



บทที่ 2

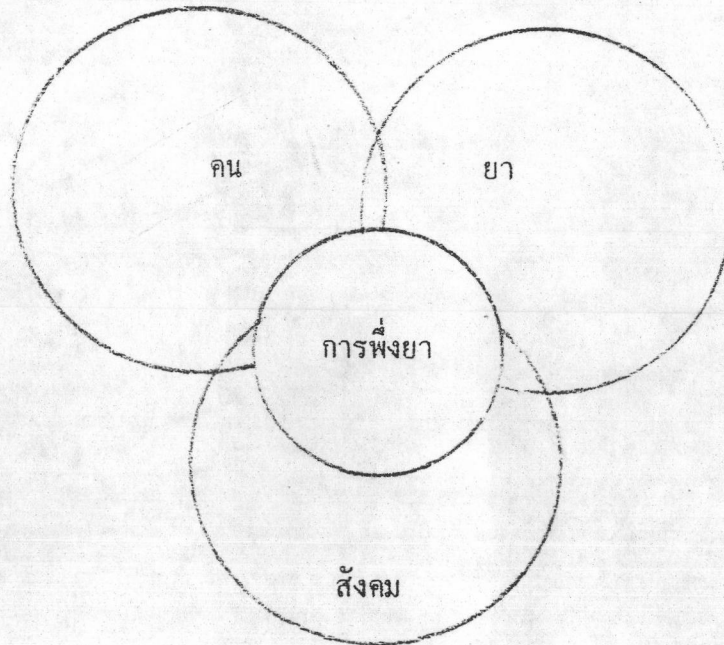
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดและงานวิจัยด้านการป้องกันยาเสพติดกับการสื่อสาร

ในการดำเนินการวิจัยเรื่องการสื่อสารเพื่อการป้องกันยาเสพติดของผู้ใช้แรงงาน  
โรงงานอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า ควรจะได้ศึกษา  
แนวคิดด้านการป้องกันยาเสพติด ตลอดจนถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและการป้องกัน  
ยาเสพติด เพื่อจะได้เป็นแนวทางสำหรับการวิจัยครั้งนี้

การป้องกันยาเสพติดในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ

การพิจารณาปัญหา ยาเสพติดในแง่ของสังคม สามารถจำแนกองค์ประกอบได้ 3  
ประการคือ "คน" "ยา" "สังคม"



เมื่อปัจจัยทั้งสามนี้มีปฏิสัมพันธ์กัน (interaction) อาจจะทำให้เกิดปัญหาการพึ่งยาหรือการใช้ในทางที่ผิด หรือการเสพยาเสพติดที่มีผลทำให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงภาวะทางกาย จิตใจ อารมณ์และสังคม หรืออาจจะอธิบายได้ว่าในสังคม ซึ่งมีสภาพแวดล้อมที่เป็นปัญหา และคนในสังคมมีบุคลิกภาพอ่อนแอ มีปัญหาทางร่างกาย ทางจิตใจ ขณะเดียวกัน สังคมมีตัวยา ซึ่งมีฤทธิ์ต่อจิตประสาทอยู่โดยทั่วไป ดังนั้น บุคคลที่อ่อนแอจะใช้ยาดังกล่าวแก้ปัญหาให้ตนเอง จึงเกิดการติดยาหรือสารเสพติดขึ้น (วินัย เกษมเศรษฐ์, 2526)

ถ้าจะพิจารณาในแง่ของตลาดสินค้าสามารถจำแนกองค์ประกอบของปัญหาได้ 3 ประการเช่นกันคือ ความต้องการยาเสพติด ปริมาณยาเสพติดและภาวะแวดล้อมที่ส่งผลให้ความต้องการและปริมาณของยาเสพติดในท้องตลาดเกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้จะมีปฏิสัมพันธ์กัน ในทำนองเดียวกันกับตลาดสินค้าอื่น ๆ ภายใต้กฎของกลไกแห่งราคา หรืออาจจะอธิบายลักษณะของปัญหาจากองค์ประกอบนี้ได้ว่า ภายใต้ภาวะแวดล้อมที่คงที่ขณะหนึ่ง ความต้องการยาเสพติดและปริมาณยาเสพติดในท้องตลาดจะเป็นสิ่งกำหนดราคาของยาเสพติด แต่ในความเป็นจริง ปัญหายาเสพติดเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และภาวะแวดล้อมที่เป็นปัญหา ทำให้ความต้องการปริมาณและราคาเสพติดเปลี่ยนแปลงด้วย ฉะนั้น เมื่อไม่สามารถแก้ไขปัญหาภาวะแวดล้อมของสังคม กำจัดยาในตลาดหรือลดความต้องการยาเสพติดในตัวคนได้ ปัญหาเสพติดย่อมจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สุรพล ปธานวิษ, 2526)

ดังนั้น การแก้ไขปัญหานี้จึงสามารถจะกำหนดได้ใน 3 แนวทางคือ

1. มุ่งแก้ปัญหาคือ "ตัวยา" เป็นการลดปริมาณยาเสพติดในท้องตลาด โดยสกัดกั้นมิให้ยาเสพติดแพร่มาถึงมือผู้ใช้ โดยการใช้กฎหมายควบคุมและปราบปรามตัวยาที่เป็นอันตรายตามที่ระบุในกฎหมาย ในขณะที่เดียวกันควรจะให้ข่าวสารเกี่ยวกับบทลงโทษของยาเสพติดและย้ำถึงอันตรายของยาดังกล่าว นอกจากนั้น การแก้ปัญหาคือสำคัญในการลดปริมาณยาเสพติด คือการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในชุมชนที่มีการปลูกฝิ่น เพื่อกำจัดต้นตอของการผลิตตัวยาเสพติด

อย่างไรก็ตาม การมุ่งแก้ปัญหาที่ตัวยาได้ใช้เทคนิควิธี 2 ประการด้วยกันคือ (ประยุกต์จาก Henlen Nowlis, 1975)

วิธีการทางกฎหมาย-ศีลธรรม (The moral legal model) ในกรณีนี้ถือว่ากฎหมายที่ลงโทษผู้เสพ (พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ มาตรา 91) และส่งเสริมให้ผู้ติดยาเข้ารับการบำบัดรักษา (มาตรา 94) เป็นการป้องกันยาเสพติด และในวิธีการนี้จะให้ความสำคัญกับตัวยาที่เป็นอันตราย และจะมีการรณรงค์ถึงอันตรายของตัวยาเป็นหลัก

วิธีการทางสุขภาพอนามัย (The public-health model) ถือว่าตัวยาเสพติดทำให้เกิดการพึ่งพาในตัวยา และถือเป็นปัญหาทางสุขภาพอนามัย หรือโรคติดเชื้อโดยทั่วไป การป้องกันในวิธีการนี้ จะให้การศึกษาถึงอันตรายจากการทดลองใช้ยาเสพติดและผลร้ายที่เกิดขึ้นต่อตนเองและสังคม

2. มุ่งแก้ปัญหาที่ "ตัวคน" เป็นสำคัญ ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 กรณีด้วยกันคือ กรณีแรกเป็นการลดความต้องการของผู้ติดยาเสพติดแล้วให้น้อยลง หรือไม่เหลือเลย โดยการเปิดบริการด้านบำบัดรักษา ส่วนกรณีที่ 2 เป็นการลดโอกาสที่ประชาชนซึ่งยังไม่ติดยาเสพติด หรือเลิกเสพติดแล้ว ไม่ให้สัมผัสกับยาเสพติด วิธีนี้คือการป้องกันยาเสพติด โดยเน้นที่ตัวคนนั่นเอง ดังนั้น จึงได้ใช้เทคนิควิธีหลัก 1 วิธีคือ (IBID)

วิธีการทางสังคมจิตวิทยา (The psycho-social model) ให้ความสำคัญกับตัวคนหรือพฤติกรรมของคนเป็นหลัก โดยศึกษาสาเหตุของการใช้ยาอย่างลึกซึ้ง และถือว่าการติดยาเสพติดเป็นพฤติกรรมเบี่ยงเบนที่เป็นอันตรายของมนุษย์ ดังนั้น จึงพยายามให้ข่าวสารและการศึกษาในเชิงของการรับรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการปลูกฝังค่านิยม ความเชื่อ ความรู้ ฯลฯ ที่จะช่วยให้บุคคลมีบุคลิกภาพที่เข้มแข็งสามารถแก้ปัญหาโดยไม่ต้องติดยาเสพติด ดังนั้น จะเห็นได้ว่าโครงการให้การศึกษาเพื่อการป้องกันยาเสพติดในระยะหลัง จะเปิดโอกาสให้เยาวชนปรับปรุงตนไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ และเกี่ยวข้องกับเรื่องยาเสพติดเพียงเล็กน้อย โครงการเหล่านี้มักเรียกกันว่า "non drug specific response"



3. มุ่งปรับปรุงสภาวะแวดล้อมในสังคม เป็นการสร้างสรรค์สภาวะแวดล้อมในสังคมที่จะส่งผลให้การใช้จ่ายยาเสพติดลดน้อยลง วิธีการนี้จะให้ความสำคัญกับระบบคุณค่าของสังคม ขนบประเพณีที่ดำรงมา สถาบันต่าง ๆ ในสังคม เช่นสถาบันทางการศึกษา วิธีการนี้ผู้เชี่ยวชาญด้านการป้องกันยาเสพติดถือว่าเป็น

วิธีการทางสังคมวัฒนธรรม (The Sociocultural Model) (Henlenowlis, 1975) ซึ่งเสนอแนะให้ใช้ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล เช่นปัจจัยทางการศึกษา สาธารณสุข กลุ่มสังคม ฯลฯ ควรสนองความจำเป็นในการพัฒนาวิถีชีวิตของคน

เพื่อพิจารณาในแง่การปฏิบัติวิธีการแก้ไขปัญหายาเสพติดทั้ง 3 ประการนี้ ควรจะได้นำไปดำเนินการไปพร้อม ๆ กัน จึงจะมีประสิทธิผล การดำเนินงานที่เน้นเพียงด้านเดียวจะไม่คุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ

ก่อนการพิจารณาถึงการสื่อสาร เพื่อการป้องกันยาเสพติดโดยตรง ควรจะได้ศึกษาวิธีการป้องกันในเชิงทฤษฎี ซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติโดยเฉพาะการรณรงค์ การให้ข่าวสารและการศึกษาทางสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

จากการพิจารณาวิธีการป้องกันและการแก้ไขปัญหายาเสพติดดังกล่าวข้างต้น สามารถกำหนดแนวทางในการลดความต้องการยาเสพติดได้ 2 กรณีคือ การเปลี่ยนแปลง "ตัวบุคคล" และการเปลี่ยนแปลง "ระบบภาวะแวดล้อม" (Harvey A. Hortein, 1971)

1. การเปลี่ยนแปลงตัวบุคคล แนวความคิดนี้มีความเชื่อว่า การที่จะแก้ไขปัญหาระบบใหญ่ได้ จำเป็นจะต้องแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงระบบย่อยแต่ละระบบให้ดีเสียก่อน (Atomistic Concept) เช่นเดียวกับการป้องกันปัญหายาเสพติดจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงบุคคลแต่ละคนให้มีคุณภาพ รูปแบบของการเปลี่ยนแปลงมี 2 รูปแบบ คือ

1.1 Socratic-Rational Model การเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลตามทฤษฎีนี้เชื่อว่า มนุษย์ทุกคนมีเหตุผล พร้อมทั้งจะตอบสนองข่าวสารใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ ข่าวสารใหม่ ๆ ที่รับรู้จะทำให้บุคคลสร้างหรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งจะเป็นผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในที่สุด



1.2 Social-Psychological Model ทฤษฎีนี้เชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลจะเกิดขึ้นจากอิทธิพลของบรรทัดฐาน จากกลุ่มซึ่งเขาผูกพันอยู่ การเปลี่ยนแปลงจะเกิดเป็น 2 ขั้นตอน กล่าวคือ ขั้นที่ 1 เป็นการหลอมละลายทัศนคติ ค่านิยม และรูปแบบพฤติกรรมที่มีอยู่เดิม (Unfreezing) ขั้นที่ 2 ทัศนคติและพฤติกรรมเกิดการเปลี่ยนแปลง (Change) และขั้นที่ 3 เป็นการคงที่ของทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมที่บังเกิดขึ้นใหม่นั้น (refreezing)

จากแนวความคิดพื้นฐานข้างต้น ทำให้การป้องกันปัญหา ยาเสพติดที่เน้นหนักตัวบุคคลโดยอาศัยมาตรการ การเผยแพร่ข่าวสาร การการศึกษาและฝึกอบรมเป็นโครงการปฏิบัติงานที่สำคัญ

2. การเปลี่ยนแปลงระบบภาวะแวดล้อม จะเห็นได้ว่า ภาวะแวดล้อมจะส่งผลในการลดความต้องการยาเสพติดของบุคคล แนวคิดนี้จึงให้ความสำคัญกับภาวะแวดล้อม (Holistic Concept) ดังมีรูปแบบของการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

2.1 Liberal Model เป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมแบบค่อยเป็นค่อยไป หัวใจของการเปลี่ยนแปลงนี้คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) ซึ่งอาจจะได้แก่การจัดกิจกรรมต่อต้านยาเสพติด การแสดงประชามติต่อต้านยาเสพติด

2.2 Radical Model เป็นการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมแบบฉับพลันทันที มักจะใช้จิตวิทยากลุ่มชน โดยการปลุกเร้าให้คนในชุมชนร่วมมือในการแก้ปัญหที่เผชิญอยู่ วิธีการนี้ยังมีได้มีการใช้ในการป้องกันยาเสพติดในประเทศไทย แต่ในประเทศอื่น ๆ เช่น ในเกาหลี กลุ่มแม่บ้านรวมตัวกันเพื่อต่อต้านการดื่มเหล้าของพ่อบ้านด้วยวิธีการรุนแรง ก็สามารถบรรลุผลสำเร็จเป็นอย่างดี

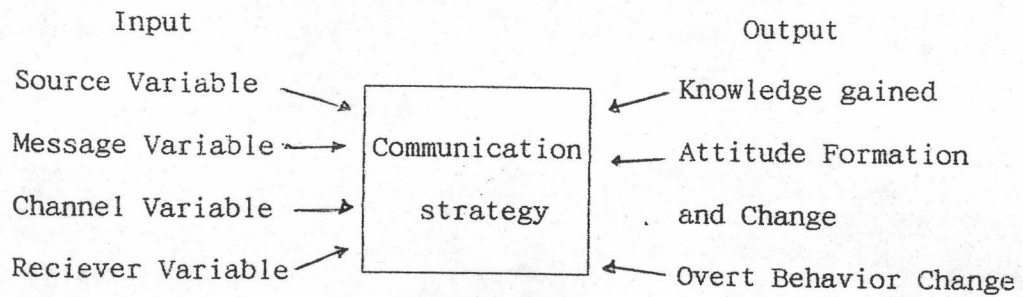
#### การสื่อสารเพื่อการป้องกันในทางทฤษฎีและปฏิบัติ

การสื่อสาร (Communication) มีอิทธิพลต่อความคิดของคนและยังมีผลต่อการกำหนดโลกทัศน์ของคนด้วย ฉะนั้น เมื่อใดก็ตามที่คนเริ่มทำการสื่อสารกับบุคคลอื่น การเปลี่ยนแปลงย่อมเกิดขึ้นไม่มากก็น้อย โดยเฉพาะในสิ่งที่เกี่ยวกับความคิดเห็น ความเชื่อ

ตลอดจนการกระทำ ดังนั้น การสื่อสารจึงมีความสำคัญต่อคนและสังคมจะขาดเสียมิได้ การสื่อสารจึงมีอิทธิพลให้คนเปลี่ยนแปลงโลกทัศน์และการรับรู้ตามระบบสังคมและสิ่งแวดล้อมนั้น (Willbur Schramm, 1972) ด้วยเหตุนี้จึงมีผู้ให้คำนิยามของการสื่อสารในเชิงปฏิบัติไว้ว่า "การสื่อสารคือกระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งข่าวสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร (R.D. Smart and Dianne Fejer, 1974) ในกรณีการถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการป้องกันยาเสพติด ผลที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารอาจเป็นการเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทักษะหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร อย่างไรก็ตามในทางทฤษฎีทางการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) ได้เน้นว่าการเปลี่ยนดังกล่าวนั้น จะต้องเกิดขึ้นโดยสมัครใจ นั่นคือผู้รับข่าวสารยินยอม (Compliance) ปฏิบัติตามหรือเปลี่ยนทัศนคติตามที่ผู้สื่อสารปรารถนาด้วยความพึงพอใจ

ได้กล่าวข้างต้นแล้วว่าในการป้องกันยาเสพติดเป็นการทำงานเพื่อเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น จึงได้มีการใช้ การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ดังที่ แม็คไควร์ (McQuire, 1970) ได้เสนอว่าควรใช้กระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) ในมาตรการการให้ข่าวสารเพื่อการป้องกันยาเสพติด และในแง่ของการปฏิบัติงานจริงในขณะนี้ มีหลายประเทศทั่วโลกเช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา อังกฤษ ปากีสถาน และประเทศในแถบอาเซียน ฯลฯ ได้ใช้สื่อมวลชน สื่อหน่วยเคลื่อนที่ ตลอดจนการฝึกอบรมผู้นำชุมชน เป็นกลวิธี (Strategy) ที่สำคัญในการป้องกันยาเสพติด หรือป้องกันการใช้จ่ายในทางที่ผิด ซึ่งนับได้ว่าการใช้กลวิธีดังกล่าวมีความตื่นตัวอย่างมากในวงการนี้

อย่างไรก็ตามในกระบวนการให้ข่าวสารเพื่อการป้องกันยาเสพติดได้ถือได้ว่า "แนวทางการป้องกันยาเสพติด เป็นนวัตกรรม (Innovation)" อย่างหนึ่งที่ต้องการให้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายเชื่อ ยอมรับ และปฏิบัติตาม ดังนั้น จึงสามารถประยุกต์รูปแบบการสื่อสารเพื่อการวางแผนครอบครัวของ Roger (1977) กับการสื่อสารเพื่อการป้องกันยาเสพติด ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบในการสื่อสารการป้องกันยาเสพติดประยุกต์จากการสื่อสารเพื่อการวางแผนครอบครัว

และในกระบวนการสื่อสารเพื่อป้องกันยาเสพติดนี้ สมาร์ท และ เคนนี่เฟเจอร์ Smart และ Fejer (1974) ได้กำหนดเป้าหมายไว้ว่า

- เป็นการส่งสารที่โน้มน้าวใจ (Persuasive Message) แก่กลุ่มเป้าหมาย
- กลุ่มเป้าหมายจะต้องได้รับสารนั้น สารนั้นจะต้องง่ายต่อการทำความเข้าใจ
- กลุ่มเป้าหมายต้องเห็นด้วยกับเนื้อหาในสารนั้น
- กลุ่มเป้าหมายจะต้องเปลี่ยนทัศนคติและทัศนคติใหม่จะต้องคงอยู่
- กลุ่มเป้าหมายจะต้องเปลี่ยนพฤติกรรม

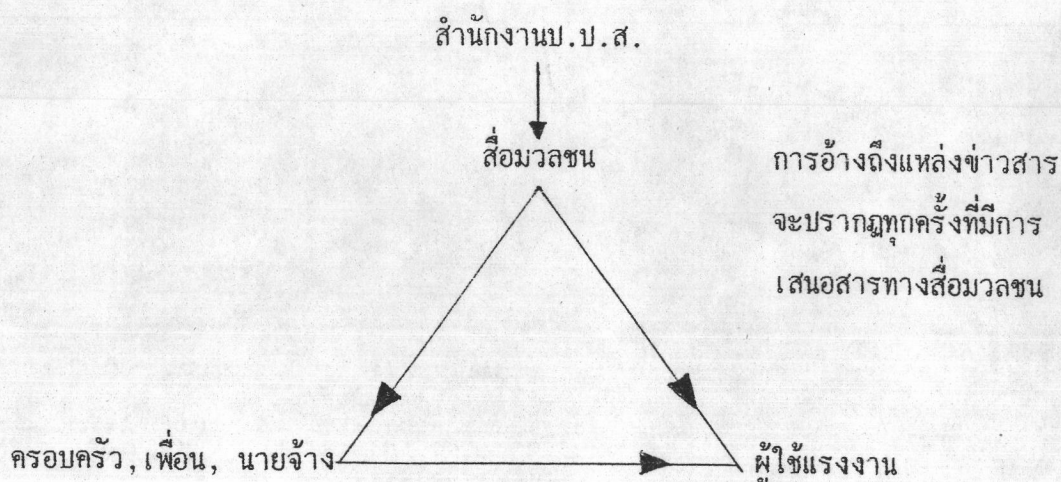
จากการศึกษาแนวความคิดทางด้านการสื่อสาร เพื่อป้องกันยาเสพติดของประเทศต่าง ๆ รวมทั้งของผู้เชี่ยวชาญจากองค์การสหประชาชาติ สามารถสรุปได้ว่า มีความพยายามเชื่อมโยงเอาการสื่อสารทุกรูปแบบมาใช้ในการป้องกันยาเสพติด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจและการสื่อสารเพื่องานนวัตกรรม อันถือได้ว่าเป็นการสื่อสารเพื่อการพัฒนาหรือการแก้ไขปัญหาสังคมทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตามผู้เชี่ยวชาญด้านการป้องกันยาเสพติดได้เสนอแนะว่า ในการสื่อสารเพื่อป้องกันนั้นจะต้องพิจารณาตัวแปร (Variable) หรือองค์ประกอบทางการสื่อสารดังนี้

1. ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งข่าวสาร (Source Variables) ในการสื่อสาร เพื่อป้องกัน ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของแหล่งข่าวสาร เป็นปัจจัยสำคัญยิ่ง

เพราะในกรณีต้องการผู้เชี่ยวชาญและผู้มีประสบการณ์ในเรื่องที่จะเผยแพร่ เช่น เรื่อง "ตัว ยา" หมอและเภสัชกรจะเป็นแหล่งข่าวสารที่ดีในเรื่องนี้ ส่วน "พฤติกรรมการใช้ยา" นัก พฤติกรรมศาสตร์จะทราบเรื่องนี้ดีที่สุด สำหรับ "สาเหตุของการติดยาเสพติด" ผู้ที่เคยติด ยาเสพติดจะเป็นผู้เชี่ยวชาญที่ดีที่สุด ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าเป็นการใช้แหล่งข่าวสารที่มี ความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ในด้านนั้น ๆ ในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Authoritative Source Approach) ผลการวิจัยในต่างประเทศพบว่า นักวิทยาศาสตร์ นายแพทย์ ศาสตราจารย์จากมหาวิทยาลัย ถือว่าเป็นต้นตอของข่าวสารที่น่าเชื่อถือสำหรับนักศึกษาและ ผู้ใหญ่มากที่สุด และสำหรับเยาวชนทั่วไป ควรใช้อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนเป็นแหล่งข่าวสาร (Peer Group Approach) (Henlen NowLis, 1975)

สำหรับการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้ถือว่า ต้นตอของแหล่งข่าวสารอันดับแรกคือ สำ นักรงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด อันดับต่อไปคือแหล่งข่าวสาร ซึ่งมื ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ซึ่งจะถูกนำมาเสนอสารหรือถูกอ้างอิงผ่านสื่อมวลชน ได้แก่ แพทย์ เภสัชกร นักจิตวิทยา และผู้ปฏิบัติงานทางด้านยาเสพติดในการรณรงค์ทางสื่อ มวลชน เพื่อไปสู่กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ใช้แรงงาน และครอบครัว เพื่อน และนายจ้างของผู้ ใช้แรงงาน ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 การเผยแพร่ทางสื่อมวลชนไปสู่กลุ่มเป้าหมาย



2. ปัจจัยเกี่ยวกับสาร (Message Variable) ในเรื่องนี้ Nowlis (1975) กล่าวไว้ว่า การเสนอสารด้านการป้องกันยาเสพติด ควรเสนอในทางบวก (Positive) จะได้ผลมากกว่าการเสนอในทางลบ ซึ่งหมายถึงการเสนอสารอย่างกว้างขวาง ซึ่งเกี่ยวข้องกับค่านิยมอื่น ๆ จุดมุ่งหมายของชีวิตและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีคุณค่า การเสนอสาร ในรูปดังกล่าวนี้จะไม่ทำให้เกิดผลกระทบอย่างมากในทันทีทันใด (Strong and immediate impact) ก็ตาม แต่ก็ทำให้เกิดผลที่ถาวรในตัวของผู้บุคคล

ในวงการสื่อสารเพื่อการป้องกันยาเสพติด ได้มีการกล่าวถึงเรื่องนี้อย่างกว้างขวางประเด็นที่สำคัญคือ ควรจะเสนอสารที่เป็นเหตุเป็นผล (Logical Message) หรือเสนอสาร 2 ด้าน (Two-sided Message) และอีกกรณีหนึ่งคือ ควรเสนอสารด้านเดียว (One-sided Message) หรือสารที่ขู่ให้กลัว (Scare or Fear Message)

สารที่ขู่ให้กลัวหรือสารด้านเดียวนั้น มีหลักการว่าจะให้ความรู้โดยเน้นอันตรายของการใช้ยาเสพติด เพื่อไม่ให้ประชาชนไปทดลองใช้ยาเสพติด หรือผู้ที่ทดลองใช้ไม่ให้ใช้ยาเสพติดต่อไปอีก อย่างไรก็ตาม ยังมีได้มีการวิจัยในเรื่องนี้โดยตรง แต่เทคนิคนี้ได้ใช้กันมาแต่ดั้งเดิม และถือว่าง่ายแก่การเข้าใจ และแปลความหมาย และจะมีผลดีในด้านการขู่ให้กลัวเกี่ยวกับตัวยาชนิดใหม่ (วิชัย โปษยะจินดา, 2523) แต่จะต้องมีการอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญและไม่เกินเลยความจริง ในเรื่องนี้วิชัย โปษยะจินดา (2523) ได้กล่าวไว้ว่า การขู่ให้กลัวเป็นการยกผลเสียมาให้ประทับใจ ถ้าขู่ผิด ๆ ถูก ๆ ไม่อธิบายให้ชัดเจน นอกจากจะไม่เชื่อแล้ว ยังเป็นการทำลายให้ลงดี จากงานวิจัยในต่างประเทศสรุปว่า การขู่ให้กลัวโดยไม่ต้องใช้เหตุผลอธิบาย จะได้ผลกับเด็กระดับอายุต่ำ ๆ เช่น 6-9 ขวบ ถ้าเด็กอายุสูงกว่านี้ต้องให้เหตุผลที่ชัดเจนขึ้นเรื่อย ๆ

งานวิจัยเกี่ยวกับลักษณะของสาร เพื่อการป้องกันยาเสพติดในขณะนี้แทบจะไม่มีเลย จึงเสนองานวิจัยที่สามารถเชื่อมโยงกับเรื่องยาเสพติดได้ดังนี้

เจนิสและเฟสแบช (Janis และ Feshbach, 1953) ได้ทำการวิจัยทดลองเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยช่องปาก โดยใช้สารที่เร้าให้กลัว ปรากฏว่าสารที่เร้าให้กลัวในระดับต่ำ

(mild) มีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งที่แนะนำมากกว่าระดับอื่น โดยเฉพาะผู้รับสารที่เราให้เกิดความกลัวระดับสูงจะไม่ยอมรับสิ่งที่แนะนำ (rejection)

Leventhal and Watts (1966) ได้ทดลองในเรื่องผลของการสูบบุหรี่ โดยเสนอเนื้อหาที่เราให้กลัว 3 ระดับ ปรากฏว่า กลุ่มที่เราให้กลัวระดับสูงจะไม่ยอมไป X-ray และเลิกสูบบุหรี่ ซึ่งผู้วิจัยกล่าวว่าเป็นการหลีกเลี่ยงความกลัวและคำขู่คุกคาม

ค็อกไฮท์ (Cronkhite, 1969) ได้เสนอว่า การเสนอเนื้อหาที่เราความกลัวในระดับสูง ควรใช้กรณีที่ได้มีการวางแผนปฏิบัติที่พอเห็นได้ชัดเจนแล้ว และขอเสนอแนะนั้นต้องมีความแน่นอน เช่น การเตือนภัยน้ำท่วม ไม่ควรใช้สารอ่อนจนชาวบ้านเพิกเฉย หรือรุนแรงจนเป็นที่น่าหัวเราะ

นอกจากนั้น เทคนิคการขู่ให้กลัวยังได้ผลกับการป้องกันบาดทะยัก มรยาท การขับรด ฯลฯ และ Berkowitz และ Cottingham (1960) ได้อธิบายไว้ว่า การเราให้กลัวในระดับสูง ทำให้เรื่องที่ไม่น่าสนใจกลายเป็นน่าสนใจ

ในกรณีของสารที่เป็นเหตุเป็นผลหรือสารสองด้าน จะให้ข้อมูลที่ เป็นเหตุเป็นผลในลักษณะของการโต้แย้ง อภิปรายเกี่ยวกับความรู้เรื่องโทษของยาที่จะมีผลต่อบุคคลและสังคม โดยคาดหวังให้ผู้รับสารสามารถใช้เหตุผลในการตัดสินใจที่จะไม่ใช้ยาเสพติด

สารลักษณะนี้จะใช้น้อยมาก โดยเฉพาะทางสื่อมวลชน เนื่องจากมีตัวแปรที่ต้องพิจารณาหลายประการด้วยกันคือ ระดับสติปัญญาของผู้รับสาร อายุและสภาพความคิดที่มีอยู่ก่อนว่าสอดคล้องหรือเป็นปฏิปักษ์กับสารนั้น และในขณะเดียวกันขอบเขตของกลุ่มผู้รับสารจากสื่อมวลชนกว้างขวาง ยากแก่การควบคุมและจำแนกแยกแยะ ในเรื่องนี้มีงานวิจัยที่น่าสนใจได้แก่

ลัมสเดนและเซฟไฟด์(Hovland Lumsdaine and Sheffield,1949) ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของการเสนอเนื้อหาทั้งสนับสนุนและคัดค้าน (Support and Opposition) สรุปผลได้ว่า ผู้รับสารส่วนใหญ่ชอบที่จะรับสารทั้ง 2 ด้านมากกว่าที่จะรับสารเพียงด้านใดด้านหนึ่ง แต่สำหรับผู้รับสารที่มีใจโอนเอียงทางด้านใดด้านหนึ่งอยู่แล้ว การเสนอข่าวสารด้านนั้นด้านเดียวได้ผลดีที่สุด ส่วนผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงชอบที่จะรับข่าวสารทั้ง 2 ด้าน ส่วนการรับข่าวสารใหม่ ๆ ที่ผู้รับสารไม่เคยมีทัศนคติอย่างใดมาก่อน ผู้รับสารที่มีการศึกษาต่ำจะชอบด้านสนับสนุน (Pro Subjects) ส่วนผู้รับสารที่มีการศึกษาสูง การเสนอข่าวสารทั้ง 2 ด้านได้ผลดีที่สุด

เบตติงฮอสและเบสฮาร์ท(Bettinghaus and Baseheart,1969) พบว่าการเสนอข่าวสาร 2 ด้านหรือด้านเดียว ไม่ทำให้เกิดความแตกต่างในการเปลี่ยนทัศนคติสำหรับผู้รับสารที่มีการศึกษาสูง

ลัมสเดนและเจนิส(Lumdaine and Janis (1953) ทดลองกับผู้รับสาร 2 กลุ่มโดยให้กลุ่มหนึ่งได้รับข่าวสารด้านเดียว อีกกลุ่มรับข่าวสาร 2 ด้าน แล้วให้ข่าวสารใหม่ที่ขัดแย้งกับข่าวสารเดิม ผลปรากฏว่ากลุ่มที่ได้รับข่าวสาร 2 ด้าน จะมีปฏิกิริยาโต้แย้งกับข่าวสารชั้นหลังมากกว่ากลุ่มที่ได้รับสารด้านเดียวตอนแรก

ทิสเทิลเวทและคามิเนตสกี(Thistlethwaite and Kamenetsky,1955) พบว่าการเสนอข่าวสาร 2 ด้าน จะได้ผลน้อยกว่า ถ้าข่าวสารนั้นเป็นเรื่องไม่คุ้นเคย (Unfamiliar) แต่ถ้าใช้ข่าวสารด้านเดียวก็จะได้ผลน้อย ถ้าข่าวสารนั้นเป็นเรื่องที่มีข้อโต้แย้งมาก

สรุปแล้ว การเสนอข่าวสารด้านเดียวจะได้ผลดีก็ต่อเมื่อผู้รับสารมีความคุ้นเคยกับผู้ส่งสาร เมื่อผู้รับสารไม่มีข้อโต้แย้ง (counter-arguments) เมื่อผู้ส่งสารมีความตั้งใจที่จะจริงจัง การเสนอข่าวสาร 2 ด้านจะได้ผลดีต่อเมื่อผู้รับสารไม่รู้ตัวว่ากำลังถูกชักชวน เมื่อความเห็นเดิมของผู้รับสารไม่เห็นพ้องด้วยกับผู้ส่งสาร เมื่อผู้รับสารมีข้อโต้แย้งกับข่าวสารนั้นอยู่แล้ว เมื่อผู้รับสารมีการศึกษารูจักเหตุผล และเมื่อผู้ส่งสารต้องการ

แสดงให้เห็นถึงการเสนอข่าวสารที่ตรงไปตรงมาและยุติธรรม อย่างไรก็ตามประสิทธิผลของการเสนอข่าวสารด้านเดียวหรือสองด้านขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับส่วนอื่น ๆ ของการสื่อสารนั้นด้วย

ยังมีประเด็นสำคัญเกี่ยวกับตัวแปรของสาร คือการสร้างอารมณ์ให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจในสาร เพื่อการป้องกันยาเสพติด ซึ่ง The National Institute of Drug Abuse (NIDA) ได้ระบุความสำคัญของเรื่องนี้ไว้ว่า "สื่อมวลชนทำงานได้ด้วยการสร้างอารมณ์ ไม่ใช่ด้วยความเป็นเหตุเป็นผลเสมอไป ถึงท่านจะวิเคราะห์ปัญหาอย่างถ่องแท้ ตระเตรียมคำตอบที่เข้าใจง่ายเสร็จแล้วก็ยังอธิบายให้ผู้รับข่าวสารฟังท่านอาจจะนึกว่า นั้นเข้าทำดีแล้ว แต่สิ่งที่ท่านจะพบคือ ใบหน้าอันงุนงงและดวงตาอันว่างเปล่าของผู้ฟัง" จากข้อความนี้สามารถกล่าวได้ว่า การสร้างอารมณ์ให้เกิดความพึงพอใจในสาร มีผลต่อความรู้ ความเข้าใจและทัศนคติของผู้รับข่าวสารทางสื่อมวลชนด้วย

3. ปัจจัยเกี่ยวกับช่องสาร (Channel Variable) ในปัจจุบันได้มีการใช้ช่องสารมวลชนและช่องสารระหว่างบุคคลในการรณรงค์เพื่อการพัฒนาอย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น ในทางทฤษฎีนั้น สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากในชั้นของการให้ความรู้ และให้เกิดความตระหนัก สื่อระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพสูงสุดในการจูงใจ ดังนั้น จึงต้องเลือกใช้สื่อที่มีลักษณะต่าง ๆ กันตามขั้นตอนที่เหมาะสมหรือใช้สื่อหลาย ๆ อย่างไปพร้อมกัน (เสถียร เขยประทับ, 2526)

3.1 ช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Media Channels) เป็นวิถีทางในการถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนทั้งหมด เป็นต้นว่า หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งแหล่งข่าวอาจจะเป็นจำนวนบุคคลจำนวน 1 หรือ 2-3 คน ที่จะส่งข่าวสารไปยังผู้ฟังจำนวนมาก ๆ ได้ ซึ่งสื่อมวลชนนั้นสามารถที่จะไปถึงกลุ่มผู้ฟังที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ และแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลมีอยู่ได้

ปรากฏอยู่เสมอว่า ในการรณรงค์เพื่อการพัฒนาหลาย ๆ เรื่องได้ใช้สื่อมวลชน โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นเครื่องมือในการให้ข่าวสารความรู้ ด้านการเกษตรสาธารณสุข การอ่านออกเขียนได้ เป็นสื่อให้นำให้ความรู้ก่อนจะใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อตามเพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวิทยุและโทรทัศน์เป็นสื่อที่กระจายได้อย่างกว้างขวาง ทุกหนทุกแห่งได้รวดเร็วใกล้ตัว ตามวันเวลาที่กำหนด นอกจากวิทยุและโทรทัศน์ยังมีข้อได้เปรียบในข้อที่ว่า เนื้อหาทางวิทยุและโทรทัศน์มีลักษณะโดยตรง สด เป็นส่วนตัว ผู้ฟังรู้สึกว่าเป็นสมาชิกผู้ฟังคนหนึ่ง และมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีความสำคัญ ของชาติ

ในทางตรงข้าม การใช้วิทยุและโทรทัศน์เพื่อให้ข่าวสารและการศึกษาก่อให้เกิดคุณลักษณะในด้านลบบางประการ เช่น เกิดความยากลำบากในการปรับเนื้อหาของวิทยุโทรทัศน์ให้เข้ากับความจริง หรือความต้องการของผู้รับข่าวสารแต่ละคน

3.2 ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Channels) ติดต่อกันระหว่างบุคคลต่อบุคคล เพื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถซักถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในทันที ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน ซึ่งจะช่วยให้บุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

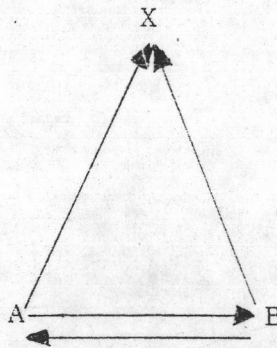
โรเจอร์ (Rogers, 1971) ได้กล่าวถึง ความเปลี่ยนแปลงอันอาจจะเกิดขึ้นได้ในกรณีที่เราได้มีการติดต่อกับผู้อื่น เช่น กับผู้นำความคิดเห็น ได้แก่ พระ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ การติดต่อกับญาติ เพื่อนฝูงที่รู้จักหรือเจ้าหน้าที่บ้านเมืองก็อาจมีผลต่อการพัฒนาได้เช่นกัน นักปราชญ์ทางสื่อสารมวลชนหลายท่านยอมรับความสำคัญของการสื่อสารระหว่างบุคคลว่ามีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของบุคคลมากกว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนเสียอีก โรเจอร์ (Rogers) กล่าวว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญในการเพิ่มความรู้ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

พอล ลาซาสเฟล (Paul Lazarsfeld) และ เฮอ์เบิร์ต แมนเชล (Herbert Manzel) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญคือ มีการพูดคุยกันแบบเป็นกันเอง และเป็นส่วนตัวทำให้เกิดการคุ้นเคยระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับฟังยอมรับความคิดของผู้พูดได้ง่ายขึ้น การเห็นหน้ากันนี้เมื่อมองในแง่จิตวิทยาแล้วทำให้ผู้ฟังซึ่งเป็นเป้าหมายของการชักจูงใจของผู้พูดมีความรู้สึกว่าตนเองได้รับรางวัล (reward) ทันทายน้อยที่สุดก็ในด้านที่แสดงความคิดเห็นของตนต่อผู้พูด (พัชนี มะลิขาว, ม.ป.ช.)

### แบบจำลองการสื่อสารระหว่างบุคคล

แบบจำลองสำหรับการสื่อสารระหว่างบุคคลมีหลายแบบด้วยกัน

แบบของ นิวคอมบ์ (Newcomb)



A หมายถึง บุคคล

B หมายถึง แหล่งสาร

X หมายถึง ปัญหา

นิวคอมบ์ (Newcomb) เรียกแบบจำลองนี้ว่า Co-orientation นั่นก็คือ ทั้งบุคคล (A) และแหล่งสาร (B) ต่างก็มีทัศนคติหรือความคิดต่อปัญหา (X) ขณะเดียวกัน บุคคล (A) และแหล่งสาร (B) จะมีการติดต่อสื่อสารกันมากขึ้นและมีแนวโน้มว่าบุคคล (A) และแหล่งสาร (B) จะมีทัศนคติหรือความคิดเกี่ยวกับปัญหา (X) นั้นคล้ายคลึงกัน บุคคลจะพยายามสร้างความสมดุล (Balance หรือ Symmetry) ให้เกิดขึ้นโดยอาจจะพยายาม

เปลี่ยนความคิดให้คล้อยตามกันหรือเลิกติดต่อสื่อสารกันหรือหาข้อสนับสนุนจากบุคคลอื่น พยายามบิดเบือนความคิดของเขาเองเกี่ยวกับสถานการณ์ที่แท้จริง เป็นต้น (อรนุช เลิศจรยารักษ์, 2516)



เปรียบเทียบความแตกต่างที่สำคัญระหว่างลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชน

<u>ลักษณะของการติดต่อสื่อสาร</u>	<u>การสื่อสารระหว่างบุคคล</u>	<u>การสื่อสารมวลชน</u>
1. ทิศทางการไหลของข่าวสาร	ยศาสตร์วิถึ (สองทาง)	ทางเดียว
2. ความเร็วในการเข้าถึงผู้ฟังจำนวนมาก	ช้า	เร็ว
3. ความแน่นอนของข่าวสารต่อผู้ฟัง	ต่ำ	สูง
4. ความสามารถในการเลือกผู้รับสาร	สูง	ต่ำ
5. ความสามารถในการจัดการเลือกรับสาร	สูง	ต่ำ
6. ความสามารถในการสนองตอบ	สูง	ต่ำ
7. ผลที่อาจเกิดขึ้น	เปลี่ยนแปลงทัศนคติ	เพิ่มพูนความรู้

จะเห็นได้ว่าการติดต่อสื่อสารทั้ง 2 แบบนี้ มีความแตกต่างกันออกไป การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น สามารถทราบถึงปฏิกิริยาย้อนกลับของผู้รับสารได้ ซึ่งทำให้มีประสิทธิภาพในการชักจูงใจในขณะที่การติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อมวลชนนั้นจะมีความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกรู้จักคิดอันเนื่องมาจากการได้รับความรู้เพิ่มเติม (ปรมะ สตะเวทิน, 2524)

สำหรับสื่อบุคคลที่เป็นแหล่งข่าวที่สำคัญอาจแยกออกได้เป็น

ประเภทคือ

1. บุคคลที่มีความผูกพัน ความใกล้ชิดกับคนในท้องถิ่น เป็นบุคคลในท้องถิ่น ได้แก่ คนในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน เป็นผู้มีบทบาทในการเผยแพร่ความรู้ ความคิด ตลอดจนการชักจูงใจประชาชนในท้องถิ่นให้ยอมรับนวัตกรรม

เนื่องจากมนุษย์เป็นสมาชิกของสังคม จึงมีการรวมตัวกันขึ้นเป็นกลุ่มสังคมโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือ กลุ่มสังคมในที่นี้หมายถึง กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Group) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น ความสัมพันธ์ของบุคคลกับกลุ่มปฐมภูมิต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมต่าง ๆ รวมทั้งพฤติกรรมในการสื่อสารของคนด้วย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะการมีความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างสมาชิกของกลุ่มทำให้สมาชิกของกลุ่มมีประสบการณ์ร่วมกัน จากการติดต่อสัมพันธ์กันเป็นประจำทำให้คนเรียนรู้ความคิดพื้นฐาน (Basic Ideas) และความเชื่อ (Beliefs) ประสบการณ์ และค่านิยม (Values) เหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ของคน คนจะยึดถือกลุ่มปฐมภูมิที่สำคัญ ๆ ที่ตนเป็นสมาชิกหรือที่ตนอยากเป็นสมาชิกเป็นหลักหรือเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตของคนกลุ่มเหล่านี้ จะกำหนดมาตรฐานในการประเมินแก่บุคคล สอนให้รู้จักค่านิยมของกลุ่มและกำหนดค่านิยมของเขาให้สอดคล้องกับค่านิยมของกลุ่ม เมื่อปฏิบัติตนหรือมีความคิดเห็นคล้อยตามค่านิยมของกลุ่มก็จะเป็นที่ชื่นชอบและให้รางวัล ดังนั้นคนเราจึงมักจะคล้อยตามกลุ่มเพื่อให้ได้รับความเห็นชอบกลุ่มปฐมภูมิต่าง ๆ จึงเป็นตัวกำหนดค่านิยมควบคุมพฤติกรรม และมีอิทธิพลต่อบทบาทในการสื่อสารของคน (ปรมมะ สตะเวทิน, 2526)

จากทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม The Social Relationship Theory ของเดอ เฟลอร์ (De Fleur) ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการในสังคม (ความสัมพันธ์แบบเครือญาติ) มีบทบาทต่อการตัดสินใจว่าจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ หรือไม่ โดยเฉพาะสังคมชนบทเป็นสังคมที่ครอบครัวของบุคคลแต่ละคนมีความผูกพันทางสังคมกับเพื่อนบ้านแน่นแฟ้น เมื่อมีความคิดใหม่ ๆ จากภายนอก การตัดสินใจของเพื่อนบ้านเกี่ยวกับความคิดนั้นจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลว่าควรจะรับความคิดเหล่านั้นหรือไม่ (ธิดาดาว ภัคดี, 2525)

ผลการวิจัยของโรเจอร์ (Rogers) และสเวนนิ่ง (Svenning) เกี่ยวกับสื่อระหว่างบุคคลในชุมชนแสดงให้เห็นว่า สื่อระหว่างบุคคลภายในท้องถิ่นมีความสำคัญมากกว่าสื่อระหว่างบุคคลภายนอกท้องถิ่นในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมสารสนเทศระหว่างเพื่อนบ้านและเพื่อน ๆ เป็นช่องทางที่สำคัญสำหรับการให้ความรู้ความสนใจและการจูงใจ (ดวงใจ จตุรภัทร์, 2525)



กลุ่มในฐานะที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลภายในท้องถิ่น มีความสามารถในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ดังนั้น แชรรัมม์ (Schramm) กล่าวว่าถ้าการสื่อสารมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมแล้ว แหล่งสารที่บุคคลจะขอความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมใหม่ก็คือกลุ่มภายในท้องถิ่นเอง

มาร์เบิล (Marple, 1933) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นของกลุ่มและความเชื่อของบุคคลและพบว่า ทั้งสองอย่างมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก นอกจากนี้ความคิดเห็นของกลุ่ม (group opinion) ยังมีอิทธิพลต่อความเชื่อของบุคคลมากกว่าความคิดเห็นของบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ (Expert Opinion)

2. บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ อาจจะเป็นบุคคลที่อยู่ภายนอกท้องถิ่นหรือภายในท้องถิ่นก็ได้ ออพเพนไฮเมอร์และปราพดา กล่าวว่า บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือมากเท่าไร การจูงใจก็ยังมีประสิทธิภาพมากขึ้นเท่านั้น ฉะนั้นในการเผยแพร่แนวกรมผู้ส่งสารจำเป็นจะต้องมีความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้รับสารจึงจะทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ

ความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือ การที่ผู้รับสารเห็นว่าผู้ทำการติดต่อสื่อสารหรือแหล่งสารมีความน่าไว้วางใจ (Trustworthy) ความสามารถ (Competent) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) หรือระดับของความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ทำกรเผยแพร่สูง

ฮาฟแลนด์ เจนีส (Havland Janis) และเคลลี (Kelley) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของบุคคลและสรุปว่า ความน่าเชื่อถือขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ

1. ความสามารถหรือความเชี่ยวชาญ (Competent or Expertness) ซึ่งผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสาร ซึ่งได้แก่ ความรอบรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานของตนเอง
2. ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) เป็นความรู้สึกของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร ได้แก่ ความจริงใจและความซื่อสัตย์

คุณลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร อาจจะทำให้เกิดทัศนคติในด้านความเชื่อซาอูได้ เช่น ผู้ส่งสารที่มีคุณลักษณะคล้ายกับผู้รับสารอาจถูกมองว่ามีความเชื่อซาอูมากกว่าบุคคลที่มีคุณลักษณะต่างไปจากผู้รับสาร ทั้งนี้เพราะคนเรามักมีความรู้สึกว่คนที่ม่ีสถานภาพ คุณค่า ความสนใจ และความต้องการคล้ายคลึงกับตนจะมองทุก ๆ อย่าง และตัดสินปัญหาทุกอย่างคล้ายคลึงกับตน

สรุปว่าในการใช้สื่อมวลชนเพื่อบงกันยาเสพติด ซึ่งได้ทำการกระจายข่าวสารในพื้นที่เขตเมืองและเขตชนบท โดยใช้โทรทัศน์และวิทยุเป็นสื่อในการให้ความรู้และกระตุ้น (Awareness) ให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักถึงภัยของยาเสพติด และรู้จักบงกันปัญหา หลังจากการนั้น จะต้องมีกรอบรมผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ตลอดจนพัฒนาการให้เป็นแกนนำในการบงกันยาเสพติดในชุมชนที่ตนสังกัดอยู่ หลังจากนั้นจะมีการใช้สื่อมวลชนเน้นย้ำ

#### 4. ปัจจัยเกี่ยวกับผู้รับสาร (Receiver Variable)

ตามคำพูดประโยคสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารที่ได้รับการกล่าวอ้างเป็นประจำของลาสเวลล์ ทว่า "Who says what in which channel to whom with effect" (Lasswell, 1948) จะเห็นได้ว่า ผู้รับสารนับได้ว่าเป็นส่วนที่สำคัญมากที่สุดส่วนหนึ่งในการสื่อสาร เป็นจุดมุ่งหมายของการสื่อสาร หากมีผู้ส่งสาร มีสาร มีช่องทาง แต่ไม่มีผู้รับสาร การสื่อสารนั้นก็ไม่มีทางก่อให้เกิดผลอันใด ความจริงแนวความคิดที่เน้นความสำคัญของผู้ส่งสาร และแนวความคิดที่เน้นความสำคัญของผู้รับสารนั้น มีการโต้แย้งกันมาตลอด แต่ในระยะหลัง จะเห็นได้ว่า แนวโน้มความสำคัญของผู้รับสารนับวันจะมีมากขึ้น เนื่องจากสภาพสังคมในปัจจุบันที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน ผู้รับสารมีโอกาสเลือกมากขึ้น ทำให้ผู้ส่งสารส่วนใหญ่จำเป็นต้องทำทุกอย่างเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร

ความจริงปัจจัยทั้งสามประการที่กล่าวมาข้างต้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้รับสารทั้งสิ้น แต่เป็นปัจจัยเกี่ยวกับผู้รับสารที่มองจากแง่มุมอื่นคือ ผู้ส่งสาร ข่าวสาร และสื่อต่อไปนี้จะสรุปให้เห็นถึงปัจจัยที่มองจากแง่มุมของผู้รับสารเอง ซึ่งจะแบ่งเป็นสองส่วนหลัก ๆ คือ

4.1 ปัจจัยที่วิเคราะห์ตามทฤษฎีการสื่อสาร David Berlo (1960) ได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยของการสื่อสารของผู้ถอดรหัส หรือผู้รับสาร (decoder-receiver) ในแบบจำลองกระบวนการสื่อสารที่เขาเสนอไว้ ดังนี้

ก. ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) ถ้าผู้รับสารไม่สามารถ ฟัง, อ่าน หรือ คิด เขาจะไม่สามารถรับสาร หรือถอดรหัสข่าวสารที่ผู้ส่งสารได้ส่งไปให้

ข. ทักษะคติ ผู้รับสารจะถอดรหัสของข่าวสารอย่างไร มีสาเหตุบางส่วนมาจากทัศนคติ ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติต่อตนเอง ทัศนคติต่อผู้ส่งสาร ต่อข่าวสาร ล้วนมีผล/ต่อการเปิดรับสาร การแปลข่าวสารของผู้รับทั้งสิ้น

ค. ระดับความรู้ (Knowledge Level) ผู้รับสารที่ระดับความรู้แตกต่างกัน มีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งรอบข้างแตกต่างกัน และมีแนวโน้มที่จะแปลความหมายของข่าวสารแตกต่างกัน

ง. ระบบสังคม (Social System) เราทุกคนมีบทบาทหน้าที่ในสังคมที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นนักศึกษา ลูกจ้าง นักธุรกิจ อาจารย์ สถานภาพที่แตกต่างกันนี้ มีผลทำให้การเปิดรับและการตีความข่าวสารแตกต่างกัน

จ. วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง ลักษณะแสดงถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว ศีลธรรมอันดีของประชาชน และระบบ หรือวิธีการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม แต่ละสังคมจะมีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง เป็นตัวกำหนดวิถีชีวิต ความสัมพันธ์ของผู้คนในสังคม และเป็นตัวชี้ให้เห็นความแตกต่างระหว่างสังคมนั้น ๆ กับสังคมอื่น วัฒนธรรมของผู้รับสารจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเปิดรับ และการตีความข่าวสาร

4.2 ปัจจัยที่วิเคราะห์ตามลักษณะทางลักษณะประชากร ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะทางลักษณะประชากรเฉพาะบุคคล เช่น เป็นชายหรือหญิง อายุมากหรืออายุน้อย เรียนจบชั้นประถมหรือมหาวิทยาลัย มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงหรือต่ำ เป็นต้น ความแตกต่างทางลักษณะประชากรนี้จะมีอิทธิพลต่อการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความแตกต่างในเรื่องเพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ภูมิลาเนา (สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529)

นาวลิส(Nowlis,1975) ได้กล่าวว่า ลักษณะของกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารเพื่อการป้องกันยาเสพติดเป็นสิ่งสำคัญและมีความยุ่งยากสลับซับซ้อน เนื่องจากลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันจะโต้ตอบต่อสารต้านยาเสพติดต่างกัน

ผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า ควรจะได้ศึกษาตัวแปรของผู้รับสารหรือตัวแปรของกลุ่มเป้าหมายที่จำเป็น เพื่อจะได้นำมาใช้วิเคราะห์พฤติกรรมการรับสารหรือการสื่อสาร เพื่อป้องกันยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานโรงงานอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยตัวแปรเกี่ยวกับผู้รับข่าวสารที่จะศึกษาได้แก่ เพศ อายุ ภูมิฐานะ การศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ และจะได้นำตัวแปรเหล่านี้มาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอื่น ๆ สำหรับอธิบายพฤติกรรมการสื่อสาร อันจะนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขยุทธวิธีการณรงค์โดยเฉพาะ การออกแบบสารและการวางแผนใช้สื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

##### 5. กลวิธีในการสื่อสาร (Communication strategy)

ในการปฏิบัติงานเพื่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในขณะนี้ เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการดำเนินงานอย่างหนึ่ง เนื่องจากสื่อมวลชนมีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจ (persuasive power) ดังเช่นแดนเนียล เลินเนอร์(Daniel Lerner,1963) กล่าวไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นตัวการที่กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งนำไปสู่การปรับวิถีชีวิต (way of Life) และค่านิยมเพื่อพัฒนาประเทศให้ทันสมัยด้วยการนำเอาความคิดใหม่ ๆ ข่าวสารใหม่ ๆ ไปกระตุ้นให้เกิดผลประโยชน์ใหม่ ๆ ต่อมนุษย์ หรือ เช่นที่ วิลเบอร์ ชรามม์(Wilbur Schramm,1972) ได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า สื่อมวลชนจะทำหน้าที่สร้างความตื่นตัวให้คนทั่วไป เกิดความสำนึกที่จะสร้างมาตรฐานของชีวิตในทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ฯลฯ ได้เป็นอย่างดี

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น จึงได้ใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือที่สำคัญประเภทหนึ่งในการดำเนินงานรณรงค์เพื่อป้องกันปัญหาเสพติด อันเป็นปัญหาสังคมที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของชาติ ดังนั้น ในกระบวนการรณรงค์ทางสื่อมวลชนในลักษณะนี้จึงเป็น

การรวมพลังในการชักจูงพร้อม ๆ กันหลาย ๆ ทางในการก่อให้เกิดการรวมตัว หรือการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนต่อกรณีใดกรณีหนึ่งในทิศทางที่ต้องการ (ธรรมศาสตร์, 2520) ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive communication) ที่มุ่งให้ผู้รับข่าวสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมโดยสมัครใจ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบการสื่อสารซึ่งมุ่งให้เกิดการตอบสนอง (particular response) โดยที่ผู้ส่งข่าวสารเตรียมองค์ประกอบในการโน้มน้าวใจไว้อย่างสมบูรณ์รอบคอบ แล้วให้ผ่านกระบวนการสื่อความหมาย องค์ประกอบดังกล่าวในที่นี้ได้อธิบายมาแล้วจากปัจจัยทางการสื่อสารทั้ง 4 ปัจจัย และให้องค์ประกอบเหล่านี้ผ่านกระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ด้วยกลวิธีที่เรียกว่า "Motivated Sequence" (อัญชลี ลีสวรรค์, 2522)

Motivated Sequence เป็นทฤษฎีของ Monroe ในการจูงใจกลุ่มเป้าหมายโดยแสดงถึงขั้นตอนของการโน้มน้าวใจ ดังนี้

ขั้นตอน	หน้าที่	การตอบสนอง
1. สร้างความสนใจ	1. สร้างความสนใจต่อปัญหา นี้ให้เกิดขึ้นในตัวผู้รับหรือ กลุ่มเป้าหมาย 2. สร้างความน่าเชื่อถือของ แหล่งข่าวสาร 3. เริ่มให้ข่าวสารที่สร้างความ สนใจต่อ ๆ ไป	"ต้องการรับข่าวสารเรื่อง การป้องกันยาเสพติด"
2. สร้างความต้องการ	1. สร้างความไม่สมดุลทาง จิตใจให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเสนอปัญหาซึ่งเป็น ความต้องการ (Needs) ของกลุ่มเป้าหมาย	"รู้สึกและเห็นด้วย เป็น อย่างยิ่งว่าปัญหา ยาเสพติด นี้สำคัญและต้องดำเนินการ แก้ไขอย่างเร่งด่วน"

- |                    |                                                                                                    |                                                                                                                                            |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. สนองความต้องการ | 1. สนองความต้องการที่จะจัดความไม่สมดุลโดยเสนอทางเลือกให้ปฏิบัติให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง | "เกิดความคิดว่าควรจะต้องป้องกันยาเสพติดโดยการสร้างคุณภาพชีวิต รู้จักโทษของยาเสพติด รู้จักใช้ยาในทางที่ถูก และร่วมในการป้องกันและแก้ไขปัญห" |
| 4. สร้างภาพพจน์    | 1. แสดงให้เห็นประโยชน์ของการเชื่อและไม่เชื่อหรือไม่ปฏิบัติตามทางเลือกที่เสนอ                       | "เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งว่าการป้องกันยาเสพติดเป็นสิ่งที่ตั้งามถูกต้องและเป็นประโยชน์ ควรปฏิบัติตาม                                           |
| 5. สร้างพฤติกรรม   | 1. เพื่อคุณธรรมหรือจริยธรรมจะต้องปฏิบัติตามวิธีการป้องกันยาเสพติด ไม่ว่าจะอย่างไรอย่างใดอย่างหนึ่ง | "จะคิดหรือปฏิบัติตามทางเลือกที่เสนอแนะต่อไป"                                                                                               |



นอกจากหลักการหรือทฤษฎีทางการสื่อสาร เพื่อการโน้มน้าวใจดังกล่าว ยังมีทฤษฎีในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมของ Rogers (1960) ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้เพื่อดำเนินการป้องกันยาเสพติดได้เช่นเดียวกันคือ

#### ขั้นตอนในการยอมรับการเปลี่ยนแปลง

1. ให้ความรู้ (Knowledge function) เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจให้ตระหนักถึงปัญหาเสพติดอย่างกว้าง ๆ โดยไม่มีเจตนาให้สารมีอิทธิพลต่อบุคคลโดยตรงพยายามเน้นให้เห็นว่าปัญหาเสพติดจะส่งผลร้ายกับชีวิตของคนและของสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จนกลุ่มเป้าหมายรู้สึกว่ปัญหานี้ต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน เกิดความรู้สึกต้องการ (needs) ที่จะแก้ปัญหา

2. การจูงใจ (persuasion function) เมื่อกลุ่มเป้าหมายมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องยาเสพติดโดยตรงและความรู้ที่เกี่ยวข้องแล้ว ขั้นตอนต่อไปจะต้องสร้างทัศนคติให้

เห็นด้วยกับการแก้ปัญหาดังกล่าวและไม่เห็นด้วยกับการใช้ยาเสพติด <sup>ขั้นนี้</sup> เป็นเรื่องของ การสร้างอารมณ์และความรู้สึกกลุ่มเป้าหมายจะแสวงหาข่าวสารสนับสนุนทัศนคติของคน บุคลิกภาพและบรรทัดฐานของกลุ่มสังคมจะมีอิทธิพลต่อการเลือกแสวงหาข่าวสารของกลุ่มเป้าหมาย <sup>ขั้นนี้</sup> จะต้องเสนอแนวทางแก้ปัญหาให้สอดคล้องกับระบบสังคม

3. การตัดสินใจ (decision function) <sup>ขั้นนี้</sup> คนจะตัดสินใจเลือกหรือ ปฏิเสธสิ่งใหม่ ๆ ในกรณีนี้คือแนวทางแก้ไขปัญหา การตัดสินใจในช่วงนี้มีเงื่อนไขในเรื่อง ผลประโยชน์และการเสี่ยงภัย

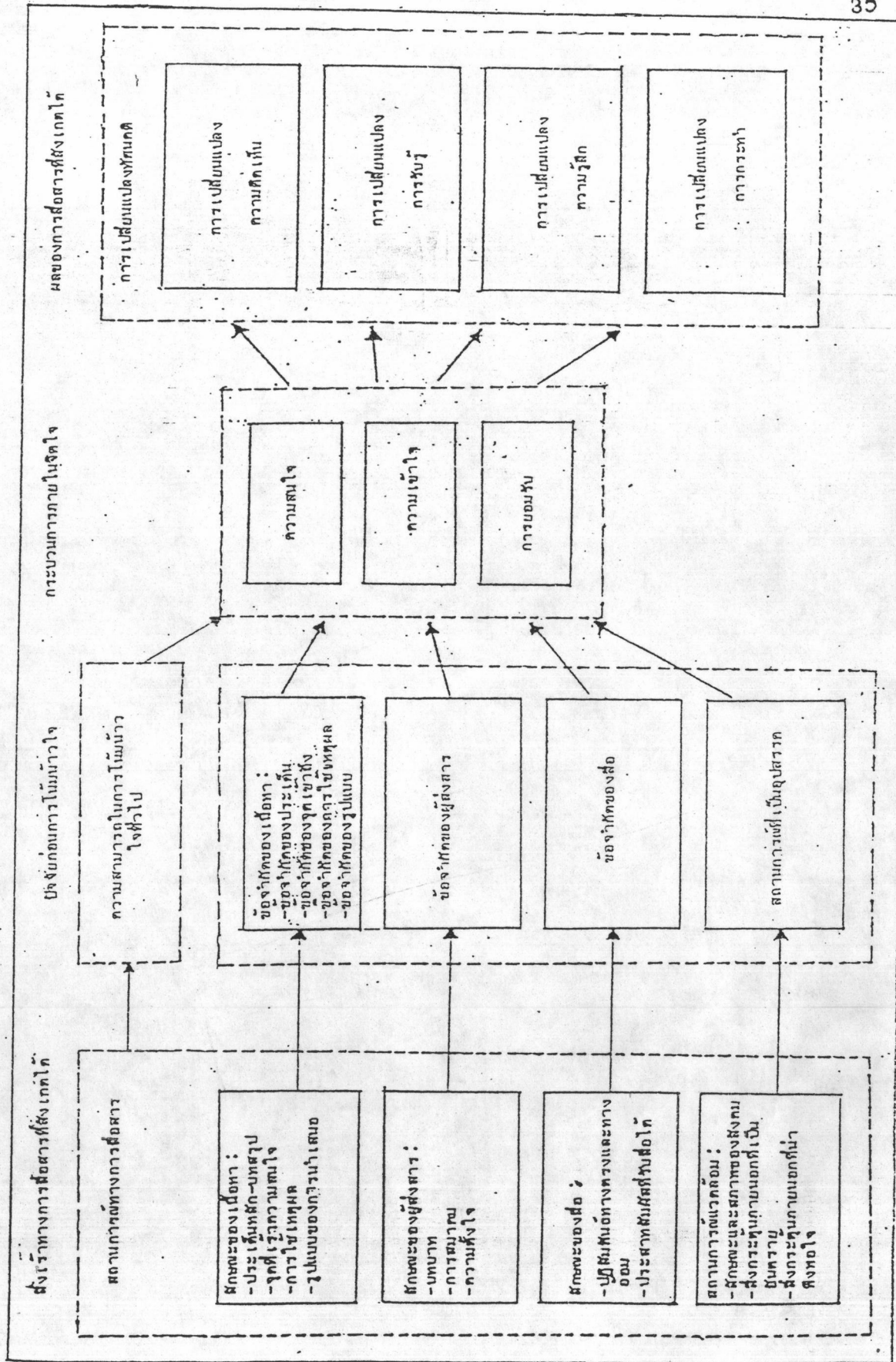
4. ยืนยันที่จะรับนวัตกรรมไปปฏิบัติ (confirmation function) <sup>ขั้นนี้</sup> คนจะแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติม เพื่อสนับสนุนการยอมรับหรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงของเขาซึ่งอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจเดิมก็เป็นได้ หรือยินดีจะปฏิบัติตามต่อไป

6. ผลของการสื่อสาร (Communication effect) กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับ สาร (receiver variable)

สิ่งที่ได้กล่าวมาแล้วว่าผลของการสื่อสาร เพื่อการโน้มน้าวใจ คือการเกิด ความรู้ความเข้าใจและทัศนคติในทิศทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา นั่นคือเกิดการยอมรับ (acceptance) สารด้านการป้องกันยาเสพติด

โฮฟแลนด์และเจนิส (Carl I Hovland and Irving Janis, 1959) กล่าวถึงการยอมรับ (Acceptance) ว่าเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่ความเชื่อในสิ่งที่ได้รับ ซึ่งจัดเป็นกระบวนการภายในจิตใจ (Internal Mediating Processes) ที่เกิดขึ้นหลังจากได้รับสารซึ่งไปกระตุ้นให้เกิดความสนใจแล้ว (Attention) ผู้รับสารจะตีความหมาย ของสารนั้นทำให้เกิดความเข้าใจขึ้น (Comprehension) จนกระทั่งเกิดมีทัศนคติที่ติดในสิ่งที่ได้รับ ซึ่งกล่าวได้ว่าเริ่มมีการยอมรับในขั้นต้นแล้ว และผลที่ตามมาคือ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ คือ เปลี่ยนทัศนคติ (Attitude Change) ซึ่งเป็นผลของการ สื่อสารที่ผู้รับสารจะแสดงออกและสามารถสังเกตเห็นได้ (Observable Communication Effects) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นนับได้ว่า เป็นเป้าหมายของการพัฒนาทุกอย่าง (ดูรูปแบบของกระบวนการยอมรับ)

ภาพที่ 3 รูปแบบการยอมรับในกระบวนการสื่อสาร





จากกระบวนการยอมรับในการสื่อสารนั้น ผลของการสื่อสารที่สังเกตเห็นได้ (Observable communication effect) คือการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude change) ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ 3 อย่างคือ การเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น (opinion changes) การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ (perception change) การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก (affect changes)

ในด้านการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นนั้น มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวว่า คนเรานั้นจะมีการเลือกเปิดรับสาร จากสื่อมวลชน เฉพาะสารที่สอดคล้องกับความเชื่อที่มีอยู่เดิม สารที่จะเติมลงไปในห้องว่างของกรอบอ้างอิง (frame of reference) สารที่ไม่เคยประสบหรือมีความรู้มาก่อน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเห็นควรที่จะวัดความคิดเห็นของผู้รับสารด้วย นอกจากนี้ ในการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งเกิดจากการรับสารทางสื่อมวลชนนั้น น่าจะได้มีการวัดผลให้ชัดเจนว่า ผู้รับเกิดภาพพจน์ หรือเกิดความคิดต่อสารด้านการป้องกันยาเสพติดอย่างไร รวมทั้งเกิดความเปลี่ยนแปลงด้านอารมณ์ ความรู้สึกในระดับใด สำหรับการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมอันเกิดจากการรับสารทางสื่อมวลชนนั้น เป็นสิ่งที่วัดได้ยาก นอกจากจะวัดจากความคิดหรือการแสดงออกถึงความพร้อมที่จะปฏิบัติ

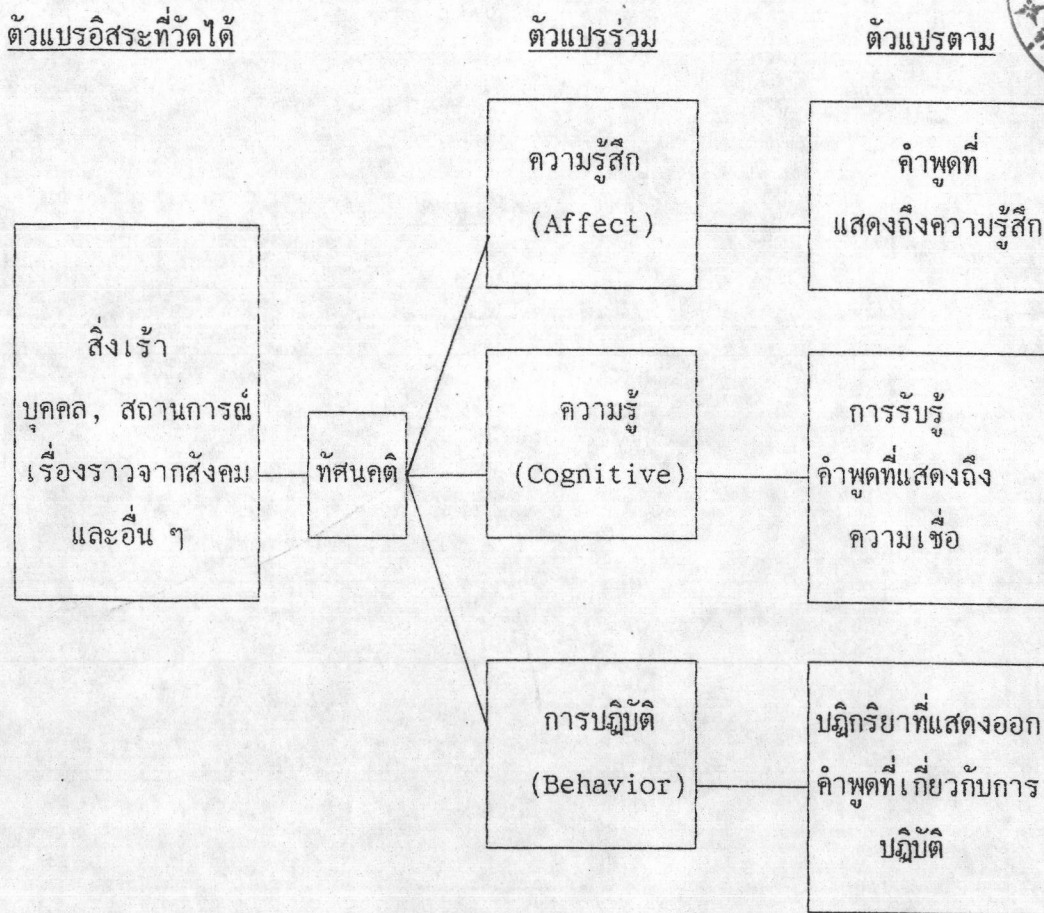
อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เข้าใจในเรื่องทัศนคติก่อนที่จะได้กำหนดแบบวัดนั้น ได้ศึกษาพบว่าบุคคลแต่ละคนนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งแวดล้อมที่เขาได้รับ ทัศนคติของบุคคลนั้นอาจจะแสดงออกมาได้ทางพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะพึงพอใจหรือความชอบพอ อันเป็นผลให้ผู้นั้นเกิดความพอใจรักใคร่ใกล้ชิดเรียกว่า ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude) กับทัศนคติอีกแบบหนึ่ง ซึ่งแสดงออกมาในรูปของความไม่พึงพอใจ เบื่อหน่ายเป็นผลให้ผู้นั้นแสดงความชิงชังไม่ยอมเข้าใกล้สิ่งนั้น เรียกว่า ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude) (Newcomb, 1954)

แคทซ์ (D. Katz, 1960) กล่าวว่าทัศนคติหมายถึงส่วนประกอบสองส่วน คือ ความรู้สึกในการที่จะชอบหรือไม่ชอบ และความรู้หรือความเชื่อซึ่งอธิบายถึงลักษณะ ตลอดจนความสัมพันธ์ของสิ่งหนึ่งที่มีต่อสิ่งอื่น ๆ

Milton Rokeach (Secord and Bachman, 1964) สรุปว่าทัศนคติเป็นการผสมผสาน หรือการจัดระเบียบของความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ จากคำจำกัดความของนักทฤษฎีที่ศึกษาเรื่อง "ทัศนคติ" ทั้งหมด พอสรุปคำจำกัดความของทัศนคติได้ดังนี้

"ทัศนคติเป็นความเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนพร้อมที่จะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก" ซึ่งอาจเขียนเป็นแผนภูมิเพื่อแสดงภาพพจน์ให้เห็นชัดเจนขึ้น และเพื่อแสดงว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่วัดได้ดังนี้

ภาพที่ 4 องค์ประกอบของทัศนคติ (Harry C. Triandis, 1971)



ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา ความรู้ ความเข้าใจ อันเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งเป็นกระบวนการที่นักสื่อสารที่มุ่งจะโน้มน้าวใจผู้รับนิยมใช้กันโดยทั่วไป เนื่องจากการเรียนรู้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างจะถาวร อันเป็นผลจากการปฏิบัติบ่อย ๆ ซึ่งสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย

เบนจามิน บลูม (Benjamin B. Bloom, 1956) ได้พูดถึงความสามารถที่เกิดจากการเรียนรู้ มีองค์ประกอบ 6 ประการคือ

1. ความรู้ (knowledge) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำและระลึกถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งเป็น

- ก. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาโดยเฉพาะ
- ข. ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- ค. ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิดและโครงสร้าง

2. ความเข้าใจ (comprehension) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญาและทักษะเบื้องต้น แบ่งเป็น

ก. การแปลความ คือแปลจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่ง โดยรักษาความหมายได้ถูกต้อง

ข. การตีความ คือขยายจากเนื้อหาเดิมด้วยการสร้างขึ้นในรูปแบบใหม่

- 3. การนำไปใช้ (Application)
- 4. การวิเคราะห์ (Analysis)
- 5. การสังเคราะห์ (Synthesis)
- 6. การประเมินค่า (Evaluation)

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยถือเกณฑ์ความสามารถจากการเรียนรู้ใน 2 ลักษณะ คือ ความรู้และความเข้าใจ เท่านั้น

แพททริก เมเรดิท (Patrick Meredith, 1961) ได้พูดถึงความรู้ (knowing) จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 อย่างคือ ความเข้าใจและการคงอยู่ (Understanding and Retaining) เพราะความรู้ หมายถึง การที่สามารถจำได้ถึงบางสิ่งบางอย่าง ซึ่งเราได้เข้าใจมาแล้ว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงถือว่า เมื่อผู้อ่านได้รับชมได้ฟังสารเพื่อจงใจให้ป้องกันยาเสพติดด้วยวิธีการต่าง ๆ แล้ว เกิดความเข้าใจเนื้อหาที่ควรที่จะจำเนื้อหา นั้นได้ด้วย จึงจะมี ความรู้จากการรับสารเหล่านี้ การทดสอบความจำในการรณรงค์โดยทั่วไป มักจะใช้แบบจำ

ได้ (recognize) และแบบระลึกได้ (recall) เป็นการระลึกได้โดยไม่ต้องถาม (Unaided recall) และระลึกได้ แบบต้องถาม (Aided recall) (James C. Coleman, 1971)

ผู้วิจัยได้ตัดสินใจทดสอบความรู้ความเข้าใจ ด้วยวิธีการจำได้ ในเรื่องที่ต้องการวัด เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการวัดระดับการยอมรับสารด้านการป้องกันยาเสพติดของกลุ่มประชากรเป้าหมายก่อนที่จะวัดทัศนคติ และความพึงพอใจต่อสาร (Information satisfaction) ซึ่งผู้วิจัยต้องการที่จะทราบว่าสารที่เสนอผ่านวิทยุและโทรทัศน์ ผู้รับฟังพอใจในรูปแบบและลักษณะของสารนั้นเพียงใด และสารนั้นสนองความต้องการ (needs) ตามแนวคิดของ Maslow ได้เพียงใด จากความต้องการพื้นฐานต่าง ๆ คือ

- ความต้องการด้านสรีระ ซึ่งคนทั่วไปต้องการได้รับการตอบสนอง
- ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย ได้แก่การที่มนุษย์สามารถหาทางป้องกันตนเองให้พ้นจากอันตรายที่จะเกิดขึ้น
- ความต้องการด้านความรักและการยอมรับ เป็นความต้องการคบหาสมาคม แสวงหาความรักและความอบอุ่น จากบรรดาผู้ที่เรารวมกลุ่มด้วย
- ความต้องการที่จะให้ตัวเองและผู้อื่นมองเห็นคุณค่าและยอมรับในเกียรติยศและสถานภาพของตน นั่นคือต้องการด้านเกียรติยศและชื่อเสียง
- ความต้องการที่จะตระหนักถึงศักยภาพของตนเอง เป็นความต้องการสูงสุดที่จะพัฒนาศักยภาพที่ตนมีอยู่มาใช้ให้เป็นประโยชน์ หรือเป็นความต้องการที่จะพัฒนาตนเอง

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสาร ไม่มีเป็นกิจลักษณะ ผลงานวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยทั่วไปมักจะมีคำอธิบายว่าเป็นปรากฏการณ์โดยทั่วไป (General phenomenon) ของความพึงพอใจในงาน (job satisfaction) นั่นคือต้องการโอกาสความสำเร็จในชีวิต กรณีที่เป็นการสื่อสาร ส่วนใหญ่จะกล่าวถึงความพึงพอใจในสาร (information) (Davis, 1974) ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยจะตีความว่าเป็นความพึงพอใจในรูปแบบของสาร และแนวทางที่สารเสนอมานำ เพื่อสนองความต้องการ (needs) ในเรื่องความมั่นคงปลอดภัยและการยอมรับ นั่นคือสารนั้นต้องมีแรงจูงใจ (motives)

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับยาเสพติดและการสื่อสารในประเทศไทย

พ.ศ.2527 อรสา ปานขาว ได้ทำการวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมการยอมรับสารต้านการป้องกันยาเสพติดทางวิทยุและโทรทัศน์ของประชาชนในเขตชุมชนแออัดคลองเตย" ปรากฏผลดังนี้

1. ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะด้านประชากรกับกัฏการเปิดรับสารต้านป้องกันยาเสพติดทางวิทยุและโทรทัศน์ พบว่า
  - ผู้มีสถานภาพแตกต่างกัน เปิดรับสารต้านการป้องกันยาเสพติดทางวิทยุในอัตราที่แตกต่างกัน แต่เปิดรับสารดังกล่าวทางโทรทัศน์ในอัตราที่ไม่แตกต่างกัน
  - ผู้ที่มีเพศ การศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจต่างกัน เปิดรับสารต้านการป้องกันยาเสพติดทางวิทยุและโทรทัศน์ในอัตราที่ไม่แตกต่างกัน
  - ผู้ที่มีอายุแตกต่างกัน เปิดรับสารต้านการป้องกันยาเสพติดทางวิทยุและโทรทัศน์ในอัตราที่แตกต่างกัน
  - ผู้ที่มีขนาดครอบครัวแตกต่างกัน เปิดรับสารต้านการป้องกันยาเสพติดทางวิทยุในอัตราที่ไม่แตกต่างกัน และเปิดรับสารดังกล่าวทางโทรทัศน์ในอัตราที่แตกต่างกัน

2. ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างประชากรกับความรู้ต่อสาร พบว่า ผู้ที่มีสถานภาพ การศึกษา แตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับสารต้านการป้องกันยาเสพติดทางวิทยุและโทรทัศน์แตกต่างกัน แต่เพศ อายุ ขนาดของครอบครัว สถานะทางเศรษฐกิจแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับสารดังกล่าวไม่แตกต่างกัน

3. ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างประชากรกับทัศนคติต่อสาร พบว่า สถานภาพ การศึกษา อายุ แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อสารต้านป้องกันยาเสพติดทางวิทยุและโทรทัศน์แตกต่างกัน แต่ในขณะเดียวกัน เพศ ขนาดของครอบครัว สถานะทางเศรษฐกิจ แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อสารดังกล่าวไม่แตกต่างกัน

พ.ศ.2531 ร.ต.ท.หญิง ฉัตรอุมา เริ่มรุจน์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การแพร่ระบาดของการใช้ยากระตุ้นประสาท : การศึกษาสำรวจปัจจัยปัญหาและผลกระทบต่อครอบครัวและสังคมของกลุ่มคนงานโรงงานแล่ปลา จังหวัดสมุทรปราการ" โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงสาเหตุของการแพร่ระบาดของการใช้ยากระตุ้นประสาทของกลุ่มคนงานโรงงาน

แล่นลา วิธีดำเนินการวิจัย ใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานโรงงานแล่นลา จำนวน 144 คน จาก 8 โรงงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์ประกอบแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า พนักงานแล่นลาร้อยละ 79.2 ใช้ยากระตุ้นประสาท ยาที่มีการใช้กันมากคือ อีเฟดรีน (Ephedrine) เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย และมีราคาถูก รองลงมาได้แก่ ยาห่าน และกระทิงแดงเม็ด ตามลำดับ สาเหตุที่ทำให้ใช้ยากระตุ้นประสาทเพราะทำให้สามารถทำงานได้นานขึ้นโดยไม่ง่วงนอน นอกจากนี้ยังพบว่าพนักงานที่เคยใช้ยามาก่อน จะไม่สามารถทำงานได้หรือทำงานได้ช้าลงหากหยุดยา มีจำนวนร้อยละ 61.4 สำหรับอาการเจ็บป่วยภายหลังการใช้ยา ร้อยละ 77.2 บอกว่าไม่เคยมีอาการเจ็บป่วย มีเพียงร้อยละ 22.8 ที่เคยมีอาการเจ็บป่วย โดยอาการป่วยส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้น ได้แก่ หัวใจเต้นแรง มึนงง ปวดศีรษะ นอนไม่หลับ ส่วนในด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ยากระตุ้นประสาท พนักงานร้อยละ 36.9 ไม่เห็นด้วยกับการใช้ยา มีร้อยละ 32.6 ที่เห็นด้วย แต่ในด้านความคิดเห็นว่าควรใช้ยากระตุ้นประสาทต่อไปหรือไม่ ปรากฏว่ามีพนักงานถึงร้อยละ 85.1 เห็นว่าควรใช้ยาดังกล่าวต่อไป ซึ่งเนื่องมาจากพนักงานเหล่านี้มีความรู้อย่างผิวเผินเกี่ยวกับโทษของยากระตุ้นประสาท และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เพื่อนร่วมงานส่วนใหญ่ใช้ยากระตุ้นประสาทกันอย่างแพร่หลายจนกลายเป็นที่นิยมของกลุ่มพนักงาน ประกอบกับที่ผ่านมามีการใช้ยาไม่ได้ก่อให้เกิดอาการเจ็บป่วยอย่างเฉียบพลัน แต่ในทางตรงข้ามกลับทำให้ทำงานได้เพิ่มขึ้นและมีรายได้เพิ่มขึ้น

พ.ศ.2533 กองวิชาการและวางแผน กรมแรงงาน ได้ทำการวิจัย เรื่อง "การทดลองหารูปแบบการเผยแพร่ความรู้เพื่อป้องกันยาเสพติดในกลุ่มผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมของการเผยแพร่ความรู้เพื่อป้องกันยาเสพติดในกลุ่มผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการ อันจะนำไปใช้ในการขยายผลการดำเนินงานต่อไป วิธีดำเนินการวิจัยทำการคัดเลือกสถานประกอบการ จำนวน 17 แห่ง มีลูกจ้างรวมกันทั้งหมด 7,799 คน เพื่อเป็นตัวอย่างในการทดลองวิธีการเผยแพร่ จำนวน 4 วิธี ได้แก่ การติดโปสเตอร์ การแจกเอกสารแผ่นพับ การฉายภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ (วิดีโอ) และการบรรยายสั้น ๆ การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ลูกจ้างที่เข้าร่วมในวิธีการเผยแพร่



แพร่ดังกล่าวข้างต้น การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการเผยแพร่ความรู้ทุกวิธีดังกล่าวนี้ สามารถนำมาใช้ดำเนินการจริงในสถานประกอบการต่างๆ ได้ นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับเรื่องของสภาพปัญหาสาเหตุในสถานประกอบการเหล่านี้ ก็คือจากการสัมภาษณ์ลูกจ้าง จำนวน 345 คน เกี่ยวกับการรู้เห็นปัญหาการใช้ยาเสพติดในสถานประกอบการของตน ปรากฏว่าร้อยละ 11.6 ตอบว่ามีผู้ติดยาเสพติดในสถานประกอบการของตน ได้แก่ บุหรี่ สุรา กัญชา ยาม้า ทินเนอร์ เฮโรอีน

พ.ศ.2534 กรมโรงงานอุตสาหกรรมได้ทำการวิจัยเรื่อง "สำรวจการเสพยาในโรงงาน" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับปัญหาการใช้ยาเสพติดในโรงงาน อันจะเป็นประโยชน์ต่อการควบคุมและป้องกันการเสพยาเสพติดในโรงงานให้ได้ผลดีสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของโรงงานอุตสาหกรรมต่อไป วิธีดำเนินการวิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการโรงงานในเขตกรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาค จำนวน 124 คน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีจัดส่งแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการโรงงาน ร้อยละ 37 ตอบว่ามีปัญหาสาเหตุในโรงงานของตน ได้แก่ สุรา ยาแก้ปวด กัญชา ยาม้า ร้อยละ 5 ตอบว่า เคยมีคนงานประสออุบัติเหตุเนื่องจากการเสพยาเสพติด และร้อยละ 80 ต้องการให้โรงงานของตนเป็นสถานที่ปลอดยาเสพติด

พ.ศ.2534 วรียา ฐวสิน ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การรับข่าวสารเกี่ยวกับยาม้าจากสื่อมวลชนของพนักงานขับรถบริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.) โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชนการเปิดรับสื่อมวลชนเกี่ยวกับยาม้า ความรู้ทัศนคติ ตลอดจนความคิดเห็นของพนักงานขับรถในเรื่องการให้ความรู้เรื่องยาม้าหลังการเปิดรับสื่อมวลชน

วิธีการดำเนินการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือ พนักงานขับรถบริษัท ขนส่ง จำกัด (บขส.) จำนวน 202 คน จากสถานีขนส่งสายเหนือ (ตลาดหมอชิต) สถานีขนส่งสายตะวันออก (เอกมัย) และสถานีขนส่งสายใต้

(เป็นเกล้า-นครชัยศรี) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการสัมภาษณ์ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละและใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ไคสแควร์ (Chi-Square) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ต้องการศึกษา จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารความรู้จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยมักจะดูข่าวเป็นประจำทุกวันจากสถานีโทรทัศน์เสีกองทัพบกช่อง 7 ในอันดับรองลงมาคือการอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ สำหรับวิทยุมีการเปิดรับน้อยที่สุด และส่วนใหญ่จะฟังเพลงทุกวันโดยไม่จำกัดสถานี ส่วนกรเปิดรับข่าวสารเรื่องยามานั้น กลุ่มตัวอย่างเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด อันดับสองคือหนังสือพิมพ์และอันดับสามคือวิทยุและเพื่อน และลักษณะประชากรในระดับต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับพิษภัยของยาม้าแตกต่างกัน โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์คือ อายุ หน่วยงานที่พนักงานขับรถสังกัด ประสบการณ์ในการขับรถ และเส้นทางการขับรถ

พ.ศ. 2534 แหวตดา รัตนบัตร ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาผลของการสื่อสารรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้าที่มีต่อเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านยาม้ากับความรู้ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร วิธีดำเนินการวิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนจากโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย (มัธยมศึกษาปีที่ 4-6) ของโรงเรียนในสังกัดกรมสามัญ กระทรวงศึกษาธิการที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้ทดสอบหาค่าร้อยละและทดสอบความสัมพันธ์ของลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างต่อความรู้และทัศนคติ ตลอดจนทดสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวสารความรู้จากการรณรงค์ ปรากฏว่า ได้ผลการทดสอบดังนี้ คือ

1. เพศ, ภูมิลำเนา, อาชีพของบิดา-มารดา, สถานภาพสมรสของบิดา-มารดา ตลอดจนรายได้ของบิดา-มารดา และजनวนพื้นที่ในครอบครัว ซึ่งเป็นลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า
2. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ, ภูมิลำเนา, อาชีพของมารดา, สถานภาพสมรสของบิดา-มารดา, รายได้บิดา-มารดา ไม่มีความสัมพันธ์



กับความรู้จากการณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า แต่อำชีพของบิดา และจำนวนพี่น้องในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับความรู้จากการณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า

3. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง คือ เพศ, ภูมิฐานะ, อาชีพของบิดา-มารดา, สถานภาพสมรสของบิดา-มารดา ตลอดจนจำนวนพี่น้องในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติจากการณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า

4. การเปิดรับข่าวสารการณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้ามีความสัมพันธ์กับความรู้จากการณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า

5. การเปิดรับข่าวสารการณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้ามีความสัมพันธ์กับทัศนคติจากการณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า

6. ความน่าเชื่อถือในแหล่งข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้จากการณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้า

พ.ศ.2534 สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ทำการวิจัยเรื่องการประเมินผลโครงการเผยแพร่ความรู้ด้านการป้องกันยาเสพติด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิภาพของการเผยแพร่ความรู้ด้านการป้องกันยาเสพติดผ่านสื่อมวลชน ซึ่งได้แก่ โทรทัศน์ 4 สถานี วิทยุ 5 รายการ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร เพื่อศึกษาความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายตลอดจนหาข้อสรุปเป็นแนวทางในการเผยแพร่ความรู้ในการป้องกันยาเสพติดในอนาคต สำหรับวิธีวิจัยนั้นใช้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 922 คน เป็นกลุ่มบิดามารดา 429 คน และเป็นกลุ่มเยาวชน 493 คน วิธีการในการศึกษาเป็นการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างดังกล่าว โดยแบ่งการสำรวจออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะก่อนการเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อมวลชน ระยะที่กำลังเผยแพร่ความรู้และระยะเมื่อสิ้นสุดการเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อมวลชน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ผลการวิจัยปรากฏว่า

1. โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่ให้ข่าวสารความรู้แก่กลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนวิทยุ และหนังสือพิมพ์

2. จากการสำรวจพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความรู้เกี่ยวกับปัญหาเสพติดมาก่อนการเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อมวลชนได้ช่วยย้่าเตือนความรู้เดิมของกลุ่มเป้าหมาย

3. ในบรรดาความรู้ 5 ชุด ที่เผยแพร่ทางสื่อมวลชน ความรู้ชุด "หยุดใช้ อารมณ์รุนแรง" เป็นความรู้ที่กลุ่มบิดามารดาเห็นว่า เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารที่ดีที่สุด ส่วนใหญ่กลุ่มเยาวชนกลับเห็นว่า รู้จักปฏิเสธเมื่อมีใครมาชวนให้สูบบุหรี่ เป็นความรู้ข่าวสารที่ดีที่สุด

4. เมื่อวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายเชิงเศรษฐศาสตร์พบว่า สื่อวิทยุเป็นสื่อให้ผลตอบแทนต่อหน่วยสูงที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์

5. การเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อมวลชนของโครงการ ยังไม่อยู่ในระดับที่ยอมรับว่าสมบูรณ์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ความสำเร็จของโครงการเกิดขึ้นเฉพาะในส่วนที่หนึ่งเท่านั้น คือ มีจำนวนผู้รับความรู้ข่าวสาร และเข้าใจความรู้นั้นอยู่ในอัตราส่วนสูงเป็นที่น่าพอใจ ส่วนในด้านการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติดปรากฏว่าไม่มีการเปลี่ยนแปลงใด ๆ เกิดขึ้นเมื่อสิ้นสุดโครงการ

พ.ศ. 2536 กองป้องกันยาเสพติด สำนักงาน บ.ป.ส. ทำวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพปัญหา ยาเสพติดในกลุ่มผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการ : ภาคอุตสาหกรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหา ยาเสพติด และสภาพการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการ : ภาคอุตสาหกรรม โดยการใช้แบบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้แรงงาน จำนวน 300 คน จากสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กในพื้นที่เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ และอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ คือ

1. กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้แรงงานที่เข้ายาเสพติด มีจำนวนร้อยละ 12 ชนิดของยาเสพติดที่ใช้ได้แก่ ยาม้า และกัญชา โดยมีจำนวนผู้ใช้ในแต่ละชนิดใกล้เคียงกัน สถานประกอบการประเภทผลิตไม้ ประเภทผลิตโลหะ และประเภทผลิตอโลหะ มีผู้เข้ายาเสพติดมากกว่าสถานประกอบการประเภทอื่น ๆ สำหรับสาเหตุในการเข้ายาม้า คือ เพื่อให้มีแรงทำงาน และกัญชา คือความอยากลอง เพื่อนชวน

2. ผู้ใช้แรงงานส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับยาเสพติดอยู่ในระดับปานกลาง และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับยาเสพติดจากทางโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ วิทยุ และหนังสือพิมพ์-นิตยสาร บันเทิง

3. ผู้ใช้แรงงานที่ใช้จ่ายเสพติดส่วนใหญ่มีทัศนคติในทางที่ผิด เกี่ยวกับโทษภัยของการใช้จ่ายเสพติด โดยกลุ่มผู้ใช้ก็รู้ว่ามีทัศนคติว่า ใช้จ่ายช่วยคลายความทุกข์ได้ ใช้จ่ายแล้วจะไม่ทำให้เกิดอุบัติเหตุในการทำงาน การทดลองใช้ก็ไม่ทำให้ติดยา ส่วนกลุ่มผู้ใช้จ่ายมามีทัศนคติว่า ใช้จ่ายมามีความจำเป็นต่อการประกอบอาชีพมีประโยชน์มากกว่าโทษ ใช้จ่ายแล้วจะไม่ทำให้เกิดอุบัติเหตุในการทำงาน

4. ผู้ใช้แรงงานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อสภาพการทำงานอยู่ในระดับมากในเรื่องต่อไปนี้ คือ งานที่รับผิดชอบ ค่าจ้าง เพื่อนร่วมงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน

5. ในสถานประกอบการที่มีการกำหนดกฎ/ระเบียบ ห้ามใช้จ่ายเสพติดจะมีจำนวนผู้ใช้แรงงานที่ใช้จ่ายเสพติดน้อยกว่าสถานประกอบการที่ไม่มีการกำหนดกฎ/ระเบียบดังกล่าว

6. เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยการทดสอบไคสแควร์ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ ที่อยู่อาศัย ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับยาเสพติด และการกำหนดกฎ/ระเบียบ ห้ามใช้จ่ายเสพติด มีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายเสพติด ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 ส่วนระดับการศึกษาภูมิภาค พื้นที่ที่ศึกษา และประเภทของสถานประกอบการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายเสพติดที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05

#### งานวิจัยของต่างประเทศ

ค.ศ. 1965 เซอร์ (Schur, 1965) ได้ศึกษานิเวศน์วิทยาของการติดยาเสพติด เป็นที่นิยมแพร่หลายในเมืองใหญ่ ซึ่งจากการศึกษาเหล่านั้นยืนยันว่า เขตที่มีการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ย่านอพยพแหล่งสลัม ย่านธุรกิจการค้า รวมตลอดถึงบริเวณที่ครอบคลุมกิจการอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม ซึ่งประกอบด้วยโรงงาน ท่าเรือ สถานีรถไฟ ศูนย์การค้า ฯลฯ และยังพบว่า ผู้ติดยาเสพติดมักจะอาศัยอยู่ตามบ้านซึ่งมีลักษณะเป็นห้อง ๆ ในศูนย์กลางของเมือง ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะว่าในเมือง เป็นที่ซึ่งไม่มีผู้ใดพิจารณากิจกรรมและการกระทำของเขา และได้มีความสัมพันธ์อย่างเด่นชัดระหว่างโครงสร้างทางนิเวศน์วิทยา และการแพร่กระจายของการติดยาเสพติด ซึ่งจะระบาดมากในท้องที่มีประชากรหนาแน่น ภาวะเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในระดับต่ำ และในหมู่ชนกลุ่มน้อย ทั้งนี้เพราะในท้องที่และสภาวะการณดังกล่าว ย่อมก่อให้เกิดความขัดแย้งทางวัฒนธรรม การขยายตัวทางวัฒนธรรม สภาพไร้บรรทัดฐาน

ทางสังคม ซึ่งอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมผีนางคนได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เงื่อนไขทางเศรษฐกิจและสังคม ถือว่ามีอิทธิพลต่อการติดยาเสพติดในชั้นพื้นฐาน กล่าวคือ จะเป็นปัจจัยที่ล่อลวงทำให้ผู้มีจิตใจอ่อนไหวโน้มเอียงที่จะเสพยาเสพติด กลายสภาพเป็นผู้ติดยาเสพติดได้ง่าย และเร็วขึ้น

ฮักส์และควาฟอร์ด (Hughes and Crawford, 1971) ได้พิจารณาถึงลักษณะที่เหมือนกันของการระบาดของ การติดยาเสพติดในเมืองชิคาโกระหว่างปี ค.ศ. 1967 และ ค.ศ. 1971 ซึ่งสรุปได้ว่า มักจะเกิดในกลุ่มเพื่อนบ้านที่อยู่ในจำพวกสังคมชั้นต่ำ และพบว่า ระบบเพื่อนบ้านที่ไม่ดีโดยมีปัญหาทางสังคมและ เศรษฐกิจในอัตราสูง จะทำให้เกิดปัญหาการติดยาเสพติดมากขึ้น

พอลสัน (Paulson, 1971) ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักศึกษาที่เรียนวิชาเอกพลศึกษา จำนวน 164 คน และกำลังเรียนอยู่ในวิทยาลัยชุมชน รัฐนิวยอร์ก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับสารเสพติดให้โทษ เหตุผลและพฤติกรรมในการเสพยาเสพติด แรงจูงใจเกี่ยวกับความสำเร็จและความล้มเหลว ตลอดจนการเห็นคุณค่าของตนเองในการวิจัยพบว่าร้อยละ 38 ของกลุ่มตัวอย่างเคยใช้สารเสพติด และร้อยละ 70 ยังคงใช้อยู่จนถึงปัจจุบัน สำหรับสารเสพติดที่ใช้มากที่สุด ได้แก่ สารประเภทยาหลอนประสาท (Hallucinogen) แอมเฟตตามีน (Amphetamine) บาร์บิทูเรท (Barbiturates) มีถึงร้อยละ 61 ที่เริ่มสูบกัญชาในระดับมัธยมศึกษา จากคำตอบนี้ชี้ให้เห็นว่า ผู้ที่กำลังเริ่มจะใช้สารเสพติดชนิดอื่น ๆ นอกจากกัญชามีอยู่ถึงร้อยละ 50 และส่วนที่ระบุว่า "เพื่อน" เป็นแหล่งสำคัญที่ได้มาซึ่งสารเสพติดมีถึงร้อยละ 77

วิลลิ่งเจอร์ (Willinger, 1971) ได้ทำการศึกษาถึงการต่อต้านบทบาททางสังคมและการชอบกระทำพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดการเร้าอารมณ์แปลก ๆ ใหม่ ๆ (Sensational Seeking Behavior) ของวัยรุ่นที่ติดสารเสพติดโดยอาศัยสมมติฐานของนาธาน แอดเลอร์ (Nathan Adler) ซึ่งมีความเชื่อว่าพวกที่ติดสารเสพติดมักมีลักษณะเป็นพวกต่อต้านและไม่ยอมรับบทบาทและคุณค่าทางสังคม (Antinomian) โดยได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างวัยรุ่นที่ติดสารเสพติด และวัยรุ่นที่ไม่ติดสารเสพติด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้



เป็นชนชั้นกลาง ระดับสูง และเป็นนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษา ส่วนใหญ่จะสูบกัญชา แอมเฟตตามีน และ บาร์บิทูเรท ผลของการวิจัยจากการเปรียบเทียบกลุ่มวัยรุ่นที่ติดสารเสพติด และกลุ่มที่ควบคุมมันได้ผลสนับสนุนสมมติฐานของนาทาน แอดเลอร์ นอกจากนี้ยังได้พบอีกว่าผู้ที่ติดสารเสพติดยิ่งนานเท่าใดก็จะแสดงความแตกต่างในเรื่องการต่อต้านบทบาททางสังคมและการกระทำพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเร้าอารมณ์มากกว่าผู้ที่ติดสารเสพติด ในการวิจัยของพอลสันและวิลสันเจอร์ ผู้วิจัยทั้งสองมีความเห็นเหมือนกันคือ ทั้งผู้ติดสารเสพติดในระดับโรงเรียนมัธยมศึกษาและวิทยาลัย มีการใช้สารเสพติดชนิดต่าง ๆ คล้ายคลึงกัน คือจะใช้ทั้งกัญชา แอมเฟตตามีน และ บาร์บิทูเรท

เวอร์กิลิโอ (Virgilio , 1971) ได้ทำการวิจัยโดยการเปรียบเทียบสัมฤทธิ์ผลในด้านความรู้เกี่ยวกับยาและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อยาด้วยการใช้โปรแกรมการศึกษาผู้ชววิชา (SHES) และโปรแกรมการสอนแบบบรรยายและอภิปราย เวอร์กิลิโอใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนชายและนักเรียนที่กำลังเรียนอยู่ในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 777 คน ที่ลงทะเบียนเรียน 1 ใน 36 สาขา ของวิชาทางสังคมศาสตร์ ในเวสต์ฟิลด์ (Westfield) โดยใช้แบบสอบถามทดสอบเกี่ยวกับยาและการใช้ยาในทางที่ผิดของไคแลนเดอร์ (Kilander) แบบทดสอบการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ของ พอลล็อก (Pollock) และมาตราวัดทัศนคติที่เกี่ยวกับยา ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือทั้ง 3 ชนิดนี้ ทั้งก่อนและหลังกับกลุ่มตัวอย่าง ก่อนที่จะนำเข้าไปรแกรม ผลของการวิจัย พบว่า เมื่อเปรียบเทียบคะแนนในด้านความรู้เกี่ยวกับยา ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญระหว่างโปรแกรมทั้งสอง แต่ได้พบการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติจากโปรแกรมแบบบรรยายและอภิปรายมากกว่าโปรแกรมแบบ SHES โดยมีความแตกต่างทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ และนักเรียนระดับมัธยมศึกษาที่อยู่ในวิทยาลัย มีสัมฤทธิ์ในด้านความรู้เกี่ยวกับยามากกว่านักเรียนในระดับมัธยมศึกษาในโรงเรียนทั่ว ๆ ไป ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติมากกว่า และจากการวิจัยไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างเพศของนักเรียน เมื่อเปรียบเทียบโปรแกรม SHES และโปรแกรมแบบบรรยาย และอภิปรายในด้านประสิทธิภาพของผู้สอนไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับคะแนนของนักเรียนในด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้ยา

ซาร์โก และ คณะ (Zarco and Associates , 1971-1972) ได้ทำการศึกษาขอบข่ายของการใช้สารเสพติดในหมู่นักศึกษาในมหาวิทยาลัยฟิลิปปินส์ วิทยาลัยศิลปะและวิทยาลัยกิลิมาน (Deliman) ในนครเควซอน (Quezon City, Philippines) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ 2 ชั้น และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลผลการวิจัย พบว่า

1. หนึ่งในสามของนักศึกษาเคยใช้กัญชา และมีอยู่ถึงร้อยละ 6 ที่ยังใช้กัญชาเป็นประจำ โดยพบมากในหมู่นักศึกษาชายที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 และชั้นปีที่ 2
2. สารเสพติดที่นักศึกษาใช้กันมากนอกจากกัญชาแล้ว ยังมีเบนซาดิน (Benzadine) แมนเดร็กซ์ (Mandrex) แอล เอส ดี (L.S.D.) เมสคาลิน (Mescaline) และเซคโคโนล (Seconal)
3. ผลของการวิจัยยืนยันว่าผู้ใช้กัญชาเป็นประจำนั้น จะไม่ใช่สารเสพติดเพียงชนิดเดียว แต่ใช้สารเสพติดอื่นอีกด้วย เช่น แอมเฟตตามีน (Amphetamines) สารประเภทกดประสาท (Depressants) และโอปิเอทส์ (Opiats) ด้วย
4. นักศึกษาที่ใช้กัญชาและสารเสพติดชนิดอื่น ๆ จะมีผลการเรียนต่ำลง ตรงกันข้ามกับนักศึกษาที่ไม่ได้ใช้สารเสพติด
5. นักศึกษาที่อาศัยอยู่กับบิดามารดาจะมีปัญหาการติดสารเสพติดน้อยกว่านักศึกษาที่อาศัยอยู่ตามหอพัก หรืออยู่ตามบ้านเช่า หรือพักอาศัยอยู่กับบุคคลอื่นที่ไม่ใช่บิดามารดา
6. อายุเฉลี่ยของนักศึกษาที่ใช้และไม่ใช้สารเสพติดจะเท่ากัน คืออยู่ระหว่าง 18.17 ปี ถึง 18.50 ปี

บราวน์ (Brown, 1972) ได้ทำการวิจัยเพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อสารเสพติด ความรู้เกี่ยวกับสารเสพติดและความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อสารเสพติด และความรู้เกี่ยวกับสารเสพติดของนักเรียนเกรด 5 ถึง เกรด 12 ในโรงเรียนประจำตำบลใกล้ ๆ กับเมืองดัลลาส รัฐเท็กซัส (Dallas, Texas) ได้ทำการวัดทัศนคติที่มีต่อสุรา กัญชา แอล.เอส.ดี. เฮโรอีน และ เมททีดิน โดยการให้มาตราชี้แมนติกดิฟเฟอเรนเชียล (Semantic Differential Scale) ประเมินคำคุณศัพท์จำนวน 12 คำแบบ 2 ขั้ว บนมาตรา 5 ช่อง และใช้แบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับสารเสพติด ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบมีจำนวน 31 ข้อ ข้อใน

การวิเคราะห์ข้อมูลของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง บรรานันท์ใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนและหาสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันโปรดักโมเมนต์ (Pearson's Product Moment Correlation) ระหว่างทัศนคติที่มีต่อสารเสพติดและความรู้เกี่ยวกับสารเสพติด ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีทัศนคติที่ติดต่อบุหรี่มากกว่านักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย แต่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ระหว่างนักเรียนทั้งสองกลุ่มที่มีต่อกัญชา และ แอล.เอส.ดี. ส่วนนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายมีทัศนคติที่ติดต่อกัญชาและ แอล.เอส.ดี. กว่านักเรียนในชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น เมื่อได้เปรียบเทียบกันระหว่างเฮโรอีน และ เมททีดินพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ในทัศนคติระหว่างระดับชั้นต่าง ๆ แต่เมื่อเปรียบเทียบกันในแต่ละระดับชั้น พบว่า นักเรียนมีแนวโน้มในทัศนคติเป็นไปในทางลบต่อ แอล.เอส.ดี. เฮโรอีนและเมททีดินมากกว่าบุหรี่ยูสุรา และกัญชา