ฟังให้พอใจและสนใจที่จะได้กระทำและปฏิบัติตามที่ผู้พูดต้องการ

ในเรื่องการพูดจูงใจนี้ ฉัตรวรรณ ตันนะรัตน์ (2519 : 100-101) ยังได้เสนอแนะวิธีดำเนินการพูดจูงใจไว้ สรุปได้ดังนี้

1. ต้องพูดเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเลื่อมใสศรัทธาในตัวผู้พูด ผู้พูดต้องแสดงความสามารถในการสื่อความหมาย มีความเชื่อมั่นในสิ่งที่ตนพูด และมีบุคลิกภาพดี

2. ต้องพูดเพื่อให้เกิดความสนใจแก่ผู้ฟัง ผู้พูดต้องสร้างความพอใจให้ผู้ฟัง เห็นว่าเรื่องที่พูดมีประโยชน์และให้ผู้ฟังไว้วางใจว่าเป็นพวกเดียวกัน ผู้พูดจะต้องยกตัวอย่าง ยกเหตุผล ข้อเท็จจริง ข้อโต้แย้งต่าง ๆ มาอ้างอิงเพื่อให้ผู้ฟังเห็นด้วย ใช้คำพูดที่มีน้ำหนัก กระชับรัดกุม มีความหมายตรงไปตรงมา และควรพูดอย่างมีชีวิตชีวา

3. ต้องพูดเร็วหรือกระตุ้นเพื่อให้ผู้ฟังลงมือกระทำ ผู้พูดต้องกระตุ้นให้ผู้ฟัง เห็นด้วยและลงมือกระทำ ซึ่งจะทำให้ยากมาก เพราะผู้ฟังทั้งหมดย่อมมีความนึกคิดไม่เหมือนกัน บางคนชักง่วงง่าย บางคนเกิดความลังเล ทั้งนี้เนื่องจากผู้ฟังมีพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และทัศนคติในเรื่องเดียวกันไม่เท่ากัน แต่ตามหลักจิตวิทยา ธรรมชาติของมนุษย์ย่อมมีปฏิกิริยาตอบสนอง สิ่งกระตุ้นทางด้านร่างกาย ทางจิตใจ ทางสังคม และทางนิสัย ดังนั้นผู้พูดจึงต้องพูดกระตุ้นทางด้านร่างกาย โดยการยกเอาสิ่งที่จะช่วยในการอยู่รอดของมนุษย์มาอ้าง กระตุ้นทางจิตใจ โดยการพูดให้ผู้ฟังรู้สึกภาคภูมิใจ รู้สึกมีเกียรติมีความสามารถ กระตุ้นทางสังคมโดยการพูดให้ผู้ฟังรู้สึกเป็นผู้มีสิทธิเสมอภาคเท่าเทียมกับผู้อื่นทางสังคมหรือกระตุ้นทางนิสัย โดยการพูดให้สิ่งที่ดึงดูดใจแก่ผู้ฟัง เช่น กล่าวชมผู้ฟังว่า เป็นผู้ที่มีรสนิยมดี เป็นผู้รักความเป็นธรรม ซื่อตรง เป็นต้น

11.6 ลักษณะต่าง ๆ ของการพูดจูงใจ

การพูดจูงใจที่พบเห็นในชีวิตประจำวันมี 3 ลักษณะ ได้แก่ การพูด โฆษณา การพูดหาเสียง และการพูดโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังคล้อยตามแล้วเชิญชวนให้ปฏิบัติ การพูดจูงใจทั้ง 3 ลักษณะนี้มีรูปแบบ วิธีการที่แตกต่างกันไป ดังต่อไปนี้ (ลลิตา โชติรังสียากุล. 2542 : 189 – 191)

11.6.1 การพูดโฆษณาสินค้า

การพูดโฆษณาสินค้า เป็นการพูดโน้มน้าวใจผู้ฟังให้สนใจสินค้านั้น ๆ ผู้พูดต้องรู้จักคุณค่าของสินค้าแต่ละชนิดแล้วนำจุดเด่นมาพูด ผู้พูดต้องใช้ศิลปะการพูด ใช้ภาษากระทัดรัด กระชับรัดกุม ได้รับความชัดเจนมีความแปลกใหม่ อาจจะให้คำ วลี ประโยค หรือคำขวัญประกอบ ทำให้ผู้ฟังเกิดความสะดุดใจ จำได้ง่าย และจำได้แม่นยำ แม้ว่าจะยังไม่เกิดความอยากซื้อหรือยังไม่ได้ตัดสินใจซื้อก็ตาม ในขณะที่พูดโฆษณายู่นนั้นการใช้น้ำเสียงที่สอเคลิ้มอารมณ์เร้าใจ เพื่อสร้างบรรยากาศให้ผู้ฟังเกิดความสบายใจ สนใจติดตามฟังเกิดคล้อยตาม ไว้วางใจสินค้า เกิดความเชื่อถือและใคร่ครวญถึงประโยชน์ หลังจากนั้นก็ตัดสินใจซื้อสินค้า

วิธีการพูดโฆษณาสินค้ามีหลายวิธี ดังต่อไปนี้

11.6.1.1 ใช้วิธีลากเข้าเป็นพวก เป็นวิธีการทางจิตวิทยาที่ทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าคุณเองก็มีหรือเป็นเหมือนกับผู้อื่น ทำให้มั่นใจในตนเองมากยิ่งขึ้น รู้สึกว่าคุณเองทันสมัยเช่นเดียวกับผู้อื่น ตัวอย่าง เช่น

“ใครใครก็หันมาใช้”

“ใครใครก็รู้ว่า”

“ทุกสังคมนิยมใช้”

11.6.1.2 ใช้วิธีขอร้องวิงวอนด้วยน้ำเสียงและท่าทาง เป็นวิธีการขอร้องให้ปฏิบัติหรือกระทำตาม ตัวอย่างเช่น

“ไปรคช่วยกันอนุรักษ์”

“ไปรคช่วยรักษาความสะอาดของบ้านเมือง”

“ไปรคใช้ผลิตภัณฑ์ของ”

11.6.1.3 ใช้วิธีการโฆษณาเกินความจริง เป็นวิธีการที่ทำให้ผู้ฟังสะอึกใจ ตัวอย่างเช่น

“คุณภาพพันเปอร์เซ็นต์”

“.....เปิดสูตรขจัดคราบ เป็ดมาช่วยเราประหยัดแล้ว”

“ชีวิตเส้นผมมีรากผมเป็นหัวใจ”

11.6.1.4 ใช้วิธีใช้ภาษาที่แปลก สะอึกประสาท เป็นวิธีการที่ทำให้ผู้ฟังจดจำง่าย ตัวอย่างเช่น

“วันเบา ๆ”

“.....ส่วนตัว ส่วนตัว”

“กลืนสะอาด”

“.....ปกป้องสีผิวของผม บำรุงผิวผมที่แห้งเสีย”

11.6.1.5 ใช้วิธีอ้างบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ ที่ผู้ฟังเชื่อถือ เป็นวิธีการที่จะทำให้ผู้ฟังปฏิบัติตามบุคคลหรือสิ่งต่าง ๆ ที่อ้างถึงได้ ตัวอย่างเช่น

“ ถ้าอยากจะทำให้ผมสวยอย่าง ก็ใช้แชมพู”

“.....เอกลักษณ์ของเอกบุรุษ”

“.....รสดี สูตรสวิส”

“.....เช็ดมาตรฐานอังกฤษ”

11.6.1.6 ใช้วิธีใช้ภาษาเชิงคำสั่ง เป็นวิธีที่จะทำให้ผู้ฟังปฏิบัติตาม ตัวอย่างเช่น

“ จงใช้แต่สีของ”

“ ถ้าต้องการความปลอดภัย จงใช้แต่”

“ ขึ้นรถ ลงเรือ ขึ้นเหนือ ล่องใต้ จงใช้บริการของ”

11.6.1.7 ใช้วิธีอ้างอำนาจหรือหลักประกัน เป็นวิธีที่ช่วยให้เกิดความมั่นใจได้

ตัวอย่างเช่น

“ฝากเงินไว้กับธนาคารออมสิน รัฐบาลเป็นประกัน”

“.....ตลอด 30 ปี แห่งความเชื่อถือ”

“สื่อสารจากคนรุ่นใหม่”

11.6.1.8 ใช้วิธีเชิญชวนให้ผู้ฟังคิดแล้วเลือกตัดสินใจเอง ตัวอย่างเช่น

“ของเก่าถอดทิ้งใส่” ดีกว่า”

“ข่าวดี สำหรับแม่บ้านที่ต้องการประหยัด”

“ซ่อมสีเก่า เปลี่ยนสีใหม่ สวยสะใจ”

11.6.1.9 ใช้คำสัมผัสคล้องจองกัน เป็นวิธีที่ทำให้สะดวกใจผู้ฟัง ตัวอย่างเช่น

“ไทยทำ ไทยใช้ ไทยเจริญ”

“ยุ่งแขยง แมลงขยาด เมื่อ”ขยับ”

“จิวแต่แจ้ว”

“จิบเดียวจับใจ”

11.6.1.10 ใช้วิธีบอกสรรพคุณสินค้า เป็นวิธีบอกหรือชี้ให้เห็นว่า สินค้านั้นจะสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างคุ้มค่ายิ่งกว่าสินค้าประเภทเดียวกัน ตัวอย่างเช่น

“ใช้” จ่ายเงินมากกว่าเล็กน้อย แต่ได้ผลคุ้มค่ากว่า”

“..... ประสิทธิภาพสูง ทนทาน ผู้นำด้านสุขภาพ”

“ใช้” ปลอดภัยกว่า”

11.6.2 การพูดหาเสียง

การพูดหาเสียง เป็นการพูดโน้มน้าวหรือจูงใจให้ผู้ฟังเห็นถึงความสามารถ และความตั้งใจจริงของผู้สมัครรับเลือกตั้ง เป็นการพูดเชิงวิงวอนขอร้องให้ผู้ฟังใช้สิทธิใช้เสียงในการเลือกตั้ง และให้ผู้ฟังพิจารณาลงคะแนนเสียงให้ตน ตัวอย่างเช่น การเลือกตั้งประธานนักศึกษา การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เป็นต้น

วิธีการหาเสียง ควรดำเนินการดังต่อไปนี้

11.6.2.1 พูดให้ผู้ฟังเกิดความกระตือรือร้นสนใจในการเลือกหัวหน้า หรือผู้แทน โดยพยายามชี้ให้เห็นว่า ทุกคนมีส่วนร่วมในการใช้สิทธิใช้เสียงลงคะแนนเพื่อเลือกตั้ง

11.6.2.2 พูดให้ผู้ฟังเกิดความต้องการอยากมีหัวหน้า หรือผู้แทนที่ดี มีคุณสมบัติเหมาะสม เพื่อบำเนนกิจกรรมต่าง ๆ ให้ลุล่วงไป โดยพยายามชี้ให้เห็นถึงปัญหาที่สำคัญ ๆ ที่สมาชิกหรือประชาชนกำลังเผชิญอยู่ และต้องการหัวหน้าหรือผู้แทนเข้ามาช่วยดำเนินการแก้ไขปัญหานั้น ๆ

11.6.2.3 พุคให้ผู้ฟังเกิดความพอใจในข้อเสนอ ข้อคิดหรือนโยบายของหัวหน้าหรือผู้แทนคนนั้น ๆ โดยใช้สำนวนภาษาที่มีพลังสามารถโน้มน้าวใจผู้ฟังได้ มีท่าทางเป็นมิตร แสดงให้เห็นว่าถ้าคนได้รับเลือกตั้ง จะยินดีรับใช้และให้บริการต่าง ๆ ตามที่เสนอไว้

11.6.2.4 พุคให้ผู้ฟังเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากการดำเนินนโยบายหรือกิจกรรมดังกล่าวเป็นอย่างดีชัดเจน เมื่อได้รับเลือกเป็นหัวหน้าหรือผู้แทน

11.6.2.5 พุคขอร้อง วิงวอน ให้ผู้ฟังไปลงคะแนนเสียงและเลือกผู้พูดเป็นหัวหน้าหรือผู้แทนของตน พร้อมทั้งความหวังว่าจะได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

11.6.3 การพูดโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังคล้อยตามแล้วเชิญชวนให้ปฏิบัติ

การพูดโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเห็นคล้อยตามแล้วเชิญชวนให้ปฏิบัติ เป็นการพูดให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือศรัทธาในถ้อยคำของผู้พูด โดยใช้ภาษาที่เร้าใจใช้ระดับเสียงสูงต่ำ หนักเบา สอดใส่ความรู้สึกและอารมณ์ลงไปด้วย เนื้อหาสาระที่พูดต้องใช้เหตุผล มีข้อมูลข้อเท็จจริงอ้างอิง อาจจะมีตัวเลขสถิติต่าง ๆ ที่สร้างความเชื่อถือ สร้างมโนภาพขึ้นในใจผู้ฟัง เพื่อโน้มน้าวใจหรือจูงใจให้ผู้ฟังเห็นจริงหรือคล้อยตามผู้พูด แล้วเรียกร้องเชิญชวน วิงวอนให้ปฏิบัติตามอย่างใดอย่างหนึ่งตามจุดมุ่งหมายของผู้พูด โดยทั่วไป เป็นการชักชวนให้ร่วมมือทำประโยชน์แก่สังคม ดังนั้นผู้พูดจึงต้องเลือกหัวข้อเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม

ตัวอย่าง หัวข้อเรื่อง เช่น

“ต้องการพูดเก่ง ต้องเร่งฝึกฝน”

“เงินบาทลอยตัว อย่ามัวใช้ของนอก”

“ยาเสพติดเป็นภัยต่อชีวิต เป็นพิษต่อสังคม”

“การออกกำลังกายเป็นประจำ ป้องกันโรคได้”

“บริจาคโลหิต ช่วยชีวิตเพื่อนมนุษย์”

ตัวอย่าง การพูดโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเห็นคล้อยตามแล้วเชิญชวนให้ปฏิบัติ

(สมจิต ชิวปรีชา. 2535 : 141-143)

