

วิจารณ์หนังสือ “10 บทความต้องอ่าน โดย Harvard Business Review) เรื่อง การสื่อสาร”

Book Review on “HBR’s 10 Must Reads: On Communication”

เจตน์จันทร์ เกิดสุข*

หนังสือเล่มนี้เป็นหนึ่งในหนังสือชุดที่ Harvard Business Review (HBR) จัดสรรไว้ว่าต้องอ่านหรือใช้หัวข้อว่า “must read” เล่มในหนังสือชุดนี้มีเนื้อหาที่โน้มเอียงเป็นธุรกิจที่ชัดเจนอันได้แก่ เรื่อง Team, Making Smart, Strategic Marketing เป็นต้น แต่เล่มนี้จะเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับการสื่อสาร (Communication) ซึ่งมีทั้งหมด 10 บทความรวบรวมและจัดพิมพ์โดย Harvard Business School Publishing Corporation มหาวิทยาลัย Harvard เมื่อปี 2013

ปฏิเสธไม่ได้แน่นอนว่าเนื้อหาทั้ง 10 บทความที่ HBR ได้คัดสรรมาไว้ในเล่มนี้เป็นเรื่องที่มีคุณค่า และสมควรอ่านเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งเป็นแก่นสารสำคัญของการนำการสื่อสาร มาใช้ในสาขาการบริหารธุรกิจ จริงๆ ในเล่มนี้จะมีเนื้อหาที่เป็นพื้นฐานเกี่ยวกับการสื่อสาร สามารถเข้าใจได้ง่ายเพื่อนำสิ่งเหล่านี้มาประยุกต์ใช้กับการบริหารธุรกิจ ซึ่งได้เน้นในหัวข้อเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าว (Persuasive Communication) เนื้อหาของทั้ง 10 บทความประกอบไปด้วย ทฤษฎีของการโน้มน้าว สถานการณ์จำลอง วิธีปฏิบัติ แบบฝึกปฏิบัติ ซึ่งในแต่ละสถานการณ์จะมีการโต้ตอบในหลายลักษณะ ทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจในสถานการณ์ที่หลากหลายได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

เนื้อหาเริ่มต้นตั้งแต่ขั้นพื้นฐานเพื่อให้เข้าใจในลักษณะของการพูดต่างๆ และสาระสำคัญของหนังสือเล่มนี้ให้คือการอ่านใจผู้รับ หรือเข้าใจผู้ที่เรากำลังทำการสื่อสารอยู่ เพราะการที่เราจะโน้มน้าวใจใครได้ เราต้องเข้าใจผู้รับเสียก่อนว่าเป็นคนในลักษณะใด แล้ว ถึงจะสามารถนำทฤษฎีที่ปรากฏในหนังสือเล่มนี้มาประยุกต์ใช้กับแต่ละสถานการณ์ ในหนังสือจะอธิบายอย่างละเอียดเกี่ยวกับคนในลักษณะต่างๆ รวมทั้งความต้องการของคนในแต่ละลักษณะ บทความเกี่ยวกับการโน้มน้าว ที่ HBR แนะนำสำหรับเล่มนี้คือ “The Necessary Art of Persuasion” เขียนโดย Jay A. Conger ซึ่งเป็นเนื้อหาที่นักโน้มน้าวควรอ่านเป็นอย่างยิ่ง

สาระสำคัญอีกอย่างของหนังสือเล่มนี้คือ ศิลปะในการเล่าเรื่องและในการนำเสนอ ในปัจจุบันการนำเสนอจุดสนใจจะอยู่ที่วิธีการนำเสนอ 70 เปอร์เซ็นต์ และอีก 30 เปอร์เซ็นต์คือเนื้อหา เพราะฉะนั้นบทความต่างๆ ในส่วนนี้จะเน้นวิธีการเล่าเรื่องและการนำเสนอเป็นหลัก เช่นบทความ “Telling Tales” เขียนโดย Stephen Denning และ “How to Pitch a Brilliant Idea” เขียนโดย Kimberly D. Elsbach

ในบทความสุดท้ายของเล่มนี้ “Taking the Stress out of Stressful Conversation” เขียนโดย Holly Weeks ซึ่งบอกถึงปัญหาต่างๆ ที่สามารถเกิดขึ้นได้กับการสื่อสารในแต่ละครั้ง เช่นการสนทนาในสภาวะความกดดันสูง หรือความเครียดสูง ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ บทความนี้ได้ยกตัวอย่างที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งในการสนทนา และบอกถึงวิธีการแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ อย่างละเอียด

หนังสือเล่มนี้แนะนำสำหรับผู้ที่ทำงานด้านติดต่อสื่อสาร โดยเฉพาะคนที่ต้องสื่อสารกับลูกค้าสำหรับองค์กรใหญ่ๆ หรือคนที่จะเสนองานต่อหัวหน้างาน หรือผู้บริหาร

* เจตน์จันทร์ เกิดสุข

อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม