



บทที่ 2 : แนวคิด ทฤษฎีการพูด

และการนำเสนอในงานนิเทศศาสตร์

สัปดาห์ที่ 4-5

ผศ.วิภาณี แม้นอินทร์



# ความหมายของการพูดและการนำเสนอ





## การพูด




การพูด คือ การใช้เสียง น้ำเสียง ภาษา กิริยาท่าทาง เพื่อถ่ายทอดความรู้ ความคิดความต้องการไปยังผู้ฟัง ทั้งนี้ มุ่งหวังให้เกิดการรับรู้และเข้าใจตรงกัน (กุลฑลีย์ ไวทยะ

วณิช, 2545)





 การพูด คือ การใช้ศาสตร์และศิลป์ เพื่อ  
ชนะใจผู้ฟังด้วยเหตุผล และเรียกร้องความสนใจจากผู้ฟัง  
เพื่อให้ผู้ฟังคล้อยตามความประสงค์ของผู้พูด นับว่าบรรลุตาม  
เป้าหมายของผู้พูด (สนุก รักถาวร, มปป.)





## การนำเสนอ

 การนำเสนอ คือ การถ่ายทอดเนื้อหาสาระที่ผสมผสานกันระหว่างศิลปะการพูดกับการแสดงข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ ผ่านสื่อและอุปกรณ์ได้อย่างเหมาะสม





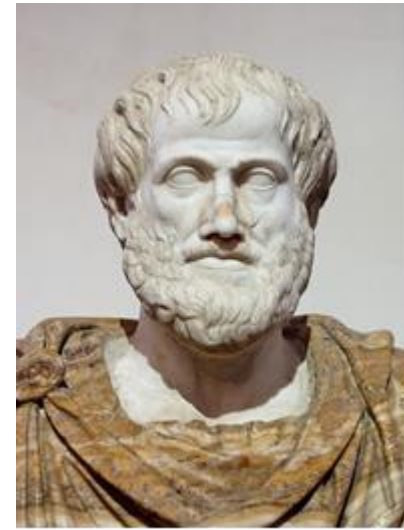
 การพูดและการนำเสนอเป็นการใช้น้ำเสียงเพื่อสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพและดึงดูดใจผู้ฟังมากที่สุด



# ★ ทฤษฎีเกี่ยวกับการพูด ★

## 1. ทฤษฎีของอริสโตเติล

☞ ในทฤษฎีของอริสโตเติลนั้นว่าทศิลป์เป็นศิลปะ และเป็นความเชี่ยวชาญหรือทักษะที่ฝึกฝนให้เกิดขึ้นได้และ ถือเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่ต้องศึกษา



☞ อริสโตเติลให้ความสำคัญแก่การพูดเพื่อการโน้มน้าวใจในฐานะเป็น เครื่องมือสำหรับประชาชนในการมีส่วนร่วมทางการเมืองในสังคม ประชาธิปไตย ศิลปะการพูดที่ใช้ในศาลและการพูดในที่ชุมชน