มาช่วยกันส่งเสริมสินค้าไทยกันเถอะ

ท่านผู้ฟังที่เคารพคะ ในขณะที่สินค้าของไทยกำลังเป็นที่นิยมและเป็นที่ยอมรับของชาวต่างประเทศมากขึ้นเป็นลำดับ แล้วท่านละคะ ท่านซึ่งเป็นคนไทยคนหนึ่ง จะไม่หันมานิยมสินค้าที่คนไทยทำกันบ้างหรือท่านที่นิยมของต่างประเทศ ซึ่งท่านอาจจะคิดว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ท่านมีความโก้เก๋ เมื่อใช้ของนอก ท่านลองหันไปดูประเทศมหาอำนาจทั้งหลายเช่น อเมริกาหรือญี่ปุ่น เป็นต้น ที่ดำรงความยิ่งใหญ่ทางเศรษฐกิจอยู่ได้ในขณะนี้ ก็เนื่องมาจากประชาชนในชาติต่าง ๆ เหล่านั้น เป็นผู้มิระเบียบวินัย รู้จักหน้าที่ของตน และมีความรับผิดชอบต่อสังคม ยึดถือชาตินิยมเป็นสำคัญ นับตั้งแต่สิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็น สามารถผลิตได้ภายในประเทศ รวมไปถึงความนึกคิดต่าง ๆ ที่ปลูกฝังกันตั้งแต่เด็กจนเติบโต ทุกคนจะได้รับการสั่งสอนให้นิยมของที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ นำรายได้เข้าประเทศต่อไป แล้วท่านละคะท่านซึ่งเป็นคนไทยคนหนึ่ง ท่านจะไม่มีความเป็นชาตินิยมบ้างหรือ ท่านจะไม่คิดทำให้ประเทศของเรามีความเจริญก้าวหน้าทั้งทางด้านจิตใจ ด้านวัตถุ และค่านิยมต่าง ๆ เช่น ประเทศต่าง ๆ ที่เขาเป็นเขาทำอยู่บ้างแล้วหรือคะ แต่ขณะนี้คนไทยส่วนใหญ่ มีความสำนึกในความเป็นไทยและนิยมใช้ของไทยกันมากแล้ว สินค้าไทยในปัจจุบันนี้ ใ้ว่าจะด้อยคุณภาพก็เปล่าเลย สินค้าทุกอย่างที่ผลิตภายในประเทศทั้งด้านหัตถกรรม และอุตสาหกรรม ก็คุณภาพทัดเทียมของนอกทั้งสิ้น

ท่านผู้ฟังคะ สินค้าไทยที่ผลิตภายในประเทศที่มีคุณภาพดีนั้นมีอยู่มากมายหลายร้อยชนิด อาทิเช่น เสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องรับวิทยุ โทรทัศน์ และอื่นๆ เป็นต้น เราสามารถผลิตได้ และบางอย่างก็ส่งออกจำหน่ายยังต่างประเทศซึ่งเป็นสินค้าออกประเภทหนึ่งที่น่าเงินตราต่างประเทศเข้ามาหมุนเวียนใช้ภายในประเทศ สินค้าต่าง ๆ ของไทยที่ส่งออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศนั้นเป็นที่ชื่นชอบของชาวต่างชาติ ทั้งนี้เพราะคุณภาพดีและราคาถูกกว่า ท่านคงทราบแล้วใช่ไหมคะว่า แม้แต่ชาวต่างชาติยังเห็นคุณค่าและนิยมสินค้าไทยของเรา แล้วท่านละคะ ท่านซึ่งเป็นคนไทยเป็นเจ้าของประเทศ ยังจะคิดหลงค่านิยมดั้งเดิมใช้ของนอกอยู่ต่อไปอีกหรือ ฉะนั้นเราจึงมาช่วยสร้างค่านิยมให้พี่น้องตลอดจนเพื่อน ๆ ของเราให้หันมานิยมใช้สินค้าที่ผลิตขึ้นภายในประเทศกันดีกว่า นอกจะช่วยให้เราไม่ต้องใช้ของแพงแล้ว คุณภาพยังดีด้วย พร้อมกันนั้นเรายังจะเป็นผู้หนึ่งที่จะช่วยให้ชาติได้สามารถลดการขาดดุลการค้ากับต่างประเทศ เงินไม่รั่วไหลออกนอกประเทศ เศรษฐกิจของชาติก็ดีขึ้น ฉะนั้นอยากจะขอร้องท่านทั้งหลายว่า อย่ามัวหลง ฟุ้งเฟ้อ ฟุ่มเฟือย ไปกับพวกที่ชอบยึดถือลัทธิเอาอย่างซึ่งเป็นสิ่งที่ไร้ประโยชน์ ทั้งยังทำให้ท่านเสียเงินไปโดยเปล่าประโยชน์ด้วย และในภาวะ

