

การสร้างสรรคสื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ากระท่อมใน
กลุ่มเยาวชนพื้นที่เสี่ยงของจังหวัดสงขลา

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.

เสริมศักดิ์ ขุนพล*¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างสรรคสื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วม ผลิตสื่อรณรงค์ และทดสอบประสิทธิภาพสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ากระท่อมในกลุ่มเยาวชนอำเภอเทพา จังหวัดสงขลา โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือเอกสารออนไลน์เกี่ยวกับติมน้ากระท่อม จำนวน 10 เพจ การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผ่านการประชุมกลุ่มย่อยที่สุ่มเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งประกอบไปด้วย กลุ่มนักเรียน กลุ่มผู้ปกครอง ผู้นำในชุมชน และศูนย์บำบัดยาเสพติด จำนวน 36 คน และปฏิบัติการร่วมกันเพื่อผลิตจากกลุ่มเยาวชนอาสาสมัคร จำนวน 30 คน ร่วมปฏิบัติการ Workshop และผลิตสื่อที่ร่วมกัน หลังจากนั้นนำสื่อที่ได้ไปทดสอบประสิทธิภาพกับกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลายและระดับมัธยมศึกษา จำนวน 400 คน ใน 5 โรงเรียนของพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ได้แก่ โรงเรียนเทพพิทยา ภาณุมาศ โรงเรียนเทพา โรงเรียนบ้านพระพุทธ โรงเรียนวัดนิคมประสาทมิตรภาพที่ 149 และโรงเรียนชุมชนนิคมสร้างตนเองเทพา ผลการวิจัยพบว่า การสร้างสื่อต้องเกิดมาจากความร่วมมือร่วมใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ โดยให้ทั้งหมดต้องร่วมกันระดมความคิดเพื่อหาประเด็นที่จะสื่อสารในสื่อรณรงค์ ซึ่งสรุปออกมาได้ 2 ประเด็น คือวิธีการป้องกันตนเองจากการติมน้ากระท่อมของกลุ่มเยาวชน และวิธีช่วยเหลือเพื่อนที่เคยติมน้ากระท่อมให้กลับมาอยู่ในสังคมได้ เนื้อหาที่นำเสนอจะต้องสามารถปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสาร ให้มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับอัตลักษณ์ส่วนบุคคลของผู้ติมน้ากระท่อมให้ตรงกับสภาพเป็นจริง โดยให้เยาวชนได้เห็นข้อเสียที่เกิดขึ้นและลบล้างอัตลักษณ์ทางสังคมแบบผิดๆ ที่มองว่าน้ากระท่อมให้ประโยชน์มากกว่าโทษ ซึ่งกลุ่มเยาวชนอาสาสมัครที่สร้างสื่อเยาวชนในพื้นที่อำเภอเทพาเป็นแกนหลักในการผลิตสื่อ ทั้งนี้สื่อที่คนในชุมชนเลือกใช้ได้แก่ สื่อ Fanpage เป็นสื่อหลัก และมีสื่อหนังสือเป็นสื่อสนับสนุน โดยอิทธิพลสื่อรณรงค์ที่มีผลต่อความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ากระท่อมค่อนข้างต่ำมาก ซึ่งสามารถทำนายได้เพียงร้อยละ 4.5 โดยการได้สิทธิ์และเห็นคอมเมนต์ของท่านในเพจมีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = .148$) รองลงมาคือการสร้างประเด็น ($\beta = .103$) แม้ว่าผลสัมฤทธิ์จากการเข้ารับชมสื่อจะมีอิทธิพลต่อความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ากระท่อมน้อยมาก แต่ความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ากระท่อมของกลุ่มชาวบ้านและเยาวชนที่

*¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

เข้าร่วมโครงการในทุกๆ ขั้นตอน กลับให้ผลที่ดีมาก ซึ่งผู้เข้าร่วมกระบวนการทั้งหมดมีความกระตือรือร้นและตระหนักว่าปัญหาการติดน้ำกระท่อมเป็นปัญหาของส่วนรวมทุกคนต้องช่วยกันป้องกันและแก้ไขปัญหา และเป็นสิ่งที่จะช่วยสร้างภูมิคุ้มกันให้เด็กและเยาวชนให้มีทัศนคติห่างไกลน้ำกระท่อมได้

คำสำคัญ: สื่อรณรงค์ การมีส่วนร่วม น้ำกระท่อม เยาวชน

Abstract

The research aimed at investigating the creation of a participatory campaign media and verifying its effectiveness in forming understanding on Kratom drink consumption and minimizing its problems encountered by juveniles in Thepa Subdistrict, Songkhla Province. The data was collected from 3 different sources. The first source included 10 online publicizing the information on Kratom drink. Using a purposeful sampling technique, the second source contained 36 samples: students, parents, community leaders, and those in a drug dependence treatment center. The last source consisted of 30 young volunteers taking part in a workshop to produce the participatory campaign media. 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 Mitrphap Thi 149 School, and Chumchon Nikhom Sang Ton-ang Thepa School, all of which were in Thepa District, Songkhla Province. The findings revealed that all stakeholders were required to brainstorm and elaborate issues to be conveyed in the participatory campaign media. Their proposed ideas could be categorized into the following two issues: 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 short film 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. This could be predicted only at 4.5 %. 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: campaign media, participatory, kratom tea, juveniles

บทนำ

ปัจจุบันปัญหายาเสพติดเป็นปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้นกับเยาวชนไทย โดยเฉพาะเยาวชนในพื้นที่ห่างไกลในจังหวัดชายแดนของไทยที่ต่างตกเป็นผู้ที่อยู่ในภาวะสุ่มเสี่ยงค่อนข้างมาก จากการสำรวจเมื่อปี 2559 ของศูนย์ป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายใน ภาค 4 ส่วนหน้า (กอ.รมน.ภาค 4 สน.) ระบุว่า 1 ใน 5 ของเยาวชนในกว่า 2,000 หมู่บ้านใน 4 จังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และสงขลาต่างมีแนวโน้มติดยาเสพติด เฉพาะในพื้นที่จังหวัดสงขลาเพียงจังหวัดเดียวพบว่ามี การแพร่ระบาดของยาเสพติดอยู่ในลำดับที่ 9 ของประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอรอบนอก 4 อำเภอหลักๆ โดยไล่ตามลำดับตามจำนวนของกลางที่ถูกยึดมามากที่สุดของภาคใต้ ได้แก่ อำเภอจะนะ อำเภอเทพา อำเภอนาทวี และอำเภอสะบ้าย้อย ซึ่งยาเสพติดที่มีการเสพมากที่สุด ได้แก่ พืชกระท่อมคิดเป็นร้อยละ 57.84 รองลงมาคือยาบ้า ร้อยละ 18.49 และไอซ์ ร้อยละ 13 และมีแนวโน้มการแพร่ระบาดเพิ่มมากขึ้น จากรายงานสถานการณ์ยาเสพติดจังหวัดสงขลา ปี 2561 พบว่า การเสพกระท่อมได้เพิ่มสัดส่วนเป็นร้อยละ 61.22 ของยาเสพติดที่ระบาดอยู่ในพื้นที่ของจังหวัด เนื่องจากมีการลักลอบนำเข้าพืชกระท่อมอย่างต่อเนื่องจากจังหวัดอื่นๆ และประเทศใกล้เคียง (นันทชนก วงษ์สมุทร, 2560. ดารารัตน์ สาธรพันธ์, 2562) ชาวบ้านส่วนใหญ่ยังคงมีความเข้าใจผิด และคิดบวกกับการดื่มน้ำกระท่อมว่าแม้กระท่อมจัดเป็นพืชเสพติดให้โทษประเภท 5 ตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522 โดยได้เหตุผลว่าการดื่มน้ำกระท่อมในช่วงแรกแม้จะมีความรู้สึกมึนงง เมาเคลิ้มเหมือนลอย แต่น้ำกระท่อมก็ทำให้จิตใจสบาย สมองโล่งโปร่ง นอนหลับ รับประทานอาหารได้ กระปรี้กระเปร่า ไม่นอนหลับ ประหยัดค่าใช้จ่ายน้อยกว่ายาเสพติดอื่น (สุไหวงดี บุษลาด, 2558) ซึ่งกลายเป็นเรื่องเข้าใจผิดที่น่าห่วง เนื่องจากวิธีการนำกระท่อมมาเสพด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ด้วยการนำน้ำต้มใบกระท่อมไปผสมกับส่วนผสมอื่น เช่น ยาจุดกันยุงชนิดขด สารฟลูออเรสเซนต์จากหลอดไฟนีออน เป็นต้น หรือได้รับในปริมาณที่สูงมากจะทำให้เกิดภาวะกดประสาทและกดการหายใจซึ่งจะเป็นสาเหตุทำให้เสียชีวิตได้ โดยเฉพาะการใช้ติดต่อกันเป็นระยะ

เวลานานจะทำให้เกิดอาการติดได้ (สมนึก บุญสุภา, 2559) อีกทั้งผู้ติมน้ำกระท่อมจะมีแนวโน้มที่จะหันไปเสพยาบ้าหรือกัญชาได้ง่าย จากสิ่งแวดล้อมและการถูกชักชวนของเพื่อนสนิทที่ติมน้ำกระท่อมร่วมกัน (บุบผา บุญญามณี และคณะ, 2559)

เยาวชนที่เข้ามาบำบัดการเสพติดน้ำกระท่อมทั้งแบบระบบสมัครใจ และระบบบังคับบำบัดในพื้นที่จังหวัดสงขลา กล่าวว่า สิ่งที่ทำให้พวกเขามีพฤติกรรมเสพน้ำกระท่อม คือ การขาดความรู้เกี่ยวกับพิษภัยของยาเสพติด การมีกลุ่มเพื่อนที่มั่วสุมกับสารเสพติด และผู้ปกครองไม่เข้าใจวิธีการอบรมพวกเขาอย่างถูกต้องเหมาะสม (รชดี บินหวัง และเกษตรชัย และหิม, 2559 :1-33) ดังนั้นทางออกที่ดีที่สุดคือการปรับเปลี่ยนทัศนคติของเด็กและผู้ปกครองให้ตระหนักถึงโทษและพิษภัย ว่ากระท่อมโดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องตีมีคุณร้อยเป็นเครื่องตีประเภทนี้สามารถทำลายสุขภาพได้รุนแรง และดึงเยาวชนออกจากยาเสพติดที่กำลังทำลายพื้นฐานสังคมอย่างรุนแรงอยู่ในขณะนี้ (วินัย ดะห์ลัน, 2560)

ในอดีตรัฐบาลได้มีการรณรงค์เพื่อชี้ให้เห็นโทษและผิตรายของน้ำกระท่อม แต่การแก้ไขปัญหาดังกล่าวเป็นการมุ่งสนองนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐ ที่ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ ไม่มีข้อมูลในด้านสถานการณ์ปัญหาที่ชัดเจน มีข้อจำกัดในด้านเวลา เน้นความสำเร็จเชิงปริมาณ รวมทั้งมุ่งใช้อำนาจกฎหมายจัดการกลุ่มผู้ค้าผู้เสพในชุมชน โดยการจับ ปรับ กัก ชัง ทำให้สามารถแก้ปัญหาไปได้ในช่วงขณะได้ แต่ไม่สามารถป้องกันพร้อมทั้งแก้ไขปัญหาน้ำกระท่อมให้ทุเลาลงได้ระยะยาว (รชดี บินหวัง และเกษตรชัย และหิม, 2559, 1-33) ดังนั้นการรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมในกลุ่มเยาวชน จำเป็นต้องอาศัยการสร้างเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น การจัดระเบียบสังคมแบบบูรณาการ จัดโครงการโรงเรียนป้องกันยาเสพติด ส่งเสริมครอบครัวสีขาวและครอบครัวเข้มแข็ง และโครงการบำบัดรักษาและฟื้นฟูสมรรถภาพของผู้เสพและผู้ติดยาเสพติดแบบบูรณาการ (กิตติวงศ์ สาสวดและปรีชา ดิลกวุฒิสวัสดิ์, 2559) ผ่านสื่อรณรงค์ที่อยู่ในความต้องการและสนใจของเยาวชน ไม่ใช่เป็นความสนใจของผู้ใหญ่หรือของผู้ผลิต โดยเปิดโอกาสให้เยาวชนได้แสดงความสามารถ และมีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ ซึ่งทำให้เขาเหล่านั้นเกิดการเรียนรู้และได้สื่อที่ตรงกับความต้องการจริงๆ (ไทยพีบีเอส, 2555)

ปัจจุบันเยาวชนไทยมีแนวโน้มบริโภคสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ลดลง โดยมุ่งให้ความสนใจสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้นและมีการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ (Highly Active User) YouTube เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77 รองลงมาคือ Facebook ร้อยละ 76 Line ร้อยละ 61 Instagram ร้อยละ 24 Twitter ร้อยละ 12 และ Snapchat ร้อยละ 4 (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล อังนิน ว้อยซ์ทีวี่ออนไลน์, 2560) การรณรงค์โฆษณายุคใหม่จำเป็นต้องสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของในรูปแบบกิจกรรม ฟีดข่าวและการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง ผสานกับความคิดสร้างสรรค์ ดนตรี เรื่องตลกขบขันมาใช้ในการสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจและควบคุมได้ (ทรัมพ์มีเดีย,

2560) นอกจากนี้ต้องมีบุคคลที่เกี่ยวข้องในครอบครัวและชุมชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการผลิตสื่อรณรงค์นั้น โดยมีเยาวชนเป็นศูนย์กลางในการออกแบบและผลิตของตนเองโดยเฉพาะ จึงจะทำให้การสื่อสารนั้นนำไปสู่การแก้ไขปัญหาที่กระต้อมที่เกิดขึ้นกับวัยเยาวชนในพื้นที่เป้าหมายได้

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาการสร้างสื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระต้อมในกลุ่มเยาวชน อำเภอกเทพา จังหวัดสงขลา
2. เพื่อผลิตสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระต้อมในกลุ่มเยาวชนอำเภอกเทพา จังหวัดสงขลา
3. เพื่อทดสอบประสิทธิภาพสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระต้อมในกลุ่มเยาวชนอำเภอกเทพา จังหวัดสงขลา

กลุ่มเป้าหมาย และพื้นที่ดำเนินการ

พื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ พื้นที่เสี่ยงในการเสพน้ำกระต้อมของจังหวัดสงขลา ซึ่งได้แก่ อำเภอกเทพา จังหวัดสงขลา

ประชากรที่ได้ศึกษาครั้งนี้ 4 ได้แก่ 1) กลุ่มนักเรียน 2) กลุ่มผู้ปกครอง 3) ผู้นำในชุมชน และ 4) ศูนย์บำบัดยาเสพติด

ขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มจำเพาะเจาะจง (Purposive sampling) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างในการผลิตสื่อ จำนวน 47 คน

1.1 กลุ่มนักเรียนโรงเรียนเทพพิทยาภาณุมาศ ตำบลลำไพล อำเภอกเทพา จังหวัดสงขลา แบ่งเป็นกลุ่มนักเรียนที่เคยดื่มน้ำกระต้อมจำนวน 3 คน และนักเรียนที่ผลิตสื่อจำนวน 30 คน รวมเป็นจำนวน 33 คน

1.2 กลุ่มผู้ปกครอง จำนวน 10 คน โดยเป็นผู้ปกครองที่มีบุตรหลานมีประวัติดื่มน้ำกระต้อมจำนวน 5 คน และผู้ปกครองที่มีบุตรหลานไม่มีประวัติดื่มน้ำกระต้อม จำนวน 5 คน คัดเลือกจากการสมัครที่สนใจเข้าร่วมโครงการจากคำแนะนำของโรงเรียน และสถานบำบัด โดยพิจารณาจากประวัติ สัมพันธภาพในครอบครัว และการมีบุตรหลานตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่รับชมสื่อประกอบกัน

1.3 ผู้นำชุมชนในพื้นที่ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน คุณครูโรงเรียนเทพพิทยาภาณุมาศ ตำบลลำไพล อำเภอกเทพา จังหวัดสงขลา จำนวน 2 คน

1.4 เจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการบำบัดยาเสพติดอำเภอกเทพา จำนวน 2 คน

2. กลุ่มตัวอย่างผู้รับชมสื่อ

กลุ่มนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย และมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 5 โรงเรียนในพื้นที่อำเภอกเทพา จังหวัดสงขลา ได้แก่โรงเรียนเทพพิทยาภาณุมาศ โรงเรียนเทพา โรงเรียนบ้านพระพุทธรูป โรงเรียนวัดนิคมประสาทมิตรภาพที่ 149 และโรงเรียนชุมชนนิคมสร้างตนเองเทพา ซึ่งคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน (โรงเรียนละ 80 คนจำนวน 5 โรงเรียน)

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา (R&D : Research and Development) เริ่มต้นจากเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ค้นหาแนวทางการสร้างสื่อ Fanpage ธรรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมในกลุ่มเยาวชนพื้นที่เสี่ยงของจังหวัดสงขลาจากกลุ่มประชากร 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มนักเรียน 2) กลุ่มผู้ประกอบการ 3) ผู้นำในชุมชน/โรงเรียน และ 4) ศูนย์บำบัดยาเสพติด โดยการสุ่มจำเพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้ทั้ง 4 กลุ่ม ได้เข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนของการผลิตสื่อ Fanpage ธรรงค์ร่วมกันซึ่งประกอบไปด้วย ภาพ Feed ภาพนิ่ง จำนวน 20 ภาพ คลิปวิดีโอสั้นๆ หนังสั้น 1 เรื่อง และมีวิดิทัศน์จำนวน 1 ผลงาน หลังจากนั้นจึงนำสื่อที่ได้ไปทดสอบไปประสิทธิภาพสื่อ Fanpage ธรรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมกับกลุ่มเยาวชนจำนวน 5 โรงเรียน ในพื้นที่อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

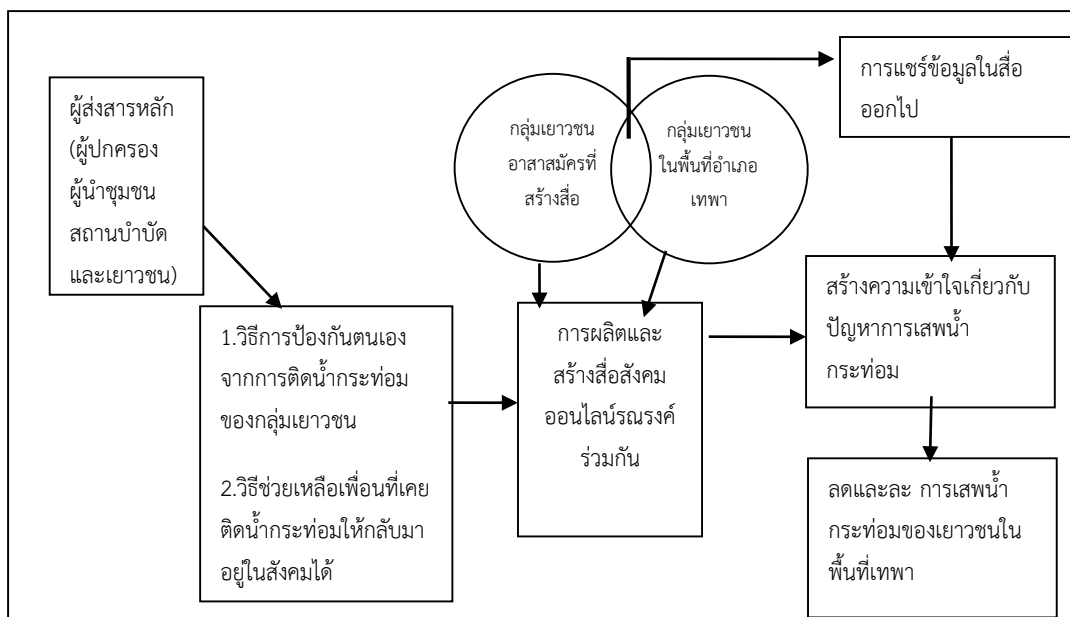
1.การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมาสร้างข้อสรุปโดยเขียนเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive) อุปนัย (Analytic Induction) และการจำแนกชนิดข้อมูลโดยใช้แนวคิดการผลิตสื่อธรรงค์ ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด และการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ซึ่งบทสรุปทั้งหมดถูกนำเสนอในลักษณะอธิบายเชิงพรรณนา พร้อมประกอบไปด้วยการบรรยาย รูปภาพ ตาราง และแผนภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2.การทดสอบความสัมพันธ์ของสื่อธรรงค์ Fanpage กับความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมในกลุ่มเยาวชน โดยใช้แบบสอบถาม จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยตรวจสอบค่าความสัมพันธ์ของสื่อ Fanpage ธรรงค์กับความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมในกลุ่มเยาวชน ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม โดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) โดยแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis= MRA) เพื่อนำผลการวิเคราะห์ไปพยากรณ์อิทธิพลของผลกระทบของการธรรงค์กับความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมในกลุ่มเยาวชนต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งออกตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ดังนี้

1.การศึกษาการสร้างสื่อธรรงค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมในกลุ่มเยาวชน อำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ผลจากการวิจัยสามารถสรุปอธิบายได้ตามแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสปนน้ำกระต้อมในกลุ่มเยาวชน อำเภอเทพา

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

จากภาพที่ 1 การสร้างสื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสปนน้ำกระต้อมในกลุ่มเยาวชน อำเภอเทพา จังหวัดสงขลานั้นต้องเกิดมาจากความร่วมมือร่วมใจของผู้ที่ส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ 4 ภาคส่วน ได้แก่ ผู้ปกครอง ผู้นำชุมชน สถานบำบัด และเยาวชน โดยทั้งหมดจะต้องร่วมกันระดมความคิดเพื่อหาประเด็นที่จะสื่อสารในสื่อรณรงค์ ซึ่งสรุปออกมาได้ 2 ประเด็น คือ วิธีการป้องกันตนเองจากการตีดน้ำกระต้อมของกลุ่มเยาวชน และวิธีช่วยเหลือเพื่อนที่เคยตีดน้ำกระต้อมให้กลับมาอยู่ในสังคมได้ โดยเนื้อหาที่น่าเสนอจะต้องสามารถปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสาร ให้มีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับอัตลักษณ์ส่วนบุคคลของผู้ตีดน้ำกระต้อมให้ตรงกับสภาพเป็นจริง โดยให้เยาวชนได้เห็นข้อเสียที่เกิดขึ้น และลบล้างอัตลักษณ์ทางสังคมแบบผิดๆ ที่มองว่าน้ำกระต้อมให้ประโยชน์มากกว่าโทษ ซึ่งจะมีกลุ่มเยาวชนอาสาสมัครที่สร้างสื่อและกลุ่มเยาวชนในพื้นที่อำเภอเทพาเป็นแกนหลักในการผลิตสื่อ โดยมีผู้ใหญ่เป็นแกนหนุนในการผลิตและสร้างสื่อ ซึ่งผู้ใหญ่ที่เข้าร่วมกิจกรรมจะมีบทบาทที่แตกต่างกันออกไป โดยกลุ่มเยาวชนจะเป็นคนเลือกเองว่ากลุ่มผู้ใหญ่เหล่านั้นจะมีบทบาทอะไร ซึ่งในที่นี่กลุ่มเยาวชนอาสาสมัครเลือกใช้สื่อ Fanpage เป็นสื่อหลักและมีสื่อหนังสือเป็นสื่อสนับสนุน เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้ากับธรรมชาติการใช้สื่อและความนิยมของกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยใช้ผู้สื่อสารที่เป็นกลุ่มเพื่อนจะมีอิทธิพลและเป็นผู้นำทางความคิดโดยมีทั้งที่เป็นเพื่อนที่เคยตีดน้ำกระต้อม และไม่เคยตีดน้ำกระต้อมเป็นผู้ส่งสารภายในสื่อ สำหรับเนื้อหาของสื่อควรใช้ภาษาถิ่น ที่เข้าใจง่าย และเสมือนกำลังคุยกับกลุ่มของเยาวชนจริง อีกวิธีคือการนำกลยุทธ์ในการสื่อสารของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิด (Influencer) โดยใช้ผู้ที่มีความรู้เข้าใจและมีประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับน้ำกระต้อม มาสื่อสารรณรงค์เลิกตีดน้ำกระต้อมในฐานะพวกพ้อง ที่พูดคุยกษษาเดียวกับ

ผู้ดื่มน้ำกระท่อม หรือการนำเอาอัตลักษณ์ที่ผู้ดื่มน้ำกระท่อมสร้างขึ้นและอยากให้มันเป็นภาพแทนที่ทำให้สังคมยอมรับพวกเขา มาใช้เป็นแรงจูงใจทางด้านเหตุผลที่แฝงอยู่ในสื่อรณรงค์เพื่อให้เกิดการยอมรับข่าวสาร โดยทั้งหมดนี้สื่อที่ผลิตขึ้นมานั้น จะต้องสามารถทำให้เยาวชนสามารถเชื่อมโยงไปสู่การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาการเสพน้ำกระท่อม ในลักษณะการให้ข้อมูล 2 ด้าน เพื่อให้กลุ่มเยาวชนได้ตัดสินใจด้วยตัวเองว่าจะเชื่อหรือไม่ นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ที่ผลิตขึ้นนั้น ต้องสามารถเข้าเยาวชนในพื้นที่ที่สามารถโต้ตอบ บอกต่อและส่งต่อ ไปยังเพื่อนๆ คนอื่นๆ ในพื้นที่ได้ โดยมีเป้าหมายของสื่อคือการเปลี่ยนพฤติกรรมลดและละการเสพน้ำกระท่อมของเยาวชนในพื้นที่เทศา ซึ่งการผลิตสื่อรณรงค์นี้สามารถสร้างเครือข่ายต่อต้านการติ่มน้ำกระท่อมผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อให้เป็นกระแสติดกลับแบบสองด้านในกลุ่มเยาวชนได้ลุดคิดเมื่อต้องเจอกับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับน้ำกระท่อม

2. การผลิตสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมในกลุ่มเยาวชนอำเภอเทศา จังหวัดสงขลา สื่อที่ผลิตขึ้นในครั้งนี้ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์โดยใช้กลุ่มเยาวชนอาสาสมัคร จำนวน 30 คน ที่เป็นแกนนำในการผลิตสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้สื่อ สื่อประเภท FanPage โดยใช้คำว่า “สี่คุณรัก” ซึ่งเป็นคำที่ไปสอดคล้องกับคำว่า “สี่คุณร้อย” โดยคำว่า “สี่คุณรัก” หมายถึง พันธมิตรทั้ง 4 ในชุมชนที่จะร่วมกันรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมในกลุ่มเยาวชนอำเภอเทศา จังหวัดสงขลา ได้แก่ 1) กลุ่มนักเรียน 2) กลุ่มผู้ปกครอง 3) ผู้นำในชุมชน/โรงเรียน และ 4) ศูนย์บำบัดยาเสพติด ซึ่งภายใน FanPage สี่คุณรัก ประกอบไปด้วยสื่อย่อย ๆ ดังนี้

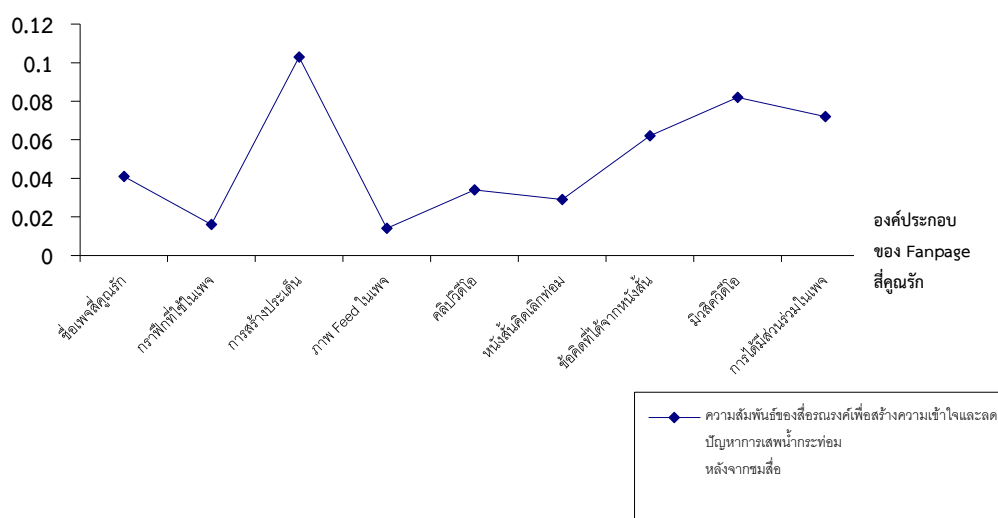
ตารางที่ 1 รูปแบบสื่อย่อยใน FanPage สี่คุณรัก

ประเภทสื่อ	จำนวน	รูปแบบ	เนื้อหา
1. ภาพนิ่ง	20 ภาพ	ภาพถ่ายของเยาวชน ประกอบข้อความสั้นๆ	วิธีการป้องกันตนเองจากการติ่มน้ำกระท่อม
2. คลิปวิดีโอ	5 คลิป	วิดีโอประกอบเสียงดนตรี และเสียงนักแสดงๆ ในเชิงตลกๆ และบอกเล่า	วิธีการป้องกันตนเองจากการติ่มน้ำกระท่อม / วิธีช่วยเหลือเพื่อนที่ติ่มน้ำกระท่อม
3. หนังสั้น	1 เรื่อง	หนังสั้นแนวตลกรามาที่แต่งจากเรื่องจริง ใช้นักแสดงชุมชนและภาษาถิ่น	วิธีช่วยเหลือเพื่อนที่ติ่มน้ำกระท่อม
4. สื่อมิวสิควิดีโอ	1 เพลง	เพลงเพื่อชีวิตสำเนียงใต้ ที่แต่งจากเรื่องสั้น ใช้นักร้องภายในท้องถิ่น	วิธีช่วยเหลือเพื่อนที่ติ่มน้ำกระท่อม

ผลการวิเคราะห์การประเมินคุณภาพสื่อจากผู้เชี่ยวชาญพบว่าแต่ละสื่อมีคุณภาพระดับดี ($\bar{X} = 4.53$) พิจารณารายชื่อ พบว่าสื่อมิวสิควิดีโอมีคุณภาพระดับดีที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเนื้อร้องในมิวสิควิดีโอที่ใช้เหมาะสมที่สุด ($\bar{X} = 5.00$) รองลงมาคือสื่อหนังสือ มีคุณภาพระดับดี ($\bar{X} = 4.56$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเนื้อหาที่มีความเหมาะสมในการนำเสนอและมีความเหมาะสมกับธรรมชาติของสื่อ มีคะแนนมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$) และสื่อเพลงสื่อกุณรักมีคุณภาพระดับดี ($\bar{X} = 4.47$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเนื้อหาที่มีความเหมาะสมในการนำเสนอ ภาษาที่ใช้เหมาะสม สื่อความหมายเข้าใจง่ายมีคะแนนมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$) ซึ่งมีพิจารณาค่าเฉลี่ยของทุกองค์ประกอบพบว่าไม่มีองค์ประกอบใดมีสื่อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า 3.50 และไม่มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใดที่มีค่าเกิน 1

3. การทดสอบประสิทธิภาพสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระเทียมในกลุ่มเยาวชนอำเภอเทพา จังหวัดสงขลา ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระเทียมพบว่าอยู่ในระดับพอใจมาก ($\bar{X} = 4.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อคิดที่ได้จากหนังสือ 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 ($\bar{X} = 3.90$) ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับการดื่มน้ำกระเทียมของหลังชมสื่ออยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) โดยมีการรับรู้ว่าการดื่มน้ำกระเทียมเป็นการเสพติดอย่างหนึ่งมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมาคือการดื่มกระเทียมไม่ได้ทำให้ดูเท่หรือมีเสน่ห์ ($\bar{X} = 4.20$) การดื่มน้ำกระเทียมเป็นสิ่งผิดกฎหมาย ($\bar{X} = 4.14$) ส่วนการรับรู้ว่าเพื่อนที่ดื่มกระเทียมอาจเป็นสาเหตุในการเริ่มดื่มกระเทียมเกิดขึ้นน้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.39$)

สำหรับผลการวิเคราะห์สมมติฐานของความสัมพันธ์ของสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมความเข้าใจการติ่มน้ำกระท่อมกับการรับรู้หลังจากชมสื่อมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวกและเป็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ($r = 0.040$) สามารถแสดงผลได้ดังนี้ (ดังภาพ 2)



ภาพที่ 2 ค่าความสัมพันธ์ของสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมหลังจากชมสื่อ

จากภาพที่ 2 จะเห็นว่าค่าความสัมพันธ์ของสื่อรณรงค์เพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมกับการรับรู้หลังจากชมสื่ออยู่ในระดับต่ำ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ชื่อเพลง "สี่คุณรัก" 0.041 กราฟิกที่ใช้ในเพจ 0.016 การสร้างประเด็น 0.103 ภาพ Feed ในเพจ 0.014 คลิปวิดีโอ 0.034 หนังสือ เรื่อง "คิดเล็กท่อม" 0.029 ข้อคิดที่ได้จากหนังสือ เรื่อง คิดเล็กท่อม 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 ($\beta = .103$)

การอภิปรายผล

การผลิตสื่อเพื่อการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมในกลุ่มเยาวชนพื้นที่เสี่ยงของจังหวัดสงขลานั้น สิ่งสำคัญที่สุดได้แก่ กระบวนการผลิตที่ให้ทุกฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิต เพราะผลที่ได้จากโครงการพบว่าชาวบ้านในชุมชนต่างมีความกระตือรือร้นในการร่วมกันผลิตสื่อรณรงค์เป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ พวงชมพู

ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์ (2556) ที่กล่าวว่ากระบวนการดังกล่าวนี้เป็นสิ่งเหมาะสมในการทำสื่อสารมวลชน เพราะเป็นการทำให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร ในฐานะผู้สนับสนุนกระบวนการผลิต ร่วมสื่อและประเมินผลสื่อร่วมกันอย่างเป็นระบบ จึงทำให้พัฒนาชุมชนนั้นประสบความสำเร็จได้ ส่วนเนื้อหาที่นำเสนอในการรณรงค์ในครั้งนี้อาจจะแตกต่างกับเนื้อหาของสื่อรณรงค์ประเภทอื่นๆ แต่ยังคงเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับสื่อออนไลน์ในการรณรงค์อื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ นิษฐา หรุ่นเกษม นิศวรรรัตน์ วิไลลักษณ์ และปรัชญา ทองชุม (2563) ที่กล่าวว่าการนำเสนอสารเพื่อการรณรงค์ในสื่อสังคมออนไลน์นั้น จะต้องการแปลงสารให้เข้ากับช่องทางการสื่อสารออนไลน์แต่ละประเภท และต้องนำเสนอหรือโพสต์ข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นระบบ สม่าเสมอ และมีความต่อเนื่อง แม้ว่าผลสัมฤทธิ์จากการเข้ารับชมสื่อจะมีอิทธิพลต่อความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมน้อยมาก แต่ผลวิจัยแสดงให้เห็นแล้วว่าพวกเขาต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อมากกว่าเป็นผู้รับสื่อเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดที่กล่าวว่าเทคโนโลยีจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบ และสามารถบอกได้ว่าควรจะมีการปรับเปลี่ยนการสื่อสารนั้นไปในทิศทางใด ซึ่งในงานวิจัยนี้สื่อที่นำมาใช้ในการรณรงค์เป็นสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นธรรมชาติของสื่อไม่ได้เป็นการนำเสนอข่าวสารเพียงทางเดียว แต่จะต้องปรับให้ผู้รับสารเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้ส่งสาร และสร้างสารใหม่ออกไปยังผู้รับอื่นๆ ในลักษณะเครือข่ายต่อไป ซึ่งมีข้อสังเกตที่ชัดเจนแล้วว่ากลุ่มชาวบ้านและเยาวชนอาสาสมัครที่เข้าร่วมโครงการและมีส่วนร่วมในทุกๆ ขั้นตอน กลับกลุ่มเหล่านี้ต่างมีความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมที่ตีมาก และพร้อมผลักดันให้ปัญหาน้ำกระท่อมหมดไปในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับรณกฤต จิตต์ธรรม (2563) ว่าการแก้ไขปัญหายาเสพติดนั้น สื่อเป็นแค่เครื่องมือหนึ่งในการสื่อสารเท่านั้น แต่การที่จะแก้ไขปัญหายาเสพติดในชุมชนได้นั้น ต้องการส่งเสริมและทำความเข้าใจให้ประชาชนที่อาศัยในชุมชนให้เห็นความสำคัญของปัญหายาเสพติด และตระหนักว่าปัญหายาเสพติดเป็นปัญหาของส่วนรวม ที่ทุกคนต้องช่วยกันป้องกันและแก้ไขปัญหายา ซึ่งการกระทำเช่นนี้จะเป็นตัวสร้างภูมิคุ้มกันให้เด็กและเยาวชนในชุมชนให้มีทัศนคติทางไกลยาเสพติดได้

สำหรับข้อค้นพบที่ปรากฏว่าอิทธิพลของสื่อที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีผลต่อความเข้าใจและลดปัญหาการเสพน้ำกระท่อมได้ค่อนข้างต่ำ อาจะเกิดมาจากกลุ่มเยาวชนที่นำสื่อไปทดลองนั้น ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเยาวชนที่ไม่เสพน้ำกระท่อมอยู่ก่อนแล้วและรับรู้แล้วว่าน้ำกระท่อมเป็นสิ่งไม่ดี อีกทั้งเยาวชนที่เป็นผู้รับสารส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นผู้ร่วมผลิตสื่อตั้งแต่แรก จึงมองเป็นแค่ปลายทางของสื่อที่เผยแพร่ และมีการตีความความเข้าใจจากสื่อที่ตนเองรับชม ณ ขณะนั้น จึงเกิดความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงปัญหาน้ำกระท่อมค่อนข้างน้อย ผิดกับกลุ่มเยาวชนที่มีส่วนร่วมในการผลิตสื่อรณรงค์ในทุกขั้นตอน พวกเขาต่างมีความตระหนักในปัญหาและพร้อมแก้ไขปัญหาน้ำกระท่อมในชุมชนมากกว่า นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มเยาวชนที่ไม่ได้ร่วมผลิตสื่อได้แสดงความคิดเห็นว่า หากให้สิทธิ์พวกเขาได้ ได้ร่วมผลิตและแสดงความคิดเห็นในสื่อ รวมถึงการสร้างประเด็นใหม่ๆ เพื่อส่งต่อไปยังผู้รับสารขั้นที่สอง พวกเขาจะรู้สึกถึงความเข้าใจและต้องการแก้ไขปัญหายาเสพติดเพิ่มมากขึ้น แสดงให้เห็นว่าเยาวชนในพื้นที่เอง ล้วนอยากเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อ มากกว่าที่จะเป็นเพียงผู้รับสื่อปลายทาง ซึ่งสอดคล้องกับการแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา คือต้องให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้าร่วมในทุก

ขั้นตอนของกระบวนการ ตั้งแต่การร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบในผลการพัฒนาที่จะเกิดขึ้น รวมถึงการร่วมกันประเมินผลการดำเนินงานโครงการ ซึ่งจะส่งผลต่อการใช้สื่อในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนอย่างแท้จริง

ดังนั้นหากมีการผลิตสื่อในครั้งต่อไป ควรให้กลุ่มผู้รับสารหรือเยาวชนในพื้นที่เข้ามาส่วนร่วมในการผลิตเนื้อหาในการรณรงค์ให้มากที่สุด อีกทั้งการทำงานวิจัยนี้เป็นการทำงานวิจัยเฉพาะในพื้นที่อำเภอเทพา และกลุ่มประชากรเฉพาะซึ่งคือเยาวชน ดังนั้น ผลการศึกษาอาจไม่สามารถนำไปสรุปว่าการสร้างสื่อจะมีอิทธิพลในการรณรงค์ในประชากรกลุ่มอื่นหรือในเยาวชนในพื้นที่อื่นได้ จากความแตกต่างของลักษณะประชากรในพื้นที่ หากถ้ามีการสร้างสื่อโดยคนในพื้นที่ สื่อที่สร้างจะออกมามีลักษณะจำเพาะเจาะกับคนในพื้นที่นั้นๆ มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

1. การวิจัยดังกล่าวพบว่า กระบวนการผลิตสื่อยังต้องอาศัยความร่วมมือของเยาวชนเป็นหลัก ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะเพิ่มบทบาทของผู้ใหญ่ ให้เข้ามามีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้มีเนื้อหาณรงค์ที่หลากหลายและครอบคลุมกับผู้รับสื่อที่หลากหลายกลุ่มในชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความเข้าใจและลดปัญหาการเสพยากระท่อมในกลุ่มเยาวชนและกลุ่มผู้รับสารอื่นๆ ด้วย

2. นำกระบวนการวิจัยดังกล่าวไปปรับใช้การรณรงค์ยาเสพติดประเภทอื่นๆ เช่น ยาบ้า เฮโรอีน หรือ กัญชา ที่เป็นปัญหาที่สำคัญๆ ในชุมชน เพื่อให้ได้ผลที่ขยายวงกว้าง สามารถสร้างอรรถประโยชน์กับเยาวชนและชุมชนอย่างแท้จริง

3. การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดเกี่ยวกับการเก็บข้อมูลเยาวชนที่มีการเสพยากระท่อมเรื้อรัง เนื่องจากมีข้อมูลบางส่วนไม่สามารถเผยแพร่ในสื่อได้ เนื่องจากอาจจะส่งผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้มีการตัดทอนข้อมูลบางส่วนให้เหมาะสม แต่พยายามไม่ให้กระทบต่อวัตถุประสงค์ของการวิจัยและอยู่ในภายใต้กรอบการวิจัยในมนุษย์

บรรณานุกรม

กิตติวงศ์ สาสวด และปรีชา ดิลกภูมิสิทธิ์.(2559). การพัฒนารูปแบบการป้องกันการแพร่ระบาดของยาเสพติดในกลุ่มเด็กและเยาวชนในเขตพื้นที่เทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา.

วารสารชุมชนวิจัย. 10(1).116-124.

ดารารัตน์ สารพันธ์. (11 กันยายน 2562). *รายงานการตรวจราชการระดับจังหวัด ปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 คณะที่ 2 การพัฒนาระบบบริการ (Service Plan) หัวข้อ ยาเสพติด*. สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2562. จาก bie.moph.go.th > e-insreport > file_report

- ทรมอัมมีเดีย. (2560). *แนะกลวิธีสร้างสื่อโฆษณาให้โดนใจวัยรุ่น Gen Z* จากงานวิจัยผู้บริโภคล่าสุด 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). การออกแบบสารณรงค์ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อควบคุมการบริโภคยาสูบ. *มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*. 11 (2). 50-63.
- นันท์ชนก วงษ์สมุทร. (28 พฤษภาคม 2560). *ยาเสพติด: อีภรรยาของคนปลายด้ามขวาน*. ปีที่ 31 ไทย. สืบค้น 8 กันยายน 2562 จาก <http://www.bbc.com/thai/thailand-40075113>
- บุบผา บุญญามณี และคณะ. (2559). *เหตุผลของการเสพยาเสพติดประเภทสีกัญชาและยาบ้าหรือกัญชาในผู้ป่วยยาเสพติดที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลธัญญารักษ์สงขลาและปัตตานี*. สงขลา : โรงพยาบาลธัญญารักษ์สงขลา
- พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์. (2556). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกในขับเคลื่อนแนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการพัฒนาแบบทางเลือก. *มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*. 30(2). 23-42
- รณกฤต จิตต์ธรรม (2563). *การป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนปุ่เย็น ย่าคำ ยังอยู่ แขวงหลักสอง เขตบางแค กรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม
- รชดี บินหวัง และเกษตรชัย และหิม. (2559) . *สภาพและปัญหาในการจัดการปัญหายาเสพติดในกลุ่มเยาวชนไทยมุสลิมชุมชนบ้านดอนขี้เหล็ก ตำบลพะวง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา*. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*. 56 (1/2559) : 1-33
- ว้อยซ์ทีวีออนไลน์. (26 พฤษภาคม 2560). *ผลสำรวจจพบเด็กไทยติดสื่อออนไลน์สูงกว่าค่าเฉลี่ยโลก 3 ชม*. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2562. จาก <https://www.voicetv.co.th/read/Sy22rxL9G>
- วินัย ตะห์ลัน. (2560). *อย่าปล่อยให้ น้ำกระท่อมและสีกัญชาทำลายศาสนาและสังคม*. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2562. จาก <https://deepsouthwatch.org/th/node/10636>
- สุไหวด้า บุหลาด, (2558). *ประสบการณ์ผู้ติดยาเสพติด 4x100 ของวัยรุ่นในตำบลแห่งหนึ่งของจังหวัดกระบี่*. *พืชมเนศวร์สาร*. 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>
- 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.