

การสร้างสรรค์สื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหา การเสพยากระท่อมในกลุ่มเยาวชนพื้นที่เสี่ยงของจังหวัดสงขลา

เสริมศักดิ์ ชุนพล⁶

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างสรรค์ การผลิตสื่อและทดสอบ ประสิทธิภาพสื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพยากระท่อม ในกลุ่มเยาวชนอำเภอเทพา จังหวัดสงขลา โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการ เก็บข้อมูลแบบ จำเพาะเจาะจง 3 กลุ่มตัวอย่าง คือ การสัมภาษณ์กลุ่มนักเรียน ผู้ปกครอง ผู้นำในชุมชน และ ศูนย์บำบัดยาเสพติด จำนวน 47 คน การปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในผลิตสื่อของกลุ่มเยาวชน อาสาสมัคร 30 คน และการทดสอบประสิทธิภาพสื่อกับกลุ่มตัวอย่างนักเรียน จำนวน 400 คน ใน 5 โรงเรียนของพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่เหมาะสมสำหรับการ รณรงค์ต้องเป็นสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของเยาวชนในพื้นที่ โดยเฉพาะสื่อสังคม ออนไลน์ที่มีเนื้อหาสื่อต้องนำเสนอเกี่ยวกับวิธีการป้องกันตนเองจากการติดน้ำกระท่อมและการ ช่วยเหลือเยาวชนที่เคยติดน้ำกระท่อมให้สามารถกลับมาอยู่ในสังคมได้ โดยมุ่งหวังให้ผู้รับสารมี ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับอัตลักษณ์ส่วนบุคคลของผู้ติมน้ำกระท่อม และลบล้างอัตลักษณ์ ทางสังคมแบบผิดๆ เกี่ยวกับน้ำกระท่อม สำหรับการผลิตสื่อนั้นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของของ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกกระบวนการตั้งแต่การวางแผน ออกแบบ ผลิตสื่อและเผยแพร่ โดยให้ กลุ่มเยาวชนเป็นแกนหลักและกลุ่มผู้ใหญ่เป็นผู้สนับสนุน โดยสื่อที่ผลิตในครั้งนี้ ได้แก่ สื่อแผ่น เพจที่นำ นำเสนอทั้งภาพนิ่ง คลิปวิดีโอ หนังสือ และมิวสิกวิดีโอ จากการทดสอบอิทธิพลของสื่อ กับเยาวชนในพื้นที่ พบว่าสื่อมีผลต่อความเข้าใจและลดปัญหาการเสพยากระท่อมของผู้รับชม ค่อนข้างต่ำมาก ($r=0.040$) แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าการได้สิทธิ์ร่วมในสื่อ ($\beta=.148$) และ การได้สร้างประเด็นร่วมกัน ($\beta=.103$) แม้ว่าผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมสื่อจะมีอิทธิพลต่อ ความเข้าใจและลดปัญหาการเสพยากระท่อมน้อยมาก แต่ความเข้าใจและลดปัญหาการเสพยา กระท่อมของกลุ่มชาวบ้านและเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการในทุกๆ ขั้นตอน กลับให้ผลที่ดีมาก ซึ่ง ผู้เข้าร่วมกระบวนการทั้งหมดมีความกระตือรือร้นและตระหนักว่าปัญหาการติดน้ำกระท่อมเป็น

⁶ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์ สารสนเทศศาสตร์ และนิเทศศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

ปัญหาของส่วนรวมทุกคนต้องช่วยกันป้องกันและแก้ไขปัญหา และเป็นสิ่งที่จะช่วยสร้าง
ภูมิคุ้มกันให้เด็กและเยาวชนให้มีทัศนคติห่างไกลน้ำกระท่อมได้

คำสำคัญ: สื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วม น้ำกระท่อม เยาวชน

The creation of participatory campaign media to build understanding and
reduce the problem of using kratom tea for the youth in the risk areas of
Songkhla province.

Abstract

The research aimed at investigating the creation and production of a participatory campaign media and verifying its effectiveness in forming understanding on using kratom tea consumption and minimizing its problems encountered by juveniles in Thepa Subdistrict, Songkhla Province. Using research methods by action research. The data was collected from 3 different sources. The first source Interview contained 47 samples: students, parents, community leaders, and those in a drug dependence treatment center. The source consisted of 30 young volunteers taking part in a workshop to produce the participatory campaign media. And The effectiveness of the media was then verified with 400 samples who were upper-primary and secondary education students at 5 schools: Thep Phitthaya Phanumat School, Thepa School, Ban Phraphut School, Wat Nikhom Prasat Mitraphap Thi 149 School, and Chumchon Nikhom Sang Ton-ang Thepa School, all of which were in Thepa District, Songkhla Province. The findings revealed that the media is suitable for the campaign that can meet the needs of the youth in the area. Especially social media have to present how to the juveniles' prevention from Kratom drink dependence and how to help their peers who were currently independent from Kratom drink consumption to return to a normal life in the society. It was expected that the contents in the media would change audiences' attitudes towards Kratom drink consumers' identity as well as enable the audiences to

perceive the factual information on it. Moreover, the juveniles might realize the disadvantages of such a drink, eliminating the social identity myth that prioritized its advantages over its disadvantages. The volunteers participating in the workshop and the juveniles in Thepa District played a key role in producing the media. Here, the young volunteers used a fan page as the main media and a picture, clip video, short film, music video as the supporting media. It was found that the influence of the media on the fan page visitors' understanding on Kratom drink consumption and minimization of its problems was at a very low level ($r = 0.040$). The most significant predictor was the acquisition of right to see the visitors comments ($\beta = .148$), followed by the generation of issues ($\beta = .103$). Despite this, the understanding on Kratom drink and the minimization of its problems of the juveniles and the adults participating in the media creation showed a very satisfactory result: they were enthusiastic in taking part in such process. They realized that Kratom drink dependence was a public problem that everyone had to prevent and attempt to solve. Children and juveniles should also be given useful information, encouraging them to become immune to the dependence.

Keywords: participatory campaign media, kratom tea, juveniles

บทนำ

ปัจจุบันปัญหายาเสพติดเป็นปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้นกับเยาวชนไทย โดยเฉพาะเยาวชนในพื้นที่ห่างไกลในจังหวัดชายแดนของไทยที่ตกเป็นผู้ที่อยู่ในภาวะเสี่ยงค่อนข้างมาก จากการสำรวจเมื่อปี 2559 ของศูนย์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายใน ภาค 4 ส่วนหน้า (กอ.รมน.ภาค 4 สน.) ระบุว่า เฉพาะในพื้นที่จังหวัดสงขลาเพียงจังหวัดเดียวพบว่ามีการแพร่ระบาดของยาเสพติดอยู่ในลำดับที่ 9 ของประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอรอบนอก 4 อำเภอหลักๆ โดยไล่ตามลำดับตามจำนวนของกลางที่ถูกยึดมามากที่สุดของภาคใต้ ได้แก่ อำเภอจะนะ อำเภอเทพา อำเภอนาทวี และอำเภอสะบ้าย้อย ซึ่งยาเสพติดที่มีการเสพมากที่สุด ได้แก่ พืชกระท่อมคิดเป็นร้อยละ 57.84 รองลงมาคือยาบ้า ร้อยละ 18.49 และไอซ์ ร้อยละ 13 และมีแนวโน้มการแพร่ระบาดเพิ่มมากขึ้นจากรายงานสถานการณ์ยาเสพติดจังหวัดสงขลา โดยปี 2561 พบการเสพกระท่อมได้เพิ่มสัดส่วนเป็นร้อยละ 61.22 ของยาเสพติดที่ระบาดอยู่ในพื้นที่ของจังหวัด เนื่องจากมีการลักลอบนำเข้าพืชกระท่อมอย่างต่อเนื่องจากจังหวัดอื่นๆ และประเทศใกล้เคียง (นันท์ชนก วงษ์สมุทร, 2560. ดารารัตน์ สารพันธ์, 2562) ชาวบ้านส่วน

ใหญ่ยังคงมีความเข้าใจผิด และคิดบวกกับการติ่มน้ำกระท่อมว่าแม้กระท่อมจัดเป็นพืชเสพติดให้โทษประเภท 5 ตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522 โดยได้เหตุผลว่าการติ่มในช่วงแรกแม้จะมีความรู้สึกมึนงง เมาเคลิ้มเหมือนลอย แต่น้ำกระท่อมก็ทำให้จิตใจสบาย สมองโล่งโปร่ง นอนหลับ รับประทานอาหารได้ กระปรี้กระเปร่า ไม่โหมม ประหยัดค่าใช้จ่าย น้อยกว่ายาเสพติดอื่น (สุไหวดี บุนลาด, 2558) ซึ่งกลายเป็นเรื่องเข้าใจผิดที่น่าห่วงเนื่องจากวิธีการนำกระท่อมมาเสพด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ด้วยการนำน้ำต้มใบกระท่อมไปผสมกับส่วนผสมอื่น เช่น ยาจุดกันยุงชนิดขด สารฟลูออเรสเซนต์จากหลอดไฟนีออน เป็นต้น หรือได้รับในปริมาณที่สูงมากจะทำให้เกิดภาวะกดประสาทและกดการหายใจซึ่งจะเป็นสาเหตุทำให้เสียชีวิตได้ โดยเฉพาะการใช้ติดต่อกันเป็นระยะเวลานานจะทำให้เกิดอาการติดยาได้ (สมนึก บุญสุภา, 2559) อีกทั้งผู้ติ่มน้ำกระท่อมจะมีแนวโน้มที่จะหันไปเสพยาบ้าหรือกัญชาได้ง่าย จากสิ่งแวดล้อมและการชักชวนของเพื่อนสนิทที่ติ่มน้ำกระท่อมร่วมกัน (บุบผา บุญญามณี และคณะ, 2559)

ในอดีตรัฐบาลได้มีการรณรงค์เพื่อชี้ให้เห็นโทษและผิตรายของน้ำกระท่อม แต่การแก้ไขปัญหาดังกล่าวเป็นการมุ่งสนอง

นโยบายจากหน่วยงานภาครัฐ ที่ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ ไม่มีข้อมูลในด้านสถานการณ์ปัญหาที่ชัดเจน มีข้อจำกัดในด้านเวลา เน้นความสำเร็จเชิงปริมาณ รวมทั้งมุ่งใช้อำนาจกฎหมายจัดการกลุ่มผู้ค้าผู้เสพในชุมชน โดยการจับปรับ กัก ขัง ทำให้สามารถแก้ปัญหาไปได้ในช่วงขณะได้ แต่ไม่สามารถป้องกันพร้อมทั้งแก้ไขปัญหาน้ำกระท่อมหักเหวลงได้ระยะยาว (รชดี ปินหวัง และเกษตรชัย และหิเม, 2559, 1-33) ดังนั้นการรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพนํ้ากระท่อมในกลุ่มเยาวชน จำเป็นต้องอาศัยการสร้างเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่นการจัดระเบียบสังคมแบบบูรณาการ จัดโครงการโรงเรียนป้องกันยาเสพติด ส่งเสริมครอบครัวสีขาวและครอบครัวเข้มแข็ง และโครงการบำบัดรักษาและฟื้นฟูสมรรถภาพของผู้เสพและผู้ติดยาเสพติดแบบบูรณาการ (กิตติวงศ์ สาสวดและปรีชา ดิลกภูมิสิทธิ์, 2559) ผ่านสื่อรณรงค์ที่อยู่ในความต้องการและสนใจของเยาวชน ไม่ใช่เป็นความสนใจของผู้ใหญ่หรือของผู้ผลิต โดยเปิดโอกาสให้เยาวชนได้แสดงความสามารถ และมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ ซึ่งทำให้เขาเหล่านั้นเกิดการเรียนรู้และได้สื่อที่ตรงกับความต้องการจริงๆ (ไทยพีบีเอส, 2555) การรณรงค์โฆษณาในยุคใหม่จึงจำเป็นต้องสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ของในรูปแบบกิจกรรม ฟีดข่าวและการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง ผสานกับความคิดสร้างสรรค์ ดนตรี เรื่องตลกขบขันมาใช้ในการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและควบคุมได้ (ทรมัธมีเดีย, 2560) นอกจากนี้ต้องมีบุคคลที่เกี่ยวข้องในครอบครัวและชุมชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการผลิตสื่อรณรงค์นั้น โดยมีเยาวชนเป็นศูนย์กลางในการออกแบบและผลิตของตนเองโดยเฉพาะ จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นนำไปสู่การแก้ไขปัญหานํ้ากระท่อมที่เกิดขึ้นกับเยาวชนในพื้นที่เป้าหมายได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างสื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพนํ้ากระท่อมในกลุ่มเยาวชน อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

2. เพื่อผลิตสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพนํ้ากระท่อมในกลุ่มเยาวชนอำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

3. เพื่อทดสอบประสิทธิภาพสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพนํ้ากระท่อมในกลุ่มเยาวชนอำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

การทบทวนวรรณกรรม และทฤษฎี

1. แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์เป็น การสื่อสารที่มีอิทธิพลในการสื่อสารเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อความเชื่อหรือพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย (Rogers, 1979) โดยใช้ช่อง ที่หลากหลายช่องทาง และใช้สาร หลากหลายรูปแบบ โดยมีลักษณะสำคัญ ของการรณรงค์ คือ การรณรงค์เป็นการ กระทำที่มีเป้าหมาย ที่ผู้ทำการรณรงค์ได้มี การคาดหวังผลตอบกลับที่จะเกิดจากการ สื่อสารที่ได้ทำซึ่งผลตอบรับนั้นอาจ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งผู้รับหรือผู้ส่งก็ได้ โดยกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์จะ สามารถกำหนดได้จากวัตถุประสงค์ของ การรณรงค์นั้นๆ ทั้งนี้การรณรงค์จะมีการ กำหนดเวลาหรือช่วงเวลาในการรณรงค์ไว้ อย่างแน่นอนชัดเจน จนไปถึงการประเมิน ผลสัมฤทธิ์ของการรณรงค์นั้นๆ โดยมักมี การจัดเตรียมการสื่อสารนั้น เพื่อจัด กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสื่อหรือกิจกรรมที่ มักใช้กันอย่างแพร่หลาย คือการใช้สื่อ ข้อความและการกระจายข้อความไปยัง กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ คือ 1) การประเมินความต้องการ จุดประสงค์ และ ความสามารถในการตอบสนองของผู้รับที่ เป้าหมาย เพื่อสามารถเข้าใจและเห็นภาพ เป้าหมายอย่างชัดเจน 2) การวางแผน รณรงค์และการผลิตสื่อต้องทำอย่างมีระบบ 3) การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง หมายถึง

การจัดทำประเมินผลในทุกขั้นตอนของการ รณรงค์ทั้งก่อนเริ่มทำการรณรงค์ ระหว่าง การรณรงค์ และหลังการรณรงค์เสร็จสิ้น แล้ว 4) บทบาทเสริมของสื่อมวลชน (Mass Media) และการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Media) เป็นอีกหนึ่ง บทบาทของสองสื่อที่ต้องมีการเสริมและอื้อ ต่อการรณรงค์ และ 5) การเลือกใช้สื่อที่ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

2. ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด D. McQuail (1994) ได้ประมวล คุณลักษณะเด่น ๆ ของแนวคิดทฤษฎีของ กลุ่ม คือ เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นพื้นฐาน ของทุกสังคม เทคโนโลยีแต่ละชนิดก็จะ เหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้างสังคมแต่ละ อย่าง ขั้นตอนของการผลิตและการใช้ เทคโนโลยีการสื่อสารจะเป็นตัวทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงของสังคม และการปฏิวัติ เปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละ ครั้งจะทำให้เกิดการปฏิวัติเปลี่ยนแปลง สังคมตามมา ดังนั้นปัจจัยด้านเทคโนโลยี การสื่อสารบวกผสมกับปัจจัยอื่น ๆ จะ รวมตัวกันเป็นสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลง ต่างๆ ในสังคม” ซึ่งการใช้เทคโนโลยีการ สื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของ การเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ทว่าปัจจัยตัวนี้ ต้องทำงานร่วมไปกับปัจจัยตัวอื่น ๆ เขาได้ ค้นคว้าคุณลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ ๆ (New Media) เช่น คอมพิวเตอร์ โดย

เปรียบเทียบกับคุณลักษณะของรูปแบบการสื่อสารอย่างเดิม ๆ ที่มีอยู่ คือการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชนไว้ด้วยกัน

3.แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับการให้ข่าวสาร เป็นการส่งเสริมให้เกิดความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์สื่อมวลชนจะนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ให้ประชาชนได้รับรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศ และทำให้ทราบว่าบุคคลหรือสังคมอื่นเป็นอย่างไร หรือการชักจูงใจ และยกระดับความปรารถนาของประชาชน และการสร้างบรรยากาศของการพัฒนา สื่อมวลชนมีส่วนสำคัญในการให้ข่าวสารแก่ประชาชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจในด้านการพัฒนา โดยการแสดงให้เห็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย และชีวิตในสังคมที่พัฒนา อันจะทำให้ประชาชนมีสายตาที่กว้างไกลและย้อนมาเปรียบเทียบกับตัวเองเพื่อกำหนดทิศทางในอนาคต และการจูงใจผ่านการสื่อสาร โดยเป็นการจูงใจให้ประชาชนเปลี่ยนวิถีชีวิต และตัดสินใจเข้าร่วมโครงการพัฒนาอย่างจริงจัง ด้วยการแสดงความคิดเห็นสนับสนุนโครงการพัฒนาของรัฐบาล และชี้แนะการตัดสินใจของประชาชน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายอย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดการพูดคุยกันและแสดงความคิดเห็นออกมา เพื่อสะท้อนไปยังรัฐบาลให้

นำไปพิจารณากำหนดนโยบายในการพัฒนาประเทศ (ปรมะ สตะเวทิน. 2546 : 49-50) ซึ่งกลยุทธ์ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาจำเป็นต้องมุ่งเน้นเครือข่ายการเรียนรู้ ทั้งภายในและภายนอก มีกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพชุมชน โดยมีการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การออกแบบสาร การใช้สื่อ และการมีส่วนร่วมของประชาชน

4.แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการผสมผสานระหว่าง Product Design ที่มีการเพิ่มประสบการณ์ด้านสังคมออนไลน์ หรือ Social Experience การสร้างประสบการณ์ร่วมกับคนหมู่มาก ซึ่งนักวิชาการบางคนเรียกว่า Social Design ซึ่งเป็นแกนกลาง ให้ผู้ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมทั้งหลายได้แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน ซึ่งสิ่งที่เห็นได้ชัดที่สุดในการเป็น Social Design โดย Mary Shaw (2017) ได้กล่าวว่า แนวการออกแบบสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ 1) ใช้ภาพที่มีคุณภาพสูง ซึ่งจะต้องเป็นภาพที่มีรายละเอียดและมีความน่าสนใจสำหรับผู้รับสาร ซึ่งดูแล้วจะมีรู้สึกมีความเชี่ยวชาญ 2) มีความหลากหลายของเนื้อหา โดยเนื้อหาที่ออกแบบจะต้องมีความหมาย และประโยชน์บางครั้งอาจจะใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (StoryTelling) ในการนำเสนอให้น่าสนใจ และติดตามอ่าน 3) มีการใช้

กราฟิกที่สื่อความหมายได้ว่าต้องการสื่อถึงอะไร หรือบ่งบอกอะไร 4) ควรการใช้ตัวอักษรและโทนสีให้เข้ากับเนื้อหา และ 5) ใช้ขนาดของสื่อที่นำเสนอให้ถูกต้อง เหมาะกับอุปกรณ์ประมวลผล

5. แนวคิดเกี่ยวกับการตอบสนองของผู้รับสาร คือปฏิกิริยาที่ผู้รับสารจะแสดงออกมาหลังจากเห็น ฟัง หรืออ่านข้อความอย่างเข้าใจ การตอบสนองสามารถเกิดได้จากการกระทำที่มองเห็น เหมือนกับการเก็บข้อมูลในความทรงจำแล้วเกิดกิริยาขึ้นโดยกะทันหัน เช่น การโทรศัพท์ฟรีเพื่อสั่งสินค้าที่โฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งต่างกับการตอบกลับ (Feedback) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากการตอบสนองของผู้รับสาร โดยผู้รับสารจะทำการสื่อสารกลับมายังผู้ส่งสารในรูปแบบต่าง ๆ และเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพของสื่อ ด้วยการวัดทัศนคติ ความชอบของผู้ชมที่มีต่อสื่อ (Haley & Baldinger, 1991, pp. 11-32) อาทิ เนื้อหาภาวะอารมณ์ของผู้ชม และอารมณ์ที่ถูกกระตุ้นให้เกิดขึ้นเมื่อได้รับชมสื่อ เมื่อบุคคลมีความชอบต่อสื่อสูง ความรู้สึกชอบจะถูกส่งผ่านจากความชอบต่อสื่อไปสู่การยอมรับและมีพฤติกรรมตามที่สื่อต้องการให้ตอบสนอง

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้นำเอาไปแนวคิดหลักในการวิจัย โดยการสร้างสื่อรณรงค์ที่อิงกับทฤษฎีเทคโนโลยี

เป็นตัวกำหนด ซึ่งใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่น โดยมีการออกแบบสื่อที่กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้ามาส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหาตามแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ด้วยคาดหวังว่าสื่อเหล่านั้นจะสามารถสร้างการตอบสนองของผู้รับสารตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่วางไว้

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยมีกระบวนการวิจัยดังนี้

ระยะที่ 1 ทำการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ค้นหาแนวทางการสร้างสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพยากระท่อมในกลุ่มเยาวชนพื้นที่เสี่ยงของจังหวัดสงขลาจากกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม โดยสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างจำเพาะเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 47 คน ได้แก่ 1) กลุ่มนักเรียนโรงเรียนเทพพิทยภาณุมาศ ตำบลลำไพล อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา แบ่งเป็นกลุ่มนักเรียนที่เคยติ่มน้ำกระท่อมจำนวน 3 คน และนักเรียนที่ผลิตสื่อจำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 33 คน 2) กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน โดยเป็นผู้ประกอบการที่มีบุตรหลานมีประวัติติ่มน้ำกระท่อมจำนวน 5 คน และผู้ประกอบการที่มีบุตรหลานไม่มีประวัติติ่มน้ำกระท่อม จำนวน 5

คน คัดเลือกจากการสมัครที่สนใจเข้าร่วมโครงการจากคำแนะนำของโรงเรียน และสถานบำบัด โดยพิจารณาจากประวัติสัมพันธภาพในครอบครัว และการมีบุตรหลานตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่รับชมสื่อประกอบกัน 3) ผู้นำชุมชนในพื้นที่ได้แก่ผู้ใหญ่บ้าน คุณครูโรงเรียนเทพพิทยาภาณุมาศ ตำบลลำไพล อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จำนวน 2 คน และ 4) เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการบำบัดยาเสพติดอำเภอเทพา จำนวน 2 คน วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมาสร้างข้อสรุปโดยเขียนเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) อุปนัย (Analytic Induction) และการจำแนกชนิดข้อมูลโดยใช้แนวความคิดการผลิตสื่อรณรงค์ ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดและการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ซึ่งบทสรุปทั้งหมดถูกนำเสนอในลักษณะอธิบายเชิงพรรณนา พร้อมประกอบไปด้วยการบรรยาย รูปภาพ ตาราง และแผนภาพเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ระยะที่ 2 การออกแบบและพัฒนาสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพยากระท่อมในกลุ่มเยาวชนอำเภอเทพา จังหวัดสงขลา โดยให้กลุ่มเยาวชนอาสาสมัครจากโรงเรียนเทพพิทยาภาณุมาศจำนวน 30 คน และชาวบ้านในพื้นที่บ้านปรึก ตำบลลำไพล

อำเภอเทพา จำนวน 20 คน ร่วมกันผลิตสื่อแบบมีส่วนร่วม ตั้งแต่กระบวนการคิดออกแบบและพัฒนาสื่อหลังจากที่ผลิตสื่อเสร็จสมบูรณ์ผู้วิจัยได้มีการพัฒนาสื่อโดยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์จำนวน 3 ท่าน ได้พิจารณาการประเมินคุณภาพผลงาน 3 ท่าน คือ

1.อาจารย์ ดร. อัดนันท์ เตโชพิศาลวงศ์ สาขานิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

2.อาจารย์ ดร.กวิทธิ์ ศรีสัมฤทธิ์ สำนักเทคโนโลยีการศึกษามหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

3.อาจารย์ณัฐพงษ์ สายพิน สาขาวิชานิเทศศาสตร์บูรณาการมหาวิทยาลัยแม่โจ้

โดยข้อเสนอทั้งหมดได้ถูกนำไปปรับปรุงและพัฒนาสื่อให้มีความสมบูรณ์อีกครั้ง นั้นเมื่อผู้วิจัยแก้ไขสื่อทั้งหมดให้สมบูรณ์แล้ว จึงนำสื่อทั้งหมดเผยแพร่สู่สาธารณะ และมีการไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างกับนักเรียนในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ต่อไป

ระยะที่ 3 นำสื่อไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างผู้รับชมสื่อระดับประถมศึกษาตอนปลาย และมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 5 โรงเรียนในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ได้แก่ โรงเรียนเทพพิทยาภาณุมาศ

โรงเรียนเทพา โรงเรียนบ้านพระพุทธร
โรงเรียนวัดนิคมประสาทมิตรภาพที่ 149
และโรงเรียนชุมชนนิคมสร้างตนเองเทพา
และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 400 คน (โรงเรียนละ 80 คน) โดย
นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของ
สื่อออนไลน์ Fanpage กับความเข้าใจและ
ลดปัญหาการเสพนํ้ากระท่อมในกลุ่ม
เยาวชน โดยใช้แบบสอบถาม จากนั้นผู้วิจัย
จะนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์
เชิงปริมาณ โดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่า
ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดย
ตรวจสอบค่าความสัมพันธ์ของสื่อ
Fanpage ผนวกกับความเข้าใจและลด
ปัญหาการเสพนํ้ากระท่อมในกลุ่มเยาวชน
ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปร
ตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's
Correlation Coefficient) โดยแปล
ความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple
Regression Analysis= MRA) เพื่อนำผล
การวิเคราะห์ไปพยากรณ์อิทธิพลของ
ผลกระทบของการผนวกกับความเข้าใจ
และลดปัญหาการเสพนํ้ากระท่อมในกลุ่ม
เยาวชนต่อไป

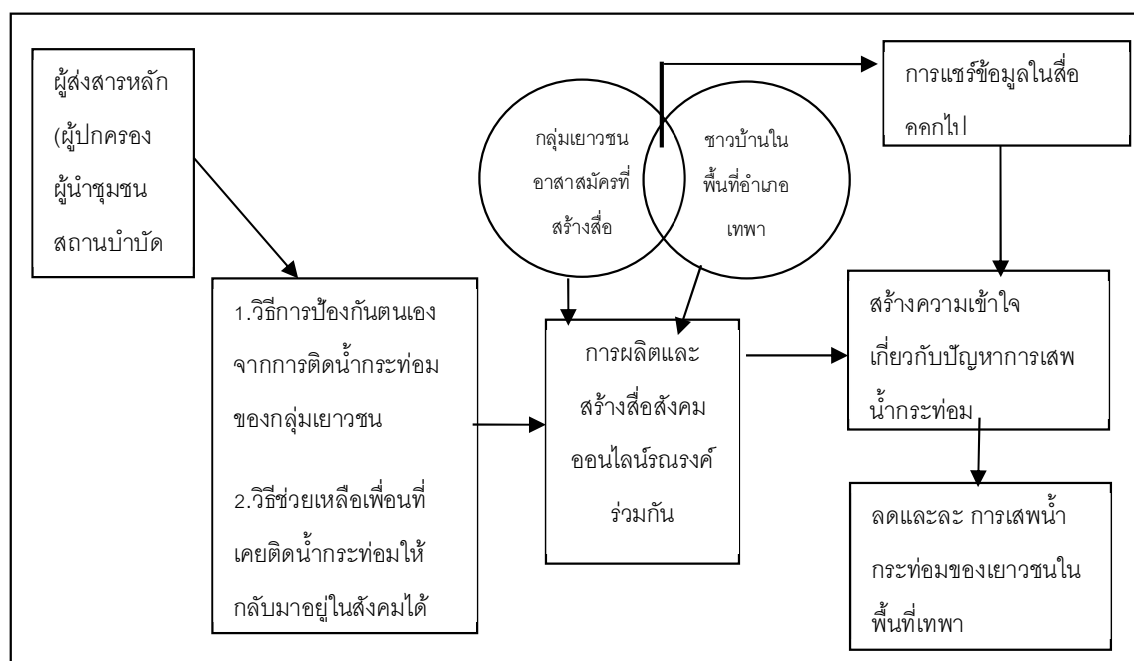
ผลการวิจัย

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุป
ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ที่ผู้วิจัยตั้งไว้ดังนี้

**1.การศึกษาการสร้างสื่อออนไลน์
แบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจ
และลดปัญหาการเสพนํ้ากระท่อมใน
กลุ่มเยาวชน อำเภเทพา จังหวัด
สงขลา** ผลจากการวิจัยพบว่า การสร้างสื่อ
ออนไลน์ต้องเกิดมาจากความร่วมมือร่วมใจ
ของผู้ที่ส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ 4 ภาคส่วน
ได้แก่ ผู้ปกครอง ผู้นำชุมชน สถานบำบัด
และเยาวชน โดยทั้งหมดจะต้องร่วมกัน
ระดมความคิดเพื่อหาประเด็นที่จะสื่อสาร
ในสื่อออนไลน์ ซึ่งสรุปออกมาได้ 2 ประเด็น
คือ วิธีการป้องกันตนเองจากการติดนํ้า
กระท่อมของกลุ่มเยาวชน และวิธีช่วยเหลือ
เพื่อนที่เคยติดนํ้ากระท่อมให้กลับมาอยู่ใน
สังคมได้ โดยเนื้อหาที่น่าเสนอจะต้อง
สามารถปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสาร
ให้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับอัตลักษณ์
ส่วนบุคคลของผู้ติมนํ้ากระท่อมให้ตรงกับ
สภาพเป็นจริง โดยให้เยาวชนได้เห็นข้อเสีย
ที่เกิดขึ้น และลบล้างอัตลักษณ์ทางสังคม
แบบผิดๆ ที่มองว่านํ้ากระท่อมให้ประโยชน์
มากกว่าโทษ ซึ่งจะมียุกลุ่มเยาวชน
อาสาสมัครที่สร้างสื่อและกลุ่มเยาวชนใน
พื้นที่อำเภเทพาเป็นแกนหลักในการผลิต
สื่อ โดยมีผู้ใหญ่เป็นแกนหนุนในการผลิต
และสร้างสื่อ ซึ่งผู้ใหญ่ที่เข้าร่วมกิจกรรม
จะมีบทบาทที่แตกต่างกันออกไป โดยกลุ่ม

เยาวชนจะเป็นคนเลือกเองว่ากลุ่มผู้ใหญ่นั้นจะมีบทบาทอะไร ซึ่งในที่นี้กลุ่มเยาวชนอาสาสมัครเลือกให้สื่อ Fanpage เป็นสื่อหลักและมีสื่อหนังสือเป็นสื่อสนับสนุน เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้ากับธรรมชาติการใช้สื่อและความนิยมของกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยใช้ผู้สื่อสารที่เป็นกลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลและเป็นผู้นำทางความคิดโดยมีทั้งที่เป็นเพื่อนที่เคยดื่ม น้ำกระท่อม และไม่เคยดื่ม น้ำกระท่อมเป็นผู้ส่งสารภายในสื่อ สำหรับเนื้อหาของสื่อควรใช้ภาษาถิ่น ที่เข้าใจง่าย และเสมือนกำลังคุยกับกลุ่มของเยาวชนจริง อีกวิธีคือการนำกลยุทธ์ในการสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) โดยใช้ผู้ที่มีความรู้เข้าใจและมีประสบการณ์ตรงกับน้ำกระท่อม มาสื่อสารรณรงค์เลิกดื่ม น้ำกระท่อมในฐานะพวกพ้อง ที่พูดคุยภาษาเดียวกับผู้ดื่ม น้ำกระท่อม หรือการนำเอาอัตลักษณ์ที่ผู้ดื่ม น้ำกระท่อมสร้างขึ้นและอยากให้เป็นภาพแทนที่ทำให้สังคมยอมรับพวกเขา มาใช้เป็นแรงจูงใจทางด้านเหตุผลที่แฝงอยู่ในสื่อรณรงค์เพื่อให้เกิดการยอมรับข่าวสาร โดยทั้งหมดนี้สื่อที่ผลิตขึ้นมานั้นจะต้องสามารถทำให้เยาวชนสามารถเชื่อมโยงไปสู่การสร้างความรู้เข้าใจเกี่ยวกับปัญหาการเสพยากระท่อม ในลักษณะการให้ข้อมูล 2 ด้าน เพื่อให้กลุ่มเยาวชนได้ตัดสินใจด้วยตัวเองว่าจะเชื่อหรือไม่

นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ที่ผลิตขึ้นนั้นต้องสามารถเข้าเยาวชนในพื้นที่ที่สามารถโต้ตอบ บอกต่อและส่งต่อ ไปยังเพื่อนๆ คนอื่นในพื้นที่ได้ โดยมีเป้าหมายของสื่อคือการเปลี่ยนพฤติกรรมลดและละการเสพยากระท่อมของเยาวชนในพื้นที่เทพา ซึ่งการผลิตสื่อรณรงค์นี้สามารถสร้างเครือข่ายต่อต้านการดื่ม น้ำกระท่อมผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้เป็นกระแสติดลบแบบสองด้านในกลุ่มเยาวชนได้ถูกคิดเมื่อต้องเจอกับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับน้ำกระท่อม สามารถสรุปอธิบายได้ตามแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสปนน้ำกระดอมในกลุ่มเยาวชน อำเภอเทพา

ที่มา : ดัดแปลงจาก A model of effective communication for rural development ของ Rasila and Mudau (2012)

2. การผลิตสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสปนน้ำกระดอมในกลุ่มเยาวชนอำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จากการร่วมปฏิบัติการผลิตสื่อแบบมีส่วนร่วมของเยาวชนอาสาสมัครและชาวบ้านในพื้นที่ ทำให้ได้สื่อรณรงค์ คือ สื่อ Fanpage “สื่อคุณรัก” ซึ่งเป็นคำที่ไปสอดคล้องกับคำว่า “สื่อคุณร้อย” โดยคำว่า “สื่อคุณรัก” หมายถึง พันธมิตรทั้ง 4 ในชุมชนที่จะร่วมกันรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสปนน้ำกระดอมในกลุ่มเยาวชนอำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ได้แก่ 1) กลุ่มนักเรียน 2) กลุ่มผู้ปกครอง 3) ผู้นำในชุมชน/โรงเรียน และ 4) ศูนย์บำบัดยาเสพติด ซึ่งภายใน Fanpage สื่อคุณรัก ประกอบไปด้วยสื่อย่อย ๆ ดังนี้

ตารางที่ 1 รูปแบบสื่อย่อยใน Fanpage สี่คุณรัก

ประเภทสื่อ	จำนวน	รูปแบบ	เนื้อหา
1. ภาพนิ่ง	20 ภาพ	ภาพถ่ายของเยาวชนประกอบข้อความสั้นๆ	วิธีการป้องกันตนเองจากการติดน้ำกระท่อม
2. คลิปวิดีโอ	5 คลิป	วิดีโอประกอบเสียงดนตรี และเสียงนักแสดงๆ ในเชิงตลกๆ และบอกเล่า	วิธีการป้องกันตนเองจากการติดน้ำกระท่อม / วิธีช่วยเหลือเพื่อนที่ติดน้ำกระท่อม
3. หนังสั้น	1 เรื่อง	หนังสั้นแนวรามาที่แต่งจากเรื่องจริง ด้วยการใช้นักแสดงชุมชนและภาษาถิ่น	วิธีช่วยเหลือเพื่อนที่ติดน้ำกระท่อม
4. สื่อมิวสิควิดีโอ	1 เพลง	เพลงเพื่อชีวิตสำเนียงใต้ ที่แต่งจากเรื่องสั้น และใช้นักร้องในท้องถิ่น	วิธีช่วยเหลือเพื่อนที่ติดน้ำกระท่อม

โดยผลการวิเคราะห์การประเมินคุณภาพสื่อจากผู้เชี่ยวชาญพบว่าแต่ละสื่อมีคุณภาพระดับดี ($\bar{X}=4.53$) พิจารณารายสื่อ พบว่าสื่อมิวสิควิดีโอมีคุณภาพระดับดีที่สุด ($\bar{X}=4.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเนื้อร้องในมิวสิควิดีโอที่ใช้เหมาะสมที่สุด ($\bar{X}=5.00$) รองลงมาคือสื่อหนังสั้น มีคุณภาพระดับดี ($\bar{X}=4.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเนื้อหาที่มีความเหมาะสมในการนำเสนอและมีความเหมาะสมกับธรรมชาติของสื่อ มีคะแนนมากที่สุด ($\bar{X}=5.00$) และสื่อเพลงสี่คุณรักมีคุณภาพระดับดี ($\bar{X}=4.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเนื้อหาที่มีความเหมาะสมในการนำเสนอ ภาษาที่ใช้เหมาะสม สื่อความหมายเข้าใจง่ายมีคะแนนมากที่สุด ($\bar{X}=5.00$) ซึ่งมีพิจารณาค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบพบว่าไม่มีองค์ประกอบใดมีสื่อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า 3.50 และไม่มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใดที่มีค่าเกิน 1



ภาพที่ 2 เพจ “สี่คูณรัก” และเนื้อหาบางส่วนภายในเพจที่จัดทำโดยเยาวชนและชาวบ้านในพื้นที่อำเภอเทพา

3. การทดสอบประสิทธิภาพสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมในกลุ่มเยาวชนอำเภอเทพา จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมสามารถแสดงเป็นตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 2 รูปแบบสื่อย่อยใน Fanpage สี่คูณรัก

องค์ประกอบของ Fanpage สี่คูณรัก	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1. ชื่อเพจ “สี่คูณรัก”	4.22	.674	พอใจมาก
2. กราฟิกที่ใช้ในเพจ	4.16	.802	พอใจมาก
3. การสร้างประเด็น	4.20	.845	พอใจมาก
4. ภาพ Feed ในเพจ	4.07	.816	พอใจมาก
5. คลิปวิดีโอ	4.22	.834	พอใจมาก
6. หนังสือ เรื่อง “คิดเล็กท่อม”	4.36	.770	พอใจมาก
7. ข้อคิดที่ได้จากหนังสือ เรื่อง คิดเล็กท่อม	4.43	.715	พอใจมาก
8. มิวสิควิดีโอเพลง	4.35	.703	พอใจมาก
9. การได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเพจ	4.08	.716	พอใจมาก
10. เป็นผู้แชร์เนื้อหาหน้า Page ไปยัง Facebook	3.90	.821	พอใจมาก
11. ได้สิทธิ์และเห็นคอมเมนต์ของท่านในเพจ	4.14	.794	พอใจมาก
รวม	4.19	.794	พอใจมาก

จากตารางที่ 2 พบว่าอยู่ในระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับสื่อรณรงค์อยู่ในระดับพอใจมาก ($\bar{X}=4.19$) พิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อคิดที่ได้จากหนังสือ เรื่อง คิดเล็กท่อมมีความพึงพอใจระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.43$) รองลงมาคือ หนังสือ เรื่อง “คิดเล็กท่อม” มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.36$) มิวสิควิดีโอเพลง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.35$) ส่วนเป็นผู้แชร์เนื้อหาหน้า Page ไปยัง Facebook มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.90$)

ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับการดื่มน้ำกระท่อมของหลังชมสื่อสามารถอธิบายตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 3 การรับรู้เกี่ยวกับการดื่มน้ำกระท่อมหลังจากชมสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อม

ความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
1. การดื่มน้ำกระท่อมเป็นสิ่งผิดกฎหมาย	4.14	.923	มาก
2. การดื่มน้ำกระท่อมไม่ได้ทำให้ดูเท่หรือมีเสน่ห์	4.20	.910	มาก
3. การดื่มน้ำกระท่อมอาจทำให้เสียชีวิตได้	3.74	.940	มาก

ความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
4.การติ่มน้ำกระท่อมเป็นการเสพติดอย่างหนึ่ง	4.22	.837	มาก
5.น้ำกระท่อมเป็นผลเสียต่อร่างกายในระยะยาว	3.83	1.038	มาก
6.เพื่อนที่ติ่มกระท่อมอาจเป็นสาเหตุในการเริ่มติ่มกระท่อม	3.39	1.392	ปานกลาง
7.คนรอบข้างได้รับผลเสียจากการติ่มน้ำกระท่อมโดยเฉพาะครอบครัว	3.74	1.336	มาก
8.หากท่านติ่มน้ำกระท่อมอยู่ อยากจะเลิกทันที	3.72	1.419	มาก
รวม	3.87	1.099	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าอยู่ในระดับการรับรู้เกี่ยวกับการติ่มน้ำกระท่อมหลังจากชมสื่ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) โดยมีการรับรู้ว่าการติ่มน้ำกระท่อมเป็นการเสพติดอย่างหนึ่งมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมาคือการติ่มกระท่อมไม่ได้ทำให้ดูเท่หรือมีเสน่ห์ ($\bar{X} = 4.20$) ส่วนการรับรู้ว่าเพื่อนที่ติ่มกระท่อมอาจเป็นสาเหตุในการเริ่มติ่มกระท่อมเกิดขึ้นน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.39$)

สำหรับผลการวิเคราะห์สมมติฐานของความสัมพันธ์ของสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมความเข้าใจการติ่มน้ำกระท่อมกับการรับรู้หลังจากชมสื่อมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวกและเป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ($r = 0.040$) โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ชื่อเพลง “สี่คูณรัก” 0.041 กราฟิกที่ใช้ในเพจ 0.016 การสร้างประเด็น 0.103 ภาพ Feed ในเพจ 0.014 คลิปวิดีโอ 0.034 หนังสือเรื่อง “คิดเลิกท่อม” 0.029 ข้อคิดที่ได้จากหนังสือ เรื่อง คิดเลิกท่อม 0.062 มิวสิควิดีโอ เพลง 0.082 การได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเพจ 0.072 เป็นผู้แชร์เนื้อหาหน้า Page ไปยัง Facebook 0.03 ได้สิทธิ์และเห็นคอมเมนต์ของท่านในเพจ 0.148 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าอิทธิพลสื่อรณรงค์ที่มีผลต่อความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมค่อนข้างต่ำมาก ซึ่งสามารถทำนายได้เพียงร้อยละ 4.5 โดยการได้สิทธิ์และเห็นคอมเมนต์ของท่านในเพจมีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = .148$) รองลงมาคือการสร้างประเด็น ($\beta = .103$)

อภิปรายผล

ข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัย
สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การ
วิจัย 3 ประเด็น ดังนี้

**ประเด็นที่หนึ่ง การศึกษาการ
สร้างสื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อ
สร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพ
น้ำกระท่อมในกลุ่มเยาวชน อำเภอ
เทพา จังหวัดสงขลา** สิ่งสำคัญที่สุดได้แก่
กระบวนการสื่อผลิตที่ให้ทุกฝ่ายเข้ามามี
ส่วนร่วมในการผลิต เพราะผลที่ได้จาก
โครงการพบว่าชาวบ้านในชุมชนต่างมี
ความกระตือรือร้นในการร่วมกันผลิตสื่อ
รณรงค์เป็นอย่างมาก สอดคล้องกับ
งานวิจัยของพวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรือง
โรจน์ (2556) ที่กล่าวว่ากระบวนการดังกล่าวนี้
เป็นสิ่งเหมาะสมในการทำสื่อสารรณรงค์
เพราะเป็นการทำให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วน
ร่วมในการสื่อสาร ในฐานะผู้สนับสนุน
กระบวนการผลิต ร่วมสื่อและประเมินผลสื่อ
ร่วมกันอย่างเป็นระบบ จึงทำให้พัฒนา
ชุมชนนั้นประสบความสำเร็จได้ ส่วน
เนื้อหาที่นำเสนอในการรณรงค์ในครั้งนี้
อาจจะแตกต่างกับเนื้อหาของสื่อรณรงค์
ประเภทอื่นๆ แต่ยังคงเป็นไปในทิศทาง
เดียวกันกับสื่อออนไลน์ในการรณรงค์อื่นๆ
ซึ่งสอดคล้องกับงานของ นิษฐา หุ่นเกษม
นิศารัตน์ วิไลลักษณ์ และปรัชญา ทองชุม
(2563) ที่กล่าวว่าการนำเสนอสารเพื่อการ

รณรงค์ในสื่อสังคมออนไลน์นั้น จะต้องการ
แปลงสารให้เข้ากับช่องทางการสื่อสาร
ออนไลน์แต่ละประเภท และต้องนำเสนอ
หรือโพสต์ข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบ
สม่ำเสมอ และมีความต่อเนื่อง แม้ว่า
ผลสัมฤทธิ์จากการเข้าร่วมสื่อจะมีอิทธิพล
ต่อความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำ
กระท่อมน้อยมาก แต่ผลวิจัยแสดงให้เห็น
แล้วว่าพวกเขายังต้องการเข้ามามีส่วนร่วม
ในการผลิตสื่อมากกว่าเป็นผู้รับสื่อเพียง
อย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎี
เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดที่กล่าวว่า
เทคโนโลยีจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบ และ
สามารถบอกได้ว่าควรปรับเปลี่ยนการ
สื่อสารนั้นไปทิศทางใด

**ประเด็นที่สอง การผลิตสื่อ
รณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลด
ปัญหาการเสพน้ำกระท่อมในกลุ่ม
เยาวชนอำเภอเทพา จังหวัดสงขลา** การ
รณรงค์ที่กลุ่มเยาวชนและชาวบ้านเลือกใช้
สื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อที่เข้ากับ
พฤติกรรมที่เปิดรับสื่อของวัยรุ่นในพื้นที่
โดยมีธรรมชาติของสื่อคือไม่ได้เป็นการ
นำเสนอข่าวสารเพียงทางเดียว แต่สามารถ
สื่อสารสองทางระหว่างรับผู้สารและผู้สาร
 อีกทั้งยังเปลี่ยนบทบาทให้ผู้รับสารเป็นผู้ส่ง
สารชั้นที่สอง และสร้างสารใหม่ออกไปยัง
ผู้รับอื่นๆ ในลักษณะเครือข่ายต่อไป ซึ่งมี
ข้อสังเกตที่ชัดเจนแล้วว่ากลุ่มชาวบ้านและ

เยาวชนอาสาสมัครที่เข้าร่วมโครงการและมี
ส่วนร่วมในทุกๆ ขั้นตอน กลับกลุ่มเหล่านี้
ต่างมีความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้
กระท่อมที่ดีมาก และพร้อมผลักดันให้
ปัญหาน้ำกระท่อมหมดไปในชุมชน ซึ่ง
สอดคล้องกับรณฤฎ จิตต์ธรรม (2563) ว่า
การแก้ไขปัญหายาเสพติดนั้น สื่อเป็นแค่
เครื่องมือหนึ่งในการสื่อสารเท่านั้น แต่การที่
จะแก้ไขปัญหายาเสพติดในชุมชนได้นั้น
ต้องการส่งเสริมและทำความเข้าใจให้
ประชาชนที่อาศัยในชุมชนให้เห็น
ความสำคัญของปัญหายาเสพติด และ
ตระหนักว่าปัญหายาเสพติดเป็นปัญหาของ
ส่วนรวม ที่ทุกคนต้องช่วยกันป้องกันและ
แก้ไขปัญหา ซึ่งการกระทำเช่นนี้จะเป็นตัว
สร้างภูมิคุ้มกันให้เด็กและเยาวชนในชุมชน
ให้มีทัศนคติทางไกลยาเสพติดได้

**ประเด็นที่สาม ประสิทธิภาพสื่อ
รณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลด
ปัญหาการเสพน้กระท่อมในกลุ่ม
เยาวชนอำเภอเทพา จังหวัดสงขลา**
ปรากฏว่าอิทธิพลของสื่อที่สร้างขึ้นมีผลต่อ
ความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้
กระท่อมได้ค่อนข้างต่ำ อาจเกิดมาจาก
กลุ่มเยาวชนที่นำสื่อไปทดลองนั้น ส่วนใหญ่
เป็นกลุ่มเยาวชนที่ไม่เสพน้กระท่อมอยู่
ก่อนแล้วและรับรู้แล้วว่าน้ำกระท่อมเป็นสิ่ง
ไม่ดี อีกทั้งเยาวชนที่เป็นผู้รับสารส่วนใหญ่
ไม่ได้เป็นผู้ร่วมผลิตสื่อตั้งแต่แรก จึงมอง

เป็นแค่ปลายทางของสื่อที่เผยแพร่ และมี
การตีความความเข้าใจจากสื่อที่ตนเอง
รับชม ณ ขณะนั้น จึงเกิดความรู้ความเข้าใจ
และตระหนักถึงปัญหาน้ำกระท่อมค่อนข้าง
น้อย ผิดกับกลุ่มเยาวชนที่มีส่วนร่วมในการ
ผลิตสื่อรณรงค์ในทุกขั้นตอน พวกเขาต่างมี
ความตระหนักในปัญหาและพร้อมแก้ไข
ปัญหาน้ำกระท่อมในชุมชนมากกว่า
นอกจากยังพบว่ากลุ่มเยาวชนที่ไม่ได้ร่วม
ผลิตสื่อได้แสดงความคิดเห็นว่า หากให้สิทธิ
พวกเขาได้ ได้ร่วมผลิตและแสดงความคิด
เห็นในสื่อ รวมถึงการสร้างประเด็นใหม่ๆ
เพื่อส่งต่อไปยังผู้รับสารขั้นที่สอง พวกเขา
จะรู้สึกถึงความเข้าใจและต้องการแก้ไข
ปัญหาการเสพน้กระท่อมเพิ่มมากขึ้น
แสดงให้เห็นว่าเยาวชนในพื้นที่เอง ล้วน
อยากเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ
มากกว่าที่จะเป็นเพียงผู้รับสื่อปลายทาง
ซึ่งสอดคล้องกับการแนวความคิดการสื่อสารเพื่อ
การพัฒนา คือต้องให้ประชาชนได้มีโอกาส
เข้าร่วมในทุกขั้นตอนของกระบวนการ
ตั้งแต่การร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วม
รับผิดชอบในผลการพัฒนาที่จะเกิดขึ้น
รวมถึงการร่วมกันประเมินผลการ
ดำเนินงานโครงการ ซึ่งจะส่งผลต่อการใช้
สื่อในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนใน
ชุมชนอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

หากมีการผลิตสื่อในครั้งต่อไป ควรให้กลุ่มผู้รับสารหรือเยาวชนในพื้นที่เข้ามาส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหาในการรณรงค์ให้มากที่สุด อีกทั้งการทำงานวิจัยนี้เป็นการทำงานวิจัยเฉพาะในพื้นที่อำเภอเทพา และกลุ่มประชากรเฉพาะซึ่งคือเยาวชน ดังนั้นผลการศึกษาอาจไม่สามารถนำไปสรุปว่าการสร้างสื่อจะมีอิทธิพลในการรณรงค์ในประชากรกลุ่มอื่นหรือในเยาวชนในพื้นที่อื่นได้ จากความแตกต่างของลักษณะประชากรในพื้นที่ หากถ้ามีการสร้างสื่อโดยคนในพื้นที่ สื่อที่สร้างจะออกมามีลักษณะจำเพาะเจาะกับคนในพื้นที่นั้นๆ มากขึ้น

อีกทั้งการวิจัยในครั้งนี้นี้ยังพบว่ากระบวนการผลิตสื่อยังต้องอาศัยความมีส่วนร่วมของเยาวชนเป็นหลัก ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะเพิ่มบทบาทของผู้ใหญ่ ให้เข้ามามีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้มีเนื้อหาหรือนรณรงค์ที่หลากหลายและครอบคลุมกับผู้รับสื่อที่หลากหลายกลุ่มในชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ากระท่อมในกลุ่มเยาวชนและกลุ่มผู้รับสารอื่นๆ โดยผลการวิจัยสามารถนำกระบวนการที่ได้จากการวิจัยนี้ไปปรับใช้การวิจัยรณรงค์ยาเสพติดประเภทอื่นๆ เช่น ยาบ้า เฮโรอีน หรือ กัญชา ที่เป็นปัญหาที่สำคัญๆ ในชุมชน เพื่อให้ได้ผลที่ขยายวงกว้าง สามารถสร้าง

อรรถประโยชน์กับเยาวชนและชุมชนอย่างแท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์ศึกษาปัญหาการเสพติด (ศศก.) ประจำปี พ.ศ. 2562

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กิตติวงศ์ สาสวด และปรีชา ดิลกวุฒิสิทธิ์.(2559). การพัฒนารูปแบบการป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติดในกลุ่มเด็กและเยาวชนในเขตพื้นที่เทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารชุมชนวิจัย*. 10(1).116-124.
- ดารารัตน์ สารพันธ์. (11 กันยายน 2562). รายงานการตรวจราชการระดับจังหวัด
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ครั้งที่ 2 การพัฒนาระบบบริการ (Service Plan) หัวข้อ ยาเสพติด. สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2562. จาก bie.moph.go.th/e-insreport/file_report
- ทรมัธมีเดีย. (2560). *แนะนำวิธีสร้างสื่อโฆษณาให้โดนใจวัยรุ่น Gen Z* จากงานวิจัยผู้บริโภค
ล่าสุด *AdReaction 2017*. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2562. จาก
<https://www.thumbsup.in.th/adreaction-2017>
- ไทยพีบีเอส. (15 กุมภาพันธ์ 2555). “วัยรุ่นกับสื่อ: ภาพสะท้อนผู้ใหญ่ในอนาคต”. สืบค้นเมื่อ 6
กันยายน 2562. จาก <https://www.citizenthaipbs.net/node/12548>
- นิษฐา หุ่นเกษม นิศารัตน์ วิไลลักษณ์ และ ปรัชญา ทองชุม. (2563).การออกแบบสารรณรงค์
ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อควบคุมการบริโภคยาสูบ. *มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*. 11(2). 50-63.
- นันท์ชนก วงษ์สมุทร. (28 พฤษภาคม 2560). *ยาเสพติด: อีกร้ายร้ายของคนปลายด้ามขวาน*.
สืบค้น 8 กันยายน 2562 จาก <http://www.bbc.com/thai/thailand-40075113>
- บุบผา บุญญามณี และคณะ. (2559). *เหตุผลของการเสพยาเสพติดประเภทสีกุณร้อยและยาบ้า
หรือกัญชาในผู้ป่วยยาเสพติดที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลธัญญารักษ์สงขลา
และปัตตานี*. สงขลา : โรงพยาบาลธัญญารักษ์สงขลา
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์. (2556). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกในขับเคลื่อน
แนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการพัฒนาศักยภาพแบบทางเลือก. *มนุษยศาสตร์
สังคมศาสตร์*. 30(2). 23-42

- รณกฤต จิตต์ธรรม (2563). การป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดโดยการมีส่วนร่วมของ
ประชาชนในชุมชนผู้เฒ่า ย่า คำ ยังอยู่ แขวงหลักสอง เขตบางแค กรุงเทพมหานคร. สาร
นิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม
- รชดี บินหวัง และเกษตรชัย และหิม. (2559) . สภาพและปัญหาในการจัดการปัญหาเสพติด
ในกลุ่มเยาวชนไทย มุสลิมชุมชนบ้านดอนขี้เหล็ก ตำบลพะวง อำเภอเมือง จังหวัด
สงขลา.วารสารพัฒนบริหารศาสตร์. 56 (1/2559) : 1-33
- ว้อยซ์ทีวีออนไลน์. (26 พฤษภาคม 2560). ผลสำรวจพบเด็กไทยติดสื่อออนไลน์สูงกว่าค่าเฉลี่ย
โลก 3 ชม. สืบค้น เมื่อ 10 กันยายน 2562. จาก
<https://www.voicetv.co.th/read/Sy22rxL9G>
- วินัย ดะห์ลัน. (2560). ย่อยป่อยให้น้ำกระท่อมและสื่อร่อยทำลายศาสนาและสังคม. สืบค้น
เมื่อ 10 กันยายน 2562. จาก <https://deepsouthwatch.org/th/node/10636>
- สุไหวดี บูลลาด, (2558). ประสบการณ์ผู้ติดยาเสพติด 4x100 ของวัยรุ่นในตำบลแห่งหนึ่งของ
จังหวัดกระบี่. *พินเนศวรสาร*. 11(2).41-49.
- สมนึก บุญสุภา. (2 ตุลาคม 2559). กระท่อม .. พืชที่ทุกคนอยากรู้. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน
2562. จาก <https://www.pharmacy.mahidol.ac.th/th/knowledge/article/354/>
กระท่อม

ภาษาอังกฤษ

- Haley, R. I., & Baldinger, A. I. (1991). The ARF copy research validity project. *Journal of Advertising Research*, 31(3), 11-32.
- Mary Shaw. (2017). Social Media Design Tips. Retrived May 29, 2019, from
<https://www.customerinsightgroup.com/marketinglibrary/social-media-marketing/what-is-social-media-design>
- McQuail, D. (1994). *Mass communication theory An introduction*. London, Thousand
Oaks, New Delhi: SAGE.

Rasila, BN & Mudau, J., (2012). Effective communication as a strategic tool for rural development: A model to take South African Government beyond mobilization and consultation through public participation. *Journal of Media and Communication Studies*. 4(7), 134-141.

Rogers, Everette M. (1979). *Communication Campaign*. New York: The Free Press.