เศรษฐกิจที่กำลังผันผวนขณะนี้ท่านควรจะใช้เงินให้ประโยชน์ต่อตัวท่านและครอบครัว รวมทั้งประเทศชาติด้วย การใช้สินค้าที่ผลิตขึ้นได้ภายในประเทศนั้น เป็นการช่วยชาติ และท่านยังจะเป็นคนไทยคนหนึ่งที่จะช่วยเผยแพร่ความเป็นไทย แสดงให้ชาวต่างชาติเห็นว่า เราก็มีสัญลักษณ์เป็นของเราเองไม่จำเป็นต้องตามอย่างใคร ส่วนที่นิยมของต่างประเทศควรจะได้พยายามลดค่าสพประมาณของคนต่างชาติ ที่ตั้งฉายาคนไทยที่เห่อของนอกว่า “หมูสยาม” กันดีกว่า แล้วหันมาใช้สินค้าไทย มาแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของคนไทย ด้วยการใช้น้ำดื่มไทยดีกว่า พร้อมกันนี้ท่านควรตระหนักอยู่เสมอ นะคะว่า “ไทยทำ ไทยใช้ ไทยเจริญ” อย่างแน่นอน

11.7 จรรยาของผู้พูดจูงใจ

นันทา ขุนภักดี (2529 : 118) ได้กำหนดเกี่ยวกับจรรยาของผู้พูดจูงใจไว้ 3 ประการ คือ

11.7.1 จะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ฟัง เช่น จะให้เขาเชื่อ ต้องให้เขารู้สึกได้ว่าที่ตนพูดนั้นถูกต้องทุกอย่าง โดยจะต้องพูดในสิ่งที่เป็นความจริง

11.7.2 ให้เกียรติแก่ผู้ฟังเสมอ โดยคิดว่าผู้ฟังมีความคิดเป็นของตนเอง ไม่จำเป็นต้องให้เขามีความคิดเหมือนตนทุกอย่าง ไม่ควรค้ำ

11.7.3 ให้เกียรติแก่ความคิดของตนเอง ยึดมั่นในความคิดของตนเอง และไม่เปลี่ยนไป เพราะหวังผลอย่างอื่น เมื่อไตร่ตรองว่าความคิดของตนดีแล้ว อาจจะเปลี่ยนความคิดของคนอื่น ดีกว่าของตนจริง ๆ

บทสรุป

การพูดจูงใจเป็นการพูดเชิงชักชวน เกี้ยยกล่อม เร่งเร้า ปลุกใจ หรือโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังมีความคิดเห็นคล้อยตาม เชื่อถือศรัทธา เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือปฏิบัติตามสิ่งที่ผู้พูดต้องการ

การฝึกพูดจูงใจให้ประสบความสำเร็จ ผู้พูดจะต้องรู้จักมุ่งหมายในการพูดจูงใจ ศึกษาให้เข้าใจเกี่ยวกับหลักการพูดจูงใจตามแนวต่าง ๆ เช่น หลักบันได 5 ขั้น ของมอนโร หลักบอร์ดเดิน กฎของเจสัน ฯลฯ และพยายามทำความเข้าใจผู้ฟัง เสนอความต้องการหรือความปรารถนาให้เกิดขึ้นแก่ผู้ฟัง ความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวผู้ฟังจะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ฟังปฏิบัติหรือกระทำตามที่ผู้พูดต้องการ

ผู้พูดจูงใจที่ดีจะต้องมีจรรยาในการพูด ไม่นำความสามารถทางการพูดจูงใจของตนเองไปใช้พูดในทางหลอกลวง เพื่อผลประโยชน์ของตนเพียงฝ่ายเดียว แต่จะต้องพูดจูงใจผู้ฟังไปในทางดีงาม เพื่อประโยชน์แก่สังคมโดยส่วนรวม เช่น การพูดจูงใจให้ประชาชนไปใช้สิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การพูดปลุกใจให้คนในชาติรักสามัคคี การพูดเชิญชวนให้ประชาชนช่วยกันรักษาสภาพแวดล้อม การพูดรณรงค์ให้ประชาชนเลิกสูบบุหรี่ เป็นต้น

