

ประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ
ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาโทศึกษาศาสตร์
คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Categories and Characteristics of Inspirers' Messages on YouTube Channel
During 2563 - 2565 B.E.



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) in Communication Arts

FACULTY OF COMMUNICATION ARTS

Chulalongkorn University

Academic Year 2021

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์	ประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของ
	นักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565
โดย	น.ส.นภสวรรณ สีนธรัตน์พันธุ์
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปภัศสรา ชัยวงศ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปอรัชฌ์ ยอดเนตร)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปภัศสรา ชัยวงศ์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิระ โรจนประภายนต์)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

นภสววรรณ สิ้นรัตนพันธ์ : ประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565. (Categories and Characteristics of Inspirers' Messages on YouTube Channel During 2563 - 2565 B.E.) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.ปภัสสรดา ชัยวงศ์

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 โดยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับเนื้อหาสารในการสร้างแรงบันดาลใจ หลักใจของมอนโร องค์คณะแห่งความคิด และการเชื่อมโยงกับผู้รับสารของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในการศึกษาคลิปวิดีโอบนช่องทางยูทูป จำนวน 25 คลิป สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ตามกรอบตารางบันทึกข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ประเภทของเนื้อหาสารคลิปวิดีโอที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ จำแนกออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ 1) การสร้างแรงจูงใจภายใน พบการสร้างแรงจูงใจภายในด้านทัศนคติมากที่สุด 4 หมวดหมู่ โดย 3 อันดับแรกที่พบการใช้มากที่สุด ได้แก่ ทัศนคติต่อการจัดการความคิด/การตัดสินใจ, ทัศนคติต่อความสำเร็จและความล้มเหลว และทัศนคติต่อความสัมพันธ์กับตนเอง 2) การสร้างแรงจูงใจภายนอก พบการสร้างแรงจูงใจภายนอก ด้านใฝ่สัมฤทธิ์และสังคม ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการเสริมบุคลิกภาพที่ดี

ในด้านคุณลักษณะของเนื้อหาสารคลิปวิดีโอที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ มีการใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่หลากหลายในแต่ละขั้นตอนตามกรอบโครงสร้างการพูดของมอนโร ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนความสนใจ (Attention) พบการ “ตั้งคำถามชวนสงสัย” มากที่สุด 2) ขั้นตอนความต้องการ (Need) พบการ “ให้คำตอบคลายสงสัย” มากที่สุด 3) ขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และ 4) ขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ช่วงส่วนต้นของเนื้อความ พบการ “ยกตัวอย่างเปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความให้เข้าใจ” มากที่สุด และช่วงส่วนปลายของเนื้อความ พบการ “เน้นซ้ำย้ำความ” มากที่สุด 5) ขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) ในส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) พบ “การบอกว่าจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร” มากที่สุด ตามด้วยการ “ชวนให้ลงมือทำ” ในส่วนการเรียกร้องให้ลงมือทำ นอกจากนี้ ยังพบว่า นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านใช้ลีลา (Style) ที่สามารถสร้างสีสัน (Color) และความสนุกสนานแก่ผู้ฟังให้จดจำ ได้แก่ การใช้คำคล้องจอง การเล่นคำ คำพังเพย คำสุภาพ รวมถึงคำพูดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่ตรงกับความชื่นชอบของผู้ฟังคนไทยด้วย

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์
ปีการศึกษา 2564

ลายมือชื่อนิสิต
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6380028128 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORD: Categories and Characteristics, Inspirers' Messages, YouTube Channel

Napassawan Sinturattanapan : Categories and Characteristics of Inspirers' Messages on YouTube Channel During 2563 - 2565 B.E.. Advisor: Asst. Prof. PAPASSARA CHAIWONG, Ph.D.

This qualitative research was aimed to identify categories and characteristics of inspirers' messages on YouTube channels during 2563 - 2565 B.E. Guided by frameworks of Inspirational Message, Monroe's Motivated Sequence of Persuasion, David Hume's Faculties of the minds, and theory of association, coding sheet for the content and textual analysis was synthesized. Employing purposive sampling, verbatim transcription of twenty-five video clips during 2563 - 2565 B.E. of top six inspirers on YouTube channels were analyzed, classified, and clarified.

The results showed that the inspirers' video content could be classified into two main categories: 1) intrinsic motivation: content related to 'attitude', i.e. mind and decision management, attitude towards success and failure, self-relationship, was found the most; and 2) extrinsic motivation: content related to affiliation and social acceptance was mainly found.

As for the characteristics of the inspirers' video, mainly, the five key parts according to Monroe's message structure: attention, need, satisfaction, visualization, and call to action were found. Verbal techniques the inspirers most frequently employed in each part included: 1) Attention: "Puzzled Question(s)"; 2) Need, "Giving of Answer" to the doubts. 3) Satisfaction and 4) Visualization: "Illustration - to figuratively elaborate and/or compare the ideas" and "Paraphrasing Repetition" were mostly found in the first and latter parts respectively; and 5) Call to Action: "Telling/Sharing how to complete the offer" followed by "Invitations to take action." Also, the findings revealed that some inspirers had a specific style to create 'color' to make the story fun and easy to catch i.e. uses of rhymes, puns, Idiom, proverbs as well as unique words, which could well match with the preferences of Thai audience.

Field of Study: Communication Arts

Student's Signature

Academic Year: 2021

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

‘แรงบันดาลใจ’ คือสิ่งที่ทำให้เราเริ่มต้น แต่สิ่งที่ทำให้เกิดผลคือ ‘การลงมือทำ’ ดังเช่นสารนิพนธ์เล่มนี้ เกิดจากความพยายามมุ่งมั่นของผู้วิจัยที่กว่าจะสำเร็จลุล่วงได้ ต้องพบกับปัญหาอุปสรรคมากมาย และเสียน้ำตาหลายครั้ง แต่สุดท้ายก็สำเร็จได้ด้วยความเมตตากรุณา และความอนุเคราะห์จากบุคคลอันเป็นที่เคารพรักเหล่านี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครูผึ้ง (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปภัศรสา ชัยวงศ์) อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิชาชีพที่ทุ่มเทแรงกายแรงใจในการให้ความรู้ คำแนะนำอย่างละเอียด ตลอดจนอบรมสั่งสอนเพื่อให้นิสิตได้ปรับปรุงแก้ไขในจุดที่บกพร่องอย่างเข้มงวด ด้วยจิตวิญญาณของความเป็นครูอย่างแท้จริง ขอบพระคุณครูผึ้งที่คอยกระตุ้น ส่งเสริม ผลักดัน ให้กำลังใจและอดทนกับนุ่งนั่งในทุก ๆ เรื่องตลอดระยะเวลาสองปีการศึกษาที่ผ่านมา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครูมิ่ง (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปอรัชฌ์ ยอดเนตร) ประธานกรรมการสอบโครงการวิชาชีพที่ให้คำแนะนำ เสนอมุมมองด้านใหม่ ๆ และรอยยิ้มสดใสที่สร้างพลังบวกให้นิสิตมีกำลังใจในการแก้ไขงาน เพื่อให้สารนิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณครูเปือ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิระ โรจนประภายนต์) กรรมการการสอบโครงการวิชาชีพที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษา คำแนะนำอันมีประโยชน์ที่ทำงานวิจัยเล่มนี้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ตลอดจนให้กำลังใจสร้างพลังบวก และจุดประกายให้นิสิตได้เห็นคุณค่าในงานวิจัย และมีมุมมองชีวิตที่กว้างมากขึ้น ขอบพระคุณจากใจที่เชื่อมั่นในตัวนิสิตคนนี้

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์ภาควิชาวาหนิเทศ ครูปาน ครูโอ ครูปรีดา ที่ได้มอบองค์ความรู้ใหม่ ๆ ให้นิสิตได้นำมาพัฒนาตนเองตลอดระยะเวลาสองปี

ทั้งนี้ งานวิจัยของข้าพเจ้าจะสำเร็จไม่ได้เลย ถ้าไม่มีกัลยาณมิตรคอยสนับสนุน ขอบคุณน้องไมกิ้ง เด็ก ICM ดีเด่นปี 62 สำหรับการทำให้ iThesis อย่างขยันขันแข็ง ทั้งยังเป็นพี่ปรึกษาชีวิตในหลาย ๆ เรื่อง น้องมะปราง น้องสาวภาคครีเอทีฟที่พร้อมส่งพลังบวกให้กันในยามที่เหนื่อยล้า อ่อนแรง รวมถึงน้องนัตตี้ ลูกน้องที่ช่อง NBT สำหรับการช่วยถอดความคลิปวิดีโออย่างตั้งใจ ขอบคุณทั้งสามที่เป็นสายซัพพอร์ตทั้งกายและใจให้พินิจมาโดยตลอด

และสำคัญที่สุด ขอกราบขอบพระคุณป้าแม่ที่เป็นทุกสิ่งทุกอย่างทั้งดงามของลูกตลอดช่วงชีวิตนี้ โดยเฉพาะป้าตั้งที่ถึงแม้จะหนีลูกไปอยู่บนฟ้าแล้ว แต่ก็รู้สึกได้ว่าป้ายังคงอยู่ใกล้ ๆ และเป็นกำลังใจให้ลูกคนนี้เสมอ ขอบคุณพี่จอม แฟนที่น่ารักที่สุดในสามโลกที่พร้อมช่วยเหลือ และคอยอยู่เคียงข้างเค้าเสมอในทุกช่วงเวลาทั้งสุขและทุกข์ รวมทั้งขอบพระคุณแม่ไอ้พ่อหลวง คุณพ่อคุณแม่แฟนที่คอยห่วงใย ถามไถในเรื่องการเรียน และทำกับข้าวอร่อย ๆ ให้ลูกทานในช่วงทำงานวิจัยอย่างเหน็ดเหนื่อย

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้อ่านทุกท่าน หวังว่าสารนิพนธ์เล่มนี้จะจุดประกายให้กับผู้ที่อยากเป็น ‘นักพูดสร้างแรงบันดาลใจ’ และมีประโยชน์แก่ท่านไม่มากนักน้อย สำหรับสารนิพนธ์เล่มนี้ หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

นางสาววรรณ สิ้นธุรัตน์พันธุ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญรูปภาพ.....	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามนำวิจัย.....	7
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	7
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	8
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
1.6 นิยามศัพท์.....	8
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration).....	11
2.1.1 นิยามและความสำคัญของแรงบันดาลใจ.....	11
2.1.2 นิยามและความสำคัญของการพูดการสร้างแรงบันดาลใจ	12
2.1.3 ความแตกต่างและความเชื่อมโยงระหว่างการสร้างแรงจูงใจ (Motivation) กับการ สร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration).....	13
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประเภทเนื้อหาสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ (Types of Inspirational Message).....	17

2.2.1 ประเภทหลักของแรงจูงใจ	17
2.2.2 การประยุกต์ใช้จุดจูงใจ (Rewards/Appeals) ในบริบทต่างๆ	22
2.2.3 ประเภทจำแนกตามแหล่งที่มาของแรงบันดาลใจ	24
2.2.4 ประเภทจำแนกตามปัจจัยองค์ประกอบในการดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่น	24
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโครงสร้าง (Structure) และองค์ประกอบ (Component) ของ เนื้อหาสาร/เทคนิคทางวจนภาษา (Verbal Techniques).....	26
2.3.1 โครงสร้างพื้นฐานของการพูด.....	26
2.3.2 องค์ประกอบ/เทคนิคการพูดสร้างแรงบันดาลใจ.....	28
2.3.3 โครงสร้างตามหลักการพูดจูงใจของมอนโร (หลักบันได 5 ขั้น).....	35
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์คณะแห่งความคิด (Faculties of the Minds) และ การ เชื่อมโยง (Association).....	37
2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับธรรมชาติของจิตใจ (Nature of Mind).....	37
2.4.2 แนวคิดทฤษฎีองค์คณะแห่งความคิด (Faculties of the Minds).....	39
2.4.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเชื่อมโยง (Association)	41
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
2.5.1 งานวิจัยในประเทศ	45
2.5.2 งานวิจัยต่างประเทศ.....	50
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	55
3.1 รูปแบบงานวิจัย	55
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	56
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	60
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	61
3.5 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ	61
3.6 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	61

บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	63
4.1 ข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่ใช้ศึกษา.....	63
4.2 ผลการศึกษา	69
4.2.1 ผลการศึกษาประเภทของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565.....	69
4.2.1.1 แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation).....	69
4.2.1.2 แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation).....	76
4.2.1.3 สรุปผลประเภทเนื้อหาสารบนคลิปวิดีโอบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจทั้งหมด 25 คลิป.....	78
4.2.2 ผลการศึกษาคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565	79
4.2.2.1 ผลการศึกษาคุณลักษณะตามโครงสร้างการพุดจูงใจของมอนโร.....	80
4.2.2.2 ขั้นตอนความสนใจ (Attention) และ ขั้นตอนความต้องการ (Need)	86
ก) หน้าที่ของขั้นตอนความสนใจ (Attention) และ ขั้นตอนความต้องการ (Need).....	87
ข) การใช้เทคนิคทางวัจนภาษาในขั้นตอนความสนใจ (Attention).....	87
ค) วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนในการใช้เทคนิคทางวัจนภาษาของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ (Commonality) ในขั้นตอนดึงความสนใจ (Attention).....	88
ง) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้เทคนิคทางวัจนภาษาของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ (Specificity) ในขั้นตอนดึงความสนใจ (Attention).....	90
จ) การใช้เทคนิคทางวัจนภาษาในขั้นตอนความต้องการ (Need)	93
ฉ) วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนในการใช้เทคนิคทางวัจนภาษาของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ (Commonality) ในขั้นตอนความต้องการ (Need).....	94

ช) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนัก
 พุดสร้างแรงบันดาลใจ (Specificity) ในขั้นตอนความต้องการ
 (Need)..... 98

4.2.2.3 ขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และ ขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) 100

ก) หน้าที่ของขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ
 (Visualization)..... 100

ข) การใช้เทคนิคทางวจนภาษาในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และ
 ขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) 101

ค) วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนัก
 พุดสร้างแรงบันดาลใจ (Commonality) ในขั้นตอนความพอใจ
 (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ช่วง
 ส่วนต้นของเนื้อความ..... 102

ง) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนัก
 พุดสร้างแรงบันดาลใจ (Specificity) ในขั้นตอนความพอใจ
 (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ช่วง
 ส่วนต้นของเนื้อความ..... 105

จ) วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนัก
 พุดสร้างแรงบันดาลใจ (Commonality) ในขั้นตอนความพอใจ
 (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ช่วง
 ส่วนปลายของเนื้อความ 109

ฉ) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนัก
 พุดสร้างแรงบันดาลใจ (Specificity) ในขั้นตอนความพอใจ
 (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ช่วง
 ส่วนปลายของเนื้อความ 113

4.2.2.4 ขั้นตอนเรียกร่องให้ลงมือทำ (Action)..... 116

ก) หน้าที่ของขั้นตอนเรียกร่องให้ลงมือทำ (Action)..... 116

ข) การใช้เทคนิคทางวจนภาษาในขั้นตอนเรียกร่องให้ลงมือทำ (Action).... 117

ค) วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนัก พูดสร้างแรงบันดาลใจ (Commonality) ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลง มือทำ (Action) ช่วงส่วนการเชื่อมโยง	118
ง) วิเคราะห์เปรียบเทียบความต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูด สร้างแรงบันดาลใจ (Specificity) ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Action) ช่วงส่วนการเชื่อมโยง	121
จ) วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนัก พูดสร้างแรงบันดาลใจ (Commonality) ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลง มือทำ (Action) ช่วงส่วนบทสรุป.....	124
ฉ) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนัก พูดสร้างแรงบันดาลใจ (Specificity) ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Action) ช่วงส่วนบทสรุป	128
4.2.2.5 สรุปผลการศึกษาคุณลักษณะของเนื้อหาบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในชวงปี พ.ศ.2563-2565	131
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	135
5.1 สรุปผลการวิจัย	135
1. ประเภทของเนื้อหาบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจในชวงปี พ.ศ.2563-2565....	135
2. <u>คุณลักษณะของเนื้อหาบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในชวงปี พ.ศ.2563- 2565.....</u>	140
5.2 การอภิปรายผล.....	153
1. <u>อภิปรายผลตามคำถามนำวิจัยข้อที่ 1 : ประเภทของเนื้อหาบนช่องทางยูทูปของนักพูด สร้างแรงบันดาลใจ ในชวงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร</u>	153
(1.1) การกำหนดหัวเรื่องและแนวทางการสร้างเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจของนักพูด สร้างแรงบันดาลใจ.....	154
(1.2) ประเภทของเนื้อหาที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจนิยมใช้ในการสร้างแรงบันดาลใจ	155
(1.3) การเปิดรับสารที่มีเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจผ่านแพลตฟอร์มสังคมออนไลน์ ..	155

(1.4) การเลือกใช้จุดจูงใจในแต่ละหัวข้อเรื่อง/ หัวข้อ.....	157
2. อภิปรายผลตามคำถามนำวิจัยข้อที่ 2 : คุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูด สร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร	161
(2.1) การใช้เทคนิคทางวจนภาษาในแต่ละหัวข้อของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจต่อการ สื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ.....	161
(2.2) ความเหมือนและความแตกต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรง บันดาลใจต่อการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ	170
(2.3) เทคนิคทางวจนภาษาที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจต้องใช้ในการส่งผ่านแรงบันดาลใจ ใจ	176
5.3 ข้อจำกัด ปัญหา และอุปสรรคในการวิจัย	182
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	183
บรรณานุกรม.....	186
ภาคผนวก ก ตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)	193
ภาคผนวก ข บทถอดความคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ จำนวน 25 คลิป.....	194
ประวัติผู้เขียน.....	230

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 2.1 ตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจและแรงบันดาลใจ (Surbhi, 2018)	15
ตารางที่ 2.2 แสดงหน้าที่ของลำดับแรงจูงใจของมอนโร	36
ตารางที่ 3.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่นักพุดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูป (อัปเดตล่าสุด 22 ก.ค. 65)	56
ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 25 คลิป (เรียงลำดับตาม นักพุดที่ได้รับความนิยมและจำนวนผู้รับชมจากสูงสุดไปถึงต่ำสุด)	63
ตารางที่ 4.2 แสดงผลสรุปประเภทเนื้อหาสารบนคลิปวิดีโอบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจทั้งหมด 25 คลิป	78
ตารางที่ 4.3 การนำเสนอผลการศึกษา : อ้างอิงการสังเคราะห์โครงสร้างการพุดกับกรอบแนวคิดของมอนโร	79
ตารางที่ 4.4 แสดงผลสรุปการวิเคราะห์โครงสร้างการพุดของมอนโร และลักษณะการจัดระเบียบเรียง/ลำดับประเด็นเนื้อหา	81
ตารางที่ 4.5 แสดงลักษณะการจัดระเบียบเรียง/ลำดับประเด็นเนื้อหาของคลิปวิดีโอที่นักพุดสร้าง แรงบันดาลใจ จำนวน 25 คลิป	85
ตารางที่ 4.6 แสดงความสอดคล้องกันระหว่างส่วนอารัมภกับขั้นตอนความสนใจและขั้นตอนความต้องการ	87
ตารางที่ 4.7 แสดงความสอดคล้องกันระหว่างส่วนเนื้อความหลักกับขั้นตอนความพอใจและขั้นตอนทำให้เห็นภาพ	100
ตารางที่ 4.8 แสดงความสอดคล้องกันระหว่างส่วนการเชื่อมโยงและส่วนบทสรุปกับขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ	116
ตารางที่ 4.9 แสดงผลสรุปคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ จำนวน 25 คลิป เรียงลำดับจากมากไปน้อย 4 อันดับแรก	132

ตารางที่ 4.10 แสดงผลสรุปการใช้เทคนิคทางวจนภาษา (Verbal Technique) และลีลา (Style) ของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้ง 6 ท่าน ที่มีความเหมือนกัน (Commonality) โดยแบ่งตามกรอบของมอนโร..... 133

ตารางที่ 4.11 แสดงผลสรุปการใช้เทคนิคทางวจนภาษา (Verbal Technique) และลีลา (Style) ของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้ง 6 ท่าน ที่มีความแตกต่างกัน (Specificity) โดยแบ่งตามกรอบของมอนโร..... 134



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
ภาพที่ 2 แผนภาพสรุปแรงจูงใจภายในและภายนอก.....	21
ภาพที่ 3 แผนผังแสดงโครงสร้างพื้นฐานของการพูด	27
ภาพที่ 4 บันได 5 ขั้นในการโน้มน้าวใจของอลัน มอนโร (Alan Monroe).....	36
ภาพที่ 5 แผนภาพแสดงองค์ประกอบขององค์คณะแห่งความคิด	40
ภาพที่ 6 แผนภาพแสดงสิ่งที่กระตุ้นที่ช่วยยกระดับจิตใจ.....	51
ภาพที่ 7 การแสดงความคิดเห็นเชิงบวกจากการรับชมคลิป “ที่เราทุกข์...เพราะเอาความสุข ไปผูกกับ คนอื่นอยู่รีเปล่า” (ครูเงาะ).....	68
ภาพที่ 8 การแสดงความคิดเห็นเชิงบวกหลังจากการรับชมคลิป “อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และ วิฤตแปลว่า...?” (ขุนเขา).....	68
ภาพที่ 9 แสดงผลสรุปประเภทของเนื้อหาสารคดีวิดีโอบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ	139

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สุขภาพจิต (Mental Health) เป็นสภาวะทางจิตใจที่เป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับบุคคล ครอบครัว และสังคมซึ่งมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าสุขภาพร่างกาย เนื่องจากสามารถส่งผลกระทบต่อความรู้สึก นึก คิด รวมถึงการรับมือกับความเครียดและปัญหาต่าง ๆ ในชีวิต ดังนั้น การมีสุขภาพจิตที่ดี ถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนให้มนุษย์ใช้ชีวิตได้อย่างปกติสุข ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้ และสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้ ประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมสุขภาพจิตของคนไทยในทุกช่วงวัย เพื่อสร้างภาวะความสมบูรณ์ทางด้านจิตใจให้พัฒนาสู่การเป็นผู้มีศักยภาพ และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติให้ก้าวหน้า มั่นคงในอนาคต

สำหรับนิยามของคำว่า ‘สุขภาพจิต’ องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 2001) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สภาวะสุขภาพที่บุคคลรับรู้ศักยภาพของตน สามารถรับมือกับความเครียดในชีวิต สามารถทำงานให้เกิดประโยชน์และสร้างสรรค์ และสามารถทำประโยชน์ให้แก่สังคมของตนได้ รวมถึง กัญญา สุวรรณแสง (2538) ได้ให้ความหมาย ‘สุขภาพจิต’ ไว้ว่า ความสมบูรณ์ในด้านจิตใจ จิตใจปกติ เข้มแข็ง อารมณ์มั่นคง สามารถปรับตัวกายและใจให้ดุลยภาพกับสิ่งแวดล้อมและสังคม ดำรงชีวิตอยู่ด้วยความสุข จากนิยามที่กล่าวมาข้างต้น สุขภาพจิตจึงเป็นรากฐานของสุขภาพ และการทำงานที่อย่างมีประสิทธิภาพสำหรับบุคคลและสังคม ทั้งนี้ สุขภาพจิตของแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยในหลาย ๆ ด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยหลักฐานที่ชัดเจนที่สุดเกี่ยวกับปัจจัยเสี่ยงของปัญหาสุขภาพจิตที่พบทั้งในประเทศที่พัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา ได้แก่ ความยากจน ระดับการศึกษาต่ำ การมีรายได้น้อย ฯลฯ ที่ทำให้ประชาชนรู้สึกไม่มั่นคงปลอดภัยและสิ้นหวัง รวมไปถึง การเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นความเสี่ยงต่อปัญหา ความรุนแรง และความเจ็บป่วยทางกาย (Herrman, Saxena and Moodie, 2004 อ้างถึงใน ศุทธา เอื้ออภิสิทธิ์วงศ์ และคณะ, 2560)

สำหรับคุณลักษณะของผู้มีสุขภาพจิตที่ดี มักเป็นคนที่สามารถเผชิญปัญหาและปรับตัวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างดี ทั้งในสถานการณ์ปกติ และไม่ปกติ สามารถควบคุมอารมณ์ตนเองได้ มีเป้าหมายในชีวิตชัดเจน ไม่มีความรู้สึกสิ้นหวัง เนื่องจากเป็นคนคิดบวก มองโลกในแง่ดีอยู่เสมอ รวมถึงมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้อื่นมากกว่าผู้ที่มีสุขภาพจิตไม่ดี นอกจากนี้ การมีสุขภาพจิตดีและ

การมองโลกในแง่ดีนั้น ยังช่วยให้ปัญหาด้านสุขภาพหรือการเจ็บป่วยลดน้อยลงด้วย ทั้งนี้ สภาพแวดล้อมรอบตัว เป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวแปรกำหนดสุขภาพจิตของเรา ดังนั้น เราจึงควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนรอบข้าง ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน รวมถึงการรู้จักช่วยเหลือผู้อื่น สามารถเป็นที่พึ่งพาให้ผู้อื่นได้ในยามประสบปัญหา เราจะรู้สึกภาคภูมิใจ และมองเห็นคุณค่าในตัวเองมากขึ้น (กรมสุขภาพจิต, 2564ก)

อย่างไรก็ตาม แม้ปัญหาสุขภาพจิตเป็นปัญหาสากลที่ปรากฏขึ้นมานานแล้ว แต่ก็ยังคงเป็นปัญหาใหญ่ที่ทุกประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยกำลังเฝ้าหาแนวทางแก้ไขปัญหาอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ต่อเนื่องยาวนานจนถึงปัจจุบัน ประกอบกับเป็นช่วงเวลาของสังคมแห่งยุคดิสรรัปชั่น (Disruptive Era) หมายถึง ยุคสมัยแห่งการพลิกผันเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและรุนแรงอย่างคาดไม่ถึง (สันติธารเสถียรไทย, 2563) และเนื่องจากทุกอย่างเปลี่ยนแปลงแบบฉับพลัน จึงทำให้คนไม่สามารถปรับตัวให้ทันกับความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม รวมถึงสภาพแวดล้อมอันเร่งรีบ มีหน้าซ้ำ ความเครียดจากการรับมือกับสถานการณ์โรคโควิด-19 ส่งผลให้ประชากรจำนวนมากทั่วโลกประสบกับปัญหาสุขภาพจิตใจที่ยังคงทวีความรุนแรงมากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จึงเป็นปัจจัยเร่งให้เกิดการพลิกผัน (Disruption) เร็วยิ่งขึ้น และยังเป็นสาเหตุใหญ่ของการเกิดปัจจัยเสี่ยงด้านปัญหาสุขภาพจิตมากมาย ยกตัวอย่าง เช่น มาตรการสั่งปิดเมือง (Lockdown) กักตัวเพื่อลดโรคระบาด ทำให้ผู้คนใช้ชีวิตลำบากมากขึ้น ไม่สามารถออกจากบ้านไปทำงานได้ตามปกติ ส่งผลให้ถูกลดเงินเดือน ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจหลายแห่งไม่มีรายรับที่สามารถเลี้ยงคนในบริษัท นำไปสู่การเลิกจ้างและปิดกิจการ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้คนทั่วโลกเกิดความเครียด มีอาการวิตกกังวล ซึมเศร้า อยากรฆ่าตัวตาย (ธนิตา ทวีชศรี, 2564) หรือจะเป็นการที่คนใกล้ชิดเสียชีวิตจากการติดเชื้อโควิด-19 ทำให้ผู้คนทั่วโลกเกิดภาวะตึงเครียด มีอาการซึมเศร้า เพราะไม่สามารถปรับสภาพจิตใจจากการสูญเสียได้ เป็นต้น นอกจากนี้ ปัจจัยเสี่ยงในยุคดิสรรัปชั่นจากเทคโนโลยีการสื่อสาร สามารถทำให้เกิดการกลั่นแกล้งทางไซเบอร์ (Cyberbullying) ได้แก่ การถูกรังแก ดูถูก เหยียดหยามด้วยคำที่ไม่พึงประสงค์จากความคิดเห็นในสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เป็นต้น สามารถทำร้ายจิตใจให้เกิดความอับอาย หวาดกลัว สิ้นหวัง และหนักหนาที่สุดคือเกิดการทำร้ายตนเอง และฆ่าตัวตาย (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562) ซึ่งปัจจัยเสี่ยงที่กล่าวมานี้ ถือเป็นปัจจัยเร่งให้คนไทยในยุคโควิด-19 และยุคดิสรรัปชั่นได้รับผลกระทบ ทำให้เกิดปัญหาสุขภาพจิตที่แย่งลง ไม่มีความสุขในการ

ใช้ชีวิต นำไปสู่ปัญหาการใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาวะ และไม่สามารถพัฒนาตนเองให้เป็นผู้ที่มีศักยภาพ อันมีสาเหตุมาจากผลกระทบด้านจิตใจของประชาชนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เกิดภาวะเครียดสูง โรคซึมเศร้า นำไปสู่ความเสี่ยงในการฆ่าตัวตาย (ธเรศ กรัษนัยรวิวงศ์, 2564)

จากสถิติของหน่วยงานหลายแห่งที่สำรวจเกี่ยวกับปัญหาสุขภาพจิต อาทิ องค์การอนามัยโลก (WHO) ปี 2563 พบว่า สถานการณ์โรคระบาดสร้างผลกระทบต่อการใช้บริการด้านสุขภาพจิตที่สำคัญ คิดเป็นร้อยละ 93 ของ 130 ประเทศที่เข้าร่วมการสำรวจ (โพสท์ทูเดย์, 2564) ทั้งนี้ WHO (2020, อ้างถึงใน Parichat Chk (นามแฝง), 2564ข) ยังระบุอีกว่า ชาวอินเดียมีปัญหาสุขภาพจิต คิดเป็นร้อยละ 7.5 โดยประชากร 56 ล้านคน มีอาการซึมเศร้า และ 38 ล้านคน เป็นโรควิตกกังวล ในขณะที่ผลสำรวจจากมหาวิทยาลัยฮ่องกงและสถาบันศึกษาผู้สูงอายุโตเกียว ในช่วงเดือนกรกฎาคม ถึงเดือนตุลาคม 2020 ที่สถานการณ์โควิด-19 ระบาดระลอกสอง พบว่า อัตราการฆ่าตัวตาย รายเดือนเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 16 ผู้หญิงฆ่าตัวตายสูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 37 ผู้ชายฆ่าตัวตายสูงขึ้น 5 เท่า เด็กและวัยรุ่นฆ่าตัวตายเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 49 ซึ่งสาเหตุมาจากโรคระบาดทำให้ ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ส่งผลให้อัตราการฆ่าตัวตายของคนญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น (Parichat Chk (นามแฝง), 2564ก) สำหรับในประเทศไทย จากผลสำรวจความเครียดของประชาชนจากสถานการณ์ โควิด-19 ในปี 2563 ของศูนย์คุณธรรมร่วมกับกรมสุขภาพจิต พบว่า คนไทยเริ่มมีความเครียด วิตกกังวล อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 52 ซึ่งจากผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่า คนไทย ส่วนใหญ่เกิดปัญหาความเครียดมากขึ้น (กรมสุขภาพจิต, 2564ข) และจากผลสำรวจการติดตาม ผลกระทบด้านจิตใจของประชาชนในสถานการณ์โควิด-19 ด้วยระบบ Mental Health Check In ของกรมสุขภาพจิตในช่วงเดือนสิงหาคม ปี 2564 ซึ่งถือเป็นช่วงที่ประชาชนมีความเสี่ยงด้าน สุขภาพจิตสูงสุด พบว่า ประชาชนมีภาวะเครียดสูง คิดเป็นร้อยละ 45 เสี่ยงซึมเศร้า คิดเป็นร้อยละ 51.5 เสี่ยงฆ่าตัวตาย คิดเป็นร้อยละ 30.6 และมีภาวะหมดไฟ คิดเป็นร้อยละ 17.6 จากประชากร ทั่วประเทศ นอกจากนี้ จากการศึกษาผลวิจัยเชิงสำรวจเรื่องความเครียดของคนกรุงเทพฯ ในช่วง สถานการณ์โควิด-19 ช่วงเดือนมิถุนายน ปี 2563 ของเอยูโพล (AU Poll) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ยังพบว่า คนกรุงเทพฯ มีความเครียดเกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์โควิด-19 คิดเป็นร้อยละ 83.1 จากประชากรทั้งหมดของกรุงเทพมหานคร ยิ่งไปกว่านั้น ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอัตราการ ฆ่าตัวตายเป็นอันดับ 1 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 โดยผลสำรวจจาก องค์การอนามัยโลก (WHO) ปี 2019 ระบุว่า การฆ่าตัวตายของไทยรายปีคิดเป็นร้อยละ 14.4

ต่อ 100,000 คน ขณะที่เฉลี่ยแล้วในระดับโลก คิดเป็นร้อยละ 10.5 ต่อ 100,000 คน และทุก ๆ 10 นาที จะมีการพยายามฆ่าตัวตายในไทย (Parichat Chk (นามแฝง), 2564ค)

จากสถิติข้างต้นจะเห็นว่า ปัญหาสุขภาพจิตเป็นเรื่องใหญ่และกำลังเกิดขึ้นในทุกประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยที่มีแนวโน้มจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้น การหาแนวทางหรือวิธีป้องกันปัญหาด้านสุขภาพจิตจึงเป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นอย่างเร่งด่วน โดยปัจจุบัน ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน มีความพยายามอย่างยิ่งในการแก้ไขปัญหาสุขภาพจิตใจของประชาชนชาวไทย สำหรับหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมสุขภาพจิต ที่ได้มีแนวทางการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น อาทิ การจัดช่องทางให้บริการทาง Facebook: กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข สุข และ Line Official (@1323forthai) ซึ่งที่ผ่านมาพบว่า ประชาชนทั่วไปเข้าใช้บริการถึง ร้อยละ 61 ซึ่งจากสถิติที่เพิ่มสูงขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการที่พึงพอใจด้วยการรับคำปรึกษาที่มากขึ้น ตามสถานะที่บีบคั้นในปัจจุบัน นอกจากนี้ การใช้บริการปรึกษาปัญหาสุขภาพจิตผ่านแอปพลิเคชัน Mental Health การประเมินผล “วัดใจ” ตัวเอง ผ่านช่องทาง <https://checkin.dmh.go.th> หรือการใช้บริการ “แชทบอท” (Chatbot) โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่จำลองบทสนทนาของมนุษย์ เพื่อประเมินภาวะซึมเศร้า (โพสต์ทูเดย์, 2564ข) ที่จะเข้ามาช่วยดูแลความเครียดของคนไทย มีหน้าที่ช่วยคัดกรองความเสี่ยงต่อปัญหาสุขภาพจิตและมีคำแนะนำเบื้องต้น และจัดหาบุคลากรดูแลต่อเนื่องระยะยาว เพื่อเข้าถึงบริการด้านสุขภาพจิตได้อย่างรวดเร็ว ในส่วนของภาคเอกชนก็ได้มีการร่วมมือระหว่างภาครัฐ และองค์กรวิชาชีพในการพัฒนาบริการด้านสุขภาพจิตและจิตเวชในประเทศไทย ยกตัวอย่าง โรงพยาบาลเอกชนบางแห่งให้การสนับสนุนความร่วมมือทางด้านการพัฒนาบริการ การศึกษาอบรม พัฒนาวิชาการ พัฒนาบุคลากร การทำวิจัย รวมถึงการพัฒนาเครือข่ายสุขภาพภาคประชาชน ทั้งในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน หรือจะเป็นการผลิตคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องแนวทางในเสริมสร้างสุขภาพจิตบนช่องทางยูทูป เช่น รายการ Better Together ของโรงพยาบาลกรุงเทพ เป็นต้น ดังนั้น การพัฒนาความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน หรือภาคประชาชนจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การสาธารณสุขบ้านเราเจริญพัฒนาทัดเทียมนานาชาติ และเหนือกว่าหลายประเทศ (ศุภย์จิตร์รักษ์ โรงพยาบาลกรุงเทพ, ม.ป.ป.)

นอกจากแนวทางแก้ไขของภาครัฐและภาคเอกชนที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ ในส่วนภาคประชาชนที่เข้ามาแก้ไขปัญหาสุขภาพจิตก็มีหลายส่วนเช่นกัน อาทิ การปรากฏตัวขึ้นของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งเริ่มต้นจากสื่อดั้งเดิม ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร ฯลฯ ไปสู่การปรากฏตัวบนช่องทางออนไลน์ที่ปัจจุบันกลายเป็นสื่อช่องทางหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การอุบัติขึ้น

ของโรคโควิด-19 ที่จะต้องมีการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ด้วยการลดปฏิสัมพันธ์ ใกล้ชิดระหว่างตัวเรากับบุคคลอื่น ดังนั้น จึงทำให้คนไทยเกิดพฤติกรรมการแสวงหาความผ่อนคลาย จากความเครียด รวมไปถึงภาวะซึมเศร้า ผ่านการรับชมสื่อที่มีเนื้อหาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ จำนวนมากขึ้น นั่นคือ การเปิดรับสารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงบันดาลใจผ่านสื่อมวลชนรวมถึง สื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญอีกประการหนึ่งที่คนไทยนิยมในปัจจุบัน เนื่องจากมี คอนเทนต์ของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจมากมายที่ช่วยคลี่คลาย บำบัดความรู้สึกขัดแย้ง ความตึงเครียดต่าง ๆ ในจิตใจ และช่วยสร้างแรงบันดาลใจแก่คนไทย โดยการแก้ไขปัญหาจิตใจ จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน จนในที่สุด การได้รับความร่วมมือดังกล่าว นำไปสู่การสร้างคอนเทนต์ขึ้นเอง (Self-Generated) อย่างหนึ่งที่มีคน ลูกขึ้นมาให้กำลังใจซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะการให้กำลังใจคนในสังคมที่กำลังประสบปัญหาในชีวิตมี แสงสว่างมากขึ้น

ในปัจจุบันแพลตฟอร์มของเนื้อหาและรูปแบบที่ได้รับความนิยมในหมู่คนไทยมากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ยูทูบ (YouTube) จากผลสำรวจของ Google Thailand ร่วมกับ TNS ระบุว่า คนไทยคิดเป็น ร้อยละ 81 เลือกยูทูบเป็นอันดับแรกเมื่อต้องการรับชมวิดีโอ (เว็บไซต์ มาร์เก็ตติ้งอุปลัส, 2559) ซึ่งปัจจุบันมีปรากฏคอนเทนต์บนยูทูบจำนวนมากที่มีคุณภาพ และมีประเภทของเนื้อหาสารที่ หลากหลาย โดยเฉพาะคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ได้รับความนิยม ตัวอย่างเช่น ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ, ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร, บัณฑิต อึ้งรังษี, โค้ชจีบ อดิگانต์ หนูนภักดิ์, จีนา จีน่าฟู เป็นต้น ผ่านคลิปวิดีโอบนสื่อออนไลน์ยูทูบ (YouTube) อย่างไรก็ตาม ญัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2558) อธิบายไว้ว่า คอนเทนต์ที่ดีและมีคุณภาพ ควรประกอบไปด้วย 3 คุณลักษณะ ได้แก่ 1.สร้างแรงบันดาลใจกับคน (Inspire People) 2. อธิบายและสร้างทักษะใหม่ๆ ให้กับคน (Instruct People) และ 3.ให้ข้อมูลน่าสนใจกับคน (Inform People) ซึ่งคอนเทนต์ดังกล่าวจะต้อง สามารถกระตุ้นให้คนดูเกิดความเชื่อ สร้างกำลังใจ เชื่อมต่อกับความรู้สึกลึก ๆ หรือเชื่อมโยงกับ ประสบการณ์ชีวิตของพวกเขา สอนทักษะให้เข้าใจง่ายและสามารถนำไปใช้ได้จริง ที่สำคัญจะต้องให้ ข้อมูลบางอย่างที่น่าสนใจ เข้าถึง (Insight) และคาดไม่ถึง จึงจะเป็นลักษณะของคอนเทนต์ที่น่าจะ ดึงดูดและสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งคอนเทนต์ของนักพูดสร้าง แรงบันดาลใจเช่นนี้ได้รับกระแสความนิยมจากคนไทยในปัจจุบัน โดยสังเกตได้จากผลตอบรับ (feedback) จากคอมเมนต์ของเยาวชนบนโซเชียลมีเดียหลังจากการรับชมคลิปวิดีโอของนักพูดสร้าง แรงบันดาลใจ โดยยกตัวอย่างคอมเมนต์บางส่วน เช่น ฟังแล้วรู้สึกมีกำลังใจขึ้น รู้สึกได้รับพลังบวก

มากขึ้น รู้สึกเห็นทางออกของชีวิตมากขึ้น ขอบคุนที่มาแชร์วิธีคิด ข้อคิดดี ๆ ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้จริง เป็นต้น (ตัวอย่างคอมเมนต์จากช่อง Auditorium และ ชุนเขามีคำตอบ) สอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธธัญญ์ บุญเต็ม และพรทิพย์ เย็นจะบก (2563) ซึ่งกล่าวอีกว่า จากการสำรวจความคิดเห็นของคนไทยที่รับชมคอนเทนต์ที่มีเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจได้รับประโยชน์มากมายอีก โดยเฉพาะเรื่องความคิด ค่านิยม พบว่า ผู้ฟังได้รับความคิดในแง่บวก มองโลกในแง่ดีขึ้น พร้อมเข้าใจคนอื่น และสามารถยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างได้ รวมไปถึงมีผลตอบรับจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในทางที่ดีขึ้น ฯลฯ ทำให้ปัญหาสุขภาพจิตได้รับการคลี่คลาย เยียวยาปัญหาในจิตใจ รวมถึงสามารถช่วยเสริมสร้างสุขภาพจิตของคนไทยให้ดียิ่งขึ้น เพื่อสร้างภาวะความสมบูรณ์ทางด้านจิตใจให้พัฒนาสู่การเป็นผู้มีศักยภาพในอนาคต

จากการศึกษาที่ผ่านมาในประเทศไทยเกี่ยวกับเนื้อหาการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของวริฐฐา ศรีช่วย (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลวิธีการใช้ภาษาของไลฟ์โค้ช โดยการวิเคราะห์ลักษณะของทำเนียบภาษา รวมถึงการสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทำเนียบภาษากับเนื้อหาต่างประเภทในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ หรืองานวิจัยของสุทธธัญญ์ บุญเต็ม และ พรทิพย์ เย็นจะบก (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับเอกลักษณ์ และวิธีการนำเสนอของเหล่านักพูดสร้างแรงบันดาลใจจากภาษาที่ใช้ รวมถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏผ่านสื่อออนไลน์ รวมไปถึง งานวิจัยของเอริกา เอกวารีสกุล และ ปัทมา พัฒน์พงษ์ (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างสัมพันธ์สารการพูดสร้างแรงบันดาลใจในภาษาไทย โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ ได้แก่ 1) ส่วนนำ เพื่อเกริ่นนำเข้าสู่เนื้อหาของการพูด 2) ส่วนเนื้อหา เพื่อกล่าวถึงประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารกับผู้ฟัง ด้วยการเล่าประสบการณ์ การให้คำแนะนำ และ 3) ส่วนสรุป เพื่อกล่าวสรุปเนื้อหา และการกล่าวลาอย่างไรก็ตาม จากการศึกษาวิจัยในอดีต ยังไม่เคยมีการศึกษาเจาะจงในเรื่องประเภทเนื้อสาร (Message category) เช่น เนื้อสารที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ความสำเร็จ หรือการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ หรือเนื้อหาที่ใช้จุดจูงใจเชิงอารมณ์ เช่น ความรัก ความกลัว ความต้องการการยอมรับในการสร้างให้เกิดการตอบสนองเชิงพฤติกรรม ของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจในช่วงภาวะวิกฤตของสังคม โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 โดยผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงประเภทของเนื้อสารของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ช่วยเสริมสร้างสุขภาพจิตแก่คนไทย จึงนำมาสู่คำถามนำวิจัยข้อที่ 1 ว่า ประเภทของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร

นอกจากนี้ ในบริบทสังคมตะวันตก มีการศึกษาเกี่ยวกับเนื้อสารที่น่าจดจำ (Memorable Messages) ซึ่งหมายถึง การสื่อสารที่มีอิทธิพลประเภทหนึ่งที่ส่งผลอย่างลึกซึ้งต่อทัศนคติและพฤติกรรม (Teresa L. Thompson, 2014 อ้างถึงใน เว็บไซต์ Sage Knowledge) ในเรื่องนี้ Cynthia Stohl (1986) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเนื้อสารที่น่าจดจำในกระบวนการขัดเกลาทางสังคมในองค์กร เพื่อตรวจสอบโครงสร้าง รูปแบบ และลักษณะของเนื้อหาและบริบทของเนื้อสารที่น่าจดจำที่ส่งภายในการตั้งค่าขององค์กร อันจะนำไปสู่การเกิดความรู้สึก นึก คิด รวมไปถึงการมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงภายในตัวบุคคล องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ที่สร้างสรรค์เนื้อสาร (messages creator) สามารถสร้างเรื่องราวให้มีองค์ประกอบที่จะนำไปสู่การสร้างแรงบันดาลใจและเห็นผลตอบรับในการเปลี่ยนแปลงความคิดของคนไทยเพื่อแก้ไขปัญหาสุขภาพจิตให้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาวิจัยในอดีต ยังไม่เคยมีการศึกษาเจาะจงในเรื่องคุณลักษณะเนื้อสารของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจในช่วงภาวะวิกฤตของสังคม โดยเฉพาะ ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 ที่สังคมโลก และสังคมไทยเกิดการพลิกผันในทุกมิติ และส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตของผู้คนมาก่อน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาโดยตั้งคำถามนำวิจัยข้อที่ 2 ว่า คุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร โดยในการศึกษานี้มีคำถามนำวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1.2 คำถามนำวิจัย

1.2.1 ประเภทของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 เป็นอย่างไร

1.2.2 คุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 เป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

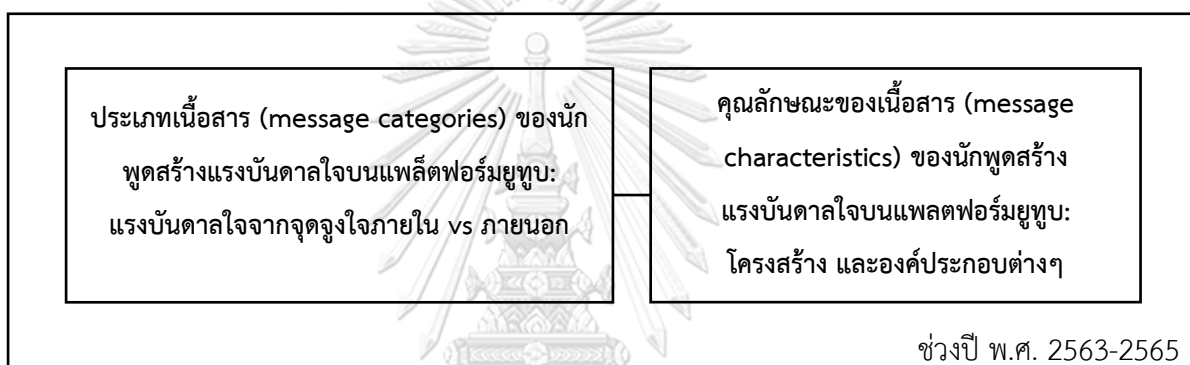
1.3.1 เพื่อศึกษาประเภทของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565

1.3.2 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565

1.4 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูปที่สร้างแรงบันดาลใจและ/ หรือได้รับความนิยมสูงในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 ใช้วิธีวิจัยแบบวิเคราะห์ข้อความ (Textual analysis) เพื่อวิเคราะห์ ค้นหาองค์ประกอบย่อยๆ จัดประเภท และสร้างเป็นกรอบแนวคิดโครงสร้างของเนื้อหาสารของนักพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ จำนวนทั้งหมด 25 คลิป โดยอาศัยแนวคิดเนื้อหาสาร (Messages) การสร้างความเชื่อมโยงกับผู้ฟังในการสร้างแบบวิเคราะห์ข้อมูล (Coding Sheet) นำเสนอผลการศึกษาในเชิงพรรณนาวิเคราะห์ เก็บข้อมูลในช่วงเดือนมีนาคม – เมษายน พ.ศ.2565

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 เนื้อสาร หมายถึง เรื่องราวหรือข้อมูลความรู้ ความรู้สึก นึก คิด ที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจต้องการส่งให้ผู้ฟังเพื่อส่งต่อแรงบันดาลใจ ในวิจัยชิ้นนี้คือ ภาษา เนื้อหาสารของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ

1.6.2 ประเภทของเนื้อหาสาร หมายถึง แนวทางการนำเสนอเนื้อหาสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ โดยมีการแบ่งประเภทตามแนวคิดจุดจูงใจ (Appeals) หรือรางวัล (Rewards) ที่ใช้ในการสร้างเนื้อหาว่าเป็นการสร้างแรงบันดาลใจจากภายใน เช่น การพัฒนาศักยภาพตนเอง การสร้างทัศนคติ หรือจากภายนอก เช่น ความสำเร็จ การก้าวไปทำสิ่งใหม่ ๆ การได้รับการยอมรับ เป็นต้น

1.6.3 คุณลักษณะของเนื้อหาสาร หมายถึง โครงสร้าง และองค์ประกอบต่างๆ ในเนื้อหาสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ได้แก่ การเกริ่นเรื่อง เนื้อหาหลัก การเชื่อมโยง และการสรุปปิดท้าย รวมถึง ตัวอย่าง ข้อคิด คำคม การเปรียบเทียบเปรียบเทียบ และเรื่องเล่าประกอบ เป็นต้น

1.6.4 นักพูดสร้างแรงบันดาลใจ หมายถึง นักพูด หรือบุคคลที่ทำหน้าที่ให้คำแนะนำ คำปรึกษา รวมถึงแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง

1.6.5 ช่องทางยูทูป หมายถึง แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นพื้นที่ในการแสดงเนื้อหา สื่อในรูปแบบภาพเคลื่อนไหวและเสียงที่กำลังได้รับความนิยม

1.6.6 ช่วงปี พ.ศ.2563-2565 หมายถึง บริบทเวลาที่คนในสังคมไทยได้รับผลกระทบ ด้านสุขภาพจิตใจจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ประโยชน์ทางวิชาการ

1) เป็นการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับประเภทของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้แก่คนไทยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

2) การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้แก่คนไทยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

1.7.2 ประโยชน์เชิงวิชาชีพ

1) สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อนำเสนอคลิปวิดีโอบนสื่อออนไลน์ที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้แก่คนไทยในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ช่วยเสริมสร้างสุขภาพจิตใจให้สมบูรณ์ เพื่อพัฒนาสู่การเป็นผู้มีศักยภาพในอนาคต

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565” มีวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาประเภทของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 ในการตอบวัตถุประสงค์การศึกษาแต่ละข้อ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎี แนวคิด รวมถึงการศึกษาตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นกรอบในการวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ว่า “เพื่อศึกษาประเภทของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565” และคำถามนำวิจัยข้อที่ 1 ว่า “ประเภทของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร”

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประเภทเนื้อหาสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ (Types of Inspirational Message)

เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ว่า “เพื่อศึกษาประเภทของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565” และคำถามนำวิจัยข้อที่ 1 ว่า “ประเภทของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร”

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโครงสร้าง (Structure) และองค์ประกอบ (Component) ของเนื้อหาสาร/ เทคนิคทางวจนภาษา (Verbal Techniques)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์คณะแห่งความคิด (Faculties of the Minds) และการเชื่อมโยง (Association)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 ว่า “เพื่อศึกษาคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565” และคำถามนำวิจัยข้อที่ 2 ว่า “คุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร”

ตอบคำถามวิจัยข้อ 1 “เพื่อศึกษาประเภทของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565”

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration)

2.1.1 นิยามและความสำคัญของแรงบันดาลใจ

นิยามของแรงบันดาลใจ

Surbhi S. (2018) ให้นิยามของคำว่า 'แรงบันดาลใจ' หมายถึง กระบวนการที่มีอิทธิพลหรือปลุกใจซึ่งกระตุ้นผู้คนทั้งจิตใจและอารมณ์ของผู้คนให้ทำสิ่งที่สร้างสรรค์หรือพิเศษ เมื่อมนุษย์ต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่แตกต่างออกไป ความปรารถนาที่จะทำให้เกิดจากภายในใจ อย่างไรก็ตาม แรงกระตุ้นดังกล่าวขึ้นอยู่กับระบบค่านิยม ความเชื่อ ประสบการณ์ชีวิต จินตนาการ ความชอบ ความทะเยอทะยาน และความรู้สึกอื่น ๆ ที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งจะทำให้เรารู้สึกดีขึ้น

ภูเบศร์ สมุทรจักร (2552) ได้กล่าวไว้ว่า คำว่า “Inspiration” ที่แปลว่า “แรงบันดาลใจ” มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน คำว่า Spirare (สปีราเร่) หมายถึง ลมหายใจ ซึ่งเป็นรากศัพท์ของคำว่า Spirit ที่แปลว่าจิตวิญญาณ คำกริยา “To Inspire” โดยรากศัพท์แปลว่า “การผ่านลมหายใจหรือการ ผ่านจิตใจของหนึ่งเข้าไปในอีกคนหนึ่งลมหายใจ” หรือจิตใจที่ผ่านเข้าไปนี้จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้รับนั้น ดำเนินชีวิตอยู่ได้ และเป็นลมหายใจในลักษณะเดียวกันกับผู้สร้างแรงบันดาลใจนั้น ทำให้ผู้ที่ได้รับแรงบันดาลใจคิด และทำตามอย่างด้วยความศรัทธา ด้วยความมานะพยายามอย่างไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย เพื่อให้ตนเองเหมือนกับแรงบันดาลใจที่ได้รับ

ความหมายนี้สอดคล้องกับ น้ำทิพย์ วิภาวิน (อ้างถึงใน ดุษฎี โยเหลา, วิไล ลักษณะ ลังกา, ศรีณย์ พิมพ์ทอง และนริศรา พิงโพธิ์สม, 2556) ซึ่งกล่าวว่า แรงบันดาลใจ หมายถึง พลังอำนาจที่มีความสามารถพิเศษที่สามารถขับเคลื่อนความนึกคิด และส่งผลไปถึงขับเคลื่อนการกระทำที่บุคคลมีความต้องการได้ โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยแรงจูงใจภายนอกที่จะสร้างให้เกิดแรงจูงใจภายในเพื่อที่จะกระตุ้นสามารถขับเคลื่อนความนึกคิด และส่งผลไปถึงขับเคลื่อนการกระทำให้ทำในสิ่งที่ต้องการ ไม่ว่าจะสิ่งที่ต้องการนั้นจะมีความยากมากเท่าใด

Anacamee (2555 อ้างถึงใน ภัทรพร ภูริวังสกุล, 2562) ได้ขยายความหมายของแรงบันดาลใจอีกว่า เป็นจุดเริ่มต้นของความปรารถนาพิเศษจำเพาะ ซึ่งอยู่เหนือกว่า ความปรารถนาพื้นฐานทั่วไป เพราะแรงบันดาลใจไม่ได้เกิดขึ้นบ่อย ๆ แต่ต้องมีจังหวะ และวังที่บุคคล เห็นว่าพิเศษจนก่อให้เกิดเจตจำนงอันแน่วแน่ว่าจะคิดหรือทำ แรงบันดาลใจจึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ยาก เพราะต้องอาศัยศักยภาพ และความพยายามอันมหาศาลเพื่อที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จดังกล่าวได้

ความสำคัญของแรงบันดาลใจ

"แรงบันดาลใจ" ทำให้เรามีแรงขับเคลื่อน ทั้งร่างกาย แรงใจในการผลักดันตนเอง ไม่ว่าจะ เป็นจากความคิดหรือการกระทำเพื่อให้เราเดินไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้สำเร็จ ซึ่งในการดำเนินชีวิต ของคนเราต้องมีพลังช่วยขับเคลื่อนไปในทิศทางที่ปรารถนา หากในสังคมเราจะมีแหล่งเติมพลังชีวิตให้ ผู้คนได้ก็คงเป็นแหล่งที่ "สร้างแรงบันดาลใจ" ดังนั้นแรงบันดาลใจที่มาจากชีวิตจริง จึงถือเป็นแรง บันดาลใจที่มีค่าและมีความหมาย (พัชรี บอนคำ, 2560)

เฉลิมชัย บุญยะลีพรรณ (2557, อ้างถึงใน ภัทรพร ภูริวงสกุล, 2562) มีความเชื่อว่า ผลที่ได้รับแรงบันดาลใจเป็นปัจจัยสำคัญให้การประสบความสำเร็จ เพราะเป็นเสมือนภูมิคุ้มกันด้านลบ และการมีแรงบันดาลใจนั้นจะ ช่วยทำให้คนที่ขาดแรงบันดาลใจให้กลับมาแรงบันดาลใจเกิดขึ้นซึ่ง ส่งผลให้ช่วยในเรื่องการเรียน การทำกิจกรรม ความมีระเบียบ และการใช้ชีวิตส่วนตัว

2.1.2 นิยามและความสำคัญของการพูดสร้างแรงบันดาลใจ

นิยามของการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Speech)

Buapian (1994 อ้างถึงใน เอธิกา เอกวารีสกุล, 2562) กล่าวไว้ว่า การพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Speech) เป็นการพูดในที่สาธารณะ (Public Speaking) โดย Buapian ได้ให้ความหมายของการพูดสร้างแรงบันดาลใจว่า หมายถึง การพูดเพื่อชักจูงใจผู้ฟังอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นการพูดเพื่อถ่ายทอดข้อเท็จจริง ความคิดเห็น และ ความรู้สึกของผู้พูดไปสู่ผู้ฟัง และเป็นการพูดเพื่อให้ผู้ฟังเกิดแรงจูงใจหรือได้แนวคิดบางอย่าง และจุดมุ่งหมายของการพูดประเภทนี้คือการทำให้ผู้ฟังเห็นด้วยและเปลี่ยนความคิดหรือท่าที และยอมกระทำตามสิ่งที่ผู้พูดพูด

Prasanna (2021) ได้ให้อธิบายคำว่า การพูดที่สร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational speech) ว่าเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังที่สามารถใช้เพื่อกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจ และใช้เพื่อส่งเสริม การมองโลกในแง่ดี ความหวัง หรือส่งเสริมการเปลี่ยนแปลง โดยปกติ การพูดที่สร้างแรงบันดาลใจ จะถูกนำเสนอในฉากที่เป็นทางการ เช่น การกล่าวสุนทรพจน์ในพิธีสำเร็จการศึกษา และสามารถ กล่าวในกิจกรรมอื่น ๆ เช่น งานแต่งงานหรืองานปาร์ตี้ นอกจากนี้ การพูดที่สร้างแรงบันดาลใจยังเป็นกิจกรรมที่กระตุ้นอารมณ์ซึ่งออกแบบมาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ฟังผ่านเรื่องราว ความคิด และแนวคิดของผู้พูด บางครั้ง เป้าหมายของการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ไม่ได้เป็นเพียงการกระตุ้น ให้ผู้ฟังเท่านั้น แต่ยังสร้างแรงบันดาลใจให้พวกเขาด้วยความหวังและแนวคิดใหม่ ๆ ที่สามารถนำไปสู่ การเปลี่ยนแปลงได้

ความสำคัญของการพูดสร้างแรงบันดาลใจ

การพูดสร้างแรงบันดาลใจ เป็นการสื่อสารด้วยการใช้คำพูดเพื่อสร้างแรงจูงใจ โน้มน้าวใจให้มีพฤติกรรมหรือกระบวนการคิดที่เปลี่ยนแปลงไปในทางเชิงบวก โดยมีจุดประสงค์หรือเป้าหมายที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมของผู้คนให้ไปในทางที่ดีขึ้น สร้างพลังแรงขับเคลื่อนให้แก่ผู้ฟังมีร่างกายแข็งแรงใจในการใช้ชีวิตต่อไป

2.1.3 ความแตกต่างและความเชื่อมโยงระหว่างการสร้างแรงจูงใจ (Motivation) กับการสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration)

ในทางจิตวิทยา การสร้างแรงบันดาลใจมีความแตกต่างจากการสร้างแรงจูงใจ อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน ทั้งผู้ส่งสารคือนักพูด/นักสื่อสาร และผู้รับสารส่วนใหญ่ไม่ได้จำแนกประเภทอย่างชัดเจน อีกทั้งเรียกการสื่อสารทั้ง 2 ลักษณะว่า “การสร้างแรงบันดาลใจ” ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงประเภทการพูดทั้ง 2 ลักษณะ โดยในส่วนนี้ จะกล่าวถึงความแตกต่างระหว่างการสร้างแรงจูงใจ กับการสร้างแรงบันดาลใจ และความเชื่อมโยงระหว่าง 2 แนวคิดนี้ ดังนี้

นิยามของแรงจูงใจ

Kidd (1973 อ้างถึงใน กนกพร กระจ่างแสง, 2560) ได้อธิบายว่า “แรงจูงใจ” มาจากคำกริยาในภาษาละตินว่า “Movere” ซึ่งมีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “to move” อันมีความหมายว่า “เป็นสิ่งที่โน้มน้าวหรือชักจูงบุคคลให้เกิดการกระทำหรือปฏิบัติการ (To move a person to a course of action)

Lovell (1980, อ้างถึงใน รุสนิดา ยูนิ, 2563) ให้นิยามของแรงจูงใจว่า เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความมานะพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ”

Surbhi (2018) ได้อธิบายว่า ‘แรงจูงใจ’ เป็นแนวคิดทางจิตวิทยา หมายถึง สิ่งเร้าหรือแรงที่กระตุ้นบุคคลให้เกิดการดำเนินการหรือปฏิบัติบางสิ่งบางอย่าง และเป็นสิ่งที่สามารถชักจูง โน้มน้าวใจให้มนุษย์ประพฤติและปฏิบัติในลักษณะเฉพาะเจาะจง นอกจากนี้ยังเป็นกระบวนการในการให้เหตุผลกับคนผู้ที่จะปฏิบัติหรือบรรลุเป้าหมายบางสิ่งบางอย่าง แรงจูงใจบังคับให้เราตั้งเป้าหมายบนพื้นฐานของสิ่งที่เรารู้สึกว่าควรทำและเกี่ยวข้องกับกองกำลังที่หลากหลาย เช่น จิตวิทยา ชีวภาพ สังคม ฯลฯ ที่ทำให้อารมณ์ของคน ๆ หนึ่งรุนแรงขึ้น เช่น ความต้องการ ความปรารถนา ความหวัง โดยกระตุ้นให้พวกเขากระทำหรือปฏิบัติบางอย่างซึ่งจะส่งผลให้บรรลุเป้าหมายในระยะสั้น

ความสำคัญของแรงจูงใจ

จอมพงศ์ มงคลวนิช (2556 อ้างถึงใน ภูมิภัทร สุวรรณศรี, 2560) สรุปความสำคัญของแรงจูงใจไว้ 2 ประการคือ แรงจูงใจส่งเสริมให้ทำงานสำเร็จเป็นแรงผลักดันให้เกิดการแสดงพฤติกรรมที่ต้องการและแรงจูงใจกำหนดแนวทางของพฤติกรรมซึ่งควรเป็นไปในรูปแบบใดให้ตรงทิศทางเพื่อที่จะบรรลุเป้าประสงค์ของหน่วยงานหรือองค์กร

ความแตกต่างที่เป็นจุดสำคัญระหว่างแรงจูงใจและแรงบันดาลใจ

Surbhi (2018) กล่าวถึง ความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจและแรงบันดาลใจ สามารถเข้าใจได้อย่างชัดเจนโดยอ้างอิงประเด็นต่อไปนี้:

1. แรงจูงใจ หมายถึง กระบวนการกระตุ้นให้บุคคลให้เกิดการดำเนินการหรือปฏิบัติอย่างชัดเจนเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ในขณะที่แรงบันดาลใจ หมายถึง การกระทำที่มีอิทธิพลต่อผู้คนทางจิตใจและอารมณ์ให้ทำในสิ่งที่สร้างสรรค์
2. แรงจูงใจ คือ สิ่งที่กระตุ้นหรือชักจูงให้บุคคลลงมือทำ ในขณะที่แรงบันดาลใจคือสิ่งที่ดึงหรือนำพาบุคคลไปสู่บางสิ่งที่ปรารถนา
3. แรงจูงใจสร้างความรู้สึกรู้สึกต่อต้านและความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่แรงบันดาลใจให้ความรู้สึกตื่นเต้นและไม่ต้องใช้ความพยายาม
4. แรงจูงใจนั้นมีช่วงอายุสั้น และชั่วคราว กล่าวคือ แรงจูงใจจะให้ความรู้สึกที่ดี ตื่นเต้นที่จะทำอะไรบางอย่างในระยะสั้น หลังจากนั้นไม่นานความต้องการก็จะเริ่มลดลง ในขณะที่แรงบันดาลใจนั้นมีความคงทนถาวรในธรรมชาติ ซึ่งจะอยู่ในตัวเราและทำให้เราเกิดความมุ่งมั่นจนกว่าเราจะบรรลุเป้าหมาย
5. แรงจูงใจมาจากแหล่งที่มาภายนอกซึ่งอาจเป็นรางวัล การยอมรับ การชื่นชม ฯลฯ ที่ตนเองได้รับ ในขณะที่แหล่งที่มาของแรงบันดาลใจจะมาจากภายใน เป็นความปรารถนาลึก ๆ นั้นจะปรากฏอยู่ภายในตัวเรา
6. แรงจูงใจเป็นสัญชาตญาณโดยเจตนาหรือมีการวางแผนการดำเนินการ ในขณะที่แรงบันดาลใจ เป็นแรงกระตุ้นนั้นเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ
7. แรงจูงใจเกิดจากสาเหตุหลายประการ เช่น ความคาดหวังจากตนเอง หรือของสังคม ภาระหน้าที่ และแรงกดดันจากคนรอบข้างที่ผลักดันให้บุคคลทำบางสิ่ง ในขณะที่แรงบันดาลใจเกี่ยวข้องกับการเรียกร้องจากธรรมชาติ และเป็นธรรมชาติที่เกิดจากจิตใจส่วนลึกภายในตัวเรา

ความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจและแรงบันดาลใจสามารถจำแนกได้ดังตารางเปรียบเทียบต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 ตารางการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างแรงจูงใจและแรงบันดาลใจ (Surbhi, 2018)

พื้นฐานสำหรับการเปรียบเทียบ (COMPARISON)	แรงจูงใจ (MOTIVATION)	แรงบันดาลใจ (INSPIRATION)
ความหมาย	สิ่งที่กระตุ้น จูงใจให้บุคคลเกิดการกระทำบางอย่างเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย/ เป็นพลังอำนาจภายนอกที่อยู่เพียงชั่วคราว แบ่งเป็นแรงจูงใจภายนอกและภายใน	พลังอำนาจที่มีอิทธิพลต่อจิตใจและอารมณ์ สามารถขับเคลื่อนความนึกคิด และส่งผลไปถึงขับเคลื่อนการกระทำที่บุคคลต้องการให้บรรลุผลสำเร็จ/เป็นพลังอำนาจภายในที่มาจากจิตวิญญาณแก่นแท้ของตัวเอง
แรง	แรงกระตุ้น, แรงผลักดัน (Push)	แรงดึงดูด, แรงขับเคลื่อน (Pull)
อารมณ์	ต่อต้าน ชัดขึ้น	ความรู้สึกตื่นเต้นและไม่ต้องใช้ความพยายาม
ช่วงอายุ	อายุสั้น, ชั่วคราว (Temporary)	ไม่มีสิ้นสุด, นิรันดร (Infinity)
ความรู้สึก	ถูกบังคับ (เชิงบวกและเชิงลบ)	ได้รับแรงขับเคลื่อนใจ (เชิงบวก)
แหล่งที่มา	ภายนอก (External)	ภายใน (Internal)
แรงกระตุ้นในการกระทำ	โดยเจตนา ผ่านการคิดใคร่ครวญอย่างระมัดระวัง	โดยตามธรรมชาติ, โดยสัญชาตญาณ, โดยจิตวิญญาณแก่นแท้
เหตุผล	ความคาดหวังหรือความคาดหวังทางสังคม ภาระหน้าที่ และแรงกดดันจากคนรอบข้างที่ผลักดันให้ต้องทำบางสิ่ง	การเรียกร้องตามธรรมชาติซึ่งมาจากจิตใจส่วนลึกในตัวเอง

อย่างไรก็ตาม ทั้งสองแนวคิดมีความเชื่อมโยงกัน กล่าวคือ **แรงบันดาลใจนั้นมีความคล้ายคลึงกับแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation)** จะพบว่า แรงบันดาลใจสามารถเกิดขึ้นจากจิตใจภายในที่บุคคลสร้างขึ้นด้วยตัวเอง โดยไม่ต้องการรางวัล หรือปัจจัยภายนอกมาเป็นสิ่งกระตุ้นจูงใจ เช่น บุคคลที่เห็นคุณค่าในตนเอง อยากพัฒนาตนเองให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งใจ ฯลฯ เช่นเดียวกับแรงจูงใจภายใน

โดยสรุป แรงบันดาลใจและแรงจูงใจภายในมีความเชื่อมโยงกันในแง่ของการทำงาน แต่สำหรับแรงจูงใจภายนอกก็เป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้บุคคลเกิดความต้องการ ความปรารถนาที่จะทำเป้าหมายให้สำเร็จ กล่าวได้ว่า แรงจูงใจภายนอกนั้น เกิดขึ้นจากปัจจัยภายนอก เช่น รางวัล ผลตอบแทน หรือแรงกดดันจากบุคคลอื่น จนทำให้เกิดการกระทำบางอย่าง บางครั้งอาจเกิดจากการถูกบังคับ ซึ่งแตกต่างจากแรงบันดาลใจและแรงจูงใจภายใน ที่เกิดจากจิตวิญญาณที่เป็นแก่นแท้ ทำให้รู้สึกประทับใจ เลื่อมใส ศรัทธาในความนึกคิด นำไปสู่การปฏิบัติตามหนทางที่คาดว่าจะนำไปสู่เป้าหมายให้สำเร็จ

นิยามของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ

เมธประจักษ์ เต็มกิจจรสุข และคณะ (2563) ให้ความหมายของ ‘นักพูดสร้างแรงบันดาลใจ’ว่า หมายถึง บุคคลที่ใช้เรื่องราวที่เกิดขึ้นกับตนเองในการบอกเล่าต่อ อาจเป็นทั้งเรื่องที่เกิดขึ้นแล้วเกิดแรงบันดาลใจและรู้สึกอยากปฏิบัติตาม เช่น เรื่องที่ประสบความสำเร็จในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นเรื่องที่เป็นอุทาหรณ์สอนใจให้หลีกเลี่ยงการปฏิบัติ เพราะอาจนำมาซึ่งความเสียหายหรือเสียเวลา เช่น การไม่ตกเป็นเหยื่อของการถูกข่มขืน การบอกเล่าเรื่องราวของตนเอง จะทำให้ผู้ฟังเห็นภาพได้อย่างชัดเจนและรู้สึกทึ่งว่าใกล้ตัว ทำให้เห็นว่าถ้าทำสิ่งนี้จะเกิดอะไรขึ้น และถ้าไม่ทำจะเกิดสิ่งใดขึ้น ทำให้เห็นภาพชัดเจนระหว่างทำ หรือไม่ทำ หรือเห็นของสองสิ่งที่แตกต่างกัน ให้ผลลัพธ์ที่แตกต่างกันเช่นกัน

เมื่อกกล่าวถึง ‘นักพูดสร้างแรงบันดาลใจ’ บน Social Media หรือที่นิยมเรียกว่า ‘Life Coach’ ซึ่งคำว่า “โค้ช” หมายถึง บุคคลที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการช่วยแนะนำ ชี้แนะ ผ่านศาสตร์ต่าง ๆ ที่ตนเองเชี่ยวชาญ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตัวเองไปสู่ความสุข ความสำเร็จ และจุดหมายที่ตั้งไว้ (เมธยา ป้อมสุวรรณ, 2019)

จากนิยามข้างต้น การพูดของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจหรือ Life Coach บนโซเชียลมีเดีย จึงมีลักษณะผสมผสานทั้งในรูปแบบจูงใจ (Motivate) และบันดาลใจ (Inspire) กล่าวคือ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจ หรือ Life Coach มีการพูดโดยใช้เนื้อหาสาระที่ทำให้ผู้รับสารเกิดทั้งแรงจูงใจ (Motivation) และแรงบันดาลใจ (Inspiration) เพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้สึก นึก คิด และดำเนินการใด ๆ ตามเป้าหมายที่ตั้งใจให้บรรลุผลสำเร็จ หรือเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตัวเอง ในทางที่ดีขึ้น หรือเพื่อไปสู่ความสุข/ ความสำเร็จ ทั้งนี้ ผู้รับสารจะนำเนื้อหาสาระที่ได้รับฟังจากไลฟ์ โค้ช (Life coach) มาสร้างเป็น ‘แรงจูงใจ’ หรือ ‘แรงบันดาลใจ’ นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัย สภาพแวดล้อม รอบตัวของบุคคล ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะพิจารณาทั้งการสื่อสารเพื่อสร้างแรงจูงใจ และการสร้างแรงบันดาลใจที่ทำให้บุคคลหนึ่งเกิดความรู้สึกประทับใจ เลื่อมใส ศรัทธาในคำพูด แง่คิด หรือการกระทำบางอย่างของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง จนกระทั่งสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความคิดและพฤติกรรมของตน และกลายเป็นพลังในการพัฒนาตนเอง โดยสามารถจำแนกประเภทของเนื้อหาสาระเพื่อสร้างแรงบันดาลใจได้ดังที่จะกล่าวถึงในส่วนถัดไป

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประเภทเนื้อหาสาระเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ (Types of Inspirational Message)

ประเภทเนื้อหาสาระเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ จำแนกออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ แรงจูงใจจากภายใน (Intrinsic) และภายนอก (Extrinsic) โดยแรงจูงใจจากภายในอธิบายประเภทการสร้างแรงจูงใจทั้งหมดที่ขับเคลื่อนด้วยสิ่งตอบแทน (Rewards) ภายใน ในขณะที่แรงจูงใจภายนอกอธิบายประเภทการสร้างแรงจูงใจทั้งหมดที่ขับเคลื่อนด้วยสิ่งตอบแทนภายนอก ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.2.1 ประเภทหลักของแรงจูงใจ

Surbhi (2018) ได้อธิบายถึงการจำแนกประเภทหลักของแรงจูงใจ และผลตอบแทนภายในหรือภายนอกที่ใช้เพื่อจูงใจ ดังต่อไปนี้

1. แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation)

แรงจูงใจภายใน แสดงถึงทุกสิ่งๆ ที่กระตุ้นผลักดันบุคคลโดยพิจารณาจากผลตอบแทนภายใน เช่น การพัฒนาตนเอง หรือการช่วยเหลือเพื่อนที่ต้องการความช่วยเหลือ ตัวอย่างเช่น คุณเกิดแรงจูงใจในการได้รับการเลื่อนตำแหน่งเพราะคุณจะได้เรียนรู้ทักษะอันมีค่า ในทางกลับกัน คุณเกิดแรงจูงใจที่จะประสบความสำเร็จเพราะคุณต้องการให้สิ่งที่เกิดขึ้นกับชีวิตของคุณที่อยู่รอบตัวคุณ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าตัวอย่างข้างต้นจะเป็นไปในเชิงบวก แต่แรงจูงใจภายในก็อาจมีแรงผลักดันเชิงลบได้เช่นกัน ตัวอย่างเช่น คุณสามารถกระตุ้นตัวเองให้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ มิเช่นนั้น

คุณจะรู้สึกว่าคุณชีวิตไม่เต็มเต็ม ไม่สมปรารถนา ผลลัพธ์ของการกระทำของคุณเป็นไปในเชิงบวก แต่ประเภทเฉพาะของแรงจูงใจที่คุณใช้นั้นมุ่งเน้นไปที่การหยุดผลลัพธ์เชิงลบแทนที่จะสร้างผลลัพธ์เชิงบวก ด้วยเหตุผลนี้และอื่น ๆ อีกมากมาย แรงจูงใจภายในมีอยู่หลายประเภทที่มุ่งความสนใจไปที่ผลตอบแทนหรือแรงกระตุ้นที่เฉพาะเจาะจง จะเห็นว่า แรงจูงใจภายในมักจะยังยืนคงทนกว่าแรงจูงใจภายนอก เพราะมักจะมุ่งเน้นไปที่สิ่งที่เห็นเป็นเชิงบวก หรือสิ่งที่เห็นแก่ประโยชน์ผู้อื่นเป็นที่ตั้งที่คุณสามารถควบคุมได้ ในทางกลับกัน แรงจูงใจภายนอกมักจะมุ่งเน้นไปที่สิ่งต่าง ๆ ที่ผู้อื่นมอบให้คุณ ดังนั้นจึงไม่อยู่ในการควบคุมของคุณโดยตรงที่จะบรรลุผลสำเร็จ

2. แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation)

แรงจูงใจภายนอกแสดงถึงทุกสิ่งทีกระตุ้นผลักดันบุคคลโดยพิจารณาจากผลตอบแทนภายนอก เช่น เงิน หรือคำชม แรงจูงใจประเภทนี้พบได้บ่อยกว่าแรงจูงใจภายใน และรวมถึงการบรรลุสิ่งต่าง ๆ อันเนื่องมาจากแรงจูงใจที่เป็นรูปธรรม ความกลัว หรือความคาดหวัง ซึ่งทั้งหมดขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอก ตัวอย่างเช่น ผู้คนต้องการได้รับการเลื่อนตำแหน่ง เนื่องจากความคาดหวังที่เพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับแรงจูงใจจากภายใน บางครั้งแรงจูงใจภายนอกก็อาจเป็นลบได้ ตัวอย่างเช่น คุณสามารถมีแรงจูงใจที่จะทำงานได้ดีขึ้น เนื่องจากกลัวว่าจะถูกไล่ออก สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจภายนอก

Tarver (2020) ได้กล่าวถึง ประเภทของเนื้อหาจำแนกตามจุดกระตุ้นแรงจูงใจ (จุดจูงใจ) หรือรางวัลที่ปรากฏในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงจูงใจ/การสร้างแรงบันดาลใจแต่ละประเภท ดังนี้

1. แรงจูงใจภายใน และรางวัล หรือจุดจูงใจที่ใช้เพื่อจูงใจ

1.1 แรงจูงใจด้านความสามารถหรือแรงจูงใจด้านการเรียนรู้ (Competence & Learning Motivation)

‘แรงจูงใจด้านความสามารถ’ หรือ ‘แรงจูงใจด้านการเรียนรู้’ กล่าวได้ว่าผู้คนมีแรงจูงใจโดยกระบวนการที่เกิดขึ้นจากตัวเองมากกว่าแรงจูงใจที่เกิดจากสิ่งตอบแทนในตอนท้าย เหตุผลก็คือผู้ที่ได้รับแรงจูงใจจากแรงจูงใจด้านความสามารถจะได้รับแรงจูงใจอย่างแท้จริงจากการเรียนรู้หรือพัฒนาความสามารถให้ดีขึ้น เมื่อพวกเขาก้าวไปสู่ความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมายหรือหน้าที่การงานแทนที่จะเป็นจุดหมายปลายทางนั่นเอง ตัวอย่างเช่น ต้องการเลื่อนตำแหน่งเพราะจะได้เรียนรู้ทักษะความรู้ที่มีคุณค่า ไม่ใช่เพราะเงินเดือน หรือค่าตอบแทนสูง ๆ นั่นคือ การได้รับแรงจูงใจด้านความสามารถหรือแรงจูงใจด้านการเรียนรู้ ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่มีคุณค่าอย่างยิ่ง และควรใช้ในเกือบทุกกลยุทธ์การสร้างแรงบันดาลใจ เนื่องจากทักษะใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องมักจะมีค่ามากกว่าเงินทอง เพราะทักษะเหล่านี้เป็นทรัพย์สินที่ไม่มีใครสามารถเอาไปจากบุคคลได้

1.2 แรงจูงใจด้านทัศนคติ (Attitude Motivation)

แรงจูงใจด้านทัศนคติ หมายถึง ประเภทของแรงจูงใจที่ปลูกฝังผ่านความปรารถนาที่จะเปลี่ยนวิธีคิดและความรู้สึกของบุคคลให้เปลี่ยนไปจากเดิม แม้ว่าจะมีส่วนคล้ายคลึงกับแรงจูงใจทางสังคมด้านล่างที่เน้นภายนอก แต่ผู้ที่ได้รับแรงจูงใจด้านทัศนคติมีส่วนร่วมในการกระทำและการมีปฏิสัมพันธ์โดยมีเจตนาอย่างชัดเจนในการทำให้ตนเองและคนรอบข้างรู้สึกดีขึ้นในทางบวกและในการยกระดับจิตใจด้วย ตัวอย่างเช่น หากมีแรงจูงใจที่จะทำงานให้กับองค์กรไม่แสวงผลกำไร เพราะการทำให้คนอื่นรู้สึกดีจะทำให้ตนเองรู้สึกดีด้วยเช่นกัน ในทำนองเดียวกัน การเป็นผู้จัดการบริษัทและมีความสุขที่ได้ช่วยทีมงานของตนเติบโตและประสบความสำเร็จ แสดงว่าเรามีส่วนร่วมในการสร้างแรงจูงใจที่จะเปลี่ยนทัศนคติ

1.3 แรงจูงใจในการบรรลุผลสำเร็จ (Achievement Motivation)

แรงจูงใจในการบรรลุผลสำเร็จ กล่าวว่า ผู้คนได้รับแรงขับเคลื่อนจากความปรารถนาที่จะไล่ตามและบรรลุเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง ผู้ที่ถูกขับเคลื่อนด้วยแรงจูงใจประเภทนี้ต้องการบรรลุผลสำเร็จของหน้าที่การงานหรือเป้าหมายด้วยตัวเอง และไม่จำเป็นต้องเป็นเพราะรางวัลหรือสิ่งตอบแทนที่จะตามมาด้วย ตัวอย่างเช่น ผู้ประกอบการอาจสร้างธุรกิจโดยมีเป้าหมายในการสร้างองค์กรระดับโลก และไม่จำเป็นต้องเป็นเพราะมีเงินเข้ามาเกี่ยวข้อง หากบุคคลถูกขับเคลื่อนด้วยแรงจูงใจในการบรรลุผลสำเร็จ จะสามารถสร้างแรงจูงใจด้วยตนเองและมุ่งไปที่การเปลี่ยนแปลงตนเองให้ดีขึ้น โดยไม่ได้มุ่งถึงผลลัพธ์ในตอนท้าย ซึ่งแรงจูงใจประเภทนี้ส่วนใหญ่มาจากภายใน เนื่องจากบุคคลนั้นไม่ได้หลงใหลในความล้มเหลวและความเฝ้าระวังของรางวัลอย่างเช่น เงิน แต่รู้สึกได้ถึงความสำเร็จที่คุณได้รับเมื่อคุณทำภารกิจที่ตั้งใจสำเร็จ

1.4 แรงจูงใจในด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Motivation)

ผู้คนมากมายได้รับแรงจูงใจจากความคิดสร้างสรรค์หรือแรงผลักดันโดยสัญชาตญาณในการแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ เมื่อคุณได้รับแรงจูงใจจากความปรารถนาที่จะแสดงตัวตนของตัวเองนั้น แสดงว่าคุณกำลังใช้แรงจูงใจในด้านความคิดสร้างสรรค์ ตัวอย่างของแรงจูงใจในด้านความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ สิ่งที่คุณรู้สึกว่าถูกผลักดันให้สร้างขึ้นมา เช่น แรงจูงใจในการเขียนหนังสือ การแสดงภาพยนตร์ การเล่นดนตรี การสร้างผลิตภัณฑ์ใด ๆ หรือการเริ่มต้นทำธุรกิจ แรงจูงใจสร้างสรรค์มักจะแสดงออกเป็นความรู้สึกภายใน ทุกสิ่งที่เราสร้างขึ้นเพื่อพยายามแสดงออกนั้นขับเคลื่อนด้วยแรงจูงใจที่สร้างสรรค์

1.5 แรงจูงใจทางสรีรวิทยา (Physiological Motivation)

บ่อยครั้งที่มนุษย์ถูกขับเคลื่อนด้วยพลังภายในบางอย่างที่ยากเกินกว่าจะอธิบายได้ เช่น บางครั้งสิ่งนี้ก็เกิดขึ้นเมื่อคุณไล่ตามใครสักคนด้วยความรัก การกระทำของคุณได้รับแรงจูงใจจากความรู้สึกลึก ๆ ทางสรีรวิทยาที่เริ่มต้นและไม่สามารถมองข้ามได้ สิ่งนี้แสดงถึงปัจจัยที่จูงใจทางสรีรวิทยาทั้งภายในและภายนอกการควบคุมของเราเมื่อพิจารณาตามลำดับขั้นของความต้องการของมาสโลว์ (Hierarchy of Needs) มนุษย์ทุกคนมีแรงจูงใจจากความต้องการขั้นพื้นฐาน เช่น อาหารที่พัก ความต้องการทางจิตในระดับที่สูงขึ้น และการเติมเต็มในตนเอง มีมาแต่กำเนิดในมนุษย์ทุกคน และมนุษย์มีแรงจูงใจภายในที่จะบรรลุความต้องการเหล่านี้โดยมีราคาค่าใช้จ่ายทั้งหมด

2. แรงจูงใจภายนอก และรางวัล หรือจุดจูงใจที่ใช้เพื่อจูงใจ

2.1 แรงจูงใจด้านผลตอบแทน (Incentive Motivation)

แรงจูงใจในการจูงใจมีความแตกต่างจากแรงจูงใจในการบรรลุผลสำเร็จ กล่าวคือ ผู้คนได้รับแรงจูงใจจากรางวัล หรือผลตอบแทนที่ดึงดูด มากกว่าความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมายด้วยตัวเอง แทนที่จะได้รับแรงจูงใจจากการมานะพยายามกับงานที่ทำ หากบุคคลต้องการเลื่อนตำแหน่งเพราะเงินเดือนที่สูงขึ้น ไม่ใช่เพราะความรับผิดชอบใหม่ทำให้การทำงานรู้สึกเติมเต็ม บุคคลจะได้รับแรงจูงใจจากสิ่งจูงใจมากกว่าความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม แรงจูงใจด้านผลตอบแทนและแรงจูงใจในการบรรลุผลสำเร็จ สามารถใช้ร่วมกันได้ เช่น หากบุคคลต้องการเลื่อนตำแหน่ง ก็สามารถมีแรงจูงใจได้ทั้งจากการได้รับเงินเดือนที่สูงขึ้น รวมถึงงานที่ยากซับซ้อนขึ้นที่จะช่วยเติมเต็มชีวิตหน้าที่การงาน คล้ายกับปีนบันไดเดียวได้นกสองตัว เพราะบุคคลจะได้รับผลตอบแทนจากภายนอกและเติมเต็มภายในแสวงหาเป้าหมายตลอดจนองค์ประกอบของแรงจูงใจในการบรรลุผลสำเร็จ

2.2 แรงจูงใจจากความกลัว (Fear Motivation)

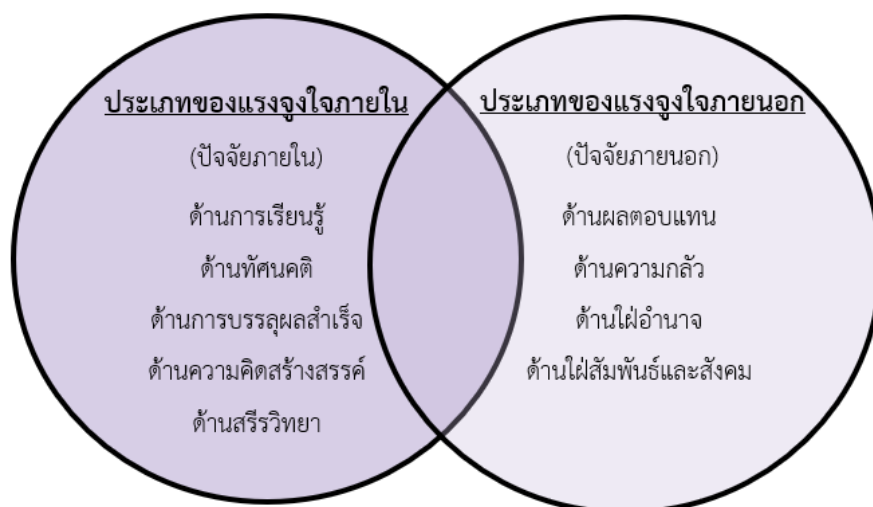
แรงจูงใจจากความกลัวเป็นรูปแบบการสร้างแรงจูงใจที่ใช้ผลที่ได้ตามมาเพื่อผลักดันให้ผู้คนลงมือปฏิบัติ จึงถือเป็น "แรงจูงใจเชิงลบ" โดยที่คุณไม่ได้ถูกกระตุ้นด้วยรางวัล แต่เกิดจากการปฏิบัติเพื่อหลีกเลี่ยงความเจ็บปวดหรือผลร้ายที่จะตามมา แทนที่จะสร้างแรงจูงใจให้ตัวเองหรือผู้อื่นด้วยแรงจูงใจเชิงบวก แรงจูงใจจากความกลัวจะใช้ในการลงโทษหรือเป็นเหตุชักจูงใจในเชิงลบ เช่น การถูกไล่ออก เป็นวิธีที่จะทำให้คุณก้าวไปสู่เป้าหมาย หน้าที่การงาน หรือผลงานที่เฉพาเจาะจงอย่างมีประสิทธิภาพ แรงจูงใจจากความกลัวสามารถใช้เป็นแง่บวกได้ เช่น หากคุณต้องการที่จะลดน้ำหนัก คุณสามารถใช้ความกลัวเป็นแรงจูงใจในการออกกำลังกายและควบคุมอาหารของคุณ คิดว่าแรงจูงใจจากความกลัวเป็นความเครียดเชิงบวก หรือข้อจำกัดเชิงบวกที่ช่วยให้คุณเอาชนะตัวเองในอนาคตเอาชนะนิสัยที่ไม่ดี และใช้ชีวิตตามที่คุณต้องการ

2.3 แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motivation)

แรงจูงใจใฝ่อำนาจเป็นปัจจัยกระตุ้นที่บอกว่าผู้คนมีแรงจูงใจจากการควบคุมชีวิตของตนเองและผู้อื่น บ่อยครั้งผู้คนมักถูกกระตุ้นให้เพิ่มทางเลือกในชีวิตในภาพรวมและควบคุมสิ่งแวดล้อมรอบตัว ด้วยเหตุผลนี้ แรงจูงใจใฝ่อำนาจจึงแสดงออกในความสามารถที่จะมีอิทธิพลต่อทิศทางชีวิตของผู้คน และชีวิตของคนรอบข้าง แรงจูงใจใฝ่อำนาจซึ่งนำไปสู่ความสุดโต่งสามารถเห็นได้ในความน่าสะพรึงกลัวในโลกแห่งความเป็นจริง เช่น นาซีเยอรมนีและสถานการณ์อื่น ๆ ที่มีความหิวกระหายในการควบคุมผู้อื่น อย่างไรก็ตาม เมื่อลดขนาดลง แรงจูงใจใฝ่อำนาจอาจเป็นผลบวกได้ ตัวอย่างเช่น แม้ว่าการควบคุมผู้อื่นอาจไม่ดี แต่การพยายามควบคุมชีวิตตัวเองอาจเป็นสิ่งที่ดี แรงจูงใจที่มีพลังจะกระตุ้นให้บุคคลตั้งใจในความคิดและการกระทำ เพื่อให้คุณได้แสดงออกถึงชีวิตที่คุณต้องการ

2.4 แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์และแรงจูงใจทางสังคม (Affiliation & Social Motivation)

มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่อยู่ร่วมกันเป็นสังคม และแรงจูงใจทางสังคม หรือที่รู้จักกันว่า แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ระบุว่าผู้คนมากมายมีแรงจูงใจจากปัจจัยทางสังคม เช่น การเป็นเจ้าของที่เป็นที่ยอมรับจากคนอื่น มนุษย์มีความปรารถนาที่จะเชื่อมสัมพันธ์กับผู้อื่น และแรงจูงใจทางสังคมทำให้เราแสวงหาการเชื่อมต่อโดยมีส่วนร่วมในกลุ่มทางสังคม แม้ว่ามันอาจจะดูเหมือนเป็นแรงจูงใจภายใน แต่การเป็นที่ยอมรับมักจะเป็นปัจจัยกระตุ้น ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่จะมอบให้ตัวเองได้ จิตวิทยาวิวัฒนาการ (Developmental Psychology) บอกเราว่า มนุษย์ทุกคนมีแรงจูงใจจากปัจจัยทางสังคมเหล่านี้ และด้วยเหตุผลดังกล่าว การค้นหาและสร้างสัมพันธ์กับคนรู้จักใหม่ ๆ อยู่เสมอจึงเป็นสิ่งสำคัญและต้องพัฒนาคนรู้จักที่บุคคลมีอยู่แล้วให้เพิ่มขึ้นต่อไป การหากลุ่มคนที่รักและยอมรับในตัวคุณสามารถกระตุ้นให้คุณก้าวไปสู่อีกระดับและส่งผลให้มีความสุขอย่างแท้จริง



ภาพที่ 2 แผนภาพสรุปแรงจูงใจภายในและภายนอก

2.2.2 การประยุกต์ใช้จุดจูงใจ (Rewards/Appeals) ในบริบทต่างๆ

กลยุทธ์ในการสร้างแรงจูงใจที่ดีที่สุด คือ การผสมผสานแรงจูงใจหลาย ๆ ประเภทเข้าด้วยกัน โดยให้แรงจูงใจขั้นสูงสุดแก่ตัวคุณเอง อย่างไรก็ตาม บางสถานการณ์อาจเรียกร้องให้มีการผสมผสานระหว่างแรงกระตุ้นและปัจจัยต่าง ๆ เพื่อช่วยให้การตรวจสอบสถานการณ์ต่าง ๆ ด้านล่างและประเภทของแรงจูงใจที่ดีที่สุดสำหรับแต่ละสถานการณ์

2.2.2.1) ประเภทของแรงจูงใจทางด้านธุรกิจ (Business)

ธุรกิจเป็นการจัดตั้งระบบที่มีความพิเศษเฉพาะ เพราะบ่อยครั้งที่คุณกำลังพยายามสร้างแรงจูงใจให้ตัวเองและคนรอบข้าง บางครั้ง คุณกำลังพยายามจูงใจผู้อื่นมากกว่าตัวคุณเอง เพื่อช่วยให้คุณได้รับแรงจูงใจและประสิทธิภาพสูงสุดสำหรับคุณและทีม ควรพิจารณาประเภทของแรงจูงใจต่อไปนี้

- แรงจูงใจในการบรรลุผลสำเร็จ (Achievement Motivation)
- แรงจูงใจในการจูงใจ (Incentive Motivation)
- แรงจูงใจจากความกลัว (Fear Motivation)
- แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motivation)
- แรงจูงใจด้านความสามารถ (Competence Motivation)
- แรงจูงใจด้านทัศนคติ (Attitude Motivation)
- แรงจูงใจในด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Motivation)

2.2.2.2) ประเภทของแรงจูงใจทางด้านกีฬา (Sports)

แรงจูงใจด้านกีฬาคลายคลึงกับด้านธุรกิจ ซึ่งอาจหมายถึงทีมหรือตัวบุคคล สำหรับนักกีฬาแต่ละคน ทั้งแรงจูงใจจากภายในและแรงจูงใจภายนอกอาจเป็นตัวขับเคลื่อนที่ทรงพลัง ตัวอย่างเช่น นักกีฬาอาจมีแรงจูงใจจากความปรารถนาที่จะพัฒนาตัวเองให้ดีขึ้น และเพิ่มความสามารถตลอดจนการตรวจสอบเงินโบนัสพิเศษสำหรับการชนะเลิศการแข่งขันในเกมรอบใหญ่ ๆ สำหรับทีม นักกีฬาแรงจูงใจที่มักเกิดขึ้นจากภายนอก และมักมุ่งเป้าหมายไปที่การได้รับชัยชนะร่วมกัน หรือการกำหนดความประสงค์ของตนเองไว้กับผู้อื่น อย่างไรก็ตาม ทีมที่มีคุณสมบัติในการเป็นทีมเวิร์คสูงสามารถกระตุ้นได้จริง เช่น จากความปรารถนาร่วมกันที่จะช่วยกันและกันให้ประสบความสำเร็จ แรงจูงใจเฉพาะบางประเภทในการเล่นกีฬามีดังต่อไปนี้

- แรงจูงใจในการบรรลุผลสำเร็จ (Achievement Motivation)
- แรงจูงใจในการจูงใจ (Incentive Motivation)
- แรงจูงใจจากความกลัว (Fear Motivation)
- แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motivation)
- แรงจูงใจด้านความสามารถ (Competence Motivation)

2.2.2.3) ประเภทของแรงจูงใจในด้านการศึกษา (Education)

ในสภาพแวดล้อมของการศึกษา แรงจูงใจมักจะสอนเป็นทฤษฎีมากกว่าคำแนะนำที่สามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้ ด้วยเหตุผลนี้ ประเภทของแรงจูงใจที่ดีที่สุดจึงมุ่งเน้นไปที่ทฤษฎีแรงจูงใจทางการศึกษาที่เกิดขึ้นจริง เช่น ทฤษฎีความคาดหวังของแรงจูงใจ (Expectancy Theory of Motivation) ทฤษฎีความเท่าเทียมของแรงจูงใจ (The Equity Theory of Motivation) และทฤษฎีความเร้าอารมณ์ของแรงจูงใจ (The Arousal Theory of Motivation) ซึ่งหากใช้อย่างถูกต้อง ทฤษฎีแรงจูงใจจะกลายเป็นแรงขับเคลื่อนที่สามารถจูงใจผู้คนให้นำไปใช้ปฏิบัติได้จริง สำหรับตัวคุณเองและผู้อื่น

2.2.2.4) ประเภทของแรงจูงใจสำหรับนักเรียน (Students)

หากคุณกำลังมองหาแรงจูงใจในฐานะนักเรียน นักศึกษาหรือกำลังมองหาวิธีที่จะใช้จูงใจพวกเขา ทฤษฎีการสร้างแรงบันดาลใจทางวิชาการจะไม่เหมาะกับคุณ คุณจะต้องการใช้ประโยชน์จากแรงจูงใจภายในและภายนอกบางประเภทด้านล่าง ประเภทของแรงจูงใจสำหรับนักเรียน นักศึกษามีดังต่อไปนี้

- แรงจูงใจในการบรรลุผลสำเร็จ (Achievement Motivation)
- แรงจูงใจในการจูงใจ (Incentive Motivation)
- แรงจูงใจด้านความสามารถ (Competence Motivation)
- แรงจูงใจในด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative Motivation)

2.2.2.5) ประเภทของแรงจูงใจในจิตวิทยา (Psychology)

เช่นเดียวกับการศึกษา จิตวิทยาและนักจิตวิทยามักสนใจทฤษฎีเบื้องหลังแรงจูงใจมากกว่าคำแนะนำที่นำไปปฏิบัติได้หรือวิทยาศาสตร์ประยุกต์ นี่คือเหตุผลที่ทฤษฎีทางจิตวิทยาส่วนใหญ่ได้รับการสอนในการศึกษา ทฤษฎีต่างๆ เช่น ทฤษฎีความคาดหวังของแรงจูงใจ ทฤษฎีความเท่าเทียมของแรงจูงใจ และทฤษฎีความเร้าอารมณ์ของแรงจูงใจ เป็นทฤษฎีที่ประยุกต์ใช้กับจิตวิทยาได้มากที่สุด

สำหรับในประเทศไทย ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับประเภทของแรงบันดาลใจจากสาเหตุสำคัญของการเกิดขึ้นของแรงบันดาลใจอันทำให้มนุษย์เกิดความรู้สึก นึก คิด และนำไปสู่การสร้างสรรค์เรื่องต่าง ๆ ได้อย่างทรงพลัง ทั้งนี้ แรงบันดาลใจสามารถเกิดขึ้นได้ภายใต้สถานการณ์ที่หลากหลายขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่รายล้อมตัวเรา และสังคมในแต่ละช่วงเวลา รวมถึงความปรารถนาอันแรงกล้าที่จะแตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถจำแนกประเภทได้ดังต่อไปนี้

2.2.3 ประเภทจำแนกตามแหล่งที่มาของแรงบันดาลใจ

Anacamee (2555 อ้างถึงใน ภัทรพร ภูริวงสกุล, 2562) ได้กล่าวถึง “แหล่งที่มา” สำคัญที่ทำให้มนุษย์เกิดแรงบันดาลใจจนสามารถ นำไปสู่การสร้างสรรค์เรื่องต่าง ๆ ได้อย่างทรงพลัง โดยแบ่งเป็น 2 แหล่งดังนี้

2.2.3.1) แรงบันดาลใจจากภายใน ได้แก่ แรงบันดาลใจจากจิตใจส่วนลึกของมนุษย์ที่เป็นปัจเจกบุคคล สามารถเกิดได้จาก 2 สาเหตุ คือ เจตจำนงอันแน่วแน่ (Deliberate) ที่เกิดจากการฝึใจถึงบางเรื่องที่ผ่านมาตรึงตรองมาอย่างเข้มข้น จนตกผลึกชัดเจน และการฉุกคิด ฉับพลันโดยทันที (Instantaneous) โดยสภาวะทางความคิดอาศัยพรสวรรค์ หรือ อัจฉริยะทางธรรมชาติแต่ดั้งเดิม

2.2.3.2) แรงบันดาลใจจากภายนอก ได้แก่ แรงบันดาลใจจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งส่งผลกระทบต่อความคิด จิตใจ ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์บางอย่างขึ้นมาอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งไม่ใช่แค่การเฝ้ามองหรือชื่นชอบ เหมือนกับคนทั่ว ๆ ไป ซึ่งอาจจะเกิดจากปรากฏการณ์ทางสังคม ธรรมชาติ หรือการได้เห็นแบบอย่างจากผู้อื่น

2.2.4 ประเภทจำแนกตามปัจจัยองค์ประกอบในการดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่น

พจน์ ใจชาญสุขกิจ (ม.ป.ป. อ้างถึงใน ดุษฎี โยเหลา, วิไลลักษณ์ ลังกา, ศรัณย์ พิมพ์ทอง และนริสรา พิงโพธิ์สภ, 2556) ได้กล่าวถึงแรงบันดาลใจไว้ว่า สามารถเกิดขึ้น ได้ภายใต้สถานการณ์ที่หลากหลายขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่รายล้อมตัวเรา และสังคมในแต่ละช่วงเวลาแตกต่างกันออกไป ซึ่งแบ่งได้ดังนี้

2.2.4.1) แรงบันดาลใจจากเป้าหมาย (Inspiration by Goal)

แรงบันดาลใจ จากเป้าหมายนั้นมีไว้เพื่อให้เลือกที่จะตามหาจุดมุ่งหมายของตนเองให้ได้โดยมีแรงบันดาลใจคอย กระตุ้นไม่ให้เกิดความท้อแท้ โดยแรงบันดาลใจจากการตั้งเป้าหมายไว้ในระดับกลาง ๆ ความเป็นไปได้ ไม่สูงเกินไป ไม่ต่ำ เกินไป ไม่ต้องคำนึงถึงความสมหวังว่าสิ่งที่จะเกิดขึ้นได้จะเป็นไปตามที่ตั้งเป้าหมาย

2.2.4.2) แรงบันดาลใจจากบุคคลต้นแบบ (Inspiration by Role Model)

ความเป็นต้นแบบ หรือเป็นแบบอย่างที่ประสบความสำเร็จสามารถก่อความ ศรัทธา ความรู้สึกเชื่อถือ และส่งผลต่อความรู้สึกของผู้รับสารที่อยากถือไว้เป็นแบบอย่างทั้งในด้าน ทักษะดี มุมมอง การเลือกทางเดิน รวมไปถึงแนวทางการใช้ชีวิต อาจเกิดขึ้นได้ทั้งจากการเข้าไปร่วมใน ประสบการณ์ตรงกับผู้ที่เป็ต้นแบบโดยตรง หรือการได้รับรู้โดยอ้อมผ่านคำบอกเล่าของผู้อื่น

2.2.4.3) แรงบันดาลใจจากแรงกระตุ้น (Inspiration by Motivation)

แรงบันดาลใจจากแรงกระตุ้น เป็นการใช้สถานการณ์ช่วงจังหวะเวลาเงื่อนไขต่าง ๆ ที่อาจไม่ตั้งใจหรือไม่ได้เตรียมไว้ล่วงหน้า ในการทำให้เกิดแรงบันดาลใจ

2.2.4.4) แรงบันดาลใจจากพลวัตของกลุ่ม (Inspiration by Dynamic)

เป็นแรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติแล้วแต่จังหวะของช่วงวิถีชีวิตว่าในช่วงนี้จะพบเจอกับอะไรบ้างที่ส่งผลและมีอิทธิพลในช่วงเวลานั้น ๆ แรงบันดาลใจที่เกิดจากการขับเคลื่อนนี้อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้บ่อย และมีผลในช่วงเวลาที่ไม่ยาวนาน

ในบริบทสังคมไทย แม้จะปรากฏว่ามีการสร้างคอนเทนต์ที่มีการเลือกใช้เนื้อหาหลากหลายประเภทในการส่งต่อแรงบันดาลใจเพื่อตอบโต้และเข้าถึงผู้ฟังในหลาย ๆ กลุ่ม แต่ยังไม่ปรากฏว่ามีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการจัดประเภทของเนื้อหาในบริบทของช่วงภาวะวิกฤต เช่น ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 เพื่อที่จะช่วยเสริมสร้างสุขภาพจิตของคนไทยให้ดีขึ้นในช่วงที่ประสบกับปัญหาสุขภาพจิต ความตึงเครียด ความวิตกกังวลในจิตใจมาก่อน ผู้วิจัยจึงอยากศึกษาประเภทของเนื้อหาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจเป็น

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีในหัวข้อ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดเกี่ยวกับเนื้อหาสารที่ได้กล่าวถึง ได้แก่ นิยาม ความสำคัญ และประเภท มาเป็นกรอบในการตั้งคำถามนำวิจัย และเพื่อตอบคำถามนำวิจัยข้อ 1 ว่า “ประเภทของเนื้อหาบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร”

เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 ว่า “เพื่อศึกษาคุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565” และคำถามนำวิจัยข้อที่ 2 ว่า “คุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร” ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีดังหัวข้อมต่อไปนี้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโครงสร้าง (Structure) และองค์ประกอบ (Component) ของเนื้อหาสาร/ เทคนิคทางวจนภาษา (Verbal Techniques)

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์คณะแห่งความคิด (Faculties of the Minds) และการเชื่อมโยง (Association)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโครงสร้าง (Structure) และองค์ประกอบ (Component) ของเนื้อหาสาร/เทคนิคทางวจนภาษา (Verbal Techniques)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาที่เป็นคุณลักษณะของเนื้อหาสาร โดยยึดตามโครงสร้างพื้นฐานของการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของปภัสสรฯ ชัยวงศ์ (2564) เอธิกา เอกวารีสกุล (2562) และฟ้า ชาวลรวช (2562) โดยมีหลักการออกแบบเนื้อหาสาร ดังต่อไปนี้

2.3.1 โครงสร้างพื้นฐานของการพูด

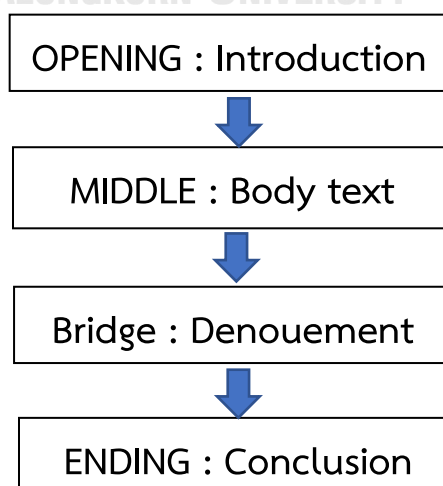
1) การอารัมภบท หรือส่วนนำ (Prologue) หมายถึง ส่วนแรกของการพูดสร้างแรงบันดาลใจ เป็นส่วนที่เกริ่นนำเข้าสู่เนื้อหาของ การพูด โดยในแต่ละตัวบทการพูดสร้างแรงบันดาลใจ ประกอบด้วยส่วนประกอบของส่วนนำที่แตกต่างกันออกไป ประกอบด้วย ความนำ การเริ่มเรื่อง (Introduction) ตรงส่วนนี้อาจจะกล่าวถึง ข้อโต้แย้ง (Argument) ที่นำไปสู่ข้อความที่กำหนดแก่นของเนื้อหา (Thesis statement) โดยจะบอกผู้ฟังว่าเนื้อหาสารที่พูดจะเกี่ยวกับเรื่องอะไร เป็นการบอกจุดยืนของผู้พูดในหัวข้อเรื่องที่จะพูด และยังเป็นการจำกัดขอบข่าย (Scope) ของเนื้อหาอีกด้วย เช่น ที่มาของความสำคัญของปัญหาที่จะพูดในการสร้างแรงบันดาลใจ

2) **เนื้อความ (Body Text)** หมายถึง ส่วนที่เป็นเนื้อความหลักของเรื่อง โดยส่วนเนื้อหาจะเป็นการกล่าวถึงประเด็นต่างๆ ที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารกับผู้ฟัง และมีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาซึ่งผู้พูดจะมีการลำดับการพูดที่แตกต่างกันออกไป และอาจมีการยกตัวอย่างประกอบด้วย ดังโครงสร้างย่อยต่อไปนี้

- ประเด็นที่ 1 : หัวข้อ/เนื้อความหลัก + ความคิดหรือ หลักฐานสนับสนุน + ภาพประกอบ (Supporting Idea/Evidence + Illustration)
- ประเด็นที่ 2 : หัวข้อ/เนื้อความหลัก + ความคิดหรือ หลักฐานสนับสนุน + ภาพประกอบ (Supporting Idea/Evidence + Illustration)
- ประเด็นที่ 3... : หัวข้อ/เนื้อความหลัก + ความคิดหรือ หลักฐานสนับสนุน + ภาพประกอบ (Supporting Idea/Evidence + Illustration)

3) **จุดเชื่อมโยงหรือ สะพาน (Bridge)** หมายถึง ส่วนของเนื้อหาที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างเนื้อความหลักและบทสรุป โดยข้อความอาจจะเป็นในรูปแบบเรื่องราว (Story) หรือ บทสนทนา (Dialogue) เพื่อโยงเข้าสู่ข้อคิด คำคม ฯลฯ หรืออาจจะเป็นจุดคลายปม (Denouement) ที่ช่วยไขข้อข้องใจของเรื่องราวทั้งหมด นำไปสู่แนวทางการแก้ปัญหา ส่วนนี้จึงเรียกว่า ‘สะพาน’ ที่จะนำพาผู้ฟังก้าวข้ามไปสู่แสงสว่างหรือ จุดหมายปลายทาง ดังนั้น การสื่อสารสร้างแรงบันดาลใจที่ดีควรจะต้องมีการเชื่อมโยงที่แสดงให้ผู้ฟังเห็นแนวทางการปฏิบัติ เพื่อให้ไปถึงจุดหมายนั้นได้

4) **บทส่งท้าย หรือ บทสรุป (Epilogue)** หมายถึง ส่วนของเนื้อหาช่วงสุดท้ายที่จะสรุปใจความสำคัญ เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจเนื้อหาโดยสังเขปทั้งหมด และเป็นส่วนที่ทำให้เนื้อหาสมบูรณ์สวยงาม และทราบถึงทิศทางของเรื่องราวว่าจะไปในทางไหน ซึ่งหากผู้พูดมีการเรียบเรียงเนื้อหาในส่วนบทสรุปไว้อย่างดี จะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ฟัง รวมถึงการสร้างแรงบันดาลใจให้



ภาพที่ 3 แผนผังแสดงโครงสร้างพื้นฐานของการพูด

2.3.2 องค์ประกอบ/เทคนิคการพูดสร้างแรงบันดาลใจ

สำหรับองค์ประกอบและเทคนิคการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ผู้วิจัยจะกำหนดและพิจารณาเฉพาะเนื้อหาสาระจากการใช้เทคนิคทางวจนภาษา (Verbal Techniques) เท่านั้น เพื่อให้ทราบถึงกลวิธีการสร้างเนื้อหาสาระของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่สามารถเคลื่อนไหว บันดาลใจ จนกระทั่งสามารถกำกับทัศนคติ ความคิดและพฤติกรรมจนกลายเป็นพลังในการพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น

1) การใช้เทคนิคทางวจนภาษา (Verbal Techniques)

การใช้เทคนิคทางวจนภาษา คือ การใช้กลวิธีที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษา (Language) ในการสื่อสารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อผู้ฟัง ดังนั้น การมีเทคนิคหรือกลยุทธ์ที่ดีในการพูด จะช่วยเสริมให้เนื้อหา ในวิจัยชิ้นนี้ อธิบายการใช้เทคนิคการพูด โดยแบ่งออกเป็น 4 ช่วง ตามโครงสร้างพื้นฐานของการพูด ดังต่อไปนี้

1.1) ส่วนอ้ารมภท (Opening : Introduction)

ส่วนที่ผู้พูดใช้ดึงความสนใจของผู้ฟัง โดยจะอธิบายว่า ทำไมถึงต้องฟัง ฟังแล้วจะได้อะไร ซึ่งจะประกอบไปด้วย ข้อโต้แย้ง (Argument) หรือที่มาของปัญหาที่นำไปสู่ข้อความที่กำหนดแก่นของเนื้อหา (Thesis Statement) โดยการพูดเกริ่นนำ ถือเป็นจุดสำคัญยิ่งที่ผู้ฟังจะตัดสินว่าผู้พูดสื่อสารได้ ‘น่าฟัง’ หรือ ‘น่าเบื่อ’ ดังนั้น เพื่อเป็นการสร้างให้เนื้อหาของการพูดเกิดความน่าสนใจและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ควรใช้เทคนิคการพูด ดังต่อไปนี้

- **การใช้ข้อเท็จจริงที่เป็นประสบการณ์ (Matter of experience)** ได้แก่ การเล่าเรื่องราวของตัวผู้พูดเองเพื่อถ่ายทอดให้กับผู้ฟังได้รับรู้ โดยประสบการณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้พูดโดยตรง และผู้พูดได้สัมผัสสถานการณ์นั้นๆ ด้วยตัวเอง อาจจะมีการเล่าไปตามลำดับเวลา และมีผู้พูดเป็นตัวดำเนินเรื่อง โดยแต่ละผู้พูดก็จะมีประสบการณ์ที่แตกต่างกันไป
- **การใช้ข้อคิด คำคมของบุคคลที่มีชื่อเสียง (Quotes of Celebrities)** ได้แก่ การกล่าวอ้างอิงคำพูดที่เป็นข้อคิดเตือนใจ หรือคำคมของคนดัง เช่น “Happiness is the key to success” ของ Albert Schweitzer, “Stay Hungry, Stay Foolish” ของ Steve Jobs , “Don’t compare yourself with anyone in this world...if you do so, you are insulting yourself.” ของ Bill Gates เป็นต้น
- **การใช้คำถามปริศนา (Puzzled Question)** ได้แก่ การพูดโดยใช้คำถามในการเปิดประเด็นเพื่อกระตุ้นให้ผู้ฟังคิดตาม เช่น 12 นาทีทำอะไรได้บ้าง?/ สิ่งที่ทำให้คุณไม่ประสบความสำเร็จคืออะไร?.. / สิ่งที่ย่ำกว่าความทุกข์คืออะไร?/ คุณรู้ไหมว่าทำไมคุณอธิษฐานแล้วไม่ได้ผล/ บุคลิกของผู้นำควรเป็นอย่างไร? ฯลฯ

- **การใช้สถิติที่น่าตกใจ (Shock Statistics)** ได้แก่ การกล่าวอ้างอิงข้อมูลทางสถิติ ตัวเลขที่มาจากแหล่งข้อมูลน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้ฟังเห็นภาพและสะเทือนใจกับประเด็นที่เกิดขึ้น เช่น จากผลสำรวจของ WHO ปี 2019 ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีอัตราการฆ่าตัวตายเป็นอันดับ 1 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ฯลฯ
- **การใช้อุปมาอุปไมย (Metaphor/Analogy)** ได้แก่ การพูดโดยใช้คำเปรียบเทียบ เปรียบเปรย ในสิ่งที่ต้องการพรรณนาบอกลักษณะให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น “ชีวิตเราเหมือนการขับรถอดีตคือกระจกหลัง อนาคตคือแผนที่ หรือ GPS ปัจจุบันคือกระจกหน้า”/ “ความรักเปรียบได้กับดอกไม้ ถ้าคุณชอบดอกไม้ คุณจะเด็ดมัน...แต่ถ้าคุณรักดอกไม้ คุณจะรักษารดน้ำพรวนดินมัน”/ ความสามารถที่เราไม่ได้ใช้เหมือนปากกาเคมีที่ลึ่มปิดฝา.. มันจะค่อย ๆ แห่งไปจนเขียนไม่ติด/ การไม่นำความรู้ที่มีมาใช้ประโยชน์ ก็เหมือนกับการปล่อยให้ของในตู้เย็นเน่าโดยไม่นำออกมาทำอาหาร ฯลฯ

1.2) ส่วนเนื้อความ (Middle : Body)

ส่วนเนื้อความหลักที่พูดถึงการสร้างหลักฐานเพื่อเป็นเหตุผลในการสนับสนุนประเด็นต่าง ๆ ที่เสนอไว้ในส่วนหัวข้อหลัก (Thesis Statement) ที่เป็นใจความสำคัญของส่วนเนื้อความ (Body) ให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ประกอบไปด้วย หัวข้อ/เนื้อความหลัก, ความคิด หลักฐานสนับสนุน (Supporting Evidence) รวมถึงภาพประกอบต่าง ๆ

ในส่วนเนื้อความหลัก (Body) ผู้พูดต้องสร้างหลักฐานข้อมูล (Making Evidence) เพื่อเป็นเหตุผลในการสนับสนุนให้เนื้อความมีน้ำหนัก เพิ่มความน่าเชื่อถือ และสามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารให้รู้สึกเชื่อถือคล้อยตาม โดยการใช้หลักฐานสนับสนุน (Supporting Evidence) ในการขยายความ ดังนี้

- **ตัวอย่างเพื่อขยายความให้เห็น (Examples that SHOW)** ได้แก่ การยกตัวอย่างมาประกอบใจความสำคัญ เป็นวิธีการสร้างหลักฐานสนับสนุนด้วย การยกตัวอย่าง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวจากประสบการณ์จริงของตนเอง/บุคคลมีชื่อเสียง ตัวอย่างจากเรื่องเล่า ตัวอย่างจากการเปรียบเทียบ เปรียบเทียบ หรือขยายให้เห็นประเภทของสิ่งนั้น ๆ ฯลฯ เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจ เห็นภาพมากขึ้น และพร้อมที่จะเห็นด้วยกับเรื่องราวนั้น ๆ โดยตัวอย่างที่ยกมาแสดงให้เห็นควรเป็นตัวอย่างที่เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อนเกินไป และสามารถสนับสนุนข้อความนั้น ๆ

- **ข้อเท็จจริงเพื่ออธิบายขยายความ (Facts that EXPLAIN)** ได้แก่ การใช้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง/ ความจริงมาอธิบายขยายความประกอบใจความสำคัญ เป็นวิธีการสร้างหลักฐานสนับสนุนที่ทำให้เนื้อสารมีความหนักแน่น น่าเชื่อถือมากขึ้น เนื่องจากธรรมชาติของข้อเท็จจริงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นบนโลกที่ได้รับการยืนยันแล้วว่าเป็นความจริง ทำให้ผู้รับสารรู้สึกคล้อยตามได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็น ข้อมูล เรื่องราว หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เป็นต้น
- **หลักฐานเพื่อการพิสูจน์ (EVIDENCE that PROVE)** ได้แก่ การใช้หลักฐาน ข้อมูลที่ได้รับการพิสูจน์มาประกอบใจความสำคัญ เป็นวิธีการสร้างหลักฐานสนับสนุนที่ทำให้เนื้อสารมีความหนักแน่น น่าเชื่อถือมากขึ้นอีกหนึ่งวิธี เนื่องจากหลักฐาน/ ข้อมูลเป็นสิ่งที่ผ่านการพิสูจน์ ทราบ ทดสอบ หรือวินิจฉัยแล้วว่าเป็นความจริง ไม่บิดเบือน เช่น ผลการวิจัย การศึกษา การทดลอง คำให้การ เอกสาร หนังสือ

จากการสร้างหลักฐานสนับสนุน (Supporting Evidence) ดังที่กล่าวข้างต้นสามารถใช้ลักษณะเนื้อหาสาร ดังต่อไปนี้

- **ยกตัวอย่าง (Example)** ได้แก่ สิ่งที่น่ามาอ้างเพื่อแสดงให้เห็นลักษณะที่เป็นส่วนรวมทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น เรื่องราว เหตุการณ์ ข้อเท็จจริง เช่น แม่ครูอายุ 83 ปีนี้ 84 ครูทำใจที่โหด แค่ว่ากำลังใจที่สำคัญของชีวิตครู คุณบุญยัง กองเกตุณะคะ จบป.4 เป็นลูกชานา แต่เลี้ยงลูกด้วยหัวใจ/เวลาก็คือระเบียบวินัย อนาคตอย่าง เยอรมัน อังกฤษ ญี่ปุ่น ที่แน่นอนที่เจริญมาก ก็เพราะว่าเขาเคารพเวลา/จริง ๆ แล้วมันเป็นเพราะว่าโชคชะตาไม่ดี โทษกรรม โทษนู่นโทษนี้ โทษพันธุกรรม การเมือง สังคม สิ่งแวดล้อม ฯลฯ
- **การเปรียบเทียบ (Comparison)** ได้แก่ การสังเกตความแตกต่างและความคล้ายคลึงกันระหว่างสององค์ประกอบ ไม่ว่าจะเป็นคน วัตถุสถานที่ หรือสิ่งของต่าง ๆ ยกตัวอย่าง เช่น ชีวิตเราเหมือนการขับรถ อดีตคือกระจกหลัง อนาคตคือแผนที่ ปัจจุบันคือกระจกหน้า, เคล็ดลับในการสร้างความมั่นใจ และการชาร์จพลัง เปรียบเสมือนการเลือกรองเท้า ไชสีใคร ไชสีมัน, ความรู้ที่คุณมีจะไม่มีประโยชน์เลย ถ้าคุณไม่นำออกมาใช้ เหมือนอาหารที่อยู่ในตู้เย็น ฯลฯ

- **คำนิยาม (Definition)** ได้แก่ การกล่าวนิยามโดยบอกความหมาย คุณสมบัติและระบุลักษณะเฉพาะของเพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจความอย่างถูกต้องชัดเจน เช่น ลักษณะของคำว่าผู้นำคือ “ผู้ที่คนอยากที่จะติดตาม, วิกฤต แปลว่าการตัดสินใจ. ทุกสิ่งที่คุณพูดมันก็เกิด แต่คุณไป Divide มัน หมายความว่าอะไร คุณนะไปหันมันอะ คุณไปแบ่งแยกพลังของคุณ ฯลฯ
- **เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริง (Matter of Experience)** ได้แก่ เรื่องราวที่เป็นข้อมูลจากประสบการณ์จริงของตนเอง หรือเรื่องที่คุณเคยได้ยินมาจากผู้อื่น เช่น ตอนไปญี่ปุ่นรถนี้ ออกเบ้าต่อวินาทีเลย ตอนผมไปเยอรมันเบ้าต่อวินาที ตอนผมไปไอซ์แลนด์รถตู้รถบัสเนี่ย คนมายังไม่ครบก็ออก.., วันที่ครูลดน้ำหนัก อยากรลดๆ ไม่ได้ซักที ด่าตัวเอง ครูลดไม่ได้เลย แต่วันที่ครู Enjoy ก็กับการลด สนุก กินวันละนิด กินวันละหน่อย ใจเย็นกับตัวเอง ค่อย ๆ ไป อ้าว กลายเป็นว่าน้ำหนักลดได้และคงที่ด้วย ฯลฯ
- **การพรรณนา (Description)** ได้แก่ การพูดโดยการเรียบเรียงเนื้อหาเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความรูสึกซาบซึ้ง ประทับใจ เกิดจินตนาการทำให้เห็นภาพและมีความรูสึกร่วมกับผู้พูด เช่น ดูอย่างอาจารย์เฉลิมชัยก็ได้ อาจารย์เฉลิมชัยที่ท่าของแกเนี่ย Firm แน่ๆ โอ้โห ดุคั้น ดูแบบใช้ร่างกายเยอะมาก แต่สิ่งที่ออกมาจากหัวใจของท่านเนี่ยคะ มันมีความเมตตา อยู่ในนั้น เยอะมากเลย มีความปรารถนาดี อยากรให้ผู้ฟังได้ตื่นรู้ ฯลฯ
- **การอธิบาย(Explanation)** ได้แก่ การพูดด้วยการใช้เหตุและผล เพื่อทำให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจ สาเหตุ เรื่องราวต่างๆ ทั้งความจริง ความสัมพันธ์ สิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างชัดเจน เช่น You เห็นยังว่าการใช้สมองคือมันเป็นเรื่องของรายละเอียด แต่การใช้หัวใจมันเป็นเรื่องของ ความรูสึก,สิ่งที่อยากรทำ สิ่งที่ควรทำ และสิ่งที่ต้องทำ ถามว่าอะไรสำคัญสุด อยากรทำ ควรทำ และต้องทำ อะไรสำคัญสุด ต้องทำ ถูกไหม ต้องทำสำคัญสุด คนส่วนใหญ่ไม่ใช่อย่างนั้น ฯลฯ
- **หลักการเหตุผล (Logic)** ได้แก่ การพูดถึงส่วนสำคัญที่แสดงถึงที่มาของปัญหาต่าง ๆ ความจำเป็น หรือความต้องการของผู้พูดที่ประกอบด้วยเหตุและผล อาจจะเป็นจริงหรือไม่ เป็นจริงก็ได้ เช่น คลื่นต่ำก็จะดึงดูดสิ่งที่มีลักษณะคลื่นที่ต่ำเหมือนกันเข้ามาหากัน เมื่อเราจูน อะไรเราก็จะเจอสิ่งที่เราจูน เราส่งอะไรออก เราก็ได้รับสิ่งนั้นเข้า, ยิ่งประเทศไหนเจริญเท่าไร เขายังตรงต่อเวลาเท่านั้น และยิ่งประเทศไหนด้อยพัฒนาเท่าไร เขายังไม่ตรงต่อเวลาเท่านั้น, เหตุผลว่าทำไมคนเราที่มี 24 ชั่วโมงเหมือนกัน มันถึงทำงานได้ไม่เท่ากัน เพราะคนนึงจะเขาทำโดยมีเป้าหมาย อีกคนนึงทำโดยไม่ได้มีเป้าหมาย ฯลฯ

- **ข้อเท็จจริง (Facts)** ได้แก่ การพูดถึงเรื่องราว ประเด็น หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามจริง เช่น มนุษย์เราตัดสินคนด้วยการมองเห็นถึง 70% , นักลงทุนที่ประสบความสำเร็จที่สุดในประวัติศาสตร์ ก็คือ Warren Buffet, ฆ่าคนก็เร็ว สร้างคนก็ช้า ทำลายตึกก็เร็ว สร้างตึกก็ช้า ตัดต้นไม้ก็เร็ว ปลูกต้นไม้ก็ช้า ฯลฯ
- **ผลการศึกษา/ วิจัย (Research/ Study)** ได้แก่ การศึกษาค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์โดยใช้วิธีทางตรรกวิทยาอย่างมีระบบ เพื่อค้นหาข้อเท็จจริง เช่น David R. Hopkins เขาได้ทำชาร์ตเกี่ยวกับเรื่องของ แรงสั่นสะเทือนของคน เขาบอกว่าคนที่เต็มไปด้วยความโกรธเกลียดชังเนี่ย คลื่นจะเป็นลักษณะของการหดเข้า จะเป็นลักษณะของคลื่นความถี่ต่ำ จะอยู่ประมาณ 20 Hz ฯลฯ
- **สถิติ (Statistics)** ได้แก่ การพูดโดยการอ้างอิงข้อมูลสถิติ ตัวเลข เช่น จากสถิติของกรมสุขภาพจิต ช่วงโควิด-19 ในปี 256x พบว่า คนไทยมีความเครียด วิตกกังวล คิดเป็นร้อยละ 83 ประเทศแรกๆที่ไป อาร์เจนตินาตรงเวลาที่สุด รองลงมาคือชิลี รองมาตอนนี้คือเปรูนะครับ สายที่สุด ฯลฯ
- **คำรับรองจากประสบการณ์จริง (Life Testimony)** คือ เรื่องราวประสบการณ์จริงที่เคยลองทำแล้วได้ผล/ประสบความสำเร็จ เช่น เวลาเค้าอ่านหนังสือเนี่ย..เค้าจะหยุดอ่านเมื่อถึงจุดหนึ่งที่หนังสือแนะนำว่าคุณควรจะไปทำแบบนี้..แล้วเค้าจะเอาสิ่งนั้นไปทำก่อนแล้วเมื่อทำเสร็จเค้าจะค่อยกลับมาอ่านหนังสือเล่มนั้นต่อนะครับ..แล้วเค้าถึงได้ประสบความสำเร็จทุกวันนี้, หลังจากเค้าคิดทบทวนในช่วง Think Week นั้น...เค้าสามารถจะ Run Internet Explorer หรือที่เราใช้กันอยู่ทุกวันนี้ ตัว Internet ต่าง ๆ เนี่ยมันก็เกิดขึ้นมาจาก Think Week นั้นนะคะ เค้าคือคุณบิลเกตส์นั่นเอง, ผมการันตีเรื่องนี้เพราะอะไร เพราะว่าผมศึกษาเรื่องแบบนี้มาตลอดชีวิตนะครับ คือตัวเองทำได้เลยด้วย แล้วก็สอนคนอื่น แล้วคนอื่นจะได้ผลด้วย ผมเคยทำคอร์สหนึ่ง ชื่อว่า หาตัวคุณให้พบ แล้วจบที่ Passive Income เป็นต้น
- **การสาธิต (Demonstration)** ได้แก่ การสอนหรือแสดงให้เห็นตัวอย่าง โดยวิธีการอธิบายข้อเท็จจริง ความคิด หรือแสดงท่าทางประกอบให้ผู้รับสารได้สังเกตไปด้วย เช่น ท่าทาง Kind ก็คือวิธีการพูดที่ช้า ให้มีจังหวะการเว้นวรรค โทนเสียงที่ต่ำแล้วช้า..ดูมันคงแล้วก็เมตตา ควบคุมกันไปนะคะ...ท่าทางคือการยืนที่มั่นคง แขนขาไหลของเราเปิดออก, ครูลุกขึ้นมากระโดดเต้นก่อน ให้ State ของครูพุ่งก่อน ปรับร่างกายก่อน ผื่นยิ้ม เพราะเวลาที่เครียด ทุกอย่างมันจะหนักคะ คุณต้องฝึก ครูยิ้มเลย (กระโดดไปพูดไป) เป็นต้น

1.3) ส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) เป็นส่วนเนื้อหาที่เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างส่วนเนื้อความ (Body) และส่วนบทสรุป (Conclusion) ซึ่งเนื้อหาส่วนนี้จะนำเสนอว่าจะต้องทำหรือปฏิบัติอย่างไร ถึงจะสามารถไปถึงจุดที่จะบรรลุเป้าหมายได้ และเมื่อเราเห็นว่าหากปัญหาได้รับการแก้ไขแล้วนั้น จะส่งผลดีอย่างไรบ้าง หรือหากไม่ได้รับการแก้ไขจะส่งผลเสียอย่างไร ซึ่งผู้พูดจะต้องแสดงให้เห็นถึงแนวทางแก้ไขหรือวิธีที่จะก้าวไปสู่การบรรลุเป้าหมายนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจน ยกตัวอย่างเช่น

- **วิธี/แนวทางแก้ไขปัญหา (Resolution)** ยกตัวอย่าง เช่น การที่เราจะเลือกว่าความคิดไหนควรจะเก็บไว้ เอามาเช็กกับตัวเองคะว่าความคิดนั้น ทำให้เราโตขึ้น ดีขึ้น ก้าวไปข้างหน้าได้มั๊ย ถ้าได้ เก็บมันไว้คะ ถ้าไม่ได้ทำให้ เอาความคิดนั้น ไปแปลงเป็นความคิดบวก, หน้าที่ของเรา ตัวเรานี้ละเป็นพ่อเป็นแม่ให้ชีวิตตัวเองได้ใหม่, ทุกอย่างคือการลองแบบสนุก ๆ ถ้าไม่ได้ก็ไม่เป็นไร ก็ลองอันใหม่ ถ้าคุณทำตามความสนุกของตัวเอง ฯลฯ
- **วิธีคิดหรือปฏิบัติ (Practice : How to)** ยกตัวอย่าง เช่น สิ่งที่จะทำให้มนุษย์เปลี่ยน State ได้ คือเปลี่ยน 3 อย่างนี้ คือ เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คัดคำพูด, จินาได้ย่อมาเป็น 3 วิธีง่าย ๆ ลองปรับใช้กันดูคะ หนึ่งในคือ To Think ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่เรามีโอกาสครุ่นคิด สองคือ To Clarify...สาม วิธีสุดท้าย To Create คะ เป็นต้น
- **เรื่องเล่าจากประสบการณ์ของผู้พูด** ยกตัวอย่าง เช่น แม่ครูคือที่สุดของการให้กำลังใจลูกไม่เคยมีครั้งไหน แม่ครูอายุ 83 ปีนี้ 84 ครูทำโชว์ที่ไหน คำคือกำลังใจที่สำคัญของชีวิตครู.. คุณบุญยัง กองเกตุนะคะ จบป.4 เป็นลูกชานา แต่เลี้ยงลูกด้วยหัวใจ, โหย ฉันทฉลาดขึ้นเลย 3 วิชาเนี่ย ไปเรียนที่ เมืองนอกตกวิชาละล้าน ...ฉันได้ทุกวิชาเลย หาโอกาส โอกาสอะไรดี State ของครูพลิกกลับมาอยู่สภาวะปกติคะ ฯลฯ
- **กฎ หรือข้อห้าม (Rule)** ยกตัวอย่าง เช่น อย่าให้เราต้องเป็นของดี ต้องเป็นผ้าชีวรี่ห่อทองเลย ในวันที่เราสามารถอยู่ใน Package ที่สวยงามได้แล้วเปิดมาก็เป็นทองอยู่ข้างใน, คนเหล่านั้นไม่นำมาใช้ ปลอຍให้ของหรือความรู้ที่อยู่ในหัว เน่าเหมือนอาหารที่อยู่ในตู้เย็นอย่าเป็นแบบนั้นครับ, ไม่ต้องเอาไปเปรียบเทียบกับแม่ของเรา อย่าให้ 99% ทำงาน เพราะคุณแม่ของเรามีที่มาไม่เหมือนกัน เขาผ่านอะไรมาไม่เหมือนกับเรา ฯลฯ
- **ข้อคิด คำคมเตือนใจ** ยกตัวอย่าง เช่น , มองโลกตามความเป็นจริงคะ ไม่แยะไปกว่าจริง ไม่ดีเกินไปกว่าจริง ตามความเป็นจริงคะ, หน้าที่ของเรา ตัวเรานี้ละเป็นพ่อเป็นแม่ให้ชีวิตตัวเองได้ใหม่ วันที่เราทำสิ่งที่ต้องการกำลังใจ เราให้กำลังใจตัวเองได้ใหม่..., ทุกอย่างมันมาคู่กัน พออย่างนึงและอย่างอื่นก็เลยตามไปด้วยนะ, คุกที่แยะที่สุดไม่ใช่เป็นเหล็ก เป็นกำแพง แต่เป็นความคิด ความเชื่อเก่า ๆ ของเราเอง ที่มันถ่วงเราไว้ เป็นต้น

- **การพูดประเด็นซ้ำอีกครั้ง (Repetition)** ยกตัวอย่าง เช่น นี่แหละครับ ผมถึงได้บอกว่า การไม่กล้าเจ็บมากพอ คือสาเหตุเดียว สาเหตุหลัก สาเหตุใหญ่ที่สุด อันเดียวเท่านั้นเลยครับ ที่ทำให้คุณไม่ประสบความสำเร็จ อย่างที่ตั้งใจไว้ อันนี้สำคัญมาก, โลกนี้เป็นไปได้หมด โลกนี้ อะไรก็เป็นไปได้ แต่ทำไมในใจคุณก็สงสัยทำไมกูทำแล้วไม่เห็นได้...คำตอบอะไรรู้ปะ เพราะเขาสงสัย, เราจะมีโอกาสได้สร้างงานที่เราอยากทำอะคะ ไม่นั่นอะคะ เราอาจจะสามารถสร้าง Masterpiece ในช่วง covid-19 นี้ก็ได้ ทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส ฯลฯ

1.4) ส่วนสรุป (Ending : Conclusion) เป็นส่วนที่สรุปเรื่องราวทั้งหมดที่ผู้พูดได้พูดมาตอนต้น โดยผู้พูดจะต้องกล่าวย้ำถึงวัตถุประสงค์ (Purpose) และจุดที่เป็นประเด็นสำคัญ (Main point) ให้ชัดเจนเพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจอย่างแท้จริง ทั้งนี้ ผู้พูดอาจจะสรุปเป็นสิ่งที่อยากจะฝากถึงผู้ฟัง แนวทางการปฏิบัติ หรือเป็นการทิ้งท้ายข้อคิด คำคมที่กินใจให้ผู้ฟังได้นำไปคิดต่อ ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความคิด และพฤติกรรมต่อไป

- **คำสั่ง คำเชิญชวนที่เป็นคำพูดที่กระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติตาม (Call to Action)** เช่น อย่างกลัวที่จะล้มเหลว จงกล้าที่จะเผชิญความเจ็บ/ อย่าทำตัวเป็นน้ำเต็มแก้ว/ จงฟังเสียงของหัวใจ/ ลองนำ 5 ข้อนี้ไปปฏิบัติดูนะคะ/ เรามาเริ่มฆ่าความกลัวในตัวเรา... เป็นต้น
- **ข้อคิด/ คำคมที่กินใจ** เช่น “There is no shade in that Beauty.” ของ Lupita Nyong'o/ “Where focus goes energy flows and results.” show ของ T. Harv Eker/ “อยากเจริญต้องกล้าเผชิญความเจ็บ”, อย่าลืมนะว่าความรู้ท่วมหัวนั้นเอาตัวรอดแน่นอน, การฆ่า “คน” จะไม่มีวันสิ้นสุด แต่การฆ่า “ความ” จะหยุดลงที่ใจ ของขุนเขา เป็นต้น

2.3.3 โครงสร้างตามหลักการพูดจูงใจของมอนโร (หลักบันได 5 ขั้น)

การพูดจูงใจต้องมีวิธีการพูดที่จะทำให้ผู้ฟังสนใจ ชวนติดตาม ตั้งแต่ต้นจนจบ แล้วเกิดการกระทำหรือนำไปปฏิบัติตามที่ผู้พูดฟังประสงค์ (นิรัตน์ จรจิตร, 2550) การเรียบเรียงข้อความตามหลักจิตวิทยาของอลัน มอนโร (Alan Monroe) ในปี ค.ศ. 1930 ซึ่งเป็นหลักการพูดจูงใจที่ได้รับความนิยมไม่น้อย ได้เสนอแนะว่าการจัดองค์ประกอบของสารควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของ “ลำดับขั้นตอนการโน้มน้าวใจ” หรือ “ลำดับขั้นแห่งการจูงใจ” กล่าวคือ คนส่วนใหญ่ต้องการความสอดคล้องหรือความสมมูลทางระบบความคิด แต่เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาหรือมีความต้องการสิ่งใด ซึ่งทำให้เกิดความสอดคล้องกับความคิดที่จะเป็นแรงขับให้บุคคลต้องหาวิธีแก้ไขและสนองความต้องการนั้น โดยอาจปรับเปลี่ยนความคิด ค่านิยม หรือพฤติกรรมเพื่อขจัดความไม่สอดคล้องที่เกิดขึ้น ลำดับขั้นตอนการโน้มน้าวของมอนโร ประกอบด้วย 5 ข้อ ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 – ขั้นตอนความสนใจ (Attention) เมื่อเริ่มเปิดการพูด ขั้นนี้ผู้พูดต้องจัดเตรียมเรียงข้อความหรือสารเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ เริ่มดึงดูดความสนใจตั้งแต่วินาทีแรก หรือในทันทีที่พูด โดยใช้วิธีการกระตุ้นให้ผู้ฟังสนใจในสิ่งที่พูด เช่น คนเราจะประสบความสำเร็จได้ ขึ้นอยู่กับอะไร รู้ไหมคะ? ฯลฯ

ขั้นที่ 2 – ขั้นตอนความต้องการ (Need) เมื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้ฟังแล้ว ขั้นนี้จะเป็นการกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกว่าสิ่งที่ผู้พูดโน้มน้าวเป็นสิ่งที่เขาต้องการหรืออยากกระทำ เป็นการพูดให้ผู้ฟังเกิดความต้องการที่จะฟังต่อไป

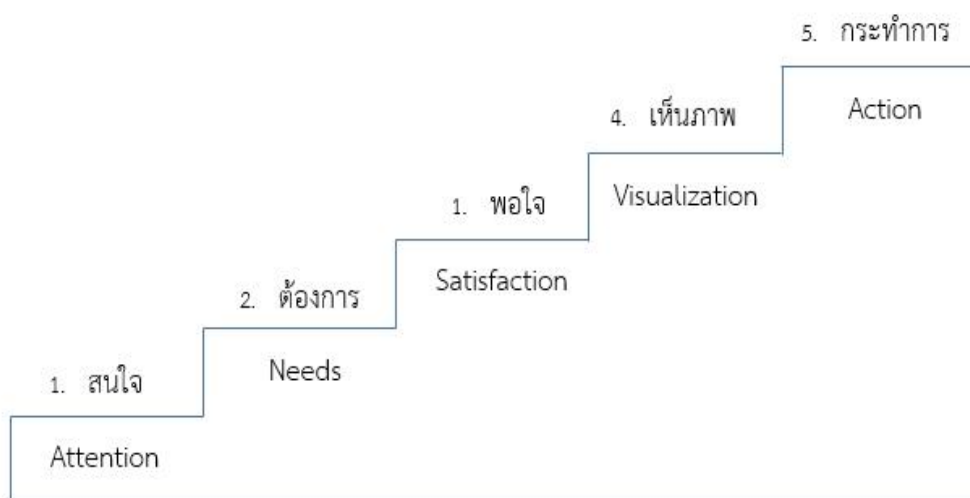
ขั้นที่ 3 – ขั้นตอนความพอใจ หรือสนองความต้องการ (Satisfaction) ขั้นนี้จะแสดงให้เห็นว่าสิ่งที่ถูกโน้มนำนั้น สามารถเติมเต็มสิ่งที่ต้องการได้ หรือทำให้ผู้ฟังพอใจ ถูกใจ อยากที่จะฟังต่อเรื่อยๆ ไม่อยากหนีไปไหน เป็นการตอบสนองความต้องการและความพอใจของผู้ฟังโดยชี้แนะแนวทางหรือวิธีการแก้ไขปัญหา

ขั้นที่ 4 – ขั้นเห็นภาพ หรือพรรณนาให้เห็นความชัดเจน (Visualization) ขั้นนี้จะให้รายละเอียดเพื่อให้ผู้ฟังเห็นภาพชัดเจน เป็นการบรรยายภาพให้เกิดความกระจ่างแจ้งว่าสิ่งนั้นหรือกระบวนการนั้นทำให้อะไรเกิดขึ้นได้อย่างไร โดยเสนอความคิดเห็นให้ผู้ฟังมองเห็นถึงผลที่จะเกิดขึ้น อาจเป็นการพูดแบบมีภาพประกอบ หรือเหตุผลให้เห็นชัดเจน จนเกิดความรู้สึกคล้อยตาม เช่น หากปฏิบัติตามแนวทาง 5 ข้อนี้ จะทำให้ความฝันของคุณกลายเป็นจริงได้ ฯลฯ

ขั้นที่ 5 – ขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ หรือการนำไปสู่การกระทำ (Action) ขั้นนี้ผู้พูดจะเรียกร้องให้ผู้ฟังกระทำหรือปฏิบัติตามในสิ่งที่ผู้พูดร้องขอ ตรงส่วนนี้ผู้พูดจะกล่าวปิดหรือสรุปเนื้อหาทั้งหมดเพื่อให้ผู้ฟังเชื่อและปฏิบัติตามที่ผู้พูดได้พูดจูงใจ เป็นการเรียกร้องให้ผู้ฟังเกิดการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทำให้เขาเกิดความรู้สึกอยากเปลี่ยนแปลงตนเอง

โดยการพูดตามหลักการของมอนโรเป็นเทคนิคสำหรับการพูดเพื่อโน้มน้าวใจที่ดี แต่การพูดจะมีประสิทธิผลหรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละคนในการจูงใจให้ผู้ฟังคล้อยตามด้วยเหตุและผล (สุพัตรา สุภาพ, 2552)

การจัดเรียงเรียงข้อความให้ได้ผลในการพูดโน้มน้าวข้างต้น มีความสอดคล้องกับ อรรถวรรณ ปิรันธน์โอวาท (อรรถวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2552) ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดเรียงเรียงข้อความให้ได้ผลในการพูดโน้มน้าวใจ ดังนี้



ภาพที่ 4 บันได 5 ขั้นในการโน้มน้าวใจของอลัน มอนโร (Alan Monroe)

ตารางที่ 2.2 แสดงหน้าที่ของลำดับแรงจูงใจของมอนโร

ลำดับขั้น (STEP)	หน้าที่ (FUNCTION)
ความสนใจ	เพื่อดึงความสนใจของผู้ฟัง
ความต้องการ	เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกว่าการที่จะฟังต่อไปเรื่อยๆ
ความพอใจ	เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ฟัง โดยการให้คำตอบ/วิธีแก้ไขปัญหา
การทำให้เห็น	เพื่อให้ผู้ฟังเห็นภาพชัดเจน
การเรียกร้องให้ลงมือทำ	เพื่อให้ผู้ฟังอยากลงมือทำ/ ปฏิบัติตาม

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์คณะแห่งความคิด (Faculties of the Minds) และการเชื่อมโยง (Association)

องค์คณะแห่งความคิดและการเชื่อมโยง เป็นแนวคิดที่กล่าวถึงการเกิดขึ้นของความคิดที่สร้างขึ้นจากความรู้อารมณ์ และอารมณ์ โดยรับรู้ผ่านประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสทั้งห้า ทำให้เกิดความเข้าใจ และจินตนาการอันรวมกันเป็นหนึ่งและเชื่อมโยงถึงกันหรือด้วยความประทับใจ ในวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยศึกษาคุณลักษณะของเนื้อหาสารของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจโดยจะอธิบายถึงกระบวนการรับรู้เนื้อหาสารสร้างแรงบันดาลใจที่สามารถเปลี่ยนความคิด ความเชื่อ สร้างจินตนาการ นำไปสู่ความประทับใจ และทำเป้าหมายให้สำเร็จ

2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับธรรมชาติของจิตใจ (Nature of Mind)

เดวิด ฮิวม์ (David Hume) เป็นนักปรัชญาชาวสก็อตแลนด์ ซึ่งได้รับแนวคิดจาก จอห์น ล็อก (John Locke) นักปรัชญาประจักษ์นิยมที่เชื่อว่าความรู้ได้จากประสบการณ์ และมนุษย์รับรู้โมโนทัศน์หรือคุณสมบัติของสิ่งต่างๆ ด้วยการสัมผัส จากนั้นจึงใช้จิตในการไตร่ตรองพิจารณาสิ่งเหล่านั้นต่อด้วยการใช้เหตุผล อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีของฮิวมนั้น พัฒนาไปไกลกว่าทฤษฎีของจอห์น ล็อก (John Locke) และยอร์จ เบอร์กเลย์ (George Berkeley)

จากทัศนะของฮิวม์ว่า “Men are mightily govern'd by the imagination” ดังนั้นความรู้ทุกอย่างเกิดจาก ความประทับใจ (impression) และความคิด หรือ มโนคติ (image) ซึ่งความประทับใจ จะเกิดขึ้นได้เนื่องจากเรารู้สึกหรือมีประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสของสิ่งต่าง ๆ และการกำหนดรู้ของจิต โดยมีประสาทสัมผัสเป็นตัวเชื่อมต่อระหว่างความประทับใจและความคิด (David Hume, 1971:45 อ้างถึงใน เฉลย วิฑูรย์ (บุรีภักดิ์) และ ภาวนาโพธิคุณ, 2559)

อรรถธรรม ปิณฑนโรวาท (2550) กล่าวว่า ความรู้ในทรรศนะของฮิวม์ที่เกี่ยวกับธรรมชาติของจิตใจ (Nature of Mind) แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ความประทับใจ (impression) เป็นรูปธรรม การมีชีวิตชีวา และพลังแห่งการจูงใจ

2. ความคิด (ideas) เป็นนามธรรม การมีชีวิตชีวา และพลังแห่งการจูงใจ

อธิบายได้ว่า โดยฮิวม์แบ่งการรับรู้ออกเป็น 2 ชั้น ได้แก่ การรับรู้ครั้งแรกสุดซึ่งเกิดขึ้นเมื่อเรารู้สึกหรือมีประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส ที่เราเรียกว่ารอยประทับ/ความประทับใจ (impression) ส่วนการรับรู้ครั้งต่อมา เมื่อเราคิดถึงสิ่งที่เคยรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส หรือเมื่อเราอ้างเหตุผลนั้นเราเรียกว่า มโนภาพ/ ความคิด (ideas) ความประทับใจจึงเป็นตัวแทนสิ่งที่อยู่ภายนอกจิต ส่วนมโนภาพแทนสิ่งที่อยู่ในจิตใจ ในทรรศนะของฮิวม์ ความประทับใจ และมโนภาพของสิ่งหรือปรากฏการณ์

เดียวกันจะต้องสมนัย (correspond) กันเสมอ ซึ่งข้อมูลภายนอกกับข้อมูลภายในต้องจับคู่กันพอดี และแตกต่างกันแค່รอยประทับมีพลังความรุนแรง (force) และมีพลังเป็นจริงหรือความชัดเจนมีชีวิต (liveness หรือ vivacity) มากกว่ามโนภาพเท่านั้น

สรุปได้ว่า ทั้งความประทับใจ (Impression) และความคิด (Idea) นี้เป็นที่มาของความรู้ ซึ่งความประทับใจเป็นการรับรู้สิ่งภายนอกด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าโดยตรง พอนานไปก็จะถูกเก็บไว้ในลักษณะของความเป็นภาพในจิตใจ หรือมโนคติ เมื่อนึกถึงหรือคิดก็จะทำให้เกิดความรู้ขึ้นมา

“It is impossible for us to think anything which we have not antecedently felt, either by our internal or external senses.”

“เป็นไปได้ที่เราจะคิดอะไรที่เราไม่เคยรู้สึกมาก่อนไม่ว่าจะด้วยความรู้สึกภายในหรือภายนอกของเรา”

(David Hume, 1971)

แนวคิดเกี่ยวกับธรรมชาติของจิตใจ (Nature of Mind) มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับการรับรู้เนื้อหาสาระที่สร้างแรงบันดาลใจ อธิบายได้ว่า ความประทับใจ และความคิดเป็นที่มาขององค์ความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งได้จากการรับฟังเนื้อหาสาระที่สร้างแรงบันดาลใจที่มีพลังในการจูงใจมีชีวิตชีวา และ เป็นการรับรู้ครั้งแรกซึ่งเกิดขึ้นเมื่อมีประสบการณ์โดยตรง สำหรับมโนภาพนั้น จะเกิดขึ้นเมื่อผู้ฟังนึกถึงสิ่งที่เคยรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส อันได้แก่ การคิดใคร่ครวญถึงเนื้อหาสาระสร้างแรงบันดาลใจที่เคยได้ฟัง อันมีลักษณะเป็นภาพในใจทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจขึ้นมา กล่าวคือ ความประทับใจ เป็นตัวแทนสิ่งที่อยู่ภายนอกจิต ส่วนมโนภาพแทนสิ่งที่อยู่ในจิตใจ สำหรับคุณลักษณะของเนื้อหาสาระที่สร้างความตราตรึงใจแก่ผู้ฟัง เช่น การเล่าเรื่องให้ผู้ฟังมีประสบการณ์ร่วม การใช้ภาษาให้เกิดภาพที่จับเคลือนใจ ความรู้สึก นึก คิด หรือการใช้ข้อมูล หลักฐานการสนับสนุน หรือเหตุผลที่ทำให้ผู้ฟังรู้สึกเชื่อและคล้อยตาม เป็นต้น

2.4.2 แนวคิดทฤษฎีองค์คณะแห่งความคิด (Faculties of the Minds)

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับองค์คณะแห่งความคิด เกิดขึ้นมาก่อนที่ David Hume จะเป็นผู้นำมาศึกษาใหม่ โดย Hume มีบทบาทสำคัญในการสรุปองค์ความรู้ดังกล่าวให้มีความลึกซึ้งมากขึ้น

2.4.2.1 นิยามขององค์คณะแห่งความคิด

เดวิด ฮิวม์ ให้ความหมายของ องค์คณะของความคิด (Faculties of the Minds) ว่า การคิดเกี่ยวข้องกับการสร้างภาพที่เลื่อนกลาง หรือการประกอบภาพซ้อนของภาพที่เลื่อนกลางของความรู้สึกกิเลสตัณหา และอารมณ์ เนื่องจากจินตนาการเป็นองค์คณะแห่งความคิด (Jonathan Cottrell, มปป.)

2.4.2.2 องค์ประกอบขององค์คณะแห่งความคิด

ตามทัศนะของฮิวม์ ได้กล่าวว่า องค์ประกอบขององค์คณะแห่งความคิด มีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ (Golden, James L, Berquist, Goodwin F., 1930-; Coleman, William E, 2000) ดังต่อไปนี้

1) **Understanding (การเข้าใจ)** หมายถึง กระบวนการทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับสติปัญญาซึ่งเราสามารถเข้าใจสิ่งต่างๆ เพื่อทำความเข้าใจเหตุผลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและเด็ดขาด โดยการแยกความแตกต่างระหว่างเงื่อนไขต่าง ๆ ได้อย่างรอบคอบทั้งนี้ ความเข้าใจถือเป็นจุดเริ่มต้นหรือตรรกะที่องค์คณะอื่น ๆ ได้ยึดเป็นหลัก

2) **Imagination (การจินตนาการ)** เป็นกระบวนการนึกคิด การสร้างภาพในสมอง ไม่ได้ผ่านการมองเห็น โดยจินตนาการอาจสร้างความรู้สึกอันแรงกล้าที่อยู่เหนือการตัดสินใจที่ถูกต้อง การจะมีจินตนาการได้ดีจะเชื่อมโยงกับประสบการณ์การจากประสาทสัมผัส ทำให้เกิดภาพในสำนึกเรียกว่า “จินตภาพ” หรือนึกออกมาเป็นรูปร่างได้ โดยมีความเชื่อมโยงกับความเข้าใจ (Imagination) ความงาม (Beauty) และรสชาติ (Taste) อย่างไรก็ตาม จินตนาการสามารถทำให้รู้สึกยินดีกับสิ่งที่อยู่ห่างไกลและพิเศษได้

3) **Passion (ความหลงใหล แรงผลักดันภายใน)** หมายถึง ความหลงใหล คลั่งไคล้ ความมีใจรัก ความทะเยอทะยาน และมีใจรักในอะไรบางอย่าง เรียกได้ว่า เป็นแรงผลักดันจากภายในให้เรากระทำเพื่อให้สิ่งที่เราต้องการหรือปรารถนาบรรลุ ซึ่งอาจทำให้เกิดความสุขและความเจ็บปวดได้เช่นกัน Passion ถือเป็นแรงจูงใจอย่างหนึ่งเกิดจากธรรมชาติทางอารมณ์ของมนุษย์ อย่างไรก็ตาม ความเข้าใจกับความหลงใหลจะต้องสอดคล้องกันและกัน มิเช่นนั้นอาจเกิดความเจ็บปวดได้ เมื่อต้องตกเป็นทาสของ Passion

4) **The Will (ความปรารถนา)** หมายถึง ความต้องการ หรือความประสงค์ที่จะทำให้เป้าหมายบรรลุผลสำเร็จ เป็นสิ่งที่ควรได้รับการกระตุ้นทำให้เกิดการกระทำหรือการดำเนินการที่เหมาะสม ตามขั้นตอนกระบวนการขององค์คณะแห่งความคิด เมื่อความปรารถนาเกิดขึ้นแล้ว ความเข้าใจ ได้แก่ ข้อโต้แย้งที่สร้างขึ้นตามหลักเหตุและผล จะต้องได้รับการทดสอบความสอดคล้องกับข้อเท็จจริงด้วยตัวมันเองด้วย จากนั้น การกล่าวอ้างความคิด (Ideas) จะกลายเป็นความประทับใจด้วยจินตนาการที่สวยงาม จนในที่สุด สมองเกิดการกระตุ้นให้รู้สึกหลงใหลคลั่งไคล้มากขึ้น ทำให้เกิดความเชื่อ (Belief) นำไปสู่ความประทับใจที่แข็งแกร่ง

Faculties of the Mind

- Understanding ●—● IDEA - Cognitive Domain
- Imagination } ●—● IMPRESSION - Affective Domain
- Passions } ●—● IMPRESSION - Affective Domain
- The will ●—● BEHAVIORAL INTENTION

ภาพที่ 5 แผนภาพแสดงองค์ประกอบขององค์คณะแห่งความคิด

กล่าวโดยสรุปคือ องค์คณะแห่งความคิด สามารถอธิบายกระบวนการความคิดที่เกิดจากการเปิดรับฟังสารที่สร้างแรงบันดาลใจผ่านประสบการณ์ตรง ซึ่งเมื่อเกิดความเข้าใจก็จะเชื่อมโยงไปยังความคิด และการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ จากนั้น เกิดเป็นจินตนาการและความหลงใหลในสิ่งนั้น และเมื่อจินตนาการเหล่านั้นได้เชื่อมโยงถึงกัน จะนำไปสู่การสร้างความประทับใจที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหว บันดาลใจนำไปสู่ความปรารถนา ความต้องการที่จะปรับเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

ในบริบทสังคมไทย นักพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจสร้างคอนเทนต์มีการเลือกใช้โครงสร้างภาษา เนื้อหาในการพูดเพื่อส่งต่อแรงบันดาลใจ เพื่อตอบเจตน์และเข้าถึงผู้ฟังให้เกิดความรู้สึก นึกคิดให้เกิดความคิดในเชิงบวก แต่ยังไม่ปรากฏการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของเนื้อหาในบริบทของช่วงภาวะวิกฤต เช่น ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เพื่อที่จะช่วยเสริมสร้างสุขภาพจิตของคนไทยให้ดีขึ้น ในช่วงที่ประสบกับปัญหาสุขภาพจิต ความตึงเครียด ความวิตกกังวลในจิตใจ จากสถานการณ์โควิด-19 ผู้วิจัยจึงอยากทราบถึงคุณลักษณะที่ดีของเนื้อหาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจว่ามีโครงสร้างพื้นฐานในการพูด รวมถึงองค์ประกอบย่อย ๆ เป็นอย่างไร

2.4.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเชื่อมโยง (Association)

2.4.3.1 นิยามของการเชื่อมโยง

Golden, James L; Berquist, Goodwin F. และ Coleman, William E (2000) ให้คำนิยามของความเชื่อมโยง ตามทฤษฎีของเดวิด ฮิวม์ หมายถึง ความคิดที่รวมกันเป็นหนึ่ง ดังนั้นจินตนาการที่รวมเข้าด้วยกันนั้นมักจะเชื่อมโยงการรับรู้กับผู้อื่นโดยธรรมชาติ

David Hume (Wikipedia, 2005) ได้อธิบาย การเชื่อมโยงทางความคิด (Association of Ideas) หมายถึง “ความสัมพันธ์ตามธรรมชาติ” (Natural Relationship) สามประการที่ชี้ทำให้เกิดจินตนาการ ได้แก่ ความเหมือน/คล้ายคลึงกัน, ความต่อเนื่องกันของเวลาและสถานที่ และความเป็นเหตุและผล อย่างไรก็ตาม โดยธรรมชาตินั้น จินตนาการยังคงมีความเป็นอิสระที่จะเทียบเคียงความคิดตาม "ความสัมพันธ์เชิงปรัชญา" (Philosophical Relationship) 7 อย่างนี้ อันได้แก่

- 1) ความคล้ายคลึงกัน : ความคิดที่คล้ายกันอันได้มาจากการมีประสบการณ์ร่วมกัน เช่น คนที่เป็นเด็กกำพร้า ย่อมเข้าอกเข้าใจกัน
- 2) อัตลักษณ์ : การมีคุณลักษณะบ่งชี้เฉพาะตัวร่วมกัน เช่น การเป็นคนไทยเกิดที่ประเทศไทย
- 3) พื้นที่/เวลา : การมีชีวิตในช่วงเวลา/สถานการณ์ และในสถานที่เดียวกัน เช่น คนไทยที่ประสบปัญหาตงานเนื่องจากวิกฤตโควิด-19
- 4) ปริมาณ/จำนวน : คนที่มีเงินทอง/สถานภาพทางการเงินใกล้เคียง คนรวยมักจะคบแต่คนรวย ใช้ภาษาระดับเดียวกัน เป็นต้น
- 5) คุณภาพ/ระดับ : คนที่มีคุณภาพชีวิต ระดับการศึกษาใกล้เคียงกัน เช่น คนที่เรียนจบสูง ๆ มักจะคุยกันรู้เรื่อง
- 6) ความขัดแย้ง : การมีความขัดแย้งจากเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน เช่น กลุ่มที่มีความเห็นต่างทางการเมืองสองฝั่งมาร่วมชุมนุมประท้วงในปัญหาเดียวกัน
- 7) เหตุและผล : คนที่เป็นมีเหตุมีผล มักคุยกับคนที่ใช้เหตุผลรู้เรื่อง ฯลฯ

โดยมีทฤษฎีเพิ่มอีกว่า แม้ว่าเราจะสามารถแยกและรวมความคิดง่าย ๆ ได้ตามต้องการ แต่ความคิดของเราก็มักจะมีการเรียงลำดับอย่างสม่ำเสมอ อย่างไรก็ตาม หากว่าความคิดต่าง ๆ เกิดขึ้นกับเราแบบไม่ทันตั้งตัว อาจเกิดภาวะที่ความคิดทั้งหมดของเรา "หลวมและไม่เชื่อมโยงกัน" เราจะไม่สามารถคิดอย่างสอดคล้องกันได้ (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2001)

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีความรู้ของฮิวม์มีอิทธิพลต่อแนวคิดทางจิตวิทยาในคริสต์ศตวรรษที่ 18 เป็นอย่างยิ่ง ฮิวม์ได้อธิบายต่อถึงทฤษฎีการเชื่อมโยงความคิด (Theory of Association of Ideas) โดยกล่าวไว้ว่า จิตของมนุษย์เหมือนผ้าขาวบริสุทธิ์ที่ปราศจากรอยเปื้อนหรือปราศจากข้อมูลบรรจุในตอนแรก ข้อมูลแรกที่มนุษย์ได้รับคือผัสสะ ด้วยเหตุนี้จึงกล่าวว่าประสบการณ์เท่านั้นเป็นที่มาของความหมายของการรับรู้ของมนุษย์ทุกอย่าง และฮิวม์ได้กล่าวถึง กฎการเชื่อมโยงมโนภาพว่าเป็นความสามารถที่มนุษย์ทุกคนมีเหมือนกันโดยธรรมชาติและมีบทบาททำให้มนุษย์ใช้ภาษาสื่อสารเป็นที่เข้าใจได้ โดยกฎการเชื่อมโยงมโนภาพมีอยู่ 3 กฎ หรือเรียกได้ว่าเป็นองค์ประกอบของการเชื่อมโยงความคิด ดังจะกล่าวต่อไปนี้

2.4.3.2 องค์ประกอบของการเชื่อมโยงความคิด

เดวิด ฮิวม์ อธิบายองค์ประกอบของการเชื่อมโยงความคิดว่า มีกฎพื้นฐาน 3 ประการของจินตนาการที่ครอบคลุม ซึ่งอธิบายวิธีที่ความคิดเชื่อมโยงถึงกันหรือด้วยความประทับใจกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ "การเชื่อมโยงความคิด" ครอบคลุมหน้าที่ของจินตนาการที่รวมเข้าไว้ด้วยกัน โดยหลักการนี้แบ่งออกเป็น 3 กระบวนการที่แตกต่างกันแต่เกี่ยวข้องกัน ดังต่อไปนี้ (พิมพ์พนิต พิจิตเพ็ญ, 2561)

1) กฎแห่งความเหมือน/คล้ายคลึงกัน (Resemblance)

เมื่อมนุษย์เห็นภาพ ๆ หนึ่ง ภาพนั้นกระตุ้นให้เรานึกถึงการเกิดขึ้นของภาพต้นแบบที่เคยเห็นมาก่อน เรียกว่า การเชื่อมโยงนี้เป็นการได้รับแรงผลักดันจากประสบการณ์ รวมถึงสอนให้เรา รู้จักความคิด และความประทับใจที่เชื่อมโยงถึงกัน กล่าวคือ มนุษย์จะเกิดความเชื่อมโยงทางความคิดได้จากการพูดเรื่องที่มีประสบการณ์ตรงร่วมกัน/ คล้ายกัน ทำให้เกิดความเข้าใจกัน เช่นเดียวกับนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่มักใช้เรื่องราวที่ผู้ฟังมีประสบการณ์ร่วม เช่น การไม่ประสบความสำเร็จในชีวิต การขาดพลังบวก ฯลฯ นำไปสู่การสร้างแรงบันดาลใจภายใน

2) กฎแห่งความต่อเนื่องกันในเรื่องเวลาหรือสถานที่ (Contiguity)

เมื่อพูดถึงห้อง ๆ หนึ่ง ในตึกหลังหนึ่งก็กระตุ้นให้เรานึกถึงห้องอื่น ๆ ในตึกหลังเดียวกันด้วย เรียกว่า การมีอยู่ของวัตถุสามารถเคลื่อนย้ายจิตใจไปสู่สิ่งที่เป็นความเชื่อมโยงหรือความผูกพันอันหนึ่งเดียวกัน กล่าวคือ มนุษย์จะเกิดความเชื่อมโยงทางความคิดจากการพูดเรื่องที่เป็นเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นไม่นาน/ เพิ่งผ่านมาสด ๆ ร้อน ๆ หรือการพูดถึงสถานที่/ เหตุการณ์ที่รู้จัก อยู่ใกล้เคียง รวมถึงมีประสบการณ์ร่วมกัน เช่นเดียวกับ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่อาจจะมีการพูดเรื่องราวที่เกี่ยวข้องการปรับตัวในสถานการณ์โควิด -19 อันเป็นเหตุการณ์ที่คนไทยทุกคนต้องทนทุกข์ในการใช้ชีวิต รวมถึงมีประสบการณ์ร่วมกัน

3) กฎแห่งเหตุและผล (CAUSE and EFFECT)

เมื่อเรานึกถึงบาดแผล เราก็จะนึกถึงความเจ็บปวดตามมาด้วย สำหรับกฎนี้ ถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการศึกษาระบบชาติการเกิดความรู้ของมนุษย์ โดยความรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและผลนี้ได้จากการสังเกตหรือประสบการณ์ตรงเท่านั้น กล่าวคือ กล่าวคือ มนุษย์จะเกิดความเชื่อมโยงทางความคิดได้จากการพูดเรื่องที่มีหลักการ/ เหตุและผลที่น่าเชื่อถือ เมื่อสิ่งนี้เกิดขึ้นนั้นก็ต้องเกิดขึ้นตาม เช่นเดียวกับ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่มักใช้เรื่องราวที่สอดแทรกความจริง/ หลักฐานสนับสนุน ตัวอย่างที่ เช่น ได้แก่ ข้อเท็จจริง ตรรกะ ผลการศึกษา/วิจัย คำรับรองจากประสบการณ์ ฯลฯ เพื่อให้เนื้อสารมีน้ำหนักมากขึ้น

สำหรับคำว่า เหตุ (Cause) คือ สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นตามความคิดของสิ่งหนึ่งและติดตามด้วยความคิดอีกสิ่งหนึ่ง เหตุ คือ ผลผลิตของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สามารถผลิตผล (Effect) ออกมาได้ด้วยสิ่งที่แฝงอยู่ในเหตุนั่นเอง ซึ่งอาจเป็นพลังหรืออำนาจที่แฝงเร้นอยู่ทั้งเหตุและผล พลังที่ว่านี้ ก็คือความคิด และความรู้สึกทั้งสองสิ่งจะถูกบันทึกไว้ในรูปของจินตภาพ ความรู้สึกทั้งหลายเกิดขึ้นจากประสบการณ์ หลักฐานที่แสดงเป็นเครื่องยืนยันให้เห็นว่านี่คือความรู้สิ่งต่าง ๆ ที่สามารถแสดงให้เห็นถึงความมีเหตุผลของมนุษย์ โดยอิวิมแบงองค์ประกอบแห่งความเข้าใจมนุษย์ออกเป็น 2 ข้อ ดังนี้ (พระมหาพูนศักดิ์ วัชรวิโส, 2560)

4) ความสัมพันธ์ของความคิด

กระบวนการคิดเป็นกิจกรรมทางสมองที่ประกอบไปด้วยปัญญา การสัมผัส การรับรู้ การเก็บรวบรวม โดยมนุษย์นำข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้จากประสบการณ์เดิมและประสบการณ์ใหม่ เก็บไว้อย่างเป็นระบบ อันเป็นความสัมพันธ์ของความคิดที่ใช้สัญลักษณ์ จินตภาพ ความคิดเห็น และความคิดรวบยอดแบบบูรณาการ

5) สารข้อเท็จจริง

ในประเด็นนี้ สิ่งต่าง ๆ เกิดขึ้นเพราะความรู้สึก และ ความจำได้ถูกนำมาเชื่อมโยงกันเข้ากับเหตุ และ ผล ความรู้ของเราในเรื่องเหตุ และผลได้มาจากประสบการณ์ดังที่กล่าวแล้ว เมื่อมีประสบการณ์เกิดขึ้นอย่างคุ้นเคยจะนำไปสู่สิ่งที่เราพบ ประสบการณ์จะเป็นตัวบอกกับเรา ซึ่งในที่สุดก็นำเข้าไปเชื่อมโยงเข้าสิ่งที่เป็นประสบการณ์เดิมจนกระทั่งกลายเป็นความเคยชิน และสัญชาตญาณสถานการณ์ต่าง ๆ หรือข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ทั้งนี้การองค์ประกอบทั้ง 4 ขององค์คณะของจิตใจจึงอธิบายชุดของการรับรู้ทางประสาทสัมผัสที่จัดขึ้นร่วมกัน โดยการเชื่อมโยงความคิดและความเชื่อเรียกได้ว่าเป็นการยึดหลักตามทฤษฎีความเป็นเหตุเป็นผล (Causation Theories)

จากหลักการเชื่อมโยงสามประการ สาเหตุ (CAUSE and EFFECT) เป็นสิ่งที่แข็งแกร่งที่สุด และสิ่งเดียวที่พาเรา “เกินความรู้สึกของเรา” เนื่องจากสามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์ในปัจจุบันและในอดีตของเรากับความคาดหวังของเราเกี่ยวกับอนาคต (เว็บไซต์ Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2001) และอรรถวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2550) กล่าวอีกว่า คุณสมบัติทั้งสามนี้ เป็นความสัมพันธ์ที่เราสังเกตเห็นได้ในประสบการณ์เมื่อใดที่เราเห็นสิ่งสองสิ่งมีความสัมพันธ์ในบางลักษณะข้างต้น จิตของเราจะทำการเชื่อมโยงรับรู้สิ่งที่ต่างเป็นอิสระแยกกันอยู่เข้าด้วยกันทันที ตามธรรมชาติและทุกครั้งจะเชื่อมโยงในลักษณะเดิมเสมอไม่เปลี่ยนแปลง

จากการทบทวนแนวคิดองค์คณะแห่งความคิด (Faculties of the Mind) และแนวคิดเกี่ยวกับการเชื่อมโยง (Association) สรุปได้ว่า การเชื่อมโยงทางความคิด คือ ความคิดที่รวมกันเป็นหนึ่งและเชื่อมโยงถึงกันหรือด้วยความประทับใจ นำไปสู่การจินตนาการที่รวมเข้าด้วยกันโดยธรรมชาติ ในที่นี้คือ อธิบายถึงลักษณะของเนื้อหาสารของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ปรากฏในคลิปวิดีโอสามารถเชื่อมโยงความคิด ความเชื่อ ไม่ว่าจะ เป็นหลักความคล้ายคลึง หลักความต่อเนื่องของเวลาหรือสถานที่ และหลักเหตุและผล ที่ครอบคลุมจินตนาการจากการรับฟังเนื้อหาสารที่สร้างแรงบันดาลใจ โดยผู้วิจัยนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์คุณลักษณะของเนื้อหาสารของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ และเพื่อตอบคำถามนำวิจัยข้อ 2 ว่า “คุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร”

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 งานวิจัยในประเทศ

วริฎฐา ศรีช่วย (2563) เสนองานวิจัยเรื่อง กลวิธีทางภาษาในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของ สินธุเสน เขจรบุตร โดยเก็บข้อมูลจากโดยเก็บข้อมูลจากคลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในเฟซบุ๊กแฟนเพจของ สินธุเสน เขจรบุตร ภายใต้ชื่อว่า K.S. Khunkhao โดยใช้ข้อมูลคลิปวิดีโอที่มีการเผยแพร่ตั้งแต่แรกเริ่มการก่อตั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจ ในปี 2559 จนถึงข้อมูล ณ ปัจจุบันในปี 2563 รวมจำนวนทั้งสิ้น 30 คลิปวิดีโอ ซึ่งมีเนื้อหาที่หลากหลาย อาทิ ด้านการใช้ชีวิต การพัฒนาตนเอง การยกระดับความคิด การมองโลกในแง่ดี ความสัมพันธ์กับคนรัก รวมถึงการทำงานให้มีความสุข ผลการศึกษาพบว่า ประเภทและลักษณะของทำเนียบภาษาที่ สินธุเสน เขจรบุตร ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลและจำแนกประเภทการใช้คำในมิติทำเนียบออกเป็น 2 ส่วน คือ

1) ทำเนียบภาษาตามประเภทไวยากรณ์ พบการใช้คำที่ปรากฏเป็น ลักษณะเด่นจำนวนทั้งสิ้น 11 ประเภท โดย 3 อันดับแรกที่พบการใช้สูงสุด ได้แก่ การใช้คำซ้ำ การใช้คำลักษณวิเศษณ์ การใช้คำสัมผัสคล้องจอง

2) ทำเนียบภาษาตามกลุ่มความหมาย แบ่งเป็นจำนวนทั้งสิ้น 6 กลุ่มความหมาย ได้แก่ หมวดคำที่เกี่ยวข้องจิตใจ สติปัญญา ความคิด ความรู้สึกของมนุษย์ในเชิงจิตวิทยา, หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับการกระทำของมนุษย์ในเชิงพฤติกรรม, หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับการมีหรือการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์, หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับสรรพสิ่ง สัจธรรมต่าง ๆ ของมนุษย์, หมวดคำที่เกี่ยวข้องกับบ้านเมือง สภาพสังคมและ เศรษฐกิจ และหมวดคำที่เกี่ยวข้องกับเวลา

ทั้งนี้ พบว่า โครงสร้างการออกแบบสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของสินธุเสน เขจรบุตร มีลักษณะเด่น กล่าวคือ ส่วนนำ (Introduction) เริ่มต้นการพูดด้วยการถามนำหรือการตั้งคำถามก่อนนำเข้าสู่เรื่องที่จะพูด เพื่อกระตุ้นให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมตลอดจนเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง ส่วนเนื้อหา (Body) เป็นการเล่าตามลำดับเวลาแบบเรื่องเล่าหรือเป็นการอธิบาย แต่จะมีการลงรายละเอียดที่มากกว่าหรือเป็นการขยายสิ่งที่เกิดขึ้นจากส่วนนำ ส่วนสรุป (Conclusion) ผู้พูดใช้อनुประโยค หรือประโยคย่อยที่ทำหน้าที่ขยายความให้ประโยคหลักสมบูรณ์ขึ้น โดยบอกเล่าที่มีรูปแบบของการฝากหรือทิ้งด้วยถ้อยคำอย่างวลี “เพราะฉะนั้น จงจำไว้ว่า” สอดคล้องกับความคุ้นเคยของคนไทยคล้ายการฟังนิทานอีสปที่ทิ้งท้ายด้วยข้อคิด หลังจากนั้นจะเป็นการกล่าวลาด้วยการอวยพรเพื่อแสดงความปรารถนาดี

สำหรับปัญหาที่วัยรุ่นประสบพบเจอกับหัวข้อเกี่ยวกับการสร้างแรงบันดาลใจที่ควรมีในสังคมไทย สามารถศึกษาได้จากงานวิจัยของ วริษฐา ศรีช่วย (2563) ได้เช่นกัน เนื่องจากคลิปวิดีโอที่ได้คัดเลือกจำนวน 30 คลิปดังกล่าวนี้ เป็นคลิปวิดีโอที่มีจำนวนผู้รับชมสูงสุด (View Rate) ตลอดปี ตั้งแต่แรกเริ่มการก่อตั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจในปี 2559 จนถึงข้อมูล ณ ปัจจุบันในปี (2563) สำหรับหัวข้อที่ได้รับการคัดเลือกในการศึกษา ยกตัวอย่างหัวข้อ เช่น ทำไมคุณถูกทิ้ง (อันที่จริงมีสาเหตุเดียว), วิธีวัดระดับจิตของตัวเอง, คุณค่าของเลข 0, ครูไทยห่วย? หรือเด็กไทยโง่, ทำไมไม่ได้หรอก!, วิธีเอาชนะความเหงา, ความสัมพันธ์ของคุณเป็นแบบไหน, เมื่อมีคนมาด่าคุณจะเป็นธรรมชาติเท่าไร, ตัดใจจากแฟนเก่าใน 3 นาที และ ความทุกข์ไม่เคยคงอยู่ตลอดไป ฯลฯ โดยหัวข้อคลิปวิดีโอที่ได้ยกตัวอย่างมานั้น มีจำนวนผู้รับชม ไม่ต่ำกว่า 1 ล้านวิว

ปวีณสุดา เหนือคลอง, ปารีชาติ แก้วนวน, พัชรธรณ ดั่งสุข, สมิต์ชาติ พุมมา และ อลิสา คุ่มเคี่ยม (2562) เสนองงานวิจัยเรื่อง การใช้ภาษาในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของฉอน บุรณะหิรัญ โดยเก็บข้อมูลจากคลิปวิดีโอในเฟซบุ๊กและยูทูปจำนวน 50 เรื่อง ซึ่งแบ่งเนื้อหาการพูดเป็น 4 ประเภทคือ ความรัก ปรัชญา การพัฒนาตนเอง และ การพัฒนาสังคม ผลการศึกษาพบว่า การใช้ภาษาพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจมี 3 ลักษณะคือ

1) การใช้คำ แบ่งเป็น 4 ลักษณะ ได้แก่ การใช้คำภาษาอังกฤษ การใช้คำอุทาน การใช้คำแสดงอารมณ์ และการใช้คำที่มีความหมายโดยนัย โดยผู้วิจัยพบว่าการใช้คำแสดงอารมณ์มีการใช้มากที่สุด เนื่องจากเป็นภาษาพูด เพื่อการโน้มน้าวใจที่ต้องการทำให้ผู้ฟังมีความสบายใจหรือผ่อนคลายความเครียดจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบัน ผู้พูดจึงใช้คำที่แสดงถึงความรู้สึกเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้น ๆ เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึก เหมือนไม่ได้เผชิญกับความทุกข์เพียงลำพังและยังเป็นการใช้คำแสดงความรู้สึกเพื่อให้บุคคลได้เกิด ความเข้าใจ ยอมรับ เพื่อนำไปสู่การปล่อยวางหรือรู้จักการให้อภัย การใช้คำแสดงอารมณ์ในที่นี้หมายถึง รวมถึงการใช้คำที่ทำให้เกิดภาพ เสียง การเคลื่อนไหวและ ความรู้สึกเพื่อให้ผู้ฟังจินตนาการตาม เรื่องราวที่ผู้พูดกำลังบอกเล่า

2) การใช้ภาพพจน์ แบ่งเป็น 7 ประเภท ได้แก่ อุปมา อุปลักษณะ อติพจน์ บุคลาธิษฐาน ออนุมาณย อธินามนัย และวิภาษ โดยมีการใช้อธินามนัยมากที่สุด เป็นการใช้ ชื่อเรียกโดยรวมแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการใช้ภาษาผ่านสื่อที่เป็นตัวกลางใหญ่ในการติดต่อสื่อสารกับผู้คนทั่วโลก การใช้ชื่อเรียกแทนบุคคลจึงจำเป็นต้องพูด โดยรวมเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังที่มีระดับอายุ อาชีพ สถานภาพที่แตกต่างกันได้อย่างครอบคลุม

3) การใช้ประโยค แบ่งเป็น 5 ประเภท ได้แก่ ประโยคกระชับ ประโยคขนานความ ประโยคขัดความ ประโยคซ้ำคำหรือซ้ำความ และประโยคสรุปความ โดยนิยมใช้ประโยคขัดความมากที่สุด เพราะการใช้ภาษาในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจเป็นการใช้ภาษาเพื่อเปลี่ยนทัศนคติเชิงลบให้เป็นทัศนคติเชิงบวก การใช้ประโยคขัดความจึงเป็นการใช้ภาษาเพื่อสร้างความขัดแย้งทางความคิด เพื่อ แสดงให้ผู้ฟังได้มองเห็นในลักษณะคู่ตรงข้ามของความเป็นภววิสัยบนพื้นฐานแห่งความเป็นจริง ทั้งสองแง่มุม

เมธประจักษ์ เตมกิจจรสุข, พระปราโมทย์ วาทโกวิโท และ พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส (2563) นำเสนองานวิจัยเรื่อง “รูปแบบเทคนิคการพูดสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานจิตอาสาโดยพุทธสันติวิธี” โดยผลการวิจัยพบว่า รูปแบบเทคนิคการพูดสร้างแรงบันดาลใจที่พัฒนาขึ้นมา มีชื่อว่า SPEAK-HANSA Model มีพื้นฐานของหลักธรรมะ สังคหวัตถุ 4 หลักธรรมะของพระโพธิสัตว์ (สุทธิ ปัญญา เมตตา และขันติ) และหลักพรหมวิหาร 4 สรุปเป็นคำพูดสั้น ๆ คือ อุทิศ อดทน และ เอาใจใส่ โดยเทคนิคการพูดมีชื่อว่า SPEAK คือ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) **S: Story Telling of Personal Experience** (เล่าเรื่องราวประสบการณ์ส่วนตัว) คือ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ใช้เรื่องราวที่เกิดขึ้นกับตนเองในการบอกเล่าต่อ ทั้งนี้อาจเป็นทั้งเรื่องที่ยังแล้วเกิดแรงบันดาลใจอยากปฏิบัติตาม เช่น เรื่องที่ประสบความสำเร็จในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นเรื่องที่เป็นอุทาหรณ์สอนใจ การบอกเล่าเรื่องราวของตนเอง จะทำให้ผู้ฟังเห็นภาพได้อย่างชัดเจนและรู้สึกทึ่งในตัว
- 2) **P: Present Moment** (มีสติอยู่กับปัจจุบัน) นักพูดสร้างแรงบันดาลใจ จะมีสติอยู่กับปัจจุบันตลอดเวลา เพราะจำเป็นต้องอยู่กับผู้ฟัง คมการพูดหรือการบรรยายให้ได้ การมีสติจดจ่ออยู่กับผู้ฟัง นอกจากจะเป็นการแสดงความเคารพให้เกียรติและใส่ใจผู้ฟังแล้ว ยังเป็นการตรวจสอบว่าผู้ฟังรู้สึกอย่างไร จากคำพูดหรืออากัปกิริยาต่าง ๆ ช่วยให้ผู้พูดประเมินสถานการณ์เพื่อเตรียมที่จะพูดในสิ่งต่าง ๆ ต่อไปด้วย
- 3) **E: Emotion** (ใช้อารมณ์เป็นตัวกระตุ้น) นักพูดสร้างแรงบันดาลใจจะต้องมีอารมณ์ที่เป็นบวก มีพลัง และรักษาอารมณ์ให้อยู่ในสภาพที่เป็นบวกเสมอ เพราะการมีอารมณ์ที่มีพลัง จะถูกส่งต่อไปในการแสดงออกทางกายของผู้พูด กิริยา ท่าทาง สายตา และคำพูด ทำให้ผู้ฟังสัมผัสได้ถึงความมั่นใจที่ผู้พูดมี และผู้ฟังเกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้ฟังในที่สุด

- 4) **A: Ask Question** (ใช้การตั้งคำถาม) การตั้งคำถาม จะช่วยให้ผู้ฟังเกิดการตระหนักรู้
อะไรบางอย่างบางอย่างได้ คำถามบางคำถามจะทำให้ผู้ฟังเกิดความสงสัยและฟังต่อ
คำถามจะช่วยให้ผู้ฟังเห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น และเกิดการเข้าใจในสิ่งที่ตนกำลังหาวิธีแก้ไข
ปัญหาอยู่
- 5) **K: Knowledge** (แบ่งปันองค์ความรู้) นักพูดสร้างแรงบันดาลใจ จะต้องดึงเอาองค์
ความรู้ที่ตนมีออกมาใช้เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อผู้คน พร้อมแบ่งปันองค์ความรู้นี้ โดยที่
องค์ความรู้จะมาจากการเรียนรู้ ผึกฝน และลงมือทำจนเชี่ยวชาญ แล้วนำมาแบ่งปัน
หรือนำมาสอนให้ผู้ฟังได้ปฏิบัติตาม

จากเทคนิค 5 ประการนี้ เมื่อนำไปใช้แล้วคาดหวังว่าจะได้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้ฟังชื่อว่า
“HANSA” คือ

H: Happiness (ความสุข) เป็นจุดมุ่งหมายของการทำสิ่งต่าง ๆ คนเราทำทุกสิ่งทุกอย่าง
ไม่ว่าจะเพื่อตนเองหรือเพื่อผู้อื่น เพราะต้องการให้เกิดความสุข ความสงบเกิดขึ้นในจิตใจของตนทั้งสิ้น

A: Awareness (ความตระหนักรู้) เป็นความคิดหรือแนวคิดใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น จากการได้รับรู้
และรับฟังคำพูดบางอย่าง แล้วเกิดความเข้าใจว่ายังมีอีกมุมมองที่ยังคาดคิดไม่ถึง หรือเป็น
มุมมองที่มีความชัดเจนยิ่งขึ้น และพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่าง

N: New Behavior (การมีพฤติกรรมใหม่) เมื่อคนเราได้รับรู้รับทราบในบางสิ่งบางอย่างแล้ว
สิ่งที่ตามมาคือความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงตนเอง หรือสิ่งแวดล้อมรอบตัว จากการที่ได้ตระหนักรู้
และเข้าใจบางสิ่งมากพอ จะทำให้เกิดการมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เปลี่ยนไปในทิศทางที่
ดีขึ้น เหมาะสมมากขึ้น

S: Self Esteem (การเห็นคุณค่าในตนเอง) เมื่อความคิดบางอย่างเปลี่ยนแปลงไปจากการ
ตระหนักรู้ ทำให้มุมมองในการมองสิ่งต่างๆ เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งตนเองด้วย จะทำให้มองเห็น
คุณค่าในตนเองเพิ่มสูงขึ้น รู้คุณค่าของชีวิต รู้คุณค่าของการมีชีวิตอยู่ รู้ว่าชีวิตต้องการอะไร เพื่อใคร

A: Achievement (ความมุ่งมั่นต่อเป้าหมาย) เมื่อบุคคลรู้เป้าหมายแล้วว่าจะต้องการไปยัง
จุดใด เมื่อไปถึงเป้าหมายแล้วตนจะได้รับสิ่งใด สิ่งนั้นมีค่ากับตนมากน้อยแค่ไหน จะทำให้บุคคลนั้นมี
ความมุ่งมั่นต่อเป้าหมายและตั้งใจจะทำสิ่งนั้นให้สำเร็จจนได้ ไม่ว่าจะเส้นทางจะลำบากเพียงใดก็ไม่ย่อท้อ
ผู้ที่ฟังการพูดของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ได้ใช้เทคนิคนี้ จะเกิดความสุขใจ ไม่เครียด
ได้ตระหนักรู้ในสิ่งที่กำลังติดอยู่หรือกำลังคิดหาวิธีแก้ไขปัญหายุ่ง เมื่อตระหนักรู้บางสิ่งบางอย่างแล้ว
ก็จะมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีที่เหมาะสม ทำให้การเห็นคุณค่าในตนเองสูงขึ้น
และสุดท้ายทำให้เกิดความมุ่งมั่นที่จะไปให้ถึงเป้าหมายที่ตนได้วางไว้ในที่สุด

อัญชลี ภิรเนตร (2543) นำเสนองานวิจัยเรื่อง “เทคนิคการพูดสร้างแรงบันดาลใจของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า” โดยกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในหลักคำสอนของพระพุทธเจ้าว่า พระพุทธเจ้าได้แสดงธรรมโดยการแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ เริ่มต้นจากการพูดสรุปเนื้อหาหรือประเด็นสำคัญในการพูดไว้ในตอนต้นเรื่อง โดยการใช้เรื่องเล่าหรือนิทานสั้น ๆ ไม่ซับซ้อน เป็นเรื่องใกล้ตัวที่พบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน มาใช้ในการเปรียบเทียบกับหลักธรรมะที่ทรงสอน หลังจากนั้นก็จะดำเนินเรื่องโดยใช้หลักฐานหรือเหตุผลต่าง ๆ เข้ามาพูด เพื่อให้เข้าใจง่ายยิ่งขึ้น ทรงใช้การอุปมาอุปไมย ซึ่งเป็นการอธิบายสิ่งที่เป็นนามธรรมโดยการเปรียบเทียบกับสิ่งที่เป็นรูปธรรมเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น รวมถึงการอุปมาอุปไมย โดยเทียบกับของสองสิ่งที่มีความเหมือนกัน หรือมีลักษณะร่วมกัน โดยสิ่งหนึ่งเป็นสิ่งที่รู้จักกันโดยทั่วไปอยู่แล้ว เทียบกับอีกสิ่งหนึ่งที่ยังไม่รู้จักกันโดยทั่วไป สิ่งที่น่ามาเปรียบเทียบคือสิ่งรอบ ๆ ตัวทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต และยังใช้ประสบการณ์ตรงของพระองค์เอง มาใช้เป็นตัวอย่งในการสอน หากเป็นคำศัพท์เฉพาะทางธรรมะ ก็จะใช้การอธิบายให้คำจำกัดความอย่างชัดเจน นอกจากนั้น ท่านก็ได้มีการใช้ประโยคบอกเล่าที่เป็นเหตุเป็นผลกัน การใช้ประโยคคำถามที่ให้ผู้ฟังนำไปเป็นคิดพิจารณาได้เอง โดยยกเหตุการณ์มาเปรียบเทียบกับหลักธรรมที่สอน เพื่อให้ผู้ฟังเกิดภาพในหัวได้ชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย การใช้ประโยคที่มีความหมายในเชิงบวก จะใช้กับสิ่งที่ต้องการให้ผู้ฟังปฏิบัติตาม และใช้ประโยคที่มีความหมายเชิงลบให้กับสิ่งที่ต้องการให้ละเว้นหรือไม่ต้องการให้ปฏิบัติ หลังจากนั้นพระองค์ท่านจะปิดเรื่องโดยการสรุปเนื้อหาและสาระสำคัญอีกครั้งเพื่อให้ผู้ฟังได้เข้าใจในประเด็นหลัก ๆ ของเนื้อหาที่พระพุทธองค์ได้ตรัสไว้

เอธิกา เอกวาริสกุล และ ปัทมา พัฒน์พงษ์ (2563) นำเสนองานวิจัยเรื่อง “โครงสร้างสัมพันธสารการพูดสร้างแรงบันดาลใจในภาษาไทย” โดย พบว่า โครงสร้างสัมพันธสารการพูดสร้างแรงบันดาลใจในภาษาไทยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ ได้แก่ 1) ส่วนนำ 2) ส่วนเนื้อหา และ 3) ส่วนสรุป

ส่วนนำ จะเป็นส่วนแรกของการพูดสร้างแรงบันดาลใจ เป็นส่วนที่เกริ่นนำเข้าสู่เนื้อหาของ การพูด โดยส่วนนำจะรวมถึง คำทักทายผู้ฟัง การขอบคุณผู้ที่เกี่ยวข้อง การแนะนำตัวผู้พูด การถามนำหรือการตั้งคำถามกับสิ่งที่เกิดขึ้น การบอกเรื่องที่จะพูด การเล่าประสบการณ์ของผู้พูด การเล่าสิ่งที่เกิดขึ้น ส่วนเนื้อหา เป็นการกล่าวถึงประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารกับผู้ฟัง ซึ่งผู้พูดจะมีการลำดับการพูดที่แตกต่างกันออกไป โดยส่วนเนื้อหาจะประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ คือ การเล่าประสบการณ์ของผู้พูด การเล่าสิ่งที่เกิดขึ้น การให้คำแนะนำ และส่วนสรุป จะเป็นส่วนที่อยู่ท้ายสุดของตัวบทการพูดสร้างแรงบันดาลใจ ประกอบด้วย การสรุปเนื้อหา การกล่าวลา

2.5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1) งานวิจัยเกี่ยวกับเนื้อหาผ่านสื่อยูทูปที่สร้างแรงบันดาลใจ

Katherine R. Dale, Arthur A. Raney, Sophie H. Janicke, Meghan S. Sanders และ Mary Beth Oliver (2017) นำเสนองานวิจัยเรื่อง “YouTube for Good: A Content Analysis and Examination of Elicitors of Self-Transcendent Media” ซึ่งเป็นงานวิจัยนี้ ที่ถึงพูดเรื่องลักษณะหัวข้อเพื่อสร้างแรงบันดาลใจได้ สำหรับในการศึกษาที่ 1 มีรายงานการวิเคราะห์เนื้อหาอย่างเป็นระบบของสื่อ Self-Transcendent Media ซึ่งเป็นสื่อประเภท Eudaimonic นั่นคือสื่อที่สร้างความสุขแบบอ้อมอ้อมใจที่สำเร็จได้ด้วยประสบการณ์แห่งความหมายและวัตถุประสงค์ งานวิจัยที่เพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่าคอนเทนต์ด้านสื่อเหล่านั้นสามารถช่วยอำนวยความสะดวกจิตใจ โดยเฉพาะในเรื่องของ ความน่ากลัว ความชื่นชม และความกตัญญู

การยกระดับจิตใจ คือ ความอบอุ่นและการเติบโตใหญ่ที่สัมผัสได้เมื่อเผชิญกับความงามทางศีลธรรมและธรรมชาติที่ดีขึ้นของมนุษยชาติ (Algoe & Haidt, 2009; Diessner, Iyer, Smith, & Haidt, 2013; Haidt, 2003; Keltner & Haidt, 2003).

ความหวาดกลัว คือ ความประหลาดใจที่เกิดจากสิ่งเร้ามากมาย เช่น ความสวยงามและความสมบูรณ์แบบบางรูปแบบที่ต้องใช้การปรับตัว เนื่องจากความสามารถของเราในการทำความเข้าใจประสบการณ์นั้นได้รับการท้าทาย (Haidt, 2003)

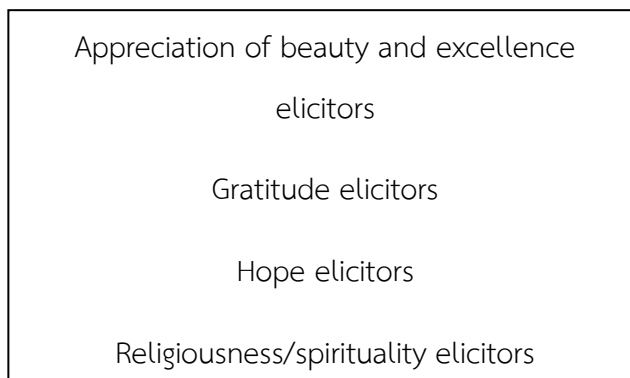
ความชื่นชม เป็นแรงจูงใจและพลังที่บุคคลรู้สึกเมื่อเผชิญกับความเป็นเลิศที่ไม่ใช่ศีลธรรมทักษะพิเศษ ความสามารถพิเศษ หรือความสำเร็จ

ความกตัญญูทุกเวที คือ ความรู้สึกของความประหลาดใจ ขอบคุน และความซาบซึ้งต่อชีวิตเพื่อตอบสนองต่อบางสิ่งที่ทำเพื่อคุณหรือเพียงต่อสิ่งที่ดีในชีวิต (Algoe & Haidt, 2009).