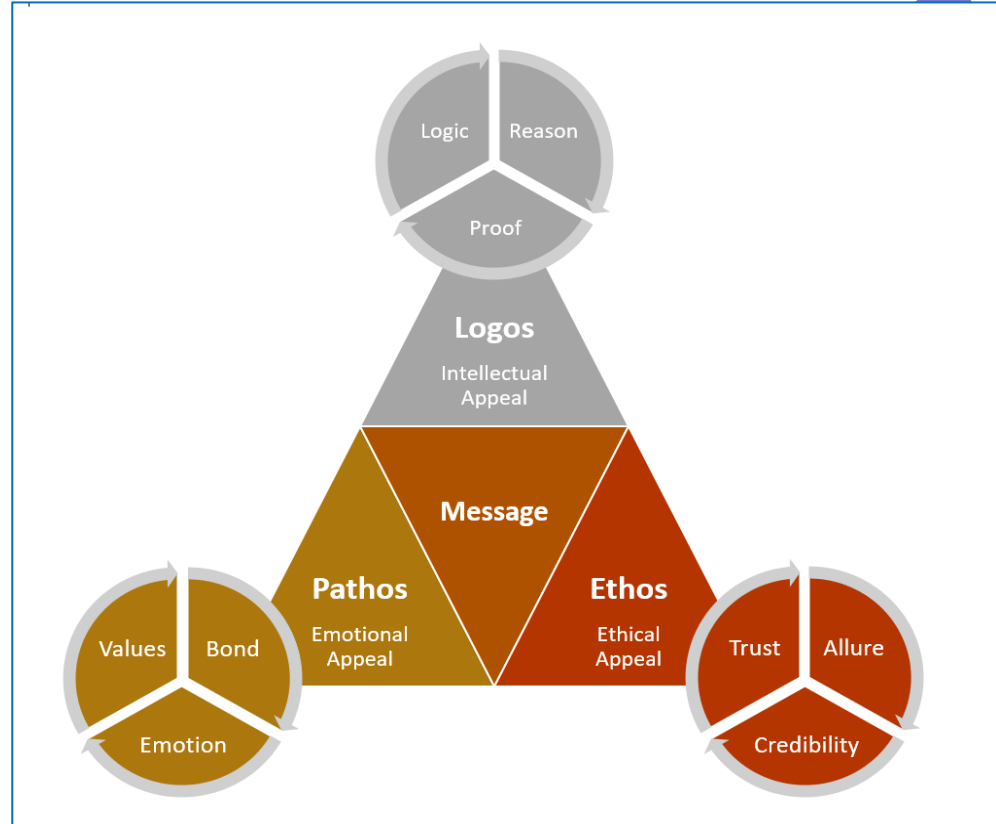


# หนังสือวาทศาสตร์ “The Rhetoric”

เล่มที่ 1 อธิบายถึงวิธีการ  
โน้มน้าวใจที่มีประสิทธิภาพ  
บุคลิกลักษณะที่น่าเชื่อถือ  
(Ethos)

ความเข้าใจในสภาพอารมณ์  
และทัศนคติ(Pathos)

การเรียบเรียงคำพูด(Logos)



# หนังสือวาทศาสตร์ “The Rhetoric”

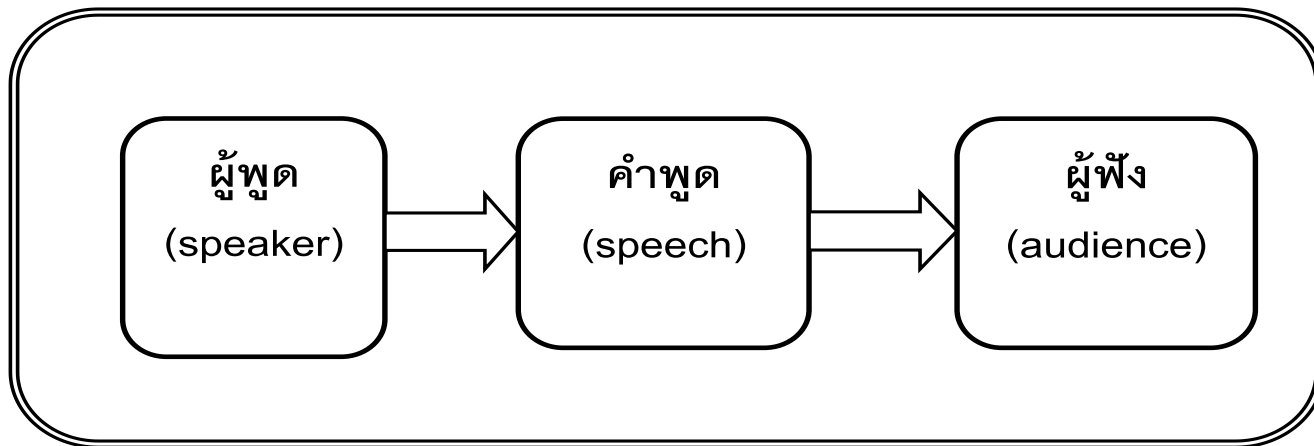
**เล่มที่ 2** อธิบายถึง  
ลักษณะธรรมชาติของ  
ผู้ฟัง และวิธีการที่ผู้พูด  
จะกระตุ้นให้ผู้ฟังสนใจ

