

ທັກສະການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ຢູ່ ສປປ ລາວ

Law advertising skills in Lao PDR

Poumy sinlatanathamtheva

Tel: 008562055346584

Email: poumysinlata09@gmail.com

Vientiane Capital, Laos.

Lecture 4

ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍທາງປາກເປົ່າ

Verbal advertising

1. ຄວາມໝາຍ ແລະ ຄວາມສໍາຄັນ ແລະ ຈຸດປະສົງ

1.1. ຄວາມໝາຍ

ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍທາງປາກເປົ່າ ແມ່ນການເວົ້າໂດຍກົງ ຂອງພະນັກງານ ໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍຕໍ່ຜູ້ຝັງ ກ່ຽວກັບເນື້ອໃນ ຫຼື ບັນຫາໃດໜຶ່ງຂອງກົດໝາຍ ແນໃສ່ຍົກສູງ ຄວາມຮູ້, ຄວາມເຂົ້າໃຈ, ຄວາມເຊື່ອໝັ້ນຕໍ່ກົດໝາຍ ແລະ ຊຸກຍູ້ໃຫ້ຜູ້ຝັງ ເຄື່ອນໄຫວຕາມຈຸດປະສົງຂອງກົດໝາຍ.

1.2. ຄວາມສໍາຄັນ

- ໂດຍອີງໃສ່ເງື່ອນໄຂສະພາບຈຸດພິເສດຂອງປະເທດເຮົາໃນປັດຈຸບັນ ເຫັນວ່າການດໍາລົງຊີວິດ ຂອງປະຊາຊົນຍັງຢູ່ກະແຈກກະຈາຍ, ເຂດຊົນນະບົດ ຫຼື ເຂດພູດອຍຍັງມີຈໍານວນບໍ່ໜ້ອຍ, ເຮັດໃຫ້ການຕິດຕໍ່ພົວພັນພົບຄວາມຫຍຸ້ງຍາກ;

- ການຕອບສະໜອງແຫຼ່ງຂໍ້ມູນ ຂ່າວສານດ້ານກົດໝາຍໃຫ້ປະຊາຊົນ ຍັງຈໍາກັດ;

- ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍຜ່ານສື່ມວນຊົນ ຍັງບໍ່ຮັບປະກັນໄດ້ລັກສະນະຄວາມວ່ອງໄວ, ຫຼາຍຮູບ ຫຼາຍສີ ຫຼາຍວິທີການ, ທົ່ວເຖິງ, ເປົ້າໝາຍຮັບຮູ້, ເຂົ້າໃຈ ແລະ ມີສະຕິຕົນຕົວເຄົາລົບປະຕິບັດກົດໝາຍຢ່າງ ເຂັ້ມງວດ;

- ເງື່ອນໄຂຄວາມອາດສາມາດຂອງປະຊາຊົນຈໍານວນໜຶ່ງ ຍັງມີຂອບເຂດຈໍາກັດໃນການເຂົ້າເຖິງສື່ໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍດ້ວຍຕົວເອງ.

ສະນັ້ນ, ພະນັກງານໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍທາງປາກເປົ່າ ແມ່ນຂົວຕໍ່ທີ່ສໍາຄັນໃຫ້ແກ່ລັດໃນການເຮັດໜ້າທີ່ຈັດຕັ້ງຜັນຂະຫຍາຍ ແນວທາງຂອງພັກ, ລັດຖະທໍາມະນູນ, ກົດໝາຍ ແລະ ກົດໝາຍໃຕ້ກົດໝາຍ ໃຫ້ເຂົ້າເຖິງຮາກຖານຢ່າງທົ່ວເຖິງ¹.

ການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍທາງປາກເປົ່າ ຍັງເປັນເຄື່ອງມືທີ່ສໍາຄັນຂອງລັດໃນການສຶກສາອົບຮົມ, ໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍໄດ້ທຸກເປົ້າໝາຍ.

1.3. ຈຸດປະສົງ

¹ ຄະນະໂຄສະນາອົບຮົມສູນກາງພັກ, ປຶ້ມຄູ່ມືວຽກງານໂຄສະນາ, ປີ 2016, ໜ້າ 4

- ເພື່ອເຜີຍແຜ່, ອະທິບາຍ, ຊີ້ແຈ້ງເນື້ອໃນຂອງ ກົດໝາຍ ແລະ ຕອບຂໍ້ຂ້ອງໃຈດ້ານກົດໝາຍໂດຍກົງໃຫ້ແກ່ ເປົ້າໝາຍ ແນໃສ່ສຶກສາອົບຮົມ, ແນະນຳ, ສະໜອງຂໍ້ມູນ ຂ່າວສານ ດ້ານກົດໝາຍ ໃຫ້ຜູ້ຝັງ;

- ເພື່ອເຮັດໃຫ້ເປົ້າໝາຍຮັບຮູ້, ເຂົ້າໃຈ, ມີສະຕິຕົນຕົວເຄົາລົບ ແລະ ປະຕິບັດກົດໝາຍ ຢ່າງເຂັ້ມງວດ.

2. ຄຸນລັກສະນະຂອງພະນັກງານໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍທາງປາກເປົ້າ

ພະນັກງານໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ແມ່ນ ຕົວແທນຂອງພັກ, ຂອງລັດເພື່ອພົວພັນກັບພົນລະເມືອງລາວ ບັນດາເຜົ່າ.

ການເຄື່ອນໄຫວໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ແມ່ນການຖ່າຍທອດຄວາມຮູ້ດ້ານປະເພດຕ່າງໆໃຫ້ແກ່ ພະນັກງານ, ສະມາຊິກພັກ, ທະຫານ, ຕຳຫຼວດ, ນັກທຸລະກິດ, ນັກຮຽນ-ນັກສຶກສາຕະຫຼອດຮອດປະຊາຊົນ ໄດ້ຮັບ ຮູ້ເຂົ້າໃຈຢ່າງກວ້າງຂວາງ, ເລິກເຊິ່ງ, ມີສະຕິເຄົາລົບ ແລະ ປະຕິບັດກົດໝາຍຢ່າງເຂັ້ມງວດ.

ຈຸດປະສົງ ແລະ ເປົ້າໝາຍເວລາດຳເນີນການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍທາງປາກເປົ້າ ເພື່ອໃຫ້ຜູ້ເຂົ້າຮ່ວມ ຕັ້ງໃຈຝັງ ແລະ ຕິດຕາມດ້ວຍຄວາມປະທັບໃຈ, ເຂົ້າໃຈ, ເຊື່ອໝັ້ນຕໍ່ບັນຫາທີ່ເຜີຍແຜ່, ມີການປະພຶດຕາມ ຈຸດປະສົງຂອງກົດໝາຍ ຫຼື ບັນຫາທີ່ເຜີຍແຜ່. ສະນັ້ນ, ພະນັກງານໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍທາງປາກເປົ້າຕ້ອງມີ ຄຸນ ລັກສະນະພື້ນຖານ ດັ່ງນີ້:

1) ມີຄຸນທາດການເມືອງໜັກແໜ້ນ;

2) ມີຄຸນສົມບັດສິນທຳປະຕິວັດ;

3) ເຊື່ອໝັ້ນຕໍ່ການນຳພາຂອງພັກ-ລັດ;

4) ກຳແໜ້ນແນວທາງຂອງພັກ, ເຂົ້າໃຈເນື້ອໃນລັດຖະທຳມະນູນ, ກົດໝາຍ ແລະ ນິຕິກຳໃຕ້ກົດໝາຍຢ່າງ ເລິກເຊິ່ງ;

5) ມີວິທີການພົວພັນທີ່ຖືກຕ້ອງກັບເປົ້າໝາຍດ້ວຍການສ້າງເງື່ອນໄຂທຸກຢ່າງ ເພື່ອພົວພັນສະໜິດແໜ້ນ ກັບ ເປົ້າໝາຍຢ່າງສະເໝີພາບ ແລະ ເຂົ້າໃຈເຊິ່ງກັນ ແລະ ກັນ;

6) ຮູ້ຕັ້ງຄຳຖາມເປີດກວ້າງ, ຮູ້ຕອບຂໍ້ຂ້ອງໃຈຢ່າງແຫຼມຄົມ ແລະ ມີໄຫວພິບ;

7) ອະທິບາຍແກ້ໄຂບັນດາຄຳຄິດເຫັນທີ່ກົງກັນຂ້າມ ຫຼື ຜິດພາດດ້ວຍຄວາມທຸ່ນທ່ຽງ ແລະ ສົມເຫດສົມຜົນ;

8) ເປັນເຈົ້າຕົນເອງໃນການນຳສະເໜີເນື້ອໃນບົດໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ ຕາມທີ່ຕົນໄດ້ກະກຽມຢ່າງລະອຽດ ແລະ ຮອບຄອບ.

3. ທັກສະສ້າງຄວາມເຫັນອີກເຫັນໃຈໃຫ້ຜູ້ຝັງ

ໃນການໂຄສະນາດ້ວຍປາກເປົ້າ, ລະຫວ່າງຜູ້ເວົ້າ ແລະ ຜູ້ຝັງ, ໂຄສະເພາະແມ່ນຄັ້ງທຳອິດຍາມໃດກໍມັກຈະມີອຸ ປະສັກດ້ານຈິດໃຈ. ເພາະສະນັ້ນ, ການສ້າງຄວາມເຫັນອີກເຫັນໃຈໃນເບື້ອງຕົ້ນສຳຄັນທີ່ສຸດ; ຄວາມເຫັນອີກ ເຫັນໃຈ ໃນເບື້ອງຕົ້ນຂຶ້ນກັບບຸກຄະລິກກະພາບ ແລະ ການສະແດງອອກຂອງຜູ້ຝັງໃນເວລາກ້າວຂຶ້ນສູ່ເວທີການ ໂຄສະນາ; ຊື່ສຽງ, ຈັນຍາບັນ, ການສຶກສາ, ຕຳແໜ່ງຂອງຜູ້ເວົ້າເຮັດໃຫ້ຜູ້ຝັງກະຕືລືລົ້ນລໍຖ້າການໂຄສະນາ, ຮູບ ລັກສະນະ, ເຄື່ອງນຸ່ງຫົ່ມ, ການສະແດງອອກທາງຫນ້າ, ທ່າທາງ, ລັກສະນະ, ແລະການສື່ສານເບື້ອງຕົ້ນແມ່ນມີ ຄວາມສຳຄັນໃນ ການສ້າງຄວາມເຫັນອີກເຫັນໃຈໃຫ້ຜູ້ຝັງ, ຊຶ່ງຜົນບໍ່ເປັນລະບຽບ, ສັບສິນໃນການຈັດເອກະສານ,

ຄວາມວຸ່ນວາຍໃນເບື້ອງຕົ້ນເຮັດໃຫ້ຜູ້ຝັງບໍ່ສະບາຍໃຈ; ກົງກັນຂ້າມ, ຍິ້ມແຍ້ມແຈ່ມໃສໃນສະໂມສອນ, ມີການທັກທາຍ, ອວຍພອນ, ມີປະໂຫຍດເລີ່ມຕົ້ນທີ່ອ່ອຍຊ້ອຍ, ຕະຫຼົກເຮຣາ, ປະກາດເວລາເຮັດວຽກຢ່າງຈະແຈ້ງ, ເປັນກັນເອງ ...ຜູ້ເວົ້າລ້ວນແຕ່ສ້າງ ໄດ້ຄວາມເຫັນອີກເຫັນໃຈໃນເບື້ອງຕົ້ນຕໍກັບຜູ້ຝັງ.

4. ທັກສະສ້າງຄວາມດົງດູດ ແລະ ປະທັບໃຈໃນເວລາທີ່ເວົ້າ

ສິລະປະການໂຄສະນາແມ່ນການສ້າງຄວາມດົງດູດ, ສ້າງຄວາມປະທັບໃຈດ້ວຍສໍານຽງການເວົ້າ, ທ່າທາງ, ພາສາ; ສໍານຽງການເວົ້າຕ້ອງໃຫ້ຈະແຈ້ງ, ປະສົມປະສານແຕ່ເປັນແຮງບັນດານໃຈ. ພະຍາຍາມຫຼີກເວັ້ນຄໍາເວົ້າແບບຕົງ ຕົງ, ສໍານຽງການເວົ້າ, ການເບິ່ງສຽງຕ້ອງປ່ຽນແປງຕາມເນື້ອໃນ ແລະ ເນັ້ນໜັກໃສ່ບັນດາຈຸດທີ່ສໍາຄັນ.

ໃນປະໂຫຍກໜຶ່ງຕ້ອງມີຄໍາສັບ, ສໍານວນທີ່ເນັ້ນໜັກໃສ່ທ່າທາງມີຜົນຕໍ່ການກະຕຸ້ນຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ຝັງ, ການເຄື່ອນໄຫວ ແລະ ທ່າທາງຕ້ອງສອດຄ່ອງກັບເນື້ອໃນ ແລະ ສໍານຽງເພື່ອເພີ່ມປະສິດທິພາບການໂຄສະນາຂອງຜູ້ເວົ້າ; ວາດຊົງມີຜົນກະທົບທາງອາລົມເປັນຢ່າງດີ; ໜ້າຕາຂອງຜູ້ເວົ້າຕ້ອງມີການປ່ຽນແປງຕາມການສະແດງອອກຂອງ ເນື້ອໃນ; ຜູ້ເວົ້າຕ້ອງນໍາສະເໜີໃຫ້ເຫັນຂໍ້ມູນ, ເຫດການເພື່ອຢັ້ງຢືນ, ສ້າງຄໍາຖາມເພື່ອເພີ່ມຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ຝັງ.

ຜູ້ເວົ້າຍັງຕ້ອງເສີມຂະຫຍາຍບົດບາດທາງດ້ານຂໍ້ມູນ ແລະ ແຮງບັນດານໃຈຂອງພາສາດ້ວຍການນໍາໃຊ້ຢ່າງຊັດເຈນ, ຖືກຕາມຄໍາສັບເຕັກນິກທາງດ້ານກົດໝາຍ, ຄໍາສັບເຕັກນິກຂະແໜງການ ແລະ ພາສາທ້ອງຖິ່ນທົ່ວໄປ.

ການນໍາໃຊ້ຄວາມໝາຍແລະຮູບພາບຢ່າງສົມເຫດສົມຜົນໃນບັນດາບົດປະຜັນ, ບົດກະວີ, ບົດເພງພື້ນເມືອງ ແລະເພງພື້ນເມືອງໃນເວລາໂຄສະນາກົດໝາຍ ຍັງເພີ່ມຄວາມດົງດູດ ແລະ ຊັກຊວນໃຫ້ຜູ້ຝັງ.

5. ຮັບປະກັນດ້ານຫຼັກການຄູໃນການໂຄສະນາດ້ວຍປາກເປົ່າ

ຜູ້ເວົ້າຈໍາຕ້ອງໄດ້ເຄົາລົບດ້ານຫຼັກການຄູ; ຈາກຮູບແບບຂອງຄໍາເວົ້າ, ການສະແດງອອກຂອງວັກ, ການເຊື່ອມຕໍ່ລະຫວ່າງວັກກັບວິທີການເວົ້າ, ທັງຫມົດຕ້ອງເປັນທີ່ຈະແຈ້ງ, ສອດຄ່ອງ ແລະ ໂລຊິກ; ຜູ້ຝັງຕ້ອງໄດ້ຮັບການແນະນໍາ ຈາກງ່າຍຫຍາກ, ຈາກລຽບງ່າຍຫຍາກສັບສົນ, ຈາກໃກ້ຫ່າໄກ (ວິທີການນິຣະໄນ) ຫຼື ຈາກໄກຫາໃກ້ (ວິທີການອຸປະ ໄນ) ແລະ ຂຶ້ນກັບແຕ່ລະບັນຫາຊຶ່ງໃຊ້ທິດສະດີທີ່ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນຕົວຈິງ ຫຼື ຈາກຕົວຈິງໄດ້ລົງເລິກໃສ່ທິດສະດີ, ຍັງ ຢືນທິດສະດີ; ຢ່າງໃດກໍຕາມ, ບໍ່ວ່າຈະເປັນການວິເຄາະ ແລະ ການຕີຄວາມກວ້າງ ຫຼື ແຄບ, ກໍຕ້ອງຍືດຫມັ້ນຢູ່ໃນ ຈຸດປະສົງຂອງບັນຫາການໂຄສະນາ.

6. ທັກສະນໍາໃຊ້ວິທີການຊັກຊວນໃນການໂຄສະນາດ້ວຍປາກເປົ່າ

ການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າ ໂດຍສະເພາະນໍາໃຊ້ວິທີການຊັກຊວນດ້ວຍສາມອົງປະກອບຄື: ການຜິສູດ, ການອະທິບາຍ ແລະ ການວິເຄາະ.

- ການຜິສູດແມ່ນວິທີການຊັກຊວນຕົ້ນຕໍນໍາເຂົ້າສູ່ການຍັ້ງຢືນຫຼັກຖານເພື່ອສ້າງຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງ ແລະ ຮັບຮູ້ ຄວາມຖືກຕ້ອງຂອງບັນຫາ; ບັນດາຫຼັກຖານທີ່ນໍາສະເໜີລວມມີຂໍ້ມູນ, ເຫດການ, ປະກົດການ, ພະຍານ, ບົດ ປາໃສ, ບົດປະຜັນ; ບັນດາຫຼັກຖານດັ່ງກ່າວນີ້, ຕ້ອງຊັດເຈນ, ພື້ນເດັ່ນ, ຮອບດ້ານ, ເຂົ້າເຖິງບັນຫາທີ່ຕ້ອງການຍັ້ງຢືນ, ມີຄືແນວນັ້ນຈຶ່ງຈະສາມາດມີທ່າແຮງໃນການຊັກຊວນ.

- ການອະທິບາຍແມ່ນການໃຊ້ເຫດຜົນເພື່ອອະທິບາຍເພື່ອຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ຝັງເຂົ້າໃຈ ແລະ ເຂົ້າໃຈບັນຫາຢ່າງຖືກຕ້ອງ. ການໃຫ້ເຫດຜົນໃນເວລາອະທິບາຍຕ້ອງເຄັ່ງຄັດ, ຊັດເຈນ, ສອດຄ່ອງ, ປັດຊະຍາ, ບໍ່ຜິດພາດ.

- ການວິເຄາະແມ່ນການແຍກບັນຫາເພື່ອຊອກຫາຈຸດຜິເສດ, ທາດແທ້, ຈຸດແຂງ, ຈຸດອ່ອນ, ຈຸດດີ, ຈຸດບໍ່ດີ, ຄວາມເໝາະສົມ, ບໍ່ສອດຄ່ອງ ... ຂອງບັນຫາ. ການວິເຄາະຕ້ອງບິນພື້ນຖານວິທະຍາສາດ, ຢ່າເວົ້າເກີນກວ່າ

ຂ້າງໜຶ່ງ ຫຼື ຫຼຸດອີກດ້ານໜຶ່ງ, ເຕີມແຕ່ງສີຊົມພູ ຫຼື ສ້າງຄວາມມົດມົວຕໍ່ວຽກ; ພາຍຫຼັງທີ່ວິເຄາະຕ້ອງມີການສະຫຼຸບ, ຕີລາຄາ, ແນະນຳຜູ້ຝັງເຂົ້າສູ່ການກຳນົດທິດທາງຄວາມຄິດທີ່ຖືກຕ້ອງ, ບໍ່ເຮັດໃຫ້ຜູ້ຝັງມີຄວາມສົງໄສ, ຫວັ່ນໄຫວ ຫຼື ງົງງົດ.

7. ບັນດາບາດກ້າວໃນບັນການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າ

7.1. ການສ້າງແຜນການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າ

7.1.1. ນິຍາມ, ຈຸດປະສົງ, ຄວາມຕ້ອງການຂອງແຜນການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າ

ການສ້າງແຜນການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າແມ່ນວຽກທີ່ນອນໃນຂົງເຂດການຄຸ້ມຄອງ ແລະ ຄວາມ ຮັບຜິດຊອບຂອງຜູ້ຄຸ້ມຄອງ. ຜູ້ຄຸ້ມຄອງແມ່ນຜູ້ທີ່ສ້າງແຜນການ ແລະ ກຳແນ່ນຜູ້ທີ່ປະຕິບັດການໂຄສະນາກົດ ໝາຍ ດ້ວຍປາກເປົ່າໂດຍກົງ.

ແຜນການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າແມ່ນເອກະສານທີ່ສະແດງໃຫ້ເຫັນບັນດາແຜນຄາດຄະເນໃນການ ປະຕິບັດເພື່ອນຳເອົາກົດໝາຍ (ໜຶ່ງ, ບາງຂໍ້ບັນຍັດ, ລະບຽບການ, ນິຕິກຳ) ໃດໜຶ່ງນັ້ນໄປສູ່ເປົ້າໝາຍໃນຊ່ວງ ເວລາ ໃດໜຶ່ງດ້ວຍເງື່ອນໄຂຮັບປະກັນບັນຫາທີ່ໄດ້ກຳນົດ.

ແຜນການໄດ້ສ້າງຂຶ້ນແມ່ນບ່ອນອີງເພື່ອຊ່ວຍໃຫ້ຜູ້ໂຄສະນາເປັນເຈົ້າການຜັນຂະຫຍາຍບັນດາວຽກທີ່ໄດ້ວາງ ແຜນໄວ້, ປະຕິບັດການໂຄສະນາກົດໝາຍຢ່າງເປັນເຈົ້າການ, ມີວິທີການ, ວິທະຍາສາດ, ຮັບໃຊ້ເປົ້າໝາຍຢ່າງມີປະ ສິດທິພາບທີ່ສຸດ.

ໂດຍທົ່ວໄປແລ້ວຄວາມຕ້ອງການຕໍ່ກັບແຜນການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າແມ່ນຕ້ອງຄົບຖ້ວນ, ລະອຽດ, ຈະແຈ້ງ, ກະທັດຮັດ.

7.1.2. ເນື້ອໃນຂອງແຜນການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າ

ແຜນການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າຕ້ອງມີບັນດາເນື້ອໃນດັ່ງນີ້:

- ຈຸດປະສົງ, ຄວາມຕ້ອງການ: ຕ້ອງໄດ້ຍົກໃຫ້ເຫັນຈະແຈ້ງຈຸດປະສົງ, ໝາກຜົນຕົວຈິງທີ່ຕ້ອງບັນລຸໄດ້ຄື ບັນ ດາຄວາມຕ້ອງການທີ່ສ້າງຂຶ້ນໃນເວລາຜັນຂະຫຍາຍແຜນການ.

- ເປົ້າໝາຍເຂົ້າຮ່ວມ(ພະນັກງານ, ລັດຖະກອນຂອງກະຊວງ, ຂະແໜງການ ຫຼື ພະນັກງານ, ລັດຖະກອນ ໃນ ອົງການ, ພາກສ່ວນ; ພະນັກງານ, ປະຊາຊົນໃນຊຸມຊົນ ຫຼື ກຸ່ມເປົ້າໝາຍໃດໜຶ່ງຄື: ແມ່ຍິງ, ຊາວໜຸ່ມ, ຈຳ ນວນ, ຈຸດພິເສດ, ອາຊີບ, ອາຍຸ,...).

- ເນື້ອໃນກົດໝາຍທີ່ໂຄສະນາ: ການກຳນົດເນື້ອໃນກົດໝາຍຕ້ອງໄດ້ຮັບການເຜີຍແຜ່ໄປຍັງເປົ້າໝາຍ ອີງໃສ່ ຄວາມຕ້ອງການລວມຂອງແຜນການ, ແນະນຳຂອງບັນດາອົງການຂັ້ນເທິງ ແລະ ຄວາມຮຽກຮ້ອງຕ້ອງການ ໃນການ ຊອກຮູ້ເຂົ້າໃຈກົດໝາຍຂອງເປົ້າໝາຍທີ່ໄດ້ຮັບການເຜີຍແຜ່.

- ເວລາ, ສະຖານທີ່.

- ແບ່ງຄວາມຮັບຜິດຊອບ (ໃຜ, ປະຕິບັດວຽກອັນໃດ ?).

- ງົບປະມານ: ຍົກໃຫ້ເຫັນຈະແຈ້ງແຫຼ່ງງົບປະມານໃນການປະຕິບັດແຜນການ.

7.2. ການກະກຽມປະຕິບັດບັນການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າ

7.2.1. ກຳແໜ້ນເປົ້າໝາຍໂຄສະນາ:

ໃນການໂຄສະນາດ້ວຍປາກເປົ່າເວົ້າລວມ ແລະ ໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າເວົ້າສະເພາະ, ຜູ້ໂຄສະນາ ຕ້ອງຮູ້ໄດ້ວ່າຕົນເອງເວົ້າກັບໃຜເພື່ອກຳນົດວິທີການເວົ້າຄືແນວໃດ; ຕ້ອງກຳແໜ້ນຈຳນວນ, ພາກສ່ວນເຂົ້າຮ່ວມ, ລະດັບການສຶກສາ, ອາຊີບ, ອາຍຸ, ຊົນເຜົ່າ, ສາດສະໜາ, ຮິດຄອງປະເພນີ, ສະຕິການເຄົາລົບກົດໝາຍ ແລະ ຄວາມ ຕ້ອງການໃນການຊອກຮູ້ກົດໝາຍຂອງເປົ້າໝາຍ, ຮູບການປະຕິບັດກົດໝາຍຢູ່ອົງການ, ພາກສ່ວນ, ທ້ອງຖິ່ນ.

ວິທີການເກັບກຳ: ໂດຍກົງຄື: ກວດກາ, ຊອກຮູ້, ພົບປະ, ຊັກຖາມ, ສັງເກດການດ້ວຍຕົນເອງ..., ຫຼື ດ້ວຍວິທີທາງອ້ອມຄື: ຜ່ານເອກະສານ, ປຶ້ມ, ບົດລາຍງານ, ບົດສະຫຼຸບ, ແລກປ່ຽນກັບຜູ້ທີ່ເຮັດວຽກຄຸ້ມຄອງ, ການສະແດງອອກຂອງຜູ້ຈັດບັນການໂຄສະນາ.

7.2.2. ກຳແໜ້ນບັນຫາທີ່ກ່ຽວຂ້ອງກັບຂົງເຂດທີ່ກຳນົດ, ກົດໝາຍດັດປັບ:

ໃນເວລາປະຕິບັດການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ ຫຼື ບາງເນື້ອໃນກົດໝາຍໃດໜຶ່ງນັ້ນ, ຜູ້ໂຄສະນາຕ້ອງກຳແໜ້ນເຕັກນິກ ໜ້າທີ່ຂະແໜງການ, ແນວທາງຂອງພັກ, ກົດໝາຍຂອງລັດ, ບັນດາເອກະສານທົດສະດີ, ບົດສອນໃນຂົງເຂດກົດໝາຍ ດັ່ງກ່າວນັ້ນດັດປັບ; ສິ່ງດັ່ງກ່າວຮຽກຮ້ອງໃຫ້ຜູ້ເວົ້າຕ້ອງເຮັດວຽກຢ່າງຫນັກແຫນ້ນເພື່ອເກັບກຳແລະ ສະສົມໃນໄລຍະ ຍາວດ້ວຍຄວາມເຕັມໃຈໃນການເຮັດວຽກ ແລະ ຄວາມມັກໃນອາຊີບ.

7.2.3. ກຳແໜ້ນເນື້ອໃນກົດໝາຍ

ຜູ້ໂຄສະນາຕ້ອງກຳແໜ້ນເນື້ອໃນຂໍ້ກຳນົດ, ກົດໝາຍທີ່ຕ້ອງການໂຄສະນາຈຶ່ງຈະສາມາດປະຕິບັດການຖ່າຍທອດ ກົດໝາຍດັ່ງກ່າວນັ້ນໄປສູ່ເປົ້າໝາຍຢ່າງດີ ແລະ ມີປະສິດທິຜົນ. ຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ບາງເນື້ອໃນດັ່ງນີ້:

- ເຂົ້າໃຈແຈ້ງຄວາມໝາຍ, ທາດແທ້ກົດໝາຍຂອງບັນຫາໄດ້ຮັບການດັດປັບໂດຍກົດໝາຍ, ຄວາມຈຳເປັນ ຕ້ອງໄດ້ອອກກົດໝາຍ;
- ເຂົ້າໃຈແຈ້ງເປົ້າໝາຍດັດປັບ, ຂອບເຂດການດັດປັບຂອງກົດໝາຍ;
- ເຂົ້າໃຈແຈ້ງຄວາມໝາຍຂອງຂໍ້ບັນຍັດ, ຈຸດພິເສດແມ່ນຄວາມໝາຍດ້ານການຄຸ້ມຄອງລັດ, ກ່ຽວກັບຜົນ ກະທົບໃນການດັດປັບຂອງແຕ່ລະຂໍ້ບັນຍັດຕົວຈິງ;
- ຄົ້ນຄວ້າລະອຽດ, ກຳແໜ້ນເນື້ອໃນຈິດໃຈບັນດາກົດໝາຍແນະນຳປະຕິບັດ, ເອກະສານແນະນຳໂຄສະນານິຕິ ກຳດັ່ງກ່າວນັ້ນ;
- ກຳແໜ້ນລະບົບກົດໝາຍດັດປັບຂົງເຂດດັ່ງກ່າວນັ້ນ;
- ຕິດຕາມໃກ້ສິດຂະບວນການຮ່າງກົດໝາຍນັບແຕ່ສ້າງໂຄງຮ່າງ, ຜ່ານບັນດາກອງປະຊຸມປຶກສາຫາລື, ລະດົມ ຄຳຄິດເຫັນປະຊາຊົນ, ຜົນຂອງການເກັບກຳ, ດັດແກ້ຈົນຮອດກົດໝາຍໄດ້ປະກາດໃຊ້.

7.2.4. ເກັບກຳເອກະສານຫຼັກຖານ, ຍັງຢືນ

ເພື່ອປະຕິບັດໃຫ້ດີບັນການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າ, ຜູ້ໂຄສະນາຕ້ອງອິດທິນຊອກ, ເກັບກຳເອກະສານທີ່ກ່ຽວຂ້ອງ, ກ່ອນປີ້, ເກັບກຳຫຼັກຖານຕົວຢ່າງຍັງຢືນ. ໃສ່ໃຈບັນດາເອກະສານ, ຫຼັກຖານ, ຕົວຢ່າງ ແລະ ບັນດາກຳລະນິຕິສອດຄ່ອງກັບຄວາມຕ້ອງການໃນການຍັງຢືນ, ວິເຄາະສ້າງຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງດ້ານເນື້ອໃນກົດໝາຍທີ່ຕ້ອງການໂຄສະນາ.

7.2.5. ກະກຽມໂຄງຮ່າງ:

ໂຄງຮ່າງບົດໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າແມ່ນບົດຄວາມລະອຽດເພື່ອໃຫ້ຜູ້ລາຍງານອີງໃສ່ເພື່ອນຳສະເໜີບັນດາເນື້ອໃນກົດໝາຍກຳນົດຢ່າງຄົບຖ້ວນ, ຕາມລຳດັບທີ່ສອດຄ່ອງ, ແນໃສ່ເພື່ອບັນລຸປະສິດທິຜົນສູງສຸດ, ພ້ອມກັນ ນັ້ນກໍແມ່ນລາຍການເຄື່ອນໄຫວຂອງຜູ້ລາຍງານໃນບັນການບັນຍາຍ. ໂຄງຮ່າງບໍ່ແມ່ນບົດຂຽນທີ່ສົມບູນ. ສະນັ້ນ, ບໍ່ຈຳເປັນຕ້ອງກະກຽມຄືກັບເອກະສານທີ່ສົມບູນ, ລະອຽດເກີນໄປຊຶ່ງຜຽງແຕ່ມີຄວາມຄົບຖ້ວນດ້ານເນື້ອໃນ, ເໝາະ ສົມກັບເປົ້າໝາຍ, ແໜ້ນແຜ່ນດ້ານອົງປະກອບ, ໂຄງຮ່າງບົດເວົ້າມັກມີ 3 ພາກ, ແຕ່ລະພາກມີໜ້າທີ່ສະເພາະ:

- a) ພາກສະເໜີ: ນີ້ແມ່ນພາກເຂົ້າສູ່ຫົວຂໍ້, ແມ່ນບາດກ້າວພົວພັນທຳອິດກັບຜູ້ຝັງ. ຍ້ອນແນວນັ້ນຜູ້ລາຍງານຕ້ອງເປີດຫົວເລື່ອງເຮັດແນວໃດເພື່ອດຶງດູດ, ກະຕຸ້ນຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ຝັງ ແລະ ສ້າງຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງຫົວຂໍ້ຂອງບົດເວົ້າ; ຄຳສະເໜີຕ້ອງເປັນທຳມະຊາດ, ກະທັດຮັດ.

b) ພາກເນື້ອໃນ (ພາກຕົ້ນຕໍຂອງໂຄງຮ່າງບົດເວົ້າ): ນີ້ແມ່ນພາກທີ່ສໍາຄັນສຸດຂອງບົດເວົ້າ, ແກ້ໄຂບັນຫາ ທີ່ຜູ້ລາຍງານສ້າງຂຶ້ນຕາມລໍາດັບ, ພາກນີ້ຕ້ອງຮັບປະກັນສະໜອງໃຫ້ຜູ້ຟັງກ່ຽວກັບຂໍ້ມູນກົດໝາຍຕາມຄວາມຕ້ອງການຂອງແຕ່ລະເປົ້າໝາຍ ຫຼື ຂໍ້ມູນກົດໝາຍໃໝ່, ຖືລັກສະນະລາຍງານ, ຮີບດ່ວນ, ສະທ້ອນໃຫ້ເຫັນບັນຫາຮ້ອນຂອງການດໍາລົງຊີວິດ.

c) ພາກສະຫຼຸບ: ນີ້ແມ່ນພາກສະຫຼຸບສັງລວມບົດເວົ້າ, ເສີມຂະຫຍາຍຄວາມຮັບຮູ້ຂອງຜູ້ຟັງ ແລະ ສົ່ງເສີມການເຄື່ອນໄຫວ, ຄວາມຕ້ອງການລວມຂອງພາກສະຫຼຸບແມ່ນ: ຂັດຫຍໍ້, ເນັ້ນໜັກເນື້ອໃນ, ສົ່ງເສີມການເຄື່ອນໄຫວ, ສ້າງການແລກປ່ຽນ, ຄວາມຮູ້ສຶກ ລະຫວ່າງ ຜູ້ເວົ້າ ແລະ ຜູ້ຟັງ. ພາກນີ້ກໍຕ້ອງສັ່ນກະທັດຮັດ, ຫຼີກລ້ຽງຍຶດຍາວ.

ໂຄງຮ່າງບົດເວົ້າຂຽນໃນໜຶ່ງໜ້າເຈ້ຍ, ອັກສອນຂຽນຈະແຈ້ງເພື່ອອ່ານຂໍ້ຄວາມເມື່ອຕ້ອງການ, ຂຽນສໍາເລັດຕ້ອງອ່ານ ແລະ ກວດກາຄືນລະອຽດ.

8. ດໍາເນີນບັນການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າ

8.1. ບັນຫາທີ່ຕ້ອງກຳແໜ້ນໃນເວລານໍາສະເໜີ

- ນໍາໃຊ້ພາສາ ແລະ ຮູບແບບ: ພາສາ ແລະ ຮູບແບບບົດເວົ້າຕ້ອງຮັບປະກັນຄວາມຊັດເຈນ, ຖືກຕ້ອງ ແລະ ມີສິລະປະ.

- ນໍາໃຊ້ເອກະສານຕົວຈິງປະກອບ: ເອກະສານຕົວຈິງໃຊ້ເພື່ອຢັ້ງຢືນ, ສ້າງຄວາມກະຈ່າງແຈ້ງຕໍ່ຄໍາປາໃສໃນ ບົດເວົ້າ, ສະແດງໃຫ້ເຫັນຄວາມເປັນເອກະພາບ ລະຫວ່າງ ທິດສະດີ ແລະ ພຶດຕິກຳຕົວຈິງ, ເພີ່ມທະວີຄວາມລະອຽດ ໃນເນື້ອໃນໂຄສະນາ, ເຮັດໃຫ້ບົດເວົ້າເພີ່ມຄວາມມີຊີວິດຊີວາ, ດຶງດູດ ແລະ ຊັກຊວນຜູ້ເວົ້າ.

- ໃຊ້ຊ່ອງທາງທີ່ບໍ່ແມ່ນພາສາ (ທ່າທາງ, ບຸກຄະລິກ, ໜ້າຕາ, ຮອຍຍິ້ມ, ການປະພຶດ, ການກະທໍາ) ໃນເວລາດໍາເນີນການໂຄສະນາ. ຄວາມຕ້ອງການຂອງຊ່ອງທາງທີ່ບໍ່ແມ່ນພາສາແມ່ນຕ້ອງທໍາມະຊາດ, ຕິດພັນກັບເນື້ອໃນ ແລະ ສອດຄ່ອງກັບເປົ້າໝາຍ, ສະຖານະການໂຄສະນາ, ຫຼືລ້ຽງ (ການສະແດງ), (ການຫຼິ້ນລະຄອນ).

- ກ່ອນເວົ້າ, ຜູ້ລາຍງານຕ້ອງກຳນົດຄືນອີກເທື່ອໜຶ່ງກ່ຽວກັບເນື້ອໃນ, ຈົນຕະນາການຄືນທັງໝົດໂຄງສ້າງບົດ ຄໍາເວົ້າ, ຄື້ນຄິດກ່ຽວກັບການນໍາສະເໜີ; ກະກຽມລະອຽດກ່ຽວກັບບຸກຄົນຄື: ຊຸດເຄື່ອງນຸ່ງ, ຊິງຜິມ; ເປັນເຈົ້າການສັບ ຊ້ອນເວລາ, ກຳແໜ້ນສະຖານທີ່ດໍາເນີນບັນສິນທະນາ, ໄປໄວ 5-10ນາທີເພື່ອພົບປະກັບຄະນະກຳມະການ, ການນໍາ ພາກສ່ວນ ຫຼື ຜູ້ຟັງ ແລະ ເຂົ້າເຖິງສະໂມສອນ, ອາດຈະຍົກຄໍາເຫັນເພື່ອສະເໜີດັດແກ້ຄວາມສະຫວ່າງ, ສຽງ, ບ່ອນວາງ ໄມ, ລໍາໂພງ,...ສອດຄ່ອງກັບສະພາບຂອງສະໂມສອນ, ສ້າງຄວາມສະດວກໃຫ້ຜູ້ລາຍງານໃນເວລາບັນຍາຍ...

8.2. ບັນດາບາດກ້າວຕົວຈິງຂອງການບັນຍາຍໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າ

ບັນການໂຄສະນາກົດໝາຍດ້ວຍປາກເປົ່າມັກຈະປະກອບດ້ວຍບັນດາພາກລຸ່ມນີ້:

a. ເຂົ້າສູ່ຫົວຂໍ້: ເລີ່ມບັນການສິນທະນາ ທີ່ກະທົບສໍາຄັນໃນການສ້າງຄວາມສົນໃຈ ແລະ ເຫັນອີກເຫັນໃຈ, ຕາມປົກກະຕິຜູ້ລາຍງານບໍ່ຄວນຮີບຮ້ອນເລີ່ມຕົ້ນເວົ້າທັນທີ ຊື່ຕ້ອງສ້າງຄວາມເອົາໃຈໃສ່ໃນເບື້ອງຕົ້ນ, ເຮັດໜ້າທີ (ຈັດຕັ້ງຜູ້ຟັງ), ໃຊ້ສາຍຕາ, ທ່າທາງ ເພື່ອສຸມໃສ່ຄວາມສົນໃຈຂອງຜູ້ຟັງ.

ໃນບາດກ້າວນີ້, ຜູ້ເວົ້າຕ້ອງແນະນຳບັນຫາ, ກຳນົດທິດທາງຄື້ນຄິດ, ສະເໜີຄວາມຕ້ອງການຊອກຮູ້ກ່ຽວກັບຄວາມໝາຍ, ຄວາມຈຳເປັນຕ້ອງອອກກົດໝາຍ, ສະເໜີຄວາມຮູ້ສຶກ, ສ້າງສາຍພົວພັນລະຫວ່າງຜູ້ເວົ້າ ແລະ ຜູ້ຟັງ.

b. ເນື້ອໃນ: ພາກຕົ້ນຕໍຂອງບັນການໂຄສະນາ, ເຮັດໃຫ້ເປົ້າໝາຍເຂົ້າໃຈ, ກຳໄດ້ເນື້ອໃນກົດໝາຍ, ຜ່ານສິ່ງດັ່ງກ່າວນີ້ກໍໃຫ້ເກີດຄວາມຮັບຮູ້, ຍົກສູງສະຕິໃຫ້ແກ່ເປົ້າໝາຍ. ຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ໂຄສະນາກົດໝາຍບໍ່ແມ່ນວ່າເວລາໃດ ກໍອ່ານແຕ່ກົດໝາຍ. ຂຽນ, ອ່ານໜຶ່ງຕອນໃດໜຶ່ງໃນກົດໝາຍທີ່ເປັນພຽງຫຼັກຖານຕົວຢ່າງເທົ່ານັ້ນ.

ໃນການໂສະນາກົດໝາຍຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ສອງສິ່ງ:

- ນຳສະເໜີຕາມວິທີໃດຈຶ່ງສອດຄ່ອງທີ່ສຸດ?
- ສຸມໃສ່ບັນຫາໃດແມ່ນພື້ນຖານ, ເລືອກຄຳ, ໃຈກາງເພື່ອໃຫ້ຜູ້ຝັງຢຶດຖືເອົາເນື້ອໃນຈິດໃຈຂອງກົດໝາຍ, ຂໍ້ກຳນົດຂອງກົດໝາຍ.

ຜູ້ລາຍງານຕ້ອງປະຕິບັດບົດເວົ້າຜ່ານສອງຊ່ອງທາງ:ພາສາ ແລະ ບໍ່ແມ່ນພາສາ, ຊ່ອງທາງພາສາສະແດງດ້ວຍປັດໃຈສຽງ, ສຳນຽງ, ຈັງຫວະສຽງ, ຢຸດສຽງ.

ຊ່ອງທາງທີ່ບໍ່ແມ່ນພາສາສະແດງດ້ວຍບັນດາການກະທຳຄື: ທ່າທີ, ວາດຊົງ, ໜ້າຕາ, ຮອຍຍິ້ມ...ບັນດາການເຄື່ອນໄຫວດັ່ງກ່າວນີ້ຕ້ອງມີຄວາມສະດັງໄວ, ໄດ້ຮັບການອະທິບາຍຢ່າງສອດຄ່ອງ ແລະ ເໝາະສົມກັບເນື້ອໃນ (ຫຼືກລ້ຽງທ່າທີ່ເກີນເລີຍ, ແຂງກະດ້າງສວນທາງກັບຄວາມຮູ້ສຶກຂອງຜູ້ຝັງ). ສາມາດໃຊ້ເທັກນິກຕ່າງໆ ເຊັ່ນ: ຍືນຢູ່ເວທີ, ຍ່າງ (ເມື່ອມີໄມໂຄຣໂຟນມືຖື) ແລະ ເຂົ້າໄປຫາຜູ້ຝັງ. ໃນເວລາທີ່ເວົ້າສາມາດໃຊ້ທ່າທາງດ້ວຍມື...ເພື່ອຜັນລະນາຄຳເວົ້າ, ແຕ່ບໍ່ຄວນສະບັດມືຂອງທ່າຫຼາຍເກີນໄປ. ຄວາມລ້ຳເລິງຕະຫຼົກເຮຮາສ້າງຮອຍຍິ້ມ, ບັນຍາກາດຄວາມຮູ້ສຶກ, ທ່າທີ ແມ່ນຈຳເປັນແຕ່ບໍ່ຄວນເກີນເລີຍ.

ໃນການນຳສະເໜີເນື້ອໃນບົດເວົ້າ, ຜູ້ລາຍງານອາດຈະປະຕິບັດການສົນທະນາກັບຜູ້ຝັງ, ໃນເວລາສົນທະນາຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ຮຽກຮ້ອງ ແລະ ແນະນຳຜູ້ຝັງຍົກຄຳຖາມ, ສຸມໃສ່ເນື້ອໃນ ແລະ ຫົວຂໍ້ໂຄສະນາ ແລະ ຕ້ອງມີທ່າທີຮ້ອງ ຂໍ, ເຄົາລົບ, ໃສ່ໃຈຝັງຄຳຖາມຂອງຜູ້ຝັງເພື່ອຕອບຄຳຖາມຢ່າງຈະແຈ້ງ, ຖືກຕ້ອງ, ກົງກັບຄວາມຕ້ອງການຂອງຄຳຖາມ, ບັນຫາທີ່ຍັງບໍ່ແຈ້ງ ຫຼື ຍັງບໍ່ສາມາດຕອບໄດ້ສະເໝີໃຫ້ຕອບຢ່າງເປັນສ່ວນຕົວ ຫຼື ນັດໝາຍໃນໂອກາດອື່ນ. ບໍ່ໃຫ້ຕອບ ບັນຫາທີ່ຍັງບໍ່ໄດ້ກຳແໜ້ນ, ຖ້າມີຫຼາຍຄົນຝັງຍົກຄຳຖາມ, ຜູ້ລາຍງານສາມາດຕອບແຕ່ລະຄຳຖາມ ຫຼື ອາດຈະໃຫ້ຜູ້ຝັງ ຍົກຫຼາຍຄຳຖາມແລ້ວຈຶ່ງຕອບແຕ່ລະບັນຫາ ຫຼື ຕາມກຸ່ມບັນຫາ, ບັນຫາບໍ່ຕ່າງໜ້າໃຫ້ຈຳນວນຫຼາຍ ຄວນສະເໜີຕອບ ເປັນອັນສະເພາະ, ຕອບຄຳຖາມໃນການປະຕິບັດການສົນທະນາແມ່ນບັນຫາຫຍຸ້ງຍາກ, ຜູ້ລາຍງານຕ້ອງທຸ່ນທ່ຽງ. ເພາະ ສະນັ້ນ, ເພື່ອໃຫ້ການສົນທະນາທີ່ດີ, ຜູ້ລາຍງານຕ້ອງສະສົມປະສົບການ, ຝຶກຝົນທັກສະ, ມີຄວາມເຂົ້າໃຈຢ່າງກວ້າງ ຂວາງ ແລະ ເລິກເຊິ່ງ, ທັງຕົວຈິງ ແລະ ຄວາມຫຼາກຫຼາຍຂອງຄວາມຮູ້ໃນທຸກຂົງເຂດ.

c. ພາກສະຫຼຸບ:

ນີ້ແມ່ນພາກສະຫຼຸບສັງລວມບົດເວົ້າ. ສະນັ້ນ, ຈຳຕ້ອງຮັກສາໄວ (ຜົນສະທ້ອນກັບ), (ຄວາມປະທັບໃຈ) ທີ່ດີຕາມທິດຊຸກຍູ້ການພົວພັນ ແລະ ເຫັນອີກເຫັນໃຈ, ຫຼືກລ້ຽງຄວາມໝັ້ນຄົງ, ຢາກປະຕິບັດໃຫ້ດີຕໍ່ກັບວຽກດັ່ງກ່າວນີ້, ຜູ້ລາຍງານກົດໝາຍ (ນັກໂຄສະນາກົດໝາຍ) ຕ້ອງໄດ້ສະສົມຄວາມຮູ້ຮັບປະກັນທັງເລິກເຊິ່ງທັງກວ້າງຂວາງ; ຕ້ອງກະກຽມໂຄງຮ່າງຢ່າງລະອຽດ; ຕ້ອງມີສິລະປະທັບມ້າງກຳແພງກົດຂວາງເບື້ອງຕົ້ນກ່ຽວກັບແນວຄວາມຄິດ; ຮູ້ສ້າງຄວາມ ເຫັນອີກເຫັນໃຈ, ຄວາມເອົາໃຈໃສ່ຂອງຜູ້ຝັງນັບແຕ່ເລີ່ມຕົ້ນບັນໂຄສະນາ; ຕ້ອງຮູ້ສ້າງຄວາມຕ້ອງການ, ກະຕຸ້ນ, ດຶງດູດ, ສ້າງຄວາມປະທັບໃຈໃຫ້ຜູ້ຝັງໃນຕະຫຼອດບັນການໂຄສະນາ; ຮູ້ສຶກຖືກວິທີເພື່ອວ່າໃນເວລາສິ້ນສຸດຍັງຮັກສາ ໄວ້ສິ່ງທີ່ຈຳເປັນໃຫ້ແກ່ຜູ້ຝັງສືບຕໍ່ຄົ້ນຄິດ.

ຜູ້ລາຍງານອາດຈະສິ້ນສຸດບົດເວົ້າດ້ວຍຫຼາຍວິທີ: ລະບົບທັງໝົດບົດເວົ້າຢ່າງສິ້ນກະທັດຮັດສັງລວມ ຫຼື ຍ້າຄືນບັນຫາພື້ນຖານທີ່ສຸດຂອງເນື້ອໃນໂຄສະນາ..., ບິນພື້ນຖານດັ່ງກ່າວນັ້ນ ຖອດຖອນສະຫຼຸບກຳນົດແນວຄວາມຄິດ, ຮຽກຮ້ອງການກະທຳຂອງທຸກຄົນ, ຂຶ້ນກັບແຕ່ລະເປົ້າໝາຍ ຊຶ່ງຍົກໃຫ້ເຫັນບັນຫາທີ່ຕ້ອງເອົາໃຈໃສ່ຕໍ່ກັບຜູ້ຝັງ, ຖ້າຜູ້ຝັງສ້າງຄຳຖາມຕື່ມ, ຜູ້ລາຍງານອີງໃສ່ເນື້ອໃນ ແລະ ເວລາເພື່ອຕອບຄຳຖາມລວມ ຫຼື ຂໍຕອບເປັນການສ່ວນຕົວ.

ຄວນໄດ້ສິ້ນສຸດບົດສົນທະນາໄວກວ່າເວລາທີ່ໄດ້ກຳນົດປະມານ 5-7ນາທີ,ບໍ່ຄວນແກ່ຍາວເວລາ, ເຖິງແມ່ນວ່າ ພຽງແຕ່1-2ນາທີ, ສ້າງຄວາມບໍ່ພໍໃຈດ້ານຈິດໃຈຂອງຜູ້ຝັງ.

ກ່ອນອອກຈາກເວທີປາໃສ, ຜູ້ລາຍງານຕ້ອງຂອບໃຈຜູ້ຝັງທີ່ຕິດຕາມ,ຊົມເຊີຍ, ຂໍໂທດສິ່ງທີ່ຜິດພາດ(ຖ້າມີ), ອວຍພອນສຸຂະພາບແຂງແຮງ, ອຳລາ ແລະ ຝົບກັບຜູ້ຝັງໃນເນື້ອໃນການໂຄສະນາໃໝ່.

References:

1. ປະມວນເອກະສານຝຶກອົບຮົມທັກສະການໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ, ຈັດພິມໂດຍ ສະຖາບັນຍຸຕິທຳແຫ່ງຊາດ, ສປປລາວ, ປີ 2020;
2. ປຶ້ມໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ, ຈັດພິມໂດຍ ກົມໂຄສະນາເຜີຍແຜ່ກົດໝາຍ, ກະຊວງຍຸຕິທຳ ສປປ ລາວ, ປີ 2022;
3. ຄະນະໂຄສະນາອົບຮົມສູນກາງຝັກ, ປຶ້ມຄູ່ມືວຽກງານໂຄສະນາ, ປີ 2016.