

การสื่อสารนรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: กรณีเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า



นายมนต์ ขอเจริญ

ศูนย์วิทยพัรพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร

คณะวิทยาศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ADOLESCENT HEALTH COMMUNICATION CAMPAIGN:
A CASE STUDY IN NETWORK FOR ANTI-ALCOHOL CONSUMPTION

Mr.Mon Korcharoen

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Communication Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic year 2009

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: กรณีเครือข่าย
เยาวชนงดเหล้า

โดย

นายมนต์ ขอเจริญ

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์


อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

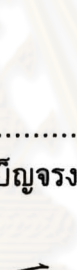
รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

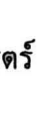
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ กันภัย)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อรรณพ ปิลันธน์โอวาท)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม)

มนต์ ขอเจริญ: การสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: กรณีเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า
(ADOLESCENT HEALTH COMMUNICATION CAMPAIGN: A CASE STUDY IN
NETWORK FOR ANTI-ALCOHOL CONSUMPTION) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:
รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 339 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุม
การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยมุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยเร่งปฏิบัติการ
การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่าย
เยาวชนที่ได้รับการสนับสนุนทุนการดำเนินงานโดยกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยใช้ระเบียบ
วิธีวิจัยแบบผสมผสาน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์เอกสาร
การสังเกตการณ์ และการใช้แบบสอบถาม จำนวน 549 ตัวอย่าง จากเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายทั่ว
ประเทศ จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ การวิเคราะห์
ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นด้วยโปรแกรมลิสเรล (LISREL) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วม

ผลการวิจัยพบว่า แบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ในเยาวชนนั้นสะท้อนการผสมผสานระหว่างการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม
รวมทั้งแบบจำลองม็องค์ประกอบสำคัญสามประการคือ ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร
และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยเร่งปฏิบัติการนั้นประกอบด้วยการทำงานร่วมกันของปัจจัย
สำคัญ 3 ประการ คือ แรงกระตุ้นที่เกิดจากภายในตัวเยาวชนเอง ประสบการณ์การเรียนรู้จากกิจกรรมของ
เครือข่าย และการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อมวลชน ซึ่งปัจจัยเร่งปฏิบัติการนี้จะกระตุ้นให้เยาวชนเกิดความตั้งใจที่จะเข้า
มามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ในสองขั้นตอนคือ การสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน และการ
สื่อสารประเด็นสาธารณะ ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารที่มีปฏิสัมพันธ์กันตลอดเวลา เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการ
เปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคล และระดับสังคมของเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรม

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ที่
พัฒนาจากแบบจำลองเชิงบูรณาการของกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม (Integrated Model of
Communication for Social Change) ของ Figueroa, Kincaid, Rani and Lewis (2002) พบว่าปัจจัยที่ส่ง
อิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม คือ การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล ส่วนตัวแปร
ที่ส่งอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล คือ ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ และการมีส่วนร่วม โดยมีขนาด
อิทธิพลเท่ากับ 0.511 0.217 ตามลำดับ สำหรับตัวแปรการมีส่วนร่วม ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยเร่ง
ปฏิบัติการ เท่ากับ 0.423 ผลการวิจัยสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุดังกล่าว คือ การมีส่วนร่วมมีผลต่อ
การเปลี่ยนแปลงต่ำกว่าปัจจัยเร่งปฏิบัติการเพราะเยาวชนมีส่วนร่วมในลักษณะ "กึ่งมีส่วนร่วม" (semi-
participation) ในกระบวนการสื่อสาร เหตุเพราะแกนการสื่อสารในการรณรงค์ยังเป็นการสื่อสารแบบแพร่กระจาย
ที่ให้น้ำหนักกับการถ่ายทอดความรู้ในทิศทางต่าง ๆ โดยมีเยาวชนรับบทบาทเป็นตัวแทนการสื่อสาร
(communicative agent) ขององค์กรอุปถัมภ์ทุน อย่างไรก็ตาม ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าหลักสำคัญสามประการใน
แบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน คือ ความตั้งใจมุ่งมั่น การรู้เท่าทัน และการมีอำนาจในการ
ตัดสินใจ

สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์.....

ปีการศึกษา...2552.....

ลายมือชื่อนิสิต..... 

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์..... 

4885453528: MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORDS : HEALTH COMMUNICATION CAMPAIGN/ DIFFUSION APPROACH / PARTICIPATORY APPROACH / CHANGE / ALOCOHOL / ADOLESCENT

MON KORCHAROEN: ADOLESCENT HEALTH COMMUNICATION CAMAPIGN: A CASE STUDY IN NETWORK FOR ANTI-ALCOHOL CONSUMPTION. THESIS ADVISOR: ASSOC.PROF.PARICHART STHAPITANONDA, Ph.D., 339 pp.

This research aims to develop an alternative model for health communication campaign in adolescent anti-alcohol consumption control by examining the causal relationships between catalysts, participatory process and outcomes. Moreover, youth anti-alcohol consumption networks whom under sponsorship by the Thai Health Promotion Foundation, were focused as a case study. Theories from diffusion and participatory models are employed as the foundation to develop the model. Additionally, a sequential exploratory strategy which reflected mixed methods were strategically employed as research methodology. Qualitative data were collected by in-depth interviews, non-participatory and participatory observations, document analysis. Quantitative data were collected from questionnaires of 549 respondents of youth who involved in the communication process around the country. Thus, the data were analysed by using Pearson Product-Moment Correlation Coefficients, Multiple Regression Coefficients, Structural Equation Model analysis by LISREL programme and the Analysis of Variance.

The result presents an integrated communication process model for change which combined of diffusion and participatory approaches. There are three components consist in the model; catalysts, participatory process and outcomes. Three catalysts which significantly stimulate commitment level of youth participation are internal stimulus, learning experience derived from change agent's activities and insightful message from mass media. To mobilize individual and social change in youth community, adolescent health communication campaign involves two interdependent communication approaches: empowering and capacity building approach and public communication approach. Furthermore, findings show that the variable which had positive direct effect towards social change was individual change. In addition, the variables which had positive direct effect towards individual change were catalysts (0.511) and participating in communication process (0.217) accordingly. In the meantime, catalyst had positive direct effect towards participation in communication process (0.423). These causal relationships can be further explained through research findings that youth participation in the campaign was reflected the notion of "semi-participation" in which the diffusion model was prevailed over the communication process. Youth, hence, were empowered to become a communication agent for sponsoring organization to innovatively diffuse knowledge in multi-direction. The finding also indicates that the integrated practice of diffusion model and participatory model in health communication campaign need to be balanced in order to maximize the desired outcomes. Finally, this research proposes alternative communication model for change which consisted of commitment-knowledge-decision making.

Field of Study:.....Communication Arts.....
Academic Year :..2009.....

Student's Signature Orsana
Advisor's Signature Parichart

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความเมตตาและความช่วยเหลือจากบุคคลหลาย ๆ ท่านด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์ ที่กรุณาได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และสละเวลาอันมีค่าของท่าน คอยให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางในการวิจัยแก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ ที่กรุณาเป็นประธานสอบ วิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.อรรธรณ ปิลันธน์โอวาท ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติ กันภัย และ ดร.นิษฐา หรุ่นเกษม ที่กรุณาได้รับเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดจนให้คำแนะนำที่มีค่า เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

รวมถึงขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่สละเวลาเพื่อให้ข้อมูลที่มีคุณค่าแก่งานวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ให้โอกาสข้าพเจ้าได้เข้ามา ศึกษา และทำทนายข้าพเจ้าในเชิงวิชาการ ทำให้ข้าพเจ้าได้นึกคิด ตรึกตรอง และพัฒนาตนเอง ทั้งในด้านวิชาการด้านการสื่อสาร และในความเป็นมนุษย์ที่มีคุณค่าต่อสังคมไทย

ขอขอบพระคุณ คุณสุภาวดี หาญเมธี คุณธีระพงษ์ เขมฤกษ์อำพล คุณมาลี จันทร์มาลี และเพื่อนร่วมงานทุกคนที่บริษัท รักลูกกรุ๊ป จำกัด ที่สนับสนุนเรื่องเวลา และเป็นกำลังใจ คอยถามถึงความคืบหน้าของวิทยานิพนธ์ของข้าพเจ้าเป็นระยะ รวมถึงเพื่อนร่วมงานอีกหลายคน ที่ช่วยเหลือข้าพเจ้าในการทำวิจัย โดยเฉพาะขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล และการประมวลผล ข้อมูลเชิงปริมาณ ขอขอบคุณ Ying & Christopher Harkins เพื่อนทั้งสองที่น่ารัก และคอยส่งกำลังใจมาโดยตลอด และยังคงกรุณาช่วยตรวจแก้ไขบทคัดย่อภาษาอังกฤษให้ผู้วิจัยอีกด้วย และขอขอบคุณ คุณพัทธ์ธีรา วงศ์อรินทร์ ที่ช่วยเหลือและสนับสนุนผู้วิจัยมาโดยตลอด

และที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งบุคคลที่เดินเคียงข้างข้าพเจ้าในการศึกษาและการเขียน วิทยานิพนธ์ คือ ครอบครัวของข้าพเจ้าเอง ทั้งคุณพ่อ คุณแม่ น้องชายและน้องสาว รวมถึง ครอบครัวของภรรยาข้าพเจ้าทุกคน แต่ที่สำคัญที่สุด คือ ขอขอบคุณ คุณณัฐพร ลิ้มปิ่นนทเลิศ ภรรยาที่เข้าใจและให้กำลังใจข้าพเจ้าทุกครั้ง และช่วยให้กำลังใจตัวน้อย ๆ อย่าง เด็กหญิงชมรม ขอเจริญ (ใหม่) กับ เด็กหญิงบุญญา ขอเจริญ (ใบหม่อน) บุตรสาวที่น่ารักทั้งสองคน แม้รู้ว่าคุณพ่อกำลังเรียนหนังสืออยู่ แต่ก็อดไม่ได้ที่จะพยายามชวนคุณพ่อเล่นด้วยตลอดเวลา ทั้งสามคน ถือเป็นปัจจัยเร่งปฏิกิริยาที่ดีที่ทำให้ข้าพเจ้ามีพลังใจ และมุ่งมั่นที่จะเดินต่อไปจนสำเร็จ การศึกษา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำวิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	7
1.4 ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย.....	7
1.5 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ.....	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
2.1 องค์ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา.....	15
2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องในกระบวนทัศน์แห่งความ ทันสมัยนิยม (theoretical approaches to modernization paradigm).....	16
2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในกระบวนทัศน์ทางเลือกด้านการ พัฒนา (theoretical approaches to alternative paradigm).....	24
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสุขภาพ.....	43
2.3 การสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์: การสื่อสารรณรงค์.....	46
2.3.1 คำนิยามของการสื่อสารรณรงค์.....	47
2.3.2 เครื่องมือการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ.....	49
2.3.2.1 การตลาดเพื่อสังคม (social marketing).....	49
2.3.2.2 การเรียกร้องประเด็นผ่านสื่อ (media advocacy).....	51
2.3.2.3 ค่ายเยาวชน.....	52
2.3.2.4 ละครเพื่อการพัฒนา.....	54
2.3.3 กระบวนการสื่อสารรณรงค์.....	58
2.3.3.1 แบบจำลองกระบวนการวางแผนการสื่อสารรณรงค์.....	58
2.3.3.2 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ.....	61
2.3.3.3 แบบจำลองเชิงบูรณาการของกระบวนการสื่อสารเพื่อ เปลี่ยนแปลงสังคม (Integrated Model of Communication for Social Change).....	63

	หน้า
2.4 แนวคิดเรื่องผลของการสื่อสารในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเยาวชน...	68
2.4.1 ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม.....	68
2.4.2 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (social cognitive theory).....	72
2.4.3 แนวคิดการเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ในการสื่อสารระหว่างบุคคล.....	74
2.4.3.1 การสื่อสารระหว่างคนในครอบครัว.....	75
2.4.3.2 การสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มเพื่อน.....	79
2.4.4 แนวคิดเชิงทฤษฎีของจิตวิทยาพัฒนาการในเยาวชน.....	83
2.4.4.1 พัฒนาการทางอารมณ์.....	83
2.4.4.2 พัฒนาการทางสังคม.....	84
2.4.4.3 พัฒนาการทางความคิด.....	85
2.4.4.4 อุดมคติของวัยรุ่น.....	85
2.4.5 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน.....	86
2.4.5.1 ปัจจัยด้านชีวภาพ.....	86
2.4.5.2 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม.....	87
2.4.5.3 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตใจ.....	87
2.4.5.4 ปัจจัยด้านภูมิหลังของครอบครัว.....	88
2.4.5.5 ปัจจัยด้านภาวะวิกฤต.....	88
2.4.5.6 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ.....	89
2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน..	90
2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	96
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	98
3.1 วิธีดำเนินการวิจัย.....	98
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	101
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	105
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	113
3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	116
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	121
บทที่ 4 สถานการณ์ของการจัดการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน.....	125
4.1 แนวคิดเบื้องต้นของการดำเนินงานในการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน: กรณีเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า.....	125
4.2 โครงสร้างการทำงานของการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน.....	127

4.3 พัฒนาการของแนวคิดการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน.....	128
บทที่ 5 ผลการวิจัย.....	136
5.1 ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา (catalyst) ในการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน.....	137
5.1.1 สิ่งเร้าภายใน.....	138
5.1.1.1 คุณลักษณะด้าน “จิตอาสา” ในเยาวชน.....	138
5.1.1.2 กลุ่มเพื่อนในเครือข่ายสังคม.....	139
5.1.1.3 ครูที่ปรึกษา.....	142
5.1.1.4 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของตนเองและคนใกล้ชิด.....	143
5.1.2 กิจกรรมของเครือข่ายเยาวชน.....	147
5.1.2.1 ทักษะการจัดการความรู้ของเครือข่าย.....	147
5.1.2.2 การสร้างกิจกรรมมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน.....	149
5.1.3 นวัตกรรมการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ.....	150
5.1.3.1 นวัตกรรมต้องส่งเสริมประเด็นการสื่อสารรณรงค์.....	150
5.1.3.2 การเข้าถึงนวัตกรรม.....	152
5.1.3.3 การใช้นวัตกรรมเป็น “ตัวล่อ” เยาวชนให้เข้ามาร่วมกิจกรรม.....	152
5.1.4 ผลกระทบของนโยบาย.....	153
5.1.5 สื่อมวลชนและกิจกรรมสาธารณะ.....	154
5.2 การมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน.....	157
5.2.1 การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน... 5.2.1.1 ประเด็นในการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชน: การรู้เท่าทัน.....	158 159
5.2.1.2 เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน.....	165
5.2.1.3 ลักษณะและระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน.....	177
5.2.2 การมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ. 5.2.2.1 ประเด็นในการสื่อสาร: การขับเคลื่อน และเฝ้าระวังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551.....	189 189

	หน้า
5.2.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารประเด็นสาธารณะ.....	190
5.2.2.3 ลักษณะและระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ.....	207
5.3 ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง.....	216
5.3.1 ผลการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล.....	217
5.3.1.1 การเปลี่ยนแปลงด้านทักษะ.....	219
5.3.1.2 การเปลี่ยนแปลงด้านความรู้เท่าทัน.....	221
5.3.1.3 ความตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม.....	223
5.3.1.4 พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง.....	224
5.3.2 ผลการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม.....	224
5.3.2.1 ภาวะผู้นำ (leadership).....	226
5.3.2.2 ระดับการมีส่วนร่วม (degree and equity of participation)	233
5.3.2.3 การรับรู้และแพร่กระจายความรู้ภายในกลุ่ม (information equity).....	235
5.3.2.4 ความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่ม (collective self-efficacy).....	238
5.3.2.5 การมีความรู้สึกร่วมของการเป็นเจ้าของประเด็น (sense of ownership).....	240
5.3.2.6 การยึดเหนี่ยวกันในกลุ่ม (social cohesion).....	242
5.3.2.7 การสร้างบรรทัดฐานร่วมกันภายในกลุ่ม (social norms)...	244
บทที่ 6 การทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน.....	247
6.1 สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	247
6.2 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	249
บทที่ 7 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	263
7.1 สรุปผลการวิจัย.....	264
7.1.1 แนวคิดหลักการสื่อสารในการรณรงค์.....	264
7.1.2 ปัจจัยเร่งปฏิบัติการในการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์....	267
7.1.3 ระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์.....	268
7.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลและระดับสังคม.....	269

	หน้า
7.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	273
7.2.1 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: การผสมผสานเชิงคู่ขนานระหว่างการสื่อสารแบบแพร่กระจาย (diffusion model) และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory model).....	273
7.2.1.1 การสื่อสารแบบแพร่กระจายในการสื่อสารณรงค์: การแพร่กระจายผ่านสื่อบุคคล และการพัฒนาเยาวชนเพื่อเป็นตัวแทนการสื่อสาร (communication agent) ขององค์กรอุปถัมภ์ทุน.....	273
7.2.1.2 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการสื่อสารณรงค์: การทำงานของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมบนแกนหลักที่เป็นการสื่อสารแบบแพร่กระจาย.....	276
7.2.1.3 จุดแห่งการหล่อมรวม (point of convergence) แนวคิดการสื่อสารในการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: การผสมผสานจุดเด่นเพื่อขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง.....	279
7.2.2 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารณรงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงในเยาวชน: ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจ (commitment) ความรู้ (knowledge) และ ทักษะในการตัดสินใจ (practice of decision making) สูการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน.....	285
7.2.2.1 ปัจจัยเร่งปฏิภิกิริยา: การนำไปสู่ความตั้งใจ (commitment) ในการเปลี่ยนแปลง.....	285
7.2.2.2 การมีส่วนร่วม: การเสริมศักยภาพด้านทักษะการตัดสินใจ.....	288
7.2.2.3 ขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม.....	290
7.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อองค์กรอุปถัมภ์ทุนในการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน.....	291
7.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อเครือข่ายเยาวชนในการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน.....	292
7.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	293
รายการอ้างอิง.....	295
ภาคผนวก ก.....	308
ภาคผนวก ข.....	317
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	339

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	ตารางแสดงแนวโน้มความชุกของผู้ที่ดื่มแบบประจำของประชากรกลุ่ม เยาวชนในอายุต่างๆ เปรียบเทียบระหว่าง ปี 2539, 2544, 2547, 2549 และ 2550.....	2
2.1	คุณลักษณะของแบบจำลองการสื่อสารณรงค์แบบแพร่กระจาย.....	17
2.2	คุณลักษณะของแบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม.....	26
2.3	การเปรียบเทียบแบบจำลองเชิงการถ่ายทอดและเชิงพิธีกรรม.....	29
3.1	การวางแผนการเก็บข้อมูลขั้นต้น.....	115
4.1	พัฒนาการของเครือข่ายการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน.	132
5.1	ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล.....	216
5.2	จำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผลระดับค่าเฉลี่ยรายข้อและ รายด้านของการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล.....	217
5.3	จำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผลระดับค่าเฉลี่ยรายข้อและ รายด้านของการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม.....	225
6.1	สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	247
6.2	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรปัจจัยแรงปฏิกิริยา.....	249
6.3	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรการมีส่วนร่วม.....	250
6.4	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล.....	250
6.5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม.....	250
6.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์การกระจาย ความเบ้ ความโด่ง และค่าสถิติไค-สแควร์ทดสอบการแจกแจงเป็นโค้งปกติรายตัวแปร.....	252
6.7	เมทริกซ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในโมเดล ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ.....	253
6.8	ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ใน ภาพรวม.....	255
6.9	ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ใน ภาพรวม.....	257
6.10	เมทริกซ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงในโมเดลความสัมพันธ์ เชิงสาเหตุ.....	259
6.11	อิทธิพลทางตรง (direct effects: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effects: IE) และ อิทธิพลรวม (total effects: TE) ระหว่างตัวแปรแฝงเชิงสาเหตุ กับตัวแปรแฝงเชิงผล	259
6.12	อิทธิพลรวม (total effects: TE) ของตัวแปรแฝงเชิงสาเหตุที่มีตัวแปรสังเกตได้ เชิงผล.....	261

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
2.1	แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอด (transmission model).....	18
2.2	แบบจำลองการสื่อสารตามทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอน.....	20
2.3	แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (ritualistic model).....	28
2.4	แบบจำลองการผนึกพลัง (convergence model).....	32
2.5	แบบจำลองการฟื้นฟูวัฒนธรรม (cultural renewal model).....	34
2.6	การวิเคราะห์คุณลักษณะของการสื่อสารรณรงค์.....	48
2.7	ขั้นตอนการวางแผนและออกแบบการรณรงค์.....	60
2.8	แบบจำลองกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ.....	61
2.9	แบบจำลองเชิงบูรณาการของการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม (Integrated Model of Communication for Social Change).....	66
2.10	แบบจำลอง Reciprocal determinism.....	72
2.11	กรอบแนวคิดการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน.....	97
3.1	การออกแบบงานวิจัยแบบ sequential exploratory design.....	99
3.2	ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	100
3.3	กรอบการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนขององค์กรอุปถัมภ์ทุน.....	122
3.4	กรอบการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนของกลุ่มองค์กรเครือข่าย.....	122
3.5	กรอบการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนของกลุ่มเยาวชน.....	123
4.1	แบบจำลองการขับเคลื่อนสังคมสู่สุขภาวะอย่างยั่งยืนด้วยยุทธศาสตร์ไตรพลัง	127
4.2	กรอบการทำงานของแผนงานเครือข่ายเยาวชนป้องกันนักดื่มหน้าใหม่.....	128
4.3	พัฒนาการของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ระหว่างปี พ.ศ. 2546 ถึง 2552.....	129
5.1	ปัจจัยเร่งปฏิภิกิริยาในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน.....	137
5.2	การมีส่วนร่วมในฐานะตัวขับเคลื่อนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน.	158
5.3	องค์ประกอบหลักของกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน.....	159
5.4	องค์ประกอบหลักของกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ.....	207

ภาพที่		หน้า
6.1	โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมในการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน (ก่อนการปรับโมเดล).....	256
6.2	โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมในการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน (หลังการปรับโมเดล).....	258
7.1	แบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน.....	272
7.2	เยาวชนในฐานะตัวแทนการสื่อสาร (communication agent) ขององค์กรอุปถัมภ์ทุน.....	276
7.3	กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชนเพื่อพัฒนาศักยภาพตนเองสู่ผู้สื่อสารประเด็นสาธารณะ.....	278
7.4	การผสมผสานแนวคิดการสื่อสารในการรณรงค์.....	280
7.5	ความสัมพันธ์ของปัจจัยเร่งปฏิกิริยา.....	286
7.6	ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (power relations) ระหว่างเยาวชนกับกลุ่มอื่นๆ ในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน	289
7.7	ขั้นตอนการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม.....	291

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด และพฤติกรรมด้านสุขภาพของเยาวชน ถือเป็นโจทย์ที่ทำนายของผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องทุก ๆ คน ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องจากระดับองค์กร หรือหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรอิสระอื่นๆ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ครอบครัว สถาบันการศึกษา เป็นต้น เพราะเยาวชนถือเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเปิดรับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่มีผลต่อสุขภาพตนเอง โดยเฉพาะปัจจัยเสี่ยงจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2552) ในขณะที่เดียวกับที่เยาวชนอยู่ในช่วงวัยที่กำลังเปลี่ยนผ่านจากวัยเด็กไปสู่ผู้ใหญ่ ซึ่งในช่วงวัยนี้มีคุณลักษณะทางอารมณ์และเหตุผล รวมถึงมุมมอง และทัศนคติต่อตนเอง และสังคม ที่แตกต่างจากวัยอื่นๆ (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2549)

สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนไทยจึงเป็นสถานการณ์ที่หลายฝ่ายให้ความสนใจ เพราะส่งผลกระทบต่อหลากหลายรูปแบบต่อเยาวชน ทั้งด้านกายภาพ ประสาทและจิตใจ และสังคม ที่มีผลเสียทั้งแบบเฉียบพลัน เช่น อุบัติเหตุ การทะเลาะวิวาท ความรุนแรงในครอบครัว และผลเสียแบบเรื้อรัง เช่น ไม่ว่าจะเป็นสาเหตุของโรคเรื้อรังในอนาคต ประสาทหลอน ความจำสั้น การเรียนตกต่ำ (Babor, Caetana, Casswell อ้างถึงใน ยงยุทธ ขจรธรรม, พิมพา ขจรธรรม และบัณฑิต ศรีไพศาล, 2547: 2) แม้ว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะส่งผลกระทบต่อเยาวชนดังกล่าว แต่สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนไทยกลับมีแนวโน้มที่น่าเป็นห่วงขึ้น ดังที่งานศึกษาหลายชิ้นระบุว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสารเสพติดอันดับแรกที่เยาวชนนิยมเสพที่สุด รองลงมาคือ บุหรี่ และกัญชา จำนวนเยาวชนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีมากขึ้น อายุของเยาวชนที่เริ่มมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีอายุน้อยลง (สถาบันรามจิตติ, 2550 อ้างถึงใน รายงานประจำปี 2551 กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2551: 5) และจำนวนเยาวชนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำเพิ่มมากขึ้น (บัณฑิต ศรีไพศาล, จุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ, กมลลา วัฒนพร, โศภิต นาสีบ, แหวดาว พิมพ์พันธ์ และกัณณพนธ์ ภักดีเศรษฐกุล, 2551) ตามรายละเอียดต่อไปนี้

สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนไทยว่า ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2544-2550 มีข้อมูลบ่งชี้ว่ากลุ่มเยาวชนชายไทยอายุ 15-24 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเสี่ยง มีจำนวนคนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 21.6 ในปี 2544 และมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในช่วงปี

พ.ศ. 2547-2549 มีจำนวนสูงขึ้นเป็นประมาณร้อยละ 23 ก่อนที่จะลดลงเล็กน้อยเป็นร้อยละ 21.9 ในปี พ.ศ. 2550 และกลุ่มเยาวชนหญิงอายุระหว่าง 15 – 19 ปี เป็นกลุ่มที่น่าจับตามากที่สุดเนื่องจากการเพิ่มจำนวน “นักตี๋ม” เกือบ 6 เท่า คือจากร้อยละ 1.0 เป็นร้อยละ 5.6 และในกลุ่มหญิงในวัยนี้เป็นผู้ตี๋มประจำถึง ร้อยละ 14.1 (บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ, 2551)

นอกจากนี้ยังพบว่าเยาวชนที่เข้าสู่พฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ตั้งแต่อายุ 10-13 ปีในช่วงอายุที่เร็วขึ้นกว่าที่ผ่านมา ซึ่งการเริ่มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตั้งแต่อายุยังน้อย จะทำให้เยาวชนมีปัญหาจากผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าคนที่เริ่มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เมื่ออายุมากกว่า (บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ, 2551: 12; สาวิตรี อัจฉนาภกรชัย, อโนชา หมึกทอง และถนอมศรี อินทนนท์, 2551)

นอกจากจำนวน “นักตี๋มหน้าใหม่” ที่เพิ่มขึ้นแล้ว จำนวนเยาวชนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังที่ โครงการ Child Watch ของสถาบันรามจิตติ พบว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสารเสพติดอันดับแรกที่เยาวชนนิยมเสพที่สุด รองลงมาคือ บุหรี่ และกัญชา (สถาบันรามจิตติ, 2550 อ้างถึงใน รายงานประจำปี 2551 กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ) และเยาวชนมีแนวโน้มที่จะตี๋มบ่อยขึ้น หรือเป็นนักตี๋มประจำมากขึ้น โดยพิจารณาจากการศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบแนวโน้ม 11 ปีของการตี๋มประจำของประชากรในกลุ่มเยาวชน พบว่าจำนวนเยาวชนที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำเพิ่มสูงขึ้น โดยเพศหญิงมีแนวโน้มบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นมากกว่าเพศชายสองเท่า และเมื่อเมื่อพิจารณาถึงพฤติกรรมกรรมการบริโภคพบว่าแนวโน้มการตี๋มประจำเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ตอนต้น คือ กลุ่มอายุ 15-19 ปีจากร้อยละ 4.9 ในปี พ.ศ. 2539 เป็นร้อยละ 8 ในปี 2550 คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 70 กลุ่มอายุ 20-24 ปีจากร้อยละ 15.0 ในปี พ.ศ. 2539 เป็นร้อยละ 21.6 ในปี 2550 คิดเป็นเพิ่มขึ้นร้อยละ 44 (บัณฑิต ศรีไพศาล และคณะ, 2551: 12) ดังแสดงในตาราง 1.1

ตาราง 1.1 แนวโน้มความชุกของผู้ที่ตี๋มแบบประจำของประชากรกลุ่มเยาวชนในอายุต่าง ๆ เปรียบเทียบระหว่าง ปี 2539, 2544, 2547, 2549 และ 2550

เพศ	ปี 2539	ปี 2544	ปี 2547	ปี 2549	ปี 2550	ความต่าง 10 ปี
ชาย	28.3%	30.3%	31.1%	31.5%	37.7%	+33%
หญิง	2.3%	2.8%	2.7%	3.0%	3.8%	+65%
อายุ						
11-14 ปี	0.0%	N.A.	0.0%	0.3%	N.A.	N.A.
15-19 ปี	4.7%	4.6%	6.7%	6.8%	8.0%	+70%
20-24 ปี	15.0%	15.7%	16.7%	19.3%	21.6%	+44%
25-29 ปี	20.1%	20.0%	23.3%	21.3%	24.5%	+22%

ที่มา: ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ, เรียบเรียงโดย: บัณฑิต ศรีไพศาล, จุฬารัตน์ แก้วมุงคุณ, กมลลา วัฒนพร, ไศภิต นาสืบ, แววดาว พิมพ์พันธ์ และกณณพนธ์ ภักดีเศรษฐกุล, 2551

สถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มขึ้นในเยาวชน สามารถถูกอธิบายได้จากทั้งมุมมองของเศรษฐกิจ ที่บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายสุรา ได้ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อกระตุ้นหรือพยายามชักจูงให้เยาวชนเป็น “นักดื่มหน้าใหม่” หรือเป็นลูกค้าในอนาคต (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ และชรัมพร อัยสานนท์, 2551ข; ทักษพล ธรรมรังสี, 2552) ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2552 มีผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มุ่งจำหน่ายแก่กลุ่มเป้าหมายเยาวชน เช่น เหล้าปั่น ที่นำสุราไปปั่นรวมกับน้ำผลไม้ หรือน้ำหวาน เพื่อให้มีกลิ่นและรสชาติที่หอมหวาน (รู้ทันภัย ‘เหล้าปั่น’ ล่าเหยื่อวัยรุ่น-นักดื่มหญิง. ข่าวสด, 6 มกราคม 2553: 25) การบริโภคเหล้าปั่นเป็นขั้นแรกในการนำไปสู่การเป็น “นักดื่มประจำ” ต่อไป เหล้าปั่นถูกจำหน่ายตามแหล่งที่เยาวชนไปชุมนุมอยู่มาก เช่น แหล่งช้อปปิ้ง รอบรั้วสถานศึกษา หอพัก ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เมื่อพิจารณาจากสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกล่าว จึงมีความจำเป็นที่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และตัวเยาวชนเองจะต้องร่วมกันค้นหาแนวทางการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

ในความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนนั้น การสื่อสารนับว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ถูกนำมาใช้ โดยเฉพาะการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ (health communication campaign) ที่ประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสื่อสารต่างๆ เพื่อรณรงค์และให้การศึกษา เพื่อโน้มน้าความคิด ทศนคติ ปลูกฝังความเชื่อ ค่านิยมต่างๆ เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านสุขภาพ และยังใช้การสื่อสารยังเป็นเครื่องมือในการเชื่อมความเข้าใจ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือกลุ่มบุคคลต่างๆ เพื่อให้เกิดความรับรู้ และความเข้าใจร่วมกันต่อประเด็น และแนวทางแก้ไขปัญหาต่างๆ (Babrow and Mattson, 2003)

การสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพซึ่งมุ่งเน้นในประเด็นการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนนั้นได้ปรากฏการปฏิบัติในประเทศไทยมากระยะหนึ่งแล้ว ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2548) พบว่าการรณรงค์และการให้การศึกษาเพื่อสร้างจิตสำนึกและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักดำเนินงานในรูปแบบของโครงการ (project/ program) ภายใต้ความรับผิดชอบของกลุ่มบุคคล/องค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโครงการซึ่งดำเนินงานโดยองค์กรใดองค์กรหนึ่งอย่างเป็นอิสระ แต่เริ่มมีความชัดเจนขึ้น หลังจากการเกิดขึ้นของกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่รับภาระในการเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนมาตรการสื่อสารต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ดังปรากฏในแผนหลักกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ปี พ.ศ. 2553-2555 โดยมีการร่วมมือกับเครือข่ายเยาวชนต่างๆ เพื่อร่วมพัฒนาโครงการหรือกิจกรรมการรณรงค์ต่างๆ

แต่เมื่อพิจารณาจากสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนที่ยังไม่ดีขึ้น จึงเป็นประเด็นที่น่าพิจารณาว่ารูปแบบและกระบวนการรณรงค์ของกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และภาคีเครือข่ายด้านเยาวชนที่ผ่านมานั้นมีลักษณะอย่างไร และในอนาคตควรจะเป็นอย่างไร เพื่อให้กระบวนการสื่อสารรณรงค์สามารถขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวเยาวชนทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคมได้อย่างชัดเจน

จากสถานการณ์ดังกล่าวข้างต้น เราจึงต้องพิจารณาถึงแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารที่นำมาใช้ในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเหล่านี้ เพื่อสะท้อนว่าแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารที่นำมาประยุกต์ใช้ในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพนั้นมีความเหมาะสมหรือไม่ และสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้มากเพียงไร ดังที่ Rogers & Storey (1987) กล่าวว่ากิจกรรมการสื่อสารรณรงค์นั้นเป็นพื้นที่ที่น่าเอาแนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารมาประยุกต์ และใช้งานอยู่ตลอดเวลา ดังที่ กิตติ กันภัย (2546: 143) ได้ยกตัวอย่าง และอธิบายถึงปัญหาเชิงทฤษฎีในการสื่อสารรณรงค์ไว้ว่า ลักษณะโดยรวมของการสื่อสารรณรงค์ในยุคปัจจุบันนั้น มักเน้นที่ความพยายามในการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมในระดับปัจเจกบุคคล (individual-level cognitive effects) แต่ทฤษฎีที่นำมาใช้ในการสื่อสารนั้นเป็นทฤษฎีการสื่อสารในระดับมวลชน (mass communication) หลายๆ โครงการรณรงค์ทั้งในประเทศไทยมักประสบปัญหาการนำเอาทฤษฎีที่เหมาะสมมาใช้ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริง

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพนั้น เริ่มตั้งแต่การพยายามใช้วาทศิลป์ในการโน้มน้าวใจเพื่อให้สามารถมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของคนอื่น ซึ่งการใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจนี้เกี่ยวข้องกับทั้งรูปแบบและอารมณ์ในการพูด รวมถึงพื้นฐานแห่งตรรกะและเหตุผล (อรรถรณ ปิลันธน์โอวาท, 2546: 39) จากจุดเริ่มต้นนี้ กระบวนทัศน์และทฤษฎีการสื่อสารต่างๆ ได้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรมของคน ซึ่งการพัฒนาทฤษฎีการสื่อสารก็เคลื่อนไหวไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงบริบทของสังคมนั้นๆ เราอาจกล่าวได้ว่าแนวทางและทฤษฎีการสื่อสารต่างๆ ที่นำมาใช้ในปัจจุบันนั้น ล้วนอยู่ภายใต้สองกระบวนทัศน์หลักในการสื่อสารเพื่อการพัฒนา คือกระบวนทัศน์แห่งความทันสมัยนิยม (modernization paradigm) และกระบวนทัศน์ทางเลือก (alternative paradigm) ทั้งสองกระบวนทัศน์นี้มีมุมมองที่แตกต่างกันในเรื่องวิธีการ และมุมมองต่อการเปลี่ยนแปลง (Servaes, 1999) กล่าวคือ การสื่อสารภายใต้กระบวนทัศน์การทำให้ทันสมัยนั้น มุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อแพร่กระจายนวัตกรรมและความรู้ใหม่ๆ ด้านพฤติกรรมเชิงสุขภาพ โดยอาศัยหลักการโน้มน้าวใจ ผ่านการนำเสนอสาร (message) ที่ประกอบด้วยข้อมูลข่าวสารและแนวคิดใหม่เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP) มีลักษณะกระบวนการถ่ายทอดความรู้ในแนวตั้ง (vertical process of

information transmission) ในขณะที่แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารภายใต้กระบวนการทัศน์ทางเลือกนั้น ตั้งคำถามต่อสมมุติฐานของแนวคิดการสื่อสารภายใต้กระบวนการทัศน์หลักข้างต้น โดยเห็นว่าการสื่อสารนั้นเป็นกระบวนการในแนวระนาบที่มีการแลกเปลี่ยนและมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (horizontal process of information exchange and interaction) หรือเป็นกระบวนการสื่อสารที่ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มเป้าหมาย (Huesca, 2002: 214-216)

ในแผนหลักกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ปี พ.ศ. 2553-2555 นั้น ได้แสดงถึงความพยายามของ สสส. ในการผสมผสานแนวคิด วิธีปฏิบัติในการสื่อสารจากทั้งสองกระบวนการทัศน์มาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมของเครือข่ายเยาวชนที่ร่วมเป็นพันธมิตร เพราะเป้าหมายของ สสส. นั้นมิได้มุ่งเพียงแค่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระดับบุคคล อันเป็นเป้าหมายของการสื่อสารภายใต้กระบวนการทัศน์แห่งความทันสมัยนิยม หากแต่ยังมุ่งถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืนในระดับสังคม ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของการสื่อสารภายใต้กระบวนการทัศน์ทางเลือก

การสื่อสารรณรงค์ด้านการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน เป็นกรณีศึกษาที่สะท้อนให้เห็นถึงการนำเอาแนวคิดการสื่อสารภายใต้กระบวนการทัศน์ทั้งสองแบบ คือกระบวนการทัศน์แห่งความทันสมัยนิยม (modernization paradigm) และกระบวนการทัศน์ทางเลือก (alternative paradigm) มาประยุกต์ใช้อย่างผสมผสานกันในการสื่อสาร และเป็นพื้นที่ศึกษาของผู้วิจัยที่จะเข้าใจถึงการนำเอาแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารภายใต้กระบวนการทัศน์ทั้งสองมาประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง ซึ่งทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจถึงปรากฏการณ์ที่ Waisbord (2001: 28) ได้เคยเสนอไว้ว่า พัฒนาการของทฤษฎีการสื่อสารมักจะเกิดในลักษณะคู่ขนานกันเสมอ ไม่ใช่เกิดมาในลักษณะการแทนที่กัน เพราะแต่ละแนวคิด และทฤษฎีต่างก็มีจุดแข็งในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ความพยายามผสมผสานแนวคิดการสื่อสารเข้าด้วยกันในกระบวนการสื่อสารนั้น

งานวิจัยในครั้งนี้จึงให้ความสำคัญกับการผสมผสานของแนวคิดการสื่อสารในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน โดยผู้วิจัยจะได้ศึกษาถึงองค์ประกอบสำคัญต่างๆ ในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง คือ ปัจจัยเร่งปฏิบัติการที่ทำให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์, การมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล และระดับสังคม ที่เกิดขึ้นกับเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพซึ่งมุ่งเน้นในประเด็นการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

ปัจจัยเร่งปฏิบัติการในการมีส่วนร่วม, การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารณรงค์ และ ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล และระดับสังคม เป็นสามองค์ประกอบสำคัญเป็นอย่างยิ่งในกระบวนการสื่อสาร เรามักมีความคิดว่าการมีส่วนร่วมของเยาวชนจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยปริยาย แต่ในความเป็นจริงแล้ว ยังมีองค์ประกอบของปัจจัยเร่งปฏิบัติการที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของเยาวชนที่มีกฎเกณฑ์ในการศึกษาที่ผ่านมาอย่างจริงจังว่า องค์ประกอบเหล่านี้คืออะไรและทำงานอย่างไร ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถที่จะบริหารจัดการปัจจัยเร่งปฏิบัติการได้หรือไม่ ในขณะเดียวกัน การมีส่วนร่วมของเยาวชนสามารถที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้นั้นยังเป็นการตั้งคำถามที่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารณรงค์พยายามหาคำตอบ เพราะโครงการสื่อสารณรงค์ต่างๆ มีแนวโน้มที่จะนำเอาหลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเข้ามาผสมผสานในโครงการของตนเอง ซึ่งต่างก็นิยามความหมายของการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกัน งานวิจัยครั้งนี้พยายามที่จะมองการมีส่วนร่วมในฐานะแนวคิดการสื่อสารที่ดำเนินการควบคู่ไปกับแนวคิดการสื่อสารณรงค์กระแสหลัก และพยายามหาถึงผลการเปลี่ยนแปลงในสองระดับสำคัญคือ การเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล และการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคมที่เกิดขึ้นในเยาวชน และข้อค้นพบที่น่าจะเป็นประเด็นที่น่าสนใจของงานวิจัยครั้งนี้คือการพยายามค้นหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน และ ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของเยาวชนที่เกิดขึ้นว่าแต่ละองค์ประกอบนั้นมีความสัมพันธ์กันอย่างไร อันจะนำไปสู่การออกแบบกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนที่เหมาะสมในบริบทสังคมไทย

ผู้วิจัยหวังว่าผลการวิจัยในครั้งนี้จะขยายความรู้ในเรื่องการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ผ่านการศึกษาจากกรณีเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า ที่ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้วางกรอบแนวทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development communication) ในประเด็นเรื่องการณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนในประเทศไทย และประเด็นด้านสุขภาพอื่นๆ ในเยาวชนต่อไป

1.2 ปัญหาหน้าวิจัย (research questions)

1.2.1 ปัญหาหน้าการวิจัยหลัก (the main research question)

แบบจำลองการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนควรมีลักษณะอย่างไร

1.2.2 ปัญหาหน้าวิจัยรอง (the secondary research questions)

1. ปัจจัยเร่งปฏิบัติการที่ทำให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน คืออะไร

2. การมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน มีลักษณะอย่างไร

3. ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล และระดับสังคม ที่เกิดขึ้นกับเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายเยาวชน คืออะไร

4. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง ปัจจัยแรงปฏิกิริยา กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนมีลักษณะอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย (research objectives)

1.3.1 วัตถุประสงค์หลักของการวิจัย (the main research objective)

เพื่อศึกษาและทดสอบแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

1.3.2 วัตถุประสงค์เฉพาะของงานวิจัย (the secondary research objectives)

1. เพื่ออธิบายถึงปัจจัยแรงปฏิกิริยาในการให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

2. เพื่ออธิบายถึงการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

3. เพื่ออธิบายถึงผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล และระดับสังคม ที่เกิดขึ้นกับเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายเยาวชน

4. เพื่อค้นหาและทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง ปัจจัยแรงปฏิกิริยา กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

1.4 ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนโดยมุ่งศึกษากรณีเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า ผู้วิจัยจะได้พัฒนาแบบจำลองการสื่อสาร และทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยแรงปฏิกิริยา กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้นในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (mixed methods approach) แบบ “sequential exploratory design” (Creswell, 2003: 215-216) มาใช้ในการศึกษา โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการศึกษาวิจัยออกเป็นสองส่วนหลักคือ ช่วงสำรวจความรู้ (the exploratory phase) เกี่ยวกับสถานภาพของกระบวนการการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง และช่วงศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ (the

descriptive-empirical phase) เป็นการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่เป้าหมาย ทั้งนี้ทั้งสองช่วงต่างได้กำหนดขอบเขตและข้อจำกัด ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัยในช่วงการสำรวจความรู้ (the exploratory phase)

การวิจัยช่วงนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ของการสื่อสารณรงค์ด้านการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ลักษณะและแนวทางการสื่อสารณรงค์ รวมถึงการระบุตัวแปรต่างๆ คือ ปัจจัยแรงปฏิกิริยา, กระบวนการมีส่วนร่วม และผลการเปลี่ยนแปลงในเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายเยาวชนที่ได้รับทุนสนับสนุนการดำเนินโครงการจากองค์กรอุปถัมภ์ทุน คือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และ เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2544 ถึง 2552

ทั้งนี้แหล่งข้อมูลที่ใช้ในช่วงการสำรวจความรู้มีมาจาก 3 แหล่ง คือ

1. เอกสารและงานวิจัยจากหน่วยงานสถาบันการศึกษา งานวิจัยของนักวิจัย ตลอดจนวิทยานิพนธ์ของนิสิต นักศึกษา ที่ครอบคลุมสาระสำคัญขององค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องของกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ศึกษาถึงสภาพที่แท้จริงเกี่ยวกับกระบวนการและผลลัพธ์เกี่ยวกับเยาวชน ทั้งนี้การสำรวจองค์ความรู้ได้ศึกษาข้อมูลระหว่างปี พ.ศ.2542 ถึง พ.ศ. 2552 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน มีสถานการณ์และปัจจัยแวดล้อมที่ไม่ล้าสมัยเกินไป อย่างไรก็ตาม งานวิจัยและเอกสารที่ศึกษาเรื่องกระบวนการ (process) และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงในการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในประเทศไทยนั้นมีอยู่อย่างจำกัด งานวิจัยและเอกสารวิชาการอื่นๆ ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเรื่องการวัดประสิทธิภาพของสื่อรณรงค์ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมระดับปัจเจกบุคคลเป็นส่วนใหญ่ (กิตติ กันภัย, 2543)

2. กลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 3 กลุ่มคือ องค์กรผู้อุปถัมภ์ทุน จำนวน 2 องค์กร คือ กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.), ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เครือข่ายเยาวชนที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณการดำเนินงานจากองค์กรอุปถัมภ์ทุน และเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรม (active members) โดยเครือข่ายเยาวชนที่ผู้วิจัยเลือกมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพในช่วงการสำรวจความรู้คือ เครือข่ายโรงเรียนปลอดเหล้า เครือข่ายละครรณรงค์งดเหล้า เครือข่ายรับน้องปลอดเหล้า เครือข่ายเยาวชน นักศึกษา เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังภัย การบังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการดื่มเหล้า-เบียร์ จังหวัดเชียงใหม่ เครือข่ายเฝ้าระวังการบังคับใช้พระราชบัญญัติ

ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และเครื่องดื่มชูกำลังใหม่ไร้แอลกอฮอล์ (Drink No Alcohol)

3. การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ในกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในประเทศไทย ของเครื่องดื่มชูกำลังยี่ห้อต่าง ๆ จำนวน 6 เครื่องดื่ม คือ เครื่องดื่มโรงเรียนปลอดเหล้า, เครื่องดื่มละครณรงค์งดเหล้า, เครื่องดื่มรับน้องปลอดเหล้า, เครื่องดื่มเยาวชน นักศึกษา เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังภัย การบังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการดื่มเหล้า-เบียร์ จังหวัดเชียงใหม่, เครื่องดื่มเฝ้าระวัง การบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 และเครื่องดื่มชูกำลังใหม่ไร้แอลกอฮอล์ (Drink No Alcohol)

1.4.2 ช่วงศึกษาข้อมูลเชิงประจักษ์ (the descriptive-empirical phase)

การวิจัยช่วงนี้เป็นการศึกษาต่อจากช่วงการสำรวจความรู้ ในช่วงนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative methodology) โดยอิงแบบจำลองเชิงบูรณาการของกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม (Integrated Model of Communication_for Social Change) ของ Figueroa, Kincaid, Rani and Lewis (2002: 7) กลุ่มเป้าหมายคือเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ (active members) ของภาคีเครื่องดื่มต่าง ๆ ที่ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และสำนักงานเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (สคส.) อายุระหว่าง 13-25 ปี เพศชายและหญิง มีภูมิลำเนาทั้งในเขตและนอกเขตเทศบาล อยู่ในระบบการศึกษาและนอกระบบการศึกษาทั่วประเทศ จำนวน 549 ตัวอย่าง โดยได้มาจากการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ผสมผสานกับการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักเครือข่าย (network sampling)

1.5 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ (operational definitions)

การสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพ หมายถึง การจัดกิจกรรมหรือชุดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่แนวคิดเกี่ยวกับสุขภาพในด้านการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนที่ดำเนินงานโดยเครื่องดื่มชูกำลังยี่ห้อต่าง ๆ ที่ได้รับทุนสนับสนุนการดำเนินงานจากองค์กรอุปถัมภ์ทุน โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาศักยภาพเยาวชน และส่งเสริมให้เยาวชนมีศักยภาพในการเป็นผู้สื่อสารประเด็นสาธารณะในเรื่องการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนต่อไป

สถานการณ์การสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพ หมายถึง แนวทางการสื่อสารณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ที่ดำเนินการโดยองค์กรอุปถัมภ์ทุนและเครื่องดื่มชูกำลังยี่ห้อต่าง ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ถึง พ.ศ. 2552

การสื่อสารรณรงค์แบบแพร่กระจาย (diffusion model) หมายถึง รูปแบบการสื่อสารที่เน้นการแพร่กระจายสารจากเครือข่ายลงไปสู่เยาวชน โดยเครือข่ายเป็นผู้กำหนดข้อมูลข่าวสารในการสื่อสารและทำการสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม สื่อมวลชน เพื่อมีจุดมุ่งหมายให้เยาวชนที่รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม ทั้งนี้การสื่อสารรณรงค์แบบแพร่กระจายแบ่งเป็นสี่ขั้นตอนตามลำดับ คือ การติดตั้งความรู้ วิธีคิด และวิธีการใหม่ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ การตัดสินใจรับหรือปฏิเสธพฤติกรรมใหม่ในการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แนวทางการสื่อสารรณรงค์แบบมีส่วนร่วม (participatory model) หมายถึง รูปแบบการสื่อสารที่เน้นการที่เยาวชนและกลุ่มบุคคลที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ให้ความสำคัญกับการจัดการข้อมูลข่าวสารในเรื่องปัญหาและพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร่วมกัน ในลักษณะการปรึกษาหารือ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน ดำเนินการบนพื้นฐานของการเคารพความคิดเห็นของซึ่งกันและกัน และร่วมกันพิจารณาผลได้และผลเสียต่างๆ อย่างรอบคอบ โดยมุ่งหวังให้เยาวชนสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเอง เพื่อเป็นผู้ส่งสารในประเด็นสาธารณะเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้เยาวชนสามารถเข้าถึงสื่อต่างๆ และสามารถเข้าไปจัดการบริหาร มีอำนาจตัดสินใจในการดำเนินงานต่างๆ

การสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่เครือข่ายเยาวชนมุ่งหวังให้เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีความตระหนัก และรู้เท่าทันถึงปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน และสามารถเป็นผู้สื่อสารประเด็นสาธารณะเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ผ่านเครื่องมือสื่อสาร อาทิ การให้ความรู้ผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคล การใช้สื่อกิจกรรม เช่น ค่ายเยาวชน กระบวนการละคร

การสื่อสารประเด็นสาธารณะ หมายถึง กระบวนการสื่อสารในประเด็นสาธารณะเรื่องการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่เยาวชนเป็นผู้ดำเนินการผ่านเครื่องมือการสื่อสารต่างๆ อาทิ การให้ความรู้ผ่านสื่อบุคคล การใช้สื่อรณรงค์ การใช้สื่อชุมชน และการเรียกร้องผ่านสื่อมวลชน

แบบจำลองการสื่อสาร หมายถึง ลักษณะของคำอธิบายแบบง่าย ๆ ด้วยรูปภาพเพื่อแสดงให้เห็นปรากฏการณ์ทางการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร ได้แก่ ปัจจัยแรงปฏิกิริยา กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการพัฒนาศักยภาพ

เยาวชน และการสื่อสารประเด็นสาธารณะ และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลและระดับสังคม

กระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ หมายถึง ขั้นตอนการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยมีขั้นตอนต่างๆ คือ ปัจจัยตัวเร่งปฏิกิริยาในการมีส่วนร่วมของเยาวชน กระบวนการมีส่วนร่วมในการสื่อสารรณรงค์ด้านการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา (catalyst) หมายถึง ปัจจัยทั้งภายนอกและภายในของตัวเยาวชน ที่กระตุ้นให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการการสื่อสารรณรงค์ ปัจจัยต่างๆ ได้แก่

1. สิ่งเร้าภายใน (internal stimulus) หมายถึง บุคคลหรือเหตุการณ์ภายในชุมชนที่เกิดขึ้น
2. ตัวแทนการเปลี่ยนแปลง (change agent) หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการของภาคีเครือข่ายที่เข้าไปดำเนินการในชุมชนของเยาวชน
3. นโยบาย (policy) หมายถึง กฎหมาย ข้อบังคับ ข้อตกลงปฏิบัติร่วมกัน ทั้งในระดับชาติ หรือระดับท้องถิ่น
4. นวัตกรรม (innovation) หมายถึง กระบวนการหรือเครื่องมือในการรณรงค์แบบใหม่ๆ ที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารรณรงค์
5. สื่อมวลชน (mass media) หมายถึง การใช้สื่อมวลชนในการกระจายข่าวสารไปสู่สาธารณชน ไม่ว่าจะเป็นการส่งข่าวจากภาคีเครือข่าย หรือการที่สื่อมวลชนเป็นผู้ทำประเด็นข่าวดังกล่าวเอง

กระบวนการมีส่วนร่วมในการสื่อสารรณรงค์ด้านการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน หมายถึง ระดับที่เยาวชนได้เข้ามามีบทบาทในขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการสื่อสารรณรงค์ ได้แก่

1. ขั้นตอนการวิเคราะห์และทบทวนสถานการณ์การรณรงค์ ได้แก่ ความตระหนักและการรู้เท่าทันต่อปัญหา การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา กำหนดและจัดลำดับความต้องการของกลุ่มหรือชุมชน
2. ขั้นตอนการวางแผนการรณรงค์ ได้แก่ การกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของโครงการ การกำหนดวิธีการและแนวทางการดำเนินงาน การกำหนดทรัพยากรและแหล่งทรัพยากรที่จะหามาได้

3. ขั้นตอนการลงมือปฏิบัติการ ได้แก่ การแบ่งบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ, การแสวงหาทรัพยากรและความร่วมมือจากภายนอก การลงมือปฏิบัติและตรวจสอบการทำงานเป็นระยะ การแก้ไขปัญหาของโครงการ

4. ขั้นตอนการประเมินผลและการกำหนดทิศทาง ได้แก่ การร่วมวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน การร่วมแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาการดำเนินงาน

ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลและระดับสังคมของเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ด้านการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (individual change) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในเยาวชนแต่ละคน หลังจากได้เข้าร่วมหรือมีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นคือ ทักษะ, ความรู้เท่าทัน, ความตั้งใจที่จะเป็นแบบอย่างแก่คนอื่น และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม (social change) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระดับกลุ่มของเยาวชน ในด้านต่างๆ คือ ภาวะของการเป็นผู้นำ (leadership) ภาวะของการมีส่วนร่วม (degree and equity of participation) ภาวะของการรับรู้ข่าวสาร (information equity) ภาวะของความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่มในการจัดการปัญหา (collective self-efficacy) ภาวะของการมีความรู้สึกของการเป็นเจ้าของประเด็น (sense of ownership) ภาวะของการยึดเหนี่ยวกันในกลุ่ม (social cohesion) ภาวะของความสามารถในการสร้างธรรมเนียมปฏิบัติในชุมชน (social norms) ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงระดับสังคมในแต่ละด้านอธิบายได้ดังนี้

1. ภาวะผู้นำ (leadership) หมายถึง การเกิดขึ้นของผู้นำเยาวชนที่มีความยั่งยืนและมีประสิทธิภาพในกลุ่ม ซึ่งผู้นำจะช่วยก่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน ซึ่งภาวะการเป็นผู้นำต้องมีองค์ประกอบคือ การจัดการเปิดเผยและโปร่งใส, การมีวิสัยทัศน์ร่วมกันกับผู้ทำงาน ทั้งกลุ่มเยาวชน เครือข่าย และองค์กรอุปถัมภ์ทุน การกระจายอำนาจการตัดสินใจ และการแบ่งบทบาทการทำงานอย่างเหมาะสม

2. ระดับการมีส่วนร่วม (degree and equity of participation) หมายถึง ความสามารถในการชักชวนเยาวชนจากหลากหลายกลุ่มเข้าร่วมกิจกรรมและระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการดำเนินงานเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3. การรับรู้ข่าวสาร (information equity) หมายถึง ระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และ ความรู้ความเข้าใจต่อประเด็นเรื่องเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ที่ถูกแลกเปลี่ยนสื่อสารกันในกลุ่มหรือ ระหว่างเยาวชน

4. ความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่ม (collective self-efficacy) หมายถึง ความ เชื่อมั่นร่วมกันของเยาวชนในกลุ่มที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายต่างๆ ที่ตั้งไว้ในการทำงาน เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้

5. ความมีความรู้สึกของการเป็นเจ้าของประเด็น (sense of ownership) หมายถึง การ ที่เยาวชนมีตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัญหา สำคัญของเยาวชน และมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและตั้งใจที่จะดำเนินกิจกรรมเพื่อควบคุมการ บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนให้ดีที่สุด เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่เยาวชนเอง

6. การยึดเหนี่ยวกันในกลุ่ม (social cohesion) หมายถึง ภาวะที่เยาวชนมีความต้องการ ที่จะอยู่ในกลุ่มดำเนินงานเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน และตั้งใจที่จะ ทำงานเพื่อกลุ่มตัวเองอย่างสุดความสามารถ

7. ความสามารถในการสร้างธรรมเนียมปฏิบัติในชุมชน (social norms) หมายถึง ทัศนคติและพฤติกรรมเกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ถูกกำหนดขึ้นมาภายในกลุ่ม เยาวชนเพื่อเป็นมาตรฐานหรือวิถีปฏิบัติร่วมกัน ที่ได้รับการยอมรับและปฏิบัติตามโดยคนส่วนใหญ่ในกลุ่ม

องค์กรอุปถัมภ์ทุน หมายถึง สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และ สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) ที่เป็นผู้พิจารณาโครงการและให้การสนับสนุน งบประมาณดำเนินงานของเครือข่ายต่างๆ ในดำเนินงานเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในเยาวชน

เครือข่ายเยาวชน หมายถึง องค์กรด้านเยาวชนที่เสนอโครงการและได้รับทุนสนับสนุนการ ดำเนินงานกิจกรรมการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในเยาวชน จากองค์กรอุปถัมภ์ทุน

เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หมายถึง เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนผสมทุกชนิด เช่น เหล้า เบียร์ ไวน์ บรั่นดี วิสกี้ สุราพื้นบ้าน เป็นต้น

เยาวชน หมายถึง ผู้ที่มีอายุระหว่าง 13 -25 ปี ทั้งหญิงและชาย ที่อยู่ในระบบการศึกษาและ นอกกระบวนการศึกษา ที่เข้าร่วมกิจกรรมในการสื่อสารณรงค์ของเครือข่ายเยาวชนงดเหล้าใน ปัจจุบัน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและปฏิบัติการ ดังนี้

1.6.1 ประโยชน์เชิงวิชาการ

ผลการวิจัยในครั้งนี้จะขยายฐานความรู้ในเรื่องแนวคิด และทฤษฎีในการจัดการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน โดยเฉพาะกรณีการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยงานวิจัยได้เชื่อมทฤษฎีและแนวคิดในการปฏิบัติงาน (field practice) สู่ความเป็นไปได้ในการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development) โดยผู้วิจัยจะได้พัฒนาและทดสอบแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยแรงปฏิบัติการ กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน กับผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งระดับบุคคล และระดับสังคม

1.6.2 ประโยชน์เชิงปฏิบัติการ

ผลการวิจัยได้นำเสนอแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสียกับการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน ทั้งองค์กรอุปถัมภ์ทุน คือ กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) เครือข่ายเยาวชนต่างๆ และเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ ได้มีแนวทางในการดำเนินงานที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเยาวชน เพราะงานวิจัยชิ้นนี้ได้ศึกษาและอธิบายให้เห็นอย่างชัดเจนถึงองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในเยาวชน ทั้งนี้แบบจำลองที่ผู้วิจัยนำเสนอได้มุ่งสู่การก่อให้เกิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development communication) ในการดำเนินงานเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนในประเทศไทย และประเด็นอื่นๆ ต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน” ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิจัย โดยผู้ศึกษาได้แบ่งกลุ่มของแนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้คือ

- 2.1 องค์ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสุขภาพ
- 2.3 การสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์: การสื่อสารรณรงค์
- 2.4 แนวคิดเรื่องผลของการสื่อสารในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเยาวชน
- 2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน
- 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 องค์ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

องค์ความรู้เรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (development communication) เป็นองค์ความรู้ที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการสื่อสารรณรงค์ในปัจจุบัน แนวคิดการสื่อสารเพื่อพัฒนาจะช่วยให้เราเข้าใจถึงหลักคิดและทฤษฎีการสื่อสารที่สำคัญ อันนำไปสู่การพัฒนาแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนต่อไป

การสื่อสารเพื่อพัฒนาเป็นความพยายามที่จะอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและการพัฒนา (กาญจนา แก้วเทพ, 2546: 2) โดยมีจุดเริ่มต้นมาจากปรากฏการณ์ที่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคมที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้ว (developed countries) กับประเทศกำลังพัฒนา (developing countries) ที่ความแตกต่างเริ่มเห็นชัดขึ้นตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สอง ที่ประเทศพัฒนาแล้วพยายามที่ขยายบทบาทตนเองออกไปสู่ประเทศต่าง ๆ ผ่านกระบวนการที่เรียกว่า “การพัฒนา” ด้วยความเชื่อว่าการพัฒนาคือ การทำให้สังคมที่ด้อยโอกาสนั้นสามารถที่จะก้าวตามทันสังคมอื่น ๆ ได้ โดยความช่วยเหลือด้านวิชาการ เทคโนโลยี ทั้งนี้การสื่อสารได้ถูกพิจารณาว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาสังคม แต่อย่างไรก็ตามแนวคิดการพัฒนาในลักษณะนี้เองก็ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นการมองโลกแบบตนเองเป็นศูนย์กลาง เพราะการพัฒนาควรจะถูกกำหนดหรือเริ่มต้นจากคนในชุมชนเอง แนวคิดการพัฒนาจึงมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทำให้บทบาทของการสื่อสารเพื่อพัฒนามีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย จากการสื่อสารที่เป็นเพียงแค่ช่องทาง (channel) การสื่อสารได้กลายเป็น

กระบวนการ (process) ที่เป็นผสมเป็นเนื้อเดียวกันการพัฒนา (กาญจนา แก้วเทพ, 2546: 6) อันเป็นที่มาของกระบวนทัศน์การพัฒนาทางเลือก (alternative paradigm) ความเข้าใจต่อแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาผ่านมุมมองจากกระบวนทัศน์การพัฒนาทั้งสองประการจะช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงกรอบแนวคิดการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน อันเป็นประเด็นในการศึกษาครั้งนี้ต่อไป

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องในกระบวนทัศน์แห่งความทันสมัยนิยม (theoretical approaches to modernization paradigm)

กระบวนทัศน์แห่งความทันสมัยนิยมนี้มีลักษณะสำคัญสองประการคือ การเปลี่ยนแปลงจากภายนอก (exogenism) และการเปลี่ยนแปลงเชิงวิวัฒนาการ (evolutionism) กล่าวคือ การพัฒนานั้นมีลักษณะของการถ่ายทอดความรู้จากมีทิศทาง เป็นขั้นตอน จากสังคมที่เจริญแล้วไปสู่สังคมที่ด้อยพัฒนา โดยสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาต้องถูกกำจัดออกไป สังคมที่ด้อยพัฒนาต้องเลียนแบบและพยายามที่จะต้องเติบโต (growth) ตามแบบอย่างของสังคมที่พัฒนาแล้ว เพื่อให้สังคมตนเองเป็นสังคมที่ทันสมัย (กาญจนา แก้วเทพ, 2546: 23) การสื่อสารเข้ามามีบทบาทในกระบวนทัศน์นี้ในฐานะที่เป็นเครื่องมือหลักในการลดช่องว่าง ความเหลื่อมล้ำในประเด็นต่างๆ โดยการสื่อสารจะทำหน้าที่เป็น “ช่องทาง” หรือ “สะพานเชื่อม” ในการแพร่กระจาย ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร (knowledge transfer) ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม (Wartella and Middlestadt, 1991; Wartella and Stout, 2002)

ลักษณะการสื่อสารในกระบวนทัศน์แห่งความทันสมัยนิยมนั้น จึงเป็นลักษณะการสื่อสารทางเดียวจากบนลงล่าง (top-down) ที่เชื่อว่าการสื่อสารมีพลังในการโน้มน้าวใจ การสื่อสารเป็นการแพร่กระจายความรู้เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทฤษฎีการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อแนวคิดการสื่อสารในกระบวนทัศน์นี้คือ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (diffusion of innovation theory) และทฤษฎีการสื่อสารแบบสองลำดับขั้น (two-step-flow of communication) และด้วยคุณลักษณะของการสื่อสารที่เด่นชัดในเรื่องการแพร่กระจายความรู้นี้เอง Servaes (1995: 5) จึงเสนอรูปแบบการสื่อสารที่สะท้อนการทำงานของกระบวนทัศน์แห่งความทันสมัยว่าเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบแพร่กระจาย (diffusion model)

Morris (2003: 229) ได้สรุปกรอบแนวคิด (conceptual model) เรื่องการสื่อสารแบบแพร่กระจาย (diffusion model) ที่เน้นการถ่ายทอดความรู้ ข้อมูลข่าวสารในแนวคิด โดยการถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เพราะเชื่อว่าปัญหาสำคัญของการขาดการพัฒนาคือการขาดข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ความรู้ที่ส่งไปจะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และนำไปสู่การ

เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งก็คือเป้าหมายหลักในการพัฒนา ทั้งนี้กรอบแนวคิดหลักก็คือ การพัฒนาตามแนวคิดความทันสมัยนิยม และการแพร่กระจายนวัตกรรม ผ่านเครื่องมืออย่าง การตลาดเชิงสังคม และ การใช้สื่อเชิงสาระบบันเทิง ดังแสดงในตาราง 2.1

ตาราง 2.1 คุณลักษณะของการสื่อสารแบบแพร่กระจาย

Diffusion model

Definition of communication: information transfer - vertical

Definition of development communication: information dissemination via mass media

Problem: lack of information

Solution: information transfer: knowledge → attitudes → practice

Goal: outcome oriented: behaviour change

Frameworks

Modernization

Diffusion of innovations

Types of interventions

Social marketing

Entertainment-education

Adapted from Morris, N. (2003). A comparative analysis of the diffusion and participatory models in development communication. *Journal of communication theory*. 13(2), p.225-248

จากที่ผู้วิจัยกล่าวถึงแนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจายในกระบวนทัศน์แห่งความทันสมัยนิยมมาโดยสังเขปข้างต้น เพื่อให้เข้าใจถึงความเป็นมาของแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารแบบแพร่กระจายมากขึ้น ผู้วิจัยจึงขออธิบายรายละเอียดและความเชื่อมโยงของทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารแบบแพร่กระจาย ดังนี้

2.1.1.1 กลุ่มทฤษฎีผลกระทบโดยตรง (direct effects)

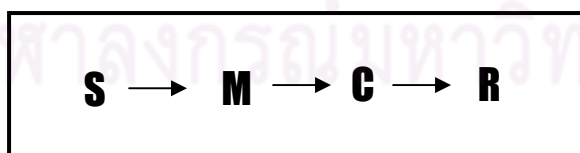
แนวทางการสื่อสารแบบแพร่กระจาย (diffusion model) พัฒนาจากแนวคิดที่เชื่อว่าสื่อมีพลังอำนาจอย่างมหาศาลที่จะทำให้ผู้รับสารสามารถคล้อยตามในประเด็นที่เราพยายามทำการรณรงค์ได้หรือสื่อจะช่วยให้สารรณรงค์สามารถสร้างผลกระทบโดยตรงสู่ผู้รับสารได้ (direct effect) เช่น การโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) (McQuail, 2005) ซึ่งเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่รัฐในฐานะผู้ควบคุมสื่อ ใช้สื่อมวลชนในการปลุกกระดมมวลชน สร้างความคิดเห็น และความเชื่อ รวมทั้งหล่อหลอมพฤติกรรมใหม่ๆ การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ และวิทยุ ได้ถูกนำมาใช้ในสังคมเพื่อปลุกกระดมหรือโน้มน้าวให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ตามเจตนาขององค์กรที่ทำหน้าที่ส่งสาร ทั้งนี้แนวคิดที่เชื่อในพลังอำนาจในการโน้มน้าวใจของ

สื่อในยุคนี้ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของการศึกษาในเชิงวิทยาศาสตร์ (scientific investigation) แต่มาจากการสังเกต (observation) (McQuail, 2005)

ปรากฏการณ์ดังกล่าวสร้างความสนใจแก่ Harold Lasswell (1948 cited in McQuail, 2005: 69) และเป็นต้นกำเนิดของกระบวนการสื่อสารที่มีอิทธิพลมาถึงยุคปัจจุบันที่กล่าวว่า ใครกล่าวอะไร ในช่องทางใด ถึงใคร เกิดผลอะไร ต่อมา Shannon และ Weaver (1949 cited in McQuail, 2005: 69) ได้นำแนวคิดด้านวิทยาศาสตร์มาพัฒนา แบบจำลองการสื่อสารต่อจากแนวคิดของ Lasswell โดยเพิ่มปัจจัยด้านแหล่งเสียงรบกวน (noise) เข้ามาในกระบวนการสื่อสารด้วย แนวคิดที่ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้รับสารนี้ เป็นพื้นฐานในการพัฒนา ทฤษฎีเข็มฉีดยา (hypodermic needle theory) ของ David Berlo (1960) ทฤษฎีกระสุนปืน (bullet theory) ของ Wilbur Schramm (1971) ที่เชื่อว่าเมื่อให้ข้อมูลข่าวสารอะไรไปสู่ผู้รับสาร ผู้รับสารก็จะมีทัศนคติและพฤติกรรมตามที่ผู้ส่งพยายามใส่เข้าไป ซึ่งทฤษฎีนี้มาจากหลักเกณฑ์ที่เรียกว่า หลักของสิ่งเร้า-การตอบสนอง (stimulus-response theory) ตามแบบจำลองของการเรียนรู้ ที่ปฏิกริยาอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งเร้าอันใดอันหนึ่ง สามารถที่จะคาดหมายหรือทำนายได้จากสารที่สื่อมวลชนส่งออกไป (DeFleur and Ball-RoKeach, 1989)

แบบจำลองการสื่อสารในช่วงแรกเน้นการสื่อสารทางเดียวจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร บทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสารมีลักษณะหนึ่ง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ กล่าวคือ ภายหลังการรับสารแล้ว ผู้รับสารก็จะรับรู้หรือติดตามที่ผู้ส่งสาร ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ส่งสารทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมกระบวนการสื่อสารเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่ผู้รับสารมีบทบาทและมีส่วนร่วมเป็นเพียงผู้รองรับข่าวสารที่ถูกถ่ายทอดเท่านั้น Lasswell (1948 cited in McQuail, 2005: 69) ได้นำเอาความหมายของการ “ขนส่ง/ถ่ายทอด” ดังกล่าวมาใช้เป็นแบบจำลองที่นักวิชาการสื่อสารมวลชนรู้จักดีคือ

ภาพ 2.1 แบบจำลองการสื่อสารเชิงการถ่ายทอด (transmission model)



ข้อควรพิจารณาในทฤษฎีการสื่อสารในยุคแรกนี้จะเห็นได้ว่าทฤษฎีการสื่อสารเหล่านี้ให้ความสำคัญแก่ผู้ส่งสารในแง่การพยายามมีอิทธิพลเหนือผู้รับสาร การสื่อสารถือว่าเป็นกระบวนการโน้มน้าวใจ ที่เชื่อว่าเมื่อให้ข้อมูลข่าวสารอะไรไปสู่ผู้รับสาร ผู้รับสารก็จะมีทัศนคติ

และพฤติกรรมตามที่ถูกส่งพยายามใส่เข้าไป สื่อมวลชนจึงเป็นสถาบันทางสังคมที่มีอำนาจทรงพลังเป็นอย่างยิ่งในการโน้มน้าวใจ

อย่างไรก็ตาม การศึกษาเรื่องทฤษฎีที่เชื่ออำนาจของสื่อมวลชน มาถึงจุดเปลี่ยนสำคัญที่มีการตั้งคำถามว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อบุคคลและสังคมในแง่มุมมองและอย่างไรกันแน่ งานวิจัย ของ Lazarsfeld, Berelson and Gaudet (1948 cited in McQuail, 2005: 458) และ Katz and Lazarsfeld (1955 cited in McQuail, 2005: 460) ที่พบว่าว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและ พฤติกรรมนั้น ไม่ได้เกิดจากอิทธิพลของสื่อมวลชนอย่างที่เข้าใจในตอนแรก แต่เกิดจากความเห็นของผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อบุคคลนั้นๆ สื่อมวลชนทำหน้าที่เพียงแจ้งข่าวสารให้กลุ่มบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดเหล่านี้ทราบเท่านั้น เมื่อรับข่าวสารแล้วบุคคลเหล่านี้ จะเป็นสื่อในการบอกคนอื่นอีกทีหนึ่ง ดังนั้นกระบวนการสื่อสารจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารนั้นจะมีสองขั้นตอนอยู่เสมอ ซึ่งเรียกว่าทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอน (two-step flow theory) ซึ่งทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอน จะทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงกระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างองค์กรอุปถัมภ์กับเยาวชน

ก. ทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอน (two-step-flow of communication)

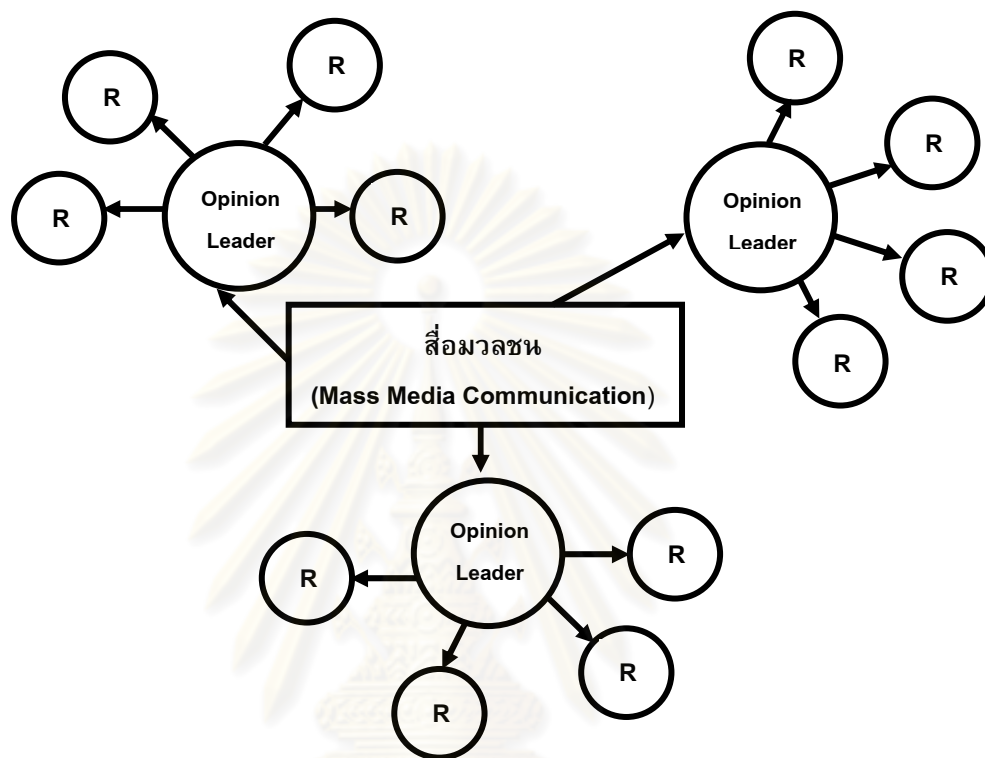
Lazarsfeld et al. (1955 cited in McQuail, 2005: 460) ได้เสนอแนวทางสองประการที่สวนทางกัน คือ การลดอำนาจของสื่อมวลชนลงมาจากเดิมที่เชื่อว่าสื่อมวลชนมีอำนาจต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคล เป็นเพียงว่าสื่อมวลชนมีอำนาจอย่างจำกัดเท่านั้นในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม และการค้นพบอำนาจสำรองของบุคคลที่เพิ่มมากขึ้นในการสื่อสาร กล่าวคือบุคคลและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในกระบวนการสื่อสาร ประเด็นสำคัญที่เกิดขึ้นคือการเข้าใจว่าบุคคลแต่ละคนนั้นมีโอกาสในการแสดงออกถึงความเป็นอิสระเสรีในการส่งอิทธิพลทางการสื่อสารแก่บุคคลอื่น อำนาจในการสื่อสารไม่ได้อยู่ในมือของสื่อมวลชนและผู้ที่เกี่ยวข้องสื่อมวลชนอีกต่อไป

ทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอนจึงเชื่อว่าประชาชนแต่ละคนมีการใช้สื่อมวลชนไม่เท่ากัน และมีอิทธิพลในการเป็นผู้นำไม่เท่ากัน ในสังคมแต่ละสังคมหรือในชุมชนแต่ละแห่งจะมีบุคคลซึ่งเป็นผู้นำความคิดเห็น (opinion leader) ทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังประชาชนคนอื่น และมีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของประชาชนคนอื่นด้วย

ดังนั้น การสื่อสารสองขั้นตอน จะประกอบไปด้วย สื่อมวลชนผู้นำความคิด และมวลชนผู้รับสาร ซึ่งผู้ที่มีบทบาทสำคัญในกระบวนการสื่อสารก็คือ ผู้นำความคิดเห็น (opinion leader) ซึ่ง

ถือเป็นผู้ที่มีความบทบาทอย่างมากในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและเป็นผู้นำทางความคิดเห็น ดังแสดงในภาพ 2.2 ดังนี้

ภาพ 2.2 แบบจำลองการสื่อสารตามทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอน



Opinion Leader คือ ผู้นำความคิดเห็น, R=Receiver คือ ผู้รับสาร

Stone, Singletary and Richmond (1999) กล่าวเพิ่มเติมถึงบทบาทของการเป็นผู้นำความคิด (opinion leader) ไว้ว่า ก่อนที่จะอธิบายบทบาทหน้าที่ของผู้นำทางความคิดเห็นนั้น ควรที่จะบันทึกว่าการสื่อสารสองขั้นตอน (two-step-flow) นั้น ข้อมูลข่าวสารจะไหลมาจากสื่อมวลชนตรงโดยตรงผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคลไปยังบุคคลที่เหลือ (ขั้นตอนที่ 2) โดยที่การสื่อสารสองขั้นตอน กำหนดว่าปฏิกิริยาโต้ตอบระหว่างบุคคลในกลุ่มหรือเครือข่าย สมาชิกในกลุ่มจะมีความเกี่ยวพันกันคล้ายกับสมาชิกในครอบครัว ซึ่งสร้างความพึงพอใจ ในการมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ

แนวคิดของ Stone et al. (1999) สอดคล้องกับที่ อูบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547) ที่กล่าวถึงเรื่องของผู้นำความคิดไว้ว่า ผู้นำความคิดจะต้องเป็นบุคคลซึ่งเป็นที่เชื่อถือของกลุ่ม ทำหน้าที่ให้ข่าวสารเพิ่มเติมหรือนอกเหนือจากสื่อมวลชนแก่สมาชิกของกลุ่ม หมายความว่าปัจเจกบุคคลซึ่งเป็นสมาชิกของกลุ่มอาจจะไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนโดยตรง แต่ได้รับจากผู้นำความคิดของกลุ่ม หรืออาจได้รับข่าวสารข้อมูลจากสื่อมวลชนโดยตรง แต่ยังได้รับทัศนคติ

และข้อคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้นำความคิดของกลุ่มทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ไปถึงแต่ละบุคคลที่มา จากหลายแหล่ง ทั้งที่เป็นสื่อมวลชนและสื่อบุคคลลักษณะเช่นนี้ถูกเรียกว่า "การสื่อสารสอง ขั้นตอน"

แนวคิดเรื่องความสำคัญของผู้รับสารทำให้ทฤษฎีการสื่อสารในระยะหลังจากทฤษฎีการ สื่อสารสองขั้นตอน (two-step flow theory) เริ่มที่จะมีตัวแปรอื่นๆ เข้ามาร่วมด้วย เช่น ตัวแปร ทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาและอิทธิพลของผู้นำ กล่าวคือตัวแปรทางจิตวิทยาและสังคมวิทยา เป็นตัวกำหนด เช่น ความสนใจ ทัศนคติ ความต้องการ ทศนคติ ความเชื่อ ของผู้รับข่าวสารแต่ ละคนที่ต่างกัน ทำให้มีกระบวนการเลือกสรร รับรู้ตีความข่าวสารต่างกัน นอกจากนี้ความ คล้ายคลึงและความแตกต่างของแต่ละคนที่อยู่ในกลุ่มสังคมที่แตกต่างกัน เช่น ต่างเพศ วัย ฐานะทางเศรษฐกิจ ระดับการศึกษา ภูมิฐานะ และศาสนา มีผลต่อปฏิกิริยาตอบสนองต่อ ข่าวสารที่อาจเหมือนกันหรือคล้ายกันในกลุ่มเดียวกัน แต่แตกต่างกันในกลุ่มต่างกัน รวมทั้งอยู่ ที่ว่าผู้รับสารแต่ละคนมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มใด ทั้งนี้เพราะอิทธิพลของบุคคลในกลุ่มที่มีลักษณะ เป็นผู้นำความคิดเห็นมีผลต่อการรับรู้ ซึ่งอิทธิพลเหล่านี้ถือเป็นตัวเป็นแทรก (intervening variables) ในการเสริมสร้างหรือกลั่นกรองสารของผู้รับสารในกระบวนการรับสารการรณรงค์ จากสื่อมวลชนนั่นเอง

การมีอิทธิพลขึ้นมาของผู้รับสารในการเป็นผู้รับสารในเชิงรุก (active audience) ทำให้ การศึกษาเรื่องการรณรงค์มาถึงจุดเปลี่ยนแปลงอีกครั้งหนึ่ง โดยมุ่งศึกษาบทบาทของผู้รับสาร เป็นศูนย์กลางในการพิจารณาใช้แนวคิดเชิงจิตวิทยา สังคมวิทยา และวัฒนธรรมของผู้รับสาร เป็นฐานความคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการรณรงค์ในช่วงนี้เป็นการพยายามศึกษาผู้รับสารในฐานะ ผู้กระทำกับสื่อในการรณรงค์ โดยการแสวงหา เลือกสรร และประมวลข่าวสารจากการใช้สื่อ เพื่อให้ได้มาซึ่งข่าวสาร ข้อมูลที่ตอบสนองกลุ่มเป้าหมาย ผู้ส่งสารในการรณรงค์จึงไม่ได้เป็น เพียงฝ่ายเดียวที่จะกำหนดผลตามเป้าหมายที่ตนเองต้องการ แต่ผู้รับสารมีส่วนร่วมและมี บทบาทสำคัญในการกำหนดผลลัพธ์ของข่าวสารต่างๆ Severin and Tankard (2001 cited in McQuail, 2005) ได้ประมวลแนวคิดทฤษฎีทางจิตวิทยาต่างๆ ที่แสดงให้เห็นว่าผู้รับสารมี กระบวนการที่ซับซ้อนในการรับรู้ และประมวลข่าวสารที่ได้รับซึ่งทำให้เป้าประสงค์ในการ เผยแพร่และโน้มน้าวใจไม่สามารถบรรลุได้ง่ายๆ แม้ว่าข่าวสารในการรณรงค์นั้นส่งมาถึงตัวผู้รับ สารแล้วก็ตาม

Hyman and Sheatsley (1974 cited in Rogers and Storey, 1987: 827) กล่าวว่าผู้รับ สารสามารถเลือกเปิดรับ เลือกรับรู้ และเลือกจดจำ (selective exposure, perception and retention) ซึ่งบอกเป็นนัยว่าพฤติกรรมการรับสารของผู้รับสารแต่ละคนนั้นแตกต่างกัน โดยผู้รับ สารแต่ละคนมักเลือกสนใจเปิดรับข่าวสารบางอย่างหรือเมินเฉยต่อข่าวสารบางอย่าง ดังนั้น

แม้ว่าเปิดรับข่าวสารเดียวกันแต่แต่ละคนอาจมีมุมมองในการตีความข่าวสารนั้นต่างกัน หรือมีความประทับใจในข่าวสารต่างกัน การเลือกจดจำจึงไม่เหมือนกัน ดังนั้นผู้ส่งสารในการรณรงค์จึงต้องมีความตระหนักในเรื่องนี้เพื่อจะได้วางแผนการสื่อสารโดยพยายามจำกัดการเลือกสรรของผู้รับสารให้มีน้อยที่สุด เพื่อให้การสื่อสารในการรณรงค์บรรลุเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งก็คือการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารนั่นเอง

ข. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (diffusion of innovations)

ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม อธิบายกระบวนการแพร่กระจายของข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรม หรือการยอมรับพฤติกรรมใหม่ๆ ที่เผยแพร่เข้าสู่สังคมใดสังคมหนึ่ง ก่อให้เกิดการรับรู้ สนใจเรียนรู้ ยอมรับและนำไปใช้ปฏิบัติ (Rogers, 2003) ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม มีบทบาทอย่างยิ่งต่อการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในการสื่อสารเพื่อสุขภาพ ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม มีบทบาทอย่างยิ่งในการแนะนำแนวทางใหม่ในการส่งเสริมสุขภาพ และแก้ไขปัญหาสุขภาพ เช่น การสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น

การแพร่กระจายนวัตกรรมมีสาระสำคัญคือ เป็นกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในเรื่องสิ่งใหม่ ทั้งนี้ Rogers (2003: 169) ได้จำแนกองค์ประกอบในการแพร่กระจายนวัตกรรม ได้แก่ การมีแนวความคิดใหม่เกิดขึ้น, การสื่อสารโดยผ่านช่องทางหรือสื่อประเภทต่างๆ อาทิ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ, การมีกลุ่มสมาชิกในสังคมที่เกี่ยวข้อง หรือเป็นเป้าหมายของการแพร่กระจาย และการเกิดการแพร่กระจายเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง และในกระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรมนั้นต้องประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ ในการยอมรับนวัตกรรมห้าขั้นตอน ได้แก่ ชั้นความรู้ (knowledge) ชั้นโน้มน้าวใจ (persuasion) ชั้นการตัดสินใจ (decision) ชั้นการดำเนินการ (implementation) และ ชั้นการยืนยัน (confirmation) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ชั้นความรู้ (knowledge) เป็นขั้นตอนที่บุคคลได้รับข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นการกระตุ้นให้เกิดความตระหนักต่อนวัตกรรม โดยให้บุคคลได้มีโอกาสพบเห็นนวัตกรรมและคุณลักษณะต่างๆ ของนวัตกรรม โดยข้อมูลข่าวสารที่ให้ความรู้พื้นฐาน หรือทำให้เกิดความตระหนักเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยมากมักเป็นข้อมูลที่ช่วยตอบคำถามว่านวัตกรรมดังกล่าว ได้แก่อะไร และมีประโยชน์อย่างไร Rogers กล่าวว่า ในขั้นตอนแรกๆ ของขั้นตอนในการแพร่กระจายนวัตกรรม คือชั้นการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ความรู้ (knowledge) ในขั้นตอนนี้ สื่อมวลชนจะมีบทบาทสำคัญในการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร เมื่อพ้นจากขั้นตอนนี้ จะเข้าสู่ระยะการโน้มน้าวใจ (persuasion) จนถึงระยะการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม สื่อบุคคลจะมี

บทบาทในการเข้ามาช่วยเสริมสื่อมวลชน เนื่องจากสื่อบุคคลจะมีศักยภาพในการโน้มน้าวใจได้สูงกว่า ซึ่งบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงชุมชนได้ดี เรียกว่า change agent

2. ชั้นโน้มน้าวใจ (persuasion) โดยสิ่งที่เกิดขึ้นกับบุคคลในช่วงเวลานี้ ได้แก่ การที่บุคคลเริ่มมีความคิดเห็น หรือมีการเปรียบเทียบนวัตกรรมทั้งในด้านผลดีและผลเสียของนวัตกรรมนั้นๆ

3. ชั้นตัดสินใจ (decision) เป็นขั้นตอนที่บุคคลประเมินองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เช่น ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความคิดเห็นของตนและคนใกล้ชิดเกี่ยวกับนวัตกรรม ทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ หากมีการยอมรับนวัตกรรม เป็นต้น

4. ชั้นการดำเนินการ (implementation) ขั้นตอนที่บุคคลจะเริ่มนำนวัตกรรมที่ตนตัดสินใจรับมาใช้ หรือทดลองใช้ โดยในขั้นนี้ ข้อมูล ข่าวสารมีบทบาทสำคัญมาก ๆ โดยข้อมูลต่างๆ จะมีผลต่อการยืนยันการใช้นวัตกรรมต่อไป

5. ชั้นการยืนยัน (confirmation) เป็นขั้นตอนที่บุคคลมักจะแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อยืนยันความคิดที่ว่า “ตนสมควรรับนวัตกรรมนั้นอย่างต่อเนื่อง” หรือไม่

ทั้งนี้ในการแพร่กระจายนวัตกรรมนั้น Rogers (2003: 282-287) กล่าวไว้ว่า กลุ่มเป้าหมายจะยอมรับนวัตกรรม อย่างเร็ว ช้า แตกต่างกัน โดยมีการแบ่งแนวทางในการแบ่งผู้รับนวัตกรรมออกเป็น 5 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มผู้ริเริ่ม (innovators) ได้แก่ สมาชิกที่ยอมรับนวัตกรรมเป็นกลุ่มแรก กลุ่มผู้ยอมรับนวัตกรรมช่วงแรกๆ (early adopters) กลุ่มคนส่วนใหญ่กลุ่มแรก (early majority) กลุ่มคนส่วนใหญ่กลุ่มหลัง (late majority) และกลุ่มผู้ล่าช้า (laggards) เป็นกลุ่มที่ยอมรับช้าที่สุด โดยลักษณะของผู้ยอมรับนวัตกรรมเร็วกว่า และผู้ยอมรับนวัตกรรมช้ากว่า มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม คุณลักษณะของบุคลิกภาพ พฤติกรรมในการสื่อสาร ได้ เช่น อายุ ระดับการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ สถานะทางสังคม การยึดถือความเชื่อแบบฝังหัว ความเชื่อโชดชะตา ทศนคติ ความเข้าใจ และการใช้เหตุผลในการแก้ปัญหา ความทะเยอทะยานเพื่อการไปสู่สิ่งที่ดีกว่าในชีวิต การเข้าถึงสื่อมวลชน การมีส่วนร่วมของระบบสังคม การมีปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคม เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม Rogers (2003: 106-130) ได้ชี้ให้เห็นถึงประเด็นที่ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมได้รับการวิพากษ์ในหลายหลายประเด็นด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการมีอคติเชิงชื่นชมนวัตกรรม (pro-innovation bias) ของเจ้าของนวัตกรรม ที่มีความนิยมในนวัตกรรมของตน จนอาจมองข้ามการทำความเข้าใจกับนวัตกรรมที่ล้มเหลว ข้อบกพร่องของนวัตกรรม และการต่อต้านนวัตกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ประการต่อมา การมองว่าปัญหาของพฤติกรรมอยู่ที่ระดับบุคคล (individual blame bias) โดยมองข้ามปัญหาที่เกิดจากระบบ ประการที่สาม ปัญหาจากทำวิจัยโดยให้กลุ่มเป้าหมายตอบคำถาม แบบรำลึกประสบการณ์ย้อนเวลา (the recall problem) การให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ตอบแบบสอบถาม/สัมภาษณ์รำลึก ย้อนเวลา นี้ถึง

ประสบการณ์ของตนในอดีต ทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนต่อความเป็นจริงได้ และประการสุดท้าย ความไม่เท่าเทียมกันของสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มเป้าหมาย (the issue of in equality) สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมจะทำให้กลุ่มเป้าหมายรับนวัตกรรมได้ไม่เท่ากัน และทำให้ช่องว่างระหว่างผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมสูงและต่ำ มีระยะห่างมากยิ่งขึ้น

ข้อวิพากษ์ต่อทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมข้างต้น สะท้อนถึงข้อวิพากษ์หลักของทฤษฎีการสื่อสารภายใต้กระบวนทัศน์แห่งความทันสมัยนิยม ในเรื่องของความเป็นไปได้ในการเปลี่ยนแปลงด้วยการให้ความรู้แต่เพียงอย่างเดียว ในขณะที่เดียวกันกระบวนการเปลี่ยนแปลงในบริบทของประเทศหรือชุมชนต่าง ๆ นั้นมีความซับซ้อนแตกต่างกัน ซึ่งเป็นประเด็นที่มักถูกมองข้าม ทำให้เกิดการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น (Frank, 1969) ทั้งนี้ Servaes (1995) ได้กล่าวเสริมแนวคิดดังกล่าว โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาจากภายในเอง ไม่ใช่การพัฒนาที่ถูกส่งจากภายนอกเข้าไป เพราะการสื่อสารแบบการแพร่กระจาย เป็นการสื่อสารแบบบนลงล่าง ที่ผู้ส่งสารพยายามจะมีอิทธิพลหรืออำนาจเหนือผู้รับสาร (Inagaki, 2007; Waisbord, 2001) ผ่านการให้ความรู้ผ่านสื่อมวลชน หรือผ่านผู้นำทางความคิด เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมผู้รับสารนั้น จึงดูเหมือนไม่สอดคล้องกับบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ที่แนวคิดเรื่องการพัฒนาจากตนเองเริ่มเข้ามามีความสำคัญ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจาย (diffusion model) โดยเลือกเอาทฤษฎีการสื่อสารที่สำคัญภายใต้แนวคิดนี้ คือทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอน (two-step flow theory) ที่นำมาใช้เป็นกรอบในการกำหนดตัวแปรของปัจจัยเร่งปฏิกิริยา (catalyst) ที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของสื่อบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ เช่น เจ้าหน้าที่จากเครือข่าย ครอบครัว ครูที่ปรึกษา วิทยากรกระบวนการ ผู้นำเยาวชน นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังนำเอาทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอนมาใช้เป็นกรอบอธิบายบทบาทหน้าที่ของสื่อบุคคลในการถ่ายทอดความรู้ (knowledge transfer) ในขณะที่ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมช่วยให้ผู้วิจัยศึกษาถึงกระบวนการโน้มน้าวใจผ่านการแพร่กระจายนวัตกรรมความรู้ในเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการสื่อสารรณรงค์

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในกระบวนทัศน์ทางเลือกด้านการพัฒนา (alternative paradigm)

แม้ว่ากระบวนทัศน์แห่งความทันสมัยนิยม (modernization paradigm) จะมีอิทธิพลเป็นอย่างมากต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตด้านเศรษฐกิจสังคม ทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น แต่กระบวนทัศน์นี้ก็มีประเด็นวิพากษ์ในเรื่องมุมมองแห่งการเปลี่ยนแปลง กระบวนทัศน์ทางเลือกด้านการพัฒนา (alternative paradigm) จึงถูกนำเสนอขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับบริบท

ของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ดังที่ Servaes (1995) ใช้คำว่า multiplicity paradigm ที่เน้นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น (cultural identity) กระบวนการที่สะท้อนถึงความเสมอภาค (democratization) และ การมีส่วนร่วมในทุกกระดับ (participation at all levels) ดังนั้นข้อมูลข่าวสารจึงไม่ใช่การส่งผ่าน แต่เป็นการแลกเปลี่ยนร่วมกัน (sharing) เพื่อเป็นฐานในการตัดสินใจ กระบวนการที่เชื่อว่า การเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นเมื่อคนสามารถตระหนักถึงการพัฒนาด้วยตนเอง (self development) การสื่อสารภายใต้กระบวนการที่เลือกเป็นจึงเป็น กระบวนการที่เน้นการสร้างพลังประชาชน หรือการถ่ายโอนอำนาจต่างๆ ไปสู่ประชาชน (empowerment) เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากภายใน ซึ่งแนวทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลภายใต้กระบวนการที่เลือกเป็นจึงเป็น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory model)

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารทรงพลังภายใต้แบบจำลองแบบแพร่กระจายที่ถูกพัฒนาในช่วงที่แนวคิดกระบวนการที่ความทันสมัยนิยม (modernization paradigm) มักเป็นการสื่อสารทางเดียว ในการให้ความรู้ จากผู้มีอำนาจ หรือผู้รู้ ไปสู่ผู้ไม่รู้ แต่ในปัจจุบันมุมมองด้านการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไป จากกระบวนการที่ความทันสมัยนิยม ไปสู่กระบวนการที่เชิงทางเลือก (alternative paradigm) Servaes (1995: 5) โดยการสื่อสารภายใต้กระบวนการที่ใหม่ได้เน้นความสำคัญของการสื่อสารแบบสองทิศทาง (two – way communication process) ซึ่งให้ความสำคัญกับการสื่อสารในแนวระนาบ (horizontal communication) ที่เน้นให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม (participation) ในการสื่อสาร บนพื้นฐานของความเท่าเทียมกัน (equality) โดยเฉพาะในการติดต่อหรือปฏิสัมพันธ์กันในฐานะ “คู่สื่อสาร” มิใช่ในฐานะผู้ส่งสาร หรือผู้รับสารเท่านั้น การสื่อสารเชิงทางเลือก ให้ความสำคัญกับเนื้อหาของสาร และบทบาทของการสื่อสารในฐานะการแลกเปลี่ยนความหมาย (information exchange) ต่างๆ อันจะนำไปสู่การพัฒนาความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding)

นอกจากนั้น (Melcote, 2002: 140) ได้ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารเชิงทางเลือกยังให้ความสำคัญกับการกระตุ้นประชาชนในชุมชน พื้นที่ของตนเอง ให้ตระหนักถึงการพัฒนาด้วยตนเอง (self development) โดยเฉพาะในด้านการสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของตนในการพัฒนาชุมชนที่ตนอยู่อาศัย โดยการสื่อสารจะทำหน้าที่เป็นเสมือนเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของประชาชน โดยเฉพาะในการศึกษาปัญหา การวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ในชุมชน และการค้นหาวิธีการในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ตลอดจนการกระตุ้นให้ประชาชนรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการพัฒนาในพื้นที่ตน กระตือรือร้นที่จะอาสาเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการ ตลอดจนเอาใจใส่ดูแลโครงการต่างๆ ในพื้นที่ตน หรือ หากเรากล่าวอีกนัยหนึ่ง ก็คือการสื่อสารภายใต้กระบวนการที่เลือกเป็นจึงเป็นกระบวนการที่เน้นการสร้างพลังประชาชน หรือการถ่ายโอนอำนาจต่างๆ ไปสู่ประชาชน (empowerment) นั่นเอง

Morris (2003: 232) ได้สรุปคุณลักษณะของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมไว้ว่าเป็นการสื่อสารที่เน้นทิศทางในแนวระนาบ เพื่อแลกเปลี่ยนหรือปรึกษาหารือร่วมกัน กระบวนการสื่อสารจึงมีความสำคัญในการที่จะเสริมพลังให้กับคนในชุมชน เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงไม่ใช่แค่ในระดับบุคคล แต่มุ่งการขับเคลื่อนสังคมผ่านการมีส่วนร่วมด้วยกันของทุกคนที่เกี่ยวข้อง

ตาราง 2.2 คุณลักษณะของแบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

Participatory Model

Definition of communication: information exchange/dialogue – horizontal

Definition of development communication: grassroots participation via group interaction

Problem: structural inequalities/local knowledge ignored

Solution: information exchange/participation

Goal: process-oriented: empowerment, equity, community

Frameworks	Types of interventions
Social change/praxis (Freire)	Empowerment education
Social mobilization/activism	Participatory Action Research (PAR)
	Rapid Participatory Appraisal (RPA)
	Community Involvement in Health (CIH)

Adapted from Morris, N. (2003). A comparative analysis of the diffusion and participatory models in development communication. *Communication Theory*. 13(2), p.225-248

ผู้วิจัยจะได้อธิบายถึงทฤษฎีที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ซึ่งถือเป็นแกนกลางในกระบวนการค้นคว้าเพื่อการพัฒนา แนวคิดของแบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นไม่ได้พัฒนาการขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารเท่านั้น แต่พัฒนาขึ้นบนพื้นฐานของแนวคิดด้านพัฒนาในบริบทของสังคมประชาธิปไตย

2.1.2.1 แนวคิดพื้นฐานของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของ Freire, Habermas และ Issacs

Freire (1983 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปัตตานนท์ ดวงพร คำคุณวัฒน์, หฤทัย ชัดนาค, ศิวพร ศรีสมัย, ดวงแข บัวประโคน และจรรุญญ ไยชิด, 2549: 37) ซึ่งชี้ให้เห็นว่ากระบวนการพัฒนาจิตสำนึกมักเกิดขึ้นในขณะที่สื่อสาร หรือสมาชิกในกลุ่มสนทนา ผลัดกันเล่นบทบาทเป็นทั้งครูและเป็นนักเรียนในเวลาเดียวกัน โดยที่ประเด็นในการสื่อสารนั้นเป็นประเด็นที่ต่างฝ่ายต่างมีประสบการณ์ และมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับประเด็นนั้นๆ กันตนเอง การหารือร่วมกันในลักษณะดังกล่าวจะก่อให้เกิดการสะท้อนในเชิงการวิพากษ์กันและความตระหนักเกี่ยวกับ

ประเด็นปัญหาต่างๆ ที่เชื่อมโยงกันจน ตลอดจนนำไปสู่การกระทำต่างๆ หรือการปฏิบัติการ ในเชิงที่เป็นผลสะท้อนจากมุมมองต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการสนทนา ซึ่งแนวคิดนี้มีบทบาทสำคัญต่อการร่วมมือกันพัฒนาแนวคิดด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยเฉพาะในด้านที่เกี่ยวข้องกับบทบาท ประเด็น และวิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ในขณะเดียวกัน แนวคิดของ Habermas (1989 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ 2549: 41) สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของการสื่อสารในลักษณะต่างๆ และความเป็นประชาธิปไตย Habermas สะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการหารือกัน (dialogue process) มีบทบาทต่อการสร้างสังคมประชาธิปไตย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เขาเชื่อว่าการหารือกันจะทำให้เกิดการสร้างอัตลักษณ์ต่างๆ ในเชิงการกระจายอำนาจ (decentralized identities) อันนำไปสู่การพัฒนาความสามารถในการมีส่วนร่วมของบุคคล บนพื้นฐานของจริยธรรมเชิงประชาธิปไตย เขาเชื่อว่าการหารือร่วมกันจะนำไปสู่การปฏิบัติการด้านการสื่อสาร (communicative action) อันส่งผลให้เกิดความสามารถในการมีส่วนร่วมของฝ่ายต่างๆ บนพื้นฐานของจริยธรรมบนหลักการประชาธิปไตย (democratic ethics)

นอกจากนั้น Habermas ยังมองว่ากระบวนการหารือกันยังจะนำไปสู่การปฏิบัติการด้านการสื่อสาร (communicative action) เขาอธิบายไว้อย่างชัดเจนว่า การปฏิบัติการสื่อสารของกลุ่มตัวแทนต่างๆ มักเกี่ยวข้องกับการประสานความร่วมมือแบบต่างๆ ที่มีได้ผ่านการคิดคำนวณผลสำเร็จแบบที่อิงศูนย์อยู่ที่อัตตา (egocentric) ของบุคคลหนึ่งๆ แต่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ที่มุ่งเน้นการบรรลุความเข้าใจร่วมกัน ยิ่งไปกว่านั้นแรงผลักดันต่างๆ (forces) ที่ก่อให้เกิดการปฏิบัติการด้านการสื่อสารยังไม่ใช่แรงผลักดันในเชิงพลังอำนาจ (power) แต่เป็นแรงผลักดันในเชิงการค้นหา (inquires) แนวคิดที่ดีกว่าโดยคำนึงถึงสิทธิ (rights) ในการสื่อสารของบุคคลต่างๆ โดยเฉพาะบุคคลที่ด้อยอำนาจ ที่บุคคลเหล่านั้นอาจดำเนินการพบปะหารือกันในเวทีสาธารณะรูปแบบต่างๆ และพูดคุยกันเกี่ยวกับเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อสาธารณชน

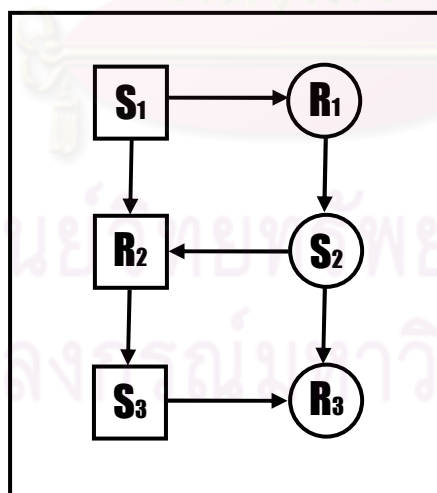
Issacs (1994 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 38) ให้ความสนใจกับวิธีการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในลักษณะของการหารือกัน (dialogue) เขาเชื่อว่าการหารือกันมีบทบาทสำคัญในการพัฒนากระบวนการคิดร่วมกัน (collective thinking) และกระบวนการพัฒนาการเรียนรู้ขององค์กร การหารือกันเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างการเรียนรู้ของทีมงาน (team learning) การหารือกันเป็นกระบวนการแสวงหาร่วมกันอย่างยั่งยืนในอันที่จะพัฒนากระบวนการ ข้อสันนิษฐาน และการกลั่นกรองสิ่งต่างๆ ที่เป็นประสบการณ์ในชีวิตประจำวัน ดังนั้น หากสรุปให้เห็นถึงแนวคิดและหลักการสำคัญของนักวิชาการที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เราอาจกล่าวได้ว่า Freire และ Habermas ได้พยายามสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนารอบคิดเชิงปรัชญาให้กับแนวคิดด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ในขณะที่แนวคิดของ Issacs เน้นการพยายามประยุกต์หลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมลงสู่การปฏิบัติการ

อย่างเป็นรูปธรรมในชีวิตประจำวันของบุคคลซึ่งสนใจทำให้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นจริง

แนวคิดของ Freire Habermas และ Issacs สอดคล้องกับแบบจำลองการสื่อสารที่เราเรียกว่า “แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม” (ritualistic model) ซึ่งแบบจำลองนี้ได้ย้อนกลับไปหารูปแบบปฏิบัติการทางสังคมแบบเก่า คือ การประกอบพิธีกรรม (ritual or expressive model) ซึ่ง Carey (1975 cited in McQuail, 2005: 70) อธิบายว่าเป็นรูปแบบของการสื่อสารร่วมกันที่เป็นทางการ มีลักษณะการสร้างอารมณ์ร่วมที่เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมได้มีส่วนร่วมโดยมีเป้าหมายสุดท้ายคือการสร้างความหมายและความเข้าใจร่วมกัน (shared meaning) กิจกรรมนี้ดำเนินเข้าไปซ้ำมาอย่างไม่สิ้นสุด เพื่อต่อยอดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

แบบจำลองพิธีกรรมเน้นการสื่อสารสองทางโดยผู้ส่งสารสามารถสลับบทบาทไปมา เช่น การสนทนาและการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ร่วมกัน หลังจากที่คู่สื่อสารทั้งสองฝ่ายได้ดำเนินการสื่อสารเป็นระยะหนึ่งแล้ว สิ่งที่เกิดที่ตามมาคือ การที่คู่สื่อสารทั้งสองฝ่ายได้เรียนรู้ข้อมูลข่าวสารของกันและกันแบบพบกันครึ่งทาง ซึ่งกระบวนการดังกล่าว คือการเปิดโอกาสให้ทั้ง 2 ฝ่ายได้มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารมากกว่าแบบจำลองเชิงการถ่ายทอดข่าวสารนั่นเอง

ภาพ 2.3 แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรม (ritualistic model)



นอกจากการนำเสนอแบบจำลองดังกล่าวแล้ว กาญจนา แก้วเทพ (2547: 30) ยังได้เปรียบเทียบคุณลักษณะ (attribute) สำคัญๆ ที่แตกต่างกันระหว่างแบบจำลองเชิงถ่ายทอดกับแบบจำลองเชิงพิธีกรรม ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 2.3 การเปรียบเทียบแบบจำลองเชิงการถ่ายทอดและเชิงพิธีกรรม

แบบจำลองเชิงถ่ายทอด (Transmission model)	แบบจำลองเชิงพิธีกรรม (Ritualistic model)
1. เป้าหมายหลัก คือการถ่ายทอดข่าวสารเพื่อการโน้มน้าวผู้รับสาร (Persuasion)	1. เป้าหมายหลัก คือการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (shared meaning)
2. ความสำคัญของการสื่อสารจึงอยู่ที่ผู้ส่งสาร (Sender-centered)	2. ความสำคัญอยู่ที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารซึ่งต้องการความเข้าใจกันและกัน
3. ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นแบบทางเดียว (one-way flow) และเป็นแนวตั้ง (vertical)	3. ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นแบบสองทาง (two-way flow) และเป็นแนวระนาบ (horizontal)
4. บทบาทของการเป็นผู้ส่งสารและผู้รับจะตายตัวตลอดกระบวนการสื่อสาร	4. บทบาทของผู้ส่งสารและผู้รับสลับสับเปลี่ยนกันไม่มีการผูกขาด
5. ผลลัพธ์ของการสื่อสาร เมื่อสิ้นสุดกระบวนการผู้รับสารจะรู้ข่าวสาร หรือเห็นคล้อยตามผู้ส่ง	5. หลังจากการสื่อสารสิ้นสุดลง ทั้งผู้ส่งและผู้รับความคิดเห็นจะแลกเปลี่ยนข่าวสารและความเห็นของกันและกัน

ที่มา: กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: Higher Press.

จากตาราง 2.3 เราพบว่า แบบจำลองการสื่อสารเชิงพิธีกรรมสะท้อนถึงอิทธิพลของกระบวนทัศน์ใหม่ในการสื่อสารคือกระบวนทัศน์ทางเลือก (alternative paradigm) ซึ่งแนวคิดสำคัญก็คือ การเพิ่มอำนาจให้ประชาชนบนหลักความเข้มแข็งของชุมชน การพยายามสร้างการมีส่วนร่วม (participation) ส่งเสริมความเสมอภาคของชุมชน ประชาชนสามารถคิดประเด็นแนวทางแก้ไขได้อย่างอิสระ มีอำนาจในการแสดงออก เป็นการพัฒนาแบบกระจายอำนาจ (decentralization) และยังเอื้อให้ชุมชนสามารถกำหนดปัญหา วิธีการ และกระบวนการแก้ไขปัญหาด้วยตัวเอง เพื่อให้เกิดสำนึกในการเป็นเจ้าของ (sense of belonging) ในปัญหานั้น ทำให้การแก้ปัญหานั้นมีความยั่งยืน (sustainable) (Bracht, 2001: 339).

เมื่อพิจารณาในแง่ของการสื่อสารรณรงค์แบบมีส่วนร่วมนั้น การสื่อสารจะเป็นแนวระนาบ (horizontal) และการสื่อสารแบบสองทาง (two-way) ระหว่างบุคคล โดยที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งมิได้แสดงออก ซึ่งอำนาจที่เหนือกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง หรือการสั่งการเพื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งปฏิบัติตาม แต่เป็นการสื่อสารในลักษณะของกระบวนการหารือร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความหมายร่วมกัน ตลอดจนการร่วมรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน บนพื้นฐานของหลักการประชาธิปไตย (Freire 1983 อ้างถึงใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 37)

นอกจากนั้น การดำเนินการดังกล่าวยังคำนึงถึงความจำเป็นของประชาชนเป็นหลัก โดยเลือกเนื้อหาในการสื่อสาร และการใช้ภาษาต่างๆ บนพื้นฐานของการเคารพวัฒนธรรมของชุมชน และการคำนึงถึงความเท่าเทียมกันเป็นสำคัญ ในกรณีนี้ที่รณรงค์มักดำเนินบทบาทเป็นผู้สนับสนุนการพัฒนา ในขณะที่ให้สมาชิกในชุมชนได้ร่วมกันตัดสินใจในเรื่องต่างๆ อันก่อให้เกิดการรับรู้ถึง

อำนาจร่วมกันในการตัดสินใจ ความเข้าใจร่วมกัน และการร่วมกันรับผิดชอบต่อกิจกรรม และผล
 พวงต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายหลัง

ทั้งนี้ Servaes (1995: 5) เสนอหลักการสำคัญของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มีอยู่ 3
 ประการ คือ

1. การเข้าถึง (access) หมายถึง การเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชน สื่อยอมเปิดโอกาส
 ให้ประชาชนเลือกรายการที่เกี่ยวข้องกับตนเองได้อย่างหลากหลาย และเป็นช่องทางที่จะทำให้
 ประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและแสดงความต้องการของตนเอง ซึ่งการเข้าถึงสื่อ
 ประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริโภค ผู้ผลิต และผู้บริหารสื่อสาร ดังรายละเอียด
 ดังต่อไปนี้

- การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริโภค หมายถึง บุคคลมีโอกาสในการใช้สื่อในฐานะ
 “ผู้ฟัง” กล่าวคือ บุคคลสามารถเลือกบริโภคสื่อได้จากรูปแบบและประเภทของสื่อที่หลากหลาย
 และมีช่องทางในการสะท้อนปฏิกิริยาของตนสู่ผู้ผลิตสื่อ
- การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้ผลิต หมายถึง การที่บุคคลมีโอกาสเข้าร่วมใน
 กระบวนการผลิต อาทิ การเข้าร่วมเป็นนักแสดงในสื่อหรือกิจกรรม การเข้าร่วมเป็นแหล่งข่าว
 การมีส่วนร่วมในการเลือกประเด็นในการนำเสนอ เป็นต้น
- การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริหารสื่อ หมายถึง การที่บุคคลได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับ
 ระบบการตัดสินใจต่างๆ เช่น การกำหนดเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสม การวางระบบ
 บริหารงาน/ระบบงบประมาณ การมีส่วนร่วมในกาพัฒนาแผนงาน และนโยบายต่างๆ การ
 กำหนดแนวทางในการจัดการ และวิธีการแสวงหาแหล่งทุน ตลอดจนการกำหนดแผนการ
 สื่อสารต่างๆ

2. การมีส่วนร่วม (participation) หมายถึง การมีส่วนร่วมในทุกๆระดับ ในกระบวนการ
 สื่อสารไม่ว่าจะเป็นเรื่องการวางแผนการสื่อสารภายในชุมชนตั้งแต่เริ่มคิดไปจนกระทั่งการผลิต
 การบริหารจัดการ การใช้สื่อในชุมชนต่างๆ ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมหรือมีโอกาสเข้า
 ร่วมได้ทุกขั้นตอน

3. การจัดการด้วยตนเอง (self-management) การมีส่วนร่วมที่สำคัญยิ่งกว่าสิ่งใดก็คือ
 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเอง ตามวิถีกระบวนการประชาธิปไตย และการตัดสินใจ
 นั้นประชาชนในชุมชนมีอำนาจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน ไปจนกระทั่งการกำหนดนโยบาย การ
 บริหารและการลงมือผลิตด้วยตนเอง ยูเนสโกยอมรับการจัดการด้วยตนเองจะต้องกระทำอย่าง
 ค่อยเป็นค่อยไป ส่วนการเข้าถึงสื่อและการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร มีความเป็นไปได้มากและ
 สามารถทำได้ง่ายกว่า กล่าวโดยสรุป การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม จะเน้นที่ประชาชนหรือชุมชน

เป็นศูนย์กลาง โดยประชาชนมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ และเป็นการมีส่วนร่วมของคนทุกระดับชั้นเป็นรูปแบบของการสื่อสารสองทาง คนในชุมชนมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกัน ซึ่งก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้

ผู้วิจัยนำเอาแนวคิดพื้นฐานของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาพิจารณาร่วมกับการสื่อสารแพร่กระจาย เพื่ออธิบายถึงลักษณะและแนวทางการสื่อสารรณรงค์แบบผสมผสานที่ปรากฏในงานวิจัย พร้อมทั้งใช้ในการพิจารณาถึงการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน โดยใช้องค์ประกอบสำคัญทั้งสามประการของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ การเข้าถึง (access) การมีส่วนร่วม (participation) และการจัดการด้วยตัวเอง (self-management) มาเป็นกรอบในการพิจารณาในเบื้องต้น

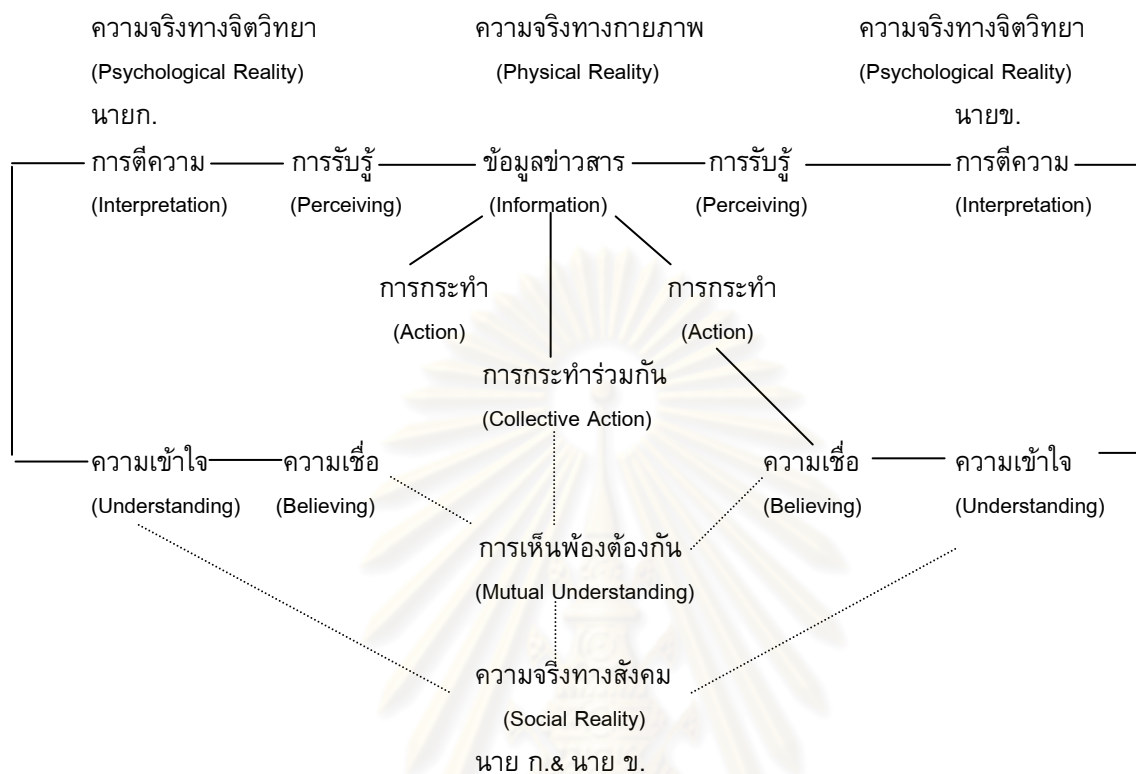
ผู้วิจัยได้นำเอาแบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่สำคัญสามแบบจำลองมาพิจารณาเพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน โดยแบบจำลองที่ผู้วิจัยนำมาใช้คือ แบบจำลองเชิงผืนกพลัง และแบบจำลองการฟื้นฟูวัฒนธรรม

2.1.2.2 แบบจำลองเชิงผืนกพลัง (convergence model)

Rogers & Kincaid (1981 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 46) เสนอแบบจำลองการสื่อสารที่สะท้อนให้เห็นว่าการสื่อสารไม่ได้เกี่ยวข้องกับ “การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร” หรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับแหล่งสาร (source) สาร (message) ช่องทางการสื่อสาร (channel) ผู้รับสาร (receiver) เท่านั้น แต่มองว่าการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออก (expression) และการตีความระหว่างบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (participants) ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding) เพราะปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่ได้ปรับเปลี่ยนสภาพจากการสื่อสารแบบทางเดียวที่มีผู้ส่งสาร ผู้รับสารชัดเจนไปสู่ความยากลำบากในการวิเคราะห์ข้อมูล และการบ่งชี้ให้เห็นว่าใครคือ “แหล่งสาร” (source) และใครคือ “ผู้รับสาร” (receiver) ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลฝ่ายต่างๆ ได้มีบทบาทเป็น “ผู้มีส่วนร่วม” (participants) ในกระบวนการสื่อสารร่วมกัน

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ไม่ใช่มุ่งเน้นแค่การสร้าง ความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding) แต่การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง “ความจริงทางสังคม” (social reality) ซึ่งเชื่อมโยงบทบาทของข้อมูลข่าวสาร (information) ความเห็นพ้องต้องกัน (mutual understanding) Rogers & Kincaid (1981 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 47) ได้อธิบายแนวคิดดังกล่าวในรูปแบบของแบบจำลอง (model) ว่าด้วย “การผลึกพลัง” (convergence model) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ภาพ 2.4 แบบจำลองการผนึกพลัง (convergence model)



ที่มา: Rogers & Kincaid, 1981 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ. (2549). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน: จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย: 47

ภาพดังกล่าวสะท้อนให้เห็นการสื่อสารของ "คู่สื่อสาร" สมมติว่านาย ก. และนาย ข. เป็นคู่สื่อสาร กระบวนการสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อ นาย ก. และนาย ข. ได้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (information) ในสถานการณ์การสื่อสารหนึ่งๆ (a communication situation) ในกระบวนการสื่อสาร ทั้งนาย ก. และนาย ข. ซึ่งเป็นคู่สื่อสารกัน ต่างรับรู้ (perceive) ตีความ (interpret) และทำความเข้าใจ (understand) กับข้อมูลข่าวสารต่างๆ

แบบจำลองเชื่อมโยงให้เห็นว่า กระบวนการสื่อสารยังเกี่ยวข้องกับการพิจารณาความจริงทางกายภาพ (physical reality) จากการใช้มุมมองในเชิงจิตวิทยา อาทิ บุคลิกภาพ (personality) และภูมิหลัง (background) ของคู่สื่อสาร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ก็คือ บุคคลมักมีการรับรู้ความจริงในเชิงจิตวิทยา (psychological reality) มากกว่าความจริงในเชิงกายภาพที่ปรากฏจริง ๆ ซึ่งบริบทดังกล่าวส่งผลต่อระบบความแม่นยำในการรับรู้ (perception) การตีความ (interpretation) ความเข้าใจ (understanding) หรือความเชื่อ (belief) เกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ

ไปในทิศทางที่ถูกต้องหรือบิดเบือนไปได้ นอกจากนั้น กระบวนการดังกล่าวยังนำไปสู่การที่คู่สื่อสารอาจเกิดความเข้าใจร่วมกัน (mutual understanding) และความเห็นพ้องต้องกัน (mutual agreement) ตลอดจนการตัดสินใจลงมือปฏิบัติร่วมกัน (collective action) ได้ในอนาคต

อย่างไรก็ตามกระบวนการดังกล่าวไม่ได้รับประกันว่าการสื่อสารจะนำไปสู่ความเข้าใจ ร่วมกันการเห็นพ้องต้องกัน หรือการตัดสินใจกระทำสิ่งต่างร่วมกันเสมอไป เนื่องจากการสื่อสาร ในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (information exchange) และการให้ความหมาย (meaning) กับข้อมูลข่าวสารต่าง ดังนั้นคู่สื่อสารอาจยุติกระบวนการดังกล่าวได้ทุกจังหวะเวลา หากมีการรับรู้หรือตีความหมายต่างๆคลาดเคลื่อนไปจากเจตจำนงอีกฝ่ายหนึ่ง หรือเกิดความไม่ไว้วางใจคู่สื่อสารขึ้นในระหว่างที่สื่อสารกัน

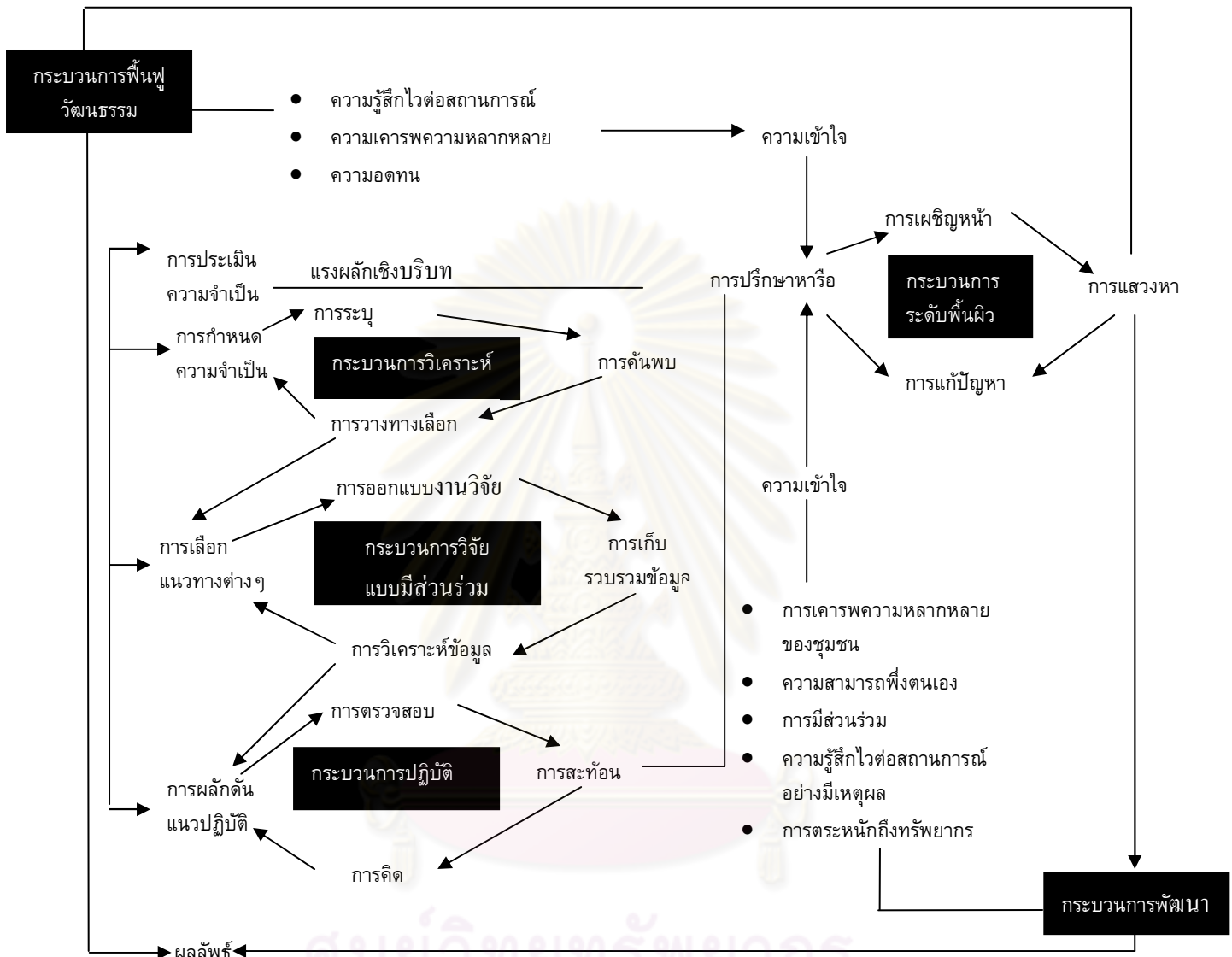
ถึงแม้ว่าแบบจำลองเชิงผนึกพลัง (convergence model) ดังกล่าวไม่ได้ชี้ให้เห็นถึง แนวคิดของ “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” โดยตรง แต่แบบจำลองดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็น บทบาทของการสื่อสารที่เชื่อมโยงกระบวนการมีส่วนร่วมของบุคคลในการตัดสินใจลงมือปฏิบัติ ร่วมกัน (collective action) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แบบจำลองดังกล่าวได้ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของ ตัวแปรต่างๆ ที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วม หรือยุติการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ต่างๆ ของสังคม ไม่ว่าจะเป็นเชิงการรับรู้ การตีความ การทำความเข้าใจ และความเชื่อที่มีต่อ ข้อมูลข่าวสารและบริบทแวดล้อมต่างๆ

แบบจำลองเชิงผนึกพลัง ช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงกระบวนการปรึกษาหารือ (dialogue) ที่ ปรากฏในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน โดยเฉพาะในเรื่องการสร้าง ความเข้าใจ และ การรับรู้ร่วมกัน เพื่อนำไปสู่การลงมือปฏิบัติร่วมกัน

2.1.2.3 แบบจำลองการฟื้นฟูวัฒนธรรม (cultural renewal model)

แบบจำลอง cultural renewal model หรือ “การฟื้นฟูเชิงวัฒนธรรม” ได้รับการ พัฒนาขึ้นโดย Nair & White (1994 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 48) โดยสาระสำคัญของแบบจำลองคือการเน้นความสำคัญของการสื่อสารในลักษณะของ “การ ปรึกษาหารือกัน” (dialogical process) อันมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาที่เน้นการฟื้นฟู วัฒนธรรมเดิม เนื่องจากกระบวนการดังกล่าวเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมมือกัน กำหนด “ความจำเป็น” ในการเปลี่ยนแปลงในขณะเดียวกันก็ “เรียนรู้” เกี่ยวกับการเผชิญหน้า กับแรงกดดันซึ่งมักเป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลง ยิ่งไปกว่านั้นกระบวนการดังกล่าวยัง นำไปสู่การร่วมมือ “สร้างทางเลือกใหม่ให้กับการปฏิบัติการในพื้นที่ และ”การสร้างแนวทาง ปฏิบัติต่างๆ” เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงบรรลุเป้าหมาย

ภาพ 2.5 แบบจำลองการฟื้นฟูวัฒนธรรม (cultural renewal model)



ที่มา: Nair & White, 1994 อ้างถึงใน อ้างถึงใน ปารีชาติ สถาปัตตานนท์ และคณะ. (2549). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน: จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย: 48

หากพิจารณาจากแบบจำลองข้างต้น จะเห็นได้ว่ากระบวนการพัฒนาเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการฟื้นฟูวัฒนธรรม (cultural renewal) และการแสวงหา (search) ทางออกต่างๆ ที่จะนำไปสู่การร่วมลงมือพัฒนา (development process) และการเกิดผลลัพธ์ (outcome) ขึ้น ในลำดับถัดไป แบบจำลองพยายามชี้ให้เห็นว่า ในกระบวนการระดับพื้นผิว (interface process) บุคคลต่างๆ ต้องมีการปรึกษาหารือกัน (dialogue) ควบคู่ไปกับการแสวงหา และการลงมือพัฒนา ในจังหวะดังกล่าวบุคคลมักหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องเผชิญหน้า (confront) กับบุคคล

หลากหลายและคิดหลากหลาย ในขณะที่เดียวกันบุคคลก็ต้องพยายามแสวงหาหนทางในการแก้ไขปัญหา (cope) ไปพร้อมๆกัน ดังนั้นหน้าที่นักสื่อสารรณรงค์ภายใต้แบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมคือ การสนับสนุนให้เกิดการปรึกษาหารือกัน (dialogue) บนพื้นฐานความรู้สึกที่ไวต่อสถานการณ์ (sensitivity) การเคารพความหลากหลาย (respects diversity) และความอดทน (tolerant) (Nair & White, 1994 อ้างถึงใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 48)

Nair & White (1994 อ้างถึงใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 50) กล่าวว่า การดำเนินการดังกล่าวจะให้บุคคลที่เข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาเกิดความเข้าใจ (understanding) ซึ่งมีพื้นฐานมาจากความเคารพความหลากหลายของชุมชน (respects community diversity) ความสามารถพึ่งพาตนเอง (enables self-reliance) การมีส่วนร่วม (participative) การรู้สึกไวต่อสภาวะแวดล้อมอย่างมีเหตุผล (ecologically sensitive) ตลอดจนการตระหนักถึงทรัพยากรต่างๆ (resource aware) นั่นเอง อย่างไรก็ตาม ภายใต้สภาพแรงผลักดันเชิงบริบท (contextual force) กระบวนการปรึกษาหารือเป็นการดำเนินการบนพื้นฐานของการประเมินความจำเป็นต่างๆ (assess needs) ซึ่งเชื่อมโยงกับกระบวนการวิเคราะห์ (diagnostic process) กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory research process) และกระบวนการปฏิบัติการ (action process) ที่มักมีการดำเนินการควบคู่กันไปกับการปรึกษาหารือกันอย่างต่อเนื่อง ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กระบวนการวิเคราะห์ (diagnostic process) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดความจำเป็นต่างๆ (articulate needs) การระบุ (identify) ตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องและการระบุประเด็นปัญหา การค้นพบ (discovery) ข้อมูลต่างๆที่จำเป็นและการทำแผนที่ทางเลือกต่างๆที่สำคัญ
2. กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory research process) เป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อเนื่องจากกระบวนการวิเคราะห์โดยเริ่มต้นจากการคัดเลือกแนวทางต่างๆที่สำคัญ (select alternatives) การออกแบบการวิจัย (design research) การเก็บรวบรวมข้อมูล (gather data) และการวิเคราะห์ข้อมูล (analyze data)
3. กระบวนการปฏิบัติการ (action process) เป็นกระบวนการที่ดำเนินการต่อหลังจากที่มีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยกระบวนการปฏิบัติการเกี่ยวข้องกับการผลักดันแนวปฏิบัติ (pursue action) การตรวจสอบจากกระบวนการปฏิบัติการ มักจะถูกสะท้อนเข้าไปสู่การปรึกษาหารือกันและการผลักดันสู่กระบวนการพัฒนาต่อไป

ปารีชาต สถาปิตานนท์ และคณะ (2549: 49-50) สรุปแนวคิดของแบบจำลองการฟื้นฟูวัฒนธรรม (cultural renewal model) โดยกล่าวว่า การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นครอบคลุมขอบเขตที่กว้างขวางและลึกซึ้งกว่าสิ่งที่ปรากฏในระดับสายตา นั่นหมายความว่าในกรณีที่บุคคลกลุ่มต่างๆ ได้ก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง การกระทำดังกล่าวมิได้รับประกันว่าการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้นเสมอไป แต่ในกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้นหรือไม่นั้น บุคคลผู้เกี่ยวข้องจำเป็นต้องวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกต่างๆ ประกอบด้วย อาทิ

- เป้าหมายของการเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมต่างๆ เหล่านั้น เน้นการทำความเข้าใจร่วมกันของทุกฝ่ายหรือไม่
- ข้อมูลข่าวสารมีการไหลแบบสองทิศทางในแนวระนาบหรือไม่
- ทุกฝ่ายมีโอกาสอย่างเท่าเทียมในการเป็นผู้รับส่ง-ผู้รับสารหรือไม่ หรือมีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งผูกขาดบทบาทเป็นผู้ส่งสารหรือไม่
- หลังจากกิจกรรมสิ้นสุดแล้ว ทุกฝ่ายได้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมกัน บนพื้นฐานของการเข้าใจและการตัดสินใจร่วมกันหรือไม่

การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้น หากกิจกรรมที่มุ่งเน้นมีส่วนร่วมของประชาชนได้ให้ความสำคัญกับการเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายได้ทำความเข้าใจร่วมกัน ผ่านการแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ ในแนวระนาบอย่างรอบคอบ รอบด้าน และ อิสระ โดยปราศจากการผูกขาดบทบาทของผู้ส่งสารไว้ที่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ตลอดจนนำไปสู่ผลลัพธ์ที่สำคัญ นั่นก็คือ การตัดสินใจเกี่ยวกับการปฏิบัติการร่วมกันบนพื้นฐานของความเข้าใจร่วมกันนั่นเอง (ปารีชาต สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 50)

แบบจำลองการฟื้นฟูวัฒนธรรมได้เพิ่มมุมมองต่อการพิจารณากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในมุมมองที่ต่อยอดจากแบบจำลองเชิงฉันทกพลัที่ให้ความสนใจในปฏิสัมพันธ์ในระดับบุคคล โดยเน้นที่กระบวนการมีส่วนร่วมทั้ง เป้าหมาย การไหลของข่าวสาร การเท่าเทียมกันของคู่สนทนา และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน เป็นต้น ผู้วิจัยจะได้นำเอาหลักคิดสำคัญดังกล่าวของแบบจำลองการฟื้นฟูวัฒนธรรมมาใช้ในการอธิบายกระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชนต่อไป

2.1.2.4 กระบวนการสื่อสารรณรงค์แบบมีส่วนร่วม

ความเคลื่อนไหวของการสื่อสารรณรงค์นั้น ได้ขยายจากการใช้สื่อมวลชนไปสู่การสื่อสารระหว่างบุคคล สื่อประเพณี สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล โดยสื่อในการรณรงค์ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก (facilitator role) ด้านข่าวสารทุกประเภทจากทุกแหล่งข่าวให้แก่ชุมชน ซึ่ง

กระบวนการแบบนี้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าเป็นพื้นฐานของการรณรงค์แบบมีส่วนร่วมจากภาคประชาชนอย่างชัดเจน (citizen participation) ซึ่งการพัฒนาสื่อชุมชนแบบมีส่วนร่วม (participatory community media) เป็นการดำเนินการต่างๆ ที่เชื่อมั่นว่า สื่อมวลชนในระดับใหญ่และระดับเล็กเป็นสิ่งที่ทรงพลัง การมีส่วนร่วมในระดับต้นจะเกิดขึ้นหากประชาชนมีโอกาสเข้าถึงสื่อประเภทต่างๆ โดยเฉพาะสื่อที่เหมาะสม นอกจากนี้การมีส่วนร่วมในระดับก้าวหน้าจะเกิดขึ้น หากประชาชนได้มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบสื่อ การดำเนินการผลิตสื่อ ตลอดจนการประกอบกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร โดยเน้นการจัดการด้วยตนเอง (self-management) หรือการจัดการสื่อโดยชุมชน-เพื่อชุมชน-ของชุมชนนั่นเอง (Singhal, 2004)

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2547ข) ได้อธิบายถึงการมีส่วนร่วม (participation) ไว้ว่า หมายถึง การมีส่วนร่วมในทุกๆ ระดับในกระบวนการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการสื่อสารภายในชุมชน ตั้งแต่เริ่มคิดไปจนกระทั่งการผลิต การจัดการ การใช้สื่อชุมชนต่างๆ ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมหรือมีโอกาสเข้าร่วมได้ทุกขั้นตอน ซึ่งสามารถแบ่งระดับการมีส่วนร่วมได้สามระดับ คือ

ระดับแรกหมายถึงการมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร / ผู้ใช้สาร (audience / receiver / users) เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับล่างที่สุด กล่าวคือในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ต้นยังอยู่ในการกำหนดของผู้ส่งสาร ไม่ว่าจะเป็นทางเลือกประเด็นเนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ ไปจนกระทั่งเลือกช่องทางสื่อที่จะใช้เผยแพร่ ผู้รับสารก็ยังคงมีฐานะเป็นเพียง ผู้รับสาร แต่เพียงอย่างเดียว

ระดับต่อมาเป็นการมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง / ผู้ผลิต (sender/ producer) ซึ่งเป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตด้วย โดยแบ่งได้เป็นหลายขั้นตอนตามหลักแนวคิดของการผลิตสื่อ ได้แก่ ขั้นตอนการผลิต (pre-production stage) ขั้นตอนการผลิต (production stage) และขั้นหลังการผลิต (post-production stage)

ประการสุดท้ายเป็นการมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (policy maker/ planner) เป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วมในระดับกว้าง หมายถึง การวางแผนและกำหนดนโยบายดำเนินการใช้สื่อเป็นการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างสื่อแต่ละประเภท เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ ส่วนในระดับแคบลงมา อาจจะหมายถึงการมีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบายของสื่อบางประเภทที่จะเข้ามาในชุมชน ซึ่งในการมีส่วนร่วมนี้ ชุมชนเองจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินงานของสื่อ ซึ่งรวมทั้งด้านงบประมาณ อุปกรณ์ บุคลากร ส่วนสื่อนั้นก็ต้องตอบสนองความต้องการของชุมชน

จะสังเกตได้ว่า ยิ่งระดับของการมีส่วนร่วมสูงมากขึ้นเท่าใด สัดส่วนของชุมชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วมได้ก็จะเล็กลง กล่าวคือในระดับผู้บริหาร คนในชุมชนทุกคนสามารถ มีส่วนร่วมได้ แต่เมื่อขึ้นมาถึงขั้นตอนการผลิต ก็อาจจะมีคนบางกลุ่มในชุมชนเท่านั้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมจนกระทั่งถึงขั้นตอนสุดท้าย คือระดับการวางแผนและนโยบายนี้ ก็คงมีตัวแทนบางคนเท่านั้นจากชุมชนที่จะเข้ามาดำเนินกิจกรรมในระดับนี้

Singhal (2001: 9) ได้พัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมโดยให้ความสำคัญกับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องของประชาชนในท้องถิ่นเป็นเกณฑ์ ที่เรียกว่าหลักการ “6Cs” ซึ่งประกอบด้วย

1. การร่วมมือ (co-operation) หรือ การทำงานบนความร่วมมือของคนในท้องถิ่น (working on local people) หลักการดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการคัดเลือกตัวแทน ซึ่งบุคคลดังกล่าวมักไม่ใช่บุคคลที่สามารถให้ข้อมูลที่สำคัญได้เป็นอย่างดี หรือเป็นบุคคลที่มีอำนาจในชุมชน
2. การยินยอม (compliance) หรือการทำงานเพื่อคนในท้องถิ่น (working for the local people) หลักการดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการมอบหมายภารกิจ/หน้าที่ พร้อมๆ กับการเสนอสิ่งกระตุ้นเร้าใจต่างๆ อย่างไรก็ตาม บุคคลภายนอกทำหน้าที่เป็นผู้กำหนดวาระสำคัญและทิศทางการดำเนินกระบวนการต่างๆ
3. การให้คำปรึกษา (consultation) หรือ การทำงานเพื่อคนในท้องถิ่นและกับบุคคลในท้องถิ่น (working for the local people and with local people) หลักการดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการสอบถามความคิดเห็นต่างๆ ของสมาชิกในชุมชนท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม บุคคลภายนอกยังคงทำหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูลและมีอำนาจในการตัดสินใจลงมือกระทำกิจกรรมต่างๆ
4. การให้ความร่วมมือ (cooperation) หรือ การทำงานกับคนในท้องถิ่น (working with the local people) แนวทางดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการที่สมาชิกในชุมชนและบุคคลภายนอกทำงานร่วมกันเพื่อแสวงหาแนวทางที่เหมาะสม โดยในกรณีนี้บุคคลภายนอกมีบทบาทหน้าที่เฉพาะด้านการสนับสนุนข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางต่างๆ ในการดำเนินการ ในขณะที่บุคคลในท้องถิ่นเป็นผู้ตัดสินใจดำเนินงาน
5. การเรียนรู้ร่วมกัน (co-learning) หรือ การทำงานกับบุคคลในท้องถิ่นและโดยบุคคลในท้องถิ่น (working with local people and by the local people) แนวทางดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการที่สมาชิกในชุมชนและบุคคลภายนอกแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อสร้างความเข้าใจต่างๆ ร่วมกันและทำงานร่วมกันเป็นทีม เพื่อช่วยกันกำหนดแผนการดำเนินกิจกรรมโดยบุคคลภายนอกทำหน้าที่สนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ ของสมาชิกในชุมชน
6. การลงมือกระทำร่วมกัน (collective action) หรือ การทำงานโดยบุคคลในท้องถิ่น (by the local people) เกี่ยวข้องกับการที่สมาชิกท้องถิ่นเป็นผู้กำหนดวาระของตนของและ

ขับเคลื่อนวาระดังกล่าวไปสู่การปฏิบัติ โดยปราศจากความคิดริเริ่มจากบุคคลภายนอก หรือการสนับสนุนกระบวนการโดยบุคคลภายนอก

ดังนั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนน่าจะหมายถึง การกระจายอำนาจให้ชุมชนได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมการศึกษาและการพัฒนาทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การเข้าร่วมกำหนดปัญหาในชุมชน ตัดสินใจร่วมกันในการวางแผนแก้ไขปัญหา ลงมือแก้ไขปัญหาาร่วมกัน และประเมินผล ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นต้องคำนึงถึงพื้นฐานของระบบความเชื่อ ทศนคติและวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน ด้วย ขั้นตอนในการเข้ามีส่วนร่วมของชุมชนนั้น จำريอุ โยชิด (2549: 189-191) ได้สรุปขั้นตอนไว้ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการศึกษาและวิเคราะห์ชุมชนเพื่อนำไปสู่การค้นหาค้นหาปัญหา และความต้องการอย่างแท้จริง (real need) ของชุมชน หากชาวบ้านยังไม่สามารถเข้าใจปัญหา และยอมรับความสำคัญของปัญหากิจกรรมต่างๆ ที่ตามมาก็จะไร้ผล เพราะชาวบ้านมองไม่เห็นความสำคัญของกิจกรรมนั้น
2. การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา การทราบสาเหตุของปัญหาก็เพื่อการแก้ไข นั้นเกิดขึ้นตรงจุดมากที่สุด
3. การมีส่วนร่วมในการเลือกวิธีและวางแผนในการแก้ปัญหา การแก้ปัญหาอาจทำได้มากกว่าหนึ่งวิธี แต่ละวิธีอาจมีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน และควรปล่อยให้ชาวบ้านเป็นฝ่ายตัดสินใจเลือกวิธีการแล้วจึงวางแผนเพื่อแก้ปัญหาในการวางแผนอาจมีอุปสรรคได้ เนื่องจากชาวบ้านทอาจได้รับการศึกษาน้อย ดังนั้นอาจใช้การวางแผนโดยวาจาแทนลายลักษณ์อักษร
4. การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามแผน ทำให้เกิดความรู้สึกร่วมเป็นเจ้าของกิจกรรมนั้นและทำให้สามารถแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง และเมื่อมองเห็นประโยชน์ก็จะสามารถดำเนินกิจกรรมนั้นด้วยตนเองต่อไปได้ แม้จะขาดผู้แนะนำแล้วก็ตาม
5. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล เพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้า และสัมฤทธิ์ผลของการดำเนินกิจกรรม การประเมินผลจึงเป็นการรวบรวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากร วิธีการปฏิบัติในการดำเนินกิจกรรม รวมทั้งการวิเคราะห์ปัญหา และอุปสรรคต่างๆ เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการดำเนินงาน และได้มีส่วนร่วมพิจารณาทบทวนจุดเด่นและจุดอ่อนในการดำเนินงานว่าอยู่ตรงไหน ขั้นตอนใด และเรื่องอะไร หากเป็นจุดเด่น ก็จะได้ยึดถือและสนับสนุนเป็นแนวปฏิบัติต่อไปด้วยความมั่นใจ แต่หากเป็นจุดอ่อนจะได้หาทางแก้ไขให้ทันทั่วทั้งที่ เพื่อลดการสูญเปล่าของการใช้ทรัพยากร และช่วยให้โครงการดำเนินไป อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงบรรลุผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างแท้จริง

ผู้วิจัยใช้แนวคิดกระบวนการมีส่วนร่วม เพื่อกำหนดขั้นตอนการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ นอกจากนี้ผู้วิจัยพยายามยังจะศึกษาถึงระดับการมีส่วนร่วม

ของเยาวชนในกระบวนการสื่อสาร โดยนำเอาแนวคิด 6C ของ Singhal (2001) มาพัฒนาในแบบจำลองด้วย

2.1.2.5 เงื่อนไขและปัจจัยของการมีส่วนร่วม

ปาริชาติ วลัยเสถียร (2546) กล่าวถึง เงื่อนไขและปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชนประกอบด้วย สภาพทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และกายภาพ ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และมีการกระจายอำนาจในการตัดสินใจให้แก่ประชาชนในการกำหนดกิจกรรมพัฒนา นอกจากนี้ ยังมีองค์ประกอบที่สนับสนุนประชาชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมพัฒนา ชุมชน คือ เงื่อนไขของโครงการพัฒนา ตัวนักพัฒนาเองที่ต้องมีการศึกษาชุมชนร่วมกับประชาชนและมีความตั้งใจทำงานพัฒนา และมีความพร้อมที่จะทำงานกับประชาชน และผู้นำชุมชนมีศักยภาพซึ่งเป็นผู้ที่ประชาชนเลือก และไว้วางใจให้เป็นตัวแทนในการทำกิจกรรม ก็เป็นเงื่อนไขสำคัญในการผลักดันให้กิจกรรมพัฒนาชุมชนประสบผลสำเร็จ โดยผู้นำจะต้องมีประวัติการทำงานเพื่อส่วนร่วม มีความจริงใจ/ความตั้งใจในการทำงาน ได้รับการยอมรับนับถือจากประชาชน และมีความสามารถในการกระตุ้นให้ประชาชนเห็นถึงปัญหา

นอกจากเงื่อนไขที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว เงื่อนไขทางด้านสังคม และจิตวิทยาของบุคคล และกลุ่ม ยังเป็นสถานการณ์ผลักดันให้บุคคลรวมกลุ่มกันวางแผน และร่วมกันแก้ไขปัญหาของส่วนรวม การมีส่วนร่วมจึงเกิดจากเงื่อนไขด้านความสนใจ และความห่วงกังวลร่วมกัน ความเดือนร้อน และความไม่พึงพอใจร่วมกัน การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนไปในทิศทางที่พึงปรารถนา

เงื่อนไขที่จะทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา สามารถแบ่งออกได้เป็นหกประเภท ดังนี้

1. เงื่อนไขทางการเมืองการปกครอง สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ทั้งการกระจายอำนาจทางการเมืองออกไปในทุกๆระดับและกระจายอำนาจในการตัดสินใจให้ประชาชน สภาพทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และกายภาพของชุมชน เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าร่วม และสิทธิความเป็นพลเมือง
2. เงื่อนไขของโครงการพัฒนา ที่โครงการพัฒนา มีความสะดวกกับประชาชนที่จะมาเข้าร่วม มีการกระจายความรับผิดชอบ ร่วมกันเป็นเจ้าของ การพัฒนาทักษะการเป็นผู้นำ และมีการเสริมด้านวิทยาการแก่สมาชิกกลุ่ม
3. เงื่อนไขของนักพัฒนา ที่ต้องมีความตั้งใจ ความมุ่งมั่นในการทำงานพัฒนา และความพร้อมทั้งกายและใจที่จะทำงานร่วมกับประชาชน การรับฟังปัญหาและการร่วมทุกข์ร่วมสุขกับ

ประชาชน การศึกษาชุมชนร่วมกับประชาชน การสนับสนุนด้านกำลังใจเพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในการแก้ปัญหา และการสนับสนุนด้านวิชาการและเทคโนโลยี

4. เงื่อนไขของผู้นำ ที่จะต้องมีประวัติการทำงานเพื่อส่วนรวม มีความจริงใจ และตั้งใจในการปรับปรุงสภาพของชุมชน ได้รับการยอมรับนับถือจากชาวบ้าน มีความสามารถในการกระตุ้นชาวบ้านให้เห็นถึงปัญหา

5. เงื่อนไขทางการบริหารจัดการ ที่ต้องมีการประสานการดำเนินงานกับองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน และภาคเอกชน มีศักยภาพของชุมชนในการบริหารจัดการ มีกองทุน หรือทรัพย์สินที่สมาชิกในกลุ่มร่วมกันเป็นเจ้าของ

6. เงื่อนไขทางสังคม-จิตวิทยา ในเรื่องการให้ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน, ความเดือนร้อน ความไม่พึงพอใจร่วมกัน การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชน ในทิศทางที่ปรารถนา การเห็นประโยชน์ในการเข้าร่วม การมีอิสรภาพและมีเวลาที่จะมีส่วนร่วม และแรงจูงใจจากความสำเร็จของกลุ่ม

2.1.2.6 เทคนิคการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม

ปาริชาต วลัยเสถียร (2546) กล่าวว่าวิธีการให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในงานพัฒนาชุมชนนั้น นักพัฒนาจะต้องใช้เทคนิค วิธีการ ข้อมูลข่าวสาร และสื่อต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนได้มาเข้าร่วม สำหรับในกรณีที่มีสถานการณ์ปัญหาเร่งด่วนเกิดขึ้นในชุมชน การสร้างการมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้นเร็ว โดยจะอยู่ในรูปแบบของการเคลื่อนไหว เช่น การชุมนุมประท้วง การเดินขบวน การเสนอข้อเรียกร้อง การเจรจาต่อรอง การสร้างพันธมิตรการใช้สัญลักษณ์ การประกอบพิธีกรรม เป็นต้น โดยมีสื่อมวลชนเป็นฝ่ายเชื่อมระหว่างขบวนการกับสาธารณชน เพื่อเสนอปัญหาที่เกิดขึ้นต่อสังคมส่วนในกรณีที่ไม่มีการจัดการปัญหาเร่งด่วน นักพัฒนาจะต้องสร้างแรงจูงใจเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม โดยใช้เทคนิคการกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งแบ่งออกเป็นสามวิธีการหลักๆ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ประการแรกคือการใช้เทคนิคทางจิตวิทยา โดยเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยการกระตุ้นและให้การศึกษาแบบไม่เป็นทางการ เช่น การจับกลุ่มพูดคุย การถกเถียงปัญหา ฯลฯ การสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนรวมกลุ่มกันทำงาน และการสร้างความภูมิใจให้กับสมาชิกโดยผู้นำต้องให้ความสนใจต่อสมาชิกในกลุ่มอย่างเท่าเทียมกัน

วิธีการที่สองคือเทคนิคการประชาสัมพันธ์ โดยการใช้สื่อบุคคลในการติดต่อสื่อสารกันโดยตรง เช่น การประชุมการพบปะ การติดต่อผ่านผู้นำ ฯลฯ หรือ การใช้สื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน หรือสื่อชุมชน เช่น เสียงตามสาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม การใช้เทคนิค

ดังกล่าวจะต้องขึ้นอยู่กับสภาพทางกายภาพ และความสัมพันธ์ของคนในชุมชนโดยข้อมูลที่นำเสนอ จะต้องมีความถูกต้อง และชัดเจน

วิธีการสุดท้ายคือเทคนิคด้านการบริหาร เช่น การศึกษาชุมชนก่อนการพัฒนาชุมชน การวางแผนดำเนินกิจกรรมของชุมชนต้องอยู่บนพื้นฐานความต้องการของประชาชนในชุมชน การใช้กระบวนการกลุ่มเพื่อกระตุ้นให้มีส่วนร่วมในการทำงาน การจัดโครงสร้างองค์ที่เป็นอิสระจากการครอบงำจากภายนอก การพัฒนาผู้นำในท้องถิ่นโดยการฝึกอบรม การสนับสนุนทรัพยากร เงิน วัสดุ วิชาการ และเทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้นำต้องวางตัวเป็นกลาง มีความซื่อสัตย์ สุจริตและมีความเสียสละ

2.1.2.7 ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการมีส่วนร่วม

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัญหาและอุปสรรคของการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา ปัญหาส่วนใหญ่ที่พบจะเป็นปัญหาด้านนโยบายของรัฐที่เกี่ยวกับการขาดการรับฟังความคิดเห็นและกระบวนการทำงานร่วมกับภาคประชาชน ปัญหาด้านโครงสร้างสังคมไทย ปัญหาด้านเงินทุน ฯลฯ

ในส่วนของปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของภาครัฐและเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การครอบงำโดยรัฐบาลและกลุ่มบุคคลต่างๆ ในลักษณะที่เรียกว่า การพัฒนาที่จัดการให้แก่ประชาชนถึงแม้รัฐบาลจะเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม แต่การมีส่วนร่วมนั้นเป็นไปเพื่อสนับสนุนกิจกรรมตามเจ้าหน้าที่ของรัฐกำหนด รวมทั้งการดำเนินการโดยขาดการปรึกษาหารือของคนในท้องถิ่นกรณีโครงการภาครัฐบางโครงการที่ดำเนินการไปโดยปราศจากข้อมูลทั้งสองฝ่าย เป็นต้น ดังนั้นบทบาทของประชาชน คือ เป็นผู้สนับสนุน และเป็นผู้นิยามยอมตามที่รัฐบาลกำหนด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือรัฐเป็นฝ่ายกำหนดเป้าหมายและกิจกรรมการพัฒนาไว้ก่อน และให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมที่กำหนดไว้

นอกจากปัญหา และอุปสรรคที่เกิดจากการดำเนินงานของรัฐดังกล่าวข้างต้นแล้ว มีการศึกษาถึงโครงสร้างของสังคมไทย ที่อาจถูกจำกัดโดยลักษณะโครงสร้างทางสังคม และวัฒนธรรมไทย เช่น ระบบอุปถัมภ์ ความเกรงใจมีผลทำให้คนบางกลุ่มในชุมชนเข้าร่วมในโครงการต่างๆ นอกจากนี้ ประชาชนไม่กล้าแสดงความคิดเห็นต่อกระบวนการทำงาน ซึ่งอาจเกิดจากความเกรงใจ หรือความกลัว

นอกจากนี้ปัญหาและอุปสรรคต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอื่นๆ ที่น่าสนใจคือ ชาวบ้านยังมองไม่เห็นความสำคัญในบทบาทของตน ประชาชนเกิดความเบื่อหน่ายต่อการทำงานของข้าราชการ การมีภาระหน้าที่ส่วนตัวและในครอบครัว ชาวบ้านขาดความสามัคคี และ

มีการแบ่งพรรคแบ่งพวก ชาวบ้านบางคนเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน และมีความคิดเห็นไม่ตรงกัน และไม่รับฟังความคิดเห็นของคนอื่น ผู้นำไม่ได้รับความเชื่อถือ และศรัทธาจากประชาชนเท่าที่ควรนอกจากนี้

กล่าวโดยสรุป แนวคิดของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) เป็นการให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นแบบสองทางที่สมดุลกัน รวมทั้งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่องกันระหว่างคู่สื่อสารโดยอาศัยช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลและสื่อขนาดเล็กที่สามารถเข้าถึงคนอย่างทั่วถึงได้มากกว่าการใช้สื่อมวลชน ซึ่งการมีส่วนร่วมเกิดจากความคิดร่วมกันสามประการ คือ

1. ความสนใจและการห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจและความห่วงกังวลส่วนบุคคล ซึ่งบังเอิญต้องกัน กลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลของส่วนรวม
2. ความเดือดร้อนและความไม่พึงพอใจร่วมกัน ที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้นผลักดันให้พุ่งไปสู่การรวมกลุ่มวางแผน
3. การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนไปในทิศทางที่ปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนี้จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกระทำการที่ตอบสนองต่อความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนี้

ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องเงื่อนไข เทคนิคการกระตุ้น รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการมีส่วนร่วมของ ประชาธิปไตย (2546) มาช่วยกำหนดตัวแปรด้านปัจจัยแรงปฏิบัติการ โดยผู้วิจัยได้นำเอาปัจจัยด้านจิตวิทยา การประชาสัมพันธ์ และการบริหารจัดการ มาพัฒนาเป็นตัวแปรต่างๆ ในปัจจัยแรงปฏิบัติการ โดยประกอบการพิจารณาร่วมกับแบบจำลองเชิงบูรณาการของการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงเชิงสังคม (Integrated Model of Communication for Social Change) ของ Figueroa et al. (2002)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสุขภาพ

การสื่อสารเพื่อสุขภาพเป็นบริบทหนึ่งของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา และเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจที่สุดประเด็นหนึ่ง เราใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดการสื่อสารสุขภาพ เป็นการเรียนรู้ในด้านการสื่อสารสุขภาพ โดยเป็นกระบวนการสื่อสารเชิงการป้องกัน พฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพ และการศึกษาผลต่างๆ ที่เกิดขึ้นในระดับชุมชนและสังคม เพื่อเป้าหมายในการสร้างสังคมที่มีความมั่นคงทางด้านสุขภาพ

Paisley (2001: 5) ได้ให้นิยามเกี่ยวกับการสื่อสารด้านสุขภาพว่า

“การสื่อสารด้านสุขภาพเป็นการดำเนินการของบุคคลกลุ่มหนึ่งซึ่งมุ่งมั่นในการเปลี่ยนแปลงความเชื่อหรือพฤติกรรมของบุคคลกลุ่มอื่นๆ ผ่านการ จัดกิจกรรมด้านการสื่อสาร รณรงค์ และการใช้สื่อต่างๆ อาทิ โบรชัวร์ โปสเตอร์ ชี้นงานโฆษณา แผ่นป้ายบิลบอร์ด มาสคอร์ด สัญลักษณ์ สโลแกน กุญแจ เป็นต้น ตลอดจนการดำเนินการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ หรือพฤติกรรมของ บุคคลกลุ่มอื่นๆ โดยใช้มาตรการร่วมอื่นๆ ซึ่งไม่ใช่การสื่อสาร อาทิ การปรับเปลี่ยนกลไกเชิงพฤติกรรมเพื่อสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพ เป็นต้น”

Kreps & Thornton (1992: 2) ได้ให้นิยามเกี่ยวกับการสื่อสารด้านสุขภาพโดยอิงเป้าหมาย ของผู้สื่อสารเป็นสำคัญ โดยชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารด้านสุขภาพ คือ การสนับสนุนให้บุคคลตระหนักถึงปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพ การส่งเสริมให้คนดูแลสุขภาพตนเอง การสนับสนุนให้คนเข้าถึงแนวทางในการป้องกันรักษา และการนำกลยุทธ์ที่เหมาะสมไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้อัตราเสี่ยงต่างๆ เกิดขึ้นน้อยที่สุดในสังคมไทย พบว่าหลายๆ ฝ่ายมักมองว่าการสื่อสารด้านสุขภาพเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการสื่อสารในระดับชุมชนและสังคมในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพะทางกาย จิต สังคม และปัญญา คำว่า “สุขภาพ” ในกระบวนทัศน์ใหม่นั้นหมายถึง สุขภาวะที่สมบูรณ์ทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ ซึ่งสุขภาวะในแต่ละด้านก็ส่งผลกระทบต่อซึ่งกันและกันมิได้แยกขาดจากกัน

“สุขภาพ” จึงรวมความหมายถึง สุขภาวะที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิต ทางสังคม และทางจิตวิญญาณ หรือสุขภาวะที่สมบูรณ์ทุกๆ ทางเชื่อมโยงกัน สะท้อนถึงความเป็นองค์รวมอย่างแท้จริงของสุขภาพที่เกื้อหนุนและเชื่อมโยงกันทั้งสี่มิติ ซึ่งความหมายในแต่ละด้าน (วิริยะสว่างโชติ, 2550 อ้างถึงใน สุรัชตา รากา, 2550: 66) คือ

1. สุขภาวะทางกาย หมายถึง การมีร่างกายที่สมบูรณ์แข็งแรง มีเศรษฐกิจพอเพียง มีสิ่งแวดล้อมดีไม่มีอุบัติเหตุ เป็นต้น
2. สุขภาวะทางจิต หมายถึง จิตใจที่เป็นสุข ผ่อนคลาย ไม่เครียด คล่องแคล่ว มีความเมตตา กรุณา มีสติ มีสมาธิ เป็นต้น
3. สุขภาวะทางสังคม หมายถึง การอยู่ร่วมกันด้วยดี ในครอบครัว ในชุมชน ในที่ทำงาน ในสังคมในโลกร ซึ่งรวมถึงการมีบริการทางสังคมที่ดี และมีสันติภาพ เป็นต้น
4. สุขภาวะทางปัญญา (จิตวิญญาณ) หมายถึง ความสุขอันประเสริฐที่เกิดจากมีจิตใจสูงเข้าถึงความจริงทั้งหมด ลดละความเห็นแก่ตัว มุ่งเข้าถึงสิ่งสูงสุด ซึ่งหมายถึงพระนิพพาน หรือพระผู้เป็นเจ้าของหรือความดีสูงสุด สุดแล้วแต่ความเชื่อที่แตกต่างกันของแต่ละคน

ดังนั้น การที่จะทำให้คนในสังคมมีสุขภาวะที่สมบูรณ์ทุกด้านดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้นได้ จึงจำเป็นต้องใช้ "การสื่อสาร" มาช่วยเพื่อให้เกิดการสร้างความตระหนัก รู้จัก รักษา ดูแลและป้องกันตนเองในเรื่องพฤติกรรมเสี่ยงกับสุขภาพ การรณรงค์ทางสุขภาพจึงเป็นหนทางหนึ่งที่แสดงออกถึง "การสื่อสารสุขภาพ" เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่คนในสังคมเป็นสำคัญ

วาสนา จันทรสว่าง (2548ก: 13) นิยามการสื่อสารสุขภาพ (health communication) ไว้ คือ การศึกษาและการใช้กลยุทธ์การสื่อสารในงานสุขภาพเป็นกลวิธีในการนำเสนอข้อมูลการ เผยแพร่ข่าวสารความรู้ด้านสุขภาพผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไป ได้รับรู้ สนใจ ตระหนักในเรื่องของสุขภาพ โดยเน้นกระบวนการการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร คือ แจ้งให้ทราบ (to inform) สอนหรือให้ การศึกษา (to educate) ทั้งนี้เพื่อความสำเร็จในการดำเนินการสื่อสารสุขภาพ (communication for health) เกิดการเรียนรู้และพัฒนาองค์ความรู้อย่างเท่าทันในด้านสุขภาพ (health literacy) เป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาวะที่สมบูรณ์และเชื่อมโยงกันอย่างเป็นองค์รวมอย่างสมดุล ทั้ง ทางกาย จิต สังคม และจิตวิญญาณ ฉะนั้น การสื่อสารสุขภาพจึงไม่ได้มองแค่เพียงว่าทำอย่างไร ให้ประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายรับรู้ สร้างสุขภาพดีเพียงแค่ร่างกายและจิตใจเท่านั้น ยังรวมไปถึงสุขภาวะทางด้านสังคมและจิตวิญญาณด้วย เป็นต้น

ปาริชาติ สถาปิตานนท์, กิตติ กันภัย, พัฒนพงษ์ จาติเกตุ และปิยะนารถ จาติเกตุ (2546: 7) ได้อธิบายว่า การสื่อสารด้านสุขภาพ หมายถึง "การจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่แนวคิด เกี่ยวกับสุขภาพเพื่อนำไปสู่เป้าหมายในการมีสุขภาวะที่ดี ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจเป็นกิจกรรม ที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานในส่วนกลาง และเผยแพร่ไปสู่ส่วนภูมิภาคต่าง ๆ หรือเป็นกิจกรรมที่ริเริ่ม โดยบุคคลกลุ่มต่าง ๆ เพื่อมุ่งเน้นการเผยแพร่และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน"

ในเชิงปฏิบัติ เราสามารถสัมผัสกิจกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารสุขภาพในประเด็นต่าง ๆ ใน สังคมไทยมากมาย นับตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสารขององค์การภาครัฐเกี่ยวกับมาตรการ ป้องกัน โรคระบาดและโรคไม่ระบาดต่าง ๆ กระตุ้นให้ประชาชนตระหนักเกี่ยวกับพฤติกรรม สุขภาพ และ พฤติกรรมที่เสี่ยงต่อการเจ็บป่วยต่าง ๆ การเชิญชวนให้บุคคลกระทำพฤติกรรมที่เอื้อต่อการมี สุขภาพดี เช่น การออกกำลังกาย การรับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะ การหลีกเลี่ยงการใช้ สารเสพติดต่าง ๆ อาทิ บุหรี่ แอลกอฮอล์ และยาเสพติด ตลอดจนการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม ของประชาชนในการดูแลสุขภาพของผู้ป่วย เป็นต้น

วาสนา จันทรสว่าง (2548ก) กล่าวถึงองค์ประกอบในการสื่อสารสุขภาพ ประกอบด้วย

1. ผู้ส่งสาร หมายถึง ผู้นำด้านสุขภาพ หรือผู้ปฏิบัติการด้านสุขภาพ ซึ่งมีบทบาทในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสู่กลุ่มเป้าหมาย

2. เนื้อหาของสาร ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจ การสร้างจิตสำนึกเพื่อการสร้างเสริมปรับเปลี่ยน และคงไว้ซึ่งพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องและเหมาะสม เพื่อพัฒนาสุขภาพและคุณภาพชีวิต
3. สื่อหรือช่องทาง กิจกรรม วิธีการ
4. กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ ทั้งกลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเป้าหมายรอง และประชาชนทั่วไป
5. ผลของการสื่อสาร อาจเกิดขึ้นในรูปของการรับรู้ ความสนใจ ความตระหนัก และการปฏิบัติตนด้านสุขภาพ
6. ผลกระทบ คือ ประโยชน์หรือโทษที่เกิดขึ้นตามมาจากการดำเนินงานโครงการสื่อสาร

การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจนั้นถือเป็นแนวคิดในการนำมาใช้เพื่อการสื่อสารด้านสุขภาพในยุคแรก ซึ่งถือเป็นการให้สุขศึกษา (health education) เพื่อให้สามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายให้ปฏิบัติตามแผนที่ได้ทำการสื่อสารเอาไว้ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2549: 25) การโน้มน้าวใจจึงถือเป็นกระบวนการโดยเริ่มจากการทำการโน้มน้าวใจต้องมีเป้าหมายที่แน่นอนว่า จะชักชวนให้เขาทำอะไรต้องวิเคราะห์ผู้รับสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากในการโน้มน้าวใจ เพราะจะได้เตรียมและนำเสนอสารที่มีความเหมาะสมกับผู้รับสาร และต้องเลือกสื่อหรือช่องทางไปยังผู้รับสารที่มีความเหมาะสมด้วย ต่อมาในยุคที่สอง คือ การส่งเสริมสุขภาพ (health promotion) เป็นการใช้กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจแบบมีส่วนร่วม ผลที่เกิดขึ้นก็จะวัดในเรื่องความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม และยุคที่สามคือปัจจุบันจะเป็นการสื่อสารสุขภาพ (health communication) กลยุทธ์การสื่อสารเป็นกลยุทธ์ที่หลากหลายแต่เน้นในเรื่อง "การมีส่วนร่วม" โดยผลที่เกิดขึ้นจะเป็นการรับรู้ความหมายร่วมกัน และรู้สึกร่วมกันเป็นต้น

2.3 การสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์: การสื่อสารรณรงค์

จากที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา ทั้งแนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจาย (diffusion model) และแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory model) ทำให้เราพบว่าองค์ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อพัฒนานั้น ได้ถูกการทดสอบ ท้าทาย และเปลี่ยนผ่านมาตลอดเวลา แต่การเปลี่ยนผ่านของทฤษฎีในการสื่อสารนั้น ไม่ได้หมายถึงการแทนที่ (substitute) ที่แนวคิดและทฤษฎีเก่าจะถูกแทนที่ด้วยแนวคิดและทฤษฎีใหม่ๆ แต่การพัฒนาของทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงนั้น มักเกิดขึ้นในลักษณะเชิงคู่ขนาน (parallel development) และมีภาพของการผสมผสานระหว่างหลากหลายแนวคิดทฤษฎีเข้าด้วยกัน (Waisbord, 2001) ซึ่งความพยายามในการพัฒนาแนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารนี้ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในกิจกรรมการรณรงค์ด้านสุขภาพอยู่ตลอดเวลา (Rogers & Storey, 1987

อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543: 226) ผู้วิจัยจะได้อธิบายให้เห็นภาพการเคลื่อนไหวของแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่อยู่ในบริบทการจัดการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์อย่างการสื่อสารรณรงค์ ดังนี้

2.3.1 คำนิยามของการสื่อสารรณรงค์

การสื่อสารรณรงค์ภายใต้แนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจาย เน้นการแพร่กระจายความรู้ และนวัตกรรมทางสุขภาพ ผ่านไปยังผู้รับสารเพื่อให้เกิดการยอมรับและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เมื่อเราพิจารณาถึงคำนิยามของการสื่อสารรณรงค์ ก็สะท้อนถึงลักษณะดังกล่าว คำนิยามด้านการรณรงค์สามารถแบ่งได้เป็นสองประเภท โดยประเภทแรกนั้นเราให้คำนิยามการสื่อสารรณรงค์ตามวัตถุประสงค์ (objectives) ของการรณรงค์ ที่ให้ความสนใจในการการที่จะมีอิทธิพลต่อความเชื่อและพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยใช้การสื่อสาร ส่วนคำนิยามอีกประเภทหนึ่งเป็นการให้คำนิยามตามวิธีการ (method) ที่ใช้ในการรณรงค์ หมายความว่านักรณรงค์ใช้วิธีการอย่างไรหรือเลือกใช้สื่อประเภทใดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (McGuire, 1989) คำนิยามทั้งสองประเภทนี้ถึงแม้มีความแตกต่างกัน แต่ก็เป็นส่วนเสริมซึ่งกันและกัน โดยส่วนใหญ่ นักวิชาการก็มักจะรวมทั้งวัตถุประสงค์และวิธีการไว้ในคำนิยามของการสื่อสารรณรงค์ อยู่แล้ว เช่น คำนิยามของ Rogers และ Storey (1987: 821) ที่กล่าวว่า “การสื่อสารรณรงค์ (communication campaign) คือ ชุดของกิจกรรมการสื่อสารที่ถูกวางแผนเอาไว้ล่วงหน้า ได้รับการออกแบบขึ้นมาเพื่อเข้าถึงและจูงใจประชาชนโดยการใช้สาร (message) ที่มีความเฉพาะการรณรงค์นั้นทำในช่วงเวลาสั้นๆ (ปกติคือ 1 สัปดาห์ถึง 3 เดือน) โดยมีวัตถุประสงค์เชิงทัศนคติและพฤติกรรม การรณรงค์มักจะใช้สื่อหลากหลาย (multi-media approach) เสมอ

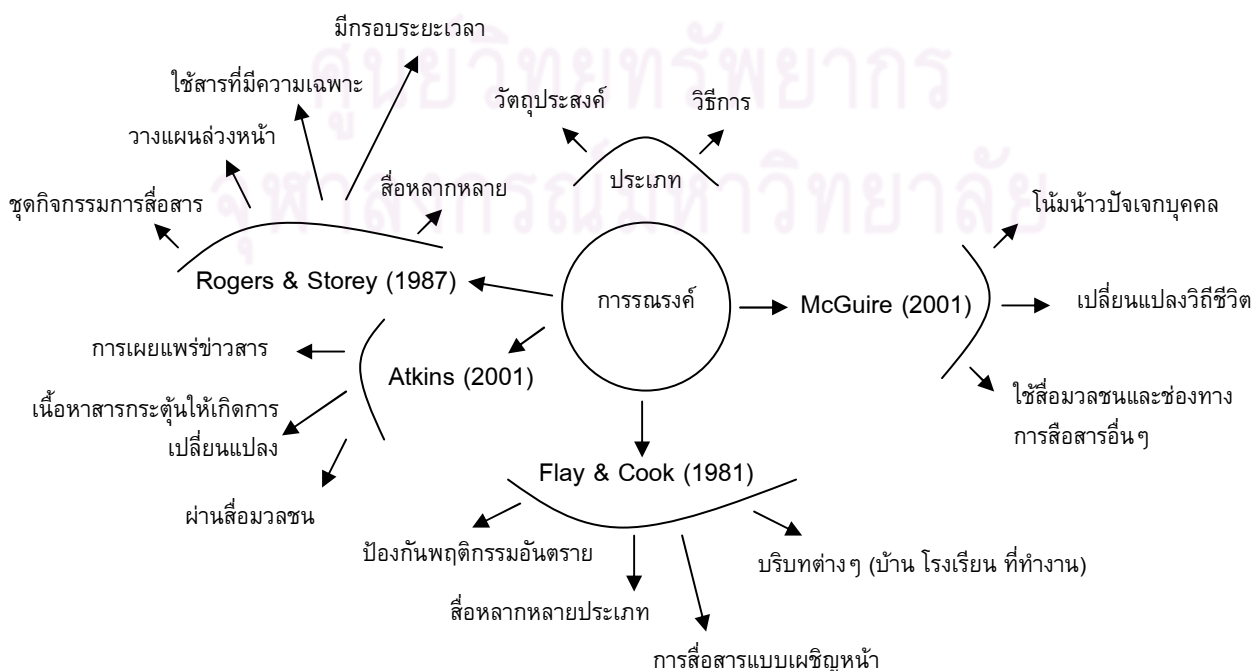
Flay และ Cook (1981 cited in Rogers and Storey, 1987: 819) ระบุถึงคำสำคัญของการรณรงค์ว่าเกี่ยวข้องกับ การเน้นใช้สื่อที่หลากหลาย (media – based campaign) ต้องถูกออกแบบเพื่อป้องกันพฤติกรรมที่ถูกมองว่าไม่เป็นที่ต้องการและเป็นอันตรายต่อสังคม ในการรณรงค์มีการใช้สื่อหลากหลายประเภทในบริบทต่างๆ เช่น โรงเรียน สถานศึกษา สถานที่ทำงาน

McGuire (2001: 23) กล่าวถึงการสื่อสารรณรงค์เชิงสุขภาพ โดยเน้นวัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวในระดับบุคคล ดังที่กล่าวไว้ว่า การสื่อสารรณรงค์เพื่อสุขภาพ (health communication campaign) เกี่ยวกับการโน้มน้าวปัจเจกบุคคลให้รู้จักมีความรับผิดชอบในสุขภาพของตน โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนเหล่านั้นให้หันไปสู่แนวทางที่คำนึงถึงสุขภาพที่ดีมากขึ้น ด้วยการสื่อสารมวลชนและช่องทางการสื่อสารอื่นๆ เพื่อแจ้งให้สาธารณชนได้รู้ถึงอันตราย เพื่อจูงใจให้ลดความเสี่ยง หรือเพื่อฝึกให้สาธารณชนมีทักษะที่จะนำไปสู่การยอมรับวิถีชีวิตที่ถูกหลักอนามัยมากขึ้น

ในขณะที่ Atkin (2001: 50) ให้ความหมายของการรณรงค์ไว้ว่าเป็นกระบวนการสื่อสารที่เน้นการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มผู้รับสารหลังจากที่ได้รับสาร ทั้งนี้การรณรงค์เผยแพร่ข่าวสาร (information campaign) มักจะเกี่ยวข้องกับชุดเนื้อหาสาร (promotional messages) ที่มีลักษณะกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสาธารณชน สารดังกล่าวถูกแพร่กระจายผ่านช่องทางสื่อมวลชนต่างๆ ไปสู่ผู้รับสารเป้าหมาย

กิตติ กันภัย (2543: 231) ได้นิยามความหมายของการรณรงค์ ไว้ว่าเป็นลักษณะของการกระทำที่ต้องมีเป้าประสงค์ ซึ่งกระทบที่เกิดขึ้นจะมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตั้งแต่ระดับความนึกคิดของบุคคล (individual level cognitive effects) ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงในระดับโครงสร้างทางสังคม (societal level cognitive effects) โดยผลนั้นจะเป็นประโยชน์กับผู้ส่งสารในกระบวนการรณรงค์ ซึ่งจะพุ่งเป้าไปที่กลุ่มคนขนาดใหญ่ ซึ่งผู้รับสารนั้นจะถูกกำหนดไว้แล้วว่าเป็นใคร มีจำนวนประมาณเท่าใด มีการกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจน โดยเริ่มตั้งแต่มีการวางแผนคิดจนกระทั่งประเมินผลการรณรงค์ แต่บางครั้งก็ไม่สามารถที่จะกำหนดเวลาอย่างชัดเจนได้ เนื่องจากบางที่ต้องใช้ความต่อเนื่องในการรณรงค์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับแผนในการรณรงค์ ทำให้ไม่สามารถกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนได้ การรณรงค์นั้นจะเกี่ยวข้องกับชุดกิจกรรมการสื่อสารที่มีการจัดการวางแผนการใช้ล่วงหน้า โดยมีกิจกรรมในการสื่อสารหลักๆ ได้แก่ การผลิตเนื้อหาสาร และการเผยแพร่กระจายสาร ผ่านช่องทางการสื่อสารแบบต่างๆ กิจกรรมเหล่านี้จะถูกวางไว้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งการเผยแพร่กระจายข่าวสารส่วนใหญ่มักเป็นในลักษณะทิศทางเดียว แต่บางครั้งก็เปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องโดยตรงได้กำหนดกิจกรรมการสื่อสารเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วม เป็นต้น

ภาพ 2.6 การวิเคราะห์คุณลักษณะของการสื่อสารรณรงค์



จากนิยามโดยทั่วไปของการรณรงค์ดังกล่าว ทำให้พอสรุปลักษณะของการรณรงค์ได้ ดังนี้ว่าการรณรงค์เป็นการกระทำที่ต้องมีเป้าหมายที่พุ่งเป้าไปที่คนจำนวนมากหรือกลุ่มคนขนาดใหญ่ โดยมีการระบุระยะเวลาการกระทำที่ชัดเจน ทั้งนี้จะต้องเกี่ยวข้องกับชุดกิจกรรมการสื่อสารที่มีการจัดการวางแผนการใช้ไว้วงหน้า จากคำนิยามที่ได้กล่าวไว้นี้ เห็นได้ว่าการรณรงค์นั้นพึ่งพาสื่อมวลชนทั้งในแง่การเข้าถึง (reach) กลุ่มเป้าหมายและการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบางอย่าง (impact) ในกลุ่มเป้าหมาย เพราะจากคำนิยามการรณรงค์คือ การพยายามสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติและพฤติกรรม โดยการกระจายข่าวสารการรณรงค์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะเป็นกลุ่มขนาดใหญ่

2.3.2 เครื่องมือการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ

2.3.2.1. การตลาดเพื่อสังคม (social marketing)

การตลาดเพื่อสังคมเป็นความพยายามในการนำจุดแข็งของภาคธุรกิจ คือ หลักการตลาดมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสังคมโดยเฉพาะการเสริมความแข็งแกร่งให้กับการสื่อสารรณรงค์ Kotler & Lee (2008: 8) ได้ให้คำนิยามของการตลาดเพื่อสังคมว่าเป็นกระบวนการเชิงกลยุทธ์ที่นำเอาหลักการและเทคนิคทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างและสื่อสารคุณค่าที่จะส่งมอบให้กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อมุ่งให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการยอมรับและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันจะนำมาสู่ประโยชน์ของทั้งตัวกลุ่มเป้าหมายเองหรือสังคมภาพรวม

การตลาดเพื่อสังคมดำเนินการภายใต้หลักทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (exchange theory) โดยประยุกต์ใช้แนวคิดด้านการแบ่งสัดส่วนการตลาด การวิจัยผู้บริโภค การพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การทดสอบผลิตภัณฑ์ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ เพื่อเน้นการกระตุ้นให้กลุ่มผู้รับสารเป้าหมายเกิดการตอบสนองสูงสุดต่อโครงการ โดยเฉพาะด้านการปฏิบัติ พฤติกรรมพึงประสงค์ อันจะนำไปสู่การเกิดประโยชน์สูงสุดต่อบุคคลและสังคม

ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2551ก: 26) ได้เสนอจุดเด่นของการตลาดเพื่อสังคม ไว้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) ได้แก่ วัตถุประสงค์ แนวคิด ความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม ซึ่งนักการตลาดเพื่อสังคม มักทำหน้าที่กระตุ้นให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายเกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้เป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นนามธรรมและที่เป็นรูปธรรม ก่อนการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมของโครงการ หรือการออกแบบกิจกรรมต่างๆ นักการตลาดเพื่อสังคมจำเป็นต้องทำความเข้าใจกับคุณสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน อาทิ คุณภาพ รูปแบบ ยี่ห้อ ขนาด ฯลฯ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับมุมมองสาธารณชน

ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ความต้องการ และความจำเป็นในการบริโภคผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการกำหนดจุดยืน (positioning) ของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้สาธารณชนรับรู้

2. มูลค่า (price) หมายถึง ราคา หรือค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่กลุ่มเป้าหมายต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนกับการยอมรับผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีทั้งมูลค่าเชิงเงินตรา และมูลค่าที่ไม่สามารถประเมินได้ด้วยเงิน เช่น เวลา โอกาส ความพยายาม วิถีชีวิต เป็นต้น

3. ช่องทางการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ (place) หมายถึง สถานที่ซึ่งกลุ่มเป้าหมายสะดวกในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ หรือเข้ารับบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องสอดคล้องและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) หมายถึง การสื่อสารเรื่องแนวคิดหลักของตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (branding) การจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายหันมาใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ ทั้งนี้กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดมักดำเนินการผ่านการจัดทำสื่อโฆษณา การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การสร้างสัมพันธภาพกับสื่อมวลชน การจัดกิจกรรมขายตรง หรือการจัดงานและกิจกรรมบันเทิงต่างๆ

5. สาธารณชน (publics) หมายถึง กลุ่มเป้าหมายหลักที่ต้องการกระตุ้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การค้นหากลุ่มสาธารณชนเป้าหมายมักดำเนินการโดยการแบ่งสัดส่วนทางการตลาด (market segmentation) ซึ่งอิงข้อมูลประชากร รูปแบบการใช้ชีวิต พฤติกรรมการบริโภค เป็นพื้นฐานในการเลือกกลุ่มเป้าหมาย

6. พันธมิตร (partnership) หมายถึง กลุ่ม หรือองค์กรต่างๆ ที่อาจช่วยสนับสนุนกิจกรรมด้านการตลาดเพื่อสังคมในลักษณะต่างๆ เช่น การสนับสนุนช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือการสนับสนุนงบประมาณ หรือสนับสนุนมาตรการเชิงนโยบาย เป็นต้น

7. นโยบาย (policy) หมายถึง การสร้างความยั่งยืนในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยการแสวงหาแนวทางในการพัฒนานโยบายต่างๆ ในสังคมที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

8. งบประมาณ (purse-strings) หมายถึง แหล่งทุนที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ทางสังคม ซึ่งอาจเป็นองค์กรภาครัฐ องค์กรระหว่างประเทศ หน่วยงานธุรกิจ ตลอดจนกองทุนต่างๆ

9. บุคลากร (personnel) หมายถึง บุคคลที่เป็นตัวแทนในการนำเสนอหรือเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ไปสู่ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย และจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์ในทางปฏิบัติ

เราพบว่ากิจกรรมต่างๆ ในการตลาดเพื่อสังคมมักสะท้อนผ่านการรณรงค์เพื่อสังคม แต่สิ่งที่แตกต่างไปจากการรณรงค์โดยทั่วไปคือ การตลาดเพื่อสังคมไม่เน้นความสำคัญในการ

เปลี่ยนแปลงทัศนคติ แต่เน้นความสำคัญไปที่การแสวงหาหนทางในการสร้างอิทธิพลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคล

นอกจากนั้น การตลาดเพื่อสังคมยังอาจให้ความสนใจกับการให้ข้อมูลข่าวสารแก่บุคคลในด้านต่างๆ อาทิ ด้านจุดเด่นของพฤติกรรม หรือผลิตภัณฑ์หลัก ด้านช่องทางการเข้าถึง และด้านมูลค่าที่คุ้มค่า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การพิจารณาเลือกเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมักดำเนินการบนพื้นฐานของการคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการนำข้อมูลไปช่วยในการเติมเต็ม (fulfill) ความต้องการของประชาชน หรือช่วยลดช่องว่างระหว่างองค์ประกอบเชิงจิตวิทยา สังคม เศรษฐกิจ และพฤติกรรมของประชาชน

อย่างไรก็ตาม ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2551ก: 29) ได้กล่าวว่าแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมนั้น มักได้รับการวิพากษ์เกี่ยวกับการพยายามครอบงำความคิดของประชาชน การขาดการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมกับประชาชน อย่างไรก็ตาม นักการตลาดเพื่อสังคมก็พยายามสาธิตให้เห็นว่ากระบวนการดังกล่าวเป็นการสื่อสารสองทาง และพยายามออกแบบกระบวนการโดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน

แม้ว่าแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมจะมีประเด็นที่ถูกวิพากษ์ข้างต้น แต่การตลาดเพื่อสังคมก็ยังเป็นแนวคิดหลักในการรณรงค์กระแสหลัก ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดการตลาดเพื่อสังคมมาเป็นกรอบในการอธิบายกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ โดยเฉพาะการรณรงค์ผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ

2.3.2.2 การเรียกร้องประเด็นผ่านสื่อ (media advocacy)

การเรียกร้องประเด็นผ่านสื่อต่างๆ เป็นการแสวงหาแนวทางในการใช้สื่อมวลชนในเชิงยุทธศาสตร์เพื่อผลักดันให้เกิดการริเริ่มใหม่ๆ ในเชิงนโยบายด้านสังคม หรือนโยบายสาธารณะ (Wallace, Dofman, Jernigan and Themba, 1993 อ้างถึงใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์, 2551ก: 30) บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่ากระบวนการรณรงค์ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาพื้นฐานได้ เพราะปัญหาพฤติกรรมบุคคลนั้นมีความเชื่อมโยงกับปัญหา นโยบายและสภาวะแวดล้อมต่างๆ ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงต้องเริ่มต้นการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายและสภาวะแวดล้อมของสมาชิกในสังคม

การเรียกร้องประเด็นผ่านสื่อต่างๆ ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงในระดับชุมชน และระดับโครงสร้างสังคม โดยมองว่าปัญหาสาธารณะต่างๆ มิใช่ปัญหาส่วนบุคคล แต่เป็นปัญหาด้านความยุติธรรมในสังคม ดังนั้นการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงนั้นจะต้อง

ดำเนินการผ่านการชี้แนะประเด็น เรียกร้องผ่านสื่อต่างๆ ควบคู่ไปกับการกระตุ้นให้ชุมชนเข้าร่วมในการผลักดันการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย ทั้งนี้สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในประเด็นต่างๆ และยังสามารถทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและการเสริมวาระสาธารณะต่างๆ อันนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายและสภาพแวดล้อมได้

สาระสำคัญของการเรียกร้องประเด็นผ่านสื่อต่างๆ จึงอยู่ที่กระบวนการกำหนดวาระ (agenda setting process) และการวางกรอบประเด็น (framing) โดยเฉพาะการชี้แนะประเด็นผ่านสื่อต่างๆ เกี่ยวข้องกับการแสวงหาแนวทางในการทำให้วาระหนึ่งๆ กลายเป็นวาระในสื่อมวลชน (media agenda) วาระในหมู่สาธารณชน (public agenda) และวาระเชิงนโยบาย (policy agenda) ในขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญกับการวางกรอบประเด็นโดยคำนึงถึงมุมมองและผลประโยชน์ของสาธารณะ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2551ก: 31-33)

การเรียกร้องประเด็นผ่านสื่อเป็นแนวคิดที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบในการอธิบายเครื่องมือหลักในการสื่อสารประเด็นสาธารณะ คือการสื่อสารเพื่อเรียกร้องพื้นที่จากสื่อมวลชน รวมถึงการกำหนดประเด็นการสื่อสาร

2.3.2.3. ค่ายเยาวชน

กาญจนา แก้วเทพ (2552: 224-230) ได้สำรวจสื่อกิจกรรมค่ายเยาวชน ในฐานะสื่อชุมชนประเภทหนึ่งที่ใช้ในการพัฒนา โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน โดยมีมิติของความสนุกสนาน เป็นองค์ประกอบหลัก และการเรียนรู้เป็นส่วนหนึ่งที่สอดแทรกเข้ามา สื่อกิจกรรมค่ายกลายเป็นสื่อที่มีคุณลักษณะที่สอดคล้องกับธรรมชาติของเยาวชน ซึ่งคุณลักษณะของสื่อกิจกรรมค่ายสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ธรรมชาติของสื่อกิจกรรมค่ายที่เน้นความสนุกสนานเป็นพื้นฐาน ทั้งนี้กิจกรรมที่จะดึงดูดเยาวชนได้ต้องมีองค์ประกอบของรูปแบบนั้นหนากการหรือการแสวงหาความเพลิดเพลินสามรูปแบบหลักคือ การเคลื่อนไหวร่างกาย รูปแบบของการประกอบพิธีกรรม การละเล่น และการร้องรำ รูปแบบของการเล่าเรื่อง/นิทาน

2. กิจกรรมค่ายเป็นกิจกรรมที่แยกออกไป และแตกต่างจากกิจกรรมที่เคยทำในชีวิตประจำวัน ซึ่งความแตกต่างจะส่งผลขั้นต้นคือ สามารถจุดประกายความสนใจและความตื่นตัวให้แก่เยาวชน เนื่องจากเยาวชนเป็นกลุ่มคนที่ยังมีประสบการณ์ในชีวิตที่จำกัด ความแปลกใหม่หรือความแตกต่างจะทำให้เยาวชนเกิดคำถาม (inquiry) และเป็นขยายประสบการณ์ของเยาวชนออกไป

3. กิจกรรมค่ายมีลักษณะเป็นกิจกรรมที่ขยายโลกกว้างให้แก่เยาวชน ซึ่งตอบสนองความต้องการผจญภัยของเด็กๆ ที่มีใช่เป็นเพียง “ประสบการณ์ผ่านสื่อกลาง” (mediated experience) ผ่านหนังสือ หรือสื่อโทรทัศน์ แต่เป็น “ประสบการณ์ตรง” (direct experience) ที่จะทำให้เยาวชนสัมผัสกับมิติอารมณ์ ความรู้สึกที่ลึกซึ้งกว่าประสบการณ์ผ่านสื่อ ซึ่งเยาวชนก็จะได้เรียนรู้ประสบการณ์ตรงนี้ โดยมีพี่เลี้ยงที่คอยชี้แนะอยู่ข้างๆ

4. กิจกรรมค่ายช่วยขยายแวดวงกลุ่มสังคม/กลุ่มเพื่อนให้กับเยาวชน เนื่องจากเยาวชนมักมีข้อจำกัดเรื่องพื้นที่ และประสบการณ์ ที่สังคมของเยาวชนนั้นมักจำกัดอยู่แค่ครอบครัวหรือโรงเรียน การเข้าค่ายจึงเป็นช่วงเวลาที่เขาจะได้พบเพื่อนใหม่ โดยเฉพาะพี่เลี้ยงที่มักจะกลายเป็น “ต้นแบบ” (role model) ของเยาวชน การพบปะกับบุคคลที่แปลกแตกต่างไป ทำให้เยาวชนต้องพัฒนา “ทักษะทางสังคม” (social skill) ซึ่งผู้จัดค่ายสามารถที่จะออกแบบกิจกรรมเพื่อขัดเกลาให้เยาวชนรู้จักการอยู่ร่วมกับคนที่มีความคิดเห็นแตกต่าง รู้จักการอดกลั้น และรู้จักกระบวนการตัดสินใจร่วมแบบประชาธิปไตย ไม่แก้ปัญหาด้วยการใช้กำลังตัดสิน

5. กิจกรรมค่ายเป็นภาพจำลองของสถานการณ์ในชีวิตจริง เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมค่ายจะได้รู้จักกับบทบาทความรับผิดชอบ การทำงานเป็นกลุ่ม เยาวชนจะได้เรียนรู้ว่าความสำเร็จหรือความล้มเหลวของตนเองก็คือความล้มเหลวของกลุ่ม กิจกรรมค่ายจึงเป็นเวทีขัดเกลาฝึกฝนให้เยาวชนรู้จักกับการแข่งขันเพื่อเตรียมตัวออกไปอยู่ในโลกของความเป็นจริง

6. กิจกรรมค่ายเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้ค้นพบความสนใจ และความสามารถของตนเอง ในชีวิตจริงนั้น เยาวชนมักจะถูกชักนำให้ต้องพัฒนาความสามารถไปตามที่ “ผู้อื่น” ต้องการ จนไม่มีเวลาแสวงหาว่าตนเองมีความสนใจและความสามารถที่แท้จริงในแง่มุมใด แต่กิจกรรมค่ายนั้นมีลักษณะเป็น “กิจกรรมเปิดปลาย” (open-ended activity) และให้โอกาสเยาวชนในการเลือก (choice/option) ดังนั้นเยาวชนจึงมีอิสระที่จะแสวงหาว่าสนใจกิจกรรมอะไร และมีความสามารถด้านไหน ซึ่งทำให้เยาวชนสามารถที่จะพัฒนาความริเริ่มสร้างสรรค์ และพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ (self-development)

7. กิจกรรมค่ายเป็นรูปแบบที่เป็นรูปธรรมที่สุดของแนวคิดเรื่อง “สาระบันเทิง” ซึ่งถือเป็นรูปแบบที่มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้ เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของคน แต่ต้องรู้จักสัดส่วนที่พอเหมาะระหว่าง “สาระ” และ “บันเทิง” มิฉะนั้นอาจจะไม่ได้ผลตามที่วางไว้

แนวคิดเรื่องกิจกรรมค่ายนั้น ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบในการอธิบายการใช้เครื่องมือค่ายเยาวชนในกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน

2.3.2.4 ละครเพื่อการพัฒนา

ดวงแข บัวประโคน, สุคนธ์จิตต์ วงษ์เผือก, สุพงศ์ จิตต์เมือง, สมศักดิ์ ศิริพันธ์ และขวัญ หน้อย บุญลือ (2549: 150) กล่าวถึงการใช้ “ละครเพื่อการพัฒนา” ว่าหมายรวมถึงการนำละครมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ด้านการพัฒนาทุกรูปแบบ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาแบบมีส่วนร่วมของ Freire (1983 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549: 37) ที่เน้นกระบวนการ “action-reflection praxis” ซึ่งเป็นกระบวนการที่ผู้เข้าร่วมจะได้รับการกระตุ้นให้ก้าวถอยหลังออกมาหนึ่งก้าว จากสถานการณ์ที่พวกเขากำลังเผชิญอยู่ เพื่อให้เกิดการตรวจสอบที่ปราศจากอคติ และเพื่อพัฒนาสำนึกแห่งการวิพากษ์ในสิ่งที่พวกเขามองเห็น การสะท้อนกลับเช่นนี้ได้มอบมุมมองในเชิงลึกและความเข้มแข็งที่จะกลับไปปฏิบัติการแก้ไขเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ที่ได้เกิดขึ้น ซึ่งทำให้วงจรนี้สามารถเริ่มต้นขึ้นมาใหม่อีกครั้ง ต่อมา Augusto Boal (1985 อ้างถึงใน ดวงแข บัวประโคน และคณะ, 2549) ได้ประยุกต์แนวความคิดของ Freire ให้เข้ากับ กิจกรรมการแสดงที่มุ่งนำเสนอเนื้อหาหรือประเด็นทางการศึกษา ผ่านกระบวนการพัฒนาผู้เข้าร่วมกิจกรรมซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสหรือตกอยู่ในภาวะเสียเปรียบทางวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดการเรียนรู้ แลกเปลี่ยนและทบทวนปัญหาของตนเอง จนนำไปสู่การแสวงหาทางออกที่เหมาะสม รวมทั้งการพัฒนาความเชื่อมั่นและภาคภูมิใจในตนเอง เยียวยาบาดแผลในจิตใจ โดยใช้การแสดงละครเป็นเสมือนกระบอกเสียงให้กลุ่มคนเหล่านี้ได้แสดงออก บอกเล่า ถึงความคิด จิตใจและตัวตนของพวกเขาให้คนอื่น ๆ ได้รับรู้ โดย Boal (1985 อ้างถึงใน ดวงแข บัวประโคน และคณะ, 2549) ได้เรียกเทคนิคดังกล่าวว่า “Theatre of the Oppressed” ซึ่งต่อมาได้รับการยอมรับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการละครเพื่อการพัฒนา

วิธีการของละครเพื่อพัฒนามีความยืดหยุ่นสูง และไม่มีแบบแผนที่ตายตัว เทคนิคนี้จึงสามารถปรับใช้กับแนวคิดที่หลากหลาย โดยผู้ใช้สามารถประยุกต์กลวิธีที่เหมาะสมกับผู้ชมแต่ละกลุ่มได้ง่าย ประเทศต่าง ๆ จึงได้มีการปรับปรุงและพัฒนาเทคนิคดังกล่าวให้เข้ากับบริบททางสังคมวัฒนธรรมของตน จนกลายเป็นละครเพื่อการพัฒนาในแบบฉบับของตนเอง

ละครเพื่อการพัฒนา ก็คือกระบวนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมอย่างหนึ่ง ที่ใช้ศิลปะและเครื่องมือทางการละคร มาผสมผสานกันเพื่อนำเสนอปัญหาหรือความต้องการในการพัฒนาชุมชนที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นบริบทของปัญหา ปัจจัยและแรงผลักดันต่างๆ ที่แฝงอยู่ในวิถีชีวิตของประชาชน ทั้งยังสามารถชักชวนให้ผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วมแสวงหาแนวทางแก้ไข ปัญหาหรือทางออกที่เป็นไปได้ร่วมกัน เนื่องจากละครที่สร้างขึ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อบอกเล่าปัญหา หรือเปิดประเด็นให้เกิดการพูดคุยแลกเปลี่ยนอภิปรายถึงปัญหาในชุมชน หรือเป็นปัญหาที่

กลุ่มเห็นว่าสำคัญ ในละครเพื่อการพัฒนาผู้ชมจึงจะต้องมีส่วนร่วมกับการแสดงอย่างลึกซึ้ง โดยเน้นปฏิกริยาร่วมกันระหว่าง ผู้ชมและผู้แสดง คือเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมนั่นเอง ผู้ชมอาจจะถูกเชิญให้นำเสนอทางออกของปัญหา ช่วยขจัดความขัดแย้ง หรือนำเสนอทางเลือกใหม่ๆ ให้กับตัวละครในเรื่องที่ประสบปัญหา หรืออาจถูกเชิญให้ออกมาแสดงร่วมกับตัวละคร ตามความคิดเห็นของตนเอง

โดยทั่วไปแล้วพบว่ามีรูปแบบทางการละครอยู่สองประเภทที่ได้ถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ของการพัฒนา คือ

1. รูปแบบการแสดงแบบดั้งเดิม (classic) ซึ่งเป็นลักษณะของการแสดงละครที่เราคุ้นเคยกันดี ประกอบด้วยกลุ่มนักแสดง (หรือการเซตหุ่น) ซึ่งได้จัดการแสดงละครตามบทละครที่เขียนขึ้นอย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อส่งสารสำคัญไปสู่ผู้ชมในลักษณะที่เป็นผู้รับสาร (passive audience) ละครเพื่อการพัฒนาในลักษณะนี้ มักถูกนำมาใช้ในการรณรงค์ด้านสุขภาพสู่สาธารณชน ทั้งยังสามารถถ่ายทอดไปยังสื่อต่างๆ ทั้งโทรทัศน์ และวิทยุ เพื่อให้สาระสำคัญในประเด็นนั้นๆ สามารถแพร่กระจายไปสู่ผู้ชมในวงกว้างได้มากขึ้น การแสดงแบบประเพณีนิยมนี้เป็นรูปแบบที่ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลาย ซึ่งผู้ชมส่วนใหญ่มีความคุ้นเคย และในหลายๆ ประเทศก็จัดว่าเป็นวิธีการที่ดีในการสื่อสารข่าวสารสำคัญไปสู่ประชาชน

2. รูปแบบที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ชมเป็นส่วนสำคัญของการแสดง รูปแบบทางการละครที่นิยมนำมาใช้ในปัจจุบันนี้มีความซับซ้อนมากกว่าแบบแรก เพราะมีการดึงเอากลุ่มผู้ชมเข้ามาร่วมในกิจกรรมการแสดงด้วย บางครั้งจึงเรียกการแสดงแบบนี้ว่า “การแสดงละครแบบมีส่วนร่วม” (participatory theatre) โดยการกระตุ้นให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมแสดงบทบาทในสถานการณ์ที่ยากลำบากที่พวกเขาล้วนต้องเผชิญในชีวิตประจำวัน ซึ่งหากมีการดำเนินกิจกรรมที่ดีพอก็จะทำให้อุปสรรคอันเกิดจากความอายหรือไม่มั่นใจของประชาชนถูกทำลายลง และทำให้กิจกรรมการแสดงแบบมีส่วนร่วมกลายเป็นกิจกรรมที่ได้รับความร่วมมือจากผู้ชมอย่างกล้าหาญและจริงใจได้ในที่สุด

Sthapitanonda, Buaprakhon & Singhal (2004: 35-36) ได้กล่าวเสริมงานวิจัยข้างต้นว่า กระบวนการละครเพื่อพัฒนาชุมชนเป็นเครื่องมือสื่อสาระบันเทิงที่มุ่งขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสังคมเพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้มีส่วนร่วม และสร้างการเรียนรู้ให้กับผู้ชมถึงทุนทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นตนเอง ทั้งนี้การเรียนรู้ในกระบวนการละครเป็นการเรียนรู้ในแนวระนาบที่ทุกคนเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสาร อันนำไปสู่กระบวนการสื่อสารแบบปรึกษาหารือ (dialogue) ที่มีการสะท้อนทั้งปัญหาและทางออกควบคู่กันไป ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญคือการ “เปิดใจ” ในการเรียนรู้ของผู้ที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการละคร จึงเป็นกระบวนการสื่อสารที่ถูกออกแบบมาเป็นอย่างดีเพื่อให้การมีส่วนร่วมนั้นสามารถนำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการได้ ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจึงมีหน้าที่ของตนเอง โดยเฉพาะผู้จัดกระบวนการละคร ที่ต้องสวมบทบาทเป็น “ผู้อำนวยความสะดวก” (facilitator) ในการที่กระตุ้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วม และกระตุ้นให้การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีพลวัตตลอดเวลา เช่น การพยายามหาข้อมูลพื้นฐาน (formative research) เพื่อใช้ในการแสดงร่วมกัน ทุกอย่างในกระบวนการละครจะมีขั้นตอนที่มีความสัมพันธ์กัน โดยมี “ผู้อำนวยความสะดวก” เป็นคนประสานแต่ละขั้นตอนเข้าด้วยกัน ละครเพื่อการพัฒนาจึงไม่ใช่เป็นเพียงแค่ผลหรือปลายทางของกระบวนการมีส่วนร่วม แต่ละครก็คือตัวกระบวนการที่จะกระตุ้นให้ผู้ที่มีส่วนร่วมได้พูดคุยสื่อสารถึงประเด็นที่ละครนำเสนอ และร่วมกันคิดค้นหาทางออกในการแก้ปัญหาของชุมชนร่วมกันต่อไป

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ และคณะ (2549: 215) ได้สังเคราะห์งานวิจัย ของชุดโครงการ “การสื่อสารเพื่อชุมชน” ในกลุ่มประเด็น “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และได้เสนอขั้นตอนในการปฏิบัติการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในงานพัฒนาชุมชนไว้สี่ประการคือ

ขั้นตอนแรก คือ สร้างสัมพันธ์ภาพกับชุมชน โดยการพบปะผู้นำชุมชน การค้นหาบุคคลในพื้นที่เข้าร่วมเป็นทีมวิจัย การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน

ขั้นตอนที่สอง คือ การสร้างกระบวนการปรึกษาหารือ (dialogue) กับชุมชน โดยการประสานงานกับสมาชิกชุมชน การกำหนดความชัดเจนเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อและบทบาทของบุคคลที่ทำหน้าที่เลือกใช้สื่อ การออกแบบและดำเนินการปรึกษาหารือ

ขั้นตอนที่สาม คือ การร่วมพัฒนา ปรับปรุงระบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน โดยการจัดตั้งทีมงาน การเสริมศักยภาพของทีมงาน การสนับสนุนการปฏิบัติการสื่อสารในพื้นที่

ขั้นตอนที่สี่อันเป็นขั้นตอนสุดท้าย คือ การร่วมพัฒนาระบบและการดำเนินการ ประเมินผลแบบมีส่วนร่วม โดยการประสานงานกับสมาชิกชุมชน การออกแบบกระบวนการ

Klink (2002) ได้เสนอว่าลำดับการแสดงละครเพื่อการพัฒนาจะประกอบด้วย กระบวนการสามขั้นตอน คือ

1. นักแสดงจะนำเสนอละครที่ได้รับการวางแผน เขียนบท และฝึกซ้อมมาแล้วเป็นอย่างดี เนื้อหาของละครมุ่งเน้นที่จะนำเสนอปัญหาในลักษณะที่เป็นการจุดประกายหรือเปิดประเด็น เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความคิดเห็นต่อเรื่องที่น่าสนใจ และจะมีการพัฒนาเรื่องราวหรือมีจุดจบของเรื่องที่ไม่น่าพอใจ เพื่อให้ผู้ชมได้มีส่วนช่วยเปลี่ยนแปลงแก้ไขตอนจบของเรื่องเสียใหม่

2. ผู้ชมจะถูกดึงให้เข้าร่วมในการแก้ไขเรื่องราวของละครเสียใหม่ โดยอาจช่วยบอกวิธีแก้ปัญหาก็กับตัวละคร ช่วยนำเสนอทางเลือกใหม่ๆ ให้แก่ตัวละคร ไปจนกระทั่งให้ช่วยเปลี่ยนแปลงแก้ไขอนาคตของตัวละครหรือเรื่องราว หรือบางครั้งผู้ชมก็จะถูกเชิญมาสมทบบทบาทเป็นตัวละครอีกตัวหนึ่งเพื่อร่วมแสดงกับนักแสดง ตามความความคิดของตัวเองก็ได้การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นนั้นๆ จะดำเนินต่อไป จนกระทั่งเกิดข้อสรุปที่น่าพอใจร่วมกันในกลุ่มผู้ชม ซึ่งก็คือผู้คนที่ในชุมชนสามารถหาทางออกของปัญหาที่ดีหรือมีวิธีแก้ปัญหาก็ได้ กระบวนการในขั้นตอนนี้ต้องอาศัยทักษะในการอำนวยความสะดวก (facilitator) เป็นอย่างมาก ที่ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินการสื่อสารระหว่างระหว่างนักแสดงและผู้ชมโดยตรงเท่านั้น แต่จะต้องคอยเฝ้าดูผู้ชมอย่างพิถีพิถันเพราะหากลุ่มผู้ชมสะท้อนออกมา คอยแยกแยะว่าอะไรเป็นความคิดใหม่ๆ อะไรคือสาระสำคัญ และต้องช่วยสรุปเรื่องราวที่ผู้ชมช่วยกันสร้างขึ้นใหม่ เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ชมจะเข้าใจเรื่องราวทั้งหมดได้ดีพอ

3. ขั้นที่สามจะเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและอภิปรายระหว่างนักแสดงและผู้ชม เพื่อเป็นการสรุปบทเรียน หรือสิ่งที่พวกเขาเรียนรู้จากกิจกรรมที่ผ่านมา สำหรับโครงการพัฒนาบางโครงการที่มีเนื้อหาเฉพาะ เช่น โครงการที่เกี่ยวกับสุขภาพ ในขั้นตอนนี้อาจจะเชิญเจ้าหน้าที่สาธารณสุขมาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและช่วยตอบคำถามที่ถูกต้องให้กับผู้ชมด้วย ซึ่งในขั้นนี้จะสามารถนำเสนอข่าวสารที่มีรายละเอียดมากกว่าที่ผู้ชมจะได้รับจากละคร หรือสำหรับบางโครงการที่เป็นเรื่องของปัญหาความขัดแย้งในชุมชน ก็อาจจะมีการพูดคุยเพื่อวางแผนปฏิบัติการ (action plan) ในการแก้ไขปัญหาอย่างจริงจังต่อไป

นอกจากนี้ จากการศึกษาวิธีการและกระบวนการในการนำเสนอละครเพื่อพัฒนามาใช้ในการพัฒนาชุมชน พบว่ามีการนำเสนอ มาใช้ในสองลักษณะ คือ การที่มุ่งใช้นักแสดงเป็นสื่อเข้าไปแสดงละคร (รูปแบบประเพณีนิยม) หรือจัดกระบวนการละครแบบมีส่วนร่วม (รูปแบบละครแบบมีส่วนร่วม) ให้กับประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายในชุมชน เพื่อวัตถุประสงค์ด้านการพัฒนาอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นการนำเสนอไปใช้พัฒนาชุมชน หรือเป็นแบบที่มุ่งใช้ศักยภาพของประชาชนในชุมชนเป็นสื่อหรือเป็น change agent เพื่อดำเนินกิจกรรมทางการพัฒนาในชุมชนด้วยตนเอง

โดยนักพัฒนาจากภายนอกจะเข้าไปจัดอบรม หรือพัฒนาศักยภาพให้กับชาวบ้านหรือเยาวชน ในชุมชน ในระยะเวลาหนึ่ง ก่อนจะปล่อยให้นักแสดงหรือนักละครของชุมชนได้ดำเนินกิจกรรม สานต่อด้วยตนเอง เป็นการนำสื่อไปมอบให้คนในชุมชนใช้พัฒนาตนเอง

อย่างไรก็ดี ดวงแข บัวประโคน และคณะ (2549) พบว่าการใช้ละครเพื่อการพัฒนาใน แบบหลังนี้ยังมีอยู่น้อย และส่วนใหญ่เป็นการดำเนินโครงการต่อจากแบบแรก คือเริ่มจาก นักพัฒนาเข้าไปแสดงละครและจัดกระบวนการมีส่วนร่วมด้วยตนเอง จนประชาชนเกิดความคุ้นเคยและมีการพัฒนาในระดับหนึ่งแล้ว นักพัฒนาจึงเข้าไปจัดอบรมให้กับชาวบ้าน เพื่อให้ชาวบ้านนำสื่อนี้ไปใช้จัดกิจกรรมต่อ แต่ก็ขึ้นอยู่กับพื้นที่ วัตถุประสงค์ของโครงการและความพร้อมของประชาชนในชุมชนอีกด้วย

แนวคิดเรื่องละครเพื่อการพัฒนา นั้น ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบในการอธิบายกระบวนการ ละครที่นำมาใช้ในกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน

2.3.3 กระบวนการสื่อสารนรณงค์

2.3.3.1 แบบจำลองกระบวนการวางแผนการสื่อสารนรณงค์

กิตติ กันภัย (2543: 247-257) เสนอกลยุทธ์และขั้นตอนในการรณงค์ที่ได้รับอิทธิพล จากแบบจำลองการสื่อสารแบบแพร่กระจาย ซึ่งสามารถประมวลขั้นตอนในการออกแบบรณงค์ไว้หกขั้นตอนดังนี้

ก. ขั้นตอนทวนทำความเข้าใจกับสถานการณ์และสภาพความเป็นจริง เป็นการ ระบุงชัดเจนว่า ต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับอะไรในพฤติกรรมของคนในสังคม ต้อง ทบทวนสภาพปัญหาที่แท้จริง กระบวนการทำความเข้าใจปัญหา ทำให้พบบุคคลที่มีพฤติกรรม ที่นักรณงค์ให้คำจำกัดความว่าเป็นพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ ต้องระบุคนสร้างปัญหานี้ชัดเจน เพื่อจะได้ระบุได้ว่ากลุ่มเป้าหมายของการรณงค์คือใคร

ข. ขั้นพิจารณาปัญหาในทางจริยธรรม การรณงค์เป็นการทำให้คน เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามจุดประสงค์ที่วางเอาไว้ ซึ่งการสร้างแรงกดดันให้เกิดความขัดแย้งใน แ่งสนใจ ที่ต่างกันระหว่างนักรณงค์กับกลุ่มเป้าหมายของการรณงค์ การรณงค์จึงจำเป็นต้อง มองในเรื่องของการพิจารณาในแง่จริยธรรม ควรทำอย่างเป็นกระบวนการต่อเนื่อง ทั้งในด้าน แนวคิดเบื้องต้น วิธีการระหว่างรณงค์และผลที่เกิดขึ้นในเบื้องปลาย

ค. ขั้นวางผังความคิดของกลุ่มเป้าหมาย ขั้นนี้ผู้ทำการรณงค์จะใช้เทคนิค วิเคราะห์จิตวิทยา ในการศึกษาบุคลิกภาพและความรู้สึกนึกคิด ทั้งในเรื่องของระบบความคิด

ความรู้สึก และการกระทำของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้เข้าใจสภาพความคิดจิตใจ ที่เป็นตัวแปรนำไปสู่พฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลเป้าหมาย รวมทั้งกำหนดโครงสร้างที่เป็นปัญหาทางความคิดลักษณะใหม่ที่จะนำไปใช้เพื่อปรับเปลี่ยน หันเหพฤติกรรมไปในทิศทางที่ไม่เป็นปัญหา

ง. ขั้นวางแผนรณรงค์ เป็นการอาศัยข้อมูลจากขั้นที่ 1 และ 3 ในด้านสถานการณ์และจิตวิทยา ซึ่งเป็นตัวการให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ เพื่อใช้ในการวางแผน แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับกระบวนการ หากเน้นการเปลี่ยนแปลงโดยเริ่มต้นการให้ข้อมูลเพื่อให้ความรู้ และปรับทัศนคติ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งจะต้องอยู่บนฐานความเป็นจริงทางความคิดของกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

จ. ขั้นออกแบบกิจกรรมการสื่อสาร เกี่ยวกับการใช้ผู้สื่อสารการผลิตเนื้อหา และการเลือกช่องทางการสื่อสารซึ่งเป็นปัจจัยนำเข้าในกระบวนการรณรงค์ การวิเคราะห์ผู้รับสารจึงมีความสำคัญอย่างมาก ว่าเนื้อหาใดถึงจะโดนใจผู้รับสารมากที่สุด

ฉ. การประเมินผลการรณรงค์ เป็นขั้นตอนสำคัญ ซึ่งแบ่งได้ออกเป็นสี่ลักษณะได้แก่

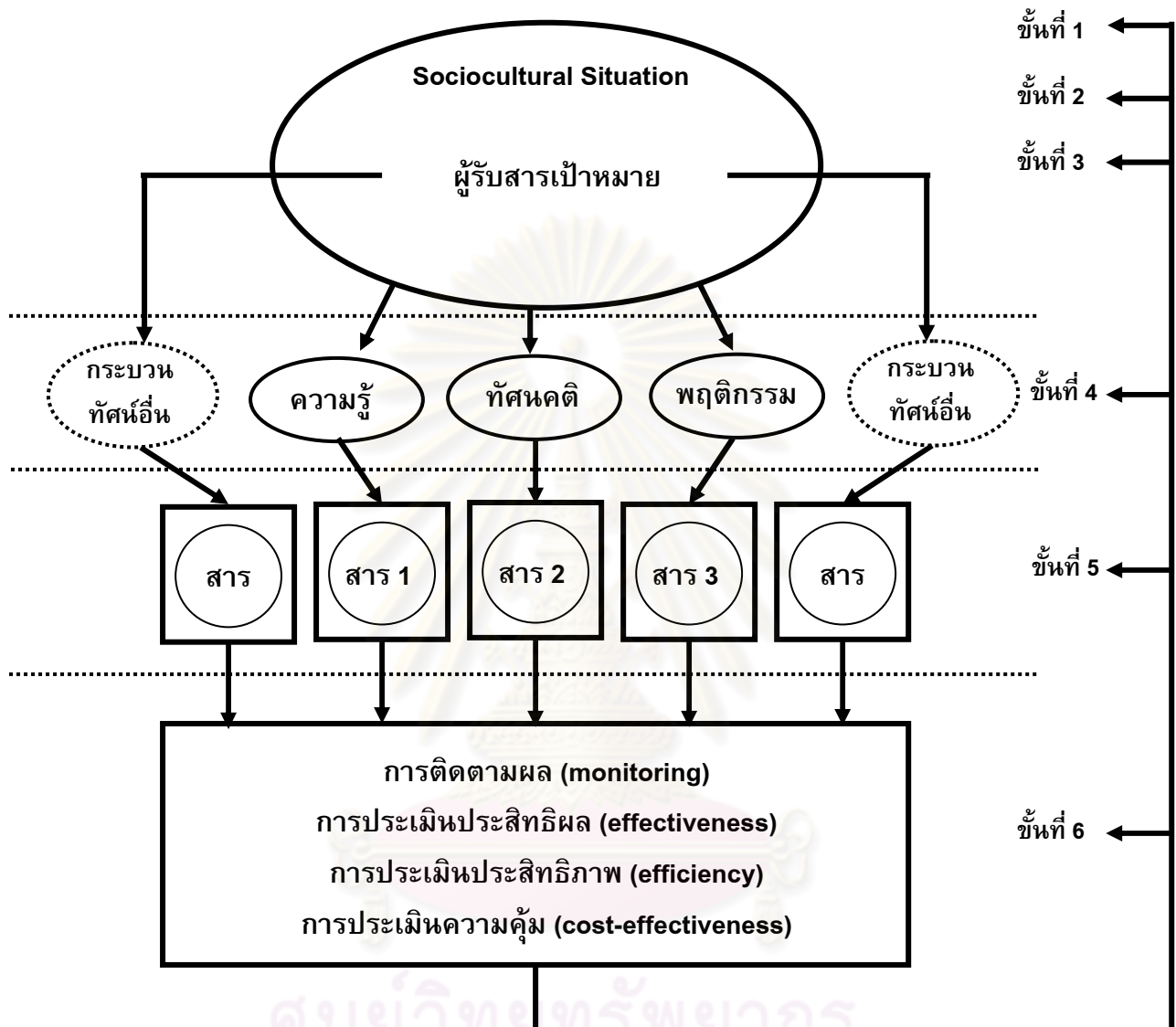
การประเมินติดตามระหว่างโครงการ เป็นการประเมินในระหว่างขั้นตอนการรณรงค์ และติดตามผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นระยะ ซึ่งสามารถแก้ไขปรับปรุงสื่อและเนื้อหาได้ทันก่อนโครงการสิ้นสุด

การประเมินประสิทธิผล เป็นการประเมินผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย หลักจากที่โครงการสิ้นสุดวัดได้จากพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการรณรงค์หรือไม่

การประเมินประสิทธิภาพ เป็นการประเมินโดยพิจารณาอย่างเป็นขั้นตอนโดยอาศัยความรู้จากกระบวนการและเทคนิควิจัยที่ถูกต้องหรือไม่ การออกแบบเนื้อหา และการเลือกสื่อ ก่อนที่จะมีการปล่อยสื่อและการออกไปสู่กลุ่มเป้าหมายนั้น มีการทดลองทำ "pilot testing" ก่อนหรือไม่

การประเมินความคุ้มค่า การประเมินลักษณะสุดท้ายที่ผู้ออกแบบวางแผนรณรงค์ควรตระหนักและจัดทำคือ การประเมินความคุ้มค่าของต้นทุนที่ลงไปเมื่อเทียบกับผลลัพธ์ที่ได้ว่าอยู่ในระดับใด ยอมรับได้หรือไม่เป็นการประเมินในเรื่องของความคุ้มค่าของทรัพยากรที่ใช้คือ ต้องก่อให้เกิดผลมากที่สุดโดยเสียเงินลงทุนน้อยที่สุด

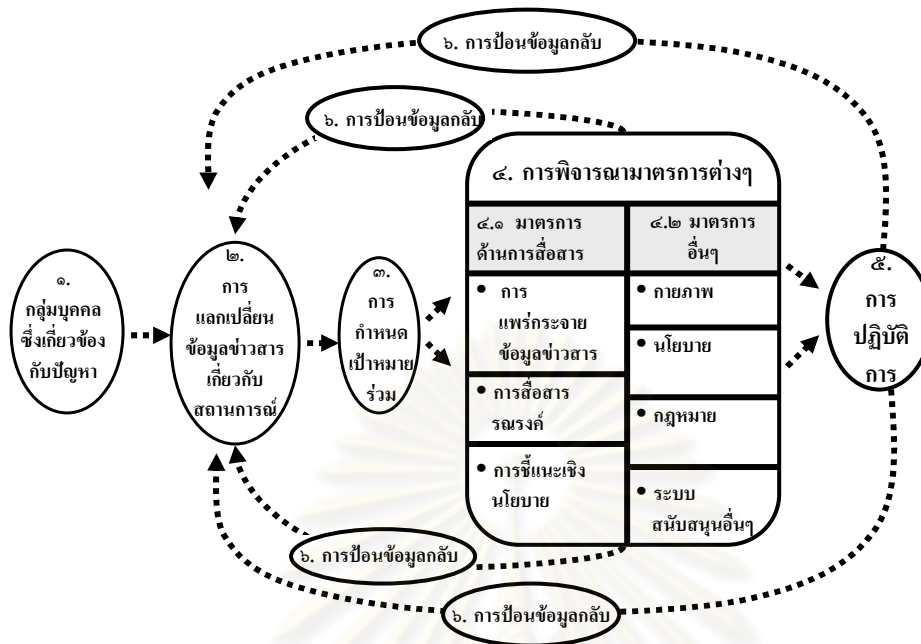
ภาพ 2.7 ขั้นตอนการวางแผนและออกแบบการรณรงค์



ที่มา: กิตติ กัญภัย. (2543). มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 257

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2551ก: 184) ยังได้ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารประเด็นสาธารณสุขและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย” และได้เสนอแบบจำลองกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณสุขไว้หกขั้นตอนด้วยกันดังภาพ 2.8

ภาพ 2.8 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ



ที่มา: ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2551). การสื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: 184

ในขั้นตอนแรกจะเริ่มต้นจากการระบุงroupบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับปัญหา ขั้นตอนต่อมาเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันกำหนดเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลง ซึ่งอาจเป็นเป้าหมายเชิงการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล อาทิ การเปลี่ยนแปลงเชิงความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมบุคคล หรือเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงระดับโครงสร้าง เช่น การเปลี่ยนแปลงเชิงกายภาพ นโยบาย กฎหมาย หรือระบบสนับสนุนอื่นๆ เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องยังได้ร่วมกันพิจารณามาตรการต่างๆ ที่เหมาะสม ทั้งมาตรการด้านการสื่อสาร อันได้แก่ การแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารรณรงค์ และการชี้แนะเชิงนโยบาย และมาตรการด้านอื่นๆ อันได้แก่ มาตรการเชิงกายภาพ เชิงนโยบาย เชิงกฎหมาย เป็นต้น และขั้นตอนต่อมาคือการลงมือปฏิบัติการต่างๆ ร่วมกันเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้กระบวนการสื่อสารนี้จะสมบูรณ์ ต้องให้ความสำคัญกับการป้อนข้อมูลกลับ (feedback) เข้าสู่ขั้นตอนของการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารร่วมกันเป็นระยะๆ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวอาจเกิดขึ้นในลักษณะต่างๆ เช่น การพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการ และการจัดประชุมอย่างเป็นทางการในกลุ่มคณะทำงาน หรือการติดตามความคืบหน้าต่างๆ เชิงนโยบายจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง และการติดตามนำเสนอข่าวสารในสื่อมวลชน เป็นต้น ซึ่งการกระทำดังกล่าว มักนำไปสู่การร่วมกันกำหนดเป้าหมายใหม่/ปรับเปลี่ยนเป้าหมายเดิม และการดำเนินมาตรการที่เหมาะสมต่างๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ใหญ่ขึ้นต่อไป

ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2551ก: 257-265) ศึกษาเรื่อง “การสื่อสารประเด็นสาธารณะ และการเปลี่ยนแปลงในสังคมไทย” โดยสะท้อนให้เห็นถึงห้าประเด็นสำคัญเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ และองค์ประกอบที่สนับสนุนให้กระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม คือ

ประเด็นแรก บุคคลที่จะเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้นั้นมักมีคุณลักษณะสำคัญ คือ มีความเกี่ยวข้องกับปัญหาในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เป็นคนที่มีความมุ่งมั่นที่จะแก้ไขปัญหาให้ ลุล่วง (commitment) เป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ (credibility) เป็นผู้ประสานความร่วมมือกับ กลุ่มอื่นๆ ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเชิงนโยบาย

ประเด็นที่สอง การออกแบบมาตรการด้านการสื่อสาร (communication by design) ใน ประเด็นสาธารณะจำเป็นต้องดำเนินการควบคู่ไปกับมาตรการอื่นๆ และในขณะเดียวกัน การ ขยับเคลื่อนมาตรการด้านการสื่อสารยังควรเน้นทั้งการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล และในระดับโครงสร้างเชิงนโยบายควบคู่ไปด้วยกัน

ประเด็นที่สาม มาตรการด้านการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ มาตรการการสื่อสารเชิงการ “ขยับเคลื่อน” ได้แก่ กระบวนการสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ที่มีการ ออกแบบเพื่อให้สามารถขยับเคลื่อนภารกิจต่างๆ ไปสู่การบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การชี้แนะผ่านสื่อมวลชน การสื่อสารรณรงค์ และการตลาดเพื่อ สังคม เป็นต้น ทั้งนี้คุณลักษณะสำคัญของการสื่อสารเชิงการขยับเคลื่อน คือ การสร้างบรรยากาศ ที่ตื่นตัว (active context) การสร้างความตระหนัก (awareness) การกระตุ้นความร่วมมือ (assistance) การต่อยุ่่าพฤติกรรม (action-oriented) และการติดตั้งระบบสนับสนุน (associated-system management)

มาตรการถัดมาคือ มาตรการการสื่อสารเชิงการ “แทรกซึม” ได้แก่ มาตรการสื่อสารซึ่ง จำเป็นต้องดำเนินการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องทั้งในสถานการณ์เชิงรุกและสถานการณ์ทั่วไป อาทิ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) การสื่อสารกับการระดมพลัง ทางสังคม (communication and social mobilization) และการสื่อสารแบรนด์ (brand communication) การสื่อสารเชิงการแทรกซึมมุ่งเน้นกิจกรรมสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ซึ่งสะท้อน หลักการสำคัญห้าประการ คือ ส่วนร่วม (sharing) ว่าเป็นเจ้าของหรือเป็นส่วนหนึ่งของปัญหา สัญลักษณ์ร่วม (symbol) เพื่อสื่อสารเนื้อหาสาระของประเด็นปัญหา สร้างอารมณ์ร่วม (shared feeling) ผ่านเทคนิค วิธีการต่างๆ ที่จะกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกร่วม การจัดกิจกรรม เชิงสนับสนุน (support) เพื่ออำนวยความสะดวกและเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายมีโอกาสเข้าถึง

ข้อมูล เพื่อมีทางเลือกในการตัดสินใจ และการคำนึงถึงการประสานความร่วมมือให้ภารกิจต่างๆ ดำเนินไปอย่างสอดคล้องกัน (synchronizing)

ประเด็นที่สี่ ความจำเป็นในการผสมผสาน “จุดเด่น” ต่างๆ ที่ปรากฏในกระบวนการสื่อสารกระแสหลัก เช่น การประยุกต์ใช้หลักคิดเชิงการสื่อสารแบรนด์ (brand communication) การกำหนดพื้นที่เป้าหมาย (targeting) และกลุ่มเป้าหมาย (target groups) การใช้สื่อแบบครบวงจร (integrated communication) การคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายในฐานะ “ผู้รับสาร” และ “ผู้เปลี่ยนแปลง” (target groups as receivers and change agent) การตลาดเพื่อสังคม (social marketing) ควบคู่ไปกับการประยุกต์ใช้กระบวนการสื่อสารภายใต้กระแสทางเลือก เพื่อสนับสนุนให้เกิดการร่วมพูดคุย แลกเปลี่ยน รับรู้ การมีส่วนร่วมกับการแก้ไขปัญหา และการรู้สึกเป็น “เจ้าของ” (ownership) ผลผลิต หรือผลลัพธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ภายใต้การคำนึงถึงการรักษาสสมดุล (balance) ระหว่างการประยุกต์ใช้จุดเด่นของแต่ละกระบวนการอย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับสถานการณ์แวดล้อม

และประเด็นสุดท้าย องค์ประกอบสำคัญที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลง คือ บุคคล สาร บริบท และการออกแบบกระบวนการสื่อสารให้ครบวงจรและโดดเด่น ทั้งนี้ ปาริชาติ สถาปัตตานนท์ (2551ก: 265) ได้ให้ความสำคัญกับเงื่อนไขของบริบทแวดล้อม อย่าง เวลาและสถานที่ (time & place) อันเป็นเสมือนแรงขับที่สำคัญที่จะกระตุ้นให้เกิดพลังความร่วมมือของบุคคลต่างๆ และการออกแบบกระบวนการสื่อสารอย่างเหมาะสม ครบถ้วน สมดุล เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม และยั่งยืน

2.3.3.3 แบบจำลองเชิงบูรณาการของกระบวนการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม (Integrated Model of Communication for Social Change)

Figuroa, Kincaid, Rani and Lewis (2002: 7) ได้พัฒนาแบบจำลองการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเชิงบูรณาการขึ้นมา ภายใต้ชื่อ “the Integrated Model of Communication for Social Change” (IMCFSC) แบบจำลองเป็นการอธิบายกระบวนการ (process) ที่ “การปรึกษาหารือร่วมกันของชุมชน” (community dialogue) และ “การลงมือปฏิบัติร่วมกัน” (collective action) ถูกทำงานร่วมกันเพื่อสร้างให้เกิดสุขภาวะ ความเป็นดีอยู่ดีของสมาชิกทุกคนในชุมชน ทั้งนี้เราให้คำนิยามของ “การปรึกษาหารือร่วมกันของชุมชน” (community dialogue) และ “การลงมือปฏิบัติร่วมกัน” (collective action) ว่าหมายถึง สถานการณ์ที่สมาชิกในชุมชนร่วมมือลงมือทำบางสิ่งบางอย่างเพื่อแก้ปัญหาของชุมชนเอง เช่น ปัญหาผลกระทบจากการดื่มภายในชุมชน ซึ่งการแก้ปัญหาในเชิงชุมชนนี้ในที่สุดแล้วสิ่งที่ได้ไม่ใช่เพียงแค่การแก้ปัญหาได้ปัญหาหนึ่งเท่านั้น แต่การร่วมมือกันจะเป็นพลังของชุมชนในการแก้ปัญหาอื่นๆ ใน

ชุมชนต่อไป แบบจำลองนี้อธิบายถึง กระบวนการที่เป็นพลวัตที่เริ่มต้นด้วยสิ่งที่เรียกว่า “ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา” (catalysts) ทั้งจากภายในและภายนอกของชุมชน ปัจจัยเร่งปฏิกิริยานี้จะทำหน้าที่เร่งให้เกิดการเสวนา ซึ่งถ้าประสบความสำเร็จจะนำไปสู่การลงมือแก้ปัญหาาร่วมกัน โดยปัจจัยเร่งปฏิกิริยานี้มีอยู่ด้วยกันหกประการด้วยกันคือ

1. สิ่งเร้าภายใน (internal stimulus) ซึ่งอาจเป็นเหตุการณ์ที่มีคนในชุมชนได้รับผลกระทบจากเครื่องตีแมลงกอฮอลล์ เช่น สมาชิกในชุมชนเสียชีวิตจากการตีแมลง หรือการที่ผู้นำชุมชนลงมือกระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนตัวเองได้เริ่มที่จะถกถึงปัญหาของชุมชน
2. องค์กรภายนอก (change agent) เช่นการปรากฏตัวในชุมชนขององค์กรภาครัฐ/ภาคเอกชน/ภาคประชาชน หรือองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร ที่เข้าไปเพื่อจัดทำโครงการในชุมชน เพื่อแก้ปัญหาของชุมชน หรือการเป็นผู้เอื้อให้เกิดการพูดคุยถึงเรื่องของปัญหาในชุมชน เพื่อให้ชุมชนเกิดการแก้ปัญหาร่วมกัน
3. นวัตกรรม (innovation) เครื่องมือหรือวิธีการใหม่ๆ ในการเข้าสู่ชุมชน เช่น การใช้ละครในการรณรงค์ ที่อาจช่วยในการกระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนสนใจ และเริ่มถกถึงปัญหาต่างๆ
4. นโยบาย (policy) กฎระเบียบที่ออกมาเพื่อทำให้สมาชิกในสังคมปฏิบัติตาม ซึ่งกฎระเบียบดังกล่าว แยกเป็นทั้งในระดับชาติ และระดับท้องถิ่นหรือชุมชน
5. เทคโนโลยี (technology) การเข้าถึงเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต อาจมีส่วนช่วยให้ชุมชนมีความสนใจหรือมีส่วนร่วมในเรื่องปัญหาของสมาชิกในชุมชน
6. สื่อมวลชน (mass media) หมายถึงการออกแบบสาร (message design) เพื่อแพร่กระจายผ่านสื่อต่างๆ เพื่อมุ่งหวังในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือกระตุ้นให้เกิดการทำงานร่วมกันในชุมชน

ปัจจัยเร่งปฏิกิริยาทั้งหกประการดังกล่าวข้างต้นนี้ จะเป็นตัวส่งเสริมหรือช่วยให้เกิดสิ่งที่สำคัญที่สุดในการรณรงค์ ซึ่งคือการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ได้มีความคิดที่จะริเริ่มที่จะสนใจประเด็นสำคัญในการรณรงค์โดยจัดการเสวนากันภายในชุมชน เนื้อหาสาระสำคัญของตัวกระตุ้นในการรณรงค์นี้ถึงแม้ว่ามีความสำคัญ แต่สิ่งปรากฏคือแทบไม่มีการศึกษาในเรื่องนี้อย่างจริงจัง โดยเฉพาะในเรื่องของปัจจัยเร่งปฏิกิริยาในการสื่อสารรณรงค์ ส่วนใหญ่นั้นเรามักมีความเชื่อที่ว่าชุมชนหรือกลุ่มเป้าหมายจะตอบสนองหรือริเริ่มการเสวนาพูดคุยและลงมือปฏิบัติต่อประเด็นในการรณรงค์โดยปริยายโดยไม่ผ่านตัวกระตุ้นใดๆ หรือผ่านตัวแทนจากภายนอกที่เข้ามาในชุมชน อย่างไรก็ตามเราพบว่าบ่อยครั้งนักที่ชุมชนจะตอบสนองต่อประเด็นปัญหาโดยทันที แต่การตอบสนองของชุมชนต่อประเด็นการรณรงค์นั้นมักจะใช้เวลาที่ชุมชนจะเริ่มหยิบเอาประเด็นมาพูดคุยอย่างจริงจัง หรือเริ่มพิจารณาว่าประเด็นในการรณรงค์เป็นปัญหาของชุมชนที่ต้องได้รับการแก้ไข ทั้งนี้บางชุมชนก็สามารถที่จะริเริ่มการเสวนาพูดคุยเกี่ยวกับประเด็นโดยที่ไม่ได้รับการริเริ่มจากองค์กรภายนอกด้วยซ้ำไป ในแบบจำลอง IMCSC

นั่น การปรึกษาหารือภายในชุมชน (community dialogue) และการลงมือปฏิบัติร่วมกัน (collective action) ถูกอธิบายว่าเป็นกระบวนการต่อเนื่องเป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งบางขั้นตอนก็อาจเกิดขึ้นพร้อมกันได้ ซึ่งที่สุดแล้วนำไปสู่ทางออกของประเด็นปัญหาของชุมชนเอง ถ้าขั้นตอนเหล่านี้สมบูรณ์มีความเป็นไปได้สูงว่าการร่วมมือกันของสมาชิกในชุมชนจะเป็นไปได้และประสบความสำเร็จ

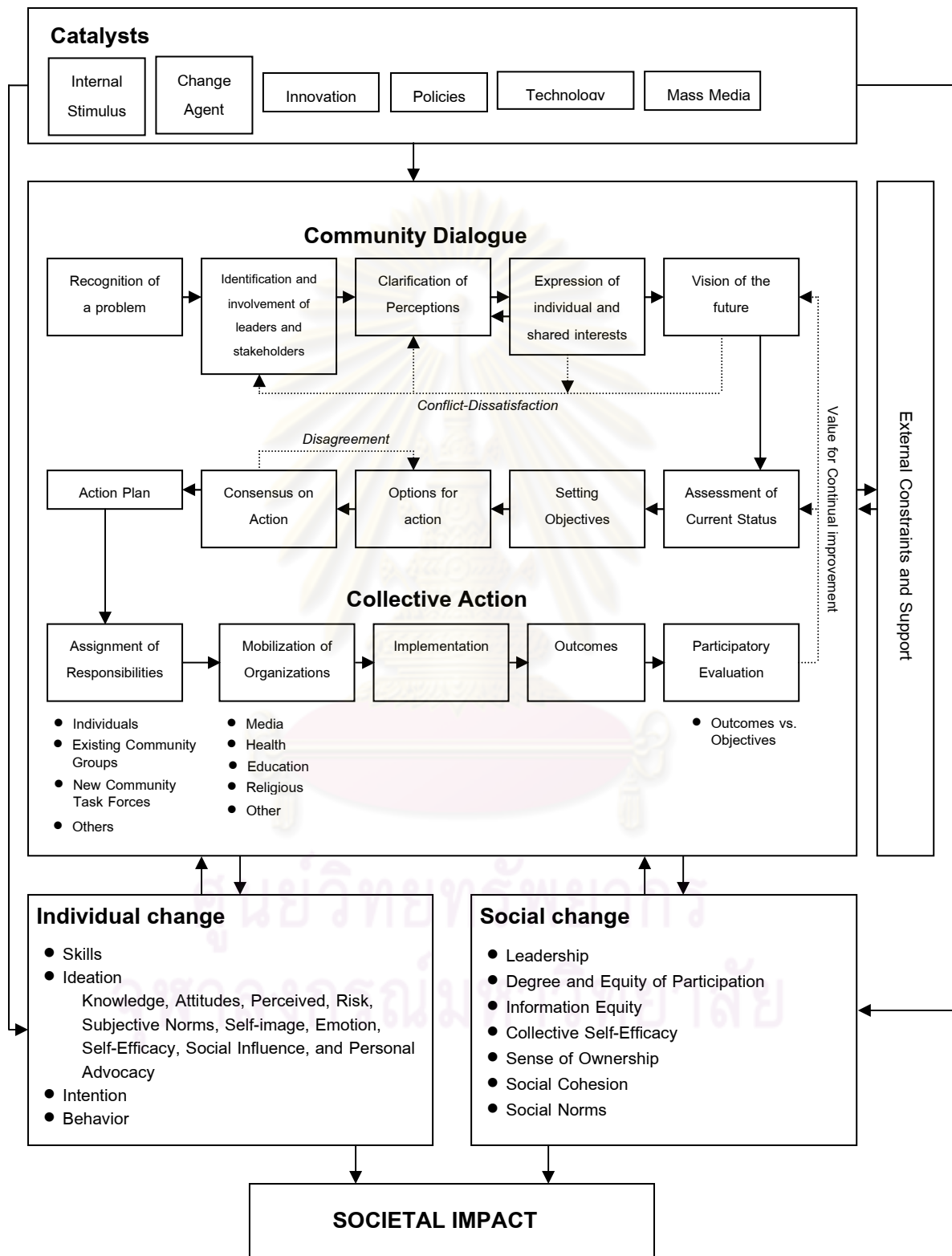
ทั้งนี้ สิบขั้นตอนของการปรึกษาหารือในชุมชน (community dialogue) คือ

1. การตระหนักถึงปัญหา (recognition of a problem)
2. การระบุผู้นำชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (identification and involvement of leaders and stakeholders)
3. การรับรู้และความเข้าใจต่อปัญหา (clarification of perceptions)
4. การสะท้อนมุมมองต่อปัญหาของปัจเจกบุคคล และค้นหาความต้องการร่วมของสมาชิกในชุมชน (express of individual and shared needs)
5. วิสัยทัศน์ในอนาคตต่อจัดการปัญหาดังกล่าวในชุมชน (vision of the future)
6. การสำรวจชุมชนถึงสถานการณ์ปัจจุบัน (assessment of current status)
7. กำหนดวัตถุประสงค์ (setting objectives)
8. การค้นหาแนวทางหรือทางเลือกต่างๆ ในการลงมือปฏิบัติ (options for action)
9. การทำข้อตกลงร่วมกันของชุมชนเพื่อจัดการปัญหา (consensus on action)
10. การจัดทำแผนปฏิบัติการ (action plan)

แบบจำลองเชิงบูรณาการของกระบวนการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม (Integrated Model of Communication for Social Change) แสดงในภาพ 2.9 ดังต่อไปนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาพ 2.9 แบบจำลองเชิงบูรณาการของการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม (Integrated Model of Communication for Social Change)



Source: Figueroa, M.E., Kincaid, D.L., Rani, M. & Lewis, G. (2002). Communication for social change: An integrated model for measuring the process and its outcomes.