**เล่มที่ 3** อธิบายถึงลักษณะ  
ของสารหรือคำพูดที่สามารถ  
โน้มน้าวใจ

วาทศิลป์เป็นการค้นหาวิธีการโน้มน้าวใจที่มีอยู่ทุกรูปแบบ

# องค์ประกอบการสื่อสารของอริสโตเติล

## (The Aristotelian model)



# การประยุกต์ใช้ทฤษฎี

**Ethos (ความน่าเชื่อถือของผู้พูด)**

สร้างภาพลักษณ์ที่ดี มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และแสดงเจตนาที่ดีต่อผู้ฟัง

**ตัวอย่าง:** นักพูดที่น่าเสนอข้อมูลทางการเงิน ต้องแสดงให้เห็นว่าตนเองมีประสบการณ์ และเข้าใจตลาดหุ้นจริง หรือแพทย์ที่ให้คำแนะนำ ต้องแสดงความรู้และความห่วงใยต่อคนไข้

**Pathos (การโน้มน้าวใจทางอารมณ์)**

ใช้ภาษา เรื่องเล่า หรือตัวอย่างที่กระตุ้นความรู้สึกของผู้ฟัง เช่น ความสุข ความเศร้า ความโกรธ หรือความหวัง เพื่อสร้างความผูกพัน

**ตัวอย่าง:** การรณรงค์เพื่อการกุศล ใช้รูปภาพเด็กที่ต้องการความช่วยเหลือ หรือการกล่าวสุนทรพจน์ทางการเมืองที่ปลุกเร้าความรักชาติ

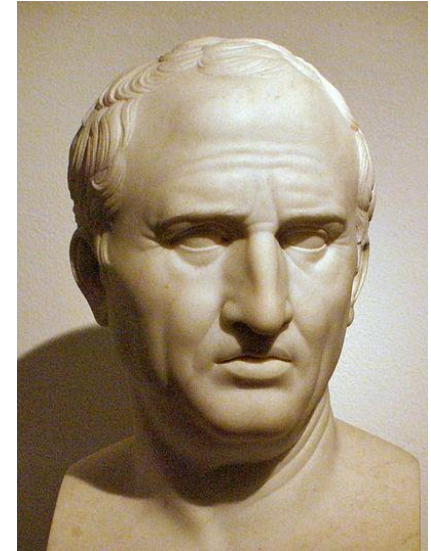
**Logos (ตรรกะและเหตุผล)**

นำเสนอข้อเท็จจริง สถิติ หลักฐาน และการให้เหตุผลอย่างเป็นระบบ ชัดเจน เพื่อให้ผู้ฟังคล้อยตามด้วยเหตุผล

**ตัวอย่าง:** การนำเสนอแผนธุรกิจต้องมีข้อมูลตัวเลขผลกำไร หรือการอภิปรายทางวิทยาศาสตร์ต้องอ้างอิงงานวิจัยที่เชื่อถือได้

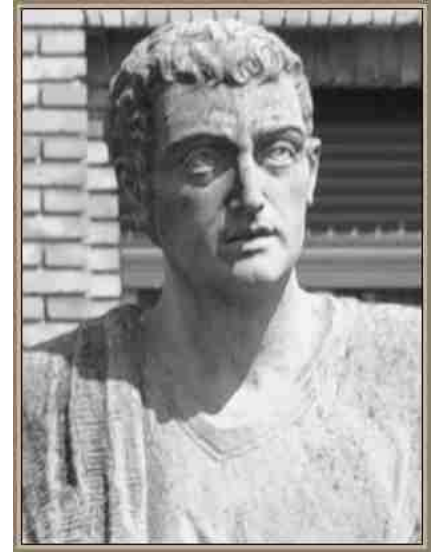
## 2. ทฤษฎีของซีเซโรและควินติเลียน


☞ ซีเซโร คือ นักปราชญา  
รัฐบุรุษ นักกฎหมาย นักทฤษฎี  
การเมือง




## • 2. ทฤษฎีของซีเซโรและควินติเลียน

👉 ควินติเลียนเป็นนักปรัชญาโรมัน นักเขียน นักพูด และอาจารย์สอนวาทศาสตร์ที่มีชีวิตอยู่ในศตวรรษแรก







★ หลัก 5 ประการของซีเซโร  
และควินติเลียนที่ทำให้การพูดสัมฤทธิ์ผล



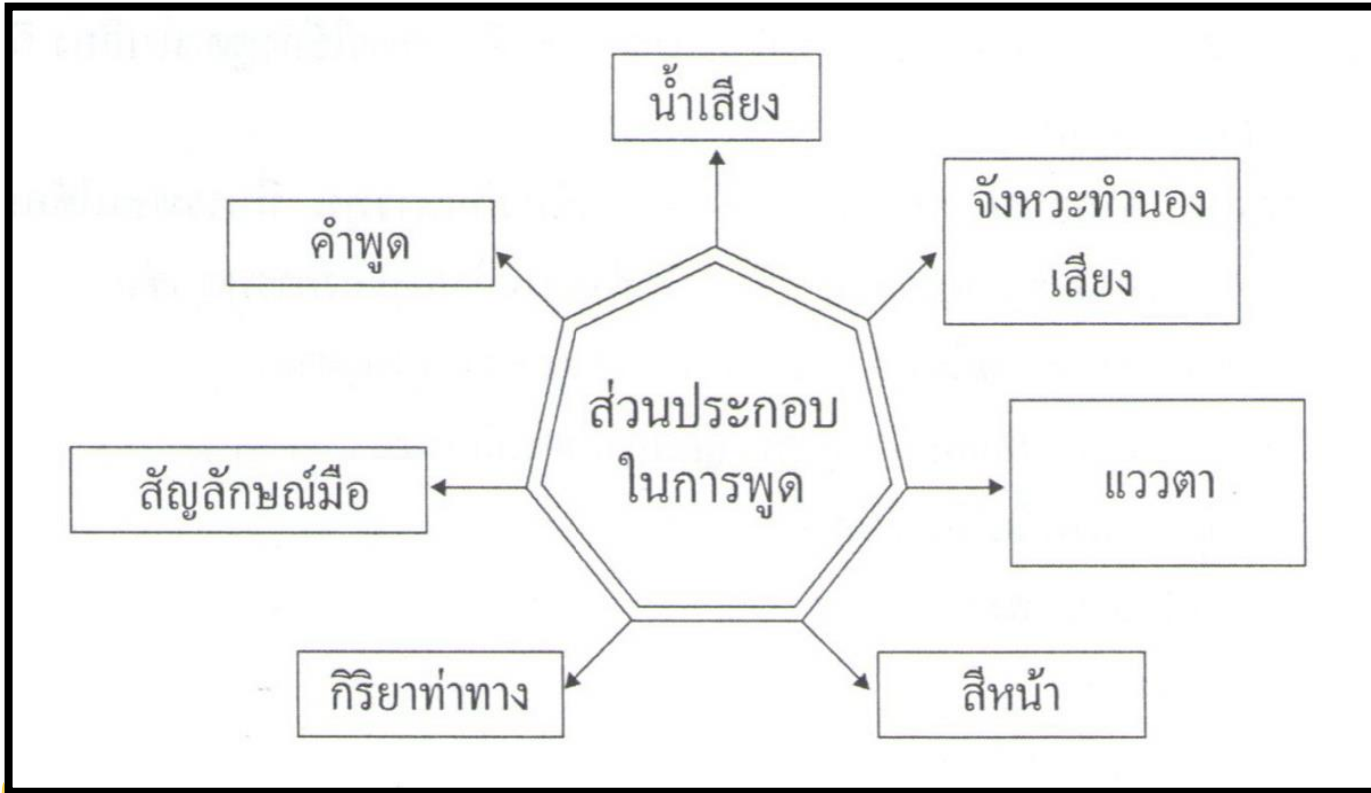
1. การคิดค้น (Invention)
2. การประมวลความคิด (Organization)
3. การใช้ภาษาและลีลา (Style)
4. การกำหนดจดจำ (Memory)
5. การแสดงออกให้ปรากฏ (Delivery)



# 😊 ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการพูด 😊

- 1. ทุกคนพูดได้แต่บางคนเท่านั้นที่พูดเป็น
  - 2. การพูดเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์
  - 3. ทุกคนมีข้อบกพร่องที่ต้องแก้ไขในการพูด
  - 4. นักพูดที่ดีไม่ต้องอาศัยพรสวรรค์เสมอไป
  - 5. การฝึกพูดจะมีผลต่อการพัฒนาบุคลิกภาพทั้งภายนอกและภายใน
- 
- 

# 😊 ส่วนประกอบต่าง ๆ ในการพูด 😊



ที่มา: แวอาชีชะห์ ดาหะยิ, 2553

# 😊 ความสำคัญของการพูด 😊 (วิเศษ ชาญุประโคน, 2550)

1. เป็นเครื่องมือในการโน้มน้าวจิตใจบุคคลให้คิดและคล้อยตาม
2. เป็นเครื่องมือในการสมาคมอันจะเป็นหนทางไปสู่ความสำเร็จในกิจการด้านต่าง ๆ
3. เป็นเครื่องมือนำไปสู่ความสำเร็จในชีวิต
4. เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกต่าง ๆ เพื่อลดภาวะเครียด เพื่อเพิ่มความสุขแก่ชีวิต



# ★ การนำเสนอ ★



☞ การนำเสนอ (Presentation) เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารซึ่งเป็นกระบวนการถ่ายทอดข้อมูลหรือสาร (message) จากฝ่ายหนึ่งที่เรียกว่า “ผู้ส่งสาร” (sender) ไปสู่อีกฝั่งหนึ่งที่เรียกว่า “ผู้รับสาร” (receiver) โดยผ่านช่องทางของสื่อ



## ความหมายของการนำเสนอ



 การนำเสนอ คือ การสื่อสารเพื่อเสนอข้อมูล ความรู้ ความคิดเห็นหรือ ความต้องการไปสู่ผู้รับสาร โดยใช้เทคนิค หรือวิธีการต่าง ๆ อันจะทำให้บรรลุผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย

โดยอาจอยู่ในรูปของการนำเสนอสินค้าตัวอย่าง การบรรยาย หรือทอล์คโชว์ เพื่อให้ข้อมูล ชักชวน หรือ  
โน้มน้าวใจ

# ความเข้าใจพื้นฐาน (Presentation and Pitching)

## Presentation

A presentation conveys information from a speaker to an audience.



## Pitching

A business pitch is a business plan that you present to your potential investors to secure funding.





# ★ หลักการนำเสนอ ★



1. กำหนดวัตถุประสงค์การนำเสนอที่ชัดเจน
2. เตรียมความพร้อมพื้นฐาน เช่น ข้อมูล , ทักษะ , การแก้ปัญหา
3. ใช้จิตวิทยาในการนำเสนอ เช่น ความต่างระหว่างบุคคล, ได้รับความสนใจ, ให้ทุกคนมีส่วนร่วม, Feedback

## ลักษณะของการนำเสนอ

การนำเสนองานสามารถทำได้หลายลักษณะ คือ  
แบบที่ 1

**1. การนำเสนองานเชิงบอกเล่า** โดยการบรรยาย อธิบายชี้แจง เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจ ชื่นชม หรือนำความคิดไปเผยแพร่ต่อ

- การบรรยายสรุป
- การเสนอข้อมูล
- การเสนอข้อมูลเชิงวิเคราะห์

**2. การนำเสนองานเชิงชักชวน** โดยนำเสนอข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพื่อโน้มน้าวผู้ฟังให้เห็นด้วยกับเรื่องนั้นๆ ให้คล้อยตาม ยอมรับ หรืออนุมัติ

- การนำเสนอโครงการ/แผนงาน
- การเสนอขาย

## แบบที่ 2

**1. นำเสนอเพื่อแจ้งให้ทราบ** ชี้แจงให้ทราบ/รายงานความคืบหน้า แผนงาน ผลการศึกษา

**2. นำเสนอเพื่อขอความเห็นชอบ** ในเรื่องที่ได้ดำเนินการไปแล้ว  
ขอความเห็นชอบในที่ประชุมซึ่งอาจมีข้อคิดเห็น ข้อสังเกต หรือ  
คำแนะนำเพิ่มเติม

**3. นำเสนอเพื่อพิจารณา** โดยให้ข้อมูลไว้เป็นส่วนหนึ่งของทางเลือก โดยมีการใช้กลยุทธ์ประกอบ ลูกค้านำข้อมูลไปตัดสินใจต่อ

**4. นำเสนอเพื่อตัดสินใจหรืออนุมัติ** โดยนำเสนออย่างรอบด้าน  
เพื่อให้ที่ประชุมตัดสินใจหรืออนุมัติได้ทันที

“การเริ่มต้นที่ดี เท่ากับสำเร็จไปครึ่งหนึ่ง”

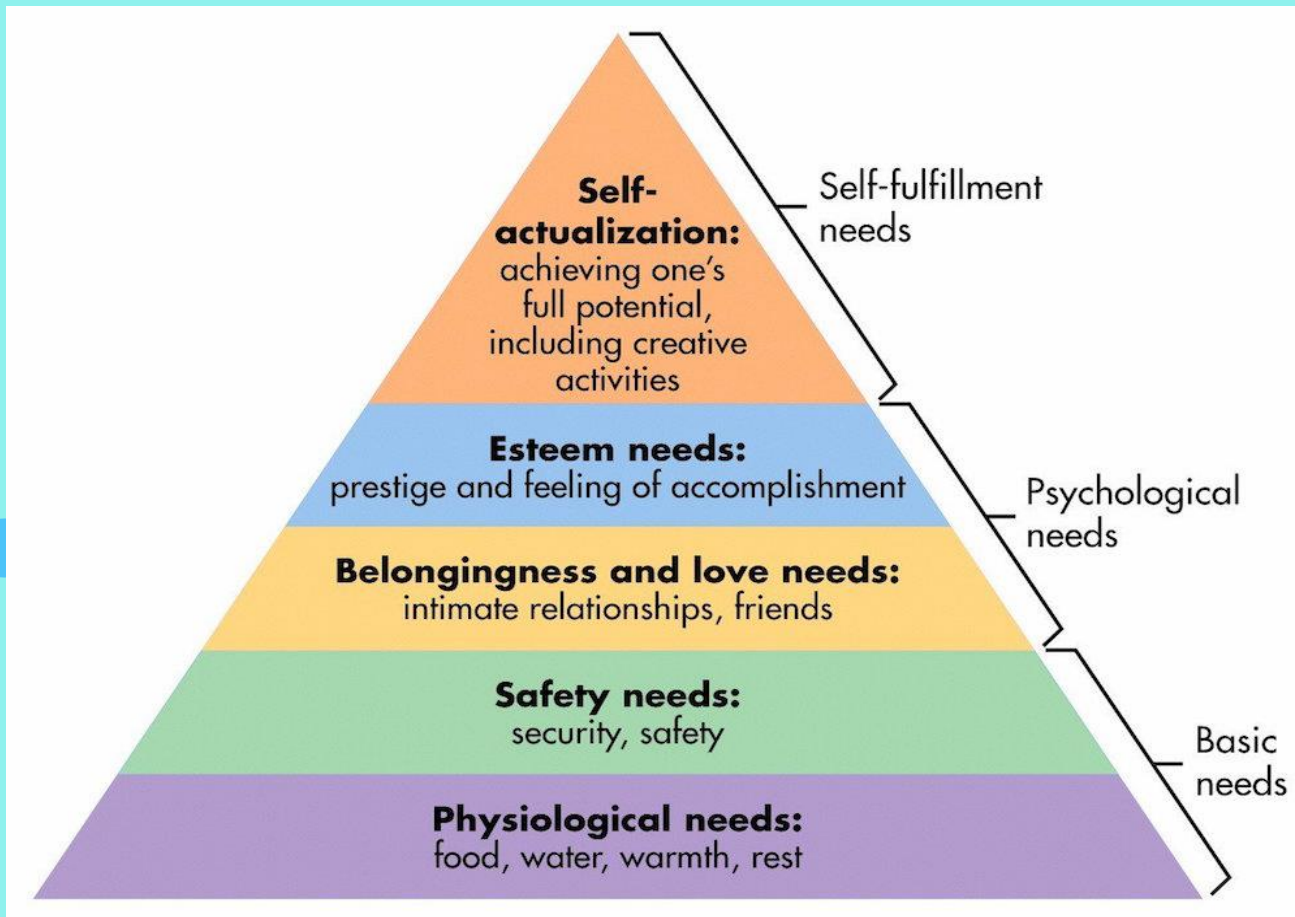
# ★ ทฤษฎีการนำเสนอ ★

## 1. ทฤษฎีของมาสโลว์

☞ อับราฮัม มาสโลว์ จิตวิทยาและพฤติกรรม  
ของมนุษย์

☞ คิดทฤษฎี “A Theory of Human Motivation” เสนอว่ามนุษย์  
ทุกคนเกิดมาโดยธรรมชาติแล้วมีความพร้อมที่จะทำสิ่งที่ดี  
หากเขาได้รับความต้องการตามลำดับ





ลำดับความต้องการ 5 ชั้นของมาสโลว์



## ความต้องการทั้ง 5 ชั้น มีรายละเอียดดังนี้



- 1. ความต้องการด้านร่างกายหรือด้านกายภาพ (physiological needs)
- 2. ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (safety needs)
- 3. ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (belongingness and love need)
- 4. ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและความภาคภูมิใจ (self-esteem need)
- 5. ความต้องการความสมบูรณ์ของชีวิต (self-actualization needs)





# วิธีการนำเสนอและเนื้อหาของการนำเสนอ



1. ด้านผู้นำเสนอ
2. ด้านวิธีการนำเสนอ
3. ด้านเนื้อหา
4. ประเภทต่าง ๆ ของการนำเสนอ

(สมิต สัจฉกร, 2551)

# วิธีนำเสนอสินค้าให้ตรงใจลูกค้า

## เน้นประโยชน์มากกว่าคุณสมบัติ

☞ ควรอธิบายว่าสินค้าจะช่วยแก้ปัญหาหรือตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างไร

เช่น แทนที่จะบอกว่า "กระเป๋าใบนี้ทำจากหนังแท้" ปรับคำพูดเป็น "กระเป๋าหนังแท้ใบนี้ทนทานต่อการใช้งานหนัก ใช้ได้นานหลายปี คุ่มค่าคุ้มราคา"

## สร้างความน่าเชื่อถือ

☞ แสดงให้เห็นถึงความเชี่ยวชาญและความน่าเชื่อถือของแบรนด์ผ่านการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง มีการอ้างอิงที่ชัดเจน และใช้ตัวอย่างจริงจากลูกค้าที่เคยใช้สินค้า

## สื่อประกอบการนำเสนอ

☞ ใช้สื่อประกอบการนำเสนอที่หลากหลาย เช่น ภาพถ่ายคุณภาพสูง วิดีโอสาธิตการใช้งาน แผนภาพเปรียบเทียบ ตัวอย่างสินค้าจริง





## 2. ทฤษฎีโน้มน้าวใจ

➡ อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท (2549) อธิบายว่า องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ พิจารณา 2 มุมมอง คือ

### 1. มุมมองของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร ในประเด็น

- 1) ความแตกต่างของผู้ส่งสาร
- 2) ความแตกต่างของสาร
- 3) ความแตกต่างของสื่อ



## 2. มุมมองของผู้ส่งสารที่มีต่อผู้รับสาร

- 1) ลักษณะของประชากร
- 2) ทักษะคติ
- 3) ความรู้ที่ผู้รับสารมีเกี่ยวกับสารนั้น ๆ
- 4) ลักษณะด้านอารมณ์
- 5) ความสำคัญที่ผู้รับสารให้แก่หัวข้อหนึ่ง ๆ
- 6) วิธีการที่ผู้รับสารรับรู้สภาพการณ์นั้น ๆ



