วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 23 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน 2562)

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

[วรทัย , พีระ หน้า 284-298]

ถอดรหัสกล่องดำผู้บริโภค: มุมมองเชิงเปรียบเทียบกระบวนการแปลผลข้อมูล ELM, SHM และ SJT

Decoding Consumer's Black Box: A Comparative Perspective on Information Processing Process ELM, SHM and SJT

วรทัย ราวินิจ* *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

พีระ ศรีประพันธ์** *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

Worathai Ravinij. *College of Communication Arts. Rangsit University.*

Peera Sriprapan. *Sport Institution, Rangsit University.*

Email: peeraku47@hotmail.com

บทคัดย่อ

การทำความเข้าใจผู้บริโภคในฐานะผู้รับสารมีการศึกษามาอย่างยาวนานจนเกิดเป็นแนวคิด ทฤษฎีมากมายเพื่ออธิบายพฤติกรรมการตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่างๆที่เปิดรับเข้ามา แต่หากต้องการเข้าใจไปถึงกระบวนการประมวลผลข้อมูลข่าวสารอันเป็นกลไกที่อยู่ภายในสมองของบุคคลแล้ว อาจต้องอาศัยการอธิบายด้วยกลุ่มทฤษฎีที่เรียกว่า Information Processing Theory Approach ซึ่งมีพื้นฐานมากจากศาสตร์ทางด้านจิตวิทยา บทความชิ้นได้รวบรวมและเปรียบเทียบ 3 ทฤษฎีในกลุ่มดังกล่าวประกอบด้วย ELM, SHM และ SJT เพื่อทำความเข้าใจผู้บริโภคในฐานะผู้รับสารอย่างลึกซึ้งและสามารถใช้เป็นแนวทางในการออกแบบพัฒนาเนื้อหาสารทั้งในเชิงพาณิชย์และในเชิงพัฒนาสังคมด้านต่างๆให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ผู้บริโภค, ผู้รับสาร

---

* วรทัย ราวินิจ (ดร.) : อาจารย์ประจำ สาขาวิชาสื่อสารการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

** พีระ ศรีประพันธ์ (ดร.) : อาจารย์ประจำสถาบันกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต

Abstract

Understanding consumer as an audience has been studied for a long time and born into a lot of theory that try to explain behavioral response to stimuli. To understand the process of information processing, which is a brain mechanism, we need to explore through a group of theory called Information Processing Theory Approach, grounded from Psychology. This article gather, analysis and compare three theories including ELM, SHM and SJT, aimed to understand consumer as an audience deeply. This can be uses as a content design's guideline for effective commercial message or social development message.

Keywords : consumer, audience

บทนำ

ชีวิตประจำวันของมนุษย์เราทุกวันนี้เต็มไปด้วยกิจกรรมเกี่ยวกับการเปลี่ยนทัศนคติ ตั้งแต่ตื่นขึ้นมาในตอนเช้า ได้ยินโฆษณาสินค้าจากวิทยุ ซึ่งมุ่งสร้างทัศนคติให้ผู้ฟังนิยมในตัวสินค้า อ่านหนังพิมพ์ นิตยสารก็จะพบโฆษณาแทรกเข้ามา เดินทางไปยังสถานที่ต่างๆก็จะเห็นป้ายโฆษณาตามถนนหนทาง หรือการดูรายการโทรทัศน์ยิ่งเห็นได้ชัดถึงอิทธิพลของการใช้สารที่สื่อความหมายออกมาเพื่อเปลี่ยนทัศนคติของผู้ชม โดยเฉพาะเมื่อข้อมูลต่างๆเหล่านี้สามารถเข้าถึงได้ผ่านอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน อย่างไรก็ตาม สารที่ส่งออกมาจะมีประสิทธิผลต่อผู้รับสารหรือไม่เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ทั้งในด้านสถานการณ์และความแตกต่างระหว่างบุคคล จึงมีนักวิชาการมากมายที่พยายามค้นคว้าหาคำตอบเกี่ยวกับการตอบสนองต่อสารและพฤติกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นของมนุษย์เพื่อประโยชน์ในการทำความเข้าใจและพัฒนาสารให้สามารถโน้มน้าวทัศนคติของผู้รับให้เป็นไปในเชิงบวกต่อไป ซึ่งก่อให้เกิดทฤษฎีขึ้นมากมายที่อธิบายถึงกระบวนการภายในของปัจเจกบุคคลในการรับรู้ ตีความ ประเมินหรือตัดสินเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารต่างๆที่ได้รับ

ทฤษฎีแนวโน้มการคิดขยายรายละเอียด (Elaboration Likelihood Model: ELM) ทฤษฎีการประมวลผลอย่างง่ายและการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Heuristic-Systematic Model: HSM) และทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน (Social Judgment/Involvement Theory: SJT) ต่างก็เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงผลของการสื่อสารที่มีต่อผู้รับสาร โดยอาศัยหลักเชิงจิตวิทยาสังคมในการอธิบาย ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการเปรียบเทียบมุมมองความเหมือนและความแตกต่างของแต่ละทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายกลไกการแปรรูปข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารและปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง จะขอกล่าวถึงรายละเอียดในแต่ละทฤษฎีโดยสังเขปดังนี้

1. ทฤษฎีแนวโน้มการคิดขยายรายละเอียด (Elaboration Likelihood Model: ELM)

ELM เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นจากการรวบรวมและศึกษาหาข้อสรุปจากแนวคิดของทฤษฎีต่างๆ ที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างลึกซึ้ง โดยนักจิตวิทยาสังคมชื่อ Richard Petty และ John Cacioppo ซึ่งเชื่อว่า มนุษย์จะมีกลไกบางอย่างอยู่ภายในสมองที่มีส่วนในการแปรรูปหรือประมวลผลข้อมูล (process) เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว และก่อให้เกิดพฤติกรรม โดยกระบวนการแปรรูปข้อมูลข่าวสาร (information processing) ซึ่งทำหน้าที่ในการพิจารณาตัดสินใจและแก้ปัญหาจะมี 2 รูปแบบที่

แตกต่างกันคือ เส้นทางหลัก (central route) และเส้นทางรอง (peripheral route) เนื่องจากในชีวิตประจำวันของมนุษย์มีเหตุการณ์เรื่องราวต่างๆ มากมายผ่านเข้ามาในสมอง บุคคลจึงไม่สามารถที่จะพิจารณาทุกสิ่งทุกอย่างอย่างละเอียดถี่ถ้วน ต้องอาศัยสิ่งชี้แนะ (cue) อื่นๆ ในสภาพแวดล้อมเข้ามามีส่วนช่วยในการคิดตัดสินใจ เช่น ความดึงดูดใจ (attractiveness) ความน่าเชื่อถือของผู้พูด (source credibility) เป็นต้น เพื่อจัดลำดับความสำคัญสิ่งที่เห็นว่า สิ่งใดมีประโยชน์ มีความน่าสนใจ หรือเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตมากกว่ากัน

1.1 เส้นทางหลัก (Central route)

มองการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่าเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้พิจารณาเหตุผล ไตร่ตรองหาข้อดีจากข้อมูลในเรื่องที่ตนเองสนใจโดยละเอียดแล้ว กล่าวคือ ผู้รับสารจะต้องพยายามทำความเข้าใจเนื้อหาของข้อโต้แย้งต่างๆ ในสารและไตร่ตรองพิจารณาข้อที่สนับสนุนหรือข้อหักล้างในเนื้อหาสาร ซึ่งการประมวลสารในเส้นทางหลักนี้จะต้องใช้ความพยายามในการให้ความสนใจกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสารและข้อมูลที่เชื่อมโยงกับความรู้เก่าที่เก็บอยู่ในความทรงจำ (เช่น สารนั้นมีความสอดคล้องกับความเป็นจริงอื่นๆ ที่บุคคลรู้อยู่แล้วหรือไม่) จากนั้นจึงขยายข้อมูลที่เกี่ยวข้องใหม่ๆ นี้เข้าไปในความคิด (เช่น สิ่งนี้มีความสำคัญต่อชีวิตอย่างไร) (Petty et al., 1984)

1.2 เส้นทางรอง (Peripheral route)

เน้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ได้ผ่านการพิจารณาเหตุผล คิดถึงข้อดีข้อเสียของข้อมูลในเรื่องนั้นๆ เหมือนเส้นทางหลัก เมื่อไม่ได้เน้นที่การคิดพิจารณาสาร จึงมักได้รับอิทธิพลจากสิ่งชี้แนะ (Peripheral cues) อื่นๆ โดยตัวแปรที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนทัศนคติในเส้นทางรอง ประกอบด้วยสิ่งชี้แนะที่อยู่ในสาร การบิดเบือนที่เกิดขึ้นในการรับรู้เนื้อหาสาร สิ่งที่เข้ามาสอดแทรกการประมวลสาร หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นการได้รับรางวัลหรือถูกลงโทษ รวมถึงประสบการณ์ด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสิ่งนั้นๆ (Petty et all, 1984)

1.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการคิดขยายรายละเอียด

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของแต่ละบุคคล จะเป็นไปตามเส้นทางแบบใดนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ และปัจจัยด้านความสามารถในการประมวลสาร โดยการคิดขยายรายละเอียดนั้นจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อบุคคลมีทั้งแรงจูงใจและความสามารถในการประมวลสาร กล่าวคือ การคิดขยายรายละเอียดจะไม่เกิดขึ้น หากผู้รับสารมีเพียงแรงจูงใจในการคิดเกี่ยวกับประเด็นในเรื่องนั้นๆ แต่ไม่สามารถหรือไม่มีความสามารถที่จะทำเช่นนั้น ในทำนองเดียวกัน หากผู้รับสารสามารถหรือมีความสามารถในการคิดขยายรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นในเรื่องนั้นๆ แต่ไม่มีแรงจูงใจ การคิดขยายรายละเอียดก็จะไม่เกิดขึ้นเช่นกัน

1.3.1 ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการคิดขยายรายละเอียด ประกอบด้วยความรู้สึกเกี่ยวพันของผู้รับสาร (Receiver Involvement) ความหลากหลายของแหล่งสารและข้อโต้แย้ง (Multiple Sources with Multiple Argument) และความต้องการใฝ่รู้ (Need for Cognition)

- ความรู้สึกเกี่ยวพันของผู้รับสาร (Receiver Involvement) คือขอบเขตที่เนื้อหาหรือประเด็นในเรื่องหนึ่งๆ ได้รับการพิจารณาว่ามีความสำคัญต่อบุคคล (Petty & Cacioppo, 1986) กล่าวคือ เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับตัวตน (Self) และส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้รับสาร เช่น ส่งผลกระทบต่อวิถีการดำรงชีวิต การคิด การกระทำ หรือเป็นเรื่องที่บุคคลตระหนักว่าเป็นความรับผิดชอบของตน เป็นต้น เมื่อประเด็นหรือเรื่องราวที่สารนำเสนอ ก่อให้เกิดความรู้สึกเกี่ยวพันกับผู้รับสารเพิ่มมากขึ้น แรงจูงใจในการคิดขยายรายละเอียดเกี่ยวกับ

ประเด็นหรือเรื่องราวนั้นก็จะเพิ่มขึ้นด้วย

- ความหลากหลายของแหล่งสารและข้อโต้แย้ง (Multiple Sources with Multiple Argument) เมื่อมีการนำเสนอสารในการโน้มน้าวใจจากแหล่งสารหลายๆ แหล่ง ซึ่งทำให้ประเด็นข้อโต้แย้งมีหลากหลายมากยิ่งขึ้น จะส่งผลให้ผู้รับสารมีแรงจูงใจในการคิดขยายรายละเอียดเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม แหล่งสารเหล่านี้ ต้องมีความเป็นอิสระต่อกัน จึงจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มแรงจูงใจ หากแหล่งสารถูกมองว่ามาจากที่เดียวกัน หรือสมรู้ร่วมคิดกัน แม้ว่าจะมีประเด็นข้อโต้แย้งที่หลากหลายมากขึ้น แต่ก็จะไม่สามารถเพิ่มแรงจูงใจของผู้รับสารได้ (O' Keefe, 2010)

- ความต้องการใฝ่รู้ (Need for Cognition) คือแนวโน้มที่บุคคลจะทำกิจกรรมที่ต้องใช้ความคิด โดยบุคคลที่มีความต้องการใฝ่รู้สูงนั้นเป็นผู้ที่มีแรงจูงใจในการคิดวิเคราะห์ กระตือรือร้นที่จะค้นพบความคิดใหม่ๆ คิดสิ่งต่างๆ โดยการใช้ปัญญา รู้จักเก็บข้อมูลจากสิ่งรอบตัว มักใช้ความพยายามในการเสาะแสวงหาข้อมูล เหตุผล และแก้ปัญหาเพื่อจัดการกับสถานการณ์ (Cacioppo, Petty, & Morris, 1983) นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จะคิดพิจารณาสิ่งต่างๆ อย่างเป็นระบบ ในขณะที่บุคคลที่มีความต้องการใฝ่รู้ต่ำนั้นเป็นผู้ที่มีแรงจูงใจในการคิดขยายรายละเอียดน้อยกว่า มักหลีกเลี่ยงงานที่ต้องใช้ความคิด และไม่ชอบใช้ปัญญามากนัก จะใช้สิ่งชี้แนะหรือใช้กระบวนการอ้างอิงทางสังคมในการพิจารณาตัดสินเรื่องราวต่างๆ เช่น ความเชี่ยวชาญของแหล่งสาร จำนวนของข้อโต้แย้ง หรือความน่าดึงดูดใจของภาพประกอบ เป็นต้น

1.3.2 ปัจจัยด้านความสามารถในการคิดขยายรายละเอียด ประกอบด้วยสิ่งหันเหความสนใจ (Distraction) ความรู้ดั้งเดิม (Prior Knowledge) การนำเสนอสารซ้ำ (Message Repetition)

- สิ่งหันเหความสนใจ (Distraction) ทำให้ผู้รับสารมีการครุ่นคิดขยายรายละเอียดในเนื้อหาสารอย่างละเอียดได้น้อยลง สิ่งหันเหเหล่านี้ ได้แก่ เสียบรบกวน การจำกัดเวลา การให้ผู้รับสารประเมินบุคลิกภาพของผู้พูดไปด้วยในขณะรับฟังหรือประเมินข้อโต้แย้ง เป็นต้น สิ่งหันเหจะทำให้ผู้รับสารไม่สามารถใช้สมองไตร่ตรองสารจนละเอียดถี่ถ้วน ทำให้ไม่สามารถคิดได้อย่างได้อย่างลึกซึ้ง

- ความรู้ดั้งเดิม (Prior Knowledge) ผู้รับสารที่มีความรู้ดั้งเดิมเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ในสารไม่มากหรือไม่ลึกซึ้งนัก ย่อมไม่สามารถที่จะคิดใคร่ครวญหรือคิดขยายรายละเอียดได้มากเท่ากับผู้ที่มีความรู้ดั้งเดิมในประเด็นนั้นดี จึงถูกโน้มน้าวหรือไม่ถูกโน้มน้าวได้มากกว่า

- การนำเสนอสารซ้ำ (Message Repetition) เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลสามารถพิจารณาสารได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเมื่อสารนั้นเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อนยากแก่การทำความเข้าใจ หากได้พิจารณาเพียงครั้งเดียว

ทั้งนี้ บุคคลจะประมวลผลสารที่ได้รับได้ในหลายวิธีการ บางครั้งก็ประมวลในลักษณะการคิดขยายรายละเอียดด้วยการคิดวิเคราะห์อย่างลึกซึ้ง ขณะที่บางครั้งใช้การประมวลอย่างง่ายจากสิ่งชี้แนะอื่นๆเมื่อไรก็ตามที่คนเราใช้เส้นทางหลักในการพิจารณาสิ่งต่างๆ จนมีผลทำให้ทัศนคติเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมแล้ว โอกาสการเกิดผลด้านพฤติกรรมที่สอดคล้องกับทัศนคตินั้นจะมีมากขึ้น ในทางกลับกัน ถ้าเป็นการใช้เส้นทางรอบๆ ผลด้านทัศนคติอาจเกิดขึ้นชั่วครั้งชั่วคราวและมีผลต่อพฤติกรรมน้อยกว่า (พีระ จิรโสภณ, 2557)

2. ทฤษฎีการประมวลผลอย่างง่ายและอย่างเป็นระบบ (Heuristic-Systematic Model: HSM)

ทฤษฎีการประมวลผลอย่างง่ายและอย่างเป็นระบบ (HSM) เป็นทฤษฎีที่ถูกพัฒนาขึ้นโดย Shelly Chaiken และคณะ ซึ่งสนใจศึกษาในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่า มนุษย์มีกระบวนการประมวลผลหรือแปรรูปคุณลักษณะของสารในการโน้มน้าวใจได้อย่างไร โดยเชื่อว่ามีกลไกบางอย่างอยู่ในสมองของ

มนุษย์ที่ใช้ประมวลหรือแปรรูป (process) สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว และแม้ว่ามนุษย์จะสามารถคิดขยายรายละเอียด (elaborate) ในเนื้อหาของสารเพื่อการโน้มน้าวใจอย่างระมัดระวัง แต่มนุษย์ก็ยังคงใช้การประมวลหรือแปรรูปสารอย่างง่าย โดยเอาใจใส่กับเพียงสิ่งชี้แนะอื่นๆ ที่เกี่ยวกับสาร ซึ่งเรียกว่า economy-minded จึงนำไปสู่รูปแบบพื้นฐานในการแปรรูปข้อมูลข่าวสาร (information processing) เพื่อการตัดสินใจและแก้ปัญหา 2 รูปแบบ คือ กระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Systematic Processing) และกระบวนการประมวลผลอย่างง่าย (Heuristic Processing)

2.1 กระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Systematic Processing)

เป็นการประมวลผลโดยการวิเคราะห์ พินิจพิจารณาตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินในเรื่องนั้นๆ อย่างละเอียดถี่ถ้วนของผู้รับสาร ซึ่งเป็นการประเมินคุณค่าของเนื้อหาที่แท้จริงและประเด็นต่างๆ ต้องใช้ทั้งความสามารถ (capacity) และแรงจูงใจ (motivation) ทั้งนี้บางครั้งกระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบนี้อาจมีอคติหรือความลำเอียงได้

2.2 กระบวนการประมวลผลอย่างง่าย (Heuristic Processing)

เป็นการประมวลผลที่ต้องการความพยายามในด้านการรู้การคิด (cognitive effort) และแหล่งข้อมูลด้านการรู้การคิด (cognitive resource) น้อยกว่าการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (systematic processing) เมื่อการประมวลผลเป็นไปอย่างง่าย (Heuristically) บุคคลจะมองและเน้นสิ่งอื่นๆ ที่หาได้ง่ายจากข้อมูลที่มีอยู่ ซึ่งทำให้สามารถใช้กฎการตัดสินใจอย่างง่าย (simple decision) ในการสร้างทัศนคติและการตัดสินใจ เช่น คำพูดของผู้เชี่ยวชาญสามารถเชื่อถือได้ (experts' statements can be trusted) หรือความตกลงร่วมกันแสดงให้เห็นถึงความถูกต้อง (consensus implies correctness) เป็นต้น จากโมเดลนี้วิธีการคิดอย่างง่ายๆ (heuristics) เรียนรู้มาจากพื้นฐานการสังเกตและประสบการณ์ในอดีตของบุคคล และถูกเก็บอยู่ในความทรงจำเช่นเดียวกับโครงสร้างความรู้ (knowledge structure) ประเภทอื่นๆ ซึ่งจะถูกกระตุ้นและนำมาใช้ได้จากหลักการของ (1) ความพร้อมใช้งาน (availability) คือการที่บุคคลมีโครงสร้างทางความรู้ (Knowledge Structure) เกี่ยวกับประเด็นหรือเรื่องนั้นๆ จัดเก็บไว้ในความทรงจำหรือไม่ (2) ความสามารถในการเข้าถึง (accessibility) คือการที่ความรู้ (knowledge) เกี่ยวกับเรื่องต่างๆที่ถูกเก็บไว้ในความทรงจำนั้น สามารถถูกกระตุ้นให้นำกลับมาใช้ได้หรือพร้อมสำหรับการใช้งาน และ (3) ความเหมาะสมในการนำไปประยุกต์ใช้ (applicability) คือความสัมพันธ์หรือความเหมาะสมของความรู้ที่ถูกเก็บไว้ (stored knowledge) ที่มีต่อกิจกรรมการตัดสินใจ

2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการประมวลผล (Processing Mode)

กระบวนการประมวลผลข้อมูลของบุคคลจะเป็นไปในลักษณะใดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 2 ประการ อันได้แก่ ปัจจัยด้านการรู้การคิด (Cognitive Determinants) และปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivational Determinants)

2.3.1 ปัจจัยด้านการรู้การคิด (Cognitive Determinants) มีพื้นฐานมาจากสมมติฐานเกี่ยวกับความสามารถ (ability) ของผู้รับสาร โดยกระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบนั้นต้องการความสามารถทางการรู้การคิดค่อนข้างมาก ในขณะที่กระบวนการประมวลผลอย่างง่ายจะต้องการน้อยกว่า อีกนัยหนึ่งคือ การประมวลผลอย่างเป็นระบบ (systematic processing) จะถูกจำกัด (constrained) หรือถูกรบกวน (disrupted) ได้มากกว่าการประมวลผลอย่างง่าย (heuristic processing) จากปัจจัยด้านความแตกต่างของสถานการณ์และตัวบุคคลที่จะลดความสามารถในการประมวลผลข้อมูลอย่างละเอียดและเป็นระบบ ตัวอย่างเช่น ความกดดันทางเวลา (time pressure) จะเป็นตัวจำกัดระดับหรือปริมาณในการประมวลผลอย่างละเอียดเป็นระบบของผู้รับสาร ในขณะที่ความรู้เดิม (prior knowledge) เกี่ยวกับหัวข้อสารที่ได้รับจะ

ช่วยให้การประมวลผลนั้นง่ายขึ้น

2.3.2 ปัจจัยด้านแรงจูงใจ (Motivational Determinants) Chaiken และ Trope (1999) ได้นำเสนอแรงจูงใจ (motivation) 3 ประเภท ในทฤษฎีการประมวลผลอย่างง่ายและการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (HSM) ดังนี้คือ

- Accuracy Motivation เป็นแรงจูงใจที่จะมีทัศนคติที่ถูกต้อง เมื่อแรงจูงใจมีระดับต่ำ การตัดสินที่เกี่ยวพันกับข้อมูลข่าวสาร (judgment-relevant information) จะน้อย หรืออีกนัยหนึ่งคือ เมื่อความสามารถทางการรู้การคิด (cognitive capacity) จะถูกจำกัด ผู้รับสารจะใช้สิ่งชี้แนะอื่นๆ (cues) ที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดในการทำให้บรรลุเป้าหมายด้านความถูกต้องแม่นยำ (accuracy) เช่น ความยาวของสารแสดงให้เห็นถึงความหนักแน่นของเนื้อหา เป็นต้น เมื่อมีระดับของแรงจูงใจสูง และมีความสามารถทางการรู้การคิดอย่างพอเพียง ผู้รับสารจะใช้รูปแบบการประมวลสารอย่างเป็นระบบ (systematic forms) กล่าวคือ ความถูกต้องแม่นยำ (accuracy) จะเป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (systematic processing) ซึ่งบางครั้งอาจมีความลำเอียงหรืออคติจากปัจจัยทางการรู้การคิด (cognitive factors) เช่น ความรู้เดิม (prior knowledge) หรือจากความคาดหมายเกี่ยวกับความเชื่อมั่นที่เกิดขึ้นโดยการประมวลผลอย่างง่าย (heuristic processing) เป็นต้น

- Defense Motivation เป็นแรงจูงใจในการปกป้องตนเอง หมายถึงความปรารถนาในการยึดถือทัศนคติและความเชื่อที่สอดคล้องกลมกลืนกับความสนใจในเนื้อหาที่สารที่ได้รับ ทั้งนี้วัตถุประสงค์ของแรงจูงใจในการปกป้องตนเอง (defense motivation) ก็เพื่อป้องกันรักษาแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (self-concept) และทรรศนะที่เกี่ยวกับการมองโลก จึงก่อให้เกิดการเลือกสรรในการประมวลผล หรือแปรรูปข้อมูลข่าวสาร ให้เป็นไปในทิศทางจะทำให้ความต้องการปกป้องตนเองได้รับการตอบสนองอย่างดีที่สุด เมื่อระดับแรงจูงใจในการปกป้องตนเองสูง และแหล่งข้อมูลทางการรู้การคิด (cognitive resources) มีเพียงพอ จะสามารถนำไปสู่ประบวนการประมวลผลข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบ (systematic processing) ซึ่งเป็นไปได้ว่า ความพยายามในการพินิจพิจารณาสารอย่างละเอียดเป็นระบบนี้ จะมีอคติหรือความลำเอียง ดังนั้น ข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อเดิมของบุคคล (congruent information) มักจะถูกประเมินและตัดสินในทางบวกหรือนิยมชมชอบมากกว่าข้อมูลข่าวสารที่ไม่สอดคล้อง (incongruent information) อีกทั้งข้อมูลข่าวสารที่ไม่สอดคล้องนั้น ยังอาจถูกพินิจพิจารณาอย่างละเอียดเป็นระบบมากขึ้น ด้วยการผลักดันของแรงจูงใจในการปกป้องตนเอง (defense motivation) เพื่อพยายามทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ไม่สอดคล้องนั้นเสื่อมค่าหรือเสื่อมความเชื่อมั่นลง

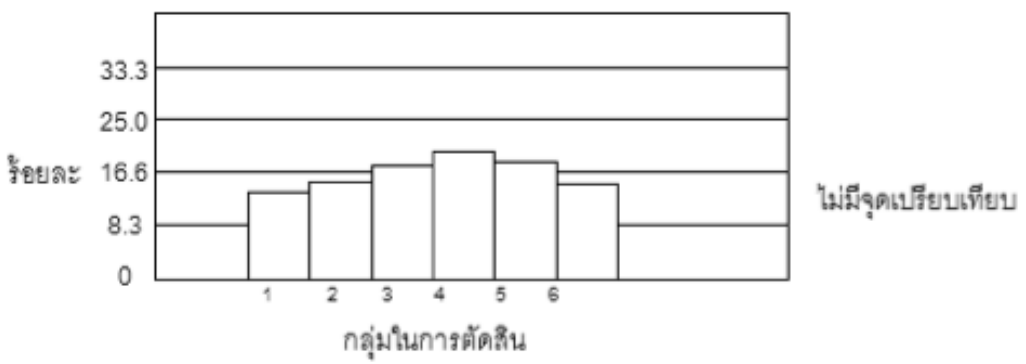
- Impression Motivation เป็นแรงจูงใจในการทำให้เกิดความประทับใจ หมายถึง ความปรารถนาในการยึดถือทัศนคติและความเชื่อที่จะตอบสนองความพึงพอใจเกี่ยวกับเป้าหมายทางสังคม ณ ปัจจุบัน ดังนั้น แรงจูงใจในการทำให้เกิดความประทับใจจะก่อให้เกิดการพิจารณาผลที่ตามมาจากการแสดงออกถึงการตัดสิน (judgment) อย่างใดอย่างหนึ่งภายในบริบททางสังคม ทั้งนี้ ในการประมวลผลอย่างง่าย (heuristic processing) บุคคลจะใช้สิ่งชี้แนะอื่นๆ เช่น ความคิดเห็นที่เป็นกลาง จะช่วยลดความคิดเห็นที่ขัดแย้งได้ อาจถูกนำมาประยุกต์ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการปฏิสัมพันธ์อย่างราบรื่นกับบุคคลที่เราไม่รู้มุมมองหรือทรรศนะของเขามาก่อน ในทางตรงกันข้าม หากเป็นผู้ที่เรารู้ถึงความคิดเห็นในระดับหนึ่งแล้ว สิ่งชี้แนะ เช่น เห็นด้วย เพื่อให้เข้ากันได้ (go along to get along) จะถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์เดียวกัน ส่วนในกรณีที่แหล่งข้อมูลทางการรู้การคิด (cognitive resource) มีเพียงพอและระดับของแรงจูงใจในการทำให้เกิดความประทับใจมีสูง บุคคลอาจจะใช้ความพยายามมากขึ้นในการประมวลผลข้อมูลข่าวสาร แต่ก็เป็นไปอย่างมีอคติหรือลำเอียง (bias)

3. ทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน (Social Judgment – Involvement Theory)

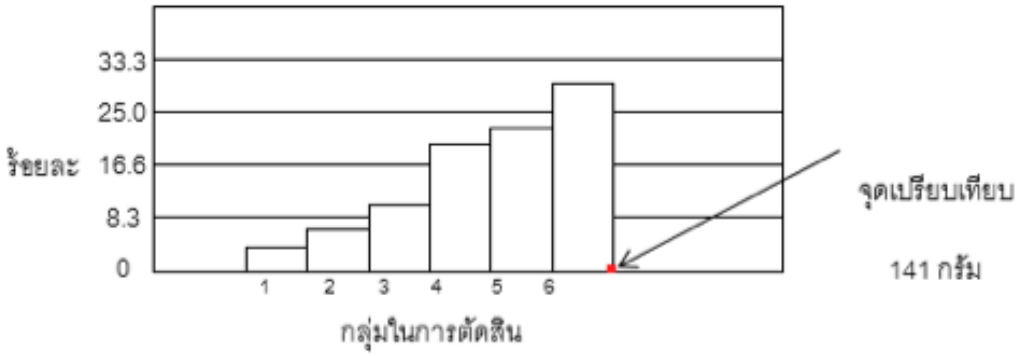
ทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน (Social Judgment – Involvement Theory) เป็นทฤษฎีที่ถูกพัฒนาขึ้นโดย Muzafer Sherif และคณะ ซึ่งมีชื่อเรียกอื่นๆอีกเช่น ทฤษฎีความกลมกลืนและความตรงกันข้าม (Assimilation – Contrast Theory) หรือทฤษฎีการตัดสินทางสังคม (Social Judgment Theory) โดยมีความเชื่อเบื้องต้น (basic assumption) คือ มนุษย์จะมีกลไกบางอย่างอยู่ภายในสมองที่มีส่วนในการแปรรูปหรือประมวลผลข้อมูล (process) เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว ซึ่งก่อให้เกิดการตัดสินใจและพฤติกรรม

ทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน มีที่มาจากข้อค้นพบจากการทดลองในเชิงจิตวิทยาเกี่ยวกับการตัดสินใจของ Sherif และคณะ ซึ่งมีแนวคิดว่า มนุษย์มีการรับรู้และตัดสินสิ่งเร้าทางกายภาพ (Physical stimuli) เช่น น้ำหนัก เสียง และแสง เป็นต้น ในทำนองเดียวกันมนุษย์ก็สามารถตัดสินและเปรียบเทียบสิ่งเร้าทางสังคม (Social stimuli) ให้มีความหมายได้ เช่น ความชอบว่าชอบน้อยไปจนถึงชอบมาก หรือมุมมองทางการเมืองจากซ้ายสุดไปขวาสุด เป็นต้น ทั้งนี้ ในการตัดสินสิ่งเร้าทั้งทางกายภาพและทางสังคม มนุษย์จะอาศัยจุดเปรียบเทียบที่เรียกว่า จุดทอดสมอหรือจุดอ้างอิงภายในตนเอง (Anchor points) และในกระบวนการแปรรูปข้อมูลข่าวสาร (Information processing) เพื่อตัดสินใจนี้อาจเกิดการบิดเบือน (Distortion) ได้ใน 2 ลักษณะคือ ความกลมกลืน (Assimilation) และความตรงกันข้าม (Contrast)

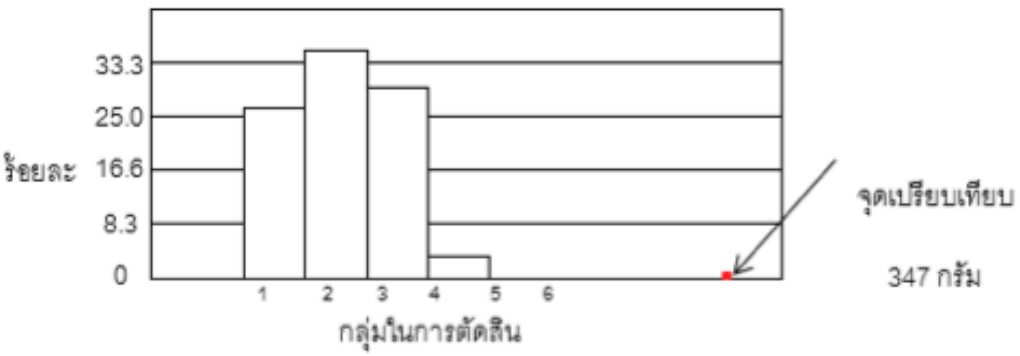
จากงานวิจัยของ Sherif และคณะ (1961) ที่ทำการศึกษาในด้านจิตวิทยาฟิสิกส์ (Psychophysics) โดยให้ผู้เข้าร่วมการทดลองคาดเดาน้ำหนักของก้อนโลหะขนาดต่างๆจำนวน 6 ก้อน ซึ่งมีน้ำหนักระหว่าง 55 ถึง 141 กรัม (ใช้มือชั่ง โดยมองไม่เห็นก้อนโลหะ) แล้วระบุน้ำหนักออกมาเป็นตัวเลขจาก 1 (แทนน้ำหนักที่เบาที่สุด) ถึง 6 (แทนน้ำหนักที่หนักที่สุด) การทดลองจะแบ่งออกเป็น 3 รอบ แต่ละรอบจะเสนอก้อนโลหะแต่ละขนาดจำนวน 50 ครั้ง รอบที่หนึ่งเป็นการชั่งน้ำหนักโดยไม่มีจุดเปรียบเทียบ ผลปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างระบุน้ำหนักของก้อนโลหะแต่ละก้อนมีน้ำหนักที่กระจายไปในระดับที่ใกล้เคียงกันจาก 1 ถึง 6 ดังรูปที่ 1



รอบที่สองและสาม ผู้วิจัยได้เสนอก้อนโลหะก้อนหนึ่งให้เป็นจุดเปรียบเทียบก่อนที่จะเสนอก้อนโลหะจริงให้กลุ่มตัวอย่างตัดสินแต่ละครั้งและให้ถือว่าก้อนโลหะที่ให้ชั่งเพื่อเปรียบเทียบนี้มีค่าเป็น 6 โดยในรอบที่สองโลหะที่ใช้เป็นจุดเปรียบเทียบมีน้ำหนักจริง 141 กรัม ซึ่งเท่ากับน้ำหนักของก้อนโลหะก้อนที่หนักที่สุด ผลปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินให้ก้อนโลหะต่างๆมีค่าโอนเอียงใกล้เคียงมาทาง 6 ซึ่งเป็นค่าของจุดเปรียบเทียบ ปรากฏการณ์นี้เรียกว่า ความกลมกลืน (Assimilation) ดังรูปที่ 2



ส่วนในรอบที่สาม ก้อนโลหะที่ใช้เป็นจุดเปรียบเทียบมีน้ำหนักจริง 347 กรัม ซึ่งหนักเป็น 2.46 เท่าของก้อนโลหะที่หนักที่สุด ผลการชั่งปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินให้ก้อนโลหะต่างๆ มีค่าใกล้เคียงไปทาง 1 ซึ่งเป็นค่าที่อยู่ไกลที่สุดจากจุดเปรียบเทียบ ปรากฏการณ์นี้เรียกว่า ความตรงกันข้าม (Contrast) ดังรูปที่ 3



จากการทดลองนี้ Sherif และคณะ ได้นำแนวคิดและผลที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายเกี่ยวกับทัศนคติ กล่าวคือ เมื่อบุคคลได้รับสารเพื่อการโน้มน้าวใจแล้ว จะใช้ทัศนคติของตนเองเป็นจุดทอดสมอหรือจุดอ้างอิง (Anchor point) ในการประเมินเปรียบเทียบเพื่อตัดสินจุดยืนของสาร หากสารสนับสนุนหรือมีจุดยืนใกล้เคียงกับทัศนคติที่เป็นจุดทอดสมอหรือจุดอ้างอิง (Anchor point) บุคคลจะตัดสินสารนั้นในลักษณะของความกลมกลืน (Assimilation) ซึ่งจะทำให้

(1) บุคคลเห็นว่า สารนั้นมีจุดยืนใกล้เคียงกับจุดยืนของตนเองมากกว่าที่เป็นจริง

(2) บุคคลจะประเมินสารนั้นในเชิงบวกและไม่มีความลำเอียงหรืออคติ

(3) บุคคลจะค่อนข้างมีแนวโน้มในการเปลี่ยนทัศนคติไปตามทิศทางของสารนั้น

ในทางกลับกันหากสารที่ได้รับสนับสนุนหรือมีจุดยืนแตกต่างกับทัศนคติที่เป็นจุดทอดสมอหรือจุดอ้างอิง (Anchor point) ของผู้รับสารมาก บุคคลจะตัดสินสารนั้นในลักษณะของความตรงกันข้าม (Contrast) ซึ่งจะทำให้

(1) บุคคลเห็นว่า สารนั้นมีจุดยืนแตกต่างจากจุดยืนของตนเองมากกว่าที่เป็นจริง

(2) บุคคลจะประเมินสารนั้นในเชิงลบและเกิดมีความลำเอียงหรืออคติ

(3) บุคคลมีแนวโน้มจะไม่เปลี่ยนทัศนคติหรือในบางกรณีอาจเปลี่ยนทัศนคติไปในทิศทางตรงกันข้ามกับสารนั้นที่เรียกว่า Boomerang Effect

ทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพันใช้ผู้รับสารเป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ โดยมองว่าบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันในการยอมรับหรือความอดทนต่อจุดยืนด้านความคิดเห็นและทัศนคติของผู้อื่นในเรื่องต่างๆ อีกทั้งเรื่องราวหรือประเด็นแต่ละประเด็นยังมีเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคลแต่ละคนไม่เท่ากันอีกด้วย ความแตกต่างเหล่านี้นำไปสู่แนวคิดเกี่ยวกับจุดทอดสมอหรือจุดอ้างอิง (Anchor point) ขอบเขตของการยอมรับ (Latitude of acceptance) ขอบเขตของการปฏิเสธ (Latitude of rejection) ขอบเขตของความเป็นกลาง (Latitude of noncommitment) และความรู้สึกเกี่ยวพันกับตนเอง (Ego-involvement)

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับจุดทอดสมอหรือจุดอ้างอิง (Anchor point) ขอบเขตของการยอมรับ (Latitude of acceptance) ขอบเขตของการปฏิเสธ (Latitude of rejection) และขอบเขตของความเป็นกลาง (Latitude of noncommitment)

3.1.1 จุดทอดสมอหรือจุดอ้างอิง (Anchor point) หมายถึง ความเชื่อ ทัศนคติหรือจุดยืนที่บุคคลแต่ละคนมีต่อเรื่องราวหรือประเด็นต่างๆและใช้ในการประเมินเพื่อการตัดสิน

3.1.2 ขอบเขตของการยอมรับ (Latitude of acceptance) หมายถึง ขอบเขตของสภาพที่บุคคลเต็มใจที่จะยอมรับเรื่องราวหรือประเด็นนั้นๆ ทั้งนี้ ไม่เพียงสภาพที่สามารถยอมรับได้ของบุคคลเท่านั้น แต่ยังหมายรวมไปถึงสภาพที่สามารถอดทนได้ด้วย

3.1.3 ขอบเขตของการปฏิเสธ (Latitude of rejection) หมายถึง ขอบเขตของสภาพที่บุคคลไม่สามารถยอมรับได้ ซึ่งหมายรวมไปถึงการคัดค้านด้วย

3.1.4 ขอบเขตของความเป็นกลาง (Latitude of noncommitment) หมายถึง ทุกสภาพที่ไม่ได้อยู่ภายในขอบเขตของการยอมรับและขอบเขตของการปฏิเสธ ดังนั้น บุคคลจะรู้สึกเฉยๆไม่เอนเอียงไปในทิศทางใดทั้งการยอมรับและการปฏิเสธ

3.2 ความรู้สึกเกี่ยวพันกับตนเอง (Ego-involvement)

Sherif และ Cantril (1974, อ้างถึงในธีระพร อุวรรณโณ, 2535) ให้ความหมายทัศนคติที่เกี่ยวพันกับตนเอง (ego-involved attitudes) ว่า เป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดเกี่ยวกับตนเองของบุคคล หรือที่เรียกว่า อัตตา (ego) นั่นคือความถือตนเองเป็นที่ตั้ง ทั้งยังมองทัศนคติว่าเป็นเหมือนการเชื่อมโยงกับด้านต่างๆเกี่ยวกับตัวตนของบุคคลอย่างแยกไม่ได้ รวมไปถึงการเป็นสมาชิกของกลุ่มและอัตลักษณ์ (identification) ซึ่งสัมพันธ์กับคุณค่าทางสังคมและคุณค่าส่วนบุคคล จากความเชื่อมโยงกับตนเองนี้ Sherif และ Cantril จึงเสนอว่าความรู้สึกเกี่ยวพันกับตนเอง (Ego-involvement) เป็นผลที่ตามมาจากแรงจูงใจ

ทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพันสันนิษฐานว่า ในกรณีที่เป็นเหตุการณ์ เรื่องราว หรือประเด็นที่ผู้รับสารไม่มีความรู้สึกเกี่ยวพัน การเปิดรับสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติของผู้รับสาร จะก่อให้เกิดความตึงเครียด (tension) หรือความไม่กลมกลืน (incongruity) ขึ้นเพียงเล็กน้อย การตัดสินหรือตีความสารจึงเป็นไปในลักษณะที่ขึ้นอยู่กับความจริง ค่อนข้างเที่ยงตรง ปราศจากความลำเอียง ในทางกลับกันหากเป็นกรณีเหตุการณ์ เรื่องราว หรือประเด็นนั้นๆ มีความเกี่ยวพันกับผู้รับสาร จะสามารถก่อให้เกิดความไม่สบายใจในเชิงจิตวิทยา (Psychological discomfort) ขึ้นได้มาก ดังนั้น ความรู้สึกเกี่ยวพันจะทำให้บุคคลมองว่าจุดยืนของตนเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งที่เขาเป็น (parts of what he is) และสิ่งที่อ้างว่าเป็น (what he claim to be) จึงมีแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลรู้สึกว่ามีความจำเป็นที่จะต้องรักษาและปกป้องแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (self-concept) เอาไว้ การตีความและการตัดสินเกี่ยวกับสารที่ได้รับจึงเป็นไปในลักษณะการปกป้องตนเองและเอาตนเองเป็นที่ตั้ง

ทั้งนี้ แรงจูงใจสามารถเข้ามามีผลต่อการตัดสินใจที่อธิบายโดยทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพันนี้ได้ในสองทางคือ (1) ช่วยเสริมให้อิทธิพลของจุดทอดสมอ/จุดอ้างอิงภายในตัวบุคคล (Anchor point) หรือทัศนคติที่มีอยู่ก่อนมีความหนักแน่นมากขึ้น กล่าวคือ ยิ่งมีความรู้สึกเกี่ยวพันมาก ยิ่งมีความเป็นไปได้ที่ทัศนคตินั้นจะถูกใช้เป็นจุดอ้างอิงภายใน (internal reference point) ในการตัดสินสิ่งเร้าต่างๆ และ (2) ส่งผลกระทบต่อความกว้างของขอบเขต (Latitude) ต่างๆ โดยเสนอว่า ความรู้สึกเกี่ยวพันจะส่งผลกระทบต่อขนาดที่สัมพันธ์กันระหว่างขอบเขตของการปฏิเสธ (Latitude of rejection) และขอบเขตของความเป็นกลาง (Latitude of noncommitment) กล่าวคือ ทัศนคติที่มีความเกี่ยวพันสูง จะแสดงให้เห็นถึงขอบเขตของการปฏิเสธ (Latitude of rejection) ที่ค่อนข้างกว้าง และขอบเขตของความเป็นกลาง (Latitude of noncommitment) ที่ค่อนข้างแคบ ในทางกลับกันทัศนคติที่มีความเกี่ยวพันต่ำจะแสดงให้เห็นถึงขอบเขตของความเป็นกลาง (Latitude of noncommitment) ที่ค่อนข้างกว้าง และขอบเขตของการปฏิเสธ (Latitude of rejection) ที่ค่อนข้างแคบนั่นเอง

4. มุมมองเชิงเปรียบเทียบระหว่าง ELM, SHM และ SJT

ดังที่ได้กล่าวไปตอนต้นแล้วว่าทฤษฎีแนวโน้มการคิดขยายรายละเอียด (Elaboration Likelihood Model: ELM) และทฤษฎีการประมวลผลอย่างง่ายและการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Heuristic-Systematic Model: HSM) นำเสนอแนวคิดหลักที่คล้ายคลึงกันคือ บุคคลแต่ละคนจะมี 2 เส้นทางที่จะนำไปสู่การโน้มน้าวใจ (Dual-Process) แต่ทั้งสองทฤษฎีนี้ก็ยังคงมีความแตกต่างที่สำคัญอยู่หลายประการ ส่วนทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน (Social Judgment – Involvement Theory: STJ) นั้น เป็นอีกหนึ่งทฤษฎีที่อยู่ในกลุ่มของกระบวนการแปรรูปข้อมูลข่าวสาร (Information Processing) แม้ว่าจะมีแนวคิดหลักที่แตกต่างออกไปจากสองทฤษฎีแรก แต่ก็ยังคงมีลักษณะร่วมบางประการที่เกี่ยวข้องกันอยู่ ดังนั้น สามทฤษฎีนี้จึงมีมุมมองในการประมวลผลข้อมูลของผู้รับสารที่เหมือนและแตกต่างกันในประเด็นดังต่อนี้

4.1 แนวคิดและกรอบการทำงานในเชิงทฤษฎี (Concept and Theoretical Framework)

ทฤษฎีแนวโน้มการคิดขยายรายละเอียด (ELM) ทฤษฎีการประมวลผลอย่างง่ายและอย่างเป็นระบบ (HSM) และทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน (Social Judgment – Involvement Theory) เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับผลของการสื่อสารที่มุ่งเน้นศึกษาบทบาทของผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง และเป็นทฤษฎีที่อยู่ในกลุ่มของกระบวนการแปรรูปข้อมูลข่าวสาร (Information Processing) โดยใช้แนวคิดเชิงจิตวิทยาสังคมในการอธิบายพฤติกรรมการแสวงหา เลือกสรรและประมวลผลข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสารในเชิงการโน้มน้าวใจ (Persuasion) ทั้งนี้ Cutlip และ Center (2013) เสนอไว้ว่า การโน้มน้าวใจมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกัน หรือทำให้ความคิดเห็นที่ไม่ลงรอยกันนั้นสลายไป เพื่อก่อให้เกิดความคิดเห็นในทางที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคลหรือองค์กร และเป็นการรักษาความคิดเห็นที่ดีอยู่แล้วให้คงอยู่ตลอดไป ในขณะที่ Miller และ Burgoon (1973, อ้างถึงใน อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2554) อธิบายว่า การโน้มน้าวใจใช้เมื่อผู้โน้มน้าวต้องการที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้รับสาร ส่วน Simons (1976, อ้างถึงใน อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2554) กล่าวว่า การโน้มน้าวใจหมายถึงการสื่อสารของมนุษย์ที่สร้างขึ้นมาเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือผู้อื่นโดยการเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยมหรือทัศนคติ

จากความหมายข้างต้นจะเห็นว่า ผลของการโน้มน้าวใจจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ Rosenerg และ Hovland (1960, อ้างถึงใน อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2554) กล่าวว่า ผลของการโน้มน้าวใจจะรวมทัศนคติและความเชื่อไว้ เมื่อมีการตอบสนอง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตัวผู้รับสารจะเกิดการเปลี่ยนแปลงใน

ด้านการรู้การคิด (Cognition) การเปลี่ยนแปลงในด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affection) และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior) ผลที่เกิดขึ้นจากสารในการโน้มน้าวใจนั้น สามารถส่งผลกระทบทั้งภายในและภายนอก ทฤษฎีแนวโน้มการคิดขยายรายละเอียด (ELM) ทฤษฎีการประมวลผลอย่างง่ายและการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (HSM) และทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน (Social Judgment – Involvement Theory) เป็นทฤษฎีที่อยู่ในกลุ่มของกระบวนการแปรรูปข้อมูลข่าวสาร (Information Processing) ดังนั้น จึงมุ่งอธิบายกระบวนการเปลี่ยนแปลงภายในตัวบุคคล เช่น การเปลี่ยนทัศนคติ เป็นต้น ซึ่งให้ความสำคัญกับวิธีการที่คนใช้ในการประเมินและตัดสินเกี่ยวกับสารที่ตนได้รับ โดยมีความเชื่อเบื้องต้นร่วมกันว่า มนุษย์จะมีกลไกบางอย่างอยู่ภายในสมอง เช่น แรงจูงใจ ทัศนคติ ค่านิยม เป็นต้น ที่มีส่วนในการก่อให้เกิดการตัดสินใจและพฤติกรรม ทั้งยังมองว่ามนุษย์จะใช้ความเข้าใจและประสบการณ์ของตนเองเป็นพื้นฐานในการมองปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ต่างๆ

ในด้านแนวคิด (concept) ที่ใช้อธิบายกระบวนการประมวลผลหรือแปรรูปข้อมูลข่าวสารของทฤษฎีต่างๆนั้น ทฤษฎีการตัดสินทางสังคม (Social Judgment) ได้นำเสนอแนวคิดหลัก 2 ประการคือ ขอบเขตของการยอมรับ (Latitude of acceptance) ขอบเขตของการปฏิเสธ (Latitude of rejection) ขอบเขตของความเป็นกลาง (Latitude of noncommitment) และความรู้สึกเกี่ยวพันกับตนเอง (Ego-involvement) ส่วน ELM และ HSM มีการนำเสนอแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ การประมวลผลหรือแปรรูปข้อมูลข่าวสารของบุคคลจะมี 2 เส้นทางคือ เส้นทางหลัก (Central Route) กับเส้นทางรอง (Peripheral Route) สำหรับ ELM และ กระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Systematic Processing) กับกระบวนการประมวลผลอย่างง่าย (Heuristic Processing) สำหรับ HSM

แม้ว่าทฤษฎีการตัดสินทางสังคม (Social Judgment) จะมีแนวคิดหลักที่แตกต่างออกไปจาก ELM และ HSM แต่ก็ยังคงมีความเชื่อมโยงกันอยู่ในรายละเอียด เช่น ในเรื่องของความรู้สึกเกี่ยวพัน (Involvement) แรงจูงใจ (Motivation) และความสามารถ (Ability) ซึ่งจะได้กล่าวถึงในหัวข้อถัดไป ในทำนองเดียวกัน แม้ว่า ELM และ HSM จะมีแนวคิดหลักที่คล้ายคลึงกันหลายประการไม่ว่าจะเป็นข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลว่าจะเป็นไปตามรูปแบบใด (ทั้งเส้นทางหลัก/เส้นทางรองและกระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบ/กระบวนการประมวลผลอย่างง่าย) จะขึ้นอยู่กับตัวแปรสองตัวคือแรงจูงใจและความสามารถในการประมวลสาร กล่าวคือ การคิดพิจารณาตัดสินเกี่ยวกับสารอย่างเป็นระบบละเอียดถี่ถ้วนจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีแรงจูงใจและความสามารถในการประมวลสารสูง บุคคลก็จะมีแนวโน้มที่จะประมวลสารโดยใช้เส้นทางหลัก (Central Route) หรือกระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Systematic Processing) มีการคิดเกี่ยวกับตัวเนื้อหาสารเป็นสำคัญ ในทางตรงกันข้ามเมื่อแรงจูงใจหรือความสามารถในการประมวลสารลดลง การประเมินหรือตัดสินสารนั้นก็มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นโดยเส้นทางรอง (Peripheral Route) หรือกระบวนการประมวลผลอย่างง่าย (Heuristic Processing) ส่วนในกรณีที่บุคคลมีความสามารถที่จะประมวลสารแต่ขาดแรงจูงใจที่จะคิดวิเคราะห์ มองเห็นว่าสิ่งนั้นไม่มีความสำคัญ ก็มีความเป็นไปได้ที่จะไม่พยายามคิดพินิจพิจารณาเนื้อหาสาร แต่หันมาใช้สิ่งชี้แนะอื่นๆที่ง่ายกว่า ขณะที่บุคคลซึ่งมีแรงจูงใจสูงแต่มีความสามารถในการประมวลสารต่ำ ก็จะไม่สามารถคิดวิเคราะห์ในเนื้อหาสารได้เช่นกัน

นอกจากนี้ยังมีความคล้ายคลึงของข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับผลของการเปลี่ยนทัศนคติที่เกิดจากเส้นทางหลัก (Central Route) หรือกระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Systematic Processing) ว่า ทัศนคติที่เกิดขึ้นจะมีความมั่นคง ทนทานต่อการเปลี่ยนทัศนคติได้ดี และสามารถทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวกับทัศนคตินั้นๆของบุคคลค่อนข้างได้ผล แต่ทัศนคติที่เกิดจากเส้นทางรอง (Peripheral Route) หรือกระบวนการ

ประมวลผลอย่างง่าย (Heuristic Processing) จะไม่ค่อยมีความมั่นคงทนทาน ต้านทานความพยายามในการเปลี่ยนทัศนคติได้น้อยกว่า และทำนายพฤติกรรมที่เกี่ยวกับทัศนคตินั้นๆของบุคคลได้ค่อนข้างน้อย

อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างระหว่างสองทฤษฎีนี้ก็ยังมีอยู่อย่างค่อนข้างชัดเจน กล่าวคือ หลักการทำงานของเส้นทางหลัก (Central route) และเส้นทางรอง (Peripheral route) ในทฤษฎี ELM จะมองว่า เมื่อระดับของความเป็นไปได้ในการคิดพิจารณาสารอย่างละเอียดถี่ถ้วนมีสูง (high levels of elaboration likelihood) กระบวนการในเส้นทางหลักจะมีอิทธิพลเด่นชัดมากขึ้นต่อการเปลี่ยนทัศนคติหรือการตัดสินใจ เมื่อเทียบกับเส้นทางรอง ในทำนองเดียวกัน หากระดับของความเป็นไปได้ในการคิดพิจารณาสารอย่างละเอียดถี่ถ้วนมีต่ำ (low levels of elaboration likelihood) กระบวนการในเส้นทางรองจะมีอิทธิพลเด่นชัดมากขึ้นต่อการเปลี่ยนทัศนคติหรือการตัดสินใจ เมื่อเทียบกับเส้นทางหลัก กล่าวอีกนัยหนึ่งคือการทำงานของเส้นทางหลัก (Central route) และเส้นทางรอง (Peripheral route) ในทฤษฎี ELM จะเป็นไปในรูปแบบ Trade-off ส่วนหลักการทำงานของกระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Systematic Processing) และกระบวนการประมวลผลอย่างง่าย (Heuristic Processing) ในทฤษฎี HSM จะมองว่า เมื่อบุคคลให้ความสนใจในการพินิจพิจารณาเนื้อหาสาร กระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Systematic Processing) อาจจะไปลดทอน (attenuate) อิทธิพลของกระบวนการประมวลผลอย่างง่าย (Heuristic Processing) ให้ลดน้อยลง แต่ไม่ได้หมายความว่ากระบวนการประมวลผลอย่างง่ายนี้จะไม่เกิดขึ้น ทั้งนี้การลดทอนอิทธิพลดังกล่าวจะเห็นได้อย่างชัดเจนในกรณีที่กระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Systematic Processing) ให้ผลการแปรรูปข้อมูลที่ค้านกับวิธีการอย่างง่าย (Heuristics) นอกจากนี้ ทัศนคติหรือการตัดสินเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งสามารถที่จะได้รับอิทธิพลจากทั้งกระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Systematic Processing) และกระบวนการประมวลผลอย่างง่าย (Heuristic Processing) เมื่อทั้งสองกระบวนการนี้ไม่ได้ให้ผลการแปรรูปข้อมูลข่าวสารที่ขัดแย้งกันมากเกินไปนัก นั่นคือทฤษฎี HSM เห็นว่ากระบวนการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Systematic Processing) และกระบวนการประมวลผลอย่างง่าย (Heuristic Processing) สามารถเกิดขึ้นได้พร้อมๆกันในรูปแบบ Co-occurred และส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจได้อย่างเป็นอิสระต่อกัน

4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการประมวลผลหรือแปรรูปข้อมูลข่าวสาร

เมื่อบุคคลได้รับสารเพื่อการโน้มน้าวใจแล้ว จะมีกระบวนการในการประเมินสารนั้นในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง โดยปัจจัยหลักๆที่ส่งผลต่อการประมวลผลหรือแปรรูปข้อมูลข่าวสารในทฤษฎีแนวโน้มการคิดขยายรายละเอียด (ELM) ทฤษฎีการประมวลผลอย่างง่ายและการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (HSM) และทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน (Social Judgment – Involvement Theory) คือ ความสามารถ (Ability) และแรงจูงใจ (Motivation) ซึ่งอธิบายไว้อย่างชัดเจนในทฤษฎี ELM และ HSM ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ส่วนในทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน (Social Judgment – Involvement) แรงจูงใจและความสามารถจะเข้ามามีบทบาทผ่านทาง 2 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดเกี่ยวกับขอบเขตของการยอมรับ (Latitude of acceptance) ขอบเขตของการปฏิเสธ (Latitude of rejection) ขอบเขตของความเป็นกลาง (Latitude of noncommitment) และแนวคิดเกี่ยวกับความรู้สึกเกี่ยวพันกับตนเอง (Ego-involvement) ทั้งนี้ ความรู้สึกเกี่ยวพัน (Involvement) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการประมวลผลหรือแปรรูปสารอย่างมีอคติ (bias) ในทั้งสามทฤษฎี กล่าวคือ ในทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน (Social Judgment – Involvement Theory) ความรู้สึกเกี่ยวพัน (Involvement) จะส่งผลต่อ (1) จุดทอดสมอหรือจุดอ้างอิงภายในตนเอง (Anchor points) ที่เกิดจากความรู้เดิม (Prior knowledge) กล่าวคือยิ่งบุคคลมีความรู้สึกเกี่ยวพันสูงจะช่วยเพิ่มความแข็งแกร่งให้กับจุดทอดสมอหรือจุดอ้างอิงภายในตนเอง (Anchor points)

ที่ใช้ในการประเมินหรือตัดสินสารมากขึ้น (2) ความกว้างของขอบเขตต่างๆ (Latitude width) กล่าวคือยิ่งบุคคลมีความเกี่ยวพันสูง ขอบเขตของการปฏิเสธจะยิ่งกว้างขึ้น ในขณะที่ขอบเขตของความเป็นกลางจะแคบลง ส่วนในทฤษฎี ELM และ HSM นั้น ความรู้สึกเกี่ยวพันจะส่งผลให้บุคคลมีการพินิจพิจารณาสารอย่างละเอียดถี่ถ้วนมากขึ้น

4.3 กระบวนการในการประมวลผล/แปรรูปข้อมูล (Process)

การศึกษาในเรื่องของกระบวนการในการประมวลผลหรือแปรรูปข้อมูลข่าวสาร เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในตัวของบุคคลแต่ละคน เพื่อนำความรู้มาใช้ในการอธิบายหรือคาดคะเนการเกิดพฤติกรรมอันเนื่องมาจากเหตุผลในด้านจิตวิทยาของบุคคล โดยทั้งทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน (Social Judgment – Involvement Theory) ทฤษฎีแนวโน้มการคิดขยายรายละเอียด (Elaboration Likelihood Model) และทฤษฎีการประมวลผลอย่างง่ายและการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Heuristic-Systematic Model: HSM) พยายามที่จะอธิบายกลไกที่เกิดขึ้นภายในตัวผู้รับสารที่ส่งผลต่อการตีความและประเมินสารไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง จะต่างกันก็ตรงที่ทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน เน้นการรับรู้ (Perception) ของบุคคล ซึ่งได้รับผลกระทบจากสถานการณ์และความแตกต่างระหว่างบุคคล ในขณะที่ ELM และ HSM เน้นการตอบสนองภายใน (Cognitive response) ของผู้รับสารซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวแปรสถานการณ์และความแตกต่างระหว่างบุคคลนั่นเอง

กล่าวโดยสรุป การนำเสนอมุมมองเปรียบเทียบเชิงทฤษฎีการประมวลผลข้อมูลข่าวสารในบทความชิ้นนี้เป็นการพยายามทำความเข้าใจกระบวนการภายในสมองของผู้รับสารที่เรียกกันว่า Black Box ซึ่งค่อนข้างมีความสลับซับซ้อน ให้เข้าใจได้ชัดเจนยิ่งขึ้นจากมุมมองจิตวิทยาสังคม เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสารและสร้างเนื้อหาทั้งในรูปแบบเชิงพาณิชย์และเชิงการพัฒนาสังคมที่ต้องการให้เกิดผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปจนถึงพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ตารางเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของทฤษฎีแนวใหม่การคิดอย่างรายละเอียด (ELM) ทฤษฎีการประมวลผลอย่างง่ายและการประมวลผลอย่างเป็นระบบ (HSM) และทฤษฎีการตัดสินทางสังคมและความรู้สึกเกี่ยวพัน (Social Judgment – Involvement Theory)

	Elaboration Likelihood Model	Heuristic-Systematic Model	Social Judgment – Involvement Theory
ความเชื่อเบื้องต้น	มนุษย์จะมีกลไกบางอย่างอยู่ภายในสมองที่มีส่วนในการแปรรูปหรือประมวลผลข้อมูล (Process) เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรม		
แนวคิดหลักและกรอบการทำงาน	- เป็นทฤษฎีที่อยู่ในกลุ่มของกระบวนการแปรรูปข้อมูลข่าวสาร (Information Processing) - เป็นการศึกษาผลของการสื่อสารที่มีต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงภายในของผู้รับสาร - ใช้แนวคิดในเชิงจิตวิทยาสังคมมาอธิบายการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินเกี่ยวกับสิ่งต่างๆรอบตัวของบุคคล		
	2 รูปแบบการประมวลผลเพื่อแปรรูปสาร		2 ขั้นตอนในการประเมินตัดสินสาร
	(1) เส้นทางหลัก (Central Route) (2) เส้นทางรอง (Peripheral Route)	(1) การประมวลผลอย่างเป็นระบบ (Systematic Processing) (2) การประมวลผลอย่างง่าย (Heuristic Processing)	(1) ขอบเขตของการยอมรับ ปฏิเสธและความเป็นกลาง (Latitude of acceptance, rejection and noncommitment) (2) ความรู้สึกเกี่ยวพันต่อตนเอง (Ego-involvement)
	เส้นทางหลักและเส้นทางรองจะทำงานด้วยกันในลักษณะที่เรียกว่า Trade-off	การประมวลผลอย่างเป็นระบบและการประมวลผลอย่างง่ายสามารถเกิดขึ้นพร้อมๆกันที่เรียกว่า Co-occurred	ความรู้สึกเกี่ยวพันต่อตนเองจะส่งผลต่อความกว้างของขอบเขตต่างๆ
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการแปรรูปข้อมูลข่าวสาร	แรงจูงใจและความสามารถ		
จุดเน้นของกระบวนการแปรรูปข้อมูล	เน้นการตอบสนองภายใน (Cognitive response) ของผู้รับสาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวแปรสถานการณ์และความแตกต่างระหว่างบุคคล		เน้นการรับรู้ (Perception) ของบุคคล ซึ่งได้รับผลกระทบจากสถานการณ์และความแตกต่างระหว่างบุคคล

บรรณานุกรม

จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย. (2553). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Chutharat EarumNoey. (2010). **Social Psychology**. Bangkok: Chulalongkorn University Press.]

ธีระพร อุวรรณโณ. (2535). **เจตคติ: การศึกษาตามแนวทฤษฎีหลัก**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Theeraporn Auwanno. (1992). **Attitude: A Study in the Main Theory**. Bangkok: Department of Psychology Chulalongkorn University.]

พีระ จิรโสภณ. (2557). **ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 8-15**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. [Peera Jirasopon. (2014). **Philosophy of Communication Arts and Theory of Communication Unit 8 – 15**. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University.]

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2554). **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [Orawan Pilun-Owad. (2011). **Communication for Persuasion**. 3rd ed. Bangkok: Chulalongkorn University Press.]

Cacioppo, J. T., Petty, R. E., & Morris, K. (1983). “Effects of need for cognition on message evaluation, recall, and persuasion.” **Journal of Personality and Social Psychology**, 45, 805-818.

Chaiken, S. (1980). “Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion.” **Journal of Personality and Social Psychology**, 39, 752-756.

Chaiken, S. and Eagly H. Alice. (1993). **The Psychology of Attitudes**. Fort Worth : Harcourt Brace College.

Chaiken, S. and Trope Y. (1999). **Dual-Process Theories in Social Psychology**. New York : Guilford Press.

Dillard P. James and Pfau M. (2002). **The Persuasion Handbook : Developments in Theory and Practice**. 1st ed. Thousand Oaks, California : Sage.

Griffin Em. (2009). **A First Look at Communication Theory**. 7th ed. Boston : McGraw Hill.

Mario R. Gregory, Haddock Geoffrey and Verplanken Bas. (2015). **The Psychology of Attitudes and Attitude Change**. 3rded. New Delhi: SAGE Publications.

O’ Keefe J. Danial. (2010). **Persuasion: Theory and Research**. Michigan: SAGE Publications.

Petty E. Richard and Cacioppo T. John. (1984). **Attitudes and Persuasion : Classic and Contemporary Approaches**. Dubuque, Iowa : Wm. C. Brown.

Petty E. Richard and Cacioppo T. John. (1986). **Communication and Persuasion : Central and Peripheral Routes to Attitude Change**. New York : Springer-Verlag.

Sherif M. (1961). **Social Judgement : Assimilation and Contrast Effects in Communication and Attitude Change**. New Haven : Yale University Press.

Sherif M. (1967). **Attitude, Ego-Involvement, and Change**. New York : J. Wuley.