New York: The Rockefeller foundation and John Hopkins University Center for Communication Programs: 7

ในส่วนของการลงมือปฏิบัติร่วมกัน (collective action) นั้น แบบจำลอง IMCSC ได้อธิบายกระบวนการนี้เป็นห้าขั้นตอนปฏิบัติการหลัก คือ

1. การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ (assignment of responsibilities)
2. การประสานงานและขับเคลื่อนองค์กรที่เกี่ยวข้อง (mobilization of organizations)
3. การนำไปลงมือปฏิบัติ (implementation)
4. ผลที่เกิดขึ้น (outcomes)
5. การประเมินแบบมีส่วนร่วม (participation evaluation)

ส่วนปัจจัยด้านความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม ซึ่งประเมินได้จากลักษณะ 6 ประการคือ ภาวะผู้นำ (leadership) ระดับการมีส่วนร่วม (degree and equity of participation) การรับรู้และแพร่กระจายข่าวสาร (information equity) ความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่ม (collective self-efficacy) การมีความรู้ความรู้สึกของการเป็นเจ้าของประเด็น (sense of ownership) การยึดเหนี่ยวกันในกลุ่ม (social cohesion) และการสร้างบรรทัดฐานด้านทัศนคติและพฤติกรรมร่วมกันภายในชุมชน (social norms)

แบบจำลองเชิงบูรณาการของการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงเชิงสังคมแนวคิดของ Figueroa et al. (2002) เป็นความพยายามที่จะรวบรวมทฤษฎีต่างๆ ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเข้าไว้ภายใต้กรอบเดียวกัน โดยหวังว่าจะครอบคลุมทุกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางจิตวิทยาที่กำหนดการเปลี่ยนแปลง (psychological determinants) การปฏิบัติร่วมกันในชุมชน (community action) อิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม (environmental influences) โดยเชื่อว่าปัจจัยเหล่านี้ความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน แบบจำลองนี้จึงค่อนข้างมีความครบถ้วนในแง่การศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง แทนที่จะพิจารณาแค่ตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตามการที่มีปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆ เพิ่มเข้ามานั้นย่อมจะสร้างความซับซ้อนในการค้นหาความสัมพันธ์ต่อทั้งสามปัจจัยที่กล่าวมา

เนื่องจากแนวคิดเรื่องกระบวนการสื่อสารรณรงค์นั้นมีหลายแนวคิด แต่สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้แนวคิดของ Figueroa et al. (2002: 7) มาเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาแบบจำลองกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน เนื่องจากแนวคิดดังกล่าวได้อธิบายถึงการผสมผสานระหว่างการสื่อสารแบบแพร่กระจายกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้อย่างชัดเจน รวมถึงมีการกำหนดตัวแปรต่างๆ ในกระบวนการสื่อสารได้ละเอียด ไม่ว่าจะเป็นตัวแปรด้านปัจจัยแรงปฏิกิริยา ตัวแปรด้านกระบวนการสื่อสาร และตัวแปรด้านผลลัพธ์

การเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคล และระดับสังคม ซึ่งนับว่าเป็นแบบจำลองการสื่อสารที่มีความสมบูรณ์ที่สุดแบบจำลองหนึ่ง

ผู้วิจัยได้นำตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลองการสื่อสารของ Figueroa et al. (2002) มาพิจารณาในบริบทสังคมไทย และได้พัฒนาเป็นแบบจำลองการสื่อสารใหม่ที่สอดคล้องกับสถานการณ์การสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนมากที่สุด

2.4 แนวคิดเรื่องผลของการสื่อสารในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเยาวชน

2.4.1 ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

แนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับตัวแปรสองกลุ่ม โดยมีการสื่อสารเป็นตัวแปรต้น ส่วนตัวแปรตามคือความรู้ (knowledge) ทัศนคติ (attitude) และพฤติกรรม (practice) โดยมีหลักการที่ว่า การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงนั้น ทั้งความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันเป็นสายโซ่ ที่อาจเริ่มจากตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งแล้วสอดคล้องกับตัวแปรอื่นๆ ตามมา

2.4.1.1 ความรู้ (knowledge) คือ รับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองสิ่งเร้า แล้วจัดระบบโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตใจ ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้สึกก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ต่อไป

2.4.1.2 ทัศนคติ (attitude) เป็นความรู้สึกและความนึกคิดต่อคนรอบข้าง วัตถุ และสิ่งแวดล้อม โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมากจากความเชื่อที่อาจส่งผลด้านพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองสิ่งเร้า และทัศนคดียังเป็นพรมแดนเชื่อมโยงระหว่างความรู้กับพฤติกรรม โดยทัศนคติของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี ซึ่งเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีอยู่สามระดับ ระดับแรกคือ การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจจะมาจากสื่อมวลชนหรือบุคคลอื่นๆ การเปลี่ยนแปลงความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้มากจากประสบการณ์ หรือความประทับใจ หรือสิ่งที่จะทำให้เกิดความสะเทือนใจ และ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงาน ซึ่งไปมีผลต่อบุคคลทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเสียใหม่

ดังนั้น ทักษะจึงเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (learning) จากแหล่งทัศนคติ (source attitude) ต่างๆ มากมาย สำหรับแหล่งที่ทำให้เกิดทัศนคติที่สำคัญ ได้แก่

ก. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (specific experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

ข. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ (communication with others) ทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้ เช่น นักเรียนเคยได้รับการสั่งสอนจากครูอาจารย์ว่าทำอย่างนี้ดี อย่างนั้นไม่ดี ก็จะทำให้มีทัศนคติต่อการกระทำต่างๆ ตามที่ได้รับทราบมา

ค. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (models) การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น ลูกที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบการแสดงท่าทางในการชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามพ่อแม่ของตน นอกจากนั้นก็อาจจะมีการเลียนแบบผู้อื่นอีกก็ได้ เช่น เลียนแบบผู้นำความคิด นักแสดง นักร้อง ผ่านสื่อต่างๆ ได้

ง. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (institutional factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้ จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาดังกล่าวแล้ว จะเห็นองค์ประกอบสำคัญที่เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือ การสื่อสาร เนื่องจากการสื่อสารจะมีการแทรกอยู่ตลอด ไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง หรือเกิดจากสิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือเกิดจากการเกี่ยวข้องกับสถาบัน หรือเกิดจากการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นๆ ก็ตาม จึงอาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ

2.4.1.3 พฤติกรรม (practice) เป็นการกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มีจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ก็เนื่องมาจากมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดจากความแตกต่างในการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลความหมายของสารที่ได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลต่อพฤติกรรมของแต่ละบุคคล

จะเห็นได้ว่า สื่อรณรงค์ต่างๆ มีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่างๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่า ขณะนี้ในสังคมมีปัญหาอะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารนั้นๆ ย่อมก่อให้เกิด ทัศนคติ และเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่เป็นที่

ยอมรับกันว่าการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ การสื่อสารจึงเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดีและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยนำทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม มาใช้ในการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในเยาวชน แต่ทฤษฎีนี้มองเพียงตัวแปรด้านการให้ความรู้จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม ซึ่งไม่เพียงพอในการทำความเข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลง ผู้วิจัยจึงได้นำเอาทฤษฎีที่เกี่ยวกับผลของการสื่อสารในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอื่นๆ มาใช้ ดังนี้

Petty และ Cacioppo, (1986 cited in Littlejohn and Foss, 2005: 145-148) ได้เสนอทฤษฎีหรือแบบจำลองที่อธิบายลักษณะของความน่าจะเป็นในการประมวลหรือพิจารณาข่าวสารเกี่ยวกับการโน้มน้าวใจหรือที่เรียกว่าทฤษฎีแนวโน้มนำการคิดขยายรายละเอียด (Elaboration Likelihood Model) ที่อธิบายไว้ว่าขั้นตอนและแนวทางในการโน้มน้าวใจเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยกล่าวว่าบุคคลจะจัดการการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจในสองแนวทางด้วยกัน คือ ประการแรก ผ่านทางสายหลัก (central route) ซึ่งหมายถึง บุคคลจะพิจารณาพิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาอย่างละเอียดถี่ถ้วน โดยอาจนำไปซึ่งน้ำหนักเปรียบเทียบกับความรู้เดิมที่ตนเองมีอยู่ และพิจารณาตัดสินใจโดยดูจากเนื้อหาของข่าวสารอย่างมาก ผลของการจูงใจจะเกิดจากการที่คนเรามีความสนใจและใช้ความคิดในการพิจารณาเนื้อหาจริงของข้อมูลที่น่าเสนอ และประการที่สอง ผ่านเส้นทางรอบนอก (peripheral route) ซึ่งหมายถึงบุคคลจะไม่พิจารณาพิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารมากนัก แต่จะพิจารณาจากองค์ประกอบอื่นๆ ของการสื่อสารแบบหลักในการตัดสินใจ เช่น แหล่งสาร รูปแบบการสื่อสาร จุดจับใจ เป็นต้น ผลของการจูงใจจึงมาจากตัวนำง่าย ๆ ในสภาวะการชักจูงใจที่ชักชวนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยขาดการคำนึงถึงเนื้อหาที่แท้จริงของข้อมูล

บุคคลจะจัดการกับข่าวสารในแนวทางใดนั้น ขึ้นอยู่กับสองปัจจัยด้วยกันคือ แรงจูงใจ (motivation) และความสามารถ (ability) ในปัจจัยของเรื่องแรงจูงใจนั้น ถ้าบุคคลมีแรงจูงใจสูงมากก็จะจัดการข้อมูลข่าวสารผ่านทางสายหลัก ในขณะที่ถ้าบุคคลมีแรงจูงใจต่ำก็จะจัดการข้อมูลข่าวสารโดยผ่านทางรอบนอก ตัวแปรที่กำหนดว่าบุคคลจะมีแรงจูงใจสูงหรือต่ำมีอยู่สามตัวแปรด้วยกันดังนี้คือ ความเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ (involvement) หมายถึงว่า หัวข้อของการสื่อสารนั้นมีความเกี่ยวข้องหรือมีความสำคัญต่อบุคคลมากหรือน้อย ถ้ามีความเกี่ยวข้องสูงมากแรงจูงใจก็จะสูงตามไปด้วย ในทางตรงกันข้าม ถ้ามีความเกี่ยวข้องต่ำ แรงจูงใจก็จะต่ำด้วยเช่นกัน ความหลากหลายของข้อโต้แย้ง (diversity of arguments) ถ้าข้อโต้แย้งมีความ

หลากหลาย หรือ ข้อโต้แย้งมาจากแหล่งสารหลาย ๆ แหล่ง หลายแง่มุม แรงจูงใจก็จะสูง ตามไปด้วย และความชอบในการใช้ความคิดเชิงวิเคราะห์ (tendency to enjoy critical thinking) ของบุคคล ถ้าบุคคลนั้นมีแนวโน้มชอบใช้ความคิดเชิงวิเคราะห์อยู่ก่อนแล้ว ก็จะเกิดแรงจูงใจสูงในการใช้การจัดการข้อมูลโดยผ่านเส้นทางสายหลัก ในทางตรงกันข้าม สำหรับบุคคลที่ไม่ชอบคิดเชิงวิเคราะห์ก็จะมีแรงจูงใจต่ำทำให้การจัดการข้อมูลผ่านทางรอบนอก

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะมีแรงจูงใจสูงหรือต่ำก็ตาม แต่ถ้าขาดปัจจัยอีกหนึ่งตัวคือ ความสามารถในการจัดการข้อมูล บุคคลนั้นก็ไม่สามารถจัดการข้อมูลนั้น ๆ ได้ เช่น ความสามารถในการได้ยิน การมองเห็น และความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น เมื่อทั้งแรงจูงใจและความสามารถอยู่ในระดับสูง การพินิจพิเคราะห์ในข้อมูลก็จะเกิดขึ้น ดังที่ O'Keefe (2002) ซึ่งได้วิจัยที่ทำให้ผู้รับสารตัดสินใจใช้เส้นทางหรือวิธีไหนในการประมวลผลข่าวสารนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยแรงจูงใจกับความรู้ ความสามารถในการที่จะเข้าไปสู่กระบวนการพินิจพิจารณา นั้น ๆ ถ้าบุคคลนั้นมีความสามารถสูง โอกาสการใช้เส้นทางหลักในการพิจารณาข่าวสารจะมีมากกว่า นอกจากนี้ทฤษฎีก็ยังได้ให้ความสนใจไปที่ความชอบ (affect) ว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานของแรงจูงใจ ถ้ามีความชอบอยู่แล้วและการเลือกใจจุดสนใจที่ถูกต้องในการชักจูงใจก็จะทำให้บุคคลนั้นมีการใช้ความคิดพิจารณาข้อมูลมากขึ้น ดังนั้นจำนวนความมากน้อยของข้อมูลที่บุคคลจะใช้พิจารณานั้นอาจถูกกระตุ้นโดยความชอบ ในขณะที่ความชอบก็อาจก่อให้เกิดทัศนคติที่ดี โดยไม่ผ่านการพิจารณาข้อมูลหรือเนื้อหาก็ได้ โดยนำไปเกี่ยวข้องกับสิ่งอื่นที่ให้ความรู้สึกดี ๆ กลายเป็นสิ่งกระตุ้นก่อให้เกิดความรู้สึกและความชอบในโครงการรณรงค์ต่าง ๆ ซึ่งในที่สุดจะเกิดทัศนคติที่ดีเพิ่มขึ้นต่อประเด็นในการรณรงค์

จากที่อธิบายมาแล้วข้างต้น บุคคลจะพิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดถี่ถ้วน และใช้ความพยายามทางความคิดอย่างมากในการประเมินข้อมูลของการรณรงค์เมื่อมีแรงจูงใจที่สูง ซึ่งส่วนหนึ่งของแรงจูงใจคือระดับความเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ (level of involvement) ดังนั้นถ้าการรณรงค์ใดมีระดับความเกี่ยวข้องในการตัดสินใจสูง ผู้รับสารผู้นั้นก็มีแนวโน้มว่าจะพิจารณาประเด็นในการรณรงค์จากข้อเท็จจริง เช่น ข้อดี ข้อเสียของผลการรณรงค์ และประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจะเกิดขึ้นหลังจากมีการเปลี่ยนแปลงในระดับของความคิดและทัศนคติก่อน ดังนั้นเราต้องให้ข้อมูลที่อาจก่อให้เกิดความขัดแย้งทางความคิด และในที่สุดเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติตามมา ผู้รับสารก็มีแนวโน้มที่จะแสวงหาข้อมูลน้อย และจะตัดสินใจจากองค์ประกอบอื่น ๆ ในการสื่อสาร จนเกิดการเปลี่ยนในโครงสร้างทางการรับรู้ แบบค่อยเป็นค่อยไปผสมผสานกับการทำซ้ำ ๆ จนในที่สุดก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมได้

ทฤษฎีแนวโน้มการคิดขยายรายละเอียด (elaboration likelihood model) จะช่วยให้ผู้วิจัยได้นำเอาปัจจัยด้าน ความเกี่ยวข้องในการตัดสินใจ ความหลากหลายของข้อโต้แย้ง และความชอบในการใช้ความคิดเชิงวิเคราะห์ของบุคคลมาใช้เพื่อหาความสัมพันธ์ของกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน กับผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

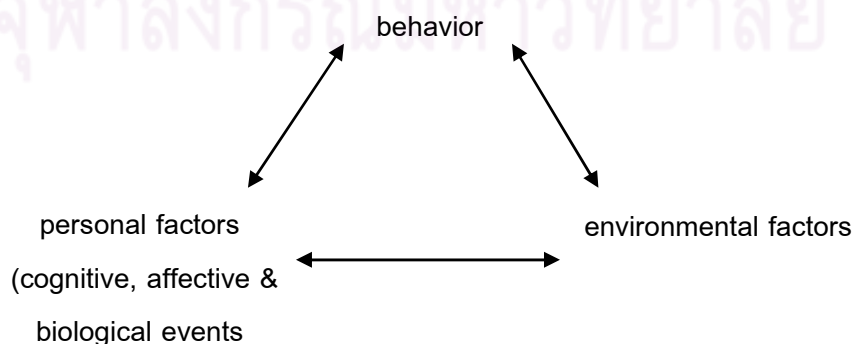
2.4.2 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (social cognitive theory)

หลักการของทฤษฎีนี้มีว่า บุคคลเรียนรู้พฤติกรรมใหม่ๆ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลอื่น ผ่านทางประสบการณ์ตรง หรือการเรียนรู้ผ่านแม่แบบที่ปรากฏในสื่อมวลชน (Bandura, 1977 cited in McQuail, 2005: 493) โดยเราอาจพบเห็นพฤติกรรมการเรียนรู้ดังกล่าวผ่าน “การเลียนแบบ” บุคคลอื่นๆ ในเชิงการแต่งกาย ทรงผม อากัปกริยา วิธีการพูดจา และพฤติกรรมต่างๆ

Bandura (1977 cited in MaQuail, 2005: 493) ได้ให้นิยามของการเรียนรู้ว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เช่นเดียวกับแนวคิดของกลุ่มพฤติกรรมนิยม (behaviorism) แต่พฤติกรรมในความหมายของ ทฤษฎีนี้แตกต่างออกไปคือ ไม่ได้เน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอก (overt behavior) แต่เชื่อว่าการได้มาซึ่งความรู้ใหม่ๆ ที่เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายใน เช่น ความคิด ความเชื่อ การรับรู้ ฯลฯ ก็ถือว่าการเรียนรู้ไม่จำเป็นต้องแสดงออกมาเป็นการกระทำ ซึ่งหากบุคคลมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายในแล้ว เขาย่อมแสดงพฤติกรรมภายนอกออกมา เมื่อเขามีโอกาส เนื่องจากตัวปัญญาจะเป็นแรงผลักดันโดยตรงที่สร้างให้บุคคลรับรู้ความจริง

พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้น และเปลี่ยนแปลง โดยถูกกำหนดจากปัจจัยทางสภาพแวดล้อม (environment) และปัจจัยภายในตัวคน (personal factors) การกำหนดระหว่างปัจจัยเป็นลักษณะของการกำหนดซึ่งกันและกัน ซึ่งเรียกว่า reciprocal determinism

ภาพ 2.10 แบบจำลอง reciprocal determinism



Source: Bandura, A. (1977). Social learning theory. Englewood Cliffs, NJ: PrenticeHall.

การกำหนดซึ่งกันและกันนี้บางปัจจัยอาจมีอิทธิพลมากกว่าบางปัจจัย และอิทธิพลไม่ได้เกิดขึ้นพร้อมกัน การปฏิสัมพันธ์ระหว่างสามปัจจัย แตกต่างกันขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล พฤติกรรมที่ต้องการ และสถานการณ์เฉพาะเจาะจงที่เอื้อต่อพฤติกรรม เช่น ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับพฤติกรรม เป็นอิทธิพลที่มีต่อกัน ระหว่างความคิด ความรู้สึก อารมณ์ และคุณสมบัติทางชีววิทยา กับการกระทำ ตัวอย่างเช่น ความคาดหวัง ความเชื่อ การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง เป้าหมาย และเจตนาจะกำหนดทิศทางของการกระทำ ในขณะที่เดียวกัน การกระทำที่เกิดขึ้นก็มีส่วนกำหนดความคิด อารมณ์ของบุคคล

การกำหนดซึ่งกันและกัน ระหว่างสภาพแวดล้อม กับปัจจัยส่วนบุคคล เป็นกระบวนการที่เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง ความเชื่อ ความสามารถทางปัญญาของบุคคลที่ถูกพัฒนา และปรับเปลี่ยนเนื่องจากอิทธิพลของสังคม ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูล กระตุ้นการตอบสนองทางอารมณ์ โดยผ่านตัวแบบ การสอน การชักจูงทางสังคม บุคคลจะมีการโต้ตอบแตกต่างกันจากสภาพแวดล้อม เนื่องมาจากลักษณะทางกายภาพ เช่น อายุ เพศ เชื้อชาติ ความดึงดูดของรูปร่างหน้าตา ปฏิสัมพันธ์รูปแบบสุดท้าย เกิดขึ้นระหว่างพฤติกรรมกับสภาพแวดล้อม

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมนี้ ได้กำหนดให้บุคคลมีความสามารถขั้นพื้นฐานอยู่ห้าอย่าง ดังนี้ ความสามารถทางสัญลักษณ์ (symbolic capability) ได้แก่ความสามารถของกระบวนการทางปัญญาในการสร้างความหมาย สร้างสัญลักษณ์ และเก็บจำข้อมูลต่างๆ ไว้ในความจำที่สามารถดึงออกมาใช้ในอนาคต ความสามารถในการสังเกต (vicarious capability) หมายถึงความสามารถของบุคคลที่จะเกิดการเรียนรู้ จากการสังเกตการกระทำของคนอื่น ซึ่งช่วยให้บุคคลพัฒนาความคิดที่ว่าพฤติกรรมใหม่เกิดขึ้นได้อย่างไร โดยไม่จำเป็นต้องลงมือทำด้วยตนเอง ความสามารถในการคาดการณ์ (forethought capability) พฤติกรรมของบุคคลมีจุดมุ่งหมาย และกำกับได้โดยการคาดการณ์ที่บุคคลสามารถจงใจตนเอง และทำพฤติกรรมได้ด้วยตนเอง โดยบุคคลสามารถคาดหวังว่าสิ่งที่เกิดขึ้นกับคนอื่นอาจเกิดขึ้นกับตนเองได้ถ้าแสดงพฤติกรรมเช่นเดียวกับเขา ความสามารถในการกำกับตนเอง (self regulatory capability) บุคคลสามารถควบคุมความคิด ความรู้สึก การจงใจ และการกระทำได้โดยตนเอง ความสามารถในการโต้ตอบตนเอง (self-reflective capability) เป็นความสามารถที่เอื้อให้บุคคลวิเคราะห์ความสามารถตนเอง (self efficacy) ว่าทำอะไรได้หรือไม่ และระดับใด กระบวนการที่สำคัญ คือ การรับรู้ความสามารถตน ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จ รวมทั้งมีการใช้ความพยายามที่ทุ่มเทกับการกระทำที่เชื่อว่าตนเองมีความสามารถ

แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (social cognitive theory) จะช่วยเสริมทฤษฎีด้านผลการสื่อสารที่กล่าวมาก่อนหน้า ในด้านปัจจัยทางสภาพแวดล้อม (environment) และปัจจัย

ภายในตัวคน (personal factors) ที่เป็นลักษณะของการกำหนดซึ่งกันและกัน อันจะส่งผลต่อพฤติกรรมของเยาวชนที่เปลี่ยนแปลง

2.4.3 แนวคิดการเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ในการสื่อสารระหว่างบุคคล

การใช้ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) มาใช้ในการสื่อสารรณรงค์นั้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ดีกว่าการใช้สื่อมวลชน (mass media) เพราะการใช้สื่อเหล่านั้นได้ผลในระดับการยกระดับการรับรู้ (awareness) แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีประสิทธิภาพในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Morton & Duck, 2001; Beisecker, 1991) โดยเฉพาะการใช้การสื่อสารระหว่างเยาวชนที่อยู่ในกลุ่มสังคมเดียวกัน

หนึ่งในหลักการสำคัญของแบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม คือ ความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือที่เราเรียกว่าคู่สนทนา แนวคิดในการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อได้มีการสื่อสารต่อกันและกันด้วยความจริงใจและเปิดเผยต่อกัน หรือการยอมเปิดโอกาสให้ คนอื่นเข้าถึงความเป็นตัวตนของตนเองและให้โอกาสแก่ตนเองในการทำความเข้าใจความเป็น ตัวตนของคนอื่นอีกด้วย การที่ต่างฝ่ายต่างรู้จักซึ่งกันและกันนี้ สิ่งที่กำลังกล่าวมาถือว่าเป็นฐานคิดสำคัญของแนวคิดการเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ซึ่งเป็นกระบวนการทางการสื่อสารในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล นักรณรงค์เชื่อว่ายิ่งต่างฝ่ายต่างเข้าใจและรู้จัก อีกฝ่ายหนึ่งมากเท่าไรก็จะมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการโน้มน้าวใจเพราะจะทำให้ทราบดีว่า ควรจะพูดอย่างไร แบบไหน (Knapp & Vangelisti, 2005)

กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือความสำเร็จของการรณรงค์ในระดับบุคคลคือปริมาณการเปิดเผยตัวเอง (amount of disclosure) แต่อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเปิดเผยตัวเองเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นระหว่างบุคคล แต่ระดับการเปิดเผยตนเองก็ได้เป็นเครื่องยืนยันระดับความสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นมากตามระดับการเปิดเผย การที่คู่สื่อสารยิ่งเปิดเผยตนเองก็ไม่ใช่จะสร้างความพอใจ สร้างความสนิทสนมหรือสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงมากขึ้นตามระดับการเปิดเผยนั้น การเปิดเผยในระดับที่พอประมาณซึ่งเหมาะสมต่างหากจึงจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและลึกซึ้งได้ (Blieszner & Adams, 1992)

กระบวนการเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ของเยาวชนในประเด็นเรื่องพฤติกรรม การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีการศึกษาในสามบริบทการสื่อสารที่สำคัญ คือการสื่อสารในครอบครัว การสื่อสารในกลุ่มเพื่อน และการสื่อสารกับคนรัก เพราะที่ทั้งสามบริบทนี้เป็นจุดติดต่อใกล้ชิดในการสื่อสารกับเยาวชน การรณรงค์ในระดับการสื่อสารระหว่างบุคคล จึงควรให้

ความสนใจกับสามบริบทนี้เป็นอย่างมาก ที่ผ่านมามีการให้ความสนใจต่อบางบริบท เช่น การสื่อสารในกลุ่มเพื่อน หรือการสื่อสารในครอบครัวต่อพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่การศึกษาที่ผ่านมายังไม่ได้ศึกษาในเรื่องประเด็นการเปิดเผยตนเองอย่างชัดเจน ว่าระดับของการเปิดเผยตนเองมีผลอย่างไรต่อการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ระหว่างเยาวชนกับกลุ่มคนสำคัญในชีวิตของเขา (significant others)

2.4.3.1 การสื่อสารระหว่างคนในครอบครัว เป็นอีกบริบทหนึ่งในการสื่อสารรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเสี่ยง (high risk behaviour) ในกลุ่มเยาวชนนั้น มีการนำมาปฏิบัติในบางโครงการรณรงค์ เช่น การศึกษาผลกระทบของการสื่อสารของครอบครัวและเพื่อนที่มีต่อนักศึกษาในประเด็นเรื่อง HIV และ AIDS (Powell & Segrin, 2004) ด้วยความเชื่อที่ว่าเยาวชนไทยยังคงมีความผูกพันกับครอบครัวและมีความเคารพ เชื่อฟังผู้ที่มีอาวุโสกว่า ซึ่งสะท้อนผ่านมิติทางวัฒนธรรมด้าน collectivism และด้าน power distance (Hofstede, 1991) การสื่อสารระหว่างบุคคลในครอบครัวจึงเป็นช่องทางในการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้

แต่ความสำเร็จในการโน้มน้าวใจผ่านคนในครอบครัวนั้นขึ้นอยู่กับปริมาณและคุณภาพของการสื่อสารระหว่างกัน และความไว้วางใจ (trustworthy) ระหว่างสมาชิกในครอบครัว (Knapp & Vangelisti, 2005; Vangelisti, 2002) ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้เกิดขึ้นได้จากระดับการเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ระหว่างสมาชิกในครอบครัว กล่าวคือเมื่อระดับการเปิดเผยตัวเองระหว่างเยาวชนและสมาชิกในครอบครัวมีสูงนั้นหมายถึงหัวข้อสนทนาภายในครอบครัวก็จะมีหลากหลาย (breadth) และความลึก (depth) มากขึ้น และเมื่อประเด็นหรือแง่มุมถูกเปิดกว้างย่อมส่งผลถึงประเด็นเรื่องพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ย่อมถูกนำมาพูดคุยด้วย

การพิจารณาประเด็นเรื่องการเปิดเผยตัวเองในบริบทการสื่อสารในครอบครัวมีความจำเป็นที่เราต้องคำนึงถึงรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวโดยเฉพาะในครอบครัวไทย เราพบว่าตัวแปรภายนอก (exogenous variables) เช่น ประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม นั้นจะเป็นตัวกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ของครอบครัวโดยเฉพาะการสื่อสาร (Fitzpatrick & Caughlin, 2002)

เมื่อมองภาพรวมของลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม การสื่อสารในครอบครัวไทยมักจะเป็นแบบปกป้อง (protective) ที่ลักษณะพฤติกรรมสื่อสารนั้นให้ความสำคัญกับกับสังคม ประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติกันมานานในสังคมเป็นลำดับแรก ส่วนข้อเท็จจริง ความถูกต้องของเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารนั้นจะถูกมองเป็นประเด็นรองลงมา ซึ่งทำให้เยาวชนในครอบครัวมักจะถูกสอนให้เชื่อฟัง คล้อยตามผู้ใหญ่ในการที่จะทำให้การอยู่ร่วมกันในครอบครัวมีความสุข การแสดงความคิดเห็นที่ขัดแย้งกับผู้อาวุโสมักมองเป็นความก้าวร้าวและไม่ถูกต้อง สาเหตุที่

ครอบครัวไทยในปัจจุบันยังคงมีลักษณะการสื่อสารแบบปกป้องนี้ ทั้งที่กระแสดความคิดเรื่องการให้เยาวชนมีการพัฒนาความคิดเห็นที่เป็นตัวของตัวเอง หรือการถกเถียงประเด็นต่างๆ อย่างเสรีในครอบครัวเป็นกระแสสำคัญในสังคม เพราะว่าพ่อ แม่ หรือผู้ปกครองในครอบครัวนั้นมีแนวโน้มเป็นอย่างสูงที่จะเติบโตมาจากครอบครัวแบบปกป้องมาก่อนนั่นเอง ความเชื่อหรือบรรทัดฐานทางสังคมที่วางไว้ว่าพ่อต้องเป็นผู้นำด้านความคิด ความสำเร็จในครอบครัวมาจากหน้าที่การงานของพ่อ ในขณะที่แม่ต้องเป็นผู้ที่มีบทบาทรองลงมาในครอบครัว โดยเฉพาะเรื่องการตัดสินใจในประเด็นสำคัญต่างๆ ที่ไม่ใช่เรื่องภายในบ้าน (Komin, 1991) การให้บุตร-ธิดาเป็นตัวของตัวเอง หรือแสดงออกมากเกินไป เป็นการท้าทายอำนาจการควบคุมของพ่อแม่ บรรทัดฐานทางครอบครัวที่ดำรงอยู่ฝังรากลึกในสังคมนี้ทำให้การสื่อสารในครอบครัวเป็นแบบปกป้อง ซึ่งแน่นอนว่าเมื่อลักษณะการสื่อสารในครอบครัวมีแนวโน้มว่าจะเป็นลักษณะเช่นนี้ย่อมส่งผลโดยตรงต่อระดับการเปิดเผยตัวเองในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จะเห็นได้ว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมส่งผลให้ประเด็นที่จะเปิดเผยตัวเองของเยาวชนในครอบครัวไทยมีข้อจำกัด ประเด็นในบางประเด็นเท่านั้นที่จะถูกนำมาเปิดเผยในการสื่อสารระหว่างครอบครัว (breadth of self disclosure) และในบางประเด็นนั้นก็มีความลึกของการเปิดเผยตัวเอง (depth of self disclosure) ไม่เท่ากัน เยาวชนอาจมีเรื่องอื่นมากมายที่อยากเปิดเผยตัวเองกับครอบครัว เช่น เรื่องการเรียน การคบเพื่อน หรือกระทั่งเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่การที่เรื่องใดเรื่องหนึ่งจะมีความสำคัญที่ถูกยกขึ้นมาเป็นประเด็นในการสื่อสารนั้น โดยเฉพาะในครอบครัวแบบปกป้อง เยาวชนต้องพิจารณาถึงกฎเกณฑ์ ประเพณีของครอบครัว

เยาวชนต้องรู้ถึงระดับความคาดหวัง (expectancy) ของครอบครัวในเรื่องนั้นๆ และพยายามไม่สร้างความขัดแย้งขึ้นมาในครอบครัวโดยละเมิดความคาดหวังเหล่านี้ (Burgoon and Jones, 1976 cited in Infante, Rancer and Womack, 2003) กล่าวอีกนัยหนึ่งถ้าประเด็นนั้นเป็นเรื่องที่ละเมิดหรืออยู่นอกกฎเกณฑ์ของครอบครัว เยาวชน ก็จะไม่นำเรื่องนี้มาเป็นประเด็นในการสื่อสารหรือเสี่ยงที่จะพูดถึง (Knapp & Vangelisti, 2005) ปัญหาเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จึงไม่เป็นประเด็นที่ถูกนำไปเปิดเผยในการสื่อสารในครอบครัวไทย นอกเสียจากว่ามีสมาชิกในครอบครัวดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และสร้างผลกระทบด้านลบต่อสมาชิกคนอื่นในครอบครัว เช่น พ่อดื่มสุราแล้วทำร้ายร่างกายแม่ หรือสมาชิกคนอื่นในครอบครัว ก็จะทำให้ประเด็นเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขึ้นมาเป็นประเด็นในการสนทนา

แต่อย่างไรก็ตาม Pendergest & Schacfer (1974 อ้างถึงใน บุญเสริม หุตะแพทย์ และคณะ, 2547: 19) เห็นแย้งกับข้อคิดเห็นข้างต้นว่า ทศนคติของพ่อแม่หรือผู้ปกครองที่มีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีความสัมพันธ์กับการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยถ้าพ่อ

แม่มีทัศนคติที่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จะทำให้เยาวชนรู้จักเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ชนิดต่าง ๆ แต่ถ้าพ่อแม่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เยาวชนก็ไม่ให้ความสนใจในเรื่องการดื่ม ซึ่งหมายความว่าทัศนคติและพฤติกรรมของสมาชิกอาวุโสในครอบครัว เช่น พ่อแม่จะเป็นสิ่งที่ทำหายพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนด้วย โดยเฉพาะในรายของพ่อแม่ที่แสดงตนเป็นตัวแบบ (role model) ในการให้ความสนับสนุนการดื่มจึงเป็นการเปิดโอกาสให้วัยรุ่นใช้หรือมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

การยกประเด็นเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาเป็นประเด็นในการสนทนาในครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญในการพยายามโน้มน้าวใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดื่มในเยาวชน แต่สิ่งที่ควรคำนึงถึงก็คือประเด็นเรื่องการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นถือว่าเป็นประเด็นต้องห้าม (taboo) เช่นเดียวกับประเด็นเรื่องเพศสัมพันธ์ เพราะการดื่มนั้นมีมิติทางสังคมสูง เช่น ต้องดื่ม กับกลุ่มเพื่อนในเวลากลางคืน และการดื่มอาจมีผลกระทบตามมา เช่นอุบัติเหตุ การทะเลาะวิวาท การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร เมื่อเป็นเช่นนี้ก็มีแนวโน้มว่าถึงแม้สมาชิกในครอบครัว พยายามจะยกประเด็นการดื่มนี้ขึ้นมาเป็นประเด็นสำคัญ แต่อาจไม่ได้รับความร่วมมือจากเยาวชนก็ได้ โดยเฉพาะเยาวชนในวัยตั้งแต่ 13 ปีขึ้นไปจะเริ่มมีความเป็นตัวของตัวเองสูง หมายความว่าอายุของเยาวชนมีผลต่อการเปิดเผยตัวเองในเรื่องบางเรื่อง

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้พอจะอธิบายได้จากว่าก่อนที่จะเข้าสู่วัยรุ่น เยาวชนมักจะเชื่อฟังผู้ใหญ่ หรือมองเห็นว่าผู้ใหญ่เป็นคนที่มีความรู้มากกว่า เยาวชนในวัยนี้ยังไม่ได้พัฒนาอัตลักษณ์ของตัวเองขึ้นมา แต่เมื่อเยาวชนเหล่านี้เติบโตเข้าสู่วัยรุ่นที่อายุประมาณ 12-13 ปี ซึ่งเป็นวัยที่เยาวชนเหล่านี้เริ่มพัฒนาความเป็นปัจเจกบุคคล การแสดงออกและการกำหนดชีวิตที่เป็นตัวของตัวเอง เยาวชนก็จะเริ่มที่จะสร้างหรือก่อความคิดเห็นของตัวเองขึ้นมาโดยการสังเกตโลกรอบตัวเองอย่างพิถีพิถะมากขึ้น วัยรุ่นเริ่มตั้งคำถามต่อสังคม ต่อผู้ปกครอง (พ่อแม่) หรือสมาชิกในครอบครัวคนอื่น การเชื่อทุกอย่างที่ผู้ใหญ่พูดได้ลดลงเป็นจำนวนมาก

สภาพทางจิตใจที่มีการเปลี่ยนแปลงของวัยรุ่นในช่วงนี้เองนี้เอง ทำให้วัยรุ่นเองเริ่มเข้าสู่จุดที่สามารถมีพฤติกรรมเสี่ยงต่าง ๆ ได้ ซึ่งพฤติกรรมเสี่ยงเหล่านี้อาจมาจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น ความกดดันของเพื่อน (peer pressure) การมองข้ามอันตรายจากการสูบบุหรี่ หรือพฤติกรรมเสี่ยงอื่นเมื่ออยู่กับกลุ่มเพื่อน การคิดเร็ว คิดง่าย ขาดความยับยั้งชั่งใจ การเอาแบบอย่างผู้ใหญ่ (ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ) ในพฤติกรรมบางอย่างโดยไม่คิดถึงผลกระทบที่จะตามมา การพยายามเป็นกบฏต่อการควบคุมของผู้ใหญ่ในสังคมเป็นต้น ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้เราเข้าใจวัยรุ่นได้มากขึ้นถึงเหตุที่เกิดพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปว่าวัยรุ่นนั้นรับรู้ตัวเองเองนั้นมีความสามารถในการดูแลตัวเองหรือเลือกสิ่งที่ตัวเองอยากจะทำแต่ขาดการพิจารณาถึง

ข้อจำกัดหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมนั้น (Grandpre, Alvaro, Burgoon, Miller & Hall, 2003)

ข้อเสนอนี้ช่วยขยายแนวคิดเรื่องอายุที่มีผลต่อการเปิดเผยตัวเองที่ DeVito (2000) ได้อธิบายไว้ว่าโอกาสที่จะเปิดเผยตัวเองจะมากขึ้นเมื่อคู่สื่อสารอยู่ในวัยใกล้เคียงกันนั้น ถ้าเป็นบริบทของการสื่อสารในครอบครัวการเปิดเผยตัวเองระหว่างสมาชิกในครอบครัวในเรื่องพฤติกรรมเสี่ยงต่างๆ จะได้ผลดีเมื่อคู่สนทนาที่เป็นเยาวชนอายุไม่เกิน 11-12 ปี ซึ่งยังเป็นวัยที่เชื่อฟังผู้ใหญ่ หรือลักษณะทางจิตวิทยาของคนวัยนี้ยังไม่ได้พัฒนาในส่วนของความเป็นตัวของตัวเองเต็มที่ ยังคงต้องพึ่งพาผู้ใหญ่อยู่ ดังที่ Beisecker (1991: 234) กล่าวไว้ว่า “The influence of parents has been found to be strongest at the early stage of drug involvement , preceding initiation of substance use. A strong parent-child bond restrains youths from using drugs.”

เมื่อเยาวชนมีอายุมากขึ้นและพัฒนาลักษณะทางจิตวิทยาในเรื่องความเป็นตัวของตัวเองสูงขึ้น อายุจะเริ่มเป็นปัจจัยสำคัญในการขัดขวางการเปิดเผยตัวเองกับสมาชิกในครอบครัว ปัจจัยหนึ่งที่จะเข้ามาแทนที่ในการเอื้อให้เกิดการสื่อสารในระหว่างครอบครัวคือเรื่องของ “ความชอบ” ที่ DeVito (2000) อธิบายไว้ว่าคนมีแนวโน้มจะเปิดเผยกับผู้ที่ตัวรู้สึกชอบหรือรัก เยาวชนมีแนวโน้มที่จะสื่อสารกับบุคคลที่เขามีความชอบในประเด็นเรื่องต้องห้าม (taboo) ที่เป็นประเด็นที่มักจะละเมิดความคาดหวังของครอบครัวหรือสมาชิกอาวุโสอื่นในสังคม เช่น ครู อาจารย์ แต่จะไปเปิดเผยตัวเองในเรื่องนี้กับกลุ่มเพื่อนแทน แต่อย่างไรก็ตามการสื่อสารในครอบครัวนั้น มีจุดแข็งที่กลุ่มเพื่อนไม่สามารถทดแทนได้คือเรื่องของความไว้วางใจ (trustworthy) (Oetting, Spooner, Beauvais & Banning, 1991) เมื่อเยาวชนผ่านกระบวนการรู้คิด (cognition) ว่าครอบครัวของตนเองสามารถเป็นที่ไว้วางใจได้ หรือครอบครัวได้สร้างมาตรฐานและความเชื่อ (beliefs and standards) ว่าการสื่อสารในเรื่องต่างๆ ที่เป็นเรื่องต้องห้ามจะได้รับการรับฟัง และตอบสนองอย่างเข้าใจโดยไม่ตำหนิ เยาวชนก็จะไว้วางใจและมีปริมาณการเปิดเผยตัวเองมาก และส่งผลสู่ความรู้สึกของตนเอง (affect) ว่าสะดวกใจที่จะสื่อสาร (Vangelisti, 2002)

การสื่อสารเพื่อเปิดเผยตัวเองกับบุคคลที่เราชอบพอนั้น เมื่อยิ่งมีความลึก (depth) ในการเปิดเผยตัวเองมากขึ้นเท่าไรก็จะเป็นการสื่อสารที่เจือปนไปด้วยอารมณ์ความรู้สึก (affective) มากขึ้นเท่านั้น (Knapp & Vangelisti, 2005) และประเด็นนี้ถือว่าเป็นประเด็นสำคัญในการรณรงค์เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดื่มในระดับการสื่อสารระหว่างบุคคลเพราะนักการรณรงค์ส่วนใหญ่มีความเชื่อว่าการให้ความรู้เรื่องโทษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (fear arousal) แก่กลุ่มผู้ปกครองเพื่อหวังผลที่จะให้กลุ่มผู้ปกครองไปสื่อสารกับเยาวชนอีกทอดหนึ่งนั้นเป็นวิธีการที่เหมาะสม (Backer, Rogers & Sopory, 1992) แต่ในความเป็นจริงแล้ว

พฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องของความความรู้สึกทั้งสิ้น โดยเยาวชนรู้สึกว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นการกระทำที่ช่วยให้เกิดความรู้สึกในเชิงบวก (enhance positive affective stages) เช่น การได้สังสรรค์กับเพื่อน ความตื่นเต้น (Beisecker, 1991) ดังนั้นการที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมก็ควรที่จะใช้ประเด็นเรื่องความรู้สึก อารมณ์เข้ามาแก้ไขเหมือนกับที่ประเด็นเรื่องความรู้สึกและอารมณ์ได้นำไปสู่การดื่มนั่นเอง

การเปิดเผยตัวเองระหว่างเยาวชนกับสมาชิกคนอื่นในครอบครัวในเรื่องพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยไม่ให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องโทษภัยตรงๆ ของการดื่ม แต่ให้ความสำคัญกับประเด็นของอารมณ์ ความรู้สึกของครอบครัวในเชิงบวก เช่นการมีเวลาให้กับครอบครัวเพิ่มมากขึ้นถ้าไม่ดื่ม การเห็นความสำคัญของความเหนื่อยยากของพ่อแม่ในการทำงานเพื่อเลี้ยงลูก การมีหน้าที่ในฐานะลูกที่ดีของพ่อแม่ การให้ความสำคัญของเยาวชนในประเด็นเหล่านี้เป็นการสร้างความนับถือตัวเอง (self esteem) ให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่การสื่อสารในครอบครัวสามารถสร้างขึ้นมาได้ผ่านกระบวนการเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ในที่สุดเยาวชนจะสร้างกระบวนการคิดที่จะเปรียบเทียบผลประโยชน์ (rewards) และค่าใช้จ่าย (costs) ในการดื่มบนพื้นฐานของความรู้สึก อารมณ์ที่มีต่อครอบครัวเป็นหลัก

กล่าวโดยสรุปได้ว่าระดับการเปิดเผยตนเองในครอบครัวไทยนั้นมีความเป็นไปได้ แต่มีข้อจำกัดทางวัฒนธรรมที่ทำให้ครอบครัวส่วนใหญ่เป็นครอบครัวแบบปกป้อง (protective) ที่มีบรรทัดฐาน (norms) ในการสื่อสารภายในครอบครัวสูงว่าเรื่องใดควรหยิบยกมาเป็นประเด็นในการสนทนาในครอบครัว เยาวชนมีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงการละเมิดกฎดังกล่าวโดยไม่ยกเอาประเด็นเรื่องพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ว่าจะเป็นในแง่มุมไหนมาพูดในครอบครัว ประเด็นต้องห้าม (taboo) อย่างการดื่มจึงต้องไปพูดกับกลุ่มเพื่อนแทน การทำให้การสื่อสารในครอบครัวสามารถโน้มน้าวใจหรือก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ต้องสร้างความรู้สึกไว้น่าเชื่อถือ (trustworthy) โดยการสร้างมาตรฐานและความเชื่อในครอบครัวเสียใหม่ว่าประเด็นสนทนาเรื่องพฤติกรรมเสี่ยงเช่น การดื่มสามารถเป็นประเด็นที่ยกขึ้นมาสนทนาได้ การใช้การสื่อสารที่เน้นเรื่องความรู้สึกในเชิงบวก (affective) เป็นแนวทางการสื่อสารที่เหมาะสมในการที่ครอบครัวจะสื่อสารในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดื่มมากกว่าการพยายามใช้เหตุผลทางวิทยาศาสตร์ เช่น อันตรายของบุหรี่ เพราะการดื่มของเยาวชนนั้นเป็นผลเนื่องมาจากความรู้สึกทั้งสิ้น ดังนั้นจึงต้องใช้ความรู้สึกเข้ามาแก้ไข

2.4.3.2 การสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มเพื่อน พบว่าโครงการรณรงค์ในต่างประเทศส่วนใหญ่นั้นพยายามให้ความสำคัญกับอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน (peer pressure) ต่อพฤติกรรมเสี่ยงต่างๆ มากขึ้นในระยะหลัง เช่น การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Godbold & Pfau, 2000) การมีเพศสัมพันธ์ (Powell & Segrin, 2004) การใช้ยาเสพติด (Yanovitzky, 2005) ใน

การรณรงค์ในประเทศไทยในเรื่องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บุญเสริม หุตะแพทย์และคณะ (2547) ได้ชี้ประเด็นเรื่องอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนที่มีผลต่อการดื่มในกลุ่มเยาวชนอย่างชัดเจนไว้ว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เกิดจากเพื่อนชวนมากที่สุด โดยเป็นกลุ่มเพื่อนในสังคมเดียวกันหรือกลุ่มเดียวกัน งานวิจัยที่แสดงให้เห็นอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนต่อพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คืองานของ Campo, Brossard, Frezer, Marchell, Lewis & Talbot (2003) ที่ใช้แนวคิดบรรทัดฐานทางสังคม (social norms) กับพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน โดยเปรียบเทียบจากอิทธิพลของการดื่มแอลกอฮอล์ของเพื่อนในกลุ่มเพื่อนและนักศึกษาทั่วไป ผลการศึกษาที่ได้แสดงว่าพฤติกรรมการดื่มนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเพื่อน กล่าวคือพฤติกรรมการดื่มของเพื่อนในกลุ่มเดียวกันจะเป็นตัวทำนายพฤติกรรม การดื่มของนักเรียนนั้นมากกว่าตัวแปรด้าน ผู้ปกครองและบรรทัดฐานของสังคมในภาพรวม

อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนในการชักชวนให้เกิดพฤติกรรมการดื่มนั้น เมื่อมองจากมุมมองของการสื่อสารระหว่างบุคคล เราพบว่าเครื่องดื่มระหว่างเพื่อนมีความสัมพันธ์กับพัฒนาการของความสัมพันธ์แบบเพื่อน การเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ที่เป็นวิธีการในพัฒนาระดับความสัมพันธ์ โดยการสร้างการยอมรับระหว่างกันให้เกิดขึ้นในคู่สื่อสาร ปัจจัยสำคัญในการสร้างการยอมรับคือความเหมือนกัน (similarity) ทั้งลักษณะภายนอกเช่น เชื้อชาติ ชนชั้น และลักษณะภายใน เช่น ความชอบในสิ่งต่างๆ เหมือนกัน (Blieszner & Adams, 1992; Fehr, 1996; Vangelisti, 2002; Kanpp & Vangelisti, 2005) การที่จะพัฒนาความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น คู่สื่อสารจะมีการประเมินอยู่ตลอดเวลาในเรื่องความเท่าเทียมกันระหว่างผลประโยชน์ที่ได้รับกับสิ่งที่ต้องสูญเสียตามหลักการการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Beebe, Beebe & Redmond, 2005)

กิจกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระหว่างเพื่อน จึงถูกมองว่าเป็นกิจกรรมในแง่บวกในการสร้างความสุขระหว่างเพื่อน กิจกรรมร่วมกันเช่นนี้เองที่ส่งผลให้ความสัมพันธ์ก้าวสู่อีกระดับหนึ่ง กล่าวคือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นถูกเยาวชนให้ความหมายว่าเป็นสื่อทางสังคมชนิดหนึ่ง เพราะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีบทบาทต่อสัมพันธภาพระหว่างบุคคล เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้กลายเป็นสื่อกลางในการเข้าสู่สังคม และเป็นเครื่องแสดงสถานภาพทางสังคมอีกด้วย เยาวชนชายนิยมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อแสดงความเป็นชาย และแสดงออกถึงความเป็นผู้ใหญ่ ในขณะที่เยาวชนหญิงบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อแสดงความเท่าเทียมกับเพศชาย

Kendal & Andrews (1987) กล่าวเสริมถึงอิทธิพลของเพื่อนต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยระบุว่าอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนนั้นมีมากกว่าอิทธิพลจากครอบครัวมาก (peer influences on drug use are much stronger than parental influences) เพราะเมื่อ

เยาวชนก้าวสู่วัยรุ่น เพื่อนจะมีอิทธิพลเพราะว่าความเหมือนกันในด้านทัศนคติและพฤติกรรมที่เยาวชนคนนั้นอาจไม่ได้รับเมื่ออยู่ในครอบครัว และเยาวชนนั้นมีแนวโน้มที่จะประเมินความเหมือนกันนี้สูงกว่าปกติ (overestimate) ทำให้พฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นมักเป็นไปตามกลุ่ม (Fehr, 1996)

เมื่อเราพิจารณาถึงตัวแปรภายนอก (exogenous variables) ในด้านวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดเยาวชนมีพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่ามีทิศทางค่านิยมด้านการรักษาหน้า (ego orientation) และค่านิยมด้านความสนุกและความสุข (fun & pleasure orientation) (Komin, 1991) และมิติทางวัฒนธรรมด้านการรวมกลุ่ม (collectivity) ดูเหมือนเป็นสามค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารในกลุ่มเพื่อน ในขณะที่ตัวแปรภายใน (endogenous variables) ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการดื่มเกิดจากปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตใจ ทั้งในเรื่องความขัดแย้งในเรื่องความต้องการพึ่งพา-ไม่พึ่งพา (dependency-independency) ความโกรธและความไม่สมหวัง (anger and frustration) ความรู้สึกถึงความมีอำนาจ (feeling of power) การตกอยู่ในภาวะซึมเศร้า (underlying depression) เมื่อเรามองสภาวะความอ่อนแอของจิตใจของเยาวชนนี้ผ่านแนวคิด relational dialectics (Baxter 1990 cited in Infante, Rancer & Womack, 2003) เราพบว่าเยาวชนพยายามที่จะลดความขัดแย้งหรือความตึงเครียดที่เกิดขึ้นทางจิตใจโดยหาทางออกผ่านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งเพื่อนก็จะเป็นที่พึ่งที่ดีในสถานการณ์ดังกล่าว

เช่นเดียวกับการสื่อสารในครอบครัว ความสำเร็จในการโน้มน้าวใจผ่านกลุ่มเพื่อนนั้นขึ้นอยู่กับปริมาณและคุณภาพของการสื่อสารระหว่างกัน และความไว้วางใจ (trustworthiness) ระหว่างสมาชิกในครอบครัว ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้เกิดขึ้นได้จากระดับการเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ระหว่างสมาชิกในกลุ่มเพื่อน กล่าวคือเมื่อระดับการเปิดเผยตัวเองระหว่างเยาวชนในกลุ่มมีสูงนั้น หมายถึงหัวข้อสนทนาภายในกลุ่มก็就会有ความหลากหลาย (breadth) และความลึก (depth) มากขึ้น แต่สิ่งหนึ่งที่แตกต่างจากการสื่อสารในครอบครัวคือในการสื่อสารในกลุ่มเพื่อนนั้นประเด็นที่นำมาสื่อสารนั้นมีความหลากหลายและลึกมากกว่าการสื่อสารในครอบครัว สาเหตุเพราะความคล้ายกันของทัศนคติและพฤติกรรม การยกประเด็นเรื่องการดื่มขึ้นมา สื่อสารกันในกลุ่มจึงเป็นประเด็นธรรมดา และนำเสนอว่าถ้าเพื่อนในกลุ่มดื่มจะแปลงสถานะเป็นผู้โน้มน้าวใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจะมีความเป็นไปได้อย่างไร

การที่เยาวชนมีความเชื่อว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นวิธีการหรือเครื่องมือที่ช่วยในการเปิดเผยตัวเองในการสร้างหรือพัฒนาความสัมพันธ์แบบเพื่อน การโน้มน้าวใจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมก็ต้องเป็นกิจกรรมการสื่อสารที่ถูกมองว่าเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ด้วยเหมือนกัน เพราะถ้าการโน้มน้าวใจในระหว่างกลุ่มเพื่อนในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมถูกมองเป็นการกระทำในเชิงลบ ย่อมทำให้สัมพันธ์ภาพระหว่างเพื่อนมีปัญหาได้ การทำให้เกิด

ความรู้สึกต่อการรับการสื่อสารโน้มน้าวใจเป็นบวกนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านการไว้วางใจ (trustworthy) ของเพื่อนนั่นเอง

การสร้างควมไว้วางใจในกลุ่มเพื่อนเป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ยากเย็นนัก เพราะความคล้ายกันในความเชื่อและพฤติกรรมทำให้มีแนวโน้มที่เยาวชนจะประเมินค่าความสัมพันธ์ของเพื่อนเกินความเป็นจริง (overestimate) ถ้าเพื่อนในกลุ่มเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดื่มก็จะทำให้เพื่อนคนอื่นมีความตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วยเช่นเดียวกัน การใช้แนวความคิดเรื่องแรงกดดันจากเพื่อน (peer pressure) ในการกระตุ้นให้ผู้ดื่มเกิดความรู้สึกกดดันนี้จะได้ผล ถ้าเพื่อนที่จะส่งให้เกิดอิทธิพลนั้นเป็นเพื่อนที่อยู่ในกลุ่มสังคมเดียว (friends in social network) กันไม่ใช่เพื่อนที่รู้จักธรรมดา (typical students) สิ่งสำคัญที่ควรรู้คือการรับรู้ต่อพฤติกรรมการดื่มของเพื่อนนั้นจะสะท้อนพฤติกรรมการดื่มของบุคคลจริง ๆ ได้อย่างไร ถ้าทั้งสองมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้นการใช้การรณรงค์ที่แก้ไขที่การรับรู้ผิด ๆ เหล่านี้จึงจะได้ผล แต่ต้องเป็นในระดับกลุ่มของเยาวชน ไม่ใช่ระดับกว้างทั้งสังคม มีผลการศึกษาชิ้นหนึ่งที่ค้นพบว่าการรณรงค์ที่ใช้เป็นการปรึกษาแบบตัวต่อตัวกับนักให้คำปรึกษานั้น ได้รับการตอบรับในเชิงบวกต่อ นักศึกษามากกว่าการที่จะให้ใครมาพูดชักจูงใจให้เลิกพฤติกรรม และเมื่อเปรียบเทียบการสื่อสารใน ครอบครัวในเรื่องพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พบว่าการสื่อสารในครอบครัวนั้น มักจะได้ผล ถ้าสมาชิกในครอบครัวชี้ให้เห็นภาพกว้างในเป้าหมายของชีวิต (goals of life) แต่การโน้มน้าวใจในครอบครัวจะไม่ได้ผลถ้าการสื่อสารพยายามชี้ให้เห็นเพียงแค่อโทษภัยเฉพาะหน้าของการดื่ม เช่น สุขภาพทรุดโทรม (Kendel & Andrews, 1987)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า กลุ่มเพื่อนเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลเป็นอย่างมากในการก่อให้เกิดพฤติกรรมการดื่ม เพราะกลุ่มเพื่อนได้เปรียบกลุ่มครอบครัวและคนรักคือเรื่องของความคล้ายกัน ในทัศนคติและพฤติกรรม และส่งผลให้การเปิดเผยตนเองได้ทั้งในแง่ความหลากหลายและความลึก ถ้ากลุ่มเพื่อนคนใดคนหนึ่งมีพฤติกรรมที่จะหยุดการดื่มก็มีแนวโน้มที่คนอื่นจะหยุด เพราะการดื่มในความหมายของกลุ่มเพื่อนคือการสังสรรค์ไม่ใช่การเสพติด การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจสามารถทำได้หลายประเด็นตามแต่การรู้จักตัวตนของอีกฝ่ายหนึ่ง

แนวคิดการเปิดเผยตัวเอง (self-disclosure) ที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นั้น จะช่วยอธิบายถึงความสัมพันธ์ของกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนกับผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง ผ่านมุมมองของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีพลังอย่างสูงในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง แนวคิดการเปิดเผยตัวเองในการสื่อสารระหว่างบุคคล จะช่วยให้การอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงได้ชัดเจนขึ้น

2.4.4 แนวคิดเชิงทฤษฎีของจิตวิทยาพัฒนาการในเยาวชน

การทำความเข้าใจกับเยาวชนเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการออกแบบกระบวนการสื่อสาร เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะการทำความเข้าใจในเรื่องลักษณะทางจิตวิทยาและพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ศรีเรือน แก้วกังวาล (2549: 327) ได้กล่าวไว้ว่า เยาวชน คือช่วงวัยที่กำลังพัฒนาสู่ความเจริญเติบโตพ้นจากความเป็นเด็ก ซึ่งเป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงสภาวะทางร่างกายจากความเป็นเด็กเข้าสู่การเติบโตเป็นผู้ใหญ่เกือบเต็มที่ทุกส่วน โดยเริ่มจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย และตามด้วยการเปลี่ยนแปลงด้านอื่นๆ ตามมา เช่น อารมณ์ ลักษณะสัมพันธ์ภาพกับผู้อื่น สมรรถภาพทางสมอง ค่านิยม ทศนคติ ความนึกคิดเกี่ยวกับตนเอง เป็นต้น เยาวชนเหล่านี้กำลังทดลองบทบาทเพื่อที่จะเป็นผู้ใหญ่ในแง่ต่างๆ ดังกล่าว และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้จะป็นรากฐานของความสนใจในความมุ่งหมายในชีวิตต่อไปในอนาคต เช่นเรื่องของ อาชีพ ลักษณะของเพื่อนหรือสังคมที่อยากอยู่ด้วย ลักษณะของคู่ครอง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นบางอย่างจะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว กะทันหัน และไม่แน่นอน บางครั้งทำให้เราเข้าใจได้ยาก เพราะความละเอียดซับซ้อนนี้เอง ทั้งนี้พัฒนาการในแต่ละด้านของเยาวชนนั้น ศรีเรือน แก้วกังวาล (2549: 336-339) ได้อธิบายไว้ดังนี้

2.4.4.1 พัฒนาการทางอารมณ์ การที่เยาวชนมีอารมณ์เปลี่ยนแปลงง่าย สับสน อ่อนไหว หรือมีความเข้มของอารมณ์สูง ไม่มั่นคงนั้น ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพดั้งเดิมของตัวเยาวชนเอง และขึ้นอยู่กับปัจจัยแรงปฏิกริยาต่างๆ ที่ทำให้เยาวชนเกิดอารมณ์ เยาวชนแต่ละคนเริ่มแสดงบุคลิกอารมณ์ประจำตัวออกมาให้คนอื่นได้รับรู้ได้อย่างเด่นชัด ไม่ว่าจะเป็นอารมณ์ร้อน อารมณ์ชีวิตกังวล อารมณ์อ่อนไหวง่าย ขี้ฉงฉา และเนื่องจากภาวะอารมณ์อยู่ในช่วงของการเปลี่ยนแปลงนี้เอง เยาวชนจึงมักจะมีปัญหาเกี่ยวกับคนวัยอื่น เช่น ผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุ ดังนั้นจึงมีแนวโน้มที่เยาวชนจะเกาะกลุ่มกันเอง เพราะสามารถเข้าใจและยอมรับซึ่งกันและกันได้ง่าย ทั้งนี้สาเหตุของความสับสนทางอารมณ์ อาจเกิดขึ้นจากสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับซับซ้อนหลายประการด้วยกันคือ ประการแรก เยาวชนอยู่ช่วงเปลี่ยนวัย เยาวชนเรียนรู้ที่จะทำบทบาทอย่างผู้ใหญ่ ทั้งในด้านความประพฤติ ความปรารถนาในชีวิต ความรับผิดชอบ นิสัยใจคอ แต่เนื่องจากเป็นระยะแรกเริ่ม เยาวชนจึงมีความสับสน ลังเลใจ ไม่แน่ใจ ไม่ทราบว่สิ่งที่ถูกที่ควรคิดและปฏิบัตินั้นควรเป็นอย่างไร ประการที่สอง เยาวชนจะเริ่มนึกถึงอนาคตของตนเอง ทั้งในมิติเรื่องงาน และเรื่องส่วนตัว การเลือกสิ่งทีตนเองเองอยากจะเป็นในอนาคตเป็นเรื่องสำคัญต่อชีวิตและจิตใจ อารมณ์ของทั้งตนเองและบุคคลรอบข้าง ช่วงนี้ความสับสนในใจจะเกิดขึ้นง่ายเพราะเยาวชนอยู่ภายใต้กรอบ และข้อจำกัดของระบบการศึกษา ครอบครัว และสังคมมานาน ทำให้ที่ผ่าน เยาวชนจึงยังไม่แน่ใจถึงความต้องการของตนเองอย่างแท้จริง ประการที่สาม สภาพปัจจุบันของสังคมก็ยังเป็นสาเหตุใหญ่ที่ทำให้เยาวชนเกิดความสับสน ทั้งการที่สังคมเปลี่ยนแปลงง่าย และรวดเร็ว เยาวชนปรับตัวตามไม่ทัน เพราะยังมีความชัดเจนในโลกและชีวิตไม่เพียงพอ

ประกอบกับ สภาพเศรษฐกิจในสังคมปัจจุบัน ทำให้เยาวชนต้องใช้เวลาฝึกฝนอาชีพนานขึ้น ไม่มีโอกาสเป็นผู้ใหญ่ และประกอบกิจกรรมต่างๆ อย่างผู้ใหญ่ ได้ตามที่ต้องการ และต้องเก็บกอดความรู้สึกเช่นนี้ไว้ การเก็บกอดหนักหน่วงขึ้นเมื่อผู้ใหญ่มักจะเหมาว่าเยาวชนยังอยู่ในฐานะเหมือนเด็ก และผู้ปกครองขาดความเอาใจใส่ในด้านจิตใจของเยาวชน ทำให้วัยรุ่นขาดแหล่งเรียนรู้ในการดำเนินชีวิตในสังคมที่ดี

อย่างไรก็ตาม การศึกษาเรื่องเยาวชนในปัจจุบันได้พบข้อเท็จจริงว่า การที่เยาวชนจะมีลักษณะแปรปรวนและสับสน (strom and stress) นั้นไม่เป็นความจริงเสมอไป เพราะเยาวชนบางกลุ่มก็ไม่เคยผ่านภาวะวิกฤตทางอารมณ์อย่างนี้เลย เนื่องจากเป็นเยาวชนที่มีผู้ปกครองและครอบครัวที่ให้อำนาจและเข้าใจ จึงได้รู้จักตนเองตามวัย รู้จักปรับตัว ยอมรับจุดด้อย จุดดีของตนเอง และดำเนินชีวิตตรงตามธรรมชาติประจำวัย (Fuhrmann, 1990 อ้างใน ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2549: 337)

2.4.4.2 พัฒนาการทางสังคม สังคมกลุ่มเพื่อนร่วมวัยเด็กให้ความสำคัญกับเพื่อนร่วมวัยมากกว่าในระยะวัยเด็กตอนกลาง เด็กจับกลุ่มได้นานแน่นแฟ้น และผูกพันกับเพื่อนในกลุ่มมากขึ้น กลุ่มของเด็กไม่ได้มีเฉพาะเพื่อนเพศเดียวกันเท่านั้น แต่มีเพื่อนต่างเพศเข้ามาสมทบด้วย เด็กที่สามารถเข้ากลุ่มได้และมีกลุ่มในระยะวัยเด็กตอนกลาง (อายุ 16-17 ปี) จะเข้ากลุ่มและมีชีวิตทางสังคมที่สนุกสนานได้ดีกว่าเด็กที่ไม่มีพัฒนาการดังกล่าว ในช่วงวัยที่ผ่านมาวัยรุ่นเริ่มลดความเอาใจใส่กับบุคคลต่างวัย ไม่ว่าจะเป็นผู้ใหญ่หรือเด็กกว่า ระยะนี้จึงเริ่มต้นชีวิตกลุ่มที่แท้จริง (gang age) การเปลี่ยนแปลงทางกายอย่างรวดเร็ว และมากมายเป็นแรงกระตุ้นให้เด็กรวมกลุ่มเพราะสามารถร่วมทุกข์ร่วมสุขแก้ไขปัญหา และเข้าใจปัญหาของกันและกันดีกว่าคนต่างวัย กลุ่มยังตอบสนองความต้องการทางสังคมต่างๆ ซึ่งวัยรุ่นต้องการมากในช่วงนี้ เช่น การเป็นบุคคลสำคัญ การต่อต้านผู้มีอำนาจ การหนีสภาพน่าเบื่อของบ้าน ฯลฯ เมื่อวัยรุ่นรวมกลุ่มกัน พวกเขาจะสร้างกฎระเบียบ ภาษา ประเพณีประจำกลุ่ม เพื่อใช้เฉพาะสมาชิกของกลุ่มเท่านั้น และสมาชิกในกลุ่มทุกคนจำเป็นต้องประพฤติปฏิบัติตาม มิฉะนั้นแล้วอาจหมดสภาพการเป็นสมาชิก และต้องหากกลุ่มใหม่ต่อไป จึงกล่าวได้ว่ากลุ่มมีความสำคัญต่อจิตใจและอนาคตของวัยรุ่นมากที่สุด ครอบครัวเริ่มมีอิทธิพลน้อยลง ฉะนั้นลักษณะชีวิตของกลุ่มจึงเป็นเครื่องชี้ชะตาของวัยรุ่นและต่อเนื่องถึงวัยผู้ใหญ่ ทั้งนี้สัมพันธ์ภาพกับเพื่อนร่วมวัยจะมีความเข้มข้นสูงสุดถึงประมาณระยะตอนกลางของวัยรุ่น

วัยรุ่นที่เข้ากลุ่มจะมีความจงรักภักดีต่อกลุ่ม ยอมรับเอาค่านิยม ความเชื่อ ความสนใจของกลุ่มด้วยความเต็มใจ และสนิทสนมกับเพื่อนร่วมกลุ่มแน่นแฟ้น การรวมกลุ่มทำให้วัยรุ่นมีความรู้สึกอบอุ่นใจ กล้าแสดงความขัดแย้งผู้ใหญ่ ผู้ทรงอำนาจ ต่อต้านกรณีที่เขาเห็นว่าไม่

ยุติธรรม การชักนำให้วัยรุ่นรวมกลุ่มกันเพื่อปฏิบัติกิจกรรมที่วัยรุ่นชอบนั้น หรือทำให้เกิด
อุดมการณ์ร่วมกันนั้นทำได้ง่ายกว่าวัยอื่นทั้งหมด

ศรีเรื่อน แก้วกังวาล (2549: 339) กล่าวต่อไปว่าอิทธิพลของกลุ่มเพื่อน (peer pressure) นั้นมีอิทธิพลต่อตัวเยาวชนมากกว่าครอบครัว เยาวชนจะเลือกเข้าหาเพื่อนในกลุ่มมากกว่าพ่อแม่ของตนเอง ลักษณะของเยาวชนมักชอบทำตามกลุ่มเพื่อนเพราะต้องการเป็นที่ยอมรับ ความคาดหวังจากกลุ่มเพื่อนร่วมวัยเป็นสิ่งที่พวกเขายึดมั่น เยาวชนจึงมักมีพฤติกรรมตามกลุ่มเพื่อน แม้ตนเองจะรู้ว่าไม่ดี เช่น การสูบบุหรี่ การดื่มสุรา เป็นต้น ดังนั้นการจัดกิจกรรมหรือชมรมต่างๆ จึงเป็นสิ่งที่ควรส่งเสริมเพื่อตอบสนองความต้องการของเยาวชนในด้านการเข้ากลุ่มและเรียนรู้พฤติกรรมทางสังคม เยาวชนที่ไม่เข้ากลุ่มย่อมเสียโอกาสในการเรียนรู้พฤติกรรมทางสังคมอีกหลายอย่าง จะส่งผลให้มีพัฒนาการที่ไม่สมวัย และถ้าเยาวชนบกพร่องหรือขาดข้อนี้มาก ๆ อาจจะแสดงออกมาในรูปการประชดประชันชีวิตและสังคม หรือการไม่กล้าเผชิญความเป็นจริงในสังคมก็ได้

2.4.4.3 พัฒนาการทางความคิด ในระยะนี้เยาวชนมีความเจริญเติบโตทางสมองถึงขีดเต็มที่ จึงสามารถคิดได้ในทุก ๆ แบบ หากเยาวชนได้เรียนรู้มาตามขั้นตอนด้วยดี ระยะนี้จะเป็นระยะที่เยาวชนสามารถแสดงความปรารถนาอย่างชัดเจน เพราะในวัยนี้เยาวชนจะพัฒนาความคิดถึงระดับสูงสุดของขั้นตอนต่างๆ ของความคิด เป็นความคิดแบบเหตุผลเต็มที่ (formal operation period) ที่มีลักษณะเด่นสี่ประการคือ การคิดแบบใช้ตรรกจากเงื่อนไขที่กำหนด (proportional logic) การคิดแบบใช้เหตุผลเชิงสัดส่วน (proportional reasoning) การคิดแบบแยกตัวแปรเพื่อสรุปผล (isolation of variables) และการคิดแบบใช้เหตุผลสรุปเป็นองค์รวม (combinational reasoning) อย่างไรก็ตามต้องนึกอยู่เสมอว่าคุณภาพของความคิดของเยาวชนนี้ขึ้นอยู่กับคุณภาพของสมอง พันธุกรรม และการเรียนรู้ในวัยที่ผ่านมา ตลอดจนสิ่งแวดล้อมที่เอื้อให้เยาวชนได้มีโอกาสเรียนรู้ (ศรีเรื่อน แก้วกังวาล, 2549: 337)

2.4.4.4 อุดมคติของวัยรุ่น ช่วงวัยนี้เป็นช่วงที่เยาวชนกำลังพัฒนาหลักการต่างๆ บนพื้นฐานของทฤษฎีต่างๆ ดังนั้น เยาวชนจะพัฒนาสิ่งที่เป็นอุดมคติในแง่มุมมองต่างๆ พัฒนาการทางสติปัญญา และการรู้จักหาเหตุผลเชิงศีลธรรมจรรยา ทำให้เยาวชนนึกถึงสิ่งที่เป็นอุดมคติ ซึ่งหากเยาวชนได้เรียนรู้สิ่งเหล่านี้ทั้งทางตรงและทางอ้อมในแง่มุมมองต่างๆ เช่น การมีชีวิตอุดมคติ สังคมที่เป็นอุดมคติก็จะทำให้เขามีอุดมคติในทิศทางที่ตนสังคมพึงประสงค์ พร้อมๆ กับการแสวงหาอุดมคตินั้น เยาวชนจะเรียนรู้ว่าการทำสิ่งใด ๆ นั้นมีทางเลือกและทางออกของปัญหาหลายแง่มุมคิดนึกถึงวิธีที่จะทำให้มนุษย์ทั้งในแง่ส่วนตัวและแง่สังคม เช่น ปัญหาความยากจน ความสับสนของสังคม การคอร์รัปชัน การทำลายสิ่งแวดล้อม ความคิดนึก ด้านเหตุผลด้าน ปรัชญาทางศาสนา วิถีชีวิตที่เป็นอุดมคติ ดังนั้นการจัดการเรียนรู้ในสิ่งที่เป็นอุดมคติให้แก่

วัยรุ่นกระทำได้ง่ายกว่าในทุกๆ วัยที่ผ่านมา เพราะถูกกับอัยาศัยของเยาวชน เนื่องจากเยาวชนกำลังแสวงหาจุดมุ่งหมายของชีวิตของวิชาชีพ และของสังคม

2.4.5 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน

การพยายามเข้าใจถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางสภาพแวดล้อม ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

บุญเสริม หุตะแพทย์ และคณะ (2547) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไทย โดยศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไว้อย่างละเอียด ทั้งนี้ได้รวบรวมสาเหตุของการที่เยาวชนดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไว้ว่ามาจากปัจจัยหกประการด้วยกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านชีวภาพ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตใจ ปัจจัยด้านภูมิหลังของครอบครัว ปัจจัยด้านภาวะวิกฤต และรวมทั้งปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

2.4.5.1 ปัจจัยด้านชีวภาพ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านพันธุกรรมมีผลต่อการเสพติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยได้ศึกษาจากผู้ที่ถูกขโมยมาเป็นบุตรบุญธรรมตั้งแต่เด็กจำนวนสองกลุ่ม กลุ่มแรกเป็นผู้ที่บิดา มารดาติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และอีกกลุ่มหนึ่งเป็นผู้ที่บิดามารดาไม่ติดสุรา ผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่มีบิดา มารดามีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีอัตราในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สูงกว่าผู้ที่บิดามารดาไม่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถึงสี่เท่า (Goodwin, 1998 อ้างถึงใน บุญเสริม หุตะแพทย์ และคณะ, 2547) นอกจากนี้ยังพบอีกว่า เพศเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถทำนายพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้มากกว่าปัจจัยอื่น โดยระบุว่าเพศชายมีแนวโน้มที่จะบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิง และเพศชาย จะเกิดปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิงด้วย (Dunham, 1990 อ้างถึงใน บุญเสริม หุตะแพทย์ และคณะ, 2547) สาเหตุที่เพศชายมีแนวโน้มของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิง เพราะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถือเป็นสื่อกลางอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้ดื่มรู้สึกถึงความเข้มข้นมีพลัง มีอำนาจ มีความมั่นใจในตนเอง ดังนั้นเพศชายส่วนใหญ่จึงยอมรับกับค่านิยมในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากกว่าเพศหญิง

2.4.5.2 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ที่ทำให้ลักษณะและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีความแตกต่างกันด้วย บุญเสริม หุตะแพทย์ และคณะ (2547: 38) กล่าวว่าสำหรับประเทศไทย แม้จะมีข้อห้ามทางพุทธศาสนาไม่ให้บริโภค

เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ แต่คนก็ตี้มกันโดยทั่วไป สาเหตุของการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นั้น ส่วนหนึ่งก็เป็นผลมาจาก การหาได้ง่ายของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ความพึงพอใจราคาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ การรับรู้โฆษณาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ลักษณะการพักอาศัย และสภาพที่อยู่อาศัย รวมถึงค่านิยม ความเชื่อ และพิธีกรรมในสังคมต่างๆ ด้วย เช่น การเลี้ยงสังสรรค์ การแสดงความยินดี

2.4.5.3 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตใจ มีการอธิบายถึงบุคลิกภาพของคนทีบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ไว้ ดังนี้ (อวิสตา จันท์แสนตอ, 2541)

ก. ความขัดแย้งในเรื่องความต้องการพึ่งพา-ไม่พึ่งพา (dependency-independency) เยาวชนผู้บริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มักมีบุคลิกภาพที่ขัดแย้งกันระหว่างความต้องการ พึ่งพาและไม่ต้องการพึ่งพา โดยจะมีลักษณะเด่นในด้านความต้องการพึ่งพาสูง เนื่องจากพบว่า เยาวชนผู้บริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จะไม่สามารถเผชิญกับความขัดแย้ง จึงต้องเก็บกดความไม่ต้องการพึ่งพาหรือความต้องการพึ่งพาเพื่อจะหลีกเลี่ยงกับความขัดแย้ง เครื่องตี้มแอลกอฮอล์จึงเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้บริโภคบรรเทาจากความขัดแย้งดังกล่าวได้ โดยใช้เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากความขัดแย้งในเรื่องการพึ่งพา-ไม่พึ่งพา

ข. ความโกรธและความไม่สมหวัง (anger and frustration) เมื่อความต้องการพึ่งพาที่ไม่ได้รับการตอบสนอง ความโกรธมักเกิดขึ้น จากการทำที่ไม่สามารถระบายความรู้สึกที่ไม่มีความคุณค่าและความล้มเหลวของตนเองได้ เครื่องตี้มแอลกอฮอล์จึงทำให้บุคคลสามารถระบายความโกรธและช่วยให้คลายความโกรธลงได้และบุคลิกภาพที่พบคล้ายๆ กันในบุคคลที่เสพติดเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ คือจะมีความอดทนต่อความไม่สมหวังต่ำ ซึ่งความไม่สมหวังก็ถือเป็นสาเหตุของการไม่สามารถเผชิญกับปัญหาความเครียดในชีวิตประจำวันและนำไปสู่การบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

ค. ความรู้สึกถึงความมีอำนาจ (feeling of power) เยาวชนที่บริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ต้องการมีอำนาจในการควบคุม จึงมักใช้เครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นตัวกระตุ้นให้เยาวชนมีความรู้สึกว่ามีอำนาจชั่วคราว รวมทั้งได้ผ่อนคลายความรู้สึกไม่สมหวังและความรู้สึกผิด และได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญ มีคุณค่า และการยอมรับนับถือ

ง. การตกอยู่ในภาวะซึมเศร้า (underlying depression) ความซึมเศร้าอาจเป็นสาเหตุเริ่มต้นของการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในปริมาณมาก โดยเฉพาะเยาวชนผู้บริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์พบว่าการบริโภคจะช่วยให้สัมพันธ์ภาพระหว่างตนกับคนอื่นๆ เปลี่ยนแปลงไป แต่ภาวะซึมเศร่ายังเป็นสาเหตุหลักของการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ต่อไป

นอกจากนี้เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ช่วยปิดบังภาวะซึมเศร้า ทำให้เยาวชนผู้ตี้มมีความรู้สึกซึมเศร้า น้อยลง ความรู้สึกมีความสุขจากการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์นี้เองทำให้เยาวชนหันกลับไปบริโภคอีก เครื่องตี้มแอลกอฮอล์จึงทำให้ภาวะซึมเศร้าหายไปชั่วคราว ซึ่งพบว่าหากเลิกพฤติกรรมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ ระดับความซึมเศร้าของเยาวชนจะเพิ่มมากขึ้น

2.4.5.4 ปัจจัยด้านภูมิหลังของครอบครัว ชีวิตความเป็นอยู่และการเลี้ยงดูของครอบครัว ถือเป็นสาเหตุของการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์อีกอย่างหนึ่ง มีผลการวิจัยระบุว่า ทักษะคิดของพ่อแม่ที่มีต่อการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในเด็ก โดยถ้าพ่อแม่มีทัศนคติที่ดีต่อการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ จะทำให้เด็กรู้จักเครื่องตี้มที่ผสมแอลกอฮอล์ชนิดต่างๆ แต่ถ้าพ่อแม่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เด็กก็จะไม่ค่อยสนใจในเรื่องการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ (Pendergest & Schacfer, 1974 อ้างถึงใน บุญเสริม หุตะแพทย์ และคณะ, 2547: 19-20) นอกจากนี้ยังพบว่าทัศนคติและพฤติกรรมของพ่อแม่ที่บริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์จะเป็นสิ่งที่ทำนายนิสัยการตี้มของเยาวชนไปด้วย โดยเฉพาะในรายของพ่อแม่ที่แสดงตนเป็นตัวแบบในการให้การสนับสนุน จึงเป็นการเปิดโอกาสให้วัยรุ่นใช้หรือมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ (Forntane & Layne, 1979 อ้างถึงใน บุญเสริม หุตะแพทย์ และคณะ, 2547: 20)

โดยทั่วไปแล้วพฤติกรรมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของเยาวชนส่วนใหญ่มักถูกมองว่ามีสาเหตุมาจากครอบครัว เนื่องจากส่วนใหญ่เยาวชนยังอยู่ในความดูแลของพ่อแม่ ดังนั้นสภาพภายในครอบครัวจึงน่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมต่างๆ ในกรณีของการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ด้วยเช่นกัน ได้มีผลการศึกษาที่ชี้ให้เห็นว่าครอบครัวเป็นปัจจัยสาเหตุของปัญหานี้ ทั้งในด้านการควบคุมและการสนับสนุนของพ่อแม่ในพฤติกรรมการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของเยาวชน ซึ่งหากพ่อแม่ไม่เห็นว่าการตี้มเป็นเรื่องเสียหาย และสนับสนุนให้ลูกตี้ม ลูกก็จะตี้มค่อนข้างบ่อย ดังนั้นภูมิหลังทางครอบครัว และความสัมพันธ์ในครอบครัวก็มีผลต่อการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของเยาวชนเช่นกัน เพราะสภาพแวดล้อมนี้ก่อให้เกิดความกดดันต่อเยาวชนให้หันเหไปพึ่งพิงสิ่งเสพติดต่างๆ รวมทั้งการตี้มสุราด้วย แต่ถ้าครอบครัวมีความสัมพันธ์ที่ดี พ่อแม่เอาใจใส่ดูแลลูกอย่างสม่ำเสมอ ครอบครัวมีความรักความผูกพันกัน และเด็กสามารถซึมซับบรรทัดฐานต่างๆ ของสังคมจากพ่อแม่ จึงเป็นการป้องกันพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนของเยาวชนได้ รวมทั้งป้องกันปัญหาจากการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ได้ด้วย

2.4.5.5 ปัจจัยด้านภาวะวิกฤต ภาวะวิกฤตมีสองลักษณะคือ ภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดมาก่อน และภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเจริญเติบโต และพัฒนาการของชีวิต ภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นจากสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดมาก่อน เช่น การแท้งบุตร การถูกทำร้าย การหย่าร้าง การเสียชีวิตหรือการสูญเสีย บุคคลอันเป็นที่รัก

เป็นต้น ส่วนภาวะวิกฤตอีกลักษณะหนึ่ง คือ ภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเจริญเติบโต และพัฒนาการของชีวิต (maturational crisis) ภาวะวิกฤตนี้มีผลทำให้เกิดความเครียดทางอารมณ์และทำให้บุคคลหันไปบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ผู้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางคน อาจเริ่มต้นดื่มเพราะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ช่วยให้มีความกล้าที่จะเผชิญปัญหาที่ยากในชีวิตได้ดีกว่าการไม่ดื่มสุรา โดยบุคคลเหล่านี้ส่วนใหญ่เชื่อว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สามารถลดความเคร่งเครียดลงได้ (Carlson, Eisenstart & Ziporyn อ้างถึงใน อวิสตา จันทรแสนตอ, 2541) ซึ่งพฤติกรรมเช่นนี้ ส่วนหนึ่งมักเป็นการดื่มเพื่อระงับความกดดัน โดยสามารถบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แม้เพียงคนเดียว เนื่องจากจิตใจอยู่ในสภาวะหดหู่ เครียด หรือกดดัน

2.4.5.6 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ นอกจากปัจจัยดังกล่าวแล้ว พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อาจมีปัจจัยที่เป็นสาเหตุอย่างอื่นมาเกี่ยวข้องได้ เช่น การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อใช้เป็นยารักษาโรค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีปริมาณแอลกอฮอล์สูงสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการการแพทย์และบำบัดรักษาโรคได้ การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เนื่องจากเป็นสื่อทางสังคม ในสังคมไทยเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มีบทบาทต่อสัมพันธภาพระหว่างบุคคล เนื่องจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ถูกรับรู้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการเลี้ยงสังสรรค์ ในอดีตการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักเป็นไปเพื่อความสนุกสนานร่าเริงในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ในงานเทศกาลสงกรานต์ งานบุญบั้งไฟ หรือเมื่อมีงานพิธี เช่น งานแต่งงาน งานบวช งานศพ งานขึ้นบ้านใหม่ ซึ่งการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ถือเป็นคนละส่วนกับพิธีกรรม โดยอาจมีการบริโภคก่อนหรือหลังพิธีกรรมก็ได้ แต่เมื่อเวลาผ่านไป แบบแผนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็เปลี่ยนไป โดยปรากฏว่ามีการใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในโอกาสอื่นมากขึ้น เช่น การเลี้ยงต้อนรับ หรือการเลี้ยงฉลองความสำเร็จ หรือมีการดื่มในงานกึ่งพิธีกรรม เช่น การดื่มอวยพรในงานเลี้ยง และท้ายที่สุดก็มีการดื่มกันแม้ไม่มีโอกาสพิเศษ

นอกจากนี้ในสังคมไทยปัจจุบันเห็นว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้กลายเป็นสื่อกลางในการเข้าสังคม และเป็นเครื่องแสดงออกถึงสถานภาพทางสังคมอีกด้วย คนวัยทำงานใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องมือส่งเสริมภาพลักษณ์และฐานะทางสังคม เยาวชนนิยมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อยืนยันในความเป็นชาย และเพื่อแสดงออกถึงความเป็นผู้ใหญ่ รวมถึงผู้หญิงบางรายนิยมดื่มสุราเพื่อแสดงความเท่าเทียมกับผู้ชาย นอกจากนี้ยังถือว่าเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องผ่อนคลายความเครียดและระงับความกดดัน การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นกิจวัตร ไม่ว่าจะการดื่มคนเดียวหรือเป็นกลุ่มกลายเป็นเรื่องปกติธรรมดา ไม่ถือเป็นเรื่องเสียหายอีกต่อไป และความต้องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ก็มีปริมาณมากกว่าในอดีต

แนวคิดด้านจิตวิทยาของเยาวชน และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน ช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงอิทธิพลของช่วงวัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งจะ

ช่วยเสริมให้การอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนกับผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงมีความชัดเจนยิ่งขึ้น เพราะเยาวชนนั้นเป็นวัยที่อยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านลักษณะนิสัย

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

งานวิจัยในรุ่นแรกๆ ที่นำเอาแนวคิดที่เชื่อในอำนาจของการสื่อสารในการพัฒนาประเทศนั้น ได้สะท้อนผ่านการศึกษาของหนึ่งฤทัย ขอบผลกลาง อุบลวรรณ ปิติพัฒนาะโมชิต และ นฤมล ใจดี (2548) ในเรื่อง “สถานภาพขององค์ความรู้ทางด้านนิเทศศาสตร์พัฒนาการ” โดยได้สำรวจวิทยานิพนธ์ในระดับบัณฑิตศึกษาและงานวิจัยของอาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่าในช่วงปี 2506-2534 องค์ความรู้ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาด้านการใช้สื่อในฐานะที่เป็นเครื่องมือ ในการพัฒนาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (social change) เช่น การใช้สื่อเพื่อการพัฒนาสังคม คุณภาพชีวิต การเกษตร การสาธารณสุข ซึ่งในประเด็นนี้ พิรงรอง รามสูต รัตนันท์ (2548) ได้อธิบายเพิ่มเติมถึงปรากฏการณ์ไว้ว่าการศึกษาวิจัยในกระบวนทัศน์แรกนี้นักวิชาการไทยได้รับอิทธิพลจากงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์จากสหรัฐอเมริกา ไม่ว่าจะเป็น Lerner และ Schramm โดยประเด็นของการศึกษาวิจัยมีสองประเด็นด้วยกันคือ งานวิจัยที่มุ่งเน้นเรื่องการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (social change) และการสร้างความสงบเรียบร้อยและสมานฉันท์ในสังคม (social order) โดยทั้งสองประเด็นนี้มีจุดร่วมสำคัญคือการมองการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมในเชิงบวกและเป็นผล (effect) จากสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อมวลชน (mass media) แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้กันแพร่หลายอยู่ในกลุ่ม mass media และ modernization ควบคู่ไปกับแนวทาง mass society/mass culture ที่มองผู้ถูกศึกษาว่าเป็นหนึ่งในสมาชิกของสังคมมวลชนจึงไม่มีความแตกต่างในฐานะปัจเจกไม่ว่าจะเป็นในด้านสังคม ประชากร วัฒนธรรม หรืออื่นๆ กล่าวคือเป็นการศึกษาผู้รับสารในฐานะที่เป็น mass audience โดยมุ่งเน้นพฤติกรรม (behavior) รวมไปถึงการโน้มน้าวใจ (persuasion)

แบบจำลองการสื่อสารแบบแพร่กระจายที่ได้รับอิทธิพลจากกระบวนทัศน์ทันสมัยนิยมนี้ และนำมาใช้ในการรณรงค์ในประเทศไทยนั้น เห็นได้ชัดในการรณรงค์ด้านสาธารณสุขศึกษา (health education) ที่เชื่อว่าผู้รับสารโดยทั่วไปไม่มีความรู้ ไม่มีอำนาจตัดสินใจ ตรงกันข้ามสื่อมวลชนต่างหากที่มีอำนาจตัดสินใจแทนกลุ่มคนเหล่านี้ ยิ่งถ้าสื่อสามารถให้ข้อมูลที่ถูกต้องหรือสามารถปิดกั้นข้อมูลที่ไม่ถูกต้องได้มากเท่าใด ก็จะทำให้ผู้รับสารสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองได้ หรือในช่วงระยะเวลาหลังที่นักการรณรงค์เริ่มนำเอาวิธีการ media advocacy หรือ social marketing มาใช้ในการรณรงค์ โดยสื่อที่ถูกมองว่าทำงานในแง่ลบต่อสังคม ให้มาเป็นพันธมิตรกับประชาชนในการเผยแพร่ข่าวสารที่ถูกต้องและ น่าสนใจ/ดึงดูดใจ เช่น

การนำแนวคิด edutainment (Singhal & Rogers, 2001) หรือการนำเอากลยุทธ์การตลาดเชิงพาณิชย์มาปรับใช้เป็นการตลาดเพื่อสังคม (social marketing) (Kotler & Lee, 2002)

แต่ไม่ว่าจะเป็นวิธีใด สิ่งที่ยังเหมือนเดิมคือรูปแบบการรณรงค์จึงเป็นการบอกข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องให้กับประชาชนผู้รับมีทิศทางทางการสื่อสารแบบบน-ลง-ล่าง ผู้ส่งสารเป็นรัฐหรือภาคเอกชนที่มีอำนาจด้านข่าวสารข้อมูลในประเด็นนั้น เช่น การรณรงค์ เรื่องโรคเอดส์ก็จะมีผู้รับสารเป็นกระทรวงสาธารณสุข ลักษณะเช่นนี้เป็นการมองว่าผู้รับสาร มีลักษณะ passive และสามารถถูกโน้มน้าวใจได้โดยง่าย เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม แต่อย่างไรก็ตามแนวคิดในการรณรงค์นี้ก่อให้เกิดคำถามขึ้นมาว่า ถ้าผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารที่มากพอหรือได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง พวกเขาจะสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนได้หรือไม่

จำเริญ ไยชิต, วิภาวี รั้วสุวรรณ และปริยานุช ไยชิต (2549) ศึกษาเรื่องการสื่อสารในระดับชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาเอดส์ในจังหวัดเชียงราย เพื่อค้นหาลักษณะการสื่อสารของชุมชนที่สัมพันธ์กับการแก้ไขปัญหาเอดส์ในชุมชน อันสะท้อนให้ทราบถึงศักยภาพของชุมชนที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดการปัญหาเอดส์ รวมถึงศึกษากระบวนการสื่อสารรณรงค์แบบบูรณาการเพื่อจัดการปัญหาเอดส์ในชุมชนในสามพื้นที่ของอำเภอเมือง อำเภอพาน และอำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะการสื่อสารของของชุมชนที่สัมพันธ์กับการแก้ไขปัญหาเอดส์ประกอบไปด้วย การสื่อสารระหว่างบุคคล เช่น การกล่าวตักเตือนหรือแนะนำระหว่างกัน ในการป้องกันและหยุดยั้งการติดเชื้อเอดส์ของคนในชุมชน ในการสื่อสารของกลุ่มพบว่าเป็นการสื่อสารในกลุ่มต่างๆ ของชุมชนที่มุ่งให้เกิดการป้องกันโรคเอดส์ นอกจากนั้นยังรวมไปถึงการใช้สื่อต่างๆ ทั้งสื่อบุคคล เช่น กลุ่มผู้ติดเชื้อ เจ้าหน้าที่สถานอนามัยและผู้มีบทบาทในงานเอดส์ของชุมชนในการสื่อสาร สื่อมวลชนคือการรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จากวิทยุและโทรทัศน์ในระดับที่ใกล้เคียง สื่อเฉพาะกิจเป็นรูปแบบการจัดการรณรงค์ผ่านสื่อและกิจกรรมการรณรงค์ สื่อพื้นบ้าน ได้แก่การใช้เพลงพื้นบ้านและการใช้ประเพณีของชุมชนเป็นสื่อการรณรงค์ด้วยการสอดแทรกด้วยเนื้อหาเรื่องโรคเอดส์ อันเป็นช่องทางในการสื่อสารให้เกิดการป้องกันและแก้ไขปัญหาเอดส์

ชุมชนมีศักยภาพในการแก้ไขปัญหาเอดส์ อันได้แก่ โครงสร้างความสัมพันธ์ของชุมชนที่เรียกว่า “ระบบเครือญาติ” กลุ่มและองค์กรชุมชนอันได้แก่ กลุ่มผู้ติดเชื้อ กลุ่มผู้นำและกลุ่มแกนนำในชุมชนที่มาจากคนในชุมชนที่มีความสนใจ รักชุมชนของตนและได้เข้ามาร่วมเป็นพลังของชุมชนในการจัดการปัญหาเอดส์ ประการสุดท้ายคือ วิถีคิดของชุมชนที่ใช้คุณธรรมและหลักศาสนา ส่งผลให้ชุมชนให้ความสำคัญกับปัญหาเอดส์ กระบวนการสื่อสารรณรงค์แบบบูรณาการเพื่อจัดการกับปัญหาเอดส์ในชุมชนนั้น ประกอบไปด้วยการสื่อสารแบบสองทางที่ผู้รับสารและผู้

ส่งสารมีปฏิกริยาโต้ตอบทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการอยู่ตลอดเวลาและมีการไหลของข้อมูลข่าวสารจากทุกกลุ่มคนในชุมชน การสื่อสารรณรงค์นั้นใช้รูปแบบของสื่อที่ผสมผสานกัน เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในเป้าหมายของการรณรงค์และใช้การผสมผสานแนวคิดจากองค์ความรู้ของชุมชนร่วมกับแนวคิดการพัฒนาเป็นฐานข้อมูลในการจัดปัญหาเอตส์ของชุมชน นอกจากนั้นเป็นการสื่อสารที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในการเข้ามาจัดการปัญหาในฐานะ “เจ้าของของชุมชน” และการปรับฐานคิดจาก “ผู้รับ” ผู้ผู้ทำในสิ่งที่คิด ผ่านเวทีการสื่อสารของคนในชุมชน การสื่อสารรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหาเอตส์จะประสบผลสำเร็จจะต้องเป็นการสื่อสารที่คนในชุมชนมีอำนาจในการคิด ตัดสินใจและดำเนินการต่อปัญหารวมถึงการไม่ปฏิเสธการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก แต่เป็นการสนับสนุนซึ่งกันและกัน อันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในที่สุด

สุรัชตา ราดา (2550) ศึกษาเรื่องกระบวนการสื่อสารกับเยาวชนของเครือข่ายครูนักรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่ากระบวนการสื่อสารในการดำเนินงานเพื่อการไม่สูบบุหรี่ของเครือข่ายครูนักรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่แบ่งออกเป็นสองขอบเขตได้แก่ กระบวนการสื่อสารภายในเครือข่าย และกระบวนการสื่อสารของครูแกนนำในเครือข่ายครูรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่กับเยาวชนและผู้ที่เกี่ยวข้องในโรงเรียน

กระบวนการสื่อสารภายในเครือข่ายนักรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่แบ่งออกเป็นสามระดับ ได้แก่ ระดับแรกเป็นการสื่อสารภายใน CORE TEAM เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มย่อย ระดับที่สอง เป็นการสื่อสารระหว่าง CORE TEAM กับสมาชิกภายในเครือข่าย เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มใหญ่ และการสื่อสารองค์กร และระดับที่สาม การสื่อสารระหว่างเครือข่ายกับมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ และองค์กรภายนอกอื่นๆ ทั้งนี้ กระบวนการสื่อสารของครูแกนนำในเครือข่าย กับเยาวชนเป็นการสื่อสารผ่านสื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารรณรงค์มีกับทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการดำเนินงานในเครือข่าย ด้านความรู้ ทักษะคิด พฤติกรรม และการมีส่วนร่วม ทั้งนี้กลยุทธการสื่อสารที่จะสามารถสร้างการมีส่วนร่วมในโครงการแก่เยาวชน แบ่งเป็นห้าประเภท ได้แก่ กลยุทธการใช้สื่อ ประกอบด้วยสื่อบุคคลและกิจกรรม กลยุทธการใช้สาร คือการกำหนดเนื้อหาสารรหัสสาร การจัดการ และสร้างจุดจูงใจในสาร กลยุทธการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยเป็นการมีส่วนร่วมทั้งกระบวนการแก่เยาวชน กลยุทธการให้แรงเสริมแก่เยาวชนด้วยการพูดให้กำลังใจ และการให้รางวัล และกลยุทธใช้แรงกระตุ้นจากภายนอก ได้แก่ มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ และสื่อมวลชน

ดวงแข บัวประโคน และคณะ (2549) ศึกษาเรื่องการใช้สื่อละครเพื่อการพัฒนาชุมชนของกลุ่มละครมะขามป้อม ในประเด็น พัฒนาการ กระบวนการ กลยุทธ และผลของการใช้สื่อ

ละครเพื่อการพัฒนาของกลุ่มละครมะขามป้อม ตลอดจนศึกษาปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ในการนำสื่อละครเพื่อการพัฒนาไปใช้ในงานพัฒนาชุมชนในพื้นที่ทำงานที่มีบริบทแตกต่างกันสี่พื้นที่ดังนี้ กลุ่มเยาวชนมะขามแก้ว พื้นที่โรงเรียนศึกษาสงเคราะห์ อำเภอมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน กลุ่มละครเยาวชนเพื่อชุมชนดาวลูกไก่ อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก กลุ่มเยาวชนสืบสานวัฒนธรรมครองแครง อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และกลุ่มเยาวชนฝันละไมวัยละมุน พื้นที่สถานพินิจและคุ้มครองเด็กเยาวชน จังหวัดสงขลา

ผลการวิจัยแสดงว่า กลุ่มละครมะขามป้อมได้ใช้เครื่องมือสำคัญคือ กระบวนการละคร เพื่อการพัฒนาเจ็ดขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วย ขั้นที่หนึ่ง การเตรียมงานและการประสานงาน ขั้นที่สอง การฝึกทักษะการแสดงและทักษะละคร ขั้นที่สาม การศึกษาข้อมูลและประเด็นปัญหา ขั้นที่สี่ การผลิตผลงานละคร ขั้นที่ห้า การจัดแสดงละคร ขั้นที่หก การประเมินผลและสรุปบทเรียน และขั้นที่เจ็ด การวางแผนงานในระยะต่อไป กลุ่มละครมะขามป้อมได้ใช้กระบวนการละครเพื่อการพัฒนาข้างต้น กับพื้นที่ทำงานทั้งสี่พื้นที่ ซึ่งมีบริบทชุมชนและกลุ่มเยาวชนที่แตกต่างกัน ทำให้ต้องใช้กลยุทธ์ที่มีความยืดหยุ่น สามารถผันแปรไปได้ตามสถานการณ์ของแต่ละพื้นที่ โดยกลยุทธ์การทำงานละครเพื่อการพัฒนาที่สำคัญที่ทางกลุ่มได้นำมาใช้ ประกอบด้วยกลยุทธ์จำนวน 8 กลยุทธ์ด้วยกันคือ กลยุทธ์ที่หนึ่ง “เยาวชนเป็นศูนย์กลาง” กลยุทธ์ที่สอง “ยืดหยุ่นกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน” กลยุทธ์ที่สาม “ละครเพื่อการพัฒนา สื่อสารพัดประโยชน์” กลยุทธ์ที่สี่ “เน้นสร้างการมีส่วนร่วม โดยใช้ชุมชนเป็นฐาน” กลยุทธ์ที่ห้า ผลักดันให้ “Local” ต้องเป็น “Hero” กลยุทธ์ที่หก “ทำงานด้วยกัน สนุกสุขสันต์ทุกขั้นตอน” กลยุทธ์ที่เจ็ด เสน่ห์แบบไทย มัดใจทั้งชุมชน” และกลยุทธ์ที่แปด “เชื่อมั่นในความหลากหลาย”

ภายหลังจากที่กลุ่มละครมะขามป้อมได้ใช้กลยุทธ์ทั้งแปดประการนี้ ในการนำสื่อละครไปใช้พัฒนาชุมชน ในบริบทที่แตกต่างกันสี่พื้นที่อันเป็นกรณีศึกษา พบว่าผลการพัฒนาระดับบุคคลของกลุ่มเยาวชนทั้งสี่พื้นที่โดยภาพรวมมีการพัฒนาแทบทุกด้านในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยมีผลการพัฒนาระดับบุคคลทั้งจุดร่วมและจุดต่างดังนี้ คือ ผลการพัฒนาระดับบุคคลที่เป็นจุดร่วมได้แก่ การพัฒนาในด้านความรู้เกี่ยวกับกระบวนการละครเพื่อการพัฒนา การพัฒนาด้านความภาคภูมิใจในคุณค่าของตนเอง (self-esteem) การพัฒนาด้านศักยภาพในการรวมกลุ่มกัน จัดกิจกรรมละครเพื่อการพัฒนาชุมชนด้วยตนเอง การพัฒนาศักยภาพในการถ่ายทอด กระบวนการจัดกิจกรรมจากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง การพัฒนาศักยภาพในการจัดอบรมกระบวนการละครเพื่อขยายผลให้กับเยาวชนกลุ่มอื่นๆ และเมื่อเรียนจบ (หรือครบกำหนดพันธกิจ) พบว่ามีสมาชิกของกลุ่มเยาวชนทั้งสี่กลุ่ม ได้กลับมายังชุมชนเพื่อทำงานพัฒนาชุมชนกับองค์กรพัฒนาเอกชนในพื้นที่อย่างน้อยกลุ่มละหนึ่งคน

ในส่วนผลของการพัฒนาระดับบุคคลที่เป็นจุดต่าง ได้แก่ 1.การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญา รากฐานความเชื่อของท้องถิ่น, ความรู้เกี่ยวกับปัญหาของชุมชน ประเด็นปัญหาเสาพิศิต ปัญหาโรคเอดส์ 2. ผลการพัฒนาในด้านทัศนคติและจิตใจในเรื่องความภาคภูมิใจในชุมชน หรือชาติพันธุ์ของตนเอง การเกิดแรงบันดาลใจที่จะศึกษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ความภาคภูมิใจในศิลปะและภูมิปัญญาพื้นบ้าน และแรงบันดาลใจที่จะดำเนินกิจกรรมเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของชุมชนตนเอง 3. ผลการพัฒนาด้านพฤติกรรมและศักยภาพ ซึ่งทั้งสามข้อเกิดจากความแตกต่างทางด้าน บริบทของแต่ละพื้นที่เป็นสำคัญ นอกจากกระบวนการละครเพื่อการพัฒนาที่กลุ่มละคร มะขามป้อมใช้ จะก่อให้เกิดผลการพัฒนาระดับบุคคลแล้ว ยังก่อให้เกิดผลการพัฒนาระดับ ชุมชนดังนี้ คือ สื่อละครเพื่อการพัฒนาได้เปิดพื้นที่การสื่อสารใหม่ๆ ขึ้นภายในชุมชน ทำให้ ครอบครัวและชุมชนเปิดมุมมองใหม่กับเยาวชน ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในชุมชน ชุมชนมีการ ยอมรับในสื่อละครเพื่อการพัฒนาว่าเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน ในชุมชน เป็นสื่อที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์เชื่อมโยงได้ดีทั้งความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนกับ เยาวชน เยาวชนกับครอบครัว บุคคลกลุ่มต่างๆ ในชุมชน วิทยากร และชุมชนภายนอกหรือ บุคคลภายนอก ละครเพื่อการพัฒนาสามารถเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับชุมชน และยังสามารถ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อวิถีชีวิตและจิตสำนึกของเยาวชนในชุมชนอีกด้วย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้กระบวนการละครเพื่อการพัฒนาชุมชน ของ กลุ่มละครมะขามป้อม ในพื้นที่ทำงานที่มีบริบทแตกต่างกันสี่พื้นที่ ยังพบว่ามีปัจจัยร่วมที่มี อิทธิพลต่อการทำงานละครเพื่อการพัฒนาชุมชนแปดประการ ที่เป็นทั้งปัจจัยสนับสนุนและ ปัจจัยอุปสรรคได้ในตัวเองเรียงลำดับความสำคัญดังนี้คือ 1. ปัจจัยด้านการสนับสนุนขององค์กร ผู้รับผิดชอบเยาวชนในพื้นที่ 2. ปัจจัยด้านระยะเวลาในการดำเนินงานและความต่อเนื่องในการ จัดกิจกรรม 3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและบริบทของชุมชน 4. ปัจจัยด้านบริบทพื้นฐานและ สถานภาพของกลุ่มเยาวชน 5. ปัจจัยด้านความร่วมมือและมีส่วนร่วมของชุมชน 6. ปัจจัยด้าน ความสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดของชุมชน 7. ปัจจัยด้านการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องของ กลุ่มละครมะขามป้อม 8. ปัจจัยด้านงบประมาณในการสนับสนุนกิจกรรม

วาสนา จันทร์สว่าง, นาดยา เกரியชัยพฤกษ์, ยุทธพงษ์ ชวัญชื่น, วิทยา เทียนจวง, พงศ์พันธ์ อันตะริกานนท์ และนิทัศน์ ศิริโชติรัตน์ (2548ข) ศึกษากระบวนการสื่อสารการรณรงค์ ด้านสุขภาพ ในโครงการที่รณรงค์เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพตามนโยบาย 5 อ. คือ อาหาร การออกกำลังกาย อารมณ์ โรคยา และอนามัยพบว่า

1. กระบวนการสื่อสารการรณรงค์ด้านสุขภาพ ขององค์กรต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นการ สื่อสารสองทาง เนื้อหาเป็นเรื่องการออกกำลังกาย การเผยแพร่ความรู้และจิตสำนึกเรื่องสุขภาพ

และเรื่องอาหาร สื่อที่ใช้คือสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจและสื่อมวลชน ผลของการรณรงค์คือ กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่รับรู้สนใจตระหนัก แต่ยังมีขาดจิตสำนึกและการปฏิบัติตนด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่อง

2. การสร้างพลังการรณรงค์ให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลได้นั้น ผู้ส่งสารต้องมีความรับผิดชอบสูง มีจิตสาธารณะ สารควรจะเป็นเรื่องสุขภาพองค์รวม สื่อ เป็นสื่อบุคคล และสื่อผสม ผู้รับสารต้องเป็นผู้มีส่วนร่วมในการสื่อสารการรณรงค์

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการรณรงค์ด้านสุขภาพ คือ ผู้นำ แรงสนับสนุนทางสังคม งบประมาณ การมีส่วนร่วม และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม การสร้างเครือข่ายและการสื่อสารเครือข่าย การสร้างสุขภาพองค์รวม และการรณรงค์สู่ชุมชน โดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง หรือเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะสำหรับการรณรงค์ด้านสุขภาพ คือ

1. สร้าง ส่งเสริม และสนับสนุน พลัง และศักยภาพ ผู้นำ และกลุ่มแกนนำการรณรงค์ให้เป็นนักรณรงค์ด้านสุขภาพที่มีความสามารถในการจัดการความรู้ กระบวนการเรียนรู้ และทักษะทั้งในด้านสุขภาพและการสื่อสาร

2. สนับสนุนการสร้างเครือข่ายในการรณรงค์ด้านสุขภาพ มีการจัดกิจกรรมและสื่อสารเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง

3. การสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรต่าง ๆ ควรเป็นการสนับสนุนที่ร่วมกันของทุกองค์กร ในระดับภาคี สมัชชาหรือเครือข่ายอย่างต่อเนื่องครบวงจร

4. กำหนดนโยบายรณรงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่เน้นการมีส่วนร่วม และการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการรณรงค์จากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งองค์กรภาครัฐ เอกชน ธุรกิจ และชุมชน

5. การรณรงค์ด้านสุขภาพ ควรเป็นการรณรงค์สู่ชุมชน ที่เน้นชุมชนและชาวชุมชนเป็นศูนย์กลางหรือเป็นสำคัญ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและประชาชนทั่วไปรับรู้ สนใจ ตระหนัก เกิดจิตสำนึก และมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมสุขภาพที่ถูกต้องเหมาะสมได้อย่างยั่งยืน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ช่วยให้ผู้วิจัยได้เข้าใจกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในบริบทสังคมไทย รวมถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตาม งานวิจัยข้างต้นนั้นมักเป็นการให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารรณรงค์แบบมีส่วนร่วม อันเป็นแนวคิดที่องค์กรอุปถัมภ์ทุน และผู้ปฏิบัติงานให้ความสำคัญว่าจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งทุกงานวิจัยก็ระบุสอดคล้องกันว่าการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมเชิงสุขภาพได้ แต่ในสถานการณ์จริงแล้วการสื่อสารแบบแพร่กระจายนั้นยังคงมีอิทธิพลเป็น

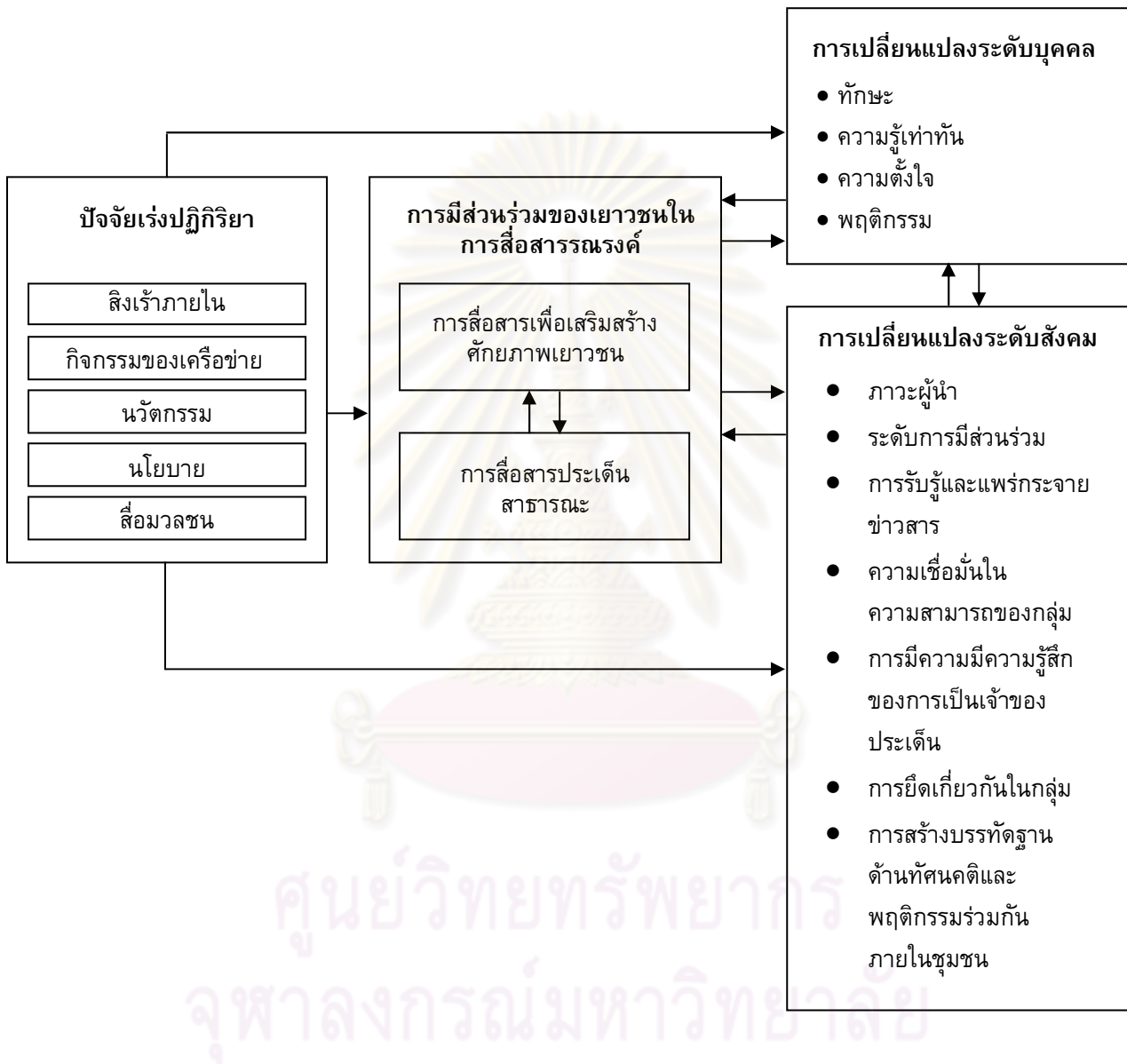
อย่างสูงในการสื่อสารรณรงค์ การมองกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนจาก มุมมองเชิงผสมผสานจึงเป็นการมองสถานการณ์อย่างใกล้เคียงความจริงที่สุด งานวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นความพยายามที่จะพิจารณากระบวนการสื่อสารรณรงค์ในอีกมุมมองหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็น การมองกระบวนการสื่อสารรณรงค์ในลักษณะที่เป็นการสื่อสารแบบผสมผสาน และการศึกษาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน กับผลลัพธ์ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะเสริมให้ข้อค้นพบก่อนหน้านี้ในงานวิจัยต่างๆ มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

6. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการสังเคราะห์แนวคิด และทฤษฎีต่างๆ เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากงานวิจัยนี้มุ่งให้ความสนใจที่การศึกษาและทดสอบแบบจำลองกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนว่ามีตัวแปรใดบ้างที่สามารถอธิบายถึงการทำงานของปัจจัยเร่งปฏิกิริยาในการให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลอง “the Integrated Model of Communication for Social Change” (IMCFSC) ของ Figueroa et al. (2002) ที่ได้เสนอปัจจัยเร่งปฏิกิริยาที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมและผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง ซึ่งผู้วิจัยเห็นควรนำมาทดสอบในบริบทของสังคมไทย ในขณะที่การมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์นั้น ผู้วิจัยจะได้หยิบยกเอาแนวคิดและทฤษฎีของการสื่อสารแบบแพร่กระจาย (diffusion model) และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory model) มาใช้เป็นกรอบในการศึกษา โดยเฉพาะในเรื่องการผสมผสานของแนวคิด และลักษณะการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร และในส่วนของการเปลี่ยนแปลงนั้น ผู้วิจัยได้นำเอากรอบแนวคิดของ Figueroa et al. (2002) ในเรื่องการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (individual change level) และการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม (social change level) มาใช้ทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

จากการบูรณาการแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้ดังภาพ 2.11

ภาพ 2.11 กรอบแนวคิดการสื่อสารองค์กรด้านสุขภาพในเยาวชน



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: กรณีเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม (mixed method) แบบ “sequential exploratory design” ระหว่างวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) กับวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เพื่อศึกษาและทดสอบแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: กรณีเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า โดยผู้วิจัยกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยเป็นสองขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรก การศึกษาเชิงสำรวจความรู้ (the exploratory phase) ที่ศึกษาถึงสถานภาพของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน โดยเลือกกรณีศึกษาเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า เพื่อค้นหาปัจจัยเร่งปฏิกิริยาในการให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ และสำรวจถึงกระบวนการสื่อสารรณรงค์ และขั้นตอนต่อมา การศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อหาความสัมพันธ์เชิงประจักษ์ (the descriptive-empirical phase) เพื่อค้นหาและทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

3.1 วิธีการดำเนินการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่กำหนดไว้ว่าจะค้นหาความสัมพันธ์ของกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนกับผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล และสังคม เพื่อนำข้อมูลไปเป็นประโยชน์ในการสร้างแบบจำลองกระบวนการสื่อสารที่เหมาะสมกับเยาวชนไทย วิธีการดำเนินงานวิจัยจึงกำหนดไว้เป็นสองส่วนหลักด้วยกันคือ การศึกษาเชิงสำรวจความรู้ (the exploratory phase) และ การศึกษาข้อมูลและความสัมพันธ์เชิงประจักษ์ (the descriptive-empirical phase)

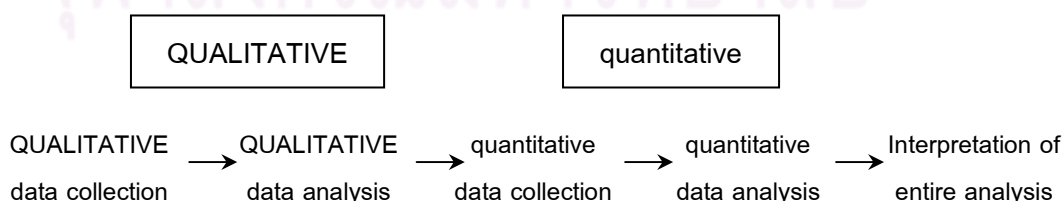
3.1.1 การศึกษาเชิงสำรวจความรู้ (the exploratory phase) เป็นขั้นตอนเพื่อประมวลความรู้เกี่ยวกับสถานภาพของกระบวนการสื่อสาร กระบวนการสื่อสาร และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงจากมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มองค์กรอุปถัมภ์ทุนสนับสนุนการสื่อสารรณรงค์ เครือข่ายเยาวชนที่ดำเนินกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ และเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ เพื่อทำการสังเคราะห์และนำข้อมูลที่ได้มาสร้างตัวแปรสำคัญต่างๆ เพื่อสร้างชุดคำถามเพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล ระหว่างกระบวนการสื่อสารและผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงต่อไป ระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสมกับช่วงการศึกษาเชิงสำรวจความรู้คือการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) เพราะจะทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นใน

กระบวนการสื่อสารได้ผ่านกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล (data collection) และการวิเคราะห์ข้อมูล (data analysis) (สุภางค์ จันทวานิช, 2539)

2. การศึกษาข้อมูลและความสัมพันธ์เชิงประจักษ์ (the descriptive-empirical phase) เป็นขั้นตอนที่มุ่งศึกษาความสัมพันธ์เชิงประจักษ์ (the descriptive-empirical phase) ระหว่างปัจจัยเร่งปฏิกิริยา กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพต่างๆ ที่ดำเนินการโดยเครือข่ายเยาวชน ดังนั้นระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสมในช่วงนี้คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ทั้งในส่วนของการเก็บรวบรวมข้อมูล (data collection) และการวิเคราะห์ข้อมูล (data analysis) เพราะการวิจัยเชิงปริมาณนี้จะทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ได้ (Baxter & Babbie, 2004)

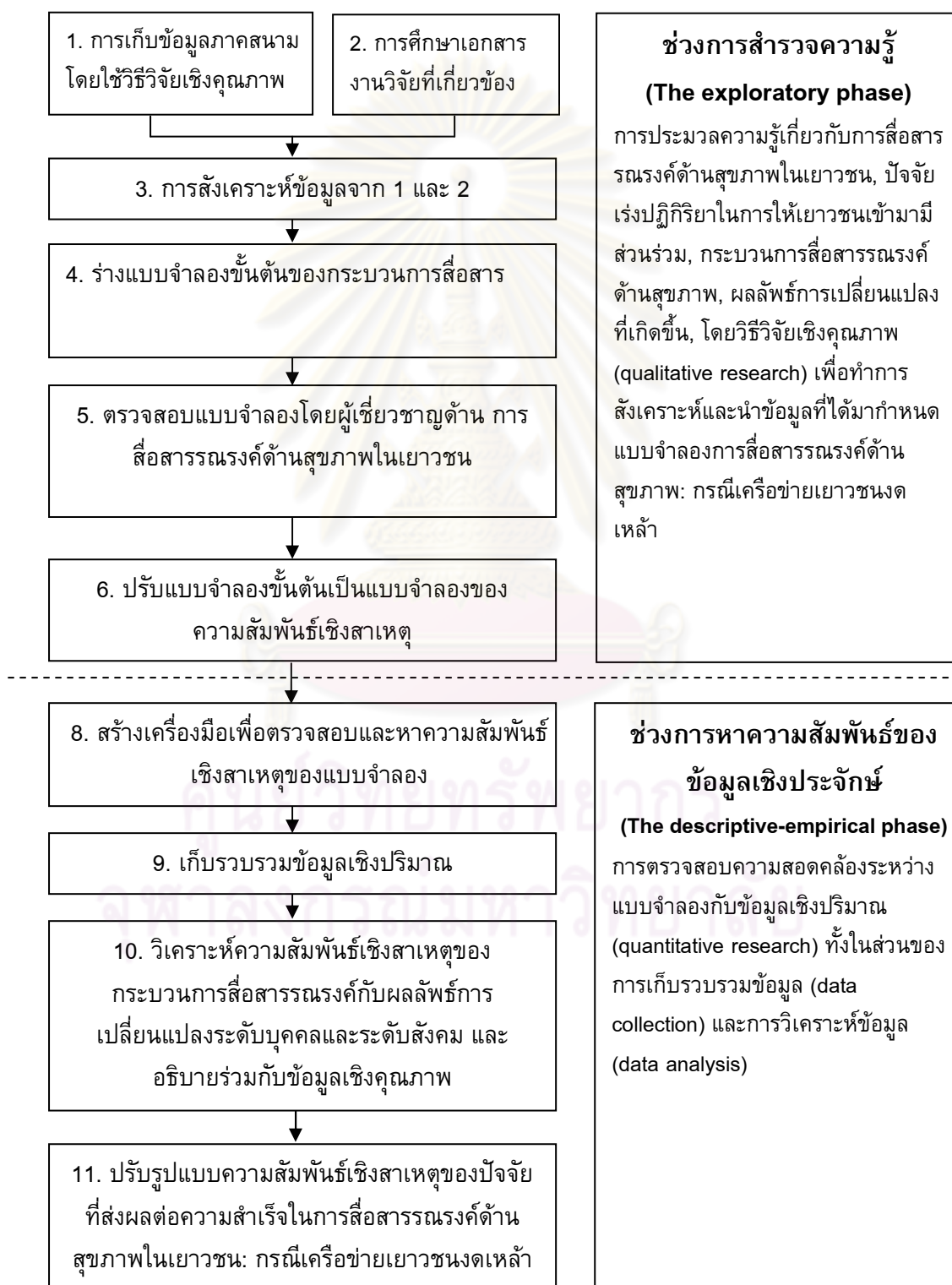
การวิจัยแบบผสม (mixed methods approach) ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการผสมผสานแบบ “sequential exploratory design” (Creswell, 2003) ที่เริ่มต้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และตามด้วยกระบวนการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผลการวิเคราะห์ด้วยข้อมูลเชิงปริมาณจะถูกนำมาสนับสนุนสิ่งที่ค้นพบในผลของการวิจัยเชิงคุณภาพก่อนหน้านี้ แนวทางการออกแบบงานวิจัยลักษณะนี้เหมาะสมสำหรับการทดสอบ (testing) องค์ประกอบของทฤษฎีในรูปของข้อมูลเชิงคุณภาพที่ค้นพบในช่วงการสำรวจความรู้ และที่สำคัญข้อมูลเชิงปริมาณในระยะที่สองจะช่วยสนับสนุนสิ่งที่ค้นพบในช่วงการวิจัยเชิงคุณภาพในการแสวงหาข้อสรุปเกี่ยวกับงานวิจัย (generalization) เพื่อมุ่งขยายขอบเขตของข้อสรุปไปสู่บริบทที่กว้างขึ้น (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, 2549) การออกแบบงานวิจัยแบบ “sequential exploratory design” แสดงได้ดังนี้

ภาพ 3.1 การออกแบบงานวิจัยแบบ sequential exploratory design (Creswell, 2003: 213)



ทั้งนี้จากภาพจะเห็นว่าขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงท้ายสุดจะเป็นการประมวลสิ่งที่ค้นพบทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณมาบูรณาการเข้าด้วยกัน เพื่อนำไปสู่คำตอบที่ต้องการในการนำเสนอแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนต่อไป ซึ่งสามารถแสดงขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยได้ดังภาพ 3.2

ภาพ 3.2 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย



จากขั้นตอนการวิจัย ดังปรากฏในภาพ 3.2 สามารถแจกแจงรายละเอียดของการดำเนินการวิจัยในแต่ละขั้นตอนได้ดังนี้

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

3.2.1 ผู้ให้สัมภาษณ์หลัก (key informants) ในช่วงการวิจัยในช่วงสำรวจความรู้ (the exploratory phase)

ผู้ให้สัมภาษณ์หลัก (key informants) ในช่วงการวิจัยในช่วงสำรวจความรู้ (the exploratory phase) โดยการคัดเลือกใช้วิธีการเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) มุ่งที่ผู้เกี่ยวข้องกับการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน จำนวนทั้งสิ้น 47 คน โดยแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม คือ องค์กรอุปถัมภ์ทุน เครือข่ายเยาวชน และเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ดังมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1.1 กลุ่มผู้บริหารจากองค์กรสนับสนุนทุน (sponsoring organization) ในการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน คือ กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) ซึ่งกลุ่มนี้มีความสำคัญในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การสื่อสารในภาพรวม ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ในกลุ่มนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 4 คน คือ

กลุ่มผู้บริหารแผนงานทุนอุปถัมภ์สนับสนุนกิจกรรมปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถาบันการศึกษา กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ลำดับ	ตำแหน่ง	ชื่อ-สกุล
1	ผู้จัดการแผนงานทุนอุปถัมภ์สนับสนุนกิจกรรมปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถาบันการศึกษา กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล
2	ผู้ตรวจประเมินผลแผนงานทุนอุปถัมภ์เพื่อสนับสนุนกิจกรรมปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)	รองศาสตราจารย์ วิสนศักดิ์ อ่วมเพ็ง

กลุ่มผู้บริหารเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.)

