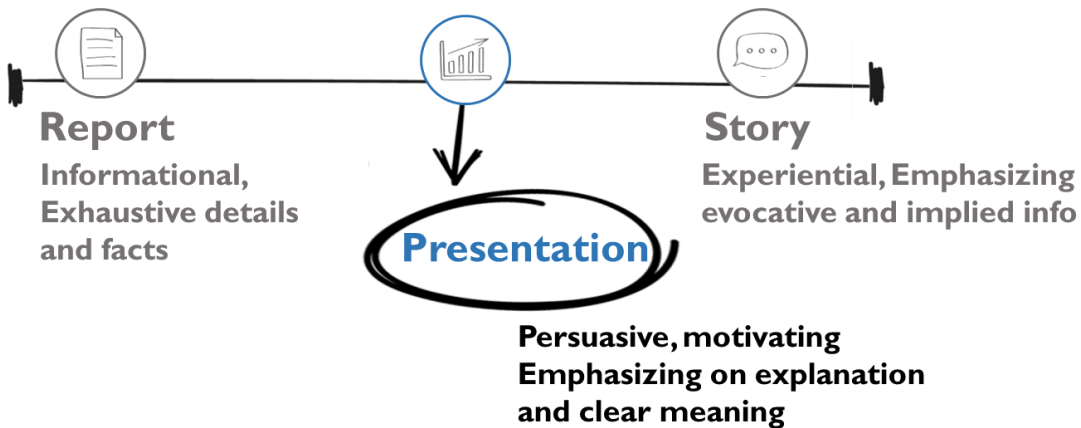


ART OF STORYTELLING

ในทุกๆ อาชีพ สิ่งทีหลีกหนีไม่ได้เลยก็คือ การนำเสนอ (Presentation) ซึ่งในปัจจุบันก็มีผู้เชี่ยวชาญมากมายที่ได้สรุปเทคนิคในการนำเสนอต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การทำความรู้จักเพื่อเข้าใจผู้ฟัง (Know the audience) การตั้งหัวข้อที่เหมาะสมและน่าสนใจสำหรับผู้ฟัง (Attention grabbing topic) การใช้สถิติต่างๆ (Shocking statistics) การซ้อมเพื่อลดความตื่นเต้นของผู้พูด (Practice) การสบตาผู้ฟังในขณะที่พูด (Engage with the audience) รวมถึงเทคนิคอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งเทคนิคที่ต่างๆ เหล่านี้ได้ถูกนำไปปฏิบัติตามโดยผู้พูดในเวทีต่างๆ มาแล้วนับไม่ถ้วน

อย่างไรก็ดี แม้การเตรียมตัวของผู้พูดจะดีแค่ไหน ไม่ว่าจะซ้อมสักกี่ครั้ง สิ่งที่ยากที่สุดที่ผู้พูดหลายๆ ท่านจะต้องเผชิญและไม่สามารถคาดเดาได้เลยก็คือ ความสนใจของผู้ฟังในระหว่างการนำเสนอ ดังนั้น การนำเสนอที่ดีนั้นมักจะเป็นการนำเสนอที่ควบคุมความสนใจของผู้ฟังให้เป็นไปในทิศทางที่ผู้พูดต้องการ โดยวิธีที่ง่ายที่สุดในการควบคุมความสนใจของผู้ฟังสามารถทำได้โดยการผสมผสาน “Human-ness” หรือสิ่งที่คนส่วนใหญ่สนใจและเข้าถึงได้ดี ผ่านการสอดแทรกเรื่องราว (Story) เข้าไปเพื่อกระตุ้นความสนใจและดึงดูดความสนใจของผู้ฟังไว้ตลอดระยะเวลาการนำเสนอ (Resonate with the listeners) เนื่องจากผู้ฟังทุกคนคุ้นเคยกับการฟังเรื่องราวต่างๆ จะเห็นได้จากการฟังนิทานในสมัยเด็กๆ เพราะถ้าเราย้อนนึกถึงวัยเด็กนั้น เราจะจำได้ทันทีว่าเด็กทุกคนสามารถคงความสนใจให้จดจ่อกับเรื่องที่ฟังอยู่นั้นได้อย่างง่ายดายโดยผู้ใหญ่ไม่ต้องพยายามใดๆ เลยเสียด้วยซ้ำ

