

บทที่ 7
การวิเคราะห์ผู้ฟัง
Audience Analysis

เค้าโครงเรื่อง

ความนำ

1. ความซับซ้อนของผู้ฟัง
 - 1.1 ประโยชน์ของการวิเคราะห์ผู้ฟัง
 - 1.1.1 เพื่อทราบคุณลักษณะของผู้ฟัง
 - 1.1.2 เพื่อการวางแผนและกลยุทธ์ในการพูด
 - 1.2 การวิเคราะห์ผู้ฟัง
 - 1.2.1 องค์ประกอบภายใน
 - 1.2.2 องค์ประกอบภายนอก
 - 1.3 สถานการณ์และปริมาณของผู้ฟัง
2. การวิเคราะห์สภาวะทางสังคมหรือประชากรของผู้ฟัง
 - 2.1 ขนาดของผู้ฟัง
 - 2.2 ระดับอายุ
 - 2.2.1 วัยเด็ก
 - 2.2.2 วัยรุ่น
 - 2.2.3 วัยผู้ใหญ่หรือวัยกลางคน
 - 2.2.4 วัยชรา
 - 2.3 เพศ
 - 2.4 ระดับการศึกษา
 - 2.5 อาชีพ
 - 2.6 ความเชื่อและศาสนา
 - 2.7 สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ
3. ความยึดมั่นและทัศนคติของผู้ฟัง
4. ทัศนคติของผู้ฟังต่อการพูด
 - 4.1 ทัศนคติต่อผู้พูด
 - 4.1.1 ความรู้ความสามารถและความชำนาญการของการพูด

- 4.1.2 ความเป็นคนดีที่น่านิยมนกย่อง
- 4.1.3 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ
- 4.1.4 ความเป็นคนทันสมัย
- 4.1.5 ความกระฉับกระเฉง กล้าพูด
- 4.1.6 ความเป็นมิตรและเชื่องช้า
- 4.2 ทักษะคดีที่มีต่อเรื่องที่พูด
- 4.3 ทักษะคดีที่มีต่อจุดมุ่งหมายในการพูด
- 5. ประเภทของผู้ฟัง
 - 5.1 ผู้ฟังที่เป็นเป้าหมาย
 - 5.2 ผู้ฟังที่มีได้เป็นเป้าหมาย
- 6. สรุป

สาระสำคัญ

1. ผู้ฟังในการพูดมีความซับซ้อนเพราะว่าผู้ฟังไม่ได้มีลักษณะใด ๆ ขึ้นอยู่กับว่าผู้ฟังเหล่านั้นอยู่สังกัดในกลุ่มใดหากสังกัดกลุ่มที่แตกต่างกันก็จะมีคุณลักษณะแตกต่างไปตามกลุ่มด้วย
2. การที่ผู้พูดมีการวิเคราะห์ผู้ฟังเพราะต้องการทราบคุณลักษณะปลีกย่อยของผู้ฟังความสามารถในการตอบสนองของผู้ฟังและเพื่อการวางแผนกลยุทธ์ในการพูด
3. คุณลักษณะทางสังคมและประชากรของผู้ฟังที่ผู้พูดวิเคราะห์ก่อนการพูดได้แก่ระดับอายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชื่อและศาสนา รวมทั้งสถานภาพทางสังคมและเศรษฐศาสตร์ของผู้ฟัง
4. คนเราทุกคนจะมีทัศนคติยึดมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความยึดมั่นทางทัศนคติ ด้านความรู้สึกรู้ด้านความเข้าใจ และด้านการกระทำ เพราะเคยมีประสบการณ์และความพึงใจหรือประทับใจต่อสิ่งนั้นมาก่อน
5. ทัศนคติของผู้ฟังที่มีต่อผู้พูดนั้นได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อความรู้ความสามารถของผู้พูด, ความน่านิยมนกย่อง, ความทันสมัย, ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ, ความกระฉับกระเฉงและความเป็นมิตรของผู้พูด
6. ผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการพูดจะแยกออกเป็น 2 ประเภทคือผู้นำที่ผู้พูดตั้งใจจะส่งสารไปถึง เรียกว่าผู้ฟังที่เป็นเป้าหมาย และผู้ฟังที่ผู้พูดไม่ได้ตั้งใจส่งสารไปให้แต่สามารถรับสารนั้นได้ เรียกว่าผู้ฟังที่มีได้เป็นเป้าหมาย

จุดประสงค์การเรียนรู้

เมื่อนักศึกษาได้ศึกษาเนื้อหาในบทที่ 7 นี้แล้วจะสามารถ

1. เข้าใจวิธีการและสิ่งที่จะต้องวิเคราะห์เกี่ยวกับผู้ฟังในการพูด
2. ทราบความจำเป็นและประโยชน์ของการวิเคราะห์ผู้ฟัง
3. ทำการวิเคราะห์ผู้ฟังก่อนการพูดได้อย่างดี

บทที่ 7 การวิเคราะห์ผู้ฟัง (Audience Analysis)

ความนำ

ในกระบวนการของการสื่อสารโดยการพูดนั้น เป็นกระบวนการที่มีผู้มีส่วนร่วม 2 ฝ่าย คือ ผู้พูด และผู้ฟัง และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ผู้พูดและผู้ฟังสื่อสารกันก็เพื่อที่จะสร้างความเข้าใจในสารร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นผู้พูด ต้องการที่จะให้ผู้ฟังเข้าใจในสารนั้นอย่างถูกต้อง (Accurate) ตรงตามที่ได้เตรียมมา เพื่อให้ผู้ฟังมีภาพจนต่อองค์กรในทางที่ดีและถูกต้อง ซึ่งหลังจากการพูดเสร็จสิ้นลงแล้ว โดยปกติผู้พูดจะมีการประเมินผลแห่งการพูดครั้งนั้น ๆ โดยวัดจากผู้ฟังนั่นเอง ซึ่งเท่ากับว่าผู้ฟังเป็นตัวชี้ถึง ระดับแห่งความสำเร็จของการพูดในครั้งนั้น ๆ

นักการพูดหรือนักการสื่อสารที่มีความสามารถจะมีการเตรียมสารที่จะใช้ในการพูดให้เหมาะสมกับผู้ฟังทั้งทางด้านเนื้อหา (Content) การเลือกใช้ภาษาหรือการเข้ารหัส (Coding) และการปรุงแต่งสารให้เหมาะสม (Treatment) โดยมีเป้าหมายที่จะให้ผู้ฟังสนใจฟังโดยตลอดและเข้าใจในสารที่ได้พูดออกไปนั้น ดังนั้นในการพูดแต่ละครั้งผู้พูดจำเป็นต้องจะมีการวิเคราะห์ผู้ฟัง ก่อนการพูด เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการพูด

การวิเคราะห์ผู้ฟังนั้น เพื่อให้ได้ทราบว่าผู้ฟังนั้นมีคุณลักษณะเป็นอย่างไรบ้าง มีความสนใจหรือต้องการอะไร ระดับแห่งความรู้ ค่านิยมทัศนคติ วิธีการดำเนินชีวิตการสมาคม เป็นอย่างไรบ้าง และยังช่วยให้ผู้พูดได้เตรียมตัวได้อย่างเหมาะสมก่อนการพูด

1. ความซับซ้อนของผู้ฟัง

โดยทั่ว ๆ ไปการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานเป็นที่เข้าใจกันว่า เป็นกิจกรรมที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนหรือสาธารณชน (Public) แต่ในทางปฏิบัตินั้นไม่ใช่เป็นเรื่องที่ง่าย ทั้งนี้เพราะว่ากลุ่มคนหรือสาธารณชน ที่เราสื่อสารด้วยนั้นไม่ได้เป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะเดียวโดด ๆ แต่การพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการพูดหรือสื่อสารกับทุกหน่วยหรือทุกคนในกลุ่มคนนั้น ๆ

สมมติว่า บริษัทที่ผลิตน้ำมันจะสื่อสารกับบุคคลอื่นเรื่องเกี่ยวกับน้ำมันก็ต้องพุ่งเป้าไปที่ผู้ใช้รถยนต์ หรือหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบเรื่องน้ำมันนั้น คงไม่ใช่สื่อสารกับนักเรียนหรือนักศึกษาเพราะว่าพวกนักเรียนหรือนักศึกษาจะสนใจเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับสถานที่เที่ยวให้ความสนุกสนาน แฟชั่น หรือถ้าเป็นนักธุรกิจ ก็จะสนใจข่าวสารเกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์หรือสภาวะทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้รถยนต์ นักเรียน นักศึกษา หรือนักธุรกิจก็ตามต่างก็เป็น

ตัวอย่างของกลุ่มคนหรือสาธารณชน “สาธารณชนก็คือ กลุ่มคนที่รวมกันเข้าโดยบังเอิญบางอย่าง นักประชาสัมพันธ์เองก็ตระหนักว่า จะมีกลุ่มคนลักษณะเช่นนี้อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งความหมายจริง ๆ ที่นักประชาสัมพันธ์ได้ให้ความหมายต่อคำว่า สาธารณหรือกลุ่มคนนี้ก็คือ เป็นกลุ่มของคนหรือกลุ่มสาธารณชนหลาย ๆ กลุ่ม”(1)

ศาสตราจารย์จากมหาวิทยาลัยแอสตันฟอร์ด ชื่อ Bill River ได้ให้ความหมายของสาธารณชน (Publics) ว่า กลุ่มสาธารณชนหลาย ๆ กลุ่มก็คือ กลุ่มคนหลาย ๆ กลุ่มซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีความแตกต่าง ๆ กันในเรื่องของรสนิยม การศึกษา รายได้ มีความนิยมพรรคการเมืองต่างกัน นับถือศาสนาต่างกัน ฯลฯ ลักษณะของสาธารณชนกลุ่มหนึ่งจะมีความแตกต่างปลีกย่อยไปจากกลุ่มอื่น

ยิ่งไปกว่านั้น นิยามสำหรับสาธารณชนกลุ่มหนึ่ง ๆ ก็ยังไม่คงที่ จะเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ และประเด็นปัญหาที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย กล่าวคือ ถ้าเป็นกรณีปัญหาเกี่ยวกับเรื่อง การสวมใส่กางเกงยีนส์ในสถานศึกษานुकคลในสถานศึกษาที่เกี่ยวข้องก็จะเป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยและนักเรียนอาชีวศึกษา โดยจัดให้เป็นเป้าหมายอยู่ในกลุ่มเดียวกัน จะไม่รวมครู อาจารย์เข้าไว้แต่เมื่อกล่าวถึงกรณีปัญหาที่เกี่ยวกับการศึกษาในระดับอุดมศึกษาแล้วเราจะจัดรวมครูอาจารย์ไว้กับนักศึกษาเป็นกลุ่มเดียวกัน ไม่รวมไปถึงนักเรียนอาชีวศึกษา

คนแต่ละบุคคลอาจจะเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสาธารณชนหลาย ๆ กลุ่ม กล่าวคือ ถ้าขณะที่เรายังเป็นนักศึกษาอยู่ เราก็จะกลายเป็นสมาชิกของกลุ่มสาธารณชนในมหาวิทยาลัย เมื่อเราสำเร็จการศึกษาแล้วกลายเป็นบัณฑิตเราก็จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสาธารณชนที่เป็นนายจ้างเพราะเราต้องหางานทำและทำงาน พอเราแต่งงานหรือมีงานทำแน่นอนแล้วเราก็จะกลายเป็นสมาชิกคนหนึ่ง ของกลุ่มสาธารณชนที่เกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งต้องการจะขายบ้านให้กับเรา

เมื่อแต่ละบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสาธารณชนหลาย ๆ กลุ่ม ดังนั้นแต่ละองค์กรที่ต้องการจะทำการสื่อสารกับสาธารณชนจำนวนมากโดยทั่ว ๆ ไป ตั้งแต่ผู้บริโภคและลูกค้าไปจนถึงนายจ้างและผู้ถือหุ้น ฯลฯ ถ้าหากเป็นประชาสัมพันธ์ที่ทำงานให้กับมหาวิทยาลัย นักประชาสัมพันธ์นั้นก็ต้องเตรียมสารประชาสัมพันธ์กับนักศึกษา ครู อาจารย์ เจ้าหน้าที่สมาคมศิษย์เก่า ไปจนถึงประชาชนที่ชื่นชมในมหาวิทยาลัย และถ้าหากเป็นนักประชาสัมพันธ์ให้กับนักการเมือง นักประชาสัมพันธ์นั้นก็ต้องเตรียมสารให้กับนักข่าว ผู้ลงคะแนนเสียงไปจนถึงคนในพื้นที่นั้น

1.1 ประโยชน์ของการวิเคราะห์ผู้ฟัง นักพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ดี จะต้องมีการวิเคราะห์ผู้ฟังก่อนเริ่มทำการพูดเสมอเพราะตระหนักถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิเคราะห์นั้นคือ

(1) Doug Newsom & Tom Siegfried, Writing in Public Relations Practice : Form and Style (California : Wadsworth Publishing Inc., 1981). p. 5

1.1.1 เพื่อทราบคุณลักษณะของผู้ฟัง ว่าผู้ฟังที่เราถือว่าเป็นกลุ่มสาธารณชนกลุ่มหนึ่งในการพูดครั้งนั้น มีคุณลักษณะปลีกย่อยเป็นอย่างไร หมายถึง เพศ อายุ ระดับ รายได้ ระดับการศึกษา สถานะทางสังคม อาชีพ ความต้องการ ความสนใจ ทักษะคิดและคำนิยม นอกจากนี้ยังรวมไปถึงว่าผู้ฟังนั้นจะมีแนวโน้มของการตีความสารอย่างไรสามารถจะมีการตอบสนองต่อการฟังในขณะนั้นได้หรือไม่ และถ้ามีได้สามารถตอบสนองได้อย่างไร

1.1.2 เพื่อการวางแผนและกลยุทธ์ในการพูด เมื่อสามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับผู้ฟังได้แล้วว่ามีคุณลักษณะปลีกย่อยอย่างไร ก็จะทำให้เราสามารถสรุปได้ว่าผู้ฟังนั้นมีคุณลักษณะรวมอะไรบ้าง ซึ่งเป็นการที่ผู้พูดจะกำหนดนิยามให้กลุ่มผู้ฟังโดยเฉพาะ เป็นกลุ่มสาธารณชนเฉพาะกลุ่มเฉพาะอย่าง และสามารถที่จะจัดการวางแผนการพูดได้ล่วงหน้าเตรียมปรับสารให้เหมาะสมกับผู้ฟัง

1.2 **การวิเคราะห์ผู้ฟัง** (Audience Analysis) ในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้พูดจะพยายามที่จะสื่อความหมายกับผู้ฟังโดยอาศัยสารหรือคำพูดเป็นสื่อ เพื่อถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก และข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่สำคัญก็คือผู้พูดต้องไม่พยายามพูดเฉพาะในสิ่งที่ผู้พูดเองสนใจ แต่จะต้องเป็นสิ่งที่ผู้ฟังสนใจฟังด้วยเพราะหากผู้ฟังไม่สนใจในเรื่องที่พูดแล้วการพูดครั้งนั้น ๆ ก็ไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้น ผู้พูดจึงควรสำรวจความสนใจของผู้ฟังก่อนที่จะเริ่มการพูด

ในการพูดนั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 2 ประการคือ

1.2.1 **องค์ประกอบภายใน** (Internal Factors) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับตัวผู้พูดเองที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพูด เช่น น้ำเสียง บุคลิกภาพ การเตรียมตัว ความน่าเชื่อถือ ความรู้ ความเชื่อ ทักษะคิด ของตัวผู้พูด

1.2.2 **องค์ประกอบภายนอก** (External Factors) เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้ฟังซึ่งผู้พูดจะต้องคำนึงถึงเป็นอย่างมากเพื่อให้การพูดประสบความสำเร็จ องค์ประกอบภายนอกนี้จะประกอบไปด้วยคุณลักษณะของผู้ฟัง โอกาสของการพูด ระยะเวลาที่ใช้ในการพูด จำนวนของผู้ฟัง

โดยทั่ว ๆ ไปข้อบกพร่องที่พบบ่อย ๆ ในการพูดก็คือการละเลยถึงองค์ประกอบภายนอก ซึ่งก็คือองค์ประกอบที่เกี่ยวกับตัวผู้ฟัง โดยผู้พูดพยายามจะเน้นในเรื่องของตนเองเป็นส่วนใหญ่ องค์ประกอบที่เกี่ยวกับผู้ฟังนี้ผู้พูดจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ให้ละเอียดเท่าที่สามารถจะกระทำได้ การวิเคราะห์ผู้ฟังสามารถกระทำได้ด้วยวิธีการสอบถามจากผู้รู้หรือทำการสำรวจ สิ่งที่ผู้พูดควรวิเคราะห์มีดังนี้

ก. การวิเคราะห์สภาวะทางสังคมหรือทางประชากรของผู้ฟัง (Social Composition or Demographic Characteristics)

ข. ความยึดมั่นและทัศนคติของผู้ฟัง (Fixed Beliefs and Attitudes of the Audience)

ค. ทัศนคติของผู้ฟัง ต่อการพูด (Attitude of the Audience toward Speech).

- ทักษะที่มีต่อผู้พูด (Audience's Attitude Toward the Speaker)
- ทักษะที่มีต่อเรื่องที่พูด (Audience's Attitude Toward the Topic)
- ทักษะที่มีต่อจุดมุ่งหมายในการพูด (Audience's Attitude Toward The Speech Purpose)

Purpose)

ในการวิเคราะห์องค์ประกอบภายนอกของการพูดนี้ มีความซับซ้อนอยู่บ้างโดยเฉพาะในส่วนของคุณลักษณะของผู้ฟัง เพราะผู้ฟังแต่ละคนจะมีคุณลักษณะเฉพาะของตนเองแตกต่างกันออกไป เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา ทักษะการคิดต่อสิ่งต่าง ๆ ประสบการณ์และสติปัญญา ฯลฯ คุณลักษณะเหล่านี้ จะเข้ามามีอิทธิพลต่อการรับรู้ หรือการฟังของผู้ฟังโดยเฉพาะในเรื่องของความเข้าใจในความหมายของสารดังที่ได้กล่าวมาในบทก่อน ๆ

1.3 สถานการณ์และปริมาณของผู้ฟัง นอกจากคุณลักษณะของผู้ฟังแล้วสถานการณ์ของการสื่อสารก็เข้ามามีบทบาทในการเตรียมสาร การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสาร และกลยุทธ์ในการสื่อสารสถานการณ์ในการสื่อสารแต่ละสถานการณ์จะแตกต่างกันออกไป รวมไปถึงปริมาณของผู้ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการสื่อสารด้วย คือถ้าหากเป็นการสื่อสาร โดยการพูดด้วยแล้วจะมีตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน เช่น การสนทนา การโทรศัพท์ แต่ถ้าเป็นการประชุม การสังสรรค์ การหารือ ก็เป็นการพูด หรือสื่อสารกับคนมากกว่า 2 คนขึ้นไป อาจจะเป็น 4 คนขึ้นไป จนถึงปริมาณจำนวนที่ไม่มาก นอกจากนี้ก็ยังมีกรสื่อสารกับกลุ่ม เช่น การประชุมพนักงาน การสัมมนา การประชุมวิชาการ จะเป็นการสื่อสาร กับคนจำนวนมากขึ้นไป จนถึงการสื่อสารมวลชนที่ผู้ฟังหรือผู้รับสารจะมีจำนวนมาก ๆ

การสื่อสารกับคนจำนวนน้อย เช่น การสนทนา การประชุม ผู้สื่อสารหรือผู้พูดจะสามารถสื่อสารได้ดีกว่าการสื่อสารกับคนจำนวนมาก ๆ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผู้พูดเองสามารถที่จะวิเคราะห์ผู้รับสารได้อย่างละเอียด เพราะมีจำนวนน้อยทำให้ผู้พูดมีความใกล้ชิดกับผู้ฟัง การสื่อสารหรือการพูดก็ไม่มีพิธีรีตองหรือเป็นทางการมากเกินไป แต่ถ้าสื่อสารกับคนจำนวนมาก ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารมวลชน จะเป็นการยากลำบากยิ่งสำหรับผู้ส่งสารหรือผู้พูด (เช่น รายการวิทยุหรือโทรทัศน์) ทั้งนี้เพราะว่าคุณลักษณะที่แตกต่างของแต่ละบุคคล จะมีจำนวนมากขึ้น และมีข้อละเอียดปลีกย่อยอีกมากมาย ตัวอย่างเช่น การอภิปรายในสภาผู้แทนราษฎรชกฟออก รัฐบาล และมีการออกอากาศทั้งทางวิทยุกระจายเสียงและทางโทรทัศน์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรที่ขึ้นอภิปราย จะต้องเลือกใช้สารให้เหมาะกับรัฐมนตรีที่พาดพิงถึง นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงประชาชนที่ติดตามทางวิทยุและโทรทัศน์ด้วยว่าควรจะแยกประเด็นปัญหาอะไรขึ้นมาพูด ที่ประชาชนทั่ว ๆ ไป จะสนใจและเข้าใจ นอกจากนี้ประเด็นปัญหานั้น ๆ ประชาชนมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นอย่างไรและควรจะเลือกใช้คำพูดอย่างไรที่ประชาชนจะเข้าใจถูกต้องตามความหมาย และมีรสนิยมจะใช้วิธีการนำเสนอสารอย่างไรจะช่วยให้เข้าใจได้ง่ายและเที่ยงตรงถูกต้องเพราะประชาชนมีคุณสมบัติแตกต่างกันดังเช่น

- เพศ (มี 2 เพศ) ควรอภิปรายเรื่องใดที่ในขณะที่นั้นผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นเพศอะไร

- ระดับการศึกษา แตกต่างกันตั้งแต่ไม่เคยศึกษาเลย ไปจนถึงผู้ที่มีการศึกษาสูงที่สุดคือระดับปริญญาเอก
 - อายุ มีหลากหลายกระจายอยู่หลายสิบปี อาจจะตั้งแต่เด็กที่สนใจการบ้านการเมือง มีอายุสิบกว่าปีไปจนถึงผู้ที่มีอายุสูงที่สุด คือ เกินร้อยปี
 - อาชีพ ตั้งแต่ไม่ได้ประกอบอาชีพ กำลังศึกษาอยู่ เป็นลูกจ้าง กรรมกร พนักงานข้าราชการ ผู้บริหาร เรื่อยไปจนถึงผู้มีฐานะที่ไม่ประกอบอาชีพอะไรเลย
 - ทักษะคติ ประชาชนจะมีทักษะคติต่อกรณีปัญหาแตกต่างกันออกไปมากมาย ตั้งแต่ในระดับที่เห็นด้วยอย่างยิ่งไปจนถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งและทัศนคติในลักษณะประนีประนอม
- เมื่อผู้ฟังมีลักษณะที่แตกต่างกันดังที่กล่าวมานี้ วิธีการหนึ่งที่จะช่วยผู้พูดในการให้ประสบความสำเร็จในการพูดก็คือ ผู้พูดจะต้องพยายามจัดผู้ฟังให้เป็นกลุ่ม ๆ โดยอาศัยลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) เป็นเกณฑ์⁽²⁾ ก็คือผู้พูดต้องจำแนกผู้ฟังออกตามอายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานทางสังคม และเศรษฐกิจ ศาสนา เป็นต้น โดยใช้สมมติฐานที่ว่าคนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันย่อมมีแนวโน้มแห่งทัศนคติและพฤติกรรมคล้ายคลึงกันด้วย ดังนั้น เมื่อผู้พูดจะเริ่มการพูดก็ต้องทำการวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้ฟังก่อน จากนั้นจึงทำการวางแผนการพูด ปรับวิธีการพูด ภาษาที่ใช้ในการพูดให้เหมาะกับผู้ฟัง เช่น หากเป็นการพูดให้นักศึกษาฟัง จะต้องทราบว่านักศึกษามีพฤติกรรมและทัศนคติอย่างไร มีแนวโน้มทางความคิดอ่านเป็นอย่างไร ค่านิยมของวัยรุ่นเป็นอย่างไร หรือถ้าจะพูดให้นักศึกษาประชาสัมพันธ์ฟังก็ต้องทราบว่านักศึกษาประชาสัมพันธ์ย่อมมีทัศนคติและความต้องการแตกต่างจากนักศึกษาในสาขาวิชาอันเป็นเฉพาะอย่างของคนมีความปรารถนาในข้อมูลเช่นไร อยากได้ฟังได้รู้อะไร ฯลฯ

กิจกรรมการเรียนรู้ 1

1. ให้นักศึกษาชี้แจงว่าเพราะเหตุใดจึงต้องมีการวิเคราะห์ผู้ฟังในการพูด
2. ให้นักศึกษาระบุว่าการวิเคราะห์ผู้ฟังจะให้ประโยชน์แก่ผู้พูดในด้านใดบ้าง
3. ให้นักศึกษาทดลองวิเคราะห์กลุ่มผู้ฟังจากการพูดในหัวข้อ และโอกาสที่กำหนดขึ้นเอง หรือโดยเพื่อนนักศึกษากำหนดให้

2. การวิเคราะห์สภาวะทางสังคมหรือทางประชากรของผู้ฟัง (Analysis of Social Composition or Demographic Characteristic of the Audience)

(2) ประมะ สตะเวทิน, หน้า 104.

สิ่งที่ผู้พูดควรปรารถนาเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมหรือทางประชากรของผู้ฟัง คือ

2.1 ขนาดของผู้ฟัง (Size of the Audience) ในการพูดแต่ละครั้ง ผู้พูดควรทราบว่ามีจำนวนของผู้ฟังจะมีไม่เท่ากันทุกครั้ง แต่จะมากหรือน้อยกว่ากันนั้น ผู้พูดจะต้องพิจารณาให้ดีว่าความแตกต่างของขนาด ของผู้ฟังมีขนาดเท่าไร หากมีขนาดความแตกต่างกันในปริมาณของผู้ฟังไม่มาก ผู้พูดจะวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ฟังได้ง่ายกว่ากลุ่มผู้ฟังที่มีขนาดใหญ่ และวิธีการพูดจะเป็นกันเอง ภาษาที่ใช้ก็ไม่เป็นทางการมากนัก อย่างเช่น การพูดให้กับกลุ่มคนที่มีขนาดเล็ก เช่น พนักงานในแผนกอาจจะมีประมาณ 15-30 คน จะมีลักษณะคล้าย ๆ กันแต่ถ้าเป็นการพูดในเรื่องสวัสดิการของบริษัทจะมีผู้ฟังมากขึ้นอาจจะเป็น 50 คนไปจนถึง ร้อย ถึงพันคนก็เป็นได้เมื่อเป็นดังนี้ผู้พูดก็ต้องปรับกระบวนการและวิธีการพูดเสียใหม่ หรือหากเป็นการพูดเพื่อกิจการของหน่วยงานหรือของบริษัทให้กับประชาชนทั่วไป วิธีการพูดก็จะแตกต่างไปอีก เป็นทางการมากขึ้น ต้องมีการพิจารณาการใช้ภาษา อย่างรัดกุม

การได้ทราบขนาดของผู้ฟังจะช่วยผู้พูดได้เป็นอย่างมากในเรื่องของเนื้อหาที่จะพูดทั้งนี้ เพราะถ้ามีผู้ฟังจำนวนมากนั้นย่อมหมายความว่าผู้ฟังจะมีคุณลักษณะแตกต่างกันมากด้วยเมื่อเป็นดังนั้นขณะที่ผู้พูดพูดเนื้อหาในแต่ละส่วนก็ยากที่จะทำให้ผู้ฟังสนใจฟังได้ทั้งหมด เพราะเนื้อหาส่วนนั้น ๆ อาจจะไม่ตรงกับทัศนคติ หรือความสนใจ ของผู้ฟังบางกลุ่มก็ย่อมเป็นไปได้ผู้พูดจึงอาจจะต้องเตรียมสอดแทรกเนื้อหาบางส่วนเพื่อดึงความสนใจของผู้ฟังให้กลับมาสนใจการพูดทั้งหมดได้ อาจจะเป็นการใช้วิธีการยกตัวอย่างหลาย ๆ อย่าง พยายามให้ครอบคลุมผู้ฟังส่วนใหญ่หรือทั้งหมดให้ได้ เพราะหลักธรรมชาติแล้วคนเราจะสนใจฟังในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตนเอง หรือมีผลกระทบต่อตนเองหรือว่าผู้พูดอาจจะใช้วิธีการแทรกอุทาหรณ์หรืออารมณ์ขัน เพื่อดึงความสนใจของผู้ฟังกลับมาก็ได้

2.2 ระดับอายุ (Age Levels) อายุของผู้ฟังเป็นส่วนประกอบที่สำคัญประการหนึ่งในการวิเคราะห์ผู้ฟังทั้งนี้เพราะบุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีความสนใจ ประสบการณ์ ความต้องการ และวิธีการตัดสินใจต่าง ๆ แตกต่างกันไป คนเราจะมีการพัฒนาการทางอารมณ์เปลี่ยนแปลงไปตามการเจริญวัย ซึ่งพัฒนาการเหล่านี้ เป็นรากฐานสำคัญของมนุษย์ ในการที่จะตอบโต้กับสิ่งแวดล้อม การรับรู้สิ่งต่าง ๆ เมื่อมีพัฒนาการทางอารมณ์แตกต่างกันออกไป ดังนั้นวิธีการปฏิบัติต่อสิ่งต่าง ๆ ก็จะแตกต่างกันไปด้วย รวมไปถึงวิธีการรับข่าวสารของคน คนที่มีอายุมากจะรับข่าวสารที่เป็นทางการ ความรู้ มากกว่าข่าวสารบันเทิง คนมีอายุน้อย ๆ จะสนใจข่าวสารบันเทิง เรื่องเบาะสมอง ฟังดนตรี

อายุหรือวัยของคนนี้ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการให้ข่าวสารเพื่อการจูงใจด้วยคนที่มีอายุมากจะจูงใจได้ยาก เพราะได้ฝังรากทางความคิด และทัศนคติมานานคนมีอายุมากนี้จะผูกติดกับความคิดของตนเอง และแสดงพฤติกรรมตามทัศนคติที่มีอยู่ จนกลายเป็นรูปแบบและคงรูปแบบนั้นไว้ยากกว่าวัยอื่นเท่าใดแนวโน้มแห่งการคงตัวก็สูงขึ้นยิ่งคนเราหากพ้นระยะของการเปลี่ยนแปลงซึ่งหมายถึงระยะวัยรุ่นไปแล้ว การเปลี่ยนแปลงจะมีน้อยมาก และมีแนวโน้มอยู่ในสภาพคงที่คงตัว

เปลี่ยนแปลงได้ยาก⁽³⁾ นอกจากนี้ วัยของคนเราที่แตกต่างกันนี้ยังบ่งบอกถึงความต้องการที่แตกต่างกันไปด้วย เช่น คนชรา หรือคนมีอายุมากจะคิดถึงเรื่องของความมั่นคง ปลอดภัย การเป็นเจ้าของบ้าน ที่ดิน ทรัพย์สินสมบัติ แต่วัยรุ่นจะต้องการในเรื่องของความอิสระเสรี ความยุติธรรม การศึกษา

ผู้ฟังที่มีวัยต่างกันจะมีพัฒนาการทางอารมณ์ การเรียนรู้ประสบการณ์และความสนใจ ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ แตกต่างกัน การศึกษาผู้ฟังจะช่วยให้ผู้พูดได้ทราบถึงวิธีการพูด คำพูด และเรื่องที่พูดที่เหมาะสมกับผู้ฟัง กล่าวคือ

2.2.1 **วัยเด็ก** เป็นวัยที่มีลักษณะของคนหงุดหงิด โกรธง่าย โมโหง่าย ปราศจากเหตุผล เป็นวัย “ปฏิเสธ” ต้องการความรัก ความอบอุ่นเอาใจใส่ในเด็กที่โตขึ้นจะมีความระมัดระวังมากขึ้น ช่วยให้ได้รับการยอมรับ ชอบการเปรียบเทียบ เปลี่ยนแปลงความรู้สึกเร็ว สงสัยไม่สิ้นสุดแสดงออกตามความรู้สึก ดังนั้น ผู้พูดเมื่อต้องพูดกับกลุ่มเด็กจึงต้องเตรียมคำตอบมาก ๆ เพราะเป็นวัยชอบสงสัย หรือต้องพูดอย่างชัดเจนแจ่มแจ้งเป็นขั้นเป็นตอน มีการกล่าวชมผู้ฟังที่เป็นเด็กนี้ในบางเวลา เมื่อเด็กเป็นวัยที่มีอารมณ์หงุดหงิดไม่หยุดนิ่งผู้พูดจึงต้องเตรียมเรื่องพูดให้ตื่นเต้นหลากหลายชาติ ใช้น้ำเสียงที่เหมาะสมไม่ควรพูดแบบเนือย ๆ หรือมุ่งวิชาการมากจนเกินไป ผู้พูดจำนวนมากมักจะเข้าใจผิดคิดเสมอว่าเมื่อเด็กเป็นวัยแห่งการเรียนรู้จึงมักจะพูดกับเด็กในลักษณะสั่งสอนตลอดเวลา ซึ่งวัยนี้เป็นวัยแห่งการปฏิเสธ ควรพูดให้สนุกสนาน สั่งสอนโดยการใช้อุทาหรณ์หรือตัวอย่างวิธีการพูดนั้นจะแตกต่างกับผู้ใหญ่ โดยเฉพาะการจัดกระทำต่อสาร (Treatment) คือปกติการพูดเรามักพูดคล้ายกับการเรียงความคือให้จุดสำคัญของเรื่องอยู่ตอนท้ายเรื่องหรือทิ้งไว้ให้เป็นข้อคิด แต่การพูดกับเด็กจะทำเช่นนั้นไม่ได้จะต้องพูดให้เข้าใจเป็นช่วง เป็นตอน ชี้แนวทางให้เด็กได้อย่างชัดเจน ค่อยเป็นค่อยไป

2.2.2 **วัยรุ่น** เป็นวัยที่มีอารมณ์ค่อนข้างรุนแรง เชื่อมมั่นในตนเองไม่ชอบให้ใครมาปฏิบัติกับตนเช่นเด็กเล็ก ๆ ไม่ชอบการสั่งสอนชี้แนะเป็นวัยที่อยากทดลอง ที่สุดนี้ให้เห็นด้วยตนเอง ชอบความตื่นเต้น โลกโผนคึกคะนอง มักจะมีความคิดขัดแย้งกับผู้ใหญ่ เป็นวัยที่ซุกใจได้ง่ายและเป็นวัยที่แสดงอารมณ์แบบรุนแรง เช่น โกรธ อิจฉา หรือตรงกันข้ามมีแต่อารมณ์สนุกสนาน ชอบสบาย ไม่รับผิดชอบ และอารมณ์เก็บกด คือ กังวลใจ เศร้าใจ

วัยรุ่นนี้เป็นวัยที่อยากทดลองชอบสิ่งทันสมัย และเรื่องเพ้อฝัน มากด้วยอุดมการณ์ดังนั้นผู้พูดจึงควรต้องระมัดระวังเป็นอย่างยิ่งในการพูด จะต้องพูดโดยใช้หลักของจิตวิทยาเข้ามาช่วยเป็นอย่างมากพูดในเชิงของเหตุผลให้ยอมรับจ้านน โน้มน้าวใจ อย่าพูดในลักษณะทำทนายหรือกล่าวชมติติงผู้ใดแบบสุดขั้ว ถ้าต้องพาดพิงถึงบุคคลใด สิ่งใดควรจะมีลักษณะการพูดเป็นกลาง ๆ เพราะวัยรุ่นจะแสดงอารมณ์รุนแรงที่สำคัญคือ เรื่องที่พูดนั้นต้องไม่

(3) ดารณี พาลุสุข, ทฤษฎีการจูงใจ (กรุงเทพฯ : แสงจันทร์การพิมพ์, 2530), หน้า 17.

ใช้เรื่องที่ซ้ำซาก จำเจ เคยมีคนอื่นพูดมาแล้วหลายครั้ง หรือได้ยินกันอยู่เสมอ ๆ ควรหาเรื่องใหม่ ๆ มาพูดตัวอย่างที่ใช้ต้องเป็นตัวอย่างสนุก ๆ แปลกใหม่

2.2.3 **วัยผู้ใหญ่หรือวัยกลางคน** เป็นวัยที่มีความกดดัน ทั้งนี้เป็นเรื่องของการสร้างฐานะ สร้างตัวเรา แต่หากเคยชินหรือคุ้นเคยปัญหาเหล่านี้แล้ว ก็จะปรับตัวได้จะมีความสุข รอบคอบ มั่นคง มีความรับผิดชอบ รับฟังเรื่องราวต่างๆ มองการณ์ไกล มองสถานการณ์ต่างๆ ได้กว้างขวางขึ้น วัยผู้ใหญ่หรือวัยกลางคนนี้ เป็นวัยแห่งการต่อสู้สร้างชีวิต สร้างอนาคต คนในวัยนี้จะรักความก้าวหน้า

ผู้พูดจะต้องตระหนักในการพูดกับผู้ใหญ่ หรือคนวัยกลางคนไว้เสมอว่าคนในวัยนี้ จะมีความแตกต่างกันอยู่ 2 สถานะ ที่ผสมผสานกันอยู่ ผู้พูดจะต้องวิเคราะห์ให้ถ่องแท้ว่า ผู้ฟังผู้ใหญ่ของเรานั้นมีลักษณะใด กล่าวคือ วัยผู้ใหญ่ผู้นั้นจะมีช่วงที่กำลังสร้างตัว กำลังประสบความสำเร็จ มั่นคงแล้ว หากเป็นที่กำลังสร้างตัวจะมีความกดดัน มีความยุ่งยากในการปรับตัว ผู้พูดจึงควรถึงเรื่องที่จะทำให้เกิดความมั่นคง การไม่ประสบความสำเร็จ แต่ถ้าเป็นช่วงที่ประสบความสำเร็จแล้ว คนผู้ใหญ่ในวัยนี้ จะมีความรอบคอบ ความภูมิใจ จะฟังข่าวสารกว้างขวางขึ้น กระชับ รวบรัดใจความเนื้อหาอย่างแท้จริงไม่เินข้อเสียเวลา

2.2.4 **วัยชรา** วัยนี้เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์มาก ชอบคิดอารมณ์ไม่คงที่ จู้จี้ โกรธง่าย ยึดมั่น ถือมั่น ยึดถือสิ่งพึงพาทางใจ เช่น สิ่งศักดิ์สิทธิ์ คุณธรรม จริยธรรม ผู้พูดควรเตรียมเรื่องราวที่จะพูดเกี่ยวกับ ประเพณี เรื่องของธรรมะ มโนคติและพยายามอย่าชี้นำ พูดในลักษณะเป็นเพื่อนคู่คิด เป็นที่ปรึกษา ปรับทุกข์

2.3 **เพศ (Sex)** เป็นการวิเคราะห์ผู้ฟังโดยรอบ ๆ ว่าผู้ฟังส่วนใหญ่แล้วจะมีเพศใดมากกว่ากัน เพศชายและหญิงจะมีอารมณ์และความคิดแตกต่างกันส่วนหนึ่งมันเพราะวัฒนธรรมและสังคมเป็นตัวกำหนด โดยทั่วไปเพศหญิงจะมีลักษณะกังวลใจอยู่เสมอ จึงจู้จี้ได้ง่ายกว่าเพศชาย อ่อนไหว เจ้าอารมณ์ (Emotional) และโอนอ่อน (Submissive)⁽⁴⁾ นอกจากนี้ยังมีความรับผิดชอบมากกว่าเพศชาย คือ ยอมรับผิดมากกว่าชาย ซึ่งมักจะหาข้อแก้ตัวและชดทอดให้ผู้อื่น⁽⁵⁾

ผู้พูดต้องตระหนักว่า สิ่งที่เป็นที่สนใจของเพศหนึ่งอาจจะไม่เป็นที่สนใจของเพศตรงข้าม ผู้หญิงชอบฟังเรื่องเกี่ยวกับความสวยงาม การบ้านการเรือน ความมั่นคงสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจเพราะว่าอ่อนไหว แต่ผู้ชายชอบฟังเรื่องตื่นเต้น ทำทาย วิธีการแบบสูตรสำเร็จ เพราะไม่ชอบความยึดเชื้อ ชอบฟังสิ่งที่เป็นหลักการมากกว่ารายละเอียด ไม่ชอบการนินทา หยุ่มหยม

2.4 **ระดับการศึกษา (Level of Education)** ระดับการศึกษานี้เป็นตัวแปรที่สำคัญ

(4) William D Brooks. Speech Communication (Dubugue, Iowa W M C Brown Company Publisher. 1971). p 213

(5) Brooks. Speech Communication. pp 213-214

ในเรื่องของการเตรียมเรื่องที่พูด ภาษาที่ใช้ในการพูด ระดับการศึกษานี้เราหมายรวมไปถึง ประสบการณ์ของผู้ฟังด้วย คือ การศึกษาทั้งที่ได้รับจากสถานศึกษาและจากประสบการณ์ส่วนตัว การพูดให้ผู้ฟังที่มีการศึกษาสูง เช่น ระดับปริญญาโท ย่อมแตกต่างกับนักเรียนระดับมัธยม

ระดับของการศึกษา นอกจากจะมีความซับซ้อนในเรื่องของสถานศึกษา และ ประสบการณ์ส่วนตัวแล้วยังมีเรื่องของระบบการศึกษาและสาขาวิชาที่มีความรู้หรือมีประสบการณ์ ด้วยการศึกษาด้านสาขาวิชาจะทำให้คนเรามีความรู้ลึกซึ้งนึกคิด อุดมการณ์ การมองโลกทัศน์แตกต่างกันออกไป เช่น ผู้ที่ศึกษาทางด้านกฎหมายมักจะพิจารณาปัญหาต่างๆ โดยใช้หลักเกณฑ์ หลักการแห่งความถูกต้องเข้ามาพิจารณา เปรียบเทียบตัดสินปัญหาต่าง ๆ ผู้ที่ศึกษามาทางด้าน วิทยาศาสตร์ ไม่ว่าจะแพทย์ วิศวกร นักคณิตศาสตร์จะพิจารณาปัญหาต่าง ๆ ด้วยเหตุและผล ใช้หลักตรรกวิทยา ความเป็นไปได้ของมูลเหตุที่มาของผลที่เกิดขึ้นในขณะที่นักสังคมศาสตร์ จะพิจารณาในแง่ของคุณธรรม จริยธรรม กระบวนการทางสังคม และสิ่งแวดล้อม เข้ามาพิจารณา เหล่านี้คือเหตุผลแห่งทัศนคติ และการตีความกรณีปัญหาที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล

คนที่มีการศึกษาสูง จะมีการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ มากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อยมีการ ใช้สื่อมวลชนมากกว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาดำเนินการเปิดรับสื่อ ประเภทโทรทัศน์ วิทยุ และภาพยนตร์⁽⁶⁾ ในขณะที่พวกที่มีการศึกษาสูง จะนิยมเปิดรับข่าวสาร จากหนังสือพิมพ์⁽⁷⁾ เพราะเป็นสื่อที่ใช้เป็นหลักฐานได้ดี ดังนั้นผู้พูดเมื่อพูดให้ผู้มีการศึกษาสูง ฟังจะต้องมีเหตุมีผล อ้างหลักฐานอ้างอิง เพื่อความน่าเชื่อถือในสิ่งที่พูดเนื้อหาที่พูดจะต้องเป็น เชิงวิชาการ ในขณะที่ผู้ฟังที่มีการศึกษาน้อยนั้นผู้พูดจะต้องพูดให้สนองความต้องการของผู้ฟัง สารต้องมีลักษณะน่าสนใจผู้ฟังไม่ซับซ้อน

2.5 อาชีพ (Profession) อาชีพนี้จะเป็นปัจจัยที่ช่วยชี้แนะให้ผู้พูดได้ทราบถึงความสนใจของผู้ฟัง, ผู้ที่มีอาชีพอย่างเดียวกัน จะสนใจเรื่องที่คล้าย ๆ กัน การรู้อาชีพของผู้ฟังจะช่วยผู้พูดในการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับความสนใจ และความต้องการของผู้ฟังได้ เช่น หากผู้ฟัง เป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำเป็นลูกจ้าง พนักงานระดับล่าง นักการภารโรงมีฐานะยากจน ผู้พูดควรพูดถึง ความก้าวหน้า ความเห็นใจและเป็นลักษณะคำพูด ของการให้คำปรึกษา แต่หากผู้ฟังมีอาชีพที่ดี มีฐานะดีแล้ว เช่น นักธุรกิจ พ่อค้า ผู้พูดควรพูดเรื่องเศรษฐกิจ การลงทุนเพราะธรรมชาติแห่ง การรับข่าวสารของคนเราจะเลือกรับสิ่งที่ใกล้ตัวและมีผลกระทบกับตัวเอง

2.6 ความเชื่อและศาสนา (Belief and Religion) กลุ่มผู้ฟังที่มีความเชื่อและศาสนา แตกต่างกัน จะส่งผลมาถึงทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของเขาด้วยผู้พูดควรที่จะพูดเนื้อหาที่ สอดคล้องกับความเชื่อของคนส่วนใหญ่ ถูกต้องตามคลองธรรมไม่ใช่เอาความคิดความเชื่อของผู้พูดเป็นหลัก คนเราได้รับอิทธิพลทั้งความเชื่อและศาสนา มาแต่เด็ก ตั้งแต่จากพ่อแม่ เรื่อยมา

(6) William L Rivers and Theodore Peterson and Jay W Lensen The Mass Media and Modern Society (San Francisco, Rinehart Press, 1971). p 283

(7) Wilbur Schramm, eds , The Process and Effect of Mass Communication (Urbana, Illinois University of Illinois Press), pp 194-195

จนถึงสังคม และปลูกฝังความคิดนี้อยู่ตลอดไปศาสนาและความเชื่อของคนจะเข้ามามีอิทธิพลต่อความคิดคนทั้งด้านศีลธรรม คุณธรรม เช่น ศาสนาคริสต์ นิกายโรมัน แคนทอลิก กัดคำในการคุมกำเนิดโดยวิธีไม่ใช้ธรรมชาติ ศาสนาพุทธ เห็นว่าการฆ่าสัตว์ หรือทำลายไข่ที่สุกในครรภ์ มารดาเป็นการทำบาป ฯลฯ อิทธิพลของศาสนาต่อทัศนคติด้านการเมือง เช่นการที่คนกรุงเทพฯ นิยมเลือก พลตรีจำลอง ศรีเมือง เป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เพราะเป็นคนถือศีล กินเจ แสดงว่าเป็นคนดี เป็นต้น และยังมีอิทธิพล ต่อทัศนคติ ด้านเศรษฐกิจด้วย คือ ศาสนาพุทธ สอนให้คนแผ่เมตตา สงสารสัตว์โลกด้วยกัน ในขณะที่ศาสนาคริสต์นิกายโปรเตสแตนต์สนับสนุนความคิดเรื่องทรัพย์สินส่วนบุคคล และระบบทุนนิยม ฯลฯ

2.7 สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio - Economic Status) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสาร หรือผู้ฟังมีอิทธิพลต่อการตอบสนองของผู้รับสารและยังทำให้คนเรามีทัศนคติค่านิยมเป้าหมายที่แตกต่างกัน⁽⁸⁾ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจนี้เรารวมไปถึงทั้งระดับรายได้ ตำแหน่งบทบาทในสังคม ชาติพันธุ์ด้วยคนที่มีตำแหน่งหน้าที่การงานแตกต่างกัน หรือมีบทบาทในสังคม หรือตำแหน่งต่างๆ ในสังคมแตกต่างกัน จะมีการมองโลก อุดมการณ์ และแนวความคิดหรือนิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป ข้าราชการมักจะนึกถึงตำแหน่งที่จะได้รับ และเกียรติภูมิ นักธุรกิจ จะนึกถึงรายได้และความภาคภูมิใจว่าในความสำเร็จในการประกอบอาชีพหรือดำเนินกิจการ นอกจากนี้ในแต่ละอาชีพก็ยังมีบทบาทที่แตกต่างกันออกไปอีกด้วย เช่น ข้าราชการบางคนสวมบทบาทเป็นครู อาจารย์ จะเป็นคนที่ชอบค้นคว้า เชื่อมมั่นในความคิด ชอบอิสรภาพความคิดและวิชาการ อัยการหรือผู้พิพากษา จะมีบทบาทแตกต่างออกไป ไปเที่ยวเตร่คบค้าสมาคมกับบุคคลโดยทั่วไปเพราะจะทำให้ภาพพจน์เสียหาย ฯลฯ

กิจกรรมการเรียนรู้ 2

ให้นักศึกษาระบุถึงคุณลักษณะทางสังคมหรือประชากรของผู้ฟังที่ผู้พูด ควรจะ ทำการวิเคราะห์ก่อนการพูด

3. ความยึดมั่นและทัศนคติของผู้ฟัง (Fixed Beliefs and Attitude of the Audience)

ทัศนคติของคนเราเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงได้ก็จริงอยู่แต่จะต้องใช้ระยะเวลาในการบ่มฟักทัศนคติของคนเราถูกสร้างขึ้นมาจากนิสัยเป็นผลจากการเรียนรู้มาในอดีต โดยเฉพาะในวัยเด็กที่อยู่ใกล้ชิดกับพ่อแม่ซึ่งมีบทบาทอย่างมากในการก่อตัวทางทัศนคติของคนเรา

(8) Brooks. Speech Communication, p 61.

ทัศนคติที่ได้สร้างมาแต่เด็กยากที่จะมีการเปลี่ยนแปลงเช่นเรานับถือศาสนาพุทธตามครอบครัว
ซึ่งเราไม่เคยสงสัยหรือตั้งคำถามกันเลยว่า ทำไม เราจึงต้องนับถือศาสนาพุทธ

คนเป็นจำนวนมากที่มีความยึดมั่นในทางความคิดและยึดมั่นในทัศนคติของตัวเอง
ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติด้านความรู้สึก (Affective Domain) เช่นการมีทัศนคติที่เกลียดอาชีพนาย
หรือชอบแพทย์ ฯลฯ ทัศนคติด้านความเข้าใจ (Cognitive Domain) เช่น เชื่อว่าทนายเป็นคนช่วย
คนทำผิดให้เป็นผิดได้หรือเป็นคนเจ้าเล่ห์ หรือว่า แพทย์ เป็นผู้มีความเมตตา ช่วยเหลือบุคคลอื่น
 ฯลฯ และทัศนคติด้านการกระทำ (Cognitive Domain) คือแนวโน้มของการปฏิบัติ หรือการ
กระทำต่อสิ่งที่มีทัศนคติต่อ เช่น การไม่ชอบพูดคุยกับนักกฎหมายหรือความรู้สึกอบอุ่น ดีใจ
ที่จะได้ไปพบแพทย์เวลาป่วยไข้ ฯลฯ พวกคนที่มีวัยสูงจะมีลักษณะอนุรักษ์นิยม (Conservative)
ยึดมั่น คือ มั่นในจารีต ประเพณี กลัวการเปลี่ยนแปลง เช่น คนไทยสมัยก่อนนิยมให้บุตรหลาน
รับราชการ เพื่อจะได้เป็นเจ้าของคน เพราะว่าได้คุ้นเคยกับระบบสังคมไทย ที่มีลักษณะเป็น
แบบศักดินานิยม เกลียดการโต้แย้งและความเป็นอิสระนิยม

ผู้พูดควรจะต้องศึกษาให้ถ่องแท้ว่า ผู้ฟังของตนนั้นมีลักษณะของการยึดมั่นในความ
เชื่อหรือทัศนคติในทางใด เพื่อจะได้หลีกเลี่ยงการพูดที่จะเป็นการขัดแย้งกับความยึดมั่นของผู้ฟัง
เพราะการยึดมั่นในทัศนคติของคนเรานั้น ต้องใช้เวลานานมากในการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น ผู้พูด
จึงควรพูดให้เนื้อหาสาระมีลักษณะคล้อยตามความคิดของผู้ฟัง

กิจกรรมการเรียนรู้ 3

ให้นักศึกษาทดลองดูเพื่อนหลาย ๆ คน ว่ามีทัศนคติที่ยึดมั่นหรือถือมั่นต่อกรณี
ปัญหาต่าง ๆ ที่นักศึกษาลองเสนอขึ้นมาหรือไม่ โดยนักศึกษาพยายามให้เพื่อนเหล่านั้น
เชื่อตามนักศึกษาแล้วดูปฏิกิริยาตอบสนอง

4. ทัศนคติของผู้ฟังต่อการพูด (Attitude of the Audience toward Speech) ทัศนคติที่มีต่อ
การพูดสามารถจำแนกได้ดังนี้

4.1 ทัศนคติต่อผู้พูด (Audience's Attitude toward the Speech) การพูดจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับทัศนคติของผู้ฟังที่มีต่อตัวผู้พูดเองกล่าวคือผู้ฟังนิยมชมชอบ
ยอมรับและประทับใจ ผู้พูดที่มีคุณลักษณะน่าประทับใจ น่าศรัทธา มีความกล้าพูด เป็นมิตร⁽⁹⁾
หากผู้ฟังมีทัศนคติที่ดีต่อผู้พูดแล้ว การพูดครั้งนั้น ๆ ก็ประสบความสำเร็จไปกว่าครึ่งแล้ว ผู้ฟัง
มักจะมีทัศนคติต่อผู้พูดในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้คือ

(9) ฉัตรวรุณ ดันนะรัตน์, วาณิชพนธ์ (กรุงเทพฯ : บริษัทประชาชน, 2528), . หน้า 33.

4.1.1 ความรู้ความสามารถและความชำนาญการของผู้พูดโดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับเรื่องที่จะพูด (Knowledge, Ability and Expertise of the Speaker)

4.1.2 ความเป็นคนดีที่น่าิยมยกย่อง (Admirable Person)

4.1.3 ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Trustworthiness) คือ ผู้พูดน่าไว้วางใจ มีความซื่อสัตย์ ยุติธรรมเพียงใด

4.1.4 ความเป็นคนทันสมัย (Modern) คือ เป็นคนที่ทันเหตุการณ์

4.1.5 ความกระฉับกระเฉง กล้าพูด (Dynamism) และมั่นคง (Steady)

4.1.6 ความเป็นมิตรและเชื่อมั่น (Potence)

จากคุณลักษณะที่กล่าวมาทั้ง 6 ประการนี้เองที่ผู้พูดจะต้องคำนึงถึงและเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับการพูดเสมอ

4.2 **ทัศนคติที่มีต่อเรื่องที่พูด** (Audience's Attitude toward the Topic) ผู้พูดควรมีการศึกษาล่วงหน้าก่อนการพูดเสมอว่าผู้ฟังมีแนวโน้มของทัศนคติต่อเรื่องที่ผู้พูดจะพูดอย่างไร หรือสนใจในเรื่องใด เพื่อผู้พูดจะได้เตรียมเรื่องให้ถูกต้องเหมาะสมกับผู้ฟัง เป็นที่ถูกต้องใจของผู้ฟังจะทำให้ผู้ฟังสนใจฟัง หากเรื่องที่พูดนั้นผู้ฟังไม่สนใจ ก็จะฟังบ้างไม่ฟังบ้าง ไม่ยอมรับความรู้ของผู้พูด และจะไม่ยินดียินร้ายกับเรื่องที่พูดถ้าเรื่องนั้น ๆ ไม่เกี่ยวข้องกับกิจการความสนใจหรืออาชีพของผู้ฟัง หากผู้ฟังมีความสนใจหรือมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่พูดแล้ว ผู้พูดต้องควรระมัดระวังด้วยว่าเนื้อหาที่พูดนั้นจะต้องน่าสนใจ ควบคู่กันไปด้วยมีการเตรียมตัวเตรียมเนื้อหาให้เหมาะสม หาวิธีการพูดให้ดี เพราะผู้ฟังนอกจากจะมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่พูดแล้วยังคาดหวังในเนื้อหาที่จะพูดด้วยว่า จะมีประโยชน์หรือน่าสนใจเช่นเดียวกับหัวข้อที่คนสนใจ

4.3 **ทัศนคติที่มีต่อจุดมุ่งหมายในการพูด** (Audience's Attitude toward the Speech Purpose) ผู้พูดจะต้องประเมินก่อนการพูดว่า ผู้ฟังมีทัศนคติต่อจุดมุ่งหมาย ของการพูดอย่างไร แต่เป็นการประเมินโดยรวม ๆ เพราะผู้ฟังมีจำนวนมากย่อมมีทัศนคติต่อจุดมุ่งหมายของการพูดแตกต่างกันออกไป แต่ผู้พูดเพียงใช้การประเมินว่า ส่วนใหญ่แล้วผู้ฟังมีทัศนคติอย่างไร เพื่อปรับวิธีการพูดและเนื้อหาให้เหมาะสมกับความสนใจ และความต้องการของผู้ฟังจุดมุ่งหมายของการพูดนั้นมีทั้งเพื่อให้ความรู้ ความบันเทิง และเพื่อชักจูงโน้มน้าวใจ ดังนั้น เราจึงต้องพิจารณาว่าควรจะปรับการพูดอย่างไร กล่าวคือ

4.3.1 ถ้าผู้ฟังมีทัศนคติเฉยชา ผู้พูดควรกระตุ้นและเรียกร้องความสนใจก่อนพูด อาจจะใช้การเริ่มต้นที่ตื่นเต้น หรือพูดให้เสียงดัง

4.3.2 ถ้าผู้ฟังไม่เห็นด้วยกับเรื่องที่พูด ควรโยนสิ่งที่ผู้ฟังเชื่อเข้ากับเรื่องที่พูดอย่างรอบคอบ

4.3.3 หากผู้ฟังไม่โอนเอียงตามการโน้มน้าวของผู้พูด ควรกระตุ้นให้ผู้ฟังเห็นถึงความสำเร็จ หรือรางวัล หรือความพอใจ ที่ผู้ฟังปรารถนา เช่น ลาก ยศ เกียรติยศ ฯลฯ

4.3.4 หากผู้ฟังสนใจแต่ไม่ยอมมีส่วนร่วมในเรื่องที่พูดนั้น เช่น การชวนให้

นักสูบบุหรี่ เลิกสูบ โดยชี้ถึงโทษของการสูบบุหรี่ ผู้ฟังอาจเห็นด้วย แต่ไม่ยากเลิกสูบบุหรี่ผู้พูดควรใช้ข้อมูลพิสูจน์ หาหลักฐานมาอ้างอิง เช่น ผลการวิจัยว่าสูบบุหรี่ อายุจะสั้นลงหรือปริมาณโคตินในบุหรี่ 1 มวนมีเท่าไร ฯลฯ

กิจกรรมการเรียนรู้ 4

ให้นักศึกษาระบุว่า ผู้ฟังจะมีทัศนคติต่อผู้พูดทั้ง 6 ประการอะไรบ้าง

5. ประเภทของผู้ฟัง

การวิเคราะห์ผู้ฟังก่อนการพูดนั้น ไม่ได้หมายถึงว่า ผู้พูดจะสามารถวิเคราะห์ได้อย่างถูกต้องทั้งหมดเพียงแต่เป็นการเตรียมการเพื่อวัดวิธีการพูดเนื้อหาที่พูดให้เหมาะสมเพื่อให้การพูดประสบความสำเร็จ โดยผู้ฟังมีความตั้งใจหรือสนใจฟัง และเชื่อถือในเนื้อหาที่พูด นอกจากการวิเคราะห์ผู้ฟังก่อนการพูดแล้ว ผู้พูดยังต้องวิเคราะห์ปฏิกิริยาของผู้ฟังขณะที่พูดด้วย เพื่อปรับสารพูดให้เหมาะสมกับสถานการณ์และการผันแปรทางความสนใจและทัศนคติของผู้ฟังที่อาจเปลี่ยนไปตลอดเวลาในการวิเคราะห์ผู้ฟังนั้น แม้ว่า เราจะสามารถกำหนดผู้ฟังได้คือทราบว่าเป็นใครคือผู้ฟังของเรา ผู้พูดจะต้องระลึกไว้ว่าสิ่งที่เราได้พูดออกไปอาจจะไปถึงผู้ฟังคนอื่น ๆ ที่เราไม่ได้ตั้งใจก็ได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพูดโดยใช้สื่อมวลชนเพื่อการประชาสัมพันธ์ธุรกิจของหน่วยงาน ผู้พูดสามารถจะแบ่งผู้ฟังตามความตั้งใจของผู้พูดได้เป็น 2 ประเภท คือ

5.1 ผู้ฟังที่เป็นเป้าหมาย (Intended Audience) คือกลุ่มผู้ฟังที่เราตั้งใจจะพูดด้วย ต้องการจะส่งสารไปถึง และเข้าไปมีอิทธิพลต่อบุคคลเหล่านั้น ในการสื่อสารโดยอาศัยสื่อมวลชน บางครั้งก็ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้โดยเฉพาะคือ กลุ่มคนที่มีลักษณะเฉพาะพิเศษอย่างหนึ่ง และผู้พูดก็พูดหรือส่งสารให้เหมาะสมกับกลุ่มคนเหล่านั้น เช่น การพูดเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ เป็นการกำหนดกลุ่มผู้ฟัง ที่ต้องการพัฒนาบุคลิกภาพโดยเฉพาะหรือรายการวิทยุเพื่อการศึกษา รายการวิทยุการวิเคราะห์ตลาดหุ้นการบรรยายวิชาการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์ทางธุรกิจ เหล่านี้สอนเป็นการพูดกับกลุ่มผู้ฟังนี้ เป็นเป้าหมายพิเศษมีลักษณะเฉพาะอย่าง

5.2 ผู้ฟังที่ไม่ได้เป็นเป้าหมาย (Unintended Audience) หมายถึงผู้ฟังที่ผู้พูดไม่ได้เจตนาที่จะสื่อสารด้วยหากแต่ผู้ฟังเหล่านั้นได้รับสารหรือได้ยินที่ผู้พูดพูดโดยบังเอิญ เช่น รายการวิทยุสำหรับแม่บ้านแต่บังเอิญมีผู้ชายฟังอยู่ หรือการสอนในชั้นเรียนโดยใช้เครื่องขยายเสียง แต่คนนั่งเล่นอยู่ข้างนอกสามารถจะได้ยินสิ่งที่อาจารย์สอนอยู่ในห้อง ฯลฯ

การจำแนกผู้ฟังออกเป็น 2 ประเภทนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้พูดเป็นอย่างมากทั้งนี้เพื่อให้ผู้พูดได้ตระหนักเสมอว่าในการพูดนั้นอาจจะมีผู้ฟังที่ไม่ได้เป็นเป้าหมายด้วย ผู้พูดจะต้องระมัดระวังในการพูด เพราะอาจจะทำความเสียหายให้กับผู้อื่นได้ นอกจากนี้ยังช่วยในการ

วิเคราะห์ผลการพูดของผู้พูด เพื่อที่การวิเคราะห์การพูดนั้น วิเคราะห์ได้ถูกกลุ่มผู้ฟัง ซึ่งจะต้องวิเคราะห์เฉพาะกลุ่มผู้ฟังที่เป็นเป้าหมายเท่านั้น

ผู้ฟังถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพูดให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นผู้พูดจะต้องคำนึงถึงผู้ฟังเสมอทั้งก่อนที่จะเริ่มการพูด ขณะพูดและหลังการพูด โดยเฉพาะอย่างยิ่งก่อนการพูด ผู้พูดควรจะต้องศึกษาคุณลักษณะของผู้ฟังเพื่อจักได้เตรียมการพูด สารและวิธีการพูดได้ถูกต้อง ดังนั้นผู้พูดจะต้องใช้ความสามารถในการวิเคราะห์ผู้ฟังของตน

กิจกรรมการเรียนรู้ 5

ให้นักศึกษาชี้แจงถึงความแตกต่างของผู้ฟังที่เป็นเป้าหมายและผู้ฟังที่มีได้เป็นเป้าหมายในการพูด

สรุป

ในการพูดนอกจากผู้พูดจะต้องพูดให้ผู้ฟังเข้าใจสารอย่างถูกต้อง เพื่อให้ผู้ฟังมีภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กรแล้ว ผู้พูดยังต้องประเมินผลการพูดโดยการวัดจากผู้ฟังผู้พูดที่มีความสามารถจะมีการเตรียมสารให้เหมาะสมกับผู้ฟัง โดยต้องทำการวิเคราะห์ผู้ฟังก่อนการพูดเสมอ ซึ่งจะทำให้การพูดประสบความสำเร็จได้

แต่ผู้ฟังนั้นมีความซับซ้อนอยู่มาก ผู้ฟังที่เป็นกลุ่มสาธารณะโดยทั่วไปนั้นมีคุณลักษณะหลายอย่างอยู่ในตัวเอง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับกรณีปัญหาที่เกี่ยวข้อง และสถานการณ์บุคคลหนึ่ง ๆ สามารถจะเป็นหน่วยของกลุ่มสาธารณะได้หลายกลุ่ม

การทำการวิเคราะห์ผู้ฟังนั้นมีประโยชน์ต่อการพูด คือทำให้ผู้พูดได้ทราบคุณลักษณะของผู้ฟังและเพื่อการวางแผนและกลยุทธ์ในการพูด การพูดมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 2 ประการคือ องค์ประกอบภายใน เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับตัวผู้พูดเอง และองค์ประกอบภายนอก เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับตัวผู้ฟัง ซึ่งองค์ประกอบภายนอกนี้ มีความสำคัญที่ผู้พูดจะต้องคำนึงถึง และวิเคราะห์ก่อนการพูดคือ

1. การวิเคราะห์สภาวะทางสังคมหรือทางประชากรของผู้ฟัง เป็นการพิจารณาเกี่ยวกับขนาดของผู้ฟัง, ระดับอายุซึ่งแบ่งเป็นวัยต่าง ๆ ตั้งแต่วัยเด็กไปจนถึงวัยชรา, เพศ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, ความเชื่อและศาสนา และสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ฟัง

2. ความยึดมั่นและทัศนคติของผู้ฟัง

3. ทัศนคติของผู้ฟังต่อการพูด คือต่อผู้พูดต่อเรื่องที่พูดและต่อจุดมุ่งหมายในการพูด

นอกจากการวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ฟังแล้ว การจำแนกประเภทของผู้ฟัง ยังมีประโยชน์ต่อผู้พูดเป็นอย่างมาก คือ ช่วยผู้พูดในเรื่องความระมัดระวัง ในการพูดและการ

วิเคราะห์ผลของการพูด โดยจำแนกผู้ฟังออกได้ 2 ประเภทคือ

1. ผู้ฟังที่เป็นเป้าหมาย (Intended Audience)
2. ผู้ฟังที่มิได้เป็นเป้าหมาย (Unintended Audience)

แบบฝึกหัด

ให้นักศึกษาพิจารณาข้อความต่อไปนี้ว่าข้อใดถูกต้องและข้อใดไม่ถูกต้อง

1. ผู้ที่เราสื่อสารด้วยนั้นเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะเดียวโดด ๆ
2. การนิยามกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง ๆ จะคงที่ในแต่ละสถานการณ์เท่านั้น
3. การวิเคราะห์ผู้ฟัง จะช่วยให้ผู้พูด ทราบแนวโน้มของการตีความสาร และการตอบสนองต่อการฟังในขณะนั้น
4. องค์ประกอบภายในของการพูด เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับตัวผู้ฟัง ที่ผู้พูดควรคำนึงถึงในการพูดเป็นอย่างมาก
5. ขนาดหรือปริมาณของผู้ฟัง จะแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ของการพูด
6. วิธีการจัดผู้ฟังให้เป็นกลุ่มในการวิเคราะห์ผู้ฟัง ก็โดยการใช้คุณลักษณะทางประชากรเป็นเกณฑ์
7. วัยมิได้เป็นสิ่งที่บอถึงความแตกต่างทางความต้องการของผู้ฟังหากแต่บอถึงระดับการศึกษาของผู้ฟัง
8. ระดับการศึกษาของบุคคล จะบ่งชี้ถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลเหล่านั้นด้วย
9. บุคคลที่นับถือศาสนาแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อ ความแตกต่างทางทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้น
10. ความพึงใจที่ไม่ชอบครู 'สมชาย' เป็นความยึดมั่นทางทัศนคติด้านความเข้าใจ
11. ผู้ฟังไม่ได้เพียงแต่อาจพิจารณาถึงความยุติธรรมของผู้พูดด้วย
12. นิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ถือเป็นผู้ฟังที่มิได้เป็นเป้าหมายของการบรรยายวิชาการพูดเพื่อการประชาสัมพันธ์การธุรกิจของมหาวิทยาลัยรามคำแหง