# ขั้นตอนการน้อมน้ำใจไว้ 6 ขั้นตอน

1. ชื่อนำเสนอ (presentation)
2. ชื่นให้ความสนใจ (attending)
3. ชื่นความเข้าใจ (comprehending)
4. ชื่นคล้อยตาม (yielding)
5. ชื่นยึดเหนี่ยวสิ่งใหม่ (retaining the new position)
6. การกระทำ (acting)

(William Mcguire, 1973)





# กลวิธีของการโน้มน้าวใจ



1. การแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของบุคคลผู้โน้มน้าวใจ
2. การแสดงให้เห็นตามกระบวนการของเหตุผล
3. การแสดงให้เห็นถึงความรู้สึกและอารมณ์ร่วม
4. การแสดงให้เห็นทางเลือกทั้งด้านดีและด้านเสีย
5. การสร้างความสุขให้แก่ผู้รับสาร
6. การเร้าให้เกิดอารมณ์อย่างแรงกล้า

# การประยุกต์ใช้หลักการโน้มน้ำใจในการรณรงค์



## ชั้นนำเสนอ (Presentation)

☞ เปิดตัวด้วยเรื่องราวที่น่าสนใจข้อเท็จจริงที่กระตุ้น, หรือ ปัญหาที่ชัดเจนที่ต้องการแก้ไข เพื่อดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ต้น

เช่น "เรามาช่วยกันลดขยะพลาสติกกันเถอะ"

## ชั้นให้ความสนใจ (Attending)

☞ ใช้ภาพสวยงาม วิดีโอสั้น หรือสไลด์แกนที่เข้าถึงง่าย เพื่อให้คนหยุดดูและจดจำ เช่น รูปสัตว์ทะเลที่ติดพลาสติก หรือประโยค "ทะเลสวย ด้วยมือเรา"

## ชั้นความเข้าใจ (Comprehending)

☞ อธิบายข้อมูลอย่างง่าย ๆ ว่าทำไมต้องรณรงค์เรื่องนี้

เช่น ผลกระทบจากขยะ, ผลกระทบต่อชีวิตผู้คนอย่างไร และทางแก้ที่ทำได้จริง

เช่น "พลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้ง 1 ชิ้น ใช้เวลาสลาย 450 ปี"

# การประยุกต์ใช้หลักการโน้มน้ำใจในการณรงค์



## ชั้นคล้อยตาม (Yielding)

☞ ทำให้กลุ่มเป้าหมายรู้สึก  
ว่าเรื่องนี้สำคัญกับผู้ฟัง เชื่อ  
ในวัตถุประสงค์ และอยาก  
สนับสนุน

เช่น การใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง  
(Influencer) มาพูด หรือการ  
แชร์เรื่องราวจาก  
ประสบการณ์จริง

## ชั้นยึดเหนี่ยวสิ่งใหม่

(Retaining the new position):

☞ ทำให้คนจำและคงทัศนคติ  
ใหม่ไว้ด้วยการให้ข้อมูลที่ย้ำ  
เตือนสม่ำเสมอ การสร้างแฮช  
แท็กที่ใช้ได้จริง หรือการจัด  
กิจกรรมต่อเนื่อง

เช่น การสร้างกลุ่มแลกเปลี่ยน  
วิธีลดขยะ

## การกระทำ (Acting):

☞ กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่  
ต้องการ

เช่น การชวนให้ "ร่วม #งดใช้  
ถุงพลาสติกครั้งหน้า" "เปลี่ยน  
มาใช้แก้วส่วนตัว", หรือ  
"บริจาคเงินสนับสนุนโครงการ"  
เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง  
พฤติกรรมจริง ๆ



# องค์ประกอบของการนำเสนอ

ที่ทำให้การนำเสนองานประสบความสำเร็จ

1. ผู้นำเสนอ

2. ผู้ฟัง

3. เนื้อหาที่นำเสนอ

4. สื่อ

5. วิธีการนำเสนอ

3 6. สภาพแวดล้อม





## จรรยาบรรณและคุณธรรมในการพูดและการนำเสนอ

1. ความซื่อตรง
2. ความรับผิดชอบ
3. ความจริงใจและความปรารถนาดี





# เอกสารอ้างอิง



วิภาณี แม้นอินทร์. (2568). การนำเสนอเชิงนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

