

“นักพูด” คุณคือแบรนด์

พศ.ดร.สุทธิชัย ปัทมโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก

www.drssuthichai.com



ท่าน ผู้อ่าน คงได้เห็นสินค้า ผลิตภัณฑ์ ในท้องตลาดหลากหลายชนิดมี ตราสัญลักษณ์ (Brand) ซึ่งแต่ละสินค้า และผลิตภัณฑ์ มักให้ความสำคัญในการสร้างตราสัญลักษณ์ (Brand) โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ

แต่จริงๆ แล้ว การสร้างตราสัญลักษณ์หรือ Brand ไม่ได้เกิดเฉพาะตัวของสินค้าที่ไม่มีชีวิตเท่านั้น คน สัตว์ หรือสิ่งมีชีวิตต่างๆ ก็สามารถสร้างตราสัญลักษณ์ (Brand) ในบทความฉบับนี้ เราจะพูดถึงการสร้างแบรนด์ “นักพูด” กัน

แต่ก่อนจะลงไปในเรื่องราวละเอียด ผมขอแบ่งนักพูดออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ด้วยกัน ซึ่งขอแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการพูด คือ

1. การพูดเพื่อการบรรยายหรือบอกเล่า 2. การพูดเพื่อความบันเทิงหรือเพื่อความสนุกสนาน 3. การพูดเพื่อจูงใจหรือเพื่อให้ผู้อื่นคล้อยตาม

1. การพูดเพื่อการบรรยายหรือบอกเล่า เช่น สรยุทธ สุทัศนะจินดา (นักเล่าข่าวชื่อดังในอดีต), อาจารย์ที่สอนหนังสือในมหาวิทยาลัยต่างๆ หรือวิทยากรอบรมให้ความรู้ต่างๆ

2. การพูดเพื่อความบันเทิงหรือเพื่อความสนุกสนาน เช่น ไนต์ อุดม เตียวไมโครโฟน, จตุพล ชมภูนิช นักทอล์คโชว์, โย่ง เชิญยิ้ม นักพูดตลก เป็นต้น

3. การพูดเพื่อจูงใจหรือเพื่อให้ผู้อื่นคล้อยตาม เช่น นักพูดทางด้านการเมืองไม่ว่าจะเป็น คุณชวน หลีกภัย, สมัคร สุนทรเวช, วีระ มุสิกพงศ์, เฉลิม อยู่บำรุง เป็นต้น

แต่สำหรับบทความนี้ จะพูดแต่เฉพาะ ข้อที่ 2. การพูดเพื่อความบันเทิงหรือเพื่อความสนุกสนาน

เริ่มจากยุคบุกเบิก อาจารย์ทินวัฒน์ มฤคพิทักษ์ เป็นที่รู้จักดีจากการเป็นนักพูด เป็นบุคคลแรกที่จัดการทอล์คโชว์ขึ้นในประเทศไทย เป็นวิทยากรอบรมการพูด และส่งเสริมบุคลิกภาพ จนทำให้ได้รับการขนานนามว่า “ต้นตำรับนักพูดเมืองไทย ได้แล้วว่า “เมื่อก่อนการพูดจะเป็นการให้เกียรติกัน พูดเสร็จก็จะได้โล่ห์ ได้กล่อง ได้ของขวัญไปเรื่อยๆ แต่ในยุคผมนี้สามารถเรียกค่าตอบแทนได้เลยว่า ..เท่าไร”

ซึ่งตรงกับ อาจารย์อภิชาติ คำดี นักพูดพิธีกรชื่อดังได้แล้วว่า “ในการพูดของเขา เขาได้ต้นบอนไซกับเงินไม่ถึงร้อยบาทเป็นค่ารถสามล้อกลับบ้าน แต่ในยุคปัจจุบันนี้เขาขอรับว่าอาชีพนักพูดคืออาชีพที่เลี้ยงตัวได้”

ดังนั้น อาชีพนักพูด วิทยากร จึงเป็นที่นิยมกันอย่างมากในปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากมีนักพูด วิทยากรหน้าใหม่เกิดขึ้นอย่างมากเพราะอาชีพนักพูด วิทยากร สามารถทำเงินได้ อีกทั้งยังทำให้เกิดการมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง เป็นอาชีพอิสระ กำหนดเวลาการทำงาน และสามารถเลือกรับงานหรือเลือกที่จะไม่รับงานพูดนั้นๆ ได้ เป็นอาชีพที่มีเกียรติ

Marketer คุ้นเป็นได้

หลังจากอาจารย์ทินวัฒน์ มฤคพิทักษ์ ได้เปิดหลักสูตรอบรม "การพูด และสร้างเสริมบุคลิกภาพ" ได้ไม่นานก็ได้มีรายการ ที่วิวาห์ของ คุณภรรณิกา ธรรมเกษร เป็นผู้จัด และดำเนินรายการ ออกอากาศครั้งแรกในปี พ.ศ.2526 ทางโทรทัศน์ (ช่อง 5) หลังจากนั้นก็ได้สร้างนักพูดมืออาชีพหลายคน ไม่ว่าจะเป็น อภิชาติ คำดี, วสันต์ พงศ์สุประดิษฐ์, สุรวงศ์ วัฒนกุล, พนม ปิยะเจริญ, นันทนา นันทวโรภาส, พะเยาว์ พัฒนพงศ์, จตุพล ชมภูนิช, สุขุม นวลสกุล ฯลฯ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการพูดในลักษณะ แชววาห์ ที่วิวาห์ ยอวาห์ เลียนวาห์

หลังจากนั้นก็มียุคนักพูดเกิดขึ้นมาอีกมากมาย เช่น ไน้ต อุดม ได้เปิด เดียวไมโครโฟน เป็นการแสดงสดพูดตลกคนเดียวบนเวทีโดยอุดม แต่พานิช ทั้งการกำกับเวที และเขียนบท ซึ่งเป็นผลงานที่สร้างชื่อให้กับอุดม แต่พานิช มีการแสดงเดี่ยวไมโครโฟนมาแล้วอย่างมากมาย ตั้งแต่ปี 2538 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก ผลตอบรับออกมาดีในการจัดการพูดในแต่ละครั้ง

ซึ่งการสร้างแบรนด์ของพีไน้ต อุดม จะวางแผนมาเป็นอย่างดี เราจะสังเกตเห็นว่า เดียวไมโครโฟน ไม่มีการทำออกมาหลายครั้ง แต่จะจัดครั้งหนึ่งหลายๆ รอบ กล่าวคือ ปีหนึ่งจัดแค่ครั้งเดียวแต่เปิดหลายรอบ หรือสองสามปีจัดแค่ครั้งเดียวแต่เปิดหลายรอบ เพื่อให้ทุกคนหรือแฟนคลับได้รอกคอย อีกทั้งการที่นานๆ จะจัดการแสดงทีหนึ่ง จะทำให้แฟนคลับเห็นคุณค่า และอยากจะไปซื้อบัตรดูการแสดง มากกว่าปีหนึ่งจัดหลายครั้ง อีกทั้งพีไน้ต อุดม ยังเลือกช่วงจังหวะที่คนอื่นหรือนักพูดคนอื่นเขาไม่ออกการแสดงหรือเปิดการแสดง (ทอล์คโชว์ การแสดงตลกบนเวที) อีกด้วย เราลองมาดูข้อมูลเก่าๆ

จำนวนรอบการแสดงเดี่ยวไมโครโฟน

- ครั้งที่ 1 (เดี่ยวไมโครโฟน) เปิดการแสดงทั้งหมด 3 รอบ
- ครั้งที่ 2 (อุดม โชว์ห่วย) เปิดการแสดงทั้งหมด 14 รอบ
- ครั้งที่ 3 (อุดม การช่าง) เปิดการแสดงทั้งหมด 22 รอบ
- ครั้งที่ 4 (เดี่ยว 4) เปิดการแสดงทั้งหมด 28 รอบ
- ครั้งที่ 5 (ฉายเดี่ยว) เปิดการแสดงทั้งหมด 30 รอบ
- ครั้งที่ 6 (ตูดหมึก) เปิดการแสดงทั้งหมด 43 รอบ
- ครั้งที่ 7 (เดี่ยว 7) เปิดการแสดงทั้งหมด 44 รอบ

การเลือกงาน พีไน้ต อุดม จะไม่รับจ้างเล่น โฆษณา ละครถ่ายแบบ หรือร้องเพลงแบบทุกงานหรือไม่เลือกงาน แต่จะเลือกเล่นเฉพาะงานที่ไปด้วยกันได้กับแบรนด์ส่วนบุคคล (ไน้ต อุดม) เพราะการรับงานบางงานเมื่อเล่นไป งานบางงานอาจทำให้ภาพลักษณ์ที่ถูกสร้างมาได้รับผลกระทบหรือสูญเสียไปด้วย ซึ่งแตกต่างกับดารารหรือแบรนด์บุคคลคนอื่น ๆ ที่รับเล่นการแสดงต่างๆ ไม่เลือกจึงทำให้ทำลายภาพลักษณ์แบรนด์ของตัวเอง

อีกทั้งการพูด เดียวไมโครโฟน ไน้ต อุดม จะเลือกพูดเรื่องราวที่พวกเราได้เคยสัมผัส ได้เคยผ่านประสบการณ์ในอดีต ในมุมมองหรือแง่มุมที่ตลก บางมุมมองคนฟังอาจคาดไม่ถึง และพูดถึงข่าวสารในยุคปัจจุบัน เช่น ข่าวการเมือง ข่าวดาราร เป็นต้น

ดังนั้น นักพูด ดารา นักแสดง นักร้อง ศิลปิน ถ้ารู้จักการสร้างแบรนด์ ก็จะทำให้ตนเองมีชื่อเสียง และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง เพราะ บุคคล ก็สามารถสร้างแบรนด์ และเป็นสินค้าได้