แม้ว่าประสบการณ์ทางอารมณ์ที่อยู่เหนือตนเองเหล่านี้จะแตกต่างกันเล็กน้อย แต่ก็มีผู้ชักนำร่วมกัน นั่นคือ **ความดีหรือคุณธรรมที่พบภายนอกตัวเรา** ซึ่งมักพบในผู้อื่น จากสิ่งนี้ เป็นที่เข้าใจได้ว่าประสบการณ์ของอารมณ์ดังกล่าว ไม่ว่าจะมีความเชื่อหรือไม่มี ก็สามารถส่งเสริมการเหนือกว่าลักษณะได้

ประการแรก ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น อารมณ์ที่อยู่เหนือธรรมชาติสามารถกระตุ้นได้ด้วยสิ่งเร้าในสภาพแวดล้อม: ตื่นตากับท้องฟ้าอันกว้างใหญ่ในยามค่ำคืน (Fredrickson, 2009; Keltner & Haidt, 2003) หรือความกตัญญูต่อของขวัญที่มอบให้ (Fredrickson, 2004)

ประการที่สอง ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น มนุษย์แสดงคุณลักษณะเหนือธรรมชาติผ่านพฤติกรรมเฉพาะ: ชื่นชมความงามและความเป็นเลิศ, ความกตัญญูกตเวที, มีความหวัง, และปฏิบัติตามศาสนาหรือจิตวิญญาณ



ภาพที่ 6 แผนภาพแสดงสิ่งที่กระตุ้นที่ช่วยยกระดับจิตใจ

งานวิจัยนี้ใช้ตัวอย่างคลิปวิดีโอบน YouTube ที่สร้างแรงบันดาลใจ จำนวน 100 รายการ พบว่า มีผู้ทดสอบ 20 คน แสดงออกถึงปฏิกิริยาทางอารมณ์ Self-Transcendent หลังจากการรับชมคลิปวิดีโอ โดยผู้วิจัยดำเนินวิเคราะห์เนื้อหาของคลิปวิดีโอ YouTube ที่ "สร้างแรงบันดาลใจ" ซึ่งได้มีการสำรวจการแสดงภาพตัวอย่างและตัวกระตุ้นอารมณ์ที่เหนือธรรมชาติโดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบผู้ชักนำแบบจำลอง 4 ประเภทที่สอดคล้องกับการแสดงลักษณะเหนือธรรมชาติ 4 ประเภท (Peterson & Seligman, 2004) ความซาบซึ้งในความงามและความเป็นเลิศ ความกตัญญู ความหวัง และศาสนา นอกจากนี้ ผู้วิจัยเขียนโค้ดผู้ชักนำโดยตรง 16 คน ให้แสดงอารมณ์ที่เหนือธรรมชาติซึ่งระบุไว้ในวรรณกรรมที่ผ่านมา เช่น ธรรมชาติ ทักษะ และความกว้างใหญ่ไพศาล ฯลฯ

ในส่วนของการศึกษาที่ 2 มีผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงปฏิกิริยาทางอารมณ์ที่เกิดขึ้นกับตนเองในทันที (Realtime) ขณะดูวิดีโอเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ จำนวน 3 รายการ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงนำเสนอหลักฐานเชิงประจักษ์แรกที่เชื่อมโยงผู้เข้าร่วมทดสอบกับเนื้อหาที่ระบุว่าเป็น "แรงบันดาลใจ" โดยตรง โดยผู้เข้าร่วมทดสอบเหล่านั้น แสดงออกถึงปฏิกิริยาทางอารมณ์ที่อยู่เหนือตนเอง Self-Transcendent Media โดยผู้วิจัยได้เชิญนักศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด 125 คน จากมหาวิทยาลัยวิจัยแห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกาเข้าร่วมการรับชมคลิปวิดีโอ 6 รายการจาก YouTube คลิปวิดีโอ 3 รายการกระตุ้นปฏิกิริยาที่ตกลงขบขันเป็นหลัก (เนื้อหาเกี่ยวกับอารมณ์ทางเพศ) กับอีก 3 คลิปวิดีโอที่กระตุ้นปฏิกิริยาทางอารมณ์ที่เหนือธรรมชาติ (เนื้อหาเกี่ยวกับร่างกาย) ในห้องปฏิบัติการ ผู้เข้าร่วมให้การตอบสนองแบบเรียลไทม์วินาทีต่อวินาทีกับวิดีโอแต่ละรายการ

2) งานวิจัยเกี่ยวกับเนื้อหาที่น่าจดจำ

Cynthia Stohl (1986) นำเสนองานวิจัยเรื่อง “The Role of Memorable Messages in the Process of Organizational Socialization” งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของข้อความที่น่าจดจำในกระบวนการขัดเกลาทางสังคมในองค์กร เพื่อตรวจสอบโครงสร้างรูปแบบ และลักษณะของเนื้อหาและบริบทของข้อความที่น่าจดจำที่ส่งภายในการตั้งค่าขององค์กร

- คุณลักษณะที่จำเป็นสองประการของข้อความที่น่าจดจำ แต่ละคนจดจำข้อความนั้นเป็นเวลานานและรับรู้ข้อความนั้นมีอิทธิพลสำคัญต่อวิถีชีวิตของเขาหรือเธอ
- การกำหนดว่าคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับข้อความที่น่าจดจำที่สุด: (Knapp et al., 1981)
 - **ประการแรก** พบข้อความที่น่าจดจำว่ามักเป็นคำสั่งสอนที่ให้แบบปากต่อปาก
 - **ประการที่สอง** ข้อความที่เป็นเรื่องส่วนตัว เกี่ยวข้องกับเรื่องสำคัญในชีวิตของผู้คน และเกิดขึ้นในจุดที่ยากลำบากในเวลานั้น การรับรู้และการรับรู้ทางอารมณ์เพิ่มขึ้น เมื่อข้อความเกิดความแปลกใหม่ในการแก้ไขสถานการณ์วิกฤต รวมถึงประสบการณ์ที่ทำให้วุ่นวาย สับสน/ วิจารณ์แนวทางที่มีความหวังสำหรับทางออกในอนาคต
 - **ประการที่สาม** ข้อความกำหนดกฎการปฏิบัติและเสนอกลยุทธ์ในการจัดการกับสถานการณ์ที่หลากหลาย แม้ว่าข้อความในตอนแรกจะอ้างถึงเหตุการณ์เฉพาะ แต่การใช้ถ้อยคำนั้นสามารถนำไปใช้กับประสบการณ์ที่หลากหลายได้
 - **ประการที่สี่** เนื้อหาสะท้อนถึงค่านิยมทางสังคมที่ค่อนข้างอนุรักษ์นิยม ทศนคตินั้นมีประโยชน์มากที่สุดสำหรับการรักษาระบบสังคม
 - **ประการที่ห้า** ที่มาของข้อความนั้น "แก่กว่าและฉลาดกว่า" ซึ่งถูกมองว่ามีสถานะสูงกว่าผู้รับ ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งดูเหมือนจะทำให้ข้อความถูกต้องตามกฎหมาย และทำให้ง่ายต่อการจดจำ
- ข้อความที่เรียกใหม่ (Recall) ได้ให้คำสั่งข้ามบริบทและมีอิทธิพลทางสังคมอันทรงพลังต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

- **ลักษณะของข้อความที่น่าจดจำ:** ลักษณะที่แตกต่างของข้อความที่น่าจดจำจะถูกตรวจสอบจากภายในสี่ประเภท:

1) **โครงสร้างและรูปแบบของข้อความ:** โดยทั่วไป ความสั้นและความเรียบง่ายของข้อความปากเปล่าสัมพันธ์กับการปรับปรุงกระบวนการจัดเก็บ หรือดึงข้อมูลหน่วยความจำ (Linton, 1975)

ผลการศึกษา: ได้ทราบถึงการจัดโครงสร้างองค์ความรู้แบบแผนผัง ซึ่งทำหน้าที่ชี้นำพฤติกรรม ที่มีทั้งโครงสร้างแบบมีกฎและไม่มีกฎ (Rule and Non-ruled Structured)

2) **สถานการณ์โดยรอบของการวางกฎเกณฑ์และการเปิดรับเนื้อหา:** ข้อความซึ่งส่วนใหญ่มีมาจากแหล่งข้อมูลที่มีอายุมากกว่าและ/หรือสถานะที่สูงกว่า ถูกมองว่าช่วยให้เข้าใจถึงประสบการณ์ที่น่าอึดอัดใจโดยให้แนวทางในการตีความและ/หรือให้กระจ่างให้แนวทางการดำเนินการ (Knapp et al., 1981 แนปปี้และคณะ, 1981)

ลักษณะสำคัญของประสบการณ์ในการเข้าร่วม เช่น การเปลี่ยนแปลง ความเปรียบเทียบต่าง และความประหลาดใจ นำไปสู่ความต้องการพิเศษที่สมเหตุสมผล ซึ่งบ่งบอกถึงระดับการเปิดกว้างสำหรับข้อความที่น่าจดจำ

ผลการศึกษา: มีการวางกฎเกณฑ์และการเปิดรับเนื้อหาโดยเฉพาะในสองเดือนแรก ของการทำงาน, มีการตั้งค่าความเป็นส่วนตัวเพิ่มขึ้น; มีการเปิดรับเนื้อหาโดยเฉพาะในประเด็น "เพื่อประโยชน์ของตนเอง"; ผู้รับสารส่วนใหญ่มองว่าคำแนะนำของผู้พูดซึ่งเป็นสมาชิกเดิมขององค์กรเป็นประโยชน์

3) **ธรรมชาติของเนื้อหาของข้อความ:** ประการแรก ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับบทบาท หมายถึงการได้มาซึ่งพฤติกรรมชุดใหม่ ประการที่สอง ได้แก่ ความรู้ที่รื่นเริงในวัฒนธรรม หมายถึงการได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทำสิ่งต่าง ๆ ความหมายของพฤติกรรม ค่านิยม องค์กร และอื่น ๆ โดยเน้นการกระทำ กำหนดพฤติกรรมเฉพาะที่สามารถนำไปใช้กับสถานการณ์ที่หลากหลาย (Knapp et al., 1981).

ผลการศึกษา: ข้อความถูกข้ามบริบท กล่าวคือ คำแนะนำที่ให้หรือความเข้าใจที่รับรู้มีความสำคัญในสถานการณ์ต่างๆ เน้นการกระทำ; มีข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม บทบาทเฉพาะ

4) ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับและแหล่งที่มาของข้อความ (Knapp et al., 1981):

- การเชื่อมโยงอย่างไม่เป็นทางการระหว่างสมาชิกกลุ่มน้องและรุ่นพี่ทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่สำคัญผ่านข้อมูล การรับรู้ และการตีความเหตุการณ์ในองค์กรสามารถแลกเปลี่ยนได้
- ความใกล้ชิดและความถี่ของการติดต่อเป็นตัวทำนายที่ชัดเจนของพฤติกรรมการสื่อสาร (Rogers & Rogers, 1976) โดยมักเป็นการสื่อสารภายในเครือข่ายสังคมของผู้รับสารและมีการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลบ่อยครั้ง

ผลการศึกษา: การสื่อสารที่เกิดขึ้นในลักษณะนี้ ไม่เพียงแต่เกิดจากความสัมพันธ์เชิงตำแหน่งหน้าที่ภายในองค์กรเท่านั้น แต่มักเกิดในสังคมโดยทั่วไปด้วย

ผู้วิจัยจะได้นำผลจากงานค้นคว้าวิจัยในอดีตมาเพื่อการอภิปรายผลในการศึกษานี้

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ประเภทและคุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทของเนื้อสารและคุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 การทดสอบเครื่องมือสำหรับงานวิจัย
- 3.6 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

3.1 รูปแบบงานวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) ด้วยการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ซึ่งวิเคราะห์เฉพาะวจนภาษา (Verbal Message) เป็นหลัก ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาการจัดประเภท ค้นหาองค์ประกอบย่อย ๆ จากการเผยแพร่คลิปวิดีโอของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูปที่สร้างแรงบันดาลใจและ/หรือได้รับความนิยมสูงในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 และสร้างเป็นกรอบแนวคิดโครงสร้างของเนื้อหาสารของนักพุดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ จำนวนทั้งหมด 25 คลิป โดยศึกษาเทคนิคที่ผู้ส่งสารใช้ผ่านกรอบแนวคิดเกี่ยวกับเนื้อหาสาร (Messages) การสร้างแรงบันดาลใจ หลักการจูงใจของมอนโร องค์กรแห่งความคิด และการสร้างความเชื่อมโยงกับผู้ฟังของนักสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้คนไทยมาใช้ในการวิเคราะห์ลักษณะของเนื้อสารดังกล่าว เก็บข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน พ.ศ.2565

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงได้ โดยนำข้อมูลการเผยแพร่คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูป (YouTube) ที่มีสร้างแรงบันดาลใจและ/ หรือได้รับความนิยมสูงในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 จำนวน 25 คลิป ซึ่งมีประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาที่หลากหลายที่ส่งต่อแรงบันดาลใจในด้านการพัฒนาตนเอง ให้ดีขึ้น รวมถึงช่วยเสริมสร้างสุขภาพจิตที่ดีให้กับคนไทย และได้รับการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญทางนิเทศศาสตร์แล้ว เพื่อทำการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) โดยมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูป (อัปเดตล่าสุด 22 ก.ค. 65)

ลำดับ	ชื่อคลิปวิดีโอ	ช่องยูทูป	ชื่อนักพูด	ลิงค์การเข้าถึง	จำนวนผู้รับชม	วันที่เผยแพร่
1	คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	https://www.youtube.com/watch?v=osDpYDG7MUK	607,038	24 เม.ย 63
2	ที่เราทุกข์...เพราะเอาความสุขไปผูกกับคนอื่น อยู่รีเปล่า	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	https://www.youtube.com/watch?v=qlwAiqTWTLc	95,041	13 ม.ค. 65
3	คลิปครูเงาะ คิดลบยังไงให้กลายเป็นบวก	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	https://www.youtube.com/watch?v=dka89JmN0KI	80,035	10 เม.ย. 63
4	รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	https://www.youtube.com/watch?v=UNM-1DYK4jo&t=252s	57,780	10 มี.ค. 65
5	รักตัวเองแท้จริงแล้วคืออะไร	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	https://www.youtube.com/watch?v=Pm8Jag9abTQ&t=16s	16,485	19 มี.ค. 65

ตารางที่ 3.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูป (อัปเดตล่าสุด 22 ก.ค. 65) (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิปวิดีโอ	ช่องยูทูป	ชื่อนักพูด	ลิงค์การเข้าถึง	จำนวนผู้รับชม	วันที่เผยแพร่
6	ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะคะ	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	https://www.youtube.com/watch?v=N6CtABFJBPE&t=63s	10,598	7 มี.ค. 65
7	บุคลิกภาพส่งผลต่อความสำเร็จจริงหรือไม่	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	https://www.youtube.com/shorts/qD-5TQmdZO8	7,862	12 มี.ค 65
8	คนไม่ประสบความสำเร็จเพราะสิ่งเดียว!! คือ...	ขุนเขา มีคำตอบ Answers from Khunkhao	ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร	https://www.youtube.com/watch?v=1pKWPznAlfE&t=98s	80,319	29 ม.ค. 64
9	อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?	ขุนเขา มีคำตอบ Answers from Khunkhao	ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร	https://www.youtube.com/watch?v=Gq4T0xH6cf4	66,313	17 เม.ย. 63
10	วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเองโดยใช้ความรู้	ขุนเขา มีคำตอบ Answers from Khunkhao	ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร	https://www.youtube.com/watch?v=3JswxidDlwA&t=152s	66,278	4 ม.ค 64
11	สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า	ขุนเขา มีคำตอบ Answers from Khunkhao	ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร	https://www.youtube.com/watch?v=2EBa7AzncY&t=41s	50,179	14 ก.ย 63

ตารางที่ 3.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูป (อัปเดตล่าสุด 22 ก.ค. 65) (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิปวิดีโอ	ช่องยูทูป	ชื่อนักพูด	ลิงค์การเข้าถึง	จำนวนผู้รับชม	วันที่เผยแพร่
12	คน "ไม่ตรงต่อเวลา" โปรดดูคลิปนี้	ขุนเขามีสคำตอบ Answers from Khunkhao	ขุนเขาสินธุเสน เขจรบุตร	https://www.youtube.com/watch?v=hDj7i1aAAhY&t=243s	36,918	29 มี.ค. 64
13	คุณแล้วจะใช้ชีวิตเป็น	ขุนเขามีสคำตอบ Answers from Khunkhao	ขุนเขาสินธุเสน เขจรบุตร	https://www.youtube.com/watch?v=_1oILvO0YvA	21,912	22 ม.ค 63
14	วิธีสร้างพลังงานบวก...get ปะ?	Coach Jibb official	โค้ชจ๊อบ อติกานต์ หนูนักดี	https://www.youtube.com/watch?v=Tukw6WEqm78	25,126	15 ม.ค. 63
15	วิธีสื่อสาร ผ่านหัวใจ...get ปะ?	Coach Jibb official	โค้ชจ๊อบ อติกานต์ หนูนักดี	https://www.youtube.com/watch?v=NrNco6zQ9L8	14,289	2 มี.ค. 63
16	คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี	https://www.youtube.com/watch?v=YYV3OCboTTo	13,371	23 ก.พ. 63
17	วิธีตัดสินใจทางเลือกใหม่ ของชีวิต	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี	https://www.youtube.com/watch?v=Tub_GL3IGCM	10,865	16 ก.พ. 65

ตารางที่ 3.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูป (อัปเดตล่าสุด 22 ก.ค. 65) (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิปวิดีโอ	ช่องยูทูป	ชื่อนักพูด	ลิงค์การเข้าถึง	จำนวนผู้รับชม	วันที่เผยแพร่
18	3 วิธี เนรมิตชีวิตใหม่ทันที	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี	https://www.youtube.com/watch?v=iqKDmv55tkM	9,255	15 มี.ค. 65
19	วิธีออกจากคุกในสมองของคุณ	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี	https://www.youtube.com/watch?v=-lFZg8l-8nQ	6,854	4 มี.ค. 65
20	อธิษฐานให้ได้ผลดีทำวิธีนี้	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี	https://www.youtube.com/watch?v=E_jLe1Zqgn0	5,236	14 ส.ค. 64
21	สรุปศาสตร์แห่งการหาตัวตน	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี	https://www.youtube.com/watch?v=BhIDH-myMZ8&t=85s	2,814	4 ก.ค. 64
22	หนึ่งสิ่ง que เปลี่ยนชีวิตผม และวอเรน บัฟเฟต	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี	https://www.youtube.com/watch?v=Q70J7NN9Gfw&t=83s	1,872	15 พ.ค. 64
23	การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19	Auditorium	จينا จีน่าฟู	https://www.youtube.com/watch?v=Q3mCeE49l08	11,509	23 มี.ค. 65
24	เคล็ดลับการสร้าง ความมั่นใจ ก่อนขึ้นเวที	Auditorium	จينا จีน่าฟู	https://www.youtube.com/watch?v=Nb5eexvqDAE	8,277	15 มี.ค. 64
25	เวลา 24 ชั่วโมงของคนที่ม่เป้าหมายชัด	Klaoshow	แก๊ง สิทธิพงศ์ ศิริมาศเกษม	https://www.youtube.com/watch?v=WW0YkOAqBOU&t=94s	135,850	22 ต.ค. 64

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ประเภทและคุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565” ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวกับการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ประกอบด้วย องค์ประกอบย่อย ๆ การจัดประเภทเพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดโครงสร้างของเนื้อหาสารของนักพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และสร้างเป็นตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) จำนวน 1 ชุด เพื่อเป็นดัชนี/ตัวชี้วัดตั้งต้น ในการวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis) เพื่อประกอบการอภิปรายผล จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการทดสอบนำร่อง (Pilot test) และปรับปรุงเครื่องมือเพิ่มเติมซึ่งมีรายละเอียดโดยจำแนกตามเป้าหมายจากคำถามของงานวิจัยแต่ละข้อดังนี้

3.3.1 คำถามนำวิจัยข้อที่ 1 คือ ประเภทของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร

เพื่อให้ทราบถึงประเภทของเนื้อสารที่สร้างแรงบันดาลใจและ/ หรือได้รับความนิยมสูงของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูป ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565

(1) การจัดประเภท (Categories)

1.1 แรงจูงใจภายใน แบ่งออกเป็น 5 หัวข้อย่อย ได้แก่ 1) ด้านการเรียนรู้ 2) ด้านทัศนคติ 3) ด้านการบรรลุผลสำเร็จ 4) ด้านความคิดสร้างสรรค์ และ 5) ด้านสรีรวิทยา

1.2 แรงจูงใจภายนอก แบ่งออกเป็น 4 หัวข้อย่อย ได้แก่ 1) ด้านผลตอบแทน 2) ด้านความกลัว 3) ด้านใฝ่อำนาจ และ 4) ด้านใฝ่สัมพันธ์และสังคม

3.3.2 คำถามนำวิจัยข้อที่ 2 คือ คุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร

เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะของเนื้อสารที่สร้างแรงบันดาลใจและ/ หรือได้รับความนิยมสูงของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูป ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565

1) คุณลักษณะ (Characteristics)

1.1 เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษา (Verbal Techniques)

1.2 สีลา (Style) ในการสร้างสีสัน (Color)

2) โครงสร้างการพูดตามหลักการจูงใจของมอนโร (Monroe)

3) โครงสร้างพื้นฐานของการพูด (Intro + Body + Bridge + Conclusion)

4) แนวคิดองค์คณะแห่งความคิด และการเชื่อมโยง ของจอห์น ลีอคและเดวิด ฮิวม์ (Faculties of the Minds and Association of Ideas)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ซึ่งวิเคราะห์เฉพาะวจนภาษา (Verbal message) เป็นหลัก โดยใช้ตารางบันทึกข้อมูลหรือตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) เป็นตัวตั้งต้นในการวิเคราะห์เนื้อหาจากคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ว่ามีการจัดประเภทองค์ประกอบและการใช้เทคนิคทางวจนภาษาในแต่ละหัวเรื่องอย่างไรบ้าง ใช้การจำแนกข้อมูลประเภทเดียวกันไว้ด้วยกัน (classifying and categorizing) และตั้งชื่อเทคนิคทางวจนภาษา (clarifying) ให้กับข้อมูลที่จำแนกแต่ละประเภท เพื่อเป็นส่วนประกอบในการสรุป และอภิปรายผล และบันทึกประเด็นอื่น ๆ ที่สังเกตได้เพิ่มเติมจากการวิเคราะห์

ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจจำนวนทั้งสิ้น 25 คลิป และนำเสนอในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) จากนั้น ในบทที่ 4 และในบทที่ 5 จะเป็นการนำเสนอบทสรุปของการศึกษาทั้งหมด การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับ

3.5 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

การทดสอบความตรง (Validity) ผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพของตารางลงรหัส หรือตารางบันทึกข้อมูล (Coding sheet) โดยการตรวจสอบหลักเกณฑ์ที่ใช้เป็นกรอบในวิเคราะห์เนื้อหาด้วยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรม เพื่อให้เครื่องมือเกิดความถูกต้อง รวมถึงได้รับการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบโครงการวิชาชีพในการให้คำแนะนำ และชี้แนะแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อปรับปรุงให้การวิเคราะห์เนื้อหา มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ส่วนในการทดสอบความเที่ยงหรือความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability) ผู้วิจัยได้ทดสอบโดยการนำตารางลงรหัสมาทำการวิเคราะห์และตรวจสอบรวมกับอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นหลัก

3.6 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

3.6.1 กำหนดหัวข้อและประเด็นที่ต้องการศึกษา ทบทวนวรรณกรรมเพื่อสร้างที่มาและความสำคัญ วัตถุประสงค์ คำถามนำวิจัย และกำหนดขอบเขตของการศึกษา (เดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565)

3.6.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การสร้างตารางบันทึกข้อมูล (Coding sheet) ในการวิเคราะห์ข้อมูล (เดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม พ.ศ. 2565)

3.6.3 การวิเคราะห์ข้อมูลนำร่องเพื่อพัฒนาตารางบันทึกข้อมูล (Coding sheet) และการวิเคราะห์ข้อมูลจริง

1) การวิเคราะห์ข้อมูลนาร่อง (เดือนมีนาคม พ.ศ. 2565) โดยใช้ตารางบันทึกข้อมูล (Coding sheet) ที่ได้จากทบทวนวรรณกรรม วิเคราะห์คลิปวิดีโอที่เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 จำนวน 10 คลิป เพื่อทดสอบเครื่องมือในเบื้องต้น

2) การวิเคราะห์ข้อมูลจริง (เดือนเมษายน-พฤษภาคม พ.ศ. 2565) โดยใช้ตารางบันทึกข้อมูล (Coding sheet) ที่ได้จากการปรับปรุงจากการวิเคราะห์ข้อมูลนาร่อง และคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบโครงการวิชาชีพ โดยวิเคราะห์ข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้บนช่องทางยูทูป (YouTube Channel)

3.6.4 เรียบเรียง วิเคราะห์ และอภิปรายผลการวิจัย (เดือนพฤษภาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2565)

3.6.5 การนำเสนอผลการวิจัย (เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565)



บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “ประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทของเนื้อหาสารและคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) ด้วยการวิเคราะห์หัตถบท (Textual Analysis) และนำเสนอผลการศึกษาด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยในบทที่ 4 นี้ ผู้วิจัยได้ทำการนำเสนอผลการศึกษาออกเป็น 2 ตอน คือ 1.ข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่ใช้ศึกษา และ 2.ผลการศึกษา ตามปัญหาคำวิจัยข้อที่ 1 และ 2 ดังนี้

1) ประเภทของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 เป็นอย่างไร

2) คุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 เป็นอย่างไร

4.1 ข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่ใช้ศึกษา

ผู้วิจัยคัดเลือกคลิปวิดีโอบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจที่ได้รับความนิยมเพื่อใช้ในการศึกษา โดยใช้ข้อมูลที่มีการเผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 รวมจำนวนทั้งสิ้น 25 คลิป โดยมีข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่ได้รับการคัดเลือกในการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 25 คลิป (เรียงลำดับตามนักพุดที่ได้รับความนิยมและจำนวนผู้รับชมจากสูงสุดไปถึงต่ำสุด)

ลำดับ	ชื่อคลิปวิดีโอ	ช่องยูทูป	ชื่อนักพุด	รูปภาพหน้าปกประกอบคลิปวิดีโอ	จำนวนผู้รับชม	วันที่เผยแพร่
1	คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ		607,038	24 เม.ย 63
2	ที่เราทุกข์...เพราะเอาความสุขไปผูกกับคนอื่น อยู่รีเปล่า	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ		95,041	13 ม.ค. 65

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 25 คลิป (เรียงลำดับตามนักพูดที่ได้รับความนิยมและจำนวนผู้รับชมจากสูงสุดไปถึงต่ำสุด) (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิปวิดีโอ	ช่องยูทูป	ชื่อนักพูด	รูปภาพหน้าปกประกอบคลิปวิดีโอ	จำนวนผู้รับชม	วันที่เผยแพร่
3	คลิปครูเงาะ คิดลบบังไ ให้กลายเป็นบวก	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ		80,035	10 เม.ย. 63
4	รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มี พรสวรรค์	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ		57,780	10 มี.ค. 65
5	รักตัวเองแท้จริง แล้วคืออะไร	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ		16,485	19 มี.ค. 65
6	ใครที่ล้มเหลว บ่อยๆ ดีใจด้วย นะคะ	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ		10,598	7 มี.ค. 65
7	บุคลิกภาพ ส่งผลต่อ ความสำเร็จ จริงหรือไม่	Kru-Ngor ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ	ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ		7,862	12 มี.ค. 65
8	คนไม่ประสบ ความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ...	ขุนเขา มีคำตอบ Answers from Khunkhao	ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร		80,319	29 ม.ค. 64

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 25 คลิป (เรียงลำดับตามนักพูดที่ได้รับความนิยมและจำนวนผู้รับชมจากสูงสุดไปถึงต่ำสุด) (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิปวิดีโอ	ช่องยูทูป	ชื่อนักพูด	รูปภาพหน้าปกประกอบคลิปวิดีโอ	จำนวนผู้รับชม	วันที่เผยแพร่
9	อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?	ขุนเขา มีคำตอบ Answers from Khunkhao	ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร		66,313	17 เม.ย. 63
10	วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเองโดยใช้ความรู้	ขุนเขา มีคำตอบ Answers from Khunkhao	ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร		66,278	4 ม.ค 64
11	สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า	ขุนเขา มีคำตอบ Answers from Khunkhao	ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร		50,179	14 ก.ย 63
12	คน "ไม่ตรงต่อเวลา" โปรดดูคลิปนี้	ขุนเขา มีคำตอบ Answers from Khunkhao	ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร		36,918	29 มี.ค. 64
13	ดูแล้วจะใช้ชีวิตเป็น	ขุนเขามี คำตอบ Answers from Khunkhao	ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร		21,912	22 ม.ค 63

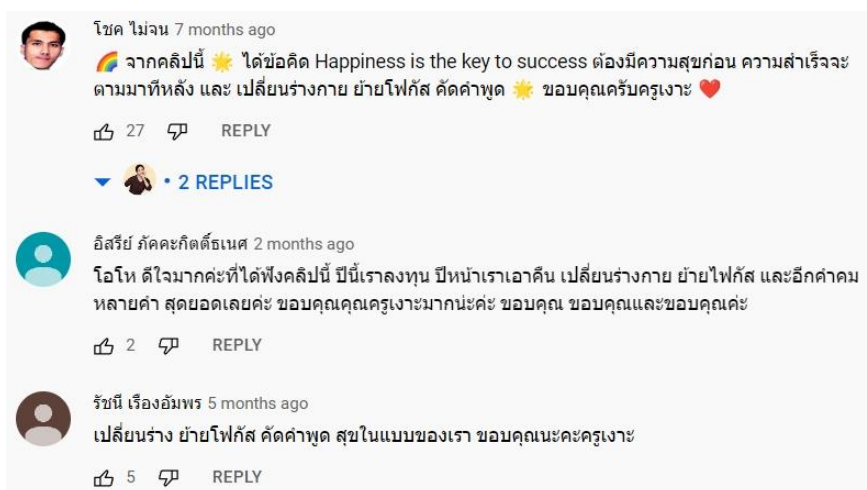
ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 25 คลิป (เรียงลำดับตามนักพูดที่ได้รับความนิยมและจำนวนผู้รับชมจากสูงสุดไปถึงต่ำสุด) (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิปวิดีโอ	ช่องยูทูป	ชื่อนักพูด	รูปภาพหน้าปกประกอบคลิปวิดีโอ	จำนวนผู้รับชม	วันที่เผยแพร่
14	วิธีสร้างพลังงานบวก...get ปะ?	Coach Jibb official	โค้ชจ๊ีบ อดิگانต์ หนูนกักดี		25,126	15 ม.ค. 63
15	วิธีสื่อสารผ่านหัวใจ...get ปะ?	Coach Jibb official	โค้ชจ๊ีบ อดิگانต์ หนูนกักดี		14,289	2 มี.ค. 63
16	คุณหมดไฟเพราะไม่มีสิ่งนี้	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี		13,371	23 ก.พ. 63
17	วิธีตัดสินใจทางเลือกใหม่ของชีวิต	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี		10,865	3 ก.พ. 64
18	3 วิธีเนรมิตชีวิตใหม่ทันที	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี		9,255	15 มี.ค. 65
19	วิธีออกจากคุกในสมองของคุณ	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี		6,854	4 มี.ค. 65

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของคลิปวิดีโอที่ได้รับการคัดเลือกจำนวน 25 คลิป (เรียงลำดับตามนักพูดที่ได้รับความนิยมและจำนวนผู้รับชมจากสูงสุดไปถึงต่ำสุด) (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อคลิปวิดีโอ	ช่องยูทูป	ชื่อนักพูด	รูปภาพหน้าปกประกอบคลิปวิดีโอ	จำนวนผู้รับชม	วันที่เผยแพร่
20	อธิษฐานให้ได้ผลดีทำวิธีนี้	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี		5,236	14 ส.ค. 64
21	สรุปศาสตร์แห่งการหาตัวตน	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี		2,814	4 ก.ค. 64
22	หนึ่งสิ่ง que เปลี่ยนชีวิตผม และวอเรน บัฟเฟต	Bundit Unrangsee บัณฑิต อึ้งรังษี	บัณฑิต อึ้งรังษี		1,872	15 พ.ค. 64
23	การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19	Auditorium	จينا จิน่าฟู		11,509	23 มี.ค. 65
24	เคล็ดลับการสร้าง ความมั่นใจ ก่อนขึ้นเวที	Auditorium	จينا จิน่าฟู		8,277	15 มี.ค. 64
25	เวลา 24 ชั่วโมงของคนที่ม่เป้าหมายชัด	Klaoshow	แก่ง สิทธิพงศ์ ศิริมาศเกษม		135,850	22 ต.ค. 64

ความนิยมของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจและจำนวนผู้รับชมบนช่องทางยูทูป แสดงให้เห็นถึงความชื่นชอบของผู้รับชมที่มีต่อคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ผลตอบรับจากการแสดงความคิดเห็น (Feedback Comments) เชิงบวกจากผู้รับชมบางส่วนสามารถแสดงถึงประสิทธิผลของเนื้อหาสารในแต่ละคลิปวิดีโอได้อีกด้วย ดังตัวอย่างตามภาพที่ 7 และภาพที่ 8



ภาพที่ 7 การแสดงความคิดเห็นเชิงบวกจากการรับชมคลิป

“ที่เราทุกข์...เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่นอยู่รึเปล่า” (ครูเงาะ)



ภาพที่ 8 การแสดงความคิดเห็นเชิงบวกหลังจากการรับชมคลิป

“อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?” (ขุนเขา)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคัดเลือกทั้ง 25 คลิปนี้มาศึกษาโดยแสดงข้อมูลเนื้อหาการถอดเทปทั้งหมดในส่วนของภาคผนวก ข ของงานวิจัยนี้

4.2 ผลการศึกษา

4.2.1 ผลการศึกษาประเภทของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565

เพื่อตอบคำถามนำวิจัยในข้อที่ 1 ว่า “ประเภทของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร”

ในการศึกษาประเภทของเนื้อหาสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ด้วบทพูดของคลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยได้ถอดความคลิปวิดีโอ และนำมาวิเคราะห์ด้วบทตามกรอบตารางบันทึกข้อมูล (Coding sheet) ที่ได้สังเคราะห์ไว้ในบทที่ 3 พบว่าประเภทของเนื้อหาสารของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) และแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) ดังนี้

4.2.1.1 แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation)

แรงจูงใจภายใน ในงานวิจัยนี้ หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นหรือผลักดันโดยเน้นหนักให้คนเราเกิดการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาเพื่อความเจริญเติบโตของตนเอง ประกอบไปด้วย 5 หัวข้อย่อย คือ 1) แรงจูงใจด้วการเรียนรู้ 2) แรงจูงใจด้วทัศนคติ 3) แรงจูงใจด้วการบรรลุผลสำเร็จ 4) แรงจูงใจด้วความคิดสร้างสรรค์ 5) แรงจูงใจด้วสรีรวิทยา

เมื่อพิจารณาจากประเภทของเนื้อหาสารของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้งหมด 25 คลิป พบการใช้แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ในการพุดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ จำนวนทั้งสิ้น 23 คลิป แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อย่อย คือ 1) แรงจูงใจด้วทัศนคติ พบจำนวน 15 คลิป 2) แรงจูงใจด้วการบรรลุผลสำเร็จ พบจำนวน 6 คลิป 3) แรงจูงใจด้วการเรียนรู้ พบจำนวน 2 คลิป เรียงตามจำนวนการพบจากมากไปน้อย โดยอธิบายรายละเอียดด้วดังต่อไปนี้

1) แรงจูงใจด้วทัศนคติ (Attitude Motivation) หมายถึง สิ่งกระตุ้นผลักดันที่เป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีคิด ความรู้สึก พฤติกรรมของจิตใจ รวมไปถึงมุมมองที่มีต่อตนเอง และผู้อื่นให้เปลี่ยนไปในเชิงบวก ทั้งนี้ จากประเภทของเนื้อหาสารของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ทั้งหมด 25 คลิป พบการใช้แรงจูงใจภายในด้วทัศนคติ**มากที่สุด** จำนวน 15 คลิป โดยเนื้อหาด้วทัศนคติที่พบในคลิปวิดีโอมักเกี่ยวกับความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก และการตัดสินใจ โดยนำเสนอการเปลี่ยนวิธีคิด และอาจนำไปสู่การลงมือทำ ผู้วิจัยขอแบ่งหัวข้อย่อย ๆ ออกเป็น 4 หมวดหมู่ ได้แก่ 1) การจัดการความคิด และการตัดสินใจ 2) ท้าท้าต่อความสำเร็จและความล้มเหลว 3) ความสัมพันธ์กับตนเอง 4) ความสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยเรียงตามจำนวนที่พบจากมากไปน้อย ดังนี้

หมวดที่ 1 – การจัดการความคิดและการตัดสินใจ กล่าวคือ ผู้พูดสร้างแรงบันดาลใจโดยการให้วิธีคิด แนวทางที่ช่วยจัดการความคิด (Mindset) ให้เป็นระบบ การวางแผนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ รวมถึงการตัดสินใจอย่างมีหลักการและเหตุผล เน้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนมุมมอง และทัศนคติเชิงบวกเพื่อการพัฒนาตนเอง พบจำนวน 6 คลิป โดยครอบคลุมเนื้อหา เช่น วิธีการจัดการความคิดลบให้กลายเป็นความคิดบวก, วิธีการตัดสินใจในยามที่ชีวิตพบเจอวิกฤต, วิธีการนำความรู้ที่มีมาใช้ประโยชน์, วิธีการสร้างความเชื่อมั่น/ การสร้างพลังบวกให้กับตนเอง เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) การกล่าววิธีการจัดการกับความคิดลบให้กลายเป็นความคิดบวก

“เราจะรู้ได้ยังไงคะว่า ความคิดเนี่ยของเรา ควรเก็บไว้ หรือควรโยนทิ้งหลายครั้งเหลือเกินคะ คนบอกว่า เฮ้ย เราก็ต้องคิดลบไว้บ้างนี่ เพราะว่ามันจะต้องระมัดระวังเกี่ยวกับอนาคต เฮ้ย ความคิดแบบไหนนะที่เรียกว่า พارانอยด์ กังวลหรือความคิดแบบไหนที่เรียกว่าระมัดระวัง ป้องกัน...เอามาดูว่าไอความคิดเนี่ยของคุณเนี่ย มันทำให้ชีวิตของเราเติบโตไปข้างหน้าได้มั๊ย?...เช่น สมมติว่า เรากำลังกลัวว่าธุรกิจของเรากำลังแย่นะเลย เราคิดแบบนี้มันเติบโตมั๊ย? แต่สมมติถ้าคิดแบบนี้แล้วมันมีแต่กังวล เครียด ให้ทั้งวันที่คะ...งั้นทำยังไงเราถึงจะไม่กลัว เราต้องทำอะไรบ้างวันนี้ เราถึงจะไม่กลัว ใช่มั๊ยคะ เช่น ฉันจะต้องลดค่าใช้จ่ายอย่างนี้ ฉันจะต้องเพิ่มโปรดักซ์แบบนี้ ฉันจะต้องเพิ่มหนทางช่องทางการขายแบบนี้ ฉันจะต้อง ถ้าคิดแล้วมีการสร้างสรรค์ เก็บความคิดนั้นไว้ได้”

(คลิปที่ 3 คลิปครูเงาะ คิดลบยังไงให้กลายเป็นบวก/ ครูเงาะ 10 เม.ย. 63)

(2) การกล่าวถึงวิธีการตัดสินใจในยามที่ชีวิตพบเจอวิกฤต

“วิกฤต แปลว่าการตัดสินใจครับ จริง ๆ แล้ว เราเนี่ยแค่เผชิญกับการต้องตัดสินใจเท่านั้นเองครับ เราไม่ได้เผชิญกับอย่างอื่น และการตัดสินใจและการเลือกของคุณนี่แหละ จะเป็นตัวกำหนดว่าชีวิตคุณจะเป็นยังไง ในวิกฤตแสนเศร้าหมอง มีโอกาสทองซ่อนอยู่เสมอ คุณจะใช้อะไร...หลังจากที่วิกฤตนี้ผ่านพ้นไป เราจะใช้อะไรยังไง ในการสร้างสิ่งที่ดีให้กับตัวเอง...สิ่งสำคัญที่สุดในชีวิตจึงเป็นการสร้างทางเลือกให้ตัวเอง ในยามวิกฤต และในยามที่ไม่วิกฤต หลายคนอาจจะไม่เข้าใจว่า จริง ๆ แล้วทางเลือกที่ดีที่สุด คือทางเลือกที่มาจากภายในครับตัดสินใจได้ว่าจะรู้สึกอย่างไร นี่คือนทางเลือกที่ยิ่งใหญ่ สำคัญ งดงาม มีคุณค่าทรงพลังที่สุดในชีวิตของมนุษย์ทุกคน”

(คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63)

หมวดที่ 2 – ทำที่ต่อความสำเร็จและความล้มเหลว กล่าวคือ ผู้พูดสร้างแรงบันดาลใจ โดยการให้วิธีคิด มุมมองที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ และการบรรลุเป้าหมายในชีวิต รวมถึงมุมมองของ คนที่มักล้มเหลว เพื่อให้เห็นความแตกต่าง เน้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนมุมมอง และทัศนคติเชิงบวก หากต้องการประสบความสำเร็จ พบจำนวน 4 คลิป โดยครอบคลุมเนื้อหา เช่น การล้มเหลวแล้วลุก ขึ้นทุกครั้งที่ล้ม, การกล้าเผชิญหน้ากับความเจ็บปวด/ ความล้มเหลว และการมองทุกสิ่งให้เป็นเรื่อง ลองสนุก เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) การกล่าวถึงการล้มเหลวแล้วลุกขึ้นทุกครั้งที่ล้ม

“คุณรู้ไหมคะว่าคนที่ประสบความสำเร็จทุกคนผ่านการล้มเหลวมานับไม่ถ้วน...จุดต่างคะ ของคนที่ล้มเหลวตลอดกาล คือเขามักล้มเหลวแล้วล้มเลิกคะ จุดต่างมีแค่นี้เลยคะ แต่คนที่ประสบความสำเร็จ เขามักล้มเหลวแล้วเขาลุกทุกครั้งที่ล้มคะ... ธรรมชาติของมนุษย์มักจะกลัวเวลาที่เร าผิดพลาด เพราะสมองเนีย ไม่ชอบให้เราเจ็บ...แต่ถ้าวันนั้นมนุษย์คนนั้นสามารถได้เปลี่ยนความคิดได้ว่า ทุกครั้งที่ล้มนั้นสนุก ฉันจะเรียนรู้อะไรจากเธอได้บ้าง วันนี้ฉันพลาดไปแล้ว...ฉันทำใหม่ ล้มอีก ... เมื่อไรก็ตามที่คุณสามารถเปลี่ยนความล้มเหลวเป็นความสนุก เป็นความสุข เป็นชัยชนะของคุณได้ ครู เเงะบอกเลยคะ ว่าประตูแห่งความสำเร็จ จ่ออยู่หน้าบ้านคุณแล้ว”

(คลิปที่ 6 ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะคะ/ ครูเงาะ 7 มี.ค. 65)

(2) การกล่าวถึงการกล้าเผชิญหน้ากับความเจ็บปวด/ความล้มเหลว

“สาเหตุของการที่คน ๆ หนึ่งไม่ประสบความสำเร็จ...สุดท้ายแล้วเนี่ยมันมีรากอยู่แค่สาเหตุ เดียวเท่านั้นเลยครั้บ คือ เขายังไม่กล้าเจ็บมาก...ต้องหมั่นหาความรู้เพิ่มเติมให้ฉลาดขึ้นแล้วมัน เจ็บปวดทรมาน เหนื่อย ทุกข์ ไม่เอา ต้องออกจาก Comfort Zone เพื่อทำสิ่งใหม่ ๆ เจ็บปวด ไม่เอา...นี่แหละครั้บ ผมถึงได้บอกว่า การไม่กล้าเจ็บมากพอ คือสาเหตุเดียว สาเหตุหลัก สาเหตุใหญ่ ที่สุด...ที่ทำให้คุณไม่ประสบความสำเร็จ ...จำไว้เสมอเลยนะครั้บว่า ถ้าอยากจะเจริญต้องกล้าเผชิญ ความเจ็บ เพราะในความเจ็บจะมีความจริงถ้าคุณฝึกตัวเองให้กล้าเผชิญความเจ็บอยู่เสมอ คุณจะ ได้เจอกับความเจริญในไม่ช้าอย่างแน่นอน”

(คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ./ ขุนเขา 29 มี.ค. 64)

หมวดที่ 3 - ความสัมพันธ์กับตัวเอง กล่าวคือ ผู้พูดสร้างแรงบันดาลใจโดยการให้วิธีคิด มุมมองที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับตนเอง หรือเกิดความคิดในเชิงบวกต่อตนเองมากขึ้น พบ จำนวน 3 คลิป โดยครอบคลุมเนื้อหา เช่น วิธีคิดในการรักตัวเอง และวิธีคิดที่นำพาตนเองให้มีความสุขจากการหาเป้าหมายในชีวิต เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) การกล่าวถึงวิธีคิดในการรักตัวเองอย่างแท้จริง

“วันที่เราตั้งใจทำดีเราอาจจะเผลอทำไม่ได้ออกไป เราจะต้องกลับมาเป็นพ่อแม่ให้ชีวิตเราเองให้ได้..พ่อแม่ที่ดีซ้ำเติมลูกไหมคะ ไม่..ลูกไหมคะ แต่เค้าจะสอนให้ลูกเรียนรู้ วันที่คุณผิดพลาดคุณจะเป็นคนแรกที่สอนตัวคุณเอง สอนให้เห็น เรียนรู้โดยการฝึกซ้ำๆ ทำอีกลูกไม่เป็นไร พลาดทำใหม่ลูก... อันต่อมาต้องเป็นคนที่ให้กำลังใจลูกเป็น ไม่ใช่ซ้ำเติม วันที่เราทำสิ่งที่ต้องการกำลังใจ เราให้กำลังใจตัวเองได้ไหม ทำสำเร็จแล้วชื่นชมตัวเองก่อนคนแรก วันที่เราทำผิดพลาด เราเข้าใจได้ไหมว่าเราแค่มนุษย์คนหนึ่ง เราเกิดมาที่จะพัฒนา เราให้อภัยและไปต่อได้รีเปลา สิ่งนี้คือคีย์ที่สำคัญที่สุดของการรักตัวเอง”

(คลิปที่ 3 รักตัวเองแท้จริงแล้วคืออะไร/ ครูเงาะ 19 มี.ค. 65)

(2) การกล่าวถึงวิธีคิดที่นำพาตนเองให้มีความสุขจากการเจอเป้าหมายชีวิต

“เพื่อน ๆ เชื้อไหมครับว่า เงินไม่ใช่แรงจูงใจของทุกคนนะครับ...สำคัญก็คือว่าคุณเนี่ยต้องเข้าใจแรงจูงใจของตัวเองนี่ก็คือ เคล็ดลับอันหนึ่งของชีวิตนะครับ ซึ่งถ้าคุณเคยอ่านหนังสือเล่มหนึ่งชื่อว่า “The Power Of Why” w-h-y นะครับ...พลังของการรู้ว่าทำไมจริง ๆ แล้วถ้าคุณรู้อันนี้ว่าอันเกิดมาเพื่ออะไรอันทำอะไรต่าง ๆ ไปเนี่ยทุก ๆ วันทำไปเพื่ออะไร... สิ่งที่คุณทำทุกวันเนี่ย มันมีความหมายขนาดไหนกับตัวคุณ...ผมบอกได้เลยนะถ้าคุณหาสิ่งนี้เจอ จูนสิ่งนี้เจอ ชีวิตของคุณโคตรจะมีความสุข แล้วคุณจะใช้ชีวิตแต่ละวันอย่างมีความหมาย และมันจะเป็นเรื่องเวลาที่เวลาคุณทำสิ่งที่ตรงกับความหมาย ชีวิตของคุณนะเงินตามมาด้วย เราจะทำงานแบบมีความสุข”

(คลิปที่ 16 คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้/ บัณฑิต 23 ก.พ. 63)

หมวดที่ 4 – ความสัมพันธ์กับคนอื่น กล่าวคือ ผู้พูดสร้างแรงบันดาลใจโดยการให้วิธีคิดแนวทางที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนรอบข้าง หรือมีมุมมองที่ดีกับคนอื่น เน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการลงมือทำ พบจำนวน 2 คลิป โดยครอบคลุมเนื้อหา ได้แก่ วิธีคิดในการระงับความโกรธ ความเกลียด และความอิจฉาผู้อื่นในใจตนเองและวิธีสื่อสารผ่านหัวใจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนที่เรารัก ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) การกล่าวถึงวิธีคิดในการระงับความโกรธ ความเกลียด และความอิจฉาผู้อื่นในใจตนเอง

“การฆ่าความแค้น สำคัญกว่าการฆ่าคนแค้นนะครับ ไซ้ในกรณีที่คนแค้นกำลังฆ่าคนอื่น เราต้องรีบกำจัดเขาเดี๋ยวนี้เลย แต่ถ้าในยามปกติแล้ว เราควรโฟกัสที่การฆ่า ความแค้นนะครับ ในใครครับในใคร ในตัวเราเองก่อน...ถ้าคุณไปฆ่าคนที่คุณเกลียด...คุณไปเอาชนะคนที่คุณอิจฉา คุณเอาชนะไม่หมดหรอกครับ...แต่ถ้าคุณเอาชนะความโกรธ ไม่ใช่คนที่โกรธนะ ความโกรธ มันหมดไปปั๊บ คราวนี้คุณแทบจะไม่ต้องโกรธใครละ หรือโกรธน้อยลง คุณเอาชนะความเกลียดได้ คราวนี้คนที่คุณเกลียดมันจะแทบไม่มีผลแหละ เพราะความเกลียดในใจคุณมันน้อยลง...เราฝึกจิตในการฆ่าความไม่ดีทุกอย่างที่อยู่ในตัวเรานั้นเอง การฆ่า “คน” จะไม่มีวันสิ้นสุด แต่การฆ่า “ความ” จะหยุดลงที่ใจ”

(คลิปที่ 11 สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า/ ชุนเขา 14 ก.ย 63)

(2) การกล่าวถึงวิธีสื่อสารผ่านหัวใจเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนที่เรารัก

“เคยรู้สึกไหมฮะว่า...เราอยู่ในสมอมากเกินไป การที่เราใช้ชีวิตในทุก ๆ วันนะฮะ เราอยู่กับความคิดเราตลอด มันมาจากส่วนหนึ่ง ที่เรียกว่า Analytical Mind คือเราต้องใช้สมองส่วนนี้เพื่อในการดำรงชีวิตอะฮะ แต่บางทีมันไม่สามารถที่จะทำให้ตัวเรามีความรู้สึกที่มีความสุข ผมอยากจะแนะนำเสนอวิธีการสื่อสารแบบใหม่ให้ทุกคนเอาไปใช้ ให้ทุกคน Move คือเคลื่อนออกจากสมอแล้วมาที่หัวใจ You เห็นยังว่าการใช้สมองคือมันเป็นเรื่องของรายละเอียด แต่การใช้หัวใจมันเป็นเรื่องของความรู้สึก พลังของการสื่อสารผ่านหัวใจมันจะทำให้เกิดการเชื่อมลึกของคนสองคนได้ดี ไม่ใช่สมอง”

(คลิปที่ 15 วิธีสื่อสาร ผ่านหัวใจ...get ปะ?/ โค้ชจ๊อบ 2 มี.ค. 63)

จากประเภทของเนื้อหาของการพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยวิเคราะห์จากเนื้อหาคลิปวิดีโอพบว่า คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจมีการนำเสนอเนื้อหาประเภทแรงจูงใจ ด้านทัศนคติ จำนวนทั้งหมด 15 คลิป เมื่อจำแนกเป็น 4 หัวข้อย่อย พบหมวดหมู่การจัดการความคิด และการตัดสินใจมากที่สุด จำนวน 6 คลิป หมวดหมู่ความสำเร็จกับความล้มเหลว จำนวน 4 คลิป หมวดหมู่ความสัมพันธ์กับตนเอง จำนวน 3 คลิป และพบหมวดหมู่ความสัมพันธ์กับผู้อื่น น้อยที่สุด จำนวน 2 คลิป

2) **แรงจูงใจด้านการบรรลุผลสำเร็จ (Achievement Motivation)** หมายถึง สิ่งกระตุ้น ผลักดันที่เป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการกระทำเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้ จากคลิปวิดีโอของ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้แรงจูงใจภายใน จำนวนทั้งหมด 23 คลิป พบการใช้แรงจูงใจด้านการบรรลุผลสำเร็จที่มักมีเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีปฏิบัติ หรือแนวทางที่เน้นให้เกิดการลงมือทำ (How to) จำนวน 6 คลิป โดยครอบคลุมเนื้อหา เช่น วิธีปฏิบัติในการปรับสถานะตนเอง ให้เป็นสุขก่อนที่จะทำเป้าหมายให้สำเร็จ, วิธีปฏิบัติของคนที่ยากประสบความสำเร็จแม้ไม่มีพรสวรรค์ และวิธีปฏิบัติเพื่อการบรรลุเป้าหมายในชีวิต เป็นต้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) การกล่าวถึงวิธีปฏิบัติ 3 ข้อ ในการปรับสถานะตัวเองให้เป็นสุขก่อนที่จะทำเป้าหมายให้สำเร็จ

“คนส่วนใหญ่เข้าใจว่า ฉันต้อง Success ก่อน ฉันถึงจะมีความสุข เปล่าเลย..คุณต้องสุขก่อนคุณถึงจะสำเร็จ... ที่ผ่านมามีเราแล้วแต่ทุกข์ เพราะเราเอาความสุขเราไปผูกไว้กับขาของชาวบ้านปากของคนอื่น สิ่งที่จะทำให้เราเต็มให้ตัวเองได้...เราจะต้องรู้จักวิธีการเปลี่ยน Stage ให้ได้...คุณใช้เทคนิคนี้เลยคะ “เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คัดคำพูด” วันที่เศร้าต้องเศร้า วันที่นอนพัก ต้องนอนพัก พักเสร็จปุ๊บ...คือเรามองเห็นแต่ข้อดี State ของครูพลิกกลับมาอยู่สภาวะปกติคะ รู้มั้ยว่าเกิดอะไรขึ้น 2 อาทิตย์หลังจากนั้น Sponsor เข้า 2 ล้าน ปรากฏคนมาดูเต็มอีกจากคนจะเจ๊งอยู่แล้ว ฉะนั้นสิ่งเดียวที่คุณกำลังบอกทุกคนคือ อย่าอึด อย่ายึดกับสิ่งที่มันเป็นอย่าง ยอมรับ เข้าใจใช้ State ที่ถูกต้อง”

(คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุขไปผูกกับขาคนอื่นอยู่รีเปล่า/ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)

(2) การกล่าวถึงวิธีการปฏิบัติ 5 ข้อ ของคนที่ยากประสบความสำเร็จแม้ไม่มีพรสวรรค์

“หลายคนนะคะ คิดว่าชีวิตตัวเราเนี่ย ไม่ประสบความสำเร็จเป็นเพราะ 1.หนูไม่มีพรสวรรค์คะครู 2. หนูไม่ได้มีตระกูลที่ยิ่งใหญ่ที่จะสนับสนุนผม วันนี้ครูเงาะอยากจะบอกว่า ไม่เกี่ยวเลยคะ วันนี้ครูเอาเคล็ดลับ 5 ข้อนี้คะ ที่ครูเงาะใช้กับชีวิต ข้อที่ 1 เราคือผลแห่งการนำสิ่งดี ๆ เข้ามา จากการจูนอารมณ์ของเราเนคะ ข้อที่ 2 สิ่งที่คุณต้องทำคือคุณต้องตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน ... ข้อ 3 เมื่อคุณตั้งเป้าหมายได้แล้วคุณส่งพลังงานบวก คุณเอาสองอันนี้มารวมกันคะ ให้ทุกครั้งที่คุณนึกถึงเป้าหมายในชีวิตของคุณ แล้วให้คุณส่งพลังงานที่ดีไปรองรับภาพนั้น ข้อที่ 4 คือโฟกัสคะเมื่อไรก็ตามที่เราเอาโฟกัสไปให้กับอะไรบางอย่าง เราก็จะเอาพลังงานของเราไปให้สิ่งนั้น และผลลัพธ์มันก็จะปรากฏในชีวิตเรา และข้อที่ 5 คือ การพาตัวเองไปอยู่กับกัลยาณมิตรคะ”

(คลิปที่ 4 รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์/ ครูเงาะ 10 มี.ค. 65)

จากประเภทของเนื้อหาสารของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยวิเคราะห์จากเนื้อหาคลิปวิดีโอพบว่า คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจมีการนำเสนอเนื้อหาสารประเภทแรงจูงใจด้านการบรรลุผลสำเร็จ จำนวนทั้งหมด 6 คลิป รวบรวมมาจากแรงจูงใจด้านทัศนคติ

3) แรงจูงใจด้านการเรียนรู้ (Learning Motivation) หมายถึง สิ่งกระตุ้นผลักดันที่เป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการเรียนรู้ ความเข้าใจสิ่งใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาความสามารถของตนเอง ทั้งนี้จากคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้แรงจูงใจภายใน จำนวน 23 คลิป พบการใช้แรงจูงใจด้านการเรียนรู้ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแนวทาง/ วิธีคิดในการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถเพื่อการพัฒนาตนเอง จำนวน 2 คลิป โดยครอบคลุมเนื้อหา ได้แก่ การเสริมสร้างทักษะการพูดเพื่อการโน้มน้าวใจ และการเพิ่มพลังและความมั่นใจเวลาตื่นตื่น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) การกล่าวถึงการเสริมสร้างทักษะการพูดเพื่อการโน้มน้าวใจ

“นักลงทุนที่ประสบความสำเร็จที่สุดในประวัติศาสตร์ ก็คือ Warren Buffet...ตอนช่วงที่เค้าเริ่มทำงานอายุ 20 ต้น ๆ ...สมองฉลาดมาก แต่เขาขายไม่ได้เลย...สิ่งที่เปลี่ยนชีวิตของเขา คือเขาไปเข้าคอร์สการพูด สิ่งนั้นทำให้เขาสามารถขายของต่อไปได้...ผมจึงมาบึ่งไอเดียวว่า ผมจะเป็นแค่ Conductor อย่างเดียวไม่ได้แล้ว...เพราะว่าการหันหน้าเข้าหากล่องเป็นการที่เราสามารถโน้มน้าวใจคนในหมู่่มากทีเดียวได้ และถ้าคุณมีทักษะนี้ เราสามารถทำมูลค่า สร้างคุณค่าให้กับคนได้เยอะมาก...และนี่เป็นสิ่งที่ทุกคนทำได้นะครับ”

(คลิปที่ 22 หนึ่งสิ่งที่เปลี่ยนชีวิตผม และวอเรน บัฟเฟต/ บัณฑิต 15 พ.ค. 64)

(2) การกล่าวถึงการเพิ่มพลังและความมั่นใจเวลาตื่นตื่น

“ถ้าให้จิน่าเปรียบเทียบเคล็ดลับการเพิ่มพลัง และความมั่นใจ อยากจะเปรียบเทียบกับ การเลือกรองเท้าคะ การเลือกรองเท้าคืออะไร...บางคนจะบอกว่าถ้าตื่นตื่นไปชวนคนคุยสิ...แต่สำหรับจิน่าจะ จิน่าต้องการสมาธิอะ ส่วนตัวจิน่าหน้าก่อนขึ้นเวที...จะต้องไปอยู่ในที่เงียบ ๆ ค่ะ...สรุปแบบนี้เลยคะ เคล็ดลับในการสร้างความมั่นใจ และการชาร์จพลังนะหรือคะ ก็เปรียบเสมือนการเลือกรองเท้าไงคะ รูปทรงมันไม่เหมือนกันเลยคะ ...ลองด้วยตัวเองคะ แล้วคุณจะเจอว่าเคล็ดลับที่ช่วยทำให้คุณมีพลัง และมีความมั่นใจแล้วเหมาะกับคุณมันคืออะไร เคล็ดลับสุดท้ายก็คือ คุณนั่นแหละที่เป็นคนค้นพบเคล็ดลับอันนั้นเองคะ”

(คลิปที่ 24 เคล็ดลับการสร้างความมั่นใจก่อนขึ้นเวที/ จิน่า จิน่าฟู 15 มี.ค. 64)

จากประเภทของเนื้อหาสารของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยวิเคราะห์จากเนื้อหาคลิปวิดีโอพบว่า คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจมีการนำเสนอเนื้อหาสารประเภทแรงจูงใจด้านการเรียนรู้น้อยที่สุด จำนวนทั้งหมด 2 คลิป

4.2.1.2 แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation)

แรงจูงใจภายนอก ในงานวิจัยนี้ หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นหรือผลักดันโดยเน้นหนักให้คนเกิดการเปลี่ยนแปลงตนเองเพื่อการยอมรับนับถือจากบุคคลอื่น ๆ หรือการได้รับสิ่งตอบแทน เช่น เงิน รางวัล ตำแหน่ง หน้าที่การงาน ฯลฯ ประกอบไปด้วย 4 หัวข้อย่อย ได้แก่

- 1) แรงจูงใจด้านผลตอบแทน
- 2) แรงจูงใจด้านความกลัว
- 3) แรงจูงใจด้านใฝ่อำนาจ
- 4) แรงจูงใจด้านใฝ่สัมพันธ์และสังคม

เมื่อพิจารณาจากประเภทของเนื้อหาของนักรุกสร้างแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ คลิปวิดีโอทั้งหมด 25 คลิป พบว่ามีการใช้แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) ในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ จำนวนเพียง 2 คลิป โดยทั้ง 2 คลิปเป็นการใช้แรงจูงใจด้านใฝ่สัมพันธ์และสังคม โดยอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1) แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์และสังคม (Affiliation & Social Motivation) หมายถึง สิ่งกระตุ้นผลักดันที่เป็นแรงขับเคลื่อนให้คนต้องการมีมนุษย์สัมพันธ์กับผู้คนในสังคม หรือการสร้างสัมพันธ์กับคนรู้จักใหม่ ๆ เพื่อการเป็นที่ยอมรับของผู้คน และทั้งนี้ จากประเภทของเนื้อหาของนักรุกสร้างแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ทั้งหมด 25 คลิป พบการใช้แรงจูงใจด้านใฝ่สัมพันธ์และสังคม จำนวน 2 คลิป โดยครอบคลุมเนื้อหา ได้แก่ การเสริมสร้างบุคลิกภาพของการเป็นผู้นำ และการเสริมสร้างบุคลิกภาพเพื่อความสำเร็จในหน้าที่การงาน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

- (1) การกล่าวถึงการเสริมสร้างบุคลิกภาพของการเป็นผู้นำ

“บุคลิกท่าทางแบบไหนคะ ที่ถ้าวันนี้เราอยากจะเป็นผู้นำ เราจะฝึกให้เกิดขึ้นกับตัวของ... ลักษณะของคำว่าผู้นำคือ “ผู้ที่คนอยากที่จะติดตาม” คำมีที่ทำแบบไหน ครูขอให้อีกสองคำนี้นะคะ นั่นก็คือ “Kind but Firm” Kind แปลว่า จิตใจดี นะคะ แต่ต้อง Firm คือ มีความมั่นคง จะ Kind อย่างเดียวไม่ได้... ท่าทาง Kind คือเป็นแบบไหน ก็คือวิธีการพูดที่ช้า ช้าลงมาหน่อย...ให้มีจังหวะการเว้นวรรค แล้วใช้เสียงที่ต่ำนะคะ...ท่าทางคือการยืนที่มั่นคง หน้า ขา ยืน ตรง มั่นคง แขนขาไหลของ เราเปิดออก อย่างสง่างาม ในขณะที่เรามั่นคงอยู่ตรงนี้ แต่ความเมตตาของเรา ออกไปด้วยรอยยิ้มที่ เกิดขึ้นบนใบหน้า...มันจะทำให้ผสมระหว่างความ Firm มั่นคง และก็ความ Kind หรือความอ่อนโยน ผสมลงไป นี่คือท่าทีของผู้นำที่จะสามารถดึงใจให้ผู้คนอยากที่จะติดตามได้นะคะ”

(คลิปที่ 1 คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!/ ครูเงาะ 24 เม.ย 63)

(2) การกล่าวถึงบุคลิกภาพภายนอกส่งผลต่อความสำเร็จในหน้าที่การงาน

“ถ้าถามว่าบุคลิกส่งผลต่อความสำเร็จหรือไม่ ก็ต้องขึ้นอยู่กับว่าเราทำงานอะไรงานที่เราทำ ถ้ามีคนต้องเจอเรา...เมื่อไรต้องมีการเจอ มนุษย์เราจะตัดสินด้วยการเห็นเนี่ย ถึง 70% ของการตัดสินของประสาทการรับรู้ของมนุษย์ อยู่ที่ตา 70% แปลว่าเค้าจะประเมินคุณก่อน แล้วพอเค้าประเมินคุณปุ๊ป คุณแล้วคนนี้ไม่น่าจะใช้ได้ ต่อให้เรามืองค์ความรู้มากๆ เราก็ถูกตัดสินไปเรียบร้อยแล้ว ปรับบุคลิกของเรา ทั้งข้างนอกและข้างในให้มาเจอกัน ก็จะทำให้ความสำเร็จของเรามาถึงเร็วขึ้นค่ะ”

(คลิปที่ 7 บุคลิกภาพส่งผลต่อความสำเร็จจริงหรือไม่?/ ครูเงาะ 12 มี.ค 65)

จากประเภทของเนื้อหาสารของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ผู้วิจัยวิเคราะห์จากเนื้อหาคลิปวิดีโอ พบว่า คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจมีการนำเสนอเนื้อหาสารประเภทแรงจูงใจ ภายนอก จำนวน 2 คลิป และเป็นแรงจูงใจด้านใฝ่สัมพันธ์และสังคม จำนวนทั้ง 2 คลิป



4.2.1.3 สรุปผลประเภทเนื้อหาสารบนคลิปวิดีโอบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจทั้งหมด 25 คลิป

ตารางที่ 4.2 แสดงผลสรุปประเภทเนื้อหาสารบนคลิปวิดีโอบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจทั้งหมด 25 คลิป

ประเภทเนื้อหา	ประเภทเนื้อหาย่อย	ชื่อคลิปวิดีโอ/นักพุดสร้างแรงบันดาลใจ	
การสร้างแรงจูงใจภายใน	1. แรจูงใจด้านทัศนคติ		
	1.1) ทัศนคติต่อการจัดการความคิด/ การตัดสินใจ (n=6)	- คลิปที่ 3 คิดอย่างไรให้กลายเป็นบวก/ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ - คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตที่แปลว่า...?/ ขุนเขา ลินสุเลน เขจรบุตร - คลิปที่ 10 วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้/ ขุนเขา ลินสุเลน เขจรบุตร - คลิปที่ 13 ดูแล้วจะใช้ชีวิตเป็น/ ขุนเขา ลินสุเลน เขจรบุตร - คลิปที่ 14 วิธีสร้างพลังงานบวก...set ปะ? / ใค้จับ อติกานต์ หนูมุกกิติ - คลิปที่ 19 วิธีออกจากทุกในสมองของคุณ/ บัณฑิต อึ้งรังสี	
	1.2) ทัศนคติต่อความสำเร็จและความล้มเหลว (n=4)	- คลิปที่ 6 โครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะ/ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ - คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว! คือ.../ ขุนเขา ลินสุเลน เขจรบุตร - คลิปที่ 12 คนไม่ตรงต่อเวลา! โปรดดูคลิปนี้/ ขุนเขา ลินสุเลน เขจรบุตร - คลิปที่ 17 วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ของชีวิต/ บัณฑิต อึ้งรังสี	
	1.3) ทัศนคติต่อความสัมพันธ์กับตัวเอง (n=3)	- คลิปที่ 5 รักตัวเองแท้จริงแล้วคืออะไร/ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ - คลิปที่ 16 คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้/ บัณฑิต อึ้งรังสี - คลิปที่ 20 อธิษฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้/ บัณฑิต อึ้งรังสี	
	1.4) ทัศนคติต่อความสัมพันธ์กับคนอื่น (n=2)	- คลิปที่ 11 สิ่งเดียวที่คุณควรม่า/ ขุนเขา ลินสุเลน เขจรบุตร - คลิปที่ 15 วิธีสื่อสาร ผ่านหัวใจ...set ปะ / ใค้จับ อติกานต์ หนูมุกกิติ	
	2. แรจูงใจด้านการบรรลุผลสำเร็จ (n=6)	- คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์...เพราะเอาความสุขไปผูกกับคนอื่นอยู่หรือเปล่า/ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ - คลิปที่ 4 รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์/ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ - คลิปที่ 18 3 วิธี เรมมือชีวิตใหม่ทันที/ บัณฑิต อึ้งรังสี - คลิปที่ 21 สรุปศาสตร์แห่งการหาตัวตน/ บัณฑิต อึ้งรังสี - คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19 / ซีน่า ซีน่าฟู - คลิปที่ 25 เวลา 24 ชั่วโมงของคุณมีกี่เป้าหมายชัดเจน/ เก่ง สิทธิพงศ์ ศิริมงคลเกษม	
	3. แรจูงใจด้านการเรียนรู้ (n=2)	- คลิปที่ 22 หนึ่งสิ่งที่เปลี่ยนชีวิตผม และขอเงิน บัฟเฟต/ บัณฑิต อึ้งรังสี - คลิปที่ 24 เคล็ดลับการสร้างความมั่นใจก่อนขึ้นเวที/ ซีน่า ซีน่าฟู	
	การสร้างแรงจูงใจภายนอก	1. แรจูงใจด้านไม่ล้มเหลวและสังคม (n=2)	- คลิปที่ 1 คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!! / ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ - คลิปที่ 7 บุคลิกภาพส่งผลต่อความสำเร็จจริงหรือไม่?/ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ

4.2.2 ผลการศึกษาคุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565

เพื่อตอบคำถามนำวิจัยในข้อที่ 2 ว่า “คุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร”

ในการศึกษาคุณลักษณะของเนื้อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ผู้วิจัยจะกล่าวถึงผลการศึกษาจากการวิเคราะห์ตัวบทพูดของคลิปวิดีโอจำนวนทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยได้ถอดความเนื้อหา และวิเคราะห์ตัวบทตามกรอบตารางบันทึกข้อมูล (Coding sheet) ที่ได้สังเคราะห์ไว้ในบทที่ 3 พบว่า มีการวางโครงสร้างเรื่องตามแบบโครงสร้างพื้นฐานการพูด ได้แก่ ส่วนเกริ่นนำ (Introduction) ส่วนเนื้อความ (Body) ส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) และส่วนบทสรุป (Conclusion) อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยจะนำแนวคิดและทฤษฎีหลักการพูดจูงใจของมอนโร (Monroe) เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในการเรียบเรียงเนื้อสาร และการจัดเรียงองค์ประกอบต่าง ๆ ในโครงสร้างการพูดที่มีเนื้อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

โดยธรรมชาติของเนื้อเรื่องในแต่ละส่วนนั้น ในส่วนเกริ่นนำ (Introduction) มักจะทำหน้าที่ในการสร้างความเข้าใจเนื้อเรื่อง บอกที่มาและปัญหา รวมถึงประโยชน์ที่ผู้ฟังจะได้รับจากเรื่อง ดังนั้นจึงเป็นส่วนสำคัญมากที่สุดที่จะดึงความสนใจ และทำให้ผู้ฟังอยากที่จะฟังต่อ สอดคล้องกับขั้นตอนความสนใจ (Attention) และขั้นตอนความต้องการ (Need) ตามแนวคิดของมอนโร ในขณะเดียวกันในส่วนเนื้อความ (Body) จะทำหน้าที่แสดงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับส่วนเกริ่นนำ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการอธิบายขยายความให้ผู้ฟังเห็นภาพชัดเจนขึ้น เพื่อให้ผู้ฟังเกิดจินตนาการและเกิดความรู้สึกคล้อยตาม สอดคล้องกับขั้นตอนพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ของมอนโร นอกจากนี้ ในบางเนื้อเรื่องจะมีส่วนเชื่อมโยง (Bridge) ซึ่งจะทำหน้าที่เชื่อมโยงเนื้อหาระหว่างส่วนเนื้อความ (Body) กับส่วนบทสรุป (Conclusion) เพื่อให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ร่วม นำไปสู่การเกิดแรงบันดาลใจให้อยากกระทำตาม และในส่วนบทสรุป (Conclusion) จะเป็นส่วนสุดท้ายที่ทำหน้าที่ขมวดปมเนื้อหาทั้งหมด และนำไปสู่ส่วนสุดท้ายเรื่อง เพื่อเชิญชวนผู้ฟังให้อยากลงมือปฏิบัติ สอดคล้องกับขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to action) ตามแนวคิดของมอนโร ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างโครงสร้างการพูดกับกรอบแนวคิดของมอนโรไว้ดังตารางที่ 4.3 และจะได้นำกรอบแนวคิดดังกล่าวเป็นแนวทางหลักในการนำเสนอผลการศึกษา

ตารางที่ 4.3 การนำเสนอผลการศึกษา : อ่างอิงการสังเคราะห์โครงสร้างการพูดกับกรอบแนวคิดของมอนโร

Introduction		Body		Bridge	Conclusion
Attention	Need	Satisfaction	Visualization	Call to action	

ในการตอบคำถามนำวิจัยข้อที่ 2 ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลเป็น 2 ส่วนย่อย คือ

- โครงสร้างการพูด และลำดับเนื้อหา
- องค์ประกอบที่ผู้พูดใช้

เบื้องต้น ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดลำดับการพูดเพื่อการโน้มน้าวใจในส่วนการนำเสนอผลเกี่ยวกับโครงสร้างของมอนโรมาเป็นแนวทาง โดยได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.2.2.1 ผลการศึกษาคุณลักษณะตามโครงสร้างการพูดของมอนโร

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้งหมด 25 คลิป ผู้วิจัยค้นพบโครงสร้างการพูดของมอนโร แบ่งออกเป็น 2 แบบใหญ่ ๆ คือ

1) **พบโครงสร้างการพูดของมอนโรแบบชัดเจน** กล่าวคือ โครงสร้างที่แสดงการนำเสนอและจัดเรียงประเด็นได้อย่างถูกต้องชัดเจนตามหลักการพูดของมอนโร คือ มีการดึงความสนใจผู้ฟัง (Attention) การกล่าวถึงความจำเป็นที่ต้องฟังหัวข้อนี้ (Need) การนำเสนอคำตอบหรือ วิธีคิด/ปฏิบัติให้เป็นที่น่าสนใจ และตอบสนองความต้องการของผู้ฟัง (Satisfaction) ทั้งยังมีการแสดงให้เห็นภาพ (Visualization) รวมถึงการเรียกร้องให้เกิดการลงมือทำหรือปฏิบัติตาม (Call to Action)

2) **พบโครงสร้างการพูดของมอนโรแบบไม่ชัดเจน** คือ โครงสร้างที่ไม่แสดงการนำเสนอและจัดเรียงประเด็นตามหลักการพูดของมอนโรอย่างถูกต้องชัดเจน หรือแสดงแค่ในบางส่วนแต่ไม่ทั้งหมด ได้แก่ การดึงความสนใจ และการกล่าวถึงเนื้อหาสารแบบที่ไม่มีการเรียงเรียงลำดับขั้นตอนชัดเจน รวมถึงการสรุปความ

ส่วนในด้านการจัดเรียงเรียง/ ลำดับประเด็นเนื้อหา ผู้วิจัยพบว่า การลำดับเนื้อหาของคลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิปมีทั้งในคลิปวิดีโอที่มีโครงสร้างการพูดของมอนโรแบบชัดเจน และแบบไม่ชัดเจน โดยสามารถแบ่งออกเป็น 5 ลักษณะใหญ่ ๆ ดังนี้

- 1) การเรียงเนื้อหาจากความสำคัญน้อยไปยังความสำคัญมาก
- 2) การเรียงเนื้อหาจากประเด็นกว้างไปยังประเด็นลึก
- 3) การเรียงเนื้อหาจากด้านกายภาพไปยังด้านจิตใจ/วิญญาณ หรือ ด้านจิตใจ/วิญญาณไปยังด้านกายภาพ
- 4) การเรียงเนื้อหาตามลำดับเวลา/ ขั้นตอน
- 5) การเรียงตามข้อดี และข้อเสีย

ทั้งนี้ในแต่ละคลิปวิดีโอ อาจมีแนวทางการจัดเรียงเรียง/ ลำดับประเด็นเนื้อหามากกว่า 5 ลักษณะ ดังปรากฏในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงผลสรุปการวิเคราะห์โครงสร้างการพูดของมอนโร และลักษณะการจัดเรียงเรียง/ ลำดับประเด็นเนื้อหา

	คลิป/ชื่อคลิป	โครงสร้างการพูดของมอนโร(Monroe)									
		โครงสร้างแบบชัดเจน (n=18)					โครงสร้างแบบไม่ชัดเจน (n=7)				
		ลักษณะการจัดเรียงเรียง/ ลำดับประเด็นเนื้อหา					ลักษณะการจัดเรียงเรียง/ ลำดับประเด็นเนื้อหา				
สำคัญ น้อย->มาก (n=5)	กว้าง->ลึก (n=12)	กายภาพ-> จิตใจ/ จิตใจ-> กายภาพ (n=2)	ลำดับเวลา/ ขั้นตอน (n=6)	ข้อดีและ ข้อเสีย (n=7)	สำคัญน้อย-> มาก (n=0)	กว้าง-> ลึก (n=3)	กายภาพ-> จิตใจ/ จิตใจ-> กายภาพ (n=0)	ลำดับ เวลา/ ขั้นตอน (n=3)	ข้อดี และ ข้อเสีย (n=1)		
1	คลิปครูเงาะ บุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!		✓	✓							
2	ที่เราทุกข์...เพราะเอาความสุข ไปฝากกับบางคน			✓	✓						
3	คลิปครูเงาะ คิดลบยังไงให้กลายเป็นบวก									✓	
4	รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้แม้ไม่มีพรสวรรค์				✓						
5	รักตัวเองแท้จริงแล้ว คืออะไร						✓				
6	ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ตีใจด้วยนะคะ		✓								
7	บุคลิกภาพ ส่งผลต่อความสำเร็จ จริงหรือไม่						✓				
8	คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ...								✓		
9	อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า	✓									
10	วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้	✓									
11	สิ่งเดียวที่คุณควร "ฆ่า"		✓			✓					
12	คน "ไม่ตรงต่อเวลา" โปรดดูคลิปนี้		✓			✓					
13	คุณแล้วจะ "ใช้ชีวิตเป็น"									✓	
14	วิธีสร้างพลังงานบวก...get ป่ะ?		✓		✓						
15	วิธีสื่อสาร ผ่านหัวใจ...get ป่ะ		✓			✓					
16	คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้		✓			✓					
17	วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ของคุณ		✓			✓					
18	3 วิธีเสริมชีวิตใหม่ทันที				✓						
19	วิธีออกจากคุกในสมองของคุณ	✓	✓								
20	อิฐฐานให้โตผลดี ทำวิธีนี้	✓	✓								
21	สรุปศาสตร์แห่งการหาตัวตน									✓	
22	หนึ่งสิ่งทีเปลี่ยนชีวิตผมและวอเรน บัฟเฟต		✓								
23	การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19	✓			✓						
24	เคล็ดลับการสร้างความมั่นใจก่อนขึ้นเวที						✓				
25	เวลา 24 ชั่วโมง ของคนที่ไม่มีเป้าหมาย		✓		✓	✓					

CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากตารางที่ 4.4 แสดงการสรุปผลการวิเคราะห์โครงสร้างการพูดและการจัดเรียงเรียง/ ลำดับประเด็นเนื้อหา ผู้วิจัยขอยกคลิปวิดีโอที่มีการจัดเรียงเรียง/ ลำดับประเด็นเนื้อหาตาม 5 ลักษณะที่เห็นเด่นชัด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1) การเรียงเนื้อหาจากความสำคัญน้อยไปยังความสำคัญมาก

“วิธีออกจากคุกในสมองของคุณ หรือสมองของเราเองนะครับ เราหลายคนเนี่ยเรียกว่า ถูกจองจำอยู่ บางทีถูกจองจำโดยความเชื่อต่าง ๆ นะครับ...คนนี่ชื่อว่า ฌอน สตีเฟนสัน เขาพูดใน Ted Talk และคนดูก็หลายล้านคนสามล้านคน...เขาอยู่ใน Wheel Chair หรืออยู่ในรถเข็นตั้งแต่เด็ก นะครับ ตอนที่เขาเกิดขึ้นมาเนี่ย หมอบอกว่า ทีมหมอเลยนะบอกว่า เขาจะอยู่ได้ไม่ถึง 1 เดือน 30 กว่าปีผ่านไป ทีมหมอเหล่านั้นจากโลกนี้ไปหมดแล้ว แต่เขายังมีชีวิตอยู่ เขาพูดหลักคิดที่เจ๋ง มากเลย อย่าเชื่อคำทำนายของคนอื่น ถ้ามันไม่ได้เพิ่มพลังให้คุณ อย่าเชื่อคำทำนายของคนอื่น ถ้ามัน เป็นเรื่องลบ ๆ ถ้ามันเป็นเรื่องข้อจำกัดต่าง ๆ...ถ้าคนนี่เขาเชื่อ เขาจะไม่ได้มาเจอคุณกับผม เขาจะไม่ ได้มาให้ข้อคิดดี ๆ กับคนอื่น ๆ...เขาไปพูดในคุกที่อเมริกา ให้กับนักโทษที่อยู่ในคุกฟัง หัวข้อจึงชื่อว่า “คุกในสมองของคุณ” แต่จริง ๆ แล้วเนี่ย เขาบอกว่าคุกที่แย่ที่สุดไม่ใช่เป็นเหล็ก ไม่ใช่กำแพง แต่เป็นความคิด ความเชื่อเก่า ๆ ของเราเอง ที่มันถ่วงเราไว้...เพราะฉะนั้นเนี่ย เคล็ดลับอันหนึ่งคือ ตั้งคำถาม ตั้งคำถามว่า สิ่งที่คนอื่นพูดมันจริงหรือเปล่าวะ ตั้งคำถามนี้ะครับ สิ่งที่เขาพูดมันจริงหรือ เปล่า นี่เป็นหลักคิดแห่งความสำเร็จที่เรียกว่า Accurate Thinking หรือการคิดแบบเที่ยง อย่างที่ พระพุทธเจ้าสอน ก็คือ หลักกาลามสูตรนั่นเองนะครับ เพราะว่าเราไม่ต้องไปเชื่อ สิ่งที่คนอื่นพูดในครั้ง แรก..”

(คลิปที่ 19 วิธีออกจากคุกในสมอง/ บัณฑิต 3 ก.พ. 64)

2) การเรียงเนื้อหาจากประเด็นกว้างไปยังประเด็นลึก

“คุณรู้ไหมครับ? ทำไมคุณอธิษฐานแล้วไม่ได้ผล เหตุผลคือคำ ๆ เดียว ‘อารมณ์’ หนึ่งสิ่ง นะครับ ถ้าคุณอยากจะเป็นคนที่อธิษฐานแล้วได้ผลคือ การมีอารมณ์ชอบคุณ อารมณ์คือเห็นคุณค่าสิ่ง ที่ตัวเองมีอยู่แล้วนะครับ อารมณ์ชอบคุณสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่คุณมีในชีวิต ไม่ว่าจะป็นครอบครัว คนรอบข้าง พี่น้อง บ้าน หรือว่าการที่มีอวัยวะครบ สิ่งเหล่านี้ต้องชอบคุณด้วย นั่นคือสิ่งแรก คุณจะต้องเป็นเจ้าของอารมณ์ตัวเอง ถ้าคุณอยากจะเป็นเจ้านายของอนาคตตัวเอง เป็นคนที่ กำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง สิ่งแรกที่คุณจะต้องเป็นเจ้านายอารมณ์ของตัวเอง คุณจะต้องเป็นคน ที่เลือกอารมณ์ได้นะครับ ถ้าคุณรู้จักสร้างอารมณ์ให้ตัวเอง สามารถที่จะมีความรักและกระตือรือร้นกับ งานของตัวเอง ตื่นเต้น สนุกสนานกับงานของตัวเองทุกวัน คุณจะต้องเป็นคนที่มีพลังมาก ๆ นะครับ”

(คลิปที่ 20 อธิษฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้/ บัณฑิต 14 ส.ค. 64)

3) การเรียงเนื้อหาจากด้านกายภาพไปยังด้านจิตใจ/วิญญาณ

“สิ่งที่จะทำให้มนุษย์เปลี่ยน State ได้ คือเปลี่ยน 3 อย่างนี้ คือ เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คำพูด สิ่งที่เราทำคือ ครูอนุญาตให้ตัวเองได้ร้องไห้ ลองเอาไปใช้นะคะ ใครที่ชอบร้องไห้ ลองจับเวลาเอาแบบ 5 นาที...วันที่เศร้าต้องเศร้า วันที่นอนพัก ต้องนอนพัก พักเสร็จปั๊บ เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คำพูด ครูลุกขึ้นมากระโดดเต้นก่อน ให้ State ของครูฟุ้งก่อน...จากนั้น ครูเปลี่ยนโฟกัส นะคะ ย้ายโฟกัสไปโฟกัสสิ่งที่เราทำได้...เอาโฟกัสไปอยู่บนสิ่งที่เราทำได้ ให้คำพูดใหม่คือเรามองเห็น แต่ข้อดี State ของครูพลิกกลับมาอยู่สภาวะปกติคะ ฉะนั้นสิ่งเดียวที่คุณกำลังบอกทุกคนคือ อย่าอ้อยอ่อยอยู่กับสิ่งที่มันเป็นอยู่ ยอมรับ เข้าใจใช้ State ที่ถูกต้อง”

(คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่นอยู่รีเปล่า/ ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)

4) การเรียงเนื้อหาตามลำดับเวลา/ขั้นตอน

“วันนี้ครูเอาเคล็ดลับ 5 ข้อนี้คะ ที่ครูเงาะใช้กับชีวิต แล้วมันทำให้เกิดขึ้นในชีวิตของครูเงาะ ได้ ข้อที่ 1 ค่ะ คุณรู้ไหมคะว่า คลื่นที่เราส่งออกจากตัวเราเนี่ย มันมีผลในการดึงสิ่งต่างๆ เราคือ ผลแห่งการนำสิ่งดีๆ เข้ามา จากการจูนอารมณ์ ของเรานะคะ...ข้อที่ 2 สิ่งที่เราต้องทำคือคุณต้อง ตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน ข้อ 3 เมื่อคุณตั้งเป้าหมายได้แล้ว คุณส่งพลังงานบวก คุณเอาสองอันนี้มา รวมกันคะ ข้อที่ 4 คือโฟกัสคะ และข้อสุดท้ายข้อที่ 5 ข้อนี้หลายคนมองข้ามคะ คือการพาตัวเองไป อยู่กับกัลยาณมิตรคะ”

(คลิปที่ 4 รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์/ ครูเงาะ 10 มี.ค. 65)

5) การเรียงตามข้อดี และข้อเสีย

“เราควรโฟกัสที่การฆ่า ความเลวณะครับ ในใครครับในใครในตัวเราเองก่อน ถ้าคุณไปฆ่าคนที่คุณเกลียด คุณฆ่าไม่หมดหรอกครับ เดี๋ยวมีคนใหม่ให้คุณมาเกลียด คุณไปเอาชนะคนที่คุณอิจฉา คุณเอาชนะไม่หมดหรอกครับ เดี๋ยวมีคนมาให้คุณอิจฉาอีกแน่นอน...คุณเอาชนะความอิจฉาในใจได้ คุณจะไม่ต้องไปหวังว่าคุณจะต้องมีคนใหม่มาให้อิจฉา เพราะความอิจฉามันลดลงไปทั้งหมดเลย นะครับ...เราฝึกจิตในการฆ่าความไม่ดีทุกอย่างที่อยู่ในตัวเรานั้นเอง การฆ่า“คน” จะไม่มีวันสิ้นสุด แต่การฆ่า “ความ” จะหยุดลงที่ใจ”

(คลิปที่ 11 สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า/ ขุนเขา 14 ก.ย 63)

เมื่อพิจารณาตามการจัดเรียงเรียง/ลำดับประเด็นเนื้อหาในภาพรวม จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้งหมด 25 คลิป ผู้วิจัยยังพบลักษณะการจัดเรียงเรียง/ลำดับประเด็นเนื้อหา ทั้งหมด 5 ลักษณะ เรียงลำดับจากมากที่สุดไปยังน้อยที่สุด ได้แก่

1. การเรียงเนื้อหาจากประเด็นกว้างไปยังประเด็นลึก จำนวน 15 คลิป
 2. การเรียงเนื้อหาตามลำดับเวลา/ ขั้นตอน จำนวน 9 คลิป
 3. การเรียงตามข้อดี และข้อเสีย จำนวน 8 คลิป
 4. การเรียงเนื้อหาจากความสำคัญน้อยไปยังความสำคัญมาก จำนวน 5 คลิป
 5. การเรียงเนื้อหาจากด้านกายภาพไปยังด้านจิตใจ/วิญญาณ หรือ ด้านจิตใจ/วิญญาณไปยังด้านกายภาพ จำนวน 2 คลิป
- ดังปรากฏในตารางที่ 4.5



ตารางที่ 4.5 แสดงลักษณะการจัดเรียงเรียง/ลำดับประเด็นเนื้อหาของคลิปวิดีโอ นักผู้สร้างแรงบันดาลใจ จำนวน 25 คลิป

คลิปที่/ชื่อคลิป	โครงสร้างการพูดของมอนโร(Monroe)									
	โครงสร้างแบบชัดเจน (n=18)					โครงสร้างแบบไม่ชัดเจน (n=7)				
	ลักษณะการจัดเรียงเรียง/ ลำดับประเด็นเนื้อหา					ลักษณะการจัดเรียงเรียง/ ลำดับประเด็นเนื้อหา				
	สำคัญ น้อย->มาก (n=5)	กว้าง->ลึก (n=12)	กายภาพ-> จิตใจ/ จิตใจ-> กายภาพ (n=2)	ลำดับเวลา/ ขั้นตอน (n=6)	ข้อดีและ ข้อเสีย (n=7)	สำคัญน้อย-> มาก (n=0)	กว้าง-> ลึก (n=3)	กายภาพ-> จิตใจ/ จิตใจ-> กายภาพ (n=0)	ลำดับ เวลา/ ขั้นตอน (n=3)	ข้อดี และ ข้อเสีย (n=1)
1	คลิปครูเงาะ บุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!	✓	✓							
2	ที่เราทุกข์...เพราะเอาความสุข ไปผูกกับบางคน			✓	✓					
3	คลิปครูเงาะ คิดลบยังไงให้กลายเป็นบวก								✓	
4	รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้แม้ไม่มีพรสวรรค์				✓					
5	รักตัวเองแท้จริงแล้ว คืออะไร						✓			
6	ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะ	✓								
7	บุคลิกภาพ ส่งผลต่อความสำเร็จ จริงหรือไม่						✓			
8	คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ...								✓	
9	อะไคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า	✓								
10	วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้	✓				✓				
11	สิ่งเดียวที่คุณควร "ฆ่า"		✓			✓				
12	คน "ไม่ตรงต่อเวลา" โปรดดูคลิปนี้		✓			✓				
13	คุณแล้วจะ "ใช้ชีวิตเป็น"								✓	
14	วิธีสร้างพลังงานบวก...get ปะ?		✓		✓					
15	วิธีสื่อสาร ผ่านหัวใจ...get ปะ?		✓			✓				
16	คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้		✓			✓				
17	วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ของคุณ		✓			✓				
18	3 วิธีเพิ่มชีวิตใหม่ทันที				✓					
19	วิธีออกจากคุกในสมองของคุณ	✓	✓							
20	อิทธิพลให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้	✓	✓							
21	สรุปศาสตร์แห่งการหาตัวตน									✓
22	หนึ่งสิ่งที่เปลี่ยนชีวิตผมและออเรนซ์ บัทไฟต์		✓							
23	การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19	✓			✓					
24	เคล็ดลับการสร้างความมั่นใจก่อนขึ้นเวที						✓			
25	เวลา 24 ชั่วโมง ของคนที่ไม่มีเป้าหมาย		✓		✓	✓				

นอกจากนี้ ในการนำเสนอผลการวิจัยข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้นำเนื้อสารบนคลิปวิดีโอสร้างแรงบันดาลใจที่ได้ถอดความมาจัดเรียงตามแนวคิดขั้นตอนการจูงใจของมอนโรที่มีความสอดคล้องกับการเขียนแบบความเรียง และเมื่อพิจารณาตามโครงสร้าง ผู้วิจัยได้ปรับการแบ่งขั้นตอนจากหลักการจูงใจ 5 ขั้นตอนหลัก เป็นแบบ 3 ขั้นตอน เนื่องจากขั้นตอนความสนใจ (Attention) กับ ขั้นตอนความต้องการ (Need) และ ขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) กับ ขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ในบางกรณีมีความซ้อนกันอยู่ ซึ่งบางขั้นตอนผู้วิจัยไม่สามารถจะแยกออกจากกันได้ อย่างชัดเจน จึงขอแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ๆ ดังต่อไปนี้

- 1) **ขั้นตอนความสนใจ (Attention) และ ขั้นตอนความต้องการ (Need)**
- 2) **ขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และ ขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization)**
- 3) **ขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action)**

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้งหมด 25 คลิป ผู้วิจัยพบว่าในแต่ละขั้นจะมีการใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่หลากหลาย และมีวิธีการลำดับเนื้อหาในการสร้างแรงบันดาลใจที่แตกต่างกันไปตามแต่ละนักพูด ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะขอนำเสนอการจัดเรียงองค์ประกอบต่าง ๆ ของการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษา (Verbal Technique) ที่ได้ค้นพบทั้งหมด โดยเรียงตามการจัดลำดับคลิปวิดีโอ ตามตารางที่ 4.1

4.2.2.2 ขั้นตอนความสนใจ (Attention) และ ขั้นตอนความต้องการ (Need)

ขั้นตอนความสนใจ (Attention) หมายถึง ขั้นที่ผู้พูดต้องใช้สารเพื่อดึงความสนใจของผู้ฟัง ในทันทีตั้งแต่เริ่มการพูด โดยจะบอกผู้ฟังให้ทราบว่า จะพูดเรื่องอะไร ในที่นี้จะรวมถึงการตั้งชื่อหัวเรื่องของคลิปวิดีโอให้น่าสนใจเพื่อกระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นของผู้ฟังให้เข้ามารับชม ในส่วน **ขั้นตอนความต้องการ (Need)** หมายถึง ขั้นที่ผู้พูดต้องใช้สารเพื่อให้ผู้ฟังต้องการที่จะฟังต่อ โดยจะบอกถึงประโยชน์ที่ผู้ฟังจะได้รับจากเรื่องนั้น หรือมีการอธิบายเหตุผลว่าเพราะเหตุใดจึงจำเป็นต้องฟัง ดังนั้น การนำเสนอเนื้อสารที่อยู่ใน 2 ขั้นนี้มีผลต่อการสร้างความรู้สึก นึก คิด (Idea) แก่ผู้ฟังอย่างมาก บ่งบอกได้เลยว่า เรื่องใด ‘น่าฟัง’ หรือ น่าเบื่อ สามารถพิจารณาได้จากส่วนนี้ ผู้วิจัยพบว่า เทคนิควจนภาษา (Verbal Technique) ที่ใช้ในการดึงดูดความสนใจของผู้ฟังเข้าไปสู่ในเรื่องตั้งแต่เริ่มพูด (Attention) และใช้ในการกระตุ้นให้ผู้ฟังอยากที่จะฟังต่อไปเรื่อยๆ ด้วยการบอกประโยชน์ที่จะได้รับจากสิ่งที่ฟัง (Need)

ตารางที่ 4.6 แสดงความสอดคล้องกันระหว่างส่วนอารัมภบทกับขั้นตอนความสนใจและขั้นตอนความต้องการ

Introduction	
Attention	Need

ก) หน้าที่ของขั้นตอนความสนใจ (Attention) และ ขั้นตอนความต้องการ (Need)

ในส่วนของขั้นตอนความสนใจ (Attention) และ ขั้นตอนความต้องการ (Need) จะเชื่อมโยงกับโครงสร้างพื้นฐานการพูดในส่วนอารัมภบท (Introduction) ที่เป็นส่วนแรกหรือส่วนเกริ่นนำเข้าสู่เนื้อหาของการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ จึงเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดที่จะดึงความสนใจของผู้ฟังให้เข้ามาฟังเรื่องราวที่พูด ดังนั้น ผู้พูดจะต้องแสดงข้อโต้แย้ง หรือที่มาความสำคัญ/ปัญหา ก่อนที่จะนำไปสู่แก่นของเนื้อหา (Thesis Statement) ที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจ ที่จะทำหน้าที่บอกว่าผู้พูดจะพูดเรื่องอะไร และผู้ฟังจะได้ประโยชน์ใดบ้างจากการฟังเรื่องนั้น

ข) การใช้เทคนิคทางวงจภาษาในขั้นตอนความสนใจ (Attention)

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้งหมด 25 คลิป พบว่าในขั้นตอนความสนใจ (Attention) มีการใช้เทคนิค/วิธีการทางวงจภาษา มากที่สุด 4 อันดับแรก ดังต่อไปนี้

1) คำถามชวนสงสัย จำนวน 12 คลิป เช่น “บุคลิกท่าทางแบบไหนคะ ที่ถ้าวันนี้เราอยากจะเป็นผู้นำ เราจะฝึกให้เกิดขึ้นกับตัวของเรา” (บุคลิกที่ควรมีในผู้นำ), “คุณรู้ไหมครับ? ทำไมคุณอธิษฐานแล้วไม่ได้ผล” (อธิษฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้)

2) ให้คำตอบคลายสงสัยในทันที จำนวน 5 คลิป เช่น “ครูขอให้ไว้สองคำนี้นะคะ นั่นก็คือ “Kind but Firm” (บุคลิกที่ควรมีในผู้นำ), “เหตุผล คือคำ ๆ เดียว ‘อารมณ์’” (อธิษฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้)

3) ข้อมูลที่คาดไม่ถึง/ไม่เคยได้ยินมาก่อน จำนวน 4 คลิป เช่น “วิกฤต แปลว่าการตัดสินใจ ครับ คำว่า Crisis...คือคำว่า ‘วิกฤต’” (อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?), “สาเหตุของการที่คน ๆ หนึ่งไม่ประสบความสำเร็จ มันมีรากอยู่แค่สาเหตุเดียว คือ เขายังไม่กล้าเจ็บมากพอ” (คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ) และ ข้อคิด คำคม จำนวน 4 คลิป เช่น “Happiness is a key to success.” (ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่นอยู่รีไปล่า)

4) ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม จำนวน 3 คลิป เช่น “การฆ่าความเลว สำคัญกว่าการฆ่าคนเลว” (สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า) และ ความจริงที่ย้อนแย้ง จำนวน 3 คลิป เช่น “รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้แม้ไม่มีพรสวรรค์” (รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์)

นอกจากนี้ ข้อค้นพบทั่วไปจากการวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือน/ต่างกัน ของการใช้เทคนิคทางวจนภาษาในขั้นตอนความสนใจ (Attention) ได้ดังนี้

ค) วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Commonality) ในขั้นตอนดึงความสนใจ (Attention)

ในขั้นตอนดึงความสนใจ (Attention) ผู้วิจัยพบว่า เทคนิคทางวจนภาษาที่ใช้ในการดึงดูดความสนใจของผู้ฟังและทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกดำดิ่งเข้าไปในต้นเรื่องทันที โดยที่พบเหมือนกันของทุก ๆ คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การตั้งคำถามชวนสงสัย, ให้คำตอบคลายสงสัยในทันที, ความคิดที่ขัดแย้งกับสังคม และข้อคิดคำคม โดยจะแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เน้นการใช้เทคนิคทางวจนภาษาดังที่กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1) **คำถามชวนสงสัย** เทคนิคทางวจนภาษานี้เป็นสิ่งที่พบในภาพรวมในขั้นความสนใจ (Attention) จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอ โดยนักพูดสร้างแรงบันดาลใจในการศึกษานี้มีวิธีการสร้างสรรค์เนื้อหาจากคำถามที่ชวนสงสัย ชวนคิด หรือชวนให้หาคำตอบ เชื่อมโยงไปสู่เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องฟังเรื่อง ๆ นั้น โดยผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘คำถามชวนสงสัย’ (Puzzled question) เพื่อดึงความสนใจ โดยพบเหมือนกัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “บุคลิกท่าทางแบบไหนคะ ที่ถ้าวันนี้เราอยากจะเป็นผู้นำ เราจะฝึกให้เกิดขึ้นกับตัวของเรา” (คลิปที่ 1 คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!/ ครูเงาะ 24 เม.ย 63) และ “เราจะรู้ได้ยังไงคะว่า ความคิดเนี่ยของเราควรเก็บไว้ หรือควรโยนทิ้ง” (คลิปที่ 1 คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!/ ครูเงาะ 24 เม.ย 63)
- ชุนเขา สิริสุนทร เจริญบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่าอะไร? (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?/ ชุนเขา 17 เม.ย. 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “คุณรู้ไหมครับ? ทำไมคุณอธิษฐานแล้วไม่ได้ผล” (คลิปที่ 20 อธิษฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้!/ บัณฑิต 14 ส.ค. 64)

2) **ให้คำตอบคลายสงสัยในทันที** เป็นสิ่งที่พบในภาพรวมเช่นกัน เนื่องจากการให้คำตอบคลายสงสัยจะสามารถทำให้ผู้ฟังได้รับประโยชน์หลังที่ฟังคลิปนั้น ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้เทคนิค ‘การให้คำตอบคลายสงสัยในทันที’ เพื่อดึงความสนใจ (Giving answer) โดยพบเหมือนกัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ครูขอให้ไว้สองคำนี้ละคะ นั่นก็คือ “Kind but Firm” (คลิปที่ 1 คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!/ ครูเงาะ 24 เม.ย 63) และ “วิธีแย่งง่าย ๆ นะคะ เอามาดูเลยคะว่า ไอ่ความคิดเนี่ยของคุณเนี่ย มันทำให้ชีวิตของเราเติบโตไปข้างหน้าได้มั๊ย?” (คลิปที่ 3 คลิปครูเงาะ คิดลบยังไงให้กลายเป็นบวก/ ครูเงาะ 10 เม.ย. 63)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “เราเนี่ยแค่เผชิญกับการต้องตัดสินใจเท่านั้นเองครับ...และการตัดสินใจและการเลือกของคุณนี่แหละ จะเป็นตัวกำหนดว่า ชีวิตคุณจะเป็นยังไง” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า....?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “เหตุผลคือคำ ๆ เดียว ‘อารมณ์’” (คลิปที่ 20 อธิษฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้/ บัณฑิต 14 ส.ค. 64)

3) **ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม** เป็นเทคนิคที่สามารถดึงความสนใจได้ดี เนื่องจากเป็นข้อมูลที่มีความขัดแย้งกับความรู้สึกรากึกคิดของคนทั่วไปในสังคม จึงสามารถกระตุ้นให้เกิดความอยากรู้ได้อย่างดี โดยนักพูดสร้างแรงบันดาลใจในการศึกษานี้ มีวิธีการสร้างสรรค์เนื้อหาความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม เชื่อมโยงไปสู่เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องฟังเรื่อง ๆ นั้น ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคมในการดึงความสนใจเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ที่เราทุกข์...เพราะเอาความสุข ไปผูกกับขาคนอื่นอยู่รึเปล่า...คนส่วนใหญ่เข้าใจว่า ฉันต้อง Success ก่อน ฉันถึงจะมีความสุข เปล่าเลย คุณต้องสุขก่อนคุณถึงจะสำเร็จ” (คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับขาคนอื่นอยู่รึเปล่า/ ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “การฆ่าความกลัว สำคัญกว่าการฆ่าคนละนะครับ” (คลิปที่ 11 สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า/ ขุนเขา 14 ก.ย 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “ทุกสิ่งที่คุณคิด มันจะเกิด ทุกสิ่งที่คุณพูดมันก็เกิด แต่คุณไป Divide มัน หมายความว่าอะไร คุณนะไปหันมันอะ” (คลิปที่ 18 3 วิธีเนรมิตชีวิตใหม่ทันที/ บัณฑิต 4 ก.ค. 64)

4) **ข้อคิดคำคม** เป็นสิ่งที่พบแค่บางส่วน อย่างไรก็ตาม นักพูดสร้างแรงบันดาลใจนำมาใช้ดึงความสนใจและเชื่อมโยงไปสู่เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องฟังเรื่อง ๆ นั้น ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ข้อคิด คำคม’ (Quote) ในการดึงความสนใจ โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “Happiness is a key to success.” (คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับขาคนอื่นอยู่รึเปล่า/ ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)

- ชุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “การฆ่าความเลว สำคัญกว่าการฆ่าคนเลว” (คลิปที่ 11 สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า/ ชุนเขา 14 ก.ย 63)
- จินา จิน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “ทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส” (คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19/ จินา จิน่าฟู 23 มี.ค. 65)

ง) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Specificity) ในขั้นตอนดึงความสนใจ (Attention)

ในขั้นตอนดึงความสนใจ (Attention) ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่แตกต่างจากนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น ๆ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ความจริงที่ย้อนแย้ง, ข้อมูลที่คาดไม่ถึง/ ไม่รู้มาก่อน, ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเทียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ, เรื่องเล่าจากประสบการณ์ตัวเอง โดยจะแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เน้นการใช้เทคนิคดังที่กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1) **ความจริงที่ย้อนแย้ง** เป็นเทคนิคที่สามารถดึงความสนใจได้มากเช่นกันแต่พบไม่มากนัก โดยนักพูดสร้างแรงบันดาลใจในการศึกษานี้ มีวิธีการสร้างสรรค์เนื้อหาความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม เชื่อมโยงไปสู่เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องฟังเรื่อง ๆ นั้น ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ความจริงที่ย้อนแย้ง’ (Paradox) ในการดึงความสนใจ โดยพบว่า ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ที่เราทุกข์เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่น อยู่รีเปลา...ยิ่งเรารู้สึกว่ากว่าจะสุขได้..” (คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่น อยู่รีเปลา/ครูเงาะ 13 ม.ค. 65) และ “รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้แม้ไม่มีพรสวรรค์ หลายนคนนะคะ คิดว่าชีวิตตัวเรานี้เนี่ยไม่ ประสบความสำเร็จเป็นเพราะ 1. หนูไม่มีพรสวรรค์ค่ะครู 2. ผมไม่ได้มีตระกูลที่ยิ่งใหญ่ที่จะสนับสนุนผม (คลิปที่ 4 รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์/ครูเงาะ 10 มี.ค. 65)

2) **ข้อมูลที่คาดไม่ถึง/ ไม่รู้เคยมาก่อน** เป็นเทคนิคที่สามารถดึงความสนใจได้ด้วยข้อมูลที่ทำให้ประหลาดใจ ชวนให้อยากฟังต่อ โดยนักพูดสร้างแรงบันดาลใจในการศึกษานี้ มีวิธีการใช้ข้อมูลที่ผู้ฟังคาดไม่ถึงหรือไม่รู้มาก่อนเชื่อมโยงไปสู่เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องฟังเรื่อง ๆ นั้น ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ข้อมูลที่คาดไม่ถึง’ (Surprised information) ในการดึงความสนใจ 3 ท่าน ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ... สาเหตุของการที่คน ๆ หนึ่งไม่ประสบความสำเร็จ...มันมีรากอยู่แค่สาเหตุเดียวเท่านั้นเลย ครับ คือ เขายังไม่กล้าเจ็บมากพอ” (คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ.../ ขุนเขา 29 ม.ค. 64) และ “วิกฤต แปลว่าการตัดสินใจครับ คำว่า Crisis ภาษาอังกฤษ แปลเป็นไทยคือคำว่า ‘วิกฤต’” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า....?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63)
- โค้ชจ๊อบ อติกานต์ หนูนักดี ยกตัวอย่าง เช่น “You ใช้ 21 วันได้ซะ แล้วก็ใช้ไปเหอะ แต่สิ่งที่มันสำคัญกว่า 21 วัน คือสิ่งที่จ๊อบพยายามจะให้ความสำคัญในหลักการนี้กับนักเรียนจ๊อบทุกคน” (คลิปที่ 14 วิธีสร้างพลังงานบวก...get ปะ?/ โค้ชจ๊อบ 15 ม.ค. 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “ทำไมคุณอธิษฐานแล้วไม่ได้ผล เหตุผลคือ คำ ๆ เดียว ‘อารมณื’” (คลิปที่ 20 อธิษฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้/ บัณฑิต 14 ส.ค. 64)

3) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ’ (Metaphor/ Analogy) ในการดึงความสนใจ 2 ท่าน ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ชีวิตเราเหมือนการขับรถ อดีตคือกระจกหลัง อนาคตคือแผนที่ หรือ GPS ปัจจุบันคือกระจกหน้า” (คลิปที่ 13 ดูแล้วจะใช้ชีวิตเป็น/ ขุนเขา 22 ม.ค 63)
- จินา จิน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “ถ้าให้จิน่าเปรียบเทียบเคล็ดลับการเพิ่มพลัง และความมั่นใจ จิน่าอยากจะทำเปรียบเทียบกับกรเลือกรองเท้าคะ ไส้ใครไส้มันจ๋า ลักษณะรูปเท้าแต่ละ คน ไม่เหมือนกัน” (คลิปที่ 24 เคล็ดลับการสร้างความมั่นใจก่อนขึ้นเวที/จิน่า จิน่าฟู 15 มี.ค. 64)

4) เรื่องราวจากประสบการณ์ตัวเอง ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘เรื่องราวจากประสบการณ์ตัวเอง’ (Matter of Experience) ในการดึงความสนใจ โดยพบว่า คุณขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ผมกำลังจะไป Machu Picchu..อยากมาแชร์ความรู้เรื่องนี้จะประทับใจประสบการณ์ที่ดีมาก ๆ ที่เกิดขึ้นนะครับ” (คลิปที่ 10 วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้/ ขุนเขา 4 ม.ค 64), “ตอนนี้ผมรอดตัวอยู่ที่ประเทศเปรูอะ ซึ่งมาสายอีกแล้ว” (คลิปที่ 12 คน "ไม่ตรงต่อเวลา" โปรดดูคลิปนี้/ ขุนเขา 29 มี.ค. 64)

นอกจากเทคนิคทางวัจนภาษา (Verbal Technique) ข้อค้นพบอีกประการ คือ ผู้วิจัยพบว่า ในขณะที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจส่วนใหญ่มีวิธีการใช้เทคนิค ลีลาการพูดที่คล้ายคลึงกันนั้น แต่จะมีนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านที่มีวิธีการสร้างสีสัน (Color) และลีลา (Style) ที่โดดเด่นจากนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น ๆ เพื่อสร้างความสนุกสนานในการเล่าเรื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากการใช้การเล่นคำ (Puns) คำคล้องจอง (Rhyme) เพื่อให้เกิดความสละสลวยของถ้อยคำ หรือจะเป็นคำพูดที่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Signature) เพื่อให้ผู้ฟังสามารถจดจำได้ง่าย ดังจะอธิบายได้ดังนี้

1) คำคล้องจอง คำที่มีเสียงสระ สัมผัสหรือสอดคล้องกัน ฟังไพเราะ ทำให้ภาษาเกิดความสละสลวย ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘คำคล้องจอง’ (Rhyme) ในการดึงความสนใจ โดยพบว่า ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “เราจะเป็นที่รัก เราจะต้องเจออุปสรรคแน่นอนในอนาคตเราออกไป” (คลิปที่ 5 รักตัวเองแท้จริงแล้วคืออะไร/ ครูเงาะ 19 มี.ค. 65)

2) การเล่นคำ คือ การใช้คำที่อ่านออกเสียงเหมือนกันร่วมกัน แต่มีความหมายต่างกัน ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘การเล่นคำ’ (Puns) ในการดึงความสนใจแก่ผู้ฟังในทันที โดยพบว่า คุณขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “สิ่งเดียวที่คุณควร ‘ฆ่า’ <‘ควรฆ่า’ พ้องเสียงกับคำว่า ‘ควรค่า’> (คลิปที่ 11 สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า/ ขุนเขา 14 ก.ย 63) และ “Krinein Krinein ใครเนียน โอ้ว พูดเป็นไทยแล้วมันไม่เท่เลยให้ตาย...ใครเนียนหะ? ไม่ยอมกักตัวใครเนียน” <‘Krinein’ พ้องเสียงกับคำว่า ‘ใครเนียน’> (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า....?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63)

3) คำพูดที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘คำพูดที่แสดงเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Signature) ที่เป็นคำที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของตัวผู้พูดที่มักจะต้องมีคำนี้ท้ายประโยค หรือการตั้งชื่อหัวเรื่องในทุก ๆ คลิป ซึ่งผู้พูดใช้เทคนิคนี้เพื่อบ่งบอกความเป็นสไตล์ และให้ผู้ฟังจดจำตนเองได้เสมอ โดยพบว่า ไค้ซจ๊ิบ อดิگانต์ หนูนภักดี จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ไค้ซจ๊ิบ อดิگانต์ หนูนภักดี ยกตัวอย่าง เช่น “วิธีสร้างพลังงานบวก...get ปะ?” (คลิปที่ 14 วิธีสร้างพลังงานบวก...get ปะ?/ ไค้ซจ๊ิบ 15 ม.ค. 63) และ “วิธีสื่อสาร ผ่านหัวใจ...get ปะ?” (คลิปที่ 15 วิธีสื่อสาร ผ่านหัวใจ...get ปะ?/ ไค้ซจ๊ิบ 2 มี.ค. 63)

จ) การใช้เทคนิคทางวจนภาษาในขั้นตอนความต้องการ (Need)

ในส่วนของขั้นตอนความต้องการ (Need) ที่มีความเชื่อมโยงและต่อเนื่องจากขั้นตอนความสนใจ (Attention) จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้งหมด 25 คลิป พบว่า นักพูดสร้างแรงบันดาลใจในการศึกษานี้ ใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษา 4 แบบใหญ่ ๆ เพื่อให้ผู้ฟังเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องฟังเรื่องราว และทำให้ต้องการที่จะฟังต่อไปเรื่อย มากที่สุด 4 อันดับ ดังนี้

1) **ให้คำตอบคลายสงสัย** จำนวน 13 คลิป เช่น “วิธีแย่งง่ายๆนะคะ เอามาดูเลยคะว่า ไอ่ความคิดเนี่ยของคุณเนี่ย มันทำให้ชีวิตของเราเติบโตไปข้างหน้าได้มั๊ย?” (คิดลยยังงให้กลายเป็นบวก), “นี่คือเป็นกุญแจของความสำเร็จเลยก็คือ ให้ปฏิบัติกับทุกอย่างเหมือนเป็นการลองสนุก ๆ” (วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ในชีวิต)

2) **ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ** จำนวน 11 คลิป เช่น “สมมติว่า เรากำลังกลัวว่าธุรกิจของเรากำลังแย่นๆเลย เราคิดแบบนี้มันเติบโตมั๊ย?” (คิดลยยังงให้กลายเป็นบวก), “สมมติว่าทำงานหนัก เหนื่อยแล้วมันเจ็บปวด...ไม่เอาดีกว่า นอนน้อยแล้วเจ็บปวดไม่เอา” (คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ)

3) **อธิบายเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องฟังเรื่องนี้** จำนวน 10 คลิป เช่น “ครูอยากให้เราตั้งใจกับทุกความล้มเหลวที่เกิดขึ้นในชีวิตของเรา” ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะคะ, “การตัดสินใจและการเลือกของคุณนี่แหละ จะเป็นตัวกำหนดว่าชีวิตคุณจะเป็นยังง” (อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า....?/ ขุนเขา)

4) **ยกตัวอย่าง/ สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้วได้ผล** จำนวน 7 คลิป แบ่งเป็นประสบการณ์ของตัวเอง จำนวน 5 คลิป เช่น วันที่ครู Enjoy กับการลด สนุก... กลายเป็นว่าน้ำหนักลดได้และคงที่ด้วย” (ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่นอยู่รึเปล่า) และ ประสบการณ์ของบุคคลที่มีชื่อเสียง จำนวน 2 คลิป เช่น “Warren Buffet..เขาพูดว่า สิ่งที่เปลี่ยนชีวิตของเขา คือเขาไปเข้าคอร์สการพูด” (หนึ่งสิ่งทีเปลี่ยนชีวิตผม และวอเร็น บัฟเฟต)

นอกจากนี้ ข้อค้นพบทั่วไปจากการวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือน/ ต่างกัน ของการใช้เทคนิคทางวจนภาษาในขั้นตอนความต้องการ (Need)

ฉ) วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Commonality) ในขั้นตอนความต้องการ (Need)

ในขั้นตอนความต้องการ (Need) ผู้วิจัยพบว่า เทคนิคทางวจนภาษาที่ใช้ในการกระตุ้นความต้องการของผู้ฟังด้วยการบอกประโยชน์ที่ได้รับจากสิ่งที่ฟัง และทำให้เกิดความต้องการที่จะฟังต่อ โดยที่พบเหมือนกันของทุก ๆ คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การให้คำตอบคล้ายสงสัยในทันที, ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ, อธิบายเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องฟัง และยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงของตนเอง/ บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ลองทำแล้วได้ผล โดยจะแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เน้นการใช้เทคนิคทางวจนภาษาดังที่กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1) **ให้คำตอบคล้ายสงสัย** เป็นสิ่งที่พบในภาพรวมมากที่สุด เนื่องจากการให้คำตอบคล้ายสงสัยจะสามารถทำให้ผู้ฟังได้รับประโยชน์หลังที่ฟังคลิปนั้น ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ให้คำตอบคล้ายสงสัยในทันที’ (Giving answer) เพื่อกระตุ้นความต้องการให้ผู้ฟังอยากที่จะฟังต่อ โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “วิธีแย่งง่ายๆนะคะ เอามาดูเลยคะว่า...มันทำให้ชีวิตของเราเติบโตไปข้างหน้าได้มั๊ย” (คลิปที่ 3 คลิปครูเงาะ คิดลยยังใงให้กลายเป็นบวก/ครูเงาะ 10 เม.ย. 63) และ “จุดต่างของคนทีล้มเหลวตลอดกาล คือเขามักล้มเหลวแล้วล้มเล็กคะ จุดต่างมีแค่นี้” (คลิปที่ 6 ใครทีล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะคะ/ ครูเงาะ 7 มี.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “การตัดสินใจและการเลือกของคุณนี่แหละจะเป็นตัวกำหนดว่า ชีวิตคุณจะเป็นยังงั (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งทีดีทีสุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษิ ยกตัวอย่าง เช่น “หนึ่งสิ่งนะครับ ถ้าคุณอยากจะเป็นคนทีอธิษฐานแล้วได้ผล สิ่งหนึ่งทีต้องมี คือ การมีอารมณ์ชอบคุณ” (คลิปที่ 20 อธิษฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้/ บัณฑิต 14 ส.ค. 64) และ “นี่คือเป็นกุญแจของความสำเร็จเลยก็คือน่า ให้ปฏิบัติกับทุกอย่างเหมือนเป็นการลองสนุก ๆ” (คลิปที่ 17 วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ของชีวิต/ บัณฑิต 15 มี.ค. 65)

2) **ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ** เป็นเทคนิคการใช้ที่พบในภาพรวมเช่นกัน มีหน้าที่ขยายความให้กระจ่างในประเด็นหลักทีจะสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการยกตัวอย่างหรือการเปรียบเทียบเปรียบเทียบเปรย การสมมติเหตุการณ์เพื่อให้เห็นภาพชัดเจน ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจทีใช้เทคนิคการ ‘ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ’ (Metaphor/ Analogy) เพื่อทำให้ผู้ฟังอยากฟังต่อไปเรื่อย ๆ โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “พ่อแม่ที่ดีซ้ำเติม ลูกใหม่คะ ไม่ แต่เค้าจะสอนให้ลูกเรียนรู้” (คลิปที่ 5 รักตัวเองแท้จริงแล้วคืออะไร/ ครูเงาะ 19 มี.ค. 65) และ “เช่น สมมติว่า เรากำลังกลัวว่าธุรกิจของเรากำลังแย่นะๆเลย เราคิดแบบนี้มันเจ็บโตมัย?” (คลิปที่ 3 คลิปครูเงาะ คิดลบยังงี้ให้กลายเป็นบวก/ ครูเงาะ 10 เม.ย. 63)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “เราจะเจ็บโตได้ก็ต่อเมื่อมีความเจ็บปวดเหมือนกล้ำเนื้อนะครับ...มันต้องมีการฝึก จิตใจแข็งแกร่งขึ้นจากการที่เราเจ็บปวด” (คลิปที่ 10 วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้/ ขุนเขา 4 ม.ค 64) และ “สมมติว่าทำงานหนัก เหนื่อยแล้วมันเจ็บปวด...ไม่เอาดีกว่า นอนน้อยแล้วเจ็บปวดไม่เอา” (คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ.. / ขุนเขา 29 ม.ค. 64)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “อาชีพเก่าหมดไปแล้ว หรือเราถูกเลย์ออฟ...ถ้าเกิดเปิดทำเพจ หรือทำวิดีโอขึ้นมา หรือทำช่อง YouTube...เราไม่รู้ว่าวันนี้จะใช่หรือเปล่า” (คลิปที่ 17 วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ในชีวิต/ บัณฑิต 15 มี.ค. 65) และ “สมมติใครชมคุณว่าหน้าเด็ก โท หน้าเด็กจั่ง โอ้ ไม่หรรอก จบ! คุณไปแบ่งแยกพลังมัน” (คลิปที่ 18 3 วิธีเนรมิตชีวิตใหม่ทันที/ บัณฑิต 4 ก.ค. 64)

3) อธิบายเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องฟัง เทคนิคนี้ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจมักใช้เพื่อให้ผู้ฟังเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องฟังเรื่องราว ฟังแล้วจะได้ประโยชน์อะไรจากสิ่งที่ฟัง โดยการบอกเหตุผลหรือความจำเป็นและขยายความเนื้อหาใจความหลัก (Main Idea) ในส่วนของ Need เพื่อให้เกิดความเข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘อธิบายเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องฟังเรื่องนี้’ (Why Listening) เพื่อบอกประโยชน์ที่ผู้ฟังจะได้รับ โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ครูอยากให้เราเราดีใจกับทุกความล้มเหลวที่เกิดขึ้นในชีวิตของเรา...คุณรู้ไหมคะว่าคนที่ประสบความสำเร็จทุกคนผ่านการล้มเหลวมา นับไม่ถ้วน เราจะมาคอยยินดีกับวันสุดท้ายที่เขาสำเร็จแล้ว แต่เขาเป็นคนที่ยินดีกับทุกความล้มเหลวของตัวเอง” (คลิปที่ 6 ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะคะ/ ครูเงาะ 7 มี.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “การตัดสินใจและการเลือกของคุณนี้แหละจะเป็นตัวกำหนดว่า ชีวิตคุณจะเป็นยังไง...ในวิกฤตแสนเศร้าหมอง มีโอกาสทองซ่อนอยู่เสมอ คุณจะใช้อีกโอกาสนี้ทำอะไร” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63) และ “พอเราเรียนรู้แล้วการที่เราจะพัฒนาตัวเองขั้นต่อไปได้ คือเราต้องนำสิ่งที่เรารู้มาใช้ แม้ออนแรกมันจะเจ็บปวด” (คลิปที่ 10 วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้/ ขุนเขา 4 ม.ค 64)

- จินา จีน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “ช่วงนี้ถือว่าเป็นโอกาสทองเลยที่เดียวนะ ขึ้นอยู่กับว่าคุณจะมองเห็นหรือเปล่า เป็นช่วงที่เราได้มีโอกาสข่มตัว พักตัว เพื่อที่จะสร้างผลงานแบบชนิดที่ว่า เป็น Masterpiece เลยอะค่ะ” (คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19/ จินา จีน่าฟู 23 มี.ค. 65)
- เก่ง สิทธิพงษ์ ศิริมาศเกษม ยกตัวอย่าง เช่น “สำคัญที่สุดนะของมนุษย์อะ คือเราอะควรรู้จักตัวเองก่อน เราควรรู้ว่า เราอะเก่งด้านไหน...แล้วเราค่อยมองไปว่าเป้าหมายของเรา ในอนาคต ” (คลิปที่ 25 เวลา 24 ชั่วโมงของคนที่มีเป้าหมายชัด/ เก่ง สิทธิพงศ์ 22 ต.ค. 64)

4) ยกตัวอย่าง/ สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงของตนเอง/บุคคลที่มีชื่อเสียง ที่ลองทำแล้วได้ผล เป็นเทคนิค/ วิธีทางวิจนภาษาที่แสดงให้เห็นเรื่องราวจากประสบการณ์จริงที่เจ้าของเรื่องได้เคยทดลองทำ/ ปฏิบัติแล้วได้ผลสำเร็จจึงนำมาบอกต่อให้ผู้อื่นได้นำไปปรับใช้ใน ชีวิต แบ่งเป็น 3 อย่างได้แก่ เรื่องจากประสบการณ์ของตัวผู้พูดเอง, บุคคลที่ผู้พูดรู้จัก และบุคคลที่มีชื่อเสียง/ ประสบความสำเร็จมาก่อน โดยเทคนิคนี้สามารถกระตุ้นความอยากรู้ของผู้ฟังและทำให้เกิด การดำดิ่งเข้าสู่เรื่องราวนำไปสู่การทำให้เชื่อได้ง่าย โดยเฉพาะกับเรื่องราวที่ผู้ฟังเคยมีประสบการณ์ ร่วม หรือเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวจะทำให้เกิดความเข้าใจได้มากขึ้น และโดยธรรมชาติของคนชื่นชอบการฟัง เรื่องเล่าของผู้อื่นอยู่แล้ว จึงทำให้เทคนิคนี้สามารถทำให้ผู้ฟังอยากที่จะฟังต่อไปเรื่อย ๆ ผู้วิจัยพบนักพูด สร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ยกตัวอย่าง/ สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้ว ได้ผล’ (Life Testimony) เพื่อสนองความต้องการของผู้ฟัง โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

4.1) ประสบการณ์ของตัวผู้พูดเอง

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “วันที่ครูลดน้ำหนัก อยากลดๆ แม่งไม่ได้ ซักที ด่าตัวเอง ครูลดไม่ได้เลย แต่วันที่ครู Enjoy กับการลด สนุก...ใจเย็นกับตัวเอง ค่อย ๆ ไป อ้าว กลายเป็นว่าน้ำหนักลดได้และคงที่ด้วย ” (คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์..เพราะเอา ความสุขไปผูกกับขาคนอื่นอยู่รีเปล่า/ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ผมไปจองทัวร์นะครับ แล้วมันมีทัวร์อยู่ 2 ตัวที่ ๆ แข่งกันนะครับ...ผมตัดสินใจอยู่ ถ้าคุณส่งรถไปรับที่โรงแรมนะ ผมจ่ายเงิน เดียวนี้เลย...จนสามารถที่จะส่งรถไปรับที่โรงแรมจนมาถึงที่ในเมืองนี้ได้...ฝรั่งในห้องกับ หูหว ตบมือให้เลยนะครับ” (คลิปที่ 10 วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้/ ขุนเขา 4 ม.ค 64)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “สิ่งที่ผมเอามาสอนพวกคุณ สิ่งที่ผมทำคอร์ส ต่าง ๆ ขึ้นมา หรือว่า ทำคลิปต่าง ๆ เหล่านี้ขึ้นมาเนี่ย ผมไม่ได้ทำเพื่อต้องการหาเงินแล้วนะ

จริง ๆ แล้ว...ไม่จำเป็น ต้องทำงานแล้วก็ได้ แต่คุณลองคิดดูดีถ้ามนุษย์ไม่ทำงาน ถ้าเกิดตื่นขึ้นมาแล้ว ไม่มีอะไรทำ สมองก็จะฝ่อ มันจะเริ่มเบื่อ ผมบอกตรง ๆ ทุกคนเป็นอย่างนี้หมด...คุณก็จะไม่โอเคเหมือนกันเพราะว่าสักพักนึงก็จะเบื่อ” (คลิปที่ 16 คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้/ บัณฑิต 23 ก.พ. 63)

4.2) ประสบการณ์ของบุคคลที่มีชื่อเสียง

- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “นักลงทุนที่ประสบความสำเร็จที่สุดในประวัติศาสตร์ก็คือ Warren Buffet...ช่วงที่เค้าเริ่มทำงานอายุ 20 ต้น ๆ...สมองฉลาดมาก แต่เขาขายไม่ได้เลย...เขาพูดว่า สิ่งที่เปลี่ยนชีวิตของเขา คือเขาไปเข้าคอร์สการพูด เขาบอกว่าสิ่งนั้นทำให้เขาสามารถขายของต่อไปได้ ขายเป็นคนเดียวการลงทุน” (คลิปที่ 22 หนึ่งในสิ่งที่เปลี่ยนชีวิตผม และวอเรน บัฟเฟต/ บัณฑิต 15 พ.ค. 64)
- จีนา จิน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “มีผู้ชายคนหนึ่งรูปร่างสูงโปร่งใสแว่น เค้าจะเดินทางไปหลบตัวอยู่ที่บ้านคุณยาย...หลังจากเค้าคิดทบทวนในช่วง think week นั้น...เค้าสามารถจะ run internet explorer หรือที่เราใช้กันอยู่ทุกวันเนี่ยอะคะ ตัว internet ต่าง ๆ เนี่ยมันก็เกิดขึ้นมาจาก think week นั้นนะคะ ใช่อ้อแล้วคะ เค้าคือคุณบิลเกตส์นั่นเอง” (คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19 จีนา จิน่าฟู 23 มี.ค. 65)

5) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย เทคนิคนี้ทำให้ผู้ฟังได้ข้อเปรียบเทียบหรือข้อดี และข้อเสียระหว่างวิธีคิด/ ปฏิบัติในทางตรงกันข้าม เช่น ถ้าหากคิด/ทำ แบบนี้ ผลจะเป็นอย่างไร ถ้าไม่คิด/ทำผลจะเป็นอย่างไร ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดี และข้อเสีย’ (Comparing : pros and cons) ดังนี้ **วิทยาลัย**

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “จุดต่างอะ ของคนที่ล้มเหลวตลอดกาล คือเขามักล้มเหลวแล้วล้มเลิกอะ จุดต่างมีแค่นี้เลยอะ แต่คนที่ประสบความสำเร็จ เขามักล้มเหลวแล้วเขาลุกทุกครั้งทีล้มอะ” (คลิปที่ 6 ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะคะ/ ครูเงาะ 7 มี.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ผมเห็นเทรนอย่างหนึ่งครับว่า ยิ่งประเทศไหนเจริญเท่าไร เขายิ่งตรงต่อเวลาเท่านั้น และยิ่งประเทศไหนด้อยพัฒนาเท่าไร เขายิ่งไม่ตรงต่อเวลาเท่านั้น” (คลิปที่ 12 คน "ไม่ตรงต่อเวลา" โปรดดูคลิปนี้/ ขุนเขา 29 มี.ค. 64)
- เก่ง สิทธิพงษ์ ศิริมาศเกษม ยกตัวอย่าง เช่น “ถ้าเราล่องอยู่ในน้ำแล้วเรารู้ว่าเป้าหมายเราอยู่ตรงไหน เราก็เริ่มพายได้เลย ในขณะที่คนไม่รู้ก็ลอยไปเรื่อย ๆ นั่นคือเหตุผลว่าทำไมคนเราที่มี 2 อีกคนนึงทำโดยไม่ได้มีเป้าหมาย” (คลิปที่ 25 เวลา 24 ชั่วโมงของคนที่มีเป้าหมายชัด/ เก่ง สิทธิพงษ์ 22 ต.ค. 64)

ข) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Specificity) ในขั้นตอนความต้องการ (Need)

ในขั้นตอนความต้องการ (Need) ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่แตกต่างจากนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น ๆ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ระเบียบนิยามเพื่อนำไปสู่การเชิญชวนให้รับฟัง, เรื่องเล่าจากประสบการณ์ตัวเอง และข้อมูลที่คาดไม่ถึง โดยจะแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เน้นการใช้เทคนิคดังที่กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1) ระเบียบนิยามเพื่อนำไปสู่การเชิญชวนให้รับฟัง เทคนิคนี้มีหน้าที่ในการให้ความหมายของคำที่มีความสำคัญของเรื่องราว เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจกระจ่างมากขึ้น ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ระเบียบนิยามเพื่อนำไปสู่การเชิญชวนให้รับฟัง’ (Definition) เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจในเรื่องที่ฟังมากขึ้น ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ลักษณะของคำว่าผู้นำ คือ “ผู้ที่คนอยากที่จะติดตาม” (คลิปที่ 1 คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!/ ครูเงาะ 24 เม.ย 63)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “Krisiss แปลว่าการตัดสินใจและการเลือก” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63)

2) เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของตนเอง/ ผู้อื่น เป็นเทคนิคที่มีหน้าที่อธิบายเพื่อให้ผู้ฟังทำความเข้าใจในเรื่องราว หรือเหตุการณ์ โดยมุ่งไปที่ผลที่จะก่อให้เกิดการปฏิบัติที่สอดคล้องกับใจความสำคัญของเรื่อง ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริง’ (Matter of Experience) ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ตอนไปญี่ปุ่นรถนี้ออกเป๊ะต่อวินาทีเลย ตอนผมไปเยอรมันเป๊ะต่อวินาที ตอนผมไปไอซ์แลนด์รถตู้รับบัสเนี่ย คนมายังไม่ครบก็ออกครับ..นี่คือทัวร์นะฮะ” (คลิปที่ 12 คน "ไม่ตรงต่อเวลา" โปรดดูคลิปนี้/ ขุนเขา 29 มี.ค. 64)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “คนนี่ชื่อว่า ฌอน สตีเฟนสัน นะครับ เขาพูดใน Ted Talk และคนดูก็หลายล้านคนสามล้านคน ประมาณนี้ เขาอยู่ใน Wheel Chair หรืออยู่ในรถเข็นตั้งแต่เด็กนะครับ” (คลิปที่ 19 วิธีออกจากคุกในสมอง/ บัณฑิต 3 ก.พ. 64)

3) ข้อมูลที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยรู้มาก่อน ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ข้อมูลที่คาดไม่ถึง’ (Surprised information) โดยพบว่า คุณขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “สาเหตุของการที่คน ๆ หนึ่งไม่ประสบความสำเร็จ...สุดท้ายแล้วเนี่ย มันมีราก อยู่แค่สาเหตุเดียวเท่านั้นเลยครับ คือ เขายังไม่กล้า เจ็บมากพอ” (คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ.. / ขุนเขา 29 ม.ค. 64)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “ตอนที่เขาเกิดขึ้นมาเนี่ย หมอบอกว่า เขาจะอยู่ได้ไม่ถึง 1 เดือน 30 กว่าปี ผ่านไป ทีมหมอบเหล่านั้น จากโลกนี้ไปหมดแล้ว แต่เขายังมีชีวิตอยู่” (คลิปที่ 19 วิธ้ออกจากคุกในสมอง/ บัณฑิต 3 ก.พ. 64)

4) การเน้นย้ำ เทคนิคการ‘เน้นย้ำ’ (Emphasis) เพื่อใช้เน้นความหมายแสดงความต่อเนื่อง และเน้นย้ำความสำคัญของเรื่องราวที่กำลังสื่อสาร หรืออีกนัยคือเป็นการพูดแบบ ‘ขยี้ขิ้น ขยี้ลึกลี’ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การโดยพบว่า คุณขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “นอนน้อยแล้วเจ็บปวด ไม่เอา ต้องหันหาความรู้เพิ่มเติมให้ฉลาดขึ้นแล้วมัน เจ็บปวดทรมาน เหนื่อย ทุกข์ ไม่เอา ต้องออกจาก comfort zone เพื่อทำสิ่งใหม่ ๆ...เจ็บปวด ไม่เอา ต้องยอมโดนวิจารณ์เพราะพอตั้งขึ้นจะโดน วิพากษ์วิจารณ์ โดนเป็นที่เพ่งเล็ง โดนคนพูดนู่นพูดนี่ถึงเรา เจ็บปวด ไม่เอา” (คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ.. / ขุนเขา 29 ม.ค. 64)

นอกจากเทคนิคทางวจนภาษา (Verbal technique) ข้อค้นพบอีกประการ คือ ในขณะที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจส่วนใหญ่มีวิธีการใช้เทคนิค การพูดที่คล้ายคลึงกันนั้น แต่จะมีนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านมีลีลา (Style) ที่โดดเด่นกว่านักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น ๆ เพื่อสร้างสีสัน (Color) และความสนุกสนานในการเล่าเรื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากการใช้คำคล้องจอง (Rhyme) เพื่อให้เกิดความสละสลวยของถ้อยคำ และสามารถจดจำได้ง่าย ดังจะอธิบายได้ดังนี้

1) คำคล้องจอง ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘คำคล้องจอง’ (Rhyme) เพื่อความสละสลวยของคำ และจดจำได้ง่าย โดยพบว่า คุณขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ในวิกฤตแสนเศร้าหมอง มีโอกาสทองซ่อนอยู่” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า? / ขุนเขา 17 เม.ย. 63)

4.2.2.3 ขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และ ขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization)

ขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ขั้นที่ผู้พูดต้องแสดงให้เห็นว่าสิ่งที่ถูกโน้มน้าว นั้น สามารถเติมเต็มสิ่งที่ต้องการได้ หรือทำให้ผู้ฟังพอใจ ถูกใจ อยากที่จะฟังต่อเรื่อยๆ ไม่อยาก หนีไปไหน เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการและความพอใจของผู้ฟัง โดยการชี้แนะแนวทาง/วิธี คิด หรือขั้นตอนการแก้ไขปัญหาและเชื่อมโยงไปสู่การทำให้ผู้ฟังเห็นภาพชัดเจน ในส่วน**ขั้นตอนทำให้ เห็นภาพ (Visualization)** หมายถึง ขั้นที่ผู้พูดต้องใช้สารแสดงรายละเอียดเพื่อให้ผู้ฟังเห็นภาพ ชัดเจน เป็นการอธิบายให้เกิดความกระจ่างแจ้ง รวมถึงการจัดเรียงลำดับประเด็นว่าสิ่งนั้นหรือ กระบวนการนั้นทำให้อะไรเกิดขึ้นได้อย่างไรบ้าง โดยการนำเสนอประเด็นนั้นมีผลต่อการสร้าง จินตนาการ (Imagination) และความรู้สึก/อารมณ์ร่วมที่ผลักดันให้เกิดการกระทำตาม (Passion) และทำให้มองเห็นถึงผลที่จะเกิดขึ้นแก่ผู้ฟังอย่างไร อาจเป็นการพูดที่มีการบอกเหตุและผลให้เห็น ชัดเจน จนเกิดความรู้สึกคล้อยตาม นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก นึก คิด ทศนคติ และการกระทำที่จะนำไปสู่การลงมือทำในขั้นต่อไปในเรื่อง

ตารางที่ 4.7 แสดงความสอดคล้องกันระหว่างส่วนเนื้อความหลักกับขั้นตอนความพอใจและขั้นตอน ทำให้เห็นภาพ

Body	
Satisfaction	Visualization

ก) หน้าที่ของขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization)

ใน ส่วนของ **ขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction)** และ **ขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization)** จะเชื่อมโยงกับโครงสร้างพื้นฐานการพูดในส่วนเนื้อความ (Middle : body) ที่เป็นส่วนเนื้อความหลักของเรื่องที่มีการแสดงรายละเอียดเนื้อหาที่เกี่ยวกับการสร้างหลักฐาน สนับสนุน (Supporting Evidence) และนำเข้าสู่การกล่าวถึงประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้พูดต้องการสื่อสาร ให้ผู้ฟัง ซึ่งจะมีการยกตัวอย่าง ความคิด/หลักฐานสนับสนุน การทำให้เห็นภาพ (Illustration) ในแต่ ละประเด็นย่อย ๆ หรือหัวข้อ (Thesis Statement) เพื่อที่จะทำให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือ รวมถึงเกิด เข้าใจกระจ่างแจ้ง ทั้งนี้ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจแต่ละท่านมีลักษณะการจัดเรียง/ลำดับประเด็นการ พูด (arrangement) ที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็น ลำดับจากความสำคัญน้อยไปมาก ลำดับตาม ขั้นตอนหรือเวลา ลำดับตามข้อดีและข้อเสีย ลำดับจากเนื้อหากว้างไปลึก และลำดับตามด้านกายภาพ ไปจิตใจ เป็นต้น จึงเป็นส่วนที่สำคัญที่จะผู้พูดจะต้องให้รายละเอียดแก่ผู้ฟังได้เข้าใจถึงแนวทาง วิธีคิด/ปฏิบัติในการสร้างแรงบันดาลใจ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในส่วนขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) จะมีความเชื่อมโยงกันเพื่อตอบสนองความต้องการและความพอใจของผู้ฟัง แต่ในบางคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่พบไม่สามารถแบ่งแยกการวิเคราะห์เนื้อหาของ 2 ชั้นนี้ออกจากกันได้ อย่างชัดเจน เนื่องจากเนื้อหาจะเป็นการผสมกันระหว่างการให้แนวทางปฏิบัติ/ วิธีคิด พร้อมไปกับทำให้เห็นภาพ/ สว่างแจ่มแจ้ง (Illustration) รวมถึงมีการจัดเรียงลำดับประเด็นของเนื้อหาพร้อมกันหลากหลายกลวิธี

ข) การใช้เทคนิคทางวจนภาษาในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization)

ผู้วิจัยจึงได้แบ่งส่วนในการนำเสนอประเด็นในแต่ละช่วงออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนต้นของเนื้อความ และส่วนปลายของเนื้อความ เพื่อให้เห็นโครงสร้างและองค์ประกอบ/การใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่ชัดเจนมากขึ้น ดังนี้

➤ ส่วนต้นของเนื้อความ (Body Text)

ส่วนแรกในเนื้อความหลักที่ทำหน้าที่ให้รายละเอียดก่อนที่จะเชื่อมโยงไปสู่ส่วนปลายของเนื้อความ จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้งหมด 25 คลิป ผู้วิจัยพบว่านักพูดสร้างแรงบันดาลใจในการศึกษานี้ ใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบใหญ่ ๆ มากที่สุด 4 อันดับ ดังนี้

1) ให้คำตอบคล้ายสงสัยตามประเด็นคำถามที่ตั้งไว้ จำนวน 10 คลิป เช่น “Kind เนียนนะคะ มันมาได้ทั้งทำที่แล้วก็จิตใจ แต่สำคัญที่สุดคือ จิตใจ” (บุคลิกที่ควรมีในผู้นำ), “จำไว้เลย ด้านแรกของการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตัวเอง คือต้องก้าวข้ามความเจ็บปวดให้ได้” (คนไม่ประสบความสำเร็จเพราะสิ่งเดียว!! คือ)

2) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ จำนวน 11 คลิป เช่น “พ่อแม่ที่ดีซ้ำเติมลูกใหม่คะ...แต่เค้าจะสอนให้ลูกเรียนรู้...โดยการฝึกซ้ำๆ ทำอีกลูกไม่เป็นไร พลาดทำใหม่ลูก” (รักตัวเองแท้จริงแล้วคืออะไร), “อารมณ์ชอบคุณสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ...ไม่ว่าจะเป็นครอบครัวคนรอบข้าง พี่น้อง หรือว่าการที่มีอวัยวะครบ การที่มีสุขภาพดี” (อิฐฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้)

3) ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงของผู้พูด/บุคคลมีชื่อเสียงที่ลองทำแล้วได้ผล จำนวน 8 คลิป เช่น “เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คัดคำพูด ครูเลยเอาสิ่งนี้มาเปลี่ยนตอน State ของครู” (ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่นอยู่รีเปล่า), “ผมจึงมาบึ่งไอเดียวว่าผมจะเป็นแค่ Conductor อย่างเดียวไม่ได้แล้ว...เพราะว่าการหันหน้าเข้าหากล้องเป็นการที่เราสามารถโน้มน้าวใจคนในหมู่่มากทีเดียวได้” (หนึ่งสิ่งที่เปลี่ยนชีวิตผม และวอเรน บัฟเฟต)

4) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย จำนวน 7 คลิป เช่น “ฉันจะต้องลดค่าใช้จ่ายอย่างนี้...ถ้าคิดแล้วมีการสร้างสรรค์ เก็บความคิดนั้นไว้ได้ แต่ถ้ามีแต่ความกลัว ข้างหน้าจึงแน่เลย...ความคิดที่ทำให้เราย่ำอยู่กับที่...เราต้องกำจัดทิ้งซะ” (คิดลบยังงี้ให้กลายเป็นบวก), “ถ้าคุณไปฆ่าคนที่คุณเกลียด คุณฆ่าไม่หมดหรอกครับ...แต่ถ้าคุณเอาชนะความโกรธ...คนที่คุณเกลียด มันจะแทบไม่มีผล” (สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า)

นอกจากนี้ ข้อค้นพบทั่วไปจากการวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือน/ ต่างกัน ของการใช้เทคนิคทางวจนภาษาในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ(Visualization) ส่วนต้นของเนื้อความ ได้ดังนี้

ค) วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Commonality) ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ช่วงส่วนต้นของเนื้อความ

ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ส่วนต้นของเนื้อความ ผู้วิจัยพบว่า เทคนิคทางวจนภาษาที่ใช้ในการเติมเต็มสิ่งที่ต้องการได้ หรือทำให้ผู้ฟังพอใจ ถูกใจ ภูมิใจ อยากที่จะฟังต่อเรื่อยๆ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการและความพอใจของผู้ฟัง โดยการชี้แนะแนวทาง/วิธีคิด หรือขั้นตอนการแก้ไขปัญหาและเชื่อมโยงไปสู่การทำให้ผู้ฟังเห็นภาพชัดเจน โดยที่พบเหมือนกันของทุก ๆ คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ, ให้คำตอบคลายสงสัยในทันที, ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอลหลักจากประสบการณ์จริงของผู้พูด/บุคคลมีชื่อเสียงที่ลองทำแล้วได้ผล และยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย โดยจะแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เน้นการใช้เทคนิคทางวจนภาษาดังที่กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1) ให้คำตอบคลายสงสัยตามประเด็นคำถามที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ให้คำตอบคลายสงสัยในทันที’ (Giving Answer) เพื่อทำให้ผู้ฟังได้ทราบคำตอบของเรื่องที่ฟังโดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “Kind เนียนชะคะ มันมาได้ทั้งทำที่แล้วก็จิตใจ แต่สำคัญที่สุดคือ จิตใจ” (คลิปที่ 1 คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!/ ครูเงาะ 24 เม.ย 63) และ “เราต้องเป็นพ่อแม่ที่ดีให้ชีวิตของเรา...พ่อแม่ที่ดีซ้ำเติมลูกไหมคะ ไม่..แต่เค้าจะสอนให้ลูกเรียนรู้” (คลิปที่ 5 รักตัวเองแท้จริงแล้วคืออะไร/ ครูเงาะ 19 มี.ค. 65)

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “จำไว้เลย ด้านแรกของการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตัวเอง คือต้องก้าวข้ามความเจ็บปวดให้ได้...” (คลิปที่ 10 วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้/ ขุนเขา 4 ม.ค 64)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “ข้อ 1 คือไม่ใช่หาตัวเอง แต่ต้องสร้างตัวเอง จากภายใน คือ Mindset...การสร้างตัวเองมันคือบอก กูจะเอาอย่างนี้ กูชอบแบบนี้ กูจะเอาแบบนี้คือการสร้างตัวเอง” (คลิปที่ 21 สรุปศาสตร์แห่งการหาตัวตน/ บัณฑิต 4 ก.ค. 64)

2) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้เทคนิคการ ‘ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ’ (Metaphor/Analogy) เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความพอใจและเห็นภาพชัดเจนจากเรื่องที่ฟัง โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “วันหนึ่งเนี่ย แน่นอนคุณจะต้องเจอสิ่งที่มีมันเป็นจุด Bumping ใจตัว..ถนนที่มีมัน สะดุด เนินสะดุด เราต้องได้เจออยู่แล้ว” (คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์.. เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่นอยู่รีเปล่า/ ครูเงาะ 13 ม.ค. 65) และ “พ่อแม่ที่ดีซ้ำเติมลูกใหม่คะ...แต่เค้าจะสอนให้ลูกเรียนรู้... โดยการฝึกซ้ำๆ ทำอีกลูกไม่เป็นไร พลาดทำใหม่ลูกพลาดทำใหม่ นี่คือนี่ที่คุณต้องบอกตัวเอง” (คลิปที่ 5 รักตัวเองแท้จริงแล้วคืออะไร/ ครูเงาะ 19 มี.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ธนูเนี่ย ถ้าเราจะยิงไปไกลเนี่ย เราต้องดึงมาข้างหลังเยอะลูกใหม่ครับ คุณจะมีธนูแล้วคุณยิงแค่เนี่ย ปิ้ว ๆ มันก็ไม่ไปไหน มันก็จะตกอยู่ข้างหน้านะครับ” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า....?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “อารมณ์ของคุณสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ...ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว คนรอบข้าง พี่น้อง...หรือ การที่มีสุขภาพดี สิ่งเหล่านี้ ต้องขอบคุณด้วย” (คลิปที่ 20 อธิษฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้/ บัณฑิต 14 ส.ค. 64) และ “คนที่แบบว่า อาจจะมีเกิดมาไม่มาก มีน้อยกว่าคนอื่น ...คือพอคนมันมีจุดเจ็บเนี่ย มันเขาอยากจะทำอะไรใหม่ ๆ” (คลิปที่ 22 หนึ่งในสิ่งที่ยิ่งใหญ่ในชีวิตผม และวอเรน บัฟเฟต/ บัณฑิต 15 พ.ค. 64)

3) ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอลักษณะจริงของผู้พูด/บุคคลมีชื่อเสียงที่ลองทำแล้วได้ผล ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ยกตัวอย่างจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้วได้ผล’ (Life Testimony) เพื่อให้ผู้ฟังได้ทราบรายละเอียดของวิถีคิด/ ภูมิปัญญาดังกล่าว

ลองทำแล้วได้ผลสำเร็จ ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกเชื่อมั่นและ อยากรนำไปปฏิบัติตาม โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

3.1) ประสบการณ์ของตัวเอง

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คัดคำพูด ครูเลยเอาสิ่งนี้มาเปลี่ยนตอน State ของครู วันที่ครูเกือบเป็นหนี้ลงทุนทำละครเวที คือ คิดไม่เป็นตอนนั้นวางแผน ไม่เป็น อยากรทำ มีแต่ใจไม่ได้มีสมอง ก็ลงมือทำ” (คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์...เพราะเอาความสุขไปผูกกับบางคนอื่นอยู่รีเปล่า/ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “คุณรู้ไหมว่าผมไม่ได้เขียนหนังสือเร็วขนาดนี้มาเป็น 3 - 4 ปีแล้วครับ นี่คือช่วงเวลาที่ผมเขียนหนังสือได้มากที่สุด เร็วที่สุด มีสมาธิที่สุด ดีที่สุด” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “ผมจะเป็นแค่ Conductor อย่างเดียวไม่ได้แล้ว...ผมจะต้องหันหน้าเข้าหากล้อง เพราะว่าการหันหน้าเข้าหากล้องเป็นการที่เราสามารถโน้ม น้ำใจคนในหมู่มากที่เดียวได้” (คลิปที่ 22 หนึ่งสิ่งที่เปลี่ยนชีวิตผม และวอเรน บัฟเฟต/ บัณฑิต 15 พ.ค. 64)

3.2) ประสบการณ์ของบุคคลที่มีชื่อเสียง

- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “อย่างเอดิสันเนีย ที่บอกว่า หลอดไฟเขาล้มเหลวหนึ่งหมื่นครั้ง เหมือนหาวิธีทางทำไม่ได้หนึ่งหมื่นครั้ง...ก็แค่เรียนรู้ว่าวิธีอะไรที่ใช้ไม่ได้หนึ่งหมื่นวิธี” (คลิปที่ 17 3 วิธี เนรมิตชีวิตใหม่ทันที/ บัณฑิต 15 มี.ค. 65)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้

‘ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย’ (Comparing : pros and cons) ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ฉันจะต้องลดค่าใช้จ่ายอย่างนี้ ฉัน...ถ้าคิดแล้วมีการสร้างสรรค์ เก็บความคิดนั้นไว้ได้ แต่ถ้ามีแต่ความกลัว เฮ้ย ถ้ามันแย่...ข้างหน้าจะต้อง.. เจ๊งแน่เลย นั่นคือความคิดที่เราต้องกำจัดทิ้งซะ” (คลิปที่ 3 คลิปครูเงาะ คิดลบยังไงให้กลายเป็นบวก/ ครูเงาะ 10 เม.ย. 63)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ถ้าคุณไปฆ่าคนที่คุณเกลียด คุณฆ่าไม่หมดหรอกครับ ...แต่ถ้าคุณเอาชนะความโกรธ ความโกรธมันหมดไปปีบ...คราวนี้คนที่คุณเกลียดมันจะแทบไม่มีผลแหละ เพราะความ เกลียดในใจคุณมันน้อยลง” (คลิปที่ 11 สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า/ ขุนเขา 14 ก.ย 63)

ง) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Specificity) ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ช่วงส่วนต้นของเนื้อความ

ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ส่วนต้นของเนื้อความ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่แตกต่างจากนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น ๆ ในความถี่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ เน้นย้ำซ้ำความ, ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม, ความจริงที่ย้อนแย้ง, ข้อคิด คำคม เรื่องเล่าจากประสบการณ์ตัวเอง และ ข้อมูลที่คาดไม่ถึง โดยจะแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เน้นการใช้เทคนิคดังที่กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1) เน้นย้ำซ้ำความ เป็นเทคนิคที่ทำหน้าที่เน้นย้ำใจความสำคัญของเนื้อความหลัก/ ประเด็น เพื่อให้ทำให้ตระหนักถึงสิ่งที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารมากที่สุด โดยนักพูดสร้างแรงบันดาลใจมักเรียกการพูดลักษณะนี้ว่า ‘การขยี้ชิน’ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดการตื่นรู้ว่าผู้พูดพยายามให้น้ำหนักและความสำคัญกับประเด็นดังกล่าว ในขณะที่นักพูดท่านอื่นใช้วิธีการเล่าขยายความแบบทั่วๆ ไป ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่โดดเด่น ‘เน้นย้ำซ้ำความ’ (Repetition) ท่านเดียว ได้แก่ คุณบัณฑิต อึ้งรังษี รวมถึงความเก่งในการยกตัวอย่างของคุณบัณฑิตในการ ‘ขยี้ชิน ขยี้ลึก พุดย้ำไปย้ำมา’ เพื่อให้น้ำหนักของเนื้อหาที่เป็นใจความหลักของเรื่อง ดังนี้

- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “นักการตลาดระดับโลกบอกให้คิดทุกอย่างมันเป็นการทดลอง...จริง ๆ ชีวิตของเราทุกอันมันเป็นแบบนี้หมดนะ ก็คือ เหมือนการทดลอง มันต้องมีการ ลองอะไรเล่น ๆ...โลกความเป็นจริงทั้งหลายแหล่ มันคือทุกอย่างคือการลองแบบสนุก ๆ ถ้าไม่ได้ก็ไม่เป็นไร ก็ลองอันใหม่ ถ้าคุณทำตามความสนุกของตัวเอง พุดง่าย ๆ คือเอาความสนุกของตัวเองเป็นไกด์ นี่เป็นหลักจิตวิทยา” (คลิปที่ 17 วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ของชีวิต/ บัณฑิต 15 มี.ค. 65)

2) ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม’ (Thoughts/Idea- Social trend conflict) โดยพบว่า ขุนเขา สินธุเสน เจริญบุตร จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่าน ดังนี้

- “คุณตัดสินใจที่จะนอนซิมเศร้าวอยู่บ้าน ก่นด่ารัฐบาลและโลกนี้และเครียด หรือคุณจะทำตัดสินใจที่จะใช้เวลานี้เป็นโอกาสที่ดีในการพิจารณาว่า เราจะเอาอย่างไรกับชีวิตดีหลังจากที่วิกฤตนี้ผ่านพ้นไป เราจะใช้โอกาสนี้ยังไง ในการสร้างสิ่งที่ดีให้กับตัวเอง” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63)

3) ความจริงที่ย้อนแย้ง ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ความจริงที่ย้อนแย้ง’ (Paradox) ในการดึงความสนใจ โดยพบว่าขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่าน ดังนี้

- “ต้องเลิกยุ่งกับคนใกล้ตัวที่ดึงเราไม่ให้ประสบความสำเร็จนะครับ...ไอ้ย เจ็บปวด ลำบากใจ ไม่เอา ต้องเลิกเสพสุขจากสิ่งแย ๆ ที่ติดอยู่แล้วเจ็บปวด เลยไม่เอา” (คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ./ ขุนเขา 29 ม.ค. 64)

4) ข้อคิด คำคม ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ข้อคิด คำคม’ (Quote) ในการขยายความให้ผู้ฟังเข้าใจประเด็นหลักมากขึ้น โดยพบว่า ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- “มันมีค่านึงของฝรั่งที่ครูชอบมากเลย ‘What you resist persists’ อะไรที่คุณต้าน มันจะยิ่งตื้อ” (คลิปที่ 2 ที่เราทุทซ์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับขาคนอื่นอยู่ริเปล่า/ ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)

5) เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของตนเอง/ ผู้อื่น ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริง’ (Matter of Experience) ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ประเทศชิลีนั้นอะ มีอยู่ตอนหนึ่งที่รถมาสายมากแล้ว เราก็ถามว่าแบบ ทำไมรถ มาสายขนาดนั้นะครับ เขาก็บอกว่านี่คือชิลี ถามว่าทำไมการรักษาเวลามันสำคัญขนาดนั้นเลยหรือครับ...” (คลิปที่ 12 คน “ไม่ตรงต่อเวลา” โปรดดูคลิปนี้/ ขุนเขา 29 มี.ค. 64)

6) ข้อมูลที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยรู้มาก่อน ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ข้อมูลที่คาดไม่ถึง’ (Surprised information) โดยพบว่า ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “David R. Hopkins เขาได้ทำชาร์ตเกี่ยวกับเรื่องของ Vibration...คนที่เต็มไป ด้วยความโกรธ เกลียดชังเนี่ย...จะเป็นลักษณะของคลื่นความถี่ต่ำ จะอยู่ประมาณ 20 Hz นะคะ” (คลิปที่ 4 รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์/ ครูเงาะ 10 มี.ค. 65)

นอกจากเทคนิคทางวจนภาษา (Verbal Technique) ข้อค้นพบอีกประการ คือ ผู้วิจัยพบว่า ในขณะที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจส่วนใหญ่มีวิธีการใช้เทคนิค ลีลาการพูดที่คล้ายคลึงกันนั้น แต่จะมีนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านที่มีวิธีการสร้างสีสัน (Color) และลีลา (Style) ที่โดดเด่นจากนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น ๆ เพื่อสร้างความสนุกสนานในการเล่าเรื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากการใช้คำคล้องจอง (Rhyme) เพื่อให้เกิดความสละสลวยของถ้อยคำ และจดจำได้ง่าย ดังจะอธิบายได้ดังนี้

1) คำคล้องจอง ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘คำคล้องจอง’ (Rhyme) เพื่อความสละสลวยของคำ และจดจำได้ง่าย โดยพบว่า ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ เน้นหนักในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คัดคำพูด” (คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่นอยู่รีเปล่า/ ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)

จากเทคนิค/ วิธีการทางวจนภาษา (Verbal Technique) รวมถึงลีลา (Language style) ที่ผู้วิจัยนำมายกตัวอย่างนั้น จะเป็นการโปรยเนื้อหารายละเอียดในช่วงต้นเพื่อให้ผู้ฟังความคิด (Idea) ที่เกิดขึ้นเปลี่ยนเป็นจินตนาการ (Imagination) หรือภาพอะไรบางอย่างที่มีความหมาย และสามารถ “ขยับใจ” จากสิ่งเก่าไปยังสิ่งใหม่ จากความไม่รู้กลายเป็นความรู้ จากไม่เคยคิดกลายเป็นอยากลองดู และพร้อมที่จะเปิดใจรับฟังต่อจนกว่าจะได้รับคำตอบที่ตอบสนองกับใจหรือสิ่งที่สามารถจะทำให้ชีวิตไปในทางที่ดีขึ้นจากเนื้อความในลำดับถัดไป นั่นคือ ส่วนปลายของเนื้อความ

➤ ส่วนปลายของเนื้อความ (Body Text)

ส่วนท้ายในเนื้อความหลักที่ทำหน้าที่ให้รายละเอียดในเชิงลึก และขยายความให้เห็นภาพเชื่อมโยงต่อจากส่วนต้นของเนื้อความ ก่อนที่จะนำเข้าสู่ส่วนของการเชื่อมโยง (Bridge) หรือส่วนบทสรุป (Conclusion) โดยเนื้อหาของคลิปวิดีโอบางส่วนนั้น จะให้ข้อมูลตรงส่วนนี้ในรูปแบบสั้น กระชับ และรูปแบบยาว ขยายความ ที่เน้นการให้ความคิด/ หลักฐานสนับสนุน หรือเหตุและผลของประเด็นย่อยๆ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดแรงผลักดันจากภายในให้อยากลงมือทำ (Passion) ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้ฟังเห็นภาพชัดเจนขึ้น และทราบถึงความจำเป็นที่จะต้องลงมือทำตามวิธีคิด/ปฏิบัติของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจแต่ละท่าน โดยวิธี/ขั้นตอนดังกล่าวนั้น สามารถที่จะนำไปใช้ได้จริงแล้ว และเมื่อทำแล้วเห็นผลได้จริงเป็นรูปธรรม

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้งหมด 25 คลิป ในส่วนปลายของเนื้อหา ผู้วิจัยพบว่า นักพูดสร้างแรงบันดาลใจในการศึกษานี้ มีการสร้างสรรค์เนื้อหาในหลากหลายเทคนิค ใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบใหญ่ ๆ มากที่สุด 4 อันดับ ดังนี้

1) **เน้นย้ำซ้ำความ** จำนวน 18 คลิป เช่น “เมื่อไรก็ตามที่คุณสามารถเปลี่ยนความล้มเหลวเป็นความสนุก เป็นชัยชนะของคุณได้ ประตู่แห่งความสำเร็จจะอยู่หน้าบ้านคุณแล้ว” (ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ตีใจด้วยนะคะ), “การไม่กล้าเจ็บมากพอ คือสาเหตุเดียวที่ทำให้คุณไม่ประสบความสำเร็จ” (คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ)

2) **ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อยุบายความเข้าใจ** จำนวน 14 คลิป เช่น “คนที่มีความสุข เขาจะกระจายคลื่นความสุขของเขาออกมา แล้วมันก็จะดึงคลื่นความสุขของเราให้เพิ่มพูนขึ้น” (รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์), “เพราะฉะนั้น...มีเป้าหมาย มีอนาคตที่ชัดเจน ก็คือเหมือนกับการที่เราขับรถ เราจะต้องมีอนาคต ก็คือใช้ชีวิตมีแผนที่ มี GPS” (ดูแล้วจะใช้ชีวิตเป็น)

3) **ชวนให้ลงมือทำ** จำนวน 12 คลิป เช่น “เราลองพลิกขึ้นมาดูว่า ความคิดอันนี้ จะทำให้เราเติบโตอะไรได้บ้าง” (คิดลยงใงให้กลายเป็นบวก), “จึนำไดย่อยมาเป็น 3 วิธีง่าย ๆ ค่ะ ให้ได้เอาไปลองปรับใช้กันดูค่ะ” (การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19)

4) **อธิบายขั้นตอนในการลงมือทำ** จำนวน 10 คลิป เช่น “คุณใช้เทคนิคนี้เลยคะ เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คัดคำพูด..ครูลุกขึ้นมากระโดดเต้นก่อน ปรับร่างกายก่อน...จากนั้นครูเปลี่ยนโฟกัสนะคะ ย้ายโฟกัสไปโฟกัสสิ่งที่เราทำได้...ให้คำพูดใหม่...มันคือเงินลงทุน วันนี้ฉันลงทุนปีหน้าเต็ยฉันเอาคืน” (ที่เราทุกข้..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับชาคนอื่นอยู่รีเปล่า), “ตอนนี้ ได้เวลาทำสิ่งใหม่ที่ฉลาดกว่าใช้กว่า เปลี่ยนงาน เปลี่ยนธุรกิจ...ต้องเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ การพูดจา น้ำเสียง วิธีการ วิถีชีวิตของตัวเอง..ต้องยอมล้มเหลว เพื่อเรียนรู้” (คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ)

นอกจากนี้ ข้อค้นพบทั่วไปจากการวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือน/ ต่างกัน ของการใช้เทคนิคทางวจนภาษาในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ส่วนปลายของเนื้อหา ได้ดังนี้

จ) วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Commonality) ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ช่วงส่วนปลายของเนื้อความ

ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ส่วนปลายของเนื้อความ ผู้วิจัยพบว่า เทคนิคทางวจนภาษาที่ใช้ในการตอบสนองความต้องการและความพอใจของผู้ฟัง เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความรู้กระจ่างแจ้งในวิธีคิด/ ขั้นตอนการลงมือทำ จนนำไปสู่การพร้อมที่จะลงมือทำตาม โดยที่พบเหมือนกันของทุก ๆ คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ เน้นย้ำซ้ำความ, ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเทียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ, ขวนให้ลงมือทำ, อธิบายขั้นตอนในการลงมือทำ และยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงของตนเอง/บุคคลที่มีชื่อเสียง ที่ลองทำแล้วได้ผล โดยจะแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เน้นการใช้เทคนิคทางวจนภาษาดังที่กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1) เน้นย้ำซ้ำความเป็นเทคนิคที่ทำหน้าที่เน้นย้ำใจความสำคัญของเนื้อความ/ประเด็นหลัก เพื่อให้ทำให้ตระหนักถึงสิ่งที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารมากที่สุด นักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘เน้นย้ำซ้ำความ’ (Repetition) ในการเน้นย้ำ และให้นำหนักของเนื้อหาที่เป็นใจความหลักของเรื่อง โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “เมื่อไรก็ตามที่คุณสามารถเปลี่ยนความล้มเหลวเป็นความสุข เป็นความสุขเป็นชัยชนะของคุณได้ ครูเงาะบอกเลยคะว่า ประตูแห่งความสำเร็จ จ่ออยู่หน้าบ้านคุณแล้ว” (คลิปที่ 6 ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะคะ/ ครูเงาะ 7 มี.ค. 65) และ “หน้าที่ของเรา ตัวเรานี้ละเป็นพ่อเป็นแม่ให้ชีวิตตัวเองได้ใหม่ วันที่เราทำสิ่งที่ต้องการกำลังใจ เราให้กำลังใจตัวเองได้ใหม่” (คลิปที่ 5 รักตัวเองแท้จริงแล้วคืออะไร/ ครูเงาะ 19 มี.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “นี่แหละครับ ผมถึงได้บอกว่า การไม่กล้าเจ็บมากพอ คือสาเหตุเดียว สาเหตุหลัก สาเหตุใหญ่ที่สุด อันเดียวเท่านั้นเลยครับ ที่ทำให้คุณไม่ประสบความสำเร็จ อย่างที่ตั้งใจไว้ อันนี้สำคัญมาก” (คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จเพราะสิ่งเดียว!! คือ.. / ขุนเขา 29 ม.ค. 64) และ “นี่แหละครับก็คือจุดสูงสุดของชีวิตคน ๆ หนึ่ง ที่การเดินทางภายในจะพาเราไปได้ และวันหนึ่งเราก็จะสามารถเลือกได้ว่าเราจะต้องการ สิ่งนี้ นี่ นี่” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...? / ขุนเขา 17 เม.ย. 63)
- จินา จิน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “เคล็ดลับในการสร้างความมั่นใจ และการชำระพลังนะหรือคะ ก็เปรียบเสมือนการเลือกรองเท้าไงคะ...” (คลิปที่ 24 เคล็ดลับการสร้างความมั่นใจก่อนขึ้นเวที/ จินา จิน่าฟู 15 มี.ค. 64)

2) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ’ (Metaphor/Analogy) เพื่อทำให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจ เชื่อมโยงไปสู่เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องลงมือทำตาม โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ไม่ว่าคุณจะเป็นคุณแม่คุยกับลูกก็คุยด้วยที่ท่าแบบนี้ “ว่าไงลูก...หนูคิดว่ายังไงคะ” เวลาที่เราจะสอนกันนะคะ เวลาเล่นก็เล่นสนุกสนานได้” (คลิปที่ 1 คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!/ ครูเงาะ 24 เม.ย 63) และ “คนที่มีความสุข เขาจะกระจายคลื่นความสุขของเขาออกมา แล้วมันก็จะดึงคลื่นความสุขของเราให้เพิ่มพูนขึ้น แล้วมันก็จะไปแบบนี้คะ เท่าที่คุณ” (คลิปที่ 4 รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์/ ครูเงาะ 10 มี.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “อาหารในตู้เย็นไม่ว่าจะอร่อยและมีคุณภาพ จะทำให้คุณอึดและใช้ชีวิตต่อไปได้ มี ต่อเมื่อคุณทำออกมาจนครบหุงอาหาร ความรู้ก็เหมือนกันครบอย่าเก็บมันไว้จนเน่าอยู่ในตู้เย็น นำมันออกมาใช้ทันที” (คลิปที่ 10 วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้/ ขุนเขา 4 ม.ค 64) และ “เพราะฉะนั้น...มีเป้าหมายมีอนาคตที่ชัดเจน ก็คือเหมือนกับที่เราขับรถ เราต้องมีอนาคต ก็คือใช้ชีวิตมีแผนที่มี GPS...ดีที่สุดคืออยู่กับ ปัจจุบัน” (คลิปที่ 13 ดูแล้วจะใช้ชีวิตเป็น/ ขุนเขา 22 ม.ค 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “คุณสังเกตตอนเด็ก ๆ เนี่ย เวลาคุณเรียนไปใช้ไหม...ทำไม...เฮ้ยฉันเรียนตรีโกณมิติไปทำไมฉันเรียน... ถ้าครูบอกมาสักหน่อยคิดว่าเรียนไปทำไมนะ... คำจะมีแรงจูงใจในการเรียนมากขึ้น เพราะคำรู้ว่า อ้อ ฉันจะเอาไปใช้ยังไง” (คลิปที่ 16 คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้/ บัณฑิต 23 ก.พ. 63) และ “จริง ๆ แล้วถ้าคุณปฏิบัติว่านี่ก็คือการทดลอง แต่คุณรู้ไหม มันมาจากไหน มันมาจากโรงเรียนส่วนใหญ่ มาจากโรงเรียนแล้วเราถูกเทรนจากระบบการศึกษา ว่าคุณจะต้องกากบาทนะ มันมี A B C D นะ หรือ ก ข ค ง ต้องเอาให้ถูกเลย” (คลิปที่ 17 วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ในชีวิต/ บัณฑิต 15 มี.ค. 65)

3) ชวนให้ลงมือทำ เป็นสิ่งที่พบในภาพรวมมากเช่นกัน มักจะเป็นการชวนเชิญ แนะนำ หรือเรียกร้องให้ผู้ฟังนำวิธีคิด/ปฏิบัติทั้งที่เป็นขั้นตอนและไม่เป็นขั้นตอน นำไปลงมือทำ ซึ่งการที่ผู้ฟังลงมือทำจะเป็นเครื่องพิสูจน์ได้ว่าเนื้อสารนั้นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสร้างแรงบันดาลใจได้จริง โดยนักพูดสร้างแรงบันดาลใจจะมีวิธีการชวนให้ลงมือทำด้วย ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ชวนให้ลงมือทำ’ (Persuade for Doing) เพื่อชักชวนโน้มน้าวให้ผู้ฟังเกิดการลงมือทำตาม โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “เราลองพลิกขึ้นมาดูว่า ความคิดอันเนี้ย จะทำให้เราเติบโตอะไรได้บ้าง” (คลิปที่ 3 คลิปครูเงาะ คิดลบบังใจให้กลายเป็นบวก/ ครูเงาะ 10 เม.ย. 63)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ผมอยากให้ทุกคนจำและนำไปใช้นะครับ” (คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ.. / ขุนเขา 29 ม.ค. 64) และ “เพราะฉะนั้นเนี้ย ก็เริ่มทำตั้งแต่วันนี้เลยนะครับ ลองฆ่าความท้อแท้ ๆ ทุกอย่างที่อยู่ในตัวเรา แล้วเดี๋ยวในคนอื่นมันจะถูกฆ่าให้มันน้อยลงไปเอง” (คลิปที่ 11 สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า/ ขุนเขา 14 ก.ย. 63)
- จีนา จีนาฟู ยกตัวอย่าง เช่น “จีนาได้ย่อยมาเป็น 3 วิธีง่าย ๆ ค่ะ ให้ได้เอาไปลองปรับใช้กันดู ค่ะ” (คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19/ จีนา จีนาฟู 23 มี.ค. 65)

4) อธิบายขั้นตอนในการลงมือทำ (Explaining the Procedure) เป็นสิ่งที่พบในภาพรวมมากเช่นกัน เนื่องจากเป็นการแสดงลำดับ/ขั้นตอนของวิธีปฏิบัติที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาตนเอง มักจะอธิบายเป็นข้อ ๆ หรือจัดเรียงตามลำดับเวลา พร้อมขยายความด้วยความคิด/หลักฐานสนับสนุน (Supporting Evidence) ไม่ว่าจะ เป็น ข้อเท็จจริง (Fact), ยกตัวอย่างประสบการณ์ (Testimony), ผลการวิจัย (Study), เหตุและผล (Reasoning) ฯลฯ เพื่อทำหน้าที่ให้ความน่าเชื่อถือและให้ผู้ฟังเข้าใจขั้นตอนการปฏิบัติอย่างชัดเจน และทำให้เห็นว่าสมควรที่จะนำไปปฏิบัติตาม ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘อธิบายขั้นตอนในการลงมือทำ’ โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “คุณใช้เทคนิคนี้เลยคะ เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คัดคำพูด..ครูลุกขึ้นมากระโดดเต้นก่อน ให้ State ของครูพุงก่อน ปรับร่างกายก่อน... จากนั้นครูเปลี่ยนโฟกัสนะคะ ย้ายโฟกัสไปโฟกัสสิ่งที่เราทำได้...ฉันซ้อมได้... ให้คำพูดใหม่...มันคือเงินลงทุน วันนี้ฉันลงทุน ปีหน้าเดี๋ยวฉันเอาคืน” <หลักฐานสนับสนุน: ยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของตนเองที่ลองแล้วได้ผล> (คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุขไปผูกกับคนอื่นอยู่รีเปล่า/ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ตอนนี้ ได้เวลาทำสิ่งใหม่ที่ฉลาดกว่าใช้กว่า เปลี่ยนงาน เปลี่ยนวิธี เปลี่ยนธุรกิจ...ต้องเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ การพูดจา น้ำเสียง วิธีการวิถีชีวิตของตัวเอง..ต้องยอมล้มเหลว เพื่อเรียนรู้ ต้องยอมโดนคนมองว่าบ้า โง่...ต้องยอมเสียหน้า ถ้ามคนสำเร็จกว่าเรา” <หลักฐานสนับสนุน: ยกตัวอย่างเหตุการณ์สมมติ> (คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ.. / ขุนเขา 29 ม.ค. 64)

- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “ข้อ 3 คือ เปลี่ยนจุดเจ็บให้เป็นแรงผลักดัน ข้อนี้เป็นข้อได้เปรียบของคนที่เกิดมาจน คนที่เกิดมาต้นทุนต่ำในชีวิตหรือเสียเปรียบอะไรบ้าง ผมเพิ่งอ่านหนังสือมาเนี่ย Underdog Advantage มันเป็นหนังสือของ Dean Graziosi เพิ่งออกมาใหม่ โอ้โฮ วิวดีมากเลย เขาบอก 7 ข้อได้เปรียบของคนที่เป็นต้นทุนต่ำ หรือเกิดมาจน” <หลักฐานสนับสนุน: ข้อเท็จจริง> (คลิปที่ 21 สรุปศาสตร์แห่งการหาตัวตน/ บัณฑิต 4 ก.ค. 64)
- จินา จิน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “จิน่าได้ย่อมาเป็น 3 วิธีง่าย ๆ ค่ะ ให้ได้เอาไปลองปรับใช้กันดู ค่ะ 1) คือ To Think ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่เราได้มีโอกาสครุ่นคิด ค่ะ 2) คือ To Clarify มีอะไรที่เราารู้สึกว่าเราอยากจะได้ให้ความกระจ่างชัด...3) วิธีสุดท้าย To Create ค่ะ” <หลักฐานสนับสนุน: ยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของตนเองที่ลองแล้วได้ผล> (คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19 จินา จิน่าฟู 23 มี.ค. 65)
- เก่ง สิทธิพงษ์ ศิริมาศเกษม ยกตัวอย่าง เช่น “เทคนิคการตั้งเป้าหมายนะ มีอยู่ง่าย ๆ มากเลย คุณแค่เอากระดาษมา 1 แผ่น พับมันออกมาให้เป็น 3 ตอน แบ่งมันออกเป็น 3 ช่อง ปูปเนี่ย ช่องที่ 1 เขียน S ช่องที่ 2 เขียน M ช่องที่ 3 เขียน L ก็คือ Size Small Medium Large” <หลักฐานสนับสนุน: ยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของ ตนเองที่ลองแล้วได้ผล> (คลิปที่ 25 เวลา 24 ชั่วโมงของคนที่มีเป้าหมายชัด/ เก่ง สิทธิพงศ์ 22 ต.ค. 64)

5) ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอลักษณะประสบการณ์จริงของตนเอง/บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ลองทำแล้วได้ผล ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ยกตัวอย่างจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้วได้ผล’ (Life Testimony) เพื่อให้ผู้ฟังได้ทราบรายละเอียดของวิธีคิด/ ปฏิบัติดังกล่าว ลองทำแล้วได้ผลสำเร็จ ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกเชื่อมั่นและ อยากนำไปปฏิบัติตาม โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

5.1) ประสบการณ์ของตัวผู้พูดเอง

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ครูเปลี่ยนไฟกัสนะคะ ย้ายไฟกัสไปไฟกัสสิ่งที่เราทำได้...ฉันซ่อมได้ ไปบอกรุ่น น้องรุ่นพี่ที่ยังไม่รู้จัก ทำเหตุให้ถึงพร้อมค่ะ ปล่อยวางผลลัพธ์ ทำอะไรได้อีก ซ้อมนักแสดงให้ดี สิ่งที่คุณทำได้ เอาไฟกัสไปอยู่บนสิ่งที่เราทำได้” (คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์..เพราะเอาความลุ่มไปผูกกับคนอื่นอยู่รีเปล่า/ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “ผมทำคลิปมาประมาณพันคลิปแล้วนะก็ลองอะไรใหม่ ๆ ตลอดเลย แล้วก็บางอันก็ไม่เวิร์คก็ไม่เป็นไร ก็ไม่ต้องไปนั่งเสียเวลา ก็แค่รู้ว่ามันไม่เวิร์ค ครั้งหน้าก็มีข้อมูลมากขึ้น กลายเป็นว่าตอนนี้ผมเป็นครูสอนคนอื่น เพราะว่า

ตัวเองมีความรู้เยอะมาก” (คลิปที่ 17 วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ของชีวิต/ บัณฑิต 15 มี.ค. 65)

- จีนา จีน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “จีน่าก็จะใช้เวลาเนี่ยที่มีนะคะ เอาคอมเมนท์จากทาง YouTube , Fanpage ,คอร์สต่าง ๆ ที่จีน่าได้บรรยายไปเอากลับมาดูอย่างละเอียดอีกครั้งค่ะ...เป็นการทำ reality check ไปในตัวเลยนะ” (คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเอง ในช่วงโควิด-19 จีนา จีน่าฟู 23 มี.ค. 65)

5.2) ประสบการณ์ของบุคคลที่มีชื่อเสียง

- จีนา จีน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “ถ้าเป็นหลักสูตรของคุณ Amy Cuddy ค่ะ เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของภาษา กาย บอกว่าก่อนขึ้นเวทีให้เราใช้ท่าพลัง ท่าเปิด แล้วคุณจะมีพลังมากขึ้น” (คลิปที่ 24 เคล็ดลับการสร้างความมั่นใจก่อนขึ้นเวที/ จีนา จีน่าฟู 15 มี.ค. 64)

ฉ) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Specificity) ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ช่วงส่วนปลายของเนื้อความ

ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ส่วนปลายของเนื้อความ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่แตกต่างจากนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น ๆ ในความถี่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ ความจริงที่ย้อนแย้ง, เรื่องเล่าจาประสบการณ์จริงของตัวเอง, สาธิตให้ดูเพื่อขยายความเข้าใจ, ข้อคิด คำคม และยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย โดยจะแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เน้นการใช้เทคนิคดังที่กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1) ความจริงที่ย้อนแย้ง ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ความจริงที่ย้อนแย้ง’ (Paradox) ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “สิ่งที่มีค่า ใช้เวลาในการสร้างเสมอ ฆ่าคนก็เร็ว สร้างคนก็ช้า ทำลายตึกก็เร็ว สร้างตึกก็ช้า ตัดต้นไม้ก็เร็ว ปลูกต้นไม้ก็ช้า อะไรที่สวยงามและดีอะ มันช้า...เพราะมันยากสิถึงมีค่าครับ” (คลิปที่ 11 สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า/ ขุนเขา 14 ก.ย. 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “ข้อนี้เป็นข้อได้เปรียบของคนที่เกิดมาจน คนที่เกิดมาต้นทุนต่ำในชีวิตหรือเสียเปรียบอะไรบางอย่าง” (คลิปที่ 21 สรุปศาสตร์แห่งการหาตัวตน/ บัณฑิต 4 ก.ค. 64)

2) **เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของตนเอง/ผู้อื่น** ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริง’ (Matter of Experience) ดังนี้

- ชุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ผมฟังหนังสือเสียงเล่มนึงจบชื่อ Never Split The Difference นะครับ ของ Chris Voss คำเป็นหน่วย FBI เก่าที่ต้องต่อรองกับพวกผู้ก่อการร้ายที่จับตัวประกันเรียกค่าไถ่อะฮะ แล้วเก่งมาก ๆ หนังสือเล่มนี้ดีมากนะครับ” (คลิปที่ 10 วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้/ ชุนเขา 4 ม.ค 64)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “นี่เขาไปพูดในคุก เขาเลยตั้งชื่อข้อนี้ เขาไปพูดในคุกที่อเมริกา ให้กับนักโทษที่อยู่ในคุกฟัง หัวข้อจึงชื่อว่า “คุกในสมองของคุณ” (คลิปที่ 19 วิธีออกจากคุกในสมอง/ บัณฑิต 3 ก.พ. 64)

3) **ข้อคิด คำคม** ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ข้อคิด คำคม’ (Quote) ในการขยายความให้ผู้ฟังเข้าใจประเด็นหลักมากขึ้น โดยพบว่า ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “Where focus goes energy flows and results show...และผลลัพธ์มันก็จะปรากฏในชีวิตเรา” (คลิปที่ 4 รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์/ ครูเงาะ 10 มี.ค. 65)

4) **สาธิตให้ดูเป็นตัวอย่างเพื่อขยายความเข้าใจ (Demonstration)** เทคนิคนี้ คือการที่ผู้พูดแสดงตัวอย่าง การทดลอง หรือวิธีการปฏิบัติด้วยการกระทำบางอย่างให้ผู้ฟังเห็นและเข้าใจอย่างกระจ่าง ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘สาธิตให้ดูเป็นตัวอย่างเพื่อขยายความเข้าใจ’ (Demonstration) เพื่อทำให้ผู้ฟังเข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติตามได้ ได้แก่ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียวเท่านั้น (เนื่องจากมีพื้นฐานเป็นครูสอนการแสดง) ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น ท่าที่การยืน ไม่ใช่ยืนซอฟต์แวร์ ฉะนั้น ท่าทางคือการยืนที่มั่นคง แขนขาไหลของเราเปิดออก อย่างสง่างาม ไข่ม้อยคะ” (คลิปที่ 1 คลิปครูเงาะ บุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!/ ครูเงาะ 24 เม.ย 63) และ “ครูลุกขึ้นมากระโดดเต๋นก่อนให้ State ของครูฟุ้งก่อน ปรับร่างกายก่อน ฟืนยัม เพราะเวลาที่เครียด ทุกอย่างมันจะหนัก ค่ะ คุณต้องฝึก ครูยัมเลย” (คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับขาดคนอื่นอยู่รีเปล่า/ ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)

5) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย’ (Comparing : pros and cons) ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “มีขยะ นี่ก็คือเครื่องบ่งบอก พอไม่ตรงเวลา.. เป็นมรดกโลกก็จริงแต่ว่านะครับ ขยะเต็มไปหมดเลย همینที่งนะครับ อย่างประเทศ อาร์เจนตินาประเทศที่เจริญ อันดับ 2 ของทั้งอเมริกาใต้ เข้าไปในอุทยานแห่งชาติเขาไม่มี ขยะขึ้นครับ แล้วเขาก็ตรงต่อเวลามากกว่า” (คลิปที่ 12 คน “ไม่ตรงต่อเวลา” โปรดดูคลิปนี้/ ขุนเขา 29 มี.ค. 64)

นอกจากเทคนิคทางวัจนภาษา (Verbal technique) ข้อค้นพบอีกประการ คือ ในขณะที่ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจส่วนใหญ่มีวิธีการใช้เทคนิค สีลาการพูดที่คล้ายคลึงกันนั้น แต่จะมีนักพูด สร้างแรงบันดาลใจบางท่านที่มีวิธีการสร้างสีสัน (Color) และลีลา (Style) ที่โดดเด่นจากนักพูดสร้าง แรงบันดาลใจท่านอื่น ๆ เพื่อสร้างความสนุกสนานในการเล่าเรื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากการใช้คำคล้องจอง (Rhyme) เพื่อให้เกิดความสละสลวยของถ้อยคำ และเป็นสิ่งที่คนไทยชอบฟัง ดังนี้

1) คำคล้องจอง ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘คำคล้องจอง’ (Rhyme) ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “อกหัก รักคุด ตืดเมน...” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดี ที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63)

จากเทคนิค/ วิธีการทางวัจนภาษา (Verbal Technique) รวมถึงลีลา (Language style) ที่ผู้วิจัยนำมายกตัวอย่างนั้น มีหน้าที่ในการลงรายละเอียดขยายความมากกว่าในช่วงส่วนต้นของ เนื้อความ เพื่อให้ผู้ฟังได้รับคำตอบที่น่าพอใจ เข้าใจอย่างถ่องแท้ เห็นภาพชัดเจนกระจ่างแจ้ง พร้อมกับการทราบถึงเหตุใดถึงจะต้องเปลี่ยนวิธีคิด/ ปฏิบัติตามที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจได้ให้แนวทาง เห็นได้ว่าการใช้เทคนิควัจนภาษาในการสร้างหลักฐานสนับสนุนในแต่ละประเด็นย่อย ๆ ความสำคัญ ต่อความรู้สึก นึก คิด ซึ่งผลลัพธ์คือการเปลี่ยนแปลงของจิตใจ เกิดจิตวิญญาณ ความประทับใจ จาก“ใจแพ็บ” เป็น “ใจพู”

4.2.2.4 ขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Action)

ขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ หรือชั้นลงมือทำ (Call to Action) หมายถึง ขั้นที่ผู้พูดเรียกร้องให้ผู้ฟังกระทำหรือปฏิบัติตามในสิ่งที่ผู้พูดเชิญชวน แนะนำ หรือร้องขอ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทำให้เขาเกิดความรู้สึกอยากเปลี่ยนแปลงตนเอง ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหา ขั้นนี้มีผลต่อการสร้างความปรารถนา หรือเจตน์จำนงในการลงมือทำ (Will) ให้แก่ผู้ฟังในการเปลี่ยนแปลงความคิด ทศนคติ จิตใจ และที่ได้ผลลัพธ์สูงสุดคือ พฤติกรรม หรือการกระทำ นำไปสู่การปรับเปลี่ยนวิถีคิด และเริ่มการลงมือทำในสิ่งใหม่ ๆ เพื่อการพัฒนาตนเองให้ดียิ่งขึ้น

ตารางที่ 4.8 แสดงความสอดคล้องกันระหว่างส่วนการเชื่อมโยงและส่วนบทสรุปกับขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ

Bridge	Conclusion
Call to Action	

ก) หน้าที่ของขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Action)

ขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) จะเชื่อมโยงกับโครงสร้างพื้นฐานการพูดใน **ส่วนการเชื่อมโยง (Bridge)** และ **ส่วนบทสรุป (Ending : Conclusion)** ที่เป็นส่วนสุดท้ายของเรื่องที่จะมีการกล่าวถึงจุดที่จะบรรลุเป้าหมายได้ รวมถึงเป็นส่วนที่สรุปเรื่องราวทั้งหมดที่ผู้พูดได้พูดมาตอนต้นที่เป็นประเด็นสำคัญ (Main point) เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจอย่างแท้จริง ดังนั้น จึงเป็นส่วนที่สำคัญที่ผู้พูดจะต้องให้เนื้อหาที่กินใจผู้ฟัง นำไปคิดต่อ ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความคิด และพฤติกรรมต่อไป

สำหรับ**ส่วนการเชื่อมโยง (Bridge)** เป็นส่วนเนื้อหาที่ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงระหว่างส่วนเนื้อความ (Body) และส่วนบทสรุป (Conclusion) ซึ่งเนื้อหาส่วนนี้จะนำเสนอว่าจะต้องทำหรือปฏิบัติอย่างไร ถึงจะสามารถไปถึงจุดที่จะบรรลุเป้าหมายได้ และเมื่อเราเห็นว่าหากปัญหาได้รับการแก้ไขแล้วนั้น จะส่งผลดีอย่างไรบ้าง หรือหากไม่ได้รับการแก้ไขจะส่งผลเสียอย่างไร ซึ่งผู้พูดจะต้องแสดงให้เห็นถึงแนวทางแก้ไขหรือวิธีที่จะก้าวไปสู่การบรรลุเป้าหมายนั้น ๆ ได้อย่างชัดเจน โดยอาจจะเป็นกฎ ข้อห้าม วิถีคิด/ ปฏิบัติ การเน้นย้ำซ้ำข้อความอีกครั้ง หรือเป็นเรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของผู้พูด/ บุคคลที่มีชื่อเสียง ฯลฯ

ข) การใช้เทคนิคทางวิทยาศาสตร์ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Action)

ผู้วิจัยจึงได้แบ่งส่วนในการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) และ ส่วนบทสรุป (Conclusion) เพื่อให้เห็นโครงสร้างและองค์ประกอบ/ การใช้เทคนิคทางวิทยาศาสตร์ที่ชัดเจนมากขึ้น ดังนี้

➤ ส่วนการเชื่อมโยง (Bridge)

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้งหมด 25 คลิป ผู้วิจัยพบว่า คลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาในส่วนการเชื่อมโยง มีจำนวน 19 คลิป ซึ่งในบางคลิปวิดีโอจะปรากฏว่าส่วนการเชื่อมโยงจะสามารถทับซ้อนร่วมกัน (Overlap) กับส่วนปลายของเนื้อความหลัก โดยหน้าที่หลักคือการเน้นย้ำใจความสำคัญของเรื่อง โดยในแต่ละคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจในการศึกษานี้ มีการใช้เทคนิค/วิธีการทางวิทยาศาสตร์ในการสร้างส่วนการเชื่อมโยง มากที่สุด 4 อันดับแรก ดังนี้

1) **บอกว่าจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร** จำนวน 19 คลิป เช่น “มือไม้ของเราในการพูดนะคะ น้ำเสียงของเราที่ซ้ำแล้วก็เป็นเสียงต่ำ มันจะทำให้ผสมระหว่างความ Firm มั่นคง และก็ความ Kind หรือความอ่อนโยน ผสมลงไป” (*บุคลิกที่ควรมีในผู้นำ*), “เค้ฝักตัวเองจนเลือกได้ ฉันจะมีความสุข ฉันจะมองโลกแบบนี้ ฉันจะแก้ไขปัญหา ฉันจะไม่จม ฉันจะไม่ทุกข์ ฉันจะเป็นผู้สร้างสรรค์ ฉันจะเป็นผู้ทรงพลัง ฉันจะสร้างสิ่งนี้ ฉันจะเลือกได้ เพราะฝักจิตมาพอแล้ว” (*อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า*)

2) **เน้นย้ำซ้ำความ** จำนวน 7 คลิป เช่น “แล้วมีความคิดที่จะพาให้ความจริงนั้นเติบโตไปข้างหน้าได้ ไม่ใช่เอาความคิดพาให้สิ่งนั้นถอยไปข้างหลัง” (*คิดลยงงให้กลายเป็นบวก*), “นี่ก็เป็นเพราะว่ากลัวเจ็บ ไม่กล้าเจ็บจากการต้องยอมรับความจริงอีกเหมือนกัน” (*คนไม่ประสบความสำเร็จเพราะสิ่งเดียว!! คือ*)

3) **ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้วได้ผล** จำนวน 5 คลิป เช่น “สิ่งนี้สอนฉันว่า ถ้าฉันจะต้องทำสิ่งที่ฉันจะต้องทำอะไรบ้าง โห้ย ฉันฉลาดขึ้นเลย 3 วิชาเนี่ย ไปเรียนที่เมืองนอกทวิชาละล้าน” (*ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่นอยู่รีเปล่า*), “ผมการันตีเรื่องนี้เพราะอะไร เพราะว่าผมทำเรื่องนี้มา ผมศึกษาเรื่องแบบนี้มาตลอดชีวิตนะครับ แล้วก็สอน คือตัวเองทำได้ผลด้วย” (*คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้*)

4) **ข้อคิด คำคม** จำนวน 4 คลิป เช่น “มองโลกตามความเป็นจริงค่ะ ไม่แยะไปกว่าจริง ไม่ดีเกินไปกว่าจริง ตามความเป็นจริงค่ะ” (*คิดลยงงให้กลายเป็นบวก*), “ทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส” (*การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19*)

นอกจากนี้ ข้อค้นพบทั่วไปจากการวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือน/ ต่างกัน ของการใช้เทคนิคทางวจนภาษาในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) ช่วงส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) ได้ดังนี้

ค) วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Commonality) ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Action) ช่วงส่วนการเชื่อมโยง

ขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) ส่วนการเชื่อมโยง ผู้วิจัยพบว่า เทคนิคทางวจนภาษาที่ใช้ในการนำเสนอว่าจะต้องทำอะไรหรือปฏิบัติอย่างไร ถึงจะสามารถไปถึงจุดที่จะบรรลุเป้าหมายได้ เพื่อให้ผู้ฟังเกิดการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือทำให้เขาเกิดความรู้สึกอยากเปลี่ยนแปลงตนเอง จนนำไปสู่การพร้อมที่จะลงมือทำตาม โดยที่พบเหมือนกันของทุก ๆ คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ เน้นย้ำซ้ำความ และการยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงของตนเอง/บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ลงมือทำแล้วได้ผล โดยจะแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เน้นการใช้เทคนิคทางวจนภาษาดังที่กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1) บอกว่าจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร เทคนิคนี้มีหน้าที่ในการอธิบายให้ผู้ฟังทราบถึงแนวทาง/ วิธีการทำตามข้อเสนอแนะที่ผู้ฟังได้กล่าวไว้อย่างไรบ้างโดยสรุปแบบสั้น ๆ เพื่อให้คนเกิดการอยากลงมือทำทันที ก่อนที่จะเข้าส่วนบทสรุป ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่มีการ ‘บอกว่าจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร’ (How to) เพื่อให้ผู้ฟังตัดสินใจลงมือทำ โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ในขณะที่เรามั่นคงอยู่ตรงนี้ แต่ความเมตตาของเรา ก็ออกไปด้วยรอยยิ้มที่เกิดขึ้นบนใบหน้า มือไม้ของเราในการพูดนะคะ น้ำเสียงของเราที่เข้าแล้วก็เป็นเสียงต่ำ มันจะทำให้ผสมระหว่างความ Firm มั่นคง และก็ความ Kind หรือความอ่อนโยน ผสมลงไป นี่คือการที่ของผู้นำที่จะสามารถดึงใจให้ผู้คนอยากจะทำตามได้นะคะ (คลิปที่ 1 คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!/ ครูเงาะ 24 เม.ย 63)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “เค้าฝึกตัวเองจนเลือกได้ ฉันจะมีความสุข ฉันจะมองโลกแบบนี้ ฉันจะแก้ไขปัญหา ฉันจะไม่จม ฉันจะไม่ทุกข์ ฉันจะเป็นผู้สร้างสรรค์ ฉันจะเป็นผู้ทรงพลัง ฉันจะสร้างสิ่งนี้ ฉันจะเลือกได้ เพราะฝึกจิตมาพอแล้ว....สติจะรู้สึกได้แบบนี้ นี่ นี่ นี่ อะเลือก...” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63)
- โค้ชจ๊ีบ อติกานต์ หนูนภักดี ยกตัวอย่าง เช่น “ถ้าสมมติ You เข้าใจหลักนี้แล้ว แล้ว You ประคองตรงที่ว่า ไม่ว่าทำอะไรจะเกิดขึ้นก็ตามเนี่ย ฉันจะเป็นคนที่มีมีความสุขให้ได้ โดยที่ไม่ให้ใครเนี่ยมาเอาความสุขฉันออกไป เหมือนกับเอามือล้วงกระเป๋าเงินฉันแล้วดึงแบงค์พันออกไปเด็ดขาด...สิ่งที่เราต้องทำกับตัวเราต่างหาก คือดูทรงตัวเราให้อยู่ในท้อปฟอร์ม และ

รักษาประคองพลังงานบวกให้มากที่สุดในแต่ละวัน” (คลิปที่ 14 วิธีสร้างพลังงานบวก...get ปะ?/ โค้ชจีบ 15 ม.ค. 63)

- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “เพราะฉะนั้นเนี่ย เคล็ดลับอันหนึ่งคือ ตั้งคำถาม ตั้งคำถาม ว่า สิ่งที่คนอื่นพูดมันจริงหรือเปล่าวะ ตั้งคำถามนั้นะครับ สิ่งที่เขาพูดมันจริงหรือเปล่า นี่เป็นหลักคิดแห่งความสำเร็จที่เรียกว่า Accurate Thinking หรือการคิดแบบเที่ยง”(คลิปที่ 19 วิธีออกจากคุกในสมอง/ บัณฑิต 3 ก.พ. 64)
- จินา จีน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “บางครั้งคุณอาจจะรู้สึกทำให้ใช้วิธีนี้มันเกิดพลังมันมั่นใจ แต่มันดูแปลกประหลาดไปไหม คนจะมองว่าฉันไม่มีมารยาท หรือเปล่า คนจะมองว่าฉันไม่เหมือนคนอื่นหรือเปล่า อยากให้กำลังใจ และสนับสนุนเลยนะคะ ถ้ามันเป็นวิธีที่ซาร์จพลังของคุณ คุณมั่นใจขึ้นไม่ได้ทำให้คนอื่นเดือดร้อนให้กล้าทำเถอะค่ะ เค้าว่ากันว่า อันนั้นดี อันนี้เวิร์ค... ลองด้วยตัวเองค่ะ แล้วคุณจะเจอว่าเคล็ดลับที่ช่วยทำให้คุณมีพลัง และมีความมั่นใจแล้ว เหมาะกับคุณมันคืออะไร” (คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19/ จินา จีน่าฟู 23 มี.ค. 65)
- เก่ง สิทธิพงษ์ ศิริมาศเกษม ยกตัวอย่าง เช่น “3 เรื่อง เราอาจจะ Make decision ได้ง่ายขึ้น เพราะมันคือเป้าหมายของเรา สิ่งที่อยากทำ สิ่งที่ควรทำ และ สิ่งที่ต้องทำ ถามว่าอะไรสำคัญสุด อยากทำ ควรทำ และ ต้องทำ อะไรสำคัญสุด ต้องทำ ถูกไหม ต้องทำ สำคัญสุด คนส่วนใหญ่ไม่ใช่อย่างนั้น คนส่วนใหญ่อยากทำมากกว่า เพื่อนชวนไปดูหนังไป ไป นี่คืออยากทำ แต่ว่าต้องทำเนี่ย มันเกิดขึ้นเมื่อคุณมีเป้าหมายแล้ว คุณรู้ว่าคุณอยากจะเป็นผู้ กำกับ สิ่งที่ต้องทำคืออะไร ไปเรียนเรื่องกำกับหนัง เพื่อนชวนไปเที่ยว งั้นอันที่อยากทำเนี่ย ไม่ต้องทำก็ได้ แต่ต้องทำเนี่ย มันคืออะไร” (คลิปที่ 25 เวลา 24 ชั่วโมงของคนที่มีเป้าหมายชัด/ เก่ง สิทธิพงศ์ 22 ต.ค. 64)

2) **เน้นย้ำซ้ำความ** ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘เน้นย้ำซ้ำความ’ (Repetition) ในการเน้นย้ำ และให้นำหนักของเนื้อหาที่เป็นใจความหลักของเรื่อง เพื่อให้ทำให้ผู้ฟังตระหนักถึงสิ่งที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารมากที่สุด โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “คนที่รอดคือคนที่มองโลกตามความเป็นจริง แล้วมีความคิดที่จะพาให้ความจริงนั้น เติบโตไปข้างหน้าได้ ไม่ใช่เอาความคิดพาให้สิ่งนั้นถอยไปข้างหลัง” (คลิปที่ 3 คลิปครูเงาะ คิดลบยังงี้ให้กลายเป็นบวก/ ครูเงาะ 10 เม.ย. 63)

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “นี่ก็เป็นเพราะว่ากลัวเจ็บ ไม่กล้าเจ็บจากการต้องยอมรับความจริงอีกเหมือนกัน”(คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ .. / ขุนเขา 29 ม.ค. 64)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “โลกนี้เป็นไปได้หมด โลกนี้อะไรก็เป็นไปได้ แต่ทำไมในใจคุณก็สงสัยทำไมคุณทำแล้วไม่เห็นได้หรือทำไมคนคนนั้นทำแล้วไม่เห็นได้ ผมมีคำตอบอะไรรู้ปะเพราะเขาสงสัย” (คลิปที่ 18 3 วิธีเนรมิตชีวิตใหม่ทันที/ บัณฑิต 4 ก.ค. 64)
- จินา จิน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “เราจะมีโอกาสได้สร้างงานที่เราอยากทำอะไรอะคะ ไม่แน่นอนอะ เราอาจจะสามารถสร้าง Masterpiece ในช่วง covid-19 นี้ก็ได้ ทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส”(คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19/ จินา จิน่าฟู 23 มี.ค. 65) และ “จากที่บอกไว้ตอนต้นคลิปนะคะว่า ฟังคลิปนี้จบแล้วคุณจะได้เคล็ดลับในการชาร์จพลัง และการสร้างความมั่นใจ อะ สรุปแบบนี้เลยอะ เคล็ดลับในการสร้าง ความมั่นใจ และการชาร์จพลังนะหรือคะ ก็เปรียบเสมือนการเลือกรองเท้าไงคะ ไชสีโคร ไชสีมัน”(คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19/ จินา จิน่าฟู 23 มี.ค. 65)
- เก่ง สิทธิพงษ์ ศิริมาศเกษม ยกตัวอย่าง เช่น “ถ้าคุณแบ่งแยกอันนี้ได้อะ ชีวิตคุณจะง่ายขึ้น สิ่งที่คุณบอกว่าอ้อย ฉันไม่มีเวลาเลย ยุ่งเนี่ย มันยุ่งกับสิ่งที่อยากทำ สิ่งที่ต้องทำ หรือสิ่งที่ต้องทำ ถ้ามันยุ่งกับสิ่งที่อยากทำอะไร อะ แปลว่าคุณยุ่งผิดที่ คนที่มีเป้าหมายจะแยกแยะ 3 สิ่งนี้ได้” (คลิปที่ 25 เวลา 24 ชั่วโมงของคนที่มีเป้าหมายชัด/ เก่ง สิทธิพงษ์ 22 ต.ค. 64)

3) ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงของตนเอง/บุคคลที่ผู้พุดรู้จัก/บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ลองทำแล้วได้ผล ผู้วิจัยพบนักพุดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ยกตัวอย่างจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้วได้ผล’ (Life Testimony) โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

3.1) ประสบการณ์ของตัวผู้พุดเอง

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “สิ่งนี้สอนฉันว่า ถ้าฉันจะต้องทำอะไรที่ฉันจะต้องทำอะไรบ้าง โห้ย ฉันฉลาดขึ้นเลย 3 วิชาเนี่ย ไปเรียนที่เมืองนอกตกวิชาละล้าน” (คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุขไปผูกกับคนอื่นอยู่รีเปล่า/ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “ผมगरันตีเรื่องนี้เพราะอะไร เพราะว่าผมทำเรื่องนี้มาผมศึกษาเรื่องแบบนี้มาตลอดชีวิตนะครับ แล้วก็สอน คือตัวเองทำได้ผลด้วย...” (คลิปที่ 16 คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้/ บัณฑิต 23 ก.พ. 63)

3.2) ประสบการณ์ของบุคคลที่ผู้พูดรู้จัก

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “หลายครั้งที่เราเจอคนที่ประสบความสำเร็จ...ครูเงาะได้อ่านประวัติของท่านนะคะ เป็นคนไทย เคยออกจำคุกมาก่อน ออกมาทำกิจการนะคะ ล้มเจ็งไม่เป็นท่านนะคะ เปลี่ยนใหม่ ล้มอีก เปลี่ยนใหม่ ล้มอีก เป็นสิบๆ ครั้ง ใช้เวลากว่า 10 ปีคะ ในวันนี้คะ คนๆ นั้นสามารถเป็นเจ้าของกิจการแฟรนไชส์นะคะ มีมูลค่ากว่าร้อยล้านได้...ทำให้เขาก้าวเข้าสู่ความสำเร็จในที่สุด” (คลิปที่ 6 ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะคะ/ ครูเงาะ 7 มี.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “มีเรื่องราวของเพื่อนผม..เวลาเค้าอ่านหนังสือเนี่ย ..เค้าจะหยุดอ่านเมื่อถึงจุดหนึ่งที่หนังสือแนะนำว่า... แล้วเค้าจะเอาสิ่งนั้นไปทำก่อนแล้วทำแล้วได้ผลยังไง หรือไม่ได้ยังไงให้เต็มที่” (คลิปที่ 10 วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้/ ขุนเขา 4 ม.ค 64)

3.3) ประสบการณ์ของบุคคลที่มีชื่อเสียง/ ประสบความสำเร็จ

- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “เอตีสันเนี่ย หมิ่นครั้งเนี่ย เขาเสพยาความสนุกทุกครึ่ง เหมือนกับว่ามาลองอะไรสนุก ๆ...ลองทุก ๆ ครั้ง 9,999 ครั้ง มันเป็นความสนุกทุกครั้ง” (คลิปที่ 17 3 วิธี เนรมิตชีวิตใหม่ทันที/ บัณฑิต 15 มี.ค. 65)

ง) วิเคราะห์เปรียบเทียบความต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Specificity) ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Action) ช่วงส่วนการเชื่อมโยง

ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) ส่วนของการเชื่อมโยง (Bridge) ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่แตกต่างจากนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น ๆ ในความถี่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ, ข้อคิด คำคม, เรื่องเล่าจาประสบการณ์จริงของตัวเอง และการระบุนิยามเพื่อนำไปสู่การเชิญชวนให้รับฟัง โดยจะแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เน้นการใช้เทคนิคดังที่กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ’ (Metaphor/ Analogy) เพื่อทำให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจ เชื่อมโยงไปสู่เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องลงมือทำตาม โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ในวันที่เราสามารถอยู่ใน Package ที่สวยงามได้ แล้วเปิดมาก็เป็นทองอยู่ข้างใน”(คลิปที่ 7 บุคลิกภาพส่งผลต่อความสำเร็จจริงหรือไม่?/ ครูเงาะ 12 มี.ค 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ถ้าคุณบอกว่า โห้! จริง ๆ แล้วมันเป็นเพราะว่า โชคชะตาไม่ดี โทษกรรม โทษฆุ่นโทษนี้ ...แต่ไม่กลับมาพิจารณาตัวเอง นี่ก็เป็นเพราะว่ากลัวเจ็บ” (คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ.. / ขุนเขา 29 ม.ค. 64)

2) **ข้อคิด คำคม** ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ข้อคิด คำคม’ (Quote) ในการขยายความให้ผู้ฟังเข้าใจประเด็นหลักมากขึ้น ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “มองโลกตามความเป็นจริงค่ะ ไม่แยะไปกว่าจริง ไม่ดีเกินไปกว่าจริง ตามความเป็นจริงค่ะ” (คลิปที่ 3 คลิปครูเงาะ คิดลบบังใจให้กลายเป็นบวก/ ครูเงาะ 10 เม.ย. 63)
- จีนา จีน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “ทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส” (คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19/ จีนา จีน่าฟู 23 มี.ค. 65)

3) **เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของตนเอง** ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริง’ (Matter of Experience) โดยพบว่า ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- “แม่ครูคือที่สุดของการให้กำลังใจลูก...แม่ครูอายุ 83 ปีนี้ 84 ครูทำโชว์ที่ไหน คำคือกำลังใจที่สำคัญของชีวิตครู...คุณบุญยัง กองเกตุนะคะ จบป.4 เป็นลูกชานา แต่เลี้ยงลูกด้วยหัวใจ” (คลิปที่ 5 รักตัวเองแท้จริงแล้วคืออะไร/ ครูเงาะ 19 มี.ค. 65)

4) **ระบุนิยามเพื่อนำไปสู่การเชิญชวนให้รับฟัง** ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ระบุนิยามเพื่อนำไปสู่การเชิญชวนให้รับฟัง’ (Definition) เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจในคำตอบมากขึ้น โดยพบว่า คุณบัณฑิต อึ้งรังษีจะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- “หาตัวคุณให้พบ แล้วจบที่ Passive Income หมายความว่า...คุณก็ต้องเข้าใจว่าตกลงจุดประสงค์เพื่อชีวิตฉันคืออะไร แล้วต้องหาอาชีพที่มาตอบโจทย์ อันนั้น แล้วก็ได้เป็นรายได้ที่เป็น Passive Income คือได้เงินเข้ามา ตลอดเวลา” (คลิปที่ 16 คุณหมตไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้/ บัณฑิต 23 ก.พ. 63)

นอกจากเทคนิคทางวัจนภาษา (Verbal Technique) ข้อค้นพบอีกประการ คือ ผู้วิจัยพบว่า ในขณะที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจส่วนใหญ่มีวิธีการใช้เทคนิค ลีลาการพูดที่คล้ายคลึงกันนั้น แต่จะมีนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านที่มีวิธีการสร้างสีสัน (Color) และลีลา (Style) ที่โดดเด่นจากนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น ๆ เพื่อสร้างความสนุกสนานในการเล่าเรื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากการใช้การเล่นคำ (Puns) และคำพังเพย (Idiom) เพื่อความสละสลวยของถ้อยคำ ทำให้ผู้ฟังจดจำได้ง่าย ทั้งยังถูกจริตของคนไทย ดังนี้

1) การเล่นคำ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘การเล่นคำ’ (Puns) ผสมผสานในการสร้างข้อความที่เป็นข้อคิดชวนให้ผู้ฟังติดตาม ทั้งสามารถการขยายความให้เกิดความเข้าใจ และใช้เป็นตัวแทนเชื่อมโยงจากเนื้อความไปสู่บทสรุปได้อย่างคมคาย น่าจดจำ และ โดยพบว่า ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “เรามาส่งสังคมที่ดีด้วยการ Transform หรือเปลี่ยนแปลงความทุกข์และ เปลี่ยนแปลงความเจ็บปวด แทนที่จะ Transfer หรือส่งต่อมันให้คนอื่น และสำคัญอย่างยิ่งใหญ่ที่สุด คือ Transcend ซึ่งแปลเป็นไทยคือ ก้าวข้ามมันไปเลย” (คลิปที่ 11 สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า/ ขุนเขา 14 ก.ย 63)

2) คำพังเพย ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘คำพังเพย’ (Idiom) ในการขยายความให้เกิดความเข้าใจ และใช้เป็นตัวแทนเชื่อมโยงจากเนื้อความไปสู่บทสรุปได้อย่างคมคายและน่าจดจำ โดยพบว่า ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ฉะนั้นวันนี้ขอให้เราต้องเป็นของดีต้องเป็น ผ้าขี้ริ้วห่อทองเลย” (คลิปที่ 7 บุคลิกภาพส่งผลต่อความสำเร็จจริงหรือไม่? ครูเงาะ 12 มี.ค 65)

➤ **ส่วนบทสรุป (Conclusion)**

สำหรับส่วนบทสรุป (Conclusion) เป็นส่วนสุดท้ายของเนื้อเรื่องที่ทำหน้าที่สรุปเรื่องราวทั้งหมดที่ผู้พูดกล่าวในตอนอารัมภบท โดยผู้พูดจะกล่าวย้ำถึงวัตถุประสงค์ (Purpose) และจุดที่เป็นประเด็นสำคัญ (Main Idea) อีกครั้งเพื่อเป็นการสรุปใจความสำคัญ หรืออาจเป็นข้อความสั้น ๆ ที่เป็นการชักชวนให้ทำ หากมีส่วนการเชื่อมโยงที่เป็นตัวแทนของเรื่องราวทั้งหมดที่ช่วยให้ผู้ฟังเกิดการ “ขยับใจ” ส่วนสรุปนี้ก็คงจะทำหน้าที่ให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “ใจอยากลอง” ทั้งนี้ ผู้พูดอาจจะฝากทิ้งท้ายถึงผู้ฟังในเรื่องที่เกี่ยวกับแนวทางการปฏิบัติ หรือ ข้อคิด คำคมที่กินใจ และเตือนสติให้ผู้ฟังได้

นำไปคิดต่อ ซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความคิด และพฤติกรรม ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action)

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้งหมด 25 คลิป ผู้วิจัยพบว่า เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษา ในส่วนสรุปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจในการศึกษา มากที่สุด 4 อันดับแรก ดังนี้

1) **ชวนให้ลงมือทำ/ เปลี่ยนวิธีคิด** จำนวน 12 คลิป เช่น “วันนี้ถ้าคุณอยากประสบความสำเร็จ ลองเอา 5 ข้อนี้ไปใช้ในชีวิตเลยล่ะ” (รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์), “มันทุกคนจะลองเอาไปใช้ก็ได้ล่ะครับ อย่าลืมนะว่าความรู้ท่วมหัวมันเอาตัวรอดแน่นอน” (วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้)

2) **อธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ** จำนวน 7 คลิป เช่น “ถ้าคุณฝึกตัวเองให้กล้าเผชิญความเจ็บอยู่เสมอ คุณจะได้เจอกับความเจริญในไม่ช้าอย่างแน่นอน” (คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ), “อันนี้เป็นหลักปรัชญาที่ผมมั่นใจ ว่าถ้าคุณเอาไปใช้จะเป็นผลดีต่อชีวิต” (วิธีตัดสินใจทางเลือกใหม่ในชีวิต) และ **ข้อคิด คำคม** จำนวน 7 คลิป เช่น “อย่าอ้อ อย่ายุกับสิ่งที่มันเป็นอย่างยอมรับ เข้าใจใช้ State ที่ถูกต้อง” (ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่นอยู่รีเปล่า), “ถ้าอยากจะทำอะไรต้องกล้าเผชิญความเจ็บ” (คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ)

3) **ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ** จำนวน 4 คลิป เช่น “บางครั้งเหลือบมองบ้าง GPS เราไปตรงไหนเราไปถูกที่แล้ว คุณอนาคต กลับมาปัจจุบันต่อ เอ๊ะไหนคุณอดีตชิ มีรถข้างหลังมาไหม” (คุณแล้วจะใช้ชีวิตเป็น), “ถ้าคุณเข้าใจกระแสของโลก คุณเข้าใจการค้นหาตัวเองอย่างเป็นศาสตร์ สิ่งที่ผมสอนมันเป็นวิทยาศาสตร์” (คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้)

4) **ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม** จำนวน 3 คลิป เช่น “ผมขอพูดเลย ถ้าคุณรู้ว่าใช้ก่อนถึงจะทำนะ คุณไม่สำเร็จอะ” (สรุปศาสตร์แห่งการทำตัวตน), “You คิดไปเอง บิวท์ไปเอง แล้วก็ไปกำหนดเดดไลน์ของตัวเองให้เครียดหนักกว่าเดิมให้พลังงานหมด..มันไม่มีหรอก You” (วิธีสร้างพลังงานบวก...get ปะ?)

นอกจากนี้ ข้อค้นพบทั่วไปจากการวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือน/ ต่างกัน ของการใช้เทคนิคทางวจนภาษาในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) ช่วงส่วนบทสรุป (Conclusion) ได้ดังนี้

จ) วิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Commonality) ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Action) ช่วงส่วนบทสรุป

ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) ผู้วิจัยพบว่า เทคนิคทางวจนภาษาที่ใช้ในการตอบสนองความต้องการและความพอใจของผู้ฟัง เพื่อให้ผู้ฟังเกิดการ “ขยับใจ” ส่วนสรุปนี้ก็คงจะ

ทำหน้าที่ให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “ใจอยากลอง” จนนำไปสู่การพร้อมที่จะลงมือทำตาม โดยที่พบเหมือนกันของทุก ๆ คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ชวนให้ลงมือทำ, อธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ, ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ, และ ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม โดยจะแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เน้นการใช้เทคนิคทางวจนภาษาดังที่กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1) ชวนให้ลงมือทำ/ เปลี่ยนวิธีคิด ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ชวนให้ลงมือทำ’ (Persuade for Doing) เพื่อชักชวนโน้มน้าวให้ผู้ฟังเกิดการลงมือทำตาม โดยพบเหมือนกัน ดังนี้ โดยพบเหมือนกัน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ฉะนั้น ถ้าวันนี้เราอยากพัฒนาความเป็นผู้นำของเราให้เกิดขึ้น ลองฝึกบุคลิกนี้ดูค่ะ Kind But Firm” (คลิปที่ 1 คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!/ ครูเงาะ 24 เม.ย 63), “ลองเอาไปใช้ดูนะคะ ครูเงาะบอกได้เลยค่ะว่าทุกความคิดที่ผ่านเข้ามา ถ้าเปลี่ยนเป็นความคิดบวกแล้ว ทุกอย่างดีขึ้นแน่นอนค่ะ” (คลิปที่ 3 คลิปครูเงาะ คิดลบยังงี้ให้กลายเป็นบวก/ ครูเงาะ 10 เม.ย. 63) และ “วันนี้ถ้าคุณอยากประสบความสำเร็จ ลองเอา 5 ข้อนี้ไปใช้ในชีวิตเลยคะ” (คลิปที่ 4 รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์/ ครูเงาะ 10 มี.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ฉันทุกคนจะลองเอาไปใช้ก็ได้นะครับ อย่าลืมนะว่าความรู้ท่วมหัวนั้นเอาตัวรอดแน่นอน มันมีคำพูดว่า ความรู้ท่วมหัวเอาตัวไม่รอดไม่ครับ มันรอดแน่นอน” (คลิปที่ 10 วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้/ ขุนเขา 4 ม.ค 64)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “เพราะฉะนั้นเนี่ย เคล็ดลับอันหนึ่งคือ ตั้งคำถาม ตั้งคำถามว่า สิ่งที่คุณอื่นพูดมัน จริงหรือเปล่าวะ...เพราะว่าเราไม่ต้องไปเชื่อ สิ่งที่คุณอื่นพูดในครั้งแรก” (คลิปที่ 19 วิธีออกจากคุกในสมอง/ บัณฑิต 3 ก.พ. 64)
- จินา จีน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “ลองด้วยตัวเองคะ แล้วคุณจะเจอว่าเคล็ดลับที่ช่วยทำให้คุณมีพลัง และมีความ มั่นใจแล้วเหมาะกับคุณมันคืออะไร” (คลิปที่ 24 เคล็ดลับการสร้างความมั่นใจก่อนขึ้นเวที/ จินา จีน่าฟู 15 มี.ค. 64)
- เก่ง สิทธิพงษ์ ศิริมาศเกษม ยกตัวอย่าง เช่น “ไฟก็สว่างตัวเองอะอยากไปไหน หาจุดแข็งตัวเองให้เจอ ตั้งเป้าหมายไว้ แล้วไปมันให้ถึง” (คลิปที่ 25 เวลา 24 ชั่วโมงของคนที่มีเป้าหมายชัด/ เก่ง สิทธิพงษ์ 22 ต.ค. 64)

2) อธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘อธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ’ (explaining that should to do) เพื่อให้ผู้ฟังได้ทราบให้เหตุผลแก่ผู้ฟังว่า เพราะเหตุใดจำเป็นต้องลงมือทำตามวิธีคิด/ปฏิบัติที่แนะนำ โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ถ้าคุณฝึกตัวเองให้กล้าเผชิญความเจ็บอยู่เสมอ คุณจะได้เจอกับความเจริญ ในไม่ช้าอย่างแน่นอน” (คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ.. / ขุนเขา 29 ม.ค. 64)
- โค้ชจ๊ีบ อติกานต์ หนูนภักดี ยกตัวอย่าง เช่น “จ๊ีบก็ยืนยันว่า You ควรจะบอกเพื่อให้คนอยู่ใกล้ตัวของคุณเนี่ย ได้เข้าใจคุณจริง ๆ แต่พลังของการสื่อสารผ่านหัวใจมันจะทำให้เกิดการเชื่อมลึกของคนสองคนได้อย่างดี ไม่ใช่สมอง เก็บสมองไว้หาตั้งค้อนะอะ get..ปะ? (คลิปที่ 15 วิธีสื่อสาร ผ่านหัวใจ...get ปะ? / โค้ชจ๊ีบ 2 มี.ค. 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “อันนี้เป็นหลักปรัชญาที่ผมมั่นใจ ว่าถ้าคุณเอาไปใช้จะเป็นผลดีต่อชีวิต” (คลิปที่ 17 วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ในชีวิต/ บัณฑิต 15 มี.ค. 65)
- จีนา จีน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “คุณจะเจอว่าเคล็ดลับที่ช่วยทำให้คุณมีพลัง และมีความมั่นใจแล้วเหมาะกับคุณมันคืออะไร...เคล็ดลับในการเพิ่มพลัง และเพิ่มความมั่นใจ เคล็ดลับสุดท้ายก็คือ คุณนั่นแหละที่เป็นคนค้นพบเคล็ดลับอันนั้นเองคะ” (คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเอง ในช่วงโควิด-19 จีนา จีน่าฟู 23 มี.ค. 65)
- เก่ง สิทธิพงษ์ ศิริมาศเกษม ยกตัวอย่าง เช่น “อยากทำ สิ่งที่ควรทำ หรือสิ่งที่ต้องทำ ถ้ามันยุ่งกับสิ่งที่อยากทำอะ แปลว่าคุณยุ่งผิดที่คนที่มีความหมายจะแยกแยะ 3 สิ่งนี้ได้ โปกส์ว่าตัวเองอะอยากไปไหน” (คลิปที่ 25 เวลา 24 ชั่วโมงของคนที่มีความหมายชัด/ เก่ง สิทธิพงษ์ 22 ต.ค. 64)

3) **ข้อคิด คำคม** ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ข้อคิด คำคม’ (Quote) ในการขยายความให้ผู้ฟังเข้าใจประเด็นหลักมากขึ้น ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “อย่าอึด อย่ายุดกับสิ่งที่มันเป็นอยู่ ยอมรับเข้าใจใช้ State ที่ถูกต้อง” (คลิปที่ 2 ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับขาคอนอื่นอยู่รีเปล่า/ ครูเงาะ 13 ม.ค. 65)
- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ถ้าอยากจะเจริญต้องกล้าเผชิญความเจ็บ เพราะในความเจ็บจะมีความจริง” (คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ/ ขุนเขา 29 ม.ค. 64) และ “หาโอกาสทอง ที่ซ่อนอยู่ในความเศร้าหมอง” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่ง

ที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63) และ “การฆ่า “คน” จะไม่มีวันสิ้นสุด แต่การฆ่า “ความ” จะหยุดลงที่ใจ” (คลิปที่ 11 สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า/ ขุนเขา 14 ก.ย 63)

- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “เปลี่ยนจุดเจ็บเป็นแรงผลักดัน” (คลิปที่ 21 สรุปราศาสตร์ แห่งการหาตัวตน/ บัณฑิต 4 ก.ค. 64)
- จินา จิน่าฟู ยกตัวอย่าง เช่น “ทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส แต่จะมีสักกี่คนคะ ที่สามารถมองเห็น โอกาสท่ามกลาง วิกฤตได้แล้วจะเหลือสักกี่คนคะ ที่ไม่ได้แค่มองเห็นแต่สามารถลงมือทำ” (คลิปที่ 23 การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19/ จินา จิน่าฟู 23 มี.ค. 65)

4) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ’ (Metaphor/ Analogy) เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจ เชื่อมโยงไปสู่เหตุผลและความจำเป็นที่จะต้องลงมือทำตาม โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “บางครั้งเหลือบมองบ้าง GPS เราไปตรงไหน เราไปถูก ก็ที่แล้ว คุณอนาคต กลับมาปัจจุบันต่อ เอ๊ะไหนคุณอดีตชิ มีรถข้างหลังมาไหม” (คลิปที่ 13 ดูแล้วจะใช้ชีวิตเป็น/ ขุนเขา 22 ม.ค 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “ถ้าคุณเข้าใจกระแสของโลก คุณเข้าใจการค้นค้นหาตัวเองอย่างเป็นศาสตร์ สิ่งที่ผมสอนมันเป็นวิทยาศาสตร์” (คลิปที่ 16 คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้/ บัณฑิต 23 ก.พ. 63)
- เก่ง สิทธิพงษ์ ศิริมาศเกษม ยกตัวอย่าง เช่น “สิ่งที่คุณบอกว่าโอย ฉันไม่มีเวลาเลย วันนี้ยุ่งเหลือเกิน ยุ่งเนี่ย มันยุ่งกับสิ่งที่ อยากทำ สิ่งที่คุณควรทำ หรือสิ่งที่ต้องทำ ถ้ามันยุ่งกับสิ่งที่อยากทำอะ แปลว่า คุณยุ่งผิดที่” (คลิปที่ 25 เวลา 24 ชั่วโมงของคนที่มีเป้าหมายชัด/ เก่ง สิทธิพงษ์ 22 ต.ค. 64)

5) เน้นย้ำซ้ำความ ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘เน้นย้ำซ้ำความ’ (Repetition) ในการเน้นย้ำ และให้น้ำหนักของเนื้อหาที่เป็นใจความหลักของเรื่อง เพื่อให้ทำให้ผู้ฟังตระหนักถึงสิ่งที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารมากที่สุด โดยพบเหมือน ๆ กัน ดังนี้

- ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ยกตัวอย่าง เช่น “ถ้าไม่ได้ทำให้เรา ต่ำลง ถอยหลัง ย่ำอยู่กับที่ เอาความคิดนั้น ไปแปลงเป็นความคิดบวก ว่าฉันจะทำยังไงให้ฉันเดินไปข้างหน้าได้...หยิบมา ดูคะว่ากลัวแล้วบั่นทอนตัวเองหรือกลัวแล้วสร้างโอกาสให้กับชีวิตตัวเอง” (คลิปที่ 3 คลิปครูเงาะ คิดลบยังไงให้กลายเป็นบวก/ ครูเงาะ 10 เม.ย. 63)

- ชุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ทุกอย่างมันมาคู่กัน พออย่างนึงและ อย่างอื่นก็ และตามไปด้วยนะ ...คนในประเทศสายเทาโหด ประเทศก็สายนั้นแหละครับ คนในประเทศ ข้าเทาโหด ประเทศก็พัฒนาข้าเทาโหนดนั้นแหละครับ เห็นได้ชัดเจนเลย” (คลิปที่ 12 คน “ไม่ตรงต่อเวลา” โปรดดูคลิปนี้/ ชุนเขา 29 มี.ค. 64)
- โค้ชจ๊ีบ อติกานต์ หนูนภักดี ยกตัวอย่าง เช่น “You เข้าใจไหมว่า เกมเนี่ย มันไม่ใช่เกมสั้นๆ ไม่ใช่ 20 วันครับ อีกเป็นปี จ๊ีบจะบอก You ให้ คิดไปเอง บิวท์ไปเอง แล้วก็ไปกำหนด เดดไลน์ของตัวเองให้เครียดหนักกว่าเดิมให้พลังงานหมด” (คลิปที่ 14 วิธีสร้างพลังงานบวก...get ปะ?/ โค้ชจ๊ีบ 15 มี.ค. 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “ข้อแตกต่างของคนที่มีความสุขกับชีวิตกับคนที่วัน ๆ นั่งคิดแล้วก็จ้องว่า เห้ย จะใช้หรือเปล่า แล้วก็ไม่ทำอะไรซักที แล้วก็กลัวโน่นกลัวนี่...ผมขอพูดเลยถ้าคุณรู้ว่าใช้ก่อนถึงจะทำนะ คุณไม่สำเร็จจะ...ชีวิตมันคือการทดลองสนุกๆ อันนี้เป็นหลักปรัชญาที่ผมมั่นใจ” (คลิปที่ 17 วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ในชีวิต/บัณฑิต 15 มี.ค. 65)

ฉ) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Specificity) ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Action) ช่วงส่วนบทสรุป

ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่แตกต่างจากนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น ๆ เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย, ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม และการให้กำลังใจ โดยจะแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เน้นการใช้เทคนิคดังที่กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย’ (Comparing : pros and cons) ดังนี้

- ชุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “และในที่สุด เราก็ได้ออกแล้วครับ เป็นเวลา เกือบ 5 โมงนะครับ นิดบ่าย 3 เกือบ 5 โมง...คนในประเทศสายเทาโหด ประเทศก็สายนั้นแหละครับ คนในประเทศข้าเทาโหด ประเทศก็พัฒนาข้าเทาโหนดนั้นแหละครับ เห็นได้ชัดเจนเลย” (คลิปที่ 12 คน “ไม่ตรงต่อเวลา” โปรดดูคลิปนี้/ ชุนเขา 29 มี.ค. 64)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “นี่นะ ข้อแตกต่างของคนสำเร็จกับคนไม่สำเร็จ คนสำเร็จใหญ่กับคนไม่สำเร็จ แล้วก็ข้อแตกต่างของคนที่มีความสุขกับชีวิต กับคนที่วัน ๆ นั่งคิดแล้วก็จ้องว่า เห้ย จะใช้หรือเปล่า แล้วก็ไม่ทำอะไรซักที แล้วก็กลัวโน่นกลัวนี่ แล้วก็บอกว่าคุณต้องการรู้ว่าใช้ก่อนถึงจะทำ” (คลิปที่ 17 วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ในชีวิต/บัณฑิต 15 มี.ค. 65)

2) **ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม** ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม’ (Thoughts/Idea- Social Trend Conflict) ดังนี้

- โค้ชจ๊อบ อติกานต์ หนูนภักดิ์ ยกตัวอย่าง เช่น “You คิดไปเอง บิวท์ไปเอง แล้วก็ไปกำหนดเดดไลน์ของตัวเองให้เครียดหนักกว่าเดิมให้พลังงานหมด โอ้ย โค้ชพุงนี่ 19 วัน 18 วันที่ 17 วันที่ 16 วัน 15 วัน มันไม่มีหรอก You จีบถึงบอกเค้าแบนโทรเลขไปตั้งนานแล้วตอนนี้มันจะยังไงพูดได้ไม่เห็นหน้ากันก็ เออ...มันทำได้ทุกอย่างเว้ย” (คลิปที่ 14 วิธีสร้างพลังงานบวก ...get ป่ะ?/ โค้ชจ๊อบ 15 ม.ค. 63)
- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “ผมขอพูดเลยถ้าคุณรู้ว่าไ้ก่อนถึงจะทำนะคุณไม่สำเร็จจะ” (คลิปที่ 17 วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ในชีวิต/ บัณฑิต 15 มี.ค. 65)

3) **การให้กำลังใจ** ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้การ ‘ให้กำลังใจ’ (Encouragement) โดยพบว่า คุณขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร จะโดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้เพียงท่านเดียว ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “ขอให้ทุกคนไม่ใช่แค่ผ่านพ้นวิกฤตไปได้ เดี่ยวเราจะผ่านมันไปได้ หาโอกาสทองที่ซ่อนอยู่ในความเศร้าหมองที่ทุกคนนี้กว่ามันเป็น และสามารถที่จะสร้างทางเลือกให้ตัวเอง ได้ตั้งแต่วันนี้และตลอดไป นี่คือข้อคิดจากขุนเขา” (คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า?/ ขุนเขา 17 เม.ย. 63)

นอกจากเทคนิคทางวจนภาษา (Verbal technique) ข้อค้นพบอีกประการ คือ ผู้วิจัยพบว่า ในขณะที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจส่วนใหญ่มีวิธีการใช้เทคนิค ลีลาการพูดที่คล้ายคลึงกันนั้น แต่จะมีนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านที่มีวิธีการสร้างสีสัน (Color) และลีลา (Style) ที่โดดเด่นจากนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น ๆ เพื่อสร้างความสนุกสนานในการเล่าเรื่อง ซึ่งจะเห็นได้จากการใช้คำคล้องจอง (Rhyme) และคำสุภาษิต (Proverb) เพื่อความสละสลวยของถ้อยคำ ทำให้ผู้ฟังจดจำได้ง่าย ทั้งยังถูกจริตของคนไทย ดังนี้

1) **คำคล้องจอง** ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘คำคล้องจอง’ (Rhyme) ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “อยากเจริญ ต้องกล้าเผชิญความเจ็บ” (คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ.. / ขุนเขา 29 ม.ค. 64) และ “การฆ่าคนจะไม่ มีวันสิ้นสุด แต่การฆ่าความ จะหยุดลงที่ใจ” (คลิปที่ 11 สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า/ ขุนเขา 14 ก.ย

- บัณฑิต อึ้งรังษี ยกตัวอย่าง เช่น “หาตัวคุณให้พบ แล้วจับที่ Passive Income” (คลิปที่ 16 คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้/ บัณฑิต 23 ก.พ. 63)

2) คำสุภาษิต (Proverb) ผู้วิจัยพบนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ใช้ ‘คำสุภาษิต’ (Proverb)

ดังนี้

- ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร ยกตัวอย่าง เช่น “มันมีคำพูดความรู้ท่วมหัวเอาตัวไม่รอด ไม่ครับ มันรอดแน่นอน” (คลิปที่ 10 วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้/ ขุนเขา 4 ม.ค 64



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4.2.2.5 สรุปผลการศึกษาคุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565

ในการศึกษาคุณลักษณะของเนื้อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ นอกจากมีการใช้โครงสร้างการพูดตามแนวคิดของมอนโร (Monroe) เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในการเรียบเรียงเนื้อสาร และการจัดเรียงองค์ประกอบต่าง ๆ ของเนื้อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจแล้ว ผู้วิจัยยังได้นำแนวคิดองค์คณะแห่งความคิด (Faculties of the Minds) ของเดวิด ฮิวม์ และบทสรุปที่ว่าด้วยการเขียนและการใช้ลีลาภาษา (Style) มาเพิ่มเติมเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในการนำเสนอผลการศึกษา เนื่องจากโครงสร้างการพูดของมอนโร สามารถนำมาสอดคล้องกับแนวคิดองค์คณะแห่งความคิด (Faculties of the Minds) กล่าวคือ องค์ประกอบขององค์คณะแห่งความคิด มีความเชื่อมโยงกับลำดับขั้นการเกิด/สร้างแรงบันดาลใจของมนุษย์ มีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความคิด (Idea) การจินตนาการ (Imagination) อารมณ์ที่ผลักดันอยู่ภายใน (Passion) และเจตน์จำนงที่จะลงมือทำ (Will) อธิบายได้ว่า องค์คณะแห่งความคิด (Faculties of the Minds) เป็นกระบวนการความคิดที่เกิดจากการเปิดรับเนื้อสารที่สร้างแรงบันดาลใจผ่านประสบการณ์ตรงที่มีร่วมกันของผู้ฟัง ซึ่งเมื่อเกิดความคิด (Idea) และความเข้าใจ (Understanding) สิ่งต่าง ๆ อย่างมีเหตุผล ก็จะเชื่อมโยงไปยังการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ (Knowledge) และเปลี่ยนความคิด (Idea) ให้เป็นเรื่องราวที่มีความหมายต่อผู้รับสาร สอดคล้องกับขั้นตอนความสนใจ (Attention) และขั้นตอนความต้องการ (Need) ตามแนวคิดของมอนโร จากนั้น เกิดเป็นจินตนาการ (Imagination) ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างภาพในสมองจากการเชื่อมโยงกับเรื่องราวประสบการณ์ตรงที่ได้จากการรับฟังเนื้อสารสร้างแรงบันดาลใจ หรือจะเป็นข้อมูล ข้อเท็จจริงบางอย่างให้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้อง หรือมีความหมายต่อผู้รับสาร จนทำให้เกิดความรู้สึก/ อารมณ์ร่วมที่ผลักดันอยู่ภายใน (Passion) และนำไปสู่ความอยากลงมือทำ สอดคล้องกับขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และ ขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ของมอนโร และเมื่อจินตนาการเหล่านั้นได้เชื่อมโยงถึงกัน ก็จะนำไปสู่การสร้างความประทับใจที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหว บันดาลใจ นำไปสู่ความปรารถนา หรือเจตน์จำนงที่อยากลงมือทำ (Will) ที่ผู้ฟังต้องการจะปรับเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรมเพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น ส่งผลให้คนเกิด หรือการเริ่มที่จะลงมือทำตามวิธีคิด/ ขั้นตอนที่ได้จากการฟังเรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจของนักพูด เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย สอดคล้องกับขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) ตามแนวคิดของมอนโร ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างโครงสร้างการพูดของมอนโรกับแนวคิดองค์คณะแห่งความคิดของเดวิด ฮิวม์ และหลักการใช้ภาษา ไว้ดังตารางที่ 4.9 และจะได้นำกรอบแนวคิดดังกล่าวเป็นแนวทางหลักในการนำเสนอผลการศึกษาในลำดับต่อไป

ตารางที่ 4.9 แสดงผลสรุปคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ จำนวน 25 คลิป เรียงลำดับจากมากไปน้อย 4 อันดับแรก

Faculties of the minds	Components	Verbal Technique/ Characteristics
Idea	Attention	1) คำถามชวนสงสัย (n=12)
		2) ให้คำตอบคลายสงสัยในทันที (n=5)
		3) ข้อมูลที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยได้ยินมาก่อน และข้อคิด คำคม (n=4)
		4) ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม และ ความจริงที่ย้อนแย้ง (n=3)
	Need	1) ให้คำตอบคลายสงสัย (n=13)
		2) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ (n=11)
		3) อธิบายเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องฟัง (n=10)
		4) ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้วได้ผล (n=7)
Imagination & Passion	Satisfaction & Visualization	ลักษณะการจัดเรียง/ลำดับประเด็น (Arrangement)
		1) การเรียงเนื้อหาจากประเด็นกว้างไปยังประเด็นลึก (n=15)
		2) การเรียงเนื้อหาตามลำดับเวลา/ ขั้นตอน (n=9)
		3) การเรียงตามข้อดี และข้อเสีย (n=8)
		4) การเรียงเนื้อหาจากความสำคัญน้อยไปยังความสำคัญมาก (n=5)
		5) การเรียงเนื้อหาจากด้านกายภาพไปยังด้านจิตใจ/ ด้านจิตใจไปยังด้านกายภาพ (n=2)
		การนำเสนอประเด็นในแต่ละช่วง
		ส่วนต้น
		1) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ (n=11)
		2) ให้คำตอบคลายสงสัยตามประเด็นคำถามที่ตั้งไว้ (n=10)
		3) ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้วได้ผล (n=8)
		4) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย (n=7)
		ส่วนปลาย
		1) เน้นย้ำข้อความ จำนวน (n=18)
		2) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ (n=14)
		3) ชวนให้ลงมือทำ (n=12)
4) อธิบายขั้นตอนการลงมือทำ (n=10)		
Will	Bridge	1) บอกว่าจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร (n=19)
		2) เน้นย้ำข้อความ (n=7)
		3) ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้วได้ผล (n=5)
		4) ข้อคิด คำคม (n=4)
	Call to Action	1) ชวนให้ลงมือทำ/ เปลี่ยนวิธีคิด (n=12)
		2) อธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ และ ข้อคิด คำคม (n=7)
		3) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ (n=4)
		4) ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม (n=3)

นอกจากนี้ จากข้อมูลที่จำแนกความเหมือน/ต่างของการใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่วิเคราะห์ เปรียบจากคลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิปในช่วงต้น สามารถแสดงรายละเอียดโดยสรุปดังตารางที่ 4.10 และ ตารางที่ 4.11 ดังนี้

ตารางที่ 4.11 แสดงผลสรุปการใช้เทคนิคทางวิทยาศาสตร์ (Verbal Technique) และลีลา (Style) ของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้ง 6 ท่าน ที่มีความแตกต่างกัน (Specificity) โดยแบ่งตามกรอบของมอนโร

ลำดับ	ชื่อนักพูด สร้างแรงบันดาลใจ	Specificity					
		Intro		Body		Conclusion	
		Attention	Need	Satisfaction + ช่วงต้น	Satisfaction + ช่วงปลาย	Bridge	Call to Action
1	คุณเงาะ รศสุคนธ์ กองเกตุ	- ความจริงที่ซ่อนแย้ง - ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบ - ข้อสรุปที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยได้ยินมาก่อน - กาลเล่นคำ	- ระบุเป้าหมายเพื่อนำไปสู่การเจริญชนไม่ รับฟัง - เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของ ตัวเอง	- ข้อคิด คำคม - ข้อมูลที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยได้ยินมาก่อน - คำล้อจอง	- ความจริงที่ซ่อนแย้ง - ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเทียบและข้อเสีย - เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของตัวเอง - คำล้อจอง - เน้นย้ำ	- ข้อคิด คำคม - ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเปรียบ - เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของตัวเอง - คำล้อจอง - คำพิงแพะ	- ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย - ให้กำลังใจ - คำล้อจอง - คำสุภาพ
2	ขุนเขา สินสุสน เสงระบุตร	- ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบ - ข้อสรุปที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยได้ยินมาก่อน - กาลเล่นคำ	- ระบุเป้าหมายเพื่อนำไปสู่การเจริญชนไม่ รับฟัง - ข้อสรุปที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยได้ยินมาก่อน - คำล้อจอง - เน้นย้ำ	- ข้อคิดที่ติดแย้งกับสังคม - เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของ ตัวเอง - ความจริงที่ซ่อนแย้ง - เน้นย้ำ	- ความจริงที่ซ่อนแย้ง - ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเทียบและข้อเสีย - เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของตัวเอง - คำล้อจอง - เน้นย้ำ	- ข้อคิด คำคม - ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเปรียบ - เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของตัวเอง - คำล้อจอง - คำพิงแพะ	- ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย - ให้กำลังใจ - คำล้อจอง - คำสุภาพ
3	โศภิต อดิگانต์ หนองภักดี	- ข้อสรุปที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยได้ยินมาก่อน	- ข้อสรุปที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยได้ยินมาก่อน	- ข้อสรุปที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยได้ยินมาก่อน	- ข้อสรุปที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยได้ยินมาก่อน	- ข้อคิด คำคม - ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเปรียบ	- ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม - คำแสดงเอกลักษณ์เฉพาะตัว
4	บัณฑิต อึ้งรังษี		- เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของ ตนเอง	- ความจริงที่ซ่อนแย้ง - ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเทียบและข้อเสีย	- ความจริงที่ซ่อนแย้ง - ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเทียบและข้อเสีย		- ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม - ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย - คำล้อจอง
5	จินา จินาฟู	- ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบ - เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของ ตัวเอง	- ข้อสรุปที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยได้ยินมาก่อน			- ข้อคิด คำคม	
6	เก่ง สิทธิพงศ์ ศิริมาศเกษม						

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ประเภทและคุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทและคุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 รูปแบบการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยผู้วิจัยศึกษาจากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจจำนวน 6 ท่าน ที่เผยแพร่บนช่องทางยูทูป ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 และได้รับความนิยมนับรวมทั้งสิ้น จำนวน 25 คลิป ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ - เมษายน 2565

ผู้วิจัยเริ่มศึกษาจากการใช้ตารางลงรหัส (Coding sheet) ในการเก็บข้อมูล ซึ่งใช้ในการวิเคราะห์ตัวบท (Textual analysis) ว่ามีการจัดประเภท การใช้โครงสร้าง คุณลักษณะ และองค์ประกอบของเนื้อสารที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจใช้ในการสร้างเนื้อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลตามแต่ละคำถามนำวิจัย ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

1. ประเภทของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจในช่วงปี พ.ศ.2563-2565

สรุปผลการวิจัยตามคำถามนำวิจัยข้อที่ 1 : ประเภทของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอที่คัดเลือกมาศึกษาทั้งหมด 25 คลิป พบว่า มีลักษณะเป็นความเรียงแบบร้อยแก้ว (Prose) และมีลักษณะเป็นเรื่องเล่า (Narrative) แบ่งประเภทของเนื้อสารออกเป็น 2 ประเภทหลัก คือ 1) การสร้างแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) และ 2) การสร้างแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 การสร้างแรงจูงใจภายใน

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอที่ทั้งหมด 25 คลิป ผู้วิจัยพบว่า ประเภทของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ มีการสร้างแรงจูงใจภายใน จำนวน 23 คลิป และพบหัวข้อของการสร้างแรงจูงใจภายใน 3 หัวข้อย่อย คือ

1) การสร้างแรงจูงใจด้านทัศนคติ ปรากฏมากที่สุด จำนวน 15 คลิป แบ่งออกเป็น 4 หมวดหมู่ ได้แก่ 1.1 ทัศนคติต่อการจัดการความคิด/ การตัดสินใจ จำนวน 6 คลิป 1.2 ทัศนคติต่อความสำเร็จและความล้มเหลว จำนวน 4 คลิป 1.3 ทัศนคติต่อความสัมพันธ์กับตัวเอง จำนวน 3 คลิป และ 1.4 ทัศนคติต่อความสัมพันธ์กับคนอื่น จำนวน 2 คลิป รองลงมา

2) การสร้างแรงจูงใจด้านการบรรลุผลสำเร็จ พบจำนวน 6 คลิป

3) การสร้างแรงจูงใจด้านการเรียนรู้ จำนวน 2 คลิป

โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การสร้างแรงจูงใจด้านทัศนคติ (Attitude motivation) ผู้วิจัยพบการสร้างแรงจูงใจด้านทัศนคติ ปรากฏมากที่สุด จำนวน 15 คลิป แบ่งออกเป็น 4 หมวดหมู่ ได้แก่ **ทัศนคติต่อการจัดการความคิด/ การตัดสินใจ ทัศนคติต่อความสำเร็จและความล้มเหลว ทัศนคติต่อความสัมพันธ์กับตัวเอง และทัศนคติต่อความสัมพันธ์กับคนอื่น** ดังนี้

(1.1) หมวดที่ 1 : ทัศนคติต่อการจัดการความคิด/ การตัดสินใจ พบจำนวน 6 คลิป ได้แก่ ทัศนคติต่อการจัดการความคิดเชิงลบให้กลายเป็นความคิดเชิงบวก (*คิดลบยังไงให้กลายเป็นบวก, ครูเงาะ และ วิธีสร้างพลังงานบวก...get ป่ะ?, โค้ชจีบ*) ทัศนคติต่อการจัดการกับความเครียด และการตัดสินใจในช่วงที่ชีวิตพบเจอวิกฤต เพื่อสร้างโอกาสให้กับตนเอง (*อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และ วิกฤตแปลว่า?, ขุนเขา*) ทัศนคติต่อการจัดการความคิดในการนำความรู้ที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาความสามารถตนเอง (*วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้, ขุนเขา*) ทัศนคติต่อการจัดการความคิดเรื่องมุมมองการใช้ชีวิตในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต (*ดูแล้วจะใช้ชีวิตเป็น, ขุนเขา*) ทัศนคติต่อความเชื่อมั่นในตนเอง ไม่ยึดติดกับความคิดเชิงลบ/ บั่นทอนกำลังใจของผู้อื่น (*วิธีออกจาก คุกในสมองของคุณ, บัณฑิต*)

(1.2) หมวดที่ 2 – ทัศนคติต่อความสำเร็จและความล้มเหลว พบจำนวน 4 คลิป ได้แก่ ทัศนคติต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการมองเรื่องล้มเหลวว่าเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จ (*ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะคะ, ครูเงาะ*) ทัศนคติต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในเรื่องการเป็นคนตรงต่อเวลา เพื่อการพัฒนาตนเอง (*คน "ไม่ตรงต่อเวลา" โปรดดูคลิปนี้, ขุนเขา*) ทัศนคติของคนที่ประสบความสำเร็จ ต้องกล้าที่จะเผชิญความเจ็บปวด (*ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ, ขุนเขา*) ทัศนคติของคนที่ประสบความสำเร็จ มักจะมองทุกอย่างเป็นการทดลองสนุก (*วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ในชีวิต, บัณฑิต*)

(1.3) หมวดที่ 3 – ทศนคติต่อความสัมพันธ์กับตัวเอง พบจำนวน 3 คลิป ได้แก่ ทศนคติต่อการรักตัวเองที่แท้จริง คือการเป็นพ่อแม่ที่ดีให้กับตัวเอง (*รักตัวเองแท้จริงแล้วคืออะไร, ครูเงาะ*) ทศนคติต่อการเห็นคุณค่าในตัวเอง ด้วยการสร้างอารมณ์ชอบคุณ และสามารถกำหนดอารมณ์ของตนเองได้ (*อธิษฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้, บัณฑิต*)

(1.4) หมวดที่ 4 – ทศนคติต่อความสัมพันธ์กับผู้อื่น พบจำนวน 2 คลิป ได้แก่ ทศนคติต่อความสัมพันธ์กับผู้อื่นที่ตนเองโกรธเกลียด ด้วยการฝึกจิตในการฆ่าความไม่ดีในตัวเรา (*สิ่งเดียวที่คุณควรฆ่า, ขุนเขา*) ทศนคติต่อความสัมพันธ์กับคนรัก คนรอบข้าง ด้วยการสื่อสารโดยใช้ความรู้สึกผ่านหัวใจ (*วิธีสื่อสารผ่านหัวใจ...get ปะ?, โค้ชจ๊ิบ*)

2) การสร้างแรงจูงใจด้านการบรรลุผลสำเร็จ (Achievement motivation) ผู้วิจัยพบการสร้างแรงจูงใจด้านการบรรลุผลสำเร็จ จำนวน 6 คลิป โดยปรากฏเนื้อหาที่ให้วิธีการ/ ขั้นตอนปฏิบัติ (แนว How to) ในการทำเป้าหมายให้สำเร็จ ได้แก่ แนวทางการบรรลุผลสำเร็จ 3 ข้อ ในการปรับสถานะตัวเองจากที่รู้สึกทุกข์ให้กลายเป็นสุข (*ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่นอยู่ รีเปล่า, ครูเงาะ*) แนวทางการบรรลุผลสำเร็จ 5 ข้อ ของคนที่อยากประสบความสำเร็จ แม้ไม่มีพรสวรรค์ (*5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์, ครูเงาะ*) แนวทางการบรรลุผลสำเร็จ 3 ข้อ ในการค้นพบเป้าหมายชีวิต และความประสบความสำเร็จของตนเอง (*3 วิธีเนรมิตชีวิตใหม่ที่ สรุปลศาสตร์ แห่งการหาตัวตน, บัณฑิต และ 24 ชั่วโมงของคนที่มีเป้าหมายชัด, เก่ง สิทธิพงษ์*) แนวทางการบรรลุผลสำเร็จ 3 ข้อ ในการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส เพื่อการพัฒนาความสามารถตนเอง (*การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19, จินา จิน่าฟู*)

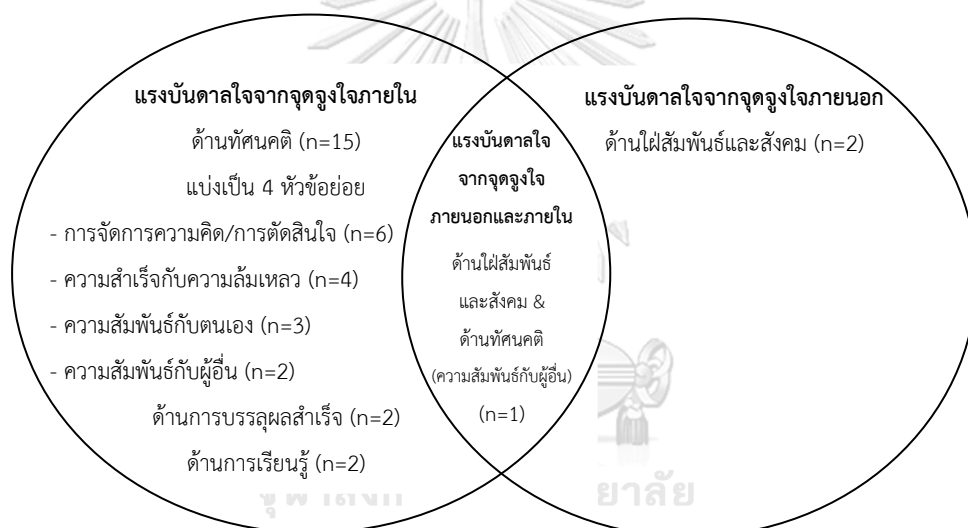
(3) การสร้างแรงจูงใจด้านการเรียนรู้ (Learning Motivation) ผู้วิจัยพบการสร้างแรงจูงใจด้านการเรียนรู้ ปรากฏน้อยที่สุด จำนวน 2 คลิป เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างทักษะการเรียนรู้ ในการพัฒนาความสามารถตนเอง ได้แก่ การเรียนรู้ทักษะการพูดอย่างมืออาชีพ (*หนึ่งสิ่งที่ย่เปลี่ยนชีวิตผม และวอเรน บัฟเฟต, บัณฑิต*) การเรียนรู้ทักษะการพูดเพื่อเสริมสร้างพลัง และความมั่นใจให้กับตนเองเวลาตื่นเต้นเมื่อขึ้นบนเวที (*เคล็ดลับการสร้างความมั่นใจก่อนขึ้นเวที/ จินา จิน่าฟู*)

1.2 การสร้างแรงจูงใจภายนอก

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอที่ทั้งหมด 25 คลิป ผู้วิจัยพบว่า ประเภทของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ยังพบการสร้างแรงจูงใจภายนอก จำนวน 2 คลิป ผ่านการให้แนวคิด/วิธีปฏิบัติในการฝึกฝนบุคลิกภาพภายนอก (Personality) โดยพบว่าเป็นการสร้างแรงจูงใจด้านใฝ่สัมพันธ์และสังคม (Affiliation & Social Motivation) เพียงประเภทย่อยเดียว ซึ่งปรากฏเป็นเนื้อหาที่เน้นการเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีให้กับตนเอง ได้แก่ การเสริมสร้างบุคลิกภาพความเป็นผู้นำ เพื่อให้คนติดตาม และให้ความเชื่อถือ (*บุคลิกที่ควรมีในผู้นำ, ครูเงาะ*) และการเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีทั้งภายในและภายนอกให้กับตนเอง เพื่อการประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน (*บุคลิกภาพส่งผลต่อความสำเร็จจริงหรือไม่?, ครูเงาะ*) ดังปรากฏในตารางที่ 4.2

ประเภทเนื้อหา	ประเภทเนื้อหาย่อย	ชื่อคลิปวิดีโอ/นักพูดสร้างแรงบันดาลใจ			
การสร้างแรงจูงใจภายใน	1. แรงจูงใจด้านทัศนคติ	-คลิปที่ 3 คิดลบยังให้กลายเป็นบวก/ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ -คลิปที่ 9 อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตที่แปลว่า...?/ ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร -คลิปที่ 10 วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ความรู้/ ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร -คลิปที่ 13 ดูแล้วจะใช้ชีวิตเป็น/ ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร -คลิปที่ 14 วิธีสร้างพลังงานบวก...get ปะ? / โค้ชจ๊อบ อติกานต์ หนูนักกิติ -คลิปที่ 19 วิธีออกจากคุกในสมองของคุณ/ บัณฑิต อึ้งรังสี			
			1.2) ทัศนคติต่อความสำเร็จและความล้มเหลว (n=4)	-คลิปที่ 6 ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะคะ/ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ -คลิปที่ 8 คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ.../ ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร -คลิปที่ 12 คน"ไม่ตรงต่อเวลา" โปรดดูคลิปนี้/ ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร -คลิปที่ 17 วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ในชีวิต/ บัณฑิต อึ้งรังสี	
				1.3) ทัศนคติต่อความสัมพันธ์กับตัวเอง (n=3)	-คลิปที่ 5 รักตัวเองแท้จริงแล้วคืออะไร/ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ -คลิปที่ 16 คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้/ บัณฑิต อึ้งรังสี -คลิปที่ 20 อธิษฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้/ บัณฑิต อึ้งรังสี
					1.4) ทัศนคติต่อความสัมพันธ์กับคนอื่น (n=2)
				2. แรงจูงใจด้านการบรรลุผลสำเร็จ (n=6)	
	3. แรงจูงใจด้านการเรียนรู้ (n=2)	-คลิปที่ 22 หนึ่งสิ่งที่เปลี่ยนชีวิตผม และวอเรน บัฟเฟต/ บัณฑิต อึ้งรังสี -คลิปที่ 24 เคล็ดลับการสร้างความมั่นใจก่อนขึ้นเวที/ จิน่า จิน่าฟู			
		การสร้างแรงจูงใจภายนอก	-คลิปที่ 1 คลิปครูเงาะบุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!! / ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ -คลิปที่ 7 บุคลิกภาพส่งผลต่อความสำเร็จจริงหรือไม่?/ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ		

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า บางคลิปวิดีโอมีการสร้างแรงจูงใจภายนอกและแรงจูงใจภายในร่วมกัน ได้แก่ เรื่องที่เกี่ยวกับการเสริมสร้างบุคลิกภาพความเป็นผู้นำ (บุคลิกที่ควรมีในผู้นำ, ครูเงาะ) ที่นอกจากจะเป็นการสร้างแรงจูงใจภายนอก ด้านไฝ่สัมพันธและสังคม ที่กล่าวถึงการฝึกบุคลิกภาพในด้านกายภาพแล้ว ในขณะที่เดียวกันก็มีการสร้างแรงจูงใจภายใน ด้านทัศนคติต่อความสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยเนื้อหาในคลิปวิดีโอได้กล่าวถึงวิธีคิด/ทัศนคติที่ควรมีในผู้นำ เพื่อการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนรอบข้าง ไม่ว่าจะเป็น หัวหน้ากับลูกน้อง, แม่กับลูก ผู้วิจัยจึงพบข้อสังเกตว่า นักพูดสร้างแรงบันดาลใจสามารถที่จะสร้างแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกควบคู่กันไปได้ในการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ฟัง ผู้วิจัยสามารถสรุปการสร้างแรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอกร่วมกันได้ดังแสดงในภาพที่ 9 โดยผู้วิจัยอ้างอิงจากกรอบแนวคิดการวิจัยที่ระบุไว้ในบทที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 9 แสดงผลสรุปประเภทของเนื้อหาสารคลิปวิดีโอบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ

2. คุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565

สรุปผลการวิจัยตามคำถามนำวิจัยข้อที่ 2: คุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร

จากคลิปวิดีโอที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ทั้งหมด 25 คลิปนี้ ผู้วิจัยได้ถอดความเนื้อหา และนำมาวิเคราะห์ด้วยทตามกรอบตารางลงรหัส (Coding sheet) ที่ได้สังเคราะห์ไว้ในบทที่ 3 พบว่า มีการวางโครงสร้างเรื่องตามแบบโครงสร้างพื้นฐานการพูด ได้แก่ ส่วนเกริ่นนำ (Introduction) ส่วนเนื้อความ (Body) ส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) และส่วนบทสรุป (Conclusion) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำหลักการพูดจูงใจของมอนโร (Monroe) เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยในการเรียบเรียงเนื้อสาร และการจัดเรียงองค์ประกอบต่าง ๆ ในโครงสร้างการพูดที่มีเนื้อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้งหมด 25 คลิป ผู้วิจัยพบว่าในแต่ละขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นตอนความสนใจ (Attention) และ ขั้นตอนความต้องการ (Need) 2) ขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) 3) ขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) จะมีการใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่หลากหลายในการสร้างแรงบันดาลใจที่แตกต่างกันไปตามแต่ละนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ

สำหรับเทคนิคทางวจนภาษา (Verbal Technique) ผู้วิจัยพบว่า ในขั้นตอนความสนใจ (Attention) มีการ **“ตั้งคำถามชวนสงสัย”** (Puzzled Question) มากที่สุด จำนวน 12 คลิป ส่วนขั้นตอนความต้องการ (Need) พบการ **“ให้คำตอบคลายสงสัยในทันที”** (Giving of answer to the doubts) มากที่สุด จำนวน 13 คลิป จากนั้น ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ช่วงส่วนต้นของเนื้อความ พบการ **“ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความให้เข้าใจ”** (Illustration – to figuratively elaborate and/or compare the ideas) มากที่สุด จำนวน 11 คลิป และช่วงส่วนปลายของเนื้อความ พบการ **“เน้นย้ำซ้ำความ”** (Paraphrasing Repetition) มากที่สุด จำนวน 18 คลิป สุดท้าย ในขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) ในส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) พบการ **“บอกว่าจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร”** (Telling/Sharing how to complete the offer) มากที่สุด จำนวน 19 คลิป และในส่วนบทสรุป พบการ **“ชวนให้ลงมือทำ”** (invitations to action) มากที่สุด จำนวน 12 คลิป ดังปรากฏในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงผลสรุปคุณลักษณะของเนื้อหาารบนช่องทางยูทูบของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ จำนวน 25 คลิป เรียงลำดับจากมากไปน้อย 4 อันดับแรก

Faculties of the minds	Components	Verbal Technique/ Characteristics
Idea	Attention	1) คำถามชวนสงสัย (n=12)
		2) ให้คำตอบคล้ายสงสัยในทันที (n=5)
		3) ข้อมูลที่คาดไม่ถึง/ ไม่เคยได้ยินมาก่อน และข้อคิด คำคม (n=4)
		4) ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม และ ความจริงที่ย้อนแย้ง (n=3)
Idea	Need	1) ให้คำตอบคล้ายสงสัย (n=13)
		2) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ (n=11)
		3) อธิบายเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องฟัง (n=10)
		4) ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอลงจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้วได้ผล (n=7)
Imagination & Passion	Satisfaction & Visualization	ลักษณะการจัดเรียง/ลำดับประเด็น (Arrangement)
		1) การเรียงเนื้อหาจากประเด็นกว้างไปยังประเด็นลึก (n=15)
		2) การเรียงเนื้อหาตามลำดับเวลา/ ขั้นตอน (n=9)
		3) การเรียงตามข้อดี และข้อเสีย (n=8)
		4) การเรียงเนื้อหาจากความสำคัญน้อยไปยังความสำคัญมาก (n=5)
		5) การเรียงเนื้อหาจากด้านกายภาพไปยังด้านจิตใจ/ ด้านจิตใจไปยังด้านกายภาพ (n=2)
		การนำเสนอประเด็นในแต่ละช่วง
		ส่วนต้น
		1) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ (n=11)
		2) ให้คำตอบคล้ายสงสัยตามประเด็นคำถามที่ตั้งไว้ (n=10)
		3) ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอลงจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้วได้ผล (n=8)
		4) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย (n=7)
ส่วนปลาย		
1) เน้นย้ำข้อความ จำนวน (n=18)		
2) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ (n=14)		
3) ชวนให้ลงมือทำ (n=12)		
4) อธิบายขั้นตอนการลงมือทำ (n=10)		
Will	Bridge	1) บอกว่าจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร (n=19)
		2) เน้นย้ำข้อความ (n=7)
		3) ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอลงจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้วได้ผล (n=5)
		4) ข้อคิด คำคม (n=4)
	Call to Action	1) ชวนให้ลงมือทำ/ เปลี่ยนวิธีคิด (n=12)
		2) อธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ และ ข้อคิด คำคม (n=7)
		3) ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ (n=4)
		4) ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม (n=3)

จากตารางที่ 4.9 ผู้วิจัยจะขอนำเสนอการจัดเรียงองค์ประกอบต่าง ๆ ในการใช้เทคนิค/วิธีการ ทางวัจนภาษา (Verbal Technique) ของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 จากคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้งหมด 25 คลิป ที่ได้ค้นพบทั้งหมด โดยผู้วิจัยขอยกตัวอย่างที่เห็นเด่นชัด และสรุปผลการวิจัยตามกรอบโครงสร้างการพูดของมอนโร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) ลักษณะโครงสร้างการพูดของมอนโร ผู้วิจัยพบโครงสร้างการพูดของมอนโร แบ่งออกเป็น 2 แบบใหญ่ ๆ คือ

- 1) โครงสร้างการพูดของมอนโรแบบชัดเจน พบจำนวน 18 คลิป
- 2) โครงสร้างการพูดของมอนโรแบบไม่ชัดเจน พบจำนวน 7 คลิป ดังนี้

(1.1) พบโครงสร้างการพูดของมอนโรแบบชัดเจน จำนวน 18 คลิป โดยผู้วิจัยพบการลำดับเนื้อหาตาม 5 ลักษณะ โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ การเรียงเนื้อหาจากประเด็นกว้างไปยังประเด็นลึก ปรากฏมากที่สุด พบจำนวน 12 คลิป เช่น บุคลิกที่ควรมีในผู้นำ (ครูเงาะ) การเรียงตามข้อดี และข้อเสีย พบจำนวน 7 คลิป เช่น สิ่งเดียวที่คุณควรม่า (ขุนเขา) การเรียงเนื้อหาตามลำดับเวลา/ ขั้นตอน พบจำนวน 6 คลิป เช่น รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้ แม้ไม่มีพรสวรรค์ (ครูเงาะ) การเรียงเนื้อหาจากความสำคัญน้อยไปยังความสำคัญมาก พบจำนวน 5 คลิป เช่น อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า? (ขุนเขา) และการเรียงเนื้อหาจากด้านกายภาพไปยังด้านจิตใจ/วิญญาณ หรือ ด้านจิตใจ/วิญญาณไปยังด้านกายภาพ ปรากฏน้อยที่สุด พบจำนวน 2 คลิป เช่น ที่เราทุกข์..เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่นอยู่รีเปล่า (ครูเงาะ)

(1.2) พบโครงสร้างการพูดของมอนโรแบบไม่ชัดเจน จำนวน 7 คลิป ผู้วิจัยพบการลำดับเนื้อหาเพียง 3 ลักษณะ โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ การเรียงเนื้อหาจากประเด็นกว้างไปยังประเด็นลึก พบจำนวน 3 คลิป เช่น รักตัวเองแท้จริงแล้ว คืออะไร (ครูเงาะ) ปรากฏเท่ากันกับ การเรียงเนื้อหาตามลำดับเวลา/ ขั้นตอน พบจำนวน 3 คลิป เช่น คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียวคือ (ขุนเขา) และการเรียงตามข้อดี และข้อเสีย น้อยที่สุด พบจำนวน 1 คลิป เช่น คิดลบยังไงให้กลายเป็นบวก (ครูเงาะ)

2) ขั้นตอนตามหลักการจูงใจของมอนโร

(2.1) ขั้นตอนความสนใจ (Attention) และ ขั้นตอนความต้องการ (Need)

(2.1.1) ขั้นตอนความสนใจ (Attention) ผู้วิจัยพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวัจนภาษาแบบใหญ่ ๆ มากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่

1. การตั้งคำถามชวนสงสัย พบจำนวน 12 คลิป เช่น “บุคลิกท่าทางแบบไหนคะ ที่ถ้าวันนี้เราอยากจะเป็นผู้นำ เราจะฝึกให้เกิดขึ้นกับตัวของเรา” (ครูเงาะ), “คุณรู้ไหมครับ? ทำไมคุณอธิษฐานแล้วไม่ได้ผล” (บัณฑิต)

2. การให้คำตอบคลายสงสัยในทันที พบจำนวน 5 คลิป เช่น “ถ้าคุณอยากจะเป็นคนที่อธิษฐานแล้วได้ผล สิ่งหนึ่งที่ต้องมีคือ การมีอารมณ์ขอบคุณ” (บัณฑิต)

3. การใช้ข้อมูลที่คาดไม่ถึง/ไม่เคยได้ยินมาก่อน พบจำนวน 4 คลิป เช่น “วิกฤต แปลว่าการตัดสินใจครับ” (ขุนเขา) เช่นเดียวกับ การใช้ข้อคิด คำคม พบจำนวน 4 คลิป เช่น “Happiness is a key to success.” (ครูเงาะ)

4. การใช้ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม พบจำนวน 3 คลิป เช่น “การฆ่าความเลวสำคัญว่าการฆ่าคนเลวนะครับ” (ขุนเขา) เช่นเดียวกับ การใช้ความจริงที่ย้อนแย้ง พบจำนวน 3 คลิป เช่น “รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้แม้ไม่มีพรสวรรค์” (ครูเงาะ)

นอกจากนี้ สิ่งที่พบเพิ่มเติมจากการใช้กรอบแนวคิดของมอนโร รวมถึงเทคนิค/วิธีการทางวัจนภาษาในขั้นตอนความสนใจนั้น ผู้วิจัยยังพบว่า คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านมีการใช้ลีลา (Style) ที่สามารถสร้างสีสัน (Color) และความสนุกสนานให้แก่ผู้ฟังให้จดจำได้ง่าย ทั้งยังตรงกับความชื่นชอบของผู้ฟังชาวไทย ได้แก่ การเล่นคำ พบจำนวน 2 คลิป เช่น “แล้วก็มาจากกรีกอีกคำหนึ่งนะครับ Krinein ใครเนียน โอ้ว พูดเป็นไทยแล้วมันไม่เทเลยให้ตาย...ใครเนียน ห๊ะ?” (ขุนเขา) และการใช้คำคล้องจอง พบจำนวน 1 คลิป ได้แก่ “เราจะเป็นที่รัก เราจะต้องเจออุปสรรคแน่นอน...” (ครูเงาะ) รวมถึงการใช้คำพูดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว พบจำนวน 2 คลิป เช่น วิธีสื่อสารผ่านหัวใจ...get ป่ะ? (โค้ชจ๊อบ)

(2.1.2) **ขั้นตอนความต้องการ (Need)** ผู้วิจัยพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบใหญ่ ๆ มากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่

1. **การให้คำตอบคลายสงสัย** พบจำนวน 13 คลิป เช่น “ครูขอให้อ่านสองคำนี้นะคะ นั่นก็คือ “Kind but Firm” (ครูเงาะ) ทั้งนี้ ยังพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบผสม ยกตัวอย่าง เช่น การให้คำตอบคลายสงสัยในทันที + ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ เช่น “วิธีแย่งง่าย ๆ นะคะ เอามาดูว่าไอความคิดเนี่ยของคุณเนี่ย มันทำให้ชีวิตของเราเติบโตไปข้างหน้าได้มั้ย?... เช่น สมมติว่า เรากำลังกลัวว่าธุรกิจของเรากำลังแย่นะเลย เราคิดแบบนี้มันเติบโตมั้ย? แต่สมมติถ้าคิดแบบนี้แล้วมันมีแต่กังวล เครียด ให้ทิ้งทันทีคะ” (ครูเงาะ) **การให้คำตอบคลายสงสัยในทันที + อธิบายเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องฟังเรื่องนี้** เช่น “ไม่ว่าเหตุการณ์อะไรจะเกิดขึ้นก็ตามเนี่ย ตัว You ต้องเอาตัว You ให้อยู่ก่อน ทั้งที่มีแฟน หรือไม่มีแฟนก็ตามนะ เพราะ...ถ้า You ไม่เข้าใจหลักการนี้ ไม่ว่า You มีแฟน หรือไม่มีแฟน You ก็ฟัง” (โค้ชจ๊อบ) **และการให้คำตอบคลายสงสัยในทันที + ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงของตนเองที่ลองทำแล้วได้ผล** เช่น “สำคัญก็คือ ว่าคุณเนี่ยต้องเข้าใจแรงจูงใจของตัวเอง...เคล็ดลับอันหนึ่งของชีวิต...พลังของการรู้ว่าทำไม จริง ๆ ถ้าคุณรู้อะไรบางอย่างมันเกิดมาเพื่ออะไรมันทำอะไรต่าง ๆ ไปเนี่ยทุก ๆ วันทำไปเพื่ออะไร...ยกตัวอย่างสิ่งที่ผมเอามาสอนพวกคุณ สิ่งที่ผมทำคอร์สต่าง ๆ ขึ้นมา หรือว่าทำคลิปต่าง ๆ เหล่านี้ขึ้นมาเนี่ย ผมไม่ได้ทำเพื่อต้องการหาเงินแล้วนะ” (บัณฑิต)

2. **การยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ** พบจำนวน 11 คลิป เช่น “เราจะเติบโตได้ก็ต่อเมื่อมีความเจ็บปวด เหมือนกลัมนั่นอะครับ...มันต้องมีการฉีก” (ขุนเขา) ทั้งนี้ ยังพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบผสม ยกตัวอย่าง เช่น **การยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ + เน้นย้ำซ้ำความ** เช่น “เช่น สมมติว่า เรากำลังกลัวว่าธุรกิจของเรากำลังแย่นะเลย...สมมติถ้าคิดแบบนี้แล้วมันมีแต่กังวล เครียด ให้ทิ้งทันทีคะ เราลองพลิกขึ้นมาดูว่า ความคิดอันเนี่ย จะทำให้เราเติบโตอะไรได้บ้าง” (ครูเงาะ), **การยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ + เน้นย้ำซ้ำ ๆ** เช่น “สมมติว่าทำงานหนักเหนื่อยแล้วมันเจ็บปวด คน ๆ นั้นก็เลยบอกไม่เอาดีกว่า นอนน้อยแล้วเจ็บปวดไม่เอา ต้องหันหาความรู้เพิ่มเติมให้ฉลาดขึ้นแล้วมันเจ็บปวดทรมาน เหนื่อย ทุกข์ ไม่เอา ต้องออกจาก comfort zone เพื่อทำอะไรใหม่ ๆ ลองสิ่งใหม่ ๆ เจ็บปวด ไม่เอา...” (ขุนเขา)

3. การอธิบายเหตุผลว่าเหตุใดผู้ฟังจึงจำเป็นต้องฟังเรื่องนี้ พบจำนวน 10 คลิป เช่น “พอเราเรียนรู้แล้วการที่เราจะพัฒนาตัวเองขั้นต่อไปได้ คือเราต้องนำสิ่งที่เรารู้มาใช้ แม้ตอนแรกมันจะเจ็บปวด” (ขุนเขา) ทั้งนี้ ยังพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบผสม ยกตัวอย่างเช่น อธิบายเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องฟังเรื่องนี้ + ให้คำตอบคลายสงสัยในทันที เช่น “เราจะมาคอยยินดีกับวันสุดท้ายที่เขาสำเร็จแล้ว แต่เขาเป็นคนที่ยินดีกับทุกความล้มเหลวของตัวเอง... จุดต่างค่ะ ของคนที่ล้มเหลวตลอดเวลา คือเขามักล้มเหลวแล้วล้มเล็กค่ะ... แต่คนที่ประสบความสำเร็จ เขามักล้มเหลวแล้วเขาลุกทุกครั้งี่ล้มค่ะ” (ครูเงาะ), อธิบายเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องฟังเรื่องนี้ + ข้อคิด คำคม เช่น “เราเนี่ยแค่เผชิญกับการต้องตัดสินใจเท่านั้นเองครับ...และการตัดสินใจและการเลือกของคุณนี่แหละ จะเป็นตัวกำหนดว่าชีวิตคุณจะเป็นยังไง...ในวิกฤตแสนเศร้าหมอง มีโอกาสทองซ่อนอยู่เสมอ” (ขุนเขา)

4. การยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงที่ลองทำแล้วได้ผล พบจำนวน 7 คลิป แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ประสบการณ์ของตัวผู้พูดเอง เช่น “วันที่ครูลดน้ำหนัก...ตัวตัวเอง คุรลดไม่ได้เลย แต่วันที่ครู Enjoy กับการลด สนุก..ใจเย็นกับตัวเอง...กลายเป็นว่าน้ำหนักลดได้และคงที่ด้วย” (ครูเงาะ) และประสบการณ์ของบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น “นักลงทุนที่ประสบความสำเร็จที่สุดในประวัติศาสตร์ ก็คือ Warren Buffet...สิ่งที่เปลี่ยนชีวิตของเขา คือ เขาไปเข้าคอร์สการพูด...สิ่งนั้นทำให้เขาสามารถขายของต่อไปได้ ขายไอเดียของเขาได้ ขายไอเดียการลงทุน”

นอกจากนี้ สิ่งที่พบเพิ่มเติมจากการใช้กรอบแนวคิดของมอนโร รวมถึงเทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาในขั้นตอนความต้องการนั้น ผู้วิจัยยังพบว่า คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน มีการใช้ลีลา (Style) ที่สามารถสร้างสีสัน (Color) และความสนุกสนานให้แก่ผู้ฟังให้จดจำได้ง่าย ทั้งยังตรงกับความชื่นชอบของผู้ฟังชาวไทย ได้แก่ คำคล้องจอง พบจำนวน 1 คลิป ได้แก่ “ในวิกฤตแสนเศร้าหมอง มีโอกาสทองซ่อนอยู่เสมอ” (ขุนเขา)

(2.2) **ขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization)**
แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนต้นของเนื้อความ และ ส่วนปลายของเนื้อความ

(2.2.1) **ส่วนต้นของเนื้อความ** ผู้วิจัยพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบใหญ่ ๆ มากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่

1. **ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ** พบจำนวน 11 คลิป เช่น “พ่อแม่ที่ดีซ้ำเติมลูกใหม่คะ...แต่เค้าจะสอนให้ลูกเรียนรู้ โดยการฝึกซ้ำๆ ทำอีกลูกไม่เป็นไร พลาดทำใหม่ลูก” (ครูเงาะ) ทั้งนี้ ยังพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบผสม ยกตัวอย่าง เช่น **การยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ + ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอ** **หลักจากประสบการณ์จริงของตนเองที่ลองทำแล้วได้ผล** เช่น “คนที่แบบว่าอาจจะเกิดมามีไม่มาก มีน้อยกว่าคนอื่น...คือพอคนมันมีจุดเจ็บเนี่ย มันเขาอยากจะทำอะไรใหม่ ๆ...อย่างตัวผมเนี่ยมาจาก สงขลา หาดใหญ่ใช้ไหม คุณพ่อผมก็ไม่มีตั้งค์ แต่อยากจะเป็นอะไรที่ตั้งใจว่า ฉันท้องเป็นคอนดักเตอร์ระดับโลกอะ...คือเอาโจทย์ที่กูอยากได้อะ ต้นตอเราเป็นยังไง ไม่ต้องสนใจ” (บัณฑิต), **การยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ + เน้นย้ำซ้ำความ + ให้คำตอบ คลายสงสัยในทันที** เช่น “ผมกล้าทำคุณเลยเดินไปตามถนน...แล้วคุณหยุดถามซักคนนึงแล้วบอกว่า ต้องการอะไรกับชีวิตนี้ ผมบอกได้เลย 99 ใน 100 ตอบไม่ได้...คนส่วนใหญ่ไม่เคยมีเป้าหมายที่ชัดเจน ไม่เคยมีเป้าหมายที่ชัดเจน...เพราะฉะนั้นผมจะคิดวิธีการนะ คือ คีย์นี้คำตอบ เอากระดาษมา 1 แผ่น แล้วถามเขียนคำถามข้างบนว่า ถ้ากูได้อย่างใจหมดทุกอย่าง ชีวิตฉันเป็นอย่างไร” (บัณฑิต)

2. **ให้คำตอบคลายสงสัยในทันที** พบจำนวน 10 คลิป เช่น ทั้งนี้ ยังพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบผสม ยกตัวอย่าง เช่น **การให้คำตอบคลายสงสัยในทันที + ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ** เช่น “Kind เนี่ยนะคะ มันมาได้ทั้งทำที่แล้วก็จิตใจ แต่สำคัญที่สุดคือ จิตใจ...ดูอย่างอาจารย์เฉลิมชัยก็ได้ อาจารย์เฉลิมชัยที่ท่าของแกเนี่ย Firm แน่ ๆ... แต่สิ่งที่ออกมาจากหัวใจของท่านเนี่ยคะมันมีความเมตตา” (ครูเงาะ), **การให้คำตอบคลายสงสัยในทันที + ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงของผู้พูด/บุคคลที่รู้จักลองทำแล้วได้ผล** เช่น “จำไว้เลย ด้านแรกของการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตัวเอง คือต้องก้าวข้ามความเจ็บปวดให้ได้...เพราะฉะนั้นผมก็แบบไม่ได้แล้วละ...ยังไงเราจะต้องลองทำให้ได้ เพื่อเราจะได้เติบโตก็เลยจัดไป แล้วก็เติบโตขึ้นอีกขั้นครับ” (ขุนเขา)

3. ยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงของผู้พูด/บุคคลมีชื่อเสียงที่ลองทำแล้วได้ผล พบจำนวน 8 คลิป เช่น “ยกตัวอย่าง อย่างเอตีสันเนี่ย...หลอดไฟเขาล้มเหลวหนึ่งหมื่นครั้ง เหมือนหาวิธีทางทำไม่ได้หนึ่งหมื่นครั้ง...ก็แค่เรียนรู้ว่าวิธีอะไรที่ใช้ไม่ได้หนึ่งหมื่นวิธี” (บัณฑิต)

4. ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย พบจำนวน 7 คลิป เช่น “ถ้าคุณไปฆ่าคนที่คุณเกลียด คุณฆ่าไม่หมดหรอกครับ เดี่ยวมีคนใหม่ให้คุณมาเกลียด... แต่ถ้าคุณเอาชนะความโกรธ... มันหมดไปปึ๊บ...คราวนี้คนที่คุณเกลียดมันจะแทบไม่มีผลแหละ เพราะความเกลียดในใจคุณมันน้อยลง มันจะลดลงพึม!!!” (ขุนเขา)

(2.2.2) ส่วนปลายของเนื้อความ ผู้วิจัยพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบใหญ่ ๆ มากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่

1. การเน้นย้ำซ้ำความ พบจำนวน 18 คลิป เช่น “เมื่อไรก็ตามที่คุณสามารถเปลี่ยนความล้มเหลวเป็นความสุข เป็นความสุข เป็นชัยชนะของคุณได้จ่ออยู่หน้าบ้านคุณแล้ว” (ครูเงาะ) ทั้งนี้ยังพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบผสม ยกตัวอย่าง เช่น “เมื่อไรก็ตามที่คุณสามารถเปลี่ยนความล้มเหลวเป็นความสุข เป็นความสุข เป็นชัยชนะของคุณได้จ่ออยู่หน้าบ้านคุณแล้ว” (ครูเงาะ), การเน้นย้ำซ้ำความ + ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ เช่น “ถ้าคิดแล้วมีการสร้างสรรค์ เก็บความคิดนั้นไว้ได้ แต่ถ้ามีแต่ความกลัว เฮ้ย ถ้ามันแยะ โอ้ย แล้วถ้าข้างหน้า ข้างหน้าจะต้อง..เจ๊งแน่เลย...ความคิดที่ทำให้เราอยู่กับที่ ต่ำลง หรือถอยหลัง นั่นคือความคิดที่เราต้องกำจัดทิ้งซะ (ครูเงาะ, การเน้นย้ำซ้ำความ + ขวนให้ลงมือทำ เช่น “นี่แหละครับก็คือจุดสูงสุดของชีวิตคน ๆ หนึ่ง...และวันหนึ่งเราก็จะสามารถเลือกได้ว่าเราจะต้องการสิ่งนี้...เริ่มจากภายใน เริ่มจากตอนนี้ วินาทีนี้ ที่เรายังมีลมหายใจเข้าออกอยู่นั่นเอง” (ขุนเขา)

2. ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ พบจำนวน 14 คลิป เช่น “อาหารในตู้เย็นไม่ว่าจะอร่อยและมีโภชนาการแค่ไหน จะทำให้คุณอึดและใช้ชีวิตต่อไปได้ มีพลังงานต่อเมื่อคุณนำออกมากิน...ต่อเมื่อคุณทำออกมาชนะรับหุงอาหาร ความรู้สึกเหมือนกันรับอย่าเก็บมันไว้จนเน่าอยู่ในตู้เย็น” ทั้งนี้ มักพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบผสม ยกตัวอย่าง เช่น การยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ + สาทิตให้ดูเป็นตัวอย่าง เช่น “ถ้าใจดีแล้ว ทำทาง Kind คือเป็นแบบไหน ก็คือวิธีการพูดที่ช้า...ให้มีจังหวะการเว้นวรรค ...โทนเสียงที่ต่ำแล้วช้า..ดูมันคงแล้วก็เมตตากวควบคุมกันไปนะละ ทำที่การยื่น ไม่ใช่ยื่นซอฟต์แวร์... ฉะนั้น ทำทางคือการยื่นที่มันคง แขนขาไหลของเราเปิดออก อย่างสง่างาม ใช่มั้ยคะ” (ครูเงาะ)

3. **ชวนให้ลงมือทำ** จำนวน 12 คลิป เช่น “เพราะฉะนั้นผมอยากจะให้คุณเป็นผู้ทดลอง แล้วสิ่งนี้จะให้พลังกับคุณเพราะว่าถ้าคุณเสพความสนุกในทุก ๆ ครั้งที่ทำ” (บัณฑิต)

4. **อธิบายขั้นตอนในการลงมือทำ** พบจำนวน 10 คลิป ทั้งนี้ มักพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวิทยาศาสตร์ ในการให้หลักฐานสนับสนุน ยกตัวอย่าง เช่น **อธิบายขั้นตอนในการลงมือทำ + ยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของผู้พูดที่ลองแล้วได้ผล** เช่น “คุณใช้เทคนิคนี้เลยละ ‘เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คัดคำพูด’...ครูลุกขึ้นมากกระโดดเต้นก่อน ให้ State ของครูฟุ้งก่อน ปรับร่างกายก่อน ผีนย้ม เพราะเวลาที่เครียด ทุกอย่างมันจะหนักค่ะ คุณต้องฝึก ครูยิ้มเลย (กระโดดไปพูดไป)...จากนั้น ครูเปลี่ยนโฟกัสนะค่ะ ย้ายโฟกัสไปโฟกัสสิ่งที่เราทำได้...ฉันซ้อมได้ มีอะไรทำได้อีก ไปบอกรุ่นน้องรุ่นพี่ที่ยังไม่รู้จัก ทำเหตุให้ถึงพร้อมค่ะ...ให้คำพูดใหม่ ถ้าครูพูดคำว่าเจ๋ง ร่างกายของครู...สบแน่นนอน ครูใช้คำใหม่ค่ะ มันคือเงินลงทุน วันนี้ฉันลงทุน ปีหน้าเดี๋ยวฉันเอาคืน” (ครูเงาะ), **อธิบายขั้นตอนในการลงมือทำ + เหตุและผล** เช่น “ข้อที่ 4 คือโฟกัสค่ะ...เมื่อไรก็ตามที่เราเอาโฟกัสไปให้กับอะไรบางอย่าง เราก็จะเอาพลังงานของเราไปให้สิ่งนั้น และผลลัพธ์มันก็จะปรากฏในชีวิตเรา เหมือนกับในอิทธิบาท 4 ค่ะ...คือการที่พุ่งไปสู่สิ่งที่เราต้องการ...” (ครูเงาะ), **อธิบายขั้นตอนในการลงมือทำ + ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเพื่อขยายความเข้าใจ** เช่น “เทคนิคการตั้งเป้าหมายนะ...คุณแค่เอากระดาษมา 1 แผ่น พับมันออกมาให้เป็น 3 ตอน แบ่งมันออกเป็น 3 ช่องปูปเนี่ย ช่องที่ 1 เขียน S ช่องที่ 2 เขียน M ช่องที่ 3 เขียน L ก็คือ Size Small Medium Large Small...สมมติพี่เก่งฝันว่า โตขึ้นฉันอยากจะเป็นผู้กำกับหนัง... เราแบ่งความฝันนี้ออกเป็นสิ่งที่เรียกว่า Small wind ซึ่งก็คือชัยชนะเล็ก ๆ เช่น อยากเป็นผู้กำกับหนังต้องทำอะไรบ้าง ต้องดูหนังเยอะ ๆ ต้องหัดวิเคราะห์หนัง ต้องไปดูสัมภาษณ์ผู้กำกับ” (เก่ง สิทธิพงษ์)

นอกจากนี้ สิ่งที่พบเพิ่มเติมจากการใช้กรอบแนวคิดของมอนโร รวมถึงเทคนิค/วิธีการทางวิทยาศาสตร์ในขั้นตอนความพอใจและขั้นตอนการเห็นภาพนั้น ผู้วิจัยยังพบว่า คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน มีการใช้ลีลา (Style) ที่สามารถสร้างสีสัน (Color) และความสนุกสนานให้แก่ผู้ฟังให้จดจำได้ง่าย ทั้งยังตรงกับความชื่นชอบของผู้ฟังชาวไทย ได้แก่ **คำคล้องจอง** พบจำนวน 2 คลิป เช่น “เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คัดคำพูด” (ครูเงาะ), “อกหัก รักคุด ตืดเมิน” (ขุนเขา)

(2.3) ขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action)

ขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) และ ส่วนบทสรุป (Conclusion) ดังนี้

(2.3.1) ส่วนการเชื่อมโยง ผู้วิจัยพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวัจนภาษาแบบใหญ่ ๆ มากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่

1. **บอกว่าจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร** พบจำนวน 19 คลิป เช่น “มองโลกตามความเป็นจริงค่ะ ไม่แหย่ไปกว่าจริง ไม่ดีเกินไปกว่าจริง...วินาทีนี้ คนที่รอดคือคนที่มองโลกตามความเป็นจริงแล้วมีความคิดที่จะพาให้ความจริงนั้น เติบโตไปข้างหน้าได้” (ครูเงาะ)

2. **การเน้นย้ำซ้ำความ** พบจำนวน 7 คลิป เช่น “เคล็ดลับในการสร้างความมั่นใจ และการชาร์จพลังนะหรือค่ะ ก็เปรียบเสมือนการเลือกรองเท้าไงคะ ไชยสิทธิ์ ไชยสัมพันธ์...เหมือนกันเลยค่ะ วิธีการเพิ่มความมั่นใจแล้วก็เรื่องการชาร์จพลังของแต่ละคน มีโอกาสที่จะแตกต่างกันค่ะ” (จينا จิน่าฟู) ทั้งนี้ยังพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวัจนภาษาแบบผสม ยกตัวอย่าง เช่น **การเน้นย้ำซ้ำความ + ข้อคิด คำคม** เช่น “เราจะมีโอกาสได้สร้างงานที่เราอยากทำอะค่ะ ไม่แน่นอนค่ะ เราอาจจะสามารถสร้าง Masterpiece ในช่วง Covid-19 นี้ก็ได้ ทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส แต่จะมีสักกี่คนค่ะ ที่สามารถมองเห็นโอกาสท่ามกลางวิกฤต” (จينا จิน่าฟู), **การเน้นย้ำซ้ำความ + บอกว่าจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร + ขวนให้ลงมือทำ** เช่น “โลกนี้...แค่คุณจนอะ ไม่มีอะไรเป็นไปไม่ได้เลยในโลกนี้ ไม่มีอะไรเป็นไปไม่ได้ซักอย่างเดียว แค่คุณจน คือคุณไม่สงสัยอะ อันนี้สอนในคอร์สโครตแพงเลย...ถ้าใครสนใจอยากจะเรียนเรื่องนี้ก็กะ ไปเรียนในคอร์สนี้กฎแห่งจักรวาล 12 กฎแห่งจักรวาล แห่งความสำเร็จครบ 6 ด้าน ผมแบบยิ่งสอนยิ่งมันอะ” (บัณฑิต)

3. **การยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงที่ลงมือทำแล้วได้ผล** พบจำนวน 5 คลิป แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ **ประสบการณ์จริงของผู้พูด** เช่น “สิ่งนี้สอนฉันว่า ถ้าฉันจะต้องทำสิ่งที่ฉันจะต้องทำอะไรบ้าง โห...3 วิชาเนี่ย ไปเรียนที่เมืองนอกตึกวิชาละล้าน...ฉันได้ทุกวิชา...เรามองเห็นแต่ข้อดี State ของครูพลิกกลับมาอยู่สภาวะปกติค่ะ 2 อาทิตย์หลังจากนั้น Sponsor เข้า 2 ล้าน ปรากฏคนมาดูแลอีกจากคนจะเจ๊งอยู่แล้ว!!” (ครูเงาะ), **ประสบการณ์จริงของบุคคลที่ผู้พูดรู้จัก** เช่น “ครูเงาะได้อ่านประวัติของท่านนะค่ะ เป็นคนไทย เคยออกจำคุกมาก่อน ออกมาทำกิจการนะค่ะ ล้มเจ๊งไม่เป็นท่านะค่ะ เปลี่ยนใหม่ ล้มอีก...ใช้เวลากว่า 10 ปีค่ะ ในวันนี้ค่ะ คนๆ นั้นสามารถเป็นเจ้าของกิจการแฟรนไชส์นะค่ะ มีมูลค่ากว่าร้อยล้านได้...ทุกครั้งไม่เคยมีซักครั้งที่เขาเสียใจกับการล้มของเขา แต่เขาเรียนรู้จากมัน ฝึกมือจากมัน ทำให้เขาก้าวเข้าสู่ความสำเร็จใน

ที่สุด” และ**ประสบการณ์จริงของบุคคลผู้มีชื่อเสียง** เช่น “เอดิสันเนีย หมิ่นครั้งเนีย เขาเสพความสนุกทุกครั้ง เหมือนกับว่ามาลองอะไรสนุก ๆ ว่าจะเวิร์คเปลวอะ ลองทุก ๆ ครั้ง 9,999 ครั้ง มันเป็นความสนุกทุกครั้ง ผมก็ทำแบบนี้มาตลอดเหมือนกัน” (บัณฑิต) ทั้งนี้ ยังพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวิทยาศาสตร์แบบผสม ยกตัวอย่าง เช่น **การยกตัวอย่าง/สนับสนุนข้อเสนอหลักจากประสบการณ์จริงของผู้พูด + ระบุนิยามเพื่อนำไปสู่การเชิญชวนให้รับฟัง** เช่น “ผมทำเรื่องนี้มา ผมศึกษาเรื่องแบบนี้มาตลอดชีวิตนะครับ...คือตัวเองทำได้ผลด้วย แล้วก็สอนคนอื่น แล้วคนอื่นจะได้ผลด้วย ผมเคยทำคอร์สหนึ่ง ชื่อว่า หาตัวคุณให้พบ แล้วจบที่ Passive Income ครับ หมายความว่าอะไร หาตัวคุณคุณก็ต้องเข้าใจว่าตกลงจุดประสงค์เพื่อชีวิตฉันคืออะไร แล้วต้องหาอาชีพที่มาตอบโจทย์อันนั้น แล้วก็ได้เป็นรายได้ที่เป็น Passive Income คือได้เงินเข้ามาตลอดเวลา” (บัณฑิต)

4. การใช้ข้อคิด คำคม พบจำนวน 4 คลิป เช่น “มองโลกตามความเป็นจริงค่ะ ไม่แหย่ไปกว่าจริง ไม่ตีเกินไปกว่าจริง ตามความเป็นจริงค่ะ” (ครูเงาะ) นอกจากนี้เทคนิคทางวิทยาศาสตร์ที่พบหลัก ๆ ดังที่ยกตัวอย่างไปนั้น ผู้วิจัยยังพบว่ามีเทคนิคที่ใช้ในส่วนการเชื่อมโยงที่น่าสนใจปรากฏให้เห็นบางประการ เช่น **เรื่องเล่าจากประสบการณ์ของผู้พูดพบจำนวน 1 คลิป ได้แก่** “แม่ครูคือที่สุดของการให้กำลังใจลูก..แม่ครูอายุ 83 ปีนี้ 84 ครูทำโชว์ที่ไหน คำคือกำลังใจที่สำคัญของชีวิตครู..คุณบุญยังกองเกตุณะคะ จบป.4 เป็นลูกชานา แต่เลี้ยงลูกด้วยหัวใจ” (ครูเงาะ), **ความจริงที่ย้อนแย้งพบจำนวน 1 คลิป เช่น** “ถามว่าพูดง่ายแต่ทำยาก จริงครับ มีอะไรบ้างอะที่มันควรค่าในโลกนี้...จำไว้นะครับ สิ่งที่มีค่า ใช้เวลาในการสร้างเสมอ ฆ่าคนก็เร็ว สร้างคนก็ช้า ทำลายตึกก็เร็ว สร้างตึกก็ช้า ตัดต้นไม้ก็เร็ว ปลูกต้นไม้ก็ช้า อะไรที่สวยงามและดีอะมันช้า มันใช้เวลา...เพราะมันยากสตีถึงมีค่าครับ ถ้าง่ายและธรรมดาจะทำไปทำไมนะครับ” (ขุนเขา)

นอกจากนี้ สิ่งที่พบเพิ่มเติมจากการใช้กรอบแนวคิดของมอนโร รวมถึงเทคนิค/วิธีการทางวิทยาศาสตร์ในขั้นตอนความพอใจและขั้นตอนการเห็นภาพนั้น ผู้วิจัยยังพบว่า คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน มีการใช้ลีลา (Style) ที่สามารถสร้างสีสัน (Color) และความสนุกสนานให้แก่ผู้ฟังให้จดจำได้ง่าย ทั้งยังตรงกับความชื่นชอบของผู้ฟังชาวไทย ได้แก่ **คำพังเพย** พบจำนวน 1 คลิป ได้แก่ “ฉะนั้นวันนี้อย่าให้เราต้องเป็นของดีต้องเป็นผ้าขี้ริ้วห่อทองเลย ในวันที่เราสามารถอยู่ใน Package ที่สวยงามได้แล้วเปิดมาก็เป็นทองอยู่ข้างใน” (ครูเงาะ)

(2.3.2) ส่วนบทสรุป (Conclusion) ผู้วิจัยพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบใหญ่ ๆ มากที่สุด 4 อันดับแรก ได้แก่

1. การชวนให้ลงมือทำ/ เปลี่ยนวิธีคิด พบจำนวน 12 คลิป เช่น “ฉะนั้น ถ้าวันนี้เราอยากพัฒนาความเป็นผู้นำของเราให้เกิดขึ้น ลองฝึกบุคลิกนี้ดูค่ะ Kind But Firm” (ครูเงาะ) ทั้งนี้ ยังพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบผสม ยกตัวอย่าง เช่น การชวนให้ลงมือทำ + ข้อคิด คำคม เช่น “เราฝึกจิตในการฆ่าความไม่ดีทุกอย่างที่อยู่ในตัวเรานั้นเอง...การฆ่า ‘คน’ จะไม่มีวันสิ้นสุด แต่การฆ่า ‘ความ’ จะหยุดลงที่ใจ นี่คือข้อคิดจากขุนเขา” (ขุนเขา), การชวนให้ลงมือทำ + ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ เช่น “ถ้าใครสนใจอยากจะเรียนเรื่องนี้ ลีกันนะ ไปเรียนในคอร์สนี้กฎแห่งจักรวาล...ถ้าลูกศิษย์ของผมที่มาเรียนวันนั้น มีรุ่ง มีฮันนี่ มีเคส มีเคย์แมนมาเรียนหลายคน ลูกศิษย์แมนทอลกับพริเมียม..บอกได้เลยว่ามันพีคมาก สดุดยอดมาก” (บัณฑิต)

2. การอธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ พบจำนวน 7 คลิป เช่น “สุดท้ายนี้ก็ขอให้ท่านเป็นเจ้านายชะตาชีวิตของตัวเอง ถ้าคุณรู้จักสร้างอารมณ์ให้ตัวเอง...ไม่มีอะไรที่จะหยุดคุณได้ คุณจะต้องเป็นคนที่มีพลังมาก ๆ นะครับ แล้วคุณก็จะเป็นคนที่มีอิทธิพล จูงใจคนรอบข้างให้เป็นคนที่ดีขึ้นนะครับ” (บัณฑิต) เช่นเดียวกับ การใช้ข้อคิดคำคม พบจำนวน 7 คลิป เช่น “อย่าอ้อ อย่าหยุดกับสิ่งที่มันเป็นอยู่ ยอมรับ เข้าใจใช้ State ที่ถูกต้อง” (ครูเงาะ) ทั้งนี้ ยังพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบผสม ยกตัวอย่าง เช่น ข้อคิด คำคม + อธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ + ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย เช่น “จำไว้เสมอเลยนะครับว่า ถ้าอยากจะเจริญต้องกล้าเผชิญความเจ็บ เพราะในความเจ็บจะมีความจริงจำ ถ้าคุณฝึกตัวเองให้กล้าเผชิญความเจ็บอยู่เสมอ คุณจะได้อะไรกับความเจริญ ในไม่ช้าอย่างแน่นอน ในทางตรงกันข้าม ถ้าคุณยังคิดว่า ไม่เอาดีกว่า มันเจ็บก็ให้จำไว้เลย ว่า ใ้อะไรที่ดีกว่า มันก็ไม่มีวันเอาคุณแน่นอน” (ขุนเขา)

3.การยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ พบจำนวน 4 คลิป เช่น “บางครั้งเหลือบมองบ้าง GPS เราไปตรงไหนเราไปถูกที่แล้ว ดูอนาคต กลับมาปัจจุบันต่อ เอ๊ะไหนดูอดีตสิ มีรถข้างหลังมาไหม” (ขุนเขา) ทั้งนี้ ยังพบการใช้เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษาแบบผสม ยกตัวอย่าง เช่น การยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเทียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ + อธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ เช่น “ชีวิตไม่เหมือนโรงเรียน ไม่ได้เหมือนมหาวิทยาลัย ชีวิตมันคือการทดลองสนุกๆ อันนี้เป็นหลักปรัชญาที่ผมมั่นใจว่า ถ้าคุณเอาไปใช้จะเป็นผลดีต่อชีวิตคุณ” (บัณฑิต)

4. **ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม** พบจำนวน 3 คลิป เช่น “ผมขอพูดเลย ถ้าคุณรู้ว่าใช้ก่อน ถึงจะทำนะ คุณไม่สำเร็จอะ” (บัณฑิต) ซึ่งนอกจากเทคนิคทางวจนภาษาที่พบหลัก ๆ ดังที่ยกตัวอย่างไปนั้น ผู้วิจัยยังพบว่ามีเทคนิคที่ใช้ในส่วนบทสรุปที่น่าสนใจปรากฏให้เห็นบางประการ เช่น **การให้กำลังใจ + ข้อคิด คำคม** เช่น “ขอให้ทุกคนไม่ใช่แค่ผ่านพ้นวิกฤตไปได้...แต่ให้ทุกคนให้เป็นประโยชน์ หาโอกาสทองที่ซ่อนอยู่ในความเศร้าหมองที่ทุกคนนึกว่ามันเป็น และสามารถที่จะสร้างทางเลือกให้ตัวเองได้ตั้งแต่วันนี้และตลอดไป” (ขุนเขา), **การให้คำตอบคลายสงสัยในทันที + อธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ** เช่น “You เห็นยังว่าการใช้สมองคือมันเป็นเรื่องของรายละเอียด แต่การใช้หัวใจมันเป็นเรื่องของความรู้สึก.. You ควรจะบอก เพื่อให้คนอยู่ใกล้ตัวของคุณเนี่ยได้เข้าใจคุณจริง ๆ แต่พลังของการสื่อสารผ่านหัวใจมันจะทำให้เกิดการเชื่อมลึกของคนสองคนได้อย่างดี ไม่ใช่สมอง”

นอกจากนี้ สิ่งที่พบเพิ่มเติมจากการใช้กรอบแนวคิดของมอนโร รวมถึงเทคนิค/ วิธีการทางวจนภาษาในขั้นตอนความพอใจและขั้นตอนการเห็นภาพนั้น ผู้วิจัยยังพบว่า คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน มีการใช้ลีลา (Style) ที่สามารถสร้างสีสัน (Color) และความสนุกสนานให้แก่ผู้ฟังให้จดจำได้ง่าย ทั้งยังตรงกับความชื่นชอบของผู้ฟังชาวไทย ได้แก่ **คำคล้องจอง** พบจำนวน 3 คลิป เช่น “อยากเจริญ ต้องกล้าเผชิญความเจ็บ”, “การฆ่าคนจะไม่มีวันสิ้นสุด แต่การฆ่าความจะหยุดลงที่ใจ” (ขุนเขา), **คำสุภาพิต** พบจำนวน 1 คลิป เช่น “มันมีคำพูดความรู้ท่วมหัวเอาตัวไม่รอด ไม่ครบ มันรอดแน่นอน” (ขุนเขา) **คำพูดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว** พบจำนวน 1 คลิป เช่น “นี่คือข้อคิดจากขุนเขา ขอให้ทุกคนมีชีวิตที่สุขสงบและทรงพลัง” (ขุนเขา), เก็บสมองไว้หาตั้งคอะนะ อะ **get..ปะ?** (ไค้ชจ๊ิบ)

5.2 การอภิปรายผล

1. อภิปรายผลตามคำถามนำวิจัยข้อที่ 1 : ประเภทของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร

(1) จากการศึกษาพบว่า ประเภทของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 ที่ปรากฏมากที่สุดบนคลิปวิดีโอของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ คือ แรงจูงใจ ภายใน ด้านทัศนคติที่เน้นหนักในเรื่องของการจัดการความคิด และการตัดสินใจ ส่วนอันดับสอง คือ เรื่องทำที่ต่อความสำเร็จและความล้มเหลว ซึ่งแสดงให้เห็นความสำคัญ ของเรื่องราวประเภทดังกล่าว ที่นักพุดสร้างแรงบันดาลใจหยิบยกนำมาพุดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และเป็นเรื่องที่คนไทยนิยมเปิดรับ ในปัจจุบัน โดยเฉพาะเรื่องของการจัดการความคิด และการตัดสินใจ และเรื่องทำที่ต่อความสำเร็จ และความล้มเหลว สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเชื่อมโยง (Association) ของ David Hume (1739) ที่กล่าวไว้ว่า ประสบการณ์เท่านั้นที่เป็นที่มาของความหมายของการรับรู้ของมนุษย์ทุกอย่าง จากองค์ประกอบ 3 อย่างของการเชื่อมโยงความคิด ได้แก่ 1) กฎแห่งความเหมือน/คล้ายคลึงกัน (Resemblance) กล่าวคือ มนุษย์จะเกิดความเชื่อมโยงทางความคิดจากการพุดเรื่องที่มีประสบการณ์ตรงร่วมกัน/ คล้ายกัน 2) กฎแห่งความต่อเนื่องในเรื่องเวลาหรือสถานที่ (Contiguity) กล่าวคือ การที่คนพุดเรื่องที่เป็นเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เพิ่งเกิดขึ้นไม่นาน/ เมื่อเร็ว ๆ นี้ รวมถึงการพุดถึงสถานที่/ เหตุการณ์ที่รู้จักเหมือนกัน ทั้งยังมีประสบการณ์ร่วมกัน 3) กฎแห่งเหตุและผล (Cause and Effect) กล่าวคือ การเชื่อมโยงทางความคิดอาจเกิดจากการพุดเรื่องที่มีหลักการ/ เหตุและผลที่น่าเชื่อถือ ดังนั้น คนจึงมักจะสนใจเฉพาะ “เรื่องที่ใกล้ตัว/เกี่ยวข้องกับตัวเอง” หรือสิ่งใดก็ตามที่คล้ายคลึงกับประสบการณ์ตรงที่เคยประสบในอดีตที่ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจความคิดของผู้ส่งสาร (นักพุดสร้างแรงบันดาลใจ) ได้มากที่สุด เนื่องจากเรื่องราวนั้น ๆ เป็นสิ่งที่ผู้รับสารเคยมีประสบการณ์ร่วมด้วยนั่นเอง

ปัจจุบัน “เรื่องที่ใกล้ตัว” สำหรับทุกคนคงหนีไม่พ้นการประสบกับวิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทำให้คนทั่วโลกและคนไทยทุกคนประสบกับความยากลำบากในการใช้ชีวิต ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการทำงาน และต้องหาอาชีพใหม่ การขาดรายได้เลี้ยงปากท้อง ธุรกิจประสบความล้มเหลว สิ่งที่ตั้งเป้าหมายไว้ไม่สามารถทำต่อได้และการต้องรักษาระยะห่างทางสังคม ทำให้ไม่สามารถพบปะคนในครอบครัว เป็นต้น ทั้งนี้ยังมีสถานการณ์ที่เกิดการพลิกผัน (Disruption) อีกหลายอย่าง ที่ส่งผลให้คนไทยเกิดความเครียด ปัญหาด้านสุขภาพจิต จนขาดกำลังในการใช้ชีวิต ฯลฯ ดังนั้น คนเหล่านั้นจึงจำเป็นต้องมีการจัดการภายในจิตใจในการรับมือกับปัญหาสถานการณ์

เพื่อความอยู่รอด และในบางครั้งผู้คนอาจจะต้องเจออุปสรรคอีกมากมายในการปรับตัว บางคนก็ไม่สามารถหาทางออก หรือแนวทางการแก้ปัญหาให้กับตนเองได้ ด้วยเหตุนี้ คนไทยในช่วงสถานการณ์โควิด-19 จึงมีแนวโน้มที่จะเปิดรับสารที่มีเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจ เพื่อที่จะได้รับคำแนะนำในการปรับตัวจากสภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นเพื่อรับมือกับปัญหาทางกายนอกและภายในจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เกี่ยวกับการสร้างพลังงานบวกให้ชีวิต การปรับมุมมองเกี่ยวกับสิ่งรอบข้างเพื่อเพิ่มความสุขให้ตนเอง การทำเป้าหมายให้สำเร็จ ฯลฯ ยกตัวอย่างเรื่องที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง เช่น คิดลบบังงให้กลายเป็นบวก (ครูเงาะ), วิธีสร้างพลังงานบวก get ปะ? (โค้ชจ๊อบ) ที่เกี่ยวกับทัศนคติต่อการจัดการความคิด และการตัดสินใจ, วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ในชีวิต (บัณฑิต) ที่เกี่ยวกับทัศนคติต่อความสำเร็จและความล้มเหลว หรือจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวในช่วงโควิด-19 โดยตรง เช่น การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19 (จินา) ที่เกี่ยวกับการบรรลุผลสำเร็จ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างสรรคเนื้อหา (Content Creation) ที่เน้นการสร้างเรื่องราวที่มีการเชื่อมโยง “เรื่องของเราให้กลายเป็นเรื่องของเขา” เพื่อส่งผ่านแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ฟังให้เกิดการ “เคลือบใจ” และ “บันดาลใจ” เน้นในเรื่องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติภายใน

(1.1) การกำหนดหัวเรื่องและแนวทางการสร้างเนื้อสารสร้างแรงบันดาลใจของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ

ในยุคโควิด-19 เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความคิด/ การตัดสินใจ และเรื่องทำที่ต่อความล้มเหลวและความสำเร็จ มักปรากฏเป็นอันดับต้น ๆ และเป็นเนื้อหาที่มียอดจำนวนการรับชมสูง แม้ว่านักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านจะไม่นำเสนอหัวเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 โดยเฉพาะเจาะจง แต่ยังคงเป็นเนื้อหาที่กล่าวถึงแนวคิด (Concept) ภาพรวมที่เกี่ยวข้องกับการพลิกผันของสังคม หรือ การจัดการความคิดในช่วงสถานการณ์ยุคดิสรรัปชัน (Disruption) ที่มักเกิดเรื่องราวที่คาดไม่ถึง/ ตั้งรับมือไม่ทัน

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากอาชีพนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ หรือที่เรียกว่า “ไลฟ์โค้ช” (Life coach) ยังต้องสร้างรายได้จากการสร้างคอนเทนต์ จะเห็นว่าการสร้างสรรค์เนื้อหา รวมถึงการตั้งชื่อหัวเรื่องนั้น จึงอาจจะไม่ได้เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 แต่ก็ยังเกี่ยวข้องกับการจัดการความคิด/ การตัดสินใจ และมุมมองในเรื่องที่เกี่ยวกับความสำเร็จและความล้มเหลว ที่แม้จะผ่านพ้นสถานการณ์โควิด-19 ไปแล้วก็ยังสามารถกลับมาฟังใหม่ได้ และนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกสถานการณ์ในชีวิต ดังปรากฏในผลการศึกษา สะท้อนให้เห็นว่า หัวเรื่อง/ หัวข้อการพูดสร้างแรงบันดาลใจที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการจัดการความคิด กับความสำเร็จและล้มเหลว ยังคงได้รับความนิยมจากคนไทย

ในยุคปัจจุบัน จึงเป็นสาเหตุให้นักพุดสร้างแรงบันดาลใจยังคงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องดังกล่าว เนื่องจากเป็นเรื่องที่สามารถเชื่อมโยงความคิดผู้ฟังได้ดี ยกตัวอย่างเรื่องที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง เช่น อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...? (ขุนเขา) ที่กล่าวถึงวิธีการจัดการความคิดในช่วงที่ชีวิตพบเจอวิกฤต ด้วยการสร้างทางเลือกให้ตัวเอง และ ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะคะ (ครูเงาะ) ที่กล่าวถึงวิถีคิดของคนที่มีประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแนวทางให้คนที่ไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว ในการลุกขึ้นทุกครั้งที่ล้ม เป็นต้น ซึ่งทั้ง 2 หัวเรื่องนี้ ไม่ได้มีเนื้อหาที่กล่าวถึงสถานการณ์ โควิด-19 โดยเฉพาะเจาะจง

(1.2) ประเภทของเนื้อหาที่นักพุดสร้างแรงบันดาลใจนิยมใช้ในการสร้างแรงบันดาลใจ

นอกจากนี้ ข้อค้นพบจากการศึกษาประเด็นข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่า นักพุดสร้างแรงบันดาลใจมักสร้างเนื้อหาที่เน้นหนักในเรื่องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจากภายใน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเปลี่ยนความคิดลบให้กลายเป็นความคิดบวก, วิธีออกจากคุกในสมอง, วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตนเองด้วยความรู้ หรือ การรักตัวเองให้เป็น ฯลฯ กล่าวคือ พื้นฐานของการสร้างแรงบันดาลใจ คือ การสร้างจากจุดมุ่งใจจากภายในจิตใจ อันได้แก่ ความรู้สึก นึก คิด ทัศนคติ นำไปสู่จิตวิญญาณ และ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงจากภายใน เป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนาตนเอง ที่มีความยั่งยืน ไม่เหมือนกับการสร้างจุดมุ่งใจภายนอกที่มักจะอยู่ไม่ถาวร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์โควิด-19 ที่คนต้องการการปรับมุมมองการใช้ชีวิต เพื่อเสริมกำลังใจให้ตนเองมีแรงที่จะสู้กับอุปสรรคที่เกิดขึ้น จึงเป็นเหตุผลที่นักพุดสร้างแรงบันดาลใจจำเป็นที่จะต้องเน้นในเรื่องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติภายใน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(1.3) การเปิดรับสารที่มีเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจผ่านแพลตฟอร์มสังคมออนไลน์

ในด้านแพลตฟอร์มเนื้อหา สืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่คนไม่สามารถออกข้างนอกบ้าน เนื่องจากการสั่งปิดเมือง (Lock down) การทำงานที่บ้าน (Work From Home) การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ฯลฯ เพื่อเป็นการลดการแพร่ระบาดของเชื้อโรค เนื่องด้วยสถานการณ์บีบบังคับ จึงเป็นสิ่งเร่งเร้าให้คนเปิดรับสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เร็วขึ้น และจำนวนมากขึ้น คนไทยในฐานะผู้รับสารจากช่องทางต่าง ๆ ก็หันมาใช้แต่สื่อออนไลน์เป็นหลัก โดยเฉพาะช่องทางยูทูป (YouTube) ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่สามารถรับชมเป็นคลิปวิดีโอ มีภาพและเสียงที่สามารถสร้างความรู้ ความบันเทิงอันเป็นนิยามมาก ขึ้นอยู่กับทางเลือกเปิดรับสาร

อย่างไรก็ตาม จากการเสพข่าวเกี่ยวกับโควิด-19 มากเกินไป จนทำให้เกิดความเครียด วิตกกังวล อาการซึมเศร้า นำไปสู่การอยากฆ่าตัวตาย อันเนื่องมาจากไม่สามารถหาทางออกให้กับปัญหาได้ ส่งผลต่อปัญหาสุขภาพจิต (Mental Health) คนไทยจึงเริ่มที่จะเปิดรับสารที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อช่วยเยียวยาบำบัดความรู้สึกขัดแย้ง และความตึงเครียดในจิตใจ โดยเฉพาะบนสื่อออนไลน์ยูทูป (YouTube) เนื่องจากเป็นแพลตฟอร์มที่ปรากฏคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแรงบันดาลใจจำนวนมากอีกแพลตฟอร์มหนึ่ง

ทั้งนี้ ข้อดีของช่องทางยูทูป (YouTube Channel) นอกจากจะมีคอนเทนต์หลากหลายให้เลือกรับชมและสามารถย้อนดูคลิปวิดีโอซ้ำได้หลายครั้ง ในขณะเดียวกัน ยังสามารถแสดงความคิดเห็น (Comment) จากการรับชมได้อีกด้วย และเนื่องจากคลิปวิดีโอบนยูทูปมีเนื้อหาที่ไม่ยาวเกินไป ประจวบกับคอนเทนต์ที่เกี่ยวกับการสร้างแรงบันดาลใจ มักมีความยาวประมาณ 5-7 นาที จึงเป็นแพลตฟอร์มที่เหมาะสมอย่างมากในการรับชมคอนเทนต์ประเภทดังกล่าว อย่างไรก็ตาม จากข้อจำกัดของการเป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่จำเป็นต้องสร้างเนื้อหาที่กระชับ รวดเร็ว ไม่ยืดเยื้อ และต้องดึงดูดความสนใจของผู้ฟังตั้งแต่เริ่มรับชมคลิปวิดีโอ เพราะหากผู้รับสารไม่สนใจเรื่องราวตั้งแต่ต้นเรื่อง ก็สามารถที่จะกดข้าม (Skip) คอนเทนต์ดังกล่าวได้ในทันที โดยทั่วไป คนมักจะเลือกรับชมเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจ เฉพาะเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับตนเอง หรือที่สนใจเท่านั้น โดยอาจจะพิจารณาจากหัวเรื่อง หรือนักพูดที่มีชื่อเสียง/ที่รู้จัก จึงเป็นหน้าที่ของผู้ส่งสารที่จะต้องสร้างเนื้อหาให้สัมพันธ์ หรือเหมาะสมกับแพลตฟอร์มยูทูปด้วย จุดนี้ถือเป็นจุดอ่อนของแพลตฟอร์มที่มีต่อการเปิดรับสาร ดังนั้น หัวเรื่อง/ชื่อคลิปวิดีโอ และเนื้อหาในช่วงต้นเรื่องจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างมากที่ผู้รับสารจะตัดสินใจว่าจะรับชมหรือไม่รับชม นักสร้างคอนเทนต์ อันได้แก่ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจจึงจำเป็นต้องมีทักษะในการสื่อสารและเรื่องหัวเรื่องในการมาพูดด้วย

ข้อค้นพบของประเด็นข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างโดยสิ้นเชิงระหว่างการเป็นเรื่องเล่าทั่วไปกับการเป็นเรื่องเล่าบนยูทูป ถ้าหากเราได้รับฟังเรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจจากที่ใดที่หนึ่ง เช่น การพูดบนเวที TED Talks ผู้รับชมทั่วไปก็จะนั่งฟังผู้พูดไปเรื่อย ๆ แม้ว่าเรื่องราวจะไม่น่าสนใจ หรือเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับตัวเอง ประกอบกับมารยาทในการรับชมบุคคลในที่สาธารณะที่มักให้เกียรติผู้พูดด้วยการนั่งฟังจนจบเรื่องโดยไม่ลุกไปไหน แต่ในแพลตฟอร์มยูทูปไม่เป็นเช่นนั้น ถ้าหากเรื่องเล่าไม่ดึงดูดความสนใจมากพอ ก็สามารถเลือกที่จะไม่รับชมได้ทันที

(1.4) การเลือกใช้จุดมุ่งใจในแต่ละหัวเรื่อง/ หัวข้อ

จากการศึกษา พบว่า ประเภทของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 มีการเน้นจุดมุ่งใจทั้งเชิงอารมณ์และเชิงเหตุผลในการสร้างสรรค์เนื้อสาร เพื่อสร้างแรงบันดาลใจตามหัวเรื่องทั้งหมด 25 คลิป อันแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของวิธีการสร้างความคิด/ หลักฐานสนับสนุน (Supporting Evidence) ระหว่างการใช้จุดมุ่งใจเชิงเหตุผล (Rational Motives) และการใช้จุดมุ่งใจเชิงอารมณ์ (Emotional Motives) ดังนี้

(1.4.1) การใช้จุดมุ่งใจเชิงเหตุผล

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป พบว่า การใช้จุดมุ่งใจเชิงเหตุผล (Rational motives) มักใช้หลักฐานสนับสนุน (Supporting Evidence) ที่เป็นเชิงรูปธรรม สามารถจับต้องได้ ได้แก่ ข้อเท็จจริง หลักการทางวิทยาศาสตร์ หลักการเชิงเหตุผล ผลการวิจัย/ศึกษา หลักฐานพยาน ตรรกะ เหตุและผล หรือเรื่องราวประสบการณ์จริง ฯลฯ โดยหลักฐานสนับสนุนประเภทนี้จะอยู่บนเงื่อนไขของเรื่องราวที่มักเกี่ยวข้องกับความสำเร็จและความล้มเหลว การบรรลุเป้าหมายให้สำเร็จ การจัดการความคิดและการตัดสินใจที่เกี่ยวกับเรื่องคอขาดบาดตาย ที่จำเป็นจะต้องใช้หลักฐานสนับสนุนที่มีน้ำหนัก และน่าเชื่อถือ ยกตัวอย่างที่เห็นเด่นชัด เช่น เรื่อง “วิธีตัดสินใจทางเลือกใหม่ในชีวิต” (บัณฑิต) ที่มีการใช้จุดมุ่งใจเชิงเหตุผล ดังจะเห็นได้จากหัวข้อประเด็นหลัก (Thesis Statement) ได้แก่ การใช้ประสบการณ์จริงของบุคคลที่มีชื่อเสียงระดับโลก (Matter of experience) ของโทมัส เอดิสัน ผู้พัฒนาประดิษฐ์หลอดไฟที่ได้ใช้วิธีการลองสนุก 9,999 ครั้ง ก่อนที่จะค้นพบหนทางสู่ความสำเร็จ ดังประโยค “อย่างเอดิสันนี่ ที่บอกว่า หลอดไฟเขาล้มเหลวหนึ่งหมื่นครั้ง เหมือนหาวิธีทางทำไม่ได้หนึ่งหมื่นครั้ง คนส่วนใหญ่ใช้คำว่าล้มเหลว แต่เอดิสัน ใช้คำว่าแค่เรียนรู้ว่าวิธีอะไรที่ใช้ไม่ได้หนึ่งหมื่นวิธี” และการใช้ข้อเท็จจริง (Facts) ที่เป็นหลักการเชิงการตลาด ดังประโยค “Key กุญแจการตลาดที่ชั้นเยี่ยมที่สุด...นักการตลาดระดับโลกบอกให้คิดทุกอย่างมันเป็นการทดลอง” หรือข้อเท็จจริง (Facts) ที่เป็นหลักการเชิงจิตวิทยาและเป็นข้อมูลที่มีพื้นฐานมาจากการวิจัย (Research) ที่กล่าวได้ว่า คนมีทัศนคติเชิงบวก จากการลองสนุก ไม่เครียดกับสิ่งที่ทำ จะส่งผลให้ทำทุกอย่างออกมาได้ดีนำไปสู่การประสบความสำเร็จ ดังประโยค “ทุกอย่างคือการลองแบบสนุก ๆ ถ้าไม่ได้ก็ไม่เป็นไร ก็ลองอันใหม่...นี่เป็นหลักจิตวิทยาชั้นเยี่ยมเลยด้วยซ้ำ”

รวมถึงการยกตัวอย่าง**ประสบการณ์จริงของผู้พูด**ที่เคยผ่านการทดลองทำมานับครั้งไม่ถ้วน ดังประโยค “ผมทำคลิปมาประมาณพันคลิปแล้วนะ...ก็ลองอะไรใหม่ ๆ ตลอดเลย แล้วก็บางอันไม่เวิร์คก็ไม่ใช่...ครั้งหน้าก็มีข้อมูลมากขึ้น กลายเป็นว่าตอนนี้ผมเป็นครูสอนคนอื่น...เพราะตัวเองได้ลองผิดลองถูกมาเยอะมาก...จริง ๆ แล้วก็สร้างอาณาจักรธุรกิจของตัวเองเป็นระดับหลายร้อยล้านเกือบพันล้าน ก็เพราะสิ่งนี้”

(1.4.2) การใช้จุดจูงใจเชิงอารมณ์

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป พบว่า การใช้จุดจูงใจเชิงอารมณ์ (Rational motives) มักใช้หลักฐานสนับสนุน (Supporting Evidence) ที่เป็นเชิงนามธรรม จับต้องไม่ได้ ได้แก่ การยกตัวอย่างสมมติ หรือ การยกตัวอย่างเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่งเพื่อทำให้เกิดการจินตนาการที่เน้นการสร้างอารมณ์ ความรู้สึก พลัง จิตวิญญาณ ฯลฯ โดยไม่จำเป็นจะต้องมีน้ำหนักและความน่าเชื่อถือเท่ากับหลักฐานสนับสนุนของการใช้จุดจูงใจเชิงเหตุผล แต่จะเน้นการสร้างอารมณ์ร่วมกันระหว่างผู้พูดและผู้ฟัง และสามารถกระแทกใจผู้ฟังให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามด้วย ซึ่งการใช้หลักฐานสนับสนุนประเภทนี้ จะอยู่บนเงื่อนไขของเรื่องราวที่เกี่ยวกับการชวนคิด, การให้วิธีคิด/ แนวทางการใช้ชีวิตที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติภายใน ซึ่งเมื่อผู้ฟังได้ฟังแล้ว จะตัดสินใจลงมือทำตามหรือไม่ทำตามคำแนะนำก็จะมีผลอะไรร้ายแรง เนื่องจากเป็นเพียงการชวนให้คิดตาม และการให้แนวทางเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางจิตใจเพื่อการพัฒนาตนเอง ยกตัวอย่างที่เห็นเด่นชัด เช่น เรื่อง “คิดลยั้งใจให้กลายเป็นบวก” (ครูเงาะ) เนื่องจากมีการใช้จุดจูงใจเชิงอารมณ์ ดังจะเห็นได้จากหัวข้อประเด็นหลัก (Thesis Statement) ได้แก่ การยกตัวอย่างเหตุการณ์สมมติขึ้นมาสร้างอารมณ์ ความรู้สึกร่วมที่ทำให้เกิดภาพ และจินตนาการชวนให้คิดตาม ดังประโยค “เอ เรากำลังกลัวเรื่องความไม่แน่นอนของธุรกิจเรา คำถามที่ฉลาดกว่านั้นคือ...เราต้องทำอะไรบ้างวันนี้ เราถึงจะไม่กลัว..เช่น ฉันจะต้องลดค่าใช้จ่ายอย่างไร ฉันจะต้องเพิ่มโปรดัคส์แบบนี้ ฉันจะต้องเพิ่มหนทาง ช่องทางการขายแบบนี้....เฮ้ย ถ้ามันแย โอ้ย...ข้างหน้าจะต้อง..เจ๊งแน่เลย ชั้นจะต้องไม่มีกิน ความคิดที่ทำให้เราย่ำอยู่กับที่ ต่ำลง หรือถอยหลัง นั่นคือความคิดที่เราต้องกำจัดทิ้งค่ะ” และการใช้ข้อคิด คำคม ที่ทำให้เกิดการกระแทกใจและทำให้ผู้ฟังรู้สึกคล้อยตามได้ ดังประโยค “มองโลกตามความเป็นจริงค่ะ ไม่แย่ไปกว่าจริง ไม่ดีเกินไปกว่าจริง...โมเม้นนี้ วินาทีนี้ คนที่รอดคือคนที่มองโลกตามความเป็นจริง” จะเห็นว่าเรื่องดังกล่าว ผู้พูดมักใช้การยกตัวอย่างเพื่อให้เห็นภาพ ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ได้เกิดขึ้นจริง แต่เน้นเรื่องที่สามารถกระแทกใจคนฟังได้ พร้อมทั้งเน้นการแสดงออกเชิงอารมณ์

(1.4.3) การใช้จุดจูงใจเชิงเหตุผลและเชิงอารมณ์ร่วมกัน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า บางหัวเรื่องมีการใช้จุดจูงใจเชิงเหตุผลและจุดจูงใจเชิงอารมณ์ร่วมกัน (Rational and Emotional Motives) ซึ่งมีการใช้หลักฐานสนับสนุน (Supporting Evidence) ที่เป็นทั้งเชิงรูปธรรมและเชิงนามธรรม ยกตัวอย่างที่เห็นเด่นชัด เช่น เรื่อง “รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้แม้ไม่มีพรสวรรค์” (ครูเงาะ) เนื่องจากเป็นเรื่องที่ใช้ทั้งจุดจูงใจเชิงอารมณ์และเชิงเหตุผล ดังจะเห็นได้จากหัวข้อประเด็นหลัก (Thesis Statement) ในแต่ละขั้นตอนในการปฏิบัติ/ ลงมือทำ ได้แก่ ผลการวิจัย/ ศึกษา (Research) ที่เกี่ยวกับเรื่องของการส่งเสริมสุขภาพของคนด้วยการวัดคลื่นอารมณ์ (หลักฐานสนับสนุนเชิงเหตุผล) ดังประโยค “ข้อที่ 1 คลื่นที่เราส่งออกจากตัวเราเนี่ย มันมีผลในการดึงสิ่งต่างๆ ที่เท่ากับคลื่นของตัวเราเนี่ยมาเจอกัน David R. Hopkins เขาได้ทำชาร์ตเกี่ยวกับเรื่องของ Vibration หรือ แรงสั่นสะเทือนของคนเนี่ย เขาบอกว่าคนที่เต็มไปด้วยความโกรธ เกลียดขังเนี่ย คลื่นจะเป็นลักษณะของการหดเข้า...ลักษณะของคลื่นความถี่ต่ำ จะอยู่ประมาณ 20 Hz นะคะ...” จากนั้น ก็ให้ข้อคิด/ แนวคิดบางอย่างเพื่อขยายความ ดังประโยค “ข้อที่ 2 สิ่งที่คุณต้องทำคือคุณต้องตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน ว่าคุณจะทำอะไรให้ชัด อย่าไปอยากได้อะไรแบบที่ชาวบ้านเขามีกันคะ แต่จงเป็นการอยาก ปรารถนาบนสิ่งที่เป็นความต้องการที่แท้จริงของเรา” และในขณะเดียวกัน ผู้พูดมีการยกตัวอย่างสมมติ โดยให้ผู้ฟังลองนึกและจินตนาการภาพที่ดีในหัวเพื่อให้เกิดพลังงานบวก (หลักฐานสนับสนุนเชิงอารมณ์) ดังประโยค “ข้อ 3 เมื่อคุณตั้งเป้าหมายได้แล้ว คุณส่งพลังงานบวกคุณเอาสองอันนี้มารวมกันคะ เช่น สมมติว่า คุณนึกว่าคุณเห็นคุณอยู่ในรูปร่างที่ดี สุขภาพที่ดี...นึกถึงความสุขความเบิกบาน...แล้วคุณเอาภาพที่คุณอยากเป็นกับความรู้สึกนี้มาผสมกันคะ มันจะทำให้คลื่นของเราเนี่ย ดึงดูดทรัพยากรที่ดีในตัวเรา ให้พุ่งไปสู่เป้าหมายที่เราต้องการ” และในหัวข้อประเด็นถัดไป ได้แก่ การใช้ข้อคิด คำคมของบุคคลมีชื่อเสียงที่มีหลักการและเหตุผล (Quote/Reasoning) ดังประโยค “ข้อที่ 4 คือโฟกัสคะ เราเคยได้ยินใช่ไหมคะ ‘Where focus goes energy flows and results show’ เมื่อไรก็ตามที่เราเอาโฟกัสไปให้กับอะไรบางอย่าง เราก็จะเอาพลังงานของเราไปให้สิ่งนั้น และผลลัพธ์มันก็จะปรากฏในชีวิตเรา” รวมถึง การใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ดังประโยค “เหมือนกับในอิทธิบาท 4 ค่ะ โฟกัสก็คือข้อ จิตตะ ถ้าเราโฟกัสกับสิ่งใด ผลลัพธ์ที่ดีจะปรากฏกับสิ่งนั้น” (หลักฐานสนับสนุนเชิงเหตุผล) และในหัวข้อประเด็นหลักสุดท้าย ได้แก่ การให้หลักการที่เป็นเหตุผล (Reasoning) ที่ว่าด้วยการคบเพื่อนดี หรือแวดล้อมไปด้วยคนดี จะทำให้ชีวิตเราดีไปด้วย เพราะบุคคลเหล่านั้นจะส่งคลื่นความสุขให้กันและกัน ดังประโยค “ข้อที่ 5 คือการพาตัวเองไปอยู่กับกัลยาณมิตรคะ พาตัวเองไปอยู่กับแวดล้อมของคนดีที่ดีเหมือนๆ กัน ถ้าวันนี้เราเดิน

เข้าไปแล้วเจอคนที่แบบว่า เห้ย...ฉันมีเป้าหมายนี้ทำด้วยกันสิ เห้ย ฉันเจอข้อดีของเธอซะ...แล้วมันก็จะดึงคลื่นความสุขของเราให้เพิ่มพูนขึ้น ลองไปสังเกตดูคะ คนที่ประสบความสำเร็จ เขามักจะรายล้อมด้วยกับคนที่เป็นกัลยาณมิตรที่มีปัญญา มากกว่าเขาหรืออย่างน้อยต้องเสมอเขา ซึ่งถือเป็นหลักฐานสนับสนุนเชิงเหตุผลได้เช่นกัน

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยยังพบว่า หัวเรื่องที่มีการใช้จุดจูงใจเชิงอารมณ์นั้น มีจำนวนใกล้เคียงกับหัวเรื่องที่ใช้จุดจูงใจเชิงเหตุผล จึงสามารถอธิบายโดยอนุมานได้ว่า การสร้างเนื้อสารของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจในปัจจุบัน ยังคงเน้นการใช้จุดจูงใจทั้งเชิงอารมณ์และเชิงเหตุผล ขึ้นอยู่กับเรื่องที่คุณพูดเลือกที่จะสื่อสารในเรื่องใด

อย่างไรก็ดี สืบเนื่องมาจากวิกฤตโควิด-19 ที่คนส่วนใหญ่ยังคงมีความอ่อนไหวทางอารมณ์ ดังนั้น บางครั้งคนบางกลุ่มอาจไม่ต้องการรับข้อมูล หรือข้อเท็จจริงที่ทำให้เกิดความวิตกกังวลหรือความเครียด มากไปกว่าการได้รับความเห็นอกเห็นใจ ความเข้าใจ และการให้กำลังใจแก่กัน ผู้วิจัยจึงเสนอแนะว่า หากนักพูดสร้างแรงบันดาลใจต้องการที่จะสร้างสรรค์เนื้อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้แก่คนไทยในยุคนี้ ควรจะโดดเด่นในการสร้างเนื้อสารที่ใช้จุดจูงใจเชิงอารมณ์มากกว่า เชิงเหตุผล เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทัศนคติภายในจิตใจในการพัฒนาตนเอง เนื่องจากผู้วิจัยคาดว่า หัวเรื่อง/ เนื้อหาที่เน้นการใช้จุดจูงใจเชิงอารมณ์ จะสามารถตอบโต้และสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้รับสารที่เป็นคนไทยได้มากกว่าในสถานการณ์อันประะบางนี้ ประกอบกับจริตของผู้ฟังคนไทยที่มักชื่นชอบการเปิดรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิง (Entertainment) เบาสมอง ไม่เครียด ดังนั้น ในฐานะนักสร้างสรรค์เนื้อหา (Content creator) หรือนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirer) จึงมีหน้าที่ในการสร้างสรรค์คอนเทนต์คุณภาพที่มีคุณค่าในการสร้างแรงบันดาลใจต่อไปในอนาคต

2. อภิปรายผลตามคำถามนำวิจัยข้อที่ 2 : คุณลักษณะของเนื้อสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร

(2) จากผลการศึกษา ในด้านคุณลักษณะของเนื้อสารคลิปวิดีโอที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ มีการใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่หลากหลายในแต่ละขั้นตอนตามกรอบโครงสร้างการพูดของมอนโร ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนความสนใจ (Attention) พบการ “ตั้งคำถามชวนสงสัย” (Puzzled Question) ปรากฏมากที่สุด 2) ขั้นตอนความต้องการ (Need) พบการ “ให้คำตอบคลายสงสัย” (Giving of answer to the doubts) มากที่สุด 3) ขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และ 4) ขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ช่วงส่วนต้นของเนื้อความพบการ “ยกตัวอย่างเปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความให้เข้าใจ” (Illustration – to figuratively elaborate and/or compare the ideas) มากที่สุด ถัดมาในช่วงส่วนปลายของเนื้อความ พบ “การเน้นย้ำซ้ำความ” (Paraphrasing Repetition) มากที่สุด และ 5) ขั้นตอนเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) ในส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) พบ “การบอกว่าจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร” (Telling/Sharing how to complete the offer) มากที่สุด ตามด้วยการ “ชวนให้ลงมือทำ” (Invitations to Action) ในส่วนการเรียกร้องให้ลงมือ นอกจากนี้ ยังพบว่า นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านใช้ลีลา (Style) ที่สร้างสีสัน (Color) และความสนุกสนานให้แก่ผู้ฟัง ได้แก่ การใช้คำคล้องจอง (Rhymes) การเล่นคำ (Puns) คำพังเพย (Idiom) คำสุภาษิต (Proverbs) รวมถึงคำพูดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Unique Words)

(2.1) การใช้เทคนิคทางวจนภาษาในแต่ละหัวข้อของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจต่อการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

(2.1.1) หัวข้อเกี่ยวกับการจัดการความคิดและการตัดสินใจ

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยพบว่า ในหัวข้อเกี่ยวกับ “การจัดการความคิดและการตัดสินใจ” เริ่มจากขั้นตอนการดึงความสนใจ (Attention) โดยส่วนใหญ่ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจมักจะใช้เทคนิคทางวจนภาษา ได้แก่ “การตั้งคำถามชวนสงสัย” ยกตัวอย่าง เช่น “เราจะรู้ได้ยังไงคะว่า ความคิดเนี่ยของเราควรเก็บไว้ หรือควรโยนทิ้ง” (ครูเงาะ) และมีการให้ “ข้อมูลที่ไม่เคยได้ยินมาก่อน” เช่น “วิกฤต แปลว่าการตัดสินใจครับ คำว่า Crisis ภาษาอังกฤษแปลเป็นไทยคือคำว่าวิกฤต” (ขุนเขา) เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกสงสัย อยากรู้คำตอบว่าทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ในขณะที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน มีการใช้ลีลาด้วยเทคนิค “การเล่นคำ” เช่น “Krinein ใครเนียน ไอ้อ...ใครเนียนไม่ยอมกักตัว...” ผสมผสานกับ “การยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเทียบ

เพื่อขยายความเข้าใจ” เช่น “ชีวิตเราเหมือนการขับรถ อดีตคือกระจกหลัง อนาคตคือแผนที่ หรือ GPS ปัจจุบันคือกระจกหน้า” (ขุนเขา) เพื่อเพิ่มสีสัน อรรถรสในการดึงความสนใจมากขึ้น จากนั้นในส่วนของขั้นตอนความต้องการ (Need) เช่นเดียวกัน เมื่อผู้พูดได้ตั้งคำถามชวนสงสัยแล้วก็จำเป็นต้อง **“ให้คำตอบคลายสงสัย”** ยกตัวอย่าง เช่น “วิธีแย่งง่าย ๆ นะคะ เอามาดูเลยคะว่า... มันทำให้ชีวิตของเราเติบโตไปข้างหน้าได้มั๊ย” (ครูเงาะ), จากนั้นก็ทำให้เรื่องของผู้พูดกลายเป็นเรื่องของผู้ฟัง ได้โดยการยกตัวอย่างประสบการณ์ที่มีร่วมกัน และเกิดความรู้สึกที่ไปในทางเดียวกัน เช่น **“การยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของผู้พูด/ บุคคลที่ผู้พูดรู้จัก”** เช่น “ณอน สตีเฟนสัน...ตอนที่เขาเกิดขึ้นมาเนี่ย หมอบอกว่าเขาจะอยู่ได้ไม่ถึงหนึ่งเดือน สามสิบกว่าปีผ่านไป...เขายังมีชีวิตอยู่ เขาพูดหลักคิดที่เจ๋งมาก อย่าเชื่อคำทำนายของคนอื่น ถ้ามันไม่ได้เพิ่มพลังให้คุณ” (บัณฑิต) หรือ **“การอธิบายเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องฟัง”** เช่น “เราเนี่ยแค่เผชิญกับการต้องตัดสินใจเท่านั้นเองครับ...การตัดสินใจและการเลือกของคุณนี่แหละ จะเป็นตัวกำหนดว่า ชีวิตคุณจะเป็นยังไง” (ขุนเขา) นอกจากนี้ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านมีการใช้ **“คำคล้องจอง”** ผสมผสานกับการใช้สำนวนลีลาที่กระชากใจ เพื่อเพิ่มสีสัน อรรถรสมากขึ้นเพื่อเป็นสิ่งที่ทำให้คนต้องฟังเรื่องนี้

เช่นเดียวกันกับการหาคำตอบ/วิธีการปฏิบัติ ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจต้องให้คำตอบผู้ฟัง โดยส่วนใหญ่ มักมีการลำดับความคิดจากประเด็นที่สำคัญน้อยไปประเด็นที่สำคัญมาก และลำดับจากประเด็นกว้างไปประเด็นลึก เพื่อให้ผู้ฟังสามารถทำความเข้าใจในภาพรวมก่อนแล้วค่อยขยับเข้าไปในส่วนเนื้อหา รายละเอียดเชิงลึก ในส่วนการใช้เทคนิคทางวจนภาษาใช้เทคนิคทางวจนภาษา ได้แก่ **“การยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ”** เช่น “ตื่นเข้ามา เรามีหลังคาคลุมหัวอยู่ มีข้าวกิน มีรถขับ มีงานอยู่ มันโอเค สิ่งที่มีมันจะดูพลังงานบวกของ You ออกไปได้เร็วที่สุดคือความคิดของ You” (ไค้ชจ๊ิบ) เพื่อขยายความให้เกิดภาพชัดเจนขึ้น และ **“มีการยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย”** เช่น “ถ้าคุณอยากจะยิงธนูไปให้ไกล คุณต้องดึงไปข้างหลังเยอะ ๆ... เพราะฉะนั้นยิ่งวิฤต...เมื่อคุณได้มีโอกาสกระโดดหลังจากที่มันจับปึบเนี่ย..ฟุม! โดดได้สูงมากกว่าคนอื่นนะครับ แต่ถ้าเกิดเราไม่ใช้โอกาสนี้ในการทำสิ่งที่ดีนะครับ คุณก็จะย่อต่ำ แล้วคราวนี้ต่ำแล้วตกแล้วตายไปเลย” (ขุนเขา) เพื่อให้เห็นความแตกต่างว่า หากลงมือทำจะเป็นอีกอย่างและไม่ลงมือทำจะเป็นอีกอย่าง หรือ **“มีการเน้นย้ำข้อความ”** เช่น “ความรู้ก็เหมือนกันครับ อย่าเก็บมันไว้จนเน่าอยู่ในตู้เย็น นำมันออกมาใช้ทันที ฟังคลิปปู้นี้ วันนี้อ่านหนังสือปู้นี้ ไม่พอครับ คุณต้องนำมาใช้” (ขุนเขา) เพื่อเป็นการให้น้ำหนักว่าผู้พูดต้องการจะสื่อสารสิ่งใดกับผู้ฟัง ในขณะที่นักพูดสร้าง

แรงบันดาลใจบางท่าน มีการใช้เทคนิค “คำคล้องจอง” ผสมผสานกับการนำเสนอ “ความจริงที่ย้อนแย้ง” และ “ความคิดที่ขัดแย้งกับสังคม” เพื่อเพิ่มสีสัน อรรถรสและผู้ฟังเกิดการเห็นภาพชัดเจนในใจความสำคัญมาก

ในส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) ที่ก่อนจะพาผู้ฟังเข้าสู่ส่วนบทสรุป หรือขั้นตอนการเรียกร้องให้ลงมือทำ จะมีการสรุปสั้น ๆ เช่น “การใช้การยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของผู้พูด/ บุคคลที่ผู้พูดรู้จักที่ลองแล้วได้ผล” เช่น “มีเรื่องราวของเพื่อนผม...เวลาเค้าอ่านหนังสือเนี่ย เค้าจะหยุดอ่านเมื่อถึงจุดหนึ่งที่หนังสือแนะนำว่าคุณควรจะไปทำแบบนี้...แล้วเค้าจะเอาสิ่งนั้นไปทำก่อนแล้วทำแล้วได้ผลยังไงหรือไม่ได้ยังไงให้เต็มที่...เค้าถึงได้ประสบความสำเร็จทุกวันนี้ เพราะว่าเค้าไม่ใช่แค่อ่านแล้วก็ลืมไปเลย แต่เค้านำไปใช้แล้ว” (ขุนเขา) โดยเทคนิคนี้ เป็นการยก ‘เรื่องราว’ ที่ทำหน้าที่ขมวดปมที่ครอบคลุมส่วนของใจความสำคัญที่กล่าวไว้ก่อนหน้าทั้งหมดอีกครั้ง และนำเสนอวิธีการลงมือทำว่าต้องทำอะไร (How) หรือการทำให้เห็นตัวอย่างว่าจะต้องทำตามอย่างไร พร้อมกับบอกว่า หากลงมือทำแล้วผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นอย่างไร ซึ่งในการหาเรื่องเล่าสักเรื่องที่สามารถเป็นตัวแทนเรื่องทั้งหมดนี้ ถือเป็นวิธีการที่ใช้ได้ผลสูงมากในการขยับใจ และเคลื่อนไหวผู้ฟัง และสุดท้าย ในส่วนบทสรุป หรือขั้นตอนการเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to action) โดยส่วนใหญ่ พบว่าเป็นลักษณะข้อความ ประโยคสั้น ๆ ได้แก่ “การชวนให้ลงมือทำ” เช่น “ลองเอาไปใช้ดูนะคะ...ความคิดที่ผ่านเข้ามา ถ้าเปลี่ยนเป็นความคิดบวกแล้ว ทุกอย่างดีขึ้นแน่นอนค่ะ” (ครูเงาะ) หรือ การกล่าว “ข้อคิด คำคม” เช่น “หาโอกาสทองที่ซ่อนอยู่ในความเศร้าหมองที่ทุกคนนึกว่ามันเป็น และสามารถที่จะสร้างทางเลือกให้ตัวเองได้” นอกจากนี้ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน มีการใช้ “คำสุภาพิต” เช่น “มันมีคำพูด ‘ความรู้ท่วมหัวเอาตัวไม่รอด’ ไม่ครับ มันรอดแน่นอน” (ขุนเขา) เพื่อเพิ่มสีสัน และอรรถรสในการพูด บทสรุปให้เกิดความคมคาย และสามารถจดจำนำไปปฏิบัติตามได้

(2.1.2) หัวข้อที่เกี่ยวกับทำที่ต่อความสำเร็จและความล้มเหลว

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยยังพบว่า ในหัวข้อเกี่ยวกับ “หัวข้อที่เกี่ยวกับทำที่ต่อความสำเร็จและความล้มเหลว” เริ่มจากขั้นตอนการดึงความสนใจ (Attention) โดยส่วนใหญ่ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจมักจะใช้เทคนิคทางวจนภาษา ได้แก่ การนำเสนอ “ข้อมูลที่คาดไม่ถึง/ไม่เคยได้ยินมาก่อน” ยกตัวอย่าง เช่น “สาเหตุของการที่คน ๆ หนึ่งไม่ประสบความสำเร็จ มันมีแบบมากมาย...แต่สุดท้ายแล้ว มันมีรากอยู่แค่สาเหตุเดียวเท่านั้นเลยครับ คือ เขายังไม่กล้าเจ็บมากพอ” (ขุนเขา) และมีการ “ตั้งคำถามชวนสงสัย” เช่น “จะรู้ได้ไงว่าทางนี้ใช่สำหรับคุณ คุณเคยเป็นไหมครับที่ สติไปต่อหรือขั้นตอนต่อไปเนี่ย เห้ย เราไม่รู้ว่าจะเอาชีวิตรอดมันจะใช้สำหรับเราหรือเปล่า”

(บัณฑิต) ในขณะที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน มีการใช้ **“ความจริงที่ย้อนแย้ง”** เช่น **“คุณรู้ไหมคะว่าคนที่ประสบความสำเร็จทุกคนผ่านการล้มเหลวมานับไม่ถ้วน”** (ครูเงาะ) เพื่อดึงความสนใจจากผู้ฟัง จากนั้น ในส่วนของขั้นตอนความต้องการ (Need) เช่นเดียวกัน เมื่อผู้พูดได้ให้ **“ข้อมูลที่คาดไม่ถึง/ไม่เคยได้ยินมาก่อน”** ก็จำเป็นต้องมีการทำให้เรื่องของผู้พูดกลายเป็นเรื่องของผู้ฟังได้ โดยการยกตัวอย่างประสบการณ์ที่มีร่วมกัน และเกิดความรู้สึกที่ไปในทางเดียวกัน เช่น **“ยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ”** เช่น **“สมมติว่าทำงานหนัก เหนื่อยแล้วมันเจ็บปวด คน ๆ นั้นก็เลยบอกไม่เอาดีกว่า นอนน้อยแล้วเจ็บปวดไม่เอา”** (ขุนเขา), **“อาชีพเก่าหมดไปแล้วหรือเราถูกเลย์ออฟ...ถ้าเกิดเปิดทำเพจหรือทำวิดีโอขึ้นมา หรือทำช่อง YouTube ขึ้นมาเนี่ย เราไม่รู้ว่าจะวันนี้จะใช่หรือเปล่า”** เป็นต้น หรือ **“การยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของผู้พูด”** เช่น **“ตอนผมไปไอซ์แลนด์รถตู้รถบัสเนี่ย คนมายังไม่ครบก็ออกครับ...ก็จะเรียนรู้กว่านี่คือกฎของที่นี่ ทุกคนต้องเคารพกฎ ทุกคนต้องทำตามกฎและทำหน้าที่ของตัวเองดีที่สุด ไม่งั้นทุกคนเสีย”** (ขุนเขา) นอกจากนี้ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านมีการใช้ **“เน้นย้ำซ้ำ ๆ”** ผสมผสานกับการให้คำตอบด้วยการ **“การยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย”** หรือ **“การอธิบายเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องฟัง”** โดยใช้สำนวนลีลาที่กระซอกใจ เพื่อเพิ่มสีสัน อรรถรสมากขึ้นเพื่อเป็นสิ่งที่ทำให้คนต้องฟังเรื่องนี้

เช่นเดียวกันกับการหาคำตอบ/วิธีการปฏิบัติ ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจต้องให้คำตอบผู้ฟัง โดยส่วนใหญ่ผู้พูดมักมีการลำดับความคิดจากประเด็นกว้างไปประเด็นลึก และลำดับตามข้อดีและข้อเสีย เพื่อให้ผู้ฟังสามารถทำความเข้าใจในภาพรวมก่อนแล้วค่อยขยับเข้าไปในส่วนเนื้อหารายละเอียดเชิงลึก รวมถึงการทำให้เห็นผลลัพธ์ระหว่างการ ‘ลงมือทำ’(ข้อดี) กับการ ‘ไม่ลงมือทำ’ (ข้อเสีย) ในส่วนการใช้เทคนิคทางวจนภาษาใช้เทคนิคทางวจนภาษา ได้แก่ **“การยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบเปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ”** เช่น **“ทุกครั้งที่ล้มนั้นสนุก ฉันจะเรียนรู้อะไรจากเธอได้บ้าง...ฉันทำใหม่...ขอบคุณนี่ยิ่งเป็นสเต็ปที่ทำให้ฉันก้าวเข้าใกล้เป้าหมายของฉันมากขึ้น”** (ครูเงาะ) เพื่อขยายความให้เกิดภาพชัดเจนขึ้น และ **“ยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของผู้พูด/บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ลองแล้วได้ผล”** เช่น **“อย่างเอดิสันเนี่ย ที่บอกว่า หลอดไฟเขาล้มเหลว 1 หมื่นครั้ง เหมือนหาวิธีทางทำไม่ได้หนึ่งหมื่นครั้ง คนส่วนใหญ่ใช้คำว่าล้มเหลว แต่เอดิสันใช้คำว่าอะไร ใช้คำว่า ก็แค่เรียนรู้ว่าวิธีอะไรที่ใช้ไม่ได้หนึ่งหมื่นวิธี”** (บัณฑิต) จากนั้นก็ตามด้วย **“การเน้นย้ำซ้ำความ”** เช่น **“เมื่อไรก็ตามที่คุณสามารถเปลี่ยนความล้มเหลวเป็นความสุข เป็นความสุข เป็นชัยชนะของ**

คุณได้ ครูเงาะบอกเลยคะ ว่าประตูแห่งความสำเร็จ จ่ออยู่หน้าบ้านคุณแล้ว” (ครูเงาะ) เพื่อเป็นการให้น้ำหนักว่าผู้พูดต้องการจะสื่อสารสิ่งใดกับผู้ฟัง ในขณะที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านมีการนำเสนอ **“ความจริงที่ย้อนแย้ง”** ผสมผสานกับการ **“เน้นย้ำซ้ำ ๆ”** เพื่อทำให้เกิดการ กระแทกใจ เพื่อเพิ่มสีสัน อรรถรสในการทำให้ผู้ฟังเห็นภาพกระจ่างชัดเจน

ในส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) ที่ก่อนจะพาผู้ฟังเข้าสู่ส่วนบทสรุป หรือขั้นตอนการเรียกร้องให้ ลงมือทำ จะมีการสรุปสั้น ๆ เช่น **“การใช้การยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของบุคคลที่ประสบความสำเร็จ”** เช่น **“หลายครั้งที่เราเจอคนที่ประสบความสำเร็จ...ครูเงาะได้อ่านประวัติของท่าน นะคะ เป็นคนไทย เคยออกจำคุกมาก่อน ออกมาทำกิจการนะคะ ล้มเจ๊งไม่เป็นท่านะคะ...เปลี่ยนใหม่ ล้มอีก...ใช้เวลากว่า 10 ปีคะ ในวันนี้คะ คนๆ นั้นสามารถเป็นเจ้าของกิจการแฟรนไชส์นะคะ มีมูลค่า กว่าร้อยล้านได้...ทุกครั้งไม่เคยมีซักครั้งที่เขาเสียใจกับการล้มของเขา แต่เขาเรียนรู้จากมัน ทำให้เขา ก้าวเข้าสู่ความสำเร็จในที่สุด”** (ครูเงาะ) โดยเทคนิคนี้ เป็นการยก ‘เรื่องราว’ ที่ทำหน้าที่ขมวดปมที่ ครอบคลุมส่วนของใจความสำคัญมาก่ออีกครั้ง และสุดท้าย ในส่วนบทสรุป หรือขั้นตอนการ เรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) โดยส่วนใหญ่ พบว่าเป็นลักษณะข้อความ ประโยคสั้น ๆ ได้แก่ การกล่าว **“ข้อคิด คำคม”** เช่น **“ถ้าอยากจะเจริญต้องกล้าเผชิญความเจ็บ เพราะในความเจ็บจะมีความจริง”** (ขุนเขา) หรือ **“การชวนให้ลงมือทำ”** เช่น **“ลองเปลี่ยนคำว่าไอ้ย ท้อแท้กับความไม่ สำเร็จนั้นเป็น ดีจังเลย ขอบคุณมาก สนุกกับมัน เรียนรู้จากมัน”** (ครูเงาะ) นอกจากนี้ นักพูดสร้าง แรงบันดาลใจบางท่าน มีการใช้ **“การอธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ”** เพื่อเน้นย้ำความจำเป็นหรือ ประโยชน์ที่ต้องลงมือทำ และมีการใช้ **“คำคล้องจอง”** เช่น เพื่อเพิ่มสีสัน และอรรถรสในการพูด บทสรุปให้เกิดความคมคาย และสามารถจดจำนำไปปฏิบัติตามได้

(2.1.3) หัวข้อที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์กับตัวเอง

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยพบว่า ในหัวข้อเกี่ยวกับ **“ความสัมพันธ์กับ ตัวเอง”** ในขั้นตอนการดึงความสนใจ (Attention) โดยส่วนใหญ่ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจมักจะใช้ เทคนิคทางวจนภาษา ได้แก่ **“การตั้งคำถามชวนสงสัย”** ยกตัวอย่าง เช่น **“รักตัวเองแท้จริงแล้ว คืออะไร”** (ครูเงาะ) เพื่อทำให้ผู้ฟังรู้สึกสงสัย อยากรู้คำตอบว่าทำไมถึงเป็นเช่นนั้น ในขณะที่นักพูด สร้างแรงบันดาลใจบางท่าน **“มีการใช้ลีลาด้วยเทคนิคคำคล้องจอง”** เช่น **“เราจะเป็นที่รัก เราจะต้องเจออุปสรรคแน่นอน”** (ครูเงาะ) เพื่อเพิ่มสีสัน อรรถรสในการดึงความสนใจมากขึ้น จากนั้น ในส่วนของขั้นตอนความต้องการ (Need) เช่นเดียวกัน เมื่อผู้พูดได้ตั้งคำถามชวนสงสัยแล้ว ก็จำเป็นต้อง **“ให้คำตอบคลายสงสัยในทันที”** ยกตัวอย่าง เช่น **“วันที่เราตั้งใจทำดีเราอาจจะเจอ**

ทำไมต้องออกไป เราจะต้องกลับมาเป็นพ่อแม่ให้ชีวิตเราเองให้ได้” (ครูเงาะ) จากนั้นก็ทำให้เรื่องของผู้พูดกลายเป็นเรื่องของผู้ฟัง ได้โดยการยกตัวอย่างประสบการณ์ที่มีร่วมกัน และเกิดความรู้สึกที่ไปในทางเดียวกัน เช่น “การยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ” เช่น “พ่อแม่ที่ดีซ้ำเติมลูกใหม่คะ ไม่..แต่เค้าจะสอนให้ลูกเรียนรู้...เรียนรู้โดยการฝึกซ้ำๆ ทำอีกลูกไม่เป็นไร พลาดทำใหม่ลูก” (ครูเงาะ) และ **การยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของผู้พูด** เช่น “ถ้าคุณรู้อะไรบ้าง... ฉันทำสิ่งต่าง ๆ ทุกวันทำไปเพื่ออะไร ยกตัวอย่างสิ่งที่คุณเอามาสอนพวกคุณ สิ่งที่คุณทำคอร์สต่าง ๆ ขึ้นมา...ผมไม่ได้ทำเพื่อต้องการหาเงินแล้วนะ” (บัณฑิต) นอกจากนี้ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน “มีการใช้คำคล้องจอง” ผสมผสานกับ “การอธิบายเหตุผลว่าเหตุใดจึงต้องฟัง” เพื่อเพิ่มสีสัน และอรรถรสในการตอบสนองความต้องการแก่ผู้ฟังว่าทำไมจะต้องฟังเรื่องนี้

เช่นเดียวกันกับการหาคำตอบ/วิธีการปฏิบัติ ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจต้องให้คำตอบผู้ฟัง โดยส่วนใหญ่ มักมีการลำดับความคิดจากประเด็นกว้างไปประเด็นลึก เพื่อให้ผู้ฟังสามารถทำความเข้าใจในภาพรวมก่อนแล้วค่อยขยับเข้าไปในส่วนเนื้อหารายละเอียดเชิงลึกที่ให้คำตอบชัดเจนมากขึ้น รวมถึงการลำดับประเด็นและตอบคำถามตาม 5W 1H (What/ When/ Where/ Why/ Who/ How) อย่างเป็นระบบ ในส่วนการใช้เทคนิคทางวิทยาศาสตร์ใช้เทคนิคทางวิทยาศาสตร์ ได้แก่ “การยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ” เช่น “อารมณ์คือเห็นคุณค่าสิ่งที่มีตัวเองมีอยู่แล้วนะ ครับ อารมณ์ชอบคุณสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ...ที่คุณมีในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว คนรอบข้าง พี่น้อง บ้าน...หรือว่าการที่มีอวัยวะครบ การที่มีสุขภาพดี สิ่งเหล่านี้ต้องขอบคุณด้วย” (บัณฑิต) เพื่อขยายความให้เกิดภาพชัดเจนขึ้น และ “การอธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ” เช่น “แล้วผมบอกได้เลยนะ ถ้าคุณหาสิ่งนี้เจอ จูนสิ่งนี้เจอ ชีวิตของคุณโคตรจะมีความสุข...และมันจะเป็นเรื่องที่คุณทำสิ่งที่ตรงกับความหมายชีวิตของคุณนะเงินตามมาด้วย เราจะทำงานแบบมีความสุข” (บัณฑิต) เพื่อให้ผู้ฟังทราบเพราะเหตุใดจึงต้องลงมือทำ ในขณะที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน “มีการใช้เทคนิค “การเน้นย้ำซ้ำความ” เพื่อเน้นย้ำความสำคัญให้ผู้ฟังเกิดการตระหนักใจความสำคัญของเรื่องที่ผู้พูดจะสื่อสาร

ในส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) ที่ก่อนจะพาผู้ฟังเข้าสู่ส่วนบทสรุป หรือขั้นตอนการเรียกร้องให้ลงมือทำ จะมีการสรุปสั้น ๆ เช่น “การใช้การยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของตนเอง/ บุคคลที่ผู้พูดรู้จัก” เช่น “แม่ครูคือที่สุดของการให้กำลังใจลูก...แม่ครูอายุ 83 ปีนี้ 84 ครูทำโชว์ที่ไหน คำคือกำลังใจที่สำคัญของชีวิตครู...คุณบุญยัง กองเกตุณะคะ จบป.4 เป็นลูกชานา แต่เลี้ยงลูกด้วยหัวใจ

อย่าให้ 99% ทำงาน เพราะคุณแม่ของเรามีที่มาไม่เหมือนกัน” (ครูเงาะ) โดยเทคนิคนี้ เป็นการยก ‘เรื่องราว’ ที่ทำหน้าที่ขมวดปมที่ครอบคลุมส่วนของใจความสำคัญที่กล่าวไว้ก่อนหน้าทั้งหมดอีกครั้ง และนำเสนอวิธีการลงมือทำว่าต้องทำอะไร (How) ซึ่งในการหาเรื่องเล่าสักเรื่องที่สามารถเป็นตัวแทนเรื่องทั้งหมดนี้ ถือเป็นวิธีการที่ใช้ได้ผลสูงมากในการขยับใจ และเคลื่อนใจผู้ฟัง นอกจากนี้ยังพบว่านักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน มีการใช้ **“คำคล้องจอง”** ผสมผสานกับ **“การอธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ”** เพื่อเน้นย้ำความจำเป็นหรือประโยชน์ที่ต้องลงมือทำ และสุดท้าย ในส่วนบทสรุปหรือขั้นตอนการเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to Action) โดยส่วนใหญ่ พบว่าเป็นลักษณะข้อความประโยคสั้น ๆ ได้แก่ **“การเน้นย้ำซ้ำความ”** เช่น “หน้าที่ของเรา ตัวเรานี้ละเป็นพ่อเป็นแม่ให้ชีวิตตัวเองได้ไหม วันที่เราทำสิ่งที่ต้องการกำลังใจ เราให้กำลังใจตัวเองได้ไหม...” นอกจากนี้ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน มีการใช้ **“คำคล้องจอง”** ผสมผสานกับการ **“ชวนให้ลงมือทำ”** และ **“การอธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ”** เพื่อเน้นย้ำความจำเป็นหรือประโยชน์ที่ต้องลงมือทำ เพื่อเพิ่มสีสัน และอรรถรสในการพูดบทสรุปให้เกิดความคมคาย และสามารถจดจำนำไปปฏิบัติตามได้

(2.1.4) หัวข้อที่เกี่ยวกับการบรรลุผลสำเร็จ

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยพบว่า ในหัวข้อเกี่ยวกับ **“การบรรลุผลสำเร็จ”** ในขั้นตอนการดึงความสนใจ (Attention) โดยส่วนใหญ่ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจมักจะใช้เทคนิคทางวจนภาษา ได้แก่ การนำเสนอ **“ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม”** เช่น “ที่เราทุกข์เพราะเอาความสุข ไปผูกกับขาคคนอื่นอยู่รึเปล่า” (ครูเงาะ) และมีการใช้ **“ความจริงที่ย้อนแย้ง”** เช่น “รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้แม้ไม่มีพรสวรรค์” (ครูเงาะ) เพื่อทำให้ผู้ฟังรู้สึกเกิดความขัดแย้งในใจ และอยากรู้คำตอบว่าทำไมถึงเป็นเช่นนั้น หรือการกล่าว **“ข้อคิด คำคม”** เช่น “Happiness is a key to success.” (ครูเงาะ) เพื่อขยายความให้เกิดความเข้าใจ ในขณะที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน มีการใช้ลีลาด้วยเทคนิค **“คำคล้องจอง”** เช่น “เมื่อเรามีเป้าหมาย คราวนี้ชีวิตจะง่ายขึ้น” ผสมผสานกับการยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ เช่น “มันจะช่วยเราในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการตัดสินใจ การเลือกที่จะทำ หรือสิ่งที่เราเลือกที่จะไม่ทำได้ด้วย” (เก่ง) เพื่อเพิ่มสีสัน อรรถรสในการดึงความสนใจมากขึ้น จากนั้น ในส่วนของขั้นตอนความต้องการ (Need) หลังจากที่ผู้พูดนำเสนอ **“ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม”** หรือ **“ความจริงที่ย้อนแย้ง”** ก็จำเป็นต้อง **“ให้คำตอบคลายสงสัยในทันที”** ยกตัวอย่าง เช่น “วันนี้ครูเอาเคล็ดลับ 5 ข้อนี้ค่ะ ที่ครูเงาะใช้กับชีวิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความรักการงาน การเงิน แล้วมันทำให้เกิดขึ้นในชีวิตของครูเงาะได้” (ครูเงาะ) จากนั้นก็ทำให้เรื่องของผู้พูดกลายเป็นเรื่องของผู้ฟัง ได้โดยการยกตัวอย่าง

ประสบการณ์ที่มีร่วมกัน และเกิดความรู้สึกที่ไปในทางเดียวกัน เช่น “การยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของผู้พูด/ บุคคลที่ผู้พูดรู้จัก” เช่น “วันที่ครูลดน้ำหนัก อยากรลด ๆ แม่งไม่ได้ซักที...แต่วันที่ครู Enjoy กับการลด กินวันละนิด...ใจเย็นกับตัวเอง อ้าว กลายเป็นว่าน้ำหนักลดได้และคงที่ด้วย” (ครูเงาะ) หรือ “การยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ” เช่น “ถ้าเรา ล่องอยู่ในน้ำแล้วเรารู้ว่าเป้าหมายเราอยู่ตรงไหน เราก็ก่อนพายได้เลย ในขณะที่คนไม่รู้ก็ลอยไปเรื่อย ๆ นั่นคือเหตุผลว่าทำไมคนเราที่มี 24 ชั่วโมงเหมือนกัน มันถึงทำงานได้ไม่เท่ากัน” (เก่ง) นอกจากนี้ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านมีการ “เน้นย้ำคำซ้ำ ๆ” เพื่อให้น้ำหนักความสำคัญของสิ่งที่ต้องการสื่อสารว่าผู้ฟังจะได้อะไรจากการฟัง

ในขั้นตอนความพอใจ (Satisfaction) และขั้นตอนทำให้เห็นภาพ (Visualization) ที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจต้องให้คำตอบ แนวทางการปฏิบัติเพื่อให้เป้าหมายบรรลุผลสำเร็จ โดยส่วนใหญ่ มักมีการจัดเรียง/ ลำดับประเด็นตามลำดับขั้นตอน เนื่องจากการลำดับสารเพื่อให้ผู้ฟังสามารถจดจำแนวทาง/ วิธีการไปปฏิบัติตามได้อย่างมีขั้นตอน ไม่สับสน และจดจำได้ง่าย ในขณะที่บางหัวข้อ นอกจากจะลำดับประเด็นตามขั้นตอนแล้ว ยังพบว่าการลำดับความคิดจากประเด็นกว้างไปประเด็นลึก และลำดับจากด้านกายภาพไปด้านจิตใจ สำหรับการใช้เทคนิคทางวัจนภาษาในการให้คำตอบ/วิธีการปฏิบัติ ได้แก่ “การอธิบายขั้นตอนการลงมือทำ” พร้อมกับการให้ความคิด/หลักฐานสนับสนุนในแต่ละขั้นตอน ยกตัวอย่าง เช่น “ข้อที่ 1 เราคือผลแห่งการนำสิ่งดี ๆ เข้ามา จากการจูนอารมณ์ของเราจะคะ ข้อที่ 2 สิ่งที่คุณต้องทำคือคุณต้องตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน ... ข้อ 3 เมื่อคุณตั้งเป้าหมายได้แล้วคุณส่งพลังงานบวก คุณเอาสองอันนี้มารวมกันคะ ให้ทุกครั้งที่คุณนึกถึงเป้าหมายในชีวิตของคุณ แล้วให้คุณส่งพลังงานที่ดีไปรองรับภาพนั้น ข้อที่ 4 คือโฟกัสคะเมื่อไรก็ตามที่เราเอาโฟกัสไปให้กับอะไรบางอย่าง เราก็จะเอาพลังงานของเราไปให้สิ่งนั้น และผลลัพธ์มันก็จะปรากฏในชีวิตเรา และข้อที่ 5 คือการพาตัวเองไปอยู่กับกัลยาณมิตรคะ” (ครูเงาะ) และ “ยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของผู้พูด/ บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ลองแล้วได้ผล” เช่น ครูลูกขึ้นมากระโดดเดินก่อนให้ State ของครูฟุงก่อน ปรับร่างกายก่อน...จากนั้นครูเปลี่ยนโฟกัสนะคะ ย้ายโฟกัสไปโฟกัสสิ่งที่เราทำได้...ฉันซ้อมได้...ให้คำพูดใหม่...มันคือเงินลงทุน วันนี้ฉันลงทุน ปีหน้าเดี๋ยวฉันเอาคืน” (ครูเงาะ) เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจวิธี/ขั้นตอนในจากการลงมือทำ หรือ “การยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบเปรยเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ” เช่น “ยิ่งจุดเจ็บมันแรง มันแปลว่ามีแรงส่งเยอะ เหมือนคล้าย ๆ อะไรที่มันเต็งลงไป...สปริงหรือแตรมโพลีน...เวลาคุณกดอะไรลงไปแรง ๆ ยิ่งกดแรงเท่าไร มันยิ่งมีแรงผลึกขึ้นมากเท่านั้น” (บัณฑิต) เพื่อทำให้ผู้ฟังเข้าใจและเห็นภาพกระจ่างขึ้น ในขณะที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจ

ใจบางท่าน มีการใช้เทคนิค “**คำคล้องจอง**” ผสมผสานกับการกล่าว “**ข้อคิด คำคม**” และ “**การสาธิตให้ดูเป็นตัวอย่างเพื่อขยายความเข้าใจ**” เพื่อเพิ่มสีสัน อรรถรส และทำให้ผู้ฟังรู้สึก กระแทกใจ กินใจ รวมถึงเห็นภาพชัดเจนว่าจะต้องลงมือทำได้อย่างไร

ในส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) ที่ก่อนจะพาผู้ฟังเข้าสู่ส่วนบทสรุป หรือขั้นตอนการเรียกร้องให้ลงมือทำ พบว่าในบางคลิปวิดีโอจะสรุปสั้น ๆ ด้วยการ “**เน้นย้ำซ้ำความ**” เช่น “**โลกนี้แค่คุณจนอะ ไม่มีอะไรเป็นไปไม่ได้เลยในโลกนี้ ไม่มีอะไรเป็นไปไม่ได้ซักอย่างเดียว แค่คุณจน คือคุณไม่สงสัยอะ**”(บัณฑิต) ในขณะที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่านใช้การ “**ยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของตนเองที่ลองแล้วได้ผล**” เช่น “**สิ่งที่ฉันจะต้องทำ มีอะไรบ้าง โห...3 วิชานี้เลย ไปเรียนที่เมืองนอกตกวิชาละล้าน เรามองเห็นแต่ข้อดี State ของครูปฏิภักกลับมาอยู่สภาวะปกติคะ... 2 อาทิตย์หลังจากนั้น Sponsor เข้า 2 ล้าน ปรากฏคนมาดูแลอีก จากคนจะแจ้งอยู่แล้ว**”(ครูเงาะ) และในส่วนบทสรุป หรือขั้นตอนการเรียกร้องให้ลงมือทำ (Call to action) โดยส่วนใหญ่ พบว่าเป็นข้อความ ประโยคสั้น ๆ ด้วยการ “**เน้นย้ำซ้ำความ**” อีกครั้ง เช่น “**คนที่มีเป้าหมายจะแยกแยะ 3 สิ่งนี้ได้ โฟกัสว่าตัวเองอะอยากไปไหน หาจุดแข็งตัวเองให้เจอ ตั้งเป้าหมายไว้ แล้วไปมันให้ถึง**” หรือ “**การชวนให้ลงมือทำ**” เช่น “**วันนี้ถ้าคุณอยากประสบความสำเร็จ ลองเอา 5 ข้อนี้ไปใช้ในชีวิตเลยคะ**” นอกจากนี้ นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน มีการกล่าว “**ข้อคิด คำคม**” ผสมผสานกับการ “**ตั้งคำถามชวนคิด**” เช่น “**ทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส แต่จะมีสักกี่คนคะ ที่สามารถมองเห็นโอกาสท่ามกลางวิกฤตได้...คุณเท่านั้นคะ ที่จะเป็นคนตอบคำถามนี้**” เพื่อเพิ่มสีสัน และอรรถรสในการพูด บทสรุปให้เกิดความคมคาย และให้ผู้ฟังได้นำไปคิดต่อ

จากการวิเคราะห์โครงสร้าง และองค์ประกอบทั้ง 25 คลิป ผู้วิจัยตั้งข้อค้นพบได้ว่า ลักษณะของหัวข้อ มีผลต่อการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่แตกต่างกันไปตามขั้นตอนการจูงใจของมอโร ความน่าสนใจ คือ ถ้าหากเป็นเรื่องในลักษณะแบบนี้ จะใช้โครงสร้างและการใช้เทคนิคทางวจนภาษาในอีกลักษณะหนึ่ง เช่น เรื่องที่เกี่ยวกับการจัดการความคิดและการตัดสินใจ จะใช้โครงสร้าง/การลำดับความคิดจากประเด็นที่สำคัญน้อยไปประเด็นที่สำคัญมาก และลำดับประเด็นจากประเด็นกว้างไปประเด็นลึกเป็นหลัก และใช้ “**การตั้งคำถามชวนสงสัย**” ในการดึงความสนใจ ในขณะที่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบรรลุผลสำเร็จ จะใช้โครงสร้าง/การลำดับความคิดตามลำดับขั้นตอนเป็นหลัก และนำเสนอ**ความคิดที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม** หรือ **ความคิดย้อนแย้ง** ในการดึงความสนใจจากผู้ฟัง ฯลฯ

(2.2) ความเหมือนและความแตกต่างในการใช้เทคนิคทางวจนภาษาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจต่อการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอ 25 คลิป ในข้อ (2.1) และตารางสรุปที่ 4.10 และตารางที่ 4.11 พบว่า นักพูดสร้างแรงบันดาลใจแต่ละท่านมีการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจด้วยการใช้เทคนิคทางวจนภาษา (Verbal Technique) และลีลา (Style) ที่เหมือนกัน (Commonality) และแตกต่าง (Specificity) โดยพบว่า การใช้เทคนิคต่าง ๆ ส่งผลต่อความรู้สึก นึก คิด การจินตนาการที่ทำให้เกิดการขยับใจให้ลงมือทำตามสิ่งที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจบอก แนะนำเพื่อการเปลี่ยนแปลง และการพัฒนาตนเอง ทั้งนี้ สามารถอธิบายได้ว่า ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจมีการใช้เทคนิคทางวจนภาษาทั้งที่คล้ายคลึงกัน และแตกต่างกันไปตามพื้นเพ สาขาที่ศึกษา การประกอบอาชีพ บุคลิกภาพเฉพาะตัว รวมถึงความสามารถในการใช้ภาษาและการสื่อสาร ซึ่งแต่ละท่านก็จะมีเอกลักษณ์และวิธีการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจเฉพาะตัว ผู้วิจัยจึงขอสรุปภาพรวมของการใช้เทคนิคทางวจนภาษาโดยแบ่งตามนักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้ง 6 ท่าน ได้แก่ ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ, ชุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร, ไค้ชจิบ อดิگانต์ หนูนฤกิติ, บัณฑิต อึ้งรังษี, จินา จิน่าฟู และ เก่ง สิทธิพงศ์ ศิริมาศเกษม โดยรายละเอียด ดังต่อไปนี้

กล่าวโดยสรุป ในส่วนเกริ่นนำ (Introduction) จากการวิเคราะห์นักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้ง 6 ท่าน นักพูดแต่ละท่านมีการใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่มีความคล้ายคลึงกัน เริ่มจากการสื่อสารสร้างแรงบันดาลใจของครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ ที่มีโครงสร้างชัดเจนอย่างเป็นระบบมีความสามารถในการลำดับความคิดในการไล่เรียงประเด็นที่สร้างการโต้ระดับอารมณ์ให้ผู้ฟังเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้พูดเรียนจบการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์โดยตรง ทำให้สามารถถ่ายทอดเนื้อหาให้ผู้ฟังอย่างมีประสิทธิภาพ และด้วยทักษะการเลือกใช้คำที่สื่อความหมายได้อย่างรวดเร็วและ เข้าใจง่าย ประกอบกับบุคลิกภาพที่มีความภูมิฐาน ดูน่าเชื่อถือ วางตัวดี มีพื้นฐานจากการเป็นครูสอนการแสดง (Acting coach) ดังนั้น เมื่อใช้เทคนิคการ “การตั้งคำถามชวนสงสัย” เพื่อนำเข้าสู่เรื่องที่จะพูดและเพื่อดึงความสนใจของผู้ฟัง หรือ การใช้ “ความคิดที่ขัดแย้งกับสังคม” และ “ความจริงที่ย้อนแย้ง” เพื่อกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกขัดแย้งในใจให้เกิดความสงสัยและทำให้ผู้ฟังอยากฟังต่อ จากนั้นจึงเป็นการ “ให้คำตอบคลายสงสัยในทันที” หรือการใช้ “ข้อคิด คำคม” กระแทกใจ จึงทำให้ผู้ฟังเกิดความคล้อยตามได้ ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า จากความเหมือนกันของการใช้เทคนิค (Commonality) ครูเงาะมีความโดดเด่นในการตั้งคำถามชวนสงสัยด้วยความคิดที่ขัดแย้งกับกระแส และการใช้ข้อคิด คำคมกระแทกใจ เช่น “ที่เราทุกข์เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่นอยู่รีเปล่า...ฉันต้อง Success

ก่อน ฉันถึงจะมีความสุข เปล่าเลย..คุณต้องสุขก่อนคุณถึงจะสำเร็จ” (ครูเงาะ) ซึ่งในส่วนตรงนี้ เช่นเดียวกับคุณขุนเขาและคุณบัณฑิตที่มีความพิเศษการใช้เทคนิคในลักษณะเดียวกัน อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในภาพรวม จะพบว่า เทคนิคโดดเด่นที่ทั้ง 6 ท่านมีการใช้ร่วมกัน (Commonality) คือ **“การให้คำตอบคลายสงสัย”** และ **“การยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ”** ดังนั้น จึงเป็นเทคนิคที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจควรใช้ในส่วนบทนำนี้

ในขั้นตอนความต้องการ (Need) เช่นเดียวกัน ทันใดที่ผู้พูดได้ **“ตั้งคำถามชวนสงสัย”** ก็จำเป็นต้อง **“หาคำตอบ”** และทำให้ **“เรื่องของผู้พูดกลายเป็นเรื่องของผู้ฟัง”** ซึ่งใช้เทคนิคได้โดยหลายวิธี ยกตัวอย่าง เช่น การยกตัวอย่างประสบการณ์ที่มีร่วมกัน ที่เป็นเรื่องของผู้พูดและผู้ฟังเคยพบเจอ และเกิดความรู้สึกคล้ายกัน โดยผู้วิจัยพบว่า **“การยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของตนเองที่ลองแล้วได้ผล”** จะเห็นได้จากครูเงาะ ขุนเขา บัณฑิต และจิงนา อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ส่วนนี้ จะเห็นว่า ผู้พูดที่ตั้งประเด็นเข้าเรื่องได้ดี ได้แก่ ครูเงาะ กล่าวคือ หลังจากที่ตั้งคำถามปุ๊บก็ตอบคำถามในทันที หรือจะเป็น การกล่าว **“ข้อคิด คำคม”** ดังจะเห็นจากครูเงาะ ขุนเขา จิงนา และ เก่ง สิทธิพงษ์ ที่มีการใช้ข้อคิดที่ทำให้ผู้ฟังคิดตาม ในขณะที่คุณขุนเขาเป็นการตอบคำถามแบบมีลีลา กระชากใจ รวมถึงมีการ **“ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบ”** อธิบายประกอบชัดเจนเพื่อทำให้ผู้ฟังเข้าใจว่าทำไมถึงเป็นเช่นนั้น อย่างไรก็ตาม ในส่วนของความโดดเด่นที่แตกต่างไม่เหมือนนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น (Specificity) ขุนเขา ไค้ซจ๊ิบ และบัณฑิต ก็มีการนำเสนอ **“ข้อมูลที่คาดไม่ถึง / ไม่เคยรู้มาก่อน”** แต่สำหรับเทคนิคในการใช้ลีลา ขุนเขาและไค้ซจ๊ิบมีลีลาการพูดที่แตกต่างจากท่านอื่นในเรื่องการใช้สำนวนลีลาที่กระชากใจ โดยขุนเขาจะมีการใช้ **“การเล่นคำ” “คำคล้องจอง”** หรือ **“การเน้นย้ำซ้ำความ”** เพื่อสร้างสีสัน อรรถรส และคำกระแทกใจในการดึงความสนใจที่ไม่เหมือนนักพูดท่านอื่น ซึ่งถือเป็นเทคนิคที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของขุนเขา แต่ในส่วนของจิงนา จิงนาพู จากพื้นฐานที่ไม่ได้เรียนจบทางการสื่อสารโดยตรง จะเห็นว่า ลักษณะการพูดแบบไม่มีโครงสร้างชัดเจน และการเล่าเรื่องแบบซ้ำไปซ้ำมามากเกินไป ไม่มีการลำดับความคิดทำให้ผู้ฟังไม่เข้าใจหาจุดสำคัญของเรื่องไม่ได้ ดังนั้น อาจไม่ทำให้ผู้ฟังเกิดการขยับใจ หรือสร้างแรงบันดาลใจมากนัก เนื่องจากบางครั้งผู้ฟังอาจต้องการเนื้อหาสาระหรือความรู้ที่มากกว่านั้น ก็อาจจะไม่เกิดการสร้างการขยับใจ และเคลื่อนใจได้ แต่กับวิธีการ **“เน้นย้ำซ้ำความ”** บ่อย ๆ และด้วยบุคลิกภาพที่ดี น้ำเสียงไพเราะ และท่าทางที่เป็นมิตรของจิงนา ก็อาจจะเป็นจุดเด่นที่สามารถดึงดูดให้คนฟังฟังเรื่องราวที่พูดได้ ในขณะเดียวกัน การใช้เทคนิคการ **“ยกข้อมูลที่ไม่เคยได้ยินมาก่อน”** ของไค้ซจ๊ิบ เช่น **“กฎ 21 วัน”** ถ้าหากคนที่ไม่มีพื้นฐานความรู้ในเรื่องนี้มาฟัง ก็อาจจะไม่เข้าใจในสิ่งที่ผู้พูด

ต้องการสื่อ ดังนั้น โค้ชจึงควรที่จะเลือกข้อมูลที่คนส่วนใหญ่รู้และเข้าใจ ในส่วนของเทคนิคที่โดดเด่นคือการยกตัวอย่างเพื่อขยายความเข้าใจ รวมถึงการใช้ลีลา คำพูดกระแทกใจ “You ต้องเอาตัว You ให้อยู่ก่อน ...ถ้า You ไม่เข้าใจหลักการนี้ ไม่ว่า You มีแฟน หรือไม่มีแฟนYouก็จะพัง”

ในส่วนเนื้อความหลัก (Body) หรือส่วนที่ให้คำตอบและแสดงรายละเอียด จะเห็นได้ว่า นักพูดสร้างแรงบันดาลใจมักจะมีการลำดับความคิดที่เป็น “ประเด็นแบบกว้างไปลึก” และลำดับ “ประเด็นตามขั้นตอน/ เวลา” หรือการตอบคำถามโดยเรียงตาม “หลัก 5W 1H (What/ When/ Where/ Why/ Who & How)” ซึ่งเป็นวิธีการลำดับความคิดอย่างเป็นระบบ (Systematic) สามารถตามเนื้อหาได้ง่ายและทำให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) และทำให้เกิดภาพ (Visualization) ไปพร้อม ๆ กัน เนื่องจากการลำดับประเด็นเช่นนี้ ส่งผลให้การ “ไต่ระดับอารมณ์” ของผู้ฟังค่อยๆ เกิดขึ้นทีละขั้น ซึ่งผู้พูดที่โดดเด่นและแตกต่างจากท่านอื่นในการใช้เทคนิคนี้ ได้แก่ คุณบัณฑิต ทั้งนี้ยังมีการใช้โครงสร้างการพูดที่ชัดเจนอย่างเป็นระบบคล้ายกับครูเงาะ และเนื่องจากมีพื้นฐานเป็นไวยากรณ์ระดับโลก/ นักดนตรี บุคลิกภาพดูน่าเชื่อถือ พูดจาฉะฉาน จึงมีทักษะโดดเด่นในเรื่องการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึก เพื่อสร้างจินตนาการแก่ผู้ฟังได้ดี

ดังนั้น นอกจากความสามารถในการลำดับความคิด การใช้เทคนิค “การยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ” รวมถึง “ประสบการณ์จริงของผู้พูด/ บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ลองแล้วได้ผล” ของคุณบัณฑิตจึงได้ผลเสมอแก่ผู้ฟัง แต่บางครั้งมีการเน้นย้ำหลายครั้งมากเกินไปทำให้เกิดความยึดเยื้อโดยใช่เหตุ เช่น “ไม่รู้จักตัวเองเลย ยังหาตัวเองไม่เจอ เขาใช้คำนี้หาตัวเองไม่เจอ สิ่งที่คนพลาดมากนะ เขาจะพูดคำนี้ ไม่รู้จักตัวเองเลย ยังหาตัวเองไม่เจอ เขาใช้คำนี้ หาตัวเองไม่เจอ”

ทั้งนี้ ภาพรวมจากการวิเคราะห์ในข้างต้น จะเห็นว่า เทคนิคโดดเด่นที่ทั้ง 6 ท่านมีการใช้ร่วมกัน (Commonality) ในส่วนของเนื้อความหลัก คือ “การให้คำตอบคลายสงสัยในทันที” และ “การยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ” และ “การเน้นย้ำซ้ำความ” ดังนั้น จึงเป็นเทคนิคที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจควรใช้ในส่วนเนื้อความหลักนี้ รองลงมาคือ การใช้เทคนิคการ “ชวนให้ลงมือทำ/ เปลี่ยนวิธีคิด” ดังจะเห็นจากคลิปวิดีโอของ 5 ท่าน ได้แก่ ครูเงาะ ชุนเขา โค้ชจิบ บัณฑิต และจินาที่โดดเด่นในการใช้เทคนิคนี้ หรือ “การอธิบายขั้นตอนในการลงมือทำ” ที่จะเห็นได้จากครูเงาะ ชุนเขา บัณฑิต จินา และเก่ง จากนั้น “ยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของผู้พูด/ บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ลองแล้วได้ผล” เพื่อให้ผู้ฟังเห็นตัวอย่างจากประสบการณ์ ที่จะเห็นได้จากครูเงาะ ชุนเขา บัณฑิต และจินา หรือ “การยกตัวอย่างเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย” ที่จะ

เห็นได้จากครูเงาะ ขุนเขา และบัณฑิต อย่างไรก็ตาม ในส่วนของความโดดเด่นที่แตกต่างไม่เหมือนนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น (Specificity) ครูเงาะมีการกล่าว “**ข้อคิด คำคม**” “**ข้อมูลที่คาดไม่ถึง / ไม่เคยรู้มาก่อน**” หรือ “**การสาธิตให้ดูเป็นตัวอย่าง**” รวมถึงลีลาในการใช้ “**คำคล้องจอง**” ที่สร้างสีสัน และการจดจำได้ดี ในขณะที่ ขุนเขาและบัณฑิตมีความโดดเด่นในการใช้ “**ความจริงที่ย้อนแย้ง**” “**การยกตัวอย่าง/เปรียบเทียบข้อดีและข้อเสีย**” และการนำเสนอ “**เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงของตัวเอง**” มาสนับสนุนเนื้อหาใจความหลัก สำหรับเทคนิคในการใช้ลีลาต้องยกให้ขุนเขา ด้วยพื้นฐานที่ผู้พูดมีเรียนจบการศึกษาทางด้านจิตวิทยาโดยตรง ทำให้สามารถเข้าใจจิตใจของผู้ฟังในดีมาก ประกอบกับการมีอาชีพนักเขียน ความสามารถในการใช้ภาษาไทย และทักษะความสามารถในการใช้คำพูดให้กระชากใจคนฟังได้ดี สื่อความหมายได้กระชับ ชัดเจน กระแทกใจ รวมถึงและถ่ายทอดอารมณ์ได้อย่างมีอาชีพ แม้ลักษณะการพูดจะปรากฏทั้งแบบที่มีโครงสร้างชัดเจนและไม่ชัดเจนแต่ก็สามารถขยี้ขึ้น กระชากใจด้วยลีลาที่ถูกจริตคนไทย จะเห็นได้จากการใช้เทคนิคและลีลาที่มีการใช้ “**คำคล้องจอง**” และ “**การเน้นย้ำ**” เพื่อสร้างสีสัน อรรถรส ที่สามารถกระแทกใจผู้ฟังได้ ซึ่งถือเป็นเทคนิคที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร

ในส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) จากการวิเคราะห์นักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้ง 6 ท่าน จะเห็นได้ว่า เทคนิคโดดเด่นที่ทั้ง 6 ท่านมีการใช้ร่วมกัน (Commonality) คือ “**การเน้นย้ำซ้ำความ**” และ “**บอกว่าจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร**” ดังนั้น จึงเป็นเทคนิคที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจควรใช้ในส่วนเนื้อหาความหลักนี้ รองลงมาคือ การใช้เทคนิคการ “**ยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของผู้พูด/บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ลงแล้วได้ผล**” ดังจะเห็นจากคลิปวิดีโอของ 3 ท่าน ได้แก่ ครูเงาะ ขุนเขา บัณฑิต ที่โดดเด่นเหมือนกันในการใช้เทคนิคนี้ อย่างไรก็ตาม ในส่วนของความโดดเด่นที่แตกต่างไม่เหมือนนักพูดสร้างแรงบันดาลใจท่านอื่น (Specificity) ครูเงาะและขุนเขา โดดเด่นในการ “**ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ**”, ครูเงาะและจينا มีการกล่าว “**ข้อคิด คำคม**” นอกจากนี้ ความโดดเด่นในการใช้เทคนิคที่ครูเงาะไม่เหมือนท่านอื่น ได้แก่ การใช้ “**เรื่องเล่าจากประสบการณ์จริงบุคคลที่รู้จัก**” (คุณแม่ครูเงาะ) เพื่อมาใช้เป็นตัวแทนเรื่องราวทั้งหมดในการขมวดปม เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้ฟัง ในขณะที่ บัณฑิตมีความโดดเด่นในการระบุนิยามความหมายเพื่อนำไปสู่การเชิญชวนให้รับฟัง สำหรับการใช้ลีลา จะเห็นว่า ครูเงาะมีการใช้ “**คำคล้องจอง**” และ “**คำพังเพย**” เพื่อสร้างสีสัน กระแทกใจที่ถูกจริตผู้ฟังชาวไทย และสามารถทำให้เกิดการจดจำได้ดี

ในส่วนบทสรุป (Conclusion) จากการวิเคราะห์นักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้ง 6 ท่าน จะเห็นว่า เทคนิคโดดเด่นที่ทั้ง 6 ท่านมีการใช้ร่วมกัน (Commonality) คือ **“การเน้นย้ำซ้ำความ”** และ **“ชวนให้ลงมือทำ/เปลี่ยนวิธีคิด”** ดังนั้น จึงเป็นเทคนิคที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจควรใช้ใน ส่วน เนื้อความหลักนี้ รองลงมาคือ การใช้เทคนิคการ **“อธิบายเหตุผลที่ต้องลงมือทำ”** ดังจะเห็นจากคลิป วิดีโอของ 5 ท่าน ได้แก่ ขุนเขา โค้ชจีบ บัณฑิต จีนา และเก่งที่โดดเด่นเหมือนกันในการใช้เทคนิคนี้ รองลงมา คือ การกล่าว **“ข้อคิด คำคม”** ดังจะเห็นได้จากครูเงาะ ขุนเขา บัณฑิต และจีนา รวมถึง **“การยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ”** ดังจะเห็นได้จาก ขุนเขา บัณฑิต และเก่ง อย่างไรก็ตาม ในส่วนของความโดดเด่นที่แตกต่างไม่เหมือนนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ท่านอื่น (Specificity) ขุนเขาและบัณฑิต โดดเด่นในการ **“ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบข้อดีและ ข้อเสีย”** รวมถึงลีลาการใช้ **“คำคล้องจอง”** เหมือนกัน, โค้ชจีบและบัณฑิต มีการใช้ **“ความคิด ที่ขัดแย้งกับกระแสสังคม”** นอกจากนี้ ความโดดเด่นในการใช้เทคนิคที่ขุนเขาไม่เหมือนท่านอื่น ได้แก่ **“การขยี้ขิ้น”** กระแทกอารมณ์ผู้ฟังด้วยการ **“พูดย้ำไปย้ำมา”** หรือ **“การให้กำลังใจ”** ในส่วนของการใช้ลีลา จะเห็นว่า ขุนเขามีการใช้ **“การเล่นคำ”** และ **“คำสุภาพิต”** เพื่อสร้างสีสัน กระแทกใจ ที่ถูกจริตผู้ฟังชาวไทย และสามารถทำให้เกิดการจดจำได้ดี ในขณะที่ โค้ชจีบมีสำนวนลีลาที่ กระซอกใจ และคำพูดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการพูดปิดท้ายในทุกคลิป

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์คลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจทั้ง 6 ท่าน ผู้วิจัย มีข้อเสนอแนะในด้านการใช้เทคนิคทางวจนภาษาสำหรับบุคคลที่ต้องการเป็นนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนมากมาย โดยนักพูดสร้างแรงบันดาลใจจำเป็นต้องมีคุณสมบัติ ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการตั้งคำถามชวนสงสัย /ชวนคิด ด้วยความจริงที่ย้อนแย้ง หรือความคิด ที่ขัดแย้งกับสังคม ความจริงที่ย้อนแย้ง เพื่อกระตุ้นให้เกิดความรู้สึกขัดแย้งในใจให้เกิดความสงสัยและ ทำให้ผู้ฟังอยากฟังต่อ และสามารถดำดิ่งเข้าไปในเรื่องได้ตั้งแต่เริ่มฟัง

2. ความสามารถในการให้คำตอบคลายสงสัยแก่ผู้ฟังในทันทีหลังจากที่ให้อะเดียบบางอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการตั้งคำถามชวนสงสัยข้อคิดคำคม หรือ ข้อมูลที่คาดไม่ถึง เนื่องจากลักษณะนิสัยของ ผู้รับบนแพลตฟอร์มยูทูป ไม่ชอบการรออะไรที่ยาวนาน ดังนั้น จึงควรตอบคำถามหรือให้คีย์เวิร์ด เพื่อให้ได้ทราบประโยชน์จากการฟังเรื่องนั้น ๆ

3. ความสามารถในการเลือกสรรหรือการสร้างถ้อยคำที่เกิดสีสัน คำกระแทกใจที่ทำให้รู้สึกกินใจ และง่ายต่อการจดจำ เช่น คำคล้องจอง การเล่นคำ คำที่คมคาย หรือคำที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้พูด ฯลฯ เพื่อความสนุกสนานในการฟัง เนื่องจากพื้นฐานของผู้ฟังคนไทยชอบฟังเรื่องบันเทิง ดังนั้น ถ้าหากนักพูดสามารถสร้างสรรคถ้อยคำในลักษณะนี้ นอกจากผู้ฟังจะจดจำได้แล้ว ยังเป็นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้กับตนเองด้วย

4. ความสามารถในการยกตัวอย่างเรื่องราวหรือประสบการณ์ที่ผู้พูดและผู้ฟังมีส่วนร่วม เพื่อให้ “เรื่องของเรา กลายเป็นเรื่องของเขา” เพราะถ้าหากสามารถหาจุดเชื่อมโยงตรงส่วนนี้ได้ แน่แน่นอนว่าผู้ฟังจะฟังเรื่องราวของผู้พูดไปจนจบ

5. ความสามารถในการใช้ลีลาในการเน้นย้ำ (Emphasis) เพื่อทำให้เกิดการกระชากใจ กระแทกใจ และสร้างสีสันให้เรื่องราวน่าฟังมากขึ้น โดยเฉพาะในส่วนที่เป็นใจความสำคัญ เพื่อให้ผู้ฟังตระหนักว่าผู้พูดต้องการจะสื่อสารในเรื่องใด อย่างไรก็ตาม จะต้องเน้นย้ำคำซ้ำ ในปริมาณครั้งที่พอดี ไม่มากและไม่น้อยจนเกินไป

6. ความสามารถในการนำเสนอข้อมูลที่ไม่ซับซ้อนหรือเฉพาะเจาะจงเกินไป ซึ่งจะต้องเป็นข้อมูลที่ไม่ไกลตัว หรือผู้ฟังน่าจะเคยมีประสบการณ์ร่วม เพราะถ้าหากผู้ฟังไม่เข้าใจตั้งแต่ช่วงต้น อาจส่งผลให้ไม่เข้าใจเนื้อหาในส่วนถัดไปได้

7. ความสามารถในการลำดับความคิด/จัดเรียงประเด็นที่สามารถสร้างให้เกิดการไต่ระดับอารมณ์ จะเห็นว่า เมื่อผู้ฟังรับสารที่สร้างแรงบันดาลใจจะเกิดความคิด จินตนาการ ความชอบ และนำไปสู่การลงมือทำได้ก็ต่อเมื่อการลำดับเนื้อหาถูกสร้างอย่างมีระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การลำดับความคิดที่เป็นประเด็นแบบกว้างไปลึก และลำดับประเด็นตามขั้นตอน กล่าวคือ การอธิบายขั้นตอนการลงมือทำเป็นข้อ ๆ พร้อมกับให้หลักฐานสนับสนุนที่มีน้ำหนัก หรือการตอบคำถามโดยเรียงตามหลัก 5W 1H นั้น เป็นวิธีการที่ลำดับความคิดอย่างเป็นระบบ (Systematic) สามารถตามเนื้อหาได้ง่ายและทำให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) และทำให้เกิดภาพ (Visualization) ไปพร้อม ๆ กัน

8. ความสามารถในการยกประสบการณ์จริงของผู้พูด/ บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ลองแล้วได้ผล (Life Testimony) โดยเฉพาะเรื่องที่เป็นประสบการณ์ตรงของผู้พูดเองโดยตรง เนื่องจากเรื่องที่เคยเกิดขึ้นจริงของผู้พูด ย่อมมีน้ำหนักมากกว่าการนำเรื่องของคนอื่นมาเล่า

9. ความสามารถในการยกตัวอย่างข้อดีและข้อเสียของการลงมือทำและการไม่ลงมือตามขั้นตอนปฏิบัติที่ผู้พูดให้แนวทาง เพื่อให้ผู้ฟังเห็นว่าถ้าหากลงมือทำจะเกิดข้อดีอย่างไรบ้าง และถ้าหากไม่ลงมือทำจะเกิดผลเสียอย่างไรบ้าง

10. ความสามารถในการขมวดปมเรื่องที่พูดทั้งหมดด้วยการยกเรื่องราวที่เป็นตัวแทน เช่น เรื่องราวจากประสบการณ์จริงของผู้พูด/บุคคลที่เคยประสบความสำเร็จ ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ หรือการให้ข้อคิดคำคมที่เป็นมีลักษณะเป็นคำคล้องจองที่กระแทกใจ (คิดขึ้นเอง) ที่สามารถทำให้ใจขยับได้ เคลื่อนใจ รวมถึงเป็นการบอกผู้ฟังให้ได้ว่าจะทำตามข้อเสนอ/ แนวทางได้อย่างไร ซึ่งเป็นส่วนสำคัญมากที่จะต้องให้ความกระจ่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ฟังสามารถนำไปลงมือทำได้

11. ความสามารถในการโน้มน้าวใจผู้ฟังให้เกิดการลงมือทำด้วยวิธีการ เช่น การชักชวน การเน้นย้ำซ้ำความหลายๆ ครั้ง หรือที่เรียกว่า “การขยี้ขิ้น” ด้วยการ “พูดย้ำไปย้ำมา” เพื่อทำให้เกิดการกระแทกอารมณ์ ครั้งสุดท้ายก่อนจบการพูด เนื่องจากผู้วิจัยค้นพบว่า เทคนิคนี้เป็นการกระตุ้นอารมณ์ผู้ฟังที่ได้ผลจริง รวมถึงสามารถอธิบายเหตุผลได้ว่าเพราะเหตุใดจึงจำเป็นต้องลงมือทำ

12. ความสามารถในการเล่าเรื่องราวที่ซับซ้อนในเงื่อนไขของเวลาที่มีไม่มากให้กระชับ ได้ใจความ ด้วยการใช้หลักฐานสนับสนุนประเด็นหลัก เช่น ข้อเท็จจริง ผลการศึกษา/ วิจัย หลักการ เหตุและผล หรือการยกตัวอย่างสมมติที่ทำให้เกิดภาพชัดเจน ฯลฯ สำหรับข้อเสนอนี้ทั้ง 12 ข้อที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยได้มาจากประมวลข้อมูลและสังเคราะห์จากคลิปวิดีโอทั้ง 25 คลิป และนำมาบูรณาการเพื่อสร้างองค์ความรู้ให้แก่ผู้ที่อยากเป็นนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนที่ “ใจแปบ” ให้กลับมา “ใจฟู” อีกครั้ง

(2.3) เทคนิคทางวจนภาษาที่นักพูดสร้างแรงบันดาลใจต้องใช้ในการส่งผ่านแรงบันดาลใจ

จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอ 25 คลิป ในข้อ (2.2) พบว่า นักพูดสร้างแรงบันดาลใจแต่ละท่าน มีการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจด้วยการใช้เทคนิคทางวจนภาษาในหลากหลายวิธี อย่างไรก็ตาม หลักการในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจนั้น นักพูดสร้างแรงบันดาลใจจะต้องใช้เทคนิคที่สามารถส่งผ่านแรงบันดาลใจให้ได้ในแต่ละขั้นตอนของการเกิดแรงบันดาลใจตามแนวคิดองค์คณะแห่งความคิด ได้แก่ **ความคิด (Idea) จินตนาการ (Imagination) แรงผลักดันจากภายในให้อยากลงมือทำ (Passion) จนนำไปสู่เจตน์จำนงที่จะลงมือทำ (Will)**

ดังนั้น การที่ผู้พูดจะสามารถส่งผ่านเทคนิคบางอย่างเพื่อทำให้ผู้ฟังเกิดความประทับใจ จนนำไปสู่การลงมือทำได้นั้น จะต้องมีการใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่สามารถส่งผ่านแรงบันดาลใจได้อย่างมีขั้นตอน กล่าวได้ว่า ถ้าหากผู้พูดไม่สามารถทำให้ผู้ฟังเกิดการจินตนาการบางอย่างได้นั้น ความหลงใหล หรือความประทับใจในเรื่องนั้นก็จะไม่เกิดขึ้น ซึ่งเทคนิคที่ทำให้เราเกิดภาพในหัวได้นั้น โดยส่วนใหญ่มักจะเป็น “การยกตัวอย่าง” (Example) ที่ชัดเจน ยกตัวอย่าง เช่น “เรื่องจาก

ประสบการณ์ที่ยกมาที่ผู้พูดและผู้ฟังมีส่วนร่วม” หรือเป็น **“เรื่องที่เคยประสบพบเจอมาเหมือนกัน”** ซึ่งเรื่องราวในลักษณะดังกล่าวนี้ จะสามารถทำให้ผู้ฟังเข้าใจและเห็นเป็นภาพเดียวกันกับผู้พูด เช่น **“วันที่เราตั้งใจทำดีเราอาจจะเผลอทำไม่ได้ออกไป เราจะต้องกลับมาเป็นพ่อแม่ให้ชีวิตเราเองให้ได้”** (ครูเงาะ) จากเรื่องนี้ หากผู้ฟังเป็นคนที่ม่พ่อแม่ ก็จะสามารถเข้าใจได้ เพราะเป็นเรื่องใกล้ตัวที่เรามีประสบการณ์ร่วม แต่ถ้าหากว่าผู้พูดกล่าวในเรื่องที่ผู้ฟังไม่มีความรู้ หรือประสบการณ์ร่วม ก็มีโอกาที่จะไม่เข้าใจ และทำให้ภาพนั้นไม่เกิด ทำให้การส่งผ่านแรงบันดาลใจไม่สำเร็จ

ดังนั้น เรื่องราวที่เป็น **‘เรื่องใกล้ตัว’** หรือ **‘เรื่องที่มีประสบการณ์ร่วมกัน’** เท่านั้นที่จะสามารถส่งผ่านความคิดบางอย่าง นำไปสู่การเกิดจินตนาการในขั้นต่อไปได้ สอดคล้องกับแนวคิดการเชื่อมโยง (Association) ของ David Hume ที่กล่าวไว้ว่า คนจึงมักจะสนใจเฉพาะ **“เรื่องที่ใกล้ตัว/เกี่ยวข้องกับตัวเอง”** หลังจากที่เรื่องราวที่ใกล้ตัวของผู้พูดและผู้ฟังได้ทำให้เกิดภาพแล้ว ภาพดังกล่าว ก็จะต้องมีความกระจ่างชัดเจนมากพอที่จะสามารถทำให้เกิดการขยับใจได้ กล่าวคือ ภาพนั้นจะต้องมีการทำให้เกิด **‘ความรุนแรง’** เพียงพอที่จะทำให้เกิดความประทับใจได้ ไม่ว่าจะเป็น การให้แนวคิดที่ทำให้เกิดการกระแทกซ้กลงไปในความรู้สึกของผู้ฟัง เช่น **“ข้อคิด คำคม”** ที่มีความคมคาย ถ้อยคำคล้องจองกระแทกใจ จะสอดคล้องกับงานวิจัยของวริฐฐา ศรีช่วย (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลวิธีการใช้ภาษาของไลฟ์โค้ช ที่กล่าวว่า ในส่วนความคมคายของภาษามีผลต่อการสร้างความทรงจำ และการดึงความสนใจ เวลาที่คนจดจำจะทำให้เกิดการไปติดต่อสำหรับการเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนแปลง (Transformative learning) ที่สามารถทำให้ผู้ฟังเกิดการเปลี่ยนใจภายหลัง หรืออาจจะเป็นการ **“ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบซ้ำอีกครั้ง”** ที่ทำให้เกิดการกระตุ้นอารมณ์บางอย่างเพิ่มขึ้น เช่น **“พ่อแม่ที่ดีซ้ำเติมลูกไหมคะ ไม่..ถูกไหมคะ แต่เค้าจะสอนให้ลูกเรียนรู้ วันที่คุณผิดพลาด คุณจะเป็นคนแรกที่สอนตัวคุณเอง สอนให้เห็น เรียนรู้โดยการฝึกซ้ำๆ ทำอีกลูกไม่เป็นไร...นี่คือสิ่งที่คุณต้องบอกตัวเอง”** (ครูเงาะ) กล่าวว่า การรักตัวเองก็เหมือนพ่อแม่รักเรา ถือว่าเป็นที่ทุกคนย่อมมีประสบการณ์ร่วมกัน ในขณะที่การ **“อธิบายได้ว่าทำไมถึงต้องทำเช่นนั้น”** ก็เป็นอีกเทคนิคหนึ่งที่ทำให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจที่กระจ่างขึ้น แต่ถ้าหากความประทับใจยังไม่เกิดขึ้น ผู้พูดจะต้องมีเทคนิคการใช้ลีลาน้ำเสียง หรือการ **“เน้นย้ำคำซ้ำ ๆ”** ที่ทำให้เกิด **‘ความเข้มข้น/ ความรุนแรง’** ที่มันเพิ่มขึ้นเชิงอารมณ์ หรือจะเป็นการยกตัวอย่างเป็นครั้งที่สอง ที่สามอีกครั้ง หรือการ **“ยกตัวอย่าง/ เปรียบเทียบ เปรียบเปรยเพื่อขยายความเข้าใจ”**

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาตามโครงสร้างการพูดในการเล่าเรื่องของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ แต่ละท่าน จะเห็นว่า นอกจากโครงสร้างการพูดที่ชัดเจนแล้ว การลำดับความคิด/ ไล่เรียงประเด็นที่สร้างการ **‘ไต่ระดับอารมณ์’** ก็มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ส่งผ่านแรงบันดาลใจ โดยเทคนิคในการลำดับความคิดที่ทำให้เกิดการ **“ขยับใจ” “เคลื่อนไหว”** ได้นั้นจะต้องมีการลำดับความคิดที่เป็นระบบ ได้แก่ **“การลำดับจากประเด็นที่กว้างไปประเด็นที่ลงลึกในรายละเอียด”** หรือ **“การลำดับประเด็นตามขั้นตอนที่เป็นข้อ ๆ”** (ครูเงาะ) ก็สามารถจดจำได้ง่าย เนื่องจากทำให้เกิดภาพเป็นขั้นเป็นตอนเหมือนการต่อจิ๊กซอว์ไปที่ละชนิด ๆ เช่นเดียวกับการเกิดภาพที่ค่อย ๆ ชัดขึ้นไปตามการให้ตัวอย่างสนับสนุนหรือลำดับตามการตอบคำถามที่เรียงตาม **“หลัก 5W 1H”** (บัณฑิต) ซึ่งเป็นวิธีการลำดับความคิดอย่างเป็นระบบ เนื่องจากผู้ฟังสามารถตามเนื้อหาได้ง่าย

นอกจากนี้ เทคนิคการตอบคำถามแบบ **“5W 1H”** ยังเป็นวิธีที่ได้ผลในการทำให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) และทำให้เกิดภาพ (Visualization) และการไต่ระดับอารมณ์ไปพร้อม ๆ กันอีกด้วย ในขณะที่วิธีการลำดับประเด็นโดยการเล่าเรื่องไปเรื่อย ๆ ของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบางท่าน (จينا) มักไม่ค่อยได้ประสิทธิผลในส่งผ่านแรงบันดาลใจทั้งนี้ จากการลำดับประเด็นที่ทำให้เกิดภาพที่รุนแรงและเข้มข้นขึ้นก่อนการตัดสินใจที่จะลงมือทำ มักจะเชื่อมไปสู่ส่วนการเชื่อมโยง (Bridge) ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนเรื่องราวทั้งหมดในการ **‘ขมวดปม’** เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้ฟัง ดังนั้นเทคนิคที่จะส่งผ่านแรงบันดาลใจให้ผู้ฟังเกิดการลงมือทำได้มักจะเป็นการ **“เรื่องราวจากประสบการณ์จริงของผู้พูด/ บุคคลที่มีชื่อเสียง”** ที่ทำให้ผู้ฟังอยากที่จะลงมือทำในทันที เช่น “แม่ครูคือที่สุดของการให้กำลังใจลูก...เค้าคือกำลังใจที่สำคัญของชีวิต... คุณบุญยัง กองเกตุณะคะ จบ ป.4 เป็นลูกสาวนา แต่เลี้ยงลูกด้วยหัวใจ ไม่ต้องเอาไปเปรียบเทียบกับแม่ของเรา อย่าให้ 99% ทำงานเพราะคุณแม่ของเรามีที่มาไม่เหมือนกัน เขาผ่านอะไรมาไม่เหมือนกับเรา” หรืออาจจะเป็น **“ข้อคิดคำคม”** กระแทกใจหนึ่งเรื่อง เช่น “ถ้าอยากจะทำเจริญต้องกล้าเผชิญความเจ็บ เพราะในความเจ็บจะมีความจริง” (ขุนเขา) และเทคนิคต่อไป คือ **“การบอกผู้ฟังด้วยว่าจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร”** เช่น **“ถ้าคุณฝึกตัวเองให้กล้าเผชิญความเจ็บอยู่เสมอ คุณจะได้เจอกับความเจริญ ในไม่ช้าอย่างแน่นอน”**

อย่างไรก็ตาม ถ้าผู้พูดไม่สามารถทำให้ผู้ฟังเข้าใจและเข้าถึงวิธีการอย่างถ่องแท้ ก็อาจจะไม่เกิดการลงมือทำได้ ยกตัวอย่าง เช่น เรื่อง **“รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้แม้ไม่มีพรสวรรค์”** สมมติว่าผู้ฟังไม่สามารถเข้าใจวิธีการในข้อ 3 ที่บอกว่า **‘ให้เอาเป้าหมายและพลังงานบวกที่มีมารวมกัน’** แต่กลับเข้าใจวิธีการคบเพื่อนดี เราก็จะเลือกทำตามเฉพาะสิ่งที่เราทำได้เท่านั้น เพราะฉะนั้น ความประสบความสำเร็จตามสูตรของครูเงาะก็อาจไม่ได้ผล จะเห็นว่า ต่อให้ภาพที่เกิดขึ้นนั้นจะกระจ่างชัดเจน

แค่ไหน แต่ถ้าผู้ฟังไม่เข้าใจก็ไม่สามารถทำได้ ‘การลงมือทำก็จะไม่เกิดตามมา’ เพราะฉะนั้น หน้าที่ของส่วนเชื่อมโยงที่สำคัญที่สุด คือ “การบอกว่าผู้ฟังจะทำตามข้อเสนอได้อย่างไร” เพื่อให้คนเกิดการอยากลงมือทำ ก่อนที่จะเข้าส่วนบทสรุป เช่น “หน้าที่ของเรา ตัวเรานี้ละเป็นพ่อเป็นแม่ให้ชีวิตตัวเองได้ไหม วันที่เราทำสิ่งที่ต้องการกำลังใจ เราให้กำลังใจตัวเองได้ไหม ทำสำเร็จแล้วชื่นชมตัวเองก่อนคนแรก วันที่เราทำผิดพลาด เราเข้าใจได้ไหมว่าเราแค่มนุษย์คนหนึ่ง...” (ครูเงาะ) เมื่อผู้พูดบอกวิธีการชัดเจน ก็ส่งผ่านให้ผู้ฟังเกิดการตัดสินใจที่ลงมือทำ (Will)

นอกจากนี้ อีกเทคนิคที่ใช้ได้ผลในการทำให้คนเกิดการบันดาลใจ คือ การใช้ลีลาทางภาษาใน “การเน้นย้ำซ้ำความ” หรือจะเป็นการ “พูดหักมุม” เพื่อคลายปมอะไรบางอย่าง เนื่องจากเป็นการพูดเพื่อสรุปจบทุกอย่าง อาจจะใช้กระทัดรัดด้วย “ข้อคิด คำคม” หรือ “คำสุภาษิต” ให้เกิดการกระแทกใจ เพื่อเป็นการ ‘กระตุ้นให้ระดับอารมณ์สูงขึ้นไปจนสุด’ เช่น “มันมีคำพูดความรู้ท่วมหัวเอาตัวไม่รอด ไม่ครบ มันรอดแน่นอน ถ้าคุณรู้ว่าจะว่ายน้ำยังไง คุณรู้ว่าจะซ่อมของยังไง คุณรู้ว่าจะลงทุนยังไง มันมีประโยชน์ต่อชีวิตสุด ๆ แต่เพียงแต่ว่ามีประโยชน์เพราะคนเหล่านั้นไม่นำมาใช้ ปล่อยให้ของหรือความรู้ที่อยู่ในหัว เน่าเหมือนอาหารที่อยู่ในตู้เย็นอย่าเป็นแบบนั้นครับ นำสิ่งที่คุณรู้ทั้งหมดไปใช้ ไม่ทันทีก็เร็ว ๆ นั้นเลย” หรืออีกหนึ่งตัวอย่างเรื่อง “วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ในชีวิต” (บัณฑิต) ที่มีการเล่าเรื่องตอบคำถามแบบ “5W 1H” และสรุปจบด้วยวิธีการปฏิบัติ ด้วยการ “ยกตัวอย่างประสบการณ์จริงของบุคคลที่มีชื่อเสียงระดับโลก” พร้อมกับการ “อธิบายว่าทำไมต้องลงมือทำ” เช่น “เอดิสันเนีย หมิ่นครั้งเนีย เขาเสพความสนุกทุกครั้ง เหมือนกับว่ามาลองอะไรสนุก ๆ...9,999 ครั้ง...ผมก็ทำแบบนี้มาตลอดเหมือนกัน...ถ้าคุณรู้ว่าใช้ก่อนถึงจะทำนะ คุณไม่สำเร็จอะ...ชีวิตมันคือการทดลองสนุกๆ อันนี้เป็นหลักปรัชญาที่ผมมั่นใจว่าถ้าคุณเอาไปใช้จะเป็นผลดีต่อชีวิตคุณ” สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง บทบาทของข้อความที่น่าจดจำในกระบวนการขัดเกลาทางสังคมในองค์กร (Memorable Messages) ของ Stohl (1986) กล่าวถึงคุณลักษณะของการเล่าเรื่องเข้าสังคมเพื่อทำให้คนจดจำได้ เช่น การเล่าเรื่องจากบุคคลที่ประสบความสำเร็จมาก่อน หรือประวัติชีวิตของคนหนึ่งที่มีความเชื่อมโยงกับคนหนึ่ง จากประสบการณ์ของคนที่เคยอาบน้ำร้อนมาก่อน หรือมีอายุที่มากกว่า

จากผลการวิจัยข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดองค์คณะแห่งความคิด (Faculties of the Minds) ของ David Hume ที่กล่าวถึง องค์ประกอบขององค์คณะแห่งความคิด มีความเชื่อมโยงกับ ลำดับขั้นการเกิด/ สร้างแรงบันดาลใจของมนุษย์ มีทั้งหมด 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความคิด (Idea) การจินตนาการ (Imagination) แรงผลักดันจากภายในให้อยากลงมือทำ (Passion) และเจตน์จำนงที่จะลงมือทำ (Will) สำหรับ แนวคิดองค์คณะแห่งความคิด (Faculties of the Minds) เป็นกระบวนการความคิดที่เกิดจากการเปิดรับฟังสารที่สร้างแรงบันดาลใจผ่านประสบการณ์ตรง ซึ่งเมื่อเกิดความเข้าใจก็จะเชื่อมโยงไปยังความคิด และการสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ สอดคล้องกับส่วนเกริ่นนำ (Introduction) จากนั้น เกิดเป็นจินตนาการและความหลงใหลในสิ่งนั้น สอดคล้องกับส่วนเนื้อความหลัก (body) และเมื่อจินตนาการเหล่านั้นได้เชื่อมโยงถึงกัน จะนำไปสู่การสร้างความประทับใจที่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหว บันดาลใจนำไปสู่ความปรารถนา ความต้องการที่จะปรับเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย สอดคล้องกับส่วนบทสรุป (conclusion) และ สอดคล้องกับโครงสร้างการพูดพื้นฐาน สอดคล้องกับงานวิจัยของงานวิจัยของ เอธิกา เอกวารีสกุล และ ปัทมา พัฒน์พงษ์ (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างสัมพันธสารการพูดสร้างแรงบันดาลใจในภาษาไทย โดยจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ ได้แก่ 1) ส่วนนำ เพื่อเกริ่นนำเข้าสู่เนื้อหาของ การพูด 2) ส่วนเนื้อหา เพื่อกล่าวถึงประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้พูดต้องการจะสื่อสารกับผู้ฟังด้วยการเล่าประสบการณ์ การให้คำแนะนำ และ 3) ส่วนสรุป เพื่อกล่าวสรุปเนื้อหา และการกล่าวลา มีโครงสร้างที่สามารถเชื่อมโยงได้กับแนวคิดองค์คณะแห่งความคิดที่ผู้วิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์ร่วมกัน และแสดงให้เห็นความเชื่อมโยงและหน้าที่ในแต่ละโครงสร้างได้

(2.3.1) การนำเสนอเนื้อหาสาระที่สร้างแรงบันดาลใจของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบนแพลตฟอร์มออนไลน์ยูทูบ

นอกจากนี้ ในบริบทของการนำเสนอเนื้อหาสาระที่สร้างแรงบันดาลใจของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูบ การกล่าวถึงคุณลักษณะเนื้อหาสาระที่ส่งผลต่อการขยับใจ และ บันดาลใจ ยิ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (2558) อธิบายไว้ว่า คอนเทนต์ที่ดีและมีคุณภาพ ควรประกอบไปด้วย 3 คุณลักษณะ ได้แก่

1. สร้างแรงบันดาลใจกับคน (Inspire People)
2. อธิบายและสร้างทักษะใหม่ๆ ให้กับคน (Instruct People)
3. ให้ข้อมูลน่าสนใจกับคน (Inform People)

โดยคอนเทนต์ดังกล่าวจะต้องสามารถกระตุ้นให้คนเกิดความเชื่อ สร้างกำลังใจ เชื่อมต่อกับความรู้สึกเล็ก ๆ หรือเชื่อมโยงกับประสบการณ์ชีวิตของพวกเขา สอนทักษะให้เข้าใจง่ายและสามารถนำไปใช้ได้จริง ที่สำคัญจะต้องให้ข้อมูลบางอย่างที่น่าสนใจ เข้าถึง (Insight) และคาดไม่ถึง จึงจะเป็นลักษณะของคอนเทนต์ที่น่าจะดึงดูดและสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพจากการศึกษาที่ผ่านมาในประเทศไทยเกี่ยวกับเนื้อหาการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของวริฏฐา ศรีช่วย (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับกลวิธีการใช้ภาษาของไลฟ์โค้ช โดยการวิเคราะห์ลักษณะของทำเนียบภาษา รวมถึงการสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทำเนียบภาษากับเนื้อหาต่างประเภทในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

5.3 ข้อจำกัด ปัญหา และอุปสรรคในการวิจัย

1. เนื่องจากสภาวะโรคระบาดโควิด-19 ทำให้มีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลแบบเผชิญหน้า ดังนั้น การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นทั้งนักพุดสร้างแรงบันดาลใจ/ ผู้รับชมคลิปวิดีโอสร้างแรงบันดาลใจจึงเป็นไปได้ยาก เนื่องด้วยความสะดวกต่อการให้การสัมภาษณ์โดยตรง รวมถึงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลนั้นค่อนข้างมีเวลาที่จำกัด จึงส่งผลให้การศึกษามุ่งเน้นไปที่การถอดความ และวิเคราะห์เนื้อหาเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เลือกศึกษาเป็นคลิปวิดีโอบนช่องทางยูทูป(YouTube channel) ของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจที่เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2563 - พ.ศ. 2565 อันเป็นช่วงเวลาของการเกิดของสถานการณ์โรคระบาดโควิด- 19 ซึ่งอาจทำให้ได้มาซึ่งคลิปวิดีโอที่มีประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาที่ไม่ได้รับความนิยม หรือมีจำนวนผู้รับชมสูงสุดในขณะนั้น รวมถึงเนื้อหาที่มีการเปลี่ยนแปลงไปและเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ผู้วิจัยได้มาซึ่งเนื้อหาสารที่ไม่ครอบคลุมถึงในทุกประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาบนช่องทางยูทูปของเหล่านักพุดสร้างแรงบันดาลใจที่ได้รับความนิยม/ จำนวนยอดวิวสูง ได้ครบถ้วนตามกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

2. การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิเคราะห์ตัวบท โดยเน้นวิเคราะห์เทคนิค/วิธีการทางวจนภาษา (Verbal Technique) ที่ผู้ส่งสารใช้เป็นหลัก แต่ไม่ได้ศึกษาโดยให้น้ำหนักความสำคัญไปที่เทคนิคทางอวจนภาษา (Non-verbal Technique) ส่งผลให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลทางด้านอวจนภาษาได้ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

3. การศึกษานี้เน้นหลักที่การศึกษาโครงสร้างและองค์ประกอบ/ การใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่ผู้ส่งสารใช้ แต่ไม่ได้เน้นหลักไปที่มุมมองของผู้รับสาร จึงไม่มีผลการวิจัยในด้านผลตอบรับ/ การแสดงความคิดเห็น (Feedback comment) ที่แสดงให้เห็นถึงประสิทธิผลของการเคลื่อนไหวและ บันดาลใจของผู้รับสารนำมาใช้เพื่อประกอบการอภิปรายด้วย

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. สำหรับนักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ต้องการประสบความสำเร็จในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจบนสื่อออนไลน์ยูทูป (YouTube) ควรตระหนักถึงการนำเสนอเนื้อหาในเวลาที่เหมาะสม เนื่องจากผู้รับชมยูทูปมักไม่ชอบฟังอะไรนานเกินไป (ไม่เกิน 5-7 นาที) ดังนั้น เรื่องราวที่นำเสนอจึงต้องมีโครงสร้างการพูด และองค์ประกอบ เทคนิค/ วิธีการทางวจนภาษา หรือลีลาที่สร้างสีสันให้เรื่องราวน่าฟัง รวมถึงการนำเสนอที่กระชับ ได้ใจความ เพื่อให้ได้มาซึ่งเนื้อหาที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สร้างการขยับใจ เคลื่อนใจ และบันดาลใจ จนนำไปสู่การลงมือทำให้แก่ผู้ฟังได้ โดยการนำผลการศึกษาที่ได้ไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสร้างคอนเทนต์ เพื่อสร้างอิทธิพลต่อความรู้สึก นึก คิด และอารมณ์เชิงบวกที่นำไปสู่การสร้างแรงบันดาลใจใน เพื่อนำเสนอผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ยูทูป รวมถึงสามารถนำไปต่อยอดในงานอื่น ๆ เช่น งานพูด งานเขียน หรืองานวาทนิพนธ์ (Composition) ที่มีเนื้อหาสาระเพื่อสร้างแรงบันดาลใจอย่างสร้างสรรค์ต่อไปในอนาคต

2. นักพูดสร้างแรงบันดาลใจควรตระหนักถึงการสื่อสารแบบมีโครงสร้างการพูด และการจัดเรียงเรียง/ ลำดับความคิดให้เกิดการไล่ระดับอารมณ์ เนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้ฟังเกิดการขยับใจ เคลื่อนใจ นำไปสู่การบันทาลใจ ทั้งในเรื่องของการใช้ลีลาในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างสีสัน และความสนุกสนานควบคู่ไปกับการแสดงเอกลักษณ์ให้ผู้ฟังสามารถจดจำผู้พูดได้

3. นอกจากการใช้เทคนิคทางวจนภาษาแล้ว นักพูดสร้างแรงบันดาลใจควรศึกษาการใช้เทคนิคทางอวจนภาษาควบคู่ไปด้วย รวมถึงการเสริมสร้างบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับการเป็นนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ทั้งนี้เพื่อการสื่อสารที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ส่งสาร และดึงดูดให้ผู้รับสารฟังเรื่องราวได้อย่างมีอรรถรสมากยิ่งขึ้น

4. นักพูดสร้างแรงบันดาลใจควรตระหนักถึงความสำคัญในการศึกษาหาความรู้/ ข้อมูลข่าวสารรอบตัวอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะสามารถสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creation) ที่หลากหลายแปลกใหม่ และเชื่อมโยงกับสถานการณ์ และประสบการณ์ของผู้รับสารได้อย่างครอบคลุม เนื่องจากความอ่อนแอ เปราะบางทางจิตใจสามารถเกิดขึ้นได้กับคนทุกเพศทุกวัย ดังนั้น นักพูดสร้างแรงบันดาลใจที่ดีจะต้องเข้าถึงผู้รับสารได้ทุกรูปแบบ

5.5 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. เนื่องจากสภาวะโรคระบาดโควิด-19 ส่งผลให้การเก็บข้อมูลจากคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูป (YouTube Channel) ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 มุ่งเน้นไปที่การถอดความ และวิเคราะห์เนื้อหาเพียงอย่างเดียวเท่านั้น รวมถึงการเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างเพียงจำนวน 25 คลิป ทำให้ทราบถึงประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาสารบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจเพียงแค่งกลุ่มเดียว ในการวิจัยครั้งต่อไปในอนาคต หากสามารถใช้การสื่อสารผ่านสื่อ (mediated) เพื่อลดปัญหาการเผชิญหน้า โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ส่งสาร/ ผู้รับสารที่ปรากฏบนช่องทางยูทูป ช่องอื่น ๆ หรือสามารถเข้าถึงคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ในช่องทางที่หลากหลายมากขึ้น เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) ฯลฯ ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าสนใจในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาสร้างแรงบันดาลใจที่ได้รับความนิยม และจะทำให้ผู้วิจัยสามารถรับรู้ถึงข้อมูลที่กว้าง และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อันเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจศึกษาในเรื่องนี้ได้นำไปปรับปรุง แก้ไข และต่อยอดสืบไปในอนาคต

2. เนื่องจากการศึกษานี้เน้นวิเคราะห์เทคนิค/ วิธีการทางวจนภาษา (Verbal Technique) ที่ผู้ส่งสารใช้เพียงอย่างเดียว ซึ่งบริบทของการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ นอกจากนักพูดสร้างแรงบันดาลใจจะต้องมีเทคนิคการใช้วจนภาษา (Verbal Technique) และการสร้างสีสัน/ ลีลาที่ดีแล้ว การวิเคราะห์เทคนิคทางอวจนภาษา (Non-verbal Technique) ได้แก่ บุคลิกภาพ น้ำเสียง สีสหน้า ท่าทาง ฯลฯ จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่จะศึกษาและจะทำให้องค์ความรู้ทางการสื่อสารในเชิงวิทยาศาสตร์ในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจมีความน่าดึงดูด และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3. เนื่องจากการศึกษานี้เน้นหลักที่การศึกษาโครงสร้างและองค์ประกอบ/ การใช้เทคนิคทางวจนภาษา (Verbal technique) ที่ผู้ส่งสารใช้เพียงอย่างเดียว แต่ไม่ได้เน้นหลักไปที่มุมมองของผู้รับสารในด้านผลตอบรับ/ การแสดงความคิดเห็น (Feedback comment) ดังนั้น การศึกษาในอนาคต ผู้วิจัยอาจจะพิจารณาเนื้อหาและเพิ่มเติมในส่วนของผลตอบรับ/ การแสดงความคิดเห็นของผู้รับสารที่เป็นผู้รับชมคลิปวิดีโอบนช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจอยู่เป็นประจำ จะสามารถวัดประสิทธิผลในด้านผลตอบรับ/ การแสดงความคิดเห็น (Feedback comment) เชิงบวกที่ส่งผลต่อความรู้สึก นึก คิด ในการเคลื่อนไหว และบันดาลใจ อันเกิดขึ้นภายหลังการรับชมคลิปวิดีโอของผู้รับสาร จะทำให้การศึกษาดังกล่าวมีความชัดเจน และสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. การเก็บข้อมูลจากการวิเคราะห์ประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาสารของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจบนช่องทางยูทูป (YouTube Channel) ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2565 ทำให้ทราบถึงแค่ลักษณะเนื้อหาในภาพรวมใหญ่ ๆ ในการวิจัยครั้งต่อไปในการศึกษาในอนาคต ผู้วิจัยอาจจะพิจารณาการศึกษากระบวนการการเล่าเรื่อง (Story Telling) ของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจอย่างละเอียดมากขึ้น โดยอาจศึกษาจากผู้ส่งสารที่เป็นนักพูดสร้างแรงบันดาลใจชาวต่างชาติที่ประสบความสำเร็จในการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจร่วมด้วย เพื่อมุ่งเน้นการสร้างสรรค์เรื่องราวที่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่บุคคลนั้น ๆ ให้เป็นที่น่าจดจำ เพื่อเป็นการวางแนวทางให้กับอาชีพนักสร้างเรื่องราว (Curator) ให้กับผู้ที่สนใจในอนาคต



บรรณานุกรม

ภาษาไทย

Aksarapak C. (นามแฝง). (2564). *อาชีพ Content Creator คืออะไร*. สืบค้นจาก

https://contentshifu.com/blog/what-is-content-creator#_Content_Creator

Parichat Chk (นามแฝง). (2564ก). *ผลการศึกษาชี้ โควิดระบาดทำคนญี่ปุ่นฆ่าตัวตายเพิ่มขึ้น 16%*. สืบค้นจาก

<https://brandinside.asia/suicide-rate-increases-after-covid-19-outbreak-second-wave-in-japan/>

Parichat Chk (นามแฝง). (2564ข). *สุขภาพจิตแย่ แต่ไม่กล้าไปหาหมอ เรื่องใหญ่อันดับ 1 ของคนอินเดีย*. สืบค้น

จาก <https://brandinside.asia/mental-health-problem-in-india-raising/>

Parichat Chk (นามแฝง). (2564ค). *อยู่อย่างสิ้นหวัง ไทยฆ่าตัวตายมากที่สุดอันดับ 1 ของอาเซียน*. สืบค้นจาก

<https://brandinside.asia/suicide-and-mental-health-problem-in-thailand-top-1-in-asean/>

เพ็ญลักษณ์ รักดีเจริญ. (2563). "นอกใจ ซึมเศร้า อยากตาย" มาแชทไลน์ '@d-chat' คลายทุกข์กันดีกว่า. สืบค้น

จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/964684>

เมธประจักษ์ เต็มกิจจรสุข, พระปราโมทย์ วาทโกวิโท, และ พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส. (2563). รูปแบบเทคนิคการ

พูดสร้างแรงบันดาลใจในการทำงานจิตอาสาโดยพุทธสันติวิธี. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร.*, 8(3), 870-881.

เมธยา ป้อมสุวรรณ. (2562). *โค้ช (Coach) คืออะไร?* สืบค้นจาก

<https://www.livingwisecoaching.com/coach>

เสาวลักษณ์ กิตติประภัสร์ และคณะ. (2563). *ผลกระทบทางสังคมจากการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019*

(COVID-19) และวิกฤตเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

เอธิกา เอกวารีสกุล, และ ปัทมา พัฒน์พงษ์. (2562). *โครงสร้างสัมพันธสารการพูดสร้างแรงบันดาลใจในภาษาไทย*.

วารสารภาษาและวัฒนธรรม, 38(1), 1-23.

โพสต์ทูเดย์. (2564). *ประเทศไทยร่วมการสำรวจ การรับมือขอพบในการดูแลสุขภาพจิต*. สืบค้นจาก

<https://www.posttoday.com/social/general/666399>

ไทยฟอร์คอมมิวนิเคชั่น. (ม.ป.ป.). *การใช้ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร*. สืบค้นจาก

<https://thaiforcommunication.weebly.com/35853634361936513594365736163634362536343652360736183648361436393656362935853634361936263639365636>

29362636343619.html

ไพศาล ภูไพบูลย์, อังคณา ตติรัตน์, และ ปนัดดา มีสมบัติงาม. (2550). *หน้าที่พลเมือง วัฒนธรรม และการดำเนินชีวิต ในสังคม ม.1*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

กนกพร กระจำแสง และ วิโรจน์ เจษภูาลักษณ์. (2560). อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานและการสนับสนุนจากองค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพในการปฏิบัติงานผ่านความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรโรงพยาบาลนครธน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 11(26), 116-129.

กรมสุขภาพจิต. (2564ก). *โควิดทำคนเครียดปัญหารุนแรงในครอบครัวพุ่ง*. สืบค้นจาก <https://www.dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=30860>

กรมสุขภาพจิต. (2564ข). *ดูแลสุขภาพกาย-สุขภาพจิต เพื่อความสุขและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น*. สืบค้นจาก <https://www.dmh.go.th/news-dmh/view.asp?id=30554>

กันยา สุวรรณแสง. (2538). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์รวมสาส์น.

กิตติภากรณ์ ประเทศ. (2558). *ความคาดหวังและพฤติกรรมการเปิดรับชมเว็บไซต์ YouTube ช่อง GMM GRAMMYGOLD OFFICIAL ของผู้ชม*. (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน).

คณะกรรมการวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ศูนย์วิชาบูรณาการ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2554). *ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

คณะวิศวกรรมศาสตร์และคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล ม.มหิดล. (2564). *เว้นระยะห่าง ... อย่าง “ใส่ใจ” (Psyjai)*. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/politic/columnist/662974>

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2554). *การสื่อสาร*. สืบค้นจาก <http://www.chulapedia.chula.ac.th>

ชุตีวรรณ ปราณิธรรม. (2560). แรงบันดาลใจในการมีจิตสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 9(1), 254-264.

ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน. (2556). บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *รายงานผลการวิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง. (2558). *3 ลักษณะเนื้อหาของคนเทนต์ที่ดีและมีคุณภาพ*. สืบค้นจาก <https://www.nuttaputch.com/3-characters-of-good-content/>

ดุขฎิ โยเหลา, วิไลลักษณ์ ลังกา, ศรัณย์ พิมพ์ทอง, และ นริศรา พิงค์โพธิ์สภ. (2556). การประเมินผลจากการชมภาพยนตร์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ใน *รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ธเรศ กรัษนัยรวิวงศ์. (2564). *เปิดผลวัดใจคนไทยช่วงโควิด-19 พบ 4 เรื่องใหญ่*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/965010>

ธนีสรา ทวีขศรี. (2564). *วิกฤติโควิด-19 กับปัญหาสุขภาพจิตในประเทศไทย*. สืบค้นจาก

<https://thaipublica.org/2021/06/pier-67/>

ธวัชชัย ดวงไทย. (2556). *กระบวนการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ธรรมะของพระมหาวุฒิชัย วชิรเมธี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา.

ธัญญลักษณ์ เพ็งเจริญ, วินิภาญจน์ คงสุวรรณ และ วันดี สุทธิรงค์. (2564). ผลของโปรแกรมการจัดการความทุกข์ ทรมานทางจิตต่อการเผชิญปัญหาของวัยรุ่นที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความไม่สงบในภาคใต้. *วารสารสภาการพยาบาล*, 36(2), 66-79.

นิตยสาร ADL. (ม.ป.ป.). *อะไรคือห้าขั้นตอนของกลยุทธ์ Motivated Sequence?* สืบค้นจาก

<https://adlmag.net/th/what-are-the-five-steps-of-the-motivated-sequence-strategy/>

นิรัตน์ จรจิตร. (2550). *ศิลปะการพูดสำหรับผู้บริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 7). สงขลา: คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ สงขลา.

บุญเย็น (นามแฝง). (2563). *ยุค Disruption คืออะไร? สำคัญอย่างไร? ไขทุกข้อข้องใจของผู้คนที่อยากรู้*. สืบค้น จาก <http://www.bizpromptinfo.com>

บุญยงค์ เกศเทศ. (2556). *การขยายความ*. สืบค้นจาก http://shorten37.blogspot.com/p/blog-page_9.html

ปภัศสร่า ชัยวงศ์. (2562). *Crafting Your Content : Verbal Techniques*. ใน *รายวิชา 2300538 กลยุทธ์ และเทคนิคการนำเสนอสำหรับการจัดการ*. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปริญต์ ไชยนิชัย, ธนู ทดแทนคุณ, เรืองสิน ปลื้มปิ่น, ทรงวุฒิ ไยเกษม, และสมพงษ์ เกษานุช. (2564). การพัฒนาสื่อ สร้างแรงบันดาลใจด้วยกระบวนการในการพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อการทำงาน กรณีศึกษา รายการโทรทัศน์ตาม รอยพระองค์ท่าน ผ่านครูห้องเรียน: สถาบันวิทยุโทรทัศน์การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม. *วารสารศิลป ศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 3(1), 51-64.

ปวีณสุดา เหนือคลอง, ปารีชาติ แก้วนวน, พัชรพรรณ ดั่งสุข, สมิต์ชาต์ พุมมา, และ อลิสา คุ่มเคี่ยม. (2562). *การใช้ ภาษาในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของฉนวน บุรณะหิรัญ*. บทความนำเสนอที่ การประชุมวิชาการระดับ นานาชาติ “วลัยลักษณ์วิจัย” ครั้งที่ 11, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขต สงขลา จังหวัดสงขลา.

พระมหาพูนศักดิ์ วชิรวโส กมล. (2560). *ปรัชญาปฏิบัตินิยมของ เดวิด ฮูม*. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหา มกุฏราชวิทยาลัย*, 5(1), 150-163.

พัชรภรณ์ ไกรชุมพล. (2555). *ทัศนคติและพฤติกรรมการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสร้างชื่อเสียง: กรณีศึกษายูทูป (YouTube)*. (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.

- พัชรี บอนคำ. (2560). “แรงบันดาลใจ” ความมหัศจรรย์ของพลังชีวิต. สืบค้นจาก www.thaihealth.or.th
- พิมพ์พนิต พิจิตเพ็ญ. (2561). *มโนทัศน์ทางศาสนาของเดวิด ฮูม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, สาขาวิชาปรัชญา.
- พุทธศิลป์ ดั่งติสานนท์. (2554). *การนำเสนออาคารแผลเปโตรนาส ผ่านโครงการรณรงค์การท่องเที่ยวมาเลเซีย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สาขาวิชาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา คณะศิลปศาสตร์.
- ฟ้า ขวาลรัช. (2562). 7 สูตรการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่จะทำให้แบรนด์ของคุณเป็นที่น่าจดจำ: 1. สูตรการเล่าเรื่อง (Storytelling) แบบ Before-After-Bridge. สืบค้นจาก <https://stepstraining.co/content/7-formula-storytelling>
- ภัทรพร ภูริวงสกุล. (2562). *รหัสสัญญาที่สำคัญของสื่อการตูนสร้างแรงบันดาลใจ: การศึกษาอิคารุ เซียนโกะ เกมอัจฉริยะ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ.
- ภูเบศร์ สมุทรจักร. (2552). Inspiration พลังแห่งลมหายใจในการทำงาน. *Productivity World*, 14(79), 20-23.
- ภูมิภัทร สุวรรณศร. (2560). *ภาวะผู้นำเชิงวิถึเป้าหมายของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนคาทอลิก สังกัดสังฆมณฑลจันทบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, คณะครุศาสตร์.
- ภูริทัต ว่องพุดพิงศ์. (2530). *ทฤษฎีโครงสร้างการเล่าเรื่อง (Storytelling)*. สืบค้นจาก <https://pharmconnection.blogspot.com/2020/09/storytelling.html>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2546). *หลัก 6C ของการเขียน*. สืบค้นจาก <https://www.stou.ac.th/schools/sla/englishwriting/cd-rom/Module3/Index3.htm#a3>
- มธยา ธาณี. (2563). *เนื้อหาสารกับการสื่อสารแบรนด์บุคคลของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันดีกติกติกในแคมเปญดีกติกติกยูนิ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- มาร์เก็ตติ้งอุปลส์. (2559). *YouTube เผย Insight ของคนไทย ที่มีต่อการรับชมวิดีโอ*. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/youtube-insight-thai-consumer-2016>
- รุสนิดา ยูนิ. (2563). *การศึกษาเจตคติของผู้เรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นในเรื่องการทำงานที่ได้รับมอบหมาย/การบ้าน. ใน รายงานผลการวิจัย. สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบ กระทรวงศึกษาธิการ*.
- ลักษณา คชาบาล. (2563). *Self-esteem คืออะไร? เพิ่มภูมิคุ้มกันทางจิตใจด้วยการเห็นคุณค่าในตนเอง*. สืบค้นจาก <https://blog.startdee.com->

- วริฎฐา ศรีช่วย. (2563). *กลวิธีทางภาษาในการพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจของ สินธุเสน เขจรบุตร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), กรุงเทพฯ, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิวาพร พนาภิรม. (2562). *ประเภทเนื้อหาสารที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมต่อของวิศวกรไฟฟ้าและช่างไฟกรณีศึกษา และทดสอบ เพชบุรีกแฟนเพจ สีน่า พี.แอล.* (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะนิเทศศาสตร์.
- ศุขรา เอื้ออภิสิทธิ์วงศ์ และคณะ. (2560). *การส่งเสริมสุขภาพจิต: แนวคิด หลักฐาน และแนวทางปฏิบัติ*. เชียงใหม่: วนิดาการพิมพ์.
- ศูนย์จิตร์รักษ์ โรงพยาบาลกรุงเทพ. (ม.ป.ป.). *แนวคิดบริการด้านสุขภาพจิตสู่ความเป็นเลิศ*. สืบค้นจาก <https://www.bangkokhospital.com/content/new-concepts-and-mental-health-services>
- สมหวัง อินทร์ไชย และคณะ. (2553). *ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร GEN 1021*. เชียงราย: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สวพร จันทรสกุล. (2562). *การพูดเพื่อสัมฤทธิ์ผล*. (ตำราประกอบการเรียนการสอนระดับปริญญาตรี). ยะลา: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- สันติธาร เสถียรไทย. (2563). *ดิสร็ปชัน คือเสียงที่เราไม่ได้ยิน*. สืบค้นจาก <https://thestandard.co/disruption-sounds-that-we-cant-hear/>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). *Cyberbullying : ะรานออนไลน์ ร้ายล้นวิว*. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/th/Knowledge-Sharing/Cyberbullying-in-IFBL.aspx>
- สุทธญาณ บุญเต็ม และ พรทิพย์ เย็นจะบก. (2563). *การสื่อสารเพื่อสร้างบ้านในการพัฒนาตนเอง (Life Coach) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์*. บทความนำเสนอที่ การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2563, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- สุพัตรา สุภาพ. (2552). ศิลปะการพูดแบบธุรกิจให้ได้ผล ตอนที่ 2. *For Quality*, 139(1), 95-97.
- อรรธรณ ปิรันธน์โอวาท. (2550). *หลักและปรัชญาทางวิทยา* (พิมพ์ครั้งที่ 2 ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรรธรณ ปิรันธน์โอวาท. (2552). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัญชลี ธีรเนตร. (2543). *กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในหลักคำสอนของพระพุทธเจ้า*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- อิศราวุฒิ กิจเจริญ. (2559). *กลยุทธ์การสื่อสารของ Gutum dai เพื่อสร้างรายได้ผ่านเว็บไซต์ Youtube ในรูปแบบรายการโทรทัศน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์ และนวัตกรรมการจัดการ.
- อี-เลิร์นนิ่ง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (ม.ป.ป.). *ผู้ส่งสาร*. สืบค้นจาก http://119.46.166.126/self_all/selfaccess11/m5/thai5_2/lesson1/web2.php

ภาษาอังกฤษ

- Boone, A. (2006). *How to Use Language Effectively*. Retrieved from <https://ethos3.com/how-to-conduct-great-research/>
- Cottrell, J. (n.d.). *David Hume: Imagination*. Retrieved from <https://iep.utm.edu/hume-ima/#SH3c>
- Dale, K. R., Raney, A. A., Janicke, S. H., Sanders, M. S., & Oliver., M. B. (2017). YouTube for Good: A Content Analysis and Examination of Elicitors of Self-Transcendent Media. *Journal of Communication*, 67(3), 897-919.
- Golden, J. L., Berquist, G. F., & Coleman, W. E. (2000). *Rhetoric of Western Thought* (7th Ed.). Iowa, US: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Prasanna. (2021). Inspirational Speech | *What Is An Inspirational Speech? How to Deliver a Great Inspirational Speech?* Retrieved from <https://www.aplustopper.com/inspirational-speech/>
- Slater, M. D., Johnson, B. K., Cohen, J., Comello, M. L. G., & Ewoldsen., D. R. (2014). Temporarily Expanding the Boundaries of the Self: Motivations for Entering the Story World and Implications for Narrative Effects. *Journal of Communication*, 64(3), 439-455.
- Stohl, C. (1986). The Role of Memorable Messages in the Process of Organizational Socialization. *Communication Quarterly*, 34(3), 231-249.
- Surbhi S. (2018). *Difference Between Motivation and Inspiration*. Retrieved from <https://keydifferences.com/difference-between-motivation-and-inspiration.html>
- Tarver, E. (2020). *11 Types of Motivation: What They Are & How to Use Them*. Retrieved from <https://www.evantarver.com/types-of-motivation/>
- A Treatise of Human Nature*. (2005). Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/A_Treatise_of_Human_Nature
- Woo, C. (2015). *What is an Inspirational Speech?* Retrieved from <https://www.linkedin.com/pulse/what-inspirational-speech-dr-chris-woo/>
- World Health Organization (WHO). (2001). *Strengthening mental health promotion (Fact Sheet, No.220)*. Geneva: World Health Organization.



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ภาคผนวก ก
ตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet)

คลิป์ที่..... ชื่อคลิป์.....										
ข้อมูลทั่วไป	เผยแพร่เมื่อ		ผ่านทางช่องทางยูทูป			ยอดรับชม		ครั้ง	ความยาว	นาที
RQ1: ประเภทของเนื้อหาสารบบช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร										
Categories	Motivation									
	แรงจูงใจภายใน					แรงจูงใจภายนอก				
	การเรียนรู้	ทัศนคติ	บรรลุ ผลสำเร็จ	ความ สร้างสรรค์	สรীর วิทยา	ผลตอบ แทน	ความกลัว	ใฝ่ อำนาจ	ใฝ่สัมพันธ์และ สังคม	
RQ2: คุณลักษณะของเนื้อหาสารบบช่องทางยูทูปของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ ในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 เป็นอย่างไร										
Characteristics										
Faculty of Minds	Idea			Imagination	Passion			Will		
Structure	Attention	Need	Satisfaction		Visualization			Action		
Verbal Techniques										
1,2,3,4,5,6.... Etc.										
(6 Cs)										
Clarity										
Color										
Concreteness										
Correctness										
Conciseness										
Cultural Sensitivity										
Verbal Techniques & 6 Cs	Intro + Thesis Statement			Body						
				Thesis Statement	Supporting Evidence					
				#1						
				#2						
Bridge						Conclusion				

ภาคผนวก ข

บทถอดความคลิปวิดีโอของนักพูดสร้างแรงบันดาลใจ จำนวน 25 คลิป

1) “บุคลิกที่ควรมีใน #ผู้นำ!!!”: ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ



เผยแพร่เมื่อวันที่ 24 เมษายน พ.ศ.2563

บุคลิกท่าทางแบบไหนคะ ที่ถ้าวันนี้เราอยากจะเป็นผู้นำ เราจะฝึกให้เกิดขึ้นกับตัวของเรา ไม่ว่าจะเป็น ผู้นำในองค์กร ผู้นำที่บ้าน ลักษณะของคำว่าผู้นำ คือ “ผู้ที่คนอยากที่จะติดตาม” คำมีที่ท่าแบบไหน ครูขอให้ไว้สองคำนี้ นะคะ นั่นก็คือ “Kind but Firm” Kind แปลว่า จิตใจดี นะคะ แต่ต้อง Firm คือ มีความมั่นคง จะ Kind อย่างเดียวไม่ได้ บางคนก็ Kind Kind Kind (ค้ายด์ คายด์ คายด์) คือแบบ จ้า ใจดี ยอม คนก็จะรู้สึกที่เราอะ อ่อนไป ไม่อยากตามคนที่อ่อน หรือแต่บางคน Firm หนักมาก เฮ้ย! นี่ไง เฮ้ย ๆ สั่งๆ บงการ คนก็จะรู้สึกว่ายี้ คนนี้ดูบงการจังเลย ไม่น่าติดตามเลย แล้วแบบไหนล่ะที่เรียกว่า ‘Kind but Firm’

Kind เนี่ยนะคะ มันมาได้ทั้งทำที่แล้วก็จิตใจ แต่สำคัญที่สุด คือ จิตใจ คนเมตตา บางครั้งคะ ตัวอย่างอาจารย์เฉลิมชัยก็ได้ อาจารย์เฉลิมชัยที่ทำของแกเนี่ย Firm แน่ๆ โอ้โฮ ดุคั้น ดูแบบใช้ร่างกายเยอะมาก แต่สิ่งที่ออกมาจากหัวใจของท่านเนี่ยคะ มันมีความเมตตา อยู่ในนั้นเยอะมากเลย มีความปรารถนาดี อยากให้ผู้ฟังได้ตื่นรู้ อยากให้ผู้ฟังคิดได้ มีความรักและปรารถนาดี เพราะฉะนั้นที่ทำของแกเนี่ย ต่อให้รุนแรงแบบไหน แต่ถ้ามาด้วยหัวใจของเมตตา มันจะทำให้การสื่อสารของแกเนี่ยมันถึงใจของผู้ฟัง แล้วก็ยังคงสภาพของความเป็นผู้นำที่ดีไว้ได้ นะคะ แต่ถ้าสมมติดูอย่างเดียว ตัวอย่างเดียว ด่าเอามัน โมโหก็ด่า คนนี้ทำไมตีไม่ได้ตั้งใจด่า อันนี้มันมีแต่ Firm อย่างเดียว โอกาสที่คนอยากตามจะไม่ค่อยมี คำก็จะตามด้วยเพราะว่าคุณ.. ได้รับการโปรโมต ได้ตำแหน่งนี้ คำก็ตามเพราะตำแหน่ง ไม่ได้ตามเพราะว่า ตามตัวคุณ กับอันที่ 2 ก็คือท่าทางล่ะ ถ้าใจดีแล้ว ท่าทาง Kind คือเป็นแบบไหน ก็คือวิธีการพูดที่ช้า ช้าลงมาหน่อย แต่ไม่ต้องช้ายานคาง ให้มีจังหวะการเว้นวรรค การวรรคการตอนบ้าง นะคะ แล้วใช้เสียงที่ต่ำนะคะ โทนเสียงที่ต่ำแล้วช้า จะช่วยทำให้การพูดของเราเนี่ย ดูมั่นคง

แล้วก็เมตตาควบคุมกันไปนะคะ ท่าที่การยืน ไม่ใช่ยืนซอฟต์แวร์ๆ แบบยืนตัวไหลแบบเนี้ย แล้วต่อให้จิตใจคุณจะมีมั่นคงยังไงก็ตาม แต่ยืนตัวซอฟต์แวร์ ก็ไม่ได้ ฉะนั้น ท่าทางคือการยืนที่มีมั่นคง หน้า ขา ยืน ตรง มีมั่นคง แขนขาไหลของเราเปิดออก... อย่างสง่างาม ไข่ม้อยคะ

ในขณะที่เรามั่นคงอยู่ตรงนี้ แต่ความเมตตาของเราก็ออกไปด้วยรอยยิ้มที่เกิดขึ้นบนใบหน้า มือไม้ของเราในการพูดนะคะ น้ำเสียงของเราที่ช้าแล้วก็ เป็นเสียงต่ำ มันจะทำให้ผสมระหว่างความ Firm มีมั่นคง และก็ความ Kind หรือความอ่อนโยน ผสมลงไป นี่คือท่าทีของผู้นำที่จะสามารถดึงใจให้ผู้คนอยากติดตามได้นะคะ ไม่ว่าจะคุณจะเป็นคุณแม่คุยกับลูกก็คุยด้วยท่าทีแบบนี้ “ว่าไงลูก...หนูคิดว่ายังไงคะ” เวลาที่เราจะสอนกันนะคะ เวลาเล่นก็เล่นสนุกสนานได้ไม่ใช่ เล่นก็ “ไปหยิบเลโก้มาสิลูก ค่อยๆต่อนะ” (เสียงต่ำ) เป็นลูกก็จะสยดสยองถูกม้อยคะ ไซ้ให้ลูกที่ ไซ้เมื่อเราต้องการโน้มน้าวใจคนเราก็ใช้ท่าทีทำ มองเค้าใน..เอ่อ..ตาที่เท่ากัน นะคะ เมตตาเค้าว่า เอ้อ เค้าผิดได้ เรามาสอนเค้านะ แต่ไม่ใช่สปอยลูก เห็นม้อยคะ “สิ่งที่หนูทำมาถูกนะคะ หนูทำแบบนี้ มันจะส่งผลแบบนี้ละลูก ฉะนั้นคุณแม่ขอให้หนูทำแบบนี้ละ แล้วหลังจากนี้เราจะไม่ทำแบบนี้อีก ถ้าหนูพลาดทำแบบนี้ขึ้นมาอีกไหนเรามาคิดกันสิคะว่า เราจะมึบหลงโทษกันยังไง อ๊ะ ช่วยกันคิดสิลูก”

Kind แต่ Firm มาก ที่จะไม่ปล่อยให้เกิดขึ้นอีก เห็นม้อยคะ ฉะนั้น ถ้าวันนี้เราอยากพัฒนาความเป็นผู้นำของเราให้เกิดขึ้น ลองฝึกบุคลิกนี้ดูคะ “Kind But Firm”

2) “ที่เราทุกข์...เพราะเอาความสุข ไปผูกกับคนอื่น อยู่รีเปล่า”: ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ



เผยแพร่เมื่อวันที่ 13 มกราคม พ.ศ.2565

ยิ่งเรารู้สึกว่าเราจะสุขได้ ความสุขเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จ เคยได้ยินคำนี้ม้อยคะ? Happiness is a key to success. นะคะ คนส่วนใหญ่เข้าใจว่า ฉันต้อง Success ก่อน ฉันถึงจะมีความสุข เปล่าเลย..คุณต้องสุขก่อนคุณถึงจะสำเร็จ

วันที่ครูลดน้ำหนัก อยากรลดๆ แหม่งไม่ได้ซักที ต่ำตัวเอง ครูลดไม่ได้เลย แต่วันที่ครู Enjoy กับการลด สนุก กินวันละนิด กินวันละหน่อย ใจเย็นกับตัวเอง ค่อยๆไป อ้าว กลายเป็นว่าน้ำหนักลดได้และคงที่ด้วย อย่างเงี้ยค่ะ เพราะฉะนั้นมันคือการที่เราเห็น Pattern ของตัวเองว่า ที่ผ่านมากกว่าฉัน จะสุขมันยากจริงๆ เรามีความสุขเมื่อตอนจบ เราหันมองไปว่า วันนี้เราทำเต็มที่วะ วันนี้เราใส่เต็มที่วะ เฮ้ย แค่นี้มีความสุข ใครไม่เห็น ก็เรื่องของเค้า วันที่ครูมานั่งเขียน Pattern ของตัวเอง แล้วเห็นกับตาว่า สุขทุกข้มันง่ายแค่นี้เอง

เพราะฉะนั้นสิ่งนี้ มันจึงเป็นสิ่งที่ทำให้เราได้เห็นเลยว่า ที่ผ่านมา เรามัวแต่ทุกข์ เพราะเราเอาความสุขเราไปผูกไว้กับขาของชาวบ้าน ปากของคนอื่น สิ่งที่จะทำให้เราเติมให้ตัวเองได้ วันหนึ่งเนี่ย แน่นนอนคุณจะต้องเจอสิ่งที่มีมันเป็นจุด Bumping ใจตัว..ถนนที่มีมันสะดุด เนินสะดุด เราต้องได้เจออยู่แล้ว แต่เวลาที่เรารู้สึกเจออะค่ะ เราจะต้องรู้จักวิธีการเปลี่ยน Stage ให้ได้ วันหนึ่งที่เราอาจจะไปเจอความสุข มันก็ต้องมีแหละ ใครจะบอก โอ้ย สุขตลอดไม่มีทุกข์ ไม่มี ทุกข์ตลอดไม่มี สุขก็ไม่มี

สิ่งที่ทำให้มนุษย์เปลี่ยน State ได้ คือเปลี่ยน 3 อย่างนี้ คือ เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คัดคำพูด ครูเลยเอาสิ่งนี้มาเปลี่ยนตอน State ของครู วันที่ครูเกือบเป็นหนี้ ลงทุนทำละครเวที คือคิดไม่เป็นตอนนั้นวางแผนไม่เป็น อยากรทำ มีแต่ใจไม่ได้มีสมอง ก็ลงมือทำ ป้าม!! ไปจองผิดที่ คือไม่ได้แพลนอะไรเลยนี่ก็ออกมัยยะ แสดงว่าเราเง็งแล้วแน่ๆ ล้าเนิง ครูเงาะค่ะ จะเล่นอีก 2 เดือนครูเพิ่งไปหา Sponsor Sponsor เค้าต้องหาล่วงหน้าก่อน 6 เดือนค่ะ อย่างน้อยนะ คิดว่าจะได้มั่ง? ไม่ได้ค่ะ ทุกคนปฏิเสธครูเงาะหมด ตอนนั้นเครียดมาก เครียดมากจะเอาเงินที่ไหนไปให้เค้า เครียดมากเลยอาย ทำแล้วเง็ง แล้วจะเอาตั้งที่ไหนไปให้ แล้วพวกนักแสดงจะเอาเงินไหนไปจ่ายเค้า เรามีหนี้อีกล้านห้า จะเอามาจากไหนวะเนี่ย เครียด คนเครียดคือคนที่ไม่ยอมรับความจริงเท่านั้นเอง มันหนี มันต้าน มันมีค่านิ่งของฝรั่งที่ครูชอบมากเลย “What you resist persists” อะไรที่คุณต้าน มันจะยิ่งตื้อ ยิ่งต้านมันจะตาม ต้านมันจะตาม สิ่งที่ครูทำคือ ครูอนุญาตให้ตัวเองได้ร้องไห้ เมื่อวันที่คุณเศร้า อย่าโกหกตัวเอง อย่าแบกค่ะ ร้องไห้เลยค่ะปล่อยค่ะ หาใครซักคนที่อยู่เคียงข้างคุณ ร้องไห้ คุยกับเค้า วันนั้นครูไม่มีใครเลยค่ะ ครูร้องไห้อยู่คนเดียว สาดตัวเองลงไปบนเตียง ตั้งนาฬิกา ครูให้ตัวเอง 5 นาที

ลองเอาไปใช้นะคะ ใครที่ชอบร้องไห้ ลองจับเวลาเอาแบบ 5 นาที ฉันให้แก 5 นาที ครูก็ร้องลงไปเป็นดาวพระศุกร์เลย กระซิก ๆ ร้องฮือๆ อันนี้ดู หมดยังว้าๆ (ดูนาฬิกา) เสียสมาธิน่าดูเลยคะไม่ถึง 5 นาทีคะ 2 นาทีครูหั่งแล้วคะ ไม่มีอะไรจะร้องแล้วคะ พยายามเค้นก็ไม่ออกละ พอร้องเสร็จอารมณ์มีต้องเอาออก ข้อที่ 1 เมื่อมีอารมณ์เอาออกก่อน อย่างก็๊อ อย่าเก็บ ออกเสร็จปั๊บ คุณใช้เทคนิคนี้เลยคะ “เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คัดคำพูด” วันที่เศร้าต้องเศร้า วันที่นอนพัก ต้องนอนพัก พักเสร็จปั๊บ เปลี่ยนร่างกาย ย้ายโฟกัส คัดคำพูด ครูลุกขึ้นมากระโดดเต้นก่อน ให้ State ของครูพุ่งก่อน ปรับร่างกายก่อน ฟีนอิม เพราะเวลาที่เครียด ทุกอย่างมันจะหนักค่ะ คุณต้องฝึก ครูอิมเลย (กระโดดไปพูดไป) ทั้งๆที่ข้างใน แต่ตอนนั้นข้างในมันโล่งละ เพราะร้องเสร็จละ มันจะมีแรง ถ้าจะอิม

ฝันยิ้มตอนที่ร้องไห้มันทำไม่ได้ จากนั้นครูเปลี่ยนโฟกัสนะคะ ย้ายโฟกัสไปโฟกัสสิ่งที่เราทำได้ ตอนนี้ฉันทำอะไรได้ อ้อ ฉันซ่อมได้ มีอะไรทำได้อีก ไปบอกรุ่นน้องรุ่นพี่ที่ยังไม่รู้จัก ทำเหตุให้ถึงพร้อมค่ะ ปลอ่ยวางผลลัพธ์ ทำอะไรได้อีก ซ้อมนักแสดงให้ดี สิ่งที่คุณทำได้ เอาโฟกัสไปอยู่บนสิ่งที่เราทำได้ ให้คำพูดใหม่ ถ้าครูพูดคำว่าเจ๋ง ร่างกายของคุณ บวกหรือลบคะ? ลบแน่นอน ครูใช้คำใหม่คะ มันคือเงินลงทุน วันนี้ฉันลงทุน ปีหน้าเดี๋ยวฉันเอาคืน มองแง่บวกคือหาข้อดีเลย อย่างน้อย ฉันได้ทำสิ่งที่ฉันรัก ฉันได้เป็นทั้งผู้กำกับ เป็นทั้งโปรดิวเซอร์ เป็นทั้งนักแสดง เรื่องนั้นครูแสดงเองด้วย

สิ่งนี้สอนฉันว่า ถ้าฉันจะต้องทำสิ่งที่ฉันจะต้องทำอะไรบ้าง โห้ย ฉันฉลาดขึ้นเลย 3 วิชาเนี่ย ไปเรียนที่เมืองนอกตกวิชาละล้าน และวิชาละปีด้วยนะ โอวิชาโปรดิวเซอร์ ทั้งสามเดือนเนี่ย ฉันได้ทุกวิชาเลย หาโอกาส โอกาสอะไรดี คนที่มาดูฉัน จะได้รู้ว่าที่ฉันสอนเนี่ย ฉันไม่ใช่แค่สอนนะ ฉันทำได้ด้วย คือเรามองเห็นแต่ข้อดี State ของครูพลิกกลับมาอยู่สภาวะปกติคะ รู้มั๊ยว่าเกิดอะไรขึ้น 2 อาทิตย์หลังจากนั้น Sponsor เข้า 2 ล้าน ปรากฏคนมาดูเต็มอีกจากคนจะเจ๊งอยู่แล้ว ฉะนั้นสิ่งเดียวที่คุณกำลังบอกทุกคนคือ อย่าอึด อย่าหยุดกับสิ่งที่มันเป็นอย่างนี้ ยอมรับ เข้าใจใช้ State ที่ถูกต้อง

3) “คิดลบยังไงให้กลายเป็นบวก”: ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ



เผยแพร่เมื่อวันที่ 10 เมษายน พ.ศ.2563

เราจะรู้ได้ยังไงคะว่า ความคิดเนี่ยของเรา ควรเก็บไว้ หรือควรโยนทิ้ง หลายครั้งเหลือเกินค่ะ คนบอกว่า เฮ้ย เราก็ต้องคิดลบไว้บ้างน้า เพราะว่ามันจะต้องระมัดระวังเกี่ยวกับอนาคต เอ๊ะ ความคิดแบบไหนนะที่เรียกว่า พارانอยด์ กังวล หรือความคิดแบบไหนที่เรียกว่าระมัดระวัง ป้องกัน

วิธีแยกง่ายๆ นะคะ เอามาดูเลยคะว่า สิ่งที่คุณกำลังกลัวอยู่ตอนนี้ ความคิดอะไรก็ตามที่มันดูแบบ เอ๊ะ มัน ฉันควรเก็บไว้มั๊ย เอ้อ คำบอกให้เก็บความคิดลบไว้บ้างนะคะ เอามาดูว่าไอความคิดเนี่ยของคุณเนี่ย มันทำให้ชีวิตของเราเติบโตไปข้างหน้าได้มั๊ย? ถ้าทำได้ทำเลย เช่น สมมติว่า เรากำลังกลัวว่าธุรกิจของเรากำลังแย่นะๆเลย เราคิดแบบนี้มันเติบโตมั๊ย? แต่สมมติถ้าคิดแบบนี้แล้วมันมีแต่กังวล เครียด ให้ทั้งหันที่ค่ะ เราลองพลิกขึ้นมาดูว่า ความคิดอันเนี่ย จะทำให้เราเติบโตอะไรได้บ้าง

เช่น เฮ้ย กำลังกลัว ดีนะ ความกลัวไม่ใช่ไม่ดี เพราะความกลัวเนี่ยแหละทำให้มนุษย์ชาติรอดเอ.. เรากำลังกลัวเรื่องความไม่แน่นอนของธุรกิจเรา คำถามที่ฉลาดกว่านั้นคือ มันทำยังไงเราถึงจะไม่กลัว เราต้องทำอะไรบ้างวันนี้ เราถึงจะไม่กลัว ไข่ม้อยคะ เช่น ฉันท้องลดค่าใช้จ่ายอย่างนี้ ฉันท้องเพิ่มโปรดักส์แบบนี้ ฉันท้องเพิ่มหนทาง ช่องทางการขายแบบนี้ ฉันท้องถ้าคิดแล้วมีการสร้างสรรค์ เก็บความคิดนั้นไว้ได้ แต่ถ้ามีแต่ความกลัว (ทำเสียง) เฮ้ย ถ้ามันแย โอ้ย แล้วถ้าข้างหน้า ข้างหน้าจะต้อง..เจ๊งแน่เลย ชั้นจะต้องไม่มีกิน ตายๆ เกิดขึ้นรึยัง? ยัง (ตอบ) คิดแล้วดีขึ้นมั๊ย? ไม่ (ตอบ) ความคิดที่ทำให้เราย่ำอยู่กับที่ ต่ำลง หรือถอยหลัง นั่น คือความคิดที่เราต้องกำจัดทิ้งคะ

มองโลกตามความเป็นจริงคะ ไม่แะไปกว่าจริง ไม่ดีเกินไปกว่าจริง ตามความเป็นจริงคะ โหม่เนี่ย วินาทีนี้ คนที่รอดคือคนที่มองโลกตามความเป็นจริง แล้วมีความคิดที่จะพาให้ความจริงนั้นเติบโตไปข้างหน้าได้ ไม่ใช่เอาความคิดพาให้สิ่งนั้นถอยไปข้างหลัง ฉะนั้นวันนี้คะ การที่เราจะเลือกว่าความคิดไหนควรจะเก็บไว้ เอามาเช็กกับตัวเองคะว่าความคิดนั้น ทำให้เราโตขึ้น ดีขึ้น ก้าวไปข้างหน้าได้มั๊ย ถ้าได้ เก็บมันไว้คะ!

ถ้าไม่ได้ทำให้เรา ต่ำลง ถอยหลัง ย่ำอยู่กับที่ เอาความคิดนั้น ไปแปลงเป็นความคิดบวกว่าฉันจะทำยังไงให้ฉันเดินไปข้างหน้าได้ ฉะนั้นทุกความกลัวไม่ใช่สิ่งไม่ดีคะ หยิบมาตุคะว่ากลัวแล้วบั่นทอนตัวเองหรือกลัวแล้วสร้างโอกาสให้กับชีวิตตัวเอง ลองเอาไปใช้ดูนะคะ ครูเงาะบอกได้เลยคะว่าทุกความคิดที่ผ่านเข้ามา ถ้าเปลี่ยนเป็นความคิดบวกแล้ว ทุกอย่างดีขึ้นแน่นอนคะ

4) “รู้แค่ 5 ข้อนี้ ก็สำเร็จได้แม้ไม่มีพรสวรรค์”: ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ



เผยแพร่เมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ.2565

หลายคนนะคะคิดว่าชีวิตตัวเราเนี่ย ไม่ประสบความสำเร็จเป็นเพราะ 1) หนูไม่มีพรสวรรค์คะ ครู 2) ผมไม่ได้มีตระกูลที่ยิ่งใหญ่ที่จะสนับสนุนผม วันนี้ครูเงาะอยากจะบอกว่าไม่เกี่ยวเลยคะ สิ่งที่จะทำให้เราประสบความสำเร็จได้จริงๆ แล้ว วันนี้ครูเอาเคล็ดลับ 5 ข้อนี้คะ ที่ครูเงาะใช้กับชีวิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความรัก การงาน การเงิน แล้วมันทำให้เกิดขึ้นในชีวิตของครูเงาะได้

ข้อที่ 1 ค่ะ คุณรู้ไหมคะว่า คลื่นที่เราส่งออกจากตัวเราเนี่ย มันมีผลในการตั้งสิ่งต่างๆ ที่เท่ากับคลื่นของตัวเราเนี่ยมาเจอกัน David R. Hopkins เขาได้ทำชาร์ตเกี่ยวกับเรื่องของ Vibration หรือ แรงแส่นสะเทือนของคนเนี่ย เขาบอกว่าคนที่เต็มไปด้วยความโกรธ เกลียดชังเนี่ย คลื่นจะเป็นลักษณะของการหดเข้า จะเป็นลักษณะของคลื่นความถี่ต่ำ จะอยู่ประมาณ 20 Hz นะคะ ในขณะที่คนมีความรัก มีความสนุก มีความเบิกบาน มีความตื่นรู้ทางปัญญา คลื่นของเขาเนี่ยจะสูงถึงประมาณ 700-1000 เฮertz ทีเดียวนะคะ ทีนี้เราลองนึกนะเวลาที่เรากำลังจะไปค้นหาคลื่นวิทยุเนี่ย เห็นไหมคะเราจะฟังคลื่นไหน เราก็ต้องค้นหาคลื่นนั้นให้เจอ เราถึงจะได้ฟังสิ่งที่เราอยากฟังถูกไหมคะ เหมือนกันเลยคะ ถ้าวันนี้ชีวิตของเราเต็มไปด้วยการกดดัน ต้อตัวเอง ต้อคนอื่น รู้สึกผิดอยู่อย่างนั้น วนอยู่กับความทุกข์ เราก็จะกลายเป็นคนคลื่นต่ำ คลื่นต่ำก็จะดึงดูดสิ่งที่มีลักษณะคลื่นที่ต่ำเหมือนกันเข้ามาหากัน เมื่อเราเจออะไรเราก็จะเจอสิ่งที่เราเจอ เราส่งอะไรออก เราก็ได้รับสิ่งนั้นเข้า ฉะนั้นเราต้องรู้จักก่อนว่า เราคือผลแห่งการนำสิ่งดีๆ เข้ามา จากการจูนอารมณ์ของเราเนคะ

ข้อที่ 2 สิ่งที่คุณต้องทำคือคุณต้องตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน ว่าคุณจะทำอะไรให้ชัด จะทำให้อะไรเกิดขึ้นในชีวิตของเรา มันมีความหมายกับเรายังไง ถ้าสิ่งนี้ปรากฏขึ้นกับเราจริงๆ อย่าไปอยากได้ อยากมีแบบที่ชาวบ้านเขามีกันคะ แต่จงเป็นการอยาก ปรารถนาบนสิ่งที่เป็นความต้องการที่แท้จริงของเรา ตอบชัดเจนได้ว่า เรามีสิ่งนี้อยากให้มีมันเกิดขึ้นในชีวิตของเราเนี่ย เพื่ออะไร

ข้อ 3 เมื่อคุณตั้งเป้าหมายได้แล้ว คุณส่งพลังงานบวก คุณเอาสองอันนี้มารวมกันคะ ให้ทุกครั้งที่คุณนึกถึงเป้าหมายในชีวิตของคุณ แล้วให้คุณส่งพลังงานที่ดีไปรองรับภาพนั้น เช่นสมมติว่าคุณนึกว่าคุณเห็นคุณอยู่ในรูปร่างที่ดี สุขภาพที่ดี คุณอาจจะนึกถึงความสุขความเบิกบานอะไรบางอย่างในชีวิต แล้วคุณเอาภาพที่คุณอยากเป็นกับความรูสึกนี้มาผสมกันคะ มันจะทำให้คลื่นของเราเนี่ย ดึงดูดสิ่งเราเหล่านี้ ไม่ใช่ดูดแค่ โอม เป็นกฎแรงดึงดูดให้สิ่งต่างๆ เข้ามา แต่มันจะดึงดูดทรัพยากรที่ดีในตัวเรา ให้พุ่งไปสู่เป้าหมายที่เราต้องการ

ข้อที่ 4 คือโฟกัสคะ เราเคยได้ยินใช่ไหมคะ Where focus goes energy flows and results show เมื่อไรก็ตามที่เราเอาโฟกัสไปให้กับอะไรบางอย่าง เราก็จะเอาพลังงานของเราไปให้สิ่งนั้น และผลลัพธ์มันก็จะปรากฏในชีวิตเรา เหมือนกับในอิทธิบาท 4 ค่ะ โฟกัสก็คือข้อ จิตตะ ข้อที่ 3 ใช่ไหมคะ คือการที่พุ่งไปสู่สิ่งที่เราต้องการ นึกถึงมัน พุดถึงมัน ทำมัน อยู่อย่างนี้คะ ไม่มีการถอดใจ ไม่ทรยศกับเป้าหมายของตัวเอง

และข้อสุดท้ายข้อที่ 5 ข้อนี้หลายคนมองข้ามคะ คือการพาตัวเองไปอยู่กับกัลยาณมิตรคะ พาตัวเองไปอยู่กับแวดล้อมของคลื่นที่ดีเหมือนๆ กัน นึกออกไหมคะ ถ้าวันนี้เราเดินเข้าไปแล้วเจอคนที่แบบว่า เหี้ย เป็นไงบ้าง เหี้ย ฉันทมีเป้าหมายนี้ ทำอันนี้ด้วยกันสิ เหี้ย ฉันทเจอข้อดีของเธอเนะ ข้อดีของเธอคืออย่างนั้นนะ คนที่มีความสุข เขาจะกระจายคลื่นความสุขของเขาออกมา แล้วมันก็จะดึงคลื่นความสุขของเราให้เพิ่มพูนขึ้น แล้วมันก็จะไปแบบนี้คะ เท่าที่วิคุณ ลองไปสังเกตุดูคะคนที่ประสบ

ความสำเร็จ เขามักจะร่ำล้อมด้วยกับคนที่ เป็นกัลยาณมิตรที่มีปัญญา มากกว่าเขาหรืออย่างน้อยต้องเสมอเขา วันนี้ถ้าคุณอยากประสบความสำเร็จ ลองเอา 5 ข้อนี้ไปใช้ในชีวิตเลยคะ

5) “รักตัวเองแท้จริงแล้ว คืออะไร”: ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ



เผยแพร่เมื่อวันที่ 19 มีนาคม พ.ศ.2565

เราจะเป็นที่รักได้ เราจะต้องเจออุปสรรคแน่นอนในอนาคตเราออกไป ใครเรียกอุปสรรคช่วงมัน นับตั้งแต่นี้ พวกเราทุกคนจะเรียกว่า บททดสอบ

เราจะเจอสิ่งๆ มาทำให้เกิด Question เกิดคำถามว่า วันที่เราตั้งใจทำดีเราอาจจะเจอทำอะไรออกไป เราจะต้องกลับมาเป็นพ่อแม่ให้ชีวิตเราเองให้ได้ เราต้องเป็นพ่อแม่ที่ดีให้ชีวิตของเรา พ่อแม่ที่ดีซ้ำเติมลูกใหม่คะ ไม่..ถูกใหม่คะ แต่เค้าจะสอนให้ลูกเรียนรู้ วันที่คุณผิดพลาดคุณจะเป็นคนแรกที่สอนตัวคุณเอง สอนให้เห็น เรียนรู้โดยการฝึกซ้ำๆ ทำอีกลูกไม่เป็นไร พลาดทำใหม่ลูก พลาดทำใหม่ นี่คือนี่คือสิ่งที่คุณต้องบอกตัวเอง

อันต่อมาต้องเป็นคนที่ให้กำลังใจลูกเป็น ไม่ใช่ซ้ำเติม วันที่ลูกคุณทำสิ่งที่ดี แม่ครูคือที่สุดของการให้กำลังใจลูก ไม่เคยมีครั้งไหน แม่ครูอายุ 83 ปีนี้ 84 ครูทำโชว์ที่ไหน เค้าคือกำลังใจที่สำคัญของชีวิตครูขอรบกวนปรบมือให้กับแม่ครูที่ได้ใหม่คะ คุณบุญยัง กองเกตุ นะคะ จบป.4 เป็นลูกชาวนา แต่เลี้ยงลูกด้วยหัวใจ แต่อย่างที่เราบอกไม่ต้องเอาไปเปรียบเทียบกับแม่ของเรา อย่าให้ 99% ทำงาน เพราะคุณแม่ของเรามีที่มาไม่เหมือนกัน เขาผ่านอะไรมาไม่เหมือนกับเรา

หน้าที่ของเรา ตัวเรานี้ละเป็นพ่อแม่ให้ชีวิตตัวเองได้ใหม่ วันที่เราทำสิ่งที่ต้องการกำลังใจ เราให้กำลังใจตัวเองได้ใหม่ ทำสำเร็จแล้วชื่นชมตัวเองก่อนคนแรก วันที่เราทำผิดพลาด เราเข้าใจได้ใหม่ว่าเราแค่มนุษย์คนนึง เราเกิดมาที่จะพัฒนา เราให้อภัยและไปต่อได้รีเปลา สิ่งนี้คือคีย์ที่สำคัญที่สุดของการรักตัวเอง

6) “ใครที่ล้มเหลวบ่อยๆ ดีใจด้วยนะค่ะ” : ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ



เผยแพร่เมื่อวันที่ 7 มีนาคม พ.ศ.2565

คุณรู้ไหมคะว่าคนที่ประสบความสำเร็จทุกคนผ่านการล้มเหลวมานับไม่ถ้วน แผลงใหม่คะ เวลาที่เรามักจะแสดงความดีใจ เรามักจะแสดงความดีใจกับคนที่ประสบความสำเร็จใช่ไหมคะ แต่สำหรับครูคะ ครูอยากให้พวกเราดีใจกับทุกความล้มเหลวที่เกิดขึ้นในชีวิตของเรา เพราะยังไงคะ ไม่ใช่โลกสวยโลกมน โอ้ย มานั่งดีใจเพื่อเจ้าอะไรนะ คุณรู้ไหมคะว่าคนที่ประสบความสำเร็จทุกคนผ่านการล้มเหลวมานับไม่ถ้วน เราจะมาคอยยินดีกับวันสุดท้ายที่เขาสำเร็จแล้ว แต่เขาเป็นคนที่ยินดีกับทุกความล้มเหลวของตัวเอง

จุดต่างคะ ของคนที่ล้มเหลวตลอดกาล คือเขามักล้มเหลวแล้วล้มเลิกคะ จุดต่างมีแค่นี้เลยคะ แต่คนที่ประสบความสำเร็จ เขามักล้มเหลวแล้วเขาลุกทุกครั้งที่ล้มคะ จินสิ่งทีต่างกันคือคนล้มเหลวเนี่ย ธรรมชาติของมนุษย์มักจะกลัวเวลาที่เรามาผิดพลาด เพราะสมองเนี่ย ไม่ชอบให้เราเจ็บ ไม่ชอบให้เราเกิดสภาวะที่แพ้ ท้อแท้ มันจะทำให้เราค่อยๆ ถอยออกจากสภาวะนั้น แต่ถ้าวันนั้นมนุษย์คนนั้นสามารถได้เปลี่ยนความคิดได้ว่า ทุกครั้งที่ล้มนั้นสนุก ฉันจะเรียนรู้อะไรจากเธอได้บ้าง วันนี้ฉันพลาดไปแล้ว ฉันจะเรียนรู้อะไรจากเธอ อ้อ อย่างนี้เอง ฉันทำใหม่ ล้มอีก หืม ขอบคุณนี่ยังเป็นสเต็มที่ ทำให้ฉันก้าวเข้าใกล้เป้าหมายของฉันมากขึ้น ขอบคุณ เรียนรู้ ทำอย่างนี้ เมื่อไรก็ตามที่คุณสามารถเปลี่ยนความล้มเหลวเป็นความสุข เป็นความสุข เป็นชัยชนะของคุณได้ ครูเงาะบอกเลยคะ ว่าประตูแห่งความสำเร็จ จ่ออยู่หน้าบ้านคุณแล้ว

หลายครั้งที่เราเจอคนที่ประสบความสำเร็จ แม้กระทั่งคนหนึ่งที่ครูเงาะได้อ่านประวัติของท่านนะค่ะ เป็นคนไทย เคยออกจำคุกมาก่อน ออกมาทำกิจการนะค่ะ ล้มเจ๊งไม่เป็นท่านนะค่ะ เปลี่ยนใหม่ ล้มอีก เปลี่ยนใหม่ล้มอีก เป็นสิบๆ ครั้ง ใช้เวลากว่า 10 ปีคะ ในวันนี้คะ คนๆ นั้นสามารถเป็นเจ้าของกิจการแฟรนไชส์นะค่ะ มีมูลค่ากว่าร้อยล้านได้ จากคนที่เคยติดคุกมาก่อนและคนที่เคยล้มมาก่อนมาไม่รู้กี่ครั้ง ทุกครั้งไม่เคยมีซักครั้งที่เขาเสียใจกับการล้มของเขา แต่เขาเรียนรู้จากมัน ฝีกมือจากมัน ทำให้เขาก้าวเข้าสู่ความสำเร็จในที่สุด

ฉะนั้นวันนี้คะ ใครที่ส่งเข้ามาในเพจครู คุณครูครับ ผมไม่เคยพบความสำเร็จซักที ลองเปลี่ยน คำว่าโอ้ย ท้อท้อกับความไม่สำเร็จนั้นเป็น ดีจังเลย ขอขอบคุณมาก สนุกกับมัน เรียนรู้จากมัน เพราะมัน คือ Stepping Stone มันคือบันไดที่จะพาคุณให้สูงขึ้นและใกล้ขึ้นสู่เป้าหมายของคุณนั่นเองคะ

7) “บุคลิกภาพ ส่งผลต่อความสำเร็จ จริงหรือไม่”: ครูเงาะ รสสุคนธ์ กองเกตุ



เผยแพร่เมื่อวันที่ 12 มีนาคม พ.ศ.2565

ถ้าถามว่าบุคลิกส่งผลต่อความสำเร็จหรือไม่ ก็ต้องขึ้นอยู่กับว่าเราทำงานอะไร งานที่เราทำ ถ้ามีคนต้องเจอเรา ถ้าเป็นการทำงานอยู่เบื้องหลังไม่มีใครเห็นทำอยู่ อันนี้ไม่มีผล คุณเก่งใส่ให้เต็ม แม็กซ์เลย

แต่ถ้าเมื่อไรต้องมีการเจอ มนุษย์เราจะตัดสินด้วยการเห็นเนี่ย ถึง 70% ของการตัดสินของ ประชากรรับรู้ของมนุษย์ อยู่ที่ตา 70% แปลว่าเค้าจะประเมินคุณก่อน แล้วพอเค้าประเมินคุณปุ๊ป ดูแล้วคนนี่ไม่น่าจะใช้ได้ ต่อให้เราเมืองค์ความรู้มากๆ เราก็ถูกตัดสินไปเรียบร้อยแล้ว

ฉะนั้นวันนี้อย่าให้เราต้องเป็นของดีต้องเป็นผ้าขี้ริ้วห่อทองเลย ในวันที่เราสามารถอยู่ใน Package ที่สวยงามได้แล้วเปิดมาก็เป็นทองอยู่ข้างใน ปรับบุคลิกของเรา ทั้งข้างนอกและข้างในให้มา เจอกัน ก็จะทำให้ความสำเร็จของเรามาถึงเร็วขึ้นคะ

8) “คนไม่ประสบความสำเร็จ เพราะสิ่งเดียว!! คือ...”: ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร



เผยแพร่เมื่อวันที่ 29 มกราคม พ.ศ.2564

คุณอาจจะคิดว่า สาเหตุของการที่คน ๆ หนึ่งไม่ประสบความสำเร็จ มันมีแบบมากมาย มหาศาลเลยใช้หมดครับ ซึ่งมันจริงนะครับ แต่สุดท้ายแล้วเนี่ย มันมีรากอยู่แค่สาเหตุเดียวเท่านั้นเลย ครับ คือ เขายังไม่กล้าเจ็บมากพอ

สมมติว่าทำงานหนัก เหนื่อยแล้วมันเจ็บปวด คน ๆ นั้นก็เลยบอกไม่เอาดีกว่า นอนน้อยแล้วเจ็บปวดไม่เอา ต้องหมั่นหาความรู้เพิ่มเติมให้ฉลาดขึ้นแล้วมันเจ็บปวดทรมาน เหนื่อย ทุกข์ ไม่เอา ต้องออกจาก Comfort Zone เพื่อทำสิ่งใหม่ ๆ ลองสิ่งใหม่ ๆ เจ็บปวด ไม่เอา ต้องยอมโดนวิจารณ์ เพราะพอดังขึ้น จะโดนวิพากษ์วิจารณ์ โดนเป็นที่เพ่งเล็ง โดนคนพูดนู่นพูดนี่ถึงเรา เจ็บปวด ไม่เอา ต้องเลิกยุ่งกับคนใกล้ตัวที่ดึงเราไม่ให้ประสบความสำเร็จนะครับ แล้วทิ้งเพื่อนแบบนี้ไปก่อนเพื่อไปหา กลุ่มใหม่ที่ดีกว่า โอ้ย เจ็บปวด ลำบากใจ ไม่เอา ต้องเลิกเสพสุขจากสิ่งแย ๆ ที่ติดอยู่แล้วเจ็บปวดเลยไม่เอา ยังมีความไม่กล้าเจ็บที่มีระดับที่ลึกซึ้งและยากไปกว่านั้นอีกนะครับ เช่น ต้องกล้าพอที่จะยอมรับว่าสิ่งที่ตัวเองทำมานานแล้วเนี่ยมันไม่ได้ผล เราโง่มานานแล้ว

ตอนนี้ ได้เวลาทำสิ่งใหม่ที่ฉลาดกว่าไวกว่า เปลี่ยนงาน เปลี่ยนวิธี เปลี่ยนธุรกิจ แล้วล้มสิ่งเก่าที่กำลังทำอยู่ ฮู้ว อันนี้เจ็บปวดมาก ไม่เอา ต้องเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพ การพูดจา น้ำเสียง วิธีการ วิถีชีวิตของตัวเอง ให้เปลี่ยนไปทุกด้าน เพื่อให้มีความเป็นผู้นำมากขึ้น หรือสอดคล้องกับเป้าหมายของตัวเองมากขึ้น แต่พอโดนคนรอบข้างมองว่า แปลก แปลก แปลก เฮ้ยทำไมแก่เปลี่ยนไป โดนหัก มองด้วยสายตาที่ประหลาด เจ็บปวด กลัวเพื่อนจะเลิกคบ เพราะเราไม่เหมือนเดิม ไม่เอา ต้องยอมล้มเหลว เพื่อเรียนรู้ ต้องยอมโดนคนมองว่าบ้า โง่ เพี้ยน ผันเพื่อง เจ็บปวด ไม่เอา ต้องยอมเสียหน้า ถ้ามคนสำเร็จกว่าเราว่าเหยีย เขาทำได้ยังไง เขาใช้วิธีไหน ต้องเดินเข้าไปหาเขา หรือแม้แต่ขอให้เขาช่วยแบ่งปันเคล็ดลับ เขาอาจจะเป็นคนรู้จัก เป็นเพื่อนเราเนี่ยแหละที่ประสบความสำเร็จกว่าเรา โอ้ยทำแล้วอึดตามันเจ็บ เจ็บปวด ไม่เอา นี่แหละครับ ผมถึงได้บอกว่า การไม่กล้าเจ็บมากพอ คือสาเหตุเดียว สาเหตุหลัก สาเหตุใหญ่ที่สุด อันเดียวเท่านั้นเลยครับ ที่ทำให้คุณไม่ประสบความสำเร็จ อย่างที่ตั้งใจไว้ อันนี้สำคัญมาก และผมอยากให้ทุกคนจำและนำไปใช้เนะครับ

ถ้าคุณบอกว่า โห้! จริง ๆ แล้วมันเป็นเพราะว่าโชคชะตาไม่ดี โทษกรรม โทษบุญโทษนี้ โทษพันธุกรรม การเมือง สังคม สิ่งแวดล้อม บลา ๆ ๆ แต่ไม่กลับมาพิจารณาตัวเอง นี่ก็เป็นเพราะว่ากลัวเจ็บ ไม่กล้าเจ็บจากการต้องยอมรับความจริงอีกเหมือนกัน

จำไว้เสมอเลยนะครับว่า ถ้าอยากจะเจริญต้องกล้าเผชิญความเจ็บ เพราะในความเจ็บจะมีความจริง ถ้าคุณฝึกตัวเองให้กล้าเผชิญความเจ็บอยู่เสมอ คุณจะได้เจอกับความจริง ในไม่ช้าอย่างแน่นอน ในทางตรงกันข้าม ถ้าคุณยังคิดว่า ไม่เอาดีกว่า มันเจ็บก็ให้จำไว้เลยว่า ใ้อสิ่งที่ดีกว่า มันก็ไม่มีวันเอาคุณแน่นอน

9) “อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต? และวิกฤตแปลว่า...?”: ชุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร



เผยแพร่เมื่อวันที่ 17 เมษายน พ.ศ.2563

วิกฤต แปลว่าการตัดสินใจครับ คำว่า Crisis ภาษาอังกฤษ แปลเป็นไทยคือคำว่าวิกฤต มันมาจากคำภาษากรีกครับ คือ Krisis แล้วก็มาจากกรีกอีกคำหนึ่งนะครับ Krinein Krinein ใครเนียน ้อ... พูดเป็นไทยแล้วมันไม่เท่าเลยให้ตาย มันโคตรน่าเกลียดเลย ใครเนียน ใครเนียนหะ ใคร ใคร ใคร ใครเนียน โอจามแล้วไม่ยอมไปหาหมอ ไม่ยอมกักตัว ใครเนียน ไม่เกี่ยวละฮะ แปลว่าการตัดสินใจ Krisis เนี่ย ไม่ได้แปลว่า การเศร้าไม่ได้ แปลว่า โศกนาฏกรรม ไม่ได้แปลว่าความเครียด ไม่ได้แปลว่าความทุกข์ ไม่ได้แปลว่า หายนะ ไม่ได้แปลว่าจุดจบ ไม่ได้แปลว่าอะไรทั้งนั้นครับ แปลว่าการตัดสินใจและการเลือก จริง ๆ แล้ว เราเนี่ยแค่เผชิญกับการต้องตัดสินใจเท่านั้นเองครับ เราไม่ได้เผชิญกับอย่างอื่น และการตัดสินใจและการเลือกของคุณนี่แหละ จะเป็นตัวกำหนดว่า ชีวิตคุณจะเป็นยังไง

ในวิกฤตแสนเศร้าหมอง มีโอกาสทองซ่อนอยู่เสมอ คุณจะใช้อีกโอกาสนี้ทำอะไร คุณรู้ไหมว่าผมไม่ได้เขียนหนังสือเร็วขนาดนี้มาเป็น 3 - 4 ปีแล้วครับ นี่คือช่วงเวลาที่ผมเขียนหนังสือได้มากที่สุดเร็วที่สุด มีสมาธิที่สุด ดีที่สุด คุณตัดสินใจที่จะทำอะไรครับ คุณตัดสินใจที่จะนอนซมเศร้าอยู่บ้าน ก่นด่ารัฐบาลและโลกนี้และเครียด หรือคุณจะตัดสินใจที่จะใช้เวลานี้เป็นโอกาสที่ดีในการพิจารณาว่า เราจะเอาอย่างไรกับชีวิตดี หลังจากทีวิกฤตนี้ผ่านพ้นไป เราจะใช้อีกโอกาสนี้ยังไง ในการสร้างสิ่งที่ดีให้กับ

ตัวเอง แล้วช่วงนี้คุณจะใช้เวลาแค่คุณแค่อาหาร หรือคุณจะดูปัญหา ดูความรู้ ดูทักษะ ดูความสามารถ ธนูเนี่ย ถ้าเราจะยิ่งไปไกลเนี่ย เราต้องดึงมาข้างหลังเยอะถูกไหมครับ คุณจะยิ่งธนูแล้วคุณยิ่งแค่นี๊ ปิ้ว ปิ้ว ปิ้ว มันก็ไม่ไปไหน มันก็จะตกอยู่ข้างหน้านะครับ เหมือนแบบคนไม่มีแรงแล้วฉี่ไม่ออก มันก็ตกปึกอยู่แค่นี้ โอเคไหมครับ แต่ถ้าคุณอยากจะยิ่งธนูไปให้ไกลเนี่ย คุณต้องดึงไปข้างหลังเยอะ ๆ ดึงพื้แบบนี้ครับ แล้วพอลปล่อย พื้มันก็จะไปได้ไกล เพราะฉะนั้นยิ่งวิกฤตหรืออะไรเนี่ย มันทำให้เราเนี่ย ต้องย่อลงต่ำเท่าไร ต้องโดนดึงไปข้างหลังเท่าไรเนี่ย พอมันถูกปล่อยปั๊บคุณก็จะ พู่ว พุงไปข้างหน้าแบบไกลมากหรือไม่ เมื่อคุณได้มีโอกาสกระโดดหลังจากที่มันจบปั๊บเนี่ยมันจะ พุ่ม! โดดได้สูงมากกว่าคนอื่นนะครับ แต่ถ้าเกิดเราไม่ใช้โอกาสนี้ในการทำสิ่งที่ดีนะครับ คุณก็จะย่อต่ำแล้วคราวนี้ต่ำแล้วตกแล้วตายไปเลย หรือไม่ธนูนี้ ดึง ดึง ดึงก็ขาดนะครับ หรือไม่ดึงก็ไปข้างหลังเรื่อย ๆ แล้วก็ไม่พุงไปข้างหน้าเลยนะครับ

เพราะฉะนั้นเนี่ย อะไรคือสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิตครับ คือความสุขหรือเปล่า คืออำนาจ คือชื่อเสียง สิ่งที่ดีที่สุดในชีวิตสำหรับผมนะครับ คือทางเลือกครับ หลายคนบอกว่าอยากรวย คุณรู้ไหมครับว่าคุณอยากรวยเพราะอะไร คุณอยากรวยเพราะความรวยมันให้ทางเลือกกับคุณ ความรวยทำให้คุณสามารถเลือกโรงพยาบาลที่ไปเข้าได้ เลือกไปเที่ยวประเทศต่าง ๆ ได้ เลือกมีรถคันไหนคันนี้ได้ เลือกมีบ้านหลังไหนหลังนี้ได้ ถ้าผมบอกว่าคุณรวยไปเลยหมื่นล้าน แต่คุณไม่มีทางเลือกอะไรเลย คุณติดคุกอยู่อย่างนี้ แต่ในบัญชีคุณมีหมื่นล้านคุณเอาไหมครับ ไม่เอา เอาไปทำบ้าอะไรนะครับ เพราะอะไร เพราะว่า จริง ๆ แล้วสิ่งที่เราต้องการจริง ๆ มันไม่ใช่เงิน มันคือทางเลือก เราต้องการเงินเพื่อมาเพิ่มทางเลือก ถ้าสมมติตรงกันข้ามนะครับ ถ้าฉันผมให้คุณมีเงิน 0 บาทในบัญชี แต่คุณเลือกอะไรก็ได้ในชีวิตนี้ นั่นแหละคือสวรรค์แท้ ๆ เลย เพราะฉะนั้นสิ่งที่ดีที่สุดในชีวิต ที่เราต้องการลึก ๆ แล้ว จริง ๆ ก็ทางเลือกมีอยู่เสมอ ในวินาทีที่เรามีชีวิตอยู่ เพียงแต่เราต้องสร้างมันขึ้นมาเท่านั้นเอง

สิ่งสำคัญที่สุดในชีวิต จึงเป็นการสร้างทางเลือกให้ตัวเอง ในยามวิกฤต และในยามที่ไม่วิกฤต หลายคนอาจจะไม่เข้าใจว่า จริง ๆ แล้วทางเลือกที่ดีที่สุด คือทางเลือกที่มาจากภายในครับ ดัดสันใจได้ว่าจะรู้สึกอย่างไร นี่คือนโยบายที่ยิ่งใหญ่ สำคัญ งดงาม มีคุณค่าทรงพลังที่สุดในชีวิตของมนุษย์ทุกคน มีสิ่งมากมายที่จะเกิดขึ้นกับเรา แต่ถ้าเราฝึกสติและปัญญาอยู่เสมอ เราจะเลือกได้ว่า เราจะเครียดหรือไม่เครียด ทุกข์หรือไม่ทุกข์ เจ็บหรือไม่เจ็บ ซึมเศร้าหรือไม่ซึมเศร้า สร้างพลังสร้างสรรค์สิ่งที่ดีหรือจมอยู่กับสิ่งที่เกิดขึ้น เพราะทางเลือกนั้นอยู่ภายในของเรา และสิ่งนี้แหละครับ ก็คือปลายทางหรือสิ่งที่สำคัญจุดสุดท้ายของการฝึกจิต และพัฒนาจิตทุกประเภทบนโลกใบนี้ ก็คือไปถึงจุดที่เลือกได้ว่าจะรู้สึกยังไง(เหตุผล) เพราะฉะนั้นเค้าถึงบอกว่า คนที่ไปถึงจุดสูงสุดของชีวิตแล้วเนี่ย เจอทุกอย่างเหมือนที่เราเจอนี้แหละนะครับ ออกหัก รักคุด ตืดเมิน วิกฤต บ้านเป็นหนี้ โลกถล่ม เจอคนด่า เจอคนว่า เป็นโรคนั้นโรคนี้นี่มากมาย แต่เค้าฝึกตัวเองจนเลือกได้ ฉันทะมีความสุข ฉันทะมองโลกแบบนี้ ฉันทะแก้ไขปัญหา ฉันทะไม่จม ฉันทะไม่ทุกข์ ฉันทะเป็นผู้สร้างสรรค์ ฉันทะเป็นผู้ทรงพลัง ฉันทะสร้างสิ่งนี้

ฉันจะเลือกได้ เพราะฝึกจิตมาพอแล้ว ส่วนตัวเลือกทางความคิดจะมาจากปัญญาครับ เจอวิกฤตปั๊บ เราจะคิดยังไงได้บ้าง ในขณะที่พอมีข่าว พอมมีคนบ่นบอคอยุ่แตกเกิดขึ้น สติจะรู้สึกได้แบบนี้ นี นี นี อะเลือก ปัญญาคิดได้แบบนี้ นี นี นี อะเลือก นะครับ

และนี่แหละครับก็คือจุดสูงสุดของชีวิตคน ๆ หนึ่ง ที่การเดินทางภายในจะพาเราไปได้ และวันหนึ่งเราก็จะสามารถเลือกได้ว่าเราต้องการสิ่งนี้ นี นี นี แล้วเราจะเอาแบบไหน เริ่มจากภายใน เริ่มจากตอนนี้ วินาทีนี้ ที่เรายังมีลมหายใจ เข้าออกอยู่นั่นเอง ขอให้ทุกคนไม่ใช่แค่ผ่านพ้นวิกฤตไปได้ เดี๋ยวเราจะผ่านมันไปได้ แต่ให้ทุกคนให้เป็นประโยชน์ หาโอกาสทอง ที่ซ่อนอยู่ในความเศร้าหมองที่ทุกคนนึกว่ามันเป็น และสามารถที่จะสร้างทางเลือกให้ตัวเองได้ ตั้งแต่วันนี้และตลอดไป นี่คือข้อคิดจากขุนเขา ขอให้ทุกคนมีชีวิตที่สุขสงบและทรงพลัง

10) วิธีเปลี่ยนชีวิตและพัฒนาตัวเอง โดยใช้ "ความรู้": ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร



เผยแพร่เมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ.2564

สวัสดีครับทุกคนจากเมือง Cusco ประเทศเปรูนะฮะ ผมกำลังจะไป Machu Picchu แต่ว่าอยากมาแชร์ความรู้เรื่องนึงนะครับ ประสบการณ์ที่ดีมาก ๆ ที่เกิดขึ้นนะครับ

ก่อนอื่นเล่าก่อนว่า ตอนแรกเนี่ยนะครับ ผมไปจองทัวร์นะครับ แล้วมันมีทัวร์อยู่ 2 ตัวที่ ๑ แข่งกันนะครับ ทัวร์หนึ่งเนี่ยนะฮะ เพรณลิ่งว่านะครับ ซึ่งผมชอบผมอยากจองกับที่นี้ แต่เค้าไม่ส่งรถไปรับที่โรงแรมนะครับ ซึ่งโรงแรมผมอยู่บนเขานูนนะครับ ก็เข้าใจนะครับ ว่าทำไม ว่าทำไม เค้าไม่ส่ง แต่อีกทัวร์นึงเนี่ยนะครับ ไม่มีเฟรนลี่เท่านะครับไม่ดีเท่า แต่ดันส่งรถไปรับตามโรงแรมต่าง ๆ นะครับ ซึ่งผมก็อยากจองกับคนที่ คนที่เฟรนลี่นี่ก็ออกใหม่ฮะ อ่า ที่นี้เนี่ยนะฮะ ผมก็เลยลองถามเค้าดู เฮ้ย คุณลองไปส่งรถไปรับได้ไหมนะครับที่โรงแรมเนี่ยนะฮะ ตอนแรกเค้าก็อีกอัก ๆ เพราะมันไกลมากครับผม ไม่ได้จริง ๆ อะไรเงี้ย ผมเออจี้ ผมตัดสินใจอยู่ ถ้าคุณส่งรถไปรับที่โรงแรมนะ ผมจ่ายเงินเดี๋ยวนี้อย่างผมจองกับคุณเลย เค้าก็โทรใหญ่เลยนะฮะ ใช้เวลา 15 นาที 20 นาที จนสามารถที่จะส่งรถไปรับที่โรงแรมจนมาถึงที่ในเมืองนี้ได้ แล้วผมกำลังจะไปนะครับ สบายมากเลยไม่ต้องเรียกแท็กซี่

ไม่ต้องจ่ายแท็กซี่เอง อ้อ ฝรั่งเศสในห้องกับ หูว ตบมือให้เลยนะครับ ซึ่งจริง ๆ แล้วมันไม่ได้แปลว่าผม เก่งหรือว่าฉลาดเลย ถึงแม้ทรงผมจะเหมือนอินสไตน์ตอนหนุ่ม ๆ นะอะ อ่าแล้วก็สำคัญมากคือผม บอกว่าแต่ก่อนผมไม่ใช่แบบนี้ะครับ แต่ก่อนผมจะเป็นคนสบาย ๆ มากเลย คือไม่ได้ต่อรอง ไม่ได้ ขอให้เค้าทำอะไรนะอะ ถ้าไม่ได้จำเป็นจริง ๆ นะครับ ผมจะเป็นคนแบบโอเคได้ ไม่เป็นไรฉันเราก็ เลือกลงเลยว่าเป็นไร อะไรก็ตามมันเลยอย่างเงี้ยครับ แต่ว่ามันแหละครับ พอเราเรียนรู้แล้วการที่ เราจะพัฒนาตัวเองขึ้นไปได้ คือเราต้องนำสิ่งที่เรารู้มาใช้ แม้ตอนแรกมันจะเจ็บปวด ผมก็ไม่ได้ อยากทำ ผมรู้สึกกระอักกระอ่วนมากเลย มันเป็นเรื่องที่เราไม่เคยทำในชีวิต แต่นั่นแหละครับ เราจะ เติบโตได้ก็ต่อเมื่อ มีความเจ็บปวด เหมือนกล้ามเนื้ออะครับ กล้ามเนื้อจะเติบโตแข็งแรงได้มันต้องมึ การออกกำลังกาย มันก็ต้องมีความเจ็บปวดอยู่ในการออกกำลังกายนะครับ มันต้องมีการฝึก จิตใจ แข็งแรงขึ้นจากการที่เราเจ็บปวด เราเรียนรู้จากมัน นี่ก็เหมือนกันครับ

จำไว้เลยด่านแรกของการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตัวเอง คือต้องก้าวข้ามความเจ็บปวดให้ได้ ก้าวข้ามความไม่สบายใจ ไม่มีกระอักกระอ่วนให้ได้นะครับ เพราะฉะนั้นผมก็แบบไม่ได้แล้วละ ต่อให้ มันรู้สึกแปลก ๆ ยังไงเราจะต้องลองทำให้ได้ เพื่อเราจะได้เติบโตก็เลยจัดไป แล้วก็เติบโตขึ้นอีกชั้น ครับ โอเคไปคลิปลิพอ ผมฟังหนังสือเสียงเล่มนึงจบชื่อ Never Split The Difference นะครับ ของ Chris Voss เค้าเป็นหน่วย FBI เค้าที่ต้องต่อรองกับพวกผู้ก่อการร้ายที่จับตัวประกันเรียกเค้าได้อะ อะ แล้วเก่งมาก ๆ หนังสือเล่มนี้ดีมากนะครับ เดี่ยวผมจะทำคลิปลิพออีกคลิปลิพอหนึ่งต่างหาก แห่ความรู้ที่ได้ จากหนังสือเล่มนี้มากมายนะครับ แต่คลิปลิพออยากจะทำบอกเฉย ๆ ว่าความรู้ของคุณที่คุณมีจะไม่มี ประโยชน์เลย ถ้าคุณไม่นำออกมาใช้เหมือนอาหารที่อยู่ในตู้เย็นนะครับ อาหารที่อยู่ในตู้เย็นจะไม่มี ทางทำให้คุณอิม อาหารในตู้เย็นไม่ว่าจะอร่อยและมีคุณภาพ มีโภชนาการแค่ไหน จะทำให้คุณอิม และใช้ชีวิตต่อไปได้ มีพลังงานต่อเมื่อคุณนำออกมาใช้ ต่อเมื่อคุณออกมาใช้ ต่อเมื่อคุณทำออกมา นะ ครับ หุงอาหาร ความรู้ก็เหมือนกันครับอย่าเก็บมันไว้จนเน่าอยู่ในตู้เย็น นำมันออกมาใช้ทันที หลายครั้งที่คุณเรียนรู้เนี่ย ฟังคลิปลิพอวันนี้อ่านหนังสือเล่มนี้ ไม่พอครับ คุณต้องนำมาใช้

มีเรื่องราวของเพื่อนผมที่ชอบเทคนิคนี้มากที่เค้าใช้ เวลาเค้าอ่านหนังสือเนี่ย อย่างเช่นวัน ก่อนเค้าอ่านหนังสือเรื่องการลงทุน เค้าจะหยุดอ่านเมื่อถึงจุดหนึ่งที่หนังสือแนะนำว่า เออ คุณควรจะไปทำแบบนี้ เค้าจะหยุดอ่านเลย แล้วเค้าจะเอาสิ่งนั้นไปทำก่อนแล้วทำแล้วได้ผลยังไงหรือไม่ได้ยังไง ให้เต็มที่ แล้วเมื่อทำเสร็จเค้าจะค่อยกลับมาอ่านหนังสือเล่มนั้นต่ออะครับ นี่คือนี่ที่เค้าแฮร์แล้วผม ชอบมาก ๆ เลย แล้วเค้าถึงได้ประสบความสำเร็จทุกวันนี้ เพราะว่าเค้าไม่ใช่แค่อ่านแล้วก็ลืมไปเลย แต่เค้านำไปใช้แล้ว ถ้ายังไม่ใช้เค้าบังคับตัวเอง ว่ายังไม่กลับมาอ่านด้วย ผมชอบมูมนี่

มันทุกคนจะลองเอาไปใช้ก็ได้ครับ อย่าลืมนะว่าความรู้ท่วมหัวนั้นเอาตัวรอดแน่นอน มันมี คำพูดความรู้ท่วมหัวเอาตัวไม่รอด ไม่ครับ มันรอดแน่นอน ถ้าคุณรู้ว่าจะว่ายังไง คุณรู้ว่าจะซ่อม ของยังไง คุณรู้ว่าจะลงทุนยังไง มันมีประโยชน์ต่อชีวิตสุด ๆ แต่เพียงแต่ว่าไม่มีประโยชน์เพราะคน

เหล่านั้นไม่นำมาใช้ ปล่อยให้ของหรือความรู้ที่อยู่ในหัว เน่าเหมือนอาหารที่อยู่ในตู้เย็นอย่าเป็นแบบนี้ครับ นำสิ่งที่คุณรู้ทั้งหมดไปใช้ ไม่ทันทีก็เร็ว ๆ นั้นเลย แล้วความรู้ที่คุณมีท่วมหัวจะไม่ใช้แค่เอาทำให้คุณตัวรอดนะฮะ แต่ทำให้คุณตัวรุ่งนะครับ ไม่ใช่แค่รอดแต่รุ่งมาก ๆ เลยด้วยนะครับ โอเค เตี่ยมาคุยกันต่อ นี่คือข้อคิดจากขุนเขา ขอให้คุณมีชีวิตที่สุขสงบและทรงพลัง สวัสดิ์ครับ ให้ดูรอบ ๆ มา ๆ ๆ นี้เมือง Cusco นะครับ Cusco Cusco

11) “สิ่งเดียวที่คุณควร “ฆ่า”: ขุนเขา ลินธูเสน เขจรบุตร



เผยแพร่เมื่อวันที่ 14 กันยายน พ.ศ.2563

การฆ่าความเลว สำคัญกว่าการฆ่าคนเลวนะครับ ใช่ ในกรณีที่คุณเลวกำลังฆ่าคนอื่น เราต้องรีบกำจัดเขาเดี๋ยวนั้นเลย แต่ถ้าในยามปกติแล้ว เราควรโฟกัสที่การฆ่า ความเลวนะครับ ในใครครับในใคร ในตัวเราเองก่อน

อย่างที่บอกไว้เสมอ ถ้าคุณไปฆ่าคนที่คุณเกลียด คุณฆ่าไม่หมดหรอกครับ เดียวมีคนใหม่ให้คุณมาเกลียด คุณไปเอาชนะคนที่คุณอิจฉา คุณเอาชนะไม่หมดหรอกครับ เดียวมีคนมาให้คุณอิจฉาอีกแน่นอน แต่ถ้าคุณเอาชนะความโกรธ ไม่ใช่คนที่โกรธนะ ความโกรธ มันหมดไปปั๊บ คราวนี้คุณแทบจะไม่ต้องโกรธใครล่ะ หรือโกรธน้อยลง คุณเอาชนะความเกลียดได้ คราวนี้คนที่คุณเกลียด มันจะแทบไม่มีผลแหละ เพราะความเกลียดในใจคุณมันน้อยลง มันจะลดลงพึม...อย่างนี้เลยนะครับทุกคน คุณเอาชนะความอิจฉาในใจได้ คุณจะไม่ต้องไปห่วง ว่าคุณจะต้องมีคนใหม่มาให้อิจฉา เพราะความอิจฉามันลดลงไปทั้งหมดเลยนะครับ

ถามว่าพูดง่ายแต่ทำยาก จริงครับ มีอะไรบ้างอะที่มันควรค่าในโลกนี้ ที่มีค่าในโลกนี้ ที่มีมันทำง่ายมันน้อยมากครับ จำไว้ นะครับ สิ่งที่มีค่า ใช้เวลาในการสร้างเสมอ ฆ่าคนก็เร็ว สร้างคนก็ช้า ทำลายตึกก็เร็ว สร้างตึกก็ช้า ตัดต้นไม้ก็เร็ว ปลูกต้นไม้ก็ช้า อะอะไรที่สวยงามและดีอะมันช้า มันใช้เวลาแต่มันดีใจครับ มีคุณค่า เพราะมันยากสิดีถึงมีค่าครับ ถ้าง่ายและธรรมดาจะทำไปทำไมนะครับ

เพราะฉะนั้นเนี่ย ก็เริ่มทำตั้งแต่วันนี้เลยนะครับ ลองฆ่าความทุกข์ ๑ ทุกอย่าง ที่อยู่ในตัวเรา แล้วเดี๋ยวในคนอื่นมันจะถูกฆ่าให้น้อยลงไปเอง แล้วไอ้ไฟก็กับการฆ่าคนแล้ว อันนั้นอะทำได้ แต่ในสถานการณ์จำเพาะ และควรมาที่หลังนะครับฉันขอเป็นกำลังใจให้คนไทยทุกคน เรามาสร้างสังคมที่ดีด้วยการ Transform หรือเปลี่ยนแปลงความทุกข์และเปลี่ยนแปลงความเจ็บปวด แทนที่จะ Transfer หรือส่งต่อมันให้คนอื่น และสำคัญและยิ่งใหญ่ที่สุด คือ Transcend ซึ่งแปลเป็นไทยคือก้าวข้ามมันไปเลย ซึ่งจะทำให้ได้ก็ต่อเมื่อ เราฝึกจิตในการฆ่าความไม่ดีทุกอย่างที่อยู่ในตัวเรานั้นเอง การฆ่า “คน” จะไม่มีวันสิ้นสุด แต่การฆ่า “ความ” จะหยุดลงที่ใจ นี่คือข้อคิดจากขุนเขา ขอให้ทุกคนมีชีวิตที่สุขสงบและทรงพลัง สวัสดิ์ครับ

12) “คน "ไม่ตรงต่อเวลา" โปรดตุคลิปี้”: ขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร



เผยแพร่เมื่อวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ.2564

สวัสดิ์ครับทุกคน ตอนนี้อยู่ที่ประเทศเปรูนะฮะ ซึ่งมาสายอีกแล้ว แล้วประเทศนี้ถ้าที่ผมไปอเมริกาได้มาเนี่ย ตอนนี้อยู่ที่ประเทศแรกๆ ที่ไปกับอาร์เจนตินาตรงเวลาที่สุตรองลงมาคือชิลี รองมาตอนนี้คือเปรูนะครับสายที่สุด

คุณรู้ไหมครับตอนนี้ผมเที่ยวมาประมาณ 30 กว่าประเทศละ ตั้งแต่เกิดมาเนี่ย ผมเห็นทรนอย่างหนึ่งครับว่า ยิ่งประเทศไหนเจริญเท่าไร เขายังตรงต่อเวลาเท่านั้น และยิ่งประเทศไหนด้อยพัฒนาเท่าไร เขายังไม่ตรงต่อเวลาเท่านั้น ตอนไปญี่ปุ่นรถนี้ออกเป๊ะต่อวินาทีเลย ตอนผมไปเยอรมันเป๊ะต่อวินาที ตอนผมไปไอซ์แลนด์รถตู้รถบัสเนี่ย คนมายังไม่ครบก็ออกครับ ถ้ามันคือเวลาที่จะออก แล้วคนไหนตกก็ให้ไปเอารถคันอื่น นี่คือทัวร์นะฮะไปทัวร์ไปเอารถทัวร์อื่น แล้วค่อยตามไปทีหลัง แล้วคน ๆ นั้นก็จะเรียนรู้กว่านี่คือกฎของที่นี่ ทุกคนต้องเคารพกฎ ทุกคนต้องทำตามกฎและทำหน้าที่ของตัวเองที่ดีที่สุด ไม่งั้นทุกคนเสีย ผมถามจริง ๆ นะฮะ ถ้าเกิดเวลาคือสิ่งที่สำคัญที่สุด เราทุกคนรู้กัน สิ่งที่สำคัญยิ่งกว่าเงิน ยิ่งกว่าอะไรทั้งทุกอย่างยิ่งกว่าทรัพย์สินคือเวลา เพราะมันหาคืนมาไม่ได้

ถ้าสิ่งที่สำคัญที่สุด คุณยังรักษาไม่ได้ แล้วคุณจะไปรักษาอะไร? ถ้าสิ่งที่สำคัญที่สุด คุณยังไม่ให้ความสำคัญกับมัน แล้วคุณให้ความสำคัญอะไร คนไทยทุกคนครับ ประเทศเราสายแค่นั้น เรารู้กันใช่ไหมหะ แล้วประเทศเราจะพัฒนาขึ้นได้อย่างไร

เพราะฉะนั้นอันดับแรกนะครับ ก่อนที่จะไปพัฒนา พัฒนาอย่างอื่นได้หะ แต่อันดับแรกเรา กลับมาดูกันดีกว่าว่า เราเองและคนรอบข้างและคนทุกคนแคร์จักเนีย คนสำคัญทุกคนเนีย ตรงต่อเวลาหรือยัง ผมบอกเลยว่าถ้าเรายังไม่ตรงต่อเวลานะครับ แล้วก็ไม่ได้แต่ประเทศด้อยพัฒนาประเทศหนึ่ง ประเทศที่กำลังพัฒนาไปเรื่อย ๆ แล้วไม่มีวันถึงจุดที่พัฒนาแล้ว ถ้าแค่เวลาซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุด เรายังรักษาไม่ได้ ผมบอกเลยว่าไม่มีผลประโยชน์หรือสิ่งดีใดของชาติที่เราจะสามารถรักษาและพัฒนาได้เลย เนียเดียวผมให้ดูคนที่นั่งรออยู่เนีย ผมคนนึงละ แล้วก็มึนี่ ๆ นอนรอเลยนะเนีย นอนรอกันเลย นั่งรอกัน แล้วรถตู้ที่จะมาบ่าย 3 เนีย ตอนนี้อยู่บ่าย 3 จะครึ่งละ ก็ยังไม่มา มันบ่งบอกได้ครับ ว่าประเทศนี้เจริญ หรือไม่เจริญ จากแค่เรื่อง ๆ เดียว คือคนในประเทศตรงต่อเวลา และเคารพเวลา หรือเปล่า ที่ประเทศชิลีนะหะ มีอยู่ตอนหนึ่งที่รถมาสายมากแล้ว เราก็ถามว่าแบบทำไมรถมาสายขนาดนี้นะครับ เขาก็บอกว่าที่นี้คือชิลี ถามว่า ทำไมการรักษเวลายามันสำคัญขนาดนั้นเลยหะหรือครับ จริง ๆ แล้วมันเป็นตัวบ่งบอกอีกหลาย ๆ อย่างที่ซ่อนอยู่ครับ ก็คือเวลานีย เหมือนกฎเิงครับ เหมือนกฎที่ทุกคนต้องเคารพ ถ้าเราไม่เคารพเวลาก็เหมือนกันทุกคนกำลังแหกกฎ ถูกไหมหะ แล้วทุกอย่างมันจะล้มโดมิโน คือพอไม่ตรงเวลาบึบ ทุกอย่างพังโด้ง ไปตรงนี้ไม่ทัน ตกเครื่อง ไม่ได้ตามแผน นัดประชุมไม่ได้เวลาที่กำลังจะไปทำนู่นนี่เสียหายหมดเลย คือระเบียบวินัยไม่มี พุดง่าย ๆ นะครับ เพราะฉะนั้นเวลาก็คือระเบียบวินัย ชนชาติอย่าง เยอรมัน อังกฤษ ญี่ปุ่น ที่แน่นอนที่เจริญมาก ก็เพราะว่าเขาเคารพเวลา ซึ่งในวงเล็บก็คือเคารพกฎ และพอทุกคนเคารพกฎก็เหมือนกันทุกคนกตึกาที่ทุกคนมาร่วมกัน ชาติจึงพัฒนาไปด้วยกันได้ ไม่มีโดมิโนไหนล้ม ไม่มีใครขาดนัดประชุม ไม่มีใครตกเครื่องบินนะครับ ฟันเฟืองของกลไกของชีวิตแต่ละคนและสังคม จึงดำเนินไปได้ครับ นี่คือความสำคัญของการเคารพเวลา

เพราะฉะนั้นการที่เราไม่เคารพเวลามันคือเครื่องบ่งบอกว่าเราไม่มีระเบียบวินัยในชีวิต และไม่มีกรวางแผนนะครับ แล้วถ้าคน ๆ นึงเป็นอย่างนี้ มันจะแย่แล้วนะครับ ชีวิตคนก็พังประมาหนึ่งแหละครับ ถ้าคนทั้งชาติเป็นอย่างนี้ก็ล้มโดมิโนทั้งชาติ

จะเห็นอีกอย่างนะ เดียวผมให้ดูเนียหะ เห็นขยะด้านหลังเนียไหมหะ ยิ่งลั่นลงมาจากถังขยะตามทางก็มีเต็มไปหมดเลยครับ มีขยะ นี่ก็คือเครื่องบ่งบอก พอไม่ตรงเวลา แต่ทิ้งขยะตามทางเรียวดไปหมด มาชูปิกชุนะครับ เป็นมรดกโลกก็จริงแต่ว่านะครับ ขยะเต็มไปหมดเลย همینที่งั้นะครับ อย่างประเทศอาร์เจนตินาประเทศที่เจริญอันดับ 2 ของทั้งอเมริกาใต้ เข้าไปในอุทยานแห่งชาติเขาไม่มีขยะขึ้นครับ กระดาษสักเสียบก็ไม่มีนะครับ แล้วเขาก็ตรงต่อเวลามากกว่า

เห็นไหมครับว่าทุกอย่างมันมาคู่กัน พออย่างนึงและ อย่างอื่นก็เลยตามไปด้วยนะ นี่คือข้อคิด จากขุนเขา ขอให้คุณมีชีวิตที่สุขสงบและทรงพลัง สวัสดิครับ แล้วตอนนี้ผมก็ได้ลงนอนแล้วนะครับ เพราะมันกำลังจะ 4 โมงแล้ว รถก็ยังไม่มาอะฮะ และในที่สุดเราก็ได้ออกแล้วนะครับ เป็นเวลาเกือบ 5 โมงนะครับ นัดบ่าย 3 เกือบ 5 โมง ก็คนในประเทศสายเท่าไหร่ว่า ประเทศก็สายนั่นแหละครับ คนในประเทศเช้าเท่าไหร่ว่า ประเทศก็พัฒนาช้าเท่านี้แหละครับ เห็นได้ชัดเจนเลย

13) ดูแล้วจะ "ใช้ชีวิตเป็น"/คุณขุนเขา สินธุเสน เขจรบุตร



เผยแพร่เมื่อวันที่ 22 มกราคม พ.ศ.2563

ชีวิตเราเหมือนการขับรถ อดีตคือกระจกหลัง อนาคตคือแผนที่ หรือ GPS ปัจจุบันคือกระจกหน้า คือเวลาที่เรายู่กับปัจจุบันอย่างเดียวเนี่ย คือกระจกหน้ารถ รู้ว่าอะไรกำลังจะเกิดขึ้น เรายู่กับปัจจุบัน เรายู่ตรงนี้ เรายู่ตรงนี้ แต่ถามว่าถ้าเราไม่ดูกระจกหลังเลย อันตราย เรารู้ว่าอดีตเราเคยโดนอะไรมา ปัจจุบันเราจึงจะไม่โดนแบบนั้น เหมือนกันกระจกหลังเอาไว้ดูครับว่าข้างหลังรถกำลังมา กำลังจะชนตุตเรา กำลังจะแซงข้างหลังเรา หว่า มีอะไรเข้ามาบ้าง เราก็จะเรียนรู้ว่า กำลังมีอะไรจะเกิดขึ้นแล้วเราจะได้ขับอย่างปลอดภัยมากขึ้น อ้อ ถ้าเราถอดออกไปเลย รับรองว่าเราขับรถได้ไม่ปลอดภัยเท่าเดิม เหมือนกับคนที่ไร้ซึ่งอดีต ย่อมไม่มีการเรียนรู้และใช้ชีวิตอย่างปัจจุบันได้อย่างไม่ปลอดภัย เท่ากับคนที่เรียนรู้จากอดีต แต่ในขณะที่เดียวกันอนาคตก็เหมือนกัน อนาคตก็คือแผนที่ เราต้องรู้ว่าเราจะไปไหน เรามี GPS เรามีแผนที่ เรารู้ว่าจากนี้ไปอนุสาวรีย์ไปยังไง แต่ถ้าตาเราจต้องอยู่ที่แผนที่ ชนไหม? ชน ชนแน่นอน เหมือนกันครับก็คือการที่เรากังวล หมกมุ่นอยู่กับอนาคต มัวแต่ดูแผนที่ ดู GPS ดูเนี่ยว่าไอ้ว จะเอาให้ได้เลย 5 ปีเนี่ย จะอยู่ตรงนี้ให้ได้ หรือไปกังวลว่าเราจะทำได้ไหม ตุ่มชนแนวครับ ชนหมา ชนเสาไฟฟ้า ตกคลองแล้วแต่ไม่รู้เรื่อง แต่ว่าขับรถโดยไม่มี GPS และแผนที่หลง ใช่มั้ยถึง

เพราะฉะนั้น เหมือนกันเลย มีเป้าหมาย มีอนาคตที่ชัดเจน ก็คือเหมือนกับการที่เราขับรถ เราจะต้องมีอนาคต ก็คือใช้ชีวิตมีแผนที่ มี GPS แต่อย่าเอาตาไปจับจ้องที่มัน ตาเนี่ยอยู่ที่ปัจจุบันคือกระจกหน้าของรถเนี่ย ดีที่สุดคืออยู่กับปัจจุบัน แต่บางครั้งเหลือบมองบ้าง GPS เราไปตรงไหนเราไปถูกที่แล้ว ดูอนาคต กลับมาปัจจุบันต่อ เอ๊ะไหนดูอดีตสิ มีรถข้างหลังมาไหม เรียนรู้ คน ๆ นี้ไว้ใจได้ไหม ทำธุรกิจกับเค้าได้ไหม คู่รักแบบนี้จะทำร้ายเราไหม โอเคคนนี้ผ่าน ดูกระจกหน้าไปปัจจุบันต่อ

14) “วิธีสร้างพลังงานบวก...get ปะ?": โค้ชจ๊อบ อติกานต์ หนูนภักดี



เผยแพร่เมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ.2563

You ใช้ 21 วันได้ซะ แล้วก็ใช้ไปเหอะ แต่สิ่งที่มันสำคัญกว่า 21 วัน คือสิ่งที่จ๊อบพยายามจะเอออ...ให้ความสำคัญ... ในหลักการนี้กับนักเรียนจ๊อบทุกคน ตั้งแต่จ๊อบกลับมาจาก Malta ให้ความสำคัญที่จ๊อบอยากจะให้ก็คือ ไม่ว่าเหตุการณ์อะไรจะเกิดขึ้นก็ตามเนี่ย ตัว You ต้องเอาตัว You ให้อยู่ก่อน ทั้งที่มีแฟน หรือไม่มีแฟนก็ตามนะ เพราะ...ถ้า You ไม่เข้าใจหลักการนี้ ไม่ว่า You มีแฟน หรือไม่มีแฟน You ก็คงฟัง แล้วหลักการนี้มันมีอยู่ว่า ให้ You นึกกับตัวเองในแต่ละวันว่าเรามีพลังงานก้อนหนึ่ง พลังงานนี้เรียกว่า ความเบิกบานและความสุข ทุกคนมีหมด

เมื่อวานมี...นักเรียนท่านหนึ่ง โลงนมาถามผมบอกว่า ทำยังไงให้เราสามารถบิวท์พลังงานบวกได้ทุก ๆ วัน คำตอบคือเรามีอยู่แล้วพลังงานบวก เรานั่นแหละที่จะปกป้องไม่ให้พลังงานบวกลดยังไง นั่นคือวิธีที่ถูก ตื่นเช้ามาเรามี You หลังคาคลุมหัวอยู่ มีข้าวกิน มีรถขับ มีงานอยู่ มันโอเค สิ่งที่มีนจะดูพลังงานบวกของ You ออกไปได้เร็วที่สุดคือความคิดของ You และส่วนใหญ่ความคิดของเราเนี่ย มันมาจากสิ่งกระทบจากภายนอก ผู้ชายเปลี่ยนไป เอ่อ...เศรษฐกิจแย่ อากาศร้อน แล้วมันก็จะดึงดูดไอ้พลังงานก็เนี่ยออกไปวันละนิดวันละหน่อยเหมือนเราค่อย ๆ ใช้เงินทีละนิดทีละหน่อยอะ แต่เรากลับงกเงินมากกว่า งบพลังงานบวกเราเว้ย

คราวนี้ถ้าสมมติ You เข้าใจหลักนี้แล้ว แล้ว You ประคองตรงที่ว่า ไม่ว่าทำอะไรจะเกิดขึ้นก็ตามเนี่ย ฉันจะเป็นคนที่มีความสุขให้ได้ โดยที่ไม่ให้ใครเนี่ย...มาเอาความสุขฉันออกไปเหมือนกับเอามือล้วงกระเป๋าเงินฉันแล้วดึงแบงค์พันออกไปเด็ดขาด You จะกลายเป็นคนที่คนอื่นมองแล้วอยากได้อยู่ด้วยเว้ย รวมถึงผู้ชายคนนี้ด้วย

คราวนี้ สิ่งที่เกิดขึ้นกับเค้า แฟนเค้า บ้านเค้า หรืออะไรมันเป็นเรื่องของเค้า ไม่เกี่ยวแต่สิ่งที่เราต้องทำกับตัวเราต่างหาก คือดูทรงตัวเราให้อยู่ในท็อปฟอร์ม และรักษาประคองพลังงานบวกให้มากที่สุดในแต่ละวัน

You เข้าใจไหมว่า เกมเนี่ย มันไม่ใช่เกมสั้นๆ ไม่ใช่ 20 วันครับ อีกเป็นปี จ๊อบจะบอก You ให้คิดไปเอง บิวท์ไปเอง แล้วก็ไปกำหนด เดดไลน์ของตัวเองให้เครียดหนักกว่าเดิมให้พลังงานหมด โอ๊ย โค้ช ฟรุ้งนี้ 19 วัน 18 วันที่ 17 วันที่ 16 วัน 15 วัน มันไม่มีหรอก You จ๊อบถึงบอกเค้าแบนโทรเลขไปตั้งนานแล้วตอนนี้มัน จะยังงงพูดได้ไม่เห็นหน้ากันก็ เออ...มันทำได้ทุกอย่างเว้ย

15) “วิธีสื่อสาร ผ่านหัวใจ...get ปะ?": โค้ชจ๊ิบ อติกานต์ หนูนกักติ



เผยแพร่เมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ.2563

เคยรู้สึกไหมอะว่า...เราอยู่ในสมองมากเกินไป การที่เราใช้ชีวิตในทุก ๆ วันนะอะ เราอยู่กับความคิดเราตลอด และผมอยากจะบอกคุณให้เนะ เคยสังเกตไหมว่ามันมักจะมีเสียงในหัวของเราและเสียงในหัวของเราอะ มันมาจากความคิดของเรานั่นเอง คราวนี้ความคิดของเราอะ มันก็มีทั้งถูกและก็ไม่ถูก แต่ส่วนใหญ่มันจะคิดมาจากความรู้สึกของเก่า ๆ คิดมาจากความทรงจำเก่า ๆ คิดมาจากเรื่องราวชาวบ้าน คิดมาจากความเชื่อ คิดมาจากอะไรต่าง ๆ นานา ซึ่งการประมวลผลของสมองเนี่ยมันมาจากส่วนหนึ่ง ที่เรียกว่า Analytical Mind คือเราต้องใช้สมองส่วนนี้เพื่อในการดำรงชีวิตอะอะ แต่บางทีมันไม่สามารถที่จะทำให้ตัวเรามีความรู้สึกที่มีความสุข หรือสื่อสารกับคนที่มีความหมายของเราได้จริง ๆ เพราะฉะนั้นวันนี้ผมอยากจะมานำเสนอวิธีการสื่อสารแบบใหม่ให้ทุกคนเอาไปใช้ยกตัวอย่างเช่น ให้ทุกคน Move คือเคลื่อนออกจากสมองแล้วมาที่หัวใจ เวลาเคลื่อนออกจากสมองมาที่หัวใจแปลว่าอะไร

สมมติคนรักของคุณถามว่า วันนี้ทำอะไรมาบ้าง วันนี้เป็นยังไงบ้าง ถ้าสมองพูดจะบอกว่าอะไรรู้ไหม? ...วันนี้หอรกก็มีประชุม รถก็ติด ออกกำลังกายมาแล้ว อาหารก็กินปกตินะ ไม่ได้กินน้ำหวานด้วย แล้วก็...เนี่ยเพิ่งกลับมาถึงบ้าน นี่คือใช้สมองพูด You เข้าใจปะ? แต่ถ้าใช้หัวใจพูดคุณควรจะ...สื่อสารออกมาคือ โอ้โห...วันนี้หอรอ ตอนแรกก็รู้สึกไม่ค่อยโอเคเท่าไรแบบ.. ดูหน้าข่าวคราวใน Facebook มันกลัวยังไงก็ไม่รู้ ช่วงนี้บ้านเมืองอะเนาะ แต่ตอนนี้ก็รู้สึกดีมากเลยกลับมาเจอ You ที่บ้านแล้วเนี่ย ค่อยยังชั่วหน่อย You เห็นยังว่าการใช้สมองคือมันเป็นเรื่องของรายละเอียด แต่การใช้หัวใจมันเป็นเรื่องของความรู้สึก ซึ่งเอาจริง ๆ นะอะ ถึงจะเป็นความรู้สึกส่วนลบที่เราสามารถบอกคนรักเราได้ จ๊ิบก็ยังยืนยันว่า You ควรจะบอก เพื่อให้คนอยู่ใกล้ตัวของคุณเนี่ยได้เข้าใจคุณจริง ๆ แต่พลังของการสื่อสารผ่านหัวใจมันจะทำให้เกิดการเชื่อมลึกของคนสองคนได้อย่างดี ไม่ใช่สมอง เก็บสมองไว้หาดังค์อะนะอะ get..ปะ?

16) “คุณหมดไฟ เพราะไม่มีสิ่งนี้”: บัณฑิต อึ้งรังสี



เผยแพร่เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2563

“ถ้าคุณหาสิ่งนี้เจอ จูนสิ่งนี้เจอ ชีวิตของคุณโคตรจะมีความสุข” เพื่อน ๆ เชื่อไหมครับว่าเงินไม่ใช่แรงจูงใจของทุกคนนะครับ แล้ว...ผมมั่นใจเลยว่า หลายคนเนี่ยไม่ได้คิดอย่างเดียวว่าฉันจะต้องหาเงินเยอะ ๆ หาเงินเยอะ ๆ นะครับ สำคัญก็คือว่าคุณเนี่ยต้องเข้าใจแรงจูงใจของตัวเอง แล้วก็ผมเนี่ยเข้าใจแรงจูงใจของตัวเอง ผมรู้เสมอว่า ผมมีเป้าหมายแต่ละอย่าง ผมทำมันไปเพื่อทำอะไรนะครับ

นี่ก็คือ เคล็ดลับอันหนึ่งของชีวิตนะครับ ซึ่งถ้าคุณเคยอ่านหนังสือเล่มหนึ่งชื่อว่า “The Power Of Why” w-h-y นะครับ คือทำไมนั่นเอง พลังของการรู้ว่าทำไมจริง ๆ แล้วถ้าคุณรู้สิ่งนี้ว่าฉันเกิดมาเพื่ออะไรฉันทำสิ่งต่าง ๆ ไปเนี่ยทุก ๆ วันทำไปเพื่ออะไร ยกตัวอย่างสิ่งที่ผมเอามาสอนพวกคุณ สิ่งที่ผมทำคอร์สต่าง ๆ ขึ้นมา หรือว่าทำคลิปต่าง ๆ เหล่านี้ขึ้นมาเนี่ย ผมไม่ได้ทำเพื่อต้องการหาเงินแล้วนะ จริง ๆ แล้ว ตัวผมเองยังมีเงินพอที่จะใช้ตลอดชีวิต เหลือเพื่อ ไม่จำเป็นต้องทำงานแล้วก็ได้ แต่คุณลองคิดดูดีถ้ามนุษย์ไม่ทำงาน ถ้าเกิดขึ้นขึ้นมาแล้ว ไม่มีอะไรทำ สมองก็จะฝ่อ มันจะเริ่มเบื่อ ผมบอกตรง ๆ ทุกคนเป็นอย่างนี้หมด ไม่ว่าจะเป็นคนที่เกษียณแล้ว เค้าคิดว่าเฮ้ยฉันเกษียณแล้วฉันไม่ต้องทำงานแล้ว เย้! สบายใจ คุณจะไปคิดนะว่า คุณรอวันนั้นแล้วนะ คุณจะโอเคกับชีวิตนะ คุณก็จะไม่โอเคเหมือนกันเพราะว่าสักพักนึงก็จะเบื่อ

เพราะฉะนั้นคุณต้องเริ่มวันนี้เลยว่า ฉันทำสิ่งที่ฉันทำไปในทุก ๆ วัน เพื่ออะไรที่เหนือเงิน มันต้องเป็นอะไรที่เหนือเงิน ถ้าคุณได้แค่เงินจากการทำงานของคุณ ผมบอกได้เลย คุณได้น้อยเกินไป มันจะต้องได้เกินเงิน มันจะต้องมีเงิน แล้วก็ความภูมิใจ ได้คุณค่า สร้างคุณค่าให้ผู้อื่น การรู้สึกว่าคุณเองได้มีคุณค่าต่อโลกนี้ ต่อสังคม สิ่งที่คุณทำมันมีความหมาย คุณต้องได้ทุกสิ่งเหล่านี้หมดเลย ฉะนั้นนะครับผมอยากจะให้คุณเนี่ย เริ่มคิดเรื่องนี้ว่าทำไม? คุณสังเกตตอนเด็ก ๆ เนี่ย เวลาคุณเรียน

ไปใช้ไหม ครูไม่ค่อยบอกเราหรือกว่า เรียนอะไรแต่ละอย่าง เรียนไปทำไม ตัวผมเองถามคำถามแบบนี้ตลอดมาตั้งแต่เด็กแล้วว่า เฮ้ยฉันเรียนตรีโกณมิติไปทำไมฉันเรียนชีววิทยาไปทำไมวะ ฉันเรียนนี้ไปทำไมวะ ถ้าครูบอกมาสักหน่อยดีกว่าเรียนไปทำไมวะ ผมมั่นใจเลยเด็กทั่วประเทศไทยตอนนี้ หรือทั่วโลกตอนนี้เค้าจะมีแรงจูงใจในการเรียนมากขึ้น เพราะเค้ารู้ว่า อ้อ ฉันจะเอาไปใช้ยังไง เข้าใจไหมครับ เหมือนกัน คุณถามตัวเองสิ่งที่คุณทำทุกวันเนี่ย มันมีความหมายขนาดไหนกับตัวคุณ คุณเรียนไป หรือว่าทำงานไป ทำไม แล้วมันตรงกับจุดประสงค์ของชีวิตคุณหรือเปล่า มันตรงกับสิ่งที่คุณเกิดมาเพื่อที่จะทำอะไร

แล้วผมบอกได้เลยนะ ถ้าคุณหาสิ่งนี้เจอ จูนสิ่งนี้เจอ ชีวิตของคุณโคตรจะมีความสุข แล้วคุณจะใช้ชีวิตแต่ละวันอย่างมีความหมาย และมันจะเป็นเรื่องเป็นเวลาที่คุณทำสิ่งที่ตรงกับความหมายชีวิตของคุณนะเงินตามมาด้วย เราจะทำงานแบบมีความสุข แล้วเงินจะตามมาแบบมหาศาลนะ ผมการันตีเรื่องนี้เพราะอะไร เพราะว่าผมทำเรื่องนี้มา ผมศึกษาเรื่องแบบนี้มาตลอดชีวิตนะครับ แล้วก็สอน คือตัวเองทำได้ผลด้วย แล้วก็สอนคนอื่น แล้วคนอื่นจะได้ผลด้วย ผมเคยทำคอร์สหนึ่ง ชื่อว่า หาตัวคุณให้พบ แล้วจบที่ Passive Income ครับ หมายความว่าอะไรหาตัวคุณ คุณก็ต้องเข้าใจว่าตกลงจุดประสงค์เพื่อชีวิตฉันคืออะไร แล้วต้องหาอาชีพที่มาตอบโจทย์อันนั้น แล้วก็ได้เป็นรายได้ที่เป็น Passive Income คือได้เงินเข้ามาตลอดเวลา

นี่ไม่ใช่เป็นเรื่องที่เกินฝันนะครับ ผมสอนคนมาเยอะมากแล้ว เค้าได้แบบนี้กันจริง ๆ เป็นอะไรที่มหัศจรรย์มากของยุคนี้แหละครับ ถ้าคุณเข้าใจกระแสของโลก คุณเข้าใจการค้นคว้าตัวเองอย่างเป็นศาสตร์ สิ่งที่ผมสอนมันเป็นวิทยาศาสตร์ ซึ่งผมได้ศึกษามาตลอดชีวิตจากจิตวิทยาจากหนังสือต่าง ๆ จะคอร์สต่าง ๆ ที่ผมเคยเรียนมาในต่างประเทศนะครับ ผมเลยมาแชร์ให้พวกคุณสนใจ คอร์สนี้แหละครับ ติดต่อกันได้ Inbox ของผม เพื่อได้รับราคาพิเศษนะครับ คอร์สชื่อว่า หาตัวคุณให้พบ แล้ว จบที่ Passive Income ครับ ผมบันทึก อึ้งรังษี สวัสดิ์ครับ

17) “วิธีตัดสินใจ ทางเลือกใหม่ในชีวิต”: บัณฑิต อึ้งรังษี



เผยแพร่เมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2564

จะรู้ได้ว่าทางนี้ใช่สำหรับคุณ คุณเคยเป็นไหมครับที่ สติ่ปต่อไปหรือขั้นตอนต่อไปเนี่ย เฮ้ย เราไม่รู้ว่าอาชีพนี้มันจะใช่สำหรับเราหรือเปล่า อาชีพเก่าหมดไปแล้วหรือเราถูกเลย์ออฟ หรือว่าเราเปลี่ยนอาชีพแล้วแล้วเรายังไม่รู้ว่าอาชีพนี้ใช่สำหรับเราหรือเปล่า ถ้าเกิดเปิดทำเพจหรือทำวิดีโอขึ้นมา หรือทำช่อง YouTube ขึ้นมาเนี่ย เราไม่รู้ว่าวันนี้จะใช่หรือเปล่า ใช่หรือเปล่า ใช่หรือเปล่า มีคำถามแบบนี้เข้ามาตลอดเลย แล้วคุณรู้ไหมว่าผมโค้ชคนมาเยอะมาก คนที่มาเจอกับผมนี้หลายคนเนี่ย พอผมเห็นหน้า ผมรู้เลยว่าข้างในเขาคิดอะไรอยู่ ความรู้สึกของเขาเป็นอย่างไร เห็นหน้าปั๊บรู้เลย สิ่งหนึ่งเนี่ย ที่ผมอยากจะสอนทุกคนเลยนะครับ โดยเฉพาะคนที่เป็นลูกศิษย์ของผมที่อยากจะไฝหาความสำเร็จนะ

นี่คือเป็นกุญแจของความสำเร็จเลยก็คือว่า ให้ปฏิบัติกับทุกอย่างเหมือนเป็นการลองสนุก ๆ เดี่ยวผมจะอธิบายนะครับ เพราะเคล็ดลับนี้เป็นเคล็ดลับที่คนสำเร็จทุกคนรู้ คนสำเร็จสูง ๆ ทุกคนรู้ นะครับ เพราะถ้าคนที่มักจะทำอะไรไม่ค่อยสำเร็จ เขาจะนิยาม นิยามความเอ่อ อะไรก็ตามแล้วนิยามเป็นความล้มเหลว แล้วจะเกิดไรขึ้นรู้ไหม พลังหายรู้สึกท้อ รู้สึกเหนื่อย เพราะว่าเขานิยามเองว่ามันเป็นความล้มเหลว

ยกตัวอย่าง อย่างเอตีสันเนี่ย ที่บอกว่า หลอดไฟเขาล้มเหลว 1 หมื่นครั้ง เหมือนหาวิธีทางทำไม่ได้หนึ่งหมื่นครั้ง คนส่วนใหญ่ใช้คำว่าล้มเหลว แต่เอตีสันใช้คำว่าอะไร ใช้คำว่า ก็แค่เรียนรู้ว่าวิธีอะไรที่ใช้ไม่ได้หนึ่งหมื่นวิธี เข้าใจไหมครับ เขาก็ยังนับว่ามันมีการเดินทางก้าวหน้าเพราะเขารู้ว่ามันเป็นการทดลองพุด่าง ๆ แล้วผมบอกได้เลยว่านี่คือ Key กุญแจการตลาดที่ชั้นเยี่ยมที่สุด ที่นักการตลาดเยี่ยมที่สุดสอนผมมาระดับโลกเลยนะ นักการตลาดระดับโลกบอกให้คิดทุกอย่างมันเป็นการทดลอง คุณจะรู้สึกแบบว่าไม่รู้สีกว่าตัวเองเครียด แล้วก็จริง ๆ ชีวิตของเราทุกอันมันเป็นแบบนี้หมดนะ เออ ก็คือ เหมือนการทดลอง มันต้องมีการลองอะไรเล่น ๆ แล้วผมบอกเลยส่วนใหญ่เนี่ย คนที่ล้มเหลวที่มาเจอผมแล้วก็คือล้มเหลวมาก่อนเหมือนขาดพลังอะ เวลามาเจอผม ผมเลยบอกว่าทำไมรู้เปล่า คุณไม่มีพลัง เพราะตัวคุณเองอะ ไปทำให้ตัวเองพลังตกโดยการไปนิยามมันเองว่าล้มเหลว แต่จริง ๆ แล้วถ้าคุณปฏิบัติว่านี่ก็คือการทดลอง แต่คุณรู้ไหม มันมาจากไหน มันมาจากโรงเรียนส่วนใหญ่มาจากโรงเรียนแล้วเราถูกเทรนจากระบบการศึกษาว่าคุณจะต้องกากบาทนะ มันมี ABCD นะ หรือ ก ข ค ง นะ ต้องเอให้ถูกเลย ถ้าไม่ถูกต้องเป๊ะมันคือผิด คุณคือเป็นคนล้มเหลว คุณพลาด คุณแย่ แต่ในโลกความเป็นจริง ในโลกของการตลาด โลกของการสร้างธุรกิจ โลกความเป็นจริงทั้งหลายแหล่ มันคือทุกอย่างคือการลองแบบสนุก ๆ ถ้าไม่ได้ก็ไม่ใช่ไร ก็ลองอันใหม่ ถ้าคุณทำตามความสนุกของตัวเอง พุด่าง ๆ คือเอาความสนุกของตัวเองเป็นไกด์ นี่เป็นหลักจิตวิทยาชั้นเยี่ยมเลยด้วยซ้ำ ผมไม่มีเวลาอธิบายยาวแต่ถ้าคุณเอาความสนุก ความสุขของตัวเองเป็นไกด์ เป็นนำว่า เฮ้ย ลองแบบนี้มันน่าจะสนุกนะ ลองแบบนี้ดู ลองแบบนี้ดู คุณรู้ไหม ผมทำคลิปมาประมาณพันคลิปแล้วนะ พันคลิปวิดีโออะ ก็ลองอะไรใหม่ ๆ ตลอดเลย แล้วก็บางอันก็ไม่ใช้ไม่เวิร์คก็ไม่ใช่ไร ก็ไม่ต้องไปนั่งเสียเวลา

ก็แค่รู้ว่ามันไม่เวิร์ค ครั้งหน้าก็มีข้อมูลมากขึ้น กลายเป็นว่าตอนนี้ผมเป็นครูสอนคนอื่น เพราะว่าตัวเองมีความรู้เยอะมาก เพราะตัวเองได้ลองมาเยอะมาก ลองผิดลองถูกมาเยอะมาก แล้วก็ จริง ๆ แล้วก็สร้างอาณาจักรธุรกิจของตัวเองเป็นระดับ หลายร้อยล้านเกือบพันล้าน ก็เพราะสิ่งนี้เวลาอันสั้นนะครับ

เพราะฉะนั้นผมอยากจะให้คุณเป็นผู้ทดลอง แล้วสิ่งนี้จะให้พลังกับคุณเพราะว่าถ้าคุณเสพความสนุกในทุก ๆ ครั้งที่ทำ ผมมั่นใจเลย เอดิสันเนี่ย หมิ่นครั้งเนี่ย เขาเสพความสนุกทุกครั้ง เหมือนกับว่ามาลองอะไรสนุก ๆ ว่าจะเวิร์คเปล่าวะ ลองทุก ๆ ครั้ง 9,999 ครั้ง มันเป็นความสนุกทุกครั้ง ผมก็ทำแบบนี้มาตลอดเหมือนกัน

นี่นะข้อแตกต่างของคนสำเร็จกับคนไม่สำเร็จ คนสำเร็จใหญ่กับคนไม่สำเร็จ แล้วก็ข้อแตกต่างของคนที่มีความสุขกับชีวิต กับคนที่วัน ๆ นั่งคิดแล้วก็จ้องว่าห่วย จะใช้หรือเปล่า แล้วก็ไม่ทำอะไรซักที แล้วก็กลัวโน่นกลัวนี่ แล้วก็บอกว่าคุณต้องการรู้ว่าใช้ก่อนถึงจะทำ ผมขอพูดเลยถ้าคุณรู้ว่าใช้ก่อนถึงจะทำนะ คุณไม่สำเร็จอะ ชีวิตไม่เหมือนโรงเรียน ไม่ได้เหมือนมหาวิทยาลัย ชีวิตมันคือการทดลองสนุกๆ อันนี้เป็นหลักปรัชญาที่ผมมั่นใจ ว่าถ้าคุณเอาไปใช้จะเป็นผลดีต่อชีวิตคุณ ผมบันทึก อึ้งรังษี สวัสดีครับ

18) “3 วิธีเนรมิตชีวิตใหม่ทันที”: บันทึก อึ้งรังษี



เผยแพร่เมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ.2565

มันเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์โลกคือ ทุกสิ่งที่คุณคิด มันจะเกิด ทุกสิ่งที่คุณพูดมันก็เกิด แต่คุณไป Divide มัน หมายความว่าอะไร คุณนะไปหั่นมันอะ คุณไปแบ่งแยกพลังของคุณอะ สมมติใครชมคุณว่าหน้าเด็ก โห หน้าเด็กจัง โอ้ไม่ห rokok ไม่ห rokok จบ คุณไปแบ่งแยกพลังมัน ทุกอย่างจะต้องไปในทิศทางเดียวกันหมดเลย แล้วอีกอย่างนึง ผมจะบอกความลับให้ คุณจะให้คลื่นของคุณเนี่ยคือข้อ 4 คลื่นของคุณอยู่ที่สูงตลอดเวลา ผมรู้เลยนะ ผมมีหน้าที่จิตนาการแล้วจบ แล้วผมก็ไปลั่นลำ แล้วคุณก็จะเห็นผมว่าวัน ๆ นึงผมไม่ได้ทำงาน คุณไม่เห็นห rokok แต่ว่าผมรู้ วัน ๆ ไม่ทำงาน ผมลั่นลำตลอดเลย เพราะผมรู้ว่าหน้าที่ผมคือ คิด จบ แล้วไม่ใช่แบบว่า ไม่เคยเป็นห้วงเลย คุณรู้ไหมว่าคนส่วน

ใหญ่ไม่ได้เพราะอะไรรู้ปะ เขาคิด เขาจินตนาการ ประกาศเป้าหมายเสร็จแล้วสิ่งที่ตามมาคือ Question mark จะมาได้ยังไงวะ ฎูไม่เห็นทางเลย จบและ ผมบอกได้เลย มันไม่มาหรอก คุณจะเหนื่อยมากเลย

หน้าที่ของคุณคือคิด จินตนาการว่าอยากได้อะไร ผมบอกได้เลยนะ แค่นี้ ผมถามคุณแค่นี้ คุณยังตอบไม่ได้เลยคนส่วนใหญ่ คนส่วนใหญ่ยังตอบไม่ได้ แล้วคุณเดินไปตามถนนนะ ผมบอกได้เลย ผมกล้าทำคุณเลย เดินไปตามถนน เดินไปตามถนน แล้วคุณหยุดซักคนนึงแล้วบอกว่า ต้องการอะไรกับชีวิตนี้ ผมบอกได้เลย 99 ใน 100 ตอบไม่ได้ อย่างมากก็ตอบว่าต้องการเงินเยอะขึ้น งั้นคุณก็ให้เงินไป 1 บาท ผมบอกได้เลยนะ คุณให้เงินเค้าไป 1 บาท เนี่ยนะ เยอะขึ้นแล้ว คนส่วนใหญ่ไม่เคยมีเป้าหมายที่ชัดเจน ไม่เคยมีเป้าหมายที่ชัดเจน

เพราะฉะนั้น เอ่อ ผมจะคิดวิธีการนะ คือ คีย์นี้คำตอบ ผมต้องการให้คุณได้ในวันนี้ ถามตัวเองคำนี้ละ ก่อนถามตัวเองคำนี้ละ ไปนั่งสมาธิ หาที่เงียบ ๆ ห้ามให้คนอื่นรบกวน อาจจะไปเข้าห้องพระของคุณ ที่ไหนที่เงียบที่ไม่มีใครกวนที่คุณรู้สึกสงบใจ ตอนเช้า ๆ หรือว่าตอนก่อนนอน หรือว่าเงียบให้หมดเลยนะ

เอากระดาษมา 1 แผ่น เอากระดาษขาวเลยนะ แล้วโต๊ะห้ามมีอะไรเลย ไม่มีกวนตา กวนใจ ห้ามให้คนอื่นมากวน ปิดเสียงรบกวนจากคนอื่นให้หมด ปิดมือถือ หายไปให้หมด นี่คือการเขียนอนาคตคุณ คุณเอากระดาษมา 1 แผ่น แล้วถามเขียนคำถามข้างบนว่า ถ้ากูได้อย่างใจหมดทุกอย่าง ชีวิตฉันเป็นอย่างไง ถามคำนี้ ถ้าเป็นสมมุติขี้เกียจ คุณก็เอาต่อหน้าหนึ่งอะ เขียนข้างบน ถ้าฉันได้อย่างใจหมดทุกอย่าง เรื่องคู่ครอง คนคนนั้นเป็นอย่างไง เขียนมาเลยเอารายละเอียดมาเลย

แล้วไม่ต้องไปถามตัวเองนะว่าเป็นไปได้ หรือเป็นไปได้ ไม่ได้ ไม่ต้องถาม ให้อิสรภาพตัวเองซะบ้าง ให้อิสรภาพตัวเองซะบ้าง ไม่ต้องไปเถียงกันที่เลยว่าแล้วแม่งจะมายังไงวะ ไอ้คำนี้หยุดฟังไปแล้วเท่าไร หยุดคำนี้ทำให้พลังพระเจ้าไม่เกิดอะ พระเจ้ากูตายอยู่ในนั้นอะ เวลาถามคำถามนี้ เพราะคุณรู้ไหมว่า อืมทึม โลกนี้ อะไรอะ แค่มึงจูนอะ ไม่มีอะไรเป็นไปได้เลยในโลกนี้ ไม่มีอะไรเป็นไปได้ซักอย่างเดียว แค่มึงจูน คือคุณไม่สงสัยอะ คือเราได้ยินมาเยอะ คุณ ๆ ได้ยินมาเยอะใช้ไหมว่า โลกนี้เป็นไปได้หมด โลกนี้อะไรก็เป็นไปได้ แต่ทำไมในใจคุณก็สงสัยทำไมกูทำแล้วไม่เห็นได้หรือทำไมคนคนนั้นทำแล้วไม่เห็นได้ ผมมีคำตอบอะไรรู้ปะ เพราะเขาสงสัย อันนี้สอนในคอร์สโครตแพงเลย วันนี้สอนคร่าว ๆ

ถ้าใครสนใจอยากจะเรียนเรื่องนี้ลึกลงไป เรียนในคอร์สนี้กฎแห่งจักรวาล 12 กฎแห่งจักรวาลแห่งความสำเร็จครบ 6 ด้าน ผมแบบยิ่งสอนยิ่งมันนะ ถ้าลูกศิษย์ของผมที่มาเรียนวันนั้น มีรุ่น มีฮั่นนี่ มีใครอีกนะ มีเคส มีใคร จำไม่ได้ละ เออ มีเคย์แมนมาเรียนหลายคน รู้สึกมานั่งเรียนด้วยที่เป็นลูกศิษย์ที่เมนทอล แล้วก็ฮั่นนี่อีกคนนึง ลูกศิษย์เมนทอลกับพรีเมียม เค้าก็มาเรียน ผมอนุญาตให้เค้าเข้ามาเรียนด้วย บอกได้เลยว่ามันพีคมาก สุดยอดมาก

19) “วิธีออกจากคุกในสมองของคุณ”: บัณฑิต อึ้งรังษี



เผยแพร่เมื่อวันที่ 4 มีนาคม พ.ศ.2565

วิธีออกจากคุกในสมองของคุณ หรือสมองของเราเองนะครับ เราหลายคนเนี่ยเรียกว่า ถูกจองจำอยู่ บางทีถูกจองจำโดยความเชื่อต่าง ๆ นะครับ ผมอยากจะยกตัวอย่างของชายคนนึง จริง ๆ ผมฟังเขาแล้ว ชอบมากเลย เขาพูดได้ดีมาก และพูดได้ถูกต้องมาก คนนี้ชื่อว่า ณอน สตีเฟนสัน นะครับ เขาพูดใน Ted Talk และคนดูก็หลายล้านคนสามล้านคน ประมาณนี้ เขาอยู่ใน Wheel Chair หรืออยู่ในรถเข็นตั้งแต่เด็กนะครับ ตอนที่เขาเกิดขึ้นมานะนี้ หมอบอกว่า ทีมหมอเลยนะบอกว่า เขาจะอยู่ได้ไม่ถึง 1 เดือน 30 กว่าปีผ่านไป ทีมหมอเหล่านั้น จากโลกนี้ไปหมดแล้ว แต่เขายังมีชีวิตอยู่

เขาพูดหลักคิดที่เจ๋งมากเลย อย่าเชื่อคำทำนายของคนอื่น ถ้ามันไม่ได้เพิ่มพลังให้คุณ อย่าเชื่อคำทำนายของคนอื่น ถ้ามันเป็นเรื่องลบ ๆ ถ้ามันเป็นเรื่องข้อจำกัดต่าง ๆ อย่าไปเชื่อทั้งสิ้น ถึงแม้ว่าเขาจะบอกว่า คุณจะเสียชีวิตภายใน 1 เดือน ไม่ต้องไปเชื่อ ถ้าคนนี้เขาเชื่อ เขาจะไม่ได้มาเจอคุณกับผม เขาจะไม่ได้มาให้ข้อคิดดี ๆ กับคนอื่น ๆ นี่เขาไปพูดในคุก เขาเลยตั้งชื่อข้อนี้ เขาไปพูดในคุกที่อเมริกา ให้กับนักโทษที่อยู่ในคุกฟัง หัวข้อจึงชื่อว่า “คุกในสมองของคุณ” แต่จริง ๆ แล้วเนี่ย เขาบอกว่าคุกที่แย่ที่สุดไม่ใช่เป็นเหล็ก เป็นกำแพง ไม่ใช่ แต่เป็นความคิด ความเชื่อเก่า ๆ ของเราเอง ที่มันถ่วงเราไว้ ข้อนี้ผมใครดจะเห็นด้วยเลย แล้วพอมายูเมืองไทยซักพักนึง ถึงได้รู้ว่าโห คนจำนวนมากเลย ที่เขาไม่รู้ตัวว่าเขาเหมือนอยู่ในคุก ในจิตของเขาอยู่

เพราะฉะนั้นเนี่ย เคล็ดลับอันนึงคือ ตั้งคำถาม ตั้งคำถามว่า สิ่งที่คนอื่นพูดมันจริงหรือเปล่านั้นนะครับ สิ่งที่เขาพูดมันจริงหรือเปล่า นี่เป็นหลักคิดแห่งความสำเร็จที่เรียกว่า Accurate Thinking หรือการคิดแบบเที่ยง อย่างที่พระพุทธเจ้าสอน ก็คือ หลักกาลามสูตรนั่นเองนะครับ เพราะว่าเราไม่ต้องไปเชื่อ สิ่งที่คนอื่นพูดในครั้งแรก ผมฝากไว้แค่นี้แหละครับ ผมบัณฑิต อึ้งรังษี สวัสดีครับ

20) “อธิษฐานให้ได้ผลดี ทำวิธีนี้”: บัณฑิต อึ้งรังษี



เผยแพร่วันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ.2564

คุณรู้ไหมครับ? ทำไมคุณอธิษฐานแล้วไม่ได้ผล เหตุผลคือคำ ๆ เดียว ‘อารมณ์’ เวลาคุณอธิษฐาน อารมณ์คุณเป็นแบบไหน หมดหวัง สิ้นหวังเรียบร้อยแล้ว แล้วมาในอารมณ์เศร้าสุด ๆ จิตตกสุด ๆ จริง ๆ คนส่วนใหญ่จะไปหาจักรวาล พระเจ้า หรือจะไปอธิษฐานหาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ไหน ตอนที่หมดหวังแล้ว แต่ไม่เคย ไม่เคยไปฟังสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ตอนที่เขาเนียกำลังดิอยู่ ไปคุยกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ คุยกับจักรวาล จูนตัวเองกับจักรวาล ตอนที่ตัวเองเห็นคุณค่า ตอนที่ตัวเองชอบคุณ ตอนที่ตัวเองซาบซึ้งไม่เคย เพราะฉะนั้นเนีย หนึ่งสิ่งนะครับ ถ้าคุณอยากจะเป็นคนที่อธิษฐานแล้วได้ผล สิ่งหนึ่งที่ต้องมีคือการมีอารมณ์ชอบคุณ

อารมณ์คือเห็นคุณค่าสิ่งที่ตัวเองมีอยู่แล้วนะครับ อารมณ์ชอบคุณสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่จักรวาลประทานมาให้ ที่คุณมีในชีวิต ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว คนรอบข้าง ฟีน้อง บ้านไม่ว่าจะหลังเล็กหรือหลังใหญ่แค่ไหนนะครับ หรือว่าการที่มีอวัยวะครบ การที่มีสุขภาพดี สิ่งเหล่านี้ต้องชอบคุณด้วย นั่นคือสิ่งแรก

คุณจะต้องเป็นเจ้านายของอารมณ์ตัวเอง ถ้าคุณอยากจะเป็นเจ้านายของอนาคตตัวเอง ถ้าคุณอยากจะเป็นคนที่ทรงพลัง เป็นคนที่กำหนดชะตาชีวิตของตัวเอง สิ่งแรกที่คุณจะต้องเป็นเจ้านายอารมณ์ของตัวเอง คุณจะต้องเป็นคนทีเลือกอารมณ์ได้นะครับ

สุดท้ายนี้ก็ขอให้ท่าน เป็นเจ้านายชะตาชีวิตของตัวเอง ถ้าคุณรู้จักสร้างอารมณ์ให้ตัวเองสามารถทีจะมีความรักและกระตือรือร้นกับงานของตัวเอง ตื่นเต้น สนุกสนานกับงานของตัวเองทุกวัน ไม่มีอะไรทีจะหยุดคุณได้ คุณจะต้องเป็นคนทีมีพลังมาก ๆ นะครับ แล้วคุณก็จะเป็นคนทีมีอิทธิพล จูงใจคนรอบข้างให้เป็คนที่ดีขึ้นนะครับ สุดท้ายนี้ ผมขออวยพรทุกท่านนะครับ สวัสดีครับ

21) “สรุปศาสตร์แห่งการหาตัวตน”: บัณฑิต อึ้งรังษี



เผยแพร่เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ.2564

ไม่รู้จักตัวเองเลย ยังหาตัวเองไม่เจอ เขาใช้คำนี้หาตัวเองไม่เจอ สิ่งที่คนพลาดมากนะ เขาจะพูดคำนี้ ไม่รู้จักตัวเองเลย ยังหาตัวเองไม่เจอ เขาใช้คำนี้ หาตัวเองไม่เจอ ผมบอกได้เลย Confirm โดยจากสิ่งที่ผม Research มา วิจัยมา แล้วสอนคนมาเยอะ ผมบอกได้เลยวิธีการมันไม่ใช่ การหาตัวเอง ข้อ 1 คือไม่ใช่หาตัวเอง แต่ต้องสร้างตัวเอง จากภายใน คือ Mindset เนี่ย มันคนละแบบนะ หาตัวเองเนี่ยมัน ตกลงหาอย่างไรวะเนี่ย ตกลงถูกต้องไปหาที่ไหน มันเหมือนกับว่าแมงอยู่ข้างนอก เวลาคุณหาตัวเองเนี่ยมันคล้าย ๆ กับว่าอะไร อำนาจมันอยู่ภายนอก แล้วเราต้องไปเสาะมัน แต่การสร้างตัวเองมันคืออะไร การสร้างตัวเองมันคือบอก กูจะเอาอย่างนี้ กูชอบแบบนี้ กูจะเอาแบบนี้คือการสร้างตัวเอง มันคนละแบบนะ แบบแรกคือไม่ค่อยมี Power ไม่มีพลัง อำนาจอยู่ภายนอก แต่แบบ 2 คือ สร้างตัวเอง สร้างตัวเองคืออำนาจอยู่ที่เรา ฉะนั้นอยากได้แบบนี้ ฉันทเอาแบบนี้ นี่คือยอดมนุษย์ นี่คือผู้ชนะ คุณทำแบบนี้ ผม Confirm แล้วจะรู้ได้ไง รู้ได้ไงว่าข้อไหน สิ่งไหนที่เกิดมาเพื่ออะไร เพื่อที่จะทำมัน นั่นคือข้อ 2

ข้อ 2 คือ หาจุดเจ็บ คือหาจากสิ่งที่รักก็ได้นะ หาจากสิ่งที่รักว่า ชอบอะไร ถูกอะไร ดึงดูดอะไรจากสิ่งนั้น อันนั้นก็เริ่มจากนั้นได้ บางคนก็หาใช้วิธีการหาจุดเจ็บ ยิ่งดีเข้าไปใหญ่เพราะบางทีเวลาคุณมีจุดเจ็บอะไรแรง ๆ เนี่ย มันเป็นสัญญาณไปอย่างหนึ่ง มันเป็นเบาะแสที่บอกให้รู้ว่าคุณต้องการอะไร แล้วยิ่งจุดเจ็บมันแรง มันแปลว่ามีแรงส่งเยอะ เหมือนคล้าย ๆ อะไรที่มันดึงลงไป นึกออกปะ สปริงหรือแตรมโพลีน นึกถึงแตรมโพลีน เวลาคุณกดอะไรลงไปแรง ๆ ยิ่งกดแรงเท่าไร มันยังมีแรงผลักขึ้นมากเท่านั้น คนที่ไม่เคยมีจุดเจ็บเลย คนที่แบบเกิดมาพ่อแม่มีทุกอย่าง พ่อแม่ให้ทุกอย่าง ไม่เคยต้องชวนขวยอะไรเลย เขาก็จะไม่มีความปลอดภัยอะไรเหมือนกันนึกออกปะ พ่อแบบว่าถูกพ่อแม่ป้อนทุกอย่างให้ แต่คนที่แบบว่า อาจจะเกิดมามีไม่มาก มีน้อยกว่าคนอื่น เกิดมาจน เกิดมา

ไม่สมบูรณ์แบบ คือพอคนมันมีจุดเจ็บเนี่ย มันเขาอยากจะสร้างอะไรใหม่ ๆ แต่ข้อสำคัญคืออย่าเอาจุดเจ็บ แล้วอยู่ตรงนั้นนาน ๆ อย่าเอาจุดเจ็บเป็นข้ออ้าง อย่างตัวผมเนี่ย ก็เอ่อ มาจากสงขลา หาดใหญ่ ใช้ไหม คุณพ่อผมก็ไม่มีตั้งค์ แต่ว่า แล้วก็มีข้อเสียเปรียบเยอะมยะมากมาย แต่อยากจะเป็นอะไรที่ ตั้งใจว่า ฉันจะต้องเป็นคอนดักเตอร์ระดับโลกอะ ฉันจะต้องเป็นแบบ คือเอาโจทย์ที่กูอยากได้อะ ต้นตอเราเป็นยังไง ไม่ต้องสนใจ เอาโจทย์ที่คุณอยากได้ แล้วเบาะแสของมันคือ จุดเจ็บของคุณ โอเคไหม แล้วต่อไปก็คือข้อ 3 ข้อ 3 คือเปลี่ยนจุดเจ็บให้เป็นแรงผลักดัน ข้อนี้เป็นข้อได้เปรียบของคน ที่เกิดมาจน คนที่เกิดมาต้นทุนต่ำในชีวิตหรือเสียเปรียบอะไรบางอย่าง ข้อ 3 เปลี่ยนจุดเจ็บเป็น แรงผลักดัน ผมเพิ่งอ่านหนังสือมาเนี่ย Underdog Advantage มันเป็นหนังสือของ Dean Graziosi เพิ่งออกมาใหม่ หนังสือนี้ดีมากเลย โอ้โฮ รีวิวดีมากเลย เขาบอก 7 ข้อได้เปรียบของคนที่เป็นต้นทุน ต่ำ หรือเกิดมาจน หรือว่าคนที่เสียเปรียบคนชาวบ้านเขาเวลาแข่งขันหรือว่าไปสู้ในท้องตลาดหรือ อะไรก็ตาม 7 ข้อได้เปรียบนี้มัน เพราะว่าคนที่มันเสียเปรียบเนี่ยมันไม่มีอะไรต้องเสีย คนที่มันเกิดมา จนมันไม่มีอะไรต้องเสีย เปลี่ยนจุดเจ็บเป็นแรงผลักดัน ผมบอกได้เลยนี่คือข้อได้เปรียบ

22) “หนึ่งสิ่ง que เปลี่ยนชีวิตผม และวอเรียน บัฟเฟต”: บัณฑิต อึ้งรังษี



เผยแพร่เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ.2564

มีเรื่องหนึ่งที่ผมประทับใจมาก เกี่ยวกับนักลงทุนที่ประสบความสำเร็จที่สุดในประวัติศาสตร์ ก็คือ Warren Buffet เขาเล่าให้ฟังว่าตอนช่วงที่เค้าเริ่มทำงานอายุ 20 ต้น ๆ เพิ่งจบใหม่ ทั้งเก่ง ทั้งแจ้ง สมองฉลาดมาก แต่เขาขายไม่ได้เลย เขาไม่สามารถทำเงินได้ เขาไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ ไม่มีใครเชื่อเขาเลย ผมดูสารคดีเรื่องชีวิตเขา เขาพูดจากปากของเขาเองว่า สิ่ง que เปลี่ยน ชีวิตของเขา คือเขาไปเข้าคอร์สการพูด เขาบอกว่าสิ่งนั้นทำให้เขาสามารถขายของต่อไปได้ ขายไอเดีย ของเขาได้ ขายไอเดียการลงทุน

ผมจึงมาปิ้งใจเดี่ยวว่า ผมจะเป็นแค่ Conductor อย่างเดียวไม่ได้แล้ว ผมจะหันกันให้คนดูไม่ได้แล้ว ผมจะต้องหันหน้าเข้าหากล้องเพราะว่าการหันหน้าเข้าหากล้องเป็นการที่เราสามารถโน้มหน้าใจคนในหมู่่มากทีเดียวได้ และถ้าคุณมีทักษะนี้ ถ้าเรามีทักษะนี้ เราสามารถทำมูลค่า สร้างคุณค่าให้กับคนได้เยอะมาก และเมื่อการสร้างมูลค่าสามารถทำได้เยอะมาก แปลว่ารายได้เราก็จะเยอะขึ้นเป็นเงาตามตัว และสิ่งนี้ผมประสบกับตัวเองอย่างแท้จริง และผมได้เอาความรู้ทั้งหมดนี้มาสรุปเป็นสูตรเป็นหลักสูตรสอนคนไปแล้วเป็นหลักหมื่น

คนหลายคนที่กลายเป็นสตาร์ เป็นดาวรุ่งพุ่งแรงในตอนนี้นะครับ ที่หน้าอยู่หน้ากล้อง เจอกันทุกวันบน Facebook บน YouTube ไม่ว่าจะ Aten Arnon เขาพูดไม่ได้เลย เขาพูดไม่ได้เลย ตอนแรก และมาเข้าคอร์สที่ชื่อว่า Speak and grow rich ผมบังคับให้ทุกคนในคอร์สพูด คนละ 5 นาที Aten เกิดที่วันนั้น เกิดที่คอร์สนั้น ตอนนี้เป็นแสงสว่างดวงหนึ่งของสังคม ช่วยสอนคนเยอะแล้วก็ แน่นอนทำรายได้มหาศาลต่อเดือน น่าจะหลักล้าน อาจจะสิบล้านแล้วมั้งตอนนี้ มีอีกหลายคนที่ผมสอนไปก็มีอะครับ ไม่ว่าจะ เป็นบอยวิสูตร แสงอรุณเลิศ ตอนที่เค้ายังตกต่ำอยู่ในชีวิต ผมก็คิดอยู่อย่างเดี่ยวว่า ทำอย่างไรที่จะสอนให้เขารวยขึ้นให้ได้ แล้วก็มึ่จู้จี้ หลายคนอาจจะรู้จักจู้จี้ Love Expert และ Law of Attraction expert ตอนนี้มีคนติดตามมากมาย มีคนรู้จักมากมาย สามารถเอาหน้าตัวเองไปอยู่บนจอ เป็นเสน่ห์หน้ากล้องอีกคนหนึ่งที่สามารถทำรายได้มหาศาล และสร้างมูลค่าที่สำคัญคือสร้างมูลค่าให้กับสังคม สร้างมูลค่าให้กับลูกศิษย์ของเธอ

และนี่เป็นภารกิจอย่างหนึ่ง ที่ผมอยากชวนคุณมาช่วยกันทำ ถ้าคุณสามารถปล่อยของของคุณ ในวิธีการของคุณเอง คือคุณจะต้องพูดในวิธีการของคุณ ในตัวตนของคุณ ผมจะไม่ยอมสอนลูกศิษย์ที่ว่าต้องมา Copy นายบัณฑิต ไม่ใช่ผมจะสอนให้ทุกคนดึงของตัวเองออกมาให้เขากลายเป็นเสน่ห์ที่เป็นตัวของเขาเอง เขามีเสน่ห์ที่อยู่หน้ากล้อง และนี่เป็นสิ่งที่ทุกคนทำได้นะครับ ผมจะบอกว่าทุกคนทำได้ ถ้าคุณคุยกับเพื่อนได้ คุณพูดหน้ากล้องได้ มีเทคนิคบางอย่าง แต่ไม่ใช่ยากเกินสิ่งที่คุณสามารถทำได้

ฉะนั้นคอร์สนี้จะเป็นคอร์สสุดท้าย คอร์สสุดท้ายของการพูดหน้ากล้อง คุณเรียนคอร์สนี้คอร์สเดียว จบ คุณออกไปหน้ากล้อง คุณขายของได้ คุณโน้มหน้าใจคนได้ คุณเป็นแสงสว่างได้ คุณสร้างคุณค่าได้ คุณให้ความรู้กับคนได้ และคนที่มาฟังคุณจะไม่มีทางเบื่อ เค้าจะอยากฟังคุณแล้วฟังคุณอีก คอร์สนี้ผมการันตีผลลัพธ์ มีลูกศิษย์ผมหลายคนที่ได้ประสบความสำเร็จไปเป็นที่ประจักษ์ในสังคมนะครับ และผมมั่นใจว่าคอร์สนี้จะเปลี่ยนชีวิตคุณ ผมบัณฑิต อั้งรังษี สวัสดิ์ครับ

23) “การพัฒนาตัวเองในช่วงโควิด-19”: จีนา จีน่าฟู



เผยแพร่เมื่อวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ.2565

เราเคยได้ยินมาเยอะค่ะ ทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส ไม่แน่นอนค่ะ เราอาจจะสามารถสร้าง Masterpiece ในช่วง covid-19 นี้ก็ได้

จีน่ามาแล้วค่ะ จีนา จีน่าฟูค่ะ และนี่คือเพลิน Podcast จันท์นี่อยากจะมาชวนคุยเรื่อง Social Distancing ค่ะ หรือศัพท์ที่กำลังฮิตในตอนนี้เลยค่ะ เป็นช่วงที่เรา ห่างกันสักพัก ห่างกันสักพัก คือตอนนี้เราไม่ค่อยได้เจอใครตัวเป็น ๆ เท่าไหร่เลยนะคะ แล้วก็หลายคนบ่นเลยค่ะ ไม่ได้เจอใครเลยที่จีน่า หนูจะชิมเสิร์ฟแล้วเนี่ย จีน่าก็เลยจะมาชวนคุยนะคะว่า ช่วงนี้ถือว่าเป็นโอกาสทองเลยทีเดียวนะ ขึ้นอยู่กับว่าคุณจะมองเห็นหรือเปล่า เป็นช่วงที่เราได้มีโอกาสชும்ตัว พักตัว เพื่อที่จะสร้างผลงานแบบชนิดที่ว่า Masterpiece เลยค่ะ

เรื่องที่ยากเล่าให้ฟังเนี่ย เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นเมื่อ 40 ปีที่แล้ว มีผู้ชายคนหนึ่งรูปร่างสูงโปร่งใส่แว่น เค้ายะเดินทางไปหลบตัวอยู่ที่บ้านคุณยายของเค้า เค้ายะไม่อนุญาตให้ใครมาที่บ้านหลังนี้เลยนะคะ ไม่ว่าจะเป็นภรรยา เป็นลูก หรือเป็นใครก็ตาม คนที่อนุญาตให้มาที่บ้านหลังนี้ได้เนี่ย คือคนที่มาส่งอาหารวันละ 2 มื้อค่ะ เค้ายะเรียกช่วงเวลาเนี่ยว่า think week หรือจีน่าจะให้ชื่อเล่นว่า เป็นสัปดาห์แห่งการครุ่นคิดค่ะ ปัจจุบันเนี่ย เค้ายะไม่ได้เดินทางไปที่บ้านคุณยายแล้วนะคะ แต่เค้ายะเดินทางไปเข้าป่าค่ะ อยู่แถบ ๆ Pacific northwest หรือว่าแปซิฟิกฝั่งตะวันตกเฉียงเหนือค่ะ วิธีการเดินทางก็สมบุกสมบันมาก บางครั้งต้องนั่งเฮลิคอปเตอร์ไป บางครั้งต้องใช้ seaplane หรือเครื่องบินที่มันสามารถร่อนลงที่ผิวน้ำได้อะค่ะ ทำไมต้องบากบั่นไปชும்ตัวขนาดนั้น เค้ายะเคยให้สัมภาษณ์กับ The Wall Street journal นะคะว่า ตลอดอาชีพตายนั้นผมมักจะหอบกล่องพะรุงพะรังเลย แล้วก็ออกไปที่ชายหาด หลังจากนั้นผมก็จะเริ่มหยิบพวกเอกสารต่าง ๆ ที่พนักงานของผมเนี่ย เค้านำเสนอเสร็จละ เกี่ยวกับเรื่องของ New innovation หรือเกี่ยวกับแนวความคิดใหม่ ๆ ในการทำธุรกิจ หรือบางครั้งผมก็จะหยิบเอาการนำเสนอเรื่อง Potential Investment เรื่องของการลงทุนที่คิดว่าน่าจะมีศักยภาพอะ น่าจะเอาแบบนั้นอะ หยิบขึ้นมาอ่านทั้งวันทั้งคืน รวม ๆ แล้ว เค้านั่งทำงานอยู่ตรงนั้น 18 ชั่วโมง ด้วยกันนะคะ สิ่งที่ได้จากการชும்ตัวอยู่แบบนี้เป็นอาชีพตายนะ มันเกิดอะไรขึ้นบ้างในปี 1995 ค่ะ หลังจากเค้ายะคิดทบทวนในช่วง think week นั้น หรือสัปดาห์แห่งการครุ่นคิด

เค้าสามารถจะ run internet explorer หรือที่เราใช้กันอยู่ทุกวันเนี่ยอะคะ ตัว internet ต่าง ๆ เนี่ย มันก็เกิดขึ้นมาจาก think week นั้นนะคะ หรืออีกตัวอย่างหนึ่งในปี 2500 เค้าหยิบเอาเอกสารเรื่องเกี่ยวกับ World Sure Earth มาอ่าน แล้วก็เลยทำให้เกิดความคิดในการสร้าง World Sure Map คือแผนที่ที่สามารถบอกเรื่องของการจราจร หรือว่าจุดหมายปลายทางที่คนอยากเดินทางไปอะ ก็สามารถจะเห็นภาพจริงได้เลย คุณพอจะเดาได้ใช่ไหมคะ ว่าผู้ชายรูปร่างสูงโปร่งใส่แว่นคนนั้นเนี่ย ที่จิน่าเล่าให้ฟังอะ เค้าคือใคร ใช่แล้วคะ เค้าคือคุณบิลเกตส์นั่นเอง

มาถึงตรงนี้หลายคนอาจจะบอกว่า นี่ไม่ใช่เรื่องใหม่เลยที่จิน่า เคยได้ยินมาแล้วเรื่อง think week เนี่ย จิน่ากลับมองว่าเรื่องเนี่ย เราสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับสถานการณ์ตอนนี้ที่เรา เจอกันอยู่เลยคะ สถานการณ์ covid-19 Event เกือบทุก Event ถูกยกเลิก เราจำเป็นต้องมาชอนตัว อยู่ในบ้าน ออกไปไหนก็ไม่ได้เพราะว่ามันเสี่ยง จะมองว่ามันเป็นวิกฤตก็มองเป็นวิกฤตได้คะ แต่จะ มองว่ามันเป็นโอกาสก็ได้ จิน่ามีไป research เพิ่มนะคะ แล้วก็เจอคุณ 358 เป็นโค้ช พุดเอาไว้ว่า ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกาย โยคะ นั่งสมาธิ ไอ้กิจกรรมเหล่านี้เนี่ย สามารถช่วยให้เราคลายเครียดได้ แต่ยังไงก็ตามมันจะไม่เท่ากับการที่เรา disconnect สักช่วงเวลานึงนะคะ disconnect แปลว่าอะไร เป็นช่วงเวลาที่เราสามารถอยู่กับตัวเองได้ เป็นพื้นที่ ๆ เหมาะมาก ๆ ในการที่เราจะทบทวน ครุ่นคิด ถึงตัวเอง ช่วงเวลาที่เราจะตัดสินใจเรื่องใหญ่ ๆ

หลังจากที่เราครุ่นคิดมาแล้ว รวมทั้งเป็นพื้นที่ ๆ ทำให้เราจะสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้ สำหรับจิน่าหลังจากที่ได้เรียนรู้เรื่องนี้มาแล้วนะคะ จิน่าได้ย่อยมาเป็น 3 วิธีง่าย ๆ ค่ะ ให้ได้เอาไปลอง ปรับใช้กันดูคะ

1) คือ To Think ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่เราได้มีโอกาสครุ่นคิดคะ

2) คือ To Clarify มีอะไรที่เรารู้สึกที่เราอยากจะได้ให้ความกระจ่างชัด หรือความชัดเจนกับ ตัวเองเนี่ยก็ทำเลย อย่างของจิน่าเองที่จะทำก็คือ ในช่วงเวลาทำงานทุกอย่าง cancel อยู่ตอนเนี่ย จิน่า ก็จะใช้เวลาเนี่ยที่มีนะคะ เอาคอมเมนท์จากทาง YouTube ,Fanpage ,คอร์สต่าง ๆ ที่จิน่าได้ บรรยายไปนะคะ เอากลับมาดูอย่างละเอียดอีกครั้งคะ เพื่อที่จะมาครุ่นคิดมาดูว่าส่วนใหญ่แล้วเนี่ย เป็นการทำ reality check ไปในตัวเลยนะ ส่วนใหญ่แล้วคนคอมเมนท์ว่ายังไง อะไรที่เราช่วยคนได้ อดีแล้ว และอะไรที่เราสามารถช่วยเขาได้เพิ่มเติม 2 วิธีไปแล้วนะคะชุด Think และ To Clarify

3) วิธีสุดท้าย To Create ค่ะ ในช่วงเวลาที่ชอนตัวแบบเนี่ย ถือเป็นโอกาสที่ดีมากเลยที่เรา จะสามารถสร้างสรรค์ผลงานของเราให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะก่อนหน้าที่จะเกิดสถานการณ์ covid-19 เนี่ย หัวจิน่าแทบไม่มีเวลาในการสร้างงานอะไรได้แบบที่ตัวเองต้องการเลยคะ แต่ช่วงนี้ โอ้โฮ ยิ่งเป็นช่วงดีเลยคะ ไม่ได้ไปไหนดีเลย ทำ podcast ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ อยากอัดวิดีโอ อะไร อัดให้ได้มากที่สุด ใครอยากอ่านหนังสือที่เราซื้อไว้ตั้งนานแล้ว แล้วไม่ได้อ่าน นี่คือช่วงเวลาของ เลยนะคะ

เราจะมีโอกาสได้สร้างงานที่เราอยากทำอะไรคะ ไม่แน่นอนคะ เราอาจจะสามารถสร้าง Masterpiece ในช่วง covid-19 นี้ก็ได้ ทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส แต่จะมีสักกี่คนคะ ที่สามารถมองเห็นโอกาสท่ามกลางวิกฤตได้แล้วจะเหลือสักกี่คนคะ ที่ไม่ได้แค่มองเห็นแต่สามารถลงมือทำ และเปลี่ยนจากวิกฤตให้กลายเป็นโอกาสได้จริง ๆ คุณเท่านั้นคะ ที่จะเป็นคนตอบคำถามนี้

24) “เคล็ดลับการสร้างความมั่นใจก่อนขึ้นเวที”: จินา จิน่าฟู



เผยแพร่เมื่อวันที่ 15 มีนาคม พ.ศ.2564

จบคลิปนี้ คุณจะได้เคล็ดลับในการเพิ่มพลังและความมั่นใจเวลาที่คุณตื่นเต้นคะ เคล็ดลับนี้ต้องลับ ถ้าให้จิน่าเปรียบเทียบเคล็ดลับการเพิ่มพลัง และความมั่นใจ จิน่าอยากจะเปรียบเทียบกับการเลือกรองเท้าคะ การเลือกรองเท้าคืออะไร โซลี่ใครโซลี่มันจ๋า ลักษณะรูปเท้าแต่ละคนไม่เหมือนกัน อย่างของจิน่าเนี่ยเป็นคนที่มีเท้ามีกระดูกนะ ถ้าไปใส่รองเท้าแข็ง ๆ เนี่ยไม่รอดคะ สวยจริงแต่แบบ..โอ้โห เยิน โดนกัดเขินมาก แล้วก็ถ้าไม่ใช่โซลี่ตัวเองไปใส่โซลี่คนอื่นมันก็จะไม่สบายคะ

วิธีการเพิ่มพลังและความมั่นใจก็เหมือนกันนะคะ คือเวลาที่เรตื่นเต้นเอ่อ... พอตื่นเต้นเรานึกถึงเรื่องการขึ้นเวทีจะเป็นเวทีจริง ๆ เลย หรือว่าจะเป็นเวทีออนไลน์ก็ได้นะ ก็จะมีความตื่นเต้นอยู่ดีอะเวทีออนไลน์แบบเนี่ยคะ บางคนจะบอกว่าถ้าตื่นเต้นไปชวนคนคุยสิ เอ่อ...แล้วคุณก็จะแบบมีพลังมากขึ้น แต่สำหรับจิน่านะ ไปชวนคนคุยนะจิน่าไม่มีพลังอะ มันอาจจะให้ความคุ้นเคยแต่จิน่าจะรู้สึกจิน่าต้องการสมาธิอะ ส่วนตัวจิน่าหน้าก่อนขึ้นเวที หรือจะตื่นเต้นเรื่องอะไรก็ตาม จะต้องไปอยู่ในที่เงียบ ๆ ค่ะ คือถ้ามีที่ให้ก็ตีไป ถ้าไม่มีจิน่าเข้าห้องน้ำเลย อยู่ตัวเองเงียบ ๆ อยากอยู่เงียบๆคนเดียวคนเดียว เพื่อ... ฮ่า ๆ ๆ เป็นส่วนตัวของ จิน่าอะ หรือแม้กระทั่งเพื่อนร่วมงานเก่าของจิน่า เคยเล่าไปให้ฟังแล้วหรือยังไม่แน่ใจนะคะ ก่อนเค้าขึ้นเวที ถ้าเมื่อไหร่เค้าตื่นเต้น เค้าจะไปเปิดเสียงคลิปน้ำตกคะ แล้วก็พยายามมองอะไรที่แบบเขียว ๆ มองภาพก็ได้ ว่ามองต้นไม้ก็ได้ แบบนี้มองวิวก็ได้ ที่มีสีเขียวแล้วเค้าจะรู้สึกสงบร่มเย็นพร้อมที่จะขึ้นเวที จิน่าก็ไปลองมาเหมือนกันคะการมองอะไรเขียว ๆ เฮ้ย เวิร์คกับจิน่าคะ แต่การฟังเสียงคลิปน้ำตก อี้อี...ปวดฉี่คะ อี้อี...หรือว่าอยากให้เรากล้าแสดงออก

มีพลังอย่างเงี้ย แค่ว่าชอบให้เรา Push up หรือว่าวิดพื้นคะ ทำวิดพื้น ทำเหมือนเป็นนักมวยอะ เออ... วอร์มเครื่องก่อนคุณ ๆ ๆ ๆ เออ ๆ Footwork สำหรับจิน่าหรือคะ Footwork ไม่ค่อยเวิร์คกับจิน่าคะ แต่วิดพื้นเวิร์คกับจิน่า เออ... จิน่าเคยลองละ เมื่อไหร่วันไหนจิน่าเหนื่อย ๆ รู้สึกเออแบบไม่ค่อยมีพลังเลย วิดพื้นสัก 10 20 ทีคะ โอ้โหเลือดมันพุ่งพลาแล้วก็รู้สึกว่าจะเออมันเริ่มมาแล้ว พลังเริ่มมาแล้วก็จะเวิร์คกับจิน่าเหมือนกัน

หรือบางคนก็จะบอกว่าให้คิดว่า สมมติว่า ไม่ใช่เป็น presentation นะแต่ว่าจะไปสนทนากับใครบางคน จะทาง Online On Site ได้หมด แต่เป็นคนที่ยิน่ารู้สึกกลัว ลองจินตนาการว่าเค้ากำลังแต่งตัวเป็นตลก ๆ อยู่สิ เช่น เค้าอาจจะดูเป็นเบบี้มีแบบจุกนมกำลังอมจุกนมอยู่อะไรแบบเนี้ย อู๋ ๆ ทำไมน่ารัก ๆ จังเลย ความกลัวนั้นจะหายไป จิน่าลองมาแล้วคะ อี ๆ อู๋ย ท้องร้อง ทิวฮ้องกินยังไม่ได้กินข้าวเลย ทำคลิบก่อน หรืออย่างเช่นอันนี้จิน่าก็เคยไป เข้าสัมมนา แล้วเค้าบอกมาเป็น NLP เหมือนกันนะคะ ก็คือให้จินตนาการเลยคะ ให้จินตนาการอยู่ 2 Dimension 2 มิติด้วยกันก็คือ มิติแรกจินตนาการว่าเห็นภาพตัวเองในวันที่ขึ้นเวทีคุณใส่เสื้อผ้าอะไรแบบสมมติวันนี้จิน่า จะใส่ชุดเนี้ยอะ ก็ให้เห็นภาพเป็นชุดนี้เลย แล้วเห็นตัวเองว่าเป็นมันใจมากเลย ฉะฉาน ยิ้มแย้ม มีพลัง มันใจนะ ให้เห็นมิตินั้น กับอีกมิติหนึ่งให้เห็นภาพผู้ฟังของคุณ ผู้ฟังทำหน้าที่แบบนี้ตอบสนองอย่างดี มีปรบมือ มียกมือ มียิ้มให้คุณ สบตาให้คุณ สนใจฟังคุณ จิน่าลองมาแล้วคะ อี้อ้อ...ถ้าเป็นหลักสูตรของคุณ Amy Cuddy คะ เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของภาษากาย บอกว่าก่อนขึ้นเวทีให้เราใช้ท่าพลังท่าเปิด แล้วคุณก็จะรู้สึกมีพลังมากขึ้น จิน่าลองแล้วคะ ดิ่งดิ่ง...เทคนิคนี้เวิร์คกับจิน่าก่อนขึ้นเวทีแต่ไม่ได้ทำแบบว่า เวทีไปแบบนี้ละ จิน่าก็จะไปเข้าห้องน้ำคะ แล้วก็ทำเปิดสักระยะหนึ่ง แล้วก็ขึ้นเวทีคะ

จากที่บอกไว้ตอนต้นคลิปนะคะว่า ฟังคลิบนี้จบแล้วคุณจะได้ เคล็ดลับในการชาร์จพลัง และการสร้างความมั่นใจคะ สรุปแบบนี้เลยคะ เคล็ดลับในการสร้างความมั่นใจ และการชาร์จพลังนะ หรือคะ ก็เปรียบเสมือนการเลือกรองเท้าไงคะ ไชสีไร ไชสีมัน รูปทรงใคร รูปทรงมัน เหมือนกันเลยคะ วิธีการเพิ่มความมั่นใจแล้วก็เรื่องการชาร์จพลังของแต่ละคน มีโอกาสที่จะแตกต่างกันคะ บางครั้งคุณอาจจะรู้สึกว่าให้ใช้วิธีนี้มันเกิดพลังมันมั่นใจ แต่มันดูแปลกประหลาดไปไหม คนจะมองว่าฉันไม่มีมารยาท หรือเปล่า คนจะมองว่าฉันไม่เหมือนคนอื่นหรือเปล่า อยากให้กำลังใจ และสนับสนุนเลยนะคะ ถ้านั่นเป็นวิธีที่ชาร์จพลังของคุณ คุณมั่นใจขึ้นไม่ได้ทำให้คนอื่นเดือดร้อนให้กล้าทำเออะคะ แค่ว่ากันว่า อันนั้นดี อันนี้เวิร์ค อี้อ้อ...ลองด้วยตัวเองคะ แล้วคุณก็จะเจอว่าเคล็ดลับที่ช่วยทำให้คุณมีพลัง และมีความมั่นใจแล้วเหมาะกับคุณมันคืออะไร เพราะถ้าเกิดว่าคุณฝันไปมันก็คือคุณเสียพลังคะ หวังว่าคุณจะค้นพบแล้วนะคะ ว่าเคล็ดลับในการเพิ่มพลัง และเพิ่มความมั่นใจ เคล็ดลับสุดท้ายก็คือคุณนั่นแหละที่เป็นคนค้นพบเคล็ดลับอันนั้นเองคะ

25) “เวลา 24 ชั่วโมง ของคนที่มีเป้าหมาย”: เก่ง สิทธิพงศ์ ศิริมาศเกษม



เผยแพร่เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม พ.ศ.2564

เมื่อเรามีเป้าหมายเนี่ย คราวนี้ชีวิตจะง่ายขึ้น มันจะช่วยเราในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการตัดสินใจ การเลือกที่จะทำหรือสิ่งที่เราเลือกที่จะไม่ทำได้ด้วย ถ้าเราลองอยู่ในน้ำแล้วเรารู้ว่าเป้าหมายเราอยู่ตรงไหน เราก็เริ่มพายได้แล้ว ในขณะที่คนไม่รู้ก็ลอยไปเรื่อย ๆ นั่นคือเหตุผลว่าทำไมคนเราที่มี 24 ชั่วโมงเหมือนกัน มันถึงทำงานได้ไม่เท่ากัน เพราะคนนึงอะเขาทำโดยมีเป้าหมาย อีกคนนึงทำโดยไม่ได้มีเป้าหมาย สำคัญที่สุดนะของมนุษย์อะ คือเราอะ ควรรู้จักตัวเองก่อน เราควรรู้ว่า เราอะเก่งด้านไหน มีติด้านไหน มีความสามารถด้านไหน มีคุณค่าด้านไหน แล้วเราค่อยมองไปว่าเป้าหมายของเราในอนาคต มันคืออะไรต่อไปอีก 10 ปี 20 ปี ข้างหน้า ฉันทายากจะเป็นอะไร อันนี้คือคำวามองการณ์ไกล

ลองคิดดูนะ ถ้าสมมติว่าเราอะเปิด Google maps แล้วเราปักลงไป ใน Google maps อะว่า ฉันทายไปเชียงใหม่ เรามีกี่ทางบ้างที่เราจะไปเชียงใหม่ได้ บินก็ได้ ขับรถก็ได้ ขับรถก็มีหลายเส้นทางเลย หรือนั่งรถไฟก็ได้ ไม่ว่าจะคุณจะไปกี่เส้นทาง ทางไหนจะอ้อม ทางไหนจะช้า ทางไหนจะขึ้นเขา แต่คุณถึงเชียงใหม่ ในขณะที่เดียวกันอะ คนที่ไม่มีวิสัยทัศน์ ไม่มีการมองการณ์ไกล ไม่มีเป้าหมายเนี่ย มันก็เหมือนคุณเปิด Google maps แล้วคุณไม่ปักหมุดอะ คุณไม่รู้ว่าคุณอยากจะไปไหน ต่อให้คุณวิ่งเร็วขนาดไหน ต่อให้คุณขับรถ F1 นะ คุณก็อาจจะไปช้ากว่าคนที่ขับอ้อมเขาแล้วไปเชียงใหม่

สิ่งสำคัญมาก ๆ เลยนะ ในชีวิตอะก็คือคุณควรจะปักหมุดไว้เลยว่าเป้าหมายในชีวิตของคุณ ควรจะทำอะไร เทคนิคการตั้งเป้าหมายนะ มีอยู่ง่าย ๆ มากเลยนะ คุณแค่เอากระดาษมา 1 แผ่นพับมันออกมาให้เป็น 3 ตอน แบ่งมันออกเป็น 3 ช่องสี่เหลี่ยม ช่องที่ 1 เขียน S ช่องที่ 2 เขียน M ช่องที่ 3 เขียน L ก็คือ Size Small Medium Large Small ก็คือเป้าหมายระยะสั้น 6 เดือน จากวันนี้จนถึงอีก 6 เดือนข้างหน้า เราอยากได้อะไร เขียนลงมาเลย เขียนลงมาเยอะ ๆ ก่อนก็ได้นะ M ก็เหมือนกัน แต่ M จะเป็น 6 เดือนถึงซัก 2 ปี ส่วน L เนี่ยจะเป็นประมาณซัก 2 ปี ถึงประมาณซัก 5 ปี

หรือมากกว่านั้นไปเลย อยากมีบ้านหลังใหญ่ อยากพาแม่ไปเที่ยวต่างประเทศ หรือแม้กระทั่ง
 อยากจะเป็นดาราระไรก็แล้วแต่ แล้วแต่เลย ฝันไปได้เลย อยากทำอะไรก็ทำ แต่หลังจากนั้นเนี่ย
 ที่เขียนมาเยอะ ๆ แล้วเนี่ย เรามาวงเพื่อคัดกรอง เอาสิ่งที่ดีที่สุด ขนาดนี้เนี่ยขอแค่ 3 เป้าหมายพอ
 S เนี่ย 2 อัน M เหลือ 2 อัน L เหลือ 2 อัน แล้ว

หลังจากนั้นละครับ ทบทวนดูซิว่า ไอ้เจ้าเป้าหมายเนี่ย มันคือสิ่งที่เราอยากได้จริง ๆ หรือ
 เปล่า และเรามี Potential ที่จะไปถึงมันไหม ถ้าบางอันเนี่ย เราารู้สึกว่า เราอยากไปถึงภายใน 6 เดือน
 นะ แต่ดูแล้วมันดูเป็นไปได้ยากมากเลย เช่นวันนี้ ทำรายได้ ได้นิดนึง แต่อยากจะได้ 10 เท่า ภายใน
 6 เดือน มันอาจจะเป็นไปได้ไม่ได้นะ ต้องเขยิบ หรือบางอย่างเราสำรวจแล้ว เห็น มันไม่น่าจะเป็นไปได้
 ในวันนี้ เพราะว่าความรู้เรายังไม่ถึง ก็เขยิบมันออกไป สมมติที่เก่งฝันว่า โตขึ้นฉันอยากจะเป็นผู้กำกับ
 หนัง คราวนี้อยากเป็นผู้กำกับหนัง มันต้องทำอะไรบ้าง เราก็อยากเอาฝัน ว่าเราอยากเป็นผู้กำกับหนัง
 อีก 10 ปีเนี่ย ไปตั้งไว้แล้วก็ถือว่าเมื่อไร จะถึง 10 ปีฉันถึงจะเป็น อย่างนั้นมันเพื่อเจอ มันไม่มีทาง
 เราแบ่งความฝันนี้ออกเป็นสิ่งที่เรียกว่า Small wind ซึ่งก็คือ ชัยชนะเล็ก ๆ ๆ ๆ เช่น อยากเป็นผู้
 กำกับหนังต้องทำอะไรบ้าง ต้องดูหนังเยอะ ๆ ต้องหัดวิเคราะห์หนัง ต้องไปดูสัมภาษณ์ผู้กำกับ ต้องไป
 ดูโน้ตหนังนั้น เราแบ่งมาย่อย ๆ เลย แล้วเราวิ่งไล่ตามตรงนี้ ต้องไปเรียนเพิ่ม ต้องไปเรียนต่ออะไร
 ต้องไปฝึกงานที่ไหน คิดเลย แล้วเราก็ทำ ๆ ๆ ๆ ไปเรื่อย ๆ เราค่อย ๆ เก็บสะสมแต้มอะ เหมือนเรา
 เล่นเกมอะ แล้วได้คะแนนเข้ามาเรื่อย ๆ ๆ ๆ เราชนะในทุก ๆ วัน เราโตขึ้นในทุก ๆ วัน เราใกล้
 เป้าหมายขึ้นในทุก ๆ วัน ความสัมพันธ์มันอยู่ตรงนี้ มันอยู่ตรงที่เวลาเพื่อนมาชวนเราไปทำอะไร
 อย่างอื่น เห็น แก วันนี้อยากไปพักผ่อนไปเที่ยวกันไหม ไม่ได้วะ วันนี้ไม่ได้ เพราะวันนี้มีความฉันต้องไป
 นั่งดูหนังอยู่ที่บ้าน

3 เรื่อง เราอาจจะ Make decision ได้ง่ายขึ้น เพราะมันคือเป้าหมายของเรา สิ่งที่ยากทำ
 สิ่งที่ต้องทำ และสิ่งที่ต้องทำ ถ้ามองว่าอะไรสำคัญที่สุด อยากทำ ควรทำ และต้องทำ อะไรสำคัญสุด
 ต้องทำ ถูกไหม ต้องทำสำคัญสุด คนส่วนใหญ่ไม่ใช่ออย่างนั้น คนส่วนใหญ่อยากทำมากกว่า เพื่อนชวน
 ไปดูหนัง ไป เพื่อนชวนไปเที่ยว ไป นี่คือยากทำ แต่ว่าต้องทำเนี่ย มันเกิดขึ้นเมื่อคุณมีเป้าหมายแล้ว
 คุณรู้ว่าคุณอยากจะเป็นผู้กำกับ สิ่งที่ต้องทำคืออะไร ไปเรียนเรื่องกำกับหนัง ไปดูหนัง เพื่อนชวน
 ไปเที่ยว งั้นอันที่อยากทำเนี่ย ไม่ต้องทำก็ได้ แต่ต้องทำเนี่ย มันคืออะไร

ถ้าคุณแบ่งแยกอันนี้ได้อะ ชีวิตคุณจะง่ายขึ้น สิ่งที่คุณบอกว่าอ๊วย ฉันไม่มีเวลาเลย วันนี้ยุ่ง
 เหลือเกิน ยุ่งเนี่ย มันยุ่งกับสิ่งที่อยากทำ สิ่งที่ต้องทำ หรือสิ่งที่ต้องทำ ถ้ามันยุ่งกับสิ่งที่อยากทำอะ
 แปลว่าคุณยุ่งผิดที่ คนที่มีเป้าหมายจะแยกแยะ 3 สิ่งนี้ได้ โฟกัสว่าตัวเองอะอยากไปไหน หาจุดแข็งตัว
 เองให้เจอ ตั้งเป้าหมายไว้ แล้วไปมันให้ถึง ทำไมเราไม่েলাตัวเองก่อนที่เราจะไปেলাคนอื่น

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นภสวรรณ สิ้นจู้ตันพันธ์
วัน เดือน ปี เกิด	1 เมษายน พ.ศ.2534
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2556 ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มัธยมศึกษา โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา (พญาไท) จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 24 หมู่บ้านพหลโยธินกอล์ฟ ซอยพหลโยธิน 19/1 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10900



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY