

บทที่ 1

บทนำ



## ปัญหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา 'อิทธิพลของการกำกับการแสดงออกของตน ตัวแปรแหล่ง และคุณภาพของข้อโต้แย้งที่มีต่อการประเมินสินค้า' โดยได้ทำการศึกษาตามแนวทฤษฎีการกำกับการแสดงออกของตน ของ Mark Snyder และรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจ ของ Richard E. Petty และ John T. Cacioppo เพื่อศึกษาว่าคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าของผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง และผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร เมื่อได้รับสารจากการโฆษณาสินค้าที่มีตัวแปรแหล่ง และคุณภาพของข้อโต้แย้งต่างกัน

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพสังคมในปัจจุบันชีวิตของมนุษย์ทุกคนมีสิ่งหนึ่งที่เขาเข้ามาเกี่ยวข้องสำคัญในการดำรงชีวิต ไม่ว่าในกิจกรรมใดๆ ก็ตาม สิ่งนั้นก็คือ การโฆษณา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงการธุรกิจต่างๆ ได้ใช้การโฆษณาเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

นับเป็นการยากที่จะกล่าวว่า การโฆษณาถือกำเนิดขึ้นมาในยุคสมัยใด เพราะมีการโฆษณากันมาตั้งแต่ดึกดำบรรพ์ ก่อนที่จะมีการพิมพ์หนังสือเสียอีก โดยพ่อค้าจะใช้สีเขียนตามกำแพงเพื่อโฆษณาร้านค้า และสินค้าของตนเอง ในสมัยกลางการโฆษณามักใช้วาจาเป็นหลัก โดยวิธีการโฆษณาด้วยปากเปล่า ซึ่งยังคงใช้วิธีการนี้กันมาจนถึงปัจจุบัน (มณูญ แสงหิรัญ, สุรพล เทวอักษร และบัญญัติ จุลนาพันธ์, 2520) ส่วนประวัติการโฆษณาในประเทศไทยนั้น บางตำราอ้างอิงว่า "ประเทศไทยมีการโฆษณาตั้งแต่สมัยสุโขทัยแล้ว ได้แก่ การใช้คำพูดในการค้าขายสินค้าของตน" (ประสาน ปุตรีเศรณี, 2527 อ้างถึงใน อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต และ อวยพร พานิช, 2530) เนื่องจากความเข้าใจของคนส่วนมากที่มีอยู่ว่า การโฆษณา หมายถึง การป่าวประกาศ ป่าวร้องให้สาธารณชนต้องการซื้อสินค้าและบริการ โดยการใช้สื่อมวลชนรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ดังนั้นการโฆษณาในประเทศไทยก็น่าจะเกิดขึ้นเมื่อมีสื่อมวลชนชนิดแรกขึ้นในประเทศไทย ซึ่งก็คือ หนังสือพิมพ์ โดยหนังสือพิมพ์ฉบับแรกชื่อ หนังสือบางกอกกริเตอร์เตอร์ของหมอบรัดเล ซึ่งเริ่มจำหน่ายในปี พ.ศ. 2387 ในสมัยรัชกาลที่ 3 หนังสือดังกล่าวได้มีการลงโฆษณาประเภทข้อความสั้นๆ คล้ายกับการประกาศแจ้งความ หรือข่าว หลักฐานที่ปรากฏว่ามี



การโฆษณาที่เก่าแก่ที่สุดก็คือ ฉบับที่ 11 เล่ม 1 จุลศักราช 1227 (พ.ศ. 2408) โดยเป็นการโฆษณาขายหนังสือบางกอกรีคอร์เดอร์นั่นเอง ในสมัยต่อๆ มาการโฆษณาก็เริ่มพัฒนามากขึ้น เช่น สมัยรัชกาลที่ 6 การโฆษณามีลักษณะเปลี่ยนไปจากเดิม โดยเป็นข้อความที่มีรูปภาพประกอบ และในสมัยรัชกาลที่ 7 มีบริษัทโฆษณาของตะวันตกเข้ามาเปิดกิจการ การโฆษณาจึงมีลักษณะแปลก เด่น น่าสนใจมากขึ้น และปรากฏอย่างแพร่หลายในหนังสือพิมพ์ต่างๆ เป็นต้น ต่อมาเมื่อสื่อมวลชนชนิดต่างๆ เกิดและพัฒนาขึ้นมา เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น สื่อโฆษณาในประเทศไทยจึงได้พัฒนามากขึ้น โดยปรากฏในรูปป้ายโปสเตอร์ต่างๆ บอลลูน โคมบาย การโฆษณาเคลื่อนที่ แผ่นป้ายโฆษณาข้างรถยนต์ หรือภาพยนตร์โฆษณา เป็นต้น (อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโฆษิต และอวยพร พาณิช, 2530)

การโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจจนอาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจใดที่ไม่มีการโฆษณา หรืออ่อนการโฆษณา ธุรกิจนั้นย่อมไม่อาจที่จะประสบความสำเร็จ และเจริญก้าวหน้าต่อไปได้ หรืออาจจะประสบกับความล้มเหลวได้ในที่สุด ซึ่งการโฆษณาที่ดีนั้นจะต้องมีการวิจัย และวัดผล ทั้งก่อน และหลังที่มีการโฆษณา เพื่อที่จะได้รู้ว่าใครเป็นคนซื้อสินค้า ใครเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้า จะพูดอย่างไร ในการสื่อข้อความในการขาย จะพูดที่ไหน เมื่อไร บ่อยเพียงใด ซึ่งคำถามเหล่านี้ควรที่จะต้องมีคำตอบก่อนที่จะมีการโฆษณา ในการโฆษณาจะต้องมีกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งจะต้องมีการวิจัยผู้บริโภค เพื่อจะได้ทราบนิสัยการใช้ การกิน การอยู่ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ทำโฆษณารู้ว่าสินค้าที่กำลังทำโฆษณาอยู่นั้น ใครเป็นผู้ใช้ ข้อความโฆษณาควรจะพูดกับใคร ใช้ภาษาของใคร ในระดับใด การวิจัยจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการทำโฆษณาอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ในการทำโฆษณาจะต้องมีการทำวิจัยด้านต่างๆ เช่น การวิจัยผู้บริโภค การวิจัยสื่อโฆษณา การวิจัยผลิตภัณฑ์ และการวิจัยสร้างสรรค์ การทำวิจัยผู้บริโภคนั้นเพื่อที่จะได้รู้จักผู้บริโภค เข้าใจจิตวิทยาของผู้บริโภค และเข้าถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของผู้บริโภค เช่น ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก พฤติกรรม ทะเบียนประชากร และตัวแปรทางจิตวิทยา ซึ่งประกอบด้วย ความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ การรับรู้ เจตคติ ค่านิยม กลุ่มสังคม การเรียนรู้ และวัฒนธรรม เป็นต้น การทำการวิจัยสื่อโฆษณานั้นเนื่องจากการซื้อสื่อโฆษณาแต่ละครั้งต้องจ่ายเงินจำนวนมาก จึงต้องมีการประเมินผลทุกครั้ง ในเรื่องเกี่ยวกับความถี่ของการโฆษณา การเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และการประเมินประสิทธิภาพการใช้งบโฆษณา ส่วนการวิจัยผลิตภัณฑ์นั้นเป็นการวิจัยก่อนที่จะผลิตสินค้าออกมา โดยฝ่ายพัฒนาผลิตภัณฑ์พยายามคิดค้นวิจัยทางวิทยาศาสตร์ให้ได้สินค้าใหม่ ทันสมัยด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ มีประสิทธิภาพสูง สนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด จากนั้นต้องวิจัยเพื่อทดสอบตลาด เพื่อหาความเป็นไปได้ในการผลิตสินค้าจำหน่าย ต้องทดสอบแนวความคิดของสินค้าว่าเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคเพียงใด ศึกษาความชอบผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค สุดท้ายการวิจัยสร้างสรรค์มีขอบเขตกว้างมาก และต้องใช้เทคนิคการวิจัยที่อาศัยหลักจิตวิทยาในการมุ่งใจมาเป็นพื้นฐาน เนื่องจากต้องทำการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด เจตคติของ



ผู้ชมโฆษณา เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการที่จะทำการโฆษณาให้ดี มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล นั้นมีงานที่จะต้องทำมากมายทั้งก่อน และหลังการโฆษณา และต้องทำการวิจัยกันในหลาย ๆ ด้านด้วย (เสรี วงษ์มณฑา, 2535)

การโฆษณาไม่ว่าปรากฏทางสื่อมวลชนแขนงใดก็ตามต้องประกอบด้วย "ความคิด" เกี่ยวกับตัวสินค้า ซึ่งความคิดนั้นๆ สามารถดึงดูดผู้อ่านให้รู้สึกผูกพันกับการโฆษณาในช่วงระยะเวลาอันสั้น หรือโดยทันที ผู้สร้างโฆษณาจะต้องถ่ายทอดความคิดนั้นๆ ออกมาเป็นคำพูด หรือรูปภาพ หรือทั้งรูปและคำพูดรวมกัน คำพูดหรือข้อความในโฆษณานั้นมีการเสนอได้หลายรูปแบบ เช่น ข้อความโฆษณาแบบคำบรรยาย คำขวัญ (Slogans) เป็นต้น ส่วนการใช้ภาพประกอบการโฆษณานั้นก็มีอยู่หลายแบบ เช่น การแสดงภาพสินค้าที่ต้องการโฆษณาแต่เพียงอย่างเดียว หรือแสดงประกอบรูปอื่น ๆ ด้วย การแสดงภาพการใช้สินค้า หรือประโยชน์ใช้สอยของสินค้า หรือคุณลักษณะพิเศษที่ปรากฏชัดของสินค้า การแสดงภาพเปรียบเทียบ การใช้ภาพการ์ตูนประกอบการโฆษณา การใช้สัญลักษณ์เป็นภาพประกอบการโฆษณา หรือการใช้ภาพที่เรียกความสนใจ แม้จะไม่เกี่ยวข้องกับสินค้าก็ตาม เป็นต้น (มโนญ แสงหิรัญ, สุรพล เทวอักษร และบัญญัติ จุลนาพันธ์, 2520)

ในปัจจุบันนี้การโฆษณาได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมาก เนื่องจากโฆษณามีการนำเสนอแปลกใหม่ เด่น และน่าสนใจกว่าเดิม ดังจะเห็นได้จากการโฆษณาทางโทรทัศน์ในอดีต ขณะที่ผู้ชมชมรายการโทรทัศน์อยู่นั้น ถ้าหากมีการโฆษณาเมื่อไรก็จะเปลี่ยนไปชมรายการโทรทัศน์ทางสถานีช่องอื่น ๆ แต่ในปัจจุบันเราจะเห็นได้ว่ามีงานโฆษณาหลายชิ้นที่ประสบความสำเร็จ ได้รับความสนใจจากผู้ชมเป็นจำนวนมาก เพราะมีการนำเสนอด้วยวิธีการที่แปลกไปจากเดิม ทำให้ผู้ชมสนใจ และติดตามชมกันเป็นจำนวนมาก เช่น การโฆษณาเครื่องสำอางชนิดหนึ่งที่มีการนำเสนอเป็นเรื่องราวคล้ายกับละครโทรทัศน์ มีการนำเสนอเป็นตอน ๆ ไปทำให้ผู้ชมสนใจ และติดตามตอนต่อไปของการโฆษณา นอกจากนี้นางแบบ หรือนายแบบที่เป็นผู้นำเสนอสินค้าก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมสนใจ ติดตามการโฆษณาสินค้า หรือชื่อสินค้านั้น ๆ ไปใช้ตามอย่างนางแบบ นายแบบที่เขาชื่นชอบ ซึ่งนั่นย่อมแสดงว่า นางแบบ หรือนายแบบในโฆษณานั้น ๆ จะต้องมียุทธศาสตร์ดึงดูด หรือเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชม แต่ก็ยังมีโฆษณาบางชิ้นที่มีได้ใช้นางแบบ หรือนายแบบที่มีลักษณะดึงดูดเลย แต่ผู้ชมก็ยังให้ความสนใจกับโฆษณา ชิ้นนั้น ๆ และสินค้าชิ้นนั้นก็ยังคงขายได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะบางอย่างในตัว นางแบบ หรือนายแบบที่อาจทำให้ผู้ชมเกิดความเชื่อถือ และตัดสินใจซื้อสินค้าตามคำบอกกล่าวของนางแบบ นายแบบในโฆษณานั้น ๆ หรือเกิดจากวิธีการนำเสนอที่แปลกไปจากโฆษณาอื่น ๆ จากที่กล่าวมาข้างนี้จึงทำให้เป็นที่น่าสนใจว่า ลักษณะของตัวแบบในการโฆษณาแบบใด และข้อความในการโฆษณาแบบใดที่จะดึงดูดผู้ชมที่มีลักษณะต่างกันไปตามลักษณะบุคลิกภาพได้ ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยได้สนใจว่า สินค้าที่มีผู้นำเสนอ (นางแบบ) ที่มีลักษณะดึงดูด หรือมีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญ และข้อความในการโฆษณาที่เป็นข้อความที่มีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก หรือข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก จะมีอิทธิพลต่อบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง และผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร



จากคำกล่าวของ Bernbach ที่ว่า "การโฆษณาเป็นการโน้มน้าวใจ" และ "การโน้มน้าวใจเป็นศิลปะ" ดังนั้น "การโฆษณาจึงเป็นศิลปะในการโน้มน้าวใจ" (Fox, 1984 อ้างถึงใน Snyder, 1987) ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาคำวิจัยเรื่องนี้ โดยอาศัย รูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจ เป็นทฤษฎีพื้นฐานในการวิจัย และจากลักษณะทางบุคลิกภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค และมีผลต่อความสนใจ และเจตคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่ทำการโฆษณา ผู้วิจัยจึงได้ศึกษา ทฤษฎีการกำกับตนการแสดงออกของตน ควบคู่ไปด้วยนั่นเอง

### แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่องนี้มีทฤษฎีที่เป็นพื้นฐานอยู่ 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีการกำกับการแสดงออกของตน (Self-Monitoring) และรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจ (The Elaboration Likelihood Model of Persuasion หรือที่ย่อว่า ELM) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### ทฤษฎีการกำกับการแสดงออกของตน

ผู้ที่เสนอกระบวนการการกำกับการแสดงออกของตน คือ Mark Snyder โดยเสนอครั้งแรกในปี ค.ศ. 1972 ที่มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) ทฤษฎีการกำกับการแสดงออกของตนนี้มีส่วนที่สัมพันธ์กับทฤษฎีการทำตนให้เป็นที่ชื่นชอบ (Ingratiation theory) และทฤษฎีการจัดการความประทับใจ (Impression Management Theory) ทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับ การควบคุมบุคคลในการใช้ความพยายามที่จะสร้างภาพลักษณ์ และความประทับใจในการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่แยกมาจากกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับบทบาท นับว่าเป็นประเด็นหนึ่งในทฤษฎีบทบาทที่เกี่ยวกับความตรงกันระหว่างตัวตนของบุคคล กับบทบาทต่าง ๆ ของบุคคล ในการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Shaw and Costanzo, 1985)

Snyder ค้นพบเรื่องการกำกับการแสดงออกของตน เนื่องจากสนใจศึกษาธรรมชาติของตนเอง โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเป็นจริงของบุคคล กับสิ่งที่ปรากฏแก่สายตาของผู้อื่นในสังคม ซึ่งคนได้แสดงความแตกต่าง และความขัดแย้งกันระหว่างการปรากฏแก่สายตาของผู้อื่นในสังคม กับความเป็นจริงของบุคคล การปรากฏแก่สายตาของผู้อื่นในสังคมเกิดจากคำพูด และการกระทำของคนที่เป็นผลมาจากความพยายามที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยมีความพยายามที่จะเป็น "คนที่ถูกต้องเหมาะสม ในสถานที่และเวลาที่ถูกต้องเหมาะสม" บุคคลที่ควบคุมการกระทำของตนให้ผู้อื่นประทับใจนั้น จะเป็นคนที่สังเกตการกระทำของตนเองอย่างระมัดระวัง และปรับปรุงพฤติกรรมของตนเพื่อแสดงภาพลักษณ์ที่น่าปรารถนา แม้ว่าจะไม่ตรงกับความเป็นจริงของบุคคล ซึ่งความแตกต่างนี้จะสะท้อนคำอุปมาที่ว่า ชีวิตเป็นเสมือนเวทีในการแสดงหลายๆ บทบาท และความแตกต่างนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถ และแรงจูงใจที่จะควบคุมการแสดงออกของตน คำอุปมาที่กล่าวมานั้นเป็นจุดเริ่มต้นแนวความคิดของการกำกับการแสดงออกของตน และการพิจารณาธรรมชาติของตนเอง (Snyder, 1987)



แนวคิดทางทฤษฎีเกี่ยวกับตัวตนที่มีผลต่อการกำกับการแสดงออกของตานั้น Gergen (1971 อ้างถึงใน Snyder, 1987) เคยเสนอไว้ 5 ประเด็น คือ

1. ตัวตนในฐานะความจริงกับนิยาย (Fact vs. Fiction)
2. ตัวตนในฐานะผู้รู้กับสิ่งที่รู้ (Knower vs. Known)
3. ตัวตนในฐานะโครงสร้างกับกระบวนการ (Structure vs. Process)
4. ตัวตนในฐานะเดียวกับหลากหลาย (Single vs. Multiple)
5. ตัวตนในฐานะคงเส้นคงวากับไม่คงเส้นคงวา (Consistent vs. Inconsistent)

ตัวตนในทฤษฎีการกำกับการแสดงออกของตันทว่าเป็น "นิยาย" ก็คือ ภาวะสันนิษฐานที่ตั้งขึ้น แต่ "ความจริง" คือ สิ่งที่บุคคลแสดงออกมา และสามารถสังเกตได้ การกำกับการแสดงออกของตนเกี่ยวข้องกับ "ผู้รู้" (บุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงหรือการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ) และ "สิ่งที่รู้" (สิ่งที่คนคิดเกี่ยวกับลักษณะนิสัยของตน) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความรู้ของตัวตนที่ได้จัดระบบ (ไม่ว่าในโครงสร้างการจัดระบบ ความรู้เกี่ยวกับตนในทางปฏิบัติ หรือในทางหลักการ) และความรู้เกี่ยวกับตัวตนที่นำไปสู่การกระทำ (เป็นกระบวนการซึ่งแนวคิดของตัวตนนำทาง และชี้นำการกระทำ) ระดับการแสดงทางพฤติกรรมของตัวตนมีทั้งตัวตน "เดียว" และ "หลากหลาย" และตัวตน "คงเส้นคงวา" และ "ไม่คงเส้นคงวา" ซึ่งคำอธิบายเหล่านี้ได้นำไปเชื่อมโยงการอธิบายลักษณะของการกำกับการแสดงออกของตนสูง และการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ

ภาวะสันนิษฐานการกำกับการแสดงออกของตน จัดเข้าในทฤษฎีตัวตนได้ 2 แนวทาง คือ ตัวตนในทางปฏิบัติ (Pragmatic Theory of Self) และตัวตนในหลักการ (Principled Theory of Self) ซึ่งบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงจัดเป็นตัวตนในทางปฏิบัติ และบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำจัดเป็นตัวตนในหลักการ ทฤษฎีตัวตนในทางหลักการ และในทางปฏิบัติเป็นทฤษฎีที่บุคคลใช้เพื่อที่จะเข้าใจธรรมชาติของตนเอง และเพื่อนำทางการกระทำของตน ทฤษฎีในทางหลักการเป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาที่กล่าวถึง ลักษณะการที่คงทน อารมณ์ที่คงทน และลักษณะอื่น ๆ ของความคิดที่มีเอกลักษณ์ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ในทางตรงกันข้าม ทฤษฎีในทางปฏิบัติจัดเป็นทฤษฎีทางสังคม ที่กำหนดบทบาท สถานการณ์ระหว่างบุคคล และคุณสมบัติอื่น ๆ ของโครงสร้างทางสังคมที่บุคคลปฏิบัติ

บุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง เป็นบุคคลที่มีลักษณะยึดหยุ่น ปรับตัวได้ดี สามารถปรับตัว และพฤติกรรมที่จะแสดงออกให้เหมาะสมกับสถานการณ์

บุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ เป็นบุคคลที่ยึดมั่นภาพลักษณ์ของตนเอง เสมือนเป็นหลักการ มีความตรงกันระหว่างเจตคติกับพฤติกรรม มีลักษณะการที่คงที่ อารมณ์มั่นคง และคำพูด และการกระทำของบุคคลพวกนี้จะสะท้อนความเชื่อ เจตคติ และอารมณ์ที่เป็นพื้นฐานของพวกเขา



## ต้นกำเนิด และพัฒนาการของการกำกับการแสดงออกของตน

เคยมีคำถามว่า "สิ่งใดเป็นต้นกำเนิดของการกำกับการแสดงออกของตน" สิ่งใดที่ทำให้บุคคลพัฒนา และกลายเป็นบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง หรือเป็นบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ Snyder (1987) ได้กล่าวว่า บทบาททางพันธุกรรม (biological-genetic) และอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม-การถ่ายทอดทางสังคม (environmental-socialization) นั้นมีอิทธิพลต่อการเกิด และการพัฒนาการกำกับการแสดงออกของตน

ในส่วนบทบาททางพันธุกรรม ได้มีการศึกษาบทบาททางพันธุกรรมที่มีอิทธิพลต่อการกำกับการแสดงออกของตน โดย Dworkin (1977 อ้างถึงใน Snyder, 1987) ได้ทำการศึกษากับคู่แฝด ซึ่งเป็นคู่แฝดแท้ (Identical Twins) 54 คู่ และคู่แฝดเทียม (Fraternal Twins) 34 คู่ พบว่า ความแปรผันภายในคู่ (within-pair variability) ของคะแนนในมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตนระหว่างคู่แฝดแท้จะต่ำกว่าครึ่งหนึ่งของคู่แฝดเทียม จากผลการศึกษาครั้งนี้ Dworkin จึงได้เสนอแนะว่า ลักษณะการกำกับการแสดงออกของตนมีต้นกำเนิดมาจากพันธุกรรม Gangestad (1984 อ้างถึงใน Snyder, 1987) กล่าวว่า คู่แฝดแท้ต้องมีลักษณะการกำกับการแสดงออกของตนประเภทเดียวกัน อัตราความสอดคล้องสำหรับลักษณะการกำกับการแสดงออกของตนจะต้องเท่ากับ 1.00 ส่วนอัตราความสอดคล้องในคู่แฝดเทียมจะน้อยกว่า 1.00 เนื่องจากการศึกษาของ Dworkin ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างน้อย ดังนั้น Gangestad (1984 อ้างถึงใน Snyder, 1987) จึงได้ทำการศึกษาเพื่อที่จะสนับสนุนสมมติฐานทางพันธุกรรม โดยมีคู่แฝดแท้จำนวน 149 คู่ และคู่แฝดเทียม 76 คู่ ผลการศึกษาอัตราความสอดคล้อง แสดงไว้ในตารางข้างที่ 1

ตารางที่ 1 อัตราความสอดคล้องในการกำกับการแสดงออกของตนของคู่แฝดแท้ และคู่แฝดเทียม

ลักษณะของคู่แฝด	อัตราความสอดคล้องในการกำกับการแสดงออกของตน
แฝดแท้ทั้งหมด	.95
แฝดแท้ที่กำหนดโดยกลุ่มเลือด	.99
แฝดเทียม	.74
คู่ที่สุ่มมาได้	.55

พันธุกรรมนั้นเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการพัฒนาการกำกับการแสดงออกของตน ยีนส์จะมีอิทธิพลต่อลักษณะทางจิตวิทยา หรือทางพฤติกรรม โดยผ่านทางสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม รูปแบบขององค์ประกอบทางพันธุกรรมนั้นจะกำหนดให้บุคคลเป็นผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง หรือเป็นผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ



แม้ว่าบุคคลจะกำเนิดมาโดยมีแนวโน้มทางพันธุกรรมที่จะเป็นบุคคลที่มีการกำกับการ แสดงออกของตนสูง หรือมีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำก็ตาม การที่บุคคลจะมีการกำกับ การแสดงออกของตนสูง หรือมีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำนั้น จะต้องผ่านทางประสบการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดทางสังคมด้วย

ความแตกต่างในอารมณ์ของเด็กทารก (2-3 เดือน) จะเป็นตัวกำหนดการกำกับการ แสดงออกของตนในตอนต้น หากเด็กคนใดปรับตัวได้ง่ายมากต่อการเปลี่ยนสภาพแวดล้อม และมีการตอบสนองกับสังคมได้มากก็อาจจะเป็นเครื่องแสดงถึงการมีการกำกับการแสดงออกของตนสูง และหากเด็กคนใดมีปฏิกิริยาต่อเหตุการณ์ทางสังคมน้อยก็อาจจะเป็นเครื่องแสดงถึงการมีการ กำกับการแสดงออกของตนต่ำ

องค์ประกอบทางพันธุกรรมเป็นเพียงแนวโน้มในการที่จะพัฒนาพฤติกรรมให้มีการ กำกับการแสดงออกของตนสูง หรือการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ ความแตกต่างที่เริ่มมีใน วัยเด็กจะพัฒนาให้มีมากขึ้นตามกาลเวลา และคนจะโน้มเอียงไปสู่การกำกับการแสดงออกของตน ในรูปแบบใดนั้นขึ้นกับองค์ประกอบทางสภาพแวดล้อมด้วย ที่จะมีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพ และการ พัฒนาทางสังคม ดังนั้นบทบาททางพันธุกรรม และอิทธิพลทางสภาพแวดล้อมจึงมีบทบาท ร่วมกันในการพัฒนาการกำกับการแสดงออกของตน

การพัฒนาของบุคคลที่จะมีการกำกับการแสดงออกของตนสูง หรือการกำกับการ แสดงออกของตนต่ำ เริ่มจากการเกิดความแตกต่างเพียงเล็กน้อยที่สังเกตได้ในวัยเด็ก และต่อมา ความแตกต่างก็มีมากขึ้นจนเห็นได้ในวัยผู้ใหญ่ ซึ่งสาเหตุของความแตกต่างเหล่านี้ก็คือ สิ่งแวดล้อม องค์ประกอบภายในที่แฝงอยู่ในต้นกำเนิดของการกำกับการแสดงออกของตนอาจจะมีอิทธิพลต่อ การเลือกสถานการณ์ โดยบุคคลจะเอนเอียงเข้าสู่สภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดลักษณะการกำกับ การแสดงออกของตนที่ตรงกับแนวโน้มในตอนแรกของเขา เช่น บุคคลที่มีแนวโน้มในตอนแรกที่จะ เป็นบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ อาจจะเอนเอียงเข้าสู่สถานการณ์ที่สนับสนุน การกระทำตามเจตคติ ลักษณะการ และอารมณ์ของเขา ส่วนบุคคลที่มีแนวโน้มในตอนแรกที่จะ เป็นบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง อาจจะเอนเอียงเข้าสู่สถานการณ์ที่สนับสนุน การแสดงบทบาทบนพื้นฐานของการชี้แนะของสถานการณ์ที่ชัดเจน

ความแตกต่างในการกำกับการแสดงออกของตนจะได้รับการเสริมแรงให้มีความ แตกต่างมากขึ้น โดยผู้ใหญ่ในการมีปฏิสัมพันธ์กับเด็ก ซึ่งความแตกต่างนี้สามารถแสดงให้เห็น ได้จากการเลือกเพื่อนของเด็ก เช่น เด็กที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงก็จะเลือกเพื่อนที่ มีทักษะที่จะมาร่วมกิจกรรมได้ ส่วนเด็กที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำก็จะเลือกเพื่อนที่ ชอบกันดี และมีความคล้ายคลึงกับเขา



วัยเด็กตอนกลาง (6-9 ปี ถึง 10-13 ปี) เป็นช่วงที่สำคัญในการพัฒนาการกำกับการแสดงออกของตน เด็กมีความสามารถในการแสดงบทบาท และการจัดการความประทับใจ เด็กสามารถเริ่มต้นที่จะควบคุมภาพลักษณ์ที่เขาจะแสดงต่อผู้อื่น เริ่มที่จะตระหนักว่าการกระทำของผู้อื่นอาจจะมีผลต่อตัวเขา การพัฒนาทางสังคม และวัฒนธรรมในวัยเด็กตอนกลางนี้จะเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาการกำกับการแสดงออกของตน เด็กวัยนี้จะมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนมากขึ้น และเริ่มต้นที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใหญ่มากขึ้นด้วย ซึ่งทั้งเพื่อน และผู้ใหญ่ต่างก็เป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการถ่ายทอดทางสังคม ดังนั้นวัยนี้จึงเป็นช่วงเวลาที่สำคัญในการเกิดความแตกต่างในการกำกับการแสดงออกของตน

ส่วนเด็กวัยรุ่นนั้นเป็นช่วงเวลาที่มีการพัฒนาทางสังคม และบุคลิกภาพที่รวดเร็วมาก ในช่วงเวลานี้จะเกิดความขัดแย้งที่สำคัญระหว่างความคาดหวังของพ่อแม่ กับของเพื่อน ซึ่งการแก้ปัญหาของวัยรุ่นที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงก็จะกระทำโดยการทำให้เป็นที่น่าพอใจ และเป็นที่ยอมรับสำหรับแต่ละกลุ่ม นั่นก็แสดงว่า เมื่ออยู่กับพ่อแม่เขาก็จะกระทำตนตามความคาดหวังของพ่อแม่ แต่เมื่ออยู่กับเพื่อนเขาก็จะกระทำตนตามความคาดหวังของเพื่อนด้วยเช่นกัน ส่วนการแก้ปัญหาของวัยรุ่นที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำก็จะกระทำ โดยการกล่าวถึงคำนิยามอย่างชัดเจน และกำหนดรูปแบบพฤติกรรมที่คิด และกระทำตรงกับทั้งพ่อแม่ และเพื่อน ในเด็กวัยนี้พ่อแม่อาจจะมีความสามารถมากกว่าเพื่อนในการสร้างคำนิยามให้กับเด็ก วัยรุ่นที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำนั้นพ่อแม่อาจจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของพวกเขาได้มากกว่าเพื่อน แต่ในวัยรุ่นที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง แรงกดดันทางสังคม และบรรทัดฐานทางสังคมอาจจะทำให้เพื่อนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของพวกเขาได้มากกว่าพ่อแม่ได้

จากที่กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่า บุคคลเกิดมาพร้อมกับแนวโน้มทางพันธุกรรมที่จะเป็นบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง หรือมีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ จากนั้นการถ่ายทอดทางสังคมจะทำให้เกิดความแตกต่างในการกำกับการแสดงออกของตนมากขึ้นตามกาลเวลา จึงสรุปได้ว่า อิทธิพลทางพันธุกรรม และการถ่ายทอดทางสังคมมีอิทธิพลร่วมกัน และดำเนินไปด้วยกันในการเกิด และการพัฒนาการกำกับการแสดงออกของตน

### วิวัฒนาการของการกำกับการแสดงออกของตน

เมื่อ Snyder ได้เสนอแนวคิดการกำกับการแสดงออกของตนครั้งแรกนั้น เขาได้เสนอในบริบทของความแตกต่างในขอบเขตที่คนกำกับการแสดงพฤติกรรม และการแสดงตัว ผ่านทางการสังเกต และการควบคุมตนเอง คนที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงได้กำหนดการแสดงออกของตน เพื่อให้เกิดการปรากฏแก่สายตาของผู้อื่นในสังคมที่เป็นที่น่าพึงปรารถนาต่อสาธารณชน ดังนั้นจึงเป็นบุคคลที่มีความรู้สึกไวต่อสิ่งชี้แนะทางสังคม เพื่อที่จะกระทำตนได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ ส่วนคนที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำนั้น จะเป็นผู้ที่



ขาดทั้งความสามารถ และแรงจูงใจที่จะกระทำเช่นเดียวกับผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง ดังนั้น เขาจึงแสดงพฤติกรรมที่สะท้อนเจตคติ ลักษณะการ ความรู้สึก และสภาวะภายในอื่น ๆ ของเขา

ภาวะสันนิษฐานของการกำกับการแสดงออกของตนได้พัฒนาขึ้นมาจากจุดเริ่มต้นที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการแสดงพฤติกรรม ไปสู่แนวกว้างขึ้นของทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล คนที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงมักจะรับสิ่งที่เขาเห็นเสมือนเป็นทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทาง "ปฏิบัติ" ซึ่งสร้างรูปแบบปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ส่งเสริมให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ที่เหมาะสมตามสถานการณ์ ในทางตรงข้ามคนที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ ก็มักจะรับสิ่งที่เสมือนเป็นทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลตาม "หลักการ" ซึ่งสะท้อนความตรงกันระหว่างความรู้สึกและเจตคติ กับพฤติกรรมของเขา

งานวิจัยเชิงประจักษ์ และงานวิจัยทางทฤษฎีที่เกี่ยวกับภาวะสันนิษฐานของการกำกับการแสดงออกของตนนั้นได้มีการนำเอาไปใช้ในหลาย ๆ ด้าน เช่น ในเรื่องธรรมชาติของมิตรภาพ ความสัมพันธ์ในเรื่องรักใคร่ และความเกี่ยวข้องในเรื่องเพศ การประยุกต์ใช้การกำกับการแสดงออกของตนต่อจิตวิทยาการโฆษณา การคัดเลือกพนักงาน เป็นต้น ซึ่งจากวิวัฒนาการนี้ทำให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า ทำไมจึงไม่ควรใช้ค่านิยมในการตัดสินรูปแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของทั้งการกำกับการแสดงออกของตนสูงและต่ำ เพราะไม่มีรูปแบบใดที่ดีกว่ากัน จึงควรที่จะหลีกเลี่ยงที่จะใช้ค่านิยมในการตัดสิน และควรที่จะจำไว้ว่า ลักษณะการกำกับการแสดงออกของตนทั้ง 2 แบบ ต่างก็เป็นตัวแทนของแนวทางชีวิตที่ต่างกันไป เช่น คนที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงก็จะเป็นคนที่มีความยืดหยุ่น ปรับตัวง่ายในการแสดงบทบาทที่ต่างกันไปตามสภาพสังคม ส่วนคนที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำก็จะเป็นผู้ที่มีค่านิยม และหลักการที่คงที่ตลอดเวลา เป็นต้น ดังนั้น จึงไม่มีเหตุผลที่จะกล่าวว่ารูปแบบของการกำกับการแสดงออกของตนแบบใดที่ดีกว่ากัน (Snyder, 1987)

### ภาวะสันนิษฐานของการกำกับการแสดงออกของตน

ความแตกต่างที่มีในขอบเขตที่บุคคลแต่ละคนสามารถทำการควบคุม และจัดการการแสดงออกของตน การแสดงพฤติกรรม และการแสดงออกที่มีใช้ทางวาจาของเขา ความแตกต่างนี้อาจจะเป็นส่วนหนึ่งของภาวะสันนิษฐานทางจิตวิทยาสังคมของการกำกับการแสดงออกของตน (Snyder, 1974) ซึ่งสามารถนิยามลักษณะการกำกับการแสดงออกของตนได้เป็น 2 แบบ คือ บุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง และบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ ดังนี้

บุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง ซึ่ง Snyder(1979, 1987) กล่าวไว้ว่าเป็นบุคคลที่มีความรู้สึกไวต่อการแสดงออก และการแสดงตนเองที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ๆ ในสถานการณ์ทางสังคม และใช้สิ่งชี้แนะที่กล่าวมานี้เสมือนเป็นแนวทางในการกำกับ (การกำหนด



และการควบคุม) การแสดงตนเองทั้งทางวาจา และที่ไม่ใช่วาจาของเขา ส่วน Snyder (1974) และ Snyder กับ Gangestad (1986) ได้กล่าวว่า เป็นรูปแบบของบุคคลที่มีความชำนาญในการปรับปรุงพฤติกรรมของตนเองให้ตรงกับความเหมาะสมทางสังคม และความเหมาะสมระหว่างบุคคล นอกจากนี้ DeBono (1987) และ Snyder กับ DeBono (1987) กล่าวว่า เจตคติของบุคคลประเภทนี้จะส่งเสริมหน้าที่การปรับปรุงได้ตามสังคม นั่นคือ มีความเชื่อว่า ความเหมาะสมที่พวกเขาจะยึดถือขึ้นขึ้นกับเหตุการณ์ทางสังคม และเจตคติของพวกเขา ก็จะตอบสนองต่อสิ่งสำคัญต่างๆ ในสภาพแวดล้อมทางสังคมของเขา

บุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำ ซึ่ง Snyder (1979, 1987) กล่าวว่า ว่าเป็นบุคคลที่มีความสนใจต่อข้อมูลทางสังคมน้อยเกี่ยวกับการแสดงตนเองให้มีความเหมาะสมตามสถานการณ์ นอกจากนี้ยังไม่มีการพัฒนาทักษะในการแสดงตน ซึ่งการแสดงตนเองของบุคคลพวกนี้ถูกควบคุม โดยเจตคติ อารมณ์ และค่านิยมภายในมากกว่าที่จะฝึกฝน และปรับปรุงการแสดงตนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ซึ่งความเหมาะสมที่จะยึดถือก็คือ ค่านิยม บุคคลพวกนี้ไม่เกี่ยวข้องกับการประเมินสภาพทางสังคมรอบตัวเขา พฤติกรรมของเขาจึงค่อนข้างคงที่ และแสดงความคิดเห็นความรู้สึกของตนออกมา แม้ว่าจะตรงกันข้ามกับสภาพแวดล้อมทางสังคมก็ตาม ส่วน DeBono และ Hamish (1988) ได้กล่าวว่า เป็นลักษณะของบุคคลที่ไม่พยายามที่จะฝึกพฤติกรรมของตนให้เหมาะสมตามสถานการณ์ และตามการพิจารณาความเหมาะสมระหว่างบุคคล บุคคลประเภทนี้จะเลือกกระทำพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเกี่ยวข้องภายใน เช่น ค่านิยม ความรู้สึก และอารมณ์ ดังนั้นพฤติกรรมของเขาจึงสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยม ความรู้สึก และอารมณ์ที่เป็นพื้นฐานด้วย นอกจากนี้ DeBono (1987) และ Snyder กับ DeBono (1987) กล่าวว่า เจตคติของบุคคลประเภทนี้จะส่งเสริมหน้าที่ที่แสดงถึงค่านิยม นั่นคือ จะมีเจตคติที่แสดงถึงค่านิยมที่สำคัญ และมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติของพวกเขา กับค่านิยมที่สำคัญ

#### การสร้าง และการพัฒนามาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตน

Snyder (1974) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการกำกับการแสดงออกของตน ซึ่งเขาได้กล่าวถึงภาวะสันนิษฐานทางจิตวิทยาสังคมของการกำกับการแสดงออกของตนว่าเป็น การสังเกตตนเอง และการควบคุมตนเอง โดยใช้สิ่งชี้แนะทางสถานการณ์เป็นแนวทางในการแสดงพฤติกรรม และการแสดงออกทางสังคมได้อย่างเหมาะสม ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นถึง ความตรงสอดคล้อง และความตรงจำแนกของมาตรวัดนี้ เขาได้สร้างมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตนขึ้น โดยมีข้อกระทง 41 ข้อ ที่เป็นข้อความที่พรรณนาลักษณะของบุคคล ซึ่งจะให้ตอบว่า "ถูก หรือ ผิด" ข้อกระทงเหล่านี้แบ่งได้เป็นองค์ประกอบ 5 ด้าน คือ

1. การแสดงตนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางสังคม
2. การใส่ใจต่อสิ่งชี้แนะทางสังคม เพื่อเป็นเสมือนแนวทางในการแสดงตนให้เหมาะสมกับสถานการณ์



3. ความสามารถที่จะควบคุม และปรับพฤติกรรมการแสดงตน และการแสดงออก
4. การใช้ความสามารถในการควบคุมและปรับพฤติกรรมการแสดงตน และการแสดงออกในสถานการณ์เฉพาะ
5. การจัดรูปแบบพฤติกรรมที่แสดงออกให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ

Snyder ได้นำข้อกระทงทั้ง 41 ข้อนี้มาใช้กับนักศึกษามหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) จำนวน 192 คน แล้วทำการวิเคราะห์เพื่อเลือกข้อกระทงที่มีความสอดคล้องภายในสูงสุด จึงเหลือข้อกระทงเพียง 25 ข้อ

Snyder ได้หาคุณภาพของมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตน 25 ข้อ พบว่า มีความสอดคล้องภายใน ที่คำนวณด้วยสูตร K-R20 เท่ากับ +.66 ค่าความเที่ยงแบบสอบซ้ำ ในช่วงเวลา 1 เดือน เท่ากับ +.83 ความตรงของมาตรจากการวิเคราะห์ความตรงตามสภาพ ได้จากการหาสหสัมพันธ์กับการประเมินลักษณะการกำกับการแสดงออกของตน โดยกลุ่มเพื่อน มีค่าสหสัมพันธ์  $r = .45$

เมื่อนำมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตนไปหาความตรงจำแนกกับมาตรอื่นๆ พบว่า มาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตน (มาตร SM) มีความสัมพันธ์ทางลบกับมาตรวัดการทำตนให้เป็นที่น่าพึงปรารถนาของสังคม (มาตร M-C SDS) เล็กน้อย ค่า  $r = -.1874$  เพราะว่ามาตร M-C SDS เป็นมาตรที่วัดความต้องการที่จะให้ได้รับการยอมรับ (Need for Approval) ซึ่งความต้องการนี้ไม่ได้มีความสัมพันธ์กับความสามารถที่จะควบคุมและกำกับการแสดงตน และการแสดงออกให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางสังคม นั่นคือ แม้ว่าบุคคลที่มีความต้องการที่จะให้ได้รับการยอมรับสูง แต่เขาก็อาจจะขาดความสามารถที่จะแสดงออกให้เป็นที่ยอมรับทางสังคมก็ได้ นอกจากนี้มาตร SM ก็มีความสัมพันธ์ทางลบกับมาตร Machiavellianism ของ Christie และ Geis (1970 อ้างถึงใน Snyder, 1974) เช่นกัน โดยมีค่า  $r = -.0931$  เพราะว่า ผู้ที่มีลักษณะแมคคิเวลเลียนจะใช้เทคนิคในการกระทำเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตน แต่ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงจะใช้เทคนิคการจัดการความประทับใจ และอาจจะใช้ทักษะในการทำให้เกิดความราบรื่นในชีวิตสังคม และเกิดความพอใจในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ซึ่งลักษณะนี้ก็มีใช้ลักษณะของผู้ที่มีลักษณะแมคคิเวลเลียนเลย ดังนั้นแสดงว่า การกำกับการแสดงออกของตนเป็นอิสระจากการวัดตัวแปรอื่น ๆ

Snyder (1987) ได้กล่าวไว้ว่า เนื่องจากข้อกระทงในมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตน 25 ข้อนั้น ไม่ได้เป็นตัวจำแนกแยกแยะการกำกับการแสดงออกของตนออกเป็น 2 กลุ่มที่ดีนัก จึงได้มีการวิเคราะห์องค์ประกอบของมาตรนี้ใหม่ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบแบบไม่หมุนแกน จึงคัดเลือกข้อกระทงได้ 18 ข้อ มีน้ำหนักองค์ประกอบอย่างน้อย +.15 มีค่าความสอดคล้องภายใน โดยการคำนวณสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ +.70 ซึ่งมากกว่ามาตรวัดเดิมที่มีข้อกระทง 25 ข้อ แสดงว่า มาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตน 18 ข้อนี้ เป็นตัวบ่งชี้ที่มี



ประสิทธิภาพของตัวแปรการกำกับการแสดงออกของตนที่แฝงอยู่ และองค์ประกอบของมาตรานี้มีอิสระ นั่นคือ แต่ละองค์ประกอบจะวัดในสิ่งเดียวกัน และไม่คาบเกี่ยวกับองค์ประกอบอื่น ๆ

Gangestad และ Snyder (1985) ได้วิเคราะห์องค์ประกอบของมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตน ที่มีข้อกระทง 18 ข้อ แล้วพบว่า มี 3 องค์ประกอบ คือ

1. การควบคุมการแสดงออกของตน (expressive self-control) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสามารถที่จะแสดงออก ความสามารถที่จะเล่นเกมส์ ซึ่งต้องการควบคุมการแสดงออก และความสามารถที่จะซ่อนแรงจูงใจด้วยการควบคุมการแสดงออก

2. การแสดงออกทางสังคม (social stage presence) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความรู้สึกว่าไม่เคอะเขินในสถานการณ์ทางสังคม การเป็นจุดศูนย์กลางของความสนใจในกลุ่ม และการเป็นผู้เล่าเรื่อง เล่านิทานได้อย่างสนุกสนาน

3. การแสดงตนตามความคาดหวังของผู้อื่น (other-directed self-presentation) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความพยายามที่จะแสดงออกในสถานการณ์ทางสังคม โดยการแสดงในสิ่งที่ผู้อื่นชอบ หรือผู้อื่นคาดหวัง

สำหรับมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตนของ Snyder นี้ในประเทศไทยได้มีการนำมามาตรวัดนี้มาสร้างและพัฒนาขึ้นโดย รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพร อุวรรณโณ และนิสิตจิตวิทยาสังคมรุ่นที่ 3 และมีการนำไปหาคุณภาพของมาตรวัดด้านความตรงและความเที่ยงโดย นิตยา รัตนพิชิต (2533) นอกจากนี้ได้มีผู้นำมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตนนี้มาใช้ในการวิจัยดังเช่น

นิตยา รัตนพิชิต (2533) ได้นำมาตรวัดการกำกับการแสดงออกของตนของ Mark Snyder และแบบสำรวจความพึงพอใจในงานทั้ง 6 ด้าน ที่สร้างตามแนวมาตร Job Descriptive Index (JDI) มาใช้ในการศึกษาเพื่อทำนายความพึงพอใจในงานแต่ละด้านทั้ง 6 ด้าน ซึ่งประกอบด้วยลักษณะงาน รายได้ โอกาสในการก้าวหน้า การบังคับบัญชา ผู้ร่วมงาน และความพึงพอใจในงานด้านทั่วไป ของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการภาคพื้นดิน บริษัทการบินไทย จำกัด ด้วยคะแนนการกำกับการแสดงออกของตน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า คะแนนการกำกับการแสดงออกของตนสามารถทำนายคะแนนความพึงพอใจในงานในด้านต่าง ๆ ได้ทั้ง 5 ด้านอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นด้านรายได้ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ศิริณี ลิขิตวนิชกุล (2535) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของการตัดสินใจ ความตั้งใจจากบุคลิกภายนอก และคุณลักษณะภายในของบุคคลระหว่างผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง และต่ำ ผู้วิจัยได้จัดการทดลองเป็น 2 การทดลอง คือ การทดลองที่ 1 เป็นการเปรียบเทียบการใช้เวลาในการพิจารณาความตั้งใจ และการตัดสินใจจากบุคลิกภายนอก และคุณลักษณะภายในของบุคคล การทดลองที่ 2 เป็นการเปรียบเทียบ



การตัดสินความดีใจจากรูปลักษณะภายนอก และคุณลักษณะภายในของบุคคลเมื่อมีลักษณะที่ไม่น่าพึงปรารถนาบางประการ ผลการวิจัยพบว่า

- ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงตัดสินความดีใจจากรูปลักษณะภายนอกของบุคคลมากกว่า แต่ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำตัดสินความดีใจจากคุณลักษณะภายในมากกว่า นอกจากนี้ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงใช้เวลาในการพิจารณาความดีใจจากรูปลักษณะภายนอกของบุคคลนานกว่า แต่ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำใช้เวลาในการพิจารณาความดีใจจากคุณลักษณะภายในของบุคคลนานกว่า
- ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงตัดสินความดีใจจากรูปลักษณะภายนอกของบุคคล แม้จะมีลักษณะภายในที่ไม่น่าพึงปรารถนา และผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำตัดสินความดีใจจากคุณลักษณะภายในของบุคคล แม้จะมีรูปลักษณะภายนอกที่ไม่ดีใจก็ตาม

### การประยุกต์ใช้การกำกับการแสดงออกของตนในการโฆษณา

ตั้งแต่อดีตที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันมีงานวิจัยมากมายที่นำเอาการกำกับการแสดงออกของตนมาประยุกต์ใช้ในวงการโฆษณา และได้มีผู้กล่าวว่า สารที่ออกมาจากงานโฆษณา และที่ผู้คนสัมผัสรับรู้ได้นั้นไม่เพียงแต่สนับสนุนให้ผู้คนซื้อสินค้าเท่านั้น แต่ยังมีอิทธิพลต่อเจตคติ และพฤติกรรมของผู้คนในสังคม วัฒนธรรม และการเมืองในสังคมนั้น ๆ ได้ (Potter, 1954 อ้างถึงใน Snyder, 1987) อาจกล่าวได้ว่า การโฆษณาเป็นการประยุกต์ใช้หลักการทางจิตวิทยาในการโน้มน้าวใจ ซึ่งก็ตรงกับคำกล่าวของ Bernbach ที่เคยได้กล่าวถึงมาแล้ว ที่ว่า "การโฆษณาเป็นการโน้มน้าวใจ" และ "การโน้มน้าวใจเป็นศิลปะ" ดังนั้น การโฆษณาจึงเป็นศิลปะในการโน้มน้าวใจ

ประเด็นต่างๆ ที่ใช้ในการโฆษณาเพื่อโน้มน้าวใจบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง และผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำนั้นมียุทธศาสตร์หลายประเด็น เช่น ประเด็นเรื่องสินค้าที่เน้นภาพลักษณ์ กับสินค้าที่เน้นคุณภาพ จากงานวิจัยของ Snyder และ DeBono (1985) ได้ทำการศึกษาเรื่องการทำความเข้าใจในจิตวิทยาการโฆษณาที่มุ่งที่เรื่องการส่งเสริมภาพลักษณ์ของผู้ใช้สินค้า และมุ่งเน้นที่คุณภาพของสินค้า โดยให้ผู้ร่วมการวิจัยที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง และต่ำทำการประเมินสินค้าหลายๆ ชนิดที่โฆษณาเน้นภาพลักษณ์ของผู้ใช้ กับที่เน้นคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงชอบการโฆษณาที่เน้นภาพลักษณ์ของผู้ใช้สินค้า และตั้งใจที่จะซื้อสินค้านั้นๆ ด้วย ส่วนผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำชอบการโฆษณาที่เน้นที่คุณภาพของสินค้า และตั้งใจที่จะซื้อสินค้านั้นๆ ด้วย ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงเลือกที่จะแสดงภาพลักษณ์ที่ปรากฏแก่สายตาผู้อื่นบนพื้นฐานของความเหมาะสมตามสถานการณ์ แต่ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำมักมีพฤติกรรมทางสังคมที่สะท้อนเจตคติ และอารมณ์ของเขา ซึ่งแสดงให้เห็นความตรงกันระหว่างการกระทำกับเจตคติ ค่านิยม และอารมณ์ที่เป็นพื้นฐานของเขา



นอกจากนี้ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้ข้อมูลของสินค้าที่เกี่ยวกับรูปแบบ (ลักษณะที่เห็น) ของสินค้า และหน้าที่ (การใช้งาน) ของสินค้า DeBono และ Snyder (1989) ได้ทำการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจในกระบวนการการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยศึกษาที่บทบาทของรูปแบบ และการใช้งานของสินค้าที่มีผลต่อการประเมินสินค้า ผู้วิจัยได้ให้ผู้ร่วมการวิจัยที่มีลักษณะการกำกับกับการแสดงออกของตนสูง และต่ำได้ดูภาพรถยนต์ 2 คัน รูปแรกมีลักษณะดึงดูดมาก เป็นภาพของรถสปอร์ต "Pontiac Fiero" อีกรูปหนึ่งเป็นภาพรถยนต์ที่มีลักษณะไม่ดึงดูด "Volkswagen Rabbit" จากนั้นให้อ่านข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์จากนิตยสาร "Consumer Report" ซึ่งทำให้ผู้ร่วมการวิจัยครึ่งหนึ่งเชื่อว่า ข้อมูลที่ได้อ่านเป็นของรถ "Volkswagen Rabbit" และอีกครึ่งหนึ่งเชื่อว่า ข้อมูลที่ได้อ่านเป็นของ "Pontiac Fiero" ทั้งๆ ที่ได้อ่านข้อมูลชุดเดียวกัน ต่อจากนั้นให้ผู้ร่วมการวิจัยได้ประเมินการใช้งานของรถยนต์ และความดึงดูดของรถยนต์ โดยใช้มาตรจำแนกความหมาย หลังจากนั้น 1 สัปดาห์ จึงให้ผู้ร่วมการวิจัยตัดสินคุณภาพของสินค้า ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีการกำกับกับการแสดงออกของตนสูงตอบว่า ชอบสินค้าที่มีรูปแบบที่ดึงดูดมากกว่า และตัดสินคุณภาพของสินค้าสูงกว่าด้วย ในทางตรงกันข้ามผู้ที่มีการกำกับกับการแสดงออกของตนต่ำตัดสินคุณภาพสินค้าที่ดึงดูดน้อยกว่ามีคุณภาพมากกว่า ทั้งนี้เพราะว่าผู้ที่มีการกำกับกับการแสดงออกของตนต่ำเชื่อว่า การที่มีลักษณะภายนอกของสินค้าที่ดึงดูดนั้นก็เพื่อที่จะซ่อนข้อบกพร่องภายในเอาไว้ แต่ผู้ที่มีการกำกับกับการแสดงออกของตนสูงคาดว่า รูปแบบสินค้าที่เห็นดึงดูดนั้นจะเป็นเครื่องแสดงว่า สินค้านั้นมีคุณภาพ

ชนิดของการโน้มน้าวใจที่เกี่ยวข้องในการโฆษณา นั้นมีผู้ที่ได้เสนอแนวความคิดไว้บ้าง เช่น Kelman (1961) ได้เสนอกระบวนการของการเปลี่ยนความคิดไว้ 3 กระบวนการ คือ

1. การยอมตาม (compliance) กระบวนการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับอิทธิพลจากผู้อื่น หรือจากกลุ่มอื่นๆ เพราะหวังว่าจะได้รับความชอบพอกจากผู้อื่น

2. การทำตามตามอย่าง (identification) กระบวนการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับพฤติกรรมของผู้อื่น หรือกลุ่มอื่นๆ โดยรับเอาบทบาทของตัวแบบที่มีอิทธิพลมาทั้งหมด หรือบางส่วน ซึ่งบุคคลจะพยายามที่จะทำตนให้เหมือนกับตัวแบบ เช่น การพูดในสิ่งเดียวกับที่ตัวแบบพูด การทำในสิ่งเดียวกับที่ตัวแบบทำ หรือการเชื่อในสิ่งเดียวกับที่ตัวแบบเชื่อ ดังนั้นตัวแบบที่มีอิทธิพลก็จะเป็นตัวแบบที่มีลักษณะดึงดูด การโน้มน้าวใจโดยกระบวนการนี้จึงไม่จริงจัง สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เพราะบุคคลจะเห็นด้วยกับสารจากบุคคลที่มีภาพลักษณ์ที่น่าพึงปรารถนา และเมื่อใดที่ภาพลักษณ์ที่ไม่น่าพึงปรารถนาแสดงออกมา บุคคลก็จะไม่เห็นด้วยกับสารนั้นได้

3. การซึมซาบ (internalization) กระบวนการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับพฤติกรรมของผู้อื่น เพราะพฤติกรรมนั้นตรงกับค่านิยมของตนเอง ซึ่งคุณลักษณะของตัวแบบที่มีอิทธิพลในกระบวนการนี้ก็คือ ความน่าเชื่อถือของตัวแบบ

เนื่องจากบุคคลที่มีการกำกับกับการแสดงออกของตนสูงมีความเชื่อว่า ความเหมาะสมที่ตนจะยึดถือขึ้นขึ้นกับเหตุการณ์ทางสังคม และเจตคติของบุคคลประเภทนี้จะตอบสนองต่อสิ่งต่างๆ



ที่สำคัญในสภาพแวดล้อมทางสังคมของตน และจากทฤษฎีของ Kelman ที่กล่าวว่า บุคคลเห็นด้วยกับแหล่งที่ดึงดูด โดยการทำตามอย่าง ดังนั้นแหล่งที่มีความดึงดูดสูงก็จะมีอิทธิพลมากที่สุดต่อบุคคลที่มีการกำกับกับการแสดงออกของตนสูง ส่วนบุคคลที่มีการกำกับกับการแสดงออกของตนต่ำ จะเลือกกระทำพฤติกรรมใดๆ บนพื้นฐานของค่านิยม ความรู้สึก และความประสงค์ บุคคลประเภทนี้จะมีเจตคติที่แสดงถึงค่านิยมที่สำคัญ และจากทฤษฎีของ Kelman ที่กล่าวว่า บุคคลเห็นด้วยกับแหล่งที่เชี่ยวชาญโดยการซึมซาบ ดังนั้นแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือสูง หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญก็จะมีอิทธิพลมากที่สุดต่อบุคคลที่มีการกำกับกับการแสดงออกของตนต่ำนั่นเอง

### รูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจ

ผู้เสนอทฤษฎีนี้ คือ Richard E. Petty และ John T. Cacioppo โดยพัฒนามาจากงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกของ Petty (1977) จากนั้น Petty และ Cacioppo ได้ร่วมกันพัฒนาทฤษฎีนี้ขึ้นมา และได้เสนอเป็นหนังสือในปี ค.ศ. 1981 และ 1986 และเสนอเป็นบทในหนังสือในปี ค.ศ. 1986 (ธีระพร อุวรรณโณ, 2535)

เป้าหมายของ Petty และ Cacioppo (1986a, 1986b) คือ เพื่อที่จะสรุปทฤษฎีการเปลี่ยนเจตคติที่มีอยู่โดยทั่วไปอย่างคร่าว ๆ ซึ่ง เชื่อว่าสามารถค้นหาคำตอบการทำงานทั่วไปสำหรับการจัดการ การแบ่งประเภท และความเข้าใจกระบวนการที่เป็นพื้นฐานในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจอย่างมีประสิทธิภาพ และเป้าหมายที่สำคัญก็คือ พยายามที่จะรวบรวมข้อค้นพบจากงานวิจัยจำนวนมาก แล้วนำมาสร้างทฤษฎีที่ครอบคลุมแนวความคิดในการโน้มน้าวใจ และในการเปลี่ยนเจตคติที่ขัดแย้งกันและที่คงอยู่แตกต่างกัน จากข้อค้นพบเชิงประจักษ์จำนวนมาก และจากทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเจตคติสามารถมองได้ตามการเน้นหนึ่งในสองเส้นทางในการโน้มน้าวใจ คือ เส้นทางสายแกน และเส้นทางสายเปลือก ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

เส้นทางสายแกน (*central route*) จะเป็นผลมาจากการที่ผู้รับสารได้ใช้ความระมัดระวัง และไตร่ตรองข้อดีที่แท้จริงของข้อมูลที่เสนอในการสนับสนุนประเด็นในสาร (Petty and Cacioppo, 1986a, 1986b) ส่วนงานเขียนของ Petty, Cacioppo, Strathman, และ Priester (1994) กล่าวว่า การขยายความนั้นเป็นเครื่องหมายของเส้นทางสายแกนในการโน้มน้าวใจ การขยายความที่เต็มไปด้วยความพยายามนั้นทำให้เกิดเส้นทางสายแกน ซึ่งทำให้บุคคลพิจารณาข้อมูลที่เกี่ยวข้องในสารนั้น ๆ อย่างระมัดระวัง และสัมพันธ์ข้อมูลกับความรู้ที่มีมาก่อนที่สะสมอยู่ในความทรงจำ เช่น สารนั้นตรงกับข้อเท็จจริงอื่นๆ ที่รู้มาก่อนหรือไม่ และก่อให้เกิดการแสดงความหมายข้อมูลใหม่ขึ้นมา และเป้าหมายสุดท้ายของความพยายามนี้ก็เพื่อที่จะกำหนดหากสถานะที่มาโดยแหล่งที่มีส่วนดี ความคิดของบุคคลในการตอบสนองต่อข้อโต้แย้งมักอ้างถึงการตอบสนองทางปัญญา ซึ่งการตอบสนองทางปัญญานี้นี้อาจจะเป็นการสนับสนุน หรือการต่อต้านสารนั้น ๆ



เพื่อที่จะประเมินข้อดีของข้อโต้แย้งที่เสนอ บุคคลก็จะต้องมีทั้งแรงจูงใจ และความสามารถที่จะกระทำเช่นนั้น เมื่อบุคคลถูกจูงใจ และสามารถดำเนินตามเส้นทางสายแกน บุคคลก็จะประเมินสารที่ให้ข้อมูลที่เป็นรากฐาน หรือเป็นหลักต่อข้อดีที่ถูกต้องของบุคคล ที่หมาย หรือ ประเด็นภายใต้การพิจารณาอย่างระมัดระวัง รูปแบบเฉพาะของข้อมูลที่ได้รับที่เป็นหลักต่อข้อดีของประเด็นอาจจะเปลี่ยนแปลงจากบุคคลไปสู่อีกบุคคล และจากสถานการณ์ไปสู่สถานการณ์ ตัวอย่างเช่น จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เมื่อคนคิดเกี่ยวกับหัวข้อการลงโทษประหารชีวิต ข้อความในการพิจารณา และข้อโต้แย้งที่เกี่ยวกับศาสนาจะโน้มน้าวใจได้ แต่สำหรับบางคน ข้อโต้แย้งเกี่ยวกับด้านกฎหมายจะมีน้ำหนักมากที่สุด (Cacioppo, Petty, and Sidera, 1982 อ้างถึงใน Petty และคณะ, 1994) นอกจากนี้จากงานวิจัยจะเห็นได้ว่า เมื่อมีการประเมินสินค้าของผู้บริโภค บางคนก็สนใจเกี่ยวกับการใช้สินค้าที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของเขา ในขณะที่คนอื่น ๆ นั้นมิตินี้ไม่ใช่สิ่งที่สำคัญ (Snyder และ DeBono, 1985) บุคคลอาจจะแตกต่างกันในมิติที่เป็นหลักต่อเจตคติของเขา ซึ่งสถานการณ์ที่ต่างกันอาจจะเป็นสาเหตุให้มีการอนุมานสาเหตุแตกต่างกันได้ เช่น ในการตัดสินใจให้บุคคลสำเร็จการศึกษานั้น ความฉลาดจะเป็นแกนสำคัญ แต่ความดีจึงดูไม่ใช่สิ่งสำคัญ ในขณะที่การที่บุคคลจะประกอบอาชีพนางแบบได้นั้น ความดีจึงดูจะกลายเป็นสิ่งสำคัญ เป็นต้น จุดสำคัญอยู่ที่เจตคติที่ก่อขึ้น และเปลี่ยนแปลงโดยกระบวนการความคิดที่บุคคลพิจารณาข้อโต้แย้งที่เสนอมาย่างระมัดระวัง ตรวจสอบข้อโต้แย้งเหล่านี้ในรูปแบบประสบการณ์ และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเขา และประเมินข้อโต้แย้งเหล่านี้ตามมิติที่ได้รับเพื่อที่จะเป็นแกนสำคัญต่อข้อดีของที่หมาย ดังนั้นเจตคติที่ก่อขึ้นมาตามเส้นทางสายแกนนี้ควรมีลักษณะที่เด่น เจตคติเหล่านี้คาดว่าจะ

- 1) ระลึกถึงได้ง่าย (Accessible)
- 2) ค่อนข้างคงทน และคงตัว (Persistent & Stable)
- 3) ต้านทานการเปลี่ยนเจตคติในทิศตรงกันข้ามได้มาก (Resistant to counter attitude change)
- 4) ทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับเจตคติของบุคคลได้มาก (Predictive of attitude-relevant behavior)

ซึ่งก็ตรงกับที่ Petty, Cacioppo, และ Schumann (1983) กล่าวไว้ว่า การเปลี่ยนเจตคติที่เกิดขึ้นตามเส้นทางแกนจะค่อนข้างคงทน และเป็นตัวทำนายพฤติกรรม

ผลของเจตคติที่กล่าวข้างต้นนั้นยังตรงกับทฤษฎีฐาน (Postulate) ข้อ 7 ของรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจที่มีอยู่ว่า

- บทฤษฎีฐานข้อ 7 การเปลี่ยนเจตคติที่เป็นผลมาจากการประมวลข้อโต้แย้งที่เกี่ยวข้องกับประเด็น (ทางสายแกน) จะเป็นการเปลี่ยนที่ค่อนข้างคงทน เป็นตัวทำนายพฤติกรรมได้มากกว่า และมีการต้านทานต่อการโน้มน้าวใจในทางตรงกันข้ามมากกว่าการเปลี่ยนเจตคติที่เป็นผลมาจากสิ่งชี้แนะสายเปลือก (Petty and Cacioppo, 1986a, 1986b)



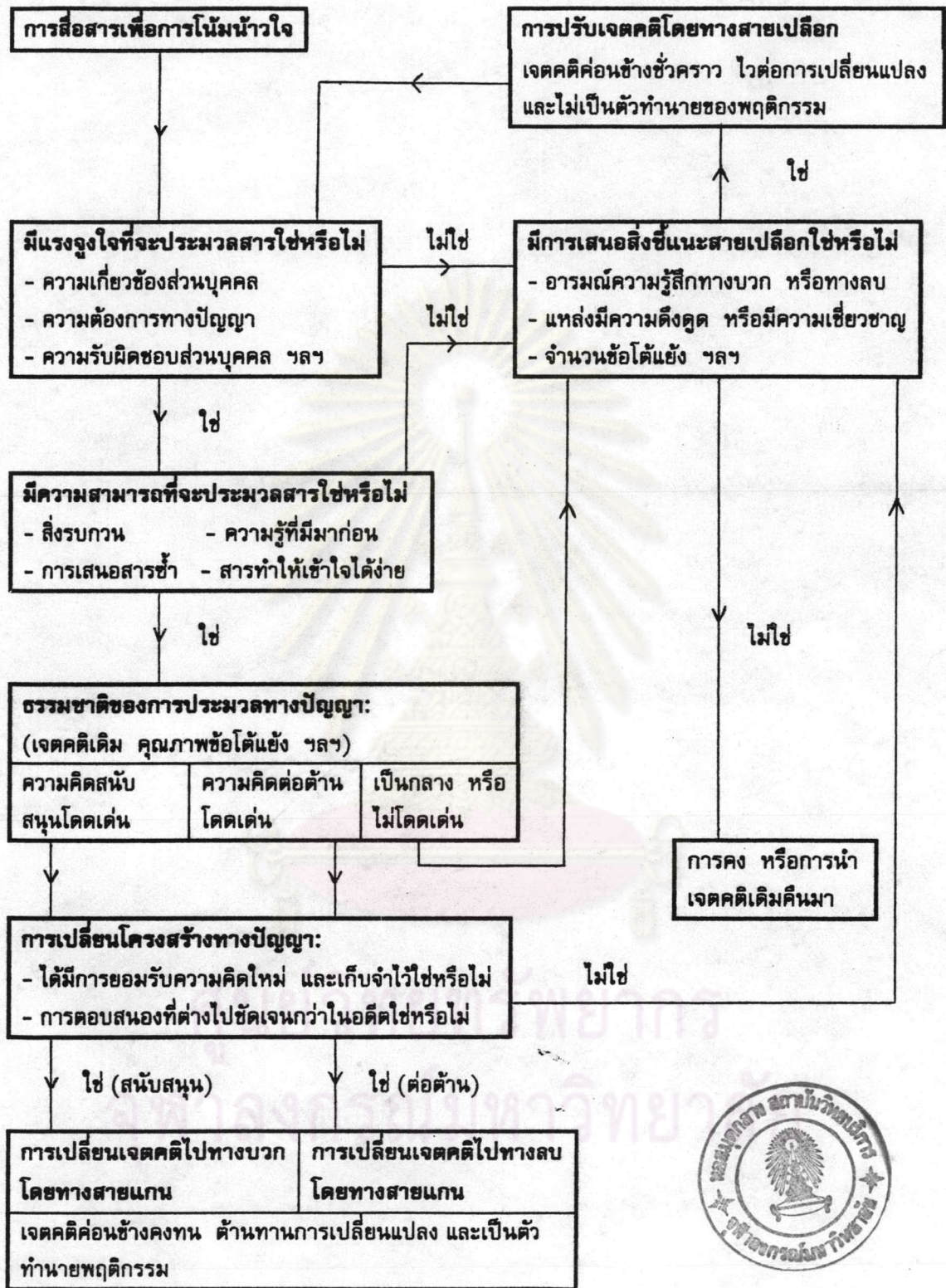
เส้นทางสายเปลือก(peripheral route) จะเกิดขึ้นตามผลของสิ่งชี้แนะบางประการในการโน้มน้าวใจ เช่น แหล่งที่ตั้งจุด ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยปราศจากการพินิจพิเคราะห์ข้อดีที่แท้จริงของข้อมูลที่เสนอ (Petty and Cacioppo, 1986a, 1986b) ส่วนงานเขียนของ Petty และคณะ (1994) ได้กล่าวถึงเส้นทางสายเปลือกว่า เป็นไปไม่ได้ที่บุคคลจะใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจทั้งหมดที่แสดงไว้ได้ ซึ่งก็เป็นธรรมชาติของมนุษย์ทั่วไปที่เชื่อกันว่า บุคคลไม่มีทั้งความสามารถ และแรงจูงใจที่จะประเมินทุกๆ สิ่งอย่างระมัดระวัง เนื่องจากไม่มีเวลา และไม่มีพลังเพียงพอที่จะวิเคราะห์ และตัดสินทุกๆ สิ่งที่ทำหรือข้อมูลทุกๆ อย่างที่ประสบได้อย่างระมัดระวัง ดังนั้นในโลกที่แท้จริงบุคคลจะยึดถือความคิดเห็นเพียงแค่นั้นในหัวข้อที่เคยได้พิจารณาอย่างระมัดระวังมาแล้ว

เจตคติที่ก่อตัวขึ้นมาตามเส้นทางสายเปลือกนั้นคือ ความคิดเห็นของบุคคลที่เป็นผลของการใช้สิ่งชี้แนะธรรมดามากกว่าการคิดเกี่ยวกับข้อโต้แย้งที่เสนอ ซึ่งตามรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจนั้น เจตคติที่ก่อตัวหรือเปลี่ยนแปลงตามเส้นทางสายเปลือกนี้ระลึกได้ คงทน ต้านทานการเปลี่ยนเจตคติในทางตรงกันข้าม และทำนายพฤติกรรมได้น้อยกว่าเจตคติที่ก่อตัว และเปลี่ยนแปลงตามเส้นทางสายแกน แสดงว่า เส้นทางสายแกนจะเกิดขึ้นได้เมื่อบุคคลมีทั้งแรงจูงใจ และความสามารถที่จะขยายความข้อโต้แย้งที่เสนอนั้นอย่างระมัดระวัง ในขณะที่เส้นทางสายเปลือกจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีแรงจูงใจต่ำ และไม่มีความสามารถที่จะขยายความข้อโต้แย้งที่เสนอ นอกจากนี้ Petty, Cacioppo, และ Schumann (1983) ยังได้กล่าวว่า การเปลี่ยนเจตคติที่เกิดขึ้นตามเส้นทางสายเปลือกนั้นไม่ได้เกิดขึ้นเพราะบุคคลแต่ละคนพิจารณาการสนับสนุน หรือการคัดค้านของสารส่วนบุคคล แต่เกิดขึ้นเพราะประเด็น หรือที่หมายของเจตคติเกี่ยวข้องกับสิ่งชี้แนะทางบวก หรือทางลบ หรือเกิดขึ้นเพราะว่า บุคคลทำการวินิจฉัยเกี่ยวกับข้อดีของสถานะที่สนับสนุนบนพื้นฐานสิ่งชี้แนะง่าย ๆ ในสถานการณ์โน้มน้าวใจ ดังนั้นการเปลี่ยนเจตคติที่เกิดขึ้นภายใต้เส้นทางสายเปลือกจึงค่อนข้างคงอยู่เพียงแค่ชั่วคราว และไม่เป็นตัวทำนายพฤติกรรม

รูปแบบของการโน้มน้าวใจที่กล่าวมานี้มีประโยชน์มากมายต่อสาขาวิชาต่างๆ เช่น การรักษาทางจิตและการปรึกษา และการโฆษณาสื่อสารมวลชนและการขาย ซึ่งรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจที่กล่าวด้วยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการแสดงการสื่อสารโน้มน้าวใจ หลักการพื้นฐานของรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจนั้นก็สามารถประยุกต์ใช้กับสถานการณ์การเปลี่ยนเจตคติอื่นๆ ได้ด้วย (Petty and Cacioppo, 1986a, 1986b)

เส้นทางทั้งสองในการโน้มน้าวใจนี้สามารถแสดงเป็นแผนภาพที่บรรยายจุดสิ้นสุดที่เป็นไปได้หลังการสื่อสารโน้มน้าวใจ ตามรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจ (ELM) ดังแสดงในภาพที่ 1 นอกจากนี้ Petty และ Cacioppo (1983) ยังได้อธิบายถึง เส้นทางในการโน้มน้าวใจทั้งสองเส้นทางไว้ ดังนี้





ภาพที่ 1 เส้นทางสายแกน และสายเปลือกในการโน้มน้าวใจ ตามแนวรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจ (จาก Petty และ Cacioppo, 1986a และ อีระพร อูวรรณโณ, 2535)





## แรงจูงใจ และความสามารถที่จะคิด

จากภาพที่ 1 ที่ได้เสนอแผนภาพโดยย่อของรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความ ในการโน้มน้าวใจ โดยเริ่มต้นที่การกำหนดคำถามว่า "บุคคลได้รับการจูงใจให้คิดเกี่ยวกับการสื่อสารที่ได้รับมาหรือไม่" ซึ่งมีตัวแปรหลายตัวที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของบุคคลในการคิดเกี่ยวกับสาร ตัวอย่างเช่น สารในประเด็นที่เกี่ยวข้องส่วนบุคคลจะทำให้เกิดการพินิจพิเคราะห์สารได้มากกว่า ดังนั้นยังมีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลสูงก็จะยิ่งกลายเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะสร้างการคิดที่มีเหตุผล แรงจูงใจที่จะคิดเกี่ยวกับสาร เมื่อสารนั้นมีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลสูงจะเป็นผลในบุคคลที่มีความสามารถที่จะจำแนกแยกแยะข้อโต้แย้งที่น่าเชื่อถือจากข้อโต้แย้งที่ไม่น่าเชื่อถือได้ดีกว่า เมื่อสารมีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลต่ำ

บางสารก็อาจจะก่อให้เกิดการคิดได้มากกว่าสารอื่นๆ นอกจากนี้เคยมี การพบว่าบุคคลบางคนได้รับการจูงใจให้คิดเกี่ยวกับสารได้มากกว่าบุคคลอื่นๆ ในการศึกษาเรื่องความต้องการทางปัญญา (Cacioppo and Petty, 1982) พบว่า ความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีในคุณลักษณะที่บุคคลเกี่ยวข้อง และสนุกกับการคิดที่ต้องใช้ความพยายาม บุคคลบางคน สนุกสนานกับงานที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางปัญญา ในขณะที่บุคคลบางคนพยายามที่จะหลีกเลี่ยงงานเหล่านี้ บุคคลที่มีความต้องการทางปัญญาสูงจะได้รับการจูงใจที่จะพินิจพิเคราะห์สาร โน้มน้าวใจอย่างระมัดระวังมากกว่าบุคคลที่มีความต้องการทางปัญญาต่ำ และดังนั้นพวกเขา จึงแสดงความแตกต่างของข้อโต้แย้งสารที่มีน้ำหนักจากข้อโต้แย้งสารที่ไม่มีน้ำหนักได้มากกว่า นอกจากที่กล่าวมาแล้วยังมีตัวแปรอื่นๆ ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจของบุคคลที่จะคิดเกี่ยวกับสารโน้มน้าวใจ เช่น จำนวนคนที่เสนอข้อโต้แย้งสาร และความรับผิดชอบส่วนบุคคลในการประเมินสาร เป็นต้น

การที่บุคคลมีแรงจูงใจที่จะคิดเกี่ยวกับสารโน้มน้าวใจยังไม่เพียงพอที่จะรับรองว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงคคิตตามเส้นทางสายแกน บุคคลจะต้องมีความสามารถที่จะคิดเกี่ยวกับข้อมูลหรือประเด็นที่เสนอด้วย ตัวอย่างเช่น สารที่มีสิ่งรบกวนก็จะทำให้ความสามารถที่บุคคลจะคิดเกี่ยวกับสารนั้นๆ ลดลง และสามารถที่จะทำให้ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักต่างจากข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนักได้น้อย ส่วนการเสนอสารซ้ำปานกลางทำให้บุคคลมีโอกาที่จะคิดเกี่ยวกับข้อโต้แย้งที่เสนอได้มากกว่า และแสดงความแตกต่างของข้อโต้แย้งที่น่าเชื่อถือจากข้อโต้แย้งที่ไม่น่าเชื่อถือมากกว่า นอกจากนี้ยังมีตัวแปรอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสามารถของบุคคลที่จะคิดเกี่ยวกับสาร เช่น ความซับซ้อนของสาร ความรู้ และประสบการณ์ที่มีมาก่อน เป็นต้น

## การกำหนดความคิดสนับสนุน หรือต่อต้าน

เมื่อบุคคลได้รับการจูงใจ และสามารถที่จะคิดเกี่ยวกับการสื่อสารโน้มน้าวใจ ซึ่งกลายเป็นสิ่งสำคัญที่จะเข้าใจธรรมชาติของการตอบสนองทางปัญญาที่เกิดขึ้น การวิจัยส่วนมาก มุ่งที่ชนิดของการตอบสนองทางปัญญา 2 ชนิด ซึ่งก็คือ ความคิดสนับสนุน หรือความคิดทาง



บวก และความคิดต่อต้าน หรือความคิดทางลบ การที่รู้ว่าบุคคลมีแรงจูงใจ และความสามารถที่จะคิดเกี่ยวกับสารนั้นไม่ได้เป็นตัวกำหนดชนิดของการตอบสนองทางปัญญา ตัวแปรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและความสามารถที่จะคิดที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น เช่น ความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลของประเด็นนั้นมุ่งที่จะกระทำด้วยวิธีการโดยปริยาย ซึ่งภายใต้เงื่อนไขนี้ตัวกำหนดธรรมชาติของการตอบสนองทางปัญญาที่สำคัญที่สุดอยู่ในคุณภาพของข้อโต้แย้งที่เสนอในการสื่อสาร ข้อโต้แย้งที่ชี้ผลที่น่าปรารถนาสำหรับผู้รับสารนั้นมุ่งที่จะนำความคิดสนับสนุนที่มีอยู่ก่อนออกมา ในขณะที่ข้อโต้แย้งที่ชี้ผลที่ไม่น่าปรารถนาก็มุ่งที่จะนำความคิดต่อต้านที่มีอยู่ก่อนออกมา ยิ่งผลที่น่าปรารถนาถูกขยายความมากก็ยิ่งทำให้บุคคลสร้างความคิดสนับสนุนได้มาก และการโน้มน้าวใจก็จะเป็นผล ทำนองเดียวกันยิ่งผลที่ไม่น่าปรารถนาถูกขยายความมากก็ยิ่งทำให้บุคคลสร้างความคิดต่อต้านได้มาก และสารโน้มน้าวใจก็จะเป็นผลน้อย คนอาจจะสร้างความคิดต่อเนื้อหาทางลบได้มากมาย ซึ่งเขาปรับความคิดไปในทางตรงกันข้ามกับสาร (เกิดเป็นผลบูมเมอแรง หรือ boomerang)

ในบางครั้งข้อโต้แย้งในสารอาจจะค่อนข้างคลุมเครือ หรือสารไม่มีข้อโต้แย้งที่สามารถได้รับการขยายความ และเมื่อบุคคลได้รับการจูงใจและสามารถที่จะคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนอย่างมากนั้นไม่น่าที่การตอบสนองทางปัญญาของบุคคลจะได้รับการนำ โดยคุณภาพของข้อโต้แย้ง ความคิดของบุคคลอาจจะได้รับการนำโดยเจตคติเดิม ถ้าการสื่อสารที่สนับสนุนสถานะเป็นการสนับสนุนเจตคติเดิม ความคิดต่อไปเกี่ยวกับประเด็นอาจจะนำไปสู่บุคคลได้ความทรงจำคืนมาจากความคิดสนับสนุนที่มีอยู่มากมาย หรือก่อให้เกิดการแสดงความหมายทางบวกของการสนับสนุนใหม่ขึ้นมา แต่ถ้าการสื่อสารที่สนับสนุนสถานะเป็นการสวนทางกับเจตคติเดิม ความคิดต่อไปเกี่ยวกับประเด็นอาจจะนำไปสู่บุคคลได้ความทรงจำคืนมาจากความคิดต่อต้านที่มีอยู่ก่อนมากมาย หรือก่อให้เกิดการแสดงความหมายทางลบของการสนับสนุนใหม่ขึ้นมา จากการวิจัยที่เคยมีมาพบว่า เนื้อหาของความคิดอาจจะได้รับการนำโดยเจตคติเดิม ดังนั้นหากบุคคลมีสิ่งกระตุ้น หรือประเด็นที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกทางบวกเดิมขึ้นมาจะทำให้บุคคลประเมินประเด็นนั้นไปในทางสนับสนุนได้มาก แต่หากบุคคลมีสิ่งกระตุ้น หรือประเด็นที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกทางลบเดิมขึ้นมาจะทำให้บุคคลประเมินประเด็นนั้นไปในทางต่อต้านได้มากเช่นกัน ซึ่งผลเหล่านี้จะเกิดขึ้นเมื่อแรงจูงใจ และความสามารถที่จะคิดเกี่ยวกับประเด็นมีสูง

คุณภาพข้อโต้แย้งที่เสนอในสาร และเจตคติเดิมของบุคคลอาจจะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของการตอบสนองทางปัญญาไม่ว่าสนับสนุน หรือต่อต้านการสื่อสารนั้น ตัวแปรอื่นๆ จำนวนมากอาจจะมีอิทธิพลต่อธรรมชาติของการคิดของบุคคล โดยทั้งจูงใจ และความสามารถที่จะคิดถึงเนื้อหาสารโดยลำเอียง ตัวอย่างเช่น Wells และ Petty (1980 อ้างถึงใน Petty and Cacioppo, 1983) ได้ทำการวิจัยโดยให้ผู้ร่วมการวิจัยฟังสารที่สนับสนุนเจตคติเดิม หรือสวนทางกับเจตคติเดิม พร้อมทั้งให้พยักหน้า หรือส่ายหน้าไปด้วย ผลพบว่า ทั้งการฟังสารที่สนับสนุนเจตคติเดิม และสวนทางกับเจตคติเดิมนั้น ผู้ร่วมการวิจัยที่พยักหน้าจะเห็นด้วยกับสารที่ฟังมากกว่าผู้ร่วมการวิจัยที่ส่ายหน้า เป็นต้น



## หลักฐานที่ปรากฏในเรื่องเส้นทางในการโน้มน้าวใจทั้ง 2 เส้นทาง

ตามรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจนั้น ความน่าจะเป็นของการขยายความในการสื่อสารโน้มน้าวใจถูกกำหนดโดยแรงจูงใจ และความสามารถของบุคคลที่จะคิดเกี่ยวกับข้อโต้แย้งในการสื่อสาร ซึ่งเป็นตัวกำหนดเส้นทางในการโน้มน้าวใจด้วย เมื่อความน่าจะเป็นของการขยายความสูง เส้นทางสายแกนจะเกิดขึ้น แต่ถ้าความน่าจะเป็นของการขยายความลดลง เส้นทางสายเปลือกก็จะมีอำนาจสูงขึ้น ซึ่งสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นนี้ตรงกับบทมูลฐานข้อ 6 ของรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจ ที่มีอยู่ว่า

บทมูลฐานข้อ 6 เมื่อแรงจูงใจ และ/หรือความสามารถที่จะประมวลข้อโต้แย้งลดลง สิ่งชี้แนะสายเปลือกค่อนข้างจะมีความสำคัญในการกำหนดการโน้มน้าวใจ ในทางกลับกันเมื่อการพิจารณาข้อโต้แย้งเพิ่มขึ้น สิ่งชี้แนะสายเปลือกค่อนข้างจะมีความสำคัญในการกำหนดการโน้มน้าวใจน้อยลง

(Petty and Cacioppo, 1986a, 1986b)

การวิจัยในเรื่องรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจนั้นได้ดำเนินไปในหลายขั้น ประการแรกเพื่อสาธิตว่า ตัวแปรมากมายสามารถมีผลต่อการโน้มน้าวใจ โดยส่งผลกระทบต่อขอบเขตที่บุคคลได้รับการจูงใจ หรือความสามารถที่จะคิดเกี่ยวกับข้อโต้แย้งในสารต่อไปก็ศึกษาเพื่อแสดงว่า ผลของเส้นทางสายเปลือกในการโน้มน้าวใจจะมีมากขึ้น เมื่อความน่าจะเป็นของการขยายความต่ำมากกว่าเมื่อความน่าจะเป็นของการขยายความสูง สุดท้ายก็คือหลักฐานที่ได้รับสำหรับผลที่แตกต่างกันของเส้นทางในการโน้มน้าวใจทั้ง 2 เส้นทาง แต่ละกระแสนของการวิจัยเหล่านี้ Petty และคณะ (1994) ได้อธิบายไว้ ดังนี้

### การเปลี่ยนเจตคติโดยการส่งผลต่อการขยายความสาร

หนึ่งในหลักการที่สำคัญ และที่ได้รับการบูรณาการมากที่สุดของรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจ คือ ตัวแปรสามารถส่งผลต่อการโน้มน้าวใจ โดยการส่งผลต่อบุคคลที่จะคิดเกี่ยวกับสารได้เพียงใด (มาก หรือน้อย) และเกิดความคิดชนิดใด (สนับสนุน หรือต่อต้าน) ซึ่งก่อให้เกิดขึ้นในการตอบสนองต่อสาร ตัวแปรที่ส่งผลต่อการขยายความสารนั้นสามารถจัดประเภทได้ดังที่แสดงในตารางที่ 2



ตารางที่ 2 การจัดประเภท และตัวอย่างขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อความน่าจะเป็นของ  
การขยายความ

	องค์ประกอบเกี่ยวกับแรงจูงใจ		องค์ประกอบเกี่ยวกับความสามารถ	
	สถานการณ์	อารมณ์	สถานการณ์	อารมณ์
การประมวลสาร อย่างปรนัย	ความเกี่ยวข้อง ส่วนบุคคล	ความต้องการ ทางปัญญา	สิ่งรบกวนภาย นอก	ความฉลาด
การประมวลสาร อย่างลำเอียง	การเตือนสว่าง หน้าถึงเจตนา	ใจกว้าง/ ใจแคบ	การเคลื่อนศีรษะ	ความรู้ที่เกี่ยว กับประเด็น หรือโครงสร้าง

ที่มา ดัดแปลงจาก Petty, Unnava, and Strathman, 1991 (อ้างถึงใน Petty และคณะ, 1994)

จากตารางที่ 2 ทำให้สามารถแยกแยะตัวแปรที่ส่งผลต่อแรงจูงใจที่จะประมวลสาร  
ออกจากตัวแปรที่ส่งผลต่อความสามารถที่จะประมวลสาร ซึ่งตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจก็คือ  
ตัวแปรที่ส่งผลต่อเจตนา และเป้าหมายในการประมวลสารของบุคคลมากกว่า ความแตกต่างที่มี  
อยู่สามารถอธิบายรายละเอียดได้ ดังนี้

- สถานการณ์ส่งผลต่อแรงจูงใจที่จะคิด

สารโน้มน้าวใจบางสารก็มีความหมายโดยตรงต่อชีวิตของบุคคลบางคน แต่สำหรับ  
บางคนสารนั้นอาจจะไม่มีความหมายต่อเขาเลยก็ได้ เช่น สารเกี่ยวกับการเพิ่มภาษีก็จะมีผลต่อบุ  
คคลทุก ๆ คน แต่ข้อเสนอให้ปิดสวนสาธารณะก็จะส่งผลต่อบุคคลที่รักธรรมชาติเท่านั้น เป็นต้น  
แสดงว่าบุคคลได้รับการจูงใจให้คิดเกี่ยวกับสาร หรือข้อเสนอที่มีความหมายต่อบุคคลนั้น ๆ โดยตรง  
ถ้าแบ่งบุคคลเป็นกลุ่มที่มีทั้งกลุ่มที่ได้รับสารที่มีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลสูง และต่ำ ถ้าหากต้อง  
การจะก่อให้เกิดการโน้มน้าวใจโดยเส้นทางสายแกน สารที่มีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลสูงทำให้  
บุคคลเพิ่มการคิดมากขึ้น แสดงว่าโน้มน้าวใจได้มาก และถ้าบุคคลที่ได้รับสารที่มีความเกี่ยวข้อง  
ส่วนบุคคลสูงได้พิจารณาข้อโต้แย้งในสารที่ไม่มีน้ำหนัก บุคคลพวกนี้จะแสดงความเห็นด้วยกับ  
สารน้อยกว่าบุคคลที่ได้รับสารที่มีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลต่ำ ทั้งนี้ตามสมมติฐานของรูปแบบ  
ความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจที่มีว่า เมื่อสารมีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลสูง  
จะทำให้บุคคลพินิจพิเคราะห์สารนั้นอย่างจริงจัง แม้ว่าจะไม่มีผู้ใดสั่งให้กระทำเช่นนั้นก็ตาม  
แต่เมื่อสารมีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลต่ำ บุคคลก็จะไม่พยายามที่จะคิดเกี่ยวกับสารนั้น ดังเช่น  
งานวิจัยของ Chaiken (1980) ที่ได้ทำการศึกษาการประมวลสาร โดยการใช้อุปกรณ์ช่วยอย่างง่าย  
กับการประมวลสารอย่างเป็นระบบ และสิ่งชี้แนะสารในการโน้มน้าวใจ เขาได้ทำการศึกษาเป็น  
2 การทดลอง โดยการทดลองที่ 1 ได้ให้ผู้ร่วมการวิจัยอ่านสารโน้มน้าวใจจากผู้สื่อสารที่น่า  
ชอบพอ หรือไม่น่าชอบพอ ซึ่งได้เสนอข้อโต้แย้งจำนวน 6 ข้อ หรือ 2 ข้อ ผู้ร่วมการวิจัยที่มีความ



เกี่ยวข้องสูงจะได้เข้าร่วมการอภิปรายในหัวข้อที่ตรงกับสารที่อ่านต่อไป ส่วนผู้ร่วมการวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องต่ำจะได้เข้าร่วมการอภิปรายในหัวข้ออื่นๆ ที่ไม่ตรงกับสารที่อ่านต่อไป ผลการวิจัยในส่วนนี้พบว่า ผู้ร่วมการวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องสูง การเปลี่ยนเจตคติจะเกิดขึ้นโดยข้อโต้แย้ง 6 ข้อ แต่ไม่เกิดผลโดยผู้สื่อสารที่น่าชอบพอ ส่วนผู้ร่วมการวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องต่ำ การเปลี่ยนเจตคติจะเกิดขึ้นโดยผู้สื่อสารที่น่าชอบพอ แต่ไม่เกิดผลโดยข้อโต้แย้ง การทดลองที่ 2 ได้ให้ผู้ร่วมการวิจัยได้อ่านสารที่มีข้อโต้แย้ง 5 ข้อ จากผู้สื่อสารที่ไม่น่าชอบพอ หรือข้อโต้แย้ง 1 ข้อ จากผู้สื่อสารที่น่าชอบพอ ภายใต้เงื่อนไขความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลสูงหรือต่ำ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ร่วมการวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องสูงแสดงการเปลี่ยนเจตคติมากกว่าเมื่อมีข้อโต้แย้ง 5 ข้อ ที่แสดงจากผู้สื่อสารที่ไม่น่าชอบพอ ในขณะที่ผู้ร่วมการวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องต่ำแสดงการเปลี่ยนเจตคติมากกว่าเมื่อมีข้อโต้แย้ง 1 ข้อ ที่แสดงจากผู้สื่อสารที่น่าชอบพอ จากข้อค้นพบนี้สนับสนุนความคิดที่ว่า ความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลสูงทำให้ผู้รับสารใช้การประมวลสารอย่างเป็นระบบ ในขณะที่ความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลต่ำทำให้ผู้รับสารใช้การประมวลสารโดยการใช้เครื่องช่วยอย่างง่าย

Petty และคณะ (1994) ได้กล่าวถึงการศึกษาเกี่ยวกับความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลของสาร ซึ่ง Petty และ Cacioppo (1979b) ได้ทำการศึกษาล่วงพบว่า เมื่อสารมีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลสูง คุณภาพของข้อโต้แย้งจะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญของการโน้มน้าวใจได้มากกว่าเมื่อสารมีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลต่ำ นอกจากความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลที่เป็นตัวกำหนดหลักของแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลคิดเกี่ยวกับข้อโต้แย้งที่เสนอแล้ว ยังมีตัวแปรอื่น ๆ อีกหลายตัวที่สามารถใช้เพื่อเพิ่มความน่าจะเป็นของการขยายความ เช่น ความรับผิดชอบส่วนบุคคล ซึ่งคุณภาพของข้อโต้แย้งในสารจะมีผลต่อเจตคติของบุคคลแต่ละคนมากกว่ากลุ่มบุคคล แสดงว่า เมื่อบุคคลคนเดียวต้องประเมินสาร เขาก็จะพยายามคิดเกี่ยวกับสารมากกว่าเมื่อเขาเป็นสมาชิกของกลุ่ม เพราะเขาต้องรับผิดชอบต่อสารเมื่อประเมินสารเพียงคนเดียว แต่หากประเมินสารเป็นกลุ่มก็จะเป็นการกระจายความรับผิดชอบได้ นอกจากนี้ยังมีตัวแปรเกี่ยวกับจำนวนแหล่ง ซึ่งบุคคลจะพยายามคิดเกี่ยวกับสารที่มาจากหลายๆ แหล่งมากกว่าสารที่มาจากแหล่งเดียว แสดงว่าบุคคลให้คุณค่าต่อข้อมูลที่มาจากหลายๆ แหล่งว่ามีค่าต่อการประมวลมากกว่าข้อมูลที่มาจากบุคคลคนเดียว เป็นต้น

#### - ความแตกต่างระหว่างบุคคลในแรงจูงใจที่จะคิด

องค์ประกอบทางบุคลิกภาพนั้นมีผลต่อแรงจูงใจในการคิด เช่น บุคคลที่มีความต้องการทางปัญญาสูงก็จะชอบคิดเกี่ยวกับข้อโต้แย้งมากกว่าบุคคลที่มีความต้องการทางปัญญาน้อย บุคคลที่มีความต้องการทางปัญญาสูงนั้นจะถูกโน้มน้าวใจเมื่อข้อโต้แย้งมีน้ำหนัก แต่เมื่อข้อโต้แย้งไม่มีน้ำหนักพวกเขาจะถูกจูงใจน้อยกว่าบุคคลที่มีความต้องการทางปัญญาน้อย ซึ่งก็ตรงกับทฤษฎีของ Cacioppo, Petty และ Morris (1983) ที่พบว่า เจตคติของบุคคลที่มีความต้องการทางปัญญาสูงนั้นจะถูกส่งผลโดยคุณภาพของข้อโต้แย้งของสารมากกว่าเจตคติของบุคคลที่มีความต้องการทางปัญญาน้อย



- องค์ประกอบความสามารถที่ส่งผลต่อการขยายความ

สิ่งรบกวนเป็นตัวแปรหนึ่งที่สามารถเพิ่มการโน้มน้าวใจได้ในบางครั้ง และบางครั้งก็จะลดการโน้มน้าวใจ ผลของสิ่งรบกวนจัดเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เห็นว่าการมีแรงจูงใจนั้นยังไม่เพียงพอที่จะทำให้การประมวลสารตามเส้นทางสายแกนเกิดขึ้น บุคคลจะต้องมีความสามารถที่จะคิดเกี่ยวกับสารด้วย ซึ่งสิ่งรบกวนก็อาจจะส่งผลต่อความสามารถในการประมวลสารของบุคคลได้ตามรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจนั้นได้เสนอว่า สิ่งรบกวนจะไปทำลายความคิดเด่นชัด เพื่อการสื่อสารเป็นการสนับสนุน หรือต่อต้าน ถ้าการสื่อสารได้นำเอาการขยายความต่อต้านออกมา หากมีสิ่งรบกวนก็จะไปทำลายความคิดทางลบ และทำให้บุคคลเห็นด้วยกับสารนั้นได้ ในทางกลับกัน ถ้าการสื่อสารได้นำเอาการขยายความสนับสนุนออกมา หากมีสิ่งรบกวนก็จะไปทำลายความคิดทางบวก และเกิดความเห็นด้วยกับสารนั้นๆ ได้น้อยกว่าเมื่อไม่มีสิ่งรบกวน

จากผลการศึกษาของ Petty, Wells, และ Brock (1976) พบว่า เมื่อสารไม่มีน้ำหนักบุคคลที่ถูกรบกวนเห็นด้วยกับสารมากกว่าบุคคลที่ไม่ถูกรบกวน แต่เมื่อสารมีน้ำหนัก สิ่งรบกวนที่เพิ่มขึ้นทำให้อิทธิพลของสารลดลง เมื่อสารมีน้ำหนัก และมีสิ่งรบกวนเพิ่มขึ้นก่อให้เกิดการปฏิเสธความคิดสนับสนุนได้มาก และเมื่อสารไม่มีน้ำหนักและมีสิ่งรบกวนเพิ่มขึ้นก่อให้เกิดการปฏิเสธความคิดต่อต้านได้มากเช่นกัน สิ่งรบกวนจะไม่มีผลในข้อโต้แย้งสารจำนวนมากที่บุคคลจำได้ สิ่งรบกวนจะมีประโยชน์เมื่อข้อโต้แย้งไม่มีน้ำหนัก เพราะคนไม่อาจรู้ได้ว่าข้อโต้แย้งนั้นไม่น่าเชื่อถือ

สิ่งรบกวนจัดเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อความสามารถของบุคคลที่จะคิดเกี่ยวกับการสื่อสารโน้มน้าวใจ นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ อีกมากที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ โดยเปลี่ยนแปลงความสามารถของบุคคลในการประมวลสาร เช่น การเสนอสารซ้ำ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการโน้มน้าวใจ การคิดซ้ำเป็นผลที่จะก่อให้เกิดความคิดสนับสนุนได้มากกว่า แต่เมื่อข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนักถูกเสนอซ้ำทำให้เกิดความคิดต่อต้านต่อไปได้ และเป็นผลให้เกิดการโน้มน้าวใจได้น้อย นอกจากนี้ความฉลาดก็จัดเป็นอีกตัวแปรหนึ่งด้วย บุคคลที่มีความฉลาดมากสามารถชื่นชมข้อดีของข้อโต้แย้งที่เสนอได้อย่างถูกต้อง และพบข้อบกพร่องในเหตุผลที่ไม่มีน้ำหนักของสารได้ เป็นต้น

- การขยายความอย่างปรนัย และอย่างลำเอียง

ตัวแปรทั้งทางสถานการณ์ และตัวแปรส่วนบุคคลที่กล่าวมาแล้วนี้สามารถส่งผลต่อแรงจูงใจ หรือความสามารถที่จะประมวลสารอย่างปรนัย ถ้าบุคคลกำลังคิดอย่างปรนัยก็แสดงว่าบุคคลกำลังพยายามที่จะแสวงหา "ความถูกต้อง" ซึ่งก็ไม่มีการรับรองเช่นกันว่า ความพยายามที่จะประมวลสารอย่างปรนัยจะนำไปสู่ความถูกต้องได้อย่างแท้จริง เมื่อบุคคลมีความสามารถที่จะคิด



เกี่ยวกับสารอย่างปรนัย หรืออย่างสมดุล บุคคลก็มีทักษะที่จำเป็น และโอกาสที่จะพิจารณาข้อโต้แย้งอย่างยุติธรรม ในทางตรงกันข้ามตัวแปรบางตัวก็ก่อให้เกิดการประมวลสารอย่างลำเอียง นั่นคือ ตัวแปรสนับสนุน หรือต่อต้านการเกิดความคิดสนับสนุนหรือต่อต้าน เมื่อตัวแปรส่งผลต่อการประมวลสารอย่างลำเอียงนั้นแสดงว่า องค์ประกอบส่วนบุคคล หรือองค์ประกอบสถานการณ์ ได้สนับสนุนประเด็นด้านหนึ่งมากกว่าประเด็นอีกด้านหนึ่ง

- การเตือนล่วงหน้าถึงเจตนาที่จะโน้มน้าวใจ

ตัวแปรนี้จัดเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดการคิดเกี่ยวกับสารอย่างลำเอียงได้ การที่บุคคลรู้ตัวว่ามีผู้ที่ปรารถนาที่จะเปลี่ยนเจตคติของเขานั้นจะทำให้บุคคลพยายามที่จะป้องกันเจตคติเดิมของเขาไว้ หากเจตคติที่กำลังถูกคุกคามนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญต่อเขา จากงานวิจัยของ Petty และ Cacioppo (1979a อ้างถึงใน Petty และคณะ, 1994) พบว่า เมื่อประเด็นมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลต่ำ การเตือนล่วงหน้าไม่มีผลต่อเจตคติของเขา แต่หากประเด็นมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลสูง การเตือนล่วงหน้าได้ลดการโน้มน้าวใจลง ภายใต้งื่อนไขความเกี่ยวข้องสูง บุคคลที่ได้รับการเตือนล่วงหน้าได้เกิดความคิดต่อต้านมากมาย และบุคคลที่ไม่ได้รับการเตือนล่วงหน้าเกิดความคิดสนับสนุนมากมาย การเตือนล่วงหน้าลดผลการโน้มน้าวใจของสารภายใต้งื่อนไขความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลสูง แม้ว่าข้อโต้แย้งในสารจะมีน้ำหนักก็ตาม

- ตัวแปรอื่นๆ ที่ทำให้การคิดอย่างลำเอียง

การเคลื่อนศีรษะในแนวตั้ง (การพยักหน้า) และแนวนอน (การส่ายหน้า) ก็เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่ทำให้เกิดการคิดอย่างลำเอียง การที่บุคคลพยักหน้า (แนวตั้ง) จะทำให้เกิดความคิดสนับสนุนได้ง่ายกว่า และการส่ายหน้า (แนวนอน) จะทำให้เกิดความคิดต่อต้านได้มากกว่าเช่นกัน เป็นต้น

การเปลี่ยนเจตคติโดยการใช้สิ่งชี้แนะสายเปลือก

เมื่อความน่าจะเป็นของการขยายความต่ำ สิ่งชี้แนะสายเปลือกจะมีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจ สิ่งชี้แนะสายเปลือกนั้นเป็นแง่มุมของสถานการณ์การโน้มน้าวใจที่ยอมให้เปลี่ยนเจตคติโดยไม่มีการขยายความข้อโต้แย้ง สิ่งชี้แนะธรรมดาสามารถส่งผลต่อเจตคติของบุคคลได้เมื่อบุคคลไม่ได้รับการสนใจ และไม่สามารถที่จะประมวลข้อโต้แย้งในสาร ซึ่งการใช้สิ่งชี้แนะสายเปลือกในการเปลี่ยนเจตคตินี้จัดเป็นส่วนหนึ่งของบทมูลฐานที่ 3 ของรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจที่มีอยู่ว่า



บทมูลฐานข้อ 3 ตัวแปรส่งผลต่อปริมาณ และทิศทางของการเปลี่ยนเจตคติ โดย

- 1) การเสนอข้อโต้แย้งเพื่อโน้มน้าวใจ
- 2) การเสนอสิ่งชี้แนะสายเปลือก
- 3) การส่งผลต่อขอบเขต หรือทิศทางของประเด็น และการขยายความข้อโต้แย้ง

(Petty and Cacioppo, 1986a, 1986b)

ซึ่งจากบทมูลฐานนี้ได้อธิบายไว้ว่า สิ่งชี้แนะสายเปลือกที่มีประสิทธิภาพ หรือที่มีศักยภาพนั้นควรสามารถส่งผลต่อเจตคติ แม้ว่าจะไม่มีข้อโต้แย้งใดๆ ก็ตาม ตัวอย่างเช่น การเสนอสารที่บุคคลไม่เข้าใจ (เช่น ภาษาต่างประเทศ) ในหัวข้อบางอย่างพร้อมด้วยสิ่งชี้แนะสายเปลือกที่มีศักยภาพ (เช่น ความเร็วของการพูด หรือความน่าเชื่อถือของผู้พูด) เพื่อให้บุคคลประเมิน ถ้าสิ่งชี้แนะสายเปลือกมีผลก็ควรที่จะสามารถส่งผลต่อการประเมินสารได้แม้ว่าจะไม่มีข้อโต้แย้งที่จะประมวลก็ตาม

จากการวิจัยของ Petty, Cacioppo และ Goldman (1981) พบว่า เมื่อสารมีความเกี่ยวข้องกับส่วนบุคคลต่ำ ความเชี่ยวชาญของแหล่งจะเพิ่มความเห็นชอบด้วย โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพของข้อโต้แย้ง แม้ว่าข้อโต้แย้งที่เสนอจะไม่มีน้ำหนักก็ตาม แต่การที่เสนอความเชี่ยวชาญก็สามารถทำให้เกิดการโน้มน้าวใจได้มากกว่า เมื่อสารมีความเกี่ยวข้องกับส่วนบุคคลสูง ความเชี่ยวชาญของแหล่งก็จะมีผลต่อเจตคติ ดังนั้น คุณภาพของข้อโต้แย้งจะกลายเป็นสิ่งที่สำคัญ จากผลการวิจัยนี้ได้เสนอแนะว่า เมื่อบุคคลไม่ได้รับการจูงใจให้คิดเกี่ยวกับสาร (เช่น ความเกี่ยวข้องกับส่วนบุคคลต่ำ) บุคคลจะเชื่อมั่นในสิ่งชี้แนะสายเปลือกมากกว่า (เช่น ความเชี่ยวชาญของแหล่ง) และคุณภาพของข้อโต้แย้งก็จะมีผลต่อเจตคติน้อย ในทางกลับกัน เมื่อบุคคลได้รับการจูงใจให้คิดเกี่ยวกับสาร (เช่น ความเกี่ยวข้องกับส่วนบุคคลสูง) สิ่งชี้แนะสายเปลือกก็จะมีผลต่อเจตคติน้อย แต่ความมีน้ำหนักของข้อโต้แย้งกลับมีอิทธิพลต่อเจตคติได้มากกว่า นอกจากนี้ในการศึกษาการเปลี่ยนแปลงจำนวนข้อโต้แย้ง คุณภาพของข้อโต้แย้ง และความเกี่ยวข้องกับส่วนบุคคลของ Petty และ Cacioppo (1984 อ้างถึงใน Petty และคณะ, 1994) พบว่า จำนวนข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก และข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นทำให้โน้มน้าวใจได้ก็ต่อเมื่อความเกี่ยวข้องกับส่วนบุคคลของสารต่ำ และเมื่อความเกี่ยวข้องกับส่วนบุคคลของสารสูง จำนวนของข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นก็ทำให้โน้มน้าวใจได้มาก แต่จำนวนข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นทำให้โน้มน้าวใจได้น้อย นั่นคือ ข้อโต้แย้งถูกพินิจพิเคราะห์เมื่อความเกี่ยวข้องกับส่วนบุคคลของสารสูง และคุณภาพของข้อโต้แย้งก็จะมีผลสำคัญ แต่ภายใต้เงื่อนไขความเกี่ยวข้องกับส่วนบุคคลของสารต่ำ ความสำคัญทั้งหมดจะอยู่ที่จำนวนเหตุผลที่เสนอ

**บทบาทของตัวแปรในรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจ**

Petty และคณะ (1994) กล่าวว่า ตัวแปรหนึ่งๆ ในรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจนั้น สามารถมีบทบาทได้มากกว่า 1 บทบาท ดังนี้



ประการแรก ตัวแปรสามารถมีผลในการโน้มน้าวใจ โดยการเสนอตามข้อโต้แย้ง ซึ่งข้อโต้แย้งจะเป็นส่วนของข้อมูลที่กล่าวถึงข้อดีที่ถูกต้องที่ต้องการนำเสนอ

ประการที่ 2 ตัวแปรเดียวกันนี้สามารถมีผลในการโน้มน้าวใจ โดยไม่ต้องค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อดีที่ถูกต้องของที่หมาย แต่โดยการเสนอตามสิ่งชี้แนะสายเปลือก

ประการที่ 3 ตัวแปรสามารถมีผลในการโน้มน้าวใจตามรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจ โดยกำหนดความคิดมากมายที่บุคคลจะคิดเกี่ยวกับสาร เช่น บุคคลบางคนอาจจะอยากหรืออยากเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่บุคคลที่มีลักษณะดึงดูดมากกว่าสิ่งที่บุคคลที่ไม่ดึงดูด และคิดเกี่ยวกับสารมากกว่าเมื่อข้อโต้แย้งถูกเสนอโดยแหล่งดึงดูด เป็นต้น

ประการที่ 4 ตัวแปรสามารถมีผลในการโน้มน้าวใจ โดยการกำหนดชนิดของความคิดอย่างลำเอียง เช่น บางคนอาจจะลำเอียงในการประเมินสารที่มาจากบุคคลที่มีความดึงดูด โดยหลงรัก และพยายามค้นหาแต่สิ่งที่ดีในการพูดของเขา

จากที่กล่าวมาข้างต้นแสดงว่า บางตัวแปรสามารถมีได้มากกว่า 1 บทบาท ในสถานการณ์โน้มน้าวใจ นั่นคือ ตัวแปรมีคุณภาพที่เปลี่ยนแปลงได้ ก่อให้เกิดการประมวลผลที่ต่างกันสถานการณ์ที่ต่างกัน ดังนั้น ตัวแปรที่มีไม่ควรคิดว่าเป็นเสมือนหนึ่งบทบาท เช่น ความดึงดูดของแหล่งสามารถทำหน้าที่ไม่เพียงแต่เป็นข้อโต้แย้งในบางสถานการณ์ แต่อาจจะเป็นสิ่งชี้แนะสายเปลือกในสถานการณ์อื่นๆ หรือเป็นเสมือนตัวกำหนดการคิดในสถานการณ์อื่นๆ และก็อาจจะเป็นตัวกำหนดการคิดอย่างลำเอียงในสถานการณ์อื่นๆ ได้เช่นกัน ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะเจาะจงเงื่อนไขของตัวแปรลงไป ตัวอย่างเช่น ความดึงดูดของแหล่งนั้นภายใต้เงื่อนไขความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลของสารต่ำ ความดึงดูดของแหล่งจะเสนอตามสิ่งชี้แนะสายเปลือก แต่ภายใต้เงื่อนไขความน่าจะเป็นของการขยายความสูง ความดึงดูดของแหล่งจะเสนอตามข้อโต้แย้งโน้มน้าวใจ เป็นต้น

## ผลของเส้นทางในการโน้มน้าวใจทั้ง 2 เส้นทาง

Petty และ Cacioppo (1983) และ Petty และคณะ (1994) ได้ทบทวนงานวิจัยต่างๆ แล้วชี้ว่า ผลที่สำคัญของเส้นทางในการโน้มน้าวใจทั้ง 2 เส้นทาง คือ

1. การเปลี่ยนเจตคติที่เกิดขึ้นตามเส้นทางสายแกนฝังแน่นยาวนานกว่าการเปลี่ยนเจตคติที่เกิดขึ้นตามเส้นทางสายเปลือก เนื่องจากการเปลี่ยนเจตคติตามเส้นทางสายแกนนั้นบุคคลต้องทำกิจกรรมทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่เสนอ ดังนั้นเจตคติที่เกิดขึ้นจึงเป็นสิ่งสำคัญในความทรงจำของบุคคล

2. เจตคติที่ก่อตัวขึ้นตามเส้นทางสายแกนทำนายพฤติกรรมที่ตามมาได้ดีกว่าเจตคติที่ก่อตัวขึ้นตามเส้นทางสายเปลือก เพราะเจตคติที่ก่อตัวขึ้นตามเส้นทางสายแกนนั้นเป็นสิ่งสำคัญในความทรงจำมากกว่า ดังนั้นบุคคลสามารถที่จะกระทำได้มากกว่า หรืออาจจะเป็นเพราะว่าบุคคลยึดถือเจตคตินี้ด้วยความมั่นใจมากกว่า ดังนั้นจึงตั้งใจที่จะกระทำมากกว่าด้วย



## เส้นทางในการโน้มน้าวใจทั้ง 2 เส้นทาง เพื่อการโน้มน้าวใจ สำหรับการสื่อสารการโฆษณา

การเปลี่ยนเจตคติจากการโฆษณานั้นจะเกิดขึ้นตามเส้นทางสายแกน หรือเกิดขึ้นตามเส้นทางสายเปลือก Petty และ Cacioppo (1983) ได้เสนอแนะว่า ในการประเมิน หรือการออกแบบโฆษณาสินค้านั้นสำคัญมากที่จะต้องรู้ว่า มิติของข้อมูลอะไรบ้างที่สำคัญสำหรับบุคคลที่ปรารถนาที่จะประเมินข้อดีที่ถูกต้องของสินค้า ตัวอย่างเช่น การโฆษณาบุหรี สำหรับบุคคลที่สูบบุหรี ข้อมูลที่สำคัญที่สุดที่เขาต้องการก็อาจจะเกี่ยวข้องกับแง่มุมในเรื่องสุขภาพของบุหรีตรา นั้นๆ สำหรับกลุ่มนี้การโฆษณาที่จะเป็นผลอาจจะต้องเสนอข้อมูลให้พิจารณาเกี่ยวกับผลของบุหรีตรา นั้นๆ ซึ่งก่อให้เกิดอิทธิพลตามเส้นทางสายแกน การโฆษณาก็จะต้องมีข้อมูลที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับแง่มุมสุขภาพของบุหรีตรา นั้นๆ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความคิดสนับสนุน และเกิดการเปลี่ยนแปลงเจตคติอย่างถาวรที่มีผลต่อพฤติกรรม (ทำให้ซื้อสินค้านี้ได้) แต่สำหรับกลุ่มผู้สูบบุหรีที่เป็นวัยรุ่น ข้อมูลที่สำคัญอาจจะเกี่ยวข้องกับความประทับใจสำหรับกลุ่มเพื่อนมากกว่าข้อมูลในเรื่องสุขภาพ ข้อมูลที่เสนออาจจะเกี่ยวข้องกับเหตุผลที่ทำให้พวกเขาสูบบุหรี โดยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสินค้า เช่น ทำให้ผู้ชายดูบึกบึนเข้มแข็ง และทำให้ผู้หญิงดูเป็นพวกมีอิสระมากขึ้นได้ สำหรับกลุ่มนี้การเสนอภาพลักษณ์ภายนอกอาจจะเป็นข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่อาจจะนำเอาความคิดสนับสนุนจำนวนมากออกมาได้ และการเปลี่ยนเจตคติกับผลที่ตามมาทางพฤติกรรมก็จะคงอยู่ สำหรับผู้ที่มิใช่มีอายุมากกว่า 50 ปี และไม่สูบบุหรี การเสนอภาพที่สวยงามตามสิ่งยั่วยุสายเปลือกได้ก่อให้เกิดความชอบสินค้านั้นๆ ได้ชั่วขณะหนึ่ง และสำหรับกลุ่มวัยรุ่นที่ไม่สูบบุหรี การเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับแง่มุมในเรื่องสุขภาพทำให้เกิดการประเมินทางบวกชั่วขณะหนึ่งเช่นกัน ทั้งสองกลุ่มที่กล่าวถึงในตอนท้ายนี้เจตคติสนับสนุนที่เกิดขึ้นมิได้มีผลต่อพฤติกรรมของเขาเลย

นอกจากนี้ในการโฆษณาลักษณะบุคลิกภาพของผู้บริโภคก็จัดเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจได้ โดยอาจทำให้เกิดการโน้มน้าวใจตามเส้นทางสายแกน หรืออาจทำให้เกิดการโน้มน้าวใจตามเส้นทางสายเปลือกก็ได้ ตัวอย่างเช่น DeBono และ Telesca (1990) ได้ศึกษาอิทธิพลของแหล่งที่มั่งคุดทางกายที่จะเป็นประโยชน์ต่อการโฆษณา โดยทำการทดลองให้นักศึกษาที่มีลักษณะการกำกับการแสดงออกของตนสูง และต่ำได้ฟังสารจากแหล่งที่มั่งคุดทางกาย หรือแหล่งที่ไม่มั่งคุดทางกายที่สนับสนุนสินค้าที่ออกใหม่ (ครีมกันแดด "Savage Tan") ด้วยข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก หรือข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ร่วมการวิจัยที่มีลักษณะการกำกับการแสดงออกของตนสูงได้รับการจูงใจ โดยแหล่งที่มั่งคุดเพียงเมื่อเสนอข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก ในทางกลับกันผู้ร่วมการวิจัยที่มีลักษณะการกำกับการแสดงออกของตนต่ำได้รับการจูงใจ โดยแหล่งที่มั่งคุดโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพข้อโต้แย้ง นอกจากนี้แหล่งที่ไม่มั่งคุดก็ไม่สามารถจูงใจทั้งผู้ร่วมการวิจัยที่มีลักษณะการกำกับการแสดงออกของตนสูงและต่ำ ไม่ว่าคุณภาพของข้อโต้แย้งจะเป็นเช่นไรก็ตาม เพราะผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงประมวลสารที่ได้รับจากแหล่งมั่งคุดอย่างเป็นระบบ หรือเส้นทางสายแกนในการโน้มน้าวใจ ส่วนผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำประมวลสารจากแหล่งมั่งคุด โดยการ



ใช้เครื่องช่วยอย่างง่าย หรือเส้นทางสายเปลือกในการโน้มน้าวใจ จากผลการวิจัยนี้จะมี ความหมายอย่างมากสำหรับกลยุทธ์ทางการโฆษณา

Petty และ Cacioppo (1983) ยังได้กล่าวไว้อีกว่า เส้นทางสายแกนในการโน้มน้าวใจนั้นก่อให้เกิดขึ้นได้ยาก เพราะผู้รับสารจะต้องได้รับการจูงใจก่อน และจะต้องสามารถคิดเกี่ยวกับประเด็น หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้า การโฆษณาสามารถสร้างความน่าจะเป็นของการขยายความได้มากมาย เช่น การเน้นที่ความเกี่ยวข้องส่วนบุคคล หรือการเพิ่มจำนวนแหล่งของสาร เป็นต้น แต่บางองค์ประกอบในสภาพแวดล้อมการโน้มน้าวใจก็ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สิ่งรบกวน เป็นต้น ซึ่งทำให้ความพยายามของบุคคลในการคิดเกี่ยวกับสารไม่มีประโยชน์ โดยองค์ประกอบเหล่านี้จะไปลดความน่าจะเป็นของการขยายความลง แม้ว่าผู้รับสารจะได้รับการจูงใจ และสามารถที่จะคิดเกี่ยวกับข้อดีของสินค้า หรือประเด็นก็ตาม ดังนั้นสารควรประกอบด้วย ข้อโต้แย้งที่น่าเชื่อถือ หรือควรต้องใช้เทคนิคบางอย่างที่ทำให้เกิดการคิดที่ลำเอียงในการสนับสนุน เช่น การใช้ข้อโต้แย้งที่ตรงกับโครงสร้างตัวตนของบุคคล เป็นต้น ถ้าสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคติได้ตามเส้นทางสายแกนก็จะเกิดประโยชน์ที่จะฝังแน่น และทำนายพฤติกรรมที่ตามมาได้

โดยเหตุที่เส้นทางสายแกนในการโน้มน้าวใจนั้นเกิดขึ้นได้ยาก บางครั้งเส้นทางสายเปลือกก็อาจจะ เป็นผลต่อกลยุทธ์ทางการโฆษณาได้ แม้ว่าเส้นทางสายเปลือกจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคติได้เพียงชั่วคราวก็ตาม การที่โฆษณาเสนอสิ่งชี้แนะทางบวกซ้ำ ๆ ก็อาจจะทำให้บุคคลมั่นใจเพียงพอที่จะกระทำพฤติกรรมได้ นั่นคือ ทำให้บุคคลลองใช้สินค้าที่โฆษณาได้ และเป็นสิ่งที่น่าสนใจว่า การที่บุคคลเคยลองใช้สินค้านี้ก็อาจจะทำให้กลายเป็นความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลมากขึ้นได้ และอาจจะทำให้บุคคลคิดเกี่ยวกับเนื้อหาของโฆษณาสินค้าต่อไปได้มากขึ้น ในวิธีการที่กล่าวมานี้แสดงว่า บุคคลสามารถเปลี่ยนเส้นทางสายเปลือกมาเป็นเส้นทางสายแกนในการโน้มน้าวใจได้

### ประเภทของการประมวลสารในการโน้มน้าวใจ

การประมวลสารในการโน้มน้าวใจนั้นมีอยู่ 2 ประเภท คือ การประมวลสารอย่างเป็นระบบ และการประมวลสารโดยการใช้เครื่องช่วยอย่างง่าย (Chaiken, 1980) ซึ่งมีความแตกต่างกัน ดังนี้

1. การประมวลสารอย่างเป็นระบบ (Systematic Information Processing) ผู้รับสารจะใช้ความพยายามทางปัญญาในการพิจารณาสารนั้น เน้นการประมวลสารที่เนื้อหา และบทบาทของสารที่เป็นพื้นฐานทางปัญญาในการเปลี่ยนแปลงคติ ซึ่งนั่นก็คือ เส้นทางสายแกนในการโน้มน้าวใจนั่นเอง



## 2. การประมวลสารโดยการใช้เครื่องช่วยอย่างง่าย (Heuristic Information Processing)

ผู้รับสารจะใช้ความพยายามในการตัดสินใจที่น้อยกว่าเล็กน้อย เน้นการประมวลที่รายละเอียดของสารน้อย มุ่งเน้นที่บทบาทของกฎทั่วไป หรือการใช้เครื่องช่วยอย่างง่ายทางปัญญาในการโน้มน้าวใจ ซึ่งการใช้กฎทั่วไปนั้นพัฒนาขึ้นมาผ่านทางประสบการณ์ในอดีต และการสังเกตของบุคคล เช่น กฎทั่วไปที่ว่า "คนเห็นด้วยกับคนที่ตนชอบ" ทำให้ผู้รับสารเห็นด้วยกับผู้สื่อสารที่มีความดึงดูด เป็นต้น ซึ่งการประมวลสารประเภทนี้ก็คือ เส้นทางสายเบี่ยงในการโน้มน้าวใจนั่นเอง

เมื่อบุคคลใช้การประมวลสารอย่างเป็นระบบ ลักษณะสารจะมีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจมากกว่าลักษณะแหล่ง แต่เมื่อบุคคลใช้การประมวลสารโดยการใช้เครื่องช่วยอย่างง่าย ผู้รับสารจะหลีกเลี่ยงการประมวลรายละเอียดของสาร และเชื่อมั่นในข้อมูลของแหล่ง ดังนั้นลักษณะแหล่งจึงมีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจมากกว่าลักษณะสาร

### ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ

จากที่ได้กล่าวถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจมาแล้วข้างต้น พบว่า มีตัวแปรมากมายที่มีอิทธิพลต่อการโน้มน้าวใจ แต่ในงานวิจัยเรื่องนี้มีตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการโน้มน้าวใจอยู่ 2 ประการ คือ ข้อโต้แย้งในสาร และตัวแปรสิ่งชี้แนะสายเบี่ยง (แหล่งที่เชี่ยวชาญ และแหล่งที่ดึงดูด) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อโต้แย้งที่มีในสาร ได้แบ่งออกเป็น ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก (strong argument หรือที่ อีระพร อูวรรณโณ, 2535 ใช้ว่า ข้อโต้แย้งที่หนักแน่น) และ ข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก (weak argument หรือที่ อีระพร อูวรรณโณ, 2535 ใช้ว่า ข้อโต้แย้งที่ด้อย) ซึ่งข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักจะเป็นข้อความที่มีเหตุผล หรืออาจมีการแสดงหลักฐานสนับสนุน เช่น ในประเด็นเรื่อง "การมีการสอนพิเศษ" ข้อความที่เป็นข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักก็คือ "เราควรสนับสนุนให้มีการสอนพิเศษ เพื่อจะได้มีเงินซื้อหนังสือให้ห้องสมุด" เป็นต้น ส่วนข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนักจะเป็นข้อความที่ไม่ค่อยสมเหตุสมผลนัก เช่น ในประเด็นเรื่องเดียวกับข้างต้น ข้อความที่เป็นข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนักก็คือ "เราควรสนับสนุนให้มีการสอนพิเศษ เพื่อที่จะมีเงินใช้ในการปลูกต้นไม้และไม้พุ่มในบริเวณมหาวิทยาลัยได้มากขึ้น" เป็นต้น (Petty and Cacioppo, 1986b) นอกจากนี้ อิทธิพลของข้อโต้แย้งในสารที่พบในงานวิจัยของ Petty และ Cacioppo (1979b) คือ ในเงื่อนไขที่มีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลสูง ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนเจตคติมากกว่าในเงื่อนไขที่มีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลต่ำ



2. ตัวแปรแหล่ง จากงานของ DeBono และ Harnish (1988) นั้นเขาได้กล่าวว่า กระบวนการในการโน้มน้าวใจนั้น ตัวแปรแหล่งมีบทบาทอย่างมากในแง่ของไขความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลต่ำ และมีการใช้ตัวแปรนี้โดยการใช้เครื่องช่วยอย่างง่ายหรือเส้นทางสายเปลือก ส่วนกลวิธีในการประมวลสาร เพื่อประเมินความมีเหตุผลของสารที่ใช้ในการโน้มน้าวใจ ก็คือ หากสารโน้มน้าวใจไม่ส่งผลต่อแผนการณ์ หรือเป้าหมายของบุคคลโดยตรงจะทำให้บุคคลไว้วางใจต่อตัวแปรแหล่ง และทำให้บุคคลไม่ไว้วางใจต่อเนื้อหาของสารที่จะตัดสินความมีเหตุผลของสาร ดังนั้นในแง่ของไขที่ไม่มีไขเกี่ยวข้องโดยตรงต่อบุคคล บุคคลจะเห็นด้วยกับแหล่งที่เชี่ยวชาญมากกว่าแหล่งที่ไม่เชี่ยวชาญ เห็นด้วยกับแหล่งที่น่าพึงพอใจมากกว่าแหล่งที่ไม่น่าพึงพอใจ และเห็นด้วยกับแหล่งที่ดึงดูดมากกว่าแหล่งที่ไม่ดึงดูด โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพ หรือความมีน้ำหนักของเหตุผลที่เสนอ ส่วนในสถานการณ์การโน้มน้าวใจที่มีความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลสูง บุคคลก็จะมีการประมวลสารอย่างเป็นระบบ หรือเส้นทางสายแกน เพราะการที่บุคคลต้องการที่จะรู้ และเข้าใจเนื้อหาของสารเพิ่มขึ้น บุคคลก็จะมีเจตนาต่อข้อโต้แย้งที่เสนอมามากกว่ามีเจตนาต่อผู้เสนอข้อโต้แย้ง ในสถานการณ์เช่นนี้ตัวแปรแหล่งจะมีผลโดยตรงต่อการโน้มน้าวใจน้อยกว่า ซึ่งบุคคลจะถูกโน้มน้าวใจโดยความน่าเชื่อถือของเหตุผลที่มีในสาร เมื่อมีโอกาสตัวแปรแหล่งก็สามารถส่งผลต่อแรงจูงใจที่จะประมวลสารของบุคคลได้ ตัวอย่างเช่น Heesacker Petty และ Cacioppo (1983 อ้างถึงใน DeBono and Harnish, 1988) พบว่า เมื่อบุคคลเกี่ยวข้องกับประเด็นปานกลาง บุคคลจะประเมินสารที่เสนอโดยแหล่งที่เชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบมากกว่าสารที่เสนอโดยแหล่งที่ไม่เชี่ยวชาญ

อิทธิพลของตัวแปรแหล่งที่มีต่อแรงจูงใจในการโน้มน้าวใจของบุคคลได้มีกล่าวไว้ในรูปแบบกระบวนการการเปลี่ยนเจตคติของ Kelman (1958, 1961 อ้างถึงใน DeBono and Harnish, 1988) ซึ่งเขาได้เสนอไว้ว่า สำหรับบุคคลที่กำหนดความสัมพันธ์ที่มีกับผู้อื่นด้วยตนเอง สำหรับผู้ที่แสดงบทบาทให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางสังคม และสำหรับผู้ที่รักษาความสัมพันธ์ที่น่าพอใจที่มีกับผู้อื่นไว้นั้น แหล่งที่มีความดึงดูดที่ใช้ในสถานการณ์ในการโน้มน้าวใจจะจูงใจ และเกี่ยวข้องส่วนบุคคลมาก ในแต่ละเหตุการณ์ของการเปลี่ยนเจตคติจะเกิดขึ้น โดยกระบวนการการทำตนตามอย่าง ซึ่งบุคคลจะเห็นด้วยกับแหล่ง เพราะปรารถนาที่จะกำหนดความสัมพันธ์ของตนกับแหล่ง และปรารถนาที่จะรักษาความสัมพันธ์นั้นไว้ด้วยตนเอง นอกจากนี้เขายังได้เสนอว่า เมื่อบุคคลเป็นห่วงว่าการกระทำ และความเชื่อของตนตรงกับค่านิยมของตนหรือไม่ แหล่งที่มีความเชี่ยวชาญที่ใช้ในสถานการณ์ในการโน้มน้าวใจจะจูงใจ และเกี่ยวข้องส่วนบุคคลมาก ในแต่ละเหตุการณ์ของการเปลี่ยนเจตคติจะเกิดขึ้น โดยกระบวนการการซึมซาบ ซึ่งบุคคลจะเห็นด้วยกับแหล่ง เพราะข้อมูลที่ได้รับรู้จากสารนั้นตรงกับค่านิยมของตน

ลักษณะรูปแบบกระบวนการเหล่านี้ DeBono และ Harnish (1988) สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อแหล่งของสารสามารถทำให้ความต้องการระหว่างบุคคลเป็นที่น่าพอใจสำหรับบุคคลได้ ตัวแปรแหล่งก็จะจูงใจผู้รับสารให้มีการประมวลสารโน้มน้าวใจอย่างเป็นระบบ ถ้าตัวแปรแหล่งได้สร้างสถานการณ์การโน้มน้าวใจที่เกี่ยวข้องกับบุคคลต่างๆ แตกต่างกัน ดังนั้นบุคคลก็ควรถูกจูงใจ



ไหว้เคราะห์ และพิจารณาเนื้อหาของสารโน้มน้าวใจแตกต่างกันด้วย ตัวแปรแหล่งที่เชี่ยวชาญ และแหล่งที่ดึงดูดนั้นจะเกี่ยวข้องและมีอิทธิพลต่อบุคคลต่างๆ ได้แตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น ใน ทฤษฎีการกำกับ การแสดงออกของตนสามารถแบ่งบุคคลได้ออกเป็น 2 ประเภท คือ บุคคลที่มีการกำกับ การแสดงออกของตนสูง (เป็นผู้ที่ได้คะแนนจากมาตรการกำกับ การแสดงออกของตนสูง) และบุคคลที่มีการกำกับ การแสดงออกของตนต่ำ (เป็นผู้ที่ได้คะแนนจากมาตรการกำกับ การแสดงออกของตนต่ำ) รายละเอียดของลักษณะบุคคลทั้งสองประเภทที่กล่าวมานี้ได้อธิบายไว้แล้วใน ส่วนของทฤษฎีการกำกับ การแสดงออกของตน การที่บุคคลที่มีการกำกับ การแสดงออกของตนสูง มีความเชื่อว่า ความเหมาะสมที่ตนจะยึดถือ นั้นขึ้นกับเหตุการณ์ทางสังคม และเจตคติของบุคคล ประเภทนี้จะตอบสนองต่อสิ่งต่างๆ ที่สำคัญในสภาพแวดล้อมทางสังคมของตน ดังนั้นบุคคล ประเภทนี้จะมีสถานการณ์การโน้มน้าวใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งที่ดึงดูด และมีแรงจูงใจที่จะประมวล สารจากแหล่งที่ดึงดูดอย่างเป็นระบบ ในทางกลับกันการที่บุคคลที่มีการกำกับ การแสดงออกของตนต่ำเลือกกระทำพฤติกรรมใดๆ บนพื้นฐานของค่านิยม ความรู้สึก และความประสงค์ บุคคล ประเภทนี้จะมีเจตคติที่แสดงถึงค่านิยมที่สำคัญ ดังนั้นบุคคลประเภทนี้จะมีสถานการณ์การ โน้มน้าวใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งที่เชี่ยวชาญ และมีแรงจูงใจที่จะประมวลสารจากแหล่งที่เชี่ยวชาญ อย่างเป็นระบบ

DeBono และ Harnish (1988) ศึกษาการเปลี่ยนเจตคติ โดยมีตัวแปรที่ศึกษาคือ ลักษณะการกำกับ การแสดงออกของตน (แบ่งเป็น การกำกับ การแสดงออกของตนสูง และต่ำ) ตัวแปรแหล่ง (แบ่งเป็น แหล่งที่ดึงดูด และแหล่งที่มีความเชี่ยวชาญ) และคุณภาพของข้อโต้แย้ง (แบ่งเป็น ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก และข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก) ซึ่งตัวแปรเหล่านี้เป็นตัวแปรที่ ผู้วิจัยสนใจที่จะนำมาใช้ในการวิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจในการโฆษณา รายละเอียด งานวิจัยและผลการวิจัยของ DeBono และ Harnish (1988) มีดังนี้ DeBono และ Harnish ได้ทำ การศึกษาตามสมมติฐาน และเลียนแบบการทดลองบางส่วนมาจากการศึกษาของ Kelman (1958 อ้างถึงใน DeBono และ Harnish, 1988) พวกเขาได้ทำการทดลองโดย ให้นักศึกษาเพศชายที่มี ลักษณะการกำกับ การแสดงออกของตนสูงหรือต่ำได้ฟังแหล่งที่มีความเชี่ยวชาญ หรือแหล่งที่มี ความดึงดูดบอกสารที่สวนทางกับเจตคติ โดยเป็นสารที่มีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก หรือข้อโต้แย้งที่ ไม่มีน้ำหนัก ผลการวิจัยพบว่า บุคคลที่มีการกำกับ การแสดงออกของตนสูงเห็นด้วยกับสารจาก แหล่งที่ดึงดูดเพียงเมื่อมีการเสนอข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก เพราะมีการประมวลสารจากแหล่งที่ดึงดูด อย่างเป็นระบบ และบุคคลประเภทนี้จะเห็นด้วยกับสารจากแหล่งที่เชี่ยวชาญ โดยไม่คำนึงถึง เหตุผลที่เสนอในข้อโต้แย้ง เพราะจะมีการประมวลสารจากแหล่งที่เชี่ยวชาญ โดยการใช้เครื่องช่วย อย่างง่าย ในขณะที่บุคคลที่มีการกำกับ การแสดงออกของตนต่ำเห็นด้วยกับสารจากแหล่งที่ เชี่ยวชาญเพียงเมื่อมีการเสนอข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก เพราะมีการประมวลสารจากแหล่งที่เชี่ยวชาญ อย่างเป็นระบบ และบุคคลประเภทนี้จะเห็นด้วยกับสารจากแหล่งที่ดึงดูด โดยไม่คำนึงถึงเหตุผล ที่เสนอในข้อโต้แย้ง เพราะจะมีการประมวลสารจากแหล่งที่ดึงดูด โดยการใช้เครื่องช่วยอย่างง่าย นั้นเอง





จากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่า การที่บุคคลมีลักษณะการกำกับการแสดงออกของตนต่างกัน (การกำกับการแสดงออกของตนสูงและต่ำ) และได้รับสารโน้มน้าวใจที่มีคุณภาพต่างกัน (ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก และที่ไม่มีน้ำหนัก) จากแหล่งของสารที่ต่างกัน (แหล่งที่ดึงดูด และแหล่งที่มีความเป็นผู้นิยม) จะทำให้บุคคลมีเจตคติต่อสินค้าต่างกันหรือไม่ อย่างไร ซึ่งการที่บุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงมีความเชื่อในความเหมาะสมที่ตนจะยึดถือขึ้นกับเหตุการณ์ทางสังคม และเจตคติของบุคคลประเภทนี้จะตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ที่สำคัญในสภาพแวดล้อมทางสังคมของตน และจากทฤษฎีของ Kelman ที่กล่าวว่า บุคคลเห็นด้วยกับแหล่งที่ดึงดูด โดยการทำตามอย่าง ดังนั้นแหล่งที่มีความดึงดูดก็จะมีอิทธิพลมากที่สุดต่อบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง และเมื่อแหล่งของสารโน้มน้าวใจสามารถทำให้บุคคลประเภทนี้พอใจได้ แหล่งที่ดึงดูดก็จะช่วยให้ผู้รับสารมีการประมวลสารที่ได้รับอย่างเป็นระบบ หรือการประมวลสารตามเส้นทางสายแกน ซึ่งทำให้บุคคลประเมินสารที่ได้รับอย่างระมัดระวัง ดังนั้นสารโน้มน้าวใจที่มีน้ำหนักก็จะโน้มน้าวใจของบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงได้มากกว่าสารโน้มน้าวใจที่ไม่มีน้ำหนัก ซึ่งจากเหตุผลทางทฤษฎีที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงได้ตั้งสมมติฐานข้อที่ 1 ว่า ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงมีเจตคติทางบวกต่อสินค้า เมื่อโฆษณาามีแหล่งที่ดึงดูดและมีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก มากกว่าเมื่อโฆษณาามีแหล่งที่ดึงดูดและมีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

เมื่อบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงได้รับการโน้มน้าวใจจากแหล่งที่มีความเป็นผู้นิยม บุคคลประเภทนี้ก็จะประมวลสารที่ได้รับโดยการใช้เครื่องช่วยอย่างง่าย หรือเส้นทางสายเปลือกในการโน้มน้าวใจ ซึ่งลักษณะของแหล่งจะมีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจมากกว่าลักษณะสาร โดยบุคคลจะเห็นด้วยกับแหล่งที่น่าพึงพอใจมากกว่าแหล่งที่ไม่น่าพึงพอใจ เห็นด้วยกับแหล่งที่ดึงดูดมากกว่าแหล่งที่ไม่ดึงดูด และเห็นด้วยกับแหล่งที่เชี่ยวชาญมากกว่าแหล่งที่ไม่เชี่ยวชาญ การที่บุคคลจะประมวลสารที่ได้รับตามเส้นทางสายแกนได้นั้นบุคคลจะต้องมีทั้งแรงจูงใจและความสามารถที่จะพิจารณาสาร และการที่แหล่งที่มีความเป็นผู้นิยมไม่ได้มีอิทธิพลมากที่สุดต่อบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง จึงไม่ได้ทำให้บุคคลประเภทนี้เกิดแรงจูงใจมากพอที่จะประมวลสารโน้มน้าวใจที่ได้รับอย่างเป็นระบบ ดังนั้นจึงเกิดการประมวลสารตามเส้นทางสายเปลือก ซึ่งการโน้มน้าวใจจะเกิดขึ้นตามผลของสิ่งชี้แนะทางบวก โดยเกิดการเปลี่ยนแปลงโดยปราศจากการพินิจวิเคราะห์ข้อดีที่แท้จริงของสารที่เสนอ และตัวแปรแหล่งที่มีความเป็นผู้นิยมก็จัดเป็นสิ่งชี้แนะทางบวกดังนั้นจึงทำให้บุคคลพิจารณาสารที่ได้รับบนพื้นฐานของสิ่งชี้แนะง่าย ๆ ซึ่งทำให้สารที่เป็นข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก และข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนักที่มาจากแหล่งที่เป็นผู้นิยมสามารถโน้มน้าวใจบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงได้พอ ๆ กัน และจากเหตุผลทางทฤษฎีข้างต้นนี้ ผู้วิจัยจึงได้ตั้งสมมติฐานข้อที่ 2 ว่า ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงมีเจตคติต่อสินค้าไม่แตกต่างกันเมื่อโฆษณาามีแหล่งที่เชี่ยวชาญและมีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก กับโฆษณาามีแหล่งที่เชี่ยวชาญและมีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก



ส่วนบุคคลที่มีการกำกับ การแสดงออกของตัวตนต่ำมีความเชื่อว่า ตนเองจะเลือกกระทำ พฤติกรรมใดๆ บนพื้นฐานของค่านิยม ความรู้สึก และความประสงค์ บุคคลประเภทนี้มีเจตคติ ที่แสดงถึงค่านิยมที่สำคัญ และจากทฤษฎีของ Kelman ที่กล่าวว่า บุคคลเห็นด้วยกับแหล่งที่ เชี่ยวชาญ โดยการซึมซาบ ดังนั้นแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือสูง หรือเป็นผู้เชี่ยวชาญก็จะมีอิทธิพล มากที่สุดต่อบุคคลที่มีการกำกับ การแสดงออกของตัวตนต่ำ และเมื่อแหล่งของสารโน้มน้าวใจ สามารถทำให้บุคคลประเภทนี้พอใจได้ แหล่งที่เชี่ยวชาญก็จะจงใจให้ผู้รับสารมีการประมวลสาร ที่ได้รับอย่างเป็นระบบ หรือการประมวลสารตามเส้นทางสายแกน ซึ่งทำให้บุคคลประเมินสาร ที่ได้รับอย่างระมัดระวัง ดังนั้นสารโน้มน้าวใจที่มีน้ำหนักก็จะโน้มน้าวใจของบุคคลที่มีการกำกับการ แสดงออกของตัวตนต่ำได้มากกว่าสารโน้มน้าวใจที่ไม่มีน้ำหนัก ซึ่งจากเหตุผลทางทฤษฎีที่ กล่าวมานี้ผู้วิจัยจึงได้ตั้งสมมติฐานข้อที่ 3 ว่า ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตัวตนต่ำมี เจตคติทางบวกต่อสินค้า เมื่อโฆษณา มีแหล่งที่เชี่ยวชาญและมีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนักมากกว่า เมื่อโฆษณา มีแหล่งที่เชี่ยวชาญและมีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

เมื่อบุคคลที่มีการกำกับการแสดงออกของตัวตนต่ำได้รับการโน้มน้าวใจจากแหล่งที่ดึงดูด บุคคลประเภทนี้ก็จะประมวลสารที่ได้รับโดยการใช่เครื่องช่วยอย่างง่าย หรือเส้นทางสายเปลือกใน การโน้มน้าวใจ ซึ่งลักษณะของแหล่งจะมีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจมากกว่าลักษณะสาร โดย บุคคลจะเห็นด้วยกับแหล่งที่น่าพึงพอใจมากกว่าแหล่งที่ไม่น่าพึงพอใจ เห็นด้วยกับแหล่งที่ดึงดูด มากกว่าแหล่งที่ไม่ดึงดูด และเห็นด้วยกับแหล่งที่เชี่ยวชาญมากกว่าแหล่งที่ไม่เชี่ยวชาญ การที่ บุคคลจะประมวลสารที่ได้รับตามเส้นทางสายแกนได้นั้นบุคคลจะต้องมีทั้งแรงจูงใจและความ สามารถที่จะพิจารณาสาร และการที่แหล่งที่ดึงดูดไม่ได้มีอิทธิพลมากที่สุดต่อบุคคลที่มีการกำกับการ แสดงออกของตัวตนต่ำ จึงไม่ได้ทำให้บุคคลประเภทนี้เกิดแรงจูงใจมากพอที่จะประมวลสาร โน้มน้าวใจที่ได้รับอย่างเป็นระบบ ดังนั้นจึงเกิดการประมวลสารตามเส้นทางสายเปลือก ซึ่งการ โน้มน้าวใจจะเกิดขึ้นตามผลของสิ่งชี้แนะทางบวก โดยเกิดการเปลี่ยนแปลงโดยปราศจากการ พินิจพิเคราะห์ข้อดีที่แท้จริงของสารที่เสนอ และตัวแปรแหล่งที่ดึงดูดก็จัดเป็นสิ่งชี้แนะทางบวก ดังนั้นจึงทำให้บุคคลพิจารณาสารที่ได้รับบนพื้นฐานของสิ่งชี้แนะง่าย ๆ ซึ่งทำให้สารที่เป็น ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก และข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนักที่มาจากแหล่งที่ดึงดูดสามารถโน้มน้าวใจบุคคล ที่มีการกำกับการแสดงออกของตัวตนต่ำได้พอ ๆ กัน และจากเหตุผลทางทฤษฎีข้างต้นนี้ ผู้วิจัย จึงได้ตั้งสมมติฐานข้อที่ 4 ว่า ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตัวตนต่ำมีเจตคติต่อสินค้าไม่ แตกต่างกันเมื่อโฆษณา มีแหล่งที่ดึงดูดและมีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก กับโฆษณา มีแหล่งที่ ดึงดูดและมีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก



## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการกำกับการแสดงออกของตน ลักษณะของแหล่ง และคุณภาพของข้อโต้แย้งในการโฆษณาที่มีต่อเจตคติของกลุ่มตัวอย่างในการประเมินสินค้า
2. เพื่อเปรียบเทียบคะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าของกลุ่มตัวอย่างระหว่างกลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่างกัน และได้รับสารจากโฆษณาที่มีตัวแปรแหล่งและคุณภาพของข้อโต้แย้งต่างกัน

## ขอบเขตในการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาอิทธิพลของการกำกับการแสดงออกของตน ตัวแปรแหล่ง และคุณภาพของข้อโต้แย้งที่มีต่อการประเมินสินค้า โดยอาศัยทฤษฎี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีการกำกับการแสดงออกของตน ของ Mark Snyder และรูปแบบความเป็นไปได้ของการขยายความในการโน้มน้าวใจ ของ Richard E. Petty และ John T. Cacioppo

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

2.1 มาตรการกำกับการแสดงออกของตน ซึ่งสร้างและพัฒนาขึ้นตามแนวของ Snyder (1985) ในครั้งแรกได้สร้างและพัฒนามาตรขึ้นโดย รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพร อูวรรณโณ และนิสิตจิตวิทยาสังคมรุ่นที่ 3 ในวิชา 417735 การวัดทางจิตวิทยาสังคม ต่อมา นิตยา รัตนพิชิต (2533) ได้นำไปหาคุณภาพของมาตรด้านความตรงและความเที่ยง ซึ่งได้มาตรที่มีคุณภาพจำนวน 40 ข้อ

2.2 ภาพโฆษณาสินค้า (โทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม) ที่ประกอบด้วยตัวแปรแหล่ง และคุณภาพของข้อโต้แย้งที่ต่างกัน 4 ลักษณะ ดังนี้

- ภาพโฆษณาที่มีนางแบบดึงดูด และข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก
- ภาพโฆษณาที่มีนางแบบดึงดูด และข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก
- ภาพโฆษณาที่มีนางแบบเป็นผู้เชี่ยวชาญ และข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก
- ภาพโฆษณาที่มีนางแบบเป็นผู้เชี่ยวชาญ และข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก

ซึ่งนางแบบทั้งที่มีลักษณะดึงดูด และที่มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญนั้นจะใช้นางแบบในแต่ละลักษณะลักษณะละ 2 คน

2.3 มาตรการประเมินสินค้า (โทรศัพท์มือถือ ระบบดิจิตอล จีเอสเอ็ม)

2.4 มาตรการประเมินคุณภาพของข้อโต้แย้ง และการประเมินลักษณะความดึงดูดหรือความเชี่ยวชาญของตัวแปรแหล่ง (นำมาใช้ในการตรวจสอบคุณภาพข้อโต้แย้ง ลักษณะความดึงดูดของแหล่ง และความเชี่ยวชาญของแหล่ง)

2.5 มาตรการประเมินการใช้ภาษาในการโฆษณา (นำมาใช้เป็นงานที่แทรกให้กลุ่มตัวอย่างทำ เพื่อจะได้ไม่รู้จักประสงค์ที่แท้จริงของการวิจัย)



## คำจำกัดความ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในความหมายของคำต่างๆที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอคำจำกัดความของคำบางคำไว้ ดังนี้

1. การกำกับการแสดงออกของตน หมายถึง การสังเกต การกำหนด และการควบคุมการแสดงตนในที่สาธารณะ ในสถานการณ์ทางสังคม และในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อให้แสดงออกได้อย่างเหมาะสม

2. มาตรฐานการกำกับการแสดงออกของตน หมายถึง มาตรฐานการกำกับการแสดงออกของตนที่สร้าง และพัฒนาขึ้นตามแนวทฤษฎีการกำกับแสดงออกของตนของ Mark Snyder (1985) ในที่นี้มีจำนวน 40 ข้อ ตามการพัฒนาและหาคุณภาพโดย นิตยา รัตนพิชิต (2533)

3. ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง หมายถึง บุคคลที่มีความรู้สึกไวต่อสถานการณ์ทางสังคม และใช้สถานการณ์ทางสังคมเป็นสิ่งชี้แนะ เพื่อที่จะได้แสดงพฤติกรรมทางสังคมได้อย่างเหมาะสม และสังเกตสภาพแวดล้อมเพื่อเป็นเสมือนแนวทางในการกำกับ กำหนด และควบคุมการแสดงออกทั้งทางวาจา และทางกริยาท่าทาง ความเหมาะสมของพฤติกรรมที่บุคคลพวกนี้จะกระทำขึ้นกับสถานการณ์ทางสังคม

ในการวิจัยนี้ กลุ่มที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูง หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนจากมาตรฐานการกำกับแสดงออกของตนอยู่ในกลุ่มที่มีคะแนนสูง ร้อยละ 27 ของผู้ตอบทั้งหมด

4. ผู้ที่มีการกำกับแสดงออกของตนต่ำ หมายถึง บุคคลที่มีความสนใจต่อข้อมูลทางสังคมน้อยในเรื่องที่เกี่ยวกับการแสดงตนให้มีความเหมาะสมตามสถานการณ์ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลพวกนี้ถูกควบคุมโดยเจตคติ อารมณ์ และค่านิยมภายในมากกว่าที่จะฝึกฝน และปรับปรุงการแสดงตนให้เหมาะสมกับสถานการณ์ทางสังคม พฤติกรรมของบุคคลพวกนี้ค่อนข้างคงที่ และแสดงความคิดเห็นความรู้สึกของตนออกมา แม้ว่าจะตรงกันข้ามกับสภาพแวดล้อมทางสังคมก็ตาม

ในการวิจัยนี้ กลุ่มที่มีการกำกับแสดงออกของตนต่ำ หมายถึง ผู้ที่มีคะแนนจากมาตรฐานการกำกับแสดงออกของตนอยู่ในกลุ่มที่มีคะแนนต่ำ ร้อยละ 27 ของผู้ตอบทั้งหมด

5. ตัวแปรแหล่ง หมายถึง แหล่งที่เป็นผู้บอกกล่าวสารในการโน้มน้าวใจ ในการวิจัยเรื่องนี้ได้แบ่งเป็น

แหล่งที่มีความดึงดูด หมายถึง แหล่งที่เป็นผู้บอกกล่าวสารในการโน้มน้าวใจนั้นมีลักษณะที่มีความดึงดูด เช่น มีความสวยงาม หรือมีความหล่อที่ทำให้ผู้รับสารพอใจ

แหล่งที่มีความเชี่ยวชาญ หมายถึง แหล่งที่เป็นผู้บอกกล่าวสารในการโน้มน้าวใจนั้นมีลักษณะที่มีความเชี่ยวชาญ ที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือได้

6. คุณภาพของข้อโต้แย้ง หมายถึง ข้อความที่เป็นสารที่ใช้ในการโน้มน้าวใจ ในการวิจัยเรื่องนี้ได้แบ่งเป็น

ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก หมายถึง ข้อความที่มีเหตุผล มีการแสดงหลักฐานสนับสนุนด้วย



ข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก หมายถึง ข้อความที่ไม่ค่อยสมเหตุสมผล และไม่มีการแสดงหลักฐานมาสนับสนุน

### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

1. การกำกับการแสดงออกของตน ซึ่งแบ่งเป็น
  - 1.1 การกำกับการแสดงออกของตนสูง
  - 1.2 การกำกับการแสดงออกของตนต่ำ
2. ตัวแปรแหล่ง ซึ่งแบ่งเป็น
  - 2.1 แหล่งที่มีความดึงดูด
  - 2.2 แหล่งที่มีความเชี่ยวชาญ
3. คุณภาพของข้อโต้แย้ง ซึ่งแบ่งเป็น
  - 3.1 ข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก
  - 3.2 ข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก



ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้คือ คะแนนเจตคติในการประเมินสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งวัดได้จากมาตรจำแนกความหมาย (สินค้าในที่นี้ คือ โทรศัพท์มือถือ ระบบ ดิจิตอล จีเอสเอ็ม)

### สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงมีเจตคติทางบวกต่อสินค้า เมื่อโฆษณา มีแหล่งที่ดึงดูดและมีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก มากกว่าเมื่อโฆษณามีแหล่งที่ดึงดูดและมีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก
2. ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนสูงมีเจตคติต่อสินค้าไม่แตกต่างกันเมื่อโฆษณามีแหล่งที่เชี่ยวชาญและมีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก กับโฆษณามีแหล่งที่เชี่ยวชาญและมีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก
3. ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำมีเจตคติทางบวกต่อสินค้า เมื่อโฆษณามีแหล่งที่เชี่ยวชาญและมีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก มากกว่าเมื่อโฆษณามีแหล่งที่เชี่ยวชาญและมีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก
4. ผู้ที่มีการกำกับการแสดงออกของตนต่ำมีเจตคติต่อสินค้าไม่แตกต่างกันเมื่อโฆษณามีแหล่งที่ดึงดูดและมีข้อโต้แย้งที่มีน้ำหนัก กับโฆษณามีแหล่งที่ดึงดูดและมีข้อโต้แย้งที่ไม่มีน้ำหนัก



**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อที่จะได้ทราบถึงอิทธิพลของการกำกับ การแสดงออกของตน ตัวแปรแหล่ง และคุณภาพของข้อโต้แย้งที่มีต่อการประเมินสินค้า
2. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยอาจจะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อการโฆษณา หรืออาจจะนำเอาความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับการเปลี่ยนเจตคติในด้านต่างๆ ได้



ศูนย์วิทยพัธพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย