

บทที่ 1

บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้ เป็นไปได้ยากที่เราจะดำเนินชีวิตในแต่ละวัน โดยปราศจากการเปิดรับสื่อมวลชนที่มืออยู่อย่างแพร่หลายดาดำขึ้น ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการฟังรายการวิทยุในตอนเช้า การอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ หรือคอลัมน์ตามนิตยสาร ตลอดจนการเปิดโทรทัศน์เพื่อดูรายการต่างๆในตอนเย็น เรียกได้ว่า เราแทบไม่สามารถหลีกเลี่ยงหนีจากสื่อได้เลย (Noelle-Neumann, 1991 อ้างถึงใน Charles T.S. และ Chi-Yung M.)

ทั้งนี้ เนื่องจากเราไม่สามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลทุกอย่างได้ด้วยตนเอง ดังนั้นจึงต้องพึ่งพาสื่อมวลชน เพื่อทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมาเสนอแก่สาธารณชน

จากการที่ต้องพึ่งพาสื่อ รวมถึงการที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงหนีจากสื่อได้ดังกล่าว สื่อเหล่านี้จึงอาจส่งผลกระทบต่อผู้รับสาร โดยการที่ผู้รับสารจะซึมซับเอาข่าวสาร หรือภาพที่สื่อมวลชนเสนอซ้ำแล้วซ้ำเล่าได้ (Noelle-Neumann อ้างถึงใน Charles T.S. และ Chi-Yung M. อ้างแล้ว) ดังที่ Lippmann (1922) ได้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของสื่อมวลชน ในการสร้างภาพในใจของผู้รับสารว่า

“สื่อมีบทบาทในการกำหนดความหมาย หรือภาพต่างๆให้กับโลก ไม่เพียงแต่ภาพของการเมืองช่วงเลือกตั้ง แต่เกือบทั้งหมดในโลกที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ ทั้งความเกี่ยวข้องส่วนตัว และความเกี่ยวข้องส่วนรวม เราพึ่งพาข้อมูลจากสื่อแทบทั้งสิ้น สิ่งที่สื่อเสนอนั้นเอง ที่ก่อให้เกิดภาพในใจของเรา ซึ่งอาจเป็นภาพแห่งความเป็นจริงที่เกิดขึ้นจริงๆในสังคม หรือเป็นภาพที่สื่อสร้าง หรือกำหนดขึ้นมา”

จากประสิทธิผลของการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนดังกล่าว ทำให้มีความพยายามที่จะอาศัยสื่อเพื่อเข้าถึงประชาชน หรือโน้มน้าวใจประชาชน ให้ทำตามสิ่งที่ตนต้องการ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาสินค้า การโฆษณาทางการเมือง การประชาสัมพันธ์ การรณรงค์ต่างๆ ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือแม้กระทั่งสื่ออินเทอร์เน็ต ผู้ส่งสารต่างๆเหล่านั้น ย่อมต้องการชักจูงใจให้ผู้รับสารคิด เชื่อ หรือปฏิบัติตาม นั่นก็คือ ต้องการเปลี่ยนแปลงเจตคติ (Attitude) ของผู้รับสารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกับผู้ส่งสาร โดยหวังว่าหากผู้รับสารมีเจตคติที่เปลี่ยนไป สิ่งนั้นจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior) ในที่สุด ซึ่งถือเป็นหนึ่งในวัตถุประสงค์หลักของผู้ส่งสาร นั่นก็คือเพื่อที่จะโน้มน้าวใจ (Persuasion) ผู้รับสาร นั่นเอง

อย่างไรก็ตาม ได้มีการศึกษาวิจัยมากมายและพบว่า การโน้มน้าวใจผ่านทางสื่อมวลชน ไม่ได้ส่งผลโดยตรง หรือเปลี่ยนแปลงเจตคติของผู้รับสาร หากแต่สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสริมเจตคติที่มีอยู่เดิม มากกว่าที่จะก่อให้เกิดเจตคติใหม่ขึ้น โดย Hyman และ Sheatsley (1947) (อ้างถึงใน Bryant J. และ Zillmann D.,1994) จากศูนย์วิจัยด้านความคิดเห็นแห่งชาติ (National Opinion Research Center) ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน และได้ข้อสรุปว่า "เราไม่สามารถทำให้การรณรงค์โครงการต่างๆผ่านทางสื่อมวลชน ประสบความสำเร็จ หรือมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น โดยเพียงแค่เพิ่มการให้ข้อมูลข่าวสารกับประชาชน หากแต่การจะทำให้การโน้มน้าวใจมีประสิทธิภาพมากขึ้นนั้น ยังต้องอาศัยปัจจัยเชิงจิตวิทยาอื่นๆ ที่มีผลต่อการเผยแพร่ข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ มาพิจารณาควบคู่กันไปด้วย"

ด้วยเหตุนี้ นักจิตวิทยาสังคมจึงได้หันมาสนใจทำการศึกษาวิจัย ถึงการโน้มน้าวใจโดยสื่อมวลชน เพื่อที่จะเข้าใจว่า ในสถานการณ์เช่นใดที่สื่อจะสามารถมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร และกระบวนการเบื้องหลังที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเจตคติ และพฤติกรรม รวมทั้งกระบวนการยอมรับสารเพื่อการโน้มน้าวใจของผู้รับสาร

Petty และ Cacioppo (อ้างถึงใน Brock C.T. และ Shavitt S.,1994) ได้เสนอแบบจำลองการโน้มน้าวใจที่เรียกว่า Elaboration Likelihood Model (ELM) เพื่อใช้อธิบายกระบวนการที่จะนำไปสู่การยอมรับ (yielding) สารเพื่อการโน้มน้าวใจ โดยแบบจำลองนี้มีพื้นฐานอยู่บนความคิดที่ว่า "ผู้รับสารต้องการจะมีทั้งความเชื่อ และเจตคติที่ถูกต้อง เพื่อที่ทั้งสองสิ่งนี้จะช่วยให้พวกเขา รับมือกับปัญหาต่างๆ ในชีวิตประจำวันได้อย่างถูกต้อง" แต่เนื่องจากในชีวิตประจำวัน มีเรื่องราวต่างๆมากมาย ที่เข้ามาเพื่อให้ผู้รับสารแต่ละคนตัดสินใจ ดังนั้น จึงเป็นไปได้ ที่ผู้รับสารจะใช้ความพยายามในการคิดพิจารณา ที่เท่ากัน กับทุกเรื่อง หรือทุกเหตุการณ์ที่ผ่านเข้ามาในแต่ละวัน ทั้งนี้ มีปัจจัยบางปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดให้วิธีการรับสารนั้นๆแตกต่างกันไป ซึ่งได้แก่ปัจจัยด้านแรงจูงใจ และความสามารถในการคิดพิจารณาสาร

โดยแบบจำลอง ELM กล่าวเอาไว้ว่า บุคคลที่มีแรงจูงใจ (Motivation to process) และความสามารถในการคิดพิจารณาสาร (Ability to process) จะมีความน่าจะเป็นในการที่จะคิดพิจารณาสารสูง (High in likelihood to elaborate) ในการรับสารเพื่อการโน้มน้าวใจ บุคคลกลุ่มนี้จะใช้ความคิดในการวิเคราะห์ พิจารณาข้อโต้แย้งต่างๆที่มีอยู่ในสาร และนำมาเปรียบเทียบกับความรู้เดิม หรือเจตคติเดิมที่มีอยู่ ก่อนที่จะตัดสินใจยอมรับ หรือไม่ยอมรับสารนั้น นั่นคือ การเปลี่ยนแปลงเจตคติ โดยผ่านทางเส้นทางหลัก (Central route)

ในขณะเดียวกัน บุคคลที่ขาดแรงจูงใจ และ/หรือความสามารถในการคิดพิจารณาสาร จะมีความน่าจะเป็นในการที่จะคิดพิจารณาสารต่ำ (Low in likelihood to elaborate) ในการรับสารเพื่อการ

โน้มน้าวใจ จะอาศัยเพียงแค่วิธีการประเมินง่าย ๆ หรือนัยยะต่างๆ (Simple cue) ที่มีในบริบทของการสื่อสารนั้น เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร โดยไม่ได้พิจารณาถึงข้อดี ข้อเสีย หรือข้อโต้แย้งต่างๆในสารนั้นๆเลย นั่นคือ การเปลี่ยนแปลงเจตคติ โดยผ่านทางเส้นทางรอง (Peripheral route)

โดยแรงจูงใจ และความสามารถในการคิดพิจารณาสาร เป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดว่า ผู้รับสารจะเลือกใช้เส้นทางใด ในการยอมรับสาร โดยบุคคลที่ไม่มีทั้งสองปัจจัย และ/หรือมีเฉพาะปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งในสองปัจจัยดังกล่าว จะหันไปเลือกใช้เส้นทางรอง มากกว่าเส้นทางหลัก ขณะที่บุคคลที่มีทั้งแรงจูงใจ และความสามารถในการคิดพิจารณาสาร จะหันไปเลือกใช้เส้นทางหลักเสมอ นอกจากนี้ เจตคติที่เกิดจากการใช้เส้นทางหลัก จะอยู่คงทนมากกว่า เจตคติที่เกิดจากการใช้เส้นทางรอง

ซูธี่ เฝานูญมี (2539) ได้ทำการทดลองแบบจำลอง ELM เพื่อที่จะศึกษาว่า ในความเป็นจริง ประชาชนผู้รับสาร จะมีพฤติกรรมในการยอมรับสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เป็นไปตามแบบจำลองที่ Petty ได้พัฒนาขึ้นมาหรือไม่ โดยได้เลือกสถานการณ์ความเสี่ยงทางสิ่งแวดล้อม เหตุการณ์การก่อสร้างโรงกำจัดกากอุตสาหกรรมเจนโก้ในจังหวัดระยอง เป็นกรณีศึกษา โดยใช้ระดับความเกี่ยวข้อง (Involvement) กับเหตุการณ์ เป็นตัวกำหนดปัจจัยด้านแรงจูงใจที่จะคิดพิจารณาสาร (Motivation to process) และใช้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (Prior knowledge) เป็นตัวกำหนดปัจจัยด้านความสามารถในการคิดพิจารณาสาร (Ability to process) ใช้น้ำหนักข้อโต้แย้ง (Strong/weak argument) ที่มีอยู่ในสาร เป็นตัวกำหนดเส้นทางหลัก (Central route) และใช้ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source credibility) เป็นตัวกำหนดเส้นทางรอง (Peripheral route)

ผลการวิจัยปรากฏว่า บุคคลที่มีแรงจูงใจ และความสามารถในการคิดพิจารณาสารเพื่อการโน้มน้าวใจต่ำ จะเลือกใช้เส้นทางรอง คือความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร มากกว่าเส้นทางหลัก คือการพิจารณาข้อโต้แย้งที่มีอยู่ในสาร ตามที่ทฤษฎี ELM กล่าวไว้

แต่บุคคลที่มีทั้งแรงจูงใจ และความสามารถ ที่ทางทฤษฎี ELM กล่าวเอาไว้ว่า จะหันไปใช้เส้นทางหลัก กลับไม่ได้เป็นตามที่ Petty กล่าวไว้ รวมไปถึงบุคคลที่มีปัจจัยเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง จะหันไปใช้เส้นทางรอง มากกว่าเส้นทางหลัก ผลการวิจัยกลับไม่เป็นดังกล่าวเช่นกัน

ซูธี่ ได้ตั้งข้อสังเกตว่า ปัญหาของแบบจำลอง ELM อาจเกิดจากการที่ Petty และ Cacioppo ได้เอาแรงจูงใจที่จะพิจารณาข้อโต้แย้งเป็นจุดเริ่มต้น ซึ่งในความเป็นจริงแล้วในการรับสารเพื่อการโน้มน้าวใจหนึ่งๆ บุคคลน่าจะมีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้อง (Motivation to make right decision) มาก่อน ซึ่งเมื่อบุคคลมีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้อง จะมีแรงจูงใจที่จะพิจารณาข้อโต้แย้งที่มีอยู่ในสารเพื่อการโน้มน้าวใจ โดยอัตโนมัติ

อย่างไรก็ตาม การที่จะมีแรงจูงใจ ที่จะนำไปสู่แรงจูงใจที่จะคิดพิจารณาข้อโต้แย้งที่มีอยู่ในสาร เพื่อการโน้มน้าวใจหรือไม่นั้น ยังอาจมีตัวแปรอื่นที่เป็นเงื่อนไข ได้แก่ ความรู้ในเรื่องนั้นของผู้ที่ตัดสินใจ โดยผู้ที่มีความรู้สูงอาจเห็นว่า การคิดพิจารณาข้อโต้แย้ง เป็นหนทางที่จะช่วยให้ตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง ในขณะที่กลุ่มผู้ที่มีความรู้เรื่องนั้นต่ำ อาจเห็นว่า การพิจารณาโดยอาศัยแหล่งบทความ จะช่วยให้ตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง

แต่ในกรณีที่บุคคลมีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่างถูกต้อง หากแต่ปราศจากความสามารถที่จะ คิดพิจารณาสาร อีกทั้งยังไม่มีเส้นทางรองให้พิจารณา บุคคลเหล่านี้ก็จะพยายามหาเส้นทางรองอื่นที่ น่าเชื่อถือ (Reliable peripheral cue) หรือเลือกใช้สิ่งที่ใช้ประกอบการคิดพิจารณา (Cue) ที่จะก่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุด คือนำไปสู่การตัดสินใจที่ดีที่สุดตามมุมมองของแต่ละคนนั่นเอง

ด้วยเหตุนี้ สตรี จึงได้เสนอแบบจำลอง ที่ได้ดัดแปลงให้สอดคล้อง และสามารถอธิบายผลการ วิจัยที่เกิดขึ้น จากการทดลองในสถานการณ์จริงของการโน้มน้าวใจ โดยเน้นถึงปัจจัยด้านแรงจูงใจที่จะ ตัดสินใจอย่างถูกต้อง เป็นปัจจัยสำคัญเป็นอันดับแรก ซึ่งหากบุคคลนั้นมีแรงจูงใจที่จะตัดสินใจอย่าง ถูกต้อง รวมทั้งมีความรู้ ความสามารถ จะทำให้บุคคลนั้นมีแรงจูงใจที่จะคิดพิจารณาสารเองโดย อัตโนมัติ

และเนื่องจากในปัจจุบัน ปัญหาเรื่องสุขภาพกำลังเป็นที่สนใจกันมากขึ้น ซึ่งจากการศึกษา ค้นคว้า พบว่าอาหารมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเกิดโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ อาหารบางประเภทเป็นเครื่องบ่อน ทำลายสุขภาพร่างกายให้ทรุดโทรมเจ็บป่วย อีกทั้งยังต้องสูญเสียเงินทอง และเวลาในการรักษาสุขภาพ ให้กลับคืนเหมือนเดิม ด้วยเหตุนี้พฤติกรรมกรรมการบริโภค หรือการรู้จักเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ ต่อร่างกาย เพื่อไม่ให้ร่างกายเจ็บป่วย จึงเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง

อาหารฟาสต์ฟู้ดตะวันตก เป็นอีกหนึ่งในสาเหตุหลักที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภค ซึ่ง จากเดิมที่คนไทยมีข้าวเป็นอาหารหลัก และในแต่ละมื้อ จะมีอาหารให้บริโภคครบ 5 หมู่ตามที่ร่างกาย ต้องการ หากแต่การแพร่ระบาดของอาหารฟาสต์ฟู้ดตะวันตก อาทิเช่น แฮมเบอร์เกอร์ (แมคโดนัลด์) ไก่ทอด (เคนดิกกี) พิซซ่า ฯลฯ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของผู้บริโภคมากที่สุด เนื่องจากอาหารดังกล่าว จะอุดมไปด้วยคาร์โบไฮเดรต และไขมัน ซึ่งหากบริโภคมากเกินไปเกินความต้องการของร่างกาย จะก่อให้เกิดไขมันสะสมอยู่ตามส่วนต่างๆของร่างกาย ทำให้เกิดน้ำหนักที่เกินเกณฑ์ หรืออ้วนได้ และความอ้วนนั่นเอง ที่ส่งผลให้เกิดโรคต่างๆมากมาย เช่นโรคไขมันในเส้นเลือดสูง หลอดเลือดตีบตัน โรคหัวใจขาดเลือด หัวใจวาย และก่อให้เกิดอันตรายถึงชีวิตในที่สุด

จากปัญหาดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการรับประทานอาหารฟาสต์ฟู้ดตะวันตก ก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพของผู้บริโภคอย่างมาก หากมีการบริโภคเป็นประจำ ดังนั้น จึงควรที่จะมีการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาเลิก หรือลดการบริโภคอาหารดังกล่าวให้น้อยลง

และเนื่องจากยังไม่เคยมีการศึกษากันมาก่อนว่า แบบจำลอง ELM ที่สุธีได้เสนอ โดยพัฒนามาจากทฤษฎี ELM ของ Petty และ Cacioppo นั้น จะสามารถเป็นไปได้หรือไม่ในสถานการณ์การโน้มน้าวใจ ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดลอง โดยเลือกเอาสถานการณ์การโน้มน้าวใจให้ประชาชนหันมาบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดตะวันตกให้น้อยลง มาเป็นสถานการณ์ เพื่อที่จะทดสอบแบบจำลอง โดยจะศึกษาว่า ประชาชนจะมีพฤติกรรมในการพิจารณาสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เป็นไปตามที่แบบจำลอง ELM ที่สุธี เฝ้านุญมี ได้พัฒนามาหรือไม่

ปัญหานำวิจัย

ในกรณีของการโน้มน้าวใจให้ประชาชนหันมาบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดตะวันตกให้น้อยลง ประชาชนจะมีการคิดพิจารณาข้อโต้แย้งต่างๆที่มีอยู่ในสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เป็นไปตามแบบจำลอง ELM ที่ สุธี เฝ้านุญมี ได้พัฒนามาจากแบบจำลอง ELM ของ Petty และ Cacioppo หรือไม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) เพื่อที่จะได้ทราบว่า แบบจำลอง ELM ที่พัฒนามา จะเป็นไปได้จริงหรือไม่
- 2) ผลการวิจัยที่ได้รับ จะสามารถอธิบายถึงพฤติกรรมของประชาชน ในการคิดพิจารณาสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ซึ่งจะช่วยให้การโน้มน้าวใจอื่นมีประสิทธิภาพมากขึ้น