ลำดับ	ตำแหน่ง	ชื่อ-สกุล
3	ผู้อำนวยการสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า	เภสัชกรสงกรานต์ โชคภักดี
4	ผู้จัดการสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.)	คุณธีระ วัชรปราชญ์

3.2.1.2 กลุ่มผู้นำเยาวชน (active youth leader) ที่เข้าร่วมโครงการที่มีบทบาทหน้าที่ในฐานะเป็นผู้นำเยาวชนในชุมชน สถานศึกษาของตนเอง การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (quota sampling) ตามจำนวนโครงการ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากแต่ละพื้นที่ที่เครือข่ายเยาวชนลงไปทำงาน แล้วจึงใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เป็นลำดับต่อมาเพื่อเลือกผู้นำเยาวชนที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างแท้จริง และนอกจากนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้ศึกษาจะใช้การสุ่มตัวอย่างโดยวิธีหลักเครือข่าย (network sampling) เพื่อค้นหาเยาวชนที่อาจไม่ได้อยู่ในโครงสร้างการทำงาน แต่แฝงตัวอยู่ในกลุ่ม ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ในกลุ่มนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 34 คน คือ

ก. กลุ่มผู้นำเยาวชน เน้นกิจกรรมเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมายในส่วนกลาง (กรุงเทพมหานคร)

ตำแหน่ง	ชื่อ-สกุล	สถาบัน
แกนนำเยาวชนวัยใส รู้ทันแอลกอฮอล์	นางสาวจิราภรณ์ กมลรังสรรค์	วิทยาลัยราชพฤกษ์
ประชาสัมพันธ์สภาเยาวชนราชพลี	นายอดิศักดิ์ ชัยวัฒน์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
เครือข่ายนักศึกษาสื่อสารมวลชน	นางสาวเครือมาศ ศรีจันทร์	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้นำเยาวชนชมรมหวักระทีสรังสรรค์	นางสาววลัยพร แยมพัทตร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
เยาวชนอาสา	นางสาวศิริเนตร ทิพย์กำจรวงศ์	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ผู้นำนักศึกษา	นางสาวภัทราวดี หนักหล่อ	มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

ข. กลุ่มผู้นำเยาวชน เน้นกิจกรรมเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมายในต่างจังหวัด (จังหวัดเชียงใหม่)

ตำแหน่ง	ชื่อ-สกุล	สถาบัน
แกนนำเยาวชนเครือข่าย นักศึกษา 7 สถาบัน เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังภัย การบังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการดื่มเหล้า-เบียร์ จังหวัดเชียงใหม่	นายคงพัน ใจสม	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ
	นางสาวทัตพร เสี่ยงมศรี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพ
	นายดำรงพล ดู่ไม้	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
	นายวายุ ไชยมูล	มหาวิทยาลัยพายัพ
	นายกฤษดา ทาทองเหลือง	สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตเชียงใหม่
	นายรักพงษ์ คำขาว	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
	นายอภิศักดิ์ สุวรรณมงคล	มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น
	นายขจรพลกฤษ จันแสง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
	นายเฉลิมวุฒิ สังค์คดี	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ค. กลุ่มผู้นำเยาวชน เน้นกิจกรรมการสื่อสารประเด็นสาธารณะในสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา

ตำแหน่ง	ชื่อ-สกุล	สถาบัน
แกนนำเยาวชน เครือข่าย พลังใส ไร้แอลกอฮอล์	นายวิทวัส นากสีทา นางสาวสุพิศตรา อเวสา นางสาวสุธิดา พลเยี่ยม	โรงเรียนสมสะอาดพิทยาสรรพ์ อำเภอภูจินารายณ์ จังหวัด กาฬสินธุ์
ผู้นำนักเรียน	นายยอด ปอง	โรงเรียนวัดนवलนครดิศ

ง. กลุ่มผู้นำเยาวชนด้านกิจกรรมการสื่อสารประเด็นสาธารณะในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาภาครัฐ
(กรุงเทพมหานครและปริมณฑล)

ตำแหน่ง	ชื่อ-สกุล	สถาบัน
รองประธานฝ่ายกีฬา องค์การนักศึกษา	นางสาวสุวรรณ์ พลอยศิริ	มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี
กรรมการสโมสรนักศึกษา	นางสาววรรณวิสา คำดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
แกนนำเยาวชนสร้างสรรค์ รู้ทันแอลกอฮอล์	นายชัยวิช มณีวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
แกนนำเยาวชนอาสาเพื่อการพัฒนา	นางสาวยุวดี ชินบุตรานนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ เจ้าพระยา

จ. กลุ่มผู้นำเยาวชนด้านกิจกรรมการสื่อสารประเด็นสาธารณะในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาภาครัฐ
(ต่างจังหวัด)

ตำแหน่ง	ชื่อ-สกุล	สถาบัน
แกนนำนักศึกษาหัวกะทิสร้างสรรค์	นายกวิน ผิวผ่อง	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้นำนักศึกษา	นายวีรภูมิ พุทธอามาตย์	วิทยาลัยสาธาณสุขสิรินทร จังหวัดขอนแก่น
ผู้นำนักศึกษา	นายรัฐพล ฝั่งขุนทด	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตนครราชสีมา
ประธานสมาคมนักศึกษามหาวิทยาลัย ราชภัฏแห่งประเทศไทย	นายอรรถพล จันทศิลาอัติพงษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

ช. กลุ่มผู้นำเยาวชนด้านกิจกรรมการสื่อสารประเด็นสาธารณะในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาภาคเอกชน
(กรุงเทพมหานครและปริมณฑล)

ตำแหน่ง	ชื่อ-สกุล	สถาบัน
อนุกรรมการฝ่ายวิชาการ สโมสรนักศึกษา	นายเอกชัย สุขแก้ว	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
สโมสรนักศึกษา	นางสาวรัชนีกร พานิชกิจ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
อดีตนายกสโมสรนักศึกษา	นายสาธิต ปริญญาอาริยะ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ประธานฝ่ายบำเพ็ญประโยชน์เพื่อสังคม และสิ่งแวดล้อม	นางสาวศิริประภา สิริพันธ์	มหาวิทยาลัยรังสิต
ประธานฝ่ายศิลปวัฒนธรรม สโมสร นักศึกษา	นายก้องกริช ศรีบูรินทร์	มหาวิทยาลัยรังสิต
ประธานชมรมวัยมันส์ รู้ทันแอลกอฮอล์	นางสาววราภรณ์ พิณฑทอง	มหาวิทยาลัยเซาท์อีสต์บางกอก

ช. กลุ่มผู้นำเยาวชนด้านกิจกรรมการสื่อสารประเด็นสาธารณะในสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาภาคเอกชน (ต่างจังหวัด)

ตำแหน่ง	ชื่อ-สกุล	สถาบัน
ประธานชมรมวัยมันส์ รู้ทันแอลกอฮอล์	นางสาววารภรณ์ พิณทอง	มหาวิทยาลัยเซาอีสต์บางกอก
นายกสโมสรนักศึกษา	นางสาวกัลยาณี โพธิ์ชัย	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น

3.2.1.3 กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในเครือข่าย ที่ได้รับทุนสนับสนุนการดำเนินงานจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) ซึ่งกลุ่มนี้มีความสำคัญในการออกแบบกระบวนการทำงานในพื้นที่กับเยาวชน ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ในกลุ่มนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 9 คน คือ

ตำแหน่ง	ชื่อ-สกุล
มูลนิธิเยาวชนเพื่อการพัฒนา	นายคำรณ ชูเดชา
ผู้อำนวยการเครือข่ายละครเพื่อการรณรงค์	นายสมศักดิ์ ศิริพันธุ์
ผู้ประสานงานแผนงานเฝ้าระวังการใช้กฎหมาย ภาคธุรกิจแอลกอฮอล์	นายสุวรรณ์ บุญแท้
ผู้จัดการ มูลนิธิสื่อเพื่อเยาวชน	นายพิริยะ ทองสอน
ที่ปรึกษาเครือข่ายละครเพื่อการรณรงค์ โครงการหุ่นสายเสมา, คณะละครมันตรา	นายนิมิตร พิพิธกุล
ผู้ประสานงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า จังหวัดร้อยเอ็ด	นายปรีชา แสนรัก
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการโรงเรียนปลอดเหล้า โรงเรียนสมสะอาดพิทยาสรรค์ อ. กุฉินารายณ์ จ. กาฬสินธุ์	นางจินตนา อะสุชีวะ
ผู้จัดการ ศูนย์ประสานงานเครือข่ายงดเหล้าภาคเหนือ	นายธงชัย ยงยืน
เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ มูลนิธิเพื่อนเยาวชนเพื่อการพัฒนา	นายโฆษา สุขมะดัน

3.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ช่วงการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลเชิงประจักษ์ (the descriptive-empirical phase)

ประชากรสำหรับการวิจัยในช่วงการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลเชิงประจักษ์ (the descriptive-empirical phase) ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ คือ เยาวชนผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนทั่วประเทศ

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ ที่เป็นวิธีวิจัยที่ใช้ในช่วงการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลเชิงประจักษ์ (the descriptive-empirical phase) นั่นคือเยาวชนจากเครือข่ายเยาวชนต่างๆ ที่เคยหรือกำลังเข้าร่วมกิจกรรมการดำเนินงานเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ ที่ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) ที่มีอายุระหว่าง 13-25 ปี และมีภูมิลำเนาอยู่ในภูมิภาคต่างๆ จำนวน 549 คน การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ผสมผสานกับการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักเครือข่าย (network sampling) โดยผู้วิจัยได้ขอรายชื่อเครือข่ายเยาวชนจากเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) ที่รวบรวมฐานข้อมูลของเครือข่ายที่ทำงานร่วมกันทั่วประเทศ และได้ส่งแบบสอบถามไปยังทุกเครือข่ายที่สามารถติดต่อได้ และขอให้ผู้ประสานงานเครือข่ายได้แจกจ่ายแบบสอบถามไปให้แก่ผู้นำเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ อีกทั้ง รวมกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศที่ได้รับกลับมาจำนวนทั้งสิ้น 549 ตัวอย่าง ดังรายละเอียดดังนี้

ภาค	จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพและปริมณฑล	กรุงเทพ, นนทบุรี, สมุทรปราการ	200	37%
กลาง	นครปฐม, สุพรรณบุรี, ราชบุรี, เพชรบุรี	95	17%
เหนือ	น่าน, อุตรดิตถ์, เพชรบูรณ์	79	14%
ตะวันออกเฉียงเหนือ	อุบลราชธานี, บุรีรัมย์, กาฬสินธุ์, นครราชสีมา	106	19%
ใต้	นครศรีธรรมราช, สงขลา	69	13%
รวม		549	100%

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เพื่อทำการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลรายละเอียดในเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูล (key informants) ในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน โดยผู้วิจัยได้ออกแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structural interviews) ที่ผู้ศึกษาพัฒนาขึ้น โดยแบบสัมภาษณ์เชิงกึ่งโครงสร้างนี้ผู้สัมภาษณ์จะมีประเด็นคำถามเฉพาะที่ต้องการคำตอบไว้จำนวนหนึ่ง แต่ในขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์มีอิสระในการให้ข้อมูลต่างๆ เพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้องได้เพื่อความเข้าใจที่ชัดเจนมากขึ้น (ปารีชาติ สถาปิตานนท์, 2549) โดยสิ่งที่จะช่วยในการดึงเอาข้อมูลสำคัญออกมาคือ “การตะล่อมกล่อมเกลา” (probe) ที่หมายถึงการซักถามที่ดึงเอาส่วนลึกของความคิดออกมา (สุรางค์ จันทวานิช, 2539) ทั้งนี้คุณค่าของผู้ให้ข้อมูลสำคัญอยู่ที่การมองปรากฏการณ์แบบคนภายใน (emic) การเลือกใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้างเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนน้อยลง ประกอบกับการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างชุดนี้ดำเนินการเองโดยนักวิจัยทั้งหมด การใช้แบบสอบถามกึ่งโครงสร้างจึงมีความเหมาะสมในการปรับใช้วิธีการตั้งคำถามอย่างเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการศึกษามากที่สุด

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นลักษณะคำถามปลายเปิดทั้งหมด มีข้อคำถามดังนี้

แบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) ที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มองค์กรสนับสนุนทุน (sponsoring organization) ในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน มีข้อคำถามใหญ่คือ

1. ยุทธศาสตร์หลักในการขับเคลื่อนการดำเนินงานเรื่องการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน คืออะไร
2. เป้าหมายของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน คืออะไร
3. เกณฑ์สำคัญที่ท่านพิจารณาในการให้ความสนับสนุนทุนการทำงานแก่เครือข่ายคืออะไร
4. บทบาท หน้าที่ของแต่ละเครือข่ายในการไปถึงเป้าหมายดังกล่าวคืออะไร
5. หน้าที่ของท่านในการสนับสนุนการทำงานของภาคีเครือข่ายมีอะไรบ้าง
6. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน คืออะไร
7. ความยากของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน คืออะไร เพราะอะไร
8. การสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน โครงการใดที่ท่านคิดว่าประสบความสำเร็จสูงสุด เพราะอะไร
9. การเปลี่ยนแปลงที่องค์กรสนับสนุนทุนมุ่งหวังในระดับบุคคล (individual change) คืออะไร และตัวชี้วัดคืออะไร
10. การเปลี่ยนแปลงที่องค์กรสนับสนุนทุนมุ่งหวังในระดับสังคม (social change) คืออะไร และตัวชี้วัดคืออะไร

แบบสอบถามกึ่งโครงสร้างที่ใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มภาคีเครือข่ายต่างๆ ในการรณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน มีข้อคำถามหลัก คือ

1. ประวัติและความเป็นมาของเครือข่ายของท่านเป็นอย่างไร และเครือข่ายของท่านเข้ามาสนใจการดำเนินงานในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ได้อย่างไร
2. เป้าหมายในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนของเครือข่ายท่านคืออะไร เครื่องมือที่ใช้ในการบรรลุเป้าหมายดังกล่าวคืออะไร
3. กระบวนการในการทำงานคืออะไร
4. บทบาท หน้าที่ของเยาวชนที่ร่วมกิจกรรมของเครือข่ายคืออะไร
5. ปัจจัยแห่งความสำเร็จและล้มเหลวในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน คืออะไร
6. ปัจจัยหรือตัวกระตุ้นที่ทำให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน คืออะไร เพราะเหตุใด

7. ความยากของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนคืออะไร
8. การเปลี่ยนแปลงเชิงบุคคล (individual change) ที่ท่านเห็นคืออะไร เกิดขึ้นเพราะสาเหตุใด และตัวชี้วัดคืออะไร
9. การเปลี่ยนแปลงเชิงสังคม (social change) ที่ท่านเห็นคืออะไร และตัวชี้วัดคืออะไร

แบบสอบถามที่โครงสร้างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายเยาวชนต่างๆ ในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน มีข้อความหลัก คือ

1. ประวัติและความเป็นมาของกลุ่มเยาวชนของท่านเป็นอย่างไร และท่านหรือกลุ่มเยาวชนของท่านเข้ามาสนใจการดำเนินการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ได้อย่างไร
2. เป้าหมายของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ของกลุ่มของท่านคืออะไร
3. กิจกรรมหลักที่ท่านใช้ในการดำเนินการสื่อสารรณรงค์ คืออะไร
4. บทบาท หน้าที่ของท่านในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน คืออะไร
5. กระบวนการในการทำงานตั้งแต่ต้นจนจบคืออะไร (มีความขัดแย้งหรือไม่ ถ้ามีจัดการอย่างไร)
6. วิธีการทำงานที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมกับการทำงานในกลุ่มเยาวชนควรเป็นอย่างไร
7. ปัจจัยแห่งความสำเร็จและล้มเหลวในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน
8. ปัจจัยใดที่กระตุ้นให้ท่านตระหนักและหันที่จะมาสนใจที่จะเข้าร่วมทำกิจกรรม
9. อะไรคือลักษณะพิเศษหรือความยากในการดำเนินงานสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน
10. การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (individual change) ที่ท่านสังเกตเห็นคืออะไร
11. การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม (social change) ในประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้ที่ท่านเห็นคืออะไร

3.3.2 การสังเกตการณ์ (observation) โดยเครื่องมือนี้ผู้วิจัยได้เข้าไปทำการ

สังเกตการณ์กระบวนการในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล และระดับสังคม ของเยาวชน ทั้งนี้การสังเกตการณ์ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (participant observation) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) โดยประเด็นที่ผู้วิจัยจะเข้าไปสังเกตการณ์ คือ

1. กระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง
2. บทบาท หน้าที่ ที่เยาวชนเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม

3. ตัวกระตุ้นภายใน ภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมการสื่อสาร
รณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน
4. ลักษณะหรือรูปแบบที่ปรากฏในการปรึกษาหารือร่วมกัน
5. การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในแกนนำเยาวชน ทั้งระดับบุคคลและระดับสังคม
6. ปัจจัยในกระบวนการสื่อสารที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรมของ
เยาวชน

3.3.3 การวิเคราะห์เอกสาร ใช้สำหรับนำการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารประเภทต่าง ๆ ที่รวบรวมมาได้เพื่อสังเคราะห์และตีความถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำไปประกอบกับข้อมูลที่ได้จากภาคสนามต่อไป

3.3.4 แบบสอบถาม เครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ในช่วงการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลเชิงประจักษ์ (the descriptive-empirical phase) คือการใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น โดยอิงแบบจำลองเชิงบูรณาการของกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม (Integrated Model of Communication for Social Change) ของ Figueroa, Kincaid, Rani and Lewis (2002) เพื่อค้นหารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยแรงปฏิภิกิริยา กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสาร และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามโดยดัดแปลงแบบจำลองของ Figueroa et al. (2002) บางส่วนให้เหมาะสมกับบริบทสังคมไทย (ดูที่มาของแนวคิดที่ผู้วิจัยนำมาใช้สร้างข้อคำถามสำหรับวัดแต่ละตัวแปรได้ในหน้า 112 และดูรายละเอียดแนวคิดแต่ละตัวแปรได้จากบทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง) โครงสร้างของแบบสอบถามนี้ประกอบด้วยการวัดตัวแปรชุดต่างๆ (ดูรายละเอียดของแบบสอบถามและข้อคำถามฉบับเต็มได้ในภาคผนวก ก) แบ่งออกเป็นข้อคำถามสี่ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของประชากร ปัจจัยตัวแรงปฏิภิกิริยาในการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการ และผลลัพธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลและระดับสังคม คำถามที่สร้างขึ้นประกอบด้วยข้อคำถามแบบปลายปิด และข้อคำถามแบบปลายเปิด ดังรายละเอียด ดังนี้

1. ส่วนข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา
2. ปัจจัยแรงปฏิภิกิริยาที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน มีจำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อใหญ่ โดยส่วนข้อคำถามปลายปิดนั้น ให้เลือกตอบแบบประเมินค่า (rating scale) โดยกำหนดคำตอบแบบจัด

อันดับห้าระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ทั้งนี้ประเด็นคำถามหลัก ดังนี้

- 2.1 อิทธิพลของสิ่งเร้าภายใน เช่น เพื่อน ครอบครัว ผู้นำชุมชน และ เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับคนใกล้ชิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- 2.2 ลักษณะกิจกรรมของเครือข่าย
- 2.3 นโยบายระดับชาติและระดับชุมชนที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน
- 2.4 นวัตกรรมการรณรงค์
- 2.5 สื่อมวลชน

3. ระดับการมีส่วนร่วมในขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

- 3.1 การมีส่วนร่วมของเยาวชนในขั้นตอนการทบทวนสถานการณ์
 - 3.1.1 ความตระหนักและการรู้เท่าทันต่อปัญหา
 - 3.1.2 การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา
 - 3.1.3 กำหนดและจัดลำดับความต้องการของกลุ่มหรือชุมชน
- 3.2 การมีส่วนร่วมของเยาวชนขั้นตอนการวางแผนการรณรงค์
 - 3.2.1 การกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของโครงการ
 - 3.2.2 การกำหนดวิธีการและแนวทางการดำเนินงาน
 - 3.2.3 การกำหนดทรัพยากรและแหล่งทรัพยากรที่จะหามาได้
- 3.3 การมีส่วนร่วมของเยาวชนขั้นตอนการปฏิบัติการ
 - 3.3.1 การแบ่งบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบ
 - 3.3.2 การแสวงหาทรัพยากรและความร่วมมือจากภายนอก
 - 3.3.3 การลงมือปฏิบัติและตรวจสอบการทำงานเป็นระยะ
 - 3.3.4 การแก้ไขปัญหาของโครงการ
- 3.4 การมีส่วนร่วมของเยาวชนขั้นตอนการประเมินผลและถอดบทเรียน
 - 3.4.1 การร่วมวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน
 - 3.4.2 การร่วมแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาการดำเนินงาน

4. ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง โดยส่วนของคำถามปลายปิดนั้น ให้เลือกตอบแบบประเมินค่า (rating scale) โดยกำหนดคำตอบแบบจัดอันดับห้าระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ทั้งนี้มีประเด็นคำถามหลัก ซึ่งประเมินได้จากตัวแปรแฝง 11 ตัวแปร คือ

- 4.1 ทักษะ
- 4.2 ความรู้เท่าทัน
- 4.3 ความตั้งใจ
- 4.4 พฤติกรรม
- 4.5 ภาวะผู้นำ (leadership) ประเมินได้จากตัวแปรสังเกตได้ 6 ตัวแปร คือ
 - 4.5.1 จำนวนของผู้นำที่เกิดขึ้นในประเด็นต่างๆ
 - 4.5.2 ความเท่าเทียมกันและความหลากหลายของภาวะผู้นำ
 - 4.5.3 กระบวนการคัดเลือกผู้นำและโอกาสของเยาวชนต่างๆ ในการเป็นผู้นำในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง
 - 4.5.4 ความสามารถในการทำให้เกิดการปรึกษาหารือร่วมกัน
 - 4.5.5 วิสัยทัศน์และการริเริ่มนวัตกรรมใหม่ๆ ในการรณรงค์
 - 4.5.6 ความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสของผู้นำ
- 4.6 ระดับการมีส่วนร่วม (degree and equity of participation) ประเมินได้จากตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัวแปร คือ
 - 4.6.1 การเปิดโอกาสให้เยาวชนจากกลุ่มต่างๆ สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของเครือข่ายได้
 - 4.6.2 ระดับการมีส่วนร่วมของแกนนำเยาวชน ตั้งแต่ การวางแผน, การคัดเลือกผู้นำ การคิดกิจกรรม การแบ่งบทบาท ความรับผิดชอบในหน้าที่ การประเมินผลโครงการ
- 4.7 การรับรู้และแพร่กระจายข่าวสาร (information equity) ประเมินได้จากตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัวแปร คือ
 - 4.7.1 การรับรู้และมีความรู้ที่ถูกต้องและเท่าทันต่อสาเหตุและความสำคัญของปัญหาและผลกระทบต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน
 - 4.7.2 ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์สามารถถูกแพร่กระจายไปยังช่องทางอื่นๆ เช่น สื่อมวลชน สื่อท้องถิ่น สื่อบุคคล
- 4.8 ความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่ม (collective self-efficacy) ประเมินได้จากตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร คือ
 - 4.8.1 ความเชื่อมั่นในความสามารถในการทำงานเป็นกลุ่ม
 - 4.8.2 ความเชื่อมั่นต่อสมาชิกคนอื่นในกลุ่มว่ามีศักยภาพและสามารถทำงานได้
 - 4.8.3 ความเชื่อมั่นว่ากลุ่มมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้
- 4.9 การมีความรู้สึกรักของการเป็นเจ้าของประเด็น (sense of ownership) ประเมินได้จากตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร คือ
 - 4.9.1 การรับรู้ว่ามีปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัญหาสำคัญ

- 4.9.2 การรู้สึกว่าคุณมีส่วนรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของโครงการ
- 4.9.3 การทุ่มเทและความตั้งใจในการดำเนินกิจกรรมในโครงการ
- 4.9.4 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ตนเอง (หรือชุมชน) จะได้รับจากโครงการ
- 4.9.5 ความรับผิดชอบต่อโครงการไม่ว่าโครงการจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว
- 4.10 การยึดเกี่ยวกันในกลุ่ม (social cohesion) ประเมินได้จากตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร คือ
- 4.10.1 ความรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและมีความสำคัญต่อกลุ่ม
- 4.10.2 ความรู้สึกว่าคุณมีความสุขและภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม
- 4.10.3 การมีความเห็นร่วมกันถึงปัญหาและวัตถุประสงค์ที่ต้องการบรรลุร่วมกัน
- 4.10.4 ความเชื่อมั่นในซึ่งกันและกันของสมาชิกภายในกลุ่ม
- 4.10.5 การตั้งใจที่จะตอบแทนผลประโยชน์ที่ได้รับจากคนอื่นในกลุ่มกลับด้วยความเต็มใจ
- 4.11 การสร้างบรรทัดฐานด้านทัศนคติและพฤติกรรมร่วมกันภายในชุมชน (social norms) ประเมินได้จากตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัวแปร คือ
- 4.11.1 การสร้างข้อตกลงร่วมกันในการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่ม
- 4.11.2 การสร้างข้อตกลงร่วมกันในพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
- สำหรับตัวแปรอิสระต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสร้างข้อคำถาม (items) เพื่อวัดแต่ละตัวแปร โดยผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิดต่างๆ มาเป็นหลักในการสร้างคำถาม ทั้งนี้ได้สรุปให้เห็นถึงที่มาของแนวคิดที่นำมาใช้ในการสร้างข้อคำถาม ดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุปตัวแปรหลักและที่มาของแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ตัวแปร	แนวคำถาม	ข้อที่วัดตัวแปรใน แบบสอบถาม
ปัจจัยเร่งปฏิภิกิริยา สิ่งเร้าภายใน ตัวแทนการเปลี่ยนแปลง นโยบาย นวัตกรรม สื่อมวลชน	<ul style="list-style-type: none"> • แนวคำถามได้มาจากแนวคิดของ Figueroa et al. (2002) ปารีชาติ วลัยเสถียร (2546) • ผู้วิจัยตัดตัวแปรด้านเทคโนโลยีของ Figueroa et al. (2002) ทิ้ง เพราะจากข้อมูลเบื้องต้นที่ผู้วิจัยศึกษา มา ปัจจัยเร่งปฏิภิกิริยาด้านเทคโนโลยียังไม่ได้ถูกนำมาใช้ในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน 	ส่วนที่ 2 ข้อ 1-4 ข้อ 5-8 ข้อ 9-11 ข้อ 14-16 ข้อ 12-13
กระบวนการมีส่วนร่วม การทบทวนสถานการณ์ การวางแผน การลงมือปฏิบัติ การประเมินผล	<ul style="list-style-type: none"> • แนวคำถามด้านกระบวนการมีส่วนร่วมดัดแปลงจากแนวคิดของ Figueroa et al. (2002) • แนวคำถามด้านระดับการมีส่วนร่วมดัดแปลงมาจากแนวคิดของ Singhal (2001) 	ส่วนที่ 3 ข้อ 1-6 ข้อ 7-12 ข้อ 13-18 ข้อ 19-24
ตัวแปร	แนวคำถาม	ข้อที่วัดตัวแปรใน แบบสอบถาม
การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล ทักษะ การรู้เท่าทัน ความตั้งใจ พฤติกรรม	<ul style="list-style-type: none"> • แนวคำถามได้มาจากแนวคิดของ Figueroa et al. (2002) • ผู้วิจัยดัดแปลงแนวคิดเรื่อง ideation ของ Figueroa et al. (2002) มาเป็นเรื่องการรู้เท่าทัน เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนในงานวิจัยครั้งนี้ 	ส่วนที่ 4 ข้อ 1-5 ข้อ 6-10 ข้อ 11-13 ข้อ 14-16
การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม ภาวะผู้นำ (leadership) ระดับการมีส่วนร่วม (degree and equity of participation) การรับรู้และแพร่กระจายข่าวสาร (information equity) ความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่ม (collective self-efficacy) ความรู้สึกร่วมของการเป็นเจ้าของ (sense of ownership) การยึดเหนี่ยวกันในกลุ่ม (social cohesion) การสร้างบรรทัดฐานด้านทัศนคติ และพฤติกรรมร่วมกันภายในชุมชน (social norms)	<ul style="list-style-type: none"> • แนวคำถามได้มาจากแนวคิดของ Figueroa et al. (2002) 	ส่วนที่ 4 ข้อ 17-22 ข้อ 23-24 ข้อ 25-26 ข้อ 27-29 ข้อ 30-34 ข้อ 35-39 ข้อ 40-41

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยคะแนน

ในส่วนของ การวิจัยเชิงปริมาณ คำถามในแบบสอบถามส่วนที่เป็นชุดคำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยแรงปฏิบัติการ ระดับการมีส่วนร่วม ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง ผู้วิจัยกำหนดคำตอบเกณฑ์การแปลความหมายเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
1.00 – 1.49	ระดับน้อยที่สุด
1.50 – 2.49	ระดับน้อย
2.50 – 3.49	ระดับปานกลาง
3.50 – 4.49	ระดับมาก
4.50 – 5.00	ระดับมากที่สุด

3.4 การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 การดำเนินการเก็บข้อมูลจากเอกสารเพื่อการประมวลองค์ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน โดยการค้นคว้าข้อมูลจากงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับ การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง ที่เผยแพร่มาแล้วไม่เกิน 10 ปี คือช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2542-2552 ดังมีรายละเอียดดังนี้

3.4.1.1 แหล่งข้อมูลจากเอกสาร ทั้งนี้แหล่งข้อมูลสำคัญในการศึกษาค้นคว้า เพื่อสำรวจองค์ความรู้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ได้แก่ ห้องสมุดของสถาบันการศึกษา ระดับอุดมศึกษาที่ค้นพบว่ามีการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร การรณรงค์ หรือ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน เช่น ห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ห้องสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยมหิดล ห้องสมุดมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ ห้องสมุดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เป็นต้น ห้องสมุดของหน่วยงานรัฐและ หน่วยงานอื่นๆ เช่น ห้องสมุดศูนย์วิจัยปัญหาสุรา ห้องสมุดสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) นอกจากนี้ผู้ศึกษายังใช้แหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารของภาคีเครือข่ายด้าน เยาวชนต่างๆ เช่นรายงานการประเมินผลการดำเนินงาน สัญญาโครงการที่นำเสนอต่อองค์กร อุปถัมภ์ทุน ทั้งนี้ยังรวมถึงการศึกษาค้นคว้าโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีการเผยแพร่ ผลงานวิจัยของหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.4.1.2 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การดำเนินการค้นคว้า และรวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ผู้วิจัยได้ดำเนินการตาม ดังนี้

ก. กำหนดขอบเขตของการสำรวจองค์ความรู้ด้านการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ ในเยาวชน โดยผู้วิจัยได้กำหนดจะศึกษางานวิจัยและเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง เฉพาะที่มีการดำเนินงานแล้วเสร็จและนำออกเผยแพร่มาแล้วไม่เกิน 10 ปี คือ ช่วงระหว่างปี พ.ศ.2542-2552

ข. สรุปข้อมูลผลการวิจัยจากเอกสารที่รวบรวมมาได้ โดยผู้วิจัยสร้างแบบฟอร์ม ขึ้นเพื่อการรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถเก็บรายละเอียดผลการวิจัยได้อย่าง ครบถ้วนถูกต้อง ผู้วิจัยได้เป็นผู้บันทึกข้อมูลผลการวิจัยลงในแบบฟอร์มที่สร้างขึ้น ต่อจากนั้นจึง นำข้อสรุปมาสังเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้แบบฟอร์มที่สร้างขึ้นมามีสาระสำคัญ ดังนี้

ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย ข้อมูลผู้แต่ง ชื่อเรื่อง แหล่งข้อมูล ปีที่พิมพ์ และจำนวน หน้า

ข้อมูลวิธีออกแบบงานวิจัย ซึ่งระบุลักษณะของงานวิจัยว่าเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ หรือเชิงคุณภาพ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา และวิธีการศึกษา

ผลการวิจัย เป็นการสังเคราะห์เนื้อหาของงานวิจัยซึ่งเป็นผลจากงานวิจัยเรื่อง นั้นๆ โดยบันทึกตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ดำเนินการวิจัยกำหนดไว้

ผลที่ได้จากการประมวลข้อมูลงานวิจัยชิ้นนี้เป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจเนื้อหา วิธีการวิจัยในแต่ละเรื่อง และยังทำให้เห็นข้อจำกัดของการวิจัยในแต่ละเรื่อง เพื่อนำมาเป็นข้อ พิจารณาระวังในการดำเนินการวิจัยที่กำลังดำเนินการอยู่ แล้วจึงนำงานวิจัยที่รวบรวมได้ทั้งหมด มาสังเคราะห์โดยแบ่งเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ในงานวิจัย

3.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากภาคสนาม ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เชิงคุณภาพภาคสนามนั้น ตัวผู้วิจัยถือเป็นเครื่องมือวิจัยที่สำคัญที่สุด (สุภางค์ จันทวานิช, 2543) ที่เข้าไปฝังตัวในสนามวิจัย ซึ่งในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลากหลาย วิธีเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลและคำตอบที่เป็นจริง ครอบคลุมตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย โดยผู้วิจัย จะเป็นผู้ดำเนินการสัมภาษณ์เอง โดยใช้ชุดคำถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น ผู้วิจัยใช้เวลาในการเก็บ รวบรวมข้อมูลในช่วงสำรวจความรู้ (the exploratory phase) เป็นระยะเวลาหนึ่งปี ดังแสดงใน ตาราง 3.1

ตาราง 3.1 การวางแผนการเก็บข้อมูลขั้นต้น

ประเด็นหลักที่ศึกษา	แหล่งข้อมูล		วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
	บุคคล	สถานที่/เวลา		
1. ข้อมูลพื้นฐานด้านยุทธศาสตร์การสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน				
1.1 ยุทธศาสตร์และนโยบายการสื่อสาร	<ul style="list-style-type: none"> ผู้อำนวยการ ผู้จัดการ คณะอนุกรรมการแผนงานป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ 	<ul style="list-style-type: none"> สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) ระยะเวลาการเก็บข้อมูล (กันยายน 2552) 	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก 	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์เอกสาร การพรรณนา การสร้างข้อสรุป
2. กระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน				
2.1 เป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เครือข่าย 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการรณรงค์ปลอดเหล้า 	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์เอกสาร 	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์เอกสาร
2.2 แนวคิด และกลยุทธ์การดำเนินงาน		<ul style="list-style-type: none"> โครงการละครเพื่อการรณรงค์ โครงการโรงเรียนปลอดเหล้า 	<ul style="list-style-type: none"> การสัมภาษณ์เชิงลึก 	<ul style="list-style-type: none"> การพรรณนา
2.3 กระบวนการในการดำเนินงาน		<ul style="list-style-type: none"> โครงการสายพันธ์ใหม่ไร้แอลกอฮอล์ (Drink No Alcohol) 	<ul style="list-style-type: none"> การสังเกต-การณแบบมีส่วนร่วม 	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างข้อสรุปอุปนัย
2.4 ปัญหาและอุปสรรค		<ul style="list-style-type: none"> เครือข่าย 7 สถาบัน จ.เชียงใหม่ ระยะเวลาการเก็บข้อมูล (มกราคม 2552-กุมภาพันธ์ 2553) 	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต-การณแบบมีส่วนร่วม 	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์เปรียบเทียบเหตุการณ์
3. ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา และกระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน				
3.1 ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา (catalysts)	<ul style="list-style-type: none"> ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เครือข่าย เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการรณรงค์ปลอดเหล้า 	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์เอกสาร 	<ul style="list-style-type: none"> การพรรณนา
3.2 การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน		<ul style="list-style-type: none"> โครงการละครเพื่อการรณรงค์ โครงการโรงเรียนปลอดเหล้า โครงการสายพันธ์ใหม่ไร้แอลกอฮอล์ (Drink No Alcohol) เครือข่าย 7 สถาบัน จ.เชียงใหม่ ระยะเวลาการเก็บข้อมูล (มกราคม 2552-กุมภาพันธ์ 2553) 	<ul style="list-style-type: none"> การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต-การณแบบมีส่วนร่วม 	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างข้อสรุปอุปนัย การวิเคราะห์เปรียบเทียบเหตุการณ์
4. ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลและระดับสังคม				
4.1 ตัวชี้วัดการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เครือข่าย เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ 	<ul style="list-style-type: none"> โครงการวัยมันส์รู้ทันแอลกอฮอล์ 	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์เอกสาร 	<ul style="list-style-type: none"> การพรรณนา
4.2 ตัวชี้วัดการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม		<ul style="list-style-type: none"> โครงการรณรงค์ปลอดเหล้า โครงการละครเพื่อการรณรงค์ 	<ul style="list-style-type: none"> การสัมภาษณ์เชิงลึก 	<ul style="list-style-type: none"> การสร้างข้อสรุปอุปนัย
4.3 ปัจจัยของความสำเร็จในการรณรงค์กลุ่มเยาวชน		<ul style="list-style-type: none"> โครงการโรงเรียนปลอดเหล้า โครงการสายพันธ์ใหม่ไร้แอลกอฮอล์ (Drink No Alcohol) เครือข่าย 7 สถาบัน จ.เชียงใหม่ ระยะเวลาการเก็บข้อมูล (มกราคม 2552-กุมภาพันธ์ 2553) 	<ul style="list-style-type: none"> การสังเกต-การณแบบมีส่วนร่วม 	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์เปรียบเทียบเหตุการณ์

3.4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ หลังจากเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพในช่วงสำรวจความรู้เสร็จสิ้นลง และได้แบบจำลองเชิงสมมุติฐานของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุแล้ว ในขั้นตอนต่อไปคือการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณในช่วงการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยซึ่งมีวิธีการดำเนินงานเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละขั้นตอนของการวิจัยในช่วงการหาความสัมพันธ์ของข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้

3.4.3.1 ผู้วิจัยขอหนังสือขอความร่วมมือจากบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ไปยัง สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) ที่สนับสนุนทุนต่อภาคีเครือข่ายต่างๆ ในการรณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน เพื่อขอความอนุเคราะห์ให้เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

3.4.3.2 จัดส่งแบบสอบถามไปยังผู้ประสานงานโครงการของแต่ละเครือข่ายตามที่ขอความร่วมมือไว้ เพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.3.3 เมื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จแล้ว ให้เจ้าหน้าที่รับผิดชอบส่งข้อมูลกลับไปยังผู้วิจัยทางไปรษณีย์

3.5 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือตามวิธีการวิจัย คือวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

3.5.1 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเครื่องมือหลักที่ใช้ คือแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้ทั้งการทดสอบความตรงทางด้านเนื้อหา (content validity) เพื่อตรวจว่าแบบสัมภาษณ์มีความตรงและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการจะทำการศึกษา และการทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (structural validity) เพื่อตรวจว่าแบบสัมภาษณ์มีความครบถ้วนตามแนวคิดทฤษฎีที่ได้วางเอาไว้

ทั้งนี้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกครั้ง ผู้วิจัยได้สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย ถึงแม้ว่าผู้วิจัยจะมีความคุ้นเคยกับกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ เพราะผู้ศึกษาได้เป็นผู้ประเมินศักยภาพโครงการของเครือข่ายการรณรงค์ด้านการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้านเยาวชน มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเป็นคณะอนุกรรมการแผนงานเครือข่ายเยาวชน ป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ ของกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) แต่อย่างไรก็ตาม ขอบเขตของงานวิจัยชิ้นนี้กว้างกว่ากรอบการประเมินที่เคยดำเนินการ ดังนั้นเพื่อให้

กลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะแกนนำเยาวชนของเครือข่ายต่างๆ ให้ความร่วมมือในการเปิดเผยข้อมูลตามความเป็นจริง ผู้วิจัยจึงต้องอธิบายให้กลุ่มเป้าหมายได้เข้าใจถึงความสำคัญและผลที่จะได้รับจากงานวิจัย

ภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูลแต่ละครั้ง ผู้วิจัยได้จัดประเด็นสำคัญโดยการบันทึกสนาม (field note) เพื่อเรียบเรียงความคิดในการดำเนินการวิจัยในครั้งต่อไปได้ รวมทั้งสรุปข้อมูลได้เป็นระยะๆ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) และด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (methodological triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2539) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยใช้วิธีการตรวจสอบแหล่งที่ได้มาของข้อมูลด้านบุคคล กล่าวคือ ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลที่ได้จะเหมือนเดิมหรือไม่ ดังนั้นในประเด็นคำถามเดียวกัน ผู้วิจัยจะได้ทำการซักถามข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายหลายคน เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

3.5.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ

3.5.2.1 การตรวจสอบความตรง (validity) ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปทำการตรวจสอบค่าความตรง โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพและวิชาการได้พิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และเชิงโครงสร้าง (structure validity) ก่อน นอกจากนี้ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการสถิติในการวัดและการประเมินผลเป็นผู้ตรวจสอบเพื่อพิจารณาประเมินและตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ แล้วดำเนินการหาดัชนีความสอดคล้อง (index of congruence) โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป เพื่อให้สามารถได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับเป้าหมายในการศึกษาและสามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ได้ ทั้งนี้รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ มีรายชื่อดังต่อไปนี้

ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน
1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังคินันท์ อินทรกำแหง	รองผู้อำนวยการฝ่ายจัดการความรู้และกิจการพิเศษ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตประสานมิตร
2 ดร. อุทัยวรรณ สายพัฒนา	สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ วิทยาเขตประสานมิตร

3.5.2.2 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) ของแบบสอบถาม หมายถึง ความคงที่ของคะแนนของผู้ทำแบบสอบถามแต่ละคนจากการทำแบบสอบถามนั้นๆ โดยผู้ศึกษา นำแบบสอบถามที่ปรับแล้วไปทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ โดยการนำแบบสอบถามไป ทดลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่มเยาวชนกับกลุ่มที่มีลักษณะเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในที่นี้ได้ เลือกกลุ่มเยาวชนที่เคยหรือกำลังเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยภาคีเครือข่ายด้านเยาวชนในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 รายเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จากนั้นผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการทดสอบ ทางสถิติด้วยการคำนวณหาค่าอัลฟา (Alpha) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยกำหนดไว้ว่า ค่าแอลฟาที่คำนวณได้จะต้องไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ 0.75 จึงจะถือว่าเครื่องมือดังกล่าวมีความเชื่อมั่น ในระดับที่ยอมรับได้ ดังแสดงในตาราง

1. ปัจจัยที่กระตุ้นให้เยาวชนสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการควบคุมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์

Cronbach's Alpha 0.86			
ตัวแปร	ข้อ	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha
สิ่งเร้าภายใน	1	0.64	0.82
	2	0.79	
	3	0.70	
	4	0.50	
เครือข่าย	1	0.45	0.72
	2	0.47	
	3	0.70	
	4	0.46	
นโยบาย	1	0.75	0.88
	2	0.78	
	3	0.77	
สื่อสารมวลชน	1	0.64	0.78
	2	0.64	
นวัตกรรมและเทคโนโลยี	1	0.60	0.78
	2	0.69	
	3	0.58	

2. ระดับการมีส่วนร่วมของแกนนำเยาวชนในกระบวนการดำเนินกิจกรรม

Cronbach's Alpha 0.86

ตัวแปร	ข้อ	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha
ระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนใน ขั้นตอนการทบทวนสภาพการณ์	1	0.65	0.87
	2	0.67	
	3	0.68	
	4	0.70	
	5	0.73	
	6	0.62	
ระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนใน ขั้นตอนการวางแผนการดำเนินงาน	1	0.43	0.84
	2	0.66	
	3	0.71	
	4	0.73	
	5	0.56	
	6	0.61	
ระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนใน ขั้นตอนการลงมือปฏิบัติร่วมกัน	1	0.50	0.83
	2	0.61	
	3	0.63	
	4	0.73	
	5	0.70	
	6	0.48	
ระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนใน ขั้นตอนประเมินผล	1	0.50	0.848
	2	0.62	
	3	0.69	
	4	0.51	
	5	0.75	
	6	0.79	

3. ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล

Cronbach's Alpha 0.93

ตัวแปร	ข้อ	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha
ทักษะ	1	0.52	0.82
	2	0.64	
	3	0.67	
	4	0.66	
	5	0.59	
ทัศนคติ ความรู้ และความเชื่อ	1	0.76	0.87
	2	0.75	
	3	0.74	
	4	0.65	
	5	0.61	
ความตั้งใจ	1	0.52	0.76
	2	0.69	
	3	0.59	
พฤติกรรม	1	0.64	0.80
	2	0.68	
	3	0.60	

4. ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม

Cronbach's Alpha 0.95

ตัวแปร	ข้อ	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha
ระดับความเป็นผู้นำ	1	0.32	0.72
	2	0.31	
	3	0.37	
	4	0.52	
	5	0.63	
	6	0.57	
ระดับและเท่าเทียมกันในการมีส่วนร่วม	1	0.6	0.75
	2	0.6	
ความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร	1	0.68	0.81
	2	0.68	
ความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่ม	1	0.62	0.76
	2	0.64	
	3	0.53	

4. ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม (ต่อ)

Cronbach's Alpha 0.95			
ตัวแปร	ข้อ	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha
ความรู้สึกรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของประเด็น	1	0.57	0.79
	2	0.57	
	3	0.48	
	4	0.59	
	5	0.66	
การยึดเกี่ยวของสังคม	1	0.55	0.84
	2	0.59	
	3	0.73	
	4	0.68	
	5	0.68	
วิถีปฏิบัติของสังคม	1	0.79	0.88
	2	0.79	

3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ สำหรับข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ (qualitative data) ได้นำมาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ดังนี้

3.6.1.1 การวิเคราะห์จำแนกประเภท (typological analysis) เพื่อแยกแยะและจัดกลุ่ม (grouping) ข้อมูลที่ได้ให้เป็นหมวดหมู่ หรือเป็นประเภทตามกรอบทฤษฎีที่นำมาใช้

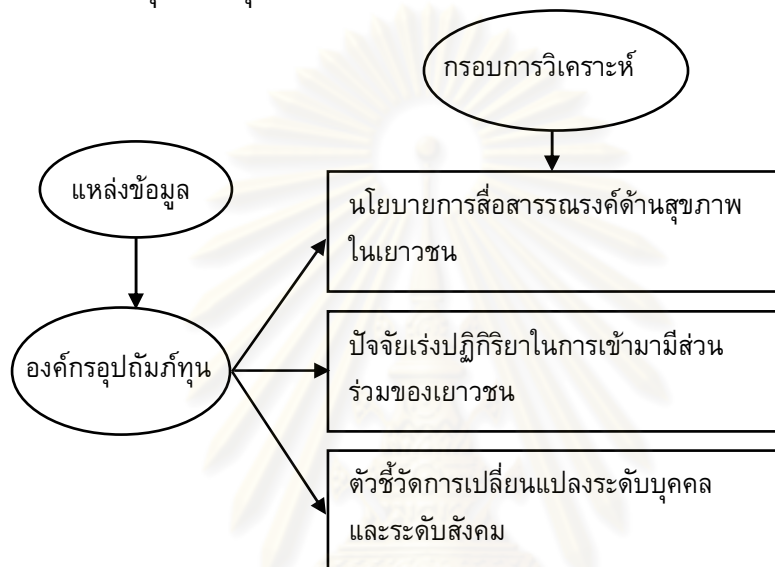
3.6.1.2 การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (comparison analysis) เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูล

3.6.1.3 การวิเคราะห์แบบตีความ (interpretation analysis) เป็นการพิจารณาจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งได้จากการสังเกต หรือเก็บรวบรวมข้อมูลมาทั้งส่วนของแบบแผนพฤติกรรม (acting pattern) แบบแผนความสัมพันธ์ (relation pattern) รวมทั้งเนื้อหาสาระที่ปรากฏจากเอกสารของการรณรงค์ แล้วนำมาตีความและแปลความหมาย โดยอาศัยกรอบทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยเป็นเครื่องนำทาง

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาประมวลและกำหนดกรอบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

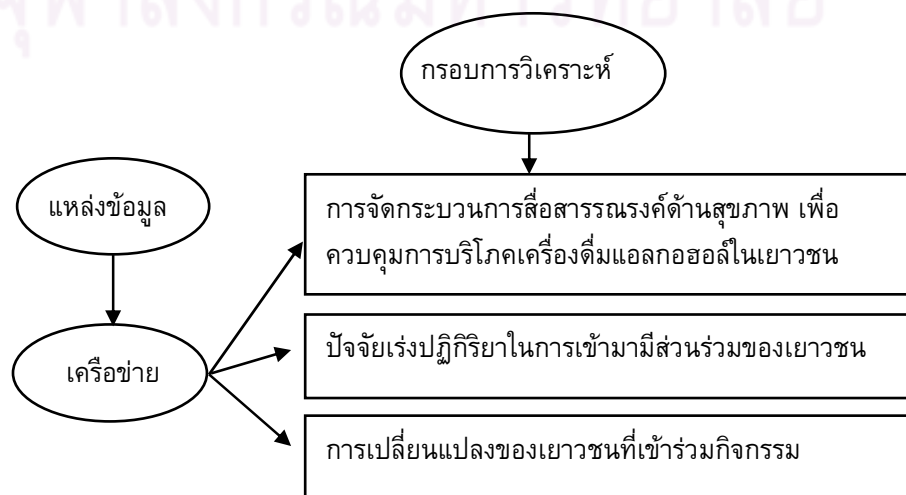
1. การกำหนดกรอบการวิเคราะห์ในกลุ่มผู้บริหารองค์กรอุปถัมภ์ทุน คือ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และ สำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) โดยเน้นศึกษาในประเด็นสถานภาพของยุทธศาสตร์และกระบวนการรณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ซึ่งข้อมูลนี้ได้จากการสัมภาษณ์ โดยมีกรอบการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ภาพที่ 3.3 กรอบการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ของกลุ่มองค์กรอุปถัมภ์ทุน



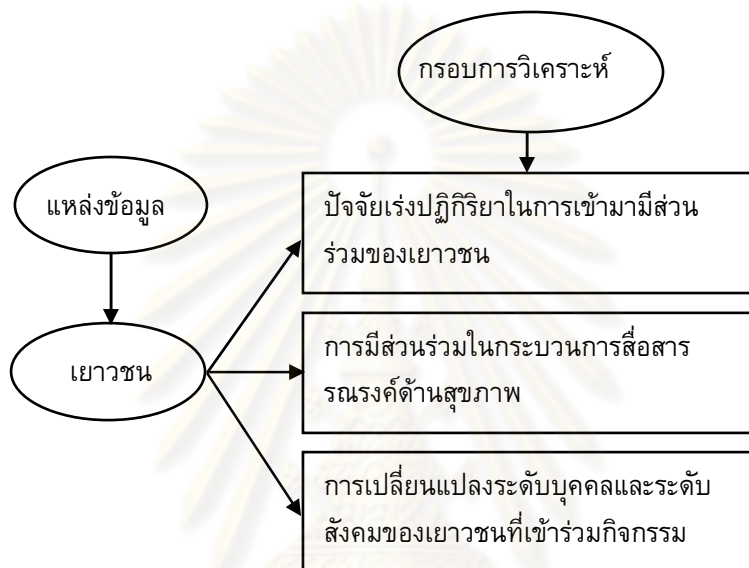
2. การกำหนดกรอบการวิเคราะห์ในกลุ่มผู้บริหารองค์กรเครือข่าย ในการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยเน้นศึกษาในประเด็นกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยเร่งปฏิบัติการในการเข้ามามีส่วนร่วมของเยาวชนที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยมีกรอบการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ภาพที่ 3.4 กรอบการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนของกลุ่มองค์กรเครือข่าย



3. การกำหนดกรอบการวิเคราะห์ในกลุ่มเยาวชน ในการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยเน้นศึกษาในประเด็นกระบวนการสื่อสารเพื่อการ เปลี่ยนแปลง ปัจจัยแรงปฏิบัติการในการเข้ามามีส่วนร่วมของเยาวชนที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยมีกรอบการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ภาพที่ 3.5 กรอบการวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในเยาวชนของกลุ่มเยาวชน



3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

3.6.2.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน

ก. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive analysis) เพื่ออธิบายข้อมูลด้าน ปัจจัยแรงปฏิบัติการ, การมีส่วนร่วมของเยาวชน และการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล และระดับสังคม ของเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

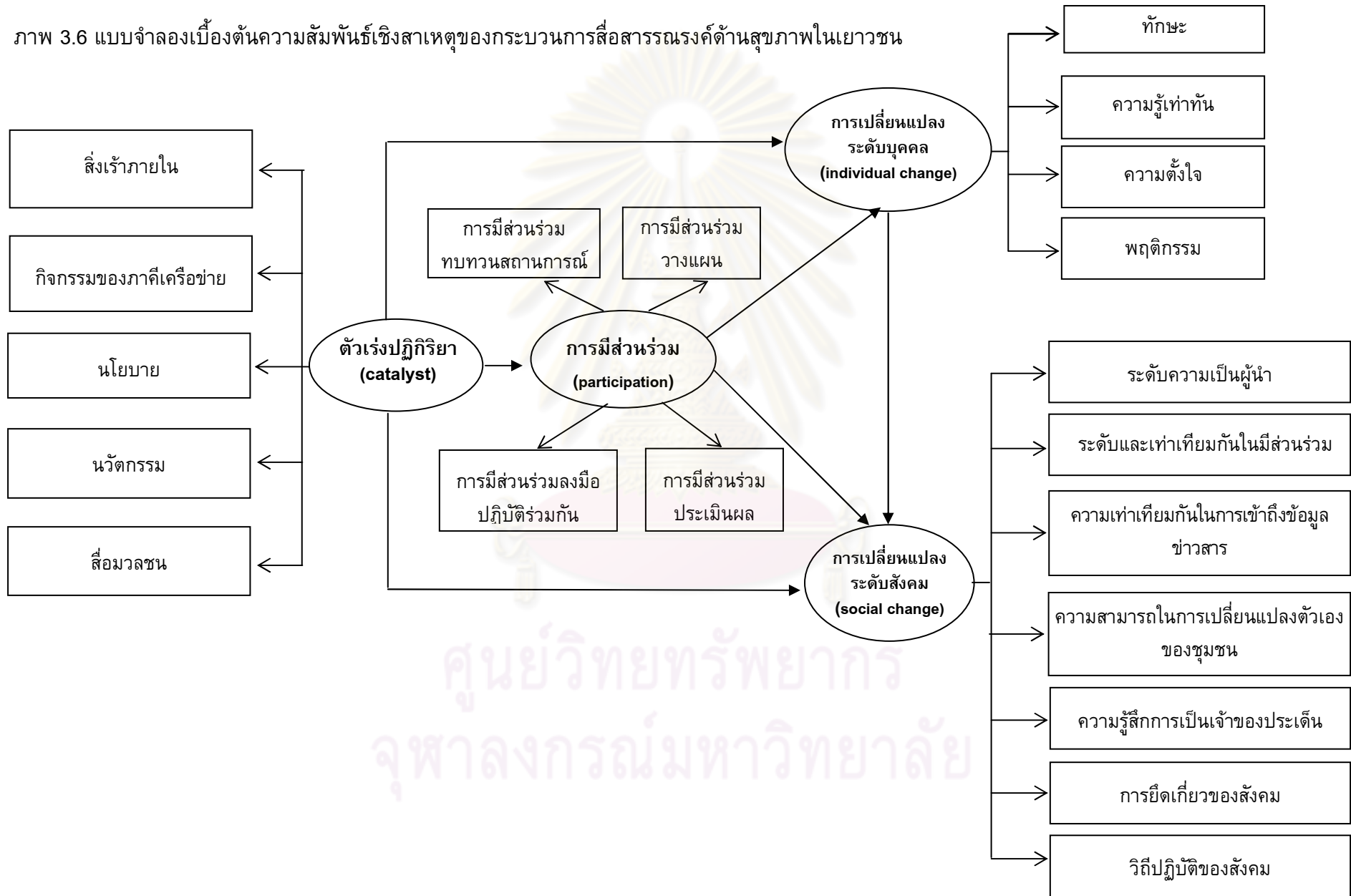
ข. วิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้ โดยใช้ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.6.2.2 สถิติสำหรับใช้ทดสอบสมมติฐาน

ก. การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ โดยคำนวณค่าสหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเมตริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร เพื่อนำผลไป ตรวจสอบความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ข. การวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล และระดับสังคม

ภาพ 3.6 แบบจำลองเบื้องต้นความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

สถานการณ์ของการจัดการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

ในบทนี้ ผู้วิจัยจะได้อธิบายถึงสถานการณ์ของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ที่มุ่งศึกษากรณีเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า เพื่อให้เห็นภาพความเคลื่อนไหวของแนวคิดการสื่อสาร และความสัมพันธ์ระหว่าง องค์การอุปถัมภ์ทุนกับเครือข่ายเยาวชน อันเป็นการที่จะปูพื้นความเข้าใจก่อนที่จะเข้าสู่ผลการวิจัยต่อไป

4.1 แนวคิดเบื้องต้นของการดำเนินงานในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

การดำเนินการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนไทย เป็นการดำเนินงานในลักษณะเครือข่าย โดยมีองค์กรอุปถัมภ์ทุน คือ เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) ที่เป็นหน่วยงานรับผิดชอบประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นหน่วยงานรับผิดชอบในการจัดสรร สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินการ โดยมีกระบวนการคัดสรร พิจารณาโครงการที่แต่ละเครือข่ายเยาวชนเสนอเข้ามา

อย่างไรก็ตามสืบเนื่องจากการให้ความสำคัญกับกลุ่มเยาวชนมากขึ้น อันเนื่องมาจากแนวโน้มที่เยาวชนมีอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นในปี พ.ศ. 2551 จึงมีการกำหนดแผนงานเครือข่ายเยาวชนป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ขึ้นมา เพื่อเป็นผู้กำหนดยุทธศาสตร์ และขับเคลื่อนการดำเนินงานการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนโดยเฉพาะ

จากที่กล่าวมาข้างต้น องค์กรอุปถัมภ์ทุนจึงเป็นผู้กำหนดทิศทางการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนในประเด็นการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยขออธิบายแนวคิดในการดำเนินงานในด้านการสื่อสารรณรงค์ขององค์กรอุปถัมภ์ทุน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ “ไตรพลัง” นับว่าเป็นยุทธศาสตร์หลักในการดำเนินงานของกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่พัฒนาจากแนวคิดสามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขา ของศาสตราจารย์ นายแพทย์ประเวศ วะสี ที่เป็นยุทธศาสตร์สำหรับการขับเคลื่อนสังคมในการแก้ปัญหาต่างๆ ของประเทศ อันประกอบด้วยกระบวนการการทำงาน 3 พลังที่สำคัญหนุนเสริมกัน คือ พลังความรู้ พลังภาครัฐ และพลังประชาชน

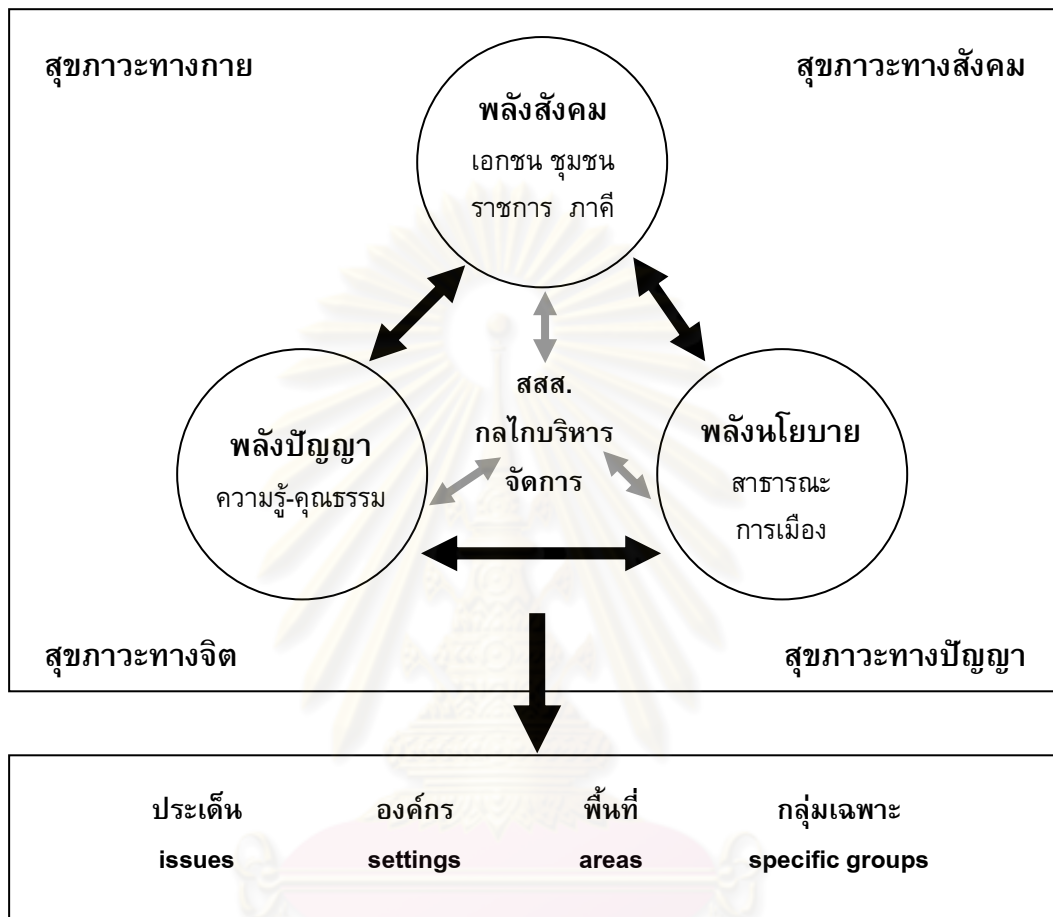
ยุทธศาสตร์ “ไตรพลัง” ได้ผสมผสานแนวทางต่างๆ ในการพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดและพฤติกรรมในระดับบุคคล และการปรับเปลี่ยนในระดับสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ สสส. ได้พัฒนากรอบยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับแนวคิดหลักในการดำเนินงาน และทรัพยากรขององค์กรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ยุทธศาสตร์ ไตรพลัง ของกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สามารถอธิบายได้คือ

- **พลังปัญญา** ได้แก่ การขยายพื้นที่ทางปัญญา (wisdom space) อย่างกว้างขวางในการสร้างเสริมสุขภาพให้บรรลุผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีองค์ความรู้ที่เพียงพอจากทุกภาคส่วนของสังคม รวมทั้งพัฒนาความรู้ต่อเนื่องให้เท่าทันสถานการณ์ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและบริบท องค์ความรู้ (body of knowledge) ประกอบกับกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของฝ่ายต่างๆ ทำให้การปฏิบัติงานตรงเป้าหมายและขยายผลได้รวดเร็ว และเสริมพลังทางปัญญาสู่ทิศทางเดียวกัน
- **พลังนโยบาย** ได้แก่ การขยายพื้นที่การมีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบายสาธารณะ (space of participatory policy process) อย่างกว้างขวาง นโยบายส่งผลถึงระบบและโครงสร้างจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างเสริมสุขภาพ เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้างและมีผลสืบเนื่องยาวนานกว่ากิจกรรมรณรงค์เพียงชั่วคราว โดยเฉพาะหากนโยบายได้รับการพัฒนาจากพื้นฐานทางปัญญา และทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมก็จะยิ่งเป็นที่ยอมรับ เกิดความร่วมมือดีในทางปฏิบัติ และมีความยั่งยืนยิ่งขึ้น
- **พลังสังคม** ได้แก่ การขยายพื้นที่ทางสังคม (social space) อย่างกว้างขวาง เครือข่ายภาคีทางสังคมทุกภาคส่วนและทุกช่วงวัยมีบทบาทสำคัญในการระดมพลังการทำงาน การรณรงค์ และเฝ้าระวังในการสร้างเสริมสุขภาพอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม จำเป็นต้องมีกระบวนการ การบูรณาการ และพัฒนาทักษะการร่วมงานกันในลักษณะเครือข่ายที่มีอุดมการณ์ และมีเป้าหมายร่วม การทำงานของเครือข่ายที่มีความเชื่อมโยงกันดีคือการขยายพื้นที่ทางสังคม ก่อให้เกิดพลังผลักดันที่ยิ่งใหญ่ในงานสร้างเสริมสุขภาพ (รายงานประจำปี กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) พ.ศ. 2551: 2)

ยุทธศาสตร์ “ไตรพลัง” สามารถอธิบายเป็นแบบจำลองได้ดังนี้

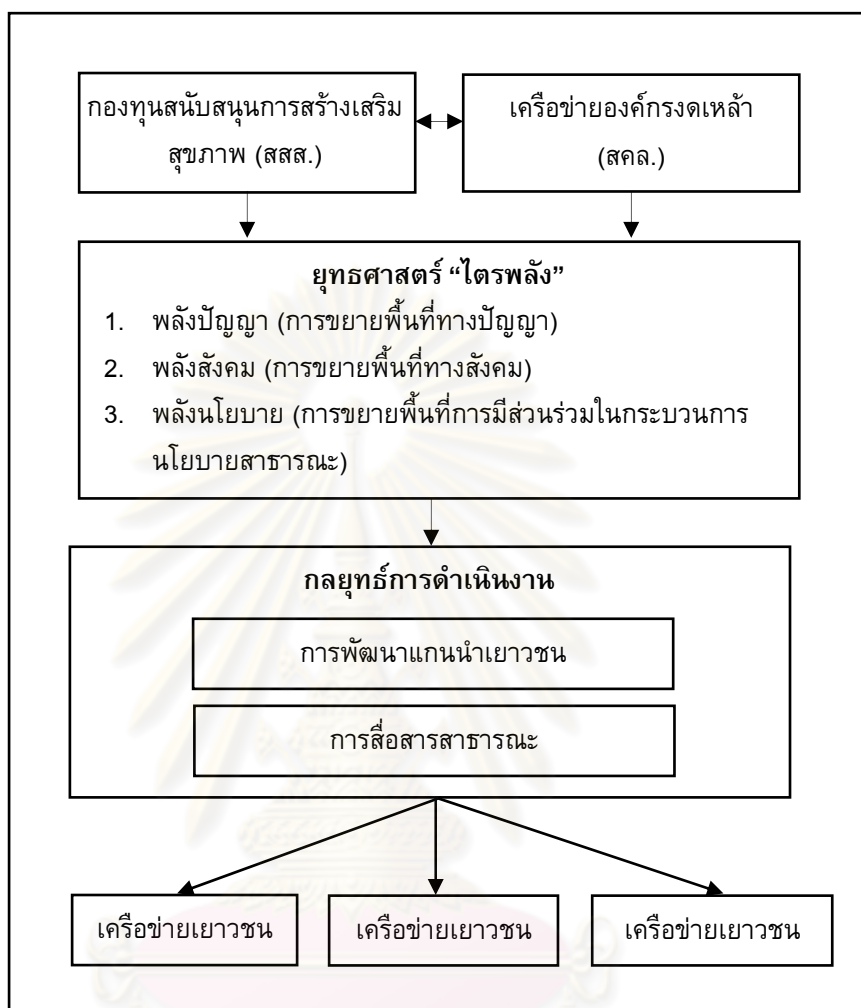
ภาพ 4.1 แบบจำลองการขับเคลื่อนสังคมสู่สุขภาวะอย่างยั่งยืนด้วยยุทธศาสตร์ไตรพลัง



4.2 โครงสร้างการทำงานของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

การดำเนินงานเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง สสส. และ สคส. ในฐานะองค์กรอุปถัมภ์ทุนสนับสนุนการดำเนินงาน กับเครือข่ายเยาวชนต่างๆ ที่เข้ามาร่วม ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์การดำเนินงานเดียวกัน คือ การนำเอายุทธศาสตร์ “ไตรพลัง” มาใช้กับการทำงาน โดยเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคส.) จะทำหน้าที่เป็นหน่วยงานสำคัญในการขับเคลื่อนประเด็นการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และยังเป็นตัวเชื่อมระหว่าง สสส. กับเครือข่ายเยาวชนต่างๆ เพื่อผลักดันมาตรการควบคุมการบริโภคแอลกอฮอล์ ผ่านกลยุทธการดำเนินงานสำคัญสองประการ คือ การพัฒนาศักยภาพเยาวชนและการสื่อสารประเด็นสาธารณะ ดังแสดงในภาพ 4.2

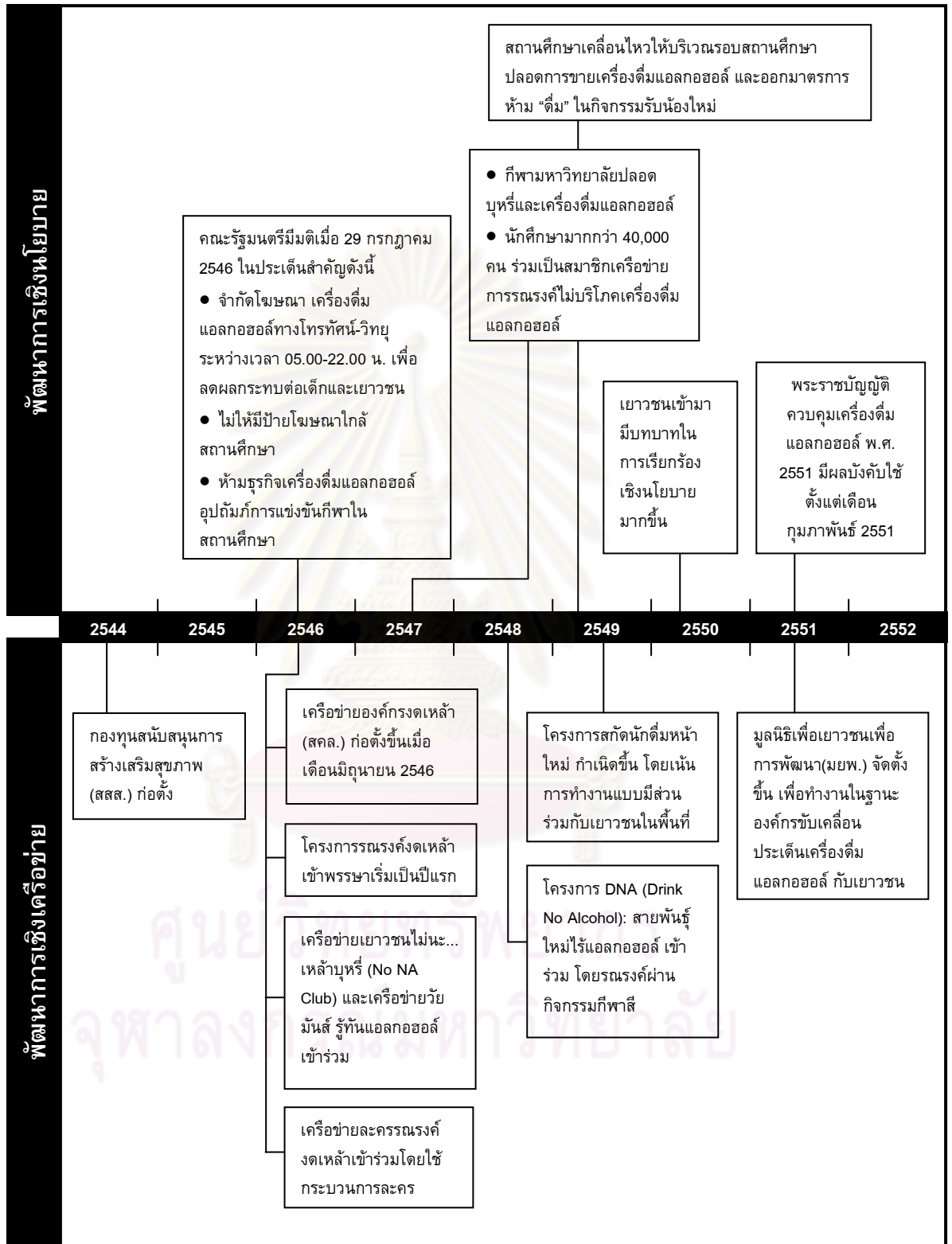
ภาพ 4.2 กรอบการทำงานของแผนงานเครือข่ายเยาวชนป้องกันนักดื่มหน้าใหม่



4.3 พัฒนาการของแนวคิดการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

แนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ที่เป็นแนวคิดการสื่อสารหลักภายใต้กระบวนทัศน์แห่งความทันสมัยนิยม (modernization paradigm) และกระบวนทัศน์ทางเลือก (alternative paradigm) ตามลำดับนั้น ได้เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ที่เครือข่ายเยาวชนเริ่มเข้าร่วมในการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนของกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ดังแสดงในภาพ 4.3

ภาพ 4.3 พัฒนาการของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ระหว่างปี พ.ศ. 2546 ถึง 2552



จากพัฒนาการดังกล่าวข้างต้น เราจะเห็นว่าแนวทางการสื่อสารทั้งแบบแพร่กระจาย และแบบมีส่วนร่วมในการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนเพื่อการควบคุมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ได้นำมาใช้ในทางปฏิบัติในลักษณะซึ่งคู่ขนาน (parallel) ไม่ใช่ลักษณะ การแทนที่ซึ่งกันและกัน (substitute)

ในช่วงแรกของการดำเนินการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ส่วนใหญ่จะเน้น การสื่อสารแบบแพร่กระจายที่ดำเนินงานโดยส่วนกลาง เช่น ผ่านรูปแบบการสื่อสารเชิง การตลาดเพื่อสังคม (social marketing) ในโครงการ “งดเหล้าเข้าพรรษา” โดยมีเครือข่าย เยาวชนอย่างเครือข่ายวัยมันส์ รู้ทันแอลกอฮอล์ หรือ เครือข่ายเยาวชนไม่นะ...เหล้าบุหรี (No NA Club) เป็นผู้รับสารไปดำเนินการต่อในพื้นที่ต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา

แม้ช่วงแรกนี้ลักษณะการทำงานของเครือข่ายเยาวชนจะเป็นไปในลักษณะ “ช่องทาง” การสื่อสารนวัตกรรม ความรู้ใหม่ในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปสู่เยาวชน เพื่อเป้าหมายใน การสร้างกระแสสังคม ส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ สนับสนุนให้เกิดการรวมตัวกันของเครือข่ายนักศึกษา นักเรียนเพื่อเป็นตัวกลาง หรือเป็น ช่องทางในการถ่ายทอดความรู้ ข่าวสารสู่เยาวชนในพื้นที่ต่างๆ ส่วนใหญ่กลยุทธ์การสื่อสารจะ เน้นการณรงค์ที่อิงกับเทศกาลสำคัญที่เป็นช่วงเวลาที่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สูง ไม่ ว่าจะเป็นการณรงค์ในช่วงปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ หรือช่วงกิจกรรมรณรงค์ใหม่ใน สถานศึกษาต่างๆ โดยกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ต่างๆ เช่น กิจกรรม “เทเหล้า เผาบุหรี” ที่แสดงถึง การต่อต้านการไม่เอาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และยาเสพติดต่างๆ ในสถานศึกษา แนวทางการ สื่อสารนี้แม้จะเน้นความสำคัญที่การแพร่กระจายข่าวสาร แต่สิ่งหนึ่งที่ก่อตัวขึ้นมาคือการทำงาน ผ่านผู้นำเยาวชน

กระบวนการที่ดำเนินการควบคู่ไปกับการสื่อสารแบบแพร่กระจายคือการเปิดโอกาสให้ เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ และเป็นจุดเริ่มต้นในการทำงานเชิงพัฒนา ศักยภาพของเยาวชน เพื่อส่งเสริมให้เยาวชนสามารถเป็นผู้ขับเคลื่อนประเด็นการสื่อสารณรงค์ ด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไป แนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมได้พัฒนาระดับของการมีส่วนร่วม ของเยาวชนมากขึ้นตามลำดับ และก็มีเครือข่ายเยาวชนจากหลากหลายองค์กรได้เข้ามาร่วม เพิ่มขึ้น

การพัฒนาศักยภาพของเยาวชนมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน เยาวชน โดยเฉพาะความสามารถเป็นผู้สื่อสารที่ได้รับการฝึกฝน (trained communicator) ที่จะ เป็น “ตัวกลาง” ในการสื่อสารระหว่างองค์กรอุปถัมภ์ทุนไปสู่กลุ่มเยาวชนหรือกลุ่มเป้าหมาย อื่นๆ ในพื้นที่ เยาวชนจะเป็นผู้ถ่ายทอด แพร่กระจาย ความรู้ ทัศนคติ ค่านิยมเกี่ยวกับการ

บริโศคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ผ่านสื่อและเครื่องมือต่างๆ ตามความชำนาญของแต่ละเครือข่าย ซึ่งเยาวชนเหล่านี้ มาความสามารถที่จะสร้างบรรยากาศแห่งการมีส่วนร่วมในการสื่อสารให้เกิดขึ้นได้ อันจะนำไปสู่ การเปลี่ยนแปลงในตัวเยาวชนเอง และเป็นผู้ขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล และสังคมต่อไป ดังที่ องค์กรอุปถัมภ์ทูลเกล้าถึงความสำคัญของการใช้เยาวชนในฐานะ “เสียง” อันมีพลังในการขับเคลื่อนกิจกรรม ที่จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงตนเอง และผู้อื่น

“เราพยายามสื่อสารกับเครือข่ายเยาวชนถึงเหตุผลที่เอาประเด็นที่นำเอาเด็กหรือ เยาวชนที่เป็นพลังบริสุทธิ์ มาเป็นเครื่องมือในการรณรงค์ เรามองสองมิติ คือ มิติของการเด็กมี ส่วนในการรณรงค์ เขาคงมีการสร้างภูมิคุ้มกันของตัวเองได้ สองคือ เขาสามารถไปช่วยคนอื่น ได้” (ธีระ วัชรปราณี, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2552)

กระบวนการพัฒนาศักยภาพเยาวชนจึงมีความสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับ เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อที่จะให้เยาวชนเหล่านี้เป็นผู้ขับเคลื่อนกิจกรรมในพื้นที่ และสามารถเป็นผู้สื่อสารประเด็นสาธารณะในการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ใน เยาวชนไปสู่สังคม การพัฒนาศักยภาพเยาวชนเป็นกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมที่หลาย เครือข่ายเยาวชนต่างๆ ได้พยายามที่จะนำมาบรรจุในกิจกรรมของตนเอง เพื่อต้องการให้ “พลัง” ของเยาวชนดังกล่าวได้ถูกนำมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมของเครือข่ายต่างๆ อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะเป็นแรงหนุนเสริมการทำงานของเครือข่าย องค์กรอุปถัมภ์ทูลเกล้าที่จะเริ่มดึงเอา ศักยภาพของเยาวชนออกมาใช้ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วม ดังเช่น

“ไม่ว่าจะเป็นเรื่องบุญประเพณี หรือเรื่องอะไรก็แล้วแต่ ก็ขอให้เยาวชนไปมีส่วนร่วม ตอนหลังๆ ภาคีเริ่มเห็นมากขึ้น แทบทุกงานอยากให้เยาวชนมีส่วนร่วมมาก ซึ่งบางกลุ่มไม่ถนัด กับเรื่องเยาวชน เราก็จะเริ่มดึงเข้ามาให้ทำงานกับเยาวชน เยาวชนจะรู้สึกว่าเป็นงานของเขา จริงๆ และมีพลัง ที่ผู้ใหญ่ไม่ถนัดก็ต้องให้ทางเยาวชนทำ ซึ่งเขาก็คิดแผนของเขาเองน่าจะเห็น พลังของเขาเพิ่มขึ้น” (สงกรานต์ โชคภักดี, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2552)

จุดเปลี่ยนแปลงอีกครั้งหนึ่งของการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในการควบคุมการบริโภค เครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เกิดขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 เป็นต้นมา ผู้วิจัยพบว่าองค์กรอุปถัมภ์ทูลเกล้าให้ ความสำคัญกับประเด็นการขับเคลื่อนและเรียกร้องนโยบายเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุที่เป็น เครื่องมือที่จะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้เร็วและมีประสิทธิภาพ ประกอบกับงบประมาณการ ดำเนินงานที่จำกัด ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การผลักดันและการบังคับใช้กฎหมายเป็น ยุทธศาสตร์สำคัญ เพราะในขณะที่กลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มีทรัพยากรทั้งงบประมาณ

และบุคลากรที่สามารถขับเคลื่อนกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถดึงดูดเยาวชนได้ดี การใช้มาตรการทางกฎหมายจึงเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

“ถ้าเราไม่มีอย่างอื่นมาช่วยเราคงสู้เขา [กลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์] ไม่ได้แน่นอน เงินเขาเยอะกว่า เขาสามารถจ้าง event ใหญ่ได้ เราก็เฝ้าระวังว่าทำผิดกฎหมายด้วยหรือเปล่า มีการแจก แอมแพกหรือเปล่า กฎหมายก็เป็นเครื่องมือ ยับยั้งไม่让他ทำอย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันเราก็ทำของเราบ้าง เช่นมี ดนตรีสร้างสุข และดารา มาร้องเพลง ก็ได้ในระดับหนึ่ง งานประเพณีก็ได้ชินกร [ไกรลาส] เครื่องมือสำคัญของเราก็คือกฎหมาย ต้องผลักดันกฎหมายให้” (สงกรานต์ โชคภักดี, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2552)

“บทบาทเราคือ กระตุ้นให้ความรู้กับภาครัฐกฎหมายและกระตุ้นให้รัฐใช้อำนาจ” (สุวรรณ บุญแท้, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

จากสถานการณ์การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2549- 2551 ที่กล่าวมาก่อนหน้านี้ กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จึงให้ความสำคัญกับปัญหาดังกล่าวในฐานะที่เป็นปัจจัยเสี่ยงหลักที่มีผลกระทบต่อเยาวชน โดย สสส. ได้กำหนดกรอบการดำเนินงานหลักไว้คือ การเน้นการทำงานร่วมกับเครือข่ายเยาวชนต่าง ๆ เพื่อพัฒนาและผลักดันนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ทั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปพัฒนาการของการดำเนินการของ สสส. ในด้านการผลักดันมาตรการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน ได้ดังนี้

ตาราง 4.1 พัฒนาการของมาตรการปกป้องเยาวชนจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พ.ศ. 2546	คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อ 29 กรกฎาคม 2546 ในประเด็นสำคัญดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> ● ให้จำกัดโฆษณา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์-วิทยุ ระหว่างเวลา 05.00-22.00 น. เพื่อลดผลกระทบต่อเด็กและเยาวชน ● ไม่ให้มีป้ายโฆษณาใกล้สถานศึกษา ● ห้ามธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อุปถัมภ์การแข่งขันกีฬาในสถานศึกษา
พ.ศ. 2547	<ul style="list-style-type: none"> ● กีฬามหาวิทยาลัยปลอดบุหรี่และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ● นักศึกษามากกว่า 40,000 คน ร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายการรณรงค์ไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
พ.ศ. 2549	<ul style="list-style-type: none"> ● สถานศึกษาเคลื่อนไหวให้บริเวณรอบสถานศึกษาปลอดการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และออกมาตรการห้าม “ดื่ม” ในกิจกรรมรับน้องใหม่

 ตาราง 4.1 พัฒนาการของมาตรการปกป้องเยาวชนจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ต่อ)

- พ.ศ. 2550-2551
- กลุ่มเยาวชนเข้ามามีบทบาทในการผลักดันร่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551
 - แกนนำเยาวชนไทยเข้าร่วมเครือข่ายเยาวชนระดับโลกด้านการผลักดันนโยบายและรณรงค์เรื่องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 - พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 มีผลบังคับใช้เมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2551
 - ห้ามขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แก่เด็กและเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 20 ปี
 - ประกาศพื้นที่ห้ามจำหน่าย และห้ามดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นครั้งแรกของประเทศไทย
 - จัดตั้งคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จังหวัด เพื่อเป็นกลไกกำกับดูแลมาตรการควบคุมการบริโภค และผลกระทบให้เป็นไปอย่างทั่วถึง และสอดคล้องกับบริบทพื้นที่
-

ที่มา: รายงานประจำปี 2551, กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.):

จากพัฒนาการของการดำเนินงานข้างต้น เราพบว่าปรากฏการณ์ที่นับว่าเป็นก้าวสำคัญของ สสส. ในเรื่องการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนคือ การพัฒนานโยบายสาธารณะร่วมกับเครือข่ายในการสนับสนุนหรือขับเคลื่อนเชิงสังคมเพื่อให้เกิดกฎหมายเพื่อการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ฉบับแรกของประเทศไทย อันได้แก่ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 และพยายามให้กฎหมายดังกล่าวนี้มีผลในการปฏิบัติ โดยให้ทุกฝ่ายรับรู้ ปฏิบัติ และมีการบังคับใช้อย่างทั่วถึง

แนวทางเชิงนโยบายดังกล่าวนี้ นับเป็นความก้าวสำคัญในการดำเนินงานเรื่องการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน และเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ สสส. และเครือข่ายเยาวชนต่าง ๆ สามารถย่นระยะทาง และเวลาในการทำงานเพื่อไปสู่เป้าหมายการเปลี่ยนแปลงในเยาวชนได้ดีขึ้น ดังที่ ผศ.ดร.สุปรีดา อุดุลยานนท์ ผู้อำนวยการสำนัก 1 สำนักสนับสนุนการสร้างสุขภาวะและลดปัจจัยเสี่ยงหลัก กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในฐานะผู้รับผิดชอบนโยบายและการดำเนินงานด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กล่าวไว้ถึงความจำเป็นในการเน้นการทำงานด้านการออกมาตรการเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน เพื่อช่วยลดภาระหรือเสริมประสิทธิภาพการทำงานด้านการสื่อสารรณรงค์ อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมด้านสุขภาพได้รวดเร็วขึ้น ไว้ดังนี้

“การทำงานสร้างเสริมสุขภาพเปรียบเสมือนกับการเข็นครกสุขภาพขึ้นภูเขา การรณรงค์เพื่อผลักดันนโยบายให้มีผลทางปฏิบัติในพื้นที่ต่างๆ จะทำให้ภูเขานั้นมีความลาดชันน้อยลง และกลุ่มทำงานสร้างเสริมสุขภาพจะสามารถเข็นครกสุขภาพขึ้นภูเขาได้ง่ายดายยิ่งขึ้น” (สุปรีดา อุดุลยานนท์, 2550)

แต่การผลักดันและการบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เพราะถึงแม้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 จะเป็นเสมือนเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถจัดการกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนได้ดีขึ้น แต่ก็ยังมีอุปสรรคที่ต้องได้รับการแก้ไข โดยเฉพาะความร่วมมือจากส่วนต่างๆ ในสังคม ดังที่ผู้ประสานเครือข่ายที่ดูแลเรื่องการเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมายสะท้อนถึงปัญหาของการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ไว้ว่า

“ในกฎหมายมี 7 มาตราที่เกี่ยวข้องกับเยาวชน คือ มาตรา 26-32-6 ใน 7 มาตราควบคุมธุรกิจ ควบคุมการโฆษณา ควบคุมพวกลดแลกแจกแถม ควบคุมสถานที่ห้ามขาย ควบคุมเด็ก ถ้าเกิดกฎหมายทำงานได้เต็มที่ก็คงลดปัญหาได้สมควร แต่ปัญหาของบ้านเราก็คือ เจ้าหน้าที่ไม่ใช้อำนาจของเขา เช่น การขายให้เด็กต่ำกว่า 20 ปี ไปตามงานก็ยังเจอเด็กดื่ม ถ้ากฎหมายถูกนำมาใช้จริงๆ คงลดได้มาก โจทย์ของเราในตอนนี้ก็คือ มันคือเรื่องทำอย่างไรให้กฎหมายถูกบังคับใช้” (สุวรรณ บัญแท้, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

ยุทธศาสตร์ “ไตรพลัง” จึงสะท้อนถึงการดำเนินงานในหลายมิติพร้อมกัน ทั้งการถ่ายทอดและพัฒนาความรู้ที่จำเป็น การส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของกลุ่มคนต่างๆ ในสังคมเพื่อกำหนดและผลักดันนโยบายร่วมกัน และการสร้างความเข้มแข็งและพัฒนาศักยภาพของแกนนำเครือข่ายต่างๆ เพื่อเป็นผู้ขับเคลื่อนการดำเนินงาน และการเป็นผู้สร้างกิจกรรมเพื่อการสื่อสารสาธารณะต่อไป และเมื่อพิจารณาจากมุมมองของแนวคิดการสื่อสารเพื่อพัฒนา เราพบว่ายุทธศาสตร์นี้เป็นการผสมผสานกันระหว่างแนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจาย (diffusion approach) และแนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory approach) เช่น การกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อกระจายข่าวสารไปให้ได้มากที่สุดและเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด (reach/impact) เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติและพฤติกรรม ควบคู่ไปกับการสร้างการมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน (empowerment) และการเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับข้อมูลสารเป็นผู้ส่งสาร, การส่งเสริมการผสมผสานระหว่างการสร้างแกนนำเยาวชนในการถ่ายทอดความรู้ (transmission of knowledge) และการสื่อสารสาธารณะผ่านการทำงานของแกนนำเยาวชนการถ่ายทอดความรู้

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนที่กล่าวไว้ข้างต้น เราพบว่าแก่นกลางสำคัญของกระบวนการสื่อสาร คือการมีส่วนร่วมของเยาวชนนั่นเอง เพราะการมีส่วนร่วมของเยาวชนจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของเยาวชนเอง ก่อนจะเคลื่อนไปสู่การเป็นผู้สื่อสารในประเด็นสาธารณะ ทั้งนี้กระบวนการมีส่วนร่วมดังกล่าว เป็นกิจกรรมการสื่อสารที่องค์กรอุปถัมภ์ทุนและเครือข่ายเยาวชน ได้วางแผนไว้แล้ว (planned activities) เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในบทต่อไปจะเป็นการรายงานถึงผลการวิจัย ที่ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน เพื่อค้นหาแบบจำลองการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนที่เหมาะสมในบริบทสังคมไทยต่อไป



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: กรณีเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า” มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาและทดสอบแบบจำลองการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับขั้นตอนของงานวิจัย ออกเป็นสามส่วน ดังนี้

5.1 ผลการศึกษาเรื่องปัจจัยเร่งปฏิกิริยาที่ส่งผลให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

5.2 ผลการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

5.3 ผลการศึกษาเรื่องผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงทั้งระดับบุคคล และระดับสังคมของเยาวชนที่เข้าร่วมกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

ข้อมูลจากทั้งสามส่วนที่ได้จะทำให้ผู้วิจัยสามารถพัฒนา และทดสอบแบบจำลองการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนได้ ดังที่ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการศึกษา ดังต่อไปนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5.1 ปัจจัยเร่งปฏิกริยา (catalyst) ในการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

ปัจจัยเร่งปฏิกริยา (catalyst) เป็นขั้นตอนก่อนกระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน ปัจจัยเร่งปฏิกริยาจะทำให้เยาวชนเริ่มมีความสนใจและตระหนักต่อความสำคัญของปัญหา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อตนเอง คนรอบข้าง และสังคม และตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมกับกระบวนการสื่อสารรณรงค์ของเครือข่ายเยาวชน ปัจจัยเร่งปฏิกริยาที่ผู้วิจัยนำมาศึกษานั้น เป็นไปตามแบบจำลองขั้นต้นของงานวิจัย ที่พัฒนามาจากแบบจำลองการสื่อสารเชิงบูรณาการ (the Integrated Model of Communication for Social Change) ของ Figueroa et al. (2002: 7) ทั้งนี้ปัจจัยเร่งปฏิกริยาที่ผู้วิจัยค้นพบในการศึกษาครั้งนี้มีห้าประการ คือ สิ่งเร้าภายใน (internal stimulus) เครือข่าย (change agent) นโยบาย (policy) นวัตกรรม (innovation) และ สื่อมวลชน (mass media) ซึ่งข้อค้นพบที่ได้นั้นแตกต่างจากแบบจำลองคือ ผู้วิจัยได้รวมปัจจัยเร่งปฏิกริยาด้านนวัตกรรม และเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน ดังแสดงในภาพ 5.1 ดังที่ผู้วิจัยจะได้ อธิบายปัจจัยเร่งปฏิกริยาแต่ละประการ ดังนี้

ภาพ 5.1 ปัจจัยเร่งปฏิกริยาในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน



5.1.1 สิ่งเร้าภายใน

สิ่งเร้าภายใน (internal stimulus) เป็นปัจจัยเร้าพลังที่กระตุ้นภายในตัวของเยาวชนเอง หรือเกิดจากการกระตุ้นจากคนรอบข้างอันส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในทำให้เยาวชนเริ่มตระหนักถึงประเด็นปัญหาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และตัดสินใจเข้าร่วมกระบวนการของเครือข่าย ผู้วิจัยพบว่าสิ่งเร้าภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมมีสามประการ คือ คุณลักษณะประจำตัวด้าน “จิตอาสา” ของเยาวชน การกระตุ้นจากบุคคลใกล้ชิดที่อยู่รอบตัว และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับตนเอง หรือคนใกล้ชิดที่มีผลมาจากการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์

5.1.1.1 คุณลักษณะด้าน “จิตอาสา” ในเยาวชน เยาวชนอธิบายถึงสิ่งที่กระตุ้นให้ตนเองเข้ามาสนใจกิจกรรมด้านการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน คือ ความรู้สึกอยากทำงานเชิงสาธารณะเพื่อส่วนรวม โดยประเด็นเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องรองลงมา เยาวชนรู้สึกว่าการได้ทำในสิ่งที่สำคัญ มีคุณค่า และสามารถสร้างผลกระทบให้กับสังคมหรือส่วนรวมได้ จะนำไปสู่ความรู้สึกนับถือตัวเอง (self esteem) และรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าต่อสังคม ลักษณะ “จิตอาสา” ของเยาวชนนี้เองที่ส่งผลให้เยาวชนมีความตื่นตัวต่อการรับรู้ประเด็นเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และพร้อมที่จะเข้ามามีส่วนร่วมกับเครือข่าย ดังที่เยาวชนได้สะท้อนถึงการรับรู้ถึงคุณค่าของตนเองในการเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายไว้ว่า

“ต้องการเข้ามา และอยากทำ มาร่วมงานมาร่วมคิดมาร่วมทำ อยากทำเพื่อคนอื่น และคนอื่นทำเพื่อเรา” (รัฐพล พึ่งขุนทด, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

“ชอบทำกิจกรรม ใจรักครับ แล้วพอทำรู้สึกเพิ่มประสิทธิภาพให้กับตนเอง เพิ่มคุณค่าให้กับตนเอง” (โฆษา สุขมะดัน, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

ทั้งนี้ ลักษณะความมี “จิตอาสา” ของเยาวชนนั้นเป็นคุณลักษณะที่ก่อตัวมาก่อนที่เยาวชนจะเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของเครือข่าย เยาวชนได้เคยมีส่วนในการทำกิจกรรมเพื่อส่วนรวมมาตั้งแต่อยู่ที่สถาบันการศึกษาเดิม และเมื่อได้รับทราบถึงกิจกรรมเกี่ยวกับเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่มีขนาด และความซับซ้อนของปัญหาที่ยากมากกว่ากิจกรรมเดิมที่เคยทำ ก็จึงเปรียบเสมือนการ “ยกระดับ” หรือ “ท้าทาย” การรับรู้ถึงคุณค่าของตนเอง ซึ่งเยาวชนได้สะท้อนไว้ว่า

“ทำงานอย่างนี้มาตั้งแต่ ม.4 ก็แต่ละคนก็เป็นคณะกรรมการนักเรียน เป็นนักกิจกรรมของโรงเรียนต่าง ๆ อยู่แล้ว พอมาเจอตรงนี้เหมือนมันเป็นเรื่องใหม่ เป็นเรื่องของสังคมเป็นอะไร

ที่ใหญ่มากขึ้น มันเลยน่าสนใจมากขึ้น ในขณะที่เราก็มีศักยภาพ และก็มีใจ มีไฟพอดี” (จิราภรณ์ กมลรัฐสรรค์, สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2552)

แต่ในบางกรณี ผู้วิจัยก็พบว่าเยาวชนมีความตั้งใจที่จะเข้ามาทำงานสาธารณะใน ประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์โดยเฉพาะ ซึ่งส่วนใหญ่เยาวชนกลุ่มนี้มักมีประสบการณ์ตรงกับ ตนเองหรือคนรอบข้างจากผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกลายเป็นแรงผลักดันให้ สนใจที่จะทำงานเพื่อสังคมในประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์ ดังคำพูดที่ว่า

“เป็นการช่วยครอบครัวผมด้วย ผมมาทำรู้สึกว่ามันดี มีความสุข จริง ๆ ทั้งสองอย่างที่ทำให้ผมสนใจ ผมมองว่ามันเป็นการทำงานเพื่อสังคม บางครั้งเรื่องค่าตอบแทนอะไร เราอาจจะไม่สนใจ แต่เราเห็นว่านอกจากครอบครัวเราแล้ว เรายังช่วยเหลือคนอื่นและสังคม” (คงพิน ใจสม , สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

การพยายามค้นหา “คุณค่า” ของตนเองผ่านการทำงานเพื่อส่วนรวมของเยาวชน เป็น สิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเครือข่ายเยาวชนเองที่ได้พยายามค้นหาและกระตุ้นให้ เยาวชนที่มีคุณลักษณะนี้ได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของเครือข่ายเอง ด้วยความที่พิจารณา แล้วเห็นว่าคุณลักษณะดังกล่าวจะเป็นฐานที่ดีในทีเยาวชนคนนั้นจะเป็นแกนนำในการขับเคลื่อน กิจกรรมต่อไป ดังที่ผู้ประสานเครือข่ายท่านหนึ่งอธิบายถึงลักษณะของเยาวชนที่ต้องการให้เข้า ร่วมกิจกรรมไว้คือ

“กลุ่มเยาวชนที่เราสนใจคือ กลุ่มที่พูดเรื่องตัวเองน้อย คิดเรื่องสังคมมากหน่อย เราก็จะ เปิดพื้นที่ไว้ให้” (สุวรรณ์ บุญแท้, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

สิ่งเร้าภายในด้าน “จิตอาสา” จึงเป็นปัจจัยเร่งปฏิกิริยาที่มีความสำคัญ จากการ สังเกตการณ์ของผู้วิจัย พบว่าเยาวชนส่วนใหญ่ที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายนั้นมีคุณลักษณะ ร่วมเบื้องต้นที่เหมือนกันคือความมี “จิตอาสา” ที่อยากเข้ามาทำงานเพื่อส่วนรวมไม่เฉพาะแค่ ประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์ การที่จะให้เยาวชนเข้ามาสนใจเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสาร รณรงค์ด้านสุขภาพในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนจึงต้องอาศัยสิ่งเร้า ภายในประการอื่นที่จะเข้ามาทำงานร่วมกันกับ “จิตอาสา” ดังที่ผู้วิจัยจะกล่าวต่อไป

5.1.1.2 กลุ่มเพื่อนในเครือข่ายสังคม สิ่งเร้าภายในอีกประการหนึ่งคือ เยาวชนตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายจากการถูกชักชวนจากเพื่อนในกลุ่มเดียวกันที่ เคยเข้าร่วมกิจกรรมกับเครือข่ายมาก่อน ผู้วิจัยพบว่าความสนใจในการทำกิจกรรมเรื่อง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยังคงเป็นประเด็นรองของเยาวชนในการเข้าร่วมกิจกรรม ส่วนใหญ่เยาวชน

เข้าร่วมกิจกรรมเพราะต้องการรวมกลุ่มกับเพื่อนในเครือข่ายสังคมเดียวกันเพื่อทำกิจกรรมที่มีประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งเป็นลักษณะพฤติกรรมตามช่วงวัยของเยาวชนที่ต้องการรวมกลุ่มกับเพื่อนในช่วงวัยเดียวกัน (gang age) เพื่อสามารถร่วมทุกข์ ร่วมสุขในการแก้ไขปัญหา และเข้าใจปัญหาของกันและกัน ประเด็นเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลับเป็นสนใจภายหลังที่พัฒนาขึ้นมาภายหลัง ดังที่เยาวชนสะท้อนไว้ว่า

“โดยส่วนตัวแล้วชอบรวมกลุ่ม ชอบทำงานกลุ่ม ชอบทำงานเพื่อสังคม และก็เลือกที่จะเรียนสังคมสงเคราะห์ด้วย พอเห็นปัญหาในสังคมเยอะเลยอยากมาเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขเนี่ยคือเหตุผลหลักๆ เลย ส่วนอีกเหตุผลหนึ่งคือ การตอบสนองตัวเอง คือ ชอบรวมกลุ่ม เป็นคนที่อยู่หนึ่งๆ ไม่ได้ ก็เลยอยากรวมกลุ่มทำอะไรสักอย่าง จริงๆ ไม่ต้องเป็นประเด็นนี้ [เครื่องดื่มแอลกอฮอล์] ก็ได้” (เฉลิมวุฒิ สังค์คดี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“มีรุ่นพี่มาติดต่อเกี่ยวกับจะมีวิ่งกันไปวิ่งใหม่ แต่ตอนนี้ไม่รู้ว่าจะวิ่งอะไร ได้มาจริงๆ ว่าเป็นการวิ่งของ สสส. วิ่งต้านเหล้า ปี 48 หรือ 49 ประมาณนั้น ตอนนั้นผมยังเรียน แต่มีรุ่นพี่มาติดต่อให้ไปวิ่งกัน ไปวิ่งด้วยกันใหม่ ก็ยังไม่รู้ว่าวิ่งไปทำไม ผมวิ่งตั้งแต่เชียงใหม่ถึงสนามหลวง แต่ไม่ได้วิ่งตลอด ตอนวิ่งพอมารู้จักทางช่วงนครสวรรค์ก็มาเจอกับพี่อีกคนชื่อ พี่อ้อด พี่แอม และเด็กของเค้าประมาณ 7-8 คน ว่ามาวิ่งทำไม ใครลอกมา ก็ได้คุยกันบ้างแล้วถูกคอก แล้วพอวิ่งถึงกรุงเทพ ไปถึงสนามหลวง ทำพิธีอะไรของเค้าเสร็จแล้ว ก็ช่วงนั้นเป็นช่วงปิดเทอมพอดี พี่ก็เลยชวนมาทำงานต่อ เป็นงานรับน้องปลอดเหล้าที่กรุงเทพเป็นเดือน และก็ทำมาเรื่อยๆ” (กฤษดา ทาทองเหลือง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“เริ่มมาจากเพื่อนคะ ชวนมาค่ายพลังกลุ่มและความสุข พอดีเพื่อนรู้จักคนที่เคยทำกลุ่มหนูก็เลยมา พอไปก็สนุกดี หลังจากนั้นก็ทำงานเรื่อยๆ ตอนแรกก็ไม่รู้เลยว่าทำงานด้านแอลกอฮอล์ ตอนนั้นที่อยากไปเพราะว่าอยากจะได้เพื่อนใหม่ๆ” (ทัตพร เสงี่ยมศรี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยค้นพบคือ สิ่งเร้าภายในระหว่างคุณลักษณะ “จิตอาสา” กับอิทธิพลของเพื่อนจะเป็นส่วนผสมที่สำคัญที่จะทำงานร่วมกัน จนก่อให้เกิดเป็นแรงกระตุ้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรม ดังเช่นเยาวชนจากกลุ่มนักศึกษา 7 สถาบัน จังหวัดเชียงใหม่ ได้แสดงถึงส่วนผสมดังกล่าว ที่มักเริ่มจากการมี “จิตอาสา” ตามด้วยการได้รับการชักชวนจากเพื่อนในกลุ่มเครือข่ายสังคมเดียวกัน จนกลายเป็นความสนใจต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของเครือข่าย คือ

“เพื่อนมาชวนว่ามันเป็นงานเกี่ยวกับ สสส นะ แต่ทำไปทำมาก็เกิดรู้สึกเกิดรู้สึกเกิดความสนใจ เพราะทำเพื่อสังคม” (ทัตพร เสงี่ยมศรี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

จากจุดเริ่มต้นของการเข้ามาร่วมกิจกรรมจากคำชักชวนของเพื่อนประกอบกับความสนใจในการทำงานเพื่อส่วนรวม เยาวชนจะค่อยๆ พัฒนาตนเองไปสู่เป็นแกนนำเยาวชนในการเคลื่อนไหวในประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์ต่อไป โดยเฉพาะเมื่อเยาวชนเหล่านี้ได้รับการถ่ายทอดความรู้ (knowledge transfer) ในเรื่องเรื่องดีมีแอลกอฮอล์ เยาวชนเองก็จะเริ่มมีความรู้สึกเกี่ยวพันกับประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์มากขึ้น จนกลายเป็นความสนใจในที่สุด และเริ่มตั้งคำถามกับตนเองว่าสิ่งที่ตนเองสนใจคืออะไร

“ตอนแรกก็ไม่สนใจ ว่าเป็นกลุ่มอะไร แต่มีพี่ที่ชมรมชวนไปทำกิจกรรม หลัๆ จริงๆ ตอนนั้นเราก็ไม่ได้อะไรมาก่อนเลย แต่พอได้มาทำมัน spark และตั้งคำถามกับตนเองว่ากำลังทำอะไรอยู่” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

แม้ว่าส่วนใหญ่เยาวชนจะเข้ามาร่วมกิจกรรม โดยยึดประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์เป็นประเด็นรอง แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนเองก็สามารถนำเอาประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์มาเป็นประเด็นหลักในการ “กระตุก” ให้เพื่อนที่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้คิด และหันมาสนใจในการขับเคลื่อนประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์ร่วมกัน ดังในกรณีของนายวิวัฒน์ นากสีทา (บี) นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสมสะอาดพิทยาสรรพ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่เคยมีพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ และถูกเพื่อนในชั้นเรียนชวนเข้ามาร่วมกิจกรรม และสามารถพัฒนาตนเองเป็นผู้นำเยาวชนได้ ดังตัวอย่างที่เยาวชนกลุ่มนี้สะท้อนไว้ว่า

“บีก็เคยติดเหล้าอยู่กับกลุ่มเด็กผู้้นั้นด้วย เราก็เลยดึงพวกเค้ามาเข้ากลุ่ม โดยเราอยากจะลองดูว่าจะดึงคนกลุ่มนี้เข้ากลุ่มได้รึเปล่า เพราะพวกเค้าไม่ค่อยเข้าเรียนและตอนเย็นก็จะไปดื่มสุรา หนักก็ไปหลอกเค้าว่า ถ้าเข้าร่วมแล้วจะมีการจัดค่ายขึ้น แล้วจะได้ไปทำกิจกรรมด้วยกัน” (สุพัชรา อเวสา, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

“ก็ช่วงแรกๆ ผมกินมาก จนผมต้องออกจากโรงเรียนไปปีหนึ่ง แล้วออกไปทำงานตอนเย็นๆ ก็จับกลุ่มกินเหล้า แล้วพออยู่ไปก็คิดได้ว่า ถ้าเรียนน้อยก็ได้เงินน้อย ทำงานลำบาก เลยกลับมาเรียนอีกครั้ง ตอนนั้นผมทำงานรถรับจ้างมา 2 ปีก็ดีขึ้นใกล้จบแล้ว” (วิวัฒน์ นากสีทา, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบจากการสังเกตการณ์ว่า การรวมตัวของกลุ่มเยาวชนโดยสาเหตุจากความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนนั้นมักไม่มีความยั่งยืนในแง่ของการมีส่วนร่วม ซึ่งมักปรากฏว่าเมื่อจบกิจกรรม เยาวชนส่วนใหญ่ก็จะแยกย้ายกันไป หรือเกิดสถานการณ์ที่เครือข่าย

หลายแห่งประสบคือ “การไม่ต่อเนื่อง” หรือ “ไม่เกาะติด” ในการทำกิจกรรมในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน กล่าวอีกนัยหนึ่งเยาวชนที่ถูกชักชวนเข้ามาร่วมกิจกรรม ก็อาจจะไม่สามารถทำงานไปตลอดได้ และต้องออกจากโครงการไป โดยเฉพาะในช่วงที่ต้องทำงานที่มีความรับผิดชอบมากขึ้น ซึ่งต้องทุ่มเท และเสียสละ เวลามากขึ้น ซึ่งสาเหตุมาจากทั้งเรื่องสำเร็จการศึกษาและต้องออกไปทำงาน หรือการต้องให้ความสนใจในเรื่องการเรียน หรือกระทั่งความรู้สึกว่ากิจกรรมเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ซึ่งทำให้เครือข่ายเกือบทุกเครือข่ายต้องพัฒนาเยาวชนที่เข้ามาร่วมอยู่ตลอดเวลา

สิ่งที่จะช่วยรักษาให้เยาวชนยังคงอยู่กับเครือข่ายจึงเป็นเรื่องความมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อสังคมมากกว่าความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อนแต่เพียงอย่างเดียว การเปลี่ยนวิธีคิดในเรื่องการทำงานเพื่อสังคมจึงถือเป็นภาระสำคัญของเครือข่ายในการที่จะ “ต่อยอด” การเรียนรู้ของเยาวชนต่อไป หลังจากที่เยาวชนเหล่านี้ได้เข้ามาร่วมกิจกรรม ดังที่เยาวชนสะท้อนถึงสถานการณ์นี้ว่า

“ค่ายแรกหลุดออกไปเกือบครึ่งครับ เพราะว่าค่าน้ำจะรับไม่ได้ บางคนก็จบออกไปบ้าง เรียนก็หนักอยู่แล้วครับ หรืออาจเพราะเรื่องงาน เพราะเวลาเราทำงานตรงนี้เราทำงานกันหนักเราไม่ค่อยมีเวลาเล่น ๆ อะไรอย่างนี้ครับ แต่ที่ผมยังทำอยู่เพราะคิดว่า มันเป็นกิจกรรมที่ดีก็ที่เราได้มาอยู่ร่วมกันแถมยังได้มาช่วยเหลือคนอื่นอีก เวลาที่มีเจอกัน มาอยู่ด้วยกันรู้สึกว่ามันเป็นเวลาแห่งความสุขครับ ได้มาเจอกัน ได้มาทำงานร่วมกัน” (เฉลิมวุฒิ สังข์คัตติ, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

5.1.1.3 ครูที่ปรึกษา ครูที่ปรึกษามีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาในเยาวชนในสถานศึกษาให้เข้ามาสนใจในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยครูที่ปรึกษาจะเป็นผู้ให้กำลังใจ และกระตุ้นความคิดของเยาวชน จนกลายเป็น “สิ่งเร้าภายใน” ที่กระตุ้นให้เยาวชนสนใจเข้าร่วมกิจกรรม ทั้งนี้บทบาทของครูที่ปรึกษานั้นแตกต่างจากเพื่อนในการเป็นตัวกระตุ้นให้เยาวชนสนใจและตระหนักถึงปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กล่าวคือครูจะมีบทบาทในการให้กำลังใจ เป็นที่พึ่งให้กับนักเรียน และมีอำนาจในการชี้แนะ ชักชวนเยาวชนโดยตรงในการเข้าร่วมกิจกรรม

“ตรงนี้ด้วยความที่เราคุยกับเด็กตลอดในงาน และก็เป็นวิทยากรด้านยาเสพติด และเราให้โอกาสมากกว่า และเน้นตลอดว่าคนเราเวลาเราเดินผิดพลาดแล้ว ถ้าเรารู้ว่าผิดแล้วเดินต่อไปเขาเรียกว่าคนโง่ แต่ถ้าเราหยุดแล้ว ไม่ใช่เดินตาย ถ้าเราลองถอย มันจะอบอุ่นไหม เราเอาความเป็นแม่เข้าไปด้วย ที่สำคัญคือความจริงใจ คือทำอะไรจะทุ่มเทและจริงใจ คำพูดเราจะส่วนใหญ่เน้นแนวให้กำลังใจ ไม่ดู ไม่ว่า” (จินตนา อะสุชีวะ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยก็พบว่าครูเองก็เป็นอุปสรรคสำคัญในการกระตุ้นให้เยาวชนเข้ามาสนใจในการดำเนินกิจกรรมร่วมกับเครือข่าย ซึ่งส่วนใหญ่มาจากกรณีที่เครือข่ายยังไม่สามารถอธิบายให้ครูเห็นความสำคัญของกิจกรรมของเครือข่าย หรือการที่ครูพิจารณาแล้วเห็นว่าการเรียน (studying) กับการทำกิจกรรมนั้นเป็นเรื่องที่แยกออกจากกัน ไม่สามารถนำมาผสมผสานด้วยกันให้เป็นกระบวนการเรียนรู้ (learning process) สำหรับเยาวชนได้

“ผมคิดอยู่เสมอว่าการที่เราสนใจที่จะทำกิจกรรมมันคุ้มไหม หรือมันจะส่งผลกระทบต่ออะไรกับเราไหม เพราะตอนอยู่ที่โรงเรียน ครูก็ห้ามไม่ให้ทำกิจกรรม อยากให้เราหันหน้ามาสนใจเรียนดีกว่า แต่ผมก็คิดว่า การเรียนทำให้คนมีงานทำ แต่กิจกรรมทำให้คนทำงานเป็น” (ยอดปอง, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

5.1.1.4 พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของตนเองและคนใกล้ขีด ผลวิจัยยังระบุอีกว่า การที่เยาวชนจะเข้ามามีความสนใจและมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ นั้น นอกจากการมีจิตอาสาที่ต้องการทำงานเพื่อส่วนรวมและการได้ทำงานร่วมกับเพื่อนในกลุ่มเดียวกันนั้น เหตุการณ์และประสบการณ์เกี่ยวกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของตนเองและคนรอบข้างก็เป็นปัจจัยเสริมสำคัญในการทำให้ตัวเร่งปฏิริยาทำงาน โดยเหตุการณ์หรือประสบการณ์เหล่านี้จะทำให้ประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเรื่องใกล้ตัวของเยาวชนเอง และสร้างความรู้สึกเกี่ยวพันทางอารมณ์ (affective involvement) ให้กับเยาวชน ซึ่งจะเสริมให้การเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของเยาวชนมีพลังมากขึ้น ทั้งประสบการณ์และผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกิดขึ้นกับตนเอง และมีผลต่อสุขภาพ ทำให้อยากที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเอง ดังเช่นที่เยาวชนหลายคนสะท้อนถึงปัญหาสุขภาพที่เกิดขึ้นจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และนำไปพิจารณาร่วมกับสิ่งเร้าภายในประการอื่นๆ

“หนูก็กินเหล้านะตอนนั้น แต่หนูก็ยังอยากเข้าร่วมโครงการ เพื่อชีวิตจะมีอะไรดีขึ้น เราไม่เคยเข้าสังคมแบบนี้ เราไม่เคยมีเพื่อนต่างมหาวิทยาลัย” (วรภรณ์ พิณทอง, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“อย่างตัวผมก็เริ่มจากตัวเอง ผมก็กินนะ กินมาก่อน แต่กินแล้วก็มีอาการเจ็บท้องเป็นโรคกระเพาะ ถ้าเราไม่เปลี่ยนตัวเองแล้วใครจะมาเปลี่ยนให้เรา ผมก็เลยคิดเปลี่ยนตัวเองก่อนเลยเข้ามาร่วมกับโครงการ” (อภิศักดิ์ สุวรรณมงคล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“ผมไม่ชอบเห็นใครกินเหล้า ไม่ว่าจะเพื่อน หรือญาติพี่น้อง เห็นมามากแล้วคิดว่าดื่มเหล้าก็ทะเลาะกันวุ่นวายเกิดขึ้น เราไม่ได้กิน เราก็ออยากจะให้เพื่อนได้รับรู้ว่าสิ่งดีๆ ว่าเป็น

อย่างไร ซึ่งตัวผมเองก็เป็นผู้ถูกกระทำทางอ้อมเพราะตอนที่ผมรับจับเป็นนักดนตรีในผับ ตอนนั้นยังไม่มีกฎหมายห้ามสูบบุหรี่ ทำงานช่วงนั้นอยู่ 2-3 ปี ก็รู้สึกแย่มาก ไม่ว่าจะเป็นควันบุหรี่เหมือนเราโดนบังคับให้ต้องสูดทุกวัน สูดทุกวัน เริ่มใจหดๆ หายใจไม่โล่งเหมือนทุกที ก็เลยไปหาหมอ หมอบอกว่า ปอดเริ่มจะเสียแล้วนะ ก็เลยขอพี่ๆ ทางวงเลิกไป” (กฤษฎา ทาทองเหลือง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

แต่สิ่งเร้าภายในที่ผู้วิจัยค้นพบว่ามีพลังที่สุดในการกระตุ้นให้เยาวชนได้คิดและเห็นความสำคัญของประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์ จนสนใจเข้ามามีส่วนร่วมกับเครือข่าย คือประสบการณ์ที่เกิดกับคนในครอบครัว เพราะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับคนที่รัก ซึ่งจะนำไปสู่การสร้าง ความเกี่ยวพันทางความรู้สึกเป็นอย่างสูง ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนจะให้ความสำคัญกับผลกระทบที่เกิดขึ้นกับคนในครอบครัว เพื่อน มากกว่าตนเอง เพราะผลกระทบที่เกิดขึ้นกับคนใกล้ตัวเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทันที แต่ในขณะที่เยาวชนเองยังไม่เข้าใจถึงผลกระทบ จนสามารถ “กระแทก” จิตใจของตนเองให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เพราะเยาวชนอาจจะไม่ดื่ม หรือมีพฤติกรรม ดื่มแต่ยังไม่เคยประสบกับเหตุการณ์ใดๆ เกิดขึ้นกับตนเอง ดังเช่นที่ผู้ที่เกี่ยวข้องและเยาวชนหลายคนสะท้อนไว้ตรงกันถึงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในครอบครัว ส่งผลใน ฐานะสิ่งเร้าภายในที่ทำให้เยาวชนตระหนักถึงปัญหาว่า

“ตัวจุดประกายของน้องๆ ที่เข้ามาร่วมโครงการ คือ ครอบครัวเขา โดยพื้นฐานมีเหล้า คุณพ่อเมาและก็เห็นรุ่นพี่ส่วนหนึ่งที่จับกินเหล้าและอุบัติเหตุ เสียชีวิต ตีกัน เวลาไปดูงานนั้น วัยรุ่นก็ทะเลาะกัน เลยไม่ได้นั่งดูอย่างสบายใจปลอดภัย ต้องวิ่งหนี” (จินตนา อะสุชีวะ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

“หนูเข้าร่วมกิจกรรมนี้เพราะว่าที่บ้านก็ดื่มด้วย อยากให้เค้าเลิกจะได้เป็นการประหยัดเงิน” (ยะวิษฐา นาถ้ำพลอย, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

“พ่อแม่ก็มีส่วนค่ะ เพราะว่าบางที่เป็นคนใกล้ตัว หรือเป็นญาติของเรา แต่ถ้าเค้ากินมาก มันก็จะเกิดผลข้างเคียงกับเรา อันนี้ก็เป็นปัจจัยหนึ่ง เพราะว่าญาติหนูเคยเสียชีวิตจากการดื่มเหล้า อันนี้ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้หนูอยากที่จะรณรงค์ ถ้าคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ก็น่าจะอยู่ที่ 80 % ที่ทำให้หนูอยากรณรงค์” (รัชนิกร พานิชกิจ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

นอกจากพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของครอบครัวจะเป็นสิ่งเร้าภายในของเยาวชน ผู้วิจัยยังพบว่าพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลใกล้ตัว ก็มีผลต่อความรู้สึกของเยาวชนด้วยเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะกลุ่มครู และกลุ่มเพื่อน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่

เยาวชนมีความใกล้ชิดค่อนข้างสูง และเมื่อคนกลุ่มนี้มีปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็มักที่จะส่งผลกระทบต่อโดยตรงมาสู่ตัวเยาวชนเอง ดังเช่น

“ครูเค้าไปกินเหล้าในเวลาพัก และมาสอนพวกผม และเค้าเมาก็มาตีพวกเราอย่างไร้สาเหตุ และอย่างพ่อแม่บางคนกินเหล้าแล้วก็ไม่สนใจ และหลักๆที่ทำให้สนใจเลยก็คือเพื่อน ตอนวัยรุ่น เพื่อนสนิทกินเหล้าเมา แล้วขับรถไปชนเสียชีวิต เราก็เลยคิดว่าไม่ได้แล้ว ไม่อยากเสียเพื่อนไปอีก ก็เลยต้องมาสู้อตรงนี้” (ชัยรัช มณีวรรณ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“ส่วนหนึ่งที่ยากเข้าร่วมกิจกรรม คือใจอยากทำ เพราะเห็นตัวเองและเพื่อนๆ ในอดีต ว่าดื่มแล้วได้อะไร ดื่มแล้วมีแต่เสีย เสียตั้งค์ เสียเวลา เสียสุขภาพร่างกาย ก็เลยไม่กิน” (วีรภูมิ พุทธอมาตย์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยเร่งปฏิกริยาต้านสิ่งเร้าภายในนั้น มักเกิดจากผสมกันระหว่างปัจจัยย่อยต่างๆ ทั้งคุณลักษณะ “จิตอาสา” ในเยาวชน การต้องการรวมกลุ่มทำกิจกรรมกับเพื่อน และการเห็นผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

“ส่วนคิดว่าการที่ผมเป็นเด็กกิจกรรมก็เป็นส่วนหนึ่ง แต่ส่วนหนึ่งเราก็เห็นโทษของมันมาอยู่แล้ว ผมเกิดจากสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ก่อนที่เราจะมารณรงค์ ก็คือ เด็กๆ ครอบครัวของลูกกับป้า เค้ทะเลาะกันและเลิกกัน เพราะเรื่องเหล้า เลยทำให้เราอยากที่จะมาร่วมรณรงค์ เพราะยังคิดอยู่เสมอว่าคนคบกันมาตั้งนาน มาเลิกกันภายในพริบตาเพราะว่าเรื่องกินเหล้า อย่างเวลาที่ไปเจอห้องๆ ในที่ที่แถวที่เราไปดู เรารู้สึกอยากจะทำบอกเค้า มันรู้สึกอยากเข้าไปทำอะไรสักอย่างบอกไม่ถูก” (ก้องกริช ศรีบุรินทร์, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

สิ่งที่น่าสนใจคือ เยาวชนที่ได้รับการกระตุ้นจากพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของครอบครัว หรือเพื่อนสนิทรอบตัว และเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของเครือข่าย ก็ได้รับการติดตั้งความรู้กลับมาเพื่อมาเป็นผู้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (change agent) ในครอบครัว หรือในกลุ่มเพื่อนของตนเอง อันเป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทตนเองอย่างน่าสนใจ ตัวอย่างของปรากฏการณ์ลักษณะนี้ถูกอธิบายไว้คือ

“ครอบครัวกับเพื่อนมีส่วนเป็นอย่างมาก คืออย่างที่หนูบอกว่าครอบครัวหนูติดเหล้า เพื่อนหนูติดเหล้า หนูก็เลยอยากที่จะเข้ามาทำตรงนี้ หนูคิดว่า 80% เลยนะที่ทำให้หนูอยากเข้ามาทำรณรงค์ อย่างบ้านหนูก็ขายเหล้าวันๆ หนึ่งขายได้เยอะมาก พอได้มารณรงค์ หนูก็เอาสื่อ เอาโปสเตอร์ไปแปะหน้าร้านเลย พอเค้าซื้อเค้าจะได้เห็นโทษจากสื่อที่หนูเอาไปแปะ” (วารภรณ์ พิณฑอง, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“ตอนนั้นเรายังไม่รู้เรื่องเหล่านี้เลย แต่ก็ไปช่วยนอกจากนั้นก็ยังมีปัญหา เพราะพ่อกินเหล้า พี่ชายก็กิน ก็เลยอยากเปลี่ยนแปลง เพราะไม่ค่อยได้คุยกับที่บ้าน หลังจากเข้าไปทำกิจกรรมถึงได้คุยมาคุยกับที่บ้านเรื่องนี้มากขึ้น” (ดำรงพล ดุไม, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“พ่อแม่มีส่วนครับ ตอนเด็ก ๆ ผมอยากรู้ว่า อันนี้คืออะไร พ่อผมก็ให้ลอง แล้วเค้าก็บอกว่า ถ้าอยากลองอะไรก็บอก ก็คือ พ่อผมทำให้รู้ว่ามันไม่ใช่อะไร อีกส่วนก็คือ การที่ได้มาทำงานตรงนี้ก็มีส่วน คือ การทำงานทำให้เราเข้าใจและรู้ถึงปัญหา ก็เลยอยากบรรจงให้กับเยาวชนรู้และเข้าใจเหมือนเรา” (อดิศักดิ์ ชัยวัฒน์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

ลักษณะพฤติกรรมเชิงบวกของคนใกล้ชิดรอบตัวในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือการที่กลุ่มคนรอบตัวเยาวชนไม่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เยาวชนเกิดความตระหนักต่อประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากการสื่อสารกันในครอบครัว การเป็นแบบอย่างที่ดี (role model) มีผลเป็นอย่างไรต่อการหล่อหลอมคุณลักษณะของเยาวชน โดยเฉพาะในครอบครัวที่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งปรากฏการณ์นี้ ผู้วิจัยสามารถอธิบายได้จากแนวคิดการสื่อสารเพื่อเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ระหว่างเยาวชนกับสมาชิกในครอบครัวเรื่องพฤติกรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นการสื่อสารที่เน้นความสำคัญของอารมณ์ ความรู้สึกของครอบครัว (affective involvement) เช่น การมีเวลาให้กับครอบครัวเพิ่มมากขึ้นถ้าไม่ดื่ม การเห็นความสำคัญของความเหนื่อยยากของพ่อแม่ในการทำงานเพื่อเลี้ยงลูก การมีหน้าที่ในฐานะลูกที่ดีของพ่อแม่ การให้ความสำคัญของเยาวชนในประเด็นเหล่านี้เป็นการสร้างความนับถือตัวเอง (self esteem) ให้เกิดขึ้น ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่การสื่อสารในครอบครัวสามารถสร้างขึ้นได้ผ่านกระบวนการเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ในที่สุดเยาวชนจะสร้างกระบวนการคิดที่จะเปรียบเทียบผลประโยชน์ (rewards) และค่าใช้จ่าย (costs) ในการดื่ม บนพื้นฐานของความรู้สึก อารมณ์ที่มีต่อครอบครัวเป็นหลัก ดังที่เยาวชนกล่าวในประเด็นนี้ว่า

“พ่อแม่พี่น้อง มีส่วนเพราะผมไม่ยุ่งอะไรกับพวกนี้อยู่แล้ว อาจจะเป็นเพราะทางบ้านฝึกอบรมผมมาอย่างนี้แล้ว ถ้าเราคิดจะเป็นอย่างนี้ เป็นนักดื่ม เค้าก็บอกอย่างนี้ก็ไม่จำเป็นต้องเรียนหนังสือแล้ว แต่ถ้าเป็นเพื่อนผมคิดว่าไกลตัวเราไป แต่ถ้าเป็นพ่อแม่ผมก็ต้องแคร์ความรู้สึกเค้า พ่อแม่ปลุกฝังเรามาทำให้เราอย่างที่จะมาทำงานบรรจงเพื่ออยากช่วยเหลือคนอื่น” (เอกชัย สุขแก้ว, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“ก็เกิดจากกิจกรรมที่เราทำตั้งแต่แรกอยู่แล้ว เหมือนมันอยู่ในสายเลือด พอหนูทำก็รู้สึก ว่าถ้าเราไม่ได้ก็จะรู้สึกแปลกๆ ส่วนที่บ้านเกิดดูไม่มีคนตี๋ม เหมือนกลายเป็นการปลูกฝังให้เราเห็นว่าที่เค้าไม่ตี๋มเพราะมันไม่ดี อีกรายก็คือ พอเรามารณรงค์แล้วถ้าเรามาตี๋ม มันทำให้เรารู้สึกผิด มากๆ” (ศิริประภา สิริขันธ์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

5.1.2 กิจกรรมของเครือข่ายเยาวชน

บุคลากรและกิจกรรมของเครือข่ายนับเป็นปัจจัยเร่งปฏิริยาจากภายนอกที่สำคัญ ในการทำให้เยาวชนตระหนักถึงประเด็นเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ และเข้ามามีส่วนร่วมกับ กระบวนการของเครือข่าย และเปลี่ยนเยาวชนธรรมดาเป็นแกนนำเยาวชนที่มีศักยภาพ (building capacity) ในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้วยตัวเองต่อไป ซึ่งคุณลักษณะของ บุคลากรและกิจกรรมของเครือข่ายที่ผู้วิจัยค้นพบว่าสามารถกระตุ้นให้เยาวชนเข้ามามีส่วน ร่วมกับกระบวนการของเครือข่าย และเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าปัจจัยเร่งปฏิริยานั้นสามารถ จัดการได้โดยเครือข่าย ดังสามารถแสดงให้เห็นได้ดังคือ

5.1.2.1 ทักษะการจัดการความรู้ของเจ้าหน้าที่เครือข่าย เจ้าหน้าที่ของ

เครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหารโครงการ วิทยากรกระบวนการ หรือทีมพี่เลี้ยง เป็นจุดติดต่อแรก ที่เยาวชนจะได้ทำความรู้จักกิจกรรมในประเด็นเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ เยาวชนที่มีความตั้งใจใน การทำงานเพื่อส่วนรวม แต่ยังไม่เข้าใจถึงความสำคัญของประเด็นเครื่องตี๋มแอลกอฮอล์นั้น ก็จะถูกเร่งปฏิริยาจากกระบวนการสื่อสาร (catalytic process) กับเจ้าหน้าที่ของเครือข่าย

ผู้วิจัยพบว่า ทักษะและวิธีการถ่ายทอดความรู้ของเจ้าหน้าที่ หรือวิทยากรกระบวนการ เป็นปัจจัยสำคัญในการเร่งให้เยาวชนหันมาสนใจ และเข้าใจต่อปัญหาและสถานการณ์ของ เครื่องตี๋มแอลกอฮอล์ ทักษะสำคัญที่ผู้วิจัยค้นพบว่าเจ้าหน้าที่ใช้ในการดำเนินงานใน กระบวนการเร่งปฏิริยาคือการเป็นผู้เอื้อและอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ (facilitator) ให้กับเยาวชนได้เรียนรู้ ทั้งจากสถานการณ์จริง หรือ การพูดคุยระหว่างกันเมื่อมีโอกาส ซึ่งการ จัดการความรู้ในลักษณะนี้ ต้องอาศัยความเข้าใจในตัวเยาวชนค่อนข้างมาก และยังคงขึ้นอยู่กับ ตัวเยาวชนด้วยว่าพร้อมที่จะเปิดรับการเรียนรู้แค่ไหน ดังที่เจ้าหน้าที่เครือข่ายท่านหนึ่งแสดง ความคิดเห็นไว้ว่า

“ผมว่าปัจจัยสำคัญในการสร้างเด็กขึ้นอยู่กับใจเป็นสำคัญ ซึ่งมีสองระดับ ระดับหนึ่งคือ พี่เลี้ยง องค์กร ที่สนับสนุนเด็กมีใจขนาดไหน พวกเราทำงานกับเด็กต่างวัย เราจะคุยกันตลอดว่า เข้าใจพฤติกรรมเด็กหรือไม่ ในระดับที่สอง กลุ่มเด็กก็ต้องเข้าใจตนเองเหมือนกันว่าทำงาน ประเภทไหน ตัวเองคิดอะไรอยู่” (ปรีชา แสนรัก, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

ดังนั้น คำว่า “มีใจ” นั้น นอกจากความปรารถนาดีที่ต้องการเห็นเยาวชนพัฒนาอย่างมีคุณภาพแล้ว ยังหมายถึงการที่เจ้าหน้าที่เครือข่ายต้องเข้าใจทัศนคติและพฤติกรรมของเยาวชนเหล่านี้ด้วย กล่าวคือ เจ้าหน้าที่เครือข่ายได้เปิดโอกาสให้เยาวชนได้ทำกิจกรรมตามที่ตัวเองตั้งใจ จากพื้นฐานที่ว่า เยาวชนมีความเป็นตัวของตัวเองสูง และต้องการความท้าทายในการทำงาน แต่เจ้าหน้าที่ก็จะพยายามสอดแทรกความรู้เรื่องผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เยาวชนได้เข้าใจด้วยตัวเองผ่านกิจกรรมต่างๆ ดังที่เจ้าหน้าที่ของเครือข่ายหลายคน ได้นำเอาแนวคิดนี้มาแปลงเป็นรูปธรรมโดยการเปิดโอกาสและท้าทายให้เยาวชนได้มีพื้นที่ในการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมในสถานการณ์จริง ไม่ว่าจะเป็นการลงไปสังเกตการณ์ในพื้นที่ หรือ การไปเห็นชีวิตของผู้ที่ได้รับผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนที่จะนำประสบการณ์นั้นกลับมาแลกเปลี่ยนกันในวงสนทนาร่วมกับเจ้าการลงไปมีประสบการณ์จริงกับเรื่องเหล่านี้ เป็นการจัดการความรู้ที่ทำให้เยาวชนได้ครุ่นคิดถึงปัญหาและผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อสังคม ดังคำพูดที่ว่า

“การทำให้เยาวชนเข้ามาตระหนักถึงปัญหา มันเป็นการซึมซับ เราไม่ได้พูดถึงเรื่องงานและเหล่าเลย แต่ให้เขาเรียนรู้จากสถานการณ์ เราต้องมองงานให้ท้าทาย พยายามไม่ให้หยุด และต้องเปลี่ยนงานให้เขาดู หรือการลงพื้นที่จริง พาไปดูจากกลุ่มเครือข่ายเหยื่อ น้องกลุ่มนี้จะวนเวียนเรื่องนี้ตลอดเวลา ทำให้เรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องใกล้ตัวมากขึ้น” (ธงชัย ยงยีน, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2552)

“ที่ผ่านมาให้เขาใช้เครื่องมือของการให้ตัวเขาไปสังเกต ปรากฏการณ์ของธุรกิจ เข้าไปถ่ายภาพ ดูซิว่าร้านเหล้ารอบมหาลัย ทำอะไรบ้าง เครื่องมือก็ใช้การแลกเปลี่ยนพูดคุยกัน จากประเด็นที่เขาเห็นในสังคม หรือการเห็นชีวิตผู้อื่น รับรู้ว่ามีเรื่องเหล่านี้สร้างความทุกข์อย่างไร ให้มีพื้นที่ของเขา มาเคลื่อนไหว ที่เหลือก็เอานักวิชาการไปพูดให้ฟังว่าสิ่งที่เขาเห็นคืออะไร ที่เหลือให้เขาวิเคราะห์สถานการณ์เอง” (สุวรรณ์ บุญแท้, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

“ไปทำงานเป็นพี่เลี้ยงฐาน โดยตอนนั้นต้องดูแลเด็ก ป.4 ป.5 ต้องให้ความรู้กับน้อง เพราะหนูประจำฐานนี้ ได้รับหัวข้อเรื่องโทษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เราก็จะสอนเด็กไป พอน้องตอบได้ว่าโทษคืออะไรและจะนำไปบอกกับพ่อแม่พี่น้องไม่ให้กินเหล้า เหมือนเป็นการปลูกฝังเด็ก แต่นั่นก็คือสิ่งที่ทำให้เราหันมาสนใจตรงเรื่องอย่างจริงจัง” (ยุวดี ชินบุตรานนท์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

การเปิดพื้นที่การเรียนรู้ในลักษณะดังกล่าวข้างต้น ถือว่าเป็นการจัดการความรู้ของเครือข่ายที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้เรียนรู้ด้วยตนเองควบคู่ไปกับการถ่ายทอดความรู้จาก

เจ้าหน้าที่ จนสามารถสร้างความสนใจต่อประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน และทำให้เยาวชนสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่อไป ผู้วิจัยพบว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเกิดจากการที่เยาวชนสามารถที่จะพูดคุยสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ โดยเจ้าหน้าที่จะเชื่อมโยงให้เยาวชนได้มองเห็นปัญหา และเริ่มสนใจที่จะติดตามสถานการณ์ และแก้ไขปัญหา รวมถึงการตั้งคำถามกับตนเองถึงความเชื่อมโยงของเรื่องดีมีแอลกอฮอล์ที่มีความเกี่ยวข้องกับตนเอง และสังคม และท้ายที่สุดเยาวชนก็จะเริ่มตั้งคำถามต่อคุณค่าของตนเอง ซึ่งเป็นคำถามที่สำคัญ ดังเช่น

“พื้นที่เปิดการเรียนรู้ คือมันเข้ามาในพื้นที่ไม่มีผิดถูก ต้องไปในทิศทางเดียวกัน เช่นหลายคนไปๆมาๆ ถามว่าทำไมมา บอกว่าพร้อมจะเรียนรู้ก็จะมา เพราะเราเปิดตลอดเวลา กล้าที่จะแสดงออกได้หมดเลย เหมือนได้กลับบ้านเก่า กล้าบอกเรื่องราวตัวเอง ทุกครั้งคุยกัน คาดหวังอะไร ชีวิตช่วงนี้เป็นอย่างไร ใครมีสุขหรือทุกข์ ดีใจ เสียใจอย่างไร ความคาดหวัง หลายคนมองว่าเป็นบ้านหลังที่สอง” (ธงชัย ยงยืน, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2552)

การพยายามตั้งคำถามต่อตนเองในเรื่อง “การค้นหาค้นหาตนเอง” จึงเป็นประเด็นที่สอดคล้องกับช่วงวัยของเยาวชน โดยเฉพาะในเยาวชนระดับอุดมศึกษา ที่มีความคิดอยากจะทำสิ่งของตนเอง ถึงศักยภาพของตนเองที่มีการจุดประเด็นนี้ของเครือข่ายต่อเยาวชนจึงเป็นการ “ท้าทาย” ให้เยาวชนได้ดึงเอาศักยภาพของตนเองที่อยู่ภายในออกมาใช้ในการทำงาน และนำเอาระบบงานการ “ตั้งคำถาม” มาใช้ในขั้นตอนการสร้างความรู้ความตระหนักรู้ ดังเยาวชนสะท้อนไว้ว่า

“กระบวนการแรกที่ทางทีมงานตั้งคำถามกับเราตลอดว่า เราคือใคร เราคือใคร เรามาทำอะไร เราทำอะไรอยู่ เราก็เลยคิดว่าเราทำอะไรอยู่ เราก็เลยค้นพบคำตอบว่า เรากำลังทำอะไร เรามาที่นี่เพื่ออะไร ก็เช็คตัวเอง สุดท้ายเราก็ได้ว่า ความจริงแล้ว เรามาตามหาอะไรบางสิ่งบางอย่างที่เกิดประโยชน์ เกิดประโยชน์กับตนเอง เกิดประโยชน์ต่อสังคม” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“ตอนเก็บข้อมูลก็ได้เห็นความจริงต่างๆ นานา ทำให้ตอกย้ำกลับมาที่เราอะไรบางอย่างเพื่ออะไรแล้ว ว่าเรามาทำอะไร เจอร้านเหล้าเมื่อก่อนไม่เคยคิดว่าเป็นปัญหาเลย แต่ตอนพอดีเรามาจับจ้องกับปัญหา เราเห็นปัญหาจริงๆ ก็เป็นจุดเปลี่ยน ตั้งคำถามกับตนเองว่ากำลังทำอะไรอยู่” (วัลย์พร แยมพัทตร์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

5.1.2.2 การสร้างกิจกรรมมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน

บทบาทหน้าที่ของเจ้าหน้าที่เครือข่าย นอกจากการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อเร่งปฏิริยาในการเข้ามามีส่วนร่วมกับเครือข่ายแล้ว ยังมีบทบาทหน้าที่ในการเชื่อมประสานความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนด้วยกัน (a specialist in the relationships between people) เพื่อสร้างกลุ่มเยาวชนที่มี

ความเข้มแข็ง ซึ่งผู้วิจัยพบว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะทำให้เยาวชนสนใจที่จะเข้าร่วมโครงการ

“สิ่งที่จูงใจส่วนหนึ่งคือรูปแบบกิจกรรมที่ไม่ใช่วิชาการและมีพื้นที่สำคัญแลกเปลี่ยนหาความรู้ ความเป็นเพื่อน ผลึกให้มากที่สุด” (สุวรรณ์ บุญแท้, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เยาวชนมีความสุขและอยากเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมคือ การได้ร่วมงานกับเพื่อนที่เข้าใจกัน ดังที่เราเห็นจากอิทธิพลของเพื่อนในการเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาภายในที่ทำให้เยาวชนเริ่มที่จะสนใจเข้าร่วมกิจกรรม การจัดการความรู้ที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน มากกว่าเนื้อหาทางวิชาการ ก็จะเป็นการต่อยอดกระบวนการเร่งปฏิกิริยาให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น ดังเยาวชนกล่าวไว้ว่า

“พอจะจบกิจกรรม ผมก็ผูกพันกับเพื่อน ๆ อย่างที่ไม่เคยรู้สึกมาก่อน เพราะผมไม่เคยมีเพื่อนที่ผูกพันได้ขนาดนี้ครับ หลังจากค่ายนี้เค้าก็วางแผนกันว่า สงกรานต์ก็จะทำอะไรก็ทำเกี่ยวกับตลอดเลย” (วายุ ไชยมูล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“ที่อยากเข้าร่วมเพราะตอนนั้นคิดสนุก อยากเข้าค่าย เพราะเข้าค่ายแล้วรู้สึกว่าโครงการนี้มันดี เพราะได้ความรู้ ได้มิตรภาพ ได้ความสามัคคีกัน” (สุธิดา พลเยี่ยม, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

5.1.3 นวัตกรรมการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ

กิจกรรมต่างๆ ที่เครือข่ายนำมาใช้ถือว่าเป็นนวัตกรรมในการรณรงค์ในการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน ไม่ว่าจะเป็น การใช้สื่อรณรงค์ในรูปแบบใหม่ เช่น สื่อออนไลน์, การสร้างภูมิคุ้มกันในการรู้เท่าทันผ่านการเสริมสร้างศักยภาพเยาวชน เครื่องมือละคร การเข้าไปร่วมกับกิจกรรมในสถานศึกษา กิจกรรมประเพณีในท้องถิ่น ซึ่งนวัตกรรมการรณรงค์เหล่านี้ ถ้าถูกจัดการบนพื้นฐานของการเป็นกระบวนการจัดการความรู้ของเครือข่ายที่ผู้วิจัยได้อธิบายไว้ก่อนหน้านี้ จะเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาที่ดีในการที่จะทำให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม

5.1.3.1 นวัตกรรมต้องส่งเสริมประเด็นการสื่อสารรณรงค์ กิจกรรมการรณรงค์หนึ่งที่ยังอธิบายการใช้นวัตกรรมในการเป็นตัวเร่งปฏิกิริยา คือ ละครหุ่นสายเพื่อการรณรงค์ โดย “คณะละครหุ่นสายเสมา” โดยจุดมุ่งหมายของการใช้หุ่นสายคือการใช้ตัวหุ่นและทักษะในการเชิดหุ่นเป็นสิ่งดึงดูดให้เยาวชน รวมถึงครูอาจารย์ เข้ามาสนใจในกิจกรรม และใช้

กิจกรรมนั้นถ่ายทอดเรื่องราวของประเด็นในการรณรงค์ แต่เป็นที่น่าเสียดายว่าโครงการนี้ไม่ประสบความสำเร็จเท่าไรนักในการก่อให้เกิดความตื่นตัวในประเด็นที่สื่อสาร แต่กลับเป็นว่าผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมให้ความสำคัญกับตัวหุ่นสายมากกว่า กรณีศึกษาที่บ่งบอกถึงจุดอ่อนของการใช้นวัตกรรมในการรณรงค์ที่เน้นให้ความสำคัญกับเรื่องของการรณรงค์มากกว่าเนื้อหาหรือประเด็นที่ต้องการสื่อสาร ตามที่ผู้รับผิดชอบกล่าวไว้ว่า

“จุดหนึ่งเราประเมินว่า หุ่นสายเป็นสื่อยาก เป็นสื่อที่มีขั้นตอนมากกว่าละครตัวไป คือต้องทำชิ้นงานให้เสร็จก่อน จึงไปเรียนละคร จึงเอาประเด็นมาใส่ ในขณะที่ละครก็เริ่มต้น เรียนละครและประเด็นใส่เลย เพราะถ้าเด็กทำสื่อไม่ได้ก็ไม่ผ่านขั้นตอนนี้ หรือขีดไม่ได้ ก็ถ่ายทอดไม่ได้ นี่เป็นอุปสรรคของหุ่นสาย” (นิมิตร พิพิธกุล, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

การใช้นวัตกรรมในการรณรงค์นั้นจำเป็นต้องทำหน้าที่ในการส่งเสริม สนับสนุนประเด็นในการรณรงค์ให้เกิดความเด่นชัดขึ้นมา ดังนั้นนวัตกรรมจึงไม่ควรที่จะเด่นกว่าหรือแยกออกมาจากประเด็น เพราะมีจะนั้นอาจจะทำให้กลุ่มเป้าหมายหลงทิศทางการรณรงค์ เช่น ในโครงการหุ่นสายเสมาที่กลุ่มเป้าหมายมักเข้าร่วมโครงการเพื่อเรียนรู้วิธีการทำและชักหุ่น แต่ไม่สนใจต่อประเด็นที่คณะหุ่นต้องการที่จะนำเสนอ ทำให้ไม่สามารถที่จะชักจูงให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงได้

“ปัญหาคือตัวครูไม่สามารถที่จะดันตัวเองกับตัวผู้บริหารได้ และเด็กที่เข้ามากลุ่มใหม่ ก็ไม่สามารถเอานวัตกรรมมาสอนได้เพราะเป็นเรื่องใหม่” (นิมิตร พิพิธกุล, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

ซึ่งความสับสนดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมตั้งข้อสงสัยกับบทบาทสถานะของตนเองในการดำเนินงาน ว่าตนเองมีสถานะเป็นนักผลิตละคร หรือเป็นนักรณรงค์ที่ใช้เครื่องมือละครเป็นสื่อ

“มีปัญหาการใช้สื่อการละคร ถ้าทำกับโรงเรียนนั้นทางโรงเรียนจะยินดี แต่ถ้าไปมีส่วนร่วมกับ เขาจะบอกว่าพวกละครรณรงค์ไม่ใช่ละคร คือมันเป็นลักษณะไม่ใช่story แต่มันเป็นลักษณะที่เอาไปรณรงค์ มันไม่ถือว่าเป็นละคร เลยทำให้เด็กในกลุ่มนี้เกิดความสงสัยในนวัตกรรมตัวเอง และทำวิจัยตัวเอง เป็นปมว่าไม่เก่งละคร แต่ในสิ่งที่ทำเพื่อใช้ในแอลกอฮอล์ ไม่ใช่เพื่อละคร เพราะฉะนั้นมีข้อสับสนพอสมควร ฉันทแนใจแล้วหรือว่านวัตกรรมฉันแข็งแรง” (นิมิตร พิพิธกุล, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

5.1.3.2 การเข้าถึงนวัตกรรม นอกจากนี้ ความยากในการเข้าถึงการผลิตสื่อรณรงค์ ก็เป็นอุปสรรคสำคัญในการสร้างความต่อเนื่องในพื้นที่ และทำให้เป็นไปได้ยากที่จะเกิดการ “ผลิตซ้ำ” (reproduction) ในสถานศึกษา ซึ่งทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่อง เพราะจากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัยพบว่าเยาวชนที่สนใจจะต้องผลิตหุ่นมือขึ้นมาเอง และจะต้องเรียนการขีดหุ่น ซึ่งต้องใช้เวลา และทักษะเป็นอย่างมาก เยาวชนหลายคนจึงไม่สามารถที่จะใช้สื่อละครหุ่นสายได้ หรือเยาวชนที่มีความสามารถในการขีด การทำหุ่นก็ไม่สามารถที่จะถ่ายทอดไปสู่เพื่อนหรือรุ่นน้องได้ ความรู้ที่เครือข่ายได้ไปถ่ายทอดไว้ก็จึงหายไปเมื่อเยาวชนเปลี่ยนรุ่นขึ้นมาดังคำพูดที่ว่า

“ปัญหาเดิมๆ คือเมื่อเด็กเปลี่ยนรุ่นเด็กก็หายหมด เมื่อองค์ความรู้ที่เราถ่ายทอด ก็กระจายหายศูนย์หมดเป็นการต่อที่เราต้องเดินทางไปต่อ ซึ่งเด็กต่อเองไม่ได้” (นิมิตร พิพิชกุล, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

5.1.3.3 การใช้นวัตกรรมเป็น “ตัวล่อ” เยาวชนให้เข้ามาร่วมกิจกรรม
การสื่อสารรณรงค์ผ่านสื่อออนไลน์ถือเป็นนวัตกรรมการสื่อสารรณรงค์ที่น่าสนใจ และสร้างผู้วิจัยพบว่าสื่อออนไลน์ยังไม่สามารถเป็นปัจจัยเร่งปฏิกิริยา ต่อการกระตุ้นให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของเครือข่ายได้ แม้มีความพยายามในการสร้างชุมชนออนไลน์ (online community) ในกลุ่มเยาวชน อาทิ www.aboutdna.net ของโครงการ DNA (Drink No Alcohol) แต่ก็ดูเหมือนว่าปัญหาการจัดการ และความเชี่ยวชาญของผู้รับผิดชอบทำให้เครื่องมือนี้ประสบความสำเร็จล้มเหลว

เว็บไซต์ www.aboutdna.net เป็นสื่อออนไลน์ที่มีความน่าสนใจเพราะเป็นความพยายามในการต่อยอดกิจกรรมการประกวดกองเชียร์และเชียร์ลีดเดอร์ที่เกิดขึ้นในสถานศึกษาไปสู่ชุมชนเสมือนของเยาวชนในเว็บไซต์ ผู้วิจัยกลับพบว่า เยาวชนในชุมชนเสมือนนี้ให้ความสำคัญหรือพูดถึงประเด็นเรื่องแอลกอฮอล์น้อยมาก ประเด็นที่เยาวชนเหล่านี้มีปฏิสัมพันธ์กันคือกิจกรรมการประกวดกองเชียร์และเชียร์ลีดเดอร์ ปรากฏการณ์นี้มีความคล้ายคลึงเป็นกับการใช้ละครเพื่อการรณรงค์ที่เครือข่ายไม่สามารถสอดแทรกประเด็นเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงไปในเรื่องมือการรณรงค์ได้อย่างเหมาะสม ทำให้ประเด็นการรณรงค์ที่ควรจะเป็นจุดเด่น กลับกลายเป็นจืดจาง ถึงแม้ว่าสาเหตุของปัญหานี้อาจเกิดจากตัวเยาวชนเองที่ไม่ได้พิจารณาว่าปัญหาเรื่องแอลกอฮอล์เป็นปัญหาของตนเอง แต่ผู้วิจัยเห็นว่าปัญหานี้มาจากเครือข่ายมักไม่ได้สร้างนวัตกรรมการรณรงค์เพื่อจัดการปัญหาเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในเยาวชน แต่นวัตกรรมในการรณรงค์ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเป็น “ตัวล่อ” ให้เยาวชนเข้ามาสนใจในกิจกรรม ก่อนที่จะเพื่อส่งต่อไปยังประเด็นการรณรงค์ ซึ่งการส่งต่อไปสู่ประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นี้เองที่ยังไม่มีความชัดเจนและแข็งแรงเพียงพอที่จะกระตุ้นให้เยาวชนสนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายต่อไป

การจัดการนวัตกรรมในการสื่อสารรณรงค์จึงต้องมีความเข้าใจในตัวเยาวชน การใช้ นวัตกรรมเป็นเพียงแค่ “ตัวล่อ” ให้เยาวชนเข้ามาสนใจ นวัตกรรมการรณรงค์มักเป็นกิจกรรมที่ สะท้อนความสนใจของเยาวชนในช่วงเวลานั้น แต่ประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องสอดแทรก อยู่ในสื่อและกิจกรรมอย่างเหมาะสม ดังคำกล่าวที่ว่า

“สื่อวัยรุ่นเปลี่ยนตลอด ก็เลยมองว่าเราเปลี่ยนคนทำตามยุคไป ตัวเนื้อหา ไม่เห็นเรื่อง เหล่า เอาเรื่องกฎหมายมาทำความเข้าใจ ก็ต้องมีการปรับตัวหาเขา บางงานก็ยืนจุดแข็งของเรา พวกมหาลัย บางครั้งก็ต้องการข้อมูลทางด้านนี้ โดยเอาเรื่องที่เขาสนใจนำดีกว่า ปรับตามสิ่งที่ เขาสนใจ โดยยกประเด็นพวกนี้มาเกี่ยว ซึ่งเป็นช่องทางที่ดี” (พิริยะ ทองสอน, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2552)

5.1.4 ผลกระทบของนโยบาย

จากคำกล่าวที่ว่าการรณรงค์ต่าง ๆ เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเยาวชนนั้น จะไม่ได้ ผลหากสภาพแวดล้อมทางกายภาพไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นการเปลี่ยนสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น การทำให้สถานศึกษา หรือชุมชนรอบสถานศึกษาเป็นเขตปลอดแอลกอฮอล์ จึงเป็น สิ่งจำเป็น (สุปรีดา อุดุลยานนท์, 2550) ผู้วิจัยพบว่าการเกิดขึ้นของพระราชบัญญัติควบคุม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เป็นการปักหมุดที่สำคัญในการจัดการต่อปัญหาการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน เพราะ พรบ. ฉบับนี้ มีเป้าประสงค์ที่มุ่งจะให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (demand and supply reduction) รอบตัวเยาวชน และกลายเป็นปัจจัยเร่งปฏิบัติการมีส่วนร่วม ของเยาวชน เหตุเพราะหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีการเคลื่อนไหวในการบังคับใช้ กฎหมาย สร้างความตื่นตัวให้กับเยาวชน รวมถึงการสร้างเครือข่ายเยาวชนที่เพิ่มขึ้น ซึ่งทั้งหมด ก็เนื่องมาจากการเกิดขึ้นของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ทั้งสิ้น

“ปัจจุบันเปลี่ยนแปลงเยอะมาก ตั้งแต่มีนโยบายมาช่วย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ โดยเฉพาะ เจ้าหน้าที่ตำรวจ ผากให้เราผลักดันกฎหมายให้ควบคุมไม่ให้เด็กดื่ม ดื่มที่ไหนให้จับ โดยเฉพาะ ในส่วน 15 ตำบลมีการเปลี่ยนแปลง เมื่อก่อนมีมหรสพ มีคอนเสิร์ต หมอลำซิ่ง มีการขายดื่มสุรา ตามสบาย หลังจากเราทำงาน ก็ไม่มีคอนเสิร์ตไหนไปเล่นในสถานที่ราชการได้ ความรุนแรงที่ เคยเกิดขึ้นก็ลดลง นี่คือบทบาทของประชาคม เราเริ่มมีเครือข่ายโรงเรียน เครือข่ายเด็ก มากขึ้น ทุกปี และก็เริ่มมีงานประเพณีปลอดเหล้า แจ้งความจำนง ขอใบประกาศขอป้ายไปติดในงานมาก ขึ้น ครอบครัวเลิกเหล้าเป็นต้นแบบมากขึ้น” (ปรีชา แสนรัก, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

แม้ว่าพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ยังไม่สามารถขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเด่นชัดในเยาวชน สาเหตุเพราะการบังคับใช้กฎหมายยังมีความคลุมเครือ (สุวรรณ บัญแท้, **สัมภาษณ์**, 12 ตุลาคม 2552) ตามที่ผู้วิจัยพบว่าอัตราการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของเยาวชนไม่ได้ลดลงตาม หลังการบังคับใช้ พรบ. ตั้งแต่วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2551 เช่น พฤติกรรมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะเครื่องตี้มประเภทเบียร์และสุราผสม (บุญชอบ สิงห์คำ, **สัมภาษณ์**ในหนังสือพิมพ์ข่าวสด, 21 ตุลาคม 2552: 29) และการเติบโตของร้านเหล้ารอบสถานศึกษาและนักศึกษาที่มีแนวโน้มตี้มเหล้ามากขึ้น (ปริญญา เทวานฤมิตรกุล, ไทยรัฐ, 10 มีนาคม 2552: 15) แต่ พรบ. ได้กระตุ้นให้เกิดกิจกรรมการขับเคลื่อนการบังคับใช้ พรบ. ในพื้นที่ต่างๆ อย่างมากมาย เยาวชนที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมการเฝ้าระวัง และบังคับใช้กฎหมายดังกล่าว จะได้คิด วิเคราะห์ ทำความเข้าใจถึงประเด็นเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ และกระตุ้นให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลักดัน และขับเคลื่อนการบังคับใช้ต่อไป ดังที่เยาวชนกล่าวถึงความพยายามที่จะต่อยอดกิจกรรมออกไป ดังนี้

“เริ่มมาจากค่ายๆ หนึ่งที่ใช้ชื่อ ว่าค่ายเยาวชนสร้างสรรค์รัฐทันแอลกอฮอล์ ที่รวมกลุ่มเยาวชนที่ต้องการจะผลักดันพระราชบัญญัติเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในตอนนั้น ค่ายนี้เราก็มาเจอกัน เราก็มาวางแผนกันว่าจะไปยื่นหนังสือ ก็มีการตั้งขบวน ไปขอให้ท่านสนับสนุนพระราชบัญญัติเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ อันนี้คือจุดเริ่มต้นของกลุ่ม” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, **สัมภาษณ์**, 20 ธันวาคม 2552)

5.1.5 สื่อมวลชนและกิจกรรมสาธารณะ

โดยทั่วไปแล้วสื่อมวลชนในการสื่อสารรณรงค์มักทำงานในสองลักษณะคือ ประการเป็นช่องทางในการสื่อสารจากส่วนกลางสู่กลุ่มเป้าหมายในประเด็นการรณรงค์ และประการที่สองเป็นช่องทางในการลำเลียงสารจากชุมชนสู่สาธารณชน แต่ในขณะเดียวกันสื่อมวลชนก็ทำหน้าที่ในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือเป็นช่องทางที่กลุ่มธุรกิจเครื่องแอลกอฮอล์ใช้ในการ “สร้าง” วาทกรรมในการตี้ม โดยกล่าวถึง “มิตรภาพระหว่างเพื่อน” “วีรบุรุษ” หรือ “การตี้มอย่างรับผิดชอบ” ซึ่งวาทกรรมเหล่านี้ทำให้เยาวชนอยากเลียนแบบในความสำเร็จ หรือในความพยายามของผู้แสดงในโฆษณา ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนนั้นเป็นปัจจัยเร่งปฏิกิริยาที่ทำหน้าที่ทั้งในด้านบวกและลบต่อพฤติกรรมการตี้มเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ของเยาวชน ดังที่เยาวชนหลายคนได้สะท้อนให้เห็นถึงการสร้างภาพให้การบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์เป็นปรากฏการณ์ปกติ โดยสื่อมวลชน เช่น

“สื่อต่างๆ พยายามตอกย้ำให้เยาวชนมีความคิดในแบบเดิมๆ คือ กินเหล้าแล้วเท่ อยู่ในร้านเหล้าแล้วเท่ มีเพื่อนฝูงมากๆ ต้องกินแล้ว น่าจะเป็นแบบนี้มากกว่า ที่ทำให้สื่อสารกับเค้าได้ยาก” (ยุวดี ชินบุตรานนท์, **สัมภาษณ์**, 11 กันยายน 2552)

แต่อย่างไรก็ตาม สื่อมวลชนก็มีพลังในการสร้างผลกระทบด้านบวกที่แสดงให้เห็นผลเสียของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนได้เช่นเดียวกัน ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนได้รับรู้เรื่องราวความรุนแรง ความสูญเสียผ่านสื่อ โดยเฉพาะเมื่อสื่อได้ใช้จุดอ่อนด้านความน่ากลัว (fear appeal) ในการสื่อสารกับเยาวชน จนเป็นปัจจัยหนึ่งที่เร่งปฏิกิริยาให้เยาวชนตระหนักถึงปัญหาและผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเวลาต่อมา เช่น

“สื่อที่ออกมา ก็มีผลนะค่ะ อย่างเช่นโฆษณาที่ออกมาทำให้เห็นว่า มันทำให้เกิดการศูนย์เสียกับครอบครัว เกิดความรุนแรงกับครอบครัว แต่ถ้ามีผลมากน่าจะเป็นข่าว เพราะจะเห็นสภาพคนเมาแล้วขับ รถชนตาย สมองไหลอันนี้มีส่วนมาก” (รัชนิกร พานิชกิจ, **สัมภาษณ์**, 11 กันยายน 2552)

“ข่าวที่ออกมาในหน้าหนังสือพิมพ์ ที่มีข่าวอาชญากรรมมากขึ้น มันเกิดจากการกินเหล้าทำให้เกิดปัญหามากมาย ทำให้เราอยากที่จะเข้าร่วมกิจกรรมก็มีส่วนที่หนูเค้าร่วม เพราะทำให้เราอยู่ในสิ่งที่เราไม่รู้ ทำให้เรามีประสบการณ์มากขึ้น ไม่รู้ก็ได้เรียนรู้” (ศิริเนตร ทิพย์กำจรวงศ์, **สัมภาษณ์**, 11 กันยายน 2552)

การทำงานของสื่อมวลชนในฐานะปัจจัยเร่งปฏิกิริยา จะมีพลังมากขึ้นเมื่อทำงานประสานกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ เช่น พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของบุคคลใกล้ชิดตัวเยาวชน ประกอบกับจิตใจที่อยากทำงานเพื่อส่วนรวมก็จะทำให้เยาวชนมีความพร้อมในการที่จะเข้าร่วมกิจกรรม และเรียนรู้ต่อไป

“จากปัญหาที่เห็นจากสื่อ ก็คือปัญหาที่เกิดจากคนกินเหล้า และสิ่งที่เราเห็นจากเพื่อนๆ อย่างเช่น เพื่อน ช่วงเทอมแรกเค้าก็ยังเรียนดีอยู่ พอเค้าเทอมสองมีการกินเหล้าเข้ามา เกรดออกมาก็ตกลงจากเดิมมาก ก็เลยรู้สึกว่ามันไม่ได้มีประโยชน์อะไรมากมาย จึงอยากรณรงค์ให้คนอื่น ๆ เลิก ส่วนสื่อต่างๆ ก็มีผลเพราะมีส่วนดึงความสนใจเราบ้าง รวมทั้งการที่เราเห็นปัญหาด้วยก็เลยอยากเข้ามาอยู่ตรงนี้บ้าง” (สุภรณ์ พลอยศิริ, **สัมภาษณ์**, 12 กันยายน 2552)

“เราอยากทำให้สังคมลดปัญหาลง เพราะเห็นว่าในข่าวออกมาประสบอุบัติเหตุเพราะเมาตาย เราก็อยากเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้สังคมดีขึ้น บางครั้งเราก็เคยประสบมาเอง เราก็เจ็บนะคนอื่นที่เค้าพิการไป เสียชีวิตไป ครอบครัวเค้าจะเป็นอย่างไร ก็จะทำให้ปัญหาสังคมไปเรื่อยๆ ถ้า

เราเริ่มจากจุดเล็กๆ ขยายต่อไปก็จะทำให้ปัญหามันลดลงไปด้วย” (ทัตพร เสงี่ยมศรี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

สื่อมวลชนจึงนับเป็นเครื่องมือสำคัญในการแพร่กระจายความรู้ (diffusion model) ที่จะทำหน้าที่สื่อสารเพื่อให้เยาวชนเกิดการรับรู้ (awareness) ต่อประเด็น ซึ่งทำให้เกิดการกระตุ้นแบบแผนการคิด (stimulate thinking pattern) ต่อกรณีประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเป็นจุดที่เยาวชนจะนำไปสื่อสารต่อในกลุ่มเพื่อน ดังจะเห็นในภาพยนตร์โฆษณาของกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในช่วงหลังที่มุ่งสื่อสารกับเยาวชนมากขึ้น เช่นในเรื่องอุบัติเหตุกับการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ที่ใช้ภาษา ตัวแสดง และรสนิยมที่อยู่ในวัยเยาวชน ดังที่เยาวชนสะท้อนประเด็นนี้ไว้ว่า

“วัยรุ่น กับทีวีกับโฆษณา แฟชั่น เพลง ละคร มันไปด้วยกันอยู่แล้ว โฆษณาระหว่างดูอะไรยังงี้ เออที่เค้าโฆษณามันก็จริงนะ อะไรอย่างนี้ เอออีกอย่างที่ผมคิดว่าเจ๋ง คือ โฆษณาตัวใหม่ๆ ของ สสส ผมว่ามันเจ๋ง แต่ก่อนโฆษณาที่ออกมาจะดูจริงจังมากไป เหมือนจะออกมาให้ผู้ใหญ่ดู ผู้ใหญ่ฟังมากกว่า ทำให้เด็กคิดว่า มันไม่ดีดูไม่รู้เรื่อง กูไม่ฟัง แต่ตอนนี้โฆษณามันเปลี่ยนไป มันเจ๋ง ต้องคอยดูเอาไปคุยกับเพื่อนๆ ที่โรงเรียน” (อดิศักดิ์ ชัยธวัชณ์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

หลังจากนั้นเครือข่ายต่างๆ ในพื้นที่ก็จะทำงานต่อยอดจากแบบแผนความคิดดังกล่าว บนพื้นฐานของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory model) เพื่อสร้างประเด็นในการทำงานกับเยาวชนในพื้นที่ เช่น การที่เครือข่ายนำเอากรณีตัวอย่างที่ดี (best practice) ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่างๆ มาเรียงร้อยให้น่าสนใจและสร้างเป็นแรงบันดาลใจให้กับเยาวชนอื่นๆ ซึ่งวิธีนี้เป็น การต่อยอดจากกิจกรรมที่เกิดเพียงแคในชุมชนใดชุมชนหนึ่งให้เป็นที่รับรู้สู่สาธารณชน

แนวทางการใช้สื่อมวลชนในลักษณะนี้เป็นการลดจุดอ่อนของแนวทางการณรงค์เชิงมีส่วนร่วมที่มักจะถูกวิจารณ์ว่าไม่สามารถขยายผลในภาพกว้างได้ ยกตัวอย่างเช่น การที่เครือข่ายละครณรงค์ดเหล้า จัดโครงการ “กระบวนการละครเพื่อเสริมศักยภาพชุมชนนำร่อง เฝ้าระวังภัยจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ที่ชุมชนหนองแขม กรุงเทพฯ (ไทยโพสต์, 26 กันยายน 2551: 4) ที่ดึงเอาจุดเด่นของการใช้ละครในการรณรงค์ และบอกถึงแนวทางที่ชุมชนร่วมกันต่อสู้กับปัญหาแอลกอฮอล์ให้กับสังคมภายนอกได้รับรู้ ซึ่งเมื่อสารนี้ประกอบกับภาพใหญ่ในเรื่อง พรบ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทำให้พลังของสารมีความหนักแน่นมากขึ้น

“สื่อรับ สื่อระดับชาติครับ กินนโยบายของรัฐที่ต้องเสนอออกมา เพราะการรณรงค์แบบนี้ก็ได้ในระดับหนึ่ง หลังจากนั้นเราก็ไม่รู้แล้ว เหมือนตอนทำนโยบายบูห์รียังนี้ครับ เหมือนที่ฉาย

ภาพในโฆษณาควรเอารูปที่แบบที่เกิดจากอันตรายของเหล่าชิ้นพร้อมกัน มันถึงจะได้ผลให้คนเห็นถึงโทษของมันเยอะๆ” (เฉลิมวุฒิ สังค์คดี, **สัมภาษณ์**, 10 พฤศจิกายน 2552)

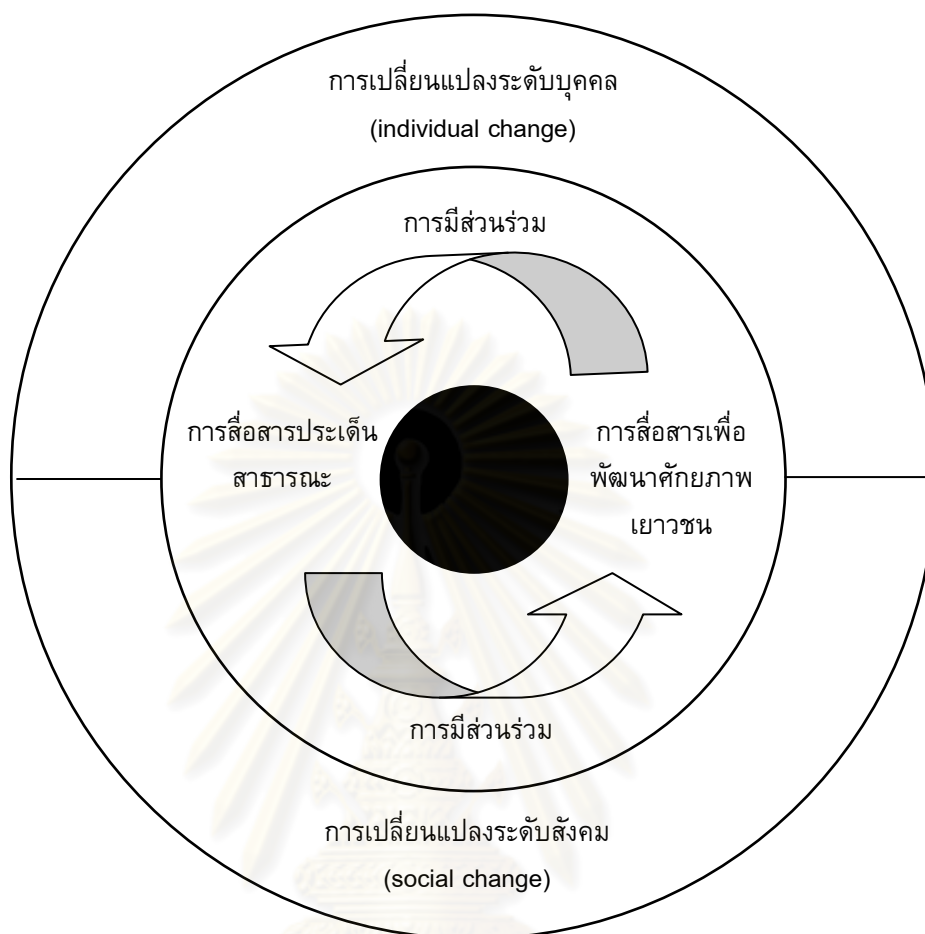
กล่าวได้ว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างสารจากส่วนกลางและสารที่มาจากพื้นที่นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะก่อให้เกิดการตื่นตัวในกลุ่มเยาวชนเพื่อที่จะขับเคลื่อนสังคมโดยรวมต่อไป แต่อย่างไรก็ตามข้อที่ควรคำนึงเป็นอย่างมากก็คือการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นบทความ, ข่าวแจก, หรือกระทู้ชิ้นงานโฆษณา ผู้รับผิดชอบต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลเชิงลึกในด้านทัศนคติ และพฤติกรรมของเยาวชน (insights) ที่จะออกแบบสารหรือวางประเด็นอย่างไรให้สามารถกระตุ้น (trigger) ให้เยาวชนเริ่มเข้าใจว่าปัญหาการดื่มของตนเองหรือของเพื่อนนั้นเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตนเองสูง (high involvement) และเมื่อสิ่งนี้ประกอบกับตัวเร่งตัวอื่นๆ ที่กล่าวไว้ข้างต้น ก็จะทำให้เราสามารถวางจุดแห่งการตัดสินใจ (trigger points) ไว้มากพอที่เยาวชนจะพบเห็น ซึ่งหวังว่าจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในที่สุด

ปัจจัยเร่งปฏิริยาทั้งห้าประการจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ที่จะทำงานร่วมกันเพื่อกระตุ้นให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

5.2 การมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

เมื่อปัจจัยเร่งปฏิริยาสามารถที่จะทำงานอย่างสอดประสานกัน และทำให้เยาวชนเริ่มที่จะตระหนักถึงปัญหาและผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อเยาวชน และสังคมไทย เยาวชนเหล่านี้ก็จะเข้ามามีส่วนร่วมกับกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ผ่านกิจกรรมต่างๆ ของเครือข่ายเยาวชนจดเหล่าในพื้นที่ของตนเอง ซึ่งสามารถแบ่งกระบวนการสื่อสารออกเป็นสองประเภทหลักด้วยกัน คือ กระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชน และกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ ผู้วิจัยพบว่าทั้งสองกระบวนการนี้จะสัมพันธ์กันไปตลอดเวลา การมีส่วนร่วมของเยาวชนจะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนกระบวนการสื่อสารทั้งสองแนวทางไปผลลัพธ์ที่มุ่งหวัง คือการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคล และระดับสังคม ดังแสดงในภาพ 5.2 ผู้วิจัยได้แสดงผลการวิจัยถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชน และกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ และการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารดังกล่าว ต่อไป

ภาพ 5.2 การมีส่วนร่วมในฐานะตัวขับเคลื่อนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน



5.2.1 การมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน

การสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพของเยาวชน (empowerment & capacity building) มีเป้าประสงค์เพื่อให้เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมสามารถที่จะพลิกบทบาทตนเองจาก “ผู้รับสาร” ใน การสื่อสารสุขภาพเป็น “ผู้ส่งสาร” ที่จะขับเคลื่อนนโยบายและประเด็นสาธารณะต่างๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาศักยภาพเยาวชนเน้นการสร้างการเรียนรู้กับเยาวชนเพื่อเป็นการต่อยอดจากสิ่งที่เยาวชนสนใจและเข้าร่วมกิจกรรมซึ่งอาจเป็นผลมาจากปัจจัยแรงปฏิบัติการดังกล่าวมาก่อนหน้านี้ การพัฒนาศักยภาพเยาวชนถือเป็นแนวทางการดำเนินงานหลักภายใต้ ยุทธศาสตร์ “ไทรพลัง” ขององค์กรอุปถัมภ์ทุนอย่าง กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่ต้องอาศัยแกนนำเยาวชนในการขับเคลื่อนความรู้ เครือข่าย และนโยบายไปพร้อมกัน ทั้งนี้องค์ประกอบหลักของกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน ประกอบด้วย ประเด็นในการสื่อสาร, เครื่องมือในการสื่อสาร และการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน ดังแสดงในภาพ 5.3

ภาพ 5.3 องค์ประกอบหลักของกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน



กระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน เริ่มต้นจากการให้ความรู้แก่แกนนำเยาวชน ซึ่งสามารถแบ่งประเภทขององค์ความรู้ที่ใช้ในการสื่อสารได้เป็นสองประเภท คือ ความรู้ที่เกิดจากการถ่ายทอดจากองค์กรอุปถัมภ์ทุน (knowledge transfer) เพื่อให้เยาวชนเกิดความเข้าใจและตระหนักถึงผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และความรู้ที่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน (participatory learning) ของเยาวชนซึ่งเกิดจากการดำเนินงานในพื้นที่ องค์ความรู้ทั้งสองอย่างจำเป็นต้องดำเนินการไปควบคู่กันในการสื่อสารกับเยาวชน ดังที่ผู้วิจัยจะได้แสดงผลการวิจัยดังนี้

5.2.1.1 ประเด็นในการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชน: การรู้เท่าทัน การให้เยาวชนเกิดการ “รู้เท่าทัน” ต่อสถานการณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็คือ การให้เยาวชนได้ตระหนักถึงปัญหา (recognition of a problem) นั้นเอง ซึ่งการ “รู้เท่าทัน” จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาศักยภาพของเยาวชน เพราะการรู้เท่าทันเป็นผลมาจากการจัดการความรู้เพื่อให้เยาวชนปรับเปลี่ยนทัศนคติ มุมมองต่อประเด็นปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้กระบวนการจะเห็นว่าเยาวชนคิดอย่างไรกับประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงแนวทางที่จะเสนอเพื่อแก้ไขปัญหา การรู้เท่าทันจะเกิดขึ้นเมื่อเยาวชนได้มีแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันควบคู่ไปกับการถ่ายทอดความรู้จากเครือข่าย ผู้วิจัยพบว่ากระบวนการเรียนรู้เพื่อสร้างการรู้เท่า

ทันเป็นกระบวนการเริ่มต้นที่สำคัญมากในการสร้างศักยภาพเยาวชน ดังที่องค์กรอุปถัมภ์ทุนพยายามเชื่อมโยงถึงการรู้เท่าทันไปสู่การค้นพบศักยภาพของตนเอง ดังนี้

“กิจกรรมการรู้เท่าทันนั้นเหมาะกับเยาวชน และเมื่อเยาวชนรู้เท่าทัน เขาก็จะมีบทบาทกับกิจกรรมที่ทำ และเห็นคุณค่าของเขาเอง” (สงกรานต์ โชคภักดี, **สัมภาษณ์**, 16 ตุลาคม 2552)

การสร้างการรู้เท่าทันในเยาวชนในเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนัก เพราะกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มทุนธุรกิจแอลกอฮอล์ในประเทศไทยที่พยายามส่งสาร “ความเป็นพลเมืองดี” ไปสู่กลุ่มเยาวชนผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ ที่สอดคล้องและ “เข้าถึง” กับวิถีชีวิตของเยาวชน ซึ่งกลยุทธ์เหล่านี้ทำให้เยาวชนอาจสับสนระหว่างภาพลักษณ์ของตราสินค้ากับผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การรู้เท่าทันในประเด็นนี้จึงเป็นสิ่งที่จำเป็น ดังคำพูดที่ว่า

“อยากให้รู้เท่าทันกลยุทธ์ธุรกิจมากขึ้น ถ้าดูเทรนธุรกิจที่พยายามผลิตสินค้าเพื่อนักดื่มหน้าใหม่ การใช้สื่อก็มุ่งไปที่คนกลุ่มรุ่นใหม่ ทำอย่างไรให้เยาวชนรู้เท่าทันกลยุทธ์ธุรกิจนี้” (สุวรรณ บุญแท้, **สัมภาษณ์**, 12 ตุลาคม 2552)

เยาวชนเป็นกลุ่มเป้าหมายโดยตรงของกลุ่มธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สภาพแวดล้อมของเยาวชนจึงแวดล้อมไปด้วยสื่อและกิจกรรม การสร้างการรู้เท่าทันจึงต้องเป็นกระบวนการที่ต้องเติมอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เยาวชนเกิดความชัดเจนในการมองสถานการณ์มากขึ้น อันจะเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของเยาวชนในที่สุด ดังที่เครือข่ายเยาวชนสะท้อนไว้ว่า

“เด็กรับสื่อ หรืออยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อการดื่มสุราของเด็กได้ตลอดเวลา ทุกครั้งที่เราไปทำงานก็ต้องเติมกระบวนการรู้เท่าทันทุกครั้งเพื่อปรับทัศนคติของเด็ก คุณรู้เท่าทันมันไหม หรือการตกเป็นเหยื่อหรือเปล่า ผมว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สุด และก็ถ้าชัดเจนตรงนี้ พลังการสื่อสารของเด็กก็จะชัดเจนขึ้น” (สมศักดิ์ ศิริพันธ์, **สัมภาษณ์**, 2 ตุลาคม 2552)

ในมุมมองขององค์กรอุปถัมภ์ทุน การสร้างการรู้เท่าทันให้เกิดขึ้นในเยาวชนนั้น การใช้การสื่อสารโดยการให้ความรู้ข้อมูลแก่เยาวชนตามแนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจาย เช่น การถ่ายทอดความรู้ผ่านวิทยากร การใช้สื่อรณรงค์ ยังเป็นเครื่องมือหลักอยู่ แต่ดูเหมือนว่า ยังมีข้อจำกัดในแนวทางการสื่อสารลักษณะนี้ ในการทำความเข้าใจถึงทัศนคติของเยาวชนต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่องค์กรอุปถัมภ์ทุนเองก็ยอมรับว่าการสื่อสารที่ผ่านมายังไม่สามารถสร้างความรู้เท่าทันให้เกิดขึ้นกับเยาวชนได้อย่างที่ตั้งใจไว้ โดยเฉพาะในประเด็นในการ

สื่อสารไปสู่เยาวชนยังมีความคลุมเครืออยู่ ซึ่งความคลุมเครือนี้ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของเยาวชน ดังที่ผู้บริหารองค์กรอุปถัมภ์ทุน เช่น เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) ได้อธิบายถึงสถานการณ์ไว้ว่า

“การให้ความรู้ข้อมูล เพื่อให้ได้รู้เท่าทันต่อธุรกิจสุรานั้นเราเริ่มน้อย ส่วนหนึ่งไม่แน่ใจว่าจะให้อย่างไร ให้ข้อมูลแค่ไหน พอเอาเข้าจริงได้รู้ไม่จริง รู้ผิดๆ...วิถีของวัยรุ่นมีการเปลี่ยนแปลงเร็วมาก การตามให้ทันเป็นเรื่องยาก ประเด็นเรื่องวิธีสื่อสารกับกลุ่มนี้เรารู้ว่าใช้ข้อความเชิงการห้ามนั้นไม่ได้ แต่มีคนพยายามเสนอว่าถ้าห้ามไม่ได้ก็สอนให้เขาดีมอย่างมีความรับผิดชอบ ใจผมยังนึกอยู่ว่ามันน่าจะใช่ทางถูกเปล่า สุดท้ายให้เขาเลือกเองที่จะดีหรือไม่” (ธีระวัชรปราณี, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2552)

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าองค์กรอุปถัมภ์ทุนและเครือข่าย สร้างการรู้เท่าทันในสองลักษณะ คือ การสร้างการรู้เท่าทันต่อประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์โดยตรง และการสร้างการรู้เท่าทันต่อตนเองและสังคมก่อนที่จะนำไปสู่การรู้เท่าทันต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ก. การสร้างการรู้เท่าทันต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประเด็นหนึ่งที่เครือข่ายพยายามทำให้เยาวชนรู้เท่าทัน คือการสื่อสารโดยตรงถึงผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อเยาวชน เพื่อให้เยาวชนตระหนักถึงปัญหาที่เกิดขึ้นต่อตนเอง เพื่อน ครอบครัว และสังคม ส่วนใหญ่เครือข่ายได้เปิดโอกาสให้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อให้เยาวชนเหล่านี้ได้เรียนรู้จากสถานการณ์จริง เช่น การเข้าร่วมในกิจกรรมการเฝ้าระวังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 โดยให้เยาวชนเข้าไปสังเกตการณ์ปรากฏการณ์ของธุรกิจเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การถ่ายภาพร้านเหล้ารอบมหาวิทยาลัย เยาวชนได้มีโอกาสสังเกตพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยพบว่าเครื่องมือที่เครือข่ายใช้คือการแลกเปลี่ยนพูดคุยกัน เสริมด้วยบทบาทของนักวิชาการที่เข้าไปเป็นทั้งผู้บรรยาย และวิทยากรกระบวนการ (facilitator) เช่น การย่ำว่าสิ่งที่เยาวชนพบเห็นคืออะไร และให้เยาวชนได้วิเคราะห์สถานการณ์เอง ซึ่งผู้วิจัยพบว่า เยาวชนมีความตื่นตัว และกระตือรือร้นถึงสิ่งที่ตนเองพบ

อย่างไรก็ตาม การเรียนรู้ลักษณะนี้เป็นกระบวนการที่ต้องสั่งสมไปเรื่อยๆ ดังนั้นเครือข่ายจึงต้องออกแบบกิจกรรมที่เป็นเหตุการณ์ที่ใกล้ตัวเยาวชน และมีส่วนร่วมของเยาวชนในกิจกรรมที่เหมาะสมกับเยาวชน เพื่อให้กิจกรรมการเรียนรู้นั้นสามารถเชื่อมโยงผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเยาวชนได้ อันจะนำไปสู่การรู้เท่าทัน กล่าวอีกนัยหนึ่งเครือข่ายได้ใช้การผสมผสานแนวคิดการสื่อสารระหว่างการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และนำความรู้ทั้งสองแหล่งมาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อหาคำตอบร่วมกันในความเข้าใจถึงสถานการณ์เครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ที่มีผลกระทบต่อเยาวชน ซึ่งจะเป็นตัวเชื่อมสำคัญที่จะให้เยาวชนเกิดความรู้เท่าทัน
 ดังที่เจ้าหน้าที่เครือข่ายแสดงความคิดเห็นว่า

“พยายามสื่อสารให้เป็นประเด็นใกล้ตัวน้องๆ และปัญหาสังคม ซึ่งถูกมองว่าเป็นเรื่อง
 ธรรมดา เหล้าส่งผลกระทบต่อให้เกิดปัญหา อย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น เรื่องพ่อแม่มาแล้วชอบ
 ทะเลาะกัน อันนี้เราก้เอามาเป็นประเด็นให้เด็กได้เห็นความสำคัญและรู้เท่าทันว่าเป็นอย่างไร ผม
 มองว่ามีองค์ประกอบหลายๆ อย่างไม่ว่าจะเป็นครอบครัว สังคม และที่สำคัญคือการทำกิจกรรม
 ที่ต้องให้เด็กทำกิจกรรมเพื่อรู้เท่าทัน เมื่อเยาวชนเห็นผลกระทบ เยาวชนส่วนใหญ่ก็จะเกิดการ
 เปลี่ยนแปลงเป็นส่วนใหญ่” (โฆษา สุขมะดัน, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

การสร้างพื้นที่ที่ให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมควบคู่ไปกับการให้ความรู้จากส่วนกลางจึง
 เป็นสิ่งสำคัญ ดังที่เราเห็นจากแนวทางการดำเนินงานของทุกเครือข่ายนั้นมีการนำเอาแนวคิด
 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาใช้ในกิจกรรมตนเอง เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมละคร ที่
 เยาวชนสามารถมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดความคิดตัวเองลงไปละครได้ เช่น

“การสร้างให้เด็กรู้เท่าทันเป็นปัญหาใหญ่มาก ที่ผ่านมาเรายังไม่มีความที่ช่วยให้เขารู้เท่า
 ทัน กระบวนการละครน่าที่จะเป็นเวทีการทำให้เด็กเหล่านี้เกิดการรู้เท่าทัน และก่อให้เกิดกระแส
 ในสังคม เพราะเด็กสามารถบอกอะไรได้ในละคร” (สมศักดิ์ ศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม
 2552)

ในขณะที่เดียวกัน เยาวชนก็เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของตนเองในการสร้าง
 ให้เกิดการรู้เท่าทัน และเข้าใจแนวทางการในการแก้ปัญหา ซึ่งการรู้เท่าทันนี้เองจะจุดประกาย
 ต่อยอดการทำงานในระดับต่อไป ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับตนเองเป็นผู้สื่อสารไปสู่เยาวชนกลุ่ม
 อื่นๆ เพื่อต้องการปลูกฝังค่านิยมใหม่ในพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังที่
 เยาวชนสะท้อนไว้คือ

“เราเป็นกลุ่มเยาวชนกลุ่มหนึ่งที่พยายามจะฉายภาพอีกภาพหนึ่งให้เพื่อนของเราได้เห็น
 เหมือนที่เรายังไม่รู้ เหมือนที่เราเข้ามาตอนแรกๆ ก็ไม่รู้ว่าไอ้คำว่า เหล้าเนี่ยมันสร้างอะไรใน
 สังคมบ้าง เราก้ทำอะไรก็แล้วแต่ให้เพื่อเรารู้ทัน ไม่ตกเป็นเหยื่อ ไม่ตกอยู่ในอันตรายทำอย่างไรดี
 ให้เค้ารู้ ทำอย่างไรให้เค้าพ้นจากเรื่องพวกนี้อย่างปลอดภัย” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, สัมภาษณ์,
 20 ธันวาคม 2552)

“ห้ามคนกินมันยากอย่าห้ามเลย ให้เค้ารู้เลยว่าดีแล้วมันเป็นอย่างนี้ คุณจะดีใหม่ ให้เห็นโทษเห็นผลกระทบจริง ๆ จะได้ไม่ดีมี ส่วนหน้าใหม่ก็คิดว่าควรปลูกฝังให้เขารู้เท่ากัน เครื่องดีมีแอลกอฮอล์มากกว่า” (กฤษดา ทาทองเหลือง, **สัมภาษณ์**, 10 พฤศจิกายน 2552)

แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ผู้วิจัยคิดว่าเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการสร้างความรู้เท่าทันคือ การเข้ามามีส่วนร่วมนั้น จะทำให้เยาวชนที่เข้าร่วมเกิดการตั้งคำถามขึ้นกับตนเอง ต่อเรื่องเครื่องดีมีแอลกอฮอล์ ซึ่งถือว่าเป็นก้าวสำคัญในการสร้างศักยภาพเยาวชน ดังที่เยาวชนคนหนึ่งกล่าวสรุปประเด็นนี้ไว้ว่า

“ตอนนี้บริษัทเหล้ามีกลยุทธ์ทางการตลาดและกิจกรรมเข้ามาที่กลุ่มเยาวชนมากขึ้น ซึ่งมีประโยชน์ที่บอกว่าเด็กเป็นอนาคตของชาติ ถ้าเด็กถูกบั่นทอนอย่างนี้แล้วจะเกิดอะไรขึ้น อนาคตประเทศชาติจะเป็นอย่างไร” (ยุวดี ชินบุตรานนท์, **สัมภาษณ์**, 11 กันยายน 2552)

ข. การรู้เท่าทันต่อตนเองและสังคม นอกจากการสร้างการรู้เท่าทันผ่านประเด็นเครื่องดีมีแอลกอฮอล์แล้ว การทำให้เยาวชนตระหนักถึงศักยภาพของตนเองก็เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการควบคู่กันไป แนวคิดการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการในการเสริมพลังเยาวชน ที่เปิดโอกาสให้มีการถ่ายทอด ไหลเวียนความรู้ระหว่างกัน ทั้งจากเยาวชนสู่เยาวชนด้วยกัน และเยาวชนกลับไปสู่เครือข่ายทำงานหรือองค์กรอุปถัมภ์ทุน การจัดการความรู้เพื่อให้รู้เท่าทันนั้น ต้องทำให้เยาวชนเข้าใจสภาวะปัจจุบันของสถานการณ์และปัญหาของเครื่องดีมีแอลกอฮอล์ที่มีต่อตนเอง เพื่อนครอบครัว สถานศึกษา และชุมชนรอบ ๆ ตนเอง ซึ่งการรู้เท่าทันนี้ต้องเริ่มต้นจากการรู้จักและเข้าใจตัวเอง เข้าใจสังคมรอบตนเอง และตระหนักถึงสภาพปัญหาของสังคมในปัจจุบัน และร่วมกันคิดหาแนวทางจัดการกับปัญหาได้อย่างเหมาะสม ผู้วิจัยพบว่าเครือข่ายต่าง ๆ ได้สร้างเครื่องมือในการจัดการความรู้ดังกล่าวขึ้นมาบนพื้นฐานของการเสวนาร่วมกัน (dialogue) ในเรื่องที่ยาวชนสนใจเป็นเรื่องหลัก ในขณะที่พยายามสอดแทรกเรื่องเครื่องดีมีแอลกอฮอล์เข้าไปเป็นเรื่องรอง ดังที่ผู้บริหารเครือข่ายได้ชี้ให้เห็นถึงกลยุทธ์การสร้างการรู้เท่าทันไว้ดังนี้

“วิธีการที่ทำให้สื่ออยู่ได้ตลอดคือ คุณอย่าพูดเรื่องเหล้าอย่างเดียว คือคุณต้องพูดเรื่องอะไรก็ได้และแทรกเรื่องเหล้า” (นิมิตร พิพิฑกุล, **สัมภาษณ์**, 12 ตุลาคม 2552)

“จะเปิดเว็บ โดยไม่ใช้เหล้าขึ้นมาเป็นตัวนำ แต่จะใช้กีตาร์ ก็จะเปิดเว็บคนชอบเล่นกีตาร์ โดยรู้ว่าถ้าเอาเหล้ามานำ หลายคนก็จะไม่เอาแล้ว เขาจะมองว่าจริงจังจริงจังไปหรือเปล่า แต่สุดท้ายก็กลับไปดีมี ไปสูบ แต่ถ้าไปกลุ่มที่โอเค แล้วค่อย ๆ จูน ค่อย ๆ ปรับ โดยเราเป็นคนรุกเข้าหาแทน” (พิริยะ ทองสอน, **สัมภาษณ์**, 15 ตุลาคม 2552)

ซึ่งแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าการสร้างการรู้เท่าทันในตนเองและสังคมนั้นทำให้เยาวชนได้มองเห็นทั้งภาพในเชิงลึก นั่นคือการรู้จักตนเอง และมองเห็นภาพในเชิงกว้าง หรือการเข้าใจสังคม และคอยนำเอาเรื่องเครื่องตีมแอลกอฮอล์เข้ามาประกอบภายหลังเพื่อให้เห็นว่าปัญหาและผลกระทบของการบริโภคเครื่องตีมแอลกอฮอล์นั้นเข้ามาเกี่ยวข้องกับตนเองและสังคมอย่างไร วิธีการนี้ทำให้เยาวชนสามารถเชื่อมโยงปัญหาเครื่องตีมแอลกอฮอล์เข้ากับตนเองและสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ได้ และเริ่มตั้งคำถามกับตนเองถึงเป้าหมายของการดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบัน

“เราก็กถามน้องๆ เยาวชนที่โรงเรียนว่าต้องการให้มีอะไรเพิ่มเติม คำก็บอกว่าแบบนี้ดี แล้วพี่ พี่ก็ทำอย่างนี้ต่อไป คือ งานโดยละเอียดของเรา เราก็จะเริ่มจากการส่งหนังสือไปยังโรงเรียนให้ส่งตัวแทน โรงเรียนละห้าหกคนก็ว่าไปครับ แล้วก็ให้น้องเค้าคิดว่า เค้ามาไม่ใช่มาเป็นผู้ฟังอย่างเดียว แต่เรามาคุยกัน มาแลกเปลี่ยน เราไม่ได้มาเป็นผู้ฟังเพียงอย่างเดียว เรามาทำความรู้จักกับคนที่เราไม่เคยรู้จัก แล้วส่วนประเด็นในการรณรงค์เราก็จะค่อยๆ แทรกเข้าไป บางครั้งเราก็จะให้น้องๆ คิดโปรเจกต์ อย่างเช่น ให้โจทย์ว่า สังคมวันนี้เป็นแบบนี้ละ คุณคิดว่าจะแก้ปัญหาได้อย่างไร เริ่มจากตัวคุณ ให้น้องแต่ละกลุ่มออกมาเสนอกัน แล้วก็มาช่วยกันปรับปรุงแก้ไข” (อดิศักดิ์ ชัยรวัธน์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

เครือข่ายเยาวชนที่เน้นการสร้างการรู้เท่าทันในลักษณะนี้ จึงออกแบบกระบวนการเรียนรู้ที่แตกต่างกันออกไปจากการสร้างการรู้เท่าทันแบบเดิมๆ ที่เน้นแค่เรื่องเครื่องตีมแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยพบว่า เครือข่ายเยาวชนส่วนใหญ่ไม่ได้มุ่งเน้นที่จะสื่อสารประเด็นเครื่องตีมแอลกอฮอล์โดยตรงในช่วงแรก แต่สิ่งที่สำคัญกว่าการเข้าใจประเด็นปัญหาจากเครื่องตีมแอลกอฮอล์คือการใ้วิธีการคิด มุมมองต่อการจัดการปัญหาต่างๆ และประเด็นเรื่องเครื่องตีมแอลกอฮอล์ จะถูกสอดแทรกเข้ามาภายหลังเมื่อเยาวชนมีหลักคิดที่หนักแน่นและมั่นคง ดังที่เยาวชนได้สะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการเรียนรู้ในการสร้างการรู้เท่าทันไว้คือ

“กระบวนการในค่ายก็แปลกดี เล่นเกมส์แล้วมาแลกเปลี่ยนกัน มันเริ่มตั้งคำถามกับตัวเองตอนนั้น โดยเป็นกระบวนการที่ทางทีมงานตั้งคำถามกับเราตลอดว่า เราคือใคร เราคือใคร เรามาทำอะไร เราทำอะไรอยู่ เราก็เลยคิดว่าเราทำอะไรอยู่ เราก็เลยค้นพบคำตอบว่า เรากำลังทำอะไร เรามาที่นี่เพื่ออะไร ก็เช็คตัวเอง สุดท้ายเราก็ได้ว่า ความจริงแล้ว เรามาตามหาอะไรบางสิ่ง บางอย่างที่เกิตประโยชน์ เกิดประโยชน์กับตนเอง เกิดประโยชน์ต่อสังคม แต่ตอนนั้นเราไม่รู้ว่ามันคืออะไร” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

5.2.1.2 เครื่องมือในการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน

ก. กิจกรรมการเรียนรู้ผ่านค่ายเยาวชน การพัฒนาเยาวชนของเครือข่ายต่างๆ มักจะเริ่มต้นจากการจัดกิจกรรมลักษณะการอบรม สัมมนา เพื่อสร้างกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมให้เยาวชนเข้าใจถึงเป้าหมายและกระบวนการของเครือข่าย และยังมีการสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ในขั้นต้นเครือข่ายจะเป็นผู้เตรียมประเด็นขึ้นมาก่อน และเชิญวิทยากรจากกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) หรือ เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) นักวิชาการอื่นๆ มาร่วมให้ความรู้ ถ่ายทอดข้อมูล รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อให้เยาวชนสามารถนำเอาความรู้ที่ได้เป็นฐานในการนำไปขยายผลต่อยอดในการทำงานในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

รูปแบบการอบรมส่วนใหญ่เป็นการจัดค่ายเยาวชน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เอื้อในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้กับเยาวชนเพราะไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลา การเดินทาง ค่ายส่วนใหญ่มีลักษณะการดำเนินงานอยู่สามลักษณะด้วยกันคือ ประการแรก เป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้เครือข่ายได้ทำความเข้าใจร่วมกันกับเยาวชน ในเรื่องกำหนดเป้าหมาย แผนปฏิบัติการ ทั้งในด้านการจัดสภาพแวดล้อม การเคลื่อนไหวประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่เยาวชนแต่ละสถาบันจะนำไปต่อยอดในสถาบันตนเอง ประการที่สอง ค่ายจะทำหน้าที่เป็นพื้นที่ที่ให้เยาวชนสามารถรู้จักตนเอง รู้จักเพื่อน และเติมทักษะ และความมั่นใจในการเป็นผู้สื่อสารสาธารณะที่ดี และ ประการที่สาม เป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนความรู้ และเติมความรู้จากผู้เชี่ยวชาญในประเด็นต่างๆ

จากการสังเกตการณ์ ผู้วิจัยพบว่าข้อดีของการจัดกิจกรรมในลักษณะนี้คือการเปิดโอกาสให้เยาวชนได้ทำความรู้จักซึ่งกันและกัน ด้วยเพิ่มระดับการเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการก่อให้เกิดการเสวนาในกลุ่มแกนนำเยาวชน (community dialogue) ต่อไป ยกตัวอย่างการสร้างสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเพื่อเพิ่มระดับการเปิดเผยตัวเอง และนำไปสู่การเรียนรู้ร่วมกัน เช่น กรณีของเครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบันเพื่อเฝ้าระวังเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่นำเอาแนวทางนี้มาใช้ คือ

“เวลานั่งคุยกัน นอนคุยกันเป็นวงกลม สบายมากเลย ไม่มีใครมาตัดสินใคร ทุกคนรู้ว่าควรทำอะไร มันเป็นพื้นที่ปลอดภัย บางคนก็พาแม่มาด้วย พาครอบครัวมาด้วย ผมเห็นว่าสิ่งที่กำลังพูดเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในวันนี้ เพราะโครงการเยาวชนหลายๆโครงการมีปัญหาเรื่องเดียวคือไม่ต่อเนื่อง ทำไมที่นี้ถึงมีสายใยเชื่อมทุกคนตลอดเวลา และวันนี้ได้รับคำตอบแล้ว” (ธงชัย. ยงยีน, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2552)

“ในการที่เราจะทำงานกับคนใหม่ๆ เราจะมีการจัด work shop แต่ไม่ได้คุยเรื่องงานนะ แต่เป็นกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ ละลายพฤติกรรมกันก่อน พอเราเริ่มรู้จักกันแล้ว เราจึงค่อยมาคุยเรื่องงานกัน มันจะเริ่มไปด้วยกันได้ เพราะว่า มีปีหนึ่งที่ผมเคยจัดงานสงกรานต์ แล้วเวลา มันน้อย เลยไม่ได้ work shop อะไรกันมากก็พองานก็ออกมาที่ต่างคนต่างทำ มันไม่ค่อยได้ผล ช่วงหลังผมก็เห็นว่าเราต้องเริ่มจากการสร้างความสัมพันธ์กันก่อน” (คงพิน ใจสม, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

หรือตัวอย่างที่นำมาใช้ในค่ายละคร ที่มีความหลากหลาย ไม่เพียงแค่มุ่งเน้นที่กระบวนการสร้างละคร เช่น

“ในกิจกรรมของค่ายมีลักษณะหลายอย่างไม่เฉพาะหุ่นอย่างเดียว การนั่งสมาธิ การทำสื่อ การใช้เกม การใช้กระบวนการถอดความคิดของกระบวนการแอลกอฮอล์ จากตัวเด็กให้เด็กเล่า ทำเป็นแผนภูมิ มีการลงชุมชน กำหนดชุมชน เอาประเด็นต่างๆไปทำเรื่องราว เอาจุดผลที่ออกมา ข้อดีของครั้งนั้นเป็นการทำกระบวนการแบบเชิงค่าย คือ มันก็เลยทำให้เด็ก มีความตั้งใจในสิ่งที่เขาได้ค่อยข้างดี และมีความสนใจสื่อที่ได้ค่อนข้างดี” (นิมิตร พิพิชกุล, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

ผู้วิจัยพบว่าค่ายเป็นกิจกรรมที่สร้างความประทับใจและเกิดผลในการสร้างแนวร่วมในการทำกิจกรรมในพื้นที่หรือสถานศึกษาต่อไป เพราะเยาวชนที่เข้าร่วมการอบรมจะรู้สึกว่าคุณเองมีส่วนร่วมหรือเป็นเจ้าของกิจกรรมที่ตนเองคิดขึ้นมา การจัดการความรู้ผ่านกิจกรรมค่ายนั้น ต้องสอดแทรกด้วยกิจกรรมที่ให้ทั้งสาระ และความสนุกสนาน การปรึกษาหารือ (dialogue) จึงเป็นแกนสำคัญในการดำเนินกระบวนการสร้างเสริมศักยภาพเยาวชน ทั้งนี้หัวข้อในการปรึกษาหารือ เครื่องข่ายอาจเป็นคนกำหนดขึ้นมา เช่น การชนะความกลัว หรือการไม่กล้าทำอะไรเพราะกลัวคนอื่นว่า ดั่งผู้บริหารเครือข่ายกล่าวไว้ว่า

“ถ้าเราทะลุผ่านความกลัว มันกลายเป็นที่เรียนรู้ไปเลย เพราะแค่ขยับออกมาก้าวหนึ่ง มันก็กลายเป็นการเรียนรู้ กล้าเดินไปหาประสบการณ์ใหม่ๆ” (ธงชัย ยงยีน, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2552)

การออกแบบกระบวนการสื่อสาร และความสามารถในการนำเสนอ ถ่ายทอด และกลวิธี การสื่อสารจากผู้เชี่ยวชาญ จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้กิจกรรมค่ายมีความน่าสนใจและสามารถดึงเอาศักยภาพของเยาวชนออกมาทำงานได้ และเมื่อผลสานกันกระบวนการต่อยอดสิ่งที่ได้เรียนรู้ผ่านกิจกรรมต่างๆ ทำให้เยาวชนเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน และเกิดเป็นพลังกลุ่มที่พร้อมจะทำงานร่วมกันต่อไป ทั้งนี้เมื่อกล่าวโดยสรุปแล้ว ความจุดเด่นของค่ายเสริมสร้างศักยภาพ

เยาวชนของเครือข่ายงดเหล้า ที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นคือ นอกจากการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนแล้ว การถอดบทเรียนจากกิจกรรมสันตนาการถือเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการเรียนรู้

ข. ละครชุมชนเพื่อการพัฒนา (community theatre for development) ผู้วิจัยพบว่าเครือข่ายพยายามออกแบบกระบวนการละครให้สอดคล้องกับวัยของเยาวชน เช่นในเยาวชนระดับประถมศึกษาชั้น การใช้ละครเร่ที่สอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 นั้นได้รับผลลัพธ์ที่ดีในการดึงเยาวชนให้ความสนใจต่อเนื้อหาในละคร เพราะละครไม่ได้เน้นการให้ความรู้แต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังแฝงความสนุกสนาน และที่สำคัญแม้ว่าเยาวชนในวัยนี้ยังไม่มีโอกาสที่จะเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่เริ่มต้น แต่เครือข่ายก็พยายามที่จะเปิดโอกาสที่ให้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารต่อยอดจากละคร เช่น การเขียนข้อความลงในโปษณียบัตรถึงคนที่ตนเองรัก ซึ่งเกือบทั้งหมดจะเป็นพ่อแม่ และเมื่อพ่อแม่ของเยาวชนเหล่านี้เห็นก็จะทำให้เข้าใจความรู้สึกของลูกหลานตัวเองมากขึ้น เพราะบางครั้งเยาวชนเหล่านี้อาจไม่กล้าพูดโดยตรงกับพ่อแม่ ดังนั้นการเขียนข้อความแทนคำพูดจึงเป็นวิธีที่ดีวิธีหนึ่ง

สำหรับเยาวชนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น หรือศึกษาในระดับมัธยมศึกษาชั้น เครือข่ายสามารถสอดแทรกเนื้อหาที่ซับซ้อนมากขึ้น และยังเปิดโอกาสให้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการละครมากขึ้น เช่น การเป็นนักแสดง หรือเป็นผู้จัดทำละครขึ้นมาเอง สิ่งที่น่าสนใจคือเยาวชนสามารถนำเอาวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตนเองเข้ามาใช้ในการประกอบการแสดง เช่น คณะหุ่นสายเสมา ที่ใช้ละครหุ่นสายในฐานะสื่อการรณรงค์กับโรงเรียน โดยหุ่นสายที่สร้างขึ้นมานั้น เยาวชนและครูจะต้องสร้างขึ้นเอง โดยประยุกต์ใช้วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่แตกต่างกันตามแต่พื้นที่ขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่มีอยู่ หรืออย่างกลุ่มไม่ขีดไฟที่ดำเนินการในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาและสระบุรี ที่เริ่มต้นจากการรับสมัครเยาวชนที่มีความต้องการอยากเรียนรู้เทคนิคการแสดงละคร และเข้ามาร่วมกิจกรรมเข้าค่ายฝึกอบรมทักษะการแสดงละคร เพื่อคิดเนื้อเรื่องที่จะใช้ในการแสดงในโรงเรียนของตัวเอง ซึ่งเนื้อเรื่องนั้นก็มาจากเนื้อหาที่เกิดขึ้นจริงในชุมชน โดยเครือข่าย จะคอยเป็นพี่เลี้ยงให้การแนะนำ สนับสนุนการผลิตสื่อละครรณรงค์ของกลุ่มเยาวชน เพื่อเผยแพร่ให้กับคนในชุมชนให้เกิดความตระหนักถึงโทษของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ก่อนการแสดงละคร จะเริ่มต้นด้วยกิจกรรมสันตนาการเพื่อดึงความสนใจเยาวชนให้มาอยู่ที่ตัวนักแสดงแล้วจึงเริ่มแสดง โดยเนื้อหาการแสดงเยาวชนจะเป็นผู้คิดเนื้อเรื่องเอง ส่วนเครือข่ายจะเป็นคนสอนกระบวนการคิด และหลังจากแสดงละครจบ เพื่อให้กระบวนการสมบูรณ์ยิ่งขึ้นก็จะมีเชิญวิทยากรมาให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ และสรุปเนื้อหาของ

ละครอีกครั้งเพื่อให้เยาวชนที่เข้ามาชมมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น เมื่อวิทยากรพูดจบเยาวชนก็จะออกมาเล่นเกมตอบคำถามเพื่อตรวจสอบความเข้าใจของเยาวชนอีกครั้ง เพื่อความมั่นใจว่าเยาวชนเหล่านี้เข้าใจในสิ่งที่นำเสนอจริงๆ

จากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัย พบว่าเครือข่ายไม่ได้มองเพียงแค่กระบวนการละครแต่เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีการจัดทำชุดนิทรรศการรณรงค์ควบคู่ไปกับการแสดงละครในสถานศึกษาเพื่อสร้างการเรียนรู้ให้กับเยาวชนในสถานศึกษาด้วย เช่น โครงการหุ่นสายเสมา ที่ตัวหุ่นสายเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการรณรงค์เรื่องพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือ การร่วมเดินรณรงค์ให้ความรู้แก่คนในชุมชน การประกวดเรียงความ และกิจกรรมนันทนาการอื่นๆ เช่น การตอบคำถาม การแสดงดนตรี และอื่นๆ ตามที่แต่ละท้องถิ่นมีความถนัด

นอกจากการสร้างกระบวนการละครให้เกิดขึ้นแล้ว สิ่งสำคัญประการต่อมาคือการสร้างความต่อเนื่องในพื้นที่ เพื่อที่จะให้เกิดความยั่งยืนในพื้นที่ แต่ผู้วิจัยพบว่าการทำงานกับกลุ่มเยาวชนนั้นเป็นเรื่องที่ยากในแง่ของการสร้างความต่อเนื่องให้เกิดขึ้นในพื้นที่ หรือในสถานศึกษา เพราะเยาวชนมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เช่นเมื่อจบการศึกษา ในกรณีของเครือข่ายละครเพื่อการรณรงค์ก็ประสบความสำเร็จทำหลายลักษณะเช่นนี้เหมือนกัน เครือข่ายใช้วิธีการถ่ายทอดทักษะความรู้จากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง โดยรุ่นพี่จะต้องเป็นคนสอนเยาวชนรุ่นใหม่ที่สมัครเข้ามาเป็นนักแสดง และให้นักเรียนชั้น ม.6 ที่จบไปแล้วเข้ามาเป็นที่ปรึกษาให้กับรุ่นน้อง และการจัดทำคู่มือการดำเนินกิจกรรม เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมสำหรับรุ่นต่อไป ด้วย

เครือข่ายได้วางกลยุทธ์การขับเคลื่อนนโยบายและสังคม โดยอาศัย “เสียง” จากเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการหรือเข้าชมละคร ในการขยายผลต่อไปยังคนในครอบครัว หรือการที่ละครของเยาวชนได้โอกาสไปแสดงในชุมชนของตนเอง ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงในการขยายผล เนื่องจากความซื่อ ความบริสุทธิ์ของเยาวชนเหล่านี้จะสามารถไปสะกิดความรู้สึกของผู้ใหญ่ในครอบครัวและชุมชนได้ และนอกจากนี้เครือข่าย ยังมีการขยายผลต่อเนื่องโดยนำเยาวชนในโครงการไปแสดงตามโรงเรียนระดับประถมศึกษาใกล้เคียง นอกจากนี้ยังมีการดึงคนในพื้นที่ เช่น ผู้สูงอายุ ตำรวจ ตัวแทนชุมชน และพระภิกษุซึ่งเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในพื้นที่นั้นๆ เข้ามามีบทบาทในฐานะต้นแบบเพื่อร่วมกันผลักดันในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไป

การขับเคลื่อนนโยบายในสถานศึกษานั้นมีหลายปัจจัยอื่นๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาระงานของครู นโยบายของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ยังไม่มองว่าปัญหาเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประเด็นเชิงบูรณาการที่จะเกี่ยวโยงถึงปัญหาอื่นๆ ดังนั้นการให้ผู้บริหารโรงเรียน หรือ ผู้นำชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมหรือสนับสนุนจึงเป็นปัจจัยสำคัญ ดังคำกล่าวที่ว่า

“การทำงานในพื้นที่นั้นเราทำงานกับเด็กจริงแต่เราไม่ทำเฉพาะเด็กเท่านั้น แต่อย่างน้อยถ้าทำงานกับโรงเรียน ผู้อำนวยการหรือครู ต้องมาดูว่าเด็กทำอะไร เพื่อให้เขาเป็นตัวหนึ่งที่จะสนับสนุนเด็ก การมีส่วนร่วมในเชิงนโยบายก็จะมีผู้ใหญ่สนับสนุนต่อการทำกระบวนการกับเด็ก ที่ให้เด็กได้แลกเปลี่ยนได้แสดงความคิดเห็นในตัวเองอย่างเต็มที่ อีกเรื่องคือการสื่อสารในชุมชน เด็กกลุ่มนี้มาทำไรกันมาเล่นอะไรกัน ต้องสร้างอะไรให้กับชุมชนด้วย” (สมศักดิ์ ศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2552)

“ถ้าถามว่าบทบาทละคร การพัฒนาศักยภาพของเด็กนั้น ตัวสำคัญคือผู้ใหญ่ มาตอบรับและจะรองรับเด็กอย่างไร บางพื้นที่ขึ้นอยู่กับบริบทของผู้เฒ่า บางพื้นที่มีด้วยหรือเอาด้วยทุกอย่างเด็กก็จะมีงานทั้งปี การเคลื่อนของผู้เฒ่ามีส่วนในการขับเคลื่อนเด็กด้วยความยั่งยืน บางกลุ่มก็ตั้งกลุ่มเอง เราพยายามผลักดันให้เขาทำงานเชิงส่วนภูมิภาค เราเป็นเชื่อมโยง” (นิมิตร พิพิธกุล, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

ค. ครูที่ปรึกษาโครงการเป็นเป็นผู้ประสานการเรียนรู้ นอกจากการที่เครือข่ายจัดกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพเยาวชนผ่านการจัดกระบวนการเรียนรู้ในค่ายเยาวชนแล้ว การดึงครูเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชนจะทำให้เครือข่ายสามารถขับเคลื่อนต่อไปในอนาคตอย่างแข็งแกร่ง (คำธณ ชูเดชา, สัมภาษณ์, 15 กันยายน 2552) เพราะแม้ว่าเยาวชนเหล่านี้จะมีความตั้งใจและความสามารถในการดำเนินกระบวนการต่าง แต่การที่จะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในพื้นที่หรือสถานศึกษาอย่างยั่งยืนนั้น มีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้มีอำนาจการตัดสินใจระดับนโยบายในพื้นที่ เพื่อให้เยาวชนสามารถที่จะดึงเอาศักยภาพตนเองออกมาใช้ได้อย่างสูงสุด ดังที่ผู้รับผิดชอบเครือข่ายเยาวชนสะท้อนตรงกันไว้ว่า

“การสร้างความยั่งยืนให้เกิดในพื้นที่นั้น ผู้ใหญ่ต้องเข้าใจ คือ เด็กมีชีวิตหมุนเวียนผลัดเปลี่ยน แต่เราเจอต้องผู้ใหญ่คนนี้อีกสปีก็ยังไม่เจอ แต่เด็กจะเปลี่ยนหน้าไปเรื่อยๆ แต่ถ้าผู้ใหญ่เห็นและเข้าใจพลังของเด็ก ผู้ใหญ่เหล่านี้ก็จะพยายามสร้างคนรุ่นใหม่เข้ามาทดแทนอยู่เรื่อยๆ เครือข่ายจึงพยายามทำงานความคิดกับผู้ใหญ่และแกนนำของเรา โดยกระตุ้นให้แกนนำเข้าใจและพัฒนาขึ้นมาส่งเสียงในประเด็นเหล่านี้ ดูเหมือนกับที่เราต้องทำงานกับเด็ก แต่จริงๆ แล้วเราต้องทำงานกับผู้ใหญ่เป็นหลัก” (สุวรรณ์ บุญแท้, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

“การทำงานในพื้นที่นั้นเราทำงานกับเด็กก็จริง แต่เราไม่ทำงานเฉพาะกับเด็กเท่านั้น อย่างน้อยถ้าทำงานในโรงเรียน ผู้อำนวยการ หรือ ครู ต้องมาดูว่าเด็กทำอะไร เพราะครูหรือผู้บริหารโรงเรียนจะต้องสนับสนุนเด็ก การมีส่วนร่วมในเชิงนโยบายก็จะมีผู้ใหญ่สนับสนุน ต่อ

การทำกระบวนการของเด็ก ที่ให้เด็กได้แลกเปลี่ยน ได้แสดงความคิดเห็นของตัวเองอย่างเต็มที่” (สมศักดิ์ ศิริพันธ์, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2552)

ทั้งนี้ ครูที่ศึกษามีบทบาทหน้าที่ในกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชนอยู่หลากหลายหน้าที่ด้วยกัน ได้แก่ การเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ การชี้แนะทิศทางการดำเนินงาน การสนับสนุนเชิงนโยบาย และการเชื่อมเยาวชนไปสู่ชุมชนเพื่อขยายผลการดำเนินงาน

การเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ โดยสำหรับเยาวชนที่อยู่ในระดับประถมศึกษา และมัธยมศึกษาชั้น ผู้วิจัยพบว่าครูที่ปรึกษาโครงการนั้นมีบทบาทเป็นอย่างมากในการดำเนินกิจกรรมควบคู่ไปกับเยาวชน โดยอาจารย์จะทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกให้การทำงานของเยาวชนมีความสะดวกยิ่งขึ้น ดังที่อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการโรงเรียนปลอดเหล้าสะท้อนถึงบทบาทหน้าที่ของตนเองในเรื่องการสนับสนุนการเรียนรู้ของเยาวชนในกระบวนการพัฒนาศักยภาพเยาวชนในโรงเรียนไว้ว่า

“เราต่อยอดเรื่องการพัฒนาศักยภาพของแกนนำ แต่ถ้าเราทำเองทั้งหมดก็ไม่ไหวเพราะหน้าที่ของเราก็เยอะ อีกอย่างมันเข้ายากระหว่างครูกับนักเรียนในการทำกิจกรรม แต่ถ้าให้นักเรียนกับนักเรียนทำกิจกรรมร่วมกันมันจะง่ายกว่า ให้นักเรียนทำงานร่วมกันจะง่ายกว่าครูกับนักเรียน เราจัดอบรม ถ้ามีการอบรมเกี่ยวกับเยาวชนก็จะส่งไป ให้เขาดูแลเรื่องการจัดกิจกรรม ให้เด็กมีส่วนในการแสดงออก” (จินตนา อะสุชีวะ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

จากความสำคัญของบทบาทของครูที่ปรึกษาดังกล่าว จึงทำให้ที่ผ่านมา นอกจากเครือข่ายจะได้จัดกิจกรรมสำหรับเยาวชนแล้ว เครือข่ายยังได้จัดกิจกรรมเติมความรู้ให้กับครูที่ปรึกษาโครงการเพื่อให้ครูเข้าใจบทบาทตนเองในการเป็นผู้ประสานงานความรู้และอำนวยความสะดวกสร้างความราบรื่นในการเรียนรู้ของเยาวชน (คำธณ ชูเดชา เลขาธิการ, สัมภาษณ์, 15 กันยายน 2552) กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้กลุ่มครูเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ มีอยู่หลายกิจกรรม เช่น สัมมนาโรงเรียนปลอดเหล้า การอบรมเชิงปฏิบัติการกับกลุ่มครูในประเด็น “กระบวนการสู่การพัฒนาศักยภาพเด็กแบบมีส่วนร่วม” การสนับสนุนส่งเสริมศักยภาพครูกระบวนการ เป็นต้น โดยเนื้อหาการเรียนรู้จะเน้นบทบาทของครูในการเป็นผู้สนับสนุนการดำเนินงานของแกนนำเยาวชน และสามารถเป็นตัวแทนการเปลี่ยนแปลง (change agent) ในการเป็นปัจจัยเร่งปฏิกิริยาในการให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม

การชี้แนะทิศทางการดำเนินงาน และช่วยกำหนดทิศทาง การขับเคลื่อนการดำเนินงานของเยาวชนเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในพื้นที่ รวมถึงเสริมการทำงานในมิติอื่นๆ ให้สอดคล้อง

กับการดำเนินงานของเยาวชน เช่น การช่วยประชาสัมพันธ์โครงการโรงเรียนปลอดเหล้า หรือ ไปต่อยอดกับครอบครัวของเยาวชน ดังกรณีที่เกิดขึ้นที่โรงเรียนสมสะอาดพิทยาสรรพ์ อำเภอ กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ครูที่ปรึกษาได้ทำหน้าที่หนุนเสริมการทำงานของเยาวชนในพื้นที่ โดยการแนะนำแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมให้กับเยาวชน

“เพื่อขับเคลื่อนให้ต่อเนื่อง เราคิดว่าถ้าทำเป็นโครงการประชาสัมพันธ์ปลอดเหล้าเราน่าจะต่อยอดได้ โดยสภาพในโรงเรียนก็ได้อยู่แล้ว เกิดความท้าทายในการทำงาน เป็นการทำงานด้านกระแส” (จินตนา อะสุชีวะ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

การสนับสนุนเชิงนโยบาย บทบาทของครูที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือการช่วยประสานกับผู้บริหารสถานศึกษาในการสนับสนุนให้เกิดนโยบายที่เอื้อให้เยาวชนทำงานได้สะดวกราบรื่น และมีกำลังใจในการทำงานมากขึ้น ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนที่ได้รับการสนับสนุนเชิงนโยบายจากสถานศึกษาจะมีกำลังใจในการดำเนินงานได้ดีขึ้น ดังที่ครู และผู้บริหารโครงการต่างๆ กล่าวว่า

“ความตระหนัก และความคิดในเชิงบวกของผู้บริหารคือความสำคัญอย่างหนึ่งถ้าผู้บริหารร่วมมือและผู้บริหารให้นโยบายในการรับน้องบอกตรงๆ ช่วยได้เยอะ ทางสถาบันจะต้องมีเงินลงมาสมทบกิจกรรมอันนี้ด้วย อันนี้เป็นหลักการของ สสส ที่เราเข้าไป” (วิสนศักดิ์ อ่วมเพ็ง, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2552)

“นโยบายของผู้บริหารเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้โครงการขับเคลื่อนไปอย่างยั่งยืน ถ้าผู้บริหารไม่เล่นด้วยมันก็ขับเคลื่อนลำบาก” (จินตนา อะสุชีวะ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

การเป็นตัวเชื่อมประสานกับชุมชน นอกจากเชื่อมกับผู้บริหารสถานศึกษาแล้ว ครูที่ปรึกษายังเป็นตัวเชื่อมการทำงานไปสู่ชุมชนด้วย ซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่ที่นอกเหนือจากภาระหน้าที่โดยปกติ ผู้วิจัยพบว่าศักยภาพของเยาวชนนั้นจะได้รับการส่งเสริมให้สูงขึ้นถ้าเยาวชนได้รับการยอมรับจากชุมชนที่ตนเองอาศัยอยู่ ซึ่งถ้าเยาวชนสามารถขยายกิจกรรมของตนเองจากที่เคยทำกันภายในสถานศึกษา ให้สามารถเข้าไปทำในชุมชนได้นั้น ก็จะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างโรงเรียน ครอบครัว ชุมชนแล้ว ยังเป็นการสร้างความมั่นใจในศักยภาพของตัวเยาวชนเอง ดังในกรณีของโรงเรียนสมสะอาดพิทยาสรรพ์ อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่จัดงานค่ายครอบครัว ในช่วงวันเข้าพรรษาเพื่อให้เยาวชนได้ทำงานร่วมกับครอบครัว และชุมชน โดยมีโรงเรียนเป็นตัวเชื่อม ดังที่ครูที่ปรึกษาได้อธิบายกระบวนการของการดำเนินงานไว้ว่า

“เน้นกระบวนการที่นำไปพัฒนาสู่ชุมชน ว่าเราสามารถทำกระบวนการใดไปลงสู่ชุมชนได้บ้าง เช่นการลงไปสู่ครอบครัวของแกนนำ ใช้กิจกรรมครอบครัวงดเหล้าเข้าพรรษา โดยให้เยาวชนแกนนำสมัคร แล้วเราก็ลงเยี่ยมภาคกลางคืน 6 โมงเย็น มี 4 หมู่บ้าน เยาวชนแกนนำก็มี 4 หมู่บ้านเหมือนกัน ให้เราไปอธิบายชี้แจงวัตถุประสงค์ของเรา แล้วยื่นทุกครอบครัว ไปช่วงเย็นทุกวันๆ เลิก 2 ทุ่มครึ่งกลับมา ถ้าเด็กไปผู้ปกครองอาจจะไม่ไว้วางใจ เพื่อความเชื่อมั่น ทางครอบครัวสมาชิกก็เลยเสนอว่า ถ้าเรามาจัดรวมกัน เรียกว่า “โสเหล่” เราเลยจัดเป็นเวทีครอบครัว “โสเหล่” คือการจับเข้าคุยกันในครอบครัว จะมีศาลาประจำหมู่บ้าน แล้วทุกคนเอากับข้าวมารวมกัน มากินกัน ทางโรงเรียนเราก็มีเสริมให้ โดยเด็กทำเองหมด มาคุยเปิดอกกัน ความรู้สึกของพ่อ แม่ลูก เกิดภาพประทับใจมาก จุดประกายให้เราทำ เด็กๆ ก็ทำละคร แสดงละคร บางครอบครัวก็ไม่ว่าว่าเด็กๆ ทำได้” (จินตนา อะสุชีวะ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

จากกระบวนการดังกล่าวข้างต้น เราจะเห็นว่า ครูและเยาวชนได้ทำงานร่วมกันอย่างกลมกลืนเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในชุมชน ถึงแม้ว่าผลการเปลี่ยนแปลงนั้นยังไม่สามารถวัดได้ แต่สิ่งที่เกิดขึ้นคือ เยาวชนเองก็มีความภาคภูมิใจที่ตนเองสามารถทำในสิ่งที่ยังไม่มีใครสามารถทำมาก่อนได้ ซึ่งย่อมส่งผลถึงความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองและของกลุ่มตนเองที่จะดำเนินกิจกรรมอื่นๆ ต่อไป ไม่เฉพาะแค่เรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

แต่อย่างไรก็ตาม การการสังเกตการณ์ของผู้วิจัย พบว่าการดึงครูเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของเยาวชนนั้นข้อควรพิจารณาสองประเด็นคือ ความสมัครใจของครู และนโยบายของผู้บริหารศึกษา ดังเห็นได้จากคำสัมภาษณ์ของครูที่ปรึกษาโครงการและผู้อำนวยการโรงเรียน ที่สะท้อนถึงภาระหน้าที่ที่เพิ่มขึ้น โดยไม่มีผลตอบแทนใดๆ ทั้งในรูปแบบตัวเงิน หรือหน้าที่การงาน ดังนั้น แม้ครูจะมีความสุขในการทำงานกับเยาวชน แต่การผลักดันให้ผลงานของครูเป็นที่ยอมรับ หรือสามารถได้รับผลตอบแทนในรูปแบบอื่นๆ ก็จะเป็นสิ่งที่ครูที่ปรึกษากิจกรรมของเยาวชนจะเกิดความภาคภูมิใจ ซึ่งครูก็โยงไปถึงนโยบายของสถานศึกษาทั้งในระดับโรงเรียน และระดับพื้นที่ ว่าควรจะทำให้ความสำคัญกับกระบวนการสร้างเสริมศักยภาพของเยาวชนให้เกิดขึ้นในสถานศึกษา โดยที่ไม่ต้องมองถึงประเด็นว่าเป็นประเด็นอะไร การเสริมสร้างศักยภาพเยาวชน นอกเหนือไปจากการเรียนหนังสือตามหลักสูตรจะต้องเป็นสิ่งที่สถานศึกษาต้องให้ความสนใจ ดังที่ครูกล่าวไว้ว่า

“นโยบายของผู้บริหารเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนโครงการ เพราะถ้าผู้บริหารไม่เล่นด้วยมันก็ขับเคลื่อนลำบาก ไม่เต็มร้อย ถ้ามีนโยบายสนับสนุนและเห็นความสำคัญก็จะทำให้โครงการฯ ดำเนินต่อไปได้” (จินตนา อะสุชีวะ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

ง. ทีมพี่เลี้ยง ทีมพี่เลี้ยงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อกระบวนการพัฒนาเยาวชน ผู้วิจัยพบว่าแต่ละเครือข่ายได้กำหนดให้มีทีมพี่เลี้ยงที่จะทำงานควบคู่ไปกับเยาวชน เพื่อดึงเอาศักยภาพของเยาวชนออกมาในการดำเนินงานของเครือข่ายเอง ทีมพี่เลี้ยงจะต้องมีความเชี่ยวชาญทั้งเรื่องการให้คำปรึกษากับเยาวชนทั้งด้านการบริหารจัดการ ไม่ว่าจะเป็นการเขียนโครงการ การบริหารงบประมาณ การประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ และการให้คำปรึกษาในการดำเนินกิจกรรมการรณรงค์ เช่น การใช้ละครรณรงค์ เพื่อให้เยาวชนนำสื่อละครไปสื่อสารต่อไปในสถานศึกษา และชุมชนตนเองต่อไป ทั้งนี้ทีมพี่เลี้ยงจะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการพัฒนาศักยภาพเยาวชนในระดับอุดมศึกษา ในขณะที่บทบาทของอาจารย์ที่ปรึกษาในการช่วยเหลือหรือสนับสนุนเยาวชนจะลดน้อยลง เราอาจกล่าวได้ว่าจุดเด่นของการใช้พี่เลี้ยงในการช่วยการจัดการความรู้ คือ การกระตุ้นให้เยาวชนได้มีความรู้สึกท้าทาย และสนุกกับการทำกิจกรรม บทบาทหน้าที่ของพี่เลี้ยงก็คือการพัฒนาศักยภาพให้เยาวชนมีความสามารถในการทำงานเชิงรุก และพลิกบทบาทของเยาวชนจากผู้รับสารเป็นผู้ส่งสารที่มีศักยภาพ ซึ่งจำแนกบทบาทหน้าที่ต่างๆ ของพี่เลี้ยงได้ดังนี้ คือ

กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วม ถือเป็นบทบาทสำคัญของทีมพี่เลี้ยงในการกระตุ้นให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าเทคนิคในการกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมคือการใช้ทักษะในการสื่อสารของตัวพี่เลี้ยง และกระบวนการเรียนรู้ที่ใช้เป้าหมายเพื่อให้เยาวชนรู้สึกกล้าพูด กล้าคุยมากขึ้น หรือการเพิ่มระดับการเปิดเผยตัวเองมากขึ้น ดังที่พี่เลี้ยงคนหนึ่งของเครือข่ายเยาวชนอธิบายถึงกระบวนการจัดการเรียนรู้ในเยาวชนว่า

“เราก็ทำการแบ่งกลุ่มเล็กๆ เพื่อให้เค้ารู้จักกันมากขึ้น แล้วก็มีการประจำกลุ่ม เพื่อทำการพูดคุย เพื่อสร้างความสนิทสนมเป็นกันเอง เมื่อเด็กไว้ใจเรา เปิดใจให้เรา เราก็จะดึงเค้าเข้ามาได้ เพราะเราให้ความสนิท เค้าก็จะกล้าเปิด กล้าพูดคุยมากขึ้น” (โฆษา สุขมะดัน, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

การถ่ายทอดความรู้ด้านการรณรงค์ ตัวอย่างของทีมพี่เลี้ยงที่เครือข่ายได้จัดตั้งไว้ในพื้นที่ คือทีมพี่เลี้ยงที่ใช้ชื่อว่าทีม “อาสาจรรยา” ทีมนี้จะมีหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานกิจกรรมของกลุ่มเยาวชนต่างๆ ในพื้นที่ ซึ่งทีมอาสาจรรยาเป็นกลุ่มเยาวชนที่เคยเป็นแกนนำในโครงการมาก่อน กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เคยผ่านการอบรม และเข้าใจเนื้อหากระบวนการมาแล้ว เพียงแต่เสริมทักษะเพื่อให้มีความชำนาญมากขึ้น ซึ่งทีมพี่อาสาจะเป็นทีมงานอิสระที่มาจากหลายกลุ่ม หลายโรงเรียน เช่น กลุ่มตะเกียงลม ของพื้นที่อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่เป็นพี่เลี้ยงอาสาช่วยดูแลน้องๆ ในการทำกิจกรรม ทั้งหกโรงเรียนที่เข้าร่วมเวทีเยาวชน โดยก่อนการมาเป็นพี่เลี้ยงอาสาในครั้งนี้จะต้องเข้าอบรมในการเป็นพี่เลี้ยงอาสา ก่อน และเมื่อผ่าน

การอบรมแล้วจะได้นำเอาความรู้ที่ได้มาสอนน้อง ในการทำกิจกรรมต่างๆ ต่อไป เช่น การแสดงละคร เล่นดนตรี หรือกิจกรรมบนเวทีอื่นๆ (คำณ ชูเดชชา, **สัมภาษณ์**, 15 กันยายน 2552)

ในขณะที่ระดับอุดมศึกษานั้น เครือข่ายพยายามที่จะให้ทีมพี่เลี้ยงเข้าไปจัดการความรู้ในองค์กรแก่นักศึกษาในสถาบันการศึกษา เพื่อให้เป็นองค์กรที่มีความเข้มแข็งในการขับเคลื่อนประเด็นต่างๆ เครือข่ายและทีมพี่เลี้ยงจะฝึกฝนเยาวชนในการทำงาน การคิดเชิงวิเคราะห์ และสามารถนำเอาประเด็นเรื่องทีมแอลกอฮอล์ หรือประเด็นสุขภาวะอื่นๆ มาบรรจุในแผนงานขององค์กรเพื่อขับเคลื่อนในสถาบันการศึกษาของตนเองต่อไป

ความสำคัญของทีมพี่เลี้ยงในการกระตุ้นให้เยาวชนหันมาให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรม สะท้อนจากการที่เยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการอบรมต่างบอก เป็นเสียงเดียวกันว่าการสื่อสารบอกกล่าว และเผยแพร่ข้อมูลให้เพื่อนนักเรียนในโรงเรียนทราบ ด้วยตัวเองไม่น่าสนใจเหมือนที่พี่เลี้ยงจัดให้ และเชื่อว่าจะได้ผลในการสร้างความตระหนักรู้แก่ น้องๆ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากยิ่งขึ้น แต่ถึงแม้การอบรมจะสร้างความตื่นตัวในแกนนำเยาวชนได้ แต่ผู้ศึกษาสังเกตว่าเมื่อกิจกรรมจบลงไป กระแสความสนใจในการขับเคลื่อนประเด็นเรื่องทีมแอลกอฮอล์ในสถาบันการศึกษาก็ลดน้อยลงตามไปด้วย เหตุผลเพราะขาดกิจกรรมต่อเนื่องในรูปแบบอื่นๆ เพื่อให้เยาวชนได้ทำงานร่วมกัน ทีมพี่เลี้ยงจึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำงานคู่ไปกับเยาวชนอย่างต่อเนื่อง

การสร้างความต่อเนื่องของเยาวชน นอกจากนี้ทีมพี่เลี้ยงยังมีบทบาทสำคัญในการก่อให้เกิดความต่อเนื่องในการสร้างแกนนำเยาวชนในพื้นที่ ในกรณีที่เยาวชนที่ทำกิจกรรมร่วมกันได้จบการศึกษา และออกจากกลุ่มไป ทั้งนี้ทีมพี่เลี้ยงในพื้นที่จะมีหน้าที่คอยดูแลติดตามการดำเนินงานของเยาวชน และ เมื่อเยาวชนมีความเข้มแข็งแล้ว ทีมพี่เลี้ยงก็จะค่อยๆ ถอยออกมา นอกจากนี้ ทีมพี่เลี้ยงยังทำหน้าที่ในการประสานงานและสร้างผู้นำเยาวชนรุ่นใหม่ๆ เพื่อให้งานที่เกิดความต่อเนื่อง ทีมพี่เลี้ยงอาจจะเป็นเจ้าหน้าที่จากเครือข่าย หรือเป็นเยาวชนที่เคยร่วมกิจกรรมมาก่อน โดยหน้าที่อีกประการหนึ่งของเยาวชน หรือพี่เลี้ยงเหล่านี้ คือการพยายามชวนเพื่อน ๆ น้อง ๆ เข้ามาร่วมทำกิจกรรมร่วมกันในฐานะที่เป็นหนึ่งในปัจจัยเร่งปฏิกิริยา และพัฒนาเยาวชนรุ่นต่อไปให้ขึ้นมาเป็นผู้นำ ดังที่เยาวชนได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่นี้ไว้ว่า

“อย่างที่บอกว่าเราก็มีอายุมากขึ้น ก็ต้องมีการผลัดใบ เราก็เลยต้องคิดว่า ทำอย่างไรให้มีรุ่นน้องขึ้นมา เอิร์นก็ไปผลักดันชมรมของเอิร์นในวิทยาลัยให้มีบทบาทมากขึ้น ในชมรมก็มีรุ่นน้อง เราก็หาคนที่มึบทบาท มีศักยภาพ ผลักขึ้นมาทำงาน วันหนึ่งมันก็ต้องผลัดกัน อันนี้ก็เป็นอย่างอื่นอีก

กิจกรรมหนึ่งที่เราทำ คำเรียกว่า “ค่ายสร้างแกนนำมากกว่า” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, สัมภาษณ์ , 20 ธันวาคม 2552)

การเป็นที่ปรึกษาด้านการสื่อสาร การที่เยาวชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมการเคลื่อนไหว ไม่ใช่เพียงแค่เป็น “นักแสดง” ที่พูดตามบทที่ถูกมอบให้ เยาวชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการ กำหนดประเด็น หรือกิจกรรมที่จะทำ เพื่อให้พลังของการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น ดังที่ผู้บริหาร เครือข่ายชี้ประเด็นไว้ว่า

“เราต้องเทรนเด็ก ไม่ให้พูดแบบผู้ใหญ่พูด เพราะมันไม่มาจากความรู้สึก” (ธีระ วัชรปราชญ์, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2552)

สิ่งที่เยาวชนสื่อสารนั้น ควรเป็นความต้องการจากเยาวชนเอง แต่ในช่วงแรกพี่เลี้ยงจะมีบทบาทในการช่วยเยาวชนในการกำหนดประเด็น แต่อย่างไรก็ตาม พี่เลี้ยงเองก็ต้องจัดสมดุลของความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับเยาวชนให้เหมาะสม ดังเยาวชนสะท้อนให้เห็นว่า

“ผมจะเน้นความสนิทแบบพี่กับน้องคุยกันมากกว่าจะเข้าถึงได้มากกว่า พูดแบบวิชาการ มันไม่ฟัง แต่วิธีการแบบนี้ผมก็คิดว่ายังไงก็ยังไม่ดีที่สุด เพราะถ้าเราสนิทกันมากเกินไป มันจะทำให้การทำงานไปช้านิดหนึ่ง เพราะอะลุ่มอล่วยเยอะไป ขาดเด็ดขาดก็จะหายไป ถ้าจะดีกว่านี้ก็ต้องทำเป็นทางการ กึ่งครอบครัว” (อดิศักดิ์ ชัยธวัชณ์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

การกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ทีมพี่เลี้ยงจะมีประโยชน์เป็นอย่างยิ่งในกรณีที่เครือข่ายมีขอบเขตการดำเนินงานที่กว้างขวาง และครอบคลุมกลุ่มเยาวชนทั่วประเทศ อย่างเช่น เครือข่ายรับน้องปลอดภัย ที่ผู้บริหารเครือข่ายไม่สามารถจัดการเรียนรู้ในเชิงลึก เพื่อให้เกิดการพัฒนาตนเองเพื่อรู้เท่าทันปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ อย่างที่หลาย ๆ เครือข่ายที่มีขอบเขตการดำเนินงานที่แคบกว่า เช่น โครงการโรงเรียนปลอดภัยดำเนินการกับเยาวชนได้ ดังนั้นเครื่องมือหลักที่ช่วยในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชนของแต่ละสถาบันการศึกษา คือการเรียนรู้ผ่านการสื่อสารระหว่างทีมพี่เลี้ยงกับเยาวชนนั่นเอง เพื่อกระตุ้นให้เยาวชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการที่นำเสนออย่างแท้จริง และเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น ดังที่ผู้บริหารเครือข่าย กล่าวถึงประเด็นนี้ไว้ว่า

“เราก็เชิญคนปีนี้กับน้องที่จะมารับไม้ถัดไปมา ฉะนั้นแต่ละมหาวิทยาลัยก็จะส่งคนมา มหาวิทยาลัยละ 2 คน คือ คนทำปัจจุบัน กับคนที่จะทำในปีหน้า ก็จะมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน นอกจากเรียนรู้กันเองแล้ว ก็ได้มาเรียนรู้กับมหาวิทยาลัยอื่นด้วย เฮ้ยอย่างนี้มหาวิทยาลัยฉันเคยทำ

เฮ้ยมหาลัยฉันเคยทำแบบนี้แล้วได้ผล เคยทำรีปาว มหาลัยเราเคยทำได้ ปีนี้ฉันจะทำเด็กจะได้ เจอตรงนี้ พอปีการศึกษาหน้าก่อนที่จะเริ่มพิจารณาโครงการ เราก็เชิญอีก เชิญเพื่ออะไร ก็เพื่อ มาสอนการเขียนโครงการ ปีนี้เราจะเน้นอะไรเราก็จะพูดไป ส่วนรายละเอียดเราค่อยให้ไปคิดเอง เราไม่ได้บอกว่าคุณต้องเลี้ยงซ้าย เลี้ยวขวา เดินตรงไปอย่างนั้นนะ แต่เราจะพูดว่า เราจะทำกับ ชุมชน ก็ไปลองคิดกันมาว่าจะทำยังไง ก็แล้วแต่มหาวิทยาลัยเพราะแต่ละที่มีชุมชนที่แตกต่างกัน มันก็เป็นกลยุทธ์ที่ดี เราก็แค่ให้โจทย์ไป แล้วให้เค้าไปคิดกันเอง มันทำให้เด็กมีส่วนร่วมมากขึ้น” (สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2552)

ลักษณะการจัดการความรู้ที่รูปแบบหนึ่งคือการเปิดโอกาสให้เยาวชนได้มีส่วนร่วมใน ถ่ายทอดความรู้และบทเรียนจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีพี่เลี้ยงคอยประกองการถ่ายทอดความรู้เพื่อให้ เยาวชนสามารถสร้างกิจกรรมที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของตนเองได้ ทั้งนี้เครือข่ายมักจะมีกรอบ แนวคิดหรือมีหัวข้อเตรียมไว้ให้เพื่อให้เยาวชนได้ลองปฏิบัติ และทดลองจัดกระบวนการเอง ทำให้เยาวชนเกิดความมั่นใจมากขึ้น ดังเช่น

“ในแต่ละกิจกรรม ทางพี่จะเป็นคนโยนโจทย์มาให้ หลังจากนั้นน้องๆ แกนนำเยาวชนก็ ประชุมกัน เพื่อคิดกระบวนการ หรือ กิจกรรม โดยงานแรกที่ได้ทำจะเป็นการจัดค่าย พวกเขา ก็มาคิดว่ากิจกรรมจะเป็นอย่างไร ก็ตกลงจะพูดถึงเรื่องนักตีหม่าใหม่ให้กับเพื่อนคนอื่น ๆ ได้รู้ เพื่อให้เค้าเท่าทัน ซึ่งงานที่เราทำในพื้นที่ต่างจังหวัด เราก็จะมีการแบ่งพื้นที่โดยแต่ละพื้นที่ก็จะ พี่เลี้ยงคอยดูแลอยู่แล้ว เราจะทำหน้าที่ในการหนุนเสริมเป็นหลัก” (โฆษา สุขมะดัน, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

การเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการบริหารจัดการ เมื่อเยาวชนเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน และมีความเข้าใจต่อประเด็นเรื่องตีหม่าแอลกอฮอล์แล้ว กิจกรรมการรณรงค์ด้านการป้องกันและ การลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่ริเริ่มและดำเนินการโดย เยาวชนก็จะปรากฏขึ้น โดยเครือข่ายจะทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) ในด้าน การสนับสนุนงบประมาณ การประสานงาน การเป็นพี่เลี้ยงที่จะให้คำปรึกษา การช่วยแก้ปัญหา การติดตาม วางแผน ประสานงานการดำเนินการในพื้นที่ และร่วมกันผลักดันการจัด สภาพแวดล้อมทั้งภายในโรงเรียน และรอบสถานศึกษา รวมถึงการผลักดันให้สถาบันการศึกษา ต่างๆ มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมการรณรงค์ที่มีความแข็งแกร่งกว่าที่เคยทำ และการเปิด โอกาสให้เยาวชนต่างสถาบันได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน

การเป็นผู้เชื่อมประสานระดับนโยบาย แต่สิ่งที่เครือข่ายเชื่อว่าจะทำให้การดำเนินงาน ประสบความสำเร็จหรือให้มีความต่อเนื่องในพื้นที่นั้น นโยบายของสถานศึกษาจะต้องชัดเจนใน การการสนับสนุนเยาวชนในการเป็นผู้ขับเคลื่อนประเด็นการป้องกันการบริโภคเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ ทั้งนี้บทบาทหน้าที่ของเครือข่ายและพี่เลี้ยงคือการเข้าไปคอยเฝ้าระวังในการดำเนินกิจกรรมของเยาวชนตั้งแต่ต้น และมีทีมผู้ทรงคุณวุฒิไปตรวจเยี่ยมในวันที่มีกิจกรรม เพื่อพูดคุยกับผู้บริหารสถานศึกษาถึงข้อปรับปรุงและข้อเสนอแนะในการทำกิจกรรมในปีต่อไป ซึ่งความตระหนักของผู้บริหารคือความสำคัญ ในการส่งเสริมศักยภาพของเยาวชนในการดำเนินงาน การเข้ามามีบทบาทในเรื่องนี้ของทีมพี่เลี้ยงจากเครือข่าย ทำให้ลดภาระของเยาวชนในการที่จะเข้าถึงกลุ่มผู้ใหญ่ที่มีอำนาจเชิงนโยบายในพื้นที่ ดังที่เยาวชนกล่าวไว้ว่า

“ความยากคือการประสานงานเมื่อก่อนพี่เค้าจะติดต่อให้ เช่นเทศบาลพี่เค้าเป็นผู้ใหญ่ก็ติดต่องานแต่เราเป็นเด็กมหาลัยก็ติดต่อง่ายมาก” (ทัตพร เสงี่ยมศรี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

5.2.1.3 ลักษณะและระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการ

สื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน เมื่อพิจารณาจากกระบวนการสร้างเสริมศักยภาพเยาวชนทั้งในเรื่องการกำหนดประเด็น และเครื่องมือที่เครือข่ายใช้ในการเสริมสร้างศักยภาพ ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วนั้น ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนเข้าไปมีส่วนร่วมในระดับหนึ่ง ในขณะที่เครือข่ายได้วางกรอบนโยบายหรือประเด็นในการขับเคลื่อนไว้ก่อนแล้ว อีกทั้งเครื่องมือในการสื่อสารก็เป็นไปในลักษณะการถ่ายทอดความรู้ (knowledge transfer) เป็นหลัก โดยเฉพาะในกรณีที่ต้องการสร้างความรู้เท่าทันเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างศักยภาพเยาวชนนั้น เปรียบเทียบกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนนั้น ส่วนใหญ่การสร้างเสริมศักยภาพเยาวชนนั้นจะอยู่ในขั้นตอนต้นๆ ของทั้งกระบวนการสื่อสาร กล่าวคืออยู่ในขั้นตอนการทบทวนสถานการณ์ และการร่วมวางแผนและกำหนดนโยบาย เป้าหมายในการดำเนินกิจกรรม ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะได้อธิบายถึงการมีส่วนร่วมของเยาวชนโดยอิงตามขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน เพื่อให้เห็นภาพรวมโดยชัดเจนดังนี้

ก. การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการทบทวนสถานการณ์ ขั้นตอนการทบทวนสถานการณ์ถือเป็นขั้นตอนแรกที่เยาวชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการที่จะสื่อสารร่วมกันเพื่อที่จะค้นหาถึงระดับความตระหนักถึงปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ส่งผลกระทบต่อตนเอง กลุ่มเพื่อน ครอบครัว และสังคม (recognition of a problem) ความเข้าใจกับสาเหตุที่แท้จริงของปัญหา (identification of root causes) รวมถึงความพยายามที่จะค้นหาแนวทางเบื้องต้นที่เป็นไปได้ในการแก้ไขปัญหา (potential solutions to the problem)

การตระหนักถึงปัญหา (recognition of a problem) การที่เยาวชนจะตระหนักถึงปัญหาของเครื่องตีมแอลกอฮอล์นั้น จะเริ่มต้นหรือเกิดขึ้นจากการทำงานของปัจจัยเร่งปฏิกิริยา (catalyst) ต่างๆ ที่ผู้วิจัยได้อธิบายไว้ก่อนหน้านี การที่เยาวชนจะตระหนักถึงปัญหาเครื่องตีมแอลกอฮอล์นั้น เกิดจากทั้งปัจจัยภายในตัวเยาวชนเอง หรืออาจเกิดจากปัจจัยภายนอก เช่น การจัดการความรู้ของเครือข่ายเยาวชน หรือ ข่าวสารจากสื่อมวลชน เป็นต้น ดังนั้นการตระหนักถึงปัญหาจึงเป็นกระบวนการที่ดำเนินควบคู่หรือพร้อมไปกับการทำงานของปัจจัยเร่งปฏิกิริยาต่างๆ ที่กล่าวมา

ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนส่วนใหญ่เข้าใจถึงผลกระทบของเครื่องตีมแอลกอฮอล์ที่มีต่อคุณภาพชีวิต (quality of life) และแรงบันดาลใจในการมองอนาคต (aspiration for the future) ของตนเอง หรือครอบครัว รวมถึงสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ ซึ่งการที่เยาวชนมองเห็นในประเด็นนี้เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการที่จะก้าวต่อไปในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในการควบคุมเครื่องตีมแอลกอฮอล์ เพราะถ้าเยาวชนไม่มีความตระหนักรู้ตรงนี้แล้ว ก็แทบจะเป็นไปไม่ได้ที่เยาวชนเหล่านี้จะขับเคลื่อนกิจกรรมต่อไปอย่างเข้มแข็ง ดังในกรณีของโครงการโรงเรียนปลอดเหล้า จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการที่เยาวชนต้องมีความตระหนักต่อปัญหา ก่อน เพื่อที่จะพัฒนาตนเองเป็นผู้นำเยาวชนในการที่จะดำเนินกิจกรรมอื่นๆ ต่อไป

“คำต้องการให้เราเห็นถึงปัญหาก่อน เมื่อเห็นปัญหาแล้วก็มาคิดว่าจะทำอะไรกับปัญหาเหล่านี้ คำเปิดกว้างให้เรานะ ก็คำไม่ได้กำหนดให้เราทำแบบนั้นแบบนี้” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“ก่อนที่พวกหนูจะไปพัฒนาน้องๆ พวกหนูก็ต้องพัฒนาตัวเองก่อน ทำตัวให้ดีกว่าก่อน” (สุพัตรา อเวสา, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

ทั้งนี้การให้เยาวชนตระหนักถึงปัญหานั้น จำเป็นที่ต้องเกิดขึ้นจากภายในตัวเยาวชนเอง เพราะถึงแม้จะมีลักษณะของการถ่ายทอดความรู้ (knowledge transfer) จากส่วนกลางเกิดขึ้นในระหว่างขั้นตอนการสร้างความรู้ แต่สิ่งที่สำคัญคือเครือข่ายต้องสร้างความตระหนักรู้ให้เกิดขึ้นจากความคิดของเยาวชน มิฉะนั้นจะเกิดเหตุการณ์ที่เยาวชนยังรู้สึกว่าคุณรู้ ความเข้าใจเรื่องเครื่องตีมแอลกอฮอล์ เป็นเรื่องไกล และยากเกินไปที่จะไปอธิบายหรือไปดำเนินงานต่อกับกลุ่มเพื่อนๆ ดังกรณีการเข้าไปสังเกตการณ์การอบรมแกนนำเยาวชนในครั้งแรกของเครือข่ายสายพันธุ์ใหม่ ไร้แอลกอฮอล์ (DNA) ผู้วิจัยพบว่ากิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการนี้ แม้เป็นกิจกรรมที่สร้างความประทับใจ ทั้งในสาระ และความสนุกสนาน แต่ข้อดีดังกล่าวเกิดจากความสามารถในการนำเสนอ ถ่ายทอด และกลวิธีในการสื่อสารจากผู้เชี่ยวชาญ ผ่านการใช้กิจกรรมกลุ่ม การสนทนา และการใช้กรณีศึกษาจากผู้มีประสบการณ์ตรง ทำให้บรรยากาศ

ในการอบรมเป็นไปด้วยดี ซึ่งแกนนำเยาวชนที่ร่วมอบรมในครั้งนั้นต่างก็บอกเป็นเสียงเดียวกันว่าการสื่อสารบอกกล่าวและเผยแพร่ข้อมูลของตนเองคงไม่น่าสนใจเหมือนที่ทีมวิทยากรจัดให้ แกนนำเยาวชนเชื่อว่าถ้าเชิญทีมวิทยากรไปที่โรงเรียนตนเองก็จะสามารถสร้างความตระหนักรู้แก่น้องๆ ที่โรงเรียน ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากขึ้น กรณีนี้สะท้อนให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าการเรียนรู้จะสนุกสนานและได้สาระ แต่ปัจจัยสำคัญที่จะสร้างความตระหนักรู้ว่าปัญหาและผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเกิดจากอะไร และมีความสำคัญอย่างไรนั้น ต้องเกิดจากการที่เยาวชนต้องเข้าใจอย่างแท้จริงจากตนเอง

นอกจากการตระหนักถึงปัญหาจากตัวเยาวชนเองแล้ว เยาวชนยังสามารถตระหนักถึงสิ่งที่มีแนวโน้มที่จะเป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลง (recognition of the opposition to change) ไม่ว่าจะเป็น ค่านิยม วัฒนธรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน, ข้อจำกัดเรื่องอำนาจในสังคม การรุกรานของกลุ่มบริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สู่กลุ่มเยาวชน ซึ่งการตระหนักถึงประเด็นต่างๆ เหล่านี้ซึ่งเป็นความคิดส่วนบุคคลของเยาวชนแต่ละคนนั้น จะถูกคลี่คลายในขั้นตอนที่นำเอาการรับรู้เรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาทำความเข้าใจร่วมกันต่อไป

การสร้างความเข้าใจร่วมกัน (clarification of perceptions) ในขั้นตอนนี้ เยาวชนจะนำเอาความตระหนักต่อปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาพูดคุยระหว่างกันในกลุ่มเพื่อนด้วยกัน เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในกลุ่ม เพื่อหาความเข้าใจและการรับรู้ร่วมกันต่อแนวทางการดำเนินงานและการแก้ไขปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ตนเอง แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการพยายามร่วมกันค้นหาต้นเหตุหรือรากเหง้าที่แท้จริงของปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

“ช่วงหลังถ้าคิดเรื่องกฎหมายอย่างพูดเรื่องกฎหมายอย่างเดียว เรามาหนึ่งทบทวนกฎหมายเรื่องสุรา ปัญหามันอยู่ตรงไหน อย่างเช่น พรบ. สุรา เป็นอย่างไร อยู่ตรงไหน การเปิดร้านขายสุรา ถูกกฎหมายประกอบกัน” (สุวรรณีย์ บุญแท้, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

“อย่างมหาวิทยาลัยเรา มันเป็นปัญหาที่ว่าพอมีกินเหล้า รอบมหาวิทยาลัยก็มีร้านเหล้าเต็มไปหมด มันเลยเป็นปัญหากับสภาพแวดล้อมกับคนในมหาวิทยาลัยและรอบมหาวิทยาลัย ผมว่ามันเป็นปัญหาเรื่องสภาพแวดล้อมของชุมชน มันเป็นปัญหาเชิงสังคม” (รักพงษ์ คำขาว, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

การสร้างความเข้าใจร่วมกันนี้ เป็นกระบวนการสื่อสารที่ต้องเอื้อให้เกิดการปรึกษาหารือร่วมกัน (dialogue) ที่ทั้งเยาวชนและเครือข่ายต่างก็ต้องพยายามทำความเข้าใจอีกฝ่ายหนึ่ง และ

สร้างข้อสรุปร่วมกันต่อการมองประเด็นปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเป็นหลักการสำคัญของแบบจำลองการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยพบว่า การสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างเยาวชนและผู้ที่เกี่ยวข้องคนอื่นๆ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อทั้งสองฝ่ายมีการสื่อสารต่อกันและกันด้วยความจริงใจและเปิดเผยต่อกัน หรือการยอมเปิดโอกาสให้คนอื่นเข้าถึงความเป็นตัวตนของตนเองและให้โอกาสแก่ตนเองในการทำความเข้าใจความเป็น ตัวตนของคนอื่นอีกด้วย ตามแนวคิดการเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ความสำเร็จของการที่ของเยาวชนจะมีความเข้าใจร่วมกันต่อการมองเห็นความสำคัญของปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ ปริมาณการเปิดเผยตัวเอง (amount of disclosure) ของเยาวชนแต่ละคน ดังตัวอย่างของการใช้การปรึกษาหารือ (dialogue) ในการสร้างความเข้าใจร่วมกัน ดังนี้

“ข้อตกลงร่วมในความคิดผม หรือที่คุยกับเพื่อน มันเหมือนไม่ได้สื่อด้วยคำพูดอะไร ประมาณนั้น มันอาจจะสื่อด้วยวัฒนธรรมด้วยกัน อย่างเช่น เรามาทำงานรณรงค์ผมกับทีมที่เข้าค่ายมา จะไม่บอกว่าข้อตกลงร่วมมีหนึ่ง สอง สาม นะ แต่มันจะเป็นลักษณะว่า นั่งคุยกันนั้นแหละ คุยกันมันเหมือนกระบวนการที่เป็นวัฒนธรรม ใครเข้ามาก็ต้องทำเป็นวัฒนธรรม ซึ่งมันก็นำไปสู่ข้อตกลงร่วมที่เราไม่ใส่ใจ อย่างเช่น นั่งคุยกัน คนอื่นพูดเราก็ฟังอะไรแบบนี้ ซึ่งเราก็ไม่ได้บอกว่าคุณจะต้องฟังนะ ไม่ได้บอกว่าคนที่เข้ามาต้องไม่ดื่มเหล้านะ เรบอกว่าใครมีใจอยากทำเข้ามาเลยแต่เราใช้วัฒนธรรมร่วม คือ 1. นั่งล้อมวง 2. เปลี่ยนคนขึ้นประเด็น 3. ถามความรู้สึกก่อนเริ่มเวที เป็นใคร มาจากไหน โดยให้แนะนำตัว 4. ก่อนที่จะเข้าเนื้อหาเราจะสร้างความสัมพันธ์ โดยเรามองว่าความสัมพันธ์ต้องมาก่อนสิ่งอื่นใด ส่วนจะตั้งใจฟัง ไม่ตั้งใจฟัง หรืออะไร มันอยู่กับกลุ่มใหม่ที่เข้ามา เพราะสมาชิกก็ไม่มี และเขาก็ไม่มีข้อมูลอะไรมากนัก มันก็เลยพยายามให้เค้าพูดมากที่สุดก็แล้วกัน ผมมองว่าถ้าทำเป็นข้อตกลงร่วมเหมือนเป็นข้อผูกมัดเป็นกฎเกณฑ์ มันไม่ปล่อยอิสระ แต่ถ้าเราทำเป็นวัฒนธรรมองค์กรร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกัน ก็จะได้ใจมากกว่า” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

แต่อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการเปิดเผยตัวเองเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาความสัมพันธ์และความเข้าใจร่วมกันให้เกิดขึ้นระหว่างบุคคล แต่ระดับการเปิดเผยตนเองก็มิได้เป็นเครื่องยืนยันระดับความเข้าใจให้เกิดขึ้นมากตามระดับการเปิดเผย การที่คู่สื่อสารยังเปิดเผยตนเองก็ไม่ใช่ว่าจะสร้างความพอใจ สร้างความสนิทสนมหรือสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงมากขึ้นตามระดับการเปิดเผยนั้น การเปิดเผยในระดับที่พอประมาณซึ่งเหมาะสมต่อการสนทนาระหว่างกัน และการรับฟังคู่สนทนา จึงจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและลึกซึ้งได้ เยาวชนคนหนึ่งสะท้อนปรากฏการณ์ดังกล่าวไว้ว่า

“เวลาใครจะทำอะไรก็ตาม ก็ต้องรับฟังคนอื่นร่วมกันในความคิดเห็นของแต่ละคน เพราะว่าเวลาเพื่อนพูดแล้วเรามัวแต่พูด ไม่ฟังเราก็จะไม่รู้ในสิ่งที่เพื่อนจะสื่อ พอทำงานจริงๆ

ออกมาบีบ มันไม่ได้ อย่างต้องการก็จะมาโทษกันไปโทษกันมา เพราะฉะนั้นเวลาในการนำเสนอ จะไม่มีผิด ไม่มีถูก พี่เค้าจะคอยทำให้เวลานำเสนอจะไม่ใช้ความคิดที่ผิด หรือสิ่งที่ผิด เพราะฉะนั้นทุกคนสามารถออกความเห็นได้ แล้วทุกคนต้องรับฟัง เรื่องทุกเรื่องที่น่าเสนอไม่มี อันไหนเป็นเรื่องที่ผิด หรือถูก แต่เราจะเอาความคิดเห็นทั้งหมดมาพัฒนาาร่วมกัน อันนี้เป็นเรื่องที่ดีครับ ถ้าเราไม่มีคนเชื่อมให้ พอพูดบีบ อีกคนพูดแทรกขึ้นมามันก็จะปัญหา ต้องรอให้เพื่อนพูดจบก่อน ผมคิดว่าจุดนี้เป็นจุดดีมาก ๆ เพราะจะไม่สร้างความขัดแย้งขึ้น และทำงานกันต่อไป ได้ ถ้าทุกคนเอานิสัยของแต่ละคนออกมา ผมว่าเราทำงานต่อไปไม่ได้แน่นอน” (เจลิมวุฒิ สังข์ คดี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

การเปิดเผยตัวเองจึงเป็นแนวคิดสำคัญในการก่อให้เกิดกระบวนการทำความเข้าใจร่วมกัน ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะนำไปสู่การที่เยาวชนสามารถที่จะเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ ระหว่างตนเองกับคนอื่น ที่จะนำไปสู่การคลี่คลายวิธีการทำงานร่วมกันต่อไป

“การยอมรับเราต่างคนต่างที่มา พอมาเจอกันในค่ายก็ต้องมีความคิดที่แตกต่างกันแน่นอน แต่ถ้าเราเปิดใจรับเค้า เค้าเปิดใจรับเรา ก็จะทำให้งานของเราราบรื่น ผมคิดว่าก็เป็นปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ” (ชัยรัช มณีวรรณ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

การเปิดเผยตัวเองนั้น อีกความหมายหนึ่งก็การปรับระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนให้มีสูงขึ้นนั่นเอง ผู้วิจัยเห็นว่าเยาวชนสามารถที่จะมีส่วนร่วมในการพูดคุยกันเพื่อแลกเปลี่ยนและทำความเข้าใจร่วมกัน โดยมีระดับการมีส่วนร่วมในระดับ “การเรียนรู้ร่วมกัน” (co-learning) โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่เครือข่ายได้วางกระบวนการจัดการความรู้ที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วม โดยเครือข่ายจะทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน

“น้องๆ คุยกับพี่ๆ และก็มาคุยกันเองในกลุ่มแล้วก็แต่ละกลุ่มก็มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เหมือนมันง่ายกว่าการคุยที่เดี่ยวพร้อมกันหมด ซึ่งการทำงานแบบนี้พี่เค้าจะเป็นที่ปรึกษาคอยรับฟังและถามความคิดเห็นจากเราตลอดเวลา ว่าอยากดัดแปลงอะไรไหม อยากเพิ่มตรงไหนไหม มีอะไรดีก็รีบไปหา หนูคิดว่าจริงๆ พี่เค้าอยากให้เราฝึกวิธีคิดและฝึกการทำกิจกรรมเพื่อนำไปใช้ในมหาวิทยาลัยได้เอง” (ยุวดี ชินบุตรานนท์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

การที่เยาวชนแต่ละคนเห็นไม่ตรงกันกันนั้น ไม่ใช่เรื่องที่น่าแปลกใจ แต่อย่างไรก็ตามในท้ายที่สุดแล้วเยาวชนในกลุ่มจะต้องเห็นพ้องกันต่อเรื่องแนวคิดหลักที่เป็นแกนกลางในการดำเนินงาน ถ้ายังมีความแตกต่างในกระบวนการทำงานก็ต้องกลับมาพูดคุยกันใหม่ โดยเยาวชนต้องเพิ่มระดับการเปิดเผยตัวเองให้มากขึ้นกว่าเดิม ดังเช่น

“ปีนี้เราอาจจะ work shop น้อยไปหน่อย บางคนมีความคิดเห็นต่างก็อาจจะทำงานไม่ดีอะไรแบบนี้ครับ ทำให้มีปัญหากันบ้าง” (วีรวุฒิ พุทธามาตย์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

“เมื่อ 2 ปีก่อน ก็มีปัญหานิดหน่อยครับ เรื่องขบวนเรื่องอะไร พอดีมันเป็นเรื่องเงิน ๆ ทอง ๆ ด้วยครับ พอดีคนคุมขบวนก็ไม่ได้มาคุยกับเรา แล้วเค้าก็มีปัญหาเรื่องเงินพอดี เพราะเงินมันไม่ลงตัว เค้าต้องการใช้เงินมากกว่าที่พวกเราคำนวณไว้ เค้าอยากจะไม่คำนึงว่าเราอยากจะได้ประโยชน์สูงสุดจากการใช้เงินนี้ เค้าไปทุ่มเทต้องนั้นมาก เค้าเลยลืมนั่นของเราก็คืออาจจะทะเลาะกันบ้าง เราก็กังใจโดยใช้วิธีการมาคุยในที่ประชุม มาไกลเกลี่ยกันให้ลงตัวที่สุด สุดท้ายเราก็มาร่วมกันว่าต้นเหตุมันคืออะไร เราต้องแก้ไขกันอย่างไร เราก็มารับจูนให้มันตรงกัน” (คงพิน ใจสม, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

การค้นหาคำความต้องการร่วมกัน (shared vision and needs) การที่เยาวชนและเครือข่ายมีความเข้าใจร่วมกันต่อปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ดังกระบวนการที่เชื่อมโยงกันตั้งแต่ความตระหนักถึงปัญหามาจนถึงการทำความเข้าใจร่วมกัน ขั้นตอนต่อมาคือการพยายามที่จะค้นหาถึงความต้องการร่วมกันและทิศทางที่ต้องการจะไปถึงในการดำเนินงานในการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในอนาคต ขั้นตอนนี้จึงเป็นการนำเอาสิ่งที่มุ่งหวังในอนาคต (vision of the future) มาเปรียบเทียบกับสภาวะปัจจุบัน (assessment of current status) ของบริบทแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้ความต้องการร่วมกันดังกล่าว เกิดจากการร่วมกันกำหนดจากเยาวชนและเครือข่ายต่าง ๆ ที่ต้องการเห็นเพื่อน และสภาพแวดล้อมรอบตัวที่เปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น กระบวนการพูดคุยร่วมกันยังเป็นเครื่องมือหลักที่ใช้ในการหาความเห็นร่วมกัน ผู้วิจัยค้นพบความต้องการร่วมกันของเยาวชนไว้หลายประการด้วยกันคือ

ประการแรก ความต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล เยาวชนมุ่งหวังให้การขับเคลื่อนของตนเองนั้นสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มเพื่อน ดังเช่น

“ต้องการสกัดกั้นนักดื่มหน้าใหม่ เพราะเยาวชนสมัยนี้ถูกบริษัทน้ำเมาอมเมามาก เราก็เป็นคนหนึ่งที่ถูกบริษัทน้ำเมาอมเมามาก เราก็เลยคิดว่าอยากจะให้เพื่อน ๆ หลุดออกมาจากเป้าหมายของบริษัทพวกนี้” (ชัยรัช มณีวรรณ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“สิ่งที่เราอยากเห็นคือการ เสริมศักยภาพให้เด็กมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงสังคม และพัฒนาเยาวชนให้รู้จักเท่าทันเรื่องเหล้า เพื่อไม่ให้ตกไปเป็นนักดื่มหน้าใหม่” (โฆษา สุขมะตัน, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

ประการที่สอง ความต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระดับชุมชน เยาวชนมุ่งหวังให้การขับเคลื่อนของตนเองนั้นสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของชุมชนหรือสถานศึกษาที่ตนเองอยู่

“อยากให้ชุมชนปลอดเหล้า อยากทำให้ปลอดจากเหล้าให้ได้ อย่างเทศกาลก็ไม่อยากให้มีเหล้า แม้มันจะเป็นเรื่องเล็กๆ น้อยๆ ก็อยากจะทำให้ปลอดเหล้า” (สุริดา พลเยี่ยม, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

ประการที่สาม ความต้องการในการก่อให้เกิดพื้นที่ต้นแบบ เยาวชนมุ่งหวังให้การขับเคลื่อนของตนเองนั้นสามารถก่อให้เกิดพื้นที่ต้นแบบในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ตนเอง

“เราต้องมีจุดมุ่งหมายของเราว่า เราต้องการอะไร เช่น งานยี่เป็ง เราก็มีจุดมุ่งหมายใน “กรีนโซน” ของเราให้เป็นพื้นที่ที่ปราศจากแอลกอฮอล์ พอเรามีจุดหมายแล้ว เราก็มีกิจกรรมดีๆ หรือชวนคนเข้ามาในพื้นที่ได้อย่างไร คือ คนในบริเวณดังกล่าวที่ไม่เคยได้เข้ามางานนี้ จะเข้ามาได้อย่างไร” (ทัตพร เสงี่ยมศรี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ผู้วิจัยค้นพบต่อไปว่า ในขั้นตอนการกำหนดเป้าหมายนี้ เริ่มจะเกิดความขัดแย้ง หรือความคิดเห็นไม่ตรงกัน (conflict / dissatisfaction) เกิดขึ้นระหว่างเยาวชนด้วยกัน ซึ่งเมื่อเกิดความขัดแย้งในความคิดเกิดขึ้น เยาวชนก็ต้องกลับเข้ามาสู่กระบวนการเสวนาร่วมกันอีกครั้งหนึ่ง และพยายามหาทางออกร่วมกัน และบางครั้งเครือข่ายเองก็ต้องลงมาช่วยในการจัดกระบวนการที่ทำให้เยาวชนได้เห็นภาพร่วมกันให้ได้ ก่อนที่จะลงมือปฏิบัติงานจริงๆ

“เพื่อนบางคนก็ต่อต้านว่าทำไมต้องทำเรื่องเหล้า มันก็ไม่ผิดนะ แต่พอเข้ามามันก็มีกระบวนการให้เราได้เห็นภาพที่ชัดขึ้นว่าเหล้า มันไม่ใช่แค่ปัญหาเหล้าแต่มันโยงไปสู่ปัญหาครอบครัว สังคม ปัญหาอะไรไม่รู้เต็มไปหมดเลย เราก็จะเลยจับว่าเราจะทำเรื่องเหล้าก็จะทำได้ให้หลายปัญหาเลยในสังคม” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2552)

“การทำงานในกลุ่มในทีม แรกๆ ก็มีขัดแย้งกันภายในบ้างแต่ไม่รุนแรง ก็บางคนเห็นด้วย บางคนไม่เห็นด้วยก็มีปัญหาเป็นธรรมดาเราก็มาปรับจูนกัน แต่ก็แก้ไขได้ ยกตัวอย่าง เวลาทำกิจกรรม เราก็เสนอกิจกรรมที่เป็นจินตนาการไม่สามารถทำได้ แล้วก็ช่วยๆ กันเสนอ ช่วยๆ กัน เกลา ปรับแก้ก็จะได้กิจกรรมที่มาจากทุกๆ คน ไม่ใช่ไม่เอาความคิดของคนคนนั้นเลย” (เนลิมวุฒิ สังข์คดี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ข. การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการวางแผน ในการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพของเยาวชนนั้น เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการวางแผน ตั้งแต่การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์การทำงานร่วมกัน รวมไปถึงการออกแบบเครื่องมือสื่อสารในการดำเนินงาน ดังนี้คือ

การกำหนดวัตถุประสงค์และขั้นตอนการปฏิบัติงานร่วมกัน (setting objectives and action plan) ทั้งนี้ขั้นตอนการทบทวนสถานการณ์ที่กล่าวมาก่อนหน้า ได้ทำให้เยาวชนและเครือข่ายมีความเข้าใจร่วมกันถึงกรอบแนวทางการดำเนินงานเบื้องต้นในการที่จะขับเคลื่อนงานเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ร่วมกัน รวมถึงข้อจำกัดต่างๆ ที่ปรากฏในบริบทการทำงานในพื้นที่ต่างๆ ในขั้นตอนต่อมาเยาวชนจะต้องร่วมกันกำหนดวิธีการทำงานโดยละเอียดตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์การทำงานร่วมกัน การร่วมกันกำหนดทรัพยากรและแหล่งทรัพยากรที่จะหามาได้ การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายร่วมกันนี้ จะทำให้เยาวชนและเครือข่ายมีจุดร่วมเดียวกันในการดำเนินงาน ดังเยาวชนสะท้อนไว้ว่า

“ถ้าเรามีเป้าหมายร่วมกัน เราก็จะทำงานด้วยกันได้” (กฤษดา ทาทองเหลือง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนที่ผ่านกระบวนการของขั้นตอนการทบทวนสถานการณ์ จะทำให้เยาวชนสามารถที่จะกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานได้ชัดเจน และสอดคล้องกับสถานการณ์ในพื้นที่ ซึ่งจะช่วยให้เยาวชนและเครือข่ายวางแผนขั้นตอนการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็นการคิดกระบวนการ เครื่องมือ หรือกิจกรรม การกำหนดทรัพยากรที่ต้องใช้ในเครื่องมือหรือกิจกรรมที่เลือกใช้ หรือการแสวงหาทรัพยากรเพิ่มเติม ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ เช่น

“วัตถุประสงค์ของเราคงไม่ได้ห้ามไม่ให้ดื่ม แต่ไม่เพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น เพราะตอนนี้ถ้าห้ามคงห้ามยาก เพราะมันอยู่ตามหอพัก และนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาต่างจังหวัด ถ้าจะห้ามให้ดื่มเลยคงยาก ห้ามก็ห้ามแต่เค้าจะไม่ปฏิบัติตามเรา เราเลยรณรงค์ตั้งแต่ต้นเหตุว่า ไม่ให้เพิ่มจำนวนมากขึ้นดีกว่า เราก็ออกแบบกิจกรรม เช่น พี่เค้าบอกว่าจะเอาข้อมูลไปให้ตำรวจเพื่อไปปรับเปลี่ยนกลไก เราก็มาออกแบบกิจกรรมว่า เราจะเก็บข้อมูลมันอย่างไร” (ก้องกริช ศรีบุรินทร์, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

“ต่างคนมีนิสัยที่แตกต่างกัน อย่างคณะกรรมการบัญชีก็ทำงานๆ ก็ได้เพราะเค้ามีพื้นฐานความคิดที่ไม่ดื่มอยู่แล้ว อารมณ์อย่างบัญชีก็แค่รณรงค์แค่นั้นก็พอแล้ว เค้าก็เลิกแล้ว แต่ถ้าเป็น

คณะวิศวะนี่ก็ก็อย่าง ต่อให้อาภาพรถชนตายมาเค้าก็เฉยๆ แต่ที่เราทำก็แค่ทำภาพรวมเฉยๆ ไม่เจาะไปที่บุคคลใด หรือฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง แต่จะเจาะไปที่ประธานคณะ แล้วเค้าก็จะจัดสรรของ เค้าเอง ถ้าเค้าทำไม่ได้ก็จะยึดเงินที่สนับสนุนการทำกิจกรรมคืน” (เอกชัย สุขแก้ว, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

ในการกำหนดวัตถุประสงค์และขั้นตอนการปฏิบัติงานร่วมกัน ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนมีส่วนร่วมอยู่สองลักษณะด้วยกันคือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมในการออกแบบเครื่องมือการดำเนินงาน โดยทั้งสองลักษณะการมีส่วนร่วมนั้น เยาวชนจะมีการปรึกษาหารือกับเครือข่ายอยู่ตลอดเวลา โดยเครือข่ายจะทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ทั้งในเรื่องการบริหารจัดการ การออกแบบกระบวนการ การบริหารทรัพยากร เป็นต้น ลักษณะการมีส่วนร่วมในขั้นตอนการกำหนดวัตถุประสงค์และขั้นตอนการปฏิบัติงานร่วมกัน อธิบายได้ดังนี้

การมีส่วนร่วมตั้งขั้นตอนกำหนดนโยบาย เยาวชนได้รับผิดชอบอย่างเต็มตัวตั้งแต่การวางแผนเป้าหมายร่วมกัน และกำหนดกิจกรรมภายใต้กรอบเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เครือข่ายจะมีบทบาทเป็นผู้ประสานงาน หรือผู้อำนวยความสะดวก อย่างแท้จริง และพร้อมที่จะให้คำปรึกษาในการดำเนินงานเป็นระยะ

“เราวางแผนเป้าหมายร่วมกัน ไม่มีใครเป็นแกนนำ เราทำงานร่วมกัน 30 – 40 คน ปีนี้ทางที่เป็นผู้ประสานงานค่อนข้างปล่อยให้เราคิด มีอิสระในการทำ เราต้องนัดประชุมกันเอง บริหารงานกันเอง มันเป็นเรื่องที่ท้าทายครับ จัดงานเอง ทำงานงานหนึ่งด้วยตนเองครับ” (เจลิมวุฒิ สังข์คดี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“มันขึ้นอยู่กับคนในพื้นที่หรือน้องๆ ต่างหากว่าอยากจะขับเคลื่อนไปทางไหน อยากจะทำอะไร เค้าแค่ให้ข้อมูลเรา ถ้าอยากทำไม่อยากจะมันขึ้นอยู่กับตัวเรา ขึ้นอยู่กับน้องๆ เอง เราก็จึงได้ร่วมกัน ร่วมกันคิด โดยที่แต่ละฝ่ายสนใจอะไรแล้วจะเอาแผนมาของแต่ละฝ่ายมารวมกันก็กลายเป็นแผนปีว่าจะทำอะไรบ้าง มันก็จะเป็นแผนของมันที่เราจะทำอะไรบ้างก่อนหลัง” (รักพงษ์ คำขาว, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

บทบาทของเครือข่ายและเยาวชนเป็นสิ่งสำคัญ กล่าวคือเครือข่ายจะทำหน้าที่เป็นที่เลี้ยงให้กับเยาวชน ผู้วิจัยพบว่าการตัดสินใจเชิงนโยบายต่างๆ ในช่วงแรกยังขึ้นอยู่กับเครือข่ายที่จะเป็นคนคอยชี้แนะ แต่เมื่อเยาวชนเหล่านี้มีศักยภาพเพียงพอ และพร้อมที่จะแสดงจุดยืนของตนเองสู่สังคม เครือข่ายก็จะลดบทบาทลงเป็นผู้ประสานงานอยู่เบื้องหลัง ซึ่งการทำงานลักษณะนี้มักจะพบในเครือข่ายที่ดำเนินงานภายนอกสถาบันการศึกษา ที่ไม่ถูกจำกัดด้วยโครงการการ

บริหารงานภายในสถานศึกษาเอง และนอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่าเยาวชนที่มีศักยภาพในการกำหนดนโยบายจะเป็นเยาวชนที่ได้มีโอกาสผ่านกระบวนการพัฒนาศักยภาพของตนเองตั้งแต่การสร้างความรู้เท่าทัน โดยเยาวชนเหล่านี้ได้ยกระดับการมีส่วนร่วมจากการที่ทำได้เพียงแค่จุดประเด็น และริเริ่มการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้กับเครือข่ายเพื่อพิจารณา เป็นการพยายามที่จะสามารถตัดสินใจและกำหนดแนวทางต่างๆ ได้ด้วยตัวเอง ปรากฏการณ์ถูกอธิบายโดยเยาวชนไว้คือ

“แรกๆ พี่เค้าจะนำแล้วเรามาช่วยกันคิด และก็ตามกระบวนการพี่ชง พอผ่านไปสักหนึ่งปี พี่ชงเค้าจะสร้างกระบวนการให้เราเอง ให้เราฝึกการคิด ในค่ายเช่น ค่ายภาวะผู้นำ ค่ายอะไรที่ฝึกกระบวนการคิดต่างๆ พอปีที่สองมาต่อมาพี่ชงเค้าจะออกห่างไป ให้เราจุดประกายความคิดแทน จนล่าสุดปีนี้ งานนี้เบิ่งเค้าแทบไม่ยุ่งด้วยเลย เค้าให้เราคิดกระบวนการทั้งหมดเอง คิดกิจกรรมต่างๆ เอง ก็ดีครับมันเป็นการสร้างกระบวนการคิดให้เรา” (คงพิน ใจสม, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“พอได้เป้าหมายแล้วก็ต้องเข้ามาวางแผนกับพี่เค้าอีกทีว่าจะทำแบบไหน จะสำรวจแบบไหน ให้เราออกแบบเอง เราเลือกที่จะเรียนรู้เอง มันมีพื้นที่ มันมีเครื่องมือให้เรียนรู้ เราก็เลือกเครื่องมือไปเรียนรู้ แล้วก็ออกแบบไปด้วย” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“เป้าหมายช่วงแรกมาจากหนานชง [นายธงชัย ยงยีน ผู้ประสานงานสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า ภาคเหนือตอนบน] แต่เป้าหมายจริงๆ มาจากการวางร่วมกันของกลุ่ม 7 สถาบัน ร่วมกันคิด เรามีกลุ่มนี้ขึ้นมาแล้ว แล้วจะทำอะไรกันต่อไป เราก็มาวางวัตถุประสงค์หรือวางเป้าหมายในการเดินต่อไป” (อภิศักดิ์ สุวรรณมงคล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

การมีส่วนร่วมในช่วงการออกแบบเครื่องมือการดำเนินงาน ในการมีส่วนร่วมลักษณะนี้ เครือข่ายจะเป็นผู้กำหนด “โจทย์” ในการดำเนินงานให้กับเยาวชน มักจะเป็นกรอบนโยบายกว้างๆ ที่เป็นแนวทางให้เยาวชนได้เห็นเป้าหมายที่องค์กรอุปถัมภ์ทุนต้องการ และนำเอากรอบแนวคิดนั้นมาพัฒนาเป็นแผนการดำเนินงานในพื้นที่ของตนเองต่อไป

“ในแต่ละงานที่ทำ หรือในแต่ละกิจกรรม ทางเราจะเป็นคนโยนโจทย์ให้กับน้องๆ หลังจากนั้นน้องๆ ก็จะประชุมกัน เพื่อคิดกระบวนการ หรือ กิจกรรม” (โฆษา สุขมะดัน, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

“พี่เค้าออกแบบเป้าหมาย แต่เราก็ออกแบบกิจกรรม” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“ส่วนใหญ่ก็อาจารย์จะเป็นคนนำให้ เค้าเลี้ยงเห็นอยู่แล้ว เราก็มีหน้าที่ดำเนินการต่อ โดยก่อนที่จะไปปรับทุนมา จะมีการเขียนแผนเพื่อขอทุนโดยอิงกับกิจกรรมที่ทางมหาวิทยาลัยจัดขึ้น ก็ในเอกสารที่ของบจะมีรายชื่อกิจกรรม และรายละเอียดเราก็ทำตามนั้น บางโครงการที่เราจัดไปแล้ว ที่เรามีนงบอยู่แล้วเราก็จะจัดไป ส่วนกิจกรรมใหม่พอได้มาก็มีการเรียกประชุม และร่างรายละเอียดงานแบบคร่าว ๆ ของงานว่าจะทำอะไรบ้าง และทำหนังสือขออนุมัติทำงานจากทางมหาวิทยาลัย หลังจากนั้นจะมีการแบ่งฝ่ายการทำงาน ว่าใครจะทำอะไรกันบ้าง ส่วนใหญ่ก็จะแบ่งเป็นฝ่ายสถานที่ ฝ่ายเหรียญก เป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์งาน” (สุภรณ์ พลอยศิริ, สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2552)

การทำงานลักษณะนี้มักจะพบในเครือข่ายที่มีขนาดใหญ่ และมีขอบเขตการดำเนินงานกับสถาบันการศึกษาหลายแห่ง เช่น โครงการรับน้องปลอดเหล้า ซึ่งเป็นการทำงานผ่านองค์กรนักศึกษาภายในมหาวิทยาลัย และการสื่อสารมักเป็นในรูปแบบจากบนลงล่าง (top-down) ที่ผู้ที่เกี่ยวข้องจะรับนโยบายต่อเป็นทอด ๆ

“เวลาจะมีกิจกรรมอะไรหนูก็จะเรียกทุกฝ่ายมาประชุมเพื่อมาอธิบายว่าจะทำกิจกรรมอะไร หรือคอนเซ็ปอะไรที่จะสอดคล้องเรื่องงดเหล้าบุหรี และต่อมาก็จะเรียกประธานคณะมาว่าต้องทำอะไรบ้าง อย่างเช่น เรามีนงบให้คณะละ 3,000 บาท แต่ต้องทำอะไรบ้าง และต้องดูแลน้องอย่างไร แต่ถ้าเราเจอ เราก็จะยึดบนนั้นคืนมา เพราะถือว่าไม่เป็นตามข้อตกลง” (รัชนิกรพานิชกิจ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“สโมสรนักศึกษาก็เหมือนรับนโยบายต่อ ก็เหมือนว่าแต่ละคนก็ทำมาก่อนแล้ว ก้องเค้าก็จะทำมาของคณะค่ะ แต่นโยบายของมหาลัยก็จะเป็นพวกสภักดิ์นักดื่มหน้าใหม่ เข้าดำเนินการมาก่อนแล้วที่จะต่อต้านร้านเหล้าให้ออกไปจากมหาลัย เมื่อก่อนก่อนที่จะเข้ามาร้านเหล้ามันจะมากกว่านี้ หน้ามหาลัยเต็มไปหมดเลยคะ แล้วเราก็เห็นผลกระทบเด็กติดกัน ไม่ว่าจะเป็งานเฟรชชี เค้าพยายามจะให้เลิกดื่กเพื่อไม่ให้เด็กไปต่อกัน ไม่ให้มีเรื่องกัน อันนี้ก็จะเป็ของมหาวิทาลัย” (ศิริประภา สิริขันธ์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

จากสถานการณ์ข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า การรับนโยบายจากส่วนกลางมีผลต่อการจำกัดความคิดของเยาวชน ที่มีแนวโน้มที่จะทำงานภายใต้กรอบความรับผิดชอบที่ตนเองได้รับมอบหมาย เช่น มาตรการลงโทษ หักคะแนน เยาวชนสามารถตัดสินใจและกำหนดแนวทางต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเองในระดับหนึ่งเท่านั้น

“นายกสโมสรได้มอบหมายให้ไปอบรมกับทาง สสส. แล้วนำเรื่องที่ได้จากการอบรมเข้าในที่ประชุมสโมสร ว่าเราควรจะทำอย่างไรให้สอดคล้องกับ สสส. โดยคิดร่วมกันว่า จะมีการประชาสัมพันธ์ โดยเห็นว่า มีมาตรการรากลงโทษ” (รัชนิกร พานิชกิจ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“เราเป็นคนเสนอ เสนอวิธีการที่น่าจะมีการหักคะแนน หรือเอาคนทำผิดในด้านนี้ ไปบำเพ็ญประโยชน์” (ศิริประภา สิริขันธ์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

เพราะต้องคำนึงถึงอุปสรรคเชิงโครงสร้างและอำนาจที่ตนเองมีภายในสถานศึกษา เราจึงพบว่า อาจารย์ที่ปรึกษา หรือผู้บริหารสถานศึกษา จะเป็นกลุ่มบุคคลที่สำคัญเป็นอย่างมากต่อความสำเร็จของกระบวนการกิจกรรมของเยาวชนในสถานศึกษา ดังถูกอธิบายโดยเยาวชน ไว้คือ

“มหาวิทยาลัยหนูยังมีร้านเหล้ามาก และน้อยมากมีคนจะมาผลักดัน และเรามีแค่สองสามคน และคนที่จะเป็นสโมจริง ๆ มันน้อยมาก กินเหล้าเข้าสังคมยังมีกระแสดีเหมือนเดิม ค่านิยมยังมีอยู่ แต่สมัยนี้ยังมีกระแสคนรักสุขภาพ มันก็มีอะไรออกมาขายต่างหากกัน อธิการบดีไม่ได้ส่งเสริมได้นี่เลย เงินทุนจะหามาจาก สสส. หรือองค์กรต่าง ๆ ซึ่งกิจกรรมมีบทบาทมากพอสมควร สอนน้องตลอดเวลา โดยเฉพาะเด็กผู้ชายสอนมาก มีเพื่อนบางคนทำได้เห็นผลจริง ๆ เครือข่ายเราไม่ได้จริงจังในขั้นนั้น เรายังอยู่ในกระบวนการเริ่มต้นอยู่ ของฝนเครือข่ายในมหาลัยไม่มีเลย อาจารย์ยังไม่ชัดเลย ไม่กล้าทำ ทำให้เด็กต่างคนไม่กล้าทำ” (กัลยาณี โพธิ์ชัย, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

“ปัญหาของหนูคือ งบประมาณ เราเขียนอะไรไป ไม่รู้เค้าสนใจเราหรือเปล่า ยังอยากให้มียัยมันส์อยู่รีเปลา คือทุกวันนี้ที่หนูทำเพราะหนูอินกับมัน ไม่เช่นนั้นหนูก็คงไม่ทำ คืออย่างน้อยหนูก็ได้ประโยชน์ เพราะหนูบำบัดครอบครัวหนูด้วย เพื่อนหนูด้วย หนูบำบัดสังคมที่หนูอยู่ แล้วเราก็คอยากทำต่อ แต่เราขาดสิ่งเดียวคืองบประมาณ เราไม่มี เราเขียนไปเราส่งไป เราไม่รู้ว่าจะใครเซ็นต์ เค้ากลับไม่ตอบเรา” (วราภรณ์ พิณทอง, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

5.2.2 การมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ

ผู้วิจัยพบว่ากระบวนการเสริมสร้างศักยภาพของเยาวชนจะนำไปสู่ความสำเร็จในการสื่อสารประเด็นสาธารณะ ในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน เยาวชนจะเริ่มเปลี่ยนบทบาทตนเองเป็น “ผู้ส่งสาร” อย่างชัดเจนขึ้น เยาวชนได้ใช้สื่อหลากหลายประเภทในการสื่อสารสู่กลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อรณรงค์ที่เป็นชุดความรู้เรื่องผลกระทบและการรู้เท่าทันต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่างๆ สื่อกิจกรรมในเทศกาลหรือประเพณีสำคัญ และการเรียกร้องผ่านสื่อมวลชน เป็นต้น ผู้วิจัยจะเข้ามามีส่วนร่วมกับกระบวนการสื่อสารในขั้นนี้ เช่นเดียวกับช่วงการพัฒนาศักยภาพเยาวชน แต่มีความแตกต่างอยู่บ้างในกระบวนการทำงาน ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะได้นำเสนอในสามประเด็นหลัก คือประเด็นในการสื่อสารสาธารณะ ซึ่งคือการเคลื่อนไหวเชิงนโยบายในการผลักดันและการเฝ้าระวังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เครื่องมือในการสื่อสารประเด็นสาธารณะ และการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสาร

5.2.2.1 ประเด็นในการสื่อสาร: การขับเคลื่อน และเฝ้าระวังการบังคับใช้

พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ที่จะถูกขับเคลื่อนผ่านการดำเนินงานของเยาวชนตั้งแต่ในระดับท้องถิ่น เช่น การดำเนินกิจกรรมการเผยแพร่สาระสำคัญเกี่ยวกับ พรบ. สุรายา และกิจกรรมเฝ้าระวังกฎหมายเพื่อให้สถานศึกษาและชุมชนของตนเองเป็นพื้นที่ปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงความพยายามในการเสนอประเด็นวาระผ่านการสื่อสารสื่อสารสาธารณะ เพื่อหาแรงสนับสนุนจากภาคส่วนต่างๆ ในสังคมทั้งในระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น (คำรณ ชูเดชา, สัมภาษณ์, 15 กันยายน 2552) ผู้วิจัยพบว่าความสำเร็จในการผลักดันกฎหมายฉบับนี้ส่วนหนึ่งมาจาก “เสียง” หรือการสื่อสารสาธารณะของเยาวชนที่เข้าร่วมเรียกร้องนั่นเอง เพราะ “เสียง” เหล่านี้แสดงถึงผลกระทบต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อเยาวชนอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม ดังที่คุณธีระ วัชรปราณี หนึ่งในคณะกรรมการแผนงานเครือข่ายเยาวชนป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ได้กล่าวถึงความจำเป็นที่ต้องให้เยาวชนเป็นผู้เคลื่อนไหวในการสื่อสารสาธารณะไว้ว่า

“เราคิดว่าน่าจะเหมาะสมที่สุดแล้ว และคิดว่าต้องใช้คนอ่อนแอ หรือคนที่ต้องปกป้อง เราพยายามสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่าย และกลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรง เพื่อให้กลุ่มเหล่านี้สามารถเคลื่อนไหวให้เกิดเป็นข่าวและส่งต่อไปนักรการเมืองเอง” (ธีระ วัชรปราณี, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2552)

“ในส่วนท้ายของ พรบ. ระบุไว้ว่าตัวกฎหมายนั้น ออกมาเพื่อสกัดนักต้มหน้าใหม่ เพราะฉะนั้นคนมาเรียกร้องส่วนหนึ่งก็ต้องเป็นเยาวชน” (สุวรรณี บุญแท้, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552)

คำกล่าวข้างต้นสะท้อนข้างต้นนอกจากจะแสดงให้เห็นฐานคิดในการใช้เยาวชนเพื่อเคลื่อนไหวขับเคลื่อนกฎหมายในมิติต่างๆ ซึ่งเครือข่ายและเยาวชนได้สร้างกระบวนการและเครื่องมือสื่อสารสาธารณะหลากหลายรูปแบบด้วยกัน เพื่อสื่อสารในประเด็นการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน เพื่อหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น กล่าวอีกนัยหนึ่งเยาวชนที่ผ่านกระบวนการพัฒนาศักยภาพตนเอง จะเข้ามามีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งในการเป็นผู้สื่อสารในประเด็นดังกล่าวไปสู่สังคม ซึ่งผู้วิจัยสามารถอธิบายประเภทของกิจกรรมสื่อสารสาธารณะเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย รวมถึงวิธีการที่เยาวชนเข้ามาดำเนินบทบาทในการเป็นผู้สื่อสารสู่สังคม เครือข่ายเยาวชนต่างๆ ได้ออกแบบกระบวนการสื่อสาร (communication by design) ผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ ตามที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญ โดยคำนึงถึงระดับการรับรู้ของเยาวชนกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก โดยออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับความสนใจในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสื่อและกิจกรรมที่เยาวชนนำมาใช้ในการขับเคลื่อนนโยบาย มีดังนี้คือ

5.2.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารประเด็นสาธารณะ

ก. การสื่อสารประเด็นสาธารณะผ่านสื่อกิจกรรมประเพณี กิจกรรมประเพณีในพื้นที่ของเยาวชนนั้น เป็นช่องทางและเวลาที่เหมาะสมในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย เพราะกิจกรรมประเพณีต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในสถานศึกษา หรือชุมชนต่างก็เป็นจุดสนใจของผู้ที่เข้าร่วมงาน และกิจกรรมประเพณีเหล่านี้มักจะเป็นงานรื่นเริง สนุกสนาน ที่จะมีเยาวชนบางส่วนถือเป็นโอกาสที่จะดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับเพื่อน และส่วนใหญ่ปัญหาต่อเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ไม่ว่าจะเป็นการทะเลาะวิวาท อุบัติเหตุ ก็เกิดขึ้นในช่วงกิจกรรมประเพณีเหล่านี้ ดังที่ผู้จัดการเครือข่ายรับน้องปลอดเหล้าตั้งข้อสังเกตไว้ว่า

“ตั้งแต่ ปี 44 จนมาถึงปัจจุบัน เราได้เข้าไปอยู่ในสถาบันอย่างต่อเนื่อง ไปเปลี่ยนรูปแบบการรับน้อง ซึ่งแต่เดิมซึ่งมีความทารุณโหดร้าย ชี้เหล่า เมายา ใช้คำไม่สุภาพต่างๆ ในการสอนน้อง แต่ปัจจุบันเราใช้ concept ที่ว่า รับน้องอย่างสร้างสรรค์ คือ คำว่ารับน้องอย่างสร้างสรรค์ พอทำกิจกรรมก็ไม่จำเป็นต้องมีสุรา และก็จะไม่ต้องมีคำพูดโหด กิจกรรมโหดๆ มารับน้อง จากที่เราลงไปดูมีกิจกรรมน่ารักๆ นี้ก็ถือว่าเป็นสิ่งที่ดี” (สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2552)

เราพบว่ากิจกรรมกีฬาในระดับมัธยมศึกษา และกิจกรรมรับน้อง ในระดับอุดมศึกษา เป็นพื้นที่หลักที่เยาวชนพยายามที่จะสอดแทรกสาระและกิจกรรมในเรื่องการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในกิจกรรมหลักในการรับน้องและการแข่งขันกีฬา แต่เครือข่ายเยาวชนพยายามที่จะไม่พูด หรือให้ความรู้ตรง ๆ ถึงปัญหาและผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพราะอาจดูไม่เหมาะสมกับกาลเทศะ แต่จะใช้วิธีแทรกเนื้อหาสาระไปตามกิจกรรมหลักต่างๆ ดังเยาวชนที่รับผิดชอบกิจกรรมกล่าวไว้ว่า

“ควรปลูกฝังให้นักศึกษามากกว่า เพราะถ้าไม่มีร้านใกล้มหาลัย ไม่มีร้านในเมืองเอก เค้าก็ยังไปกินที่อื่นได้นั่งรถไปธรรมชาติไปรีดเหมือนเดิม เพราะเค้าจะเที่ยว เลยคิดว่าการปลูกฝังให้เค้า แต่คงไม่ใช่วิธีให้ความรู้ เพราะเค้าก็น่าจะรู้อยู่ แต่ไม่สามารถปฏิบัติตาม น่าจะแทรกเข้าไปกับกิจกรรมน่าจะเหมาะ” (ก้องกริช ศรีบุรินทร์, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

การพยายามสอดแทรกเนื้อหาสาระของการรณรงค์ผ่านกิจกรรมหลักในงานรับน้อง และกีฬานั้นถือเป็นการทดสอบบทบาทการเป็นผู้ส่งสารของเยาวชนเป็นอย่างดี ซึ่งแต่ละสถานศึกษานั้นมีบริบทการทำงานที่แตกต่างกัน ดังนั้นเยาวชนจึงจะต้องปรับกิจกรรมการรณรงค์ของตนเองให้เหมาะสม

“คำว่ารับน้องอย่างสร้างสรรค์สิ่งหนึ่งที่เป็นตัวนำไปสู่แนวทางการรับน้องในอุดมศึกษาดีขึ้นมาและคิดว่าต่อไป น่าจะมีกิจกรรมอะไรต่างๆ จะเป็นโมเดลต้นแบบของการรับน้อง บางสถาบันอาจจะยังไม่ได้ แต่มันจะมีการถอดบทเรียนตรงนี้ในแต่ละปี เราก็จะได้กิจกรรมแปลกๆ ใหม่ๆ มาสรุป ตรงนี้จะเป็นต้นแบบให้สถาบันอื่นๆ ที่มีความพร้อมก็ไปแตกความคิดของตัวเองในแต่ละที่ ซึ่งมันจะเลียนแบบที่เดียวไม่คงไม่ได้” (สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2552)

ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนได้พยายามที่จะเชื่อมโยงรูปแบบของกิจกรรมส่วนใหญ่เข้ากับประเด็นในการรณรงค์ ดังจะเห็นจากสื่อและกิจกรรมของโครงการรับน้องปลอดภัยที่ดำเนินการโดยเยาวชนนั้น สามารถเข้าไปปรากฏในเหตุการณ์สำคัญของกิจกรรมและสถานที่ที่ถือเป็นจุดเสี่ยงสำคัญที่เยาวชนจะใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการสร้างความสนุกในกลุ่มเพื่อน ผู้วิจัยจะได้อธิบายปรากฏการณ์ที่เยาวชนทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในแต่ละกิจกรรมได้ดังนี้ คือ

ข. การประกวด ถือเป็นกิจกรรมหลักสำคัญที่เยาวชนให้ความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการประกวดดาว-เดือนประจำมหาวิทยาลัย การประกวดหนุ่มสาว DNA ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการสายพันธุ์ใหม่ไร้แอลกอฮอล์ หรือการประกวดอื่นๆ โดยหลักสำคัญของการประกวดคือการคัดเลือกตัวแทนเยาวชนเพื่อประกอบสาธารณประโยชน์ให้กับ

สถานศึกษาต่อไป หรือกระทั่งผู้ที่ได้รับรางวัลก็สามารถที่จะเข้ามาเป็นเยาวชนในการดำเนินการรณรงค์เรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไปในอนาคต ที่ผ่านมามีเยาวชนที่ดำเนินกิจกรรม ได้พยายามที่จะสอดแทรกสาระเกี่ยวกับเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ลงไป ในกิจกรรมการประกวด เช่น การประกวด ดาว-เดือนมหาวิทยาลัย ที่เยาวชนพยายามที่จะสอดแทรกคำถามในเรื่องการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงการประกวด ซึ่งนับว่าเป็นช่วงเวลาที่ดีในการสื่อสาร แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า แม้ว่าจะเป็นช่วงเวลาที่ดีแต่ดูเหมือนว่า ผู้เข้าชมจะไม่ได้ให้ความสนใจกับสารที่สื่อออกมา เพราะจุดสนใจของกิจกรรมอยู่การประกวดมากกว่า อีกทั้งดาว-เดือนที่ได้รับรางวัลก็ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องการรณรงค์เป็นหลักอยู่แล้ว ทำให้กิจกรรมนี้ถึงแม้เป็นแหล่งรวมนักศึกษาให้มาร่วมกิจกรรมแต่จุดสนใจของนักศึกษาต่างหากที่ทำให้การสื่อสารรณรงค์ขาดพลังไปอย่างน่าเสียดาย

ค. กิจกรรมเดินรณรงค์ การเดินหรือวิ่งรณรงค์ในโครงการรับน้องปลอดภัย ก็เป็นอีกกิจกรรมที่มีแง่มุมที่น่าสนใจ โดยการเดินรณรงค์มีทั้งการเดินในสถาบันตนเอง และการออกไปเดินนอกสถาบัน เช่นในตัวเมือง ทั้งนี้ระหว่างการเดินทาง นักศึกษาที่ร่วมขบวนจะช่วยแจกสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง เช่น แผ่นพับ สมุด ใบปลิว สติกเกอร์ และพูดคุยสื่อสารกับชุมชนรอบสถานศึกษาเพื่อชักชวนในเรื่องการลดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กิจกรรมนี้เป็นนักศึกษาให้ความสนใจมาก และเข้าร่วมกิจกรรมด้วยความสนุกสนาน และให้ความร่วมมือในการแยกย้ายประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าวเป็นอย่างดี การแต่งกายในการเดินวิ่งรณรงค์ ส่วนใหญ่จะใส่ผ้าพันคอ เข็มกลัด และหมวกของ กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และมีการใช้ป้ายผ้าในการร่วมวิ่งรณรงค์ พร้อมทั้งมีผู้วิ่งถือธงมหาวิทยาลัย ธงคณะต่างๆ รวมทั้งธงของการรณรงค์ดลเหล่าวิ่งไปตามทาง เมื่อถึงจุดเป้าหมาย มีการทำสัตยาบรรณร่วมกัน โดยผู้ถือธงจะนำธงมารวมกันพร้อมกล่าวคำปฏิญาณ โดยมีนายกสโมสรนักศึกษาเป็นผู้นำการกล่าวคำปฏิญาณในตอนท้าย

กิจกรรมการเดินรณรงค์เป็นกิจกรรมที่นับได้ว่าเป็นกระบวนการที่สามารถเอื้อให้เยาวชนได้มาเป็นผู้ส่งสารเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ดี และในขณะเดียวกันก็สามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้ชมได้ ดังที่เครือข่ายได้ประเมินไว้ว่า

กิจกรรมการเดินรณรงค์ เป็นการขยายการรับรู้เรื่องการรณรงค์ดลเหล่าจากมหาวิทยาลัยสู่ชุมชน โดยแจกจ่ายสื่อรณรงค์จากส่วนกลาง เช่น แผ่นพับ สมุด สติกเกอร์ ป้ายรณรงค์ รวมถึงการใช้การสื่อสารกับประชาชนในชุมชนที่ขบวนรณรงค์ผ่าน การเดินขบวนรณรงค์นอกจากจะเป็นเครื่องมือในการสื่อสารแล้วยังเป็นกระบวนการที่เอื้อให้นักศึกษาอื่นๆ เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการฯ ได้ดี (วิสนศักดิ์ อ่วมเพ็ง, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2552)

ง. การแสดงดนตรี กิจกรรมหลักที่เยาวชนใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างการใช้ความรู้เรื่องการงดเหล้าในงานรณรงค์ คือกิจกรรมการแสดงคอนเสิร์ตในช่วงเย็นหรือช่วงกลางวัน และเป็นกิจกรรมที่นักศึกษาชื่นชอบ เพราะมีความสนุกสนานมากกว่าวิชาการ กิจกรรมการแสดงดนตรีเป็นวิธีการแบบเดิมที่ยังคงมีมาหลายสถาบันที่ใช้แนวคิดการใช้ความบันเทิงเพื่อสอดแทรกสาระเรื่องการงดเหล้าให้นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งนักศึกษาส่วนมากนั้นชอบและให้ความสนใจในกิจกรรมคอนเสิร์ตเป็นพิเศษ โดยระหว่างการแสดง จะมีพิธีกรที่คอยเสริมความรู้เรื่องการงดเหล้าอยู่ตลอด แต่อย่างไรก็ตามจากการสังเกตการณ์ ผู้วิจัยพบว่ากิจกรรมการแสดงดนตรีนั้นเหมือนกับการประกวดตัวแทนนักศึกษาที่ไม่มีใครสนใจกับประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เยาวชนพยายามสอดแทรกลงไปเท่าไร แต่กลับมุ่งให้ความสนใจที่ตัวกิจกรรม เช่น การแสดงดนตรีมากกว่า

จ. กิจกรรมประกวดกองเชียร์ เป็นกิจกรรมหลักของเครือข่ายสายพันธุ์ใหม่ไร้แอลกอฮอล์ ที่เยาวชนในโรงเรียนที่เข้าร่วมการประกวดกองเชียร์ในงานกีฬาสีประจำปี ต้องนำเอาเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาสอดแทรกในกิจกรรม ผู้วิจัยพบว่าการจัดกิจกรรมที่ผ่านมายังไม่อาจตอบได้อย่างชัดเจนว่าโรงเรียนหรือนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมได้ยกระดับหรือพัฒนาตนเองขึ้นเป็นแกนหลักในการรณรงค์หรือดำเนินการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้แท้จริงหรือไม่เพียงใดเนื่องจากการแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมในการรณรงค์ยังคงค่อนข้างจำกัด เฉพาะการจัดกีฬาสี ซึ่งเป็นเสมือนกิจกรรมวาระพิเศษของโรงเรียนที่สร้างความตื่นตัวสนใจได้เฉพาะช่วงการจัดกีฬาสี

การจัดกิจกรรมอื่นใดนอกเหนือจากนั้นเป็นไปตามกำลัง ศักยภาพ ความสนใจ โอกาส จังหวะ ของนักเรียนที่เป็นสมาชิกชมรมแต่ละโรงเรียนจะไปทำ ดังนั้นจึงมีสิ่งที่ไม่เกิดกิจกรรมใดๆ ต่อเนื่องและมีบางส่วนที่สมาชิกชมรมพยายามสร้างงาน สร้างกิจกรรมได้ชื่อของชมรม DNA Club จึงพบว่ามีสมาชิก DNA Club ในโรงเรียนต่างๆ จำนวนไม่มากนักที่จะจัดกิจกรรมอื่นๆ หรือเข้าร่วมกิจกรรมอื่นที่สนับสนุนในประเด็นการไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในนามชมรม DNA

ผลที่ได้จากการจัดกิจกรรมกีฬาสีในโรงเรียน พบว่านักเรียนส่วนใหญ่ให้ความสนใจ มีความกระตือรือร้น เพราะกิจกรรมกีฬาสีโดยทั่วไปแล้วถือเป็นกิจกรรมใหญ่ของโรงเรียน อย่างไรก็ตามการจัดกิจกรรมในแต่ละโรงเรียนมีผลที่แตกต่างกันตามความสนใจและเอาใจใส่ดูแลของอาจารย์ที่ปรึกษา และตัวนักเรียนเอง รวมทั้งความพร้อมของโรงเรียนในการมีช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์ เช่น บางโรงเรียนมีเสียงตามสาย การประชุมระดับชั้น หนังสือพิมพ์ในโรงเรียน ห้องสำหรับการจัดกิจกรรม DNA โดยเฉพาะ หรือมีการบรรจุชมรม DNA เข้าเป็นส่วนหนึ่งในหลักสูตรการเรียนของนักเรียน

ทั้งนี้ในภาพรวมแล้วอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการมีความเห็นว่ากิจกรรมกีฬาสร้างความสนใจในเรื่องโทษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้นักเรียน และบางคนอาจจะถึงขั้นตระหนักรู้ แต่คงยังไม่สามารถกล่าวได้ว่ามีผลถึงขั้นสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม นอกจากนี้ประเด็นที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้สะท้อนให้เห็นก็คือ ปัญหาเรื่องการดื่มแอลกอฮอล์ ยังไม่ใช่ปัญหาใหญ่ในโรงเรียน เมื่อเปรียบเทียบกับปัญหาเรื่องการสูบบุหรี่ ยาเสพติด หรือเรื่องชู้สาว การสนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมกีฬาที่ผ่านมาทั้งสองปี เป็นเสมือนกิจกรรมวาระพิเศษของโรงเรียนที่สร้างความตื่นตัวสนใจให้เฉพาะช่วงการจัดกีฬา หรือบางแห่งอาจมีการนำไปรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องยาเสพติด

การนำประเด็นเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นประเด็นหลักในการสื่อสารในโรงเรียนนั้น ผู้วิจัยพบว่าเป็นประเด็นที่จุดกระแสให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมได้ค่อนข้างยาก เพราะโรงเรียนมีนโยบายที่ได้รับมอบหมายจากกระทรวงศึกษาในการดูแลเรื่องสิ่งเสพติดอยู่แล้ว กิจกรรมของเครือข่าย จึงเป็นเหมือนกิจกรรมเสริมในภาพรวมของปัญหาใหญ่ที่โรงเรียนต้องดูแล ดังนั้นความคาดหวังของเครือข่ายที่ต้องการให้ครู อาจารย์ นักเรียน เข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจัง หรือการเป็นแกนนำในเรื่องการสื่อสารเพื่อป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาโดยเฉพาะ จึงเป็นไปได้ค่อนข้างลำบากเมื่อพิจารณาจากสภาพความเป็นจริง

ข. กิจกรรมอื่นๆ ในสถานศึกษา นอกจากนี้เยาวชนยังสร้างกิจกรรมอื่นๆ เข้ามาในระหว่างช่วงรับน้อง เช่น การอบรมขับขี่ปลอดภัยไร้แอลกอฮอล์ ที่เนื้อหาในการอบรมจะเกี่ยวกับสถิติการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปริมาณแอลกอฮอล์ที่อยู่ระดับที่สามารถขับขี่ได้ การตรวจจับผู้ขับขี่ที่ดื่มแอลกอฮอล์ บทลงโทษของผู้ที่ถูกจับ และเหยื่อที่ได้รับผลกระทบจากอุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับ ผลกระทบทางร่างกาย นักศึกษาสนใจในเรื่องของโทษที่จะได้รับด้านอุบัติเหตุที่เกิดจากการเมาแล้วขับมากการอบรมขับขี่ปลอดภัยไร้แอลกอฮอล์ในระดับหนึ่ง

สถาบันการศึกษาแต่ละแห่งนั้น มีกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นตลอดทั้งปี เยาวชนจึงสามารถที่จะขยายผลจากงานรับน้องไปสู่งานอื่นๆ ได้ รวมถึงกิจกรรมที่จัดภายนอกสถานศึกษาด้วย แกนนำเยาวชนที่มีความพร้อม และได้รับการสนับสนุนและการผลักดันจากสถาบัน การศึกษามักจะมีแนวโน้มที่จะขยายผลกิจกรรมรับน้องปลอดภัยเหลือ้ออกไปสู่ชุมชนได้ หรือการที่ชุมชนเองจะเป็นผู้ประสานขอให้เยาวชนเหล่านี้เข้าไปจัดกระบวนการณรงค์ให้ภายในชุมชน ในขณะที่เดียวกันชุมชนเองก็จะเป็นตัวแทนในการสอดส่องดูแลพฤติกรรมของนักศึกษาในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

“หลังจากเสร็จกิจกรรมการรับน้องครั้งนี้ ก็ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่ได้จัดตลอดทั้งปีอยู่แล้ว และกิจกรรมที่จะมีต่อไปซึ่งก็คือกิจกรรมวันเข้าพรรษา นี้เราก็จะมีการประกวดตกแต่งเทียนพรรษา โดยอาจมีหัวข้อเกี่ยวกับการงดเหล้าเข้าพรรษา นอกจากนั้นยังมีชมรมค่าอาสาพัฒนาที่เราจะออกค่ายกันปีละ 1-2 ครั้ง ของคณะครุศาสตร์ ที่ออกค่ายตามโรงเรียนในท้องถิ่นกันดาร ซึ่งจะเน้นการให้ความรู้เรื่องโทษของการดื่มเหล้าไปเผยแพร่ให้กับชาวบ้านได้รับทราบ และถ้ามีการออก Road show ตามโรงเรียนมัธยมในเขตกรุงเทพฯ เราก็จะนำความรู้นี้ไปบอกต่อเช่นกัน” (วรรณวิสา คำดี, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2551)

ผู้วิจัยพบว่า ตัวอย่างการขยายผลไปสู่ชุมชนที่ประสบความสำเร็จ และได้รับการมีส่วนร่วมจากชุมชนเป็นอย่างดี เป็นการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่เริ่มต้นจากการขอความร่วมมือจากทางร้านค้าที่จำหน่ายสุราน้ำมหาวิทยาลัยแห่งเดียวที่จำหน่ายสุราในวันรับน้องของทุกปี ซึ่งทางสถาบันการศึกษาก็จะได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีกับทางร้านค้า ส่วนพิธีการต่างๆ ที่ทางมหาวิทยาลัยจัดขึ้นในวันสำคัญต่างๆ เช่น วันพ้อ วันแม่ งานประเพณีต่างๆ ก็จะสอดแทรกและเพิ่มเติมในเรื่องของการรณรงค์เกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าไป อย่างปีที่ผ่านไม่ได้มีการรณรงค์แค่ภายในมหาวิทยาลัยเพียงอย่างเดียวแต่จะมีการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชน เช่น ชุมชนอิสลาม ก็จะมีกลุ่มชมรมอาสาสมัครเข้าไปทำกิจกรรมกับทางชุมชนอยู่เสมอโดยทางนักศึกษาที่เข้าไปทำกิจกรรมจะมีการสอดแทรกให้ความรู้ถึงผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่เสมอ หรือบางครั้งทางชุมชนจะมีหนังสือขอความอนุเคราะห์ให้ทางมหาวิทยาลัยไปช่วยทำกิจกรรมกับทางชุมชนด้วย ในส่วนของทางมหาวิทยาลัยก็จะขอความร่วมมือกับทางชุมชนให้ช่วยสอดส่องนักศึกษาว่ามีการมั่วสุมกันที่ไหนบ้าง ซึ่งแนวทางการแสวงหาแนวร่วมกับชุมชนนี้ เครือข่ายได้กล่าวไว้ว่า

“จนปีนี้เนี่ย เน้นเรื่องชุมชน รณรงค์กับชุมชน มีส่วนร่วมกับชุมชนมากขึ้น นอกจากในมหาวิทยาลัยแล้วนะครับ เน้นเรื่องนโยบายของมหาวิทยาลัยด้วย แล้วก็ถึง พรบ.เข้ามาด้วย ปีนี้เป็นปีแรกที่ถึง พรบ. เข้ามาด้วย สอบถามถึงความคิดเห็น ความรับรู้ของนิสิต นักศึกษาด้วย เป็นการพัฒนามาเรื่อย ในการพัฒนาชุมชนในปีนี้ เราให้นิสิต นักศึกษาไปดึงชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วม ชุมชนก็จะมาเป็นเกราะ พอเรารู้อยู่แล้ว เพราะข้ามถนนก็เจอเลย อย่างในแถบหอการค้า ก็เห็นๆ กันอยู่ และเราก็ให้เพิ่มการสำรวจร้าน สำรวจข้อมูลร้านเข้าไปด้วย ปีนี้เราเน้นเรื่องชุมชน และนโยบายของมหาวิทยาลัย” (สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2552)

กล่าวโดยสรุป ผู้วิจัยพบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ยังไม่สามารถพลิกบทบาทเป็นผู้ส่งสารในประเด็นการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนได้ดีเท่าไรนัก เพราะเยาวชนยังคงมุ่งเน้นที่จะทำกิจกรรมให้เสร็จและเรียบร้อย มากกว่าที่จะเน้นเรื่องการงดเหล้า เพราะว่าการกิจกรรมการรณรงค์ยังไม่มีอะไรแปลกใหม่ ทั้งนักศึกษาเองน้อยคนที่จะให้ความสนใจ

ส่วนใหญ่เป็นเพียงแค่ระดับการรับข่าวสารข้อมูลเท่านั้น สาเหตุเนื่องจากว่าเยาวชนที่จัดงานนั้น ไม่มีประสบการณ์ในการทำงานเชิงการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง การจัดกิจกรรมจึงไม่น่าสนใจ ซึ่งปรากฏการณ์นี้เกิดจากการถ่ายทอดความรู้ในช่วงการพัฒนาเยาวชนนั้นยังไม่สามารถที่จะสร้างเยาวชนที่มีศักยภาพเพียงพอในการทำงาน

“ในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิในการไปตรวจประเมินในเรื่องของปัญหาอุปสรรคก็คือ บางมหาวิทยาลัยเกิดจากตัวนักศึกษาเอง หรือผู้นำกิจกรรมที่เรียกว่ามีความสามารถบ้าง ไม่มีบ้าง แต่ถ้าสถาบันไหนที่นักศึกษาที่เป็นผู้นำมีศักยภาพในเรื่องของการทำกิจกรรมการรับน้องที่นั่นก็จะประสบความสำเร็จ บางทีก็ยิวว่ามันมีความหลากหลาย ในเรื่องของสถานศึกษาที่ส่งนักศึกษามารวมกับเรา ที่มาขอทุนกับเราที่เป็นผู้นำไม่เวิร์ค หรือไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร” (วิสนศักดิ์ อ่วมเพ็ง, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2552)

ช. กิจกรรมเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมายในงานประเพณีของชุมชน การเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมายเป็นกิจกรรมเชิงการขับเคลื่อนนโยบายของเยาวชนอีกกิจกรรมหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงอีกตัวอย่างหนึ่งของ “เสียง” ของเยาวชนในการพยายามเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมรอบตัว ตั้งแต่พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มีผลบังคับใช้ เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 เยาวชนก็ได้รับมอบหมายให้ดำเนินกิจกรรมเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าว โดยมุ่งเป้าที่จะสื่อสารกับ “ผู้ใหญ่” หรือผู้มีอำนาจเชิงนโยบายในพื้นที่ ดังที่ผู้บริหารองค์กรอุปถัมภ์ฯอธิบายถึงบทบาทของเยาวชนในลักษณะนี้ไว้ว่า

“เด็กนั่นคือกลไกสำคัญที่จะเชื่อมไปสู่ชุมชน สู่มิตร สู่ครู สู่พ่อแม่ตัวเอง แต่ตัวเด็ก เป็นกลไกสำคัญเลย แต่ถ้าเด็กอย่างเดี๋ยวก็น่าไม่พอกับการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมทุกครั้ง ในการต่อสู้เชิงนโยบายก็ต้องมีเด็กมาบอกต่อผู้ใหญ่ เด็กต้องไปหาข้อมูลมา เรียกร้องว่าตัวเองทำอะไร คิดเห็นอย่างไร เพื่อนำมาเรียกร้อง ไปกระตุ้นให้ผู้ใหญ่เห็นด้วยและ support ตัวเองด้วย” (สมศักดิ์ สิริพันธ์, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2552)

แต่งงานเฝ้าระวังเป็นงานที่มีความเสี่ยงสูงที่จะมีความขัดแย้งกับผู้ประกอบการในพื้นที่ แต่สิ่งหนึ่งที่เครือข่ายพยายามสื่อสารกับเยาวชน คือปัญหาที่เกิดขึ้นมานั้น ล้วนเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ทุกคนต้องกล้าออกมาเผชิญความจริง และต้องก้าวข้ามไปให้ได้ แต่อย่างไรก็ตามก็จะมีทีมงานพี่เลี้ยงคอยให้คำปรึกษาอยู่ตลอดเวลา ดังที่ผู้ประสานงานเครือข่ายสะท้อนให้เห็นในช่วงถอดบทเรียนว่า

“ปรากฏการณ์ที่เกิดในพื้นที่เรา ที่ว่ามันเสี่ยง กลุ่มที่อาสาทำงานช่วยเรา เครือข่าย เด็กและเยาวชน เสี่ยงช่วงน้องลงทำงานเก็บข้อมูลกลางคืน ไปเที่ยวงานไหนก็ไม่ค่อยดี โดนว่า เราทำงานทั้งภาคกลางคืนและกลางวัน เช่นมีงานมหรสพในวัด ต้องรณรงค์ให้ความรู้แจก เอกสาร พรบ. กับคนขายของ เดินตอนกลางคืน กลุ่มดื่มเหล้าถ้าเจอน้อง ๆ กลายเป็นอันตรายกับ เด็ก” (ปรีชา แสนรัก, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

กิจกรรมประเพณีในชุมชน เช่น งานสงกรานต์ งานปีใหม่ นับเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่เยาวชน ได้มีโอกาสที่จะเรียนรู้การเป็นผู้สื่อสารในเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผ่านการทำงานเชิงเฝ้าระวัง การบังคับใช้กฎหมาย จากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัย พบว่าเยาวชนที่ผ่านกระบวนการอบรม พัฒนาศักยภาพเยาวชน สามารถมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ มากขึ้น และสามารถเปลี่ยน วิธีการดำเนินงานให้ดีขึ้น สิ่งที่น่าสังเกตคือ เยาวชนมีแนวโน้มที่จะทำกิจกรรมลักษณะงาน ประเพณีในชุมชนได้เข้มแข็งกว่า การทำกิจกรรมภายในสถานศึกษาของตนเอง ดังที่เยาวชน สะท้อนให้เห็นในประเด็นนี้ว่า

“เราจะมีพลังกันก็ต่อเมื่อเราสามารถรวมตัวกัน ก่อนที่จะมีการทำงานในมหาวิทยาลัย มันมีการรวมตัวกัน ก็คือ คนมีใจแต่ละมหาลัยมารวมกัน แล้วมารณรงค์เชิงอีเว้นอันนี้คือ แคนนำ รุ่น หนึ่งกับรุ่นสอง ก็คือรู้จักกันดีอยู่แล้ว อยู่ในมหาลัยไม่มีพลัง ไม่มีการเคลื่อนไหวอะไรทั้งสิ้น แล้ว ก็มารวมกัน อีเว้นต๋ยี่นหนังสืออะไรต่างๆ จะมีพลังมาก ซึ่งความสัมพันธ์ในมหาลัยมันยังมีอยู่แต่ พอกับเข้าไปในมหาลัยมันไม่มีเพื่อนคุย ไม่มีกลุ่ม” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ปรากฏการณ์ข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนที่ก่อตัว มาในช่วงการพัฒนาศักยภาพเยาวชน และจากการที่เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมได้ อย่างเต็มที่ตั้งแต่เริ่มต้น ดังที่ผู้ประสานงานเครือข่ายจดเหล่าภาคเหนือตอนบน ที่รับผิดชอบ กิจกรรมกล่าวไว้ว่า

“ก่อนงานสงกรานต์ให้น้อง ๆ มาคุยว่า เราคือใคร มาทำอะไร เพื่ออะไร ตั้งแต่ 8 โมงเช้า ถึง สามทุ่ม ถึงจะชด เขาอยากเห็นอะไร อยากทำอะไร และใครจะดูแล ทุกอย่างออกมาจากเขาหมด” (ธงชัย.ยงยีน, สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน 2552)

ความเข้มแข็งของกลุ่มเยาวชนแสดงออกถึงพลังในการดำเนินกิจกรรม โดยเฉพาะใน กิจกรรมที่ยากและมีความเสี่ยงสูงอย่างกิจกรรมเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมายที่มีหลายฝ่ายเข้ามา เกี่ยวข้องในเรื่องผลประโยชน์ ดังเช่นในกรณีของเครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบันในจังหวัด เชียงใหม่ ที่ดำเนินกิจกรรมงานสงกรานต์ที่จังหวัดเชียงใหม่ เยาวชนกลุ่มนี้ได้รับการจัดประกวด

ชมรมรณรงค์สร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยต่างๆ ในพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการขยายแนวร่วมและเชื่อมโยงกับชมรมและกลุ่มต่างๆ ของแต่ละมหาวิทยาลัย เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน นอกจากนี้มีการพยายามรณรงค์ให้คนเข้ามาร่วมงานเล่นน้ำอย่างสุภาพ และมีวัฒนธรรม รู้เรื่องคุณค่าของงานสงกรานต์แท้ๆ โดยวิธีการรณรงค์นั้น เยาวชนได้ริเริ่มจัดกิจกรรมที่เรียกว่า “น้ำเปล่าแลกเหล้า” ที่เยาวชนนำเอาผ้าเย็น, เสื้อแลก มาแลกกับ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ผู้เที่ยวงานพกติดตัว แม้ว่าในช่วงแรกๆ เยาวชนเหล่านี้ไม่ได้รับความร่วมมือ บางครั้งก็โดนตำหนิ หรือมีปากเสียงกับผู้ดื่ม และผู้ประกอบการ แต่จากการที่เยาวชนกลุ่มนี้ผ่านกระบวนการกลุ่มมาแล้ว จึงสามารถเข้าใจและควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ พร้อมกับคิดค้นหาวิธีการอื่นในการแลก ต่อมาจึงมีการปรับเอาเยาวชนเพศหญิงเป็นผู้เจรจาเพื่อขอแลกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์กับของที่ระลึกที่เตรียมไว้ และสามารถแลกได้ เยาวชนเลยเริ่มสนุก และมีกำลังใจในการทำกิจกรรมนี้ ดังเยาวชนคนหนึ่งอธิบายไว้ว่า

“การที่เราเอาน้ำไปแลกเหล้า เราก็ช่วยกันคิด เพราะว่าถ้าไปขอธรรมดา ค่าคงไม่ให้ก็เลยคิดขอที่จะไปแลกเปลี่ยนครับ เราก็จะใช้ผู้หญิงเข้าไปขอแลกเหล้ากับน้ำดื่ม หรือเบียร์เข้าไป เพราะจะได้อ่อนโยนหน่อย มันไม่แรงจนเกินไป เราก็แลกหมด ไม่ว่าจะเป็นเสื้อ เป็นเข็มขัด เป็นกระบอกมั่ง เพื่อให้เค้ารู้สึก win win” (วายุ ไชยมูล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

การขับเคลื่อนนโยบายโดยเยาวชนผ่านกิจกรรมต่างๆ นั้นเป็นการสื่อสารประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าสู่ชุมชนโดยทางอ้อม และทำให้ชุมชนเริ่มมีความตื่นตัวในการจัดสภาพแวดล้อมในชุมชน เช่น ชุมชนบ้านสมสะอาด อำเภอภูจินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ผู้นำชุมชนเป็นแบบอย่างที่ดีในการร่วมรณรงค์ และร่วมกับครูและเยาวชนในการผลักดันประเด็นดังกล่าวเข้าสู่ชุมชน

“เราเริ่มขยายความคิดและเริ่มเกิดความละอาย เพราะเราปฏิเสธไม่ดื่ม แต่เราช่วยกันรณรงค์ โดยมีความคิดริเริ่ม จะใช้โครงการเด็กปั้นจักรยาน ใส่เสื้อ ใส่หมวก โดยไม่จำเป็นต้องติดเหล้า แล้วปั่นไปวัด ดูสถานที่สำคัญ จะใช้เสื้อสองตัว เปลี่ยนทำวัดเช้าและวัดเย็น ตอนเย็นเราจะงดอาหาร ใช้ผลไม้แทน ให้อดบ้างน่าจะอยู่ได้ ให้เด็กสามารถแก้ปัญหาด้วยตนเอง โดยมีรถคาราวานตามหลัง ตัวนี้หน้าจะปลูกกระแส เพื่อประชาสัมพันธ์ด้วย เราทำให้เขาเห็น ถ้าเราคิดว่าเป็นงานฝาก ทำให้ความสนใจของครูลดลง เด็กที่ออกจากเราต้องกินดีหน่อย ถ้าเราเอาตัวนี้มาเป็นตัวบ่งชี้ มันก็จะสามารถบ่งชี้ได้ ย่อก็คิดว่าเป็นภาระ ถ้าเราเอาตัวนี้ไปขยายในชุมชนได้ก็จะได้เราเอาบรรจุเข้าโครงการของโรงเรียน ทำทั้งโรงเรียน ขับเคลื่อนร่วมกันก็จะส่งผลดีมาก” (จินตนา อะสุชีวะ, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

ข. สื่อประชาสัมพันธ์การรณรงค์ สื่อรณรงค์ที่นำมาใช้ในโครงการรณรงค์ปลอดเหล้า เป็นสื่อที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรอุปถัมภ์ทุนทั้ง องค์กรสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และ เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) โดยสื่อจะทำหน้าที่ต่อยอดข้อความสำคัญ (key message) ที่ถูกกำหนดมาจากองค์กรอุปถัมภ์ทุน เช่น “รักน้องจริง อย่าชวนน้องดื่ม” สื่อที่ใช้มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น โปสเตอร์ ป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง เลื่อ ปลอกแขน ผ้าพันคอ เข็มกลัด การกระจายเสียงตามสาย สื่อบุคคล หรือชুমกิจกรรมรณรงค์ เป็นต้น โดยสื่อเหล่านี้จะถูกจัดวางทั่วบริเวณสถานบันการศึกษาในวงนงาน และบางสถาบัน เช่น มหาวิทยาลัยมหานคร ยังนำสื่อรณรงค์ไปติดสถานบันเทิงรอบๆ มหาวิทยาลัย แต่จากการสังเกตการณ์ในโครงการ ผู้วิจัยพบว่าการใช้สื่อรณรงค์ในโครงการ ยังขาดความน่าสนใจ มีนักศึกษาน้อยคนที่จะให้ความสนใจ หรือมีระดับการรับรู้ค่อนข้างต่ำ ส่วนใหญ่เป็นเพียงการรับข่าวสารข้อมูลจาก องค์กรสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เท่านั้น

“หนูก็คิดว่าตัวประชาสัมพันธ์ยังไม่โดน หนูคิดว่าตัวป้ายมันยังทำให้ไม่เห็นปัญหาจากเหล้า มันเลยไม่สามารถเข้าถึงได้ ส่วนใหญ่ก็เป็นป้ายที่ทาง สสส ให้มา” (สุภรณ์ พลอยศิริ, สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2552)

สื่อรณรงค์ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือสื่อออนไลน์อย่าง www.stopdrink.com, www.alcoholwatch.in.th หรือกระทั่งเว็บไซต์ของเครือข่ายเองอย่าง www.aboutdna.net (เครือข่ายสายพันธ์ุใหม่ไร้แอลกอฮอล์) ยังไม่ประสบความสำเร็จในเป็นพื้นที่ของเยาวชนในการสื่อสาร สาเหตุหนึ่งเป็นเพราะเว็บไซต์เหล่านี้เริ่มต้นมาจากการเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารจากองค์กรอุปถัมภ์ทุนหรือเครือข่ายเท่านั้น ไม่ได้มีการเตรียมระบบสำหรับรองรับการเป็นช่องทางที่เอื้อให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ดังนั้นผู้ดูแลเว็บไซต์กล่าวไว้ว่า

“ส่วนตัวstop drink คงต้องพัฒนามากกว่านี้ จากเดิมมีแต่ข่าว โดยมีช่องทางให้แสดงความเห็น มีโหวต ต้องทำให้น่าสนใจมากขึ้น ลักษณะ interactive ยังไม่ได้ดังมาเป็นจุดเด่น พอตอนนี้อย่างอื่นเร็วขึ้น โดยเข้ามาแล้วเจอ clip และกด play เลย โดยไม่เสียเวลา น่าจะดีมาก ๆ เลย” (พิริยะ ทองสอน, สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2552)

สาเหตุอีกประการหนึ่งคือการเข้ามามีส่วนร่วมของเยาวชนอาจยังไม่เพียงพอถ้าการบริหารจัดการของเครือข่ายยังไม่ดีพอ ดังที่ปรากฏในกรณีของ www.aboutdna.net ที่ปัจจุบันได้ยุติการดำเนินงานไปแล้ว ผู้วิจัยพบว่าเครือข่ายต้องให้ความสำคัญกับการจัดเตรียมเนื้อหา และวางกระบวนการสื่อสารที่จะทำให้เยาวชนให้ความสำคัญกับประเด็นเรื่องดื่มแอลกอฮอล์ กล่าวคือเยาวชนในเครือข่ายสายพันธ์ุใหม่ ไร้แอลกอฮอล์ ได้รับการพัฒนาศักยภาพโดยมุ่งเน้นที่กิจกรรมการประกวดกองเชียร์ แทนที่จะเป็นการรู้จักตัวเองเพื่อสร้างความเข้มแข็งทาง

ความคิดในการดำเนินงานในประเด็นเครื่องตีมแอลกอฮอล์อย่างจริงจัง ดังที่ผู้วิจัยค้นพบว่ายอดจำนวนผู้เข้ามาใช้งานในเว็บไซต์ www.aboutdna.net เช่น เข้ามาอ่าน หรือแสดงความคิดเห็น ในเนื้อหาต่างๆ มีค่อนข้างน้อย แม้แต่หัวข้อจะถูกนำเสนอไว้เสนอไว้หลายเดือน และบางหัวข้อนานข้ามปี เนื้อหาที่นำเสนอนี้ขาดการนำเสนอข้อมูลใหม่เป็นประจำ ทำให้เนื้อหาของเว็บไซต์ขาดความน่าสนใจ

ส่วนใหญ่กลุ่มเยาวชนที่ผ่านการอบรม Work shop หรือเฉพาะกลุ่มที่เป็นสมาชิก DNA Club เท่านั้น ดังตัวอย่างการนำเสนอบทสัมภาษณ์ดารานักแสดง พบว่าจำนวนผู้เข้าไปแสดงความคิดเห็นมีจำนวนไม่มากนัก และเมื่อผ่านพ้นช่วงกีฬาแล้ว blog ที่สร้างขึ้นก็จะแห้งแล้งขาดเนื้อหาใหม่ ขาดความน่าสนใจ โดยเนื้อหาใน blog เกือบทั้งหมดให้ความสนใจกับประเด็นหลักเพียงสามประเด็น คือ การนำเสนอกิจกรรมกีฬาของโรงเรียน การนำเสนอประวัติของโรงเรียน คติพจน์ เพลงประจำโรงเรียน และ ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัด

เยาวชนที่เป็นสมาชิก DNA Club ส่วนหนึ่งระบุว่า เว็บไซต์ของ DNA จะมีปัญหาเกิดขึ้นในสามกรณี คือ ปัญหาไม่สามารถเข้าเว็บไซต์ได้ ปัญหาไม่สามารถเปิดอ่านบทความ ข้อมูลในเมนูบนหน้าเว็บได้ และปัญหานักเรียนไม่สามารถเข้าไป update ข้อมูลภาพ เนื้อหาใน blog ของแต่ละโรงเรียนได้ เมื่อพยายามเข้าหลายๆ ครั้งแต่ไม่สามารถใช้งานได้ทำให้นักเรียนหมดกำลังใจและเลิกที่จะนำเสนอข้อมูลใน blog ของตัวเอง บางคนก็บอกว่านานๆ จะเข้าไปที่เว็บไซต์ เพราะข้อมูลไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง และบางครั้งก็ล้มทำให้ไม่อยากเข้าไปดู

นอกจากข้อมูลบทความที่นำเสนอในเว็บไซต์แล้ว ข้อมูลอีกส่วนหนึ่งซึ่งถือว่าเป็นการสนับสนุนข่าวสารเกี่ยวกับการลด ละ เลิก การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเป็นอีกช่องทางในการกระจายข่าวสารจากพันธมิตรที่ทำงานรณรงค์ด้านการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือหัวข้อข่าวสาร (news) ที่นำเสนอในเว็บไซต์ ทั้งนี้เนื้อหาที่ปรากฏในหัวข้อข่าวสารนี้ ส่วนใหญ่เป็นการเชื่อมข่าวมาจากข่าวออนไลน์ของสื่อมวลชน บางส่วนนำมาจากข่าวเพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของพันธมิตร อาทิ กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.),

กล่าวโดยสรุป เว็บไซต์มีผู้เข้าไปใช้ประโยชน์ค่อนข้างเฉพาะกลุ่มและจากข้อจำกัดด้านการปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัย ข้อจำกัดด้านการเปลี่ยนแปลงเอาเนื้อหาใหม่ ข้อมูลใหม่มาแทนที่เนื้อหาเดิมๆ ข้อจำกัดด้านการบำรุง ดูแลรักษา ทำให้เว็บล่ม และการใช้งานติดขัด รวมทั้งข้อจำกัดด้านการประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวางพอ ทำให้การใช้ประโยชน์ของเว็บไซต์มีอย่างจำกัด อย่างไรก็ตามในเว็บไซต์ได้มีการนำเสนอเนื้อหา บทความ ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับแอลกอฮอล์ที่น่าสนใจหลายเรื่อง ดังนั้นหากได้ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง การใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์จะมีมากขึ้นตามไปด้วย

การมีส่วนร่วมของเยาวชนที่น่าสนใจในการสื่อสารประเด็นสาธารณะคือ การที่เยาวชนก็สามารถอยู่ในฐานะผู้ประยุกต์ และผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ได้ โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาในแง่ของการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในงานรับน้อง ผู้วิจัยพบว่าบางสถาบันเยาวชนมีความสามารถที่จะใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการสนับสนุนได้ดี เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ที่เยาวชนพยายามต่อยอดกิจกรรมรงค์ตลอดเวลาในการดำเนินกิจกรรม เช่น รุ่นพี่ที่จัดงานจะใส่เสื้อ ปกอกแขน ผ้าพันคอที่มีข้อความจดเหล่าทั้งด้านหน้าและด้านหลังของทั้งเสื้อและปกอกแขนของรุ่นพี่ทุกคน และมีการจัดเป็นซุ้มกิจกรรมในช่วงรับน้อง โดยทุกซุ้มจะมีป้ายรณรงค์การงดเหล้าทุกซุ้มและการพูดประชาสัมพันธ์ถึงการรณรงค์การงดเหล้าของตัวผู้นำในแต่ละซุ้ม ตลอดจนเพลงที่ร้องในการทำกิจกรรมบางช่วงจะมีการแทรกเกี่ยวกับการงดการดื่มเหล้า ในขณะที่บางซุ้มรุ่นพี่ก็จะมีป้ายกระดาษแขวนไว้กับตัวข้อความก็จะเป็นการรณรงค์เรื่องการงดเหล้า นักศึกษาที่เป็นน้องใหม่ก็จะให้ความร่วมมือโดยการพูดสโลแกนการงดเหล้าอยู่ตลอดเวลาที่มีการทำกิจกรรมโดยกล่าวว่า “บ้านสมเด็จน้องใหม่ร่วมใจไร้แอลกอฮอล์” หรือรับน้องด้วยหัวใจห่างไกลยาเสพติด อบรมทุกชนิดไม่มีสิทธิใกล้ และการรวมตัวของน้องใหม่ในลานสนามกีฬาของทางมหาวิทยาลัยเพื่อทำกิจกรรมบวงสรวงรับขวัญน้องจะมีรุ่นพี่นำป้ายผ้าที่มีข้อความการรณรงค์การงดดื่มเหล้ามาล้อมรอบๆ น้องใหม่ที่นั่งอยู่ในสนามไว้เพื่อเป็นการย้ำถึงเจตนาให้ทุกคนได้เห็นถึงผลของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และให้เห็นถึงการเอาใจจริงเอาใจกับการรณรงค์เรื่องการเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ของทางมหาวิทยาลัยที่จัดขึ้น

อีกหนึ่งกรณีศึกษาที่น่าสนใจคือ เยาวชนที่มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่ได้ใช้การมีส่วนร่วมผ่านการใช้สื่อรณรงค์โดยการให้แต่ละสโมสรนักศึกษาของคณะต่างๆ เพื่อเขียนภาพเกี่ยวกับการรณรงค์ปลอดเหล้าในป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง ซึ่งกิจกรรมนี้จะทำให้ทุกคณะมีส่วนร่วมในการรณรงค์และทราบถึงความตั้งใจในการปฏิบัติกิจกรรม

ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างและใช้สื่อรณรงค์จึงเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นประเด็นหลักในการเป็นผู้ส่งสารที่ดี เครื่องช่วยพยายามที่จะเปิดพื้นที่ความคิดสร้างสรรค์ตรงนี้ให้เกิดขึ้น ผู้วิจัยได้หยิบเอาสามกรณีตัวอย่างที่มีจุดร่วมเหมือนกันคือ ความพยายามใส่ความคิดสร้างสรรค์ลงไปในการสื่อสารรณรงค์ เพื่อเรียกร้องความสนใจจากกลุ่มเยาวชนด้วยกันและต้องทำให้ง่ายต่อการเข้าใจ ดังนี้คือ

“วิทยาลัยพยาบาลที่นครสวรรค์ ได้ทุนเราไปแค่สามหมื่น แต่ทำซะเหมือนมีทุนเป็นแสนแล้วเค้าทำแบบง่าย ๆ คืออะไรรู้ไหม เค้าเอาผ้าดิบที่ใช้คลุมศพ เค้ามาเอาเขียนข้อความรณรงค์” (สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2552)

“กิจกรรมที่ไปทำหลักๆ คือ กิจกรรมที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เหมือนว่ากับกิจกรรมการใช้ชีวิต อย่างเช่นเรื่องการรณรงค์สงกรานต์ปลอดเหล้า เพื่อนๆ เค้าก็จะจัดรถตกแต่งสวยงาม พิโน่ ขับ Road Show ประกวดโชว์ให้เด็กสนใจ หลักๆ คือกิจกรรมจะดึงดูดเยาวชนเข้ามาดู โดยในงานก็จะมีป้าย มีสติ๊กเกอร์รณรงค์ให้เยาวชน แล้วกิจกรรมนี้มันตรงกลุ่ม เพราะเยาวชนเค้าชอบรถสวยๆ เราเห็นเรายังชอบเลย มันจะดึงดูดเยาวชนให้มาเข้าร่วมได้มาก” (ยุวดี ชินบุตรานนท์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“การเดินรณรงค์ให้ความรู้กับเยาวชน โดยกิจกรรมจะมีป้ายรณรงค์ และมีการแต่งตัวแฟนซีเพื่อเรียกความสนใจจากคนที่เข้าร่วมงาน บางครั้งก็มีการตะโกนร้องเรียกความสนใจเหมือนตี๋มเหล่าแล้วมา แล้วชุดแต่งกายก็คล้ายๆ กับเกิดอุบัติเหตุ คล้ายๆ ผี แล้วก็มีการรณรงค์ซึ่งกิจกรรมนี้เราคิดกันว่าน่าจะเข้าใจได้ง่าย เพราะเราจะลงชุมชนต้องทำกิจกรรมอะไรที่ทำให้เด็กและเยาวชนในชุมชนเข้าใจได้ง่ายที่สุด และคิดว่าการทำแบบนี้จะทำให้เค้าเห็นโทษจากการตี๋มเหล่า” (สุธิดา พลเยี่ยม, สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552)

ฉ. การสื่อสารเพื่อเรียกร้องพื้นที่จากสื่อมวลชน เป็นเครื่องมือในการสื่อสารประเด็นสาธารณะที่สำคัญ ดังมีรายละเอียดการดำเนินงานดังนี้

การสื่อสารเพื่อเรียกร้องพื้นที่จากสื่อมวลชนเป็นการขยายกิจกรรมในพื้นที่สู่การรับรู้ของสื่อมวลชน สาระสำคัญของการสื่อสารประเด็นสาธารณะ กล่าวคือนอกจากแสดงให้เพื่อนเยาวชน และชุมชนได้ดูแล้ว ทางเครือข่ายยังต้องพยายามที่จะให้การดำเนินงานของตนเองถูกแพร่กระจายสู่สังคมผ่านช่องทางสื่อมวลชนให้ได้ ดังที่เยาวชนกล่าวว่า

“พวกเราก็ทำเต็มที่ เราอยากทำเป็นชุมชนต้นแบบ ต้องการให้สื่อสนใจเรา งานของเราจะเป็นที่จับตาและเห็นความสำคัญของเยาวชน” (อรรถพล จันทศิลาอัดพงษ์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

การทำให้สื่อมวลชนสนใจในประเด็นการเคลื่อนไหวของเยาวชนจึงเป็นภาระหน้าที่อีกประการหนึ่งของเยาวชน เช่น การเชิญสื่อมวลชนมาร่วมทำข่าวกิจกรรมของเครือข่ายเพื่อมุ่งหวังให้เกิดการสื่อสารสู่สังคมถึงพลังของเยาวชนที่สามารถขับเคลื่อนประเด็นทางสังคมในประเด็นเรื่องตี๋มแอลกอฮอล์ได้ ยกตัวอย่างเช่น ข่าว “นักร้อง 10 ชุมชนเสียดภัยแอลกอฮอล์ ทำละครเร่เฝ้าระวัง ด้านน้ำเมา” ในหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ ฉบับวันศุกร์ที่ 26 กันยายน 2551 ที่หยิบยกเอากิจกรรมภายในชุมชนกองขยะหนองแขมมาสะท้อนสู่สังคม โดยกระบวนการละครที่จัดในชุมชนใช้ชื่อว่า “ฝันนี้เป็นของใคร” ที่มีเป้าหมายเพื่อสื่อสารกับคนในชุมชนถึงสารของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 และการมีส่วนร่วมของเยาวชนและคน

ในชุมชนในการจัดการและแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ในชุมชน หรือข่าว "คลี หัวใจเครือข่ายละครดเกล้า" ในหนังสือพิมพ์ ASTVผู้จัดการรายวัน ฉบับวันที่ 18 ธันวาคม 2551 ที่หยิบยกเอาเรื่องราวของเยาวชนที่เข้ามาร่วมในกระบวนการของเครือข่ายละครดเกล้า งดเหล้ามาสื่อสารสู่สังคม ดังที่เยาวชนที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมได้กล่าวไว้ในบทความนี้ช่วงหนึ่งว่า

“การที่ได้มาแสดงละครกับเครือข่ายก็ได้ให้ข้อคิดกับตัวเองหลายอย่าง เริ่มจากตัวเอง เคยอยากลองตี้มเหล้า แต่พอมาเห็น มาสัมผัสถึงปัญหาที่จะเกิดขึ้นตามมา ก็เลยอยากบอกต่อ คนอื่นว่าเหล้ามันเป็นสิ่งไม่ดีนะ อยากให้ผู้ที่ตี้มได้รู้ว่าเหล้ามันเป็นต้นเหตุของปัญหาหลายๆ อย่างที่เกิดขึ้นในสังคม อีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้วัยรุ่นหันมาตี้มเหล้ากันมากขึ้นเป็นเพราะร้านค้าที่เปิดให้บริการนอกเหนือจากเวลาที่กำหนดไว้ และบริษัทที่ผลิตเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ต่างก็มีกลยุทธ์มากขึ้น อย่างการลด แลก แจก แถม ซึ่งแต่ละบริษัทต่างแข่งขันกันเพื่อให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด” (คลีหัวใจเครือข่ายละครดเกล้า, ASTVผู้จัดการรายวัน, 18 ธันวาคม 2551: 3)

การเรียกร้องพื้นที่จากสื่อมวลชนนั้นมีทั้งการที่เยาวชนใช้การเรียกร้องอย่างตรงไปตรงมา เช่น การให้สัมภาษณ์ หรือการแถลงข่าว ในประเด็นที่กำหนดไว้ เช่น การยื่นหนังสือเรียกร้องให้ผู้ที่มิอำนาจเข้ามาจัดการเกี่ยวกับปัญหาเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ เช่น ข่าว “ร้อง ผบ.ตร. คุ่มเหล้าหน้ามหาลัย” (ข่าวสด, 26 มิถุนายน 2552: 16)

กิจกรรมยื่นหนังสือในการผลักดัน และเรียกร้องนโยบาย ก็เป็นกิจกรรมที่เยาวชนนำมาใช้อยู่บ่อยครั้งในการดำเนินงาน โดยแกนนำเยาวชนมุ่งหวังที่จะสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลักดันและช่วยเหลือในการขับเคลื่อน การยื่นหนังสือยังเป็นการทดสอบ หรือ “หยั่งเชิง” ว่าหน่วยงานต่างๆ มีความคิดเห็นต่อการเคลื่อนไหวของเยาวชนอย่างไร ที่ผ่านมาผู้วิจัยเห็นว่าการยื่นหนังสือค่อนข้างประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะในงานเชิงเฝ้าระวัง โดยประเมินจากการปรับเปลี่ยนทางด้านกฎหมาย และเจ้าหน้าที่ตำรวจทำงานอย่างเคร่งครัดมากขึ้น

ปัจจัยสำคัญในการทำกิจกรรมลักษณะนี้ คือ ข้อมูลเชิงประจักษ์เรื่องสถานการณ์และผลกระทบของเครื่องตี้มแอลกอฮอล์ที่มีต่อเยาวชนในพื้นที่ ที่จะถูกระบุอยู่ในจดหมาย เราอาจกล่าวได้ว่ากิจกรรมการเคลื่อนไหวด้านนโยบาย โดยการยื่นหนังสือต่อผู้มีอำนาจในพื้นที่นั้น เป็นกิจกรรมที่ค่อนข้างใหม่สำหรับเครือข่ายเยาวชน และส่วนใหญ่ก็ไม่มีความรู้ และเทคนิคในการทำงานลักษณะนี้ กล่าวคือเยาวชนแทบไม่มีความรู้ถึงขั้นตอนการดำเนินงาน ทีมเจ้าหน้าที่จากส่วนกลาง เช่น เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) จึงได้เข้ามาเสนอแนะถึงวิธีแนวคิดในการดำเนินงาน ก่อนที่จะปล่อยให้เยาวชนได้ดำเนินการด้วยตนเองในขั้นต่อไป

“เราไม่ได้พูดกับเยาวชนแต่เพียงอย่างเดียว แต่การยื่นหนังสือเป็นการบอกกับคนอื่น ๆ หรือเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องได้ช่วยเหลือกันในการที่จะขับเคลื่อน ทุกคนมีข้อมูลและเห็นตรงกันที่จะมาทำในเรื่องนี้ และผลลัพธ์ออกมาก็ดี และได้คุยกับคนอื่นด้วยไม่ใช่อยู่แต่กับเรา” (รักพงษ์ คำขาว, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

นอกจากการจัดการกับความคิดของตนเองเพื่อสามารถทำงานเชิงเฝ้าระวังนโยบายแล้ว การมีส่วนร่วมในกระบวนการทำงาน และการสนับสนุนจากผู้ใหญ่ เช่น อาจารย์ ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การทำงานประสบความสำเร็จ ดังที่เยาวชนในโครงการรับน้องปลอดภัยได้อธิบายการดำเนินงานร่วมกับทุกส่วนที่เกี่ยวข้องว่า

“เวลาไปเดินขบวนรณรงค์ ถ้าไปแต่เยาวชนพลังก็จะดูไม่หนักแน่น มันจะต้องมีการร่วมมือของหลายๆ ส่วน เช่น หน่วย ครปอ. เป็นผู้ประสานงานกับชาวบ้าน ชุมชน มูลนิธิก็จะแบบว่าช่วย support ในเรื่องของคน อุปกรณ์ในการเดินขบวน ทั้งหมดนี้เราจึงต้องใช้ภาพรวมทั้งหมดของเยาวชนสร้างสรรค์รู้ทันแอลกอฮอล์ โดยที่มีตัวเยาวชนเป็นตัวขับเคลื่อนด้วย แต่เพียงแค่ว่าจะมีหน่วยงานมา support มากขึ้น” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2552)

“เราก็จะเป็นคนคิดโครงการเอง แล้วค่อยมาบอกอาจารย์ว่าเราจะทำงานอย่างไร แบบนี้ๆ ให้ผู้ใหญ่รับรู้เพื่อมีปัญหาขึ้น จากนั้นเราก็จะส่งตัวแทนไป กระจายงานไป แล้วที่มทำงานก็จะไปสืบเสาะประวัติร้านจดทะเบียนใหม่ มีที่ร้าน บิดก็โหมง ก็โหมง ขยายแบบไหนมีโปรโมชันอย่างไร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การสำรวจพวกนี้เราทำเพื่อสำรวจว่าร้านมีอะไรบ้างที่จะโน้มน้าวให้เด็กเข้าไปกิน อย่างเช่น ส่วนใหญ่ที่ไปสำรวจมาก็คจะมีชื้อเหยือกแกมเหยือก บริการส่งถึงหน้าหอพัก ในกลุ่มผู้หญิงก็มีเหล้าปั่นรสสตอเบอรี่พอได้ข้อมูลมา เราก็มาประชุมปรึกษากับทีมงาน ฝ่ายกิจการนักศึกษา อาจารย์ว่าเรามีมาตรการอย่างไร เพื่อผลักดันไม่ให้นักศึกษาไปกินหรือไม่ให้สถานบริการเข้ามาอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย แต่เราจะห้ามไม่ให้มีเลยก็ได้ แต่เราจะห้ามไม่ให้อยู่ใกล้มหาวิทยาลัยเรามากที่สุด เพราะมหาวิทยาลัยมันไม่เหมือนมัธยม เพราะมหาวิทยาลัยมันมีเวลาว่างเยอะครับ ถ้าอยู่ใกล้เด็กก็ออกไปกินแล้วเข้ามาเรียนได้ หลังจากที่เราได้ข้อมูลทั้งหมดแล้ว เราก็จะมาคุยกับอาจารย์ กองปราบรังสีตัวอย่างครั้งล่าสุดที่ประชุม ก็มีภายนอกเข้ามาร่วมประชุมด้วย ก็มีรองผู้ว่าราชการจังหวัดปทุมธานี และทุกฝ่ายของเราก็มาประชุมกัน” (ก้องกริช ศรีบุรินทร์, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

“เซฟได้เท่าที่ทำได้ เช่นมีเจ้าหน้าที่ตำรวจ หลังๆ เราไม่ทำให้เป็นบทบาทของชุมชนไป จะพยายามใช้รูปแบบอย่างอื่น กลางวันก็มีคนดื่มและไม่พอใจเด็กๆ โดนขวางหิน โดนขูดขีดรถ ทำให้คนทำงานไม่สบายใจ ระวัง” (ปริษา แสนรัก, **สัมภาษณ์**, 12 พฤศจิกายน 2552)

การสื่อสารเพื่อเรียกร้องพื้นที่จากสื่อมวลชน ยังมีประเด็นที่สำคัญคือ ประเด็นที่เยาวชน เรียกร้องนั้นจะต้องให้สื่อมวลชนสนใจและนำไปขยายเป็นประเด็นสาธารณะ หรือการที่ สื่อมวลชนเห็นประเด็นที่น่าสนใจและหยิบขึ้นมาทำข่าว เช่นในกรณีของ “คลิปวีดีโอ” ที่ ดำเนินการโดยเยาวชนจากหลากหลายกลุ่มที่เข้ามาร่วมมือกันในการทำงานเชิงเฝ้าระวังในครั้ง นี้ โดยจุดเด่นของสื่อ “คลิปวีดีโอ” นี้คือ “ความเป็นเรื่องจริงที่เกิดขึ้นในสังคมรอบตัวเยาวชน” (เครือมาส ศรีจันทร์, **สัมภาษณ์**, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

ความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสื่อนี้เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้สื่อมวลชนเข้ามาสนใจ ปัญหา และขยายผลสู่สังคมได้รับรู้ต่อไป ดังปรากฏอยู่ในหัวข้อ เช่น “วัยใจแฉ “คลิปน้ำเมา” กระตุ้นผู้ใหญ่ใส่ใจปัญหา หยุตมอมเมาเยาวชน” (ไทยรัฐ, 28 มิถุนายน 2552: 12) “สายลับจับ แอกอฮอลล์” (ไทยโพสต์, 15 สิงหาคม 2552: 7) “สายลับ ไม่เอี้ยวเหล้า” (สยามรัฐ, 16 สิงหาคม 2552: 8) เป็นต้น

“เด็กนั่นคือกลไกสำคัญที่จะเชื่อมไปสู่ชุมชน สู่มิตร สู่ครู สู่มารดาตัวเอง แต่ตัวเด็ก เป็น กลไกสำคัญเลย แต่ถ้าเด็กอย่างเดียวก็ไม่พอกับการเปลี่ยนแปลงต่อสังคมทุกครั้ง ในการต่อสู้เชิง นโยบายก็ต้องมีเด็กมาบอกต่อผู้ใหญ่ เด็กต้องไปหาข้อมูลมา เรียกร้องว่าตัวเองทำอะไร คิดเห็น อย่างไร เพื่อนามาเรียกร้อง ไปกระตุ้นให้ผู้ใหญ่เห็นด้วยและsupport ตัวเองด้วย” (สมศักดิ์ ศิริ พันธุ์, **สัมภาษณ์**, 2 ตุลาคม 2552)

ผู้วิจัยพบว่าการสื่อสารประเด็นสาธารณะนั้น เครือข่ายมักมีความเห็นว่ามีขีดแย้ง กับแนวทางองค์กรอุปถัมภ์ทุน ในเรื่องภาระหน้าที่ที่เครือข่ายจะต้องทำระหว่างการดำเนินงาน ในเชิงลึกที่ต้องลงฝังตัวในพื้นที่ กับการทำงานเชิงแนวกว้างในเรื่องการสื่อสารประเด็นสู่ สาธารณะ กล่าวอีกนัยหนึ่งเป็นความขัดแย้งเชิงหลักการระหว่างแนวทางการสื่อสารแบบ แพร่กระจาย (diffusion model) ที่ต้องการใช้สื่อมวลชนในการแพร่กระจายข่าวสาร กับ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory model) ที่เน้นการทำงานในชุมชน ดังที่ผู้บริหารเครือข่าย ท่านหนึ่งกล่าวถึงสถานการณ์นี้ไว้ว่า

“เราไม่แน่ใจว่ากระบวนการของ สสส. ที่ดำเนินงานนั้นกับสิ่งที่เครือข่ายละครณรงคังด เหล้าดำเนินงาน มันจะไปอย่างไร ระวังหลัง สสส. เริ่มมีวิธีคิดเชิง mass มากขึ้น ในขณะที่ เครือข่าย ทัศนคติการทำงานเชิงลึก คำตอบทางนี้จึงตีตันมากขึ้น เพราะว่ามันตรงแล้วอย่างไร

งานเราก็ไม่ mass พอจะลุกขึ้นทำ mass ก็เหมือนกับว่าเราอบรมเด็กไปเรื่อยๆ เหมือนการทำค่าย เหมือนทำคณะละครเรื่อยๆ ซึ่งมันไม่ใช่คำตอบ มันจะวน แล้วเมื่อถึงเวลาประเมินก็ถูกประเมินเชิงปริมาณว่าไม่success คุณภาพปริมาณน้อย แต่ประเมินไม่ได้ว่าเกิดการเปลี่ยนแปลง” (นิมิตร พิพิธกุล, **สัมภาษณ์**, 12 ตุลาคม 2552)

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าบางเครือข่ายพยายามที่จะหาทางออกสำหรับปัญหาข้างต้นที่เครือข่ายสามารถทำงานเชิงมีส่วนร่วมในพื้นที่ได้ และผลการทำงานสามารถสร้างประเด็นที่น่าสนใจกับสื่อมวลชน จนนำไปขยายผลในระดับสังคมได้ นั่นคือการพยายามใช้สื่อสมัยใหม่อย่างสื่อเครือข่ายทางสังคม (social network media) มาใช้ร่วมกับสื่อกิจกรรมในพื้นที่ของเยาวชน

นอกจากช่องทางการสื่อสารสาธารณะแบบเดิมๆ แล้ว เยาวชนในยังได้ใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ในการพยายามเสนอมุมมองของเยาวชนต่อการเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมาย เช่นกรณีการสำรวจความเข้าใจของผู้ประกอบการที่ดำเนินงานโดยเยาวชนที่เป็นชาวที่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเป็นอย่างมาก การเคลื่อนไหวครั้งนี้ของเยาวชนนับว่ามีแง่มุมที่แตกต่างจากที่เคยทำมา คือการลงไปถ่ายทำ “คลิปวิดีโอ” ในร้านค้าที่ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชนที่มีอายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนด กิจกรรมนี้ถือว่าการพลิกบทบาทของเยาวชนจากการเป็นผู้รับสารมาโดยตลอดในเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มาเป็นผู้ส่งสารและชี้ประเด็นที่น่าสนใจต่อการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน นอกจากเผยแพร่ในสื่อมวลชน แกนนำเยาวชนยังสื่อสารคลิปนี้ผ่าน www.youtube.com อีกด้วย และสามารถสร้างกระแสสาธารณะได้อย่างมากมาย ดังที่เยาวชนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสะท้อนไว้ว่า

“เราใช้เรื่อง คลิปวิดีโอ เพื่อต้องการสื่อว่า เหล้าเป็นเรื่องใกล้ตัว เราก็ช่วยกันคิดจากในกลุ่มเพื่อนๆ ตั้งแต่เริ่มกระบวนการจนจบ” (เครือมาศ ศรีจันทร์, **สัมภาษณ์**, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

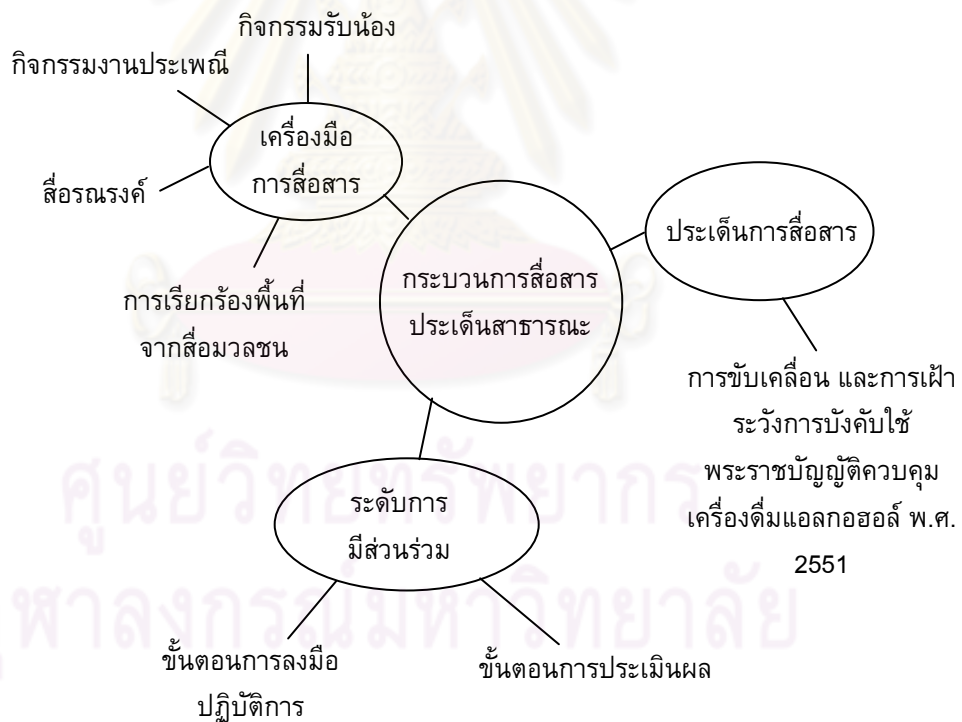
“กิจกรรมถ่ายคลิป VDO เมื่อปีที่แล้ว คลิปที่เค้าขายเหล้าให้กับเด็กก็คือ เอิร์นลงไปกับเพื่อนรุ่นน้อง เอิร์นเป็นคนถ่ายให้รุ่นน้องใส่ชุดนักเรียนกับเพื่อนอีกคนใส่ชุดนักศึกษา ตอนนั้นมีพรบ. ก็จะมีเรื่องของเวลา และเรื่องของการขายที่ให้ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี เราก็แอบไปถ่ายมาเราก็เอาวิดีโอนี้มาเผยแพร่ทางยูทูป ที่มันเห็นชัดคือ พอมันใช้ว่าคลิปมันมีคนดู พอมันมีคนดูเด็กมันเห็น เออมันเป็นปัญหาจริงๆ ในรอบมหาลัยเรา ผู้ใหญ่เห็น คือผู้ใหญ่รู้ปัญหาเบื้องต้นแต่ มันไม่เห็นภาพ แต่อันนี้เห็นภาพชัดเจน มันมีจริง ๆ เพราะเราทำไป 10 มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยชื่อดังในกรุงเทพทั้งนั้นเลย อันนี้รู้สึกว่าจะเป็นกิจกรรมที่สำเร็จที่สุดแล้ว” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, **สัมภาษณ์**, 20 ธันวาคม 2552)

5.2.2.3 ระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารประเด็น

สาธารณะ

ผู้วิจัยพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการสื่อสารประเด็นสาธารณะนั้นมีลักษณะของการลงมือปฏิบัติร่วมกัน (collective action) กันระหว่างเยาวชนสูงกว่าขั้นตอนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชนที่ส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะการปรึกษาหารือร่วมกัน (community dialogue) ที่เน้นการสร้าง ความตระหนักถึงปัญหาหรือรู้เท่าทัน และการเข้าใจร่วมกันถึงแนวทางในการแก้ปัญหา เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กล่าวคือจากผลการวิจัยในการสื่อสารประเด็นสาธารณะที่ผู้วิจัยกล่าวมาก่อนหน้านี้ ผู้วิจัยพบว่าในช่วงนี้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ เพราะเป็นขั้นตอนเชิงปฏิบัติที่เยาวชนต้องลงมือทำกิจกรรมด้วยตนเอง เยาวชนต้องร่วมกันลงมือปฏิบัติการ (implementation) และถอดบทเรียนหรือประเมินผล (evaluation) กิจกรรมการสื่อสารของตนเอง

ภาพ 5.4 องค์ประกอบหลักของกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ



ในผลการวิจัยส่วนนี้ ผู้วิจัยจะได้อธิบายถึงข้อค้นพบในเรื่องลักษณะและระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนในขั้นตอนการลงมือปฏิบัติ และขั้นตอนการประเมินผล ในการสื่อสารประเด็นสาธารณะ ดังนี้

ก. การมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติการสื่อสารประเด็นสาธารณะ ในแบบจำลองการสื่อสารเชิงบูรณาการเพื่อการเปลี่ยนแปลงของ Figueroa et al. (2002: 7) ขั้นตอนการลงมือปฏิบัติร่วมกันประกอบด้วยขั้นตอนย่อยๆ คือ การแบ่งบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ และแสวงหาทรัพยากร และการลงมือปฏิบัติร่วมกันในสถานการณ์จริง ทั้งนี้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนดังนี้

การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ และการแสวงหาทรัพยากร (assignment of responsibilities and allocating resource) ขั้นตอนนี้เป็นการเริ่มต้นของการลงมือปฏิบัติร่วมกัน (collective action) ของเยาวชน เพื่อให้การดำเนินงานตามเป้าหมายที่วางแผนไว้ เยาวชนต้องมีการแบ่งภาระหน้าที่ความรับผิดชอบ กระบวนการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ และการช่วยกันแสวงหาทรัพยากรเพื่อมาช่วยในการดำเนินงาน ผู้วิจัยพบว่าในขั้นตอนนี้เยาวชนได้แบ่งหน้าที่โดยความสมัครใจ ซึ่งการแบ่งบทบาทหน้าที่ในลักษณะนี้ถือเป็นตัวชี้วัดด้านหนึ่งของการมีส่วนร่วมของเยาวชน โดยเยาวชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน โดยจะพิจารณาจากความเหมาะสมและความถนัดของตนเองกับลักษณะงานหรือกิจกรรม การแบ่งงานลักษณะนี้จะทำให้เยาวชนได้ทำในสิ่งที่ตนเองอยากทำ และเอื้อต่อการทำกิจกรรมในกลุ่มเยาวชนที่แต่ละคนมักมีภาระอื่นที่ต้องทำ หรือการเข้าออกของเยาวชนที่มีสูง และจากการสังเกตการณ์ผู้วิจัยพบว่า การที่เยาวชนสามารถที่จะสับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบได้นั้นทำให้ทำให้เยาวชนมีทักษะที่หลากหลาย อันส่งผลต่อการเกิดภาวะผู้นำในด้านต่างๆ เพราะทุกคนสามารถทำหน้าที่แทนกันได้ ดังที่เยาวชนกล่าวไว้ว่า

“เราไม่มีการแบ่งงานที่ชัดเจนค่ะ เพราะเราไม่ใช่องค์กรใหญ่ ไม่ใช่ออฟฟิศ อย่างเอ็งก็ จะรับงานมาแล้วประสานงาน ซึ่งงานเราไม่ได้แบ่งหน้าที่ที่ชัดเจน สามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอด บางกิจกรรมคนนี้ก็เปลี่ยนมาทำหน้าที่นี้ บางกิจกรรมก็ไปทำตรงนั้น มากกว่าที่จะตายตัวแต่เราจะดูตามความเหมาะสมมากกว่า” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2552)

ผู้วิจัยยังพบว่าการแบ่งบทบาทความรับผิดชอบ มักเป็นความเห็นร่วมกันในกลุ่มเยาวชน ที่เยาวชนแต่ละคนจะรู้ถึงทัศนคติและพฤติกรรมของเพื่อนในกลุ่ม ตั้งแต่การพูดคุยร่วมกันตั้งแต่วันแรกที่ทำกิจกรรมร่วมกันในช่วงการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างศักยภาพ ซึ่งในประเด็นนี้ มีเยาวชนได้สะท้อนไว้ว่า

“ส่วนใหญ่ผมเป็นฝ่ายสวัสดิการ เตรียมงาน เตรียมสถานที่ เตรียมข้าว เตรียมน้ำ เพราะว่าผมมีนิสัยเหมือนกระทิง ทำอะไรรวดเร็ว รอบคอบ เพราะฝ่ายนี้ต้องทำงานแบบกระทิงรวดเร็ว รอบคอบ กระทิงที่บอกมาจากค่ายโดยตรง รู้นิสัยมาจากค่าย มันจะมีกระทิง มีหมี กระทิงก็จะเป็นคนใจร้อนชอบทำงานเร็ว ถ้าเป็นหมีก็เป็นคนคิดรอบคอบ ชอบวางแผน แต่ผม

ชอบแบบกระทิง เพราะชอบทำงานเร็ว ได้เรื่องพวกนี้มาจากการทำงานค่าย” (อภิศักดิ์ สุวรรณมงคล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

แต่อย่างไรก็ตาม การแบ่งบทบาทหน้าที่โดยความสมัครใจ แม้ว่าจะแสดงถึงการมีส่วนร่วมร่วมของเยาวชน แต่เมื่อเยาวชนเหล่านี้ทำงานต่อเนื่องกันในระยะเวลาหนึ่ง กลุ่มเยาวชนเหล่านี้ก็จะพัฒนาความสัมพันธ์ร่วมกัน ซึ่งอาจส่งผลทั้งในแง่บวกและในแง่ลบ คือ อาจทำให้เพิ่มศักยภาพการทำงานการเป็นทีม และมีลักษณะของตัดสินใจร่วมกัน (high collective decision) แต่ในขณะเดียวกัน การยึดโยงกับเพื่อนในกลุ่มมากเกินไป ก็อาจส่งปัญหาต่อการจัดการกิจกรรมของเครือข่ายในระยะต่อมา โดยเฉพาะเรื่องบทบาทหน้าที่ของแต่ละคนที่มีมักจะเริ่มร่วมกับเพื่อนหรือทำงานในสิ่งที่ตนเองถนัด ดังเช่นเยาวชนได้สะท้อนทั้งสองมุมมองไว้ว่า

“ตอนแรกๆ ก็แบ่งกลุ่มกันด้วยความสมัครใจ ว่าใครจะทำอะไร แต่หลังจากนั้นมันแล้วแต่กลุ่ม กลุ่มเพื่อนไปทางไหนก็ไปทางนั้น แต่พอทำไปเรื่อยๆ ก็จะมีคนไปทำแต่สิ่งที่กลุ่มตัวเองถนัด ทำให้บางหน้าที่มีคนน้อย เราจึงต้องแก้ไขโดยการหาอาสาสมัคร แบ่งงาน แบ่งจำนวนคนให้เท่ากัน” (ชัชวาล มณีวรรณ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

การส่งเสริมให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมนั้น เครือข่ายยังคงมีบทบาทในการเป็นพี่เลี้ยงหรือที่ปรึกษาของเยาวชนในการชี้แนะ หรือให้ข้อเสนอแนะต่อแนวทางที่เหมาะสม นอกจากนี้ เครือข่ายยังมีบทบาทในการสนับสนุนให้เยาวชนได้ผลิตชิ้นมาทำงานในบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกัน เพื่อที่จะสามารถทดแทนกันได้ตลอดเวลา (level of representation on the assignment)

“แนวคิดส่วนใหญ่ก็จะมาจากทางนักศึกษาเองรวมกัน เพราะว่าใครถนัดทำตรงไหน ก็ทำใครทำอะไรก็ทำ เราก็จะทำกันเอง ก็ทำแล้วก็มาช่วยกันคิดต่อยอดกิจกรรมกันและทำหน้าที่อะไรแล้วพี่หนานธงก็จะมาเป็นคนขัดเกลาให้อีกทีหนึ่ง” (กฤษดา ทาทองเหลือง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

นอกจากความสมัครใจในการทำหน้าที่ต่างๆ แล้ว การแบ่งบทบาทหน้าที่ตามโครงสร้างองค์กรก็เป็นอีกวิธีหนึ่งในการทำงานของเยาวชนเอง ซึ่งมักพบในเครือข่ายเยาวชนที่ดำเนินกิจกรรมผ่านองค์กรนักศึกษาในสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่มีการแบ่งบทบาทตามลำดับการบังคับบัญชา ที่แต่ละคณะรับแผนจากมหาวิทยาลัยไปดำเนินงานต่อ ดังเช่น

“เราใช้วิธีดึงผู้นำหรือประธานคณะมาทำความเข้าใจก่อน เพื่อนำไปกระจายต่อไป อย่างเช่น คณะการบัญชี เราก็จะเรียกประธานคณะมาคุย แล้วในคณะก็จะมีประธานแต่ละชั้นปี

เค้าก็จะไปเรียกประชุมประธานชั้นปี แล้วประธานชั้นปีก็จะไปกระจายกับประธานใน SEC ที่เรียน” (รัชนีกร พานิชกิจ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

การแบ่งบทบาทหน้าที่ตามโครงสร้างข้างต้นนั้น ย่อมทำให้การมีส่วนร่วมของเยาวชนลดน้อยลงไป โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนแรกๆ เช่น การร่วมทบทวนสถานการณ์หรือการวางแผนร่วมกัน ส่วนใหญ่เยาวชนจะเข้ามาร่วมเมื่อถึงขั้นตอนลงมือปฏิบัติแล้ว โดยจะได้รับการแจกจ่ายงานตามที่ต้องทำ ปรากฏการณ์นี้ผู้วิจัยพบว่ามักเกิดขึ้นในกิจกรรมที่จัดในสถานศึกษา เช่น โครงการรับน้องปลอดเหล้า เป็นต้น

การลงมือปฏิบัติร่วมกันในสถานการณ์จริง (implementing in actual environment)

ผู้วิจัยพบว่าขั้นตอนการลงมือปฏิบัติร่วมกันในสถานการณ์จริงในการสื่อสารประเด็นสาธารณะเป็นขั้นตอนที่เยาวชนได้มีโอกาสมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนได้มากที่สุด และเป็นขั้นตอนที่นำเอาศักยภาพของเยาวชนออกมาใช้ในการสื่อสารได้อย่างเต็มที่ เยาวชนสามารถนำเอาความรู้ที่ได้จากกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพที่ได้รับมาก่อนหน้านี้มาบริหารจัดการให้เกิดผลลัพธ์เป็นรูปธรรมมากขึ้น ดังที่เยาวชนแสดงให้เห็นถึงตัวอย่างการเชื่อมโยงของขั้นตอนต่างๆ ในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนไว้ว่า

“งานสงกรานต์ ปี 52 มีการวางแผนที่สมบูรณ์มากๆ ครับ คือ ก่อนการเริ่มงานก็มีการ work shop ให้ทุกคนสามสิบคนกับทีมเผ่าระวังครับ และก็มาทำงานร่วมกัน วางแผนร่วมกัน ในการ work shop ก็จะมีการเล่นเกมส์ มีการให้ความรู้เรื่อง พรบ การแลกเปลี่ยนปัญหาเรื่องเหล้าที่แต่ละคนเจอมา บรรยากาศก็สนุกสนานครับ ก็สร้างความสัมพันธ์กันได้ภายในวันเดียวครับ ทุกคนรู้จักกันหมด ทุกคนมาวางแผนหน้างานกันว่าทำอะไรบ้าง พอเริ่มงานวันแรกงานเริ่ม 10 โมง เราก็มาร่วม 9 โมง พอมาเราก็แจกเอกสารแจกแผนที่ แบบสำรวจ และทุกคนก็แบ่งงานกันด้วยว่าตัวเองจะทำอะไรบ้างหน้างาน พอเย็นเราก็จะกลับมาเจอกันอีกครั้งเราก็จะมาสรุปงานกันก่อนเป็นการสรุปกันในวงเล็ก ก็จะมีถามที่ละคนว่าวันนี้ใครทำอะไรได้ดี มีข้อเสียอะไรไหม มีปัญหาอะไรรีเปลา มีเหตุการณ์อะไรบ้างก็จะมาแชร์กันทุกวัน กลุ่มเล็กก่อนในแต่ละฝ่าย และค่อยไปคุยกันในระดับแกนนำ เราก็เอาข้อมูลของฝ่ายย่อยของเรามาประชุมในวงใหญ่” (วายุ ไชยมูล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

จะเห็นได้ว่าระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนในขั้นตอนการปฏิบัติงานนั้นอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูงกว่าขั้นตอนก่อนหน้านี้ กล่าวคือเยาวชนสามารถที่จะกำหนดวิธีการดำเนินการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มตนเองได้อย่างอิสระ เครือข่ายจะถอยบทบาทตนเองมาทำหน้าที่เพียงเป็นผู้ให้การสนับสนุนทรัพยากรต่างๆ หรือการเชื่อมประสานหน่วยงานต่างๆ ซึ่งปรากฏการณ์

ลักษณะนี้เห็นชัดในการสื่อสารณรงค์เพื่อเฝ้าระวังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เยาวชนที่สามารถดำเนินการในลักษณะข้างต้นได้นั้นมักจะเป็นเยาวชนที่ผ่านกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพจากเครือข่ายมาก่อน และมีความเข้าใจถึงกระบวนการทำงานอย่างแท้จริง

แต่จากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัยพบว่าในอีกหลายเครือข่ายนั้น แม้ว่าเยาวชนจะมีส่วนร่วมในฐานะผู้ปฏิบัติงาน แต่ผู้วิจัยเห็นว่ากระบวนการทำงานนั้นถูกวางและกำหนดมาจากส่วนกลางหรือองค์กรอุปถัมภ์ทุนมาแล้วทั้งสิ้น เยาวชนเป็นเพียงผู้รับคำสั่งให้ปฏิบัติตามความประสงค์ของแหล่งทุน ดังกรณีต่อไปนี้

“ผมรับงาน [การเฝ้าระวัง] มาจาก สสส โดยตรง เราก็จะเป็นคนคิดโปรเจกเอง แล้วค่อยมาบอกอาจารย์ว่าเราจะทำงานอย่างไร ให้ผู้ใหญ่รับรู้เพื่อมีปัญหาขึ้น จากนั้นเราก็จะส่งทีมไปสำรวจว่าร้านค้ำมีกลยุทธ์อะไรบ้างที่โน้มน้าวให้เด็กเข้าไปกิน พอได้ข้อมูลมา เราก็มาประชุมปรึกษากับทีมงาน ฝ่ายกิจการนักศึกษา อาจารย์ ว่าเรามีมาตรการอย่างไร เพื่อผลักดันไม่ให้นักศึกษาไปกินหรือไม่ให้สถานบริการเข้ามาอยู่ใกล้มหาวิทยาลัย” (ก้องกริช ศรีบูรินทร์, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

เราจะพบว่าเยาวชนรับนโยบายมาจากกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เพื่อกำหนดวิธีการเฝ้าระวังเครื่องดื่มแอลกอฮอล์รอบสถานศึกษา โดยเริ่มต้นตั้งแต่ขั้นตอนการแสวงหาความร่วมมือจากผู้ใหญ่ การสำรวจพื้นที่จุดเสี่ยง เพื่อหาข้อมูลในการนำมาพิจารณาวางมาตรการร่วมกันกับกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้อง แม้ว่าเยาวชนจะสามารถที่จะคิดโครงการเอง แต่กรอบความคิดส่วนใหญ่ก็มาจากแนวคิดที่กำหนดโดยองค์กรอุปถัมภ์ทุนมาก่อนแล้ว ซึ่งเป็นกรอบวิธีการมองปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเชิงบังคับใช้กฎหมาย มากกว่าการพยายามหาความร่วมมือจากผู้ใหญ่ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในสถานศึกษา ซึ่งย่อมอาจจะส่งผลในการที่จะเกิดแรงต้านที่มาจากเยาวชนคนอื่น ดังเช่น เยาวชนคนเดิมที่แม้จะใช้วิธีการที่กำหนดมาจากส่วนกลาง แต่ก็เห็นถึงความจำเป็นที่ต้องมีวิธีการอื่นที่ดำเนินการควบคู่ไปด้วย คือ

“ควรปลูกฝังให้นักศึกษามากกว่า เพราะถ้าไม่มีร้านใกล้มหาวิทยาลัย ไม่มีร้านในเมืองเอก เค้าก็ยังไปกินที่อื่นได้นั่งรถไปธรรมชาติไปรีชดาเหมือนเดิม เพราะเค้าจะเที่ยว เลยคิดว่า การปลูกฝังให้เค้า แต่คงไม่ใช่วิธีให้ความรู้ เพราะเค้าก็น่าจะรู้อยู่ แต่ไม่สามารถปฏิบัติตาม น่าจะแทรกเข้าไปกับกิจกรรมน่าจะเหมาะ” (ก้องกริช ศรีบูรินทร์, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

ผู้วิจัยพบว่าสาระสำคัญของการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ คือกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นกับตัวเยาวชนเอง เพราะการลงมือปฏิบัติงานจริงร่วมกันนั้น เป็นการนำเอาความคิดที่เป็น

นามธรรมที่อยู่ในแผนการปฏิบัติการ (action plan) ไปสู่การปฏิบัติจริงในพื้นที่ ทำให้เยาวชนได้ตรวจสอบความคิดของตนเอง (monitoring) อยู่ตลอดเวลาในระหว่างการปฏิบัติการร่วมกัน โดยมีพี่เลี้ยงและเจ้าหน้าที่จากเครือข่ายคอยกระตุ้นให้เยาวชนได้เรียนรู้ระหว่างการดำเนินกิจกรรม

“พี่เค้าก็กระตุ้นมาว่าเราเห็นปัญหารี้อย่างไร ถ้าเห็นแล้วทำอย่างไร เราก็มาคิดดูใหม่ว่า เราเก็บข้อมูลเพียงพอหรือไม่ เราก็มาทำนโยบายร่วมกับตำรวจ เริ่มติดต่อกับตำรวจ เริ่มมีเวทีเสวนา มีเวทีสรุปผล ทำกระบวนการมากขึ้น” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ตัวอย่างการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติ คือ ทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในกรณีที่ไม่ได้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เยาวชนที่รับผิดชอบเกิดความท้าทายและอยากทำงานให้ประสบความสำเร็จ ดังเช่นที่ผู้วิจัยจะยกกรณีตัวอย่างที่เกิดขึ้นที่เครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบัน จังหวัดเชียงใหม่ ที่พยายามแก้ปัญหาพื้นที่ในการจัดงานสงกรานต์ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีปัญหาเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ คือ

“เราก็มาคิดว่า พื้นที่นั้นมันเป็นพื้นที่เปิดกว้างยากแก่การควบคุม มีทางเข้าหลายทาง ถ้าให้เข้าทุกทางเลย ก็จะนำเหล่าเข้ามาดื่มกันง่ายมากขึ้น เราเลยใช้วิธีการสร้างกำแพงโดยใช้การทำเหมือนถนนคนเดิน เราก็ไปติดต่อแม่ค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษาให้อาของมาขายของเปิดพื้นที่ตลอดเส้นทางของพื้นที่เพื่อเป็นกำแพงปิดกั้นทางเข้า โดยให้เข้าทางเดียวเพื่อการดูแลที่ง่ายขึ้น” (เฉลิมวุฒิ สังค์คดี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

การเรียนรู้ที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการมีส่วนร่วมในขั้นตอนการลงมือปฏิบัติงานร่วมกันคือ การจัดการความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มเยาวชนด้วยกัน ซึ่งส่วนใหญ่ความขัดแย้งมักเกิดจากความคิดเห็นไม่ตรงกัน ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนพยายามใช้วิธีการหาจุดร่วมกัน โดยการกลับมาพูดคุยกันอีกรอบ เพื่อหาทางออกร่วมกัน ดังนั้นการพูดคุยเสวนาร่วมกันจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่แก้ไขความขัดแย้ง ในขณะที่เดียวกันเป็นการเชื่อมให้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมมากขึ้น ดังที่เยาวชนสะท้อนให้เห็นว่า

“ก็มีความขัดแย้งบ้าง เพราะต่างคนต่างคิด อย่างเช่น การจัดเวที ฝ่ายเวทีคิดว่าการจัดโต๊ะแบบนี้จะทำให้ลำบาก จัดออกมาในรูปแบบเดิม ทำให้เสียเวลา แต่อีกฝ่ายบอกว่าดีแล้ว เพราะจัดแบบนี้เหมาะกับการทำกิจกรรม ทำให้เกิดปัญหามากขึ้น ก็หาเวลาที่เป็นจุดลงตัว เช่นเอาเวลาตรงนี้แหละเป็นเวลาพักเบรกเพื่อคุยกัน หรือไม่ใช่ห้องแต่ไปคุยกันในสนามหญ้าเพื่อผ่อนคลายและพูดคุยหาจุดลงตัว โดยต้องรับฟังความคิดเห็นของทั้ง 2 ฝ่ายร่วมกัน คิด 2 มุมคือมุมเรา และ

มุ่มเค้าวัดช่วยเพื่อช่วยกันหาจุดร่วมเดียวกัน” (ยุวดี ชินบุตรานนท์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“แม้เราจะอยู่คนละฝ่ายแต่เราก็อยู่เครือข่ายเดียวกัน เราไม่ได้แบ่งฝ่าย แบ่งพักแบ่งพวกกัน เราทำงานเราก็เห็นหน้ากัน แต่ถ้าทำงานไปแล้วประสบปัญหา เราก็จะมีการถกเถียงกันบ้าง แต่จะถกเถียงกันเฉพาะในวง คือไม่เอาไปต่อข้างนอก จบก็คือจบในงาน” (วายุ ไชยมูล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ข. การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการประเมินผล เยาวชนมีโอกาสดำเนินการมีส่วนร่วมในกิจกรรมในขั้นตอนสุดท้าย คือการประเมินผล เพื่อตรวจสอบว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริงนั้นสอดคล้องกับเป้าหมายที่วางไว้ในตอนต้นของกระบวนการ การเปรียบเทียบระหว่างวัตถุประสงค์เบื้องต้นที่กำหนดไว้กับผลที่เกิดขึ้นจึงเป็นกระบวนการสำคัญ เยาวชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนนี้ จะได้ร่วมถอดบทเรียน (participatory evaluation) เพื่อต่อยอดความรู้ต่อไป ซึ่งกระบวนการนี้เกิดขึ้นได้ทั้งระหว่างและหลังการดำเนินงานกิจกรรมในพื้นที่ ทั้งนี้การถอดบทเรียนส่วนใหญ่จะจัดการผ่านการใช้เวทีปรึกษาหารือ (dialogue) ระหว่างเยาวชน เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยแห่งความสำเร็จและปัญหาในการดำเนินงาน การถอดบทเรียนจะเปิดโอกาสให้เยาวชนแต่ละคนได้มีโอกาสนำเสนอบทเรียนข้อค้นพบกระบวนการทำงานของแต่ละคน และร่วมกันกำหนดการทำงานของกลุ่มตนเองต่อไป เครือข่ายมักใช้การปรึกษาหารือ (dialogue) ในกระบวนการถอดบทเรียนการเรียนรู้

การถอดบทเรียนนอกจากจะทำให้เราทราบข้อปรับปรุงในการทำงาน แต่ประโยชน์ด้านหนึ่งที่แฝงอยู่คือการทำให้เราเข้าใจการทำงานร่วมกันระหว่างเยาวชนด้วย การยอมรับและรับฟังปัญหาของผู้อื่น และช่วยกันแสวงหาทางออกที่เหมาะสมร่วมกัน ซึ่งเป็นสาระสำคัญของการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม และเยาวชนเองก็เห็นว่าการถอดบทเรียนเป็นประโยชน์ต่อการทำงานของตนเอง โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมช่วยในการพัฒนาศักยภาพตนเอง ให้เป็นคนที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรม เช่น

“สรุปว่าได้อะไรจากมัน อะไรที่เราคาดหวังก่อนมาร่วม ถ้าเราจะพัฒนาให้มันดีขึ้นเราจะทำอย่างไร เราจะคิดร่วมกัน” (รักพงษ์ คำชาว, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในการถอดบทเรียนยังนำไปสู่การเข้าใจผู้อื่นที่ร่วมทำกิจกรรมด้วยกัน ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญในการทำงานกับเยาวชน เพราะในการทำงานร่วมกันนั้น เยาวชนจะให้ความสัมพันธ์กับเพื่อนเป็นอย่างมาก การไม่เข้าใจซึ่งกันและกันย่อมส่งผลต่อการดำเนินงาน ดังเช่นที่เยาวชนหลายคนสะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างการถอดบทเรียนกับเพื่อนไว้ว่า

“ทุก ๆ ครั้งหลังทำงานจะมีการถอดบทเรียน หรือถ้าใครมีเรื่องดีๆ ก็จะมาเล่าสู่กันฟัง อย่างผมเจออะไรดีๆ ผมก็จะเอาเรื่องนั้นมาเล่าในวงว่าเราเจออะไรที่ประทับใจ เพื่อเสริมกำลังใจ ให้กับเพื่อนๆ มีอะไรดีอันไหนใจเราก็คงจะมาเปิด หรือมาชิมชั๊บสิ่งดีๆ จากคนอื่นในเวทีนี้เพื่อหา ข้อสรุปในการทำงานร่วมกัน” (ดำรงพล ดุไม้, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“เราจะได้เห็นปัญหาที่แต่ละคนเจอ เพราะบางที่เราไม่เห็นคนอื่นทำงาน เราก็คิดกันไปเอง จริงๆ แล้วอาจจะไปทำงานอื่นๆ ในสิ่งที่เรายังไม่เห็นอะไรแบบนี้ครับ เราอาจจะเข้าใจผิดว่าทำไมคนนี้ไม่ทำงาน ซึ่งเราไม่เห็นเบื้องหลังของเค้าครับ คราวนี้จะได้เห็นจริงๆ จะได้ทราบถึงการทำงานและนำมาปรับปรุงร่วมกัน” (เฉลิมวุฒิ สังข์คัตติ, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“ผมมองการถอดบทเรียน คือ การเข้าใจเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกของคนเรา” (ขจร พลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนมักเข้ามามีส่วนร่วมในการถอดบทเรียนแค่ใน ระดับกิจกรรมเท่านั้น ส่วนการถอดบทเรียนในระดับนโยบาย ซึ่งเป็นระดับสำคัญต่อทิศทางการ สื่อสารรณรงค์ในภาพรวมนั้น องค์กรอุปถัมภ์ทุนและเครือข่ายมักเป็นผู้ดำเนินการเอง ดังที่เจ้าหน้าที่เครือข่ายกล่าวไว้ว่า

“การสรุปงาน หรือถอดบทเรียน คือ หลังจากมีการทำค่ายเสร็จ เครือข่ายที่เป็นเจ้าของพื้นที่ก็จะทำการประเมินในส่วนของเค้าไป ส่วนเยาวชนก็จะทำการประเมินเฉพาะส่วนของการ ทำกิจกรรม” (ไฉษา สุขมะดัน, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

ซึ่งเมื่อมองในมุมนี้ การมีส่วนร่วมของเยาวชนก็จะถูกจำกัดอยู่แค่กิจกรรมที่ตนเองทำ และขาดความเชื่อมโยงไปสู่ภาพรวมของการสื่อสารรณรงค์ในภาพกว้าง ซึ่งปรากฏการณ์นี้ สะท้อนหรือสรุปลักษณะการดำเนินงานขององค์กรอุปถัมภ์ทุนที่ยังคงมองเยาวชนอยู่ในเพียงแค่ ระดับ “ปฏิบัติการ” ไม่ได้มองในแง่การสนับสนุนให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการ กำหนดทิศทางที่จะก้าวเดินไปร่วมกัน

กล่าวโดยสรุปแล้ว การมีส่วนร่วมของเยาวชนกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพใน ประเด็นการขับเคลื่อนการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น มีสาระสำคัญที่ผู้วิจัยได้ นำเสนออยู่สี่ประการด้วยกัน คือ

1. การเปลี่ยนมุมมองเยาวชน การสื่อสารกับเยาวชนในประเด็นเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะเยาวชนมีความรู้สึกว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ไม่ใช่ปัญหาจริงๆ ของเยาวชน ดังนั้นเมื่อเครือข่ายต้องการจะสื่อสารในประเด็นนี้ก็ยากที่จะสร้างความเข้าใจหรือให้เห็นความสำคัญร่วมกัน เครือข่ายจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนทัศนคติ และมุมมองของเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการที่มักคิดว่าการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปรากฏการณ์ปกติหรือเป็นเรื่องของเพื่อน สังคม ค่านิยม อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้เยาวชนเห็นความสำคัญของปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น เป็นเรื่องที่ทำหายและไม่ใช่เรื่องง่ายตายนักที่จะทำให้เกิดขึ้นโดยลำพังจากการดำเนินงานของเครือข่ายเอง ในความเป็นจริงมีปัจจัยเร่งปฏิกิริยา (catalyst) ที่จะกระตุ้นให้เยาวชนเห็นความสำคัญของปัญหา และเข้ามามีส่วนร่วมกับเครือข่ายเพื่อดำเนินกิจกรรมในการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไป เยาวชนสะท้อนให้เห็นถึงความยากลำบากในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติในกลุ่มเยาวชน

2. ทักษะและความรู้ของเยาวชนในการเป็นผู้จัดการสื่อสาร เยาวชนต้องมีทักษะและความรู้ที่เพียงพอในการที่จะเป็นผู้เชี่ยวชาญในการสื่อสาร (trained communicator) เยาวชนจึงต้องฝึกความสามารถในการถ่ายทอดประเด็นที่ต้องการผ่านกิจกรรมต่างๆ กล่าวคือ ทุกคนต้องรู้ ต้องรู้จริง รู้เรื่องประเด็น รู้เรื่องตัวเองมาทำเพื่ออะไร ความเข้าใจในการสื่อสารเพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม เพราะการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพไม่ใช่เพียงแต่ความเชี่ยวชาญในเฉพาะแค่กิจกรรมของแต่ละเครือข่าย เช่น ละคร กิจกรรมเชียร์ เป็นต้น เพราะหลายๆ โครงการของเครือข่ายก็ประสบความสำเร็จส่วนหนึ่งมาจากเยาวชนเองขาดความเข้าใจต่อกระบวนการสื่อสารรณรงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลง

3. การสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของเยาวชน เครือข่ายต้องเปิดโอกาสให้เยาวชนเข้ามาส่วนร่วมในกระบวนการให้มากที่สุด เพราะการมีส่วนร่วมคือการเปิดมุมมองของเยาวชนในประเด็นสำคัญคือ การพัฒนาศักยภาพของเยาวชนเพื่อให้กลายเป็นผู้สื่อสารประเด็นสาธารณะที่มีประสิทธิภาพต่อไป แม้ว่าในช่วงแรกเครือข่ายจะใช้เครื่องมือต่างๆ ในการช่วยให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วม ไม่ว่าจะเป็นสื่อกิจกรรมอย่าง ค่าย ละคร หรือสื่อบุคคลอย่าง ครู หรือพี่เลี้ยง แต่เครื่องมือเหล่านี้ต้องถอนตัวออกมาเพื่อให้เยาวชนสามารถที่จะพัฒนาศักยภาพตนเอง และสามารถบริหารจัดการกิจกรรมด้วยตนเองได้ เพราะเยาวชนหลายคนได้สะท้อนตรงกันว่า การมีส่วนร่วมนั้นไม่ใช่เป็นเพียงแค่ผลลัพธ์แต่เพียงอย่างเดียว แต่การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงที่ต้องการ กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชนจะก่อให้เกิดสิ่งสำคัญต่อการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ คือ “ใจ” ในการทำงานเชิงสาธารณะ ดังที่เยาวชนหลายคนเห็นตรงกันว่า “ใจ” ในการทำงานเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะเป็นสิ่งที่ยึดเหนี่ยวเยาวชนเหล่านี้เข้าไว้ด้วยกัน แต่สิ่งที่น่ากังวลคือ องค์กรอุปถัมภ์ทุน และเครือข่าย ยังมองเยาวชนเป็นเพียงแค่ “เครื่องมือการสื่อสาร” ที่มีพลังในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่ง

กรอบแนวคิดนี้ ทำให้วิธีการในการจัดการเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของเยาวชนจึงยังมีปัญหา เพราะเยาวชนยังมีบทบาทเป็นเพียงแค่ผู้รับนโยบายจากส่วนกลางเพื่อนำไปปฏิบัติในพื้นที่ตนเอง การมีส่วนร่วมที่เกิดขึ้นจึงไม่ใช่การมีส่วนร่วมที่แท้จริง

4. การจัดการความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้วิจัยค้นพบว่า ปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน คือ การจัดการความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเยาวชน กับกลุ่มผู้ใหญ่สองกลุ่ม คือ กลุ่มที่มีอำนาจเชิงนโยบายในพื้นที่ เช่น ผู้บริหารสถานศึกษา เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และกลุ่มองค์กรอุปถัมภ์ทุน และเครือข่ายเยาวชน ผู้วิจัยพบว่าเมื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเห็นด้วยกับแนวทางการดำเนินงานของเยาวชน โครงการมักจะประสบความสำเร็จ ซึ่งการทำให้ผู้ใหญ่ให้ความสนใจนั้นก็คงต้องย้อนกลับมาที่ตัวเยาวชน และเครือข่ายที่จะต้องทำงานร่วมกัน เพื่อส่งสารที่มี “พลัง” ไปสู่คนที่เกี่ยวข้องเหล่านี้

5.3 ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง

ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงถือเป็นตัวชี้วัด (indicator) สำคัญของกระบวนการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในการศึกษาที่จะวัดความสำเร็จของการดำเนินงานทั้งขององค์กรอุปถัมภ์ทุน เครือข่ายเยาวชน และเยาวชน ที่เข้าร่วมกิจกรรม การเปลี่ยนแปลงนั้นมีการเปลี่ยนแปลงในระดับปัจเจกบุคคล (individual change level) และการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม (social change level) งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พยายามศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงทั้งสองระดับที่เกิดขึ้นกับเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่าย พร้อมทั้งพยายามค้นหาถึงปัจจัยในกระบวนการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยใช้ทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ และข้อมูลเชิงคุณภาพมารวมกันอธิบาย ดังนี้คือ

ตาราง 5.1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	200	36.4
หญิง	349	63.6
รวม	549	100.00
อายุ (ต่ำสุด=13 ปี สูงสุด=25ปี อายุเฉลี่ย=20 ปี S.D.=1.87)		
ต่ำกว่า 15 ปี	4	0.73
16-20 ปี	354	64.5
21-25 ปี	191	34.8
รวม	549	100.00

ตาราง 5.1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษาที่กำลังศึกษา/จบการศึกษา		
ประถมศึกษา	2	0.36
มัธยมศึกษาตอนต้น	8	1.46
มัธยมศึกษาตอนปลาย	37	6.75
ปวช./ปวส.	55	10.01
อนุปริญญา	6	1.09
ปริญญาตรี	437	79.60
ปริญญาโท	3	0.55
ไม่ตอบ	1	0.18
รวม	549	100.00

จากตาราง 5.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.77 เพศชาย ร้อยละ 35.97 มีอายุเฉลี่ย 20 ปี อายุต่ำสุด 13 ปี สูงสุด 48 ปี ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 16-20 ปี กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือ ปวช./ปวส. และมัธยมศึกษาตอนปลาย ตามลำดับ

5.3.1 ผลการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล

ผู้วิจัยพบว่าการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่เกิดขึ้นกับเยาวชน การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลที่ผู้วิจัยค้นพบในครั้งนี้ คือ ทักษะในการที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม, ความรู้สึกที่จะเป็นตัวอย่างที่ดีต่อผู้อื่น ความตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงทั้งสี่ประการดังกล่าว จะช่วยให้เยาวชนสามารถที่จะเปลี่ยนบทบาทตนเองจาก “ผู้รับสาร” ไปเป็น “ผู้ส่งสาร” ในประเด็นเรื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงระดับปัจเจกบุคคลที่ผู้วิจัยค้นพบคือ

ตาราง 5.2 จำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผลระดับค่าเฉลี่ยรายข้อและรายด้านของการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
3.1 การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล			
3.1.1 ทักษะ	3.85	0.66	มาก
1. ทักษะการลดเลิกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	3.90	0.80	มาก

ตาราง 5.2 จำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผลระดับค่าเฉลี่ยรายข้อและราย
ด้านของการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (ต่อ)

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
2. ทักษะการความสุขในชีวิตโดยไม่ต้องพึ่งการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	4.10	0.85	มาก
3. ทักษะการปฏิเสธเมื่อมีคนชวนดื่มเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ได้	3.90	0.92	มาก
4. ทักษะการสื่อสารถึงคนอื่นในการลดหรือเลิกการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	3.61	0.89	มาก
5. ทักษะในการทำงานร่วมกับคนอื่นได้ดีขึ้น	3.74	0.85	มาก
3.1.2 ความรู้เท่าทัน	3.53	0.46	มาก
6. การรู้เท่าทันถึงโทษของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อ สุขภาพและผลกระทบต่อสังคม	4.05	0.83	มาก
7. การรู้เท่าทันถึงโฆษณาและกิจกรรมต่างๆ ของ บริษัท เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มุ่งสู่เยาวชน	3.99	0.84	มาก
8. มุมมองต่อคนที่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดูแล้วเท่ มีเสน่ห์ ดึงดูดเพศตรงข้าม	3.15	1.34	ปานกลาง
9. มุมมองต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าเป็น วิธีการหาทางออกจากชีวิตที่น่าเบื่อที่ง่ายที่สุด	2.98	1.32	ปานกลาง
10. ความรู้ในการช่วยให้คนอื่นลดหรือเลิกการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้	3.49	0.85	ปานกลาง
3.1.3 ความตั้งใจ	3.04	0.51	ปานกลาง
11. ความตั้งใจไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกในอนาคต	3.76	0.97	มาก
12. ความตั้งใจที่จะไม่กลับไปดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อีก	3.00	1.31	ปานกลาง
13. ความตั้งใจจะเป็นแกนนำเยาวชนในการรณรงค์ ต่อไป	2.35	0.91	น้อย
3.1.4 พฤติกรรม	3.77	0.77	มาก
14. การนำความรู้ที่ได้จากเข้าร่วมกิจกรรมมาใช้ในการ ป้องกันและลดการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กับตัวเองและคน รอบข้างได้	3.77	0.88	มาก
15. เมื่อกลับไปอยู่ในสิ่งแวดล้อมเดิมที่มีการดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ข้าพเจ้าสามารถปรับตัวที่จะไม่ดื่ม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ได้	3.77	0.93	มาก
16. การเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับเยาวชนคนอื่นได้	3.78	0.89	มาก

จากตาราง 5.2 พบว่า การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลด้านทักษะ ด้านทัศนคติ ความรู้และความเชื่อ และด้านพฤติกรรมอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความตั้งใจอยู่ในระดับปานกลาง

5.3.1.1 การเปลี่ยนแปลงด้านทักษะ จากผลการวิจัยที่แสดงในตาราง 5.2

ผู้วิจัยพบว่าการเปลี่ยนแปลงด้านทักษะ เป็นผลการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลที่มีการเปลี่ยนแปลงสูงที่สุด โดยการเปลี่ยนแปลงคือ ความสามารถในการค้นหากิจกรรมทางเลือกแทนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การปฏิเสธการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทั้งกับตนเอง และเพื่อน และการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในเยาวชนเหล่านี้ ผู้วิจัยพบว่าเกิดมาจากการกระตุ้นจากปัจจัยแรงปฏิกิริยา และการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังที่เยาวชนสะท้อนให้เห็นอย่างสอดคล้องกับข้อค้นพบเชิงปริมาณข้างต้นว่า การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในการจัดการกับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้จากการเข้าร่วมกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนขึ้นอยู่กับทักษะสำคัญสองประการ คือ ทักษะด้านการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น ดังที่เยาวชนคนหนึ่งกล่าวว่า

“เกิดการเปลี่ยนแปลงกับตัวเอง เพราะเมื่อก่อนผมก็ดื่ม แต่พอมาทำกิจกรรมตรงนี้ก็ค่อยๆ ลด จนเลิกดื่มไปเลย เพราะเราทำการรณรงค์ เหมือนกับการที่เราใช้เวลาตรงนี้ลงไปเยอะ ทำให้เราไม่สร้างโอกาสในการดื่มให้กับตัวเอง” (โฆษา สุขมะดัน, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

ผู้วิจัยพบว่าทักษะที่สำคัญในการจัดการกับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนนั้นคือทักษะในการสื่อสารกับตนเอง และสื่อสารกับผู้อื่น ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน หรือครอบครัว ซึ่งทักษะการสื่อสารที่เยาวชนนำมาใช้คือ ทักษะในการปฏิเสธ หรือการสร้างภูมิคุ้มกันทางจิตใจให้กับตัวเอง ทักษะการสื่อสารนี้เยาวชนได้รับการเติมอยู่ตลอดเวลาในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ ทั้งในช่วงการสร้างเสริมศักยภาพ และช่วงการสื่อสารประเด็นสาธารณะ โดยมีพี่เลี้ยงเป็นผู้ถ่ายทอดทักษะดังกล่าวให้ในช่วงแรก ทักษะการปฏิเสธถึงแม้จะเป็นทักษะในเชิงป้องกัน แต่ก็ยังเป็นทักษะสำคัญในการที่จะป้องกันไม่ให้เยาวชนเข้าไปเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเพื่อน โดยเฉพาะเมื่อถูกเพื่อนชวน เพราะเยาวชนส่วนใหญ่มักจะกลัวการหลุดจากกลุ่มเพื่อนของตนเอง ผู้วิจัยพบว่าทักษะในการปฏิเสธนี้ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับความรู้ด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการสร้างทักษะนี้ให้เกิดขึ้นต้องเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลา การที่เยาวชนสามารถที่จะนำทักษะนี้มาใช้ได้ ถือว่าเยาวชนคนนั้นต้องมีความตั้งใจอย่างสูง ดังที่เยาวชนสะท้อนว่า

“เมื่อก่อนก็เป็นดีมี เพราะเพื่อนชวนไปตีมดด้วยกันนะ ไปด้วยกัน แต่พอเข้ามาสัฟฟัก พี่เค้าก็จะสอนเราเรื่องการปฏิเสธพี่เค้าสอนว่าจะปฏิเสธอย่างไรไม่ให้เสียมิตรด้วย อย่างช่วงเข้าพรรษา เพื่อนมาชวน เราก็ตีปฏิเสธว่า ไม่ไปงดเหล่าเข้าพรรษา เราก็ตีมีข้ออ้าง เราเรียนรู้มาเรามีข้ออ้างพอทำงานแบบนี้เราก็ตีมีข้ออ้างไปเอง” (ทัตพร เสงี่ยมศรี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“ถ้าเมื่อก่อนที่เรายังไม่ได้มาทำงานด้านนี้ ถ้าเพื่อนไปกิน เราก็ตีไปกิน แต่โชคดีที่ได้มาทำตรงนี้ก่อน ทำให้เรารู้ว่ามันสร้างปัญหาอะไรบ้าง มีข้อมูล รู้จักปฏิเสธ ยิ่งเราทำมันก็ยิ่งอิน ยิ่งทำยิ่งจริงจัง ยิ่งทำรู้สึกว่ายิ่งใช่ เรารู้สึกว่ามันกระทบจริง ๆ นะ” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2552)

“ผมนั่นแพ้นแอลกอฮอล์ ผมก็จะบอกว่าผมงดถวายในหลวงนะ เขาก็จะรู้สึกอาย และเกรงใจในหลวงกัน” (อรรถพล จันทศิลาอัตพงษ์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

แต่เมื่อผู้วิจัยค้นหาคำแนะนำทักษะการปฏิเสธไปใช้ในเชิงรุก เช่น การพยายามที่จะเปลี่ยนแปลง หรือโน้มน้าวใจคนอื่น โดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนที่ไม่ได้เข้าร่วมในกิจกรรม พบว่ายังไม่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเท่าไรนัก ดังเช่น

“ส่วนในกลุ่มเพื่อน พอเรามีทักษะตรงนี้เราก็ตีรู้จักปฏิเสธ แต่เค้าก็ไม่ค่อยเปลี่ยนไปสักเท่าไรเราก็ตีได้แต่ให้ข้อมูล ไม่ว่าจะป็น เรื่อง พรบ. ว่าเป็นอย่างไร แต่จริงๆ เราก็ตีไม่สามารถเปลี่ยนได้” (โฆษา สุขมะดัน, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าการเปลี่ยนแปลงด้านทักษะการเป็นผู้นำ นับเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดเจนในเยาวชนที่เข้าร่วมกระบวนการสื่อสารของเครือข่าย กล่าวคือการเข้าร่วมกิจกรรมเป็นการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ด้านทักษะการเป็นผู้นำ ไม่ว่าจะเป็นการทำงานร่วมกับผู้อื่น การกล้าแสดงออก การเคารพและรับฟัง ความรับผิดชอบ การสื่อสาร การสร้างนิสัยใฝ่เรียนรู้ ทักษะการเป็นผู้นำเหล่านี้ จะทำให้เยาวชนมีศักยภาพในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ต่อไป เช่น

“มีทักษะมากขึ้น รับผิดชอบมากขึ้น รู้จักการทำงานเป็นกลุ่ม เพราะเมื่อก่อนเวลาจะทำอะไรชอบใช้เหตุผลของตนเองไม่ค่อยรับฟังคนอื่น พอมาทำงานตรงนี้ก็ตีสองปรับ ต้องจูนทุกคนให้เข้ากัน ทำงานร่วมกับคนอื่นยากกว่าทำงานคนเดียวครับ” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“การเปลี่ยนแปลงในตัวผม คือแนวคิดมีการพัฒนามากขึ้น เพราะตอนที่อยู่มหาวิทยาลัย เราก็ไม่ได้แนวคิดแบบนี้ และได้ทักษะเรื่องการทำงาน อันนี้ชัดมาก ปกติแล้วผมไม่สามารถติดต่อกับใครได้เลยเพราะเราไม่มีความรู้ที่ต้องคุยกับใคร อย่างไร เราก็ไม่สามารถติดต่อกับใครได้ แต่ว่าพอเริ่มกิจกรรมนี้ เราก็สามารถที่จะพัฒนาเรื่องการติดต่อ พูดคุยในที่สาธารณะมากขึ้น” (รักพงษ์ คำขาว, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า ทักษะความเป็นผู้นำนั้นมีหลายมิติ โดยแต่ละมิติจะผสมผสานกันเพื่อหล่อหลอมให้เยาวชนมีความกล้าแสดงออก และเริ่มต้นที่จะก้าวจากผู้รับสารมาเป็นผู้ส่งสารเพื่อขับเคลื่อนประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไปได้ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลในการสื่อสารรณรงค์ในด้านทักษะการเป็นผู้นำ จึงมีความสำคัญเทียบเท่ากับทักษะในการปฏิเสธการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5.3.1.2 การเปลี่ยนแปลงด้านความรู้เท่าทัน เยาวชนมีการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้เท่าทันต่อปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในระดับมาก รองจากการเปลี่ยนแปลงด้านทักษะ ข้อค้นพบบ่งชี้ว่าเยาวชนมีความรู้ในเรื่องผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และรู้ถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่บริษัทเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นำมาใช้ในการโน้มน้าวใจเยาวชน อันเป็นผลมาจากการทำงานขององค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ สอดคล้องกับข้อค้นพบกับงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ระบุว่าเยาวชนที่เข้าร่วมกระบวนการมีความเข้าใจต่อประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มากขึ้น

การพยายามที่จะเป็นตัวอย่างที่ดีในพฤติกรรมกรบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้กับคนรอบข้างถือเป็นการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลที่เกิดขึ้นกับเยาวชนอีกประการหนึ่ง การเปลี่ยนแปลงนี้สืบผลต่อเนื่องมาจากการที่เยาวชนมีความรู้ และทักษะการเป็นผู้นำที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เยาวชนเหล่านี้มีสถานะทางสังคมที่แตกต่างกับเยาวชนคนอื่น ที่จะต้องเป็นทั้งแบบอย่างที่ดี และเป็นผู้ที่ต้องพยายามสื่อสารกับกลุ่มเพื่อน หรือครอบครัว ให้ลดพฤติกรรมกรบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

“เราสามารถบอกเพื่อนๆ ได้ว่ามันเป็นอย่างไร เหล้ามันทำให้เกิดผลกระทบอย่างไร” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2552)

“เราเป็นคนรณรงค์แล้วก็เข้าไปกิน มันก็รู้สึกแปลกๆ ค่ะ ถ้าเกิดเราทำอย่างนั้น ถ้าคนเห็นว่าเมื่อวานยังเดินรณรงค์อยู่แล้ววันนี้มานั่งกิน เขาก็จะไม่เชื่อถือ” (รัชนิกร พาณิชกิจ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“เราไปเชื่อเชื้อมากกว่า เราไปทำกิจกรรมให้เค้าเห็นเป็นแบบอย่าง ให้เค้าดูเราเป็นตัวอย่าง” (ชัยวิช มณีวรรณ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“ผมเองก็ได้รับการส่งไปอบรมทำอะไรเพื่อเยาวชน เวลากลับมาที่เรียกที่ทีมงานประชุมกัน และถ่ายทอดในรูปแบบของวารสาร และอยากให้สิ่งที่ได้เข้าอบรมว่าทำอะไรมา และได้รับอะไรกลับมา เห็นผมเป็นแบบอย่าง และก่อนหน้าผมก็มีรุ่นพี่เป็นแบบอย่าง นั่นพิสูจน์ได้ว่าการเรียนไม่มีผลกระทบต่อการทำกิจกรรม” (ยอด ปอง, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

“อยากให้คนอื่น อย่างเพื่อนในกลุ่มในมหาลัย หรือเพื่อนในหมู่บ้าน มองว่าเราเป็นคนดี ทำไม่ทำตามเราบ้าง ไม่ดื่มเหล้า ไม่สูบบุหรี่ ก็อยากให้เค้ามองเราบ้างว่าเราไม่ได้ไปทำอะไร” (วายุ ไชยมูล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ประเด็นที่น่าสนใจต่อไปคือ เยาวชนสามารถที่จะโน้มน้าวให้คนรอบข้างเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้หรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยพบว่าสมาชิกในครอบครัวมีแนวโน้มที่จะลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้มากกว่ากลุ่มเพื่อน เนื่องจากความสัมพันธ์ในครอบครัวที่ทำให้การสื่อสารภายในครอบครัวมีเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึก เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งมีผลต่อการจุดประกาย หรือเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เพราะประเด็นที่สื่อสารเป็นเรื่องของสุขภาพและการได้อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขในครอบครัว

“เริ่มคุยกับที่บ้านว่าทำไมไม่เป็นแบบนี้ ก็เริ่มดื่มพอ ตอนนี้พอลดลงมาก คุยกับพ่อว่า พ่อเป็นแบบอย่างของผม ถ้าพ่อยังดื่ม ผมอาจจะเป็นแบบพ่อนะ พอกลับบ้านผมก็จะไปนั่งคุย ผมก็จะไปคุยเรื่องทำกิจกรรมที่ทำมาให้พ่อฟังแบบนี้” (ดำรงพล ดู่ไม้, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“พ่อแม่ ญาติ พี่น้อง เห็นเราไม่กินแล้วก็จะอาย” (กฤษดา ทาทองเหลือง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

แต่ในกรณีของกลุ่มเพื่อนนั้น เยาวชนหลายคนสะท้อนว่าตัวเองก็ไม่สามารถที่จะชักจูงหรือโน้มน้าวเพื่อนให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ หรือเปลี่ยนแปลงได้ยาก เพราะสาเหตุในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชนโดยทั่วไปนั้นมีความซับซ้อน หลากหลายมิติ ทั้งในเรื่องของวัฒนธรรมในกลุ่มเพื่อนที่ยังมองการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นเครื่องมือในการสังสรรค์ และการสร้างจุดเด่นให้กับตนเอง การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเยาวชนทั่วไปที่ยังมีพฤติกรรมเสี่ยง ยังคงต้องอาศัยการรู้เท่าทันของเยาวชนเข้ามาประกอบด้วย โดยเฉพาะการมีประสบการณ์ตรงจากผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังที่เยาวชนสะท้อนว่า

“ส่วนเรื่องกินเหล้าของกลุ่มเพื่อนผมก็ว่าเหมือนเดิมนะ เพราะเวลาอยู่กับเราเค้าก็ไม่กิน แต่ไปอยู่กับคนอื่นเค้าก็กินปกติ ผมคิดว่าไม่เปลี่ยนสักเท่าไร” (วายุ ไชยมูล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“ส่วนเพื่อนก็แล้วแต่อารมณ์เค้า เพราะเค้าอยู่ในสังคม มีเพื่อนกินมากกว่าเพื่อนไม่กิน แต่เราก็จะคอยเข้าไปคุยบ้าง ส่วนมากเค้าก็ไม่ค่อยฟังครับ เราเองก็เป็นธรรมดาไปกับเพื่อน พูดกับเพื่อนแบบธรรมดาๆ เค้าก็เลยไม่ค่อยรู้สึกสักเท่าไร ก็เลยไม่รู้จะพูดอะไร จริงๆ มันก็มีวิธีการชักชวนอยู่แต่ผมก็ได้ใช้ไปหมดแล้ว ของแบบนี้มันขึ้นอยู่กับตัวเค้าเองมากกว่า” (อภิศักดิ์ สุวรรณมงคล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“งานแบบนี้ก็ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ทุกคน อย่างเป็นทางการแล้วแต่ทัศนคติ มุมมองความคิดมากกว่า แต่คิดว่า จะลดลง แต่เป็นบางคนนะ ถ้าบางคนเค้าไม่เคยเจออุบัติเหตุเค้าก็อาจจะกินเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่ที่จะทำให้ลดลงหนูคิดว่าเค้าต้องพบปัญหาด้วยตัวเอง อย่างเพื่อนหนู แฟนมาแล้วขับรถไปชน เสียชีวิต ทำให้เค้าลดลง และเลิกเพราะเค้ากลัว อย่างเข้าพรรษาอย่างนี้ เมื่อก่อนเค้าก็กินเบียร์ วันละสามขวดทุกวันแต่เดี๋ยวนี้เค้าก็ไม่กินแล้ว มันเป็นเรื่องที่น่าแปลก พอเราทำงานตรงนี้ะ เราก็ตีใจที่เค้าสามารถเลิกได้ก็มี” (ทัตพร เสี่ยงศรี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

การทำตัวเป็นแบบอย่างข้างต้นที่กล่าวมา ล้วนแต่เป็นการรื้อฟื้นหรือสร้างคุณค่าในตัวเองให้เกิดขึ้น การเห็นคุณค่าในตนเองที่จะสามารถทำสิ่งดี ๆ ให้เกิดขึ้นได้ด้วยตัวของตัวเอง ความภูมิใจที่ได้รับรู้คุณค่าของตนเองนั้นเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นที่สำคัญที่สุดในระดับปัจเจกบุคคล

5.3.1.3 ความตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความตั้งใจ (intention) ที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นับเป็นตัวชี้วัดอีกตัวหนึ่งที่จะสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลของเยาวชน อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า เยาวชนมีการเปลี่ยนแปลงในด้านความตั้งใจในระดับปานกลาง เยาวชนหลายคนสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของตนเองหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของเครือข่าย โดยเฉพาะความตั้งใจที่อยากจะสื่อสารสิ่งที่พวกเขาได้รับจากการเข้าร่วมกระบวนการ นำไปถ่ายทอดสู่ครอบครัว

“เราทำงานกับโครงการนี้ เราไปอบรมแล้วได้ความรู้มา เราก็รู้สึกว่าจะอยากจะกระจายให้คนอื่น ๆ ที่คิดว่ากินเหล้าแล้วดีอย่างนี้ละ กินเหล้าแล้วเป็นการเข้าสังคม จริงๆ มีการเข้าสังคมได้อีกตั้งหลายแบบ” (รัชนิกร พานิชกิจ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“รู้สึกว่ามันมากเกินไป เพราะจะรู้สึกผิดทุกครั้ง ถ้ามีคนชวนไปกิน เพราะเราเป็นคนรณรงค์ จะรู้สึกโกรธมากที่เวลามีรุ่นน้องมาชวนไปกิน หรือเห็นเพื่อนนั่งกินอยู่จะรู้สึกหงุดหงิด อยากจะเข้าไปห้าม อยากเข้าไปเตือนว่ามันไม่ดี” (ก้องกริช ศรีบุรินทร์, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

ความตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เริ่มต้นจากความตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองก่อน ซึ่งเริ่มที่การเอาชนะใจตนเองให้มีความกล้าแสดงออกในสิ่งที่ตนเองอยากทำ ดังที่เยาวชนกล่าวว่า ไว้คือ

“ผมเป็นคนไม่ค่อยกล้า ผมได้แต่คิด คิดแล้วไม่ได้ไปพูดจริงๆ พอได้ลองทำแล้วก็ทำให้เกิดความกล้าที่อยากจะลองที่จะทำอะไรมากขึ้น” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

5.3.1.4 พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมถือเป็นเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลที่สำคัญที่เป็นเป้าหมายของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในเยาวชนมีทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการเปลี่ยนแปลงด้านคุณลักษณะการเป็นผู้นำเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมจะค่อยๆ ซึมซับวิธีคิด ผู้วิจัยสังเกตเพิ่มเติมว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้งสองแบบ จะเกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป

“น้องๆ ที่ผมดูแล เราจะมีการติดต่อกันตลอด จะรู้ความเคลื่อนไหวตลอด ตั้งแต่นั้นมา น้องจะสนิทใกล้ชิดกับเรามากขึ้น ทำให้เราป้องกันได้ แต่ถ้าทำให้เค้าค่อยๆ หลุดจากวงโคจรการดื่มเหล้าไปเอง ทำให้เราเห็นการเปลี่ยนแปลงตลอด” (อดิศักดิ์ ชัยวัฒน์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

5.3.2 การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม

การเปลี่ยนแปลงระดับสังคมที่เกิดขึ้นในเยาวชนที่เข้าร่วมกระบวนการสื่อสารณรงค์ เป็นสิ่งที่องค์กรอุปถัมภ์ทุนและเครือข่ายเยาวชนคาดหวังให้เกิดขึ้น เพราะว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน (sustainable change) ในเยาวชนต่อไป ผลการวิจัยเชิงปริมาณสะท้อนว่าเยาวชนมีการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคมทั้งเจ็ดประเด็นสำคัญ คือ ภาวะผู้นำ ระดับการมีส่วนร่วม การรับรู้และแพร่กระจายข่าวสาร ความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่ม การมีความรู้ความเข้าใจของการเป็นเจ้าของประเด็น การยึดเกี่ยวกันในกลุ่ม การสร้างบรรทัดฐานด้านทัศนคติและพฤติกรรมร่วมกันภายในชุมชน ซึ่งรายละเอียดแสดงในตาราง 5.3 ต่อไปนี้

ตาราง 5.3 จำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผลระดับค่าเฉลี่ยรายข้อและราย
 ด้านของการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
3.2 การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม			
3.2.1 ภาวะความเป็นผู้นำ	3.69	0.61	มาก
1. แคนนำเยาวชนในกลุ่มมีจำนวนเพิ่มขึ้น	3.77	0.72	มาก
2. แคนนำเยาวชนในกลุ่มมีความหลากหลาย	3.68	0.76	มาก
3. แคนนำเยาวชนในกลุ่มเป็นที่ยอมรับจากเพื่อนๆ	3.64	0.77	มาก
4. แคนนำเยาวชนสามารถกระตุ้นให้เพื่อนๆ ทำกิจกรรม ร่วมกัน	3.68	0.77	มาก
5. แคนนำเยาวชนในกลุ่มมีความริเริ่มนวัตกรรมใหม่ๆ	3.65	0.78	มาก
6. แคนนำเยาวชนในกลุ่มมีความโปร่งใสเชื่อถือ	3.75	0.81	มาก
3.2.2 ความเท่าเทียมกันในการมีส่วนร่วม	3.78	0.71	มาก
7. การเปิดโอกาสให้เยาวชนจากกลุ่มต่างๆ เข้ามามีส่วน ร่วม	3.82	0.79	มาก
8. การมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการสื่อสารณรงค์	3.74	0.77	มาก
3.2.3 ความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร	3.73	0.67	มาก
9. การรู้เท่าทันต่อปัญหาและผลกระทบในการดื่มสุรา	3.83	0.75	มาก
10. การเข้าถึงสื่อต่างๆ และสามารถแพร่กระจายข้อมูล ข่าวสารในการทำกิจกรรมของกลุ่มไปสู่สังคมได้	3.63	0.80	มาก
3.2.4 ความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่ม	3.86	0.68	มาก
11. ความเชื่อมั่นในการทำงานเป็นกลุ่มได้ดี	3.86	0.80	มาก
12. ความเชื่อมั่นว่าเพื่อนสามารถทำงานได้ดี	3.91	0.76	มาก
13. ความเชื่อมั่นว่ากลุ่มสามารถแก้ไขปัญหาได้	3.80	0.78	มาก
3.2.5 ความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของประเด็น	3.73	0.65	มาก
14. ความรู้สึกว่าปัญหาและผลกระทบจากการเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์เป็นปัญหาสำคัญ	3.91	0.81	มาก
15. ความรู้สึกมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลว ของโครงการ	3.67	0.80	มาก
16. ความทุ่มเทและตั้งใจดำเนินกิจกรรม	3.71	0.81	มาก
17. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำกิจกรรม	3.70	0.82	มาก

ตาราง 5.3 จำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผลระดับค่าเฉลี่ยรายข้อและราย
 ด้านของการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
3.2.5 ความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของประเด็น (ต่อ)	3.73	0.65	มาก
18. ความรับผิดชอบต่อกิจกรรมไม่ว่ากิจกรรมจะสำเร็จหรือล้มเหลว	3.68	0.81	มาก
3.2.6 การยึดเกี่ยวของสังคม	3.73	0.67	มาก
19. การรู้สึกว่าตัวเองเป็นส่วนหนึ่งและมีความสำคัญต่อกลุ่ม	3.68	0.76	มาก
20. การมีความสุขและภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม	3.76	0.84	มาก
21. การร่วมกันเห็นถึงเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ต้องการบรรลุร่วมกัน	3.68	0.81	มาก
22. การทำงานในกลุ่มอย่างเต็มความสามารถ	3.74	0.80	มาก
23. ความตั้งใจที่จะช่วยเหลือเพื่อนๆ ด้วยความเต็มใจ	3.77	0.87	มาก
3.2.7 วิถีปฏิบัติของสังคม	3.77	0.72	มาก
24. การสร้างข้อตกลงร่วมกันในวิธีการทำงานและการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม	3.79	0.78	มาก
25. การสร้างข้อตกลงที่ร่วมกันในลดและเลิกพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	3.74	0.83	มาก

จากตาราง 5.3 พบว่า การเปลี่ยนแปลงระดับสังคมด้านระดับความเป็นผู้นำ ด้านความเท่าเทียมกันในการมีส่วนร่วม ด้านความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่ม ด้านความรู้สึกถึงการเป็นเจ้าของประเด็น ด้านการยึดเกี่ยวของสังคม และด้านวิถีปฏิบัติของสังคมอยู่ในระดับมาก ดังที่ผู้วิจัยขออธิบายเพิ่มเติมถึงผลการวิจัยนี้คือ

5.3.2.1 ภาวะผู้นำ (leadership) เครือข่ายเยาวชนพยายามที่จะพัฒนาศักยภาพเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของตนเอง เพื่อให้เยาวชนสามารถที่จะสร้างภาวะผู้นำที่ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นในกลุ่มตนเอง ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงด้านภาวะผู้นำดังกล่าวผู้วิจัยพบว่า มีการเปลี่ยนแปลงทั้งจำนวนเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการมีจำนวนเพิ่มขึ้น และหลากหลายขึ้น เยาวชนที่ขึ้นมาเป็นผู้นำนั้นมีศักยภาพสูงขึ้น ดังที่ผู้วิจัยจะได้อธิบายข้อค้นพบเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยสังเกตได้จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อสนับสนุนผลวิจัยเชิงปริมาณดังต่อไปนี้

ก. จำนวนของผู้นำที่เกิดขึ้นในประเด็นต่างๆ เยาวชนที่สนใจในประเด็นเรื่อง การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเข้ามาร่วมกระบวนการสื่อสารรณรงค์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่วนสำคัญเพราะถูกกระตุ้นจากปัจจัยแรงปฏิกิริยามาก่อนหน้านี้ ไม่ว่าจะเป็นจากคุณลักษณะ ส่วนตัว การได้พูดคุยกับครอบครัว เพื่อน ครู หรือเจ้าหน้าที่จากเครือข่าย การได้มีประสบการณ์ เบื้องต้นกับกิจกรรมรณรงค์เพื่อป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนของ เครือข่าย การรู้สึกว่าตนเองได้รับผลกระทบเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร จากสื่อมวลชน เมื่อเยาวชนเหล่านี้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์มากขึ้น ทั้ง ในช่วงการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างศักยภาพ หรือการสื่อสารประเด็นสาธารณะ จนเกิดความคิดว่า เป้าหมายของตนเองและของเครือข่ายนั้นสอดคล้องกัน ก็จะทำให้เยาวชนเหล่านี้กลายเป็นแกน นำเยาวชนขับเคลื่อนประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในแง่มุมที่ตนเองสนใจต่อไป ดังที่เยาวชน หลายคนกล่าวถึงสาเหตุของการเข้ามาร่วมกิจกรรมของเยาวชนที่สอดคล้องกับที่ผู้วิจัยกล่าวไว้ ว่า

“ก่อนหน้านี้ไม่เคยคาดหวังว่าจะมีใครสนใจ แล้วมาทำ ถ้าเราไปพูดเรื่องนี้กับเยาวชน คำจะตอบว่าไม่เอาหรอกไร้สาระ เราเคยคิดว่าพอเราทำแล้วน่าจะมีคนสนใจน้อย แต่พอทำเข้า จริง ๆ กลับมีคนสนใจเยอะมาก เพราะเวลาเราไปลงพื้นที่ ก็จะมีเด็กมาแสดงความคิดเห็น อย่างมี เด็กคนหนึ่งมาแสดงความคิดเห็น พี่ครอบครัวหนูก็มี หนูโดนเหมือนกัน คำได้กล้าพูด กล้าที่จะ แลกเปลี่ยน ทำให้คำก็จะพูดกับสังคมมากขึ้น” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2552)

“แกนนำเยาวชนเพิ่มมากขึ้น พอตีพิมพ์เพื่อนอยู่คนหนึ่งซึ่งผมชวนมาสักพักแล้ว คนนี้ เมื่อก่อนตีพิมพ์เยอะ ตีพิมพ์มากกว่าผมมาก ไปเป็นประจำเลย เมื่อก่อนมันผมตีพิมพ์วันละวันเลย ก็ พอมาทำงานตรงนี้ได้สักหนึ่งปีแต่ตอนนี้ไม่ตีพิมพ์แล้ว พอได้ตรงนี้เราก็ไปหาเครือข่ายต่อ ก็เริ่มจาก พี่น้อง รุ่นน้อง เพื่อนๆ ก็เลยคิดว่ามันเกิดแกนนำเยอะขึ้น” (คงพิน ใจสม, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“ก็มาจากการที่เราไปประชาสัมพันธ์ ไปรณรงค์แล้วไปเจอกลุ่มใหม่ๆ เยอะมากขึ้น คำ สนใจคำก็มา และถ้าคราวต่อไปที่เราทำกิจกรรม เราก็จะไป connect กันว่ามีงานคำสนใจไหม ที่จริงการที่คำเข้ามาอาจจะเกิดจากความชอบของแต่ละคน ชอบทำกิจกรรมรณรงค์ประมาณนี้ ครับ แล้วก็บางคนที่ทำกิจกรรมอยู่แล้ว แต่ไม่ใช่เรื่องนี้ บางครั้งคำก็อยากจะลงมาทำงานกับ เรา หรือไม่ก็กรอกใบสมัคร อย่างคนเดินเราก็จะมีสื่อมีอะไรแจก แล้วคำก็ลงชื่อไว้ ถ้าเรามี กิจกรรมหรือมีงานอะไรแบบนี้ เราก็จะลองโทรไปหาคำว่าคำสนใจมาเข้ามาหรือเปล่า ที่จริง ตอนสงกรานต์มีกลุ่มแบบนี้ที่มาช่วยกิจกรรมเราเยอะมากแต่ก็จะค่อยๆ ลดลง ตอนนี้มีแกนนำ 40 คนครับ” (ดำรงพล ตูไม้, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่ายังมีหลายเครือข่ายที่ประสบปัญหาในการหาผู้นำเยาวชนรุ่นใหม่เข้ามาทดแทน ซึ่งเป็นประเด็นปัญหาสำคัญมาโดยตลอด อย่างเช่น เครือข่ายวัยมันส์ รุ้ทันแอลกอฮอล์ ที่เยาวชนที่เข้ามาช่วยงาน หรือกิจกรรมในโครงการสถานศึกษาปลอดเหล้า นั้นไม่ได้มาด้วย “ใจ” หรือความรู้สึกที่อยากเข้ามามีส่วนร่วมจริงๆ ในประเด็นเรื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่อยากเข้ามาเพราะอยากแค่ทำกิจกรรม ดังที่เยาวชนคนนี้พูดไว้ว่า

“มีแต่คนเดิม ๆ ค่ะ มาใหม่ก็น้อยค่ะ ทุกวันนี้หนูหาคนสืบทอดก็ไม่มี คือแบบว่า เค้าไม่ได้ทำมาจากใจแต่มาทำเอาหน้า เลยยังไม่มีแกนนำรุ่นใหม่ที่ชัดเจน” (วารภรณ์ พิณฑทอง, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

ผู้วิจัยพบว่าสถานการณ์การขาดภาวะผู้นำดังกล่าว มักเกิดจากการบริหารจัดการภายในของเครือข่ายเองที่ไม่มีความชัดเจนถึงเป้าหมายและวิธีการดำเนินงาน ทำให้เยาวชนที่เข้ามาขาดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงจนไม่สามารถพัฒนาเป็นผู้นำเยาวชนได้ ซึ่งปัญหาการบริหารจัดการภายในของเครือข่ายนั้น ส่วนใหญ่จะเกิดจากความเข้มแข็งของเยาวชนในเครือข่ายเอง ประกอบกับการลดการสนับสนุนจากองค์กรอุปถัมภ์ทุน ทำให้เครือข่ายไม่สามารถที่จะดำรงอยู่ได้

“ปัญหาของหนูคือ งบประมาณ เราเขียนอะไรไป ไม่รู้เค้าสนใจเราหรือเปล่า ยังอยากให้มีวัยมันส์อยู่รีเปลา คือทุกวันนี้ที่หนูทำเพราะหนูอินกับมัน อยากทำต่อ แต่เราขาดสิ่งเดียวคือ งบประมาณ เราไม่มี เราเขียนไปเราส่งไป เราไม่รู้ว่าใครเซ็นต์ เค้ากลับไม่ตอบเรา” (วารภรณ์ พิณฑทอง, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

ข. ความเท่าเทียมกันและความหลากหลายของภาวะผู้นำ นอกจากจำนวนเยาวชนที่เพิ่มขึ้นแล้ว ความหลากหลายของที่มาของเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมก็มีความสำคัญ เพราะบทบาทการนำจะไม่ถูกผูกขาดโดยคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การเข้ามามีบทบาทของเยาวชนกลุ่มต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเสี่ยงต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือกลุ่มผู้หญิง ที่เข้ามาในเครือข่ายก็จะทำให้เกิดความสมดุลเกิดขึ้น จากการที่ต่างฝ่ายต่างก็เรียนรู้ซึ่งกันและกัน ดังที่เจ้าหน้าที่เครือข่ายคนหนึ่งแสดงความเห็นไว้ว่า

“ผมมองว่ามีการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น เช่น กลุ่มเด็กหลังห้อง เด็กกลุ่มเสี่ยง ก็มีการเปลี่ยนแปลง จากการผ่านการเรียนรู้ ผ่านค่าย ตอนนั้นเด็กเหล่านั้นก็มาเป็นผู้ประสานงานในระดับจังหวัดแล้ว เรามีการทำงานอย่างต่อเนื่อง จาก ม. 1 จนถึง ม.6 เราก็จะมีตัวแทนกันขึ้นมาเรื่อยๆ” (โฆษา สุขมะดัน, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552)

แต่อย่างไรก็ตาม จากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัยพบว่า ความหลากหลายของเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายนั้นยังมีอยู่ในกรอบที่จำกัดอยู่พอสมควร เนื่องจากเครือข่ายส่วนใหญ่มักจะดำเนินกิจกรรมในสถานศึกษาเป็นหลัก และมุ่งทำงานในเชิงป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ ทำให้เยาวชนที่ไม่ได้อยู่ในพื้นที่หรือสถานศึกษานั้นทราบถึงความเคลื่อนไหวต่างๆ ของเครือข่าย และเข้ามามีส่วนร่วมได้ เพราะเครือข่ายหรือองค์กรอุปถัมภ์ทุน ไม่ได้วางระบบการสื่อสารให้เยาวชนกลุ่มอื่นๆ ที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การใช้สื่อสมัยใหม่อย่างสื่อเครือข่ายทางสังคม

ค. กระบวนการคัดเลือกและโอกาสของเยาวชนต่างๆ ในการเป็นผู้นำ การคัดเลือกเยาวชนให้ขึ้นมาเป็นบทบาทผู้นำในกิจกรรมต่างๆ นั้น มักจะเริ่มต้นจากความสมัครใจและความสนใจที่อยากจะร่วมกิจกรรมนั้นๆ ของตัวเยาวชนเอง ซึ่งต้องได้รับการยอมรับจากเพื่อนๆ ในเครือข่าย ซึ่งแนวทางนี้สะท้อนถึงการมีส่วนร่วมของเยาวชนที่สามารถคัดเลือกคนที่มีความสามารถในงานหรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งขึ้นมา และยังสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงผู้นำหรือพูดคุยกันเพื่อหาทางออก ในกรณีที่งานนั้นไม่ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยพบว่าเครือข่ายได้เปิดโอกาสให้เยาวชนสามารถขึ้นมาเป็นบทบาทในการนำ (the opportunity to lead) ในประเด็นหรือกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้สืบเนื่องมาจากการที่เยาวชนสามารถที่จะมีส่วนร่วมในขั้นตอนการปฏิบัติงานร่วมกัน (collective action) ที่ทุกคนสามารถที่จะแบ่งบทบาทหน้าที่ระหว่างกันได้ตามความถนัด และความเหมาะสม

“สามารถปรับเปลี่ยนได้ตลอด บางกิจกรรมคนนี้ก็เปลี่ยนมาทำหน้าที่นี้ บางกิจกรรมก็ไปทำตรงนั้น มากกว่าที่จะตายตัวแต่เราจะดูตามความเหมาะสมมากกว่า” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2552)

แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ควรพึงระวังก็คือ เครือข่ายจะต้องจัดสมดุลระหว่างความสมัครใจในการทำหน้าที่ของเยาวชนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง กับความเหมาะสมในการทำงานในสถานการณ์จริง เพื่อให้เยาวชนสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองได้อย่างรอบด้าน ผู้วิจัยมักพบว่า เยาวชนมักยังมี “พื้นที่ปลอดภัย” ของตนเองในการทำกิจกรรม และจะไม่พยายามท้าทายตนเองในการที่จะเปลี่ยนแปลงหน้าที่ความรับผิดชอบอื่นๆ โดยมีกอ้างว่าทำตามเพื่อน ประเด็นนี้จึงเป็นหน้าที่ของเครือข่ายที่จะต้องพิจารณา เพื่อให้เยาวชนได้รู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมมากขึ้นที่พร้อมจะเข้าไปเรียนรู้และพร้อมที่จะเข้ารับผิดชอบงานต่างๆ เพื่อให้งานที่ทำประสบความสำเร็จ

ง. ความสามารถในการทำให้เกิดการปรึกษาหารือร่วมกัน ผู้วิจัยค้นพบว่า ความสามารถในการที่จะทำให้เกิดบรรยากาศหรือกระบวนการการพูดคุย ปรึกษาหารือร่วมกัน ระหว่างเพื่อน (dialogue) ไม่ว่าจะเป็นการคิดเพื่อวางแผนการทำงานร่วมกัน หรือเมื่อเกิดความขัดแย้งทางความคิด การกระทำเกิดขึ้น เยาวชนเหล่านี้จะต้องนำพาให้กลุ่มของตนเองก้าวผ่าน และจัดการเรื่องราวต่างๆ ได้โดยการสื่อสารแบบเปิดเผยระหว่างกัน ดังเช่น

“หนูก็จะเป็นจุดรวมที่สามารถเรียกเพื่อนๆ มาช่วยทำกิจกรรมได้ เวลาทำเราก็จะระดมทุนกันเอง ทำกันเอง” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2552)

ความสามารถในการก่อให้เกิดการปรึกษาหารือร่วมกันยังหมายถึง การที่เยาวชนสามารถที่จะเป็นผู้จัดพื้นที่ เพื่อรวมกลุ่มเยาวชนคนอื่นๆ ที่สนใจเรื่องประเด็นรณรงค์เชิงสุขภาพ แต่ยังไม่เคยเข้าร่วมอย่างจริงจังกับเครือข่ายได้มีโอกาสเข้ามาพูดคุยกันเพื่อหาแนวทางที่จะบูรณาการงานของแต่ละคนเข้าด้วยกัน ดังนี้

“มีหลายคนในมหาวิทยาลัยทำกิจกรรมเรื่องเหล่านี้ เรื่องเอดส์ เรื่องรณรงค์ต่างๆ แต่แยกกันอยู่ ผมก็เลยอยากให้เพื่อนๆ เหล่านี้มารวมกัน เพื่อสร้างเป็นภาคีใหญ่ๆ ที่อยู่ในมหาวิทยาลัย” (รักพงษ์ คำขาว, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ซึ่งการก่อให้เกิดการปรึกษาหารือร่วมกันนั้น ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ และทบทวนกระบวนการคิดต่างๆ มากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมของเยาวชนต่อไป ดังที่เยาวชนได้สะท้อนไว้ว่า

“ยิ่งได้คุยกัน ก็ยิ่งมีกระบวนการความคิดมากขึ้น เริ่มแสดงความคิดเห็นมากขึ้น เริ่มจัดการสมองตัวเอง ว่าไหนผิด ไหนถูก กล้าคิดกล้าทำ เริ่มเกิดการคุย พบปะกันบ้าง มาคุยกันว่าอยากทำอย่างนั้นอย่างนี้ แต่ถ้าลองทำมันได้รู้แน่” (ภัทรราตี หนักหล่อ, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

จ. วิสัยทัศน์และการริเริ่มนวัตกรรมใหม่ๆ ในการดำเนินงาน การมีวิสัยทัศน์ และความคิดริเริ่มที่จะค้นหานวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงาน เป็นข้อค้นพบสำคัญในการบ่งบอกถึงภาวะผู้นำที่ดีของเยาวชน โดยเฉพาะการทำงานกับเยาวชนที่ต้องมีความท้าทาย ทั้งในเรื่องเป้าหมายที่ชัดเจนที่ต้องการจะไปถึง และวิธีการที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำมาใช้เพื่อไปถึงเป้าหมายนั้น การที่เยาวชนจะมีวิสัยทัศน์ และวิธีการดำเนินงานที่มีนวัตกรรมนั้น เยาวชนเหล่านั้นต้องมีความเข้าใจ และสามารถวิเคราะห์บริบทของปัญหาเครื่องเต็มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ของตนเองอย่างแท้จริง ซึ่งความรู้นี้เยาวชนจะค่อยๆ สะสมมาตั้งแต่เริ่มทำกิจกรรม โดยมี

เครือข่าย หรือสถานศึกษา ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยเหลืออยู่เป็นระยะ ผู้วิจัยยกตัวอย่างของความพยายามที่จะสร้างวิสัยทัศน์ และนวัตกรรมใหม่ๆ ของเยาวชนในการดำเนินงานเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เช่น การพยายามเสนอกิจกรรมทางเลือกแทนการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งต้องเป็นกิจกรรมที่เยาวชนต้องมีส่วนร่วม ไม่ใช่เพียงแค่เข้ากิจกรรมอย่างธรรมดา

“การให้คนเลิกเหล้านั้น มันต้องมีเจตน์มากกว่าที่เขาเลิก เลิกแล้วจะทำอะไร อย่างผมเลิกได้ และผมก็มาทำกิจกรรม ที่ผมได้มาที่นี้ การได้ทำงานเกี่ยวกับการเลิกเหล้าทำให้ดอกย้ำตัวเองให้เลิกเหล้า และหมายถึงคนอื่น ๆ การที่เขามีส่วนร่วมจะทำให้เขาเปลี่ยนแปลงมากกว่า” (กวิณ ผิวผ่อง, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

ความสามารถในการนำเสนอกิจกรรมทางเลือก โดยยังคงความสนุกสนานระหว่างเพื่อนไว้ เพียงแต่ไม่มีการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงาน เช่น

“งานที่จะจัดในปีนี้ก็คือ ปาร์ตี้ปลอดเหล้า ถ้าปีที่แล้วเราใช้ชื่อว่า เพื่อนดีไม่มีเหล้าก็จะทำในกลุ่มเพื่อน ก็ประมาณนี้ เพื่อนๆ ก็จะชวนเพื่อนๆ ของตัวเองมาปกติ เหมือนปาร์ตี้ทั่วไปแต่ไม่มีเหล้า เป็นปาร์ตี้ผลไม้ แค่ต้องการให้เพื่อนได้เห็นภาพว่าเรามาปาร์ตี้กันได้ เรามาเจอกันสังสรรค์เหมือนปกติ” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2552)

หรือความพยายามในการให้เยาวชนได้มีโอกาสคิดวิเคราะห์เรื่องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเชื่อมโยงกับมิติทางด้านการใช้จ่าย โดยนำเสนอในรูปแบบสิ่งพิมพ์ที่อ่านแล้วเข้าใจง่าย เพื่อให้เยาวชนที่อ่านสามารถติดตามได้ เช่น

“แจกโบว์ชาร์เพื่อน ๆ เรื่องค่าใช้จ่ายว่า การกินเหล้าแล้วค่าใช้จ่ายอยู่ที่เท่าไร ถ้าไม่กินเงินก็จะเพิ่มขึ้น และถ้าไม่กินเหล้าไม่เปลืองค่าน้ำมันรถ พอมีแรงจูงใจเขาก็จะทำได้มากขึ้น” (อรรถพล จันทศิลาอัครพงษ์, สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553)

การนำเอาเครื่องมือเชิงนโยบายอย่างพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 มาใช้ในงานประเพณี โดยเชื่อมต่อกับหน่วยงานในพื้นที่ โดยมีเครือข่ายเป็นผู้สนับสนุน เช่น

“สิ่งที่เราทำมันแปลกใหม่ก็เพราะว่า เราได้คิดเอง ทำเอง และเสนอไปยังพีชง พีชงก็ไปคุยกับเทศบาล ไปคุยกับผู้ใหญ่ให้ ช่วงนั้นเป็นช่วงที่ดี ที่ทางนายกเทศบาลเชียงใหม่เห็นด้วยกับเราก็ประมาณว่า เค้าก็เอาด้วย งานมันก็เลยออกมาดี และก็มีมีการเอาจริงเอาจังเรื่องการรณรงค์

การจัดพื้นที่ อย่างเช่น หน้ากาดสวนแก้ว มีการตีกันทุกปี ในปีนี้ก็ลดลง ก็เมื่อการนำเครื่องมือมาใช้ด้วย อย่างเช่น พรบ มาควบคุมด้วย” (กฤษฎา ทาทองเหลือง, **สัมภาษณ์**, 10 พฤศจิกายน 2552)

เยาวชนบางคนก็พยายามผลักดันแนวคิดของกลุ่มตนเองไปสู่กลุ่มที่เกี่ยวข้องและมีอำนาจเชิงนโยบาย และการบังคับใช้ในพื้นที่ เพื่อร่วมกันเสนอมาตรการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษาตนเอง โดยใช้มุมมองจากเยาวชนที่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เอง เช่น

“จะชวนนักดื่มทั้งหมดมาร่วมกันหาแนวทางแก้ไข ซึ่งสโมสรจะร่วมประชุมกันทุกวันศุกร์ ประชุมสถานักศึกษาก็จะขอตัวแทนมา ทางพี่วินัยของคณะที่เป็นตัวตั้งตัวตักก็จะมาช่วยหาแนวทางว่าจะทำอย่างไร เช่น การรับน้องที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้ามาให้มันน้อยลงๆ” (ศิริประภา สิริขันธ์, **สัมภาษณ์**, 11 กันยายน 2552)

กิจกรรม “แลกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ที่เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการขอแลกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กับของที่ระลึกที่เตรียมไว้ให้กับบุคคลที่บริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในงานประเพณีต่างๆ เช่น

“คนที่มางานมีคนดื่มน้อยลง เพราะเรามีการทำซุ้มสกัด แลกเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก็ช่วยลดเวลาของการดื่มของนักดื่มได้” (กฤษฎา ทาทองเหลือง, **สัมภาษณ์**, 10 พฤศจิกายน 2552)

จ. ความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสของผู้นำ ความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสของเยาวชนนั้น หมายถึงเยาวชนจะต้องดำเนินกิจกรรมตามข้อตกลงที่คิดร่วมกันในกลุ่มเยาวชนในขั้นตอนการวางแผน และต้องจัดการทรัพยากรที่มีด้วยความตรงไปตรงมา ซึ่งแสดงถึงวุฒิภาวะของเยาวชน ผู้วิจัยพบว่าการสร้างความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสนั้นจะควบคู่ไปกับกระบวนการทำงานไปโดยตลอด อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาจากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัยพบว่าประเด็นเรื่องความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสนั้น เป็นประเด็นที่ค่อนข้างมีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารโครงการของเยาวชน โดยเฉพาะเรื่องการบริหารงบประมาณที่พบปัญหาอยู่บ่อยๆ ดังเช่น ในโครงการรับน้องปลอดเหล้าที่ต้องเชิญอาจารย์เข้ามาเป็นที่ปรึกษาโครงการเพื่อช่วยในการบริหารงบประมาณ เพราะมีเหตุการณ์ที่เยาวชนขาดความรับผิดชอบในการสรุบบประมาณ

“ขณะนี้ไม่ว่ามหาวิทยาลัยไหนก็ต้องมีอาจารย์เป็นที่ปรึกษาโครงการ แล้วก็ต้องรับรู้ เพราะจะต้องเป็นหนึ่งในกรณีในการเบิก ที่ต้องทำอย่างนี้เพราะปีแรกๆ นักศึกษาที่ทำจะ

เป็นปี 4 ใกล้จะเรียนจบแล้ว พอแก่เสร็จโครงการก็จะไม่เคลียร์อะไร เพราะแก่ทำเสร็จแล้ว เรียนจบแล้ว” (สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2552)

ในบางกรณี ความโปร่งใสของเครือข่ายในการบริหารจัดการงบประมาณก็สร้างความไม่มั่นใจให้กับองค์กรอุปถัมภ์ทุนที่จะอนุมัติงบประมาณต่อไป เช่น กรณีที่เกิดขึ้นของเครือข่ายวัยมันส์ รุ้ทันแอลกอฮอล์ ที่ผู้บริหารเครือข่ายคนเก่ามีปัญหาเรื่องการส่งคืนงบประมาณ และทำให้เยาวชนที่เข้ามาจัดการช่วงหลังประสบปัญหา เพราะองค์กรอุปถัมภ์ทุนยังไม่สามารถติดตามความเสียหายที่เกิดขึ้นได้ ดังที่เยาวชนในเครือข่ายวัยมันส์ รุ้ทันแอลกอฮอล์ สะท้อนไว้ว่า

“เวลามีนาน เขาก็เรียกเข้ามาช่วยในเรื่องกระบวนการทำงาน ความคิดสร้างสรรค์ แต่ปัจจุบันไม่ได้รับทุนเป็นทางการจาก สสส.เลย เราเขียนโครงการและโครงการไม่ผ่าน ยังเคลียร์เรื่องงบไม่ได้ หากคนดูแลไม่ได้” (วารภรณ์ พิณทอง, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

องค์กรอุปถัมภ์ทุนเองก็พยายามที่จะลดบทบาท ขอบเขตความรับผิดชอบของเครือข่ายลง ด้วยเหตุผลถึงความไม่เชื่อมั่นในการทำงาน และมีความต้องการที่จะเข้ามาควบคุมการดำเนินงาน

“เครือข่ายเองเริ่มคิดการใหญ่มากขึ้น การใช้บงสูง เราพยายาม downscale เราจะต้องควบคุมได้ทั้งหมด เขาอาจจะมีการกิจบางอย่าง การทำงานเริ่มติดขัดมากขึ้น” (ธีระ วัชรปราณี, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2552)

ประเด็นเรื่องความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสของเยาวชนจึงเชื่อมโยงกับอำนาจในการควบคุมขององค์กรอุปถัมภ์ทุน ที่ยังต้องการควบคุมการดำเนินงานของเครือข่ายเยาวชนอยู่ ซึ่งการควบคุมนี้เองจะส่งผลต่อแนวทางการสื่อสารรณรงค์ในเรื่องการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสาร

5.3.2.2 ระดับการมีส่วนร่วม (degree and equity of participation)

ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า เยาวชนรู้สึกว่าได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ในระดับมาก โดยเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนการทบทวนสถานการณ์จนถึงขั้นตอนการถอดบทเรียนร่วมกัน ในแนวทางการสื่อสารแบบผสมผสาน การมีส่วนร่วมจึงไม่ใช่เป็นเพียงแค่กระบวนการ (means) เท่านั้น แต่การมีส่วนร่วมยังถือว่าเป็นผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงระดับสังคมอีกด้วย ซึ่งเยาวชนมีส่วนร่วมในหลายมิติ ดังนี้คือ

ก. การเปิดโอกาสให้กลุ่มต่างๆ สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของ
เครือข่ายได้ ผู้วิจัยพบว่า เยาวชนที่มีพฤติกรรมเสี่ยงหรือมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ ยังไม่สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างแท้จริง สาเหตุ
เพราะเยาวชนเหล่านี้ยังไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองในระดับบุคคลได้คือ ยังมีความรู้สึกดี
กับบรรยากาศของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเพื่อนอยู่ ซึ่งเยาวชนกลุ่มนี้มักจะ
ไม่ค่อยเห็นถึงความสำคัญของการทำงานเชิงสาธารณะเท่าไรนัก และยังไม่เห็นถึงความจำเป็น
หรือความสำคัญของการมีสุขภาวะที่ดี อาจเป็นเพราะเยาวชนเหล่านี้ยังไม่พบกับปัจจัยเร่ง
ปฏิกิริยาที่เหมาะสมกับตนเอง กลับกลายเป็นว่าเยาวชนที่มีพฤติกรรมไม่บริโภคเครื่องดื่ม
แอลกอฮอล์ กลับสนใจที่จะมาเข้าร่วมทำกิจกรรมมากกว่า ดังเยาวชนสะท้อนไว้ว่า

“คนไม่ดีก็เข้ามาทำงานรณรงค์ และเพื่อนชวนเพื่อนมาทำ เพื่อนที่ไม่ดื่มชวนเพื่อนที่ไม่
ดื่มมาทำงาน เพราะคนที่ไม่ดื่มจะทำงานนาน ไม่ไปไหน แต่คนที่ดื่มจะอยู่ไม่นาน เพราะทน
สภาพหรือทนต่อการทำงานไม่ไหวครับ” (อภิศักดิ์ สุวรรณมงคล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน
2552)

แม้ด้านหนึ่งนั้น เยาวชนพยายามที่จะชักชวนให้เพื่อนๆ โดยเฉพาะคนที่มีพฤติกรรม
การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เข้ามามีส่วนร่วมกับเครือข่าย แต่การชักชวนเยาวชนที่มี
พฤติกรรมเสี่ยงเหล่านี้เข้ามามีส่วนร่วมดูเหมือนจะไม่ใช่ว่าเป้าหมายหลักเชิงยุทธศาสตร์ของ
เครือข่าย เพราะเครือข่ายมิได้มุ่งหวังโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการบริโภค
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของกลุ่มเยาวชนทั่วไป แต่เครือข่ายกลับมุ่งหวังที่จะขยายเครือข่าย
เยาวชนด้วยกันมากกว่า กล่าวคือต้องการเปิดโอกาสกลุ่มเยาวชนกลุ่มอื่นๆ เข้ามาทำงาน
กัน มากกว่าที่จะเน้นไปที่ระดับบุคคล ที่ผ่านมายุวชนก็ได้พยายามที่จะเชื่อมไปสู่กลุ่มเยาวชน
อื่นๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมกันเพื่อที่จะสร้างพลังของการเคลื่อนไหวให้มากขึ้น ดังนี้

“มีเครือข่ายที่เน้นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ ใช้ชื่อว่า มหาวิทยาลัยสร้างสุขครับ แต่ผมไม่ได้
ไปร่วมกับเค้า แต่เพิ่งมาทำงานร่วมกันเมื่องานล่าสุดครับ เราได้มีโอกาสมาคุยกัน เริ่มมาคิด
ช่วยกัน ว่าเราทำงานร่วมกันได้รีเปล่าประมาณนี้ เค้าก็ยินดีที่จะร่วมกัน เพราะใจจริงเค้าก็อยาก
ที่รวมกลุ่มของสถาบันในการทำงานตรงนี้ ซึ่งผมเป็นทีมเฝ้าระวังของ 7 สถาบัน เค้าก็อยากมีทีม
เฝ้าระวังแบบนี้บ้าง อยากมีเครือข่ายเหมือนกัน” (คงพิน ใจสม, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน
2552)

นอกจากนี้ เยาวชนร่วมกับเครือข่ายยังพยายามที่จะแสวงหาพันธมิตรในการทำงานกับ
หน่วยงานเชิงนโยบายเพื่อเชื่อมการทำงานร่วมกัน และสร้างพลังในการขับเคลื่อนสู่สังคม ซึ่งที่

ผ่านมากทุกเครือข่ายก็พยายามที่จะเชื่อมไปถึงพันธมิตรเหล่านี้ เพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ดังตัวอย่างที่แสดงต่อไปนี้

“การทำงานของเรามีรองผู้ว่าราชการจังหวัดปทุมธานี ตัวแทนของกรมสรรพสามิต ผู้กำกับรังสิต สาธารณสุข มีวัฒนธรรม ทีมของมหาวิทยาลัย และเครือข่ายมหาวิทยาลัย อย่างหอพัก เพราะเราจะสร้างเครือข่ายหอพักด้วย เพราะเรามีเครือข่ายกับพวกหอพักเหล่านี้อยู่แล้ว ที่ร่วมกับมหาวิทยาลัย แต่ตอนนี้เราดึงเครือข่ายมาเพื่อจะได้มี Head หลักประจำหอ เพื่อช่วยในการสอดส่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องแอลกอฮอล์ บุหรี่ หรือเรื่องยาเสพติดเข้ามาด้วย เพราะเค้าบอกว่าแหล่งปทุมเป็นแหล่งของทุกอย่างเราก็เลยอยากช่วยในเรื่องนี้ หลักในการทำงานก็จะมีสโมสรเป็นแกน แต่ตอนนี้ก็มีการดึงพีวีนัยของคณะมาร่วม คุญ และพอที่เราดึงเพื่อนของเรา เพื่อนที่เกี่ยวเราก็ดึงมาให้เห็นว่าเป็นอย่างไง” (ศิริประภา สิริจันทร์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

ข. ระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชน ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนมีส่วนร่วมทุกขั้นตอนในกระบวนการทำงานตั้งแต่ การทบทวนสถานการณ์ การวางแผน การลงมือปฏิบัติ ร่วมกัน และการประเมินผล แต่ที่เครือข่ายแต่ละแห่งนั้นมองการมีส่วนร่วมของเยาวชนต่างกัน กลุ่มเยาวชนที่รวมตัวกันโดยอิสระนอกสถานศึกษา โดยที่ไม่ขึ้นอยู่กับโครงสร้างขององค์กร นักศึกษา มักจะเปิดโอกาสให้เยาวชนทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมโดยเท่าเทียมกัน ซึ่งเยาวชนมองว่าการมีส่วนร่วมของเยาวชนนั่นเองได้แปลงเป็น “พลัง” ในการดำเนินงาน ดังที่เยาวชนสะท้อนไว้ว่า

“อยู่ในมหาวิทยาลัยกลับไม่มีพลัง ไม่มีใครเคลื่อนไหวอะไรทั้งสิ้น แต่พอเรารวมตัวกัน เช่น ยื่นหนังสืออะไรต่างๆ จะมีพลังมาก ซึ่งความสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยมันยังมีอยู่แต่พอกับเข้าไปในมหาลัยมันไม่มีเพื่อนคุย ไม่มีกลุ่ม” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

จากคำกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมของเยาวชนยังคงขึ้นอยู่ด้วยความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเป็นหลัก การที่เยาวชนคิดว่าการทำงานในมหาวิทยาลัยหรือสถานศึกษานั้นไม่สามารถก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมได้เพราะความสัมพันธ์ระหว่างเยาวชนในสถานศึกษานั้นมักเป็นความสัมพันธ์เชิงหน้าที่ที่มีลักษณะตามลำดับชั้น แต่ในขณะเดียวกัน ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนที่เกิดขึ้นภายนอกสถานศึกษานั้น มักจะพัฒนาไปได้ดีกว่า เพราะทุกคนมีสถานะเท่าเทียมกัน และที่สำคัญมีความสนใจเหมือนกันในเรื่องการรณรงค์ด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จึงทำให้ระดับการมีส่วนร่วมมากกว่า

5.3.2.3 การรับรู้และแพร่กระจายความรู้ภายในกลุ่ม (information equity)

ผลการวิจัยแสดงว่า เยาวชนมีการรับรู้และแพร่กระจายความรู้ภายในกลุ่มอยู่ในระดับมาก เช่น การเข้าถึงแหล่งความรู้เพื่อให้เกิดการรับรู้และความรู้ (awareness and knowledge) เกี่ยวกับประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์ ที่จะนำแลกเปลี่ยนกันในกลุ่มเยาวชนเครือข่ายเดียวกัน หรือระหว่างเครือข่าย การที่กลุ่มเยาวชนสามารถที่จะเข้าถึงแหล่งความรู้ จะมีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของเยาวชน กล่าวคือเยาวชนที่สามารถเข้าถึงแหล่งความรู้ได้นั้น มีแนวโน้มที่จะเข้ามามีส่วนร่วม และจะส่งเสริมให้เยาวชนเหล่านี้เกิด “การรู้เท่าทัน” และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคมต่อไป เช่น ความรู้สึกการเป็นเจ้าของประเด็น (sense of ownership) ผู้วิจัยแบ่งการรับรู้และแพร่กระจายความรู้ ออกเป็นสองลักษณะคือ ความสามารถในการรับรู้และมีความรู้ที่ถูกต้อง (awareness and correct knowledge about the issue) และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์สามารถถูกแพร่กระจายไปยังช่องทางอื่นๆ (enhanced free flow of information)

ก. การรับรู้และมีความรู้ที่ถูกต้องและเท่าทันต่อสาเหตุและความสำคัญของปัญหาและผลกระทบต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน เยาวชนทุกกลุ่มต้องมีโอกาสได้รับหรือเข้าถึงแหล่งความรู้ได้อย่างเท่าเทียมกัน ไม่ว่าจะเป็นความรู้เรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์, นโยบายการบังคับใช้ โดยเฉพาะเนื้อหาของพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 กระบวนการดำเนินงาน และความเคลื่อนไหวของเครือข่ายอื่นๆ ความรู้เหล่านี้จะทำให้เยาวชนทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกันในการมีส่วนร่วมกับเครือข่าย ดังเยาวชนสะท้อนให้เห็นว่า

“เพื่อนที่อยู่กลุ่มผมตอนนี้ไม่มีใครกินเหล้าเลย เพราะเค้าได้มาร่วมกิจกรรมกับเรา และได้รู้ข้อมูลมากขึ้น ช่วงนี้เค้าก็มาถามว่ามีกิจกรรมให้ทำรีเปลา จากเดิมเค้าไม่มีความรู้เรื่อง พรบ.เลย แต่พอมาร่วมกิจกรรมกับเรา เค้ารู้หมด ว่ามาตรานี้เป็นอย่างไร ที่มันเปลี่ยนแปลงก็คือว่าพอเห็นอะไรที่ผิดกฎหมาย เค้าก็จะพูดออกไปมันก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวเราและตัวเค้าด้วย เพราะเค้าได้มาร่วมกิจกรรมกับเรา” (รักพงษ์ คำขาว, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

คำกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการเข้าถึงความรู้ดังกล่าวข้างต้น ไม่ว่าจะสื่อบุคคลหรือกิจกรรมจะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เยาวชนกลุ่มอื่นๆ สนใจต่อประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์ ทั้งนี้เยาวชน และเจ้าหน้าที่เครือข่ายนับเป็นแหล่งความรู้ที่ดีที่จะถ่ายทอดต่อไปสู่คนอื่นที่เข้ามา อันเหตุผลที่ทำให้ทั้งสองแหล่งความรู้ดังกล่าวเป็นปัจจัยเร่งปฏิกิริยาที่มีประสิทธิภาพ ดังที่ผู้วิจัยกล่าวมาก่อนหน้านี้

ข. ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์สามารถถูกแพร่กระจายไปยังช่องทางอื่น ๆ เช่น สื่อมวลชน สื่อท้องถิ่น สื่อบุคคล นอกจากการรับความรู้แล้ว เยาวชนจะต้องสามารถเปลี่ยนบทบาทตนเองเป็น “ผู้ส่ง” ความรู้ดังกล่าวไปสู่สังคมด้วย ดังนั้นเยาวชนจึงต้องสามารถเข้าถึงช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ตั้งแต่การสื่อสารมวลชน จนถึงการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งผู้วิจัยพบว่า เยาวชนพยายามที่จะส่งข่าวสาร ความรู้ของเครือข่ายไปยังกลุ่มอื่น ๆ ให้ได้รับรู้ โดยเฉพาะการใช้กิจกรรมในการขับเคลื่อนและเฝ้าระวังกฎหมาย เป็นประเด็นหลักในการสื่อสาร ซึ่งได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน และสังคม ดังเยาวชนอธิบายไว้คือ

“เราพยายามมองหาสาเหตุและมองหาช่องว่างที่จะทำให้คนในสังคมมาสนใจเราว่าเราเกิดขึ้นได้อย่างไร ก็เคยมีนักข่าวมาว่ากลุ่มเราเกิดขึ้นได้อย่างไร ทำไมถึงเป็นแบบนี้” (วายุ ไชยมูล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ผู้วิจัยพบว่ากิจกรรมที่เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมมักได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนมาก ดังเช่นที่ผู้วิจัยได้อธิบายไว้ก่อนหน้านี้ในเรื่องการสื่อสารสาธารณะโดยใช้ “คลิปริติโอ” ของเยาวชนที่การสร้างกระแสผ่านสื่อเครือข่ายทางสังคมอย่าง www.youtube.com เพื่อให้การดำเนินงานของเยาวชนในพื้นที่สามารถออกไปสู่สังคม และเมื่อเกิดกระแสขึ้นมาสื่อมวลชนก็จะเข้ามาสนใจ

การใช้สื่อทางเลือกต่าง ๆ นับเป็นจุดแข็งประการหนึ่งของเยาวชนที่นำมาใช้ในการดำเนินงานเรื่องการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ผู้วิจัยพบการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมอีกประการหนึ่งที่เกิดขึ้นอย่างเห็นได้ชัด คือการใช้สื่อบุคคล ผ่านกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนสังคม (social mobilization) การใช้ละคร การเดินรณรงค์ ตามที่เยาวชนแสดงความเห็นต่อกรณีนี้ว่า

“ทางคณะหรือชมรมต่าง ๆ ก็ให้ความร่วมมือ อย่างที่เค้าบอกว่าสื่อที่ดีที่สุดคือปาก ก็คือการบอก ๆ ต่อกันไป อย่างเช่น ทางเว็บไซต์ของมหาลัยก็ช่วยประชาสัมพันธ์งานให้ หรืออย่างคณะแพทย์เค้าก็จัดทีมมาช่วยให้ความรู้” (ศิริประภา สิริขันธ์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“ช่วงหลังเราก็ไม่ได้เดินรณรงค์อย่างเดียว บางครั้งก็มีละคร เราก็ให้เด็กที่เข้าร่วมไปคิดกิจกรรมหรือละคร เกี่ยวกับงดเหล้าหรือยาเสพติดมา” (สุภรณ์ พลอยศิริ, สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2552)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่าเยาวชนพยายามที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในการต่อยอดจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่มาจากส่วนกลาง ซึ่งมักมีข้อจำกัดในเรื่องการสร้างที่น่าสนใจ และกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ เช่น

“เรามีการประชาสัมพันธ์ และเน้นผลเสียจากการดื่มเหล้ามาเป็นประเด็นหลัก ก็ทำให้คได้ผลดีขึ้น ส่วนที่ไม่ดีขึ้นเพราะสื่อมันกระจายไปไม่มาก รวมทั้งคิดว่าสื่อที่เราทำยังไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร รวมทั้งนักศึกษายังไม่เห็นผลเสียเท่าที่ควร พอเรามารับงานนี้ เราก็บอกเพื่อนๆ ให้เสริมงานพวกนี้เข้าไปให้มากขึ้น” (สุภรณ์ พลอยศิริ, สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2552)

5.3.2.4 ความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่ม (collective self-efficacy)

เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมอื่นๆ ผลการวิจัยเชิงปริมาณบ่งชี้ว่าการเปลี่ยนแปลงด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่มก็อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ผู้วิจัยพบว่า เยาวชนมีความเชื่อร่วมกัน (shared belief) ว่า เมื่อพวกเขาทำงานร่วมกันนั้น จะมีศักยภาพเพียงพอ ที่จะทำให้การดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้สามารถสำเร็จลงได้ การเปลี่ยนแปลงเชิงสังคมลักษณะนี้เป็นการมองภาพขยายต่อจากความเชื่อมั่นในความสามารถในตนเอง (self-efficacy) ของเยาวชน กล่าวคือ ความเชื่อมั่นในความสามารถของกลุ่มจะส่งเสริมให้เยาวชนแต่ละคนเข้ามามาพูดคุยกันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่ม และพร้อมที่จะก้าวข้ามอุปสรรคต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น

ก. ความเชื่อมั่นในความสามารถในการทำงานเป็นกลุ่ม เยาวชนแต่ละคนเมื่อมาทำงานร่วมกันนั้น ต่างก็มีความเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถที่จะทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มหรือทีมเดียวกันได้ และเชื่อว่าการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นจะต้องแก้ไขปัญหาด้วยการทำงานเป็นทีม ไม่ใช่บุคคล ดังเช่น

“เราจะมีพลังกันก็ต่อเมื่อเรารวมตัวกัน” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

ซึ่งพลังที่เกิดจากการรวมตัวกันนี้ เพราะว่าเยาวชนแต่ละคนนั้นมีเป้าหมายที่เหมือนกัน นั่นคือการทำงานเพื่อส่วนรวมในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ทุกคนเคยได้รับผลกระทบมาไม่ว่าจะทางตรง หรือทางอ้อม

ข. ความเชื่อมั่นต่อสมาชิกคนอื่นในกลุ่มว่ามีศักยภาพและสามารถทำงานได้ หมายถึงความเชื่อมั่นในตัวเพื่อนหรือคนอื่นที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานว่าจะมีความสามารถในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบได้ ความเชื่อมั่นนี้ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเข้าใจซึ่งกันและกันและพร้อมที่จะทำงานในส่วนของตนเองให้ดีที่สุด

“ส่วนการเปลี่ยนแปลงของเพื่อน ก็เห็นการเปลี่ยนแปลงที่ดีมาก จากการประสานงานพลาด ก็แทบจะไม่พลาดเลย เพราะทุกคนรู้หน้าที่งานของตัวเอง และก็รู้หน้าที่งานของคนอื่นด้วย เมื่อก่อนไม่มีใครสนหน้าที่งานคนอื่น แต่ตอนนี้เค้าก็รู้หน้าที่งานตัวเอง และยังรู้หน้าที่งานคนอื่นอีกด้วย มันก็จะเข้าใจกัน” (วายุ ไซยมูล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“พอผมเริ่มไปแล้ว หมุนไปแล้วเนี่ย ผมเชื่อว่าคนอื่นจะหมุนตาม แต่จะหมุนช้าหรือหมุนเร็วก็อีกเรื่องหนึ่ง ผมก็ถือว่ามันได้เริ่มหมุนไปแล้ว” (อดิศักดิ์ ชัยธวัชณ์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

ค. ความเชื่อมั่นว่ากลุ่มมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ ผู้วิจัยพบว่า นอกจากเยาวชนจะเชื่อถึงศักยภาพและความสามารถของเพื่อนในกลุ่มแล้ว เยาวชนจะต้องเชื่อว่าในกลุ่มของพวกเขาจะต้องสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นมาได้ด้วย ทั้งในเรื่องการใช้แนวทางที่แตกต่าง การจัดการบริหารทรัพยากร หรือการเชื่อมประสานกับหน่วยงานอื่นที่สามารถเข้ามาแก้ปัญหาได้

“ผมเชื่อว่างานที่เราทำ จะนำไปสู่การบทสรุปบทเรียนว่า เราจะไปช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ ได้ ผมมองงานคือสิ่งที่ให้เราเรียนรู้” (ขจรพลกฤษ จันแสง, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

อีกตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการเกาะติดปัญหา และพยายามหาทางแก้ไข ถึงแม้ว่าตนเองจะแก้ปัญหาไม่ได้ แต่ก็พยายามหาทางออกที่เหมาะสมที่สุด เช่น

“ตั้งแต่มีคิลิปอกไป เค้าก็ไม่ได้ขายที่ร้านเค้า แต่เค้าจะมาส่งที่หน้าหอ ตั้งแต่เรามาประชุมกัน และทำข้าวส่งออกไป พอมีข้าวออกมาเค้าก็ไม่ขาย แต่เค้าเปลี่ยนวิธีการขายใหม่ เค้าจะเปลี่ยนกลยุทธ์การขายไปเรื่อยๆ เราก็ต้องตามเค้าอีก บางร้านเมื่อตำรวจไปตรวจตอนเที่ยงคืน ถ้าเค้ารู้เค้าก็จะเปลี่ยนจากเบียร์หลอดก็จะเปลี่ยนมาใส่ขวดน้ำพลาสติกแทน หรือบางครั้งก็มีบริการส่งถึงหอเลยก็มี เราก็ต้องตามกลยุทธ์เค้าไปเรื่อยๆ ตอนนี้เราก็ได้แต่บอกตำรวจว่าเค้าเปลี่ยนวิธีขายใหม่แล้ว” (ศิริประภา สิริขันธ์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

ผู้วิจัยสังเกตว่า เยาวชนบางครั้งก็อาจจะไม่มีความมั่นใจในการที่จะแก้ปัญหาเรื่องเยาวชนกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เนื่องจากปัญหามีความซับซ้อนเกินกว่าที่ตนเองจะแก้ไขได้ แต่เยาวชนก็มีวิธีคิดในการที่จะเริ่มทำไปที่ละขั้นตอน ดังเช่น

“ก็เชื่อ แต่ไม่มั่นใจ เชื่อว่าเป็นไปได้ เพราะวัยรุ่นยังมีความเชื่อ และค่านิยมที่แตกต่างกัน และเราเข้าถึงเค้าได้ยาก แต่ที่เชื่อเพราะคิดว่า สิ่งที่เราทำอะไรจะสามารถปลุกฝังเค้าได้ไม่มากนักน้อย อาจจะมีบ้าง แต่เราก็ได้เริ่มไปแล้วครับ” (อภิศักดิ์ สุวรรณมงคล, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

5.3.2.5 การมีความรู้ความรู้สึกของการเป็นเจ้าของประเด็น (sense of ownership) ตาราง 5.3 แสดงว่าเยาวชนมีความรู้ความรู้สึกของการเป็นเจ้าของประเด็น และเห็นพ้องร่วมกันว่าประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัญหาของตนเอง และต้องเข้ามาแก้ไขอย่างจริงจัง ถือเป็นผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงระดับสังคมที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนมักไม่ได้เกิดความรู้รู้สึกว่าตนเองเป็นเจ้าของหรือมีความรับผิดชอบในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มาก่อน แต่การเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารรณรงค์กับเครือข่ายเป็นปัจจัยสำคัญในการก่อให้เกิดความรู้สึกที่ตนเองต้องเข้ามาจัดการแก้ไข เครือข่ายที่สามารถสร้างให้เยาวชนรู้สึกถึงความสำคัญของปัญหาและทำให้เยาวชนเกิดความรู้สึกว่าปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัญหาของตนเอง จะทำให้กิจกรรมต่างๆ ของเครือข่ายมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จ ดังที่ผู้วิจัยจะได้อธิบายข้อค้นพบในประเด็นดังกล่าว คือ

ก. การรับรู้ว่าเป็นปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัญหาสำคัญ การรับรู้ว่าเป็นปัญหาจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัญหาสำคัญนั้น เป็นกระบวนการแรกที่เยาวชนจะได้มีโอกาสซึมซับมาตั้งแต่ก่อนเข้าร่วมโครงการผ่านปัจจัยแรงปฏิบัติการต่างๆ และเมื่อเข้าร่วมกิจกรรมกับเครือข่าย ความรับรู้ก็จะมากขึ้นตามลำดับตามระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนแต่ละคน ดังที่ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มเยาวชนมีแนวโน้มรับรู้ปัญหาร่วมกันจากเหตุการณ์และสถานการณ์ที่ถูกวางเอาไว้ตลอดระยะเวลาที่เข้ามาสู่กระบวนการสื่อสารรณรงค์ ดังที่แกนนำเยาวชนคนหนึ่งยกตัวอย่างของการรับรู้ร่วมกันถึงปัญหา และเชื่อว่าปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเป็นปัญหาระดับชุมชน หรือสถานศึกษา ซึ่งต้องได้รับการแก้ไข

“แต่พวกผมก็เห็นร่วมกันว่ามันเป็นปัญหา มันเป็นปัญหาที่ว่าพวกมีคนกินเหล้า รอบมหาวิทยาลัยก็มีร้านเหล้าเต็มไปหมด มันเลยกลายเป็นปัญหาของสภาพแวดล้อมกับคนในมหาวิทยาลัยและรอบมหาวิทยาลัย ผมว่ามันเป็นปัญหาเรื่องสภาพแวดล้อมของชุมชน ของคนรอบมหาวิทยาลัยของนักศึกษามันดูไม่ค่อยเหมาะสมครับ มันเป็นปัญหาเชิงสังคม ที่ต้องได้รับการแก้ไข” (รักพงษ์ คำขาว, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

การจัดวางสถานการณ์ หรือการออกแบบกระบวนการสื่อสารที่ทำให้เยาวชนได้คิดและประสบกับปัญหาหรือผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีต่อตนเองและสังคม จึงเป็นสิ่งสำคัญที่เครือข่ายจะต้องคำนึงถึง เพราะเยาวชนไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้จากเหตุการณ์ใด

เหตุการณ์หนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ประเด็นนี้ทำให้ผู้วิจัยทราบว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ถูกวางแผนไว้แล้วจากเครือข่าย ผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ

ข. การรู้สึกว่าตัวเองมีส่วนรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของโครงการ
การรับรู้ถึงปัญหาต้องควบคู่ไปกับการที่ตนเองต้องรู้สึกว่าตนเองต้องมีความรับผิดชอบที่จะเข้ามาแก้ไขปัญหา ไม่ว่าจะกิจกรรมนั้นจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว เพราะทั้งความสำเร็จและล้มเหลวจะเป็นบทเรียนที่ดีที่จะนำมาเรียนรู้ต่อไป ดังที่เยาวชนสะท้อนไว้ว่า

“ภูมิใจที่กิจกรรมที่เราทำประสบความสำเร็จ คือ พอเรามีการประชุม work shop ที่เค้าก็จะมาบอกว่า ปีที่แล้วมีคนกินเหล้าลดลงไม่มีคนตายในบริเวณยี่เป็งตรงกรีนโซนก็เป็นสิ่งที่เราภูมิใจแล้ว เพราะวก่อนหน้าที่เราจะจัดกรีนโซนแบบนี้ มีคนตายทุกปี พอปีนั้นเรามาจัดงานแล้วไม่มีคนตายแบบนี้ เราก็ดีใจนะ” (ทัตพร เสี่ยงมศรี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

เยาวชนบางคนก็สะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อความล้มเหลวที่เกิดขึ้น และแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจที่จะเรียนรู้และพัฒนากิจกรรมครั้งต่อไปให้ดีขึ้น เช่น

“ท้อเหมือนกันครับ เหมือนกับเราขว้างหินลงน้ำ ขว้างไปเราก็ไม่เห็นว่ามันมีเท่าไร ไม่เหมือนกับโยนลงบนพื้น ยังเห็นว่ามันยังเพิ่มขึ้น ซึ่งทำงานตรงนี้มันเหมือนกับขว้างหินลงน้ำ ต้องรอสักวันจึงจะเห็นว่ามันจะแน่นกว่าที่เราโยนหินลงบนพื้นด้วยซ้ำ ช่วงแรกๆเพื่อน ๆ ก็ท้อเพราะทำไปไม่ค่อยมีผลตอบกลับมาซักเท่าไร ตอนนี่เราเริ่มเห็นแล้วกับสิ่งที่เราทำมารวม 4 ปี ซึ่งเราเข้าใจว่าที่ผ่านมามันเป็นรากฐาน ตอนนี่มันมั่นคงแต่โตเป็นองค์กร” (ชัยรัช มณีวรรณ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

ค. ความทุ่มเทในการดำเนินกิจกรรมในโครงการ การตระหนักถึงปัญหาและการรู้สึกว่าตนเองเป็นเจ้าของปัญหาดูเหมือนยังไม่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ถ้าหากปราศจากความทุ่มเทในการดำเนินกิจกรรมของเยาวชน ผู้วิจัยพบว่าเมื่อเยาวชนตระหนักถึงปัญหา และพร้อมที่จะเข้ามาจัดการปัญหา สิ่งที่จะมักจะตามมาก็คือ การร่วมมือกันทำงานด้วยความทุ่มเท และตั้งใจที่จะดำเนินโครงการที่รับผิดชอบให้ประสบความสำเร็จ และเมื่อเยาวชนเหล่านี้ตั้งใจ และทุ่มเททำงานแล้ว ถึงแม้ว่างานจะประสบความสำเร็จล้มเหลว ก็จะไม่เสียใจดังเยาวชนหลายๆ คน สะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจและความทุ่มเทของตนเอง ซึ่งสะท้อนถึงการให้ความสำคัญต่อ “กระบวนการทำงาน” มากกว่า “ผลลัพธ์”

“คิดว่าจะประสบความสำเร็จ เพราะเราตั้งใจทำมัน และทุ่มเททำให้ออกมาดีที่สุด” (ศิริเนตร ทิพย์กำจรวงศ์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

“งานรณรงค์มันยากขึ้น โจทย์มันยากขึ้น คนนำมันก็น้อย และคนนำก็คือพวกเราเอง พอเราทำก็กลายเป็นสปีริตของเรา มันต้องมีใจทุ่มเท เรามีจุดนี้ เราจึงทำงานได้” (คงพิน ใจสม, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

“ตอนเข้ามาใหม่ๆเคยสงสัยว่า คนทำงานตรงนี้ ทำไมต้องอินขนาดนั้น ทุ่มเท พอเรามาทำงานจริงๆ เราต้องทุ่มเทมากกว่านั้นอีกหลายเท่า เพราะเราเห็นปัญหาของเรื่องแอลกอฮอล์” (ชัยวัช มณีวรรณ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

ง. การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ตนเองหรือกลุ่มตนเองจะได้รับ สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งของความรู้สึกว่าตนเองเป็นเจ้าของประเด็นคือ เยาวชนต้องมีความเชื่อว่าสิ่งที่ตนเองทำลงไปนั้นจะได้ประโยชน์กลับมาทั้งต่อตนเอง ครอบครัว และชุมชน ไม่ว่าจะมากหรือน้อยก็ตามที่ โดยเฉพาะในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การสร้างสังคมที่มีสุขภาวะที่ดี เยาวชนหลายคนสะท้อนไว้ว่า

“ตอนแรกไม่หวังจะประสบความสำเร็จ แต่เรามีจุดประสงค์ที่ตรงกันคือ อยากให้คนที่เรารัก ชุมชน สังคมของเรา ห่างไกลและก็มีความปลอดภัยจากเรื่องแอลกอฮอล์” (ชัยวัช มณีวรรณ, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

5.3.2.6 การยึดเกี่ยวกันในกลุ่ม (social cohesion) ตัวชี้วัดการเปลี่ยนแปลงเชิงสังคมในข้อนี้นับเป็นสิ่งที่ทำเป็นอย่างยิ่งต่อการทำงานกับเยาวชน นั่นคือการทำอย่างไรให้แกนนำเยาวชนนั้นมีความยึดเกี่ยวกันภายในกลุ่มที่จะทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ซึ่งผลการวิจัยระบุว่าเยาวชนมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องการยึดเกี่ยวในกลุ่มอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) ดังที่ผู้วิจัยได้อธิบายมาก่อนหน้านี้ว่าเยาวชนเป็นกลุ่มที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง และมีแนวโน้มที่จะไม่สามารถทำกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายได้เป็นเวลานาน เช่น การจบการศึกษา ภาระการศึกษา การมีกิจกรรมอย่างอื่นให้ทำมากมาย เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้การรวมกลุ่มทำกิจกรรมหรือเข้าร่วมกระบวนการสื่อสารรณรงค์ของเยาวชนเป็นไปด้วยความยากลำบาก สิ่งที่ท้าทายสำหรับเครือข่ายคือ การจัดการให้เยาวชนยังมีความผูกพันอยู่กับกลุ่ม และยังมีความต้องการที่จะทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ร่วมกัน การยึดเกี่ยวกันในกลุ่มจึงเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญที่ต่อเนื่องมาจากกระบวนการต่างๆ ที่เยาวชนได้ลงมือปฏิบัติร่วมกัน (collective action) และที่สำคัญ การยึดเกี่ยวกันของเยาวชนจะเป็นตัวเชื่อมแบบแผนการทำงานของเยาวชนไม่ให้แกว่งไปมาเนื่องจากเปลี่ยนคนทำงานบ่อยๆ

ก. ความรู้สึกว่าตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและมีความสำคัญต่อกลุ่ม เยาวชน รู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม และมีหน้าที่ความรับผิดชอบที่มีความสำคัญต่อกลุ่มของตน หรือมีแนวคิดสำคัญ และอุดมการณ์ร่วมกันที่หาจากกลุ่มเพื่อนกลุ่มอื่นไม่ได้ เช่น การสร้างสังคมที่ดีขึ้น

“พวกที่หลุดออกไปแล้วกลับมาฉัน ผมคิดว่าช่วงนั้นเค้าอาจจะเรียนหนักก็ได้ หรือมีปัญหาอะไรสักอย่างหนึ่งครับ พอเค้าพร้อมแล้วเค้าก็กลับเข้ามาใหม่ ทางเรายินดีต้อนรับเสมอครับ แต่สิ่งที่ผมคิดว่าเค้ากลับมาเพราะความผูกพัน มีแนวคิดร่วมกัน เรารู้จักกันแล้ว เราเห็นอุดมการณ์ร่วมกันแล้ว เราอยากช่วยกันพัฒนา เค้าเลยกลับมา ตอนที่หลุดอาจเพราะเรื่องงานหรือเรื่องเรียนก็ได้” (เฉลิมวุฒิ สังค์คดี, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

การทำงานกับเยาวชนจึงต้องมีลักษณะที่ยืดหยุ่น โดยมีแกนกลางที่ทุกคนเข้าใจร่วมกัน ว่ากลุ่มของตนเองมีอุดมการณ์อย่างไร ผู้วิจัยพบว่าการจัดการการทำงานในลักษณะโครงสร้างที่ตายตัวนั้นไม่ใช่โครงสร้างการทำงานที่เหมาะสมกับกลุ่มเยาวชน เพราะจะเป็นสร้างอุปสรรคในการเข้ามามีส่วนร่วมของเยาวชน เพราะเมื่อเยาวชนออกไปจากกลุ่มไป ก็ารู้สึกว่าตนเองหลุดออกจากกลุ่มไปด้วย

ข. ความรู้สึกว่าตัวเองมีความสุขและภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม แกนกลางอีกประการหนึ่งที่ยึดเกี่ยวเยาวชนเข้าไว้ด้วยกันคือ เยาวชนเองต้องมีความสุข หรือความรู้สึกดี ๆ กับเพื่อน หรือกับพี่เลี้ยง เจ้าหน้าที่ของเครือข่าย และความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ที่ได้ร่วมกันทำงานที่ทำหายและมีประโยชน์ต่อสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ยึดโยงแต่ละคนไว้ด้วยกัน ดังเช่น

“สิ่งที่ทำให้เรายังทำงานด้วยกันอยู่ได้เพราะความสุขครับ คือเด็กที่เราอบรมไป เด็กรักเรา เชื่อว่าเรา เออเหล้ามันไม่ดีจริง ๆ ด้วยเนอะ เตี่ยผมไปหาหาอะไรอย่างอื่นทำกันดีกว่า คือผลที่เราไปแล้วสะท้อนกลับมามันดี มันเป็นที่น่าพอใจ มันก็มีความสุข” (อดิศักดิ์ ชัยวัฒน์, สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552)

ความรู้สึกที่ตนเองมีคุณค่า และสามารถที่จะให้อะไรกลับคืนสู่สังคมจึงเป็นความรู้สึกภาคภูมิใจที่เกิดขึ้นในเยาวชน ดังนั้นกิจกรรมของเยาวชนจึงต้องเป็นกิจกรรมที่สามารถกระตุ้นให้เกิดคุณค่าในจิตใจของเยาวชนให้ได้

ค. การมีความเห็นชอบร่วมกันถึงเป้าหมายที่ต้องการ เยาวชนจะต้องมีความเข้าใจตรงกันถึงปัญหาที่ทุกคนกำลังเผชิญอยู่ และพยายามที่จะทำทลายอุปสรรคเพื่อที่จะก้าวผ่านปัญหานั้นร่วมกัน ความเข้าใจตรงกันของเป้าหมายจะทำหน้าที่เป็นแกนกลางอีกประการหนึ่งที่ร้อยความรู้สึกของเยาวชนเข้าด้วยกัน

“เหมือนว่าบรรล่วัตถุประสงค์ร่วมกันที่เราตั้งใจไว้ ช่วยเหลือกัน ทำงานกันอย่างจริงจัง ก็เหมือนที่เราตั้งใจทำงาน เริ่มทำงานกันตั้งแต่ สี่โมงถึงเที่ยงคืน เราทำงานกันอย่างจริงจัง ทุกคนก็ทำในส่วนของตัวเองอย่างเต็มที่ และคนที่เข้ามาก็โอเค ถึงแม้ในช่วงที่เห็นคนถือเหล้าเข้ามา ความรู้สึกของแต่ละคนเนี่ย รู้สึกไม่ดี เราต้องทำอะไรสักอย่าง ให้คนนั้นออกไป” (เฉลิมวุฒิ สังข์คัตติ, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552)

สิ่งที่เยาวชนกล่าวข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญที่ทุกคนต้องเห็นเป้าหมายร่วมกัน และเป้าหมายที่เห็นชอบร่วมกันจะแปลงไปสู่การปฏิบัติที่ทุกคนถือเอาไว้ และทำตามหน้าที่ที่ตนเองรับผิดชอบ ผู้วิจัยสังเกตว่าการวางเป้าหมายร่วมกันนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ แต่มักถูกละเลยในกระบวนการสื่อสารณรงค์ เพราะเป้าหมายส่วนใหญ่มักถูกส่งลงมาจากองค์กรอุปถัมภ์ทุน และผู้บริหารเครือข่าย ทำให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมแค่ในการปฏิบัติ ดังนั้นความเกี่ยวพันในกลุ่มอาจจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เต็มที่

5.3.2.7 การสร้างบรรทัดฐานร่วมกันภายในกลุ่ม (social norms)

เยาวชนมีความพยายามในการวางมาตรฐานและวิถีปฏิบัติที่ทุกคนในกลุ่มเห็นชอบร่วมกัน และยึดถือเป็นข้อตกลงที่ต้องปฏิบัติตาม บรรทัดฐานในกลุ่มจึงเป็นการแสดงออกถึงความเชื่อในเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น วิถีปฏิบัติในการทำงานร่วมกัน หรือ วิถีปฏิบัติเรื่องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ก. การสร้างข้อตกลงร่วมกันในการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่ม เยาวชนได้สร้างบรรทัดฐานร่วมกันในการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารณรงค์ ในเรื่องการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างการพูดคุยปรึกษาหารือกัน ซึ่งเป็นกระบวนการทำงานร่วมกันที่สำคัญ ผู้วิจัยพบว่าในกรณีที่เครือข่ายและเยาวชนได้วางวิถีปฏิบัติดังกล่าวอย่างชัดเจน จะทำให้เยาวชนแต่ละคนสามารถที่จะ “เข้าจังหวะ” กับเพื่อนคนอื่นๆ ได้ โดยไม่สร้างความขัดแย้ง และสามารถที่จะเสนอความคิดเห็น หรือเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างเต็มที่ ดังกรณีตัวอย่างเช่น

“ข้อตกลงในการทำงานร่วมกัน มีครบ ก็เหมือนเวลาใครจะทำอะไรก็ตามต้องรับฟังคนอื่นร่วมกันในความคิดเห็นของแต่ละคน เพราะว่าเวลาเพื่อนพูดแล้วเรามัวแต่พูด ไม่ฟังเราก็จะไม่รู้ในสิ่งที่เพื่อนจะสื่อ พอทำงานจริงๆ ออกมาปุ๊บ มันไม่ได้อย่างที่ต้องการก็จะมาโทษกันไปโทษ

กันมา เพราะฉะนั้นเวลาในการนำเสนอจะไม่มีผิดไม่มีถูก ที่เค้าจะคอยทำให้เวลานำเสนอจะไม่ใช้ความคิดที่ผิด หรือสิ่งที่ผิด เพราะฉะนั้นทุกคนสามารถออกความเห็นได้ แล้วทุกคนต้องรับฟัง เรื่องทุกอย่างที่นำเสนอไม่มีอันไหนเป็นเรื่องที่ผิด หรือถูก แต่เราจะเอาความคิดเห็นทั้งหมดมาพัฒนาร่วมกัน” (เฉลิมวุฒิ สังค์คดี, **สัมภาษณ์**, 10 พฤศจิกายน 2552)

ข. การสร้างข้อตกลงร่วมกันในพฤติกรรมกรการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนมักไม่ได้สร้างข้อตกลงอย่างเป็นทางการในเรื่องพฤติกรรมกรการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ สาเหตุเพราะเยาวชนเชื่อว่าการตั้งข้อตกลงในเรื่องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นไม่มีทางประสบความสำเร็จ เพราะการเปลี่ยนแปลงจะเกิดจากการที่ได้เข้ามาทำงานร่วมกัน และการค่อยๆ ซึมซับ หรือเรียนรู้จากเพื่อนด้วยกัน ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องค้นหาด้วยตนเอง

“เราไม่ได้ซีเรียส 100% ว่าห้ามเข้าชมรม หรือว่าเข้าชมรมแล้วห้ามแต่ต้องอธิบาย แต่ส่วนใหญ่ก็จะค่อยๆ ลด แล้วเค้าก็จะเลิกไปอย่างยั่งยืนในอนาคต” (จิราภรณ์ กมลรังสรรค์, **สัมภาษณ์**, 20 ธันวาคม 2552)

“ส่วนใหญ่เราจะเน้นเรื่องการทำงาน ใส่ใจในการทำงานร่วมกันมาก่อน ส่วนดื่มไม่ดื่มมันไม่ได้ตกลง แต่ส่วนใหญ่เราก็จะรู้กันเอง ซึมซับกันเอง เรียนรู้เอาเอง” (คงพิน ใจสม, **สัมภาษณ์**, 10 พฤศจิกายน 2552)

สิ่งที่น่าสนใจที่ผู้วิจัยค้นพบคือ เยาวชนยังพยายามที่จะขยายบรรทัดฐานหรือข้อตกลงเรื่องการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้เป็นนโยบายระดับพื้นที่ โดยขับเคลื่อนและเชื่อมประสานกับหน่วยงานเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้อง

“เราพยายามที่จะทำให้มีข้อสรุปว่า สถานประกอบการจะต้องอยู่ห่างมหาวิทยาลัย 500 เมตร ซึ่งเราทำร่วมกับทางธรรมศาสตร์ด้วย ม.กรุงเทพด้วย รู้สึกว่าของธรรมศาสตร์เค้าห่างประมาณ 1 กิโลเมตร ก็เป็นข้อตกลงร่วมกัน งานต่อไปของเราก็คิดว่าจะทำกับเครือข่ายผู้ประกอบการ” (ศิริประภา สิริขันธ์, **สัมภาษณ์**, 11 กันยายน 2552)

ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคมที่เกิดขึ้นในเยาวชนที่เข้าร่วมกระบวนการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนที่กล่าวมาแล้วนั้น ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนในฐานะเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในเยาวชน

ในผลการวิจัยบทนี้ ผู้วิจัยได้พยายามชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร
รณรงค์คือการจัดการการสื่อสารแบบผสมผสานระหว่างการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และการ
สื่อสารแบบมีส่วนร่วม ที่เครือข่ายนำมาใช้ในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ ในด้านการ
พัฒนาศักยภาพของเยาวชน เพื่อให้เยาวชนเหล่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นผู้สื่อสารประเด็น
สาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพนี้ ผู้วิจัยได้ชี้ให้เห็นว่า
ประกอบไปด้วยสามองค์ประกอบหลักคือ ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในกระบวนการ
สื่อสาร และผลการเปลี่ยนแปลง ซึ่งทั้งสามองค์ประกอบนี้มีความสัมพันธ์กัน สิ่งที่ผู้วิจัยจะค้นหา
ต่อไปคือ รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบทั้งสามในกระบวนการสื่อสารรณรงค์
ด้านสุขภาพในเยาวชน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

การทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ, กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของเยาวชน ในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

ในบทนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ, กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเยาวชนที่เคยเข้าร่วมโครงการต่างๆ ที่จัดโดยภาคีเครือข่าย จำนวน 549 คน ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยอาศัยกรอบแนวคิดและทฤษฎี รวมกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในการวิจัยเชิงคุณภาพช่วงการสำรวจความรู้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็นข้อคำถามสี่ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของประชากร ปัจจัยตัวเร่งปฏิบัติการในการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ ลักษณะการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร และผลลัพธ์ด้านการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลและระดับสังคมที่เกิดจากการร่วมกระบวนการรณรงค์ ดังรายละเอียดคือ

6.1 สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการแปลผลดังนี้

ตาราง 6.1 สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์	หมายถึง
\bar{X}	ค่าเฉลี่ย
S.D.	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
SE	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
SK	ค่าความเบ้
KU	ค่าความโด่ง
δ	ความคลาดเคลื่อนของการวัดตัวแปรสังเกตได้ภายนอก
ϵ	ความคลาดเคลื่อนของการวัดตัวแปรสังเกตได้ภายใน
λ	น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน
TE	ขนาดอิทธิพลรวม

ตาราง 6.1 สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล (ต่อ)

สัญลักษณ์	หมายถึง
IE	ขนาดอิทธิพลทางอ้อม
DE	ขนาดอิทธิพลทางตรง
χ^2	ดัชนีตรวจสอบความกลมกลืนประเภทค่าสถิติไค-สแควร์
df	องศาอิสระ
R ²	สัมประสิทธิ์การทำนาย
GFI	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน
AGFI	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว
RMSEA	ดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า
SRMR	ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน
Min	ค่าต่ำสุด
Max	ค่าสูงสุด
ตัวแปรสังเกตได้	หมายถึง
SoC1	ระดับความเป็นผู้นำ
SoC2	ระดับความเท่าเทียมกันในมีส่วนร่วม
SoC3	ความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร
SoC4	ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงตัวเองของชุมชน
SoC5	ความรู้สึกรับผิดชอบเป็นเจ้าของประเด็น
SoC6	การยึดถือของสังคม
SoC7	วิถีปฏิบัติของสังคม
InC1	ทักษะ
InC2	ความรู้เท่าทัน
InC3	ความตั้งใจ
InC4	พฤติกรรม
Pati1	การมีส่วนร่วมวิเคราะห์และทบทวนสถานการณ์การรณรงค์
Pati2	การมีส่วนร่วมวางแผนการรณรงค์
Parti3	การมีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติ
Parti4	การมีส่วนร่วมประเมินผล
Cata1	สิ่งเร้าภายใน อิทธิพลของ เพื่อน ครู ผู้ปกครอง หรือเหตุการณ์ ที่ทำให้เยาวชนสนใจประเด็นปัญหา และเข้าร่วมกิจกรรม
Cata2	แนวคิดหลักและรูปแบบกิจกรรมของภาคีเครือข่ายที่สอดคล้องกับความสนใจของเยาวชน

ตาราง 6.1 สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล (ต่อ)

สัญลักษณ์	หมายถึง
Cata3	อิทธิพลของนโยบายทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นที่มีผลกระทบต่อเยาวชน
Cata4	การนำนวัตกรรมมาใช้ในการรณรงค์
Cata5	อิทธิพลของข่าวสารด้านการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
ตัวแปรแฝงภายใน	หมายถึง
Social change	การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม
Individual change	การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล
Participation	การมีส่วนร่วม
ตัวแปรแฝงภายนอก	หมายถึง
Catalyst	ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา

6.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของปัจจัยเร่งปฏิกิริยา (catalyst) พบว่า สิ่งเร้าภายใน เช่น อิทธิพลของ เพื่อน ครู ผู้ปกครอง หรือเหตุการณ์ที่ทำให้เยาวชนสนใจประเด็นปัญหาและเข้าร่วมกิจกรรม (Cata1) แนวคิดหลักและรูปแบบกิจกรรมของเครือข่ายที่สอดคล้องกับความสนใจของเยาวชน (Cata2) และอิทธิพลของข่าวสารด้านการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Cata5) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ส่วนอิทธิพลของนโยบายทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นที่มีผลกระทบต่อเยาวชน (Cata3) และการนำนวัตกรรมมาใช้ในการรณรงค์ (Cata4) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ตามตาราง 6.2

ตาราง 6.2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรปัจจัยเร่งปฏิกิริยา

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
สิ่งเร้าภายใน (Cata1)	3.53	0.75	มาก
เครือข่ายเยาวชน (Cata2)	3.54	0.68	มาก
นโยบาย (Cata3)	3.20	0.99	ปานกลาง
นวัตกรรม (Cata4)	3.15	0.57	ปานกลาง
สื่อมวลชน (Cata5)	3.65	0.68	มาก

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของการมีส่วนร่วม พบว่า การมีส่วนร่วมวิเคราะห์และทบทวนสถานการณ์การรณรงค์ (Parti1) การมีส่วนร่วมวางแผนการรณรงค์ (Parti2) การมีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติ (Parti3) การมีส่วนร่วมประเมินผล (Parti4) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ตามตาราง 6.3

ตาราง 6.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรการมีส่วนร่วม

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
การมีส่วนร่วมทบทวนสถานการณ์ (Parti1)	3.14	0.44	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมวางแผน (Parti2)	3.15	0.43	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติ (Parti3)	3.19	0.41	ปานกลาง
การมีส่วนร่วมประเมินผล (Parti4)	3.17	0.40	ปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล พบว่า ทักษะ (InC1) ความรู้เท่าทัน (InC2) และพฤติกรรม (InC4) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ยกเว้น ความตั้งใจ (InC3) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ตามตาราง 6.4

ตาราง 6.4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ทักษะ (InC1)	3.85	0.65	มาก
ความรู้เท่าทัน (InC2)	3.53	0.46	มาก
ความตั้งใจ (InC3)	3.04	0.50	ปานกลาง
พฤติกรรม (InC4)	3.77	0.77	มาก

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม ซึ่งประกอบด้วย ระดับความเป็นผู้นำ (SoC1) ระดับและเท่าเทียมกันมีส่วนร่วม (SoC2) ความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (SoC3) ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงตัวเองของชุมชน (SoC4) ความรู้สึกการเป็นเจ้าของประเด็น (SoC5) การยึดถือของสังคม (SoC6) วิถีปฏิบัติของสังคม (SoC7) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกตัวแปร ตามตาราง 6.5

ตาราง 6.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของตัวแปรการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ระดับความเป็นผู้นำ (SoC1)	3.69	0.60	มาก
ระดับความเท่าเทียมกันในการมีส่วนร่วม (SoC2)	3.78	0.71	มาก
ความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (SoC3)	3.72	0.67	มาก
ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงตัวเองของชุมชน (SoC4)	3.85	0.68	มาก
ความรู้สึกการเป็นเจ้าของประเด็น (SoC5)	3.73	0.64	มาก
การยึดถือของสังคม (SoC6)	3.72	0.67	มาก
วิถีปฏิบัติของสังคม (SoC7)	3.76	0.72	มาก

นอกจากการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูลแล้ว สำหรับการวิเคราะห์สถิติขั้นสูง เกือบทุกชนิดมีข้อตกลงเบื้องต้นว่า การแจกแจงของตัวแปร ควรมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลจากค่าความเบ้ ความโด่ง และทดสอบความมีนัยสำคัญด้วยสถิติไค-สแควร์ และพิจารณาค่า p value ซึ่งต้องไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงจะบ่งชี้ว่าตัวแปรมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ในวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ 20 ตัวแปร พบว่า มี 7 ตัวแปรที่มีการแจกแจงเป็นโค้งปกติ ได้แก่ ความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (SoC3) ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงตัวเองของชุมชน (SoC4) ความรู้สึกการเป็นเจ้าของประเด็น (SoC5) การยึดเกาะของสังคม (SoC6) ทักษะ (InC1) ความรู้เท่าทัน (InC2) และอิทธิพลของข่าวสารด้านการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Cata5) ส่วนอีก 13 ตัวแปร มีการแจกแจงของข้อมูลไม่เป็นโค้งปกติ ดังนั้นเพื่อให้การแจกแจงของข้อมูลเข้าใกล้การแจกแจงของโค้งปกติก่อนนำไปทดสอบความกลมกลืนของโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood: ML) ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้นที่ข้อมูลต้องมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติหลายตัวแปร (Multivariate normal distribution) จึงมีการแปลงข้อมูลเป็นคะแนนมาตรฐานด้วยโปรแกรม Lisrel ผลการแปลงคะแนนให้อยู่ในรูปคะแนนมาตรฐานแล้วตรวจสอบการแจกแจงเป็นโค้งปกติรายตัวแปร พบว่าค่าไค-สแควร์ของตัวแปรเกือบทั้งหมดไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า p value อยู่ระหว่าง 0.075 – 0.999 ดังแสดงในตาราง 6.6

ตาราง 6.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์การกระจาย ความเบ้ ความโด่ง และค่าสถิติไค-สแควร์ทดสอบการแจกแจงเป็นโค้งปกติรายตัวแปร (n = 549 คน)

ตัวแปร สังเกตได้	\bar{X}	S.D.	Min	Max	แปลผล	ก่อนแปลงคะแนน			หลังแปลงคะแนน		
						SK	KU	p value of χ^2	SK	KU	p value of χ^2
การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม (Social change)											
SoC1	3.694	0.607	2.167	5.000	มาก	0.042	-0.457	0.018	-0.021	-0.136	0.810
SoC2	3.782	0.715	1.500	5.000	มาก	-0.004	-0.606	0.000	-0.048	-0.336	0.155
SoC3	3.726	0.674	2.000	5.000	มาก	-0.032	-0.333	0.169	-0.042	-0.235	0.446
SoC4	3.855	0.679	1.000	5.000	มาก	-0.151	0.296	0.134	-0.109	-0.355	0.075
SoC5	3.734	0.648	1.800	5.000	มาก	0.030	-0.196	0.601	-0.038	-0.226	0.484
SoC6	3.728	0.675	1.400	5.000	มาก	-0.007	-0.359	0.125	-0.040	-0.201	0.565
SoC7	3.765	0.725	1.000	5.000	มาก	-0.329	0.660	0.000	-0.055	-0.317	0.190
การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (Individual change)											
InC1	3.851	0.657	1.200	5.000	มาก	-0.154	-0.233	0.162	-0.055	-0.205	0.517
InC2	3.531	0.462	2.000	5.000	มาก	-0.172	0.355	0.071	-0.006	-0.052	0.985
InC3	3.035	0.508	1.667	4.333	ปานกลาง	-0.173	-0.399	0.016	-0.009	-0.124	0.856
InC4	3.771	0.771	1.333	5.000	มาก	-0.220	-0.263	0.041	-0.116	-0.356	0.070
การมีส่วนร่วม (Participation)											
Pati1	3.134	0.435	1.000	5.000	ปานกลาง	-0.228	3.031	0.000	0.004	0.036	0.963
Pati2	3.156	0.428	1.667	5.000	ปานกลาง	0.096	2.097	0.000	0.009	0.015	0.981
Parti3	3.191	0.410	1.667	4.333	ปานกลาง	0.153	0.742	0.006	0.004	-0.013	0.999
Parti4	3.163	0.407	1.667	4.500	ปานกลาง	0.259	0.868	0.000	0.007	0.029	0.969
ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา (Catalyst)											
Cata1	3.531	0.753	1.000	5.000	มาก	-0.544	0.555	0.000	-0.028	-0.108	0.867
Cata2	3.543	0.686	1.000	5.000	มาก	-0.261	0.494	0.005	-0.031	-0.112	0.852
Cata3	3.197	0.999	1.000	5.000	ปานกลาง	-0.520	-0.233	0.000	0.023	-0.284	0.308
Cata4	3.146	0.563	1.000	5.000	ปานกลาง	0.555	2.318	0.000	0.053	0.280	0.370
Cata5	3.647	0.683	1.000	5.000	มาก	-0.135	0.276	0.185	-0.046	-0.168	0.658

ตาราง 6.7 เมทริกซ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

ตัวแปรสังเกตได้	SoC1	SoC2	SoC3	SoC4	SoC5	SoC6	SoC7	InC1	InC2	InC3	InC4	Pati1	Pati2	Parti3	Parti4	Cata1	Cata2	Cata3	Cata4	Cata5
SoC1	1.000																			
SoC2	0.676	1.000																		
SoC3	0.670	0.650	1.000																	
SoC4	0.634	0.612	0.607	1.000																
SoC5	0.670	0.616	0.664	0.721	1.000															
SoC6	0.669	0.641	0.607	0.678	0.775	1.000														
SoC7	0.579	0.501	0.516	0.556	0.604	0.636	1.000													
InC1	0.621	0.528	0.553	0.633	0.619	0.602	0.475	1.000												
InC2	0.470	0.382	0.491	0.510	0.519	0.478	0.414	0.598	1.000											
InC3	0.064	-0.013	0.051	-0.034	-0.005	0.021	0.096	0.077	0.125	1.000										
InC4	0.591	0.502	0.562	0.571	0.614	0.574	0.477	0.616	0.604	0.131	1.000									
Pati1	0.291	0.303	0.261	0.240	0.340	0.319	0.299	0.251	0.162	0.069	0.277	1.000								
Pati2	0.305	0.356	0.277	0.248	0.362	0.339	0.233	0.217	0.186	-0.068	0.261	0.530	1.000							
Parti3	0.329	0.399	0.323	0.293	0.406	0.398	0.354	0.238	0.275	-0.050	0.379	0.575	0.612	1.000						
Parti4	0.259	0.306	0.198	0.231	0.340	0.306	0.219	0.196	0.178	-0.003	0.252	0.504	0.484	0.579	1.000					
Cata1	0.439	0.366	0.360	0.397	0.411	0.368	0.331	0.494	0.273	0.029	0.327	0.208	0.126	0.200	0.134	1.000				
Cata2	0.505	0.451	0.396	0.406	0.445	0.474	0.410	0.391	0.314	0.023	0.366	0.244	0.189	0.280	0.179	0.542	1.000			
Cata3	0.346	0.246	0.236	0.152	0.247	0.233	0.243	0.230	0.175	0.279	0.217	0.179	0.121	0.166	0.153	0.349	0.330	1.000		
Cata4	0.156	0.119	0.073	0.071	0.111	0.125	0.076	0.148	0.056	-0.058	0.056	0.132	0.060	0.108	0.096	0.142	0.008	-0.006	1.000	
Cata5	0.458	0.419	0.454	0.441	0.474	0.460	0.390	0.402	0.362	0.049	0.430	0.211	0.240	0.313	0.141	0.399	0.555	0.307	-0.038	1.000
\bar{X}	3.694	3.782	3.726	3.855	3.734	3.728	3.765	3.851	3.531	3.035	3.771	3.134	3.156	3.191	3.163	3.531	3.543	3.197	3.146	3.647
S.D.	0.607	0.715	0.674	0.679	0.648	0.675	0.725	0.657	0.462	0.508	0.771	0.435	0.428	0.410	0.407	0.753	0.686	0.999	0.563	0.683

Bartlett's Test of Sphericity = 5801.019 df = 190 p-value = .000 Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.(MSA) = .928

จากตาราง 6.7 การวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุจะต้องตรวจสอบเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่ามีความแตกต่างจากเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) หรือไม่ พิจารณาจากการทดสอบความมีนัยสำคัญของ Bartlett's Test of Sphericity โดยค่า p -value ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กันอยู่จริง ผลการวิเคราะห์ พบว่า Bartlett's Test of Sphericity เท่ากับ 5801.019 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.000 ($p < .001$) แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ 20 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้ นอกจากนี้ ค่าดัชนีไคเซอร์-ไมเยอร์-ออสติน เป็นค่าที่แสดงถึงความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวม ผลการวิเคราะห์มีค่าเท่ากับ 0.928 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.80 โดยค่าที่มากกว่า 0.80 แสดงว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมในครั้งนี้นี้มีความเหมาะสมดีมากสำหรับใช้ในการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

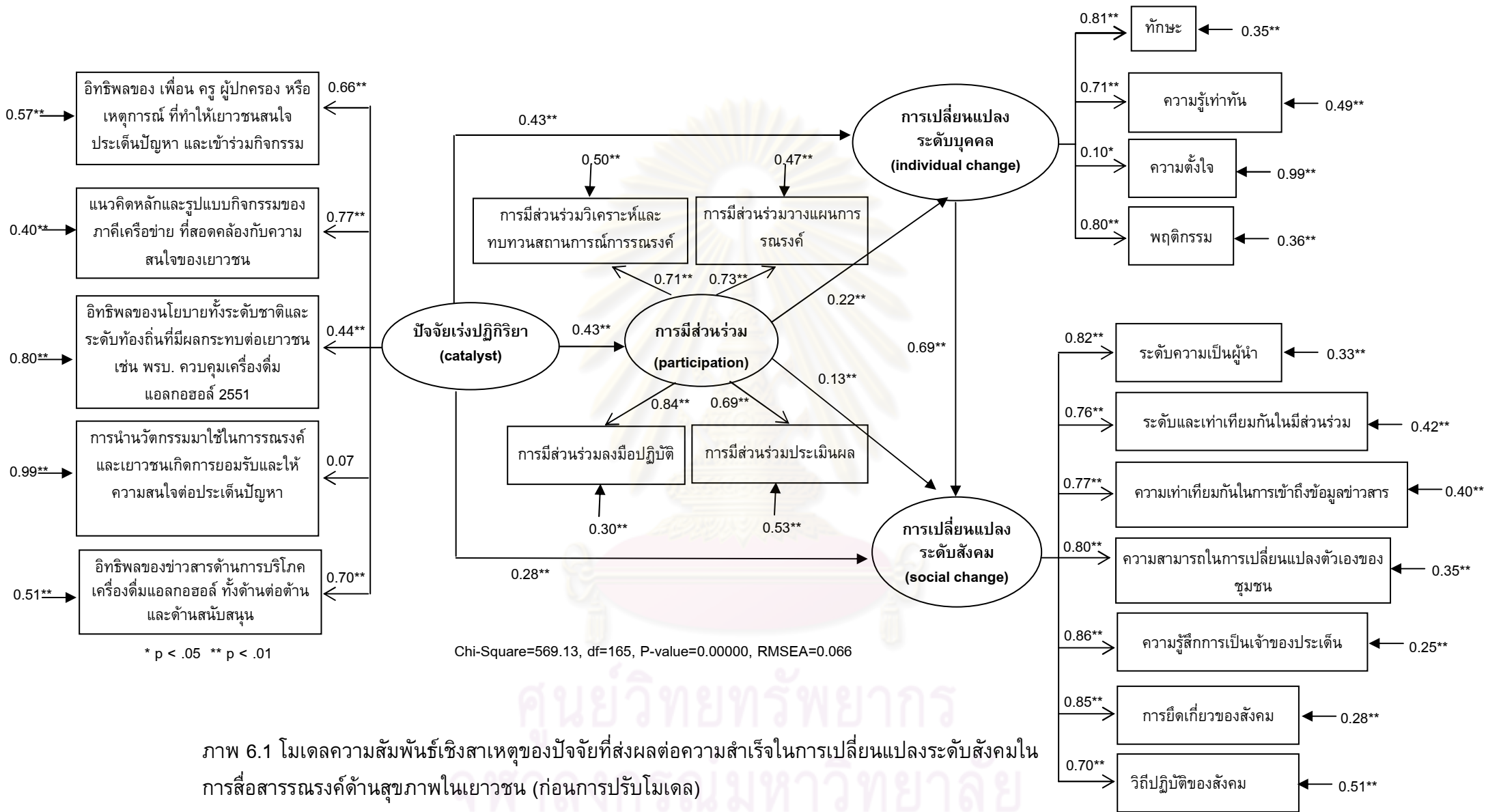
เมื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ข้อมูลแล้วจึงนำข้อมูลไปวิเคราะห์ความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการทดสอบความกลมกลืนของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับข้อมูลเชิงประจักษ์ก่อนการปรับโมเดล เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลที่สร้างขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยจะแสดงผลดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนที่สำคัญ ดังนี้

ค่าสถิติ Chi-square ของโมเดลโครงสร้างก่อนการปรับโมเดล มีค่าเท่ากับ 569.130 และมีนัยสำคัญที่ระดับ .000 แสดงให้เห็นว่าโมเดลยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แต่เนื่องจากค่าไค-สแควร์มีความแปรผันไปตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ยิ่งขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใหญ่ไค-สแควร์จะมีแนวโน้มที่จะมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงควรพิจารณาอัตราส่วนระหว่างค่าสถิติไค-สแควร์กับจำนวนองศาอิสระ (χ^2 / df) ร่วมด้วย จากการวิเคราะห์พบว่าอัตราส่วนระหว่างค่าสถิติไค-สแควร์กับจำนวนองศาอิสระมีค่าเท่ากับ 3.449 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ 2 และดัชนีวัดความกลมกลืนด้านอื่น ๆ ไม่ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ ดังนี้ AGFI เท่ากับ 0.882 RMSEA เท่ากับ 0.066 ดังข้อมูลในตาราง 6.8 และภาพ 6.1

ตาราง 6.8 ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวม

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ก่อนการปรับโมเดล	
		ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
χ^2/df	< 2	569.130 / 165 = 3.449	ไม่ผ่านเกณฑ์
p value of χ^2	> .05	0.000	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	\leq .05	0.066	ไม่ผ่านเกณฑ์
SRMR	\leq .05	0.049	ผ่านเกณฑ์
GFI	> .90	0.907	ผ่านเกณฑ์
AGFI	> .90	0.882	ไม่ผ่านเกณฑ์
CN	\geq 200	211.057	ผ่านเกณฑ์

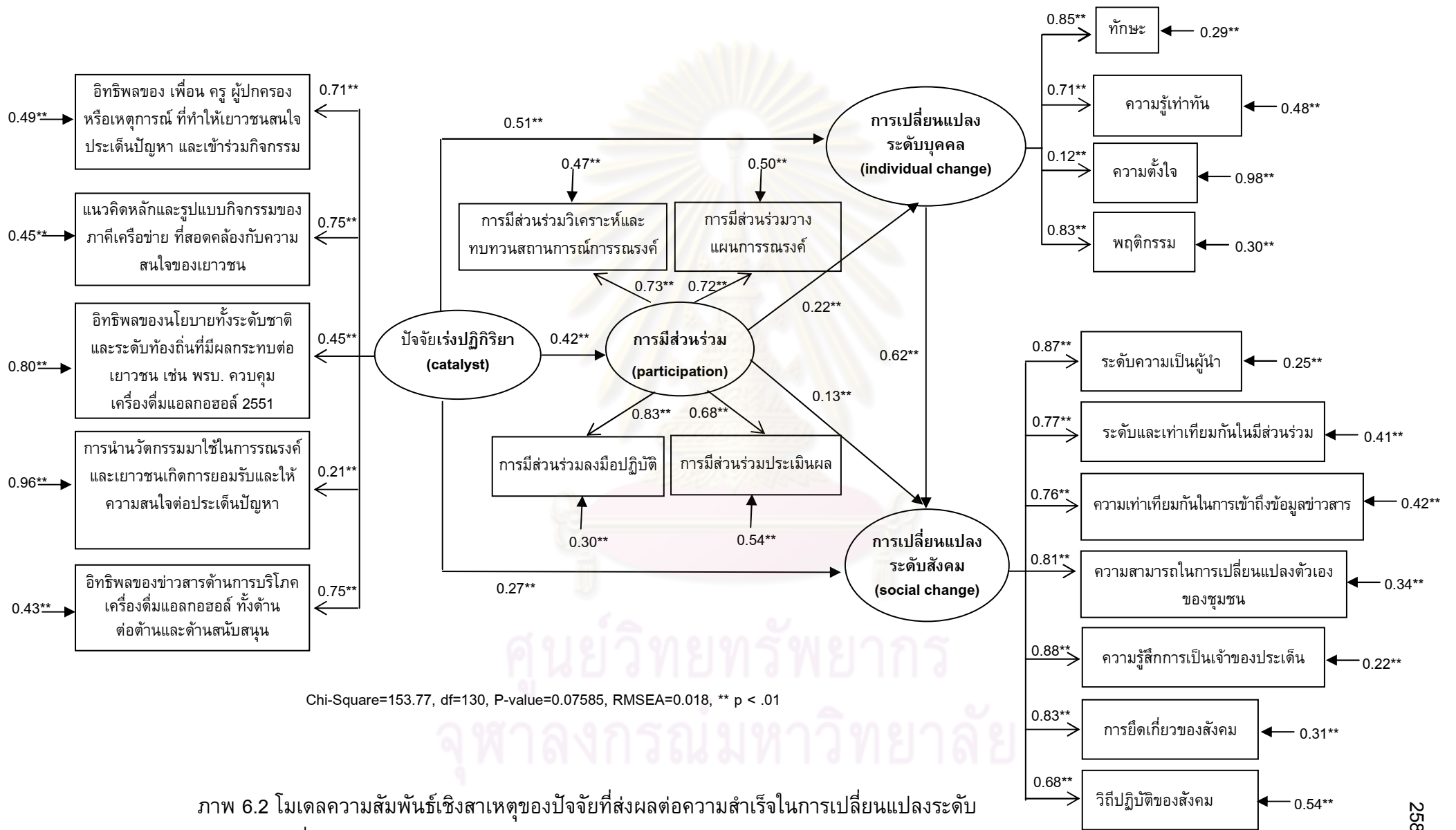


ภาพ 6.1 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน (ก่อนการปรับโมเดล)

เนื่องจากการวิเคราะห์ข้อมูลก่อนการปรับโมเดล มีดัชนีชี้วัดหลายตัวยังไม่ผ่านตามเกณฑ์ที่กำหนด จึงมีความจำเป็นต้องปรับโมเดลให้มีความสอดคล้องกลมกลืนมากขึ้น โดยผู้วิจัยได้ปรับให้ความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงที่ตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันได้ โดยในการปรับโมเดลจะพิจารณาค่าเสนอแนะจากโปรแกรมหรือดัชนีปรับโมเดล (Model Modification Indices: MI) และค่าการเปลี่ยนแปลงพารามิเตอร์ที่คาดหวังมาตรฐาน (Standardized Expected Parameter Change: SEPC) จนได้โมเดลที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์โมเดลที่ปรับแล้วมีค่าค่าสถิติไค-สแควร์เท่ากับ 152.359 p value เท่ากับ 0.078 ซึ่งไม่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อัตราส่วนระหว่างค่าสถิติไค-สแควร์กับจำนวนองศาอิสระ (χ^2 / df) มีค่า 1.181 GFI เท่ากับ 0.973 AGFI เท่ากับ 0.957 RMSEA เท่ากับ 0.018 SRMR เท่ากับ 0.029 และค่า CN เท่ากับ 625.039 ดัชนีทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด ดังตาราง 6.9 และโมเดลสุดท้ายปรับแล้วดังภาพ 6.2

ตาราง 6.9 ค่าสถิติความสอดคล้องของโมเดลตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวม

ค่าดัชนี	เกณฑ์	หลังการปรับโมเดล	
		ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
χ^2 / df	< 2	153.770 / 130 = 1.183	ผ่านเกณฑ์
p value of χ^2	> .05	0.078	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	\leq .05	0.018	ผ่านเกณฑ์
SRMR	\leq .05	0.029	ผ่านเกณฑ์
GFI	> .90	0.973	ผ่านเกณฑ์
AGFI	> .90	0.956	ผ่านเกณฑ์
CN	\geq 200	609.745	ผ่านเกณฑ์



ตาราง 6.10 เมทริกซ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

ตัวแปรแฝง	การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม (Social change)	การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (Individual change)	การมีส่วนร่วม (Participation)	ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา (Catalyst)
Social change	1			
Individual change	0.840	1		
Participation	0.517	0.433	1	
Catalyst	0.699	0.603	0.423	1

จากตาราง 6.10 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมในการรณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน พบว่าการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลสูงที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา และการมีส่วนร่วม ตามลำดับ และยังพบว่าการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยเร่งปฏิกิริยาสูงกว่าการมีส่วนร่วม

ตาราง 6.11 อิทธิพลทางตรง (Direct effects: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effects: IE) และอิทธิพลรวม (Total effects: TE) ระหว่างตัวแปรแฝงเชิงสาเหตุ กับตัวแปรแฝงเชิงผล

ตัวแปรผล	R ²	ตัวแปรเชิงสาเหตุ								
		ปัจจัยเร่งปฏิกิริยา			การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล			การมีส่วนร่วม		
		DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม	0.777	0.278**	0.431**	0.699**	0.619**	-	0.619**	0.135**	0.134**	0.269**
การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล	0.402	0.511**	0.092**	0.603**	-	-	-	0.217**	-	0.217**
การมีส่วนร่วม	0.179	0.423**	-	0.423**	-	-	-	-	-	-

** p < .01 * p < .05

จากตาราง 6.11 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน พบว่า

การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม ได้รับอิทธิพลทางตรงสูงสุดจากการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลเท่ากับ 0.619 และได้รับอิทธิพลรวมสูงสุดจากตัวเร่งปฏิริยาเท่ากับ 0.699 ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.278 และทางอ้อม เท่ากับ 0.431 โดยอิทธิพลทางอ้อมส่งผ่านมาทางการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลสูงกว่าผ่านทางมีส่วนร่วม สำหรับการมีส่วนร่วมส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมผ่านทางเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลเท่ากับ 0.134 โดยตัวแปรทั้งหมดที่อยู่ในโมเดลสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมได้ร้อยละ 77.7

สำหรับการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยเร่งปฏิริยาสูงที่สุด เท่ากับ 0.511 รองลงมาคือ ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการมีส่วนร่วม เท่ากับ 0.217 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากปัจจัยเร่งปฏิริยาผ่านทางมีส่วนร่วม เท่ากับ 0.092 โดยตัวเร่งปฏิริยาและการมีส่วนร่วม สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลได้ร้อยละ 40.2

สำหรับตัวแปรการมีส่วนร่วม ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยเร่งปฏิริยา เท่ากับ 0.423 โดยความแปรปรวนจากตัวเร่งปฏิริยาสามารถอธิบายความแปรปรวนของการมีส่วนร่วมได้ร้อยละ 17.9

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมในการรณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน คือ การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล ส่วนตัวแปรที่ส่งอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม คือ ปัจจัยเร่งปฏิริยา และตัวแปรที่อยู่ในโมเดลที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการอธิบายการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมในการรณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน เนื่องจากสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมได้มากกว่าร้อยละ 50 ดังตาราง 6.12

ตาราง 6.12 อิทธิพลรวม (Total effects: TE) ของตัวแปรแฝงเชิงสาเหตุที่มีต่อตัวแปรสังเกตได้เชิงผล

ตัวแปรผล	R ²	ตัวแปรเชิงสาเหตุ		
		ปัจจัยแรงปฏิกริยา	การเปลี่ยนแปลง ระดับบุคคล	การมีส่วนร่วม
การเปลี่ยนแปลงระดับสังคม (Social change)				
ระดับความเป็นผู้นำ (SoC1)	0.749	0.606**	0.537**	0.233**
ระดับความเท่าเทียมกันใน การมีส่วนร่วม (SoC2)	0.590	0.536**	0.475**	0.207**
ความเท่าเทียมกันในการ เข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (SoC3)	0.580	0.532**	0.471**	0.205**
ความสามารถในการ เปลี่ยนแปลงตัวเองของ ชุมชน (SoC4)	0.653	0.563**	0.499**	0.217**
ความรู้สึกรับผิดชอบ ประเด็น (SoC5)	0.776	0.614**	0.544**	0.237**
การยึดถือของสังคม (SoC6)	0.687	0.578**	0.512**	0.223**
วิถีปฏิบัติของสังคม (SoC7)	0.461	0.475**	0.421**	0.183**
การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (Individual change)				
ทักษะ (InC1)	0.715	0.513**	-	0.184**
ความรู้เท่าทัน (InC2)	0.513	0.431**	-	0.155**
ความตั้งใจ (InC3)	0.014	0.072**	-	0.026*
พฤติกรรม (InC4)	0.690	0.500**	-	0.180**
การมีส่วนร่วม (Participation)				
การมีส่วนร่วมวิเคราะห์และ ทบทวนสถานการณ์การ รณรงค์ (Parti1)	0.505	0.302**	-	-
การมีส่วนร่วมวางแผนการ รณรงค์ (Parti2)	0.536	0.310**	-	-
การมีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติ (Parti3)	0.696	0.350**	-	-
การมีส่วนร่วมประเมินผล (Parti4)	0.464	0.288**	-	-

จากตาราง 6.12 สำหรับผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวมจากตัวแปรแฝงเชิงสาเหตุ ที่มีผลต่อตัวแปรสังเกตได้ พบว่าตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล ได้รับอิทธิพลรวมสูงสุดมาจาก ปัจจัยแรงปฏิบัติการ รองลงมาคือ การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล และการมีส่วนร่วม ตามลำดับ โดยพบว่า ปัจจัยแรงปฏิบัติการ การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล และการมีส่วนร่วม มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อตัวแปรสังเกตได้ เรียงตามลำดับดังนี้ ความรู้สึกการเป็นเจ้าของ ประเด็น ระดับความเป็นผู้นำ การยึดเกาะของสังคม ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงตัวเอง ของชุมชน ระดับและเท่าเทียมกันในการมีส่วนร่วม ความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร วิถีปฏิบัติของสังคม โดยมีความแปรปรวนที่สามารถอธิบายได้ร้อยละ 77.6 74.9 68.7 65.8 59.0 58.0 และ 46.1 ตามลำดับ

สำหรับตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล ได้รับอิทธิพลรวมมาจากปัจจัยแรงปฏิบัติการสูงกว่าการมีส่วนร่วม โดยพบว่า ปัจจัยแรงปฏิบัติการ และการมีส่วนร่วม มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อตัวแปรสังเกตได้ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ทักษะ พฤติกรรม ความรู้เท่าทัน และความตั้งใจ โดยมีความแปรปรวนที่สามารถอธิบายได้ร้อยละ 71.5 69.0 51.3 และ 1.40 ตามลำดับ

ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วม ได้รับอิทธิพลรวมมาจากปัจจัยแรงปฏิบัติการ โดยพบว่า ปัจจัยแรงปฏิบัติการ มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อตัวแปรสังเกตได้ เรียงตามลำดับดังนี้ การมีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติ การมีส่วนร่วมวางแผนการรณรงค์ การมีส่วนร่วมวิเคราะห์และ ทบทวนสถานการณ์การรณรงค์ และการมีส่วนร่วมประเมินผล ตามลำดับ โดยมีความแปรปรวนที่สามารถอธิบายได้ร้อยละ 69.6 53.6 50.5 และ 46.4 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 7

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: กรณีเครือข่ายเยาวชนด
เหล่า” มีวัตถุประสงค์ในงงานวิจัยคือ

- 1) เพื่อศึกษาและสามารถอธิบายถึงปัจจัยเร่งปฏิบัติการในการให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน
- 2) เพื่อสำรวจและสามารถอธิบายถึงการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน
- 3) เพื่อศึกษาและสามารถอธิบายถึงผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล และระดับสังคม ที่เกิดขึ้นกับเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายเยาวชน
- 4) เพื่อค้นหาและทดสอบความสัมพันธ์เชิงประจักษ์ระหว่าง ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ, กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชน และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

ทั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินงานวิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods approach) แบบ “sequential exploratory design” (Creswell, 2003) ที่เริ่มต้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ในขั้นตอนการสำรวจความรู้ (the exploratory phase) เพื่อประมวลความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ของการรณรงค์ การจัดการกระบวนการสื่อสาร และผลลัพธ์ในการรณรงค์จากมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการศึกษากลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน และตามด้วยกระบวนการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ในขั้นตอนการศึกษาข้อมูลและความสัมพันธ์เชิงประจักษ์ (the descriptive-empirical phase) ที่ศึกษาความสัมพันธ์เชิงประจักษ์ของกระบวนการสื่อสารรณรงค์ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งระดับบุคคลและระดับสังคมของเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรมสื่อสารรณรงค์ของเครือข่าย โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยการวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 549 ราย ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจะถูกนำมาสนับสนุนสิ่งที่ค้นพบในผลของการวิจัยเชิงคุณภาพก่อนหน้า เพื่อทดสอบ (testing) องค์ประกอบของทฤษฎีในรูปของข้อมูลเชิงคุณภาพที่ค้นพบในช่วงการสำรวจความรู้ และที่สำคัญข้อมูลเชิงปริมาณในระยะที่สอง จะช่วยสนับสนุนสิ่งที่ค้นพบในช่วงการวิจัยเชิงคุณภาพในการแสวงหาข้อสรุปเกี่ยวกับงานวิจัย เพื่อมุ่งขยายขอบเขตของข้อสรุปไปสู่บริบทที่กว้างขึ้น (generalization) ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

7.1 สรุปผลวิจัย

แบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในเยาวชนที่ค้นพบในงานวิจัยครั้งนี้ สะท้อนถึงการนำแนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจาย (diffusion model) และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory model) มาผสมผสานกันใน กระบวนการสื่อสารรณรงค์ ทั้งการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน (empowerment and capacity building) และการสื่อสารประเด็นสาธารณะ (public communication) ทั้งนี้ องค์ประกอบสำคัญของกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ประกอบด้วย ปัจจัย เร่งปฏิริยา การมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ และผลลัพธ์การ เปลี่ยนแปลงระดับบุคคล และระดับสังคม ดังอธิบายได้ดังนี้

7.1.1 แนวคิดหลักการสื่อสารในการรณรงค์

การสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนสะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานการสื่อสาร แบบแพร่กระจาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ ผ่านแนวทางการ สื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน และการสื่อสารประเด็นสาธารณะ

การสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชนเป็นกระบวนการจัดการความรู้ที่เน้นการ ปฏิภาหหรือในกลุ่มเยาวชน (community dialogue) เพื่อมุ่งให้เยาวชนเกิดความรู้เท่าทันในสอง ประเด็นควบคู่กันไป คือการรู้เท่าทันตัวเอง และการรู้เท่าทันต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เยาวชนจะ ถูกคาดหวังว่าจะสามารถเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับสารเป็นผู้สื่อสารประเด็นสาธารณะซึ่งเป็นขั้น ต่อไปได้ เครื่องมือหลักในการพัฒนาศักยภาพเยาวชน คือ สื่อกิจกรรม อาทิ ค่ายเยาวชน กระบวนการละคร และสื่อบุคคล อาทิ ครู เจ้าหน้าที่เครือข่าย และวิทยากรกระบวนการ

บทบาทหน้าที่ของสื่อกิจกรรม มีสามประการด้วยกัน คือ ประการแรก สร้าง กระบวนการหล่อหลอมทางสังคมเพื่อให้เยาวชนเข้าใจร่วมกันถึงเป้าหมายและวิธีการของ องค์กรอุปถัมภ์ทุน และเครือข่าย ประการที่สอง เป็นพื้นที่การเรียนรู้รูปแบบใหม่ที่เปิด ประสพการณ์การเรียนรู้ของเยาวชน ความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้จะกระจายไปในหลายทิศทาง ทั้ง การเรียนรู้ระหว่างเยาวชนด้วยกันเอง หรือการเรียนรู้ระหว่างเยาวชนกับเครือข่ายหรือองค์กร กรอุปถัมภ์ทุน และประการที่สาม เป็นพื้นที่สร้างความสัมพันธ์กับเพื่อน และเครือข่าย เพื่อเพิ่ม ระดับการเปิดเผยตัวเอง (self disclosure) ของเยาวชน อันจะเป็นรากฐานสำคัญในการ ก่อให้เกิดกระบวนการปฏิภาหหรือในกลุ่มเยาวชน (community dialogue) ต่อไป

ในขณะที่บทบาทหน้าที่ของสื่อบุคคลนั้น ประกอบด้วย

1. กระตุ้นให้เยาวชนเกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และสามารถดึงเอาศักยภาพของตนเองออกมาผ่านกระบวนการปรึกษาหารือ (dialogue) ระหว่างกัน การเรียนรู้ผ่านการสื่อสารระหว่างครูและพี่เลี้ยงกับเยาวชนจะกระตุ้นให้เยาวชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการที่นำเสนอมาอย่างแท้จริง และเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น เช่น การกำหนดประเด็น หรือกิจกรรมที่อยากจะทำ
2. การถ่ายทอดความรู้ ครูและพี่เลี้ยงจะเป็นผู้สื่อสารที่มีความเชี่ยวชาญ (trained communicator) ในประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์ ที่จะชี้แนะวิธีคิด กระบวนการดำเนินงานที่เหมาะสมให้กับเยาวชน เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน รวมถึงการติดตั้งการคิดเชิงวิเคราะห์
3. การเป็นผู้สนับสนุน และให้ความช่วยเหลือการบริหารโครงการ ครูและพี่เลี้ยงทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) ในด้านการสนับสนุนงบประมาณ การประสานงาน การเป็นพี่เลี้ยงที่จะให้คำปรึกษา การช่วยแก้ปัญหา การติดตาม วางแผน ประสานงานการดำเนินการในพื้นที่ และร่วมกันผลักดันการจัดสภาพแวดล้อมทั้งภายในโรงเรียน และรอบสถานศึกษา
4. การชี้แนะทิศทางการดำเนินงาน และช่วยกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนการดำเนินงานของเยาวชนเพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในพื้นที่ รวมถึงเสริมการทำงานในมิติอื่นๆ ให้สอดคล้องกับการดำเนินงานของเยาวชน
5. การเป็นตัวเชื่อมประสานกับผู้อำนาจเชิงนโยบายในพื้นที่ ครูและพี่เลี้ยงจะเป็นผู้ประสานกับผู้ที่มีอำนาจเชิงนโยบายในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น ผู้บริหารสถานศึกษา, หน่วยงานภาครัฐ หรือผู้นำชุมชน เพื่อสนับสนุน ผลักดัน และการบังคับใช้นโยบาย
6. การสร้างความต่อเนื่องและการขยายเครือข่าย สนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการสร้างแกนนำเยาวชนในพื้นที่ และขยายผลไปสู่การเปิดโอกาสให้เยาวชนต่างเครือข่าย สถาบันการศึกษา ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน

การสื่อสารเพื่อพัฒนาเยาวชนที่กล่าวมานั้นก็เพื่อส่งเสริมศักยภาพเยาวชนให้มีความสามารถในการเป็นผู้สื่อสารในประเด็นสาธารณะ โดยเฉพาะการให้ความรู้และการเฝ้าระวังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ เครื่องมือการสื่อสารที่เยาวชนใช้เป็นหลักในการสื่อสารประเด็นสาธารณะ คือ การให้ความรู้ผ่านสื่อบุคคล การจัดกิจกรรมในสถานศึกษาหรือชุมชน การใช้สื่อประชาสัมพันธ์การรณรงค์ และการเรียกร้องพื้นที่ข่าวจากสื่อมวลชน ดังนี้

กิจกรรมในสถานศึกษาหรือชุมชน เป็นกิจกรรมต้นแบบในการรณรงค์ในพื้นที่ของเยาวชน โดยเน้นการให้ความรู้ และการเฝ้าระวังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ทั้งนี้มีแนวคิดสำคัญในการดำเนินกิจกรรมในสถานศึกษาและชุมชนมีสี่ประการ คือ

1. การจัดกิจกรรมต้องอยู่บนช่วงเวลาที่เหมาะสม เช่น จัดกิจกรรมร่วมไปกับงานประเพณีที่เกิดขึ้นในสถานศึกษาหรือชุมชน เช่น งานรับน้อง, งานกีฬา หรืองานเทศกาล ประเพณี อย่างงานสงกรานต์ เป็นต้น รูปแบบกิจกรรม ก็มักจะเป็น กิจกรรมละคร หรือ การประกวดต่างๆ ในสถานศึกษา
2. กิจกรรมต้องเอื้อให้เกิดการมีส่วนร่วมจากกลุ่มเป้าหมาย และสามารถต่อยอดไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อำนาจการตัดสินใจในเชิงนโยบาย เพื่อหวังผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
3. การออกแบบกิจกรรมต้องสอดคล้องกับบริบทของปัญหาในพื้นที่ เพื่อให้เกิดความรู้สึกเชิงอารมณ์ (affective involvement) ทั้งแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และกลุ่มเป้าหมาย, การเชื่อมโยงและบูรณาการเนื้อหาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าไปสู่ตัวกิจกรรม (cognitive involvement) แต่ยังคงความสนุกสนานในการเข้ามามีประสบการณ์ร่วมเข้าไปอีกด้วย ทั้งนี้สาร (message) ต้องชัดเจน และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
4. การผลิตคู่มือในการดำเนินกิจกรรม ซึ่งได้มาจากการถอดบทเรียนความรู้ระหว่างกระบวนการ เพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้นที่จะเผยแพร่ต่อไปสู่กลุ่มอื่นๆ

สื่อประชาสัมพันธ์ หรือสื่อรณรงค์ต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสารประเด็นสาธารณะ มักเป็นสื่อที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรอุปถัมภ์ทุน แต่ผลวิจัยพบว่าสื่อรณรงค์ดังกล่าวยังไม่สามารถทำหน้าที่ตามวัตถุประสงค์เรื่องการสร้างความรับรู้ได้ เพราะขาดความน่าสนใจ และระดับการรับรู้ในกลุ่มเยาวชนค่อนข้างต่ำ ด้วยเหตุนี้ จึงมีเยาวชนพยายามที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในการใช้สื่อรณรงค์ในสามลักษณะ คือ การดัดแปลงและต่อยอดการใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์จากส่วนกลาง โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ และนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือในสถานศึกษามาประยุกต์ใช้ เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการนำเอาสื่อรณรงค์ไปใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ นอกจากนี้ การสร้างการมีส่วนร่วมในสื่อสมัยใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต ต้องสร้างขึ้นมาบนพื้นฐานของการเป็นชุมชน (community web) ไม่ใช่เป็นการให้ข่าวสารข้อมูล (information web) ทั้งนี้ต้องผสมผสานประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าไปอย่างแนบเนียน เพื่อลดปฏิกิริยาต่อต้านจากเยาวชน รวมถึงการค้นหาสื่อใหม่ในการสื่อสาร เช่น การใช้ช่องทางเครือข่ายทางสังคม (social network) ในการสร้างประเด็นสาธารณะจากมุมมองของเยาวชน

การเรียกร้องพื้นที่จากสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือการสื่อสารประเด็นสาธารณะที่มีความสำคัญในปัจจุบัน เพราะเป็นแนวทางการสื่อสารที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ขององค์กรอุปถัมภ์ทุนที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนนโยบาย เยาวชนสร้างประเด็นสาธารณะขึ้นมาพร้อมกับองค์กรอุปถัมภ์ทุนและเครือข่ายในการกำหนดประเด็นที่เครื่องตีแมลงออลมีผลกระทบต่อเยาวชน ทำให้สื่อมวลชนเกิดความสนใจจนกลายเป็นวาระสื่อมวลชน (media agenda) และยกระดับขึ้นเป็นวาระสาธารณะ (public agenda) และ วาระเชิงนโยบาย (policy agenda) ตามลำดับ

การสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน และการสื่อสารประเด็นสาธารณะ ถือเป็นแนวทางการสื่อสารที่สำคัญในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยพยายามที่ค้นหาแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาแบบจำลองจากแบบจำลองเชิงบูรณาการของกระบวนการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม (Integrated Model of Communication for Social Change) ของ Figueroa et al. (2002) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญอยู่สามประการ คือ ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ ระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ และผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง

7.1.2 ปัจจัยเร่งปฏิบัติการในการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์

ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยที่กระตุ้นให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ในระดับมาก คือ สิ่งเร้าภายใน เครือข่าย และนวัตกรรม ส่วนนโยบาย และสื่อสารมวลชน อยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้ ปัจจัยเร่งปฏิบัติการด้านสิ่งเร้าภายใน คือ คุณลักษณะจิตอาสา ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของครอบครัว และคนใกล้ชิด, ปัจจัยเร่งปฏิบัติการด้านเครือข่าย คือ ทักษะการถ่ายทอดความรู้ และกระบวนการจัดการความรู้ของเครือข่าย ปัจจัยเร่งปฏิบัติการด้านนวัตกรรม คือ การเข้าถึงนวัตกรรม และความสอดคล้องของนวัตกรรมกับประเด็นการรณรงค์ ปัจจัยเร่งปฏิบัติการด้านนโยบาย คือ การบังคับใช้ในพื้นที่ และกระบวนการขับเคลื่อนนโยบายในพื้นที่ ปัจจัยเร่งปฏิบัติการด้านสื่อสารมวลชน คือ การสร้างวาทกรรมทางเลือก และการดึงกรณีศึกษาจากพื้นที่ไปสู่สังคม สาเหตุที่ปัจจัยเร่งปฏิบัติการต่างๆ เหล่านี้ทำงานได้เพราะสอดคล้องกับลักษณะทางจิตวิทยาของเยาวชนที่ต้องการค้นหาคุณค่าของตนเอง การให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ของเพื่อนกลุ่มสังคมเดียวกัน การได้มีโอกาสเรียนรู้ และคิดวิเคราะห์ด้วยตนเอง การได้สำรวจประสบการณ์ใหม่ๆ รวมถึงการได้รับการยอมรับจากสังคม

ปัจจัยแรงปฏิบัติการต่างๆ ต้องถูกจัดการเพื่อให้ทำงานร่วมกันในการกระตุ้นให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์เพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เครื่องข่ายต้องวางปัจจัยแรงปฏิบัติการในจุดติดต่อกัน (contact point) ต่างๆ ที่เชื่อมเยาวชน จนเกิดเป็นจุดสำคัญในการเปลี่ยนแปลง (trigger point) ไปสู่การมีความตั้งใจ (commitment) ที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์เพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างแท้จริง

7.1.3 ระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์

ผลวิจัยยังชี้ชัดกว่า ระดับการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ทั้งขั้นตอนการทบทวนสถานการณ์ ด้านการวางแผน ด้านการลงมือปฏิบัติ และด้านการประเมินผลอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า

การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการทบทวนสถานการณ์ เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทบทวนสถานการณ์ ตั้งแต่เข้าร่วมกิจกรรมในวันแรกของเครือข่าย เช่น ค่ายเยาวชน กระบวนการละคร หรือการพูดคุยกับเจ้าหน้าที่เครือข่าย ที่มีจะเริ่มกระบวนการโดยให้เยาวชนได้ทบทวนตนเอง และพยายามสอดแทรกสถานการณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีผลกระทบต่อตนเอง เพื่อนำไปสู่ “การรู้เท่าทัน” แต่อย่างไรก็ตามการกำหนดประเด็นในการสื่อสาร รวมถึงการพยายามถ่ายทอดชุดความรู้ (knowledge transfer) จากองค์กรอุปถัมภ์ทุนสู่เยาวชนในขั้นตอนนี้ ทำให้การมีส่วนร่วมของเยาวชนในขั้นตอนการทบทวนสถานการณ์อยู่ภายใต้กรอบแนวคิดที่ถูกกำหนดไว้แล้วโดยเจ้าหน้าที่เครือข่าย หรือองค์กรอุปถัมภ์ทุน

การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการวางแผน การตัดสินใจเชิงนโยบายและการวางแผนต่างๆ ยังขึ้นอยู่กับเครือข่ายที่จะเป็นคอบยชี้นแนะ จนเมื่อเยาวชนมีศักยภาพเพียงพอ และพร้อมที่จะแสดงจุดยืนของตนเองสู่สังคม เครือข่ายก็จะลดบทบาทลงเป็นผู้ประสานงานอยู่เบื้องหลัง ดังเช่นในกรณีการจัดกิจกรรมในสถานศึกษาต่างๆ แต่อย่างไรก็ตาม เยาวชนมีส่วนร่วมแค่ในระดับหนึ่งเท่านั้น เพราะเครือข่ายจะเป็นผู้กำหนด “โจทย์” ในการดำเนินงานให้กับเยาวชน เพื่อเป็นแนวทางให้เยาวชนได้เห็นเป้าหมายที่องค์กรอุปถัมภ์ทุนต้องการ และนำเอากรอบแนวคิดนั้นมาพัฒนาเป็นแผนการดำเนินงานในพื้นที่ของตนเองต่อไป

การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการลงมือปฏิบัติ เยาวชนมีส่วนร่วมในขั้นตอนนี้มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับขั้นตอนอื่น เพราะเป็นขั้นตอนการลงมือปฏิบัติการร่วมกัน (collective action) เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงผ่านกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมละคร การดำเนินกิจกรรมเพื่อการเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมาย แต่อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วม

ร่วมของเยาวชนแม้จะสูงกว่าขั้นตอนอื่น แต่กรอบการทำงานก็ยังถูกกำหนดโดย องค์กรอุปถัมภ์
ทุน หรือเครือข่าย เยาวชนมีหน้าที่เพียงแค่ร่วมลงมือปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการ
สื่อสารรณรงค์ต่าง ๆ ในขั้นตอนนี้จึงเปรียบเสมือน “พิธีกรรม” ในการสื่อสารเท่านั้น

การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการประเมินผล การประเมินผลเกิดขึ้นทั้งระหว่างและหลังการ
ดำเนินงานกิจกรรมในพื้นที่ ส่วนใหญ่จะจัดการผ่านรูปแบบการใช้เวทีเสวนาร่วมกัน (dialogue)
หรือการถอดบทเรียน ระหว่างเยาวชนด้วยกัน หรือระหว่างเยาวชนกับเครือข่าย เพื่อวิเคราะห์
หาปัจจัยแห่งความสำเร็จและปัญหาในการดำเนินงาน เยาวชนมักเข้ามามีส่วนร่วมในการถอด
บทเรียนระดับกิจกรรม ส่วนการถอดบทเรียนในระดับนโยบายนั้นมักเป็นหน้าที่ขององค์กร
อุปถัมภ์ทุนและเครือข่าย

ผลการวิจัยด้านการมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์สรุปว่า การมี
ส่วนร่วมของเยาวชนในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการสื่อสารรณรงค์อยู่ในระดับปานกลาง
สืบเนื่องของแนวทางการสื่อสารรณรงค์แบบผสมผสานระหว่างการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และ
การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม กล่าวคือ องค์กรอุปถัมภ์ทุน และเครือข่ายมักจะกำหนดนโยบาย
เป้าหมายรวมถึงแนวทางการรณรงค์มาให้เยาวชนเป็นผู้รับไปดำเนินการต่อไป ทั้งนี้ผู้วิจัยศึกษา
การมีส่วนร่วมของเยาวชนควบคู่ไปกับการจัดการสื่อสารขององค์กรอุปถัมภ์ทุน และเครือข่าย
ในกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน และกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะ

7.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล และระดับสังคม

ในส่วนของผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงนั้น ผลวิจัยระบุว่า เยาวชนเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้ง
ในระดับบุคคลและสังคม กล่าวคือ

การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลด้านทักษะ ด้านความรู้เท่าทัน และด้านพฤติกรรมอยู่ใน
ระดับมาก ส่วนด้านความตั้งใจอยู่ในระดับปานกลาง

การเปลี่ยนแปลงระดับสังคมด้านระดับความเป็นผู้นำ ด้านความเท่าเทียมกันในการมี
ส่วนร่วม ด้านความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถ
ของกลุ่ม ด้านความรู้สึกรับรู้ถึงการเป็นเจ้าของประเด็น ด้านการยึดถือของสังคม และด้านวิถี
ปฏิบัติของสังคมอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยเร่งปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ และผลการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน พบว่าการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลสูงสุด รองลงมาคือ ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ และการมีส่วนร่วม ตามลำดับ และยังพบว่า การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยเร่งปฏิบัติการสูงกว่าการมีส่วนร่วม

ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม คือ การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล ส่วนตัวแปรที่ส่งอิทธิพลรวมสูงสุดต่อการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมคือ ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ และตัวแปรที่อยู่ในโมเดลที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการอธิบายการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน

สำหรับผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวมจากตัวแปรแฝงเชิงสาเหตุ ที่มีผลต่อตัวแปรสังเกตได้ พบว่าตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล ได้รับอิทธิพลรวมสูงสุดมาจาก ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ รองลงมาคือ การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล และการมีส่วนร่วม ตามลำดับ โดยพบว่า ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล และการมีส่วนร่วม มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อ ตัวแปรสังเกตได้ เรียงตามลำดับดังนี้ ความรู้สึกการเป็นเจ้าของประเด็นระดับความเป็นผู้นำ การยึดเกาะของสังคม ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงตัวเองของชุมชนระดับและเท่าเทียมกันในการมีส่วนร่วม ความเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร วิถีปฏิบัติของสังคม

สำหรับตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล ได้รับอิทธิพลรวมมาจากตัวเร่งปฏิบัติการสูงกว่าการมีส่วนร่วม พบว่า ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ และการมีส่วนร่วม มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อตัวแปรสังเกตได้ เรียงตามลำดับดังนี้ ทักษะ พฤติกรรม ความรู้เท่าทัน และความตั้งใจ

ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการมีส่วนร่วม ได้รับอิทธิพลรวมมาจากตัวเร่งปฏิบัติการ พบว่า ปัจจัยเร่งปฏิบัติการ มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อตัวแปรสังเกตได้ เรียงตามลำดับดังนี้ การมีส่วนร่วมลงมือปฏิบัติ การมีส่วนร่วมวางแผนการรณรงค์ การมีส่วนร่วมวิเคราะห์และทบทวนสถานการณ์การรณรงค์ และการมีส่วนร่วมประเมินผล ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป ข้อค้นพบสำคัญของแบบจำลองการสื่อสารนี้คือ การเสนอมุมมองใหม่ในการจัดการกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง โดยนำเสนอแนวคิดการผสมผสานระหว่าง

การสื่อสารแบบแพร่กระจาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเข้าด้วยกัน โดยมีหลักการสำคัญสามประการด้วยกันคือ ความตั้งใจมุ่งมั่น การรู้เท่าทัน และการมีอำนาจในการตัดสินใจผ่านกระบวนการเร่งปฏิริยา การพัฒนาศักยภาพเยาวชน และการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ตามลำดับ ซึ่งผลการวิจัยก็บ่งชี้ว่า ทั้งสามตัวแปรมีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล และระดับสังคม

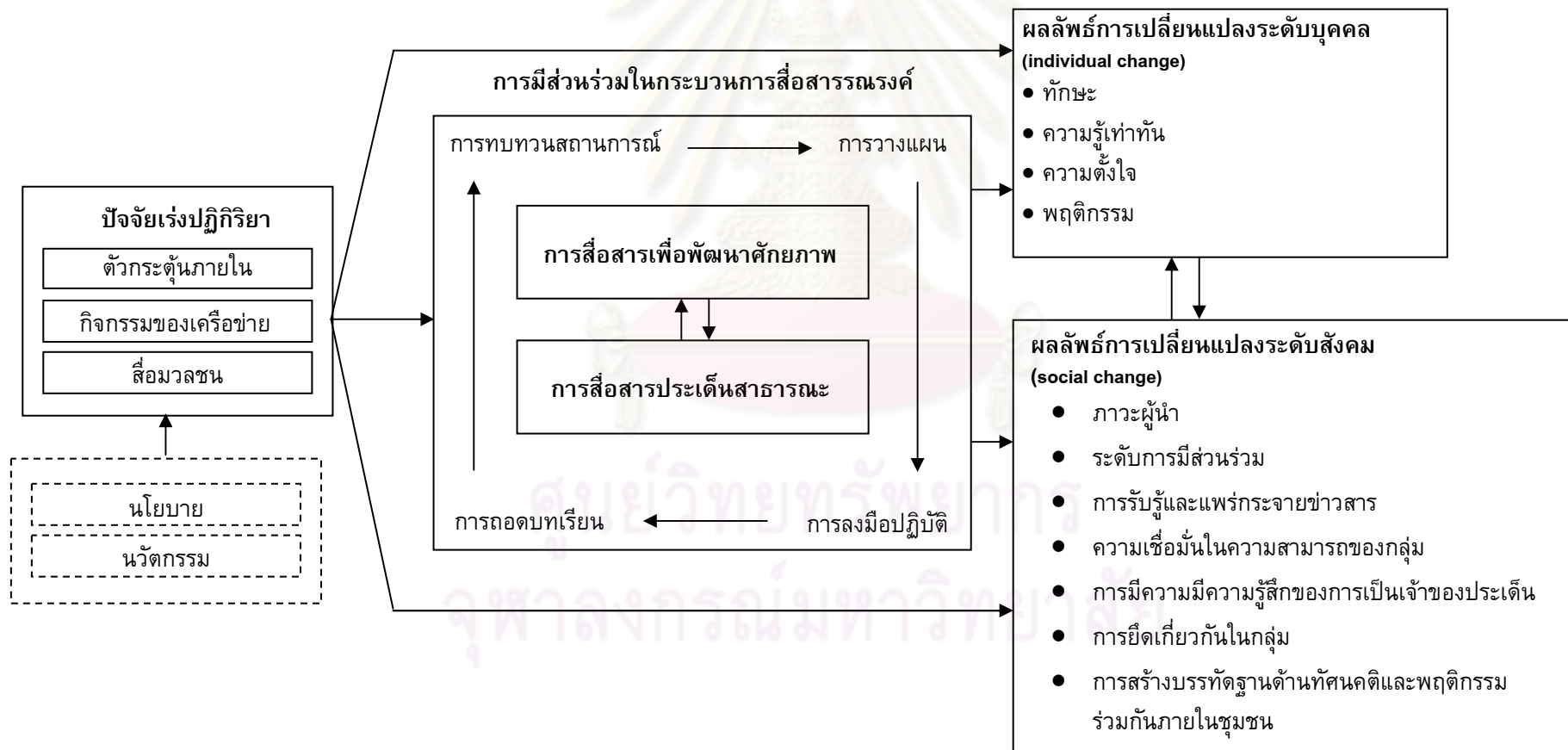
ปัจจัยเร่งปฏิริยาต้องประกอบด้วยการทำงานร่วมกันของปัจจัยอย่างน้อย 3 ประการ คือ ประการแรก แรงกระตุ้นที่เกิดจากภายในตัวเยาวชนเอง ซึ่งอาจเกิดจากพื้นฐานครอบครัว กลุ่มเพื่อน หรือการมีประสบการณ์ตรงกับตนเองหรือคนรอบตัวจากผลกระทบบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ประการที่สอง การกระตุ้นเร้าด้านประสบการณ์การเรียนรู้ที่มาจากกิจกรรมของเครือข่าย (change agent) และพลังในการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อมวลชน

เยาวชนที่ได้รับปัจจัยเร่งปฏิริยาที่เหมาะสมจะเข้าสู่กระบวนการสื่อสารรณรงค์ ทั้งการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน และการสื่อสารประเด็นสาธารณะ เยาวชนจะเปลี่ยนบทบาทตนเองจากผู้รับสาร หรือกลุ่มเป้าหมาย กลายเป็นผู้สื่อสารเพื่อการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยเร่งปฏิริยามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคลและระดับสังคมสูงกว่าการมีส่วนร่วม เพราะปัจจัยเร่งปฏิริยาสามารถกระตุ้นเร้าให้เยาวชนเกิดการเปลี่ยนแปลงได้โดยตรง ในขณะที่การมีส่วนร่วมของเยาวชนนั้น ถูกกำหนดกรอบการมีส่วนร่วมโดยองค์กรอุปถัมภ์ทุน และเครือข่าย ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งสองหน่วยงานจึงต้องนำเอาความคิดเห็นของเยาวชนเข้ามาพิจารณาในการจัดการการดำเนินงานการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนให้มากขึ้น

ผู้วิจัยแสดงแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ตามภาพ 7.1

ภาพ 7.1 แบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน



7.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “การสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: กรณีเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า” ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นต่างๆ ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

7.2.1 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: การผสมผสานเชิงคู่ขนานระหว่างการสื่อสารแบบแพร่กระจาย (diffusion model) และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory model)

แบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ เพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนได้สะท้อนให้เห็นถึงการนำการสื่อสารแบบแพร่กระจาย (diffusion model) และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory model) มาใช้ร่วมกันเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งการนำเอาแนวคิดการสื่อสารทั้งสองแนวทางมาใช้ร่วมกันนี้ เกิดจากเป้าหมายขององค์กรอุปถัมภ์ทุนที่ต้องการทั้งการขยายความรู้ ควบคู่ไปกับการพัฒนาความเข้มแข็งของเครือข่ายเยาวชนต่างๆ ตามยุทธศาสตร์ “ไตรพลัง” ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงการนำเอาทฤษฎีการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน อย่างน่าสนใจ ซึ่งเป็นการสนับสนุนความคิดเชิงทฤษฎีของ Waisbord (2002) ที่เสนอไว้ว่าการสื่อสารทั้งแบบแพร่กระจาย และแบบมีส่วนร่วมในการสื่อสารรณรงค์นั้น จะถูกพัฒนาในลักษณะเชิงคู่ขนาน (parallel) ไม่ใช่การแทนที่ซึ่งกันและกัน (substitute) และแนวคิดของปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2551ก: 263) ที่กล่าวว่า การขับเคลื่อนมาตรการการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงให้บรรลุเป้าหมายนั้น ไม่สามารถเลือกใช้กรอบคิดแบบกระบวนการทัศนหลัก หรือกระบวนการทัศนอย่าง เป็นเอกเทศ หรือเลือกใช้ที่จะสื่อสารแนวทางใดแนวทางหนึ่งโดยอิสระ โดยไม่คำนึงถึงแนวทางอื่นๆ หรือสภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง

7.2.1.1 การสื่อสารแบบแพร่กระจายในการสื่อสารรณรงค์: การแพร่กระจายผ่านสื่อบุคคล และการพัฒนาเยาวชนเพื่อเป็นตัวแทนการสื่อสาร (communication agent) ขององค์กรอุปถัมภ์ทุน

แม้ว่าการสื่อสารแบบแพร่กระจายจะถูกตั้งคำถามถึงความสามารถในการที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายในการสื่อสารรณรงค์ในปัจจุบัน (Servaes, 2007a) แต่การสื่อสารแบบแพร่กระจายก็ยังถือว่าเป็นแนวคิดที่นำมาใช้เพื่อเป้าหมายหลักสองประการด้วยกัน คือ การเผยแพร่นวัตกรรมและความรู้ใหม่ในการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน และการเร้าให้เกิดแบบแผนความคิดใหม่ๆ (stimulate thinking pattern) ด้วยความเชื่อที่ว่าเยาวชนอยู่ในช่วงวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมหลายๆ อย่างกำลังอยู่

ในช่วงพัฒนาขึ้นมา ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าไปจัดการเพื่อช่วยให้ความรู้แก่เยาวชน และเสนอวิถีทางที่เหมาะสมในการดำรงชีวิต โดยเฉพาะการขับเคลื่อนและเฝ้าระวังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ซึ่งถือว่าเป็นวาระหลักของการดำเนินงานขององค์กรอุปถัมภ์ทุน และเครือข่ายเยาวชน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 เป็นต้นมา

ประเด็นข้อค้นพบที่น่าสนใจในการวิจัยครั้งนี้คือ การสื่อสารแบบแพร่กระจายได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ทั้งในกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพเยาวชน และการสื่อสารประเด็นสาธารณะ โดยเฉพาะในประเด็นการถ่ายทอดความรู้ (knowledge transfer) สู่วัยรุ่นเพื่อ “ขับเคลื่อน” ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเยาวชนในด้านพฤติกรรมระดับบุคคล

ในกระบวนการพัฒนาศักยภาพเยาวชนนั้น การถ่ายทอดความรู้ผ่านช่องทาง “สื่อบุคคล” มีบทบาทความสำคัญเป็นอย่างมาก ดังเห็นได้จาก กิจกรรมการสื่อสารในการถ่ายทอดความรู้ ผ่านสื่อบุคคล เช่น ค่าย, กระบวนการละคร, หรือการปรึกษาหารือกับ พี่เลี้ยง เพื่อน ครู สามารถที่จะเร้าหรือกระตุ้นให้เยาวชนเกิดวิธีคิดใหม่ๆ ต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ดีกว่าสื่อรณรงค์แบบดั้งเดิม ผู้วิจัยพบว่ากรณีการสร้าง “ความรู้เท่าทัน” เป็นตัวอย่างที่ดีในการแสดงให้เห็นถึงเรื่องการถ่ายทอดความรู้ หรือค่านิยมใหม่เพื่อเปลี่ยนความรู้ ค่านิยมเดิมที่มีต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน กล่าวคือ การที่ต้องตัดสินใจว่าจะรับค่านิยมใหม่หรือไม่นั้น ต้องพิจารณาถึงแนวคิดเรื่องของอิทธิพลจากบุคคลในการโน้มน้าวใจ (personal influence) ของทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอน (two step flow of information) ซึ่งผลวิจัยชี้ว่าบุคคลสามารถที่เชื่อมกับความสนใจของเยาวชนแต่ละคนเข้าสู่ประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ ซึ่งข้อค้นพบนี้เป็นการเพิ่มเติมคุณลักษณะของผู้นำทางความคิด (opinion leader) ที่ไม่ใช่ทำหน้าที่เพียงแค่ให้ข่าวสารหรือทัศนคติของตนเองเพิ่มเติมนอกเหนือจากสื่อมวลชนแก่สมาชิกของกลุ่ม (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547) หรือความสามารถในการเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อให้เยาวชนสามารถเข้าถึงได้ โดยเฉพาะข้อมูลที่จำเป็นและมีความสำคัญต่อการตัดสินใจ แต่ต้องเป็นผู้เชื่อมประสานให้เกิดการปรึกษาหารือ ข้อค้นพบนี้จึงสนับสนุนความคิดของ Servaes (2007a: 488) ที่กล่าวไว้ว่า “mass communication is less likely than personal influence to have a direct effect on social behaviour”

สาเหตุที่สื่อบุคคลเหล่านี้สามารถที่เป็นตัวแทน (change agent) ในการเผยแพร่ข่าวสารได้เพราะว่าสามารถเชื่อมโยงประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้ากับความเกี่ยวพันของเยาวชนในสามระดับ คือ ความเกี่ยวพันทางอารมณ์ (affective involvement), ความเกี่ยวพันกับตนเอง (referential involvement) และ ความเกี่ยวพันทางการรับรู้ (cognitive involvement) ได้ (Papa, Singhal, Law, Pant, Sood., Rogers, and Shefner-Rogers, 2000; Sood, 2002)

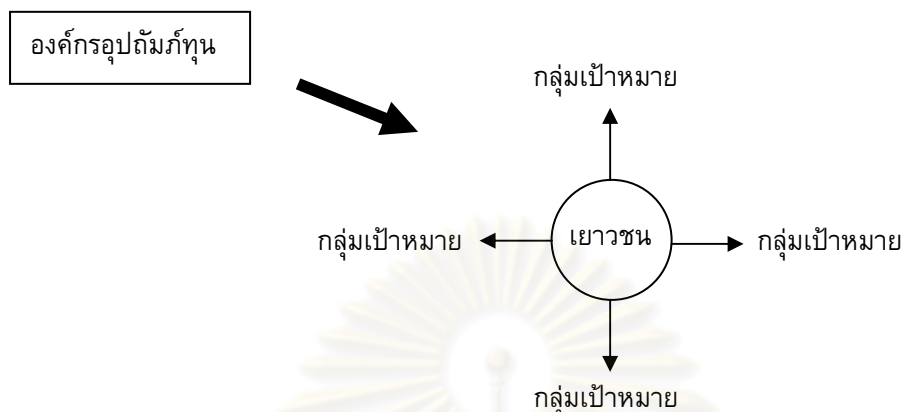
สื่อบุคคลสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าสามารถเชื่อมโยงประสบการณ์เกี่ยวกับผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกิดขึ้นกับเยาวชนหรือคนใกล้ชิด กลยุทธ์การเรียนรู้ที่เครือข่ายใช้คือการเปิดโอกาสให้เยาวชนได้ออกไปปฏิบัติงานในสถานการณ์จริง วิธีนี้เป็นการสร้างความเกี่ยวพันทางอารมณ์ (affective involvement) ให้เกิดขึ้นกับเยาวชน และเมื่อเยาวชนนำประสบการณ์ที่ได้กลับมาแลกเปลี่ยนสื่อสารร่วมกับเครือข่ายในลักษณะการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารภายในกลุ่ม ก็จะเป็นกระบวนการเชื่อมโยงความรู้ที่ได้มาเปรียบเทียบกับสภาวะของตนเองในปัจจุบันและสิ่งที่ต้องการเป็นในอนาคต ซึ่งก็คือการสร้าง ความเกี่ยวพันของประเด็นสู่ตนเอง (referential involvement) นั้นเอง และจะนำไปสู่การเกี่ยวพันทางการรับรู้ (cognitive involvement) ในที่สุด

ด้วยอิทธิพลของสื่อบุคคลในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้องค์กรอุปถัมภ์ทุนและเครือข่ายพยายามที่จะพัฒนาศักยภาพให้เยาวชนกลายเป็นตัวแทนการสื่อสาร (communication agent) ในการสื่อสารประเด็นสาธารณะ ที่ทำงานคู่ขนานไปกับเครื่องมือการสื่อสารรณรงค์อื่นๆ เพราะเยาวชนมีความใกล้ชิดกับกลุ่มเป้าหมาย การสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มเพื่อนจึงมีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ (Morris, 2003) อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบที่น่าสนใจประการหนึ่งของงานวิจัยชิ้นนี้ คือองค์กรอุปถัมภ์ทุนมักมองเยาวชนในการเป็นเพียงแค่ “เสียง” ขององค์กรอุปถัมภ์ทุนในการแพร่กระจายสารรณรงค์ หรือประเด็นสาธารณะต่างๆ ออกไปสู่สังคม มากกว่าที่จะให้เยาวชนเป็นตัวแทนการเปลี่ยนแปลง (change agent) อย่างแท้จริง

ผู้วิจัยค้นพบว่า เยาวชนได้ถูกกำหนดประเด็น วางกรอบในการสื่อสารจากองค์กรอุปถัมภ์ทุนผ่านทางเครือข่าย เพื่อให้สื่อสาร หรือดำเนินกิจกรรมไปในทิศทางที่องค์กรอุปถัมภ์ทุนต้องการ ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงการแพร่กระจายข่าวสารที่มีความแยบยลมากขึ้น เริ่มจากการใช้สื่อมวลชนเป็นตัวแทนในการแพร่กระจาย มาเป็นการใช้เยาวชนเพื่อเป็น “เสียง” ที่จะพูดแทนองค์กรอุปถัมภ์ทุน

การใช้ “เสียง” ของเยาวชนในการสื่อสารประเด็นสาธารณะ ทำให้เกิดคำถามถึงกรอบแนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจายที่เน้นความสำคัญของการสื่อสารในแนวดิ่ง (vertical communication) แบบบนลงล่าง (top-down) แต่ในกรณีการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน การแพร่กระจายข่าวสารโดยเยาวชนสามารถเกิดขึ้นได้รอบทิศทางผ่านเครื่องมือการสื่อสารต่างๆ อาทิ การสื่อสารกับเยาวชนด้วยกันผ่านกิจกรรมในสถานศึกษา การสื่อสารกับสื่อมวลชนผ่านการเรียกร้องพื้นที่ (media advocacy) การสื่อสารกับหน่วยงานที่มีอำนาจตัดสินใจเชิงนโยบายในพื้นที่ ผ่านกิจกรรมการยื่นหนังสือ เป็นต้น ดังแสดงในภาพ 7.2

ภาพ 7.2 เยาวชนในฐานะตัวแทนการสื่อสาร (communication agent) ขององค์กรอุปถัมภ์ทุน



การแพร่กระจายข่าวสารแบบหลากหลายทิศทางนี้เป็นข้อค้นพบสำคัญของงานวิจัยครั้งนี้ ที่แสดงว่าการสื่อสารแบบแพร่กระจายนั้นไม่ได้ทำงานจากองค์กรส่วนกลางเพียงอย่างเดียว แต่มีการทำงานของตัวแทน (agent) ต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะเยาวชนที่เป็นตัวแทนการสื่อสารที่สำคัญ การ “ซ่อนรูป” ของการสื่อสารแบบแพร่กระจายในลักษณะนี้ ก็เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงคำวิพากษ์ในด้านความพยายามที่จะ “ครอบงำ” (manipulate) ผู้รับสาร และลดแรงต่อต้านจากกลุ่มที่เสียประโยชน์ เพราะเยาวชนเปรียบเสมือน “เสียง” จากกลุ่มผู้ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสังคม

7.2.1.2 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการสื่อสารรณรงค์: การทำงานของการสื่อสารแบบส่วนร่วมบนแกนหลักที่เป็นการสื่อสารแบบแพร่กระจาย

ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า แม้เยาวชนถูกกำหนดให้เป็นตัวแทนการสื่อสารในการสื่อสารรณรงค์ที่มีบทบาทในการถ่ายทอด แพร่กระจายความรู้ ข้อมูลข่าวสาร แต่เครือข่ายและเยาวชนก็นำหลักการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาใช้ทั้งในขั้นตอนการพัฒนาศักยภาพเยาวชน และการสื่อสารประเด็นสาธารณะ ผู้วิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมของเยาวชนในเครือข่ายมีทั้งการปรึกษาหารือร่วมกัน (dialogical communication) เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองตามแนวคิด dialogical pedagogy ของ Paulo Freire (1973) และการเข้าถึงแหล่งความรู้ สามารถจัดการ และมีอำนาจตัดสินใจในการผลิตสื่อ (Servaes, 1999; Melkote and Steeves, 2001; Melcote, 2002) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับสาร กลายเป็นผู้ส่งสารในประเด็นสาธารณะ เช่น การผลิตละคร การผลิตกิจกรรมต่างๆ ในชุมชนหรือสถานศึกษาตนเอง การมีส่วนร่วมจึงเป็นกระบวนการสื่อสารที่แฝงอยู่ในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนเกือบทุกขั้นตอน การมีส่วนร่วมของ

เยาวชน กับการเป็นผู้สื่อสารประเด็นสาธารณะจึงเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ออก หากแต่เป็นสองแนวทางที่ขัดเกลิ้วกันอย่างแนบแน่นในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ดังที่ Piotrow, Rimon, Winnard, Kincaid, Huntington and Convisser (1990 อ้างถึงใน Morris, 2003: 266) สนับสนุนข้อค้นพบนี้ ดังกล่าวไว้ว่า

“The participatory process not only resulted in improved materials but also generated a sense of involvement in the process among health workers. Such involvement should be standard procedure in all communication projects, which need to emphasize that communication is a process, not a product.”

แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่าการขัดเกลิ้วของทั้งสองแนวทางนั้นยังมีลักษณะที่เน้นการทำงานบนแกนของความสำคัญของการถ่ายทอดความรู้ (knowledge transfer) มากกว่าการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของเยาวชน กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชนที่เกิดขึ้นเป็นไปในลักษณะกระบวนการที่เป็นเส้นตรง (linear process) ที่ยังคงเน้นการส่งผ่านความรู้จากองค์กรอุปถัมภ์ทุน ดังที่ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเยาวชนมักมีกรอบในการคิด วิธีการทำงานที่กำหนดมาจากองค์กรอุปถัมภ์ทุนและเครือข่ายมาก่อนแล้ว การมีส่วนร่วมของเยาวชนจึงอยู่ในลักษณะ “กึ่งมีส่วนร่วม” (semi-participation) ซึ่งปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่สอดคล้องกับความเห็นของ Servaes (1999: 157) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมกับการให้ความรู้ผ่านบุคคลต่าง ๆ ต้องอยู่บนพื้นฐานที่ความเห็นของเยาวชนต้องได้รับการพิจารณาก่อนที่จะกำหนดแผนการ ทรัพยากร หรือนโยบาย

“Participation does not imply that there is no longer a role for development specialists, planners, and institutional leaders. It only means that the viewpoint of the local public is considered before the resources for the development projects are allocated and distributed and the suggestions for changes in the policy are taken into consideration.”

ผลการวิจัยแสดงว่า องค์กรอุปถัมภ์ทุนและเครือข่าย มองการมีส่วนร่วมของเยาวชน เป็นเพียงแค่ “ผล” ที่ต้องการให้เยาวชนได้เข้ามามีบทบาทในการเป็นผู้สื่อสารประเด็นสาธารณะ เป็นสำคัญเท่านั้น ส่วนใหญ่ความคิดเห็นของเยาวชนไม่ได้ถูกนำมาใช้ในการกำหนดนโยบาย ทรัพยากรต่าง ๆ ที่จำเป็น เช่น การให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเฝ้าระวังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ที่เยาวชนจะถูกกำหนดกรอบการทำงานไว้ก่อนแล้ว โดยการมุ่งเน้นการ “จับผิด” ผู้ประกอบการที่ละเมิดกฎหมาย ทำให้เยาวชนอยู่ในสถานการณ์เสี่ยงต่อการปะทะกับผู้ประกอบการโดยไม่จำเป็น การเปลี่ยนแปลงในเยาวชน

จากการมีส่วนร่วมจึงปรากฏไม่ชัดเจน เพราะกระบวนการมีส่วนร่วมไม่สมบูรณ์ดังกล่าว ปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับ Huesca (2002) ที่วิพากษ์การมีส่วนร่วมในปัจจุบันว่าการปฏิบัติ ในสถานการณ์จริงไม่ตรงกับความหมายที่แท้จริงของ “การมีส่วนร่วม” องค์กรอุปถัมภ์ทุนมัก มองการมีส่วนร่วมของเยาวชนแค่ในระดับการลงมือปฏิบัติการร่วมกันในกิจกรรมใด กิจกรรม หนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่การเริ่มต้นการดำเนินงานจากเยาวชน และเปิดโอกาสให้เยาวชนได้ตัดสินใจ ด้วยตนเองร่วมกันในทุกกระบวนการ ดังที่ Huesca (2002: 220) กล่าวไว้ว่า

“...because of this definitional fuzziness, dominant communication patterns and oppressive social relationship can be and are reproduced under the guise of participation.”

ถึงแม้ว่า การมีส่วนร่วมยังคงปรากฏอยู่ในการสื่อสารณรงค์ แต่ก็แฝงอยู่ภายใต้แนวคิด ของการสื่อสารแบบแพร่กระจาย ซึ่งลักษณะการมีส่วนร่วมที่ทำงานบนแกนหลักที่เป็นการ สื่อสารแบบแพร่กระจายนี้ ทำให้การมีส่วนร่วมกลายเป็นเครื่องมือในการทำงานเพื่อบรรลุ เป้าหมายเท่านั้น แต่สิ่งที่น่าสนใจก็คือการสะท้อนให้เห็นกระบวนการทำงานเชิงคู่ขนานที่การมี ส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาศักยภาพตนเอง มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาตนเองให้เป็น ตัวแทนการสื่อสารหรือผู้การถ่ายทอดความรู้เรื่องผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แสดงได้ ในภาพ 7.3

ภาพ 7.3 กระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชนเพื่อพัฒนาศักยภาพตนเองสู่ผู้สื่อสารประเด็น สาธารณะ



กระบวนการที่เยาวชนกลุ่มต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมดังกล่าวข้างต้น ถือเป็นเปลี่ยนมุมมองในการมองต่อปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยทำให้เยาวชนได้มองปรากฏการณ์ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในมุมมองของผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการแก้ไขปัญหา และเสนอทางออก มากกว่าเป็นผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว เพราะประเด็นเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์มักถูกมองว่าเป็นประเด็นที่ยากต่อการสื่อสารเพราะมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องค่านิยมและพฤติกรรม โดยเฉพาะการมองว่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นปรากฏการณ์ “ปกติ” ดังนั้นการที่จะเข้าถึงกลุ่มเยาวชน จึงต้องใช้ “เสียง” ของเยาวชนในการสื่อสารเพื่อให้สารสามารถเข้าถึงกลุ่มเยาวชน โดยทั่วไปได้ หรืออย่างน้อยก็ “สะกิด” ให้เยาวชนได้กลับมาคิดถึงประเด็นดังกล่าว

7.2.1.3 จุดแห่งการหลอมรวม (point of convergence) แนวคิดการสื่อสารในการรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: การผสานจุดเด่นเพื่อขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

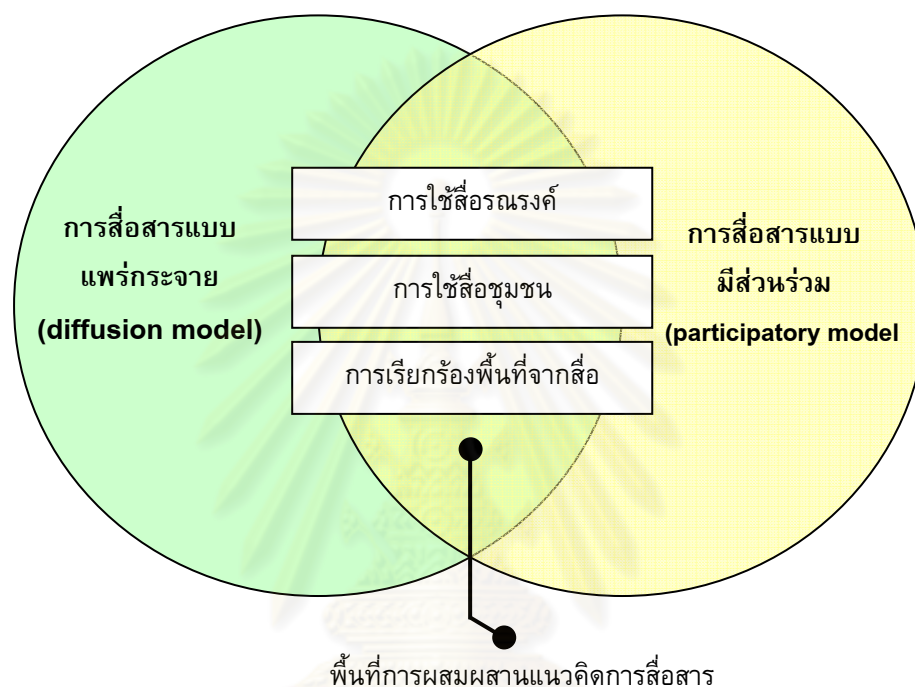
การมีส่วนร่วมของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพอีกประการหนึ่งคือ การเข้าถึงแหล่งความรู้ สามารถจัดการ และมีอำนาจตัดสินใจในการผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่ประเด็นสาธารณะ แต่อย่างที่คุณวิจัยอภิปรายไว้ในหัวข้อก่อนหน้าว่าการมีส่วนร่วมถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการแพร่กระจายข่าวสาร ลักษณะการผสมผสานของแนวคิดการสื่อสารจึงปรากฏชัดในขั้นตอนการสื่อสารประเด็นสาธารณะที่คุณวิจัยจะได้อภิปรายโดยละเอียดถึงการทำงานร่วมกันของการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ดังนี้คือ

ดังผลการวิจัยระบุว่า เยาวชนใช้เครื่องมือการสื่อสารรณรงค์ในการสื่อสารประเด็นสาธารณะที่สำคัญอยู่สามเครื่องมือ คือ การใช้สื่อรณรงค์ การใช้กิจกรรมในชุมชน และ การใช้การเรียกร้องพื้นที่จากสื่อมวลชน ซึ่งแต่ละเครื่องมือนั้นจะดำเนินไปในลักษณะคู่ขนาน (parallel) กัน เพื่อบรรลุเป้าหมายการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคล และระดับสังคม ประเด็นข้อค้นพบที่น่าสนใจก็คือว่า ทั้งสามเครื่องมือมีลักษณะของการผสมผสานแนวคิดการสื่อสารระหว่างการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และแบบมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของแต่ละเครื่องมือ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Waisbord (2001), Morris (2003) และ Servaes (2007a) ที่ระบุว่ารูปแบบการสื่อสารเพื่อการพัฒนาเชิงผสมผสานนั้นไม่มีลักษณะที่เป็นมาตรฐาน หากแต่ต้องปรับไปตามบริบทของแต่ละพื้นที่

นอกจากนี้ ที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาก่อนหน้านี้ว่าบทบาทในการสื่อสารเยาวชนในฐานะผู้สื่อสาร/ผู้ใช้เครื่องมือการสื่อสารนั้น เยาวชนสามารถที่จะถ่ายทอด (diffuse) ข้อมูลข่าวสารได้ในหลายทิศทาง ไม่ใช่แค่การสื่อสารในแนวดิ่ง (vertical communication) ตามกรอบนิยามเดิมของการสื่อสารแบบแพร่กระจาย ซึ่งการที่แกนการสื่อสารเป็นในลักษณะนี้ก็เพราะการนำเอาแนวคิด

การสื่อสารเชิงผสมผสานระหว่างการสื่อสารแบบแพร่กระจายและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาใช้ในเครื่องมือการสื่อสารข้างต้นนั่นเอง เพื่อให้เห็นสถานการณ์ดังกล่าวชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยจะได้อภิปรายประเด็นนี้ผ่านลักษณะการใช้เครื่องมือการสื่อสารของเยาวชนในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ ดังแสดงในภาพ 7.4

ภาพ 7.4 การผสมผสานแนวคิดการสื่อสารในการรณรงค์



พื้นที่การผสมผสานแนวคิดการสื่อสาร

ทั้งสามเครื่องมือการสื่อสารประเด็นสาธารณะ คือ การใช้สื่อรณรงค์ การใช้สื่อชุมชน และการสื่อสารเชิงการเรียกร้องพื้นที่ที่สื่อมวลชน มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง การทำความเข้าใจถึงการนำเอาแนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจายมาใช้ร่วมกับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจะทำให้เราเข้าใจถึงลักษณะการสื่อสาร และบทบาทของเยาวชนในการเป็นผู้สื่อสารประเด็นสาธารณะ ดังนี้

การใช้สื่อรณรงค์ สื่อรณรงค์เป็นเครื่องมือการสื่อสารภายใต้แนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจายที่มุ่ง “ขับเคลื่อน” ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเยาวชน ข้อค้นพบที่น่าสนใจในการวิจัยครั้งนี้คือ เยาวชนสามารถที่จะดึงเอาหลักการของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมาใช้ร่วมกับสื่อรณรงค์ที่เป็นสื่อที่สามารถควบคุมได้ (controlled media) ได้อย่างน่าสนใจ และทำให้สื่อรณรงค์มีพลังในการสื่อสารกับเยาวชน

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าสื่อรณรงค์ที่ใช้อยู่ในขณะนี้ยังไม่สามารถสร้างการรับรู้ต่อกลุ่มเยาวชนได้ตามที่ตั้งใจไว้ สาเหตุเพราะการพัฒนา “สาร” ที่ใช้ในสื่อรณรงค์นั้นขาดความน่าสนใจ และไม่สามารถโยงไปสู่การรับรู้ (cognitive involvement) ของเยาวชนได้ สาเหตุเพราะการออกแบบสารที่ขาดความเข้าใจอย่างแท้จริงในเยาวชน ทั้งในแง่ความคิด การดำเนินชีวิตของเยาวชน ประเด็นนี้ถือจุดที่นักวิชาการวิจัยเป็นอย่างมากต่อการสื่อสารแบบแพร่กระจาย เพราะ “สาร” ถูกพัฒนามาจากหน่วยงานส่วนกลางที่รับผิดชอบด้านกลยุทธ์การสื่อสาร หรือตัวแทนโฆษณา (advertising agency) และมองข้ามการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการมีส่วนร่วมที่จะกำหนดว่าตนเองควรจะจัดการปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างไร (Waisbord, 2001)

ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจที่เกิดขึ้นในการใช้สื่อรณรงค์ คือการพยายามเข้ามามีส่วนร่วมของเยาวชนในการต่อยอด และนำสื่อรณรงค์ไปใช้งานในพื้นที่ตนเอง แม้ว่าจะยังไม่ถึงขั้นที่เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะในขั้นการกำหนด “สาร” ในสื่อรณรงค์ แต่ก็เป็นการเข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติในบางช่วง (semi-participation) โดยการนำเอาองค์ประกอบของวัฒนธรรมวัยรุ่น ไม่ว่าจะเป็น ภาษา ภาพ เสียง การออกแบบ มาสร้างเป็น “สาร” ในภาษาของเยาวชนเอง โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เมื่อเยาวชนนำเอาสื่อรณรงค์เหล่านั้นมาดัดแปลงตามความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง ก็ทำให้สื่อเหล่านั้นมีความน่าสนใจขึ้น ซึ่งปรากฏการณ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shahjahan, Khan & Haque (2008: 35) ที่ศึกษาเรื่องของการให้การศึกษาด้านสุขภาพในเรื่องโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อย่าง HIV/AIDS แก่เยาวชนในบังกลาเทศ ที่ระบุว่า

“television, radio, music, magazines and other media are powerful tools for giving young people information on the consequences of unsafe sexual activity. Mass media is especially useful because media can use elements of popular culture to articulate a message in young people’s own terms.”

นอกจากเรื่องการมีส่วนร่วมในการดัดแปลง “สาร” ในการสื่อสารแล้ว ผู้วิจัยยังค้นพบถึงประเด็นการทำงานร่วมกันเชิงกลยุทธ์ ระหว่างการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน กล่าวคือ สื่อรณรงค์ และสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารแบบแพร่กระจาย ที่จะทำหน้าที่ส่งสารเพื่อให้เยาวชนเกิดการรับรู้ (awareness) ต่อประเด็น ต่อจากนั้นเครือข่ายต่างๆ ในพื้นที่ก็จะทำงานบนพื้นฐานของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ในการเก็บเอาสาร (message) จากส่วนกลาง มาสร้างเป็นประเด็นในการทำงานกับเยาวชนในพื้นที่ แต่ความยากลำบากคือการหาอย่างไรให้สารที่ถูกสื่อสารผ่านสื่อมวลชนสามารถกระตุ้นให้เยาวชนเริ่มสนใจและพูดถึงในประเด็น ซึ่งจะส่งผลต่อเนื่องถึงการทำงานร่วมกัน

วิธีการหนึ่งที่เครือข่ายใช้คือการนำเอาตัวอย่างที่ดี (best practice) ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ มาเรียงร้อยให้นำสนใจและสร้างเป็นแรงบันดาลใจให้กับเยาวชนอื่น ๆ ซึ่งวิธีนี้เป็นการต่อยอดจากกิจกรรมที่เกิดเพียงแคