

ທັກສະການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ຢູ່ ສປປ ລາວ

Law advertising skills in Lao PDR

Poumy sinlatanathamtheva

Tel: 008562055346584

Email: poumysinlata09@gmail.com

Vientiane Capital, Laos.

Lecture 3

ທັກສະການນຳສະເໜີ ແລະ ການບັນຍາຍ

Presentation and lecture skills

1. ຄວາມໝາຍ, ຄວາມສຳຄັນ ແລະ ຈຸດປະສົງ

1.1. ຄວາມໝາຍ

ທັກສະການນຳສະເໜີ ແລະ ການບັນຍາຍແມ່ນ ເຕັກນິກ, ວິທີການ, ລິລາ, ໄຫວພິບ ແລະ ທັງແມ່ນສິລະປະອັນໜຶ່ງຂອງນັກໂຄສະນາປະກະຖາ ທີ່ຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ຟັງຈັບອີກຈັບໃຈ ແລະ ເຂົ້າເຖິງເນື້ອໃນຂອງເອກະສານຕາມວັດຖຸປະສົງຂອງຜູ້ບັນຍາຍໄດ້ຕັ້ງເປົ້າເອົາໄວ້.

ການນຳສະເໜີ ແລະ ການບັນຍາຍ ແມ່ນການຖ່າຍທອດຄວາມຮູ້ໃຫ້ແກ່ເປົ້າໝາຍໂດຍການເວົ້າ ເພື່ອບອກເລົ່າ, ອະທິບາຍເນື້ອໃນເອກະສານທີ່ນັກໂຄສະນາໄດ້ກະກຽມ ແລະ ຄົ້ນຄວ້າມາເປັນຢ່າງດີ. ຜູ້ຟັງເປັນຝ່າຍຮັບຟັງ ອາດຈະມີການບັນທຶກ, ຈິດກ່າຍບັນຫາຕ່າງໆໃນຂະນະທີ່ຟັງການບັນຍາຍ ຫຼື ອາດມີໂອກາດຊັກຖາມ, ສະແດງຄວາມຄິດເຫັນຖ້າຜູ້ບັນຍາຍເປີດໂອກາດໃຫ້. ການໂຄສະນາດ້ວຍວິທີການບັນຍາຍນີ້ເໝາະກັບຜູ້ຟັງຈຳນວນຫຼາຍ ແລະ ນັກໂຄສະນາກໍຕ້ອງມີຄວາມຮູ້ ແລະ ປະສົບການ ເພື່ອນຳສະເໜີເນື້ອໃນຈຳນວນຫຼາຍໃນລັກສະນະລະອຽດ ໂດຍໃຊ້ເວລາບໍ່ຫຼາຍທັງເປັນການສ້າງຄວາມຮູ້ທາງດ້ານການເມືອງ, ກົດໝາຍ ແລະ ດ້ານອື່ນໆ ໃນລະດັບໜຶ່ງໃຫ້ແກ່ເປົ້າໝາຍໃນເວລາຈຳກັດ ແລະ ປະຢັດຄ່າໃຊ້ຈ່າຍ.

1.2. ຄວາມສຳຄັນ

ການນຳສະເໜີ, ການບັນຍາຍ ແມ່ນຮູບການໜຶ່ງຂອງການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ໂດຍນັກໂຄສະນານຳໃຊ້ວິທີການເວົ້າເປັນພາຫະນະ ແລະ ເຄື່ອງມືສຳຄັນຕົ້ນຕໍ. ຄຳເວົ້າມີບົດບາດສຳຄັນທີ່ສຸດໃນການຕິດຕໍ່ພົວພັນລະຫວ່າງຄົນກັບຄົນ ໃນຊີວິດປະຈຳວັນ ແລະ ໃນການປະຕິບັດພາລະໜ້າທີ່ຂອງສັງຄົມ. ສະນັ້ນ, ຄຳເວົ້າແມ່ນແມ່ແຮງທີ່ມີພະລັງອັນບໍ່ມີຂອບເຂດສາມາດເຮັດໃຫ້ຄົນເຮົາໄປແຖງໄຊຊະນະ ຫຼື ປະລາໄຊໃນພາລະກິດໃດໜຶ່ງ, ໃນໜ້າທີ່ວຽກງານໃດໜຶ່ງ, ໃນຈຸດປະສົງ, ອຸດົມການໃດໜຶ່ງ. ຄຳເວົ້າສາມາດເຮັດໃຫ້ຄົນຍິ້ມຫົວ, ຮ້ອງໄຫ້, ມ່ວນຊື່ນ, ໂສກເສົ້າ ແລະ ມີຄວາມຕັດສິນໃຈຍອມເສຍສະລະທຸກສິ່ງທຸກຢ່າງໄດ້. ດັ່ງສຸພາສິດເວົ້າວ່າ: “ຊ່າງຊື່ຊ່າງຂາຍຍັງອາຍຸຜູ້ຊ່າງເວົ້າ”, “ຫວານນ້ຳອ້ອຍ, ນ້ຳຕານຍັງບໍ່ຫວານທໍ່ຄຳເວົ້າ” ຫຼື “ຄຳເວົ້າດີມີຄ່າກວ່າຂອງທີ່ໃຫ້”. ຍ້ອນຄຳເວົ້າ ແລະ ວິທີເວົ້າມີຄວາມສຳຄັນອັນມະຫາສານຄືແນວນັ້ນ ນັກໂຄສະນາປາຖະກະຖາຍິ່ງຕ້ອງຖືການເວົ້າ ແລະ ວິທີການເວົ້າເປັນສິ່ງສຳຄັນ ແລະ ຈຳເປັນ¹ເພາະວ່າ ເປົ້າໝາຍຂອງການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍໃນລັກສະນະການບັນຍາຍ

¹ ຄັດຈາກເອກະສານອົບຮົມພື້ນຖານທົດສະດີ, ແນວທາງ ແລະ ວຽກງານໂຄສະນາອົບຮົມຄະນະໂຄສະນາອົບຮົມສູນກາງພັກ, 2018, ໜ້າ

ແມ່ນ ມີຄວາມອຸດົມສົມບູນ, ສາມາດດຳເນີນໂດຍມີການເຂົ້າຮ່ວມຂອງເປົ້າໝາຍຈາກຫຼາຍພາກສ່ວນໃນສັງຄົມ, ໃນກອງປະຊຸມ, ໃນຊຸມຊົນ ຫຼື ອາດເປັນບຸກຄົນ. ສະນັ້ນ, ຜູ້ເວົ້າຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ຄົ້ນຄວ້າຈິດຕະສາດຂອງຜູ້ຝັງໃນ ຫ້ອງຝຶກອົບຮົມ ຫຼື ໃນທີ່ສາທາລະນະ, ການໂຄສະນາທົ່ວໄປ ຫຼື ການໂຄສະນາສະເພາະ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ເນື້ອໃນການ ໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍໄດ້ເຂົ້າເຖິງຈິດໃຈຂອງປະຊາຊົນຢ່າງແທ້ຈິງ ແລະ ມີຄຸນນະພາບ.

1.3. ຈຸດປະສົງ

ການນຳສະເໜີ ແລະ ການບັນຍາຍແມ່ນສິລະປະອັນໜຶ່ງຂອງນັກໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ຊຶ່ງມີຈຸດປະສົງ ດັ່ງນີ້:

- (1) ຊວນເຊື່ອມະຫາຊົນໃຫ້ເກີດຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຕໍ່ຄຳເວົ້າ, ຕິດຕາມການໂຄສະນາດ້ວຍຄວາມເອົາໃຈໃສ່ ແລະ ເຊື່ອໝັ້ນຕໍ່ຜູ້ເວົ້າຜ່ອມທັງກຳໄດ້ເນື້ອໃນອັນສຳຄັນຕົ້ນຕໍທີ່ນັກໂຄສະນາໄດ້ນຳສະເໜີ, ບັນຍາຍໄປ;
- (2) ປຸກລະດົມມະຫາຊົນໃຫ້ເຄື່ອນໄຫວ, ປະຕິບັດທຸກໜ້າທີ່ວຽກງານທີ່ພັກ-ລັດວາງອອກ, ເຄົາລົບ ແລະ ປະຕິບັດລັດຖະທຳມະນູນ, ກົດໝາຍ ແລະ ລະບຽບການຕ່າງໆຢ່າງເຂັ້ມງວດ;
- (3) ແນໃສ່ຍົກລະດັບຄວາມຮັບຮູ້, ຄວາມເຊື່ອໝັ້ນ, ສະຕິ ໃຫ້ແກ່ຜູ້ຝັງ ແລະ ສົ່ງເສີມຜູ້ຝັງມີການກະທຳ ຕາມຈຸດປະສົງຂອງຜູ້ໂຄສະນາ;
- (4) ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍດ້ວຍຮູບການບັນຍາຍ ແມ່ນຮູບການໂຄສະນາທີ່ຜູ້ໂຄສະນາເວົ້າໂດຍ ກົງກັບຜູ້ຝັງແນໃສ່ຍົກສູງຄວາມຮັບຮູ້ກ່ຽວກັບກົດໝາຍ, ຄວາມເຊື່ອໝັ້ນໃນກົດໝາຍ ແລະ ສະຕິກົດໝາຍໃຫ້ແກ່ ຜູ້ຝັງ, ສົ່ງເສີມຜູ້ຝັງກະທຳຕາມຂໍ້ກຳນົດຂອງກົດໝາຍ;
- (5) ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍດ້ວຍວິທີການບັນຍາຍ ມີຈຸດຕີຫຼາຍຢ່າງ ເພາະມັນສາມາດດຳເນີນການ ໄດ້ບໍ່ວ່າຢູ່ບ່ອນໃດ, ບໍ່ວ່າໃນເງື່ອນໄຂໃດ, ສະພາບແວດລ້ອມໃດ, ຈຳນວນຜູ້ຝັງເທົ່າໃດ. ເມື່ອດຳເນີນການໂຄສະນາ, ຜູ້ບັນຍາຍສາມາດອະທິບາຍ, ວິເຄາະ, ໃຫ້ຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງເນື້ອໃນທີ່ຈຳເປັນຂອງເອກະສານທີ່ໂຄສະນາ. ສະນັ້ນ, ຜູ້ບັນຍາຍຕ້ອງດັດປັບເນື້ອໃນ ແລະ ວິທີການອະທິບາຍ ຂອງຕົນໃຫ້ສອດຄ່ອງກັບສະພາບຄວາມເປັນຈິງ, ສາມາດ ສື່ສານເຊິ່ງໜ້າ, ຖາມຕອບໂດຍກົງເພື່ອດຶງດູດເປົ້າໝາຍໃຫ້ມີຄວາມສົນໃຈຕໍ່ເນື້ອໃນທີ່ນັກໂຄສະນານຳມາບັນຍາຍ.

2. ຂັ້ນຕອນ ແລະ ວິທີການນຳສະເໜີ, ບັນຍາຍ

2.1. ຂັ້ນຕອນ

ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍດ້ວຍວິທີການນຳສະເໜີ, ບັນຍາຍກໍຄືກັນກັບວິທີການອື່ນໆໂດຍລວມແລ້ວ ປະກອບມີຂັ້ນຕອນດັ່ງນີ້:

1) ຂັ້ນຕອນກະກຽມ

ນັກໂຄສະນາຕ້ອງລວບລວມບັນດາຂໍ້ມູນ ແລະ ເນື້ອໃນເອກະສານທີ່ຈະບັນຍາຍຕາມລຳດັບຈັດເປັນໝວດ ໝູ່ ແລະ ລຳດັບຄວາມຍາກງ່າຍຂອງຫົວຂໍ້ທີ່ຈະບັນຍາຍ, ຖ້າຫາກບັນຍາຍໃນຫົວຂໍ້ຂອງກົດໝາຍອາຍາ ຫຼື ກົດໝາຍອື່ນກໍຄວນເລືອກເຜີຍເອົາບາງມາດຕາທີ່ພົວພັນກັບບັນຫາ ຫຼື ປະກົດການຫຍໍ້ທີ່ມັກເກີດຂຶ້ນໃນສັງຄົມຂອງ ທ້ອງຖິ່ນນັ້ນ ເພື່ອດຶງດູດຄວາມສົນໃຈຂອງເປົ້າໝາຍ. ການຈັດຫາອຸປະກອນທີ່ຈະນຳໃຊ້ປະກອບກັບການບັນຍາຍກໍ ຄວນໃຫ້ເໝາະສົມເຊັ່ນ ຢູ່ທ້ອງຖິ່ນເຂດຫ່າງໄກສອກຫຼີກບໍ່ທັນມີໄຟຟ້າກໍຄວນຊອກຫາອຸປະກອນຢ່າງອື່ນທີ່ເໝາະ ສົມເປັນຕົ້ນບົກເຝີດ, ກະດານ, ເຈ້ຍຂາວແຜ່ນໃຫຍ່, ຮູບພາບປະກອບ ແລະ ອື່ນໆ.

2) ຂັ້ນຕອນບັນຍາຍ

ກ່ອນຈະເຂົ້າເຖິງເນື້ອໃນຂອງການບັນຍາຍ ນັກໂຄສະນາຕ້ອງກ່າວເປີດກ່ອນສະເໝີ, ອັນສໍາຄັນຕ້ອງໃຫ້ກໍາໄດ້ຊື່, ນາມສະກຸນ ແລະ ຕໍາແໜ່ງຂອງປະທານເພື່ອຈະໄດ້ເວົ້າຊື່ ແລະ ຕໍາແໜ່ງເພິ່ນຢ່າງຖືກຕ້ອງທັງເປັນການໃຫ້ກຽດແກ່ເຈົ້າພາບ. ການດໍາເນີນການບັນຍາຍ ແມ່ນບັນຍາຍຕາມເນື້ອໃນເອກະສານທີ່ໄດ້ກະກຽມ, ອະທິບາຍໃຫ້ຈະແຈ້ງຊັດເຈນ ແລະ ຍົກຕົວຢ່າງບັນດາເຫດການ ຫຼື ປະກົດການຫຍໍ້ທີ່ມັກເກີດຂຶ້ນເຊັ່ນ ການລັກຊັບພິນລະເມືອງ, ຂໍ້ຂັດແຍ່ງກ່ຽວກັບທີ່ດິນ, ການແບ່ງປັນມູນມໍຣະດົກ... ມາປະກອບພ້ອມທັງເປີດໂອກາດໃຫ້ເປົ້າໝາຍໄດ້ຊັກຖາມຂໍ້ກົດໝາຍທີ່ເຂົາເຈົ້າຍັງບໍ່ທັນຮັບຮູ້ ແລະ ເຂົ້າໃຈ.

3) ຂັ້ນຕອນສະຫຼຸບ

ເພື່ອຮັບປະກັນໃຫ້ເປົ້າໝາຍທີ່ມາຝັງການບັນຍາຍສາມາດກໍາໄດ້ເນື້ອໃນຈິດໃຈຂອງເອກະສານ, ນັກໂຄສະນາຕ້ອງສະຫຼຸບ ແລະ ທົບທວນຄືນສິ່ງທີ່ໄດ້ນໍາສະເໜີໄປ ຊຶ່ງເປັນການສະຫຼຸບສັງລວມ ແລະ ທົບທວນຄືນ ເນື້ອໃນຈິດໃຈທີ່ເປັນຕົ້ນເປັນປີຂອງເອກະສານທີ່ນັກໂຄສະນານໍາມາບັນຍາຍ ເພື່ອໃຫ້ເປົ້າໝາຍໄດ້ຈິດກ່າຍບັນທຶກໄວ້. ການສະຫຼຸບໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວແມ່ນມີສອງຮູບແບບຄື ການສະຫຼຸບດ້ວຍການຂຽນ ແລະ ສະຫຼຸບດ້ວຍວາຈາ.

-ການສະຫຼຸບດ້ວຍການຂຽນມັກຈະມາກ່ອນການສະຫຼຸບດ້ວຍວາຈາສະເໝີ ແລະ ການສະຫຼຸບດ້ວຍການຂຽນຄືຮ່າງຂອງການສະຫຼຸບດ້ວຍວາຈາ. ການສະຫຼຸບດ້ວຍການຂຽນຕ້ອງຂຽນເນື້ອໃນໃຫ້ລະອຽດຈະແຈ້ງ, ຖືກຫຼັກໄວຍະກອນ, ບໍ່ຊໍ້າໄປຊໍ້າມາ ແລະ ຕ້ອງໃຫ້ສິ້ນກະທັດຮັດຕ່າງຈາກການສະຫຼຸບດ້ວຍວາຈາຊຶ່ງຜູ້ບັນຍາຍນໍາໃຊ້ພາສາເວົ້າທີ່ມີລັກສະນະສ່ວນຕົວ ແລະ ອາດເວົ້າຊໍ້າໄປຊໍ້າມາກໍໄດ້.

-ການສະຫຼຸບດ້ວຍວາຈາ ຫຼື ການເວົ້າແມ່ນການສະຫຼຸບຄືນຕາມໂຄງຮ່າງທີ່ໄດ້ກະກຽມ, ສິ່ງສໍາຄັນໃນການສະຫຼຸບດ້ວຍການເວົ້ານັ້ນຜູ້ບັນຍາຍຕ້ອງເວົ້າໃຫ້ຈະແຈ້ງຊັດເຈນ, ສະຫຼຸບບັນຫາທີ່ເປັນເນື້ອໃນໃຫ້ຊັດເຈນ ແລະ ເວົ້າໃຫ້ສິ້ນກະທັດຮັດ, ໃຊ້ເວລາບໍ່ຫຼາຍ. ສະນັ້ນ, ຜູ້ບັນຍາຍມີຄວາມຈໍາເປັນຢ່າງຍິ່ງຕ້ອງຂຽນຮ່າງຂໍ້ຄວາມທີ່ຈະສະຫຼຸບໄວ້ລ່ວງໜ້າເພື່ອນໍາຂໍ້ຄວາມນັ້ນມາສຶກສາໃຫ້ເຂົ້າໃຈຢ່າງເລິກເຊິ່ງແລ້ວຈຶ່ງນໍາໄປບັນຍາຍສະຫຼຸບໄດ້ຢ່າງຄ່ອງແຄ້ວ, ໜ້າຝັງ ແລະ ບໍ່ອອກອກເລື້ອງ.

4) ຂັ້ນຕອນປະເມີນຜົນ

ການປະເມີນຜົນແມ່ນການລວບລວມຂໍ້ມູນທີ່ກ່ຽວກັບຜົນຂອງການດໍາເນີນງານເພື່ອນໍາມາປຽບທຽບກັບຈຸດປະສົງທີ່ຜູ້ບັນຍາຍໄດ້ຕັ້ງເປົ້າເອົາໄວ້ວ່າໄດ້ຜົນຕາມທີ່ກໍານົດໄວ້ໜ້ອຍຫຼາຍພຽງໃດ, ການປະເມີນຜົນມີບົດບາດສໍາຄັນໃນຂະບວນການເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍເພາະການປະເມີນແມ່ນບົ່ງຊີ້ໃຫ້ຮູ້ວ່າແຕ່ລະເປົ້າໝາຍທີ່ຜ່ານການໂຄສະນານັ້ນເຂົາເຈົ້າຮັບຮູ້ ແລະ ເຂົ້າໃຈໄດ້ໜ້ອຍຫຼາຍປານໃດ. ສະນັ້ນ, ຜູ້ບັນຍາຍຕ້ອງສັງເກດຄວາມສົນໃຈ, ຄວາມເຂົ້າໃຈຂອງເປົ້າໝາຍຕໍ່ເນື້ອໃນເອກະສານທີ່ໄດ້ນໍາສະເໜີໄປໂດຍວິທີຕ່າງໆທີ່ເໝາະສົມ ເຊັ່ນ ການຕັ້ງຄໍາຖາມ, ການສໍາພາດ, ການໃຫ້ແບບທົດສອບເຫຼົ່ານີ້ເປັນຕົ້ນ.

2.2. ວິທີການນໍາສະເໜີ, ການບັນຍາຍ.

1) ຕ້ອງມີການຝຶກຝົນ

ການນໍາສະເໜີ, ການບັນຍາຍຕ້ອງມີການຝຶກຝົນ. ຢາກກາຍເປັນຄົນເວົ້າດີ, ເວົ້າເກັ່ງຈໍາເປັນຕ້ອງເຮັດຫຼາຍວຽກ, ຕ້ອງໄດ້ຝຶກແອບຢ່າງຕັ້ງໜ້າ. ວິຊາເວົ້າກໍບໍ່ຕ່າງຫຍັງກັບວິຊາຊີບອື່ນໆ ຕ້ອງໄດ້ຝຶກຝົນຕົນເອງ, ຜ່ານຜ່າຄວາມຫຍຸ້ງຍາກລໍາບາກບໍ່ໜ້ອຍ ຈຶ່ງຈະກາຍເປັນນັກເວົ້າ, ນັກໂຄສະນາ, ນັກປາຖະກະຖາຜູ້ຊໍານານງານໄດ້.

ກ່ອນອື່ນໝົດຜູ້ໄປເວົ້າຕ້ອງມີຄວາມຮູ້ທາງດ້ານທິດສະດີ, ແນວທາງ ແລະ ວິຊາການທາງດ້ານກົດໝາຍທີ່

ແນ່ນອນ, ສາມາດເຂົ້າໃຈ ແລະ ກຳໄດ້ບັນຫາຢ່າງເລິກເຊິ່ງ, ມີຄວາມສາມາດ, ມີພອນສະຫວັນ ໃນການເວົ້າ ແລະ ການຂຽນ, ມີບົດບາດໂດຍຜ່ານຄວາມເປັນແບບຢ່າງທາງດ້ານຄຸນທາດການເມືອງ ແລະ ຄຸນສົມບັດສິນທຳປະຕິວັດ, ແບບແຜນວິທີເຮັດວຽກ ແລະ ແບບແຜນດຳລົງຊີວິດຂອງຄົນ, ໄດ້ຮັບຄວາມເຄົາລົບນັບຖື, ນິຍົມຊົມຊອບ ແລະ ຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຈາກມະຫາຊົນໃນສັງຄົມ.

ປະທານ ໂຮ່ຈິມິນ ເຄີຍສອນວ່າ: “ຖ້າຢາກໂຄສະນາໃຫ້ມະຫາຊົນ, ຕ້ອງໄດ້ຮຽນວິທີເວົ້າຂອງມະຫາຊົນຈຶ່ງຈະ ຖືກຫຼຸມະຫາຊົນ”. ສຸພາສິດລາວໄດ້ເວົ້າວ່າ: “ຮຽນກິນ, ຮຽນເວົ້າ, ຮຽນຫໍ່ເຂົ້າ, ຮຽນຫໍ່ຂອງກິນ”. ເວົ້າກໍຕ້ອງຮຽນ ແລະ ກໍຕ້ອງອົດທົນຮຽນອີຫຼີຈຶ່ງຈະໄດ້. ຍ້ອນວ່າວິທີເວົ້າຂອງສາມັນຊົນນັ້ນອຸດົມສົມບູນ, ມີໄຫວພິບ, ຕົວຈິງ ແລະ ເຂົ້າໃຈງ່າຍທີ່ສຸດ. ຖ້າພວກເຮົາຍັງບໍ່ທັນຮຽນເອົາວິທີເວົ້າແນວນັ້ນໄດ້ເວລາເຮົາໄປໂຄສະນາ ຫຼື ເວລາເຮົາຂຽນ, ເຮົາ ເວົ້າມັນກໍຈະແຫ້ງກະແດ້ງ, ແຂງກະດ້າງ, ບໍ່ມີໄຫວພິບ, ບໍ່ແທດຕົວຈິງ. ຕາມທັດສະນະຂອງປະທານ ໂຮ່ຈິມິນ ນັ້ນ ເພິ່ນໄດ້ຖືວ່າປະຊາຊົນແມ່ນຄູສອນ, ຜູ້ໃດກໍຕາມຖ້າຢາກເວົ້າເກັ່ງ, ເວົ້າດີ, ເວົ້າຖືກຫຼຸປະຊາຊົນ ຕ້ອງໄດ້ລົງໄປຊອກຮູ້ ຮຳຮຽນນຳປະຊາຊົນໃນຊີວິດຕົວຈິງ.

ຕ້ອງມີການກະກຽມເນື້ອໃນເພື່ອເວົ້າ. ບົດຮຽນຕົວຈິງໄດ້ສອນວ່າ: “ຖ້າບໍ່ຮູ້ຈະແຈ້ງ, ບໍ່ເຂົ້າໃຈແຈ້ງຢ່າ ຝ່າວເວົ້າ ແລະ ຢ່າຝ່າວຂຽນ”. “ຖ້າຫາກບໍ່ມີແນວຢາກເວົ້າ, ແນວຢາກຂຽນກໍບໍ່ຄວນເວົ້າ ແລະ ບໍ່ຄວນຂຽນ”.

2) ການກະກຽມບົດ

ນັກໂຄສະນາ ຢາກເຮັດໃຫ້ການໂຄສະນາໄດ້ຮັບຜົນສຳເລັດເປັນຢ່າງດີ ຕ້ອງມີການກະກຽມຢ່າງຮອບຄອບ, ແຕ່ອັນສຳຄັນ ແລະ ຕັດສິນກວ່າໝູ່ແມ່ນເນື້ອໃນບົດ ເພື່ອໄປເວົ້າຕ້ອງກະກຽມໃຫ້ດີ.

ການກະກຽມບົດອາດມີຫຼາຍຮູບແບບ, ແຕ່ສັງລວມແລ້ວແມ່ນມີ 3 ວິທີ ຄື:

(1) ການກະກຽມບົດແບບຫຍໍ້:

- ຂຽນຊື່ບົດທີ່ຈະເວົ້າ;
- ຂຽນບັນຫາໃຫຍ່ທີ່ຈະເວົ້າ;
- ຂຽນເປັນຂໍ້ ຫຼື ຫຍໍ້ໜ້ານ້ອຍຂອງແຕ່ລະບັນຫາໃຫຍ່;
- ຂຽນເນື້ອໃນແຕ່ລະບັນຫາໂດຍຫຍໍ້ທີ່ສຸດ.

(2) ການກະກຽມບົດລະອຽດ:

ບໍ່ພຽງແຕ່ຂຽນເນື້ອໃນຈິດໃຈໃຫຍ່ເທົ່ານັ້ນ, ຍັງຕ້ອງຂຽນລະອຽດຄື:

- ຂຽນຊື່ບົດທີ່ຈະເວົ້າ;
- ເປີດກວ້າງເນື້ອໃນຈິດໃຈແຕ່ລະບັນຫາທີ່ຕ້ອງການເວົ້າ;
- ຕົວເລກຂໍ້ມູນທີ່ສຳຄັນ, ວັນ, ເດືອນ, ປີຂອງເຫດການ ແລະ ອື່ນໆ;
- ບັນດາສົມມຸດ ຫຼື ຕົວຢ່າງ.

(3) ການກະກຽມບົດທີ່ຄົບຖ້ວນສົມບູນ:

ເປັນບົດຂຽນສໍາລັບອ່ານຕາງການອະທິບາຍໄດ້ໂລດ, ຄົບຖ້ວນທັງເນື້ອໃນ, ທັງຄໍາເວົ້າ, ທັງປະໂຫຍກ ແລະ ສັບສໍານວນຕ່າງໆ²

3) ການກໍານົດໂຄງຮ່າງຂອງເອກະສານ

+ ເປີດຫົວເລື່ອງ ຫຼື ອາລຳພະບົດ

ເປີດຫົວເລື່ອງ ຫຼື ອະລຳພະບົດ: ຕ້ອງສັ້ນເນັ້ນແຕ່ອັນຈໍາເປັນເທົ່ານັ້ນຄືບອກໃຫ້ຜູ້ອ່ານ, ຜູ້ຟັງຮູ້ວ່າຈຸດປະສົງ ລະດັບຄາດ ໝາຍຂອງບົດນີ້ແມ່ນຫຍັງ, ເນື້ອໃນຕົ້ນຕໍທີ່ຈະສະເໜີມີຫຍັງແດ່, ອ່ານແລ້ວ, ຟັງແລ້ວຈະເປັນ ປະໂຫຍດຄືແນວໃດ.

+ ເນື້ອໃນຂອງບົດ:

- ອັນຕົ້ນຕໍທີ່ສະເໜີມີຫຍັງ(ມີຈັກບັນຫາ) ແລະ ຕ້ອງຮັບໃຊ້ຈຸດປະສົງເປົ້າໝາຍທີ່ຕັ້ງໄວ້;
- ຄໍານຶງເຖິງຄວາມກ່ຽວພັນກັນຂອງບັນຫາຕ່າງໆ, ຈະສະເໜີອັນໃດກ່ອນ, ອັນໃດລຸນ, ອັນໃດຕໍ່ໄປຫຼືເວົ້າ ຢ່າງໜຶ່ງແມ່ນຄໍານຶງເຖິງໂລຊິກຂອງບັນຫາເພື່ອໃຫ້ເຂົ້າໃຈໄດ້ງ່າຍ, ຮູ້ກົກ, ຮູ້ປາຍແລະຮັບປະກັນຄວາມ ກົມກຽວຂອງເນື້ອໃນ;
- ວິໄຈ, ໄຈ້ແຍກ, ຍື່ນຍັນ, ເນັ້ນໜັກ, ຊີ້ແຈງ, ອ້າງອີງ, ຍົກຕົວຢ່າງ, ສົມທຽບເພື່ອໃຫ້ໜັກແໜ້ນ, ດຶງດູດ ໄດ້ຄວາມສົນໃຈ, ເພື່ອໃຫ້ເຂົ້າໃຈເລິກ, ຈົດຈໍ່ໄດ້.. ເນື້ອໃນມີຊີວິດຊີວາບໍ່ແທ້ງກະແດ້ງ.

+ ສະຫຼຸບ:

ພາກສະຫຼຸບ ແມ່ນພາກສັງລວມຫຍໍ້ເນື້ອໃນຂອງເອກະສານ, ດັ່ງນັ້ນ.ຕ້ອງແນະນຳໜ້າທີ່ໃນການຈັດຕັ້ງ ປະຕິບັດໂດຍອີງໃສ່ແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກເປັນທິດ. ຈະເຮັດຫຍັງ? 1, 2, 3.....ການແນະນຳ ແມ່ນ ແນະນຳລະອຽດໃນແຕ່ລະພາກສ່ວນ, ຂົງເຂດ, ທ້ອງຖິ່ນຕາມແນວທາງຂອງພັກ, ຂໍ້ມູນທາງການທີ່ໄດ້ຮັບຮອງ ເອົາແລ້ວ.

2.3. ຊອກຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ເກັບກຳຂໍ້ມູນເອກະສານຕ່າງໆ ແລະ ຂຽນ

- **ຊອກຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ເກັບກຳຂໍ້ມູນເອກະສານຕ່າງໆ**
 - + ເພື່ອເຮັດໃຫ້ເນື້ອໃນເອກະສານມີຄວາມອຸດົມສົມບູນ, ເລິກເຊິ່ງ, ຕົວຈິງ, ມີວິທະຍາຕ້ອງໄດ້ຊອກຄົ້ນຫາຂໍ້ມູນ ອັນເປັນພື້ນຖານເພື່ອເປັນບ່ອນອີງສໍາລັບການຂຽນເອກະສານ.
 - + ຊອກຂໍ້ມູນຕົວເລກສະຖິຕິ, ຕົວຢ່າງທີ່ເໝາະສົມເພື່ອມາຍັ້ງຢືນ. ສະນັ້ນ, ຕ້ອງອ່ານ, ເບິ່ງ, ຕ້ອງຮູ້ບັນທຶກ, ຮູ້ ຝົຈາລະນາ ແລະ ເລືອກເຟັ້ນ.
- **ຂຽນ**

²ຄັດຈາກເອກະສານອົບຮົມຄວາມຮູ້ພື້ນຖານທິດສະດີ, ແນວທາງ ແລະ ວຽກງານໂຄສະນາອົບຮົມ ຂອງຄະນະໂຄສະນາອົບຮົມສູນກາງພັກ, 2018, ໜ້າ 212-213

ພາຍຫຼັງທີ່ໄດ້ກະກຽມແລ້ວກໍລົງມືຂຽນ, ແຕ່ການຂຽນນັ້ນຕ້ອງໃຫ້ເປັນລະບົບຕາມໂຄງສ້າງທີ່ໄດ້ກຽມໄວ້ແລ້ວ:

- + ຂຽນບັນຫາທີ່ເຂົ້າໃຈງ່າຍໄປຫາຍາກ;
- + ຂຽນແຕ່ໃກ້ຫາໄກ;
- + ປຽບທຽບທິດສະດີ ແລະ ພຶດຕິກ, ຍົກເອົາສຸພາສິດ ຫຼື ຄຳເວົ້າຫຼິ້ນມາໃສ່;
- + ຂຽນໃຫ້ຖືກຕາມແນວທາງນະໂຍບາຍຂອງພັກທີ່ມີເອກະສານຖືກຮັບຮອງເອົາເປັນທາງການແລ້ວ;
- + ໃຊ້ພາສາສັບທີ່ຈະແຈ້ງ ແລະ ເຂົ້າໃຈງ່າຍ;
- + ຂຽນເກາະກ່າຍກັນແຕ່ລະບັນຫາ;
- + ຂຽນໃຫ້ເໝາະກັບລະດັບເປົ້າໝາຍ.
- **ສິ່ງຈຳເປັນສຳລັບຜູ້ຂຽນ:**
 - + ຕ້ອງມີລະດັບຄວາມຮູ້ທາງດ້ານທິດສະດີການເມືອງ, ກົດໝາຍ ແລະ ຄວາມຮູ້ທາງດ້ານວິທະຍາໃນລະດັບທີ່ແນ່ນອນ;
 - + ມີຄວາມຮູ້ຄວາມເຂົ້າໃຈຕໍ່ແນວທາງຂອງພັກ-ລັດຢ່າງເລິກເຊິ່ງສົມຄວນ.
 - + ຮູ້ ແລະ ເຂົ້າໃຈດີກ່ຽວກັບສະພາບຄວາມເປັນຈິງຂອງປະເທດຊາດ;
 - + ຮູ້ປຽບທຽບ, ຖອດຖອນບົດຮຽນລະຫວ່າງທິດສະດີ ແລະ ພຶດຕິກຳຕົວຈິງ.
 - + ມີຄວາມສາມາດ, ມີພອນສະຫວັນໃນການຂຽນເອກະສານ.
 - + ມີຄວາມມັກ, ຄວາມອິດທິນ ແລະ ມີຄວາມຮັບຜິດຊອບສູງຕໍ່ການຂຽນເອກະສານ.

2.4. ສ້າງຄວາມສົນໃຈແກ່ຜູ້ຝັງແຕ່ຫົວທີ

ລະຫວ່າງຜູ້ເວົ້າ ແລະ ຜູ້ຝັງ, ໂດຍສະເພາະຄັ້ງທຳອິດ ເວລາໃດກໍມີຮົ່ວກັນທາງຈິດຕະສາດ. ຍ້ອນແນວນັ້ນ, ການສ້າງຄວາມສົນໃຈຄັ້ງທຳອິດມີຄວາມສຳຄັນຫຼາຍ. ການສ້າງຄວາມສົນໃຈຂຶ້ນກັບບຸກຄົນ ແລະ ສະແດງອອກຕັ້ງແຕ່ຄັ້ງທຳອິດທີ່ຜູ້ເວົ້າກ່າວຂາຂຶ້ນເວທີໂຄສະນາ. ການສ້າງຄວາມສົນໃຈເຮັດໃຫ້ຜູ້ຝັງມີຄວາມຫຼົງໄຫຼ, ຈິດຈໍ່, ສ້າງຄວາມເຊື່ອໝັ້ນໃນບັນຫາທີ່ກຳລັງ ໂຄສະນາ. ຊື່ສຽງ, ຄຸນທາດຈັນຍາບັນ, ລະດັບການສຶກສາ, ຕຳແໜ່ງ, ນາມມະຍົດ ຂອງຜູ້ເວົ້າ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຝັງໃຫ້ຄວາມສົນໃຈ, ລໍຖ້າຮັບຝັງການໂຄສະນາ. ຮູບຊົງພາຍນອກ, ບຸກຄະລິກ, ທ່າທາງ, ການໃຊ້ສຳນວນຄຳເວົ້າ ແຕ່ຫົວທີມີຄວາມສຳຄັນສຳລັບການສ້າງຄວາມສົນໃຈໃຫ້ແກ່ຜູ້ຝັງ. ຖ້າຫາກເຮັດຫົວຫຍຸ້ງຫົວຫຍອງ, ຈັດລຽງເອກະສານບໍ່ເປັນລະບຽບ, ການເວົ້າກະຕຸກກະຕັກ ຈະເຮັດໃຫ້ຜູ້ຝັງ ອິດອັດໃນການຝັງ. ກົງກັນຂ້າມ, ຖ້າຫາກມີຮອຍຍິ້ມຫວານ, ມີຄຳທັກທາຍອ່ອນນ້ອມ, ໃຊ້ສຳນວນ ຄຳເວົ້າທີ່ຖອມຕົວ, ຕະຫຼົກຊວນຫົວ, ສະເໜີກຳນົດເວລາໃນການເວົ້າຢ່າງຈະແຈ້ງ, ມີຄວາມເປັນ ກັນເອງ ... ຜູ້ຝັງຈະໃຫ້ຄວາມສົນໃຈຕໍ່ກັບຜູ້ເວົ້າແຕ່ຫົວທີ.

2.5. ສ້າງຄວາມສົນໃຈໃນເວລາເວົ້າ

ສິລະປະໃນການໂຄສະນາປາກເປົ້າ ແມ່ນການສ້າງຄວາມສົນໃຈ, ສ້າງຄວາມປະທັບໃຈ ດ້ວຍສຳນຽງ, ທ່າທີ, ການໃຊ້ພາສາ. ສຳນຽງເວົ້າຕ້ອງຈະແຈ້ງ, ມີຊີວິດຊີວາ, ຫຼີກລ່ຽງຈັງຫວະເວົ້າແບບສະໝໍ່າສະເໝີ, ນ້ຳໜັກການເວົ້າຕ້ອງປ່ຽນແປງໄປຕາມເນື້ອໃນ, ຕ້ອງເນັ້ນໜັກໃສ່ຈຸດສຳຄັນ.

ໃນປະໂຫຍກໜຶ່ງຕ້ອງມີຄຳສັບ, ກຸ່ມຄຳສັບເນັ້ນໜັກ, ນ້ຳສຽງຈະສົ່ງຜົນຕໍ່ຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ຝັງ, ທ່າທາງ ແລະ ນ້ຳສຽງຕ້ອງແທດເໝາະກັບເນື້ອໃນ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ການໂຄສະນາມີປະສິດທິຜົນ, ບຸກຄະລິກກະພາບແມ່ນມີ ຄວາມສຳຄັນຫຼາຍ, ສີໜ້າຂອງຜູ້ເວົ້າຕ້ອງປ່ຽນແປງໄປຕາມ ການຫັນປ່ຽນຂອງເນື້ອໃນ, ຜູ້ເວົ້າຕ້ອງຍົກເອົາຂໍ້ມູນຕົວ ເລກ, ເຫດການເພື່ອປະກອບເຂົ້າກັບເນື້ອໃນ, ຕັ້ງຄຳຖາມເພື່ອເພີ່ມຄວາມສົນໃຈຈາກຜູ້ຝັງ.

ຜູ້ເວົ້າກໍຕ້ອງເສີມຂະຫຍາຍບົດບາດໃນການສົ່ງຂໍ້ມູນຂ່າວສານ, ຄວາມຮູ້ສຶກຂອງພາສາດ້ວຍ ການນຳໃຊ້ສຳ ນວນພາສາທີ່ຊັດເຈນ, ຖືກຕ້ອງຕາມສຳນວນພາສາຂອງນິຕິກຳ, ສຳນວນພາສາຂອງຂະແໜງການ ແລະ ສຳນວນ ພາສາຂອງປະຊາຊົນທົ່ວໄປ.

ການສະແດງເຈດຈຳນົງຢ່າງສົມເຫດສົມຜົນ, ຊັດເຈນໂດຍຜ່ານຮູບພາບ, ບົດກອນ, ບົດກະວີ, ບົດ ຂັບລຳ ໃນການໂຄສະນາກົດໝາຍກໍເປັນການເພີ່ມຄວາມສົນໃຈ ແລະ ສາມາດປຸກລະດົມໃຫ້ຄົນເອົາໃຈໃສ່ໃນ ການຮັບຝັງໄດ້.

2.6. ຮັບປະກັນຫຼັກການວິຊາຄູໃນການໂຄສະນາ

ຜູ້ເວົ້າຕ້ອງເຄົາລົບຫຼັກວິຊາຄູ. ຈາກໂຄງຮ່າງບົດເວົ້າ, ຂະຫຍາຍຄວາມອອກມາເປັນ ວັກເປັນຕອນ, ເຊື່ອມຕໍ່ ເຂົ້າກັນລະຫວ່າງຫຼາຍໆວັກຕອນ ຈົນເຖິງການເວົ້າ ກໍຕ້ອງຈະແຈ້ງ, ຕໍ່ເນື່ອງ, ມີໂລຊິກ, ຕ້ອງເລີ່ມຈາກສິ່ງທີ່ງ່າຍຫາ ຍາກ, ຈາກໃກ້ຫາໄກ (ວິທີການຄົ້ນຄິດອະທິບາຍ) ຫຼື ຈາກໄກຫາໃກ້ (ວິທີການວັດລະດັບ) ແລະ ຂຶ້ນກັບແຕ່ລະ ບັນຫາທີ່ໃຊ້ທິດສະດີເຍືອງທາງໃຫ້ຝຶດຕິກຳ ຫຼື ຈາກຝຶດຕິກຳລົງເລິກເຂົ້າທິດສະດີ. ເຖິງວ່າອະທິບາຍກວ້າງ ຫຼື ແຄບ ເວລາໃດກໍລ້ວນແຕ່ຕ້ອງແນໃສ່ຈຸດສຸມຂອງບັນຫາ.

2.7. ນຳໃຊ້ວິທີການປຸກລະດົມໃນການໂຄສະນາ

ມີ 3 ວິທີການໂຄສະນາຄື ປຸກລະດົມ, ຍົກຕົວຢ່າງ ແລະ ຊວນເຊື່ອ. ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍຕົ້ນຕໍ ແມ່ນນຳໃຊ້ວິທີການປຸກລະດົມເຊິ່ງມີອົງປະກອບ 3 ພາກສ່ວນຄື ຝິສຸດ, ອະທິບາຍ ແລະ ວິເຄາະ.

- **ຝິສຸດ:** ແມ່ນວິທີການປຸກລະດົມຕົ້ນຕໍອີງໃສ່ຫຼັກຖານຕົວຈິງເພື່ອຊີ້ແຈງ ແລະ ຍັ້ງຢືນ ຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງ ບັນຫາ. ຫຼັກຖານທີ່ຍົກຂຶ້ນລວມມີຂໍ້ມູນຕົວເລກ, ເຫດການ, ປະກົດການ, ພະຍານ, ຄຳເວົ້າ, ບົດນິພົນ. ຫຼັກຖານ ໝູ່ນີ້ຕ້ອງຊັດເຈນ, ໂດດເດັ່ນ, ຮອບດ້ານ ແລະ ໃກ້ຄຽງກັບບັນຫາທີ່ຕ້ອງຝິສຸດ. ເຮັດໄດ້ຄືແນວນັ້ນຈຶ່ງສາມາດ ປຸກລະດົມໄດ້.

- **ອະທິບາຍ:** ແມ່ນການໃຊ້ທິດສະດີເພື່ອອະທິບາຍຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ຝັງເຂົ້າໃຈຈະແຈ້ງ ແລະ ເຂົ້າໃຈບັນຫາຢ່າງ ຖືກຕ້ອງ. ທິດສະດີທີ່ໃຊ້ໃນເວລາອະທິບາຍຕ້ອງຮັດກຸ່ມ, ຊັດເຈນ, ຕໍ່ເນື່ອງ, ເປັນວັກເປັນຕອນ, ບໍ່ຜິດເຂວ.

- **ວິເຄາະ:** ແມ່ນການໄຈ້ແຍກບັນຫາແນໃສ່ຊອກຫາຈຸດຜິເສດ, ທາດແທ້, ຈຸດແຂງ, ຈຸດອ່ອນ, ຈຸດດີ, ຈຸດບໍ່ ດີ, ແທດເໝາະ, ບໍ່ແທດເໝາະ... ຂອງບັນຫາ. ການວິເຄາະແລ້ວຕ້ອງບິນຜື່ນຖານວິທະຍາສາດ, ບໍ່ຍົກສູງດ້ານນີ້, ຂຶ້ນດ້ານນັ້ນ, ບໍ່ແຕງເລື່ອງຂຶ້ນເອງ. ພາຍຫຼັງທີ່ວິເຄາະແລ້ວຕ້ອງສະຫຼຸບ, ປະເມີນ, ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຝັງມີຈິນຕະນາການໃນ ທາງທີ່ຖືກຕ້ອງ, ບໍ່ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຝັງມີຄວາມສົງໄສ, ລັ່ງເລ, ບໍ່ຮູ້ຈະເກັບກຳເອົາແນວໃດ, ບັນຫາໃດ ແລະ ຈຸດໃດ³.

3. ສິ່ງທີ່ຄວນເອົາໃຈໃສ່

3.1. ການນຸ່ງຖື

³ປຶ້ມຄູ່ມືແນະນຳດ້ານວິຊາການ ການເຜີຍແຜ່, ສຶກສາອົບຮົມກົດໝາຍ, 2020 (ແປຈາກເອກະສານຂອງຫວຽດນາມ)

ການນຸ່ງຖືຕ້ອງເປັນລະບຽບຮຽບຮ້ອຍ, ສະອາດຈົບງາມ, ກະທັດຮັດ, ສອດຄ່ອງກັບແຕ່ລະເປົ້າໝາຍ ເພາະວ່າການນຸ່ງຖືສຸພາບຮຽບຮ້ອຍ ແລະ ຈົບງາມນັ້ນ ສະແດງໃຫ້ເຫັນຄວາມເຄົາລົບນັບຖືຕໍ່ເປົ້າໝາຍ; ການນຸ່ງຖື ຕ້ອງສອດຄ່ອງກັບສະພາວະຄວາມເປັນຈິງຂອງເນື້ອໃນບົດ, ສະຖານທີ່ ແລະ ເປົ້າໝາຍທີ່ມາຝັງ.

3.2. ການປະຕິບັດເວລາ

ນັບທັງເວລາເລີ່ມຕົ້ນ ແລະ ເວລາສໍາເລັດການບັນຍາຍ ຕ້ອງປະຕິບັດເວລາຢ່າງເຄັ່ງຄັດ, ຕ້ອງໄປເຖິງທີ່ ປະຊຸມກ່ອນ 5 ຫຼື 10 ນາທີ ເພື່ອມີໂອກາດໂອ້ລົມກັບຄະນະຮັບຜິດຊອບ ຫຼື ຜູ້ຝັງເພື່ອທໍາຄວາມລື່ງເຄີຍກັບສະພາບ ແວດລ້ອມ, ບັນຍາກາດທີ່ນັ້ນ. ເວລາການສິ້ນສຸດການບັນຍາຍ ຄວນເລີກກ່ອນໂມງ 5 ຫຼື 10 ນາທີ.

3.3. ການເປັນແບບຢ່າງ

ການເປັນແບບຢ່າງແມ່ນເປັນບັນຫາສໍາຄັນ, ການເວົ້າຈາປາໄສຕະຫຼອດຮອດກິລິຍາມາລະຍາດກໍຕ້ອງ ສະຫງ່າງົມງົດຄົມ, ຮູ້ຕໍາຮູ້ສູງ, ເຄົາລົບນັບຖືຜູ້ອາວຸໂສ, ຮັກແພງເດັກນ້ອຍ, ໃຫ້ກຽດເພດກົງກັນຂ້າມ ແລະ ສາມັກຄີຮັກແພງກັບພໍ່ແມ່ປະຊາຊົນບັນດາເຜົ່າ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຄົນເຄົາລົບນັບຖື ແລະ ເຊື່ອຝັງ. ນັກໂຄສະນາ- ປາຖະກະຖາຕ້ອງເປັນແບບຢ່າງທີ່ດີໃຫ້ແກ່ມະຫາຊົນ, ຕ້ອງມີບົດບາດໃນສັງຄົມ, ໄດ້ຮັບຄວາມເຊື່ອຖືຮັກແພງຈາກ ປະຊາຊົນ.

3.4. ສິລະປະໃນການເວົ້າ

ເວລາເລີ່ມຕົ້ນການບັນຍາຍ ນັກໂຄສະນາຕ້ອງດໍາເນີນໄປດ້ວຍຄວາມທຸ່ນທ່ຽງ, ບໍ່ຄວນເຂົ້າບັນຫາດ້ວຍທໍາ ທີ່ກະວົນກະວາຍ, ຝ່າວຝັງ, ຕ້ອງວາງທໍາທີ່ໃຫ້ສະຫງ່າຜ່າເຜີຍ, ເຂົ້ານັ້ງຕັ້ງ ແລະ ວາງເອກະສານເທິງໜ້າໂຕະ, ກວາດ ສາຍຕາຫຼຽວເບິ່ງທຸກດ້ານ ແຕ່ແຖວໜ້າຈົນຮອດແຖວທ້າຍ ເພື່ອຄວບຄຸມ ແລະ ດຶງດູດ, ເຕົ້າໂຮມແນວຄິດຂອງຜູ້ຝັງ ໃຫ້ຕິດຕາມ, ລໍຄອຍຝັງຄໍາເວົ້າທໍາອິດຂອງນັກໂຄສະນາ. ຄໍາເວົ້າທໍາອິດນີ້ເປັນວິນາທີທີ່ສໍາຄັນທີ່ສຸດ, ຄໍາເວົ້າຕ້ອງຊັດ ເຈນ, ຖືກຕ້ອງ, ຈະແຈ້ງ, ສໍານຽງ, ສຽງເວົ້າຕ້ອງຖືກຫຼັກໄວຍະກອນເພາະວ່າເປັນຄໍາເວົ້າທີ່ສ້າງຄວາມຮູ້ສຶກເບື້ອງຕົ້ນ ຕໍ່ຜູ້ຝັງ. ຖ້າຫາກສ້າງຄວາມຮູ້ສຶກທໍາອິດໄດ້ດີ ຈະຊ່ວຍດຶງດູດເຕົ້າໂຮມແນວຄິດຂອງຜູ້ຝັງ ໃຫ້ຕິດຕາມຝັງຄໍາເວົ້າ ຂອງຕົນ ແລະ ເປັນການສ້າງບັນຍາກາດອັນດີໃຫ້ແກ່ການໂຄສະນາ.

3.5. ການເຄື່ອນໄຫວ

ຜູ້ບັນຍາຍຕ້ອງຢູ່ບ່ອນທີ່ສູງກວ່າ ເພື່ອແນມເຫັນຜູ້ຝັງທຸກໆຄົນ, ເຮັດໃຫ້ເຂົາເຈົ້າແນມເຫັນທໍາທີ່ຂອງຜູ້ເວົ້າ ແລະ ຜູ້ເວົ້າກໍສາມາດຕິດຕາມທໍາທີ່ຂອງຜູ້ຝັງ ໃນຕະຫຼອດໄລຍະຂອງການບັນຍາຍ. ໃນກໍລະນີຜູ້ຝັງບໍ່ຫຼາຍ, ຢູ່ໃນ ຫ້ອງປະຊຸມນ້ອຍກໍບໍ່ຈໍາເປັນຈະຢູ່ບ່ອນສູງ, ອາດຈະມີບ່ອນຫວ່າງ ເພື່ອຢ່າງໄປຢ່າງມາໜ້ອຍໜຶ່ງ, ແຕ່ກໍບໍ່ຄວນຢ່າງ ໄປຢ່າງມາຫຼາຍໂພດ. ເຮັດແນວນັ້ນແມ່ນຈະສ້າງບັນຍາກາດສະໜິດສະໜີມກັບຜູ້ຝັງຢ່າງເປັນກັນເອງ.

+ ບ່ອນຢູ່ຂອງນັກປາຖະກະຖາຕ້ອງມີແສງສະຫວ່າງພຽງພໍເພື່ອໃຫ້ຜູ້ຝັງເຫັນຜູ້ເວົ້າຢ່າງຈະແຈ້ງ, ສາມາດ ແນມເຫັນທໍາທີ່ ແລະ ທຸກການປະພຶດຂອງຜູ້ປາຖະກະຖາ;

+ ຕ້ອງເວົ້າຜ່ານເຄື່ອງຂະຫຍາຍສຽງເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜູ້ຝັງຝັງສຽງຜູ້ເວົ້າໄດ້ດີ. ການຖືໄມໂກຣໂຟນຕ້ອງໃຫ້ຫ່າງ ຈາກຮິມຝີປາກປະມານ2-3ນິ້ວມື, ໃນເວລາຫຼຽວຊ້າຍ, ຫຼຽວຂວາກໍຕ້ອງຮັກສາໃຫ້ໄມຢູ່ຊິ້ປາກສະໜີ ເພື່ອຮັກສາ ລະດັບສຽງບໍ່ໃຫ້ຂາດວັກຂາດຕອນ. ການເວົ້າໃສ່ເຄື່ອງຂະຫຍາຍສຽງກໍບໍ່ຄວນເວົ້າແຮງ ຫຼື ຄ່ອຍເກີນໄປ, ຄວນ

ຮັກສາໃຫ້ຢູ່ໃນລະດັບປານກາງ, ຂຶ້ນສຽງລົງສຽງຕາມເນື້ອໃນຂອງເອກະສານທີ່ບັນຍາຍ ເພື່ອເຮັດໃຫ້ຜູ້ຟັງໄດ້ຮັບຝັງເນື້ອໃນຢ່າງຄົບຖ້ວນ, ສົມບູນ ແລະ ຕໍ່ເນື່ອງ.

3.6. ລັກສະນະທຳທີ່ຖືກຕ້ອງ

ໃນຂະບວນວິວັດຂອງການໂຄສະນາ-ປາຖະກະຖາ ໂດຍລວມແລ້ວນັກປາຖະກະຖາ ຕ້ອງວາງທຳທີ່ ແລະ ມີການປະຜິດຕົວໃຫ້ເໝາະສົມກັບເນື້ອໃນຂອງເອກະສານທີ່ນຳສະເໜີ, ຕ້ອງສະແດງຄວາມຈິງໃຈ ແລະ ສະແດງອາລົມຈິດໃຫ້ຖືກຕ້ອງຕາມເນື້ອໃນຂອງບົດ, ໝາຍຄວາມວ່າຕ້ອງມີເວລາມ່ວນຊື່ນເບີກບານ, ມີເວລາໂສກເສົ້າ, ມີທຳທີ່ຂົມຂຶ້ນ, ຄຽດແຄ້ນ, ມີເວລາຝັດຝື້ນ, ສິ່ງສຳຄັນບໍ່ຄວນຮັກສາທຳທີ່ເດີມຕະຫຼອດເວລາ, ເວົ້າແບບຊື່ໆ, ແບບເສີຍໆບໍ່ກະຕຸ້ນໄປຕາມເນື້ອໃນຂອງບົດ. ນັກປາຖະກະຖາກໍແມ່ນນັກສະແດງເທິງເວທີ, ສະນັ້ນ ຈິ່ງຈຳ ເປັນຕ້ອງວາງທຳທີ່ໃຫ້ຖືກກັບເນື້ອໃນຂອງບົດປາຖະກະຖາ ເພື່ອກະຕຸ້ນໃສ່ຄວາມຮັບຮູ້, ອາລົມຈິດ ແລະ ແນວຄິດຂອງຜູ້ຟັງ, ທຸກອາລົມທີ່ສະແດງອອກຕ້ອງໃຫ້ເໝາະສົມກັບລະດັບຂອງບົດ.

3.7. ຝຶກແອບເວົ້າໃຫ້ລ່ຽມໄຫຼ

ຢາກເປັນນັກໂຄສະນາປາຖະກະຖາທີ່ມີຄວາມຮູ້ຄວາມສາມາດ, ມີຜົນສຳເລັດສູງ, ນອກຈາກການກະກຽມເນື້ອໃນໂຄງຮ່າງເອກະສານລະອຽດແລ້ວ, ນັກປາຖະກະຖາຍັງຈະຕ້ອງມີເວລາຝຶກແອບເວົ້າໂດຍສະເພາະແມ່ນຜູ້ທີ່ບໍ່ທັນຊົນເຄີຍກັບວຽກນີ້ແມ່ນມີຄວາມຈຳເປັນທີ່ສຸດ, ການຝຶກແອບເວົ້າແມ່ນວິທີ“ຮຽນເວົ້າທີ່ດີ”, ກ່ອນຈະເວົ້ານຳມວນຊົນຕ້ອງມີການຝຶກຕົນເອງເພື່ອຊ່ວຍໃຫ້ຕົນເອງມີຄວາມໝັ້ນໃຈໃນການປາຖະກະຖາ, ກຳເວົ້າຢູ່ຕໍ່ໜ້າມວນຊົນ. ການຝຶກແອບຕົນເອງຕ້ອງດຳເນີນດັ່ງນີ້: ເທື່ອທີໜຶ່ງ ອາດຈະສຳນຶກຕາມໂຄງຮ່າງທີ່ໄດ້ກະກຽມເປັນບົດ. ເທື່ອທີ່ສອງ ເວົ້າດັ່ງຜູ້ດຽວຢູ່ໃນຫ້ອງ, ດີແທ້ຕ້ອງຍືນຢູ່ຕໍ່ໜ້າແວ່ນໃຫຍ່ແລ້ວຫັດເວົ້າ, ຫຼັງວາດຊົງແລະອື່ນໆ, ຈາກນັ້ນຈິ່ງຖອດຖອນບົດຮຽນດ້ວຍຕົນເອງກ່ຽວກັບສຳນຽງສຽງເວົ້າ, ທຳທີ່ກິລິຍາ-ມາລະຍາດ, ເທື່ອທີສາມຮຽນເວົ້າຕໍ່ໜ້າໝູ່ຄູ່ສອງສາມຄົນເພື່ອແລກປ່ຽນຖອດຖອນບົດຮຽນນຳ ກັນນັບທັງເນື້ອໃນແລະວິທີການນຳສະເໜີ. ການກະກຽມລະອຽດເປັນການຮັບປະກັນຜົນສຳເລັດໄດ້ເຄັ່ງໜຶ່ງ, ສ່ວນອີກເຄັ່ງໜຶ່ງແມ່ນຂຶ້ນກັບການນຳສະເໜີຂອງນັກປາຖະກະຖາ.

4. ການຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ເກັບກຳຂໍ້ມູນ

ຢາກກາຍເປັນນັກໂຄສະນາປາຖະກະຖາທີ່ເກັ່ງ ຕ້ອງຄົ້ນຄວ້າ ແລະ ເກັບກຳຂໍ້ມູນໃຫ້ດີເພື່ອມາຍັງຢືນເນື້ອໃນຂອງບົດ, ມາຟິສຸດໃຫ້ມີຊີວິດຊີວາ ແລະ ອຸດົມສົມບູນຕື່ມ, ດຶງດູດ ແລະ ຊວນເຊື່ອເປົ້າໝາຍໂຄສະນາຂອງຕົນໃຫ້ມີຄວາມສົນໃຈ.

ການຊອກຄົ້ນເອກະສານຄວນປະຕິບັດດັ່ງນີ້:

- ຕ້ອງເຮັດເປັນປົກກະຕິທຸກໆມື້, ແຕ່ລະໄລຍະ ເມື່ອໄດ້ຮັບມອບໝາຍໃຫ້ໂຄສະນາກໍຕ້ອງໄດ້ຄົ້ນຄວ້າຊອກອ່ານໜັງສືພິມ, ອ່ານປຶ້ມ, ຂ່າວສານຜ່ານສື່ຕ່າງໆທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຫົວຂໍ້ ຫຼື ບັນຫາທີ່ຈະໂຄສະນາ, ອັນໃດທີ່ເປັນປະໂຫຍດຕ້ອງຈິດກ່າຍໄປຜ່ອມ ເພື່ອເປັນເອກະສານ, ຂໍ້ມູນ, ເປັນຄວາມຮູ້ຮອບຕົວເພື່ອຈະນຳໃຊ້ໃນເວລາຕ້ອງການ ເຊັ່ນ ຄຳເວົ້າອັນໃດມ່ວນ, ອັນໃດມີເນື້ອໃນ ແລະ ມີປະໂຫຍດ ນັບທັງຄຳເວົ້າຂອງຜູ້ນຳ, ບັນດາຂໍ້ມູນຕົວເລກ, ສະຖິຕິ;

- ແຕ່ລະຄົນອາດມີວິທີຈິດກ່າຍຕ່າງກັນຕາມຄວາມຊົນເຄີຍຂອງໃຜມັນ, ແຕ່ວິທີຈິດກ່າຍທີ່ຫຼາຍຄົນມັກນຳໃຊ້ ແມ່ນຈິດກ່າຍໃສ່ເຈ້ຍ ແລ້ວສັບຊ້ອນໄວ້ເປັນແຕ່ລະບັນຫາ ເພື່ອສະດວກໃນການນຳໃຊ້ ແລະ ຕ້ອງເລືອກເຜິ້ນຈິດກ່າຍເອົາບັນຫາທີ່ຈຳເປັນ ແລະ ມີປະໂຫຍດ;

- ຄວນແບ່ງເວລາອ່ານຄືນ, ຖ້າເຫັນບັນຫາໃດໜຶ່ງຄຸນຄ່າແລ້ວກໍໃຫ້ປະຖິ້ມ, ຢາກເຮັດໄດ້ແນວນີ້ຕ້ອງມີຄວາມພະຍາຍາມຫຼາຍທີ່ສຸດ ໃນການຝຶກຝົນໃຫ້ກາຍເປັນຄວາມຊົນເຄີຍ ແລະ ເປັນຄວາມຕ້ອງການອັນຈຳເປັນ ເພາະວ່າຖ້າພວກເຮົາມີຂໍ້ມູນ, ເອກະສານຫຼາຍ, ພຽງພໍ ພ້ອມທັງຂະຫຍັນອ່ານ ຄົ້ນຄວ້າ ຄວາມຮູ້ກໍຈະເປີດກວ້າງ ແລະ ຍົກສູງຂຶ້ນຕື່ມ, ການໂຄສະນາ-ປະຖະກະຖາກໍຈະມີຜົນສຳເລັດສູງ.

4.1. ການກະກຽມອຸປະກອນ ແລະ ພາຫະນະທີ່ຈຳເປັນ

ເຖິງວ່ານັກປາຖະກະຖາໃຊ້ສຳນຽງສຽງເວົ້າ ເປັນເຄື່ອງມືພື້ນຖານໃນການບັນຍາຍ ແຕ່ກໍຕ້ອງກະກຽມເຄື່ອງມືວັດຖຸອຸປະກອນຈຳນວນໜຶ່ງ ເພື່ອເປັນພາຫະນະຊ່ວຍໃຫ້ການນຳສະເໜີມີຄວາມສະດວກງ່າຍຂຶ້ນຕື່ມ ແລະ ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຝັງຮັບເອົາງ່າຍ ເຊັ່ນ ແຜນທີ່, ແຜນວາດສະແດງຜົນງານ, ເສັ້ນສະແດງຕົວເລກປຽບທຽບ, ຮູບພາບ, ໂປສເຕີ, ປຶ້ມ, ວາລະສານ....

ສະຖານທີ່ໂຄສະນາປະຖະກະຖາ ແຕ່ລະບ່ອນຄວນມີເຄື່ອງຂະຫຍາຍສຽງ, ກະດານຂຽນ, ມີເຄື່ອງສາຍສໄລ, ເຄື່ອງສາຍ LCD....

4.2. ກຳເປົ້າໝາຍທີ່ມາຝັງການໂຄສະນາ

ໝາກຜົນຂອງການປະຖະກະຖາ ເຖິງວ່າຂຶ້ນກັບນັກໂຄສະນາເປັນຕົ້ນຕໍ ແຕ່ກໍຍັງຂຶ້ນກັບຄູ່ສົນທະນາເປັນສ່ວນສຳຄັນ ເພາະວ່າຢູ່ໃນສັງຄົມພວກເຮົາມີຫຼາຍຊົນເຜົ່າ, ຫຼາຍຊັ້ນຄົນ, ມີທັງນັກສຶກສາ, ນັກຮຽນຮູ້ບັນຍາຊົນ, ກຳມະກອນ, ກະສິກອນ, ຊາວຄ້າຂາຍ ແລະ ອື່ນໆ. ສະນັ້ນ, ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍໃສ່ແຕ່ລະເປົ້າໝາຍຈຶ່ງຕ້ອງມີການດັດປັບເນື້ອໃນ ໃຫ້ເໝາະສົມກັບລະດັບຄວາມຮູ້ ແລະ ລະດັບການດຳລົງຊີວິດຂອງແຕ່ລະເປົ້າໝາຍ. ເຮັດແນວນັ້ນ, ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍຂອງພວກເຮົາຈຶ່ງຈະມີປະສິດທິຜົນສູງ.

ການກຳເປົ້າໝາຍຄວນເອົາໃຈໃສ່ດັ່ງນີ້:

1) ໂຄງປະກອບເປົ້າໝາຍ

ໂຄງປະກອບເປົ້າໝາຍປາຖະກະຖາ ຕ່າງກັບເປົ້າໝາຍຂອງຮູບການໂຄສະນາອື່ນໆເພາະມັນມີຈຳນວນຄັກແນ່. ເປົ້າໝາຍໃນການໂຄສະນາແມ່ນອຸດົມສົມບູນຫຼາຍ ເຊັ່ນ ພະນັກງານ, ລັດຖະກອນຢູ່ໃນສຳນັກງານໃດໜຶ່ງ, ກຳມະກອນຢູ່ໂຮງຈັກໂຮງງານໃດໜຶ່ງ, ນັກຮຽນ-ນັກສຶກສາຢູ່ສະຖາບັນໃດໜຶ່ງ ແລະ ອື່ນໆ. ຜູ້ມາຝັງຈະມີຫຼາຍຄົນຊຶ່ງແຕກຕ່າງກັນທາງດ້ານຕົ້ນກຳເນີດ, ທີ່ຕັ້ງໃນສັງຄົມ, ອາຍຸກະສຽນ, ລະດັບຄວາມຮູ້ທາງດ້ານວັດທະນະທຳ, ທິດສະດີການເມືອງ, ວິທະຍາສາດ, ເຕັກນິກ, ຄວາມຕ້ອງການ, ຄວາມມຸ່ງມາດປາດຖະໜາ...ແຕ່ໃນເວລາມາຮ່ວມຝັງການນຳສະເໜີ, ການບັນຍາຍ ເຂົາມີຄວາມຕ້ອງການລວມອັນດຽວ ຄື ຢາກຮູ້ຂໍ້ມູນຂ່າວສານທີ່ຈະປາຖະກະຖາໃນເທື່ອນັ້ນ. ຍ້ອນແນວນັ້ນ, ນັກໂຄສະນາຈຳຕ້ອງຊອກຮູ້ເປົ້າໝາຍຂອງຕົນ ເພື່ອມີວິທີເວົ້າໃຫ້ເໝາະສົມກັບລະດັບຂອງຜູ້ຝັງ.

2) ກຳເປົ້າໝາຍໃຫ້ໄດ້ດີ

ເປົ້າໝາຍການໂຄສະນາແມ່ນຫຼາກຫຼາຍຄືດັ່ງທີ່ກ່າວມາຂ້າງເທິງນັ້ນ, ສະນັ້ນ ນັກໂຄສະນາ ກ່ອນຈະດຳເນີນການໂຄສະນາ ຕ້ອງປະສານສົມທົບກັບເຈົ້າພາບຜູ້ຈັດການໂຄສະນາ ເພື່ອແຈ້ງຈຸດປະສົງ, ຫົວຂໍ້, ແຈ້ງຜູ້ທີ່

ມາບັນຍາຍ, ແຈ້ງກຳນົດເວລາຂອງການໂຄສະນາ-ປາຖະກະຖາໃຫ້ເຂົາເຈົ້າຮູ້ກ່ອນ ທັງນີ້ກໍເພື່ອສ້າງເງື່ອນໄຂໃຫ້ເຂົາເຈົ້າສົນໃຈ, ຢາກຊອກຮູ້ບັນຫາດັ່ງກ່າວ ແລະ ຮູ້ຈັດວາງເວລາມາຝັງ, ເວລາມາຝັງເຂົາເຈົ້າກໍຈະຕັ້ງໃຈຝັງຢ່າງຈິດຈໍ່ ແລະ ເກັບກຳເນື້ອໃນທີ່ເປັນບັນຫາສຳຄັນທີ່ນັກໂຄສະນາໄດ້ນຳສະເໜີ, ບັນຍາຍໃຫ້ຝັງ.

3) ແຈ້ງສະຖານທີ່ໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມຮັບຝັງຮູ້

ກ່ຽວກັບສະຖານທີ່ແມ່ນມີຄວາມສຳຄັນໃນການດຶງດູດເປົ້າໝາຍໃຫ້ເຂົ້າຮ່ວມ, ສະຖານທີ່ ຄວນເລືອກບ່ອນສະດວກສະບາຍ, ບໍ່ກວ້າງໂພດ, ບໍ່ແຄບໂພດ, ລະດູຮ້ອນກໍໃຫ້ຮົ່ມເຢັນ, ລະດູໜາວໃຫ້ອົບອຸ່ນ; ໃນຫ້ອງຕ້ອງໃຫ້ມີແສງສະຫວ່າງພຽງພໍ, ມີກະດານໃຫ້ຂົດຂຽນ, ມີເຄື່ອງສາຍ LCD, ຖ້າຈຳນວນຄົນມາຝັງຫຼາຍກໍຕ້ອງໃຊ້ເຄື່ອງຂະຫຍາຍສຽງເພື່ອໃຫ້ຜູ້ຝັງໄດ້ຍິນຢ່າງຈະແຈ້ງທົ່ວເຖິງ, ຈຳນວນຄົນ ແລະ ຂະໜາດຫ້ອງຕ້ອງໃຫ້ສົມສ່ວນກັນ.

4) ການຕັ້ງຄຳຖາມ

ເວລາດຳເນີນການໂຄສະນາ-ປາຖະກະຖາ ຜູ້ບັນຍາຍ ຕ້ອງເສີມຂະຫຍາຍລັກສະນະຕັ້ງໜ້າ ແລະ ເປັນເຈົ້າການໃຫ້ແກ່ຜູ້ຝັງດ້ວຍວິທີຕັ້ງຄຳຖາມ, ການຕັ້ງຄຳຖາມກໍຄວນໃຫ້ຢູ່ໃນຂອບຂອງເນື້ອໃນບົດທີ່ບັນຍາຍ, ອາດຈະເອົາບັນດາເຫດການ ຫຼື ປະກົດການຫຍໍ້ທີ່ມັກເກີດຂຶ້ນໃນຂະບວນການເຄື່ອນໄຫວວຽກງານ, ໃນພື້ນທີ່, ໃນຫ້ອງຖິ້ນຂອງເຂົາເຈົ້າ, ອາດຈະໃຫ້ສອງສາມຄົນຕອບກ່ອນຈັກສອງສາມນາທີ, ເຖິງວ່າຈະມີໜ້ອຍຄົນຕອບກໍຕາມ ໃນເວລາອະທິບາຍກໍຄວນຕັ້ງຄຳຖາມເຈາະຈີ້ມໄປນຳ ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ຝັງໄດ້ຄົ້ນຄິດ ທັງຍັງເປັນການສ້າງບັນຍາກາດໃຫ້ຜູ້ຝັງໄດ້ຕັ້ງອີກຕັ້ງໃຈຝັງ ແລະ ຕົ້ນຕົວຢູ່ສະເໝີ⁴.

🚩 References:

1. ດຳລັດວ່າດ້ວຍການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ນິຕິກຳ ຂອງ ສປປ ລາວ ປີ 2022;
2. ປະມວນເອກະສານຝຶກອົບຮົມທັກສະການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ, ຈັດພິມໂດຍ ສະຖາບັນຍຸຕິທຳແຫ່ງຊາດ, ສປປລາວ, ປີ 2020;
3. ປຶ້ມໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ນິຕິກຳ, ຈັດພິມໂດຍ ກົມໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ, ກະຊວງຍຸຕິທຳ ສປປ ລາວ, ປີ 2020;
4. ກະຊວງສຶກສາທິການ ແລະ ກິລາ, ກົມສ້າງຄູ, ການວິໄຈພາກປະຕິບັດສຳລັບນັກສຶກສາລາວ, ປີ 2002;
5. ເອກະສານອົບຮົມຄວາມຮູ້ພື້ນຖານທິດສະດີ, ແນວທາງ ແລະ ວຽກງານໂຄສະນາອົບຮົມ(ຄະນະໂຄສະນາອົບຮົມສູນກາງພັກ), 2018;
6. ປຶ້ມຄູ່ມືແນະນຳດ້ານວິຊາການ ການເຜີຍແຜ່, ສຶກສາອົບຮົມກົດໝາຍ, 2020 (ແປຈາກເອກະສານຂອງຫວຽດນາມ).

⁴ຄັດຈາກ ເອກະສານອົບຮົມຄວາມຮູ້ພື້ນຖານທິດສະດີ, ແນວທາງ ແລະ ວຽກງານໂຄສະນາອົບຮົມ(ຄະນະໂຄສະນາອົບຮົມສູນກາງພັກ), 2018, ໜ້າ 214-217