

ตะลึง!!..กระทุนอยาก

นำเสนอเมื่อ : 13 มี.ค. 2552



นักวิจัยมหาวิทยาลัยเมืองกึ่งหนูลม ศึกษาพบว่า การเห็นตัวอย่างการกินเหล้าอยู่ในภาพยนตร์โทรทัศน์หรือโฆษณาเหล้า จะยิ่งเร่งให้คอเหล้าที่กำลังงกกันอยู่ ยิ่งกระดกแก้วกันหนักขอยิ่งขึ้น

คณะนักวิจัยมหาวิทยาลัยรัตเบานด์ ได้ศึกษาดูความ ประพฤติของกลุ่มอาสาสมัครที่เป็นคนหนุ่ม วัยอยู่ในระหว่าง 18-29 ปี 80 คน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 ดูภาพยนตร์เรื่อง "Pie American"

ซึ่งเต็มไปด้วยเรื่องของการกินเหล้าเมายาและโฆษณาขายเหล้า กลุ่มที่ 2 งดดูเรื่องเดียวกัน แต่ตัดโฆษณาออกเสีย กลุ่มที่ 3 ใหญ่ดูหนังเรื่อง "40 วัน 40 คืน" ที่มีเรื่องการกินเหล้าน้อยกว่าเรื่องก่อน แต่ยังมีโฆษณาขายเหล้า ส่วนกลุ่มที่ 4 ดูหนังเรื่องเดียวกับกลุ่มที่ 3 แต่ไม่มีโฆษณาเหล้า โดยเปิดให้ทุกกลุ่มไปหยิบเหล้าเบียร์จากตู้เย็นกินกันได้โดยเสรี

ผลปรากฏว่า พวกกลุ่มแรกกินเหล้ากินเบียร์หมดไป 3 ขวด เมื่อเทียบกับกลุ่มหลังสุดกินหมดไปเพียงแคขวดครึ่งเท่านั้น นักวิจัยรัตเจอร์ เอนเกลส์ หัวหน้านักวิจัย กล่าวให้ความเห็นว่า

การศึกษาแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าจากการกินเหล้าในหนังและในโฆษณา มีผลกับทัศนคติและบรรทัดฐานการดื่มกินของสังคม และยังอาจเป็นตัวเร่งความอยากและการดื่มกิน ให้ตามมาอีกด้วย

ขอขอบคุณเนื้อหาข่าว คุณภาพดี โดย: หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