



บทที่ 2

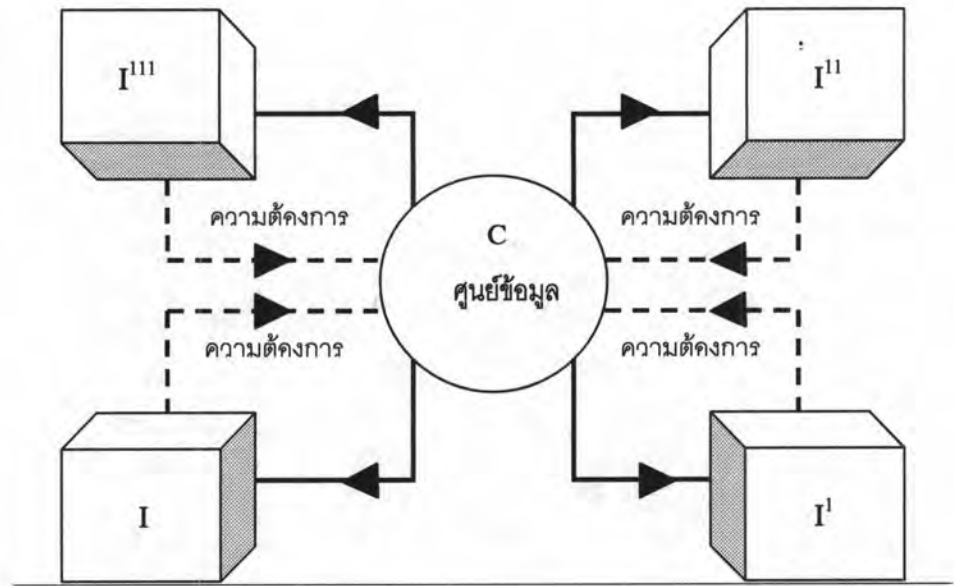
แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “การให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ” นี้ ผู้วิจัยมีการตั้งข้อสันนิษฐานไว้ 2 ข้อ โดยในแต่ละข้อนั้น มีการนำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ มาประกอบเพื่ออธิบายและสนับสนุนข้อสันนิษฐาน โดยข้อสันนิษฐานข้อที่ 1 คือ

การให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุจะมีรูปแบบการสื่อสารแบบการส่งถ่ายข้อมูลที่เป็นกรให้คำปรึกษา (Consultation) และการสนทนา (Conversation) รวมกันอยู่

การให้คำปรึกษานั้น เปรียบเสมือนการส่งถ่ายข้อมูลลักษณะหนึ่ง ดังที่ J.L. Bordewijk และ B. van Kaam (1986) (อ้างใน Denis McQuail, McQuail's Mass communication theory. (2000:129-132) ได้จำแนกรูปแบบการส่งข้อมูล (Information traffic) ไว้เป็น 4 แบบ โดยจะมีการคำนึงถึงศูนย์กลางข้อมูลและเวลาและหัวเรื่องของการส่งข้อมูลนั้นว่า ใครเป็นผู้ควบคุมเป็นสำคัญ ซึ่งหากศูนย์กลางข้อมูลควบคุมทั้งข้อมูล เวลาและหัวเรื่องนั้น คือ การกระจายข้อมูล (Allucation) คือ ข้อมูลที่ถูกส่งออกจากศูนย์กลางไปยังผู้ฟังจำนวนมากที่อยู่รอบนอก ในทางกลับกัน หากบุคคลเป็นผู้ควบคุมข้อมูล กำหนดเวลาและเรื่องที่จะส่งข้อมูล คือ การสนทนา (Conversation) การรวบรวมข้อมูล (Registration) คือ ศูนย์กลางรับคำขอและได้รับข้อมูลจากบุคคลรอบนอก รูปแบบการส่งข้อมูลเช่นนี้ มีแนวโน้มจะเพิ่มมากยิ่งขึ้น เนื่องจากระบบคอมพิวเตอร์ การเชื่อมต่อของการสื่อสารที่ขยายตัวขึ้น

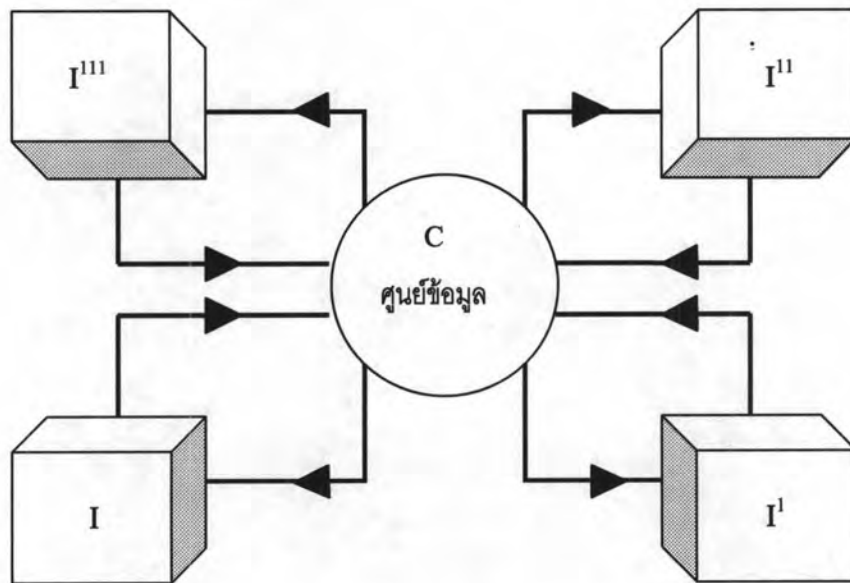
สำหรับ การให้คำปรึกษา (Consultation) นั้น Jan L. Borderwijk และ Beu van Kaan ได้กล่าวไว้ว่า “ถ้าศูนย์กลางในการให้บริการข้อมูล หรือ C ส่งข้อมูลให้ตามความต้องการ (เส้นประ) ของผู้บริโภคข้อมูล หรือ I โดยจะมีความแตกต่างในเรื่องความสัมพันธ์ในทางอำนาจที่แตกต่างกัน C คือ เจ้าของข้อมูลจำนวนมาก แต่ I จะเป็นผู้ตัดสินใจว่าเวลาใด และข้อมูลเรื่องใดควรจะถูกส่งผ่านออกมา” หรือคำจำกัดความว่า “ประเด็นของข้อมูลจะมาจากผู้เตรียมให้บริการข้อมูล ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมของผู้บริโภคข้อมูล” ดังแบบจำลองการให้คำปรึกษาด้านล่าง



แผนภาพที่ 2.1 แบบจำลองรูปแบบการส่งถ่ายข้อมูลแบบการให้คำปรึกษา (Consultation)

ซึ่งการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ นั้น การที่วิทยากรเป็นผู้ให้คำปรึกษาจึงเปรียบได้กับแหล่งข้อมูลหรือ C ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์มากมาย โดยในการออกอากาศหรือการดำเนินรายการในแต่ละครั้งนั้น วิทยากรจะให้คำปรึกษาในเรื่องใด ก็จะเป็นการกำหนดโดยการที่ผู้ฟังโรมด์พท์ติดต่อมาในรายการและระบุเรื่องที่ตนต้องการทราบหรือต้องการขอรับคำปรึกษา และวิทยากรก็จะทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาหรือข้อมูลตามที่ผู้ฟังระบุนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม รูปแบบการส่งถ่ายข้อมูลที่สามรถพบในรายการได้ คือ การสนทนา (Conversation) ซึ่ง Jan L. Borderwijk และ Beu van Kaan ได้กล่าวไว้ว่า "หากปลายทางทั้งสองที่แทนได้กับผู้บริโภคการให้บริการข้อมูล (Human information services consumer) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน เราจะสันนิษฐานว่า เจ้าของข้อมูลและความสามารถในการจัดการข้อมูล มีความเท่าเทียมกันในปลายทางทั้งสองข้าง...รูปแบบการสนทนาตามอุดมคติจะแสดงความเสมอภาคเท่าเทียมของอำนาจ อย่างไรก็ตาม ในหลาย ๆ สถานการณ์ "ระดับของข้อมูล" มักจะมีไม่เท่ากัน ซึ่งเราจะเรียกว่า เป็นความไม่เท่าเทียมกันอย่างชัดเจน (Completely asymmetric)" ซึ่งในการสนทนาโดยทั่วไปจะมีลักษณะดังแบบจำลองด้านล่าง



แผนภาพที่ 2.2 แบบจำลองรูปแบบการส่งถ่ายข้อมูลแบบการสนทนา (Conversation)

เนื่องจากว่า การให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ นั้น หากผู้ฟังระบุปัญหาที่ต้องการปรึกษานั้น ข้อมูลที่ได้ อาจไม่เพียงพอต่อการนำไปวิเคราะห์ ดังนั้น รูปแบบการสนทนาจึงสามารถเกิดขึ้นในระหว่างการให้คำปรึกษา เพื่อเป็นการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมนั่นเอง ขณะเดียวกัน การสนทนาในรายการยังสามารถเกิดขึ้นในกรณีที่ผู้ฟังต้องการโทรมาเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของตนเองผ่านทางรายการอีกด้วย

ข้อสันนิษฐานที่ 2

ในเนื้อหาของการสื่อสารในรายการจะมีอัตรการสื่อสาร (Meta-Communication) เรื่องความสัมพันธ์ที่สมมาตร (Symmetric) และอสมมาตร (Asymmetric) อยู่

จากที่แนวคิดของ Jan L. Borderwijk และ Beu van Kaan ที่ได้กล่าวไว้ว่า “หากปลายทางทั้งสอง ที่แทนได้กับผู้บริโภคการให้บริการข้อมูล (Human information services consumer) มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน เราจะสันนิษฐานว่า เจ้าของข้อมูลและความสามารถในการจัดการข้อมูล มีความเท่าเทียมกันในปลายทางทั้งสองข้าง...รูปแบบการสนทนาตามอุดมคติจะแสดงความเสมอภาคเท่าเทียมของอำนาจ อย่างไรก็ตาม ในหลาย ๆ สถานการณ์ “ระดับของข้อมูล” มักจะมีไม่เท่ากัน ซึ่งเราจะเรียกว่า เป็นความไม่เท่าเทียมกันอย่าง

ชัดเจน (Completely asymmetric)" ได้บอกถึงความไม่เท่าเทียมกันของข้อมูลที่ส่งผ่านกัน ยังมีแนวคิดทางการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกัน

Jakob Steening (Conversation Analysis and the study of bilingual; interaction, 2000a) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์บทสนทนาว่า "วิธีการวิเคราะห์บทสนทนาสามารถช่วยให้เข้าใจว่าคู่สนทนาได้มีความสัมพันธ์ร่วมกันและใช้อำนาจกัน (power wielding) ในการมีปฏิสัมพันธ์กัน (Jorgensen 1998.) ถึงแม้ว่าจุดนี้จะถูกพัฒนาโดย Steening (2000a) เพียงผิวเผินเท่านั้น แต่มันก็ได้กล่าวอ้างว่า การใช้วิเคราะห์รายละเอียดโดยใช้วิธีการวิเคราะห์บทสนทนาอาจจะช่วยให้เข้าใจความสัมพันธ์ทางสังคม (social relations) ระหว่างคู่สนทนาได้"

โดยในรายการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ทางวิทยุ นั้น ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสันนิษฐานตามข้อที่ 1 ว่าจะมีการสนทนาปนแทรกอยู่ ดังนั้น การวิเคราะห์บทสนทนาจะได้ทราบถึงอัตรการสื่อสารที่อยู่ในเนื้อหาของการสื่อสารในรายการว่าคู่สนทนามีความสัมพันธ์และใช้อำนาจกันในลักษณะใด ซึ่งการวิเคราะห์โดยนำแนวคิดของการ turn-taking จะสามารถชี้ให้เห็นถึงอัตรการสื่อสารที่อยู่ในเนื้อหาได้ ดังที่ Sacks, Schegloff และ Jefferson (1974) ได้ศึกษาถึงการวิเคราะห์บทสนทนา และกล่าวถึง turn-taking organization ว่าเป็น "การพิจารณาถึงระบบที่ซับซ้อนซึ่งทั้งสองฝ่ายได้เกี่ยวข้องกันในการจัดการการสนทนา (talk manage) เพื่อจะเปลี่ยนมาพูด (take turn) ในขณะที่ดำเนินการสนทนา ซึ่งมักจะมีผู้พูดหลักครั้งละหนึ่งคน การเปลี่ยนมาพูดนั้นมักเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว อาจมีการพูดซ้อนกัน และการส่งผ่านข้อมูลจากอีกคนไปยังอีกคนหนึ่งโดยมีช่องว่างเพียงเล็กน้อยหรือไม่มีเลย"

"อย่างไรก็ตาม turn-taking มีความสัมพันธ์กับบริบท (context) และมีความไว (sensitive) กับอะไรก็ตามที่เกิดขึ้นในเนื้อหานั้น รวมถึงการพูดนำอย่างรวดเร็ว (immediately preceding talk) ดังนั้น ระบบของ turn-taking จึงเป็น context sensitive" (อ้างใน George Psathas, Conversational Analysis : The study of Talk-in-Interaction, 1995, 35 – 36)

นอกจากนั้น เพื่อการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของการให้คำปรึกษา ผู้วิจัยได้นำแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ในการให้คำปรึกษา มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ดังนี้

Amundsen, 1993 กล่าวถึง ความสัมพันธ์ของการให้การปรึกษา (Counseling relationship) เป็นสิ่งที่สำคัญและสามารถกำหนดให้การให้การปรึกษานั้นดำเนินต่อหรือหยุดลงได้

ว่า "เมื่อผู้ให้คำปรึกษาทราบว่าตนเองมีความสำคัญกับบุคคลที่ให้ความช่วยเหลืออยู่ ความรู้สึกของการเป็นคนสำคัญจะนำไปสู่การประกอบอาชีพอย่างเป็นมืออาชีพและความปรารถนาที่จะให้การช่วยเหลือเพิ่มขึ้น" (อ้างใน Rayle และ Andrea Dixon, Journal of Counseling and Development, Mattering to others implication for counseling relationship.(Trends) 2006)

พงศ์พันธ์ พงษ์โสภา ได้กล่าวถึงว่าถึงองค์ประกอบร่วมของกลวิธีการให้คำปรึกษาว่า องค์ประกอบแรกก็คือ "สัมพันธภาพ (Relationship) ความสัมพันธ์เป็นพื้นฐานสำคัญในการวางโครงสร้างของการให้คำปรึกษา ความพยายามที่จูงนำสัมพันธภาพ คือ การแสดงออกถึงความตั้งใจจริงที่จะช่วยเหลือผู้รับคำปรึกษา" (ทฤษฎีและเทคนิคการให้คำปรึกษา, 2544 หน้า 18)

นอกจากนั้น Waters ได้กล่าวใน Techniques of Counseling หน้า 410 ว่า "สายสัมพันธ์ที่ดีในการให้คำปรึกษา (The Good Counseling Relationship) สามารถพิจารณาได้จาก ความสนใจ (Interesting) และการยอมรับ (Acceptance) อย่างแท้จริง ความเข้าใจ (Understanding) และความแสดงการยอมรับนับถือ (Respect) ความจริงใจ (Sincerity) และความซื่อสัตย์ (Honesty) ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นว่าผู้รับคำปรึกษานั้น ได้รับการช่วยเหลือ ไม่ใช่การบังคับ (Manipulative) ให้เกิดความสัมพันธ์ขึ้น" (อ้างใน สุโท เจริญสุข, เทคนิคเบื้องต้นในการแนะแนวให้คำปรึกษาและจิตบำบัด, 2521 หน้า 82)

จากความสัมพันธ์ในการให้คำปรึกษาที่เกิดขึ้นนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ไม่เท่ากัน ซึ่ง Mishler, 1984; Todd, 1984 (อ้างใน Psychology of language : A Critical Introduction, Micheal A. Forrester, 1996 P.121) ได้มีการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ในเชิงอำนาจที่ไม่เท่าเทียมกัน (Asymmetrical Power Relation) โดยเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ในลักษณะดังกล่าวระหว่างหมอมและคนไข้พบว่า "ในมุมมองของหมอนั้น ตัวเองจะต้องเป็นผู้มีข้อมูลให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ส่วนคนไข้ นั้น อยู่ในสถานะของความต้องการการรักษาหรืออย่างน้อยการช่วยหาแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งเป็นเหตุผลให้เค้ามาทำการพูดคุยหรือรับการตรวจรักษา...ในแง่หนึ่งของหมอนั้น จะมีสิทธิ์และอำนาจมากกว่า (เช่น ความเป็นเจ้าของความรู้หรือแนวทางการแก้ปัญหาที่จำเป็นต่อคนไข้)"

นอกเหนือจากหลักการวิเคราะห์การสนทนาจะสามารถแสดงถึงความสัมพันธ์ที่แฝงอยู่ในการสนทนาแล้ว ทฤษฎีวาทะพฤติกรรม (Speech Acts) ยังมีความเกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร โดยสามารถบอกถึงจุดประสงค์ของการกระทำและทำให้ทราบถึงเจตนาที่ทำการ

สื่อสารออกไป โดย J.L.Austin ได้กล่าวไว้ใน How to do things with words (1962: 109) ถึงการจำแนกพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเมื่อเราได้พูดสิ่งใดออกไป คือ

1. การกล่าวถ้อยคำ (Locutionary acts) คือ พฤติกรรมการกล่าวคำหรือประโยคเพื่อใช้ในการสื่อสาร
2. การแสดงเจตนา (Illocutionary acts) คือ พฤติกรรมที่แสดงเจตนาหรือความตั้งใจของการกล่าวถ้อยคำนั้น ๆ เช่น การแจ้ง การออกคำสั่ง การเตือน เป็นต้น
3. วาพะผล (Perlocutionary acts) คือ พฤติกรรมที่มีผลต่อผู้ฟังหรือการกล่าวถ้อยคำเพื่อทำให้ประสบผลสำเร็จ เช่น การโน้มน้าว การชักชวน การยับยั้ง หรือการทำให้ประหลาดใจและการทำให้หลงผิด เป็นต้น

Austin ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ถ้อยคำที่มีความหมายและรูปแบบที่ถูกต้อง (Well-formed) ทั้งหมดถือว่าเป็นการกล่าวถ้อยคำ แต่จะเป็นการแสดงเจตนาด้วยนั้น ถ้อยคำนั้นต้องหมายถึงการกระทำด้วย ส่วนวาพะผลจะเกิดก็ต่อเมื่อการกระทำตามถ้อยคำนั้นสัมฤทธิ์ผล (อ้างใน ปรานี สิทธิสุขไส, 2537)

Searle (Speech acts: an essay in the philosophy of language, 1969, 23 – 25) ได้กล่าวถึงทฤษฎีวาพะพฤติกรรมด้วยเช่นกัน ว่าการที่ผู้พูดกล่าวสิ่งใดออกไปจะมีลักษณะของพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างน้อย 3 พฤติกรรม ดังนี้

1. การกล่าวถ้อยคำ (Utterance acts) คือ การกล่าวคำ รวมถึงหน่วยคำและประโยคเพื่อใช้ในการสื่อสาร
2. การบอกเนื้อความ (Propositional acts) คือ การกล่าวอ้างและการกล่าวถึง
3. การแสดงเจตนา (Illocutionary acts) คือ การกล่าวถ้อยคำเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่ง เช่น การชี้แจง การถามคำถาม การออกคำสั่ง การให้คำมั่นสัญญา เป็นต้น

นอกจากนั้น Searle ยังกล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับวาพะผล (perlocutionary acts) ของ Austin ด้วยว่า มีความเกี่ยวข้องกับการแสดงเจตนา (illocutionary acts) โดยวาพะผลนั้นคือผลที่ตามมาหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการกระทำ ความคิดหรือความเชื่อของผู้ฟัง

ดังนั้น เมื่อการกล่าวถ้อยคำได้ออกมาย่อมแสดงถึงเจตนาของผู้พูดที่แฝงอยู่และสามารถส่งผลต่อผู้ฟังได้นั้น ทฤษฎีวาพะพฤติกรรมจึงจะถูกนำมาพิจารณาถึงอิตตะการสื่อสาร (Meta-Communication) ที่สามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ ตามแนวคิดในการสื่อสาร ดังนี้

การใช้คำพูดอุปมา (Simile) ดังที่ Seymour Chatman ในหนังสือ An Introduction to the Language of Poetry ได้กล่าวถึงประเภทของการอุปมาประเภทหนึ่งคือ โวหารอุปมา (Simile) ว่า "โวหารอุปมา (Simile) คือ การนำเอาเรื่องราวหรือสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่ง ไปเปรียบเทียบกับสิ่งอื่น ทั้งนี้เพื่อให้ลักษณะของเรื่องราวหรือสิ่งของนั้น ๆ มีความเด่นชัดเป็นที่เข้าใจแจ่มแจ้งยิ่งขึ้น โดยมีคำที่บ่งบอกอาการเปรียบเทียบดังกล่าว เช่น เหมือน ดุจ ราว เป็นต้น" (อ้างใน จูติภา ลักษณะ พิสุทธิ, การใช้อุปมาโวหารในบทโฆษณา, 2541)

การพูดแทรก ตัดบท (Interrupt) ที่ตั้งใจ เพราะต้องการให้ข้อมูลหรืออธิบายต่อผู้ฟัง ซึ่งตรงกับลักษณะของการพูดแทรกแบบไม่เป็นธรรมชาติ หรือ Non - Neutral Interruption โดยผู้วิจัยตีความหมายว่าเป็นการพูดแทรกโดยตั้งใจนั่นเอง ที่ Goldberg (1990) (อ้างใน Michael A. Forrester, Psychology of Language : A Critical Introduction) ว่า "การพูดแทรกแบบไม่เป็นธรรมชาติ (Non - Neutral Interruption) นี้ สามารถบอกถึงการควบคุมอำนาจ (to wrest control of the floor (power-oriented)) หรือเป็นการกระทำเพื่อสนับสนุน (Support) หรือแสดงความร่วมมือ (Collaboration)"

การใช้คำพูดออกคำสั่ง (Order) ด้วยจุดประสงค์คือ การให้ผู้ฟังทำตาม เป็นการแสดงอำนาจที่เหนือกว่า (Dominate) เนื่องจากตนต้องการควบคุมการสนทนานั้นเอง ซึ่งในขอรับคำปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญนั้น เปรียบเสมือนการขอความช่วยเหลืออย่างหนึ่ง ซึ่งสามารถเป็นไปได้หลายแบบ โดย Elam Nunnally และ Caryl Moy (Communication basics for human service professionals, 1989:60-68) ได้กล่าวพฤติกรรมการสื่อสารในการช่วยเหลือว่าลักษณะหนึ่ง คือ "การออกคำสั่ง (Ordering) คือ การสื่อสารเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้พูดเชื่อว่าผู้ฟังจะต้องปฏิบัติตาม"

นอกจากนั้น <http://en.wikipedia.org/wiki/Paradox> ได้ให้ความหมายของการพูดแบบ Paradox ว่า "เป็นประโยคที่บอกความจริง ซึ่งนำไปสู่ความหมายที่ตรงกันข้ามหรือสถานการณ์ที่ขัดแย้งต่อสัญชาตญาณ (defines intuitions) โดยตามลักษณะนั้น หากประโยคในคำถามจะไม่ได้ตีความถึงความตรงกันข้ามอย่างแท้จริง ผลของการความแปลกใจก็ไม่ได้เป็นการตรงกันข้ามหรือไม่หลักฐานที่อ้างในตำรานั้นก็ไม่ใช่ความจริงทั้งหมด...ในทางอักษรศาสตร์ Paradox สามารถเป็นความหมายที่ตรงกันข้ามหรือประโยคที่ไม่เป็นความจริงอย่างชัดเจน ซึ่งจะบ่งบอกจากการดูบริบทโดยรวมด้วย"

การพูดคุยเพื่อความเพลิดเพลิน (Communication Pleasure) ซึ่งนักจิตวิทยาชื่อ Szasz (อ้างไว้ใน Stephenson 1967:52-58 อ้างใน วีระ แก่นเพชร, 2539)) เป็นผู้ตั้งชื่อให้และกล่าวถึงรูปแบบหนึ่งของความพอใจในการสื่อสารว่าหนึ่งในนั้นคือ การพอใจที่เกิดจากการพูดคุยเพื่อความเพลิดเพลิน (Communication Pleasure) “ความพอใจนี้จะเกิดขึ้นหลังจากที่คน 2 คน ไปพบปะพูดคุยกันโดยไม่จำเป็นต้องเป็นการโต้แย้งเอาชนะอีกฝ่าย เค้นความจริง เหาใจอีกฝ่าย หรือพยายามจะมีอิทธิพลเหมือนอีกฝ่ายแต่เขาทั้ง 2 ก็พอใจ ซึ่งเป็นความพอใจที่สนองจุดประสงค์ของทั้ง 2 ฝ่ายที่ไม่อาจจะมองเห็นได้ชัด ความพอใจนี้เกิดจากคน 2 คนคุยโดยไม่เจาะจงว่าจะเป็นเรื่องอะไร”

สรุป

แม้รายการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุจะมีรูปแบบของการให้คำปรึกษาเป็นหลัก ดังที่ Jan L. Borderwijk และ Beu van Kaan ได้กล่าวไว้ว่า “ถ้าศูนย์กลางในการให้บริการข้อมูล หรือ C ส่งข้อมูลให้ตามความต้องการ (เส้นประ) ของผู้บริโภคข้อมูล หรือ I โดยจะมีความแตกต่างในเรื่องความสัมพันธ์ในทางอำนาจที่แตกต่างกัน C คือ เจ้าของข้อมูลจำนวนมาก แต่ I จะเป็นผู้ตัดสินใจว่าเวลาใด และข้อมูลเรื่องใดควรจะถูกส่งผ่านออกมา” แต่ในกระบวนการให้คำปรึกษาจะต้องมีการสอดแทรกการสนทนาร่วมอยู่ด้วย เพื่อเป็นการสื่อสารเพื่อดึงเอาข้อมูลตลอดจนการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันในระหว่างการให้คำปรึกษา

การแลกเปลี่ยนข้อมูลสามารถมีความไม่เท่าเทียมกันอยู่ซึ่งเป็นลักษณะของการสมมาตรและอสมมาตร โดยถือเป็นอัตรการสื่อสารที่มีความเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของคู่สนทนาด้วย ซึ่งการพิจารณาถึงอัตรการสื่อสารในรายการที่รูปแบบของการปรึกษาและการสนทนาที่แทรกอยู่ จะพิจารณาจากการวิเคราะห์การสนทนา (Conversation Analysis) แบบ Turn-taking ซึ่ง Sacks, Schegloff และ Jefferson (1974) กล่าวไว้ว่า “ลักษณะการสื่อสารนี้มีความสัมพันธ์กับบริบท (context) และมีความไว (sensitive) กับอะไรก็ตามที่เกิดขึ้นในเนื้อหานั้น” (อ้างใน George Psathas, Conversational Analysis : The study of Talk-in-Interaction, 1995, 35 – 36) รวมทั้งทฤษฎีวาทะพฤติกรรมกล่าวถึงการกล่าวถ้อยคำที่แสดงเจตนาของผู้พูดและผลที่เกิดจากผู้ฟัง ซึ่งสามารถพิจารณาถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น และอัตรทางการสื่อสารต่าง ๆ อีกด้วย