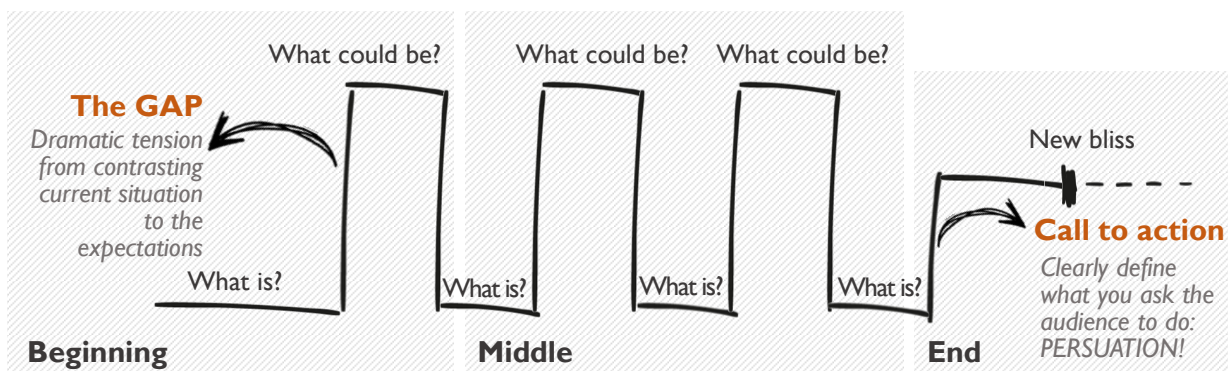


รูปที่ 1: ความแตกต่างระหว่าง รายงาน (Report) การเล่าเรื่อง (Story) และการนำเสนอ (Presentation)

เพื่อให้เห็นภาพได้ง่ายขึ้น การนำเสนอที่ดีนั้นจะเป็นการผสมผสานระหว่าง การเล่าเรื่อง (Storytelling) และรายงาน (Report) (รูปที่ 1) เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่ายขึ้น รายงาน คือ การลงรายละเอียดผ่านการนำเสนอข้อเท็จจริงโดยจะเรียงเป็นลำดับ และเป็นขั้นตอน (Informational, exhaustive details, and facts) ในขณะที่ การเล่าเรื่อง เปรียบเสมือนการเล่านิทาน โดยเป็นการถ่ายทอดจากประสบการณ์ซึ่งอาจจะมีอารมณ์ต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยผู้ฟังจะต้องเป็นผู้สร้างความเชื่อมโยงจากนิยายของเรื่องราวที่ฟังด้วยตัวเอง (Experiential and emphasizing evocative and implied info) ทั้งนี้ การนำเสนอที่ดี คือ การรวมทั้ง 2 สิ่งนี้ที่เข้าไว้ด้วยกัน โดยนำเสนอผ่านการวางโครงสร้างให้เหมือนกับการเล่าเรื่อง เพื่อดึง

ความสนใจของผู้ฟังไว้ตลอดระยะเวลาการนำเสนอ แต่สิ่งที่นำเสนอ นั้น ไม่นิทานหรือเรื่องเล่า หากแต่จะเป็นข้อเท็จจริงและบทวิเคราะห์ของข้อเท็จจริงเหล่านั้น

เพราะฉะนั้น ก่อนที่ผู้อ่านจะสามารถกำหนดโครงสร้างของการนำเสนอ ผู้เขียนอยากจะขออธิบายถึงโครงสร้างของเรื่องราวที่จะถูกนำมาปรับใช้ให้เข้าใจก่อน เรื่องราว (Story) นั้นจะประกอบไปด้วย 3 ส่วนด้วยกัน เริ่มตั้งแต่เนื้อหาส่วนต้นหรือส่วนของการทำความ (Beginning) ซึ่งจะเป็นการ อธิบายบริบทต่างๆ (Context) ของเรื่อง ถัดมา คือ ช่วงกลางหรือท้องเรื่อง (Middle) คือ การอธิบายซึ่งจุดหักเหต่างๆ ทั้งที่คาดเดาได้และที่คาดเดาไม่ได้ ที่ทำให้เรื่องราวไม่เป็นไปตามที่ผู้ฟังนั้นคิดไว้ เพื่อที่จะเรียกความสนใจให้ยังคงอยู่กับเรื่องราว หรือเพื่อทำให้ผู้ฟังได้มีโอกาสติดตาม (Suspense) สุดท้าย คือ บทสรุป (Ending) ซึ่งจะเป็นการค่อยๆ คลี่คลายจุดหักเหต่างๆ เหล่านั้นให้กับผู้ฟัง (Resolution)



รูปที่ 2: ขั้นตอนการนำเสนอ (Presentation) โดยปรับใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling)

ทั้งนี้ จากการสำรวจ การนำเสนอที่ประสบผลสำเร็จและได้รับการยอมรับที่ดีนั้น มักจะประกอบไปด้วยโครงสร้างทั้ง 3 ส่วนเหมือนการเล่าเรื่องแทบทั้งสิ้น โดยในแต่ละขั้นตอน จะมีรูปแบบหรือ Pattern ที่ชัดเจน เพื่อประกอบการอธิบายรูปแบบการนำเสนอในแต่ละขั้นตอนนั้น ผู้เขียนจะยกตัวอย่าง การนำเสนอเปิดตัวผลิตภัณฑ์ Iphone รุ่นแรกของ Steve Jobs ในปี ค.ศ. 2007 ดังนี้

เริ่มกันที่เนื้อหาส่วนต้นหรือการทำความ (Beginning) เนื้อหาในส่วนนี้เป็นการกล่าวถึงสิ่งที่เป็นอยู่หรือเหตุการณ์ในปัจจุบัน (What is) และสิ่งที่ควรจะเป็น (What could be) เพื่อให้ผู้ฟังได้เห็นถึงช่องว่าง (Gap) อย่างชัดเจนและเรียกความสนใจของผู้ฟังว่าในส่วนถัดไป ผู้พูดกำลังจะนำเสนอวิธีใดในการปิดช่องว่างเหล่านั้น จากตัวอย่าง Steve Jobs เริ่มต้นด้วยการทำความถึงเหตุการณ์ในปัจจุบัน (What is) ผ่านการอธิบายว่าผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เข้ามาในตลาดอย่างมากมายนั้น มีอยู่เพียงแค่บางผลิตภัณฑ์เท่านั้นที่จะได้รับการยอมรับว่าเป็นนวัตกรรมใหม่ และสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในโลกแบบที่ไม่มีใครเคยเห็นมาก่อน และได้ยกตัวอย่างหลายๆ ผลิตภัณฑ์เหล่านั้น (“Every once in a while, a revolutionary product come along that changes everything...”) ต่อจากนั้น Jobs จึงได้กล่าวต่อถึงสิ่งที่กำลังจะเกิด (What could be) ว่าวันนี้คือวันที่เขารอมานาน ซึ่งก็คือวันที่เขานั้นมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่จะเปลี่ยนวิธีการที่ทุกคนใช้ชีวิตไปตลอดกาล (“This is the

day that I have been looking forward to for two and half years...today we are introducing three revolutionary products...")

ถัดมาในส่วนที่ 2 หรือช่วงกลางของการนำเสนอ (Middle) ผู้พูดสามารถลงรายละเอียดของสิ่งที่เป็นอย่าง (What is) และสิ่งที่ควรจะเป็นหรือสิ่งที่ผู้ฟังต้องการให้เป็น (What could be) สลับกันไปมา ทั้งนี้ ในการนำเสนอแต่ละครั้ง สิ่งที หลีกเลียงไม่ได้ก็คือ คำถามต่างๆ ที่อาจจะก่อให้เกิดการต่อต้านจากผู้ฟัง (Resistance and doubt) โดยวิธีการแก้ที่ดีที่สุดก็ คือ การคาดการณ์ถึงคำถามที่อาจจะเกิดขึ้นระหว่างการนำเสนอแล้วออกแบบเนื้อหาการนำเสนอให้ตอบคำถามเพื่อไขข้อข้องใจของคำถามเหล่านั้น เปรียบเสมือนการเล่นเรือใบ ที่ผู้เล่นเรือมักจะหักเรือไปทางซ้ายที่ ขวาทีไปเรื่อยๆ จนกว่าจะถึงจุดหมายปลายทาง โดยจะไม่เดินเรือเป็นเส้นตรง ทั้งนี้ ก็เพื่อลดแรงต้านจากลม โดยถ้าย้อนกลับไปทีตัวอย่างการนำเสนอของ Steve Jobs หลังจากที่เขากล่าวแนะนำผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่ของเขาแล้วนั้น เขาได้เปรียบเทียบการทำงานของมือถือ Iphone ใหม่ของ Apple เทียบกับมือถืออื่นๆ ที่มีอยู่ในตลาดในปัจจุบันสลับไปมา เพื่อที่จะสื่อให้เห็นอย่างชัดเจนว่ามือถือ Iphone นั้นสามารถทำอะไรได้บ้าง โดยเขาได้ใช้ทั้ง วิดีโอ ภาพ รวมถึง การสาธิตจริง (Demo) เพื่อให้ผู้ฟังคงความสนใจอยู่ที่สิ่งที่เขาพูดอยู่เสมอตลอดระยะเวลาประมาณ 1 ชั่วโมง

สุดท้ายในส่วนที่ 3 หรือบทสรุปของการนำเสนอ (End) ถือได้ว่าเป็นส่วนที่สำคัญมาก เพราะเป็นส่วนที่เราจะใช้ในการโน้มน้าวผู้ฟัง ให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการตามขั้นตอนหรือข้อเสนอแนะที่เรามี หรือเป็นเหตุผลว่าทำไมผู้ฟังถึงต้องเชื่อผู้พูด โดยผู้พูดสามารถทำได้ผ่านการบอกถึงสิ่งที่ผู้ฟังจะต้องปฏิบัติ (Call to action) แล้วจึงสรุปถึงสิ่งที่เกิดขึ้นเมื่อผู้ฟังได้ปฏิบัติตามข้อเสนอแนะแล้ว (New Bliss) ซึ่งถ้ากลับมาที่ตัวอย่างของ Steve Jobs ในช่วงสุดท้าย เขาได้ทิ้งท้ายไว้ว่า Apple ได้เป็นผู้นำในด้านการสร้างผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่ๆ มานักต่อนัก ตั้งแต่การเปิดตัว Mac Computer ในปี ค.ศ. 1984 จนมาถึง Ipod ในปี ค.ศ. 2001 และในวันนี้ ที่เขาคิดว่า Apple ได้ทำสิ่งนั้นอีกครั้ง โดยการเปิดตัว Iphone (I didn't sleep a wink last night and I was so excited because we have been so lucky at Apple...we have had the Mac...the Ipod...and we are going to do it again with the Iphone. We are so excited.) และนี่ก็คือ New Bliss หรือสิ่งที่เขาเชื่อว่าจะเกิดหลังจากวันที่เขาได้กล่าวเปิดตัวผลิตภัณฑ์นี้ไปแล้ว

ผู้เขียนขอจบบทความนี้ด้วยคำกล่าวของ TS Elliot ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า *"What we call the beginning is often the end. And to make an end is to make a beginning. The end is where we start from"* หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ ณ จุดที่ การนำเสนอของเรานั้นจบลงนั้น การเดินทางของผู้ฟังก็เพิ่งจะเริ่มต้นขึ้นเท่านั้นเอง พวกเขาเหล่านั้นจะจดจำสิ่งที่เราพูดได้อย่าง ชื่นใจ หรือลืมนั้นไปเมื่อเดินออกจากห้องประชุมนั้นก็ล้วนแต่ขึ้นอยู่กับผู้พูด เพราะฉะนั้น หน้าที่ของเรา คือ การพาผู้ฟังเหล่านั้น ไปยังจุดที่ผู้ฟังเข้าใจว่าทำไมสิ่งที่นำเสนอถึงสำคัญ และมีความมุ่งมั่นที่จะ วางแผน และปฏิบัติตามข้อเสนอแนะที่เราได้ให้ไว้ อย่างเต็มที่

บทความนี้อ้างอิงจากหนังสือ *Resonate* โดย Nancy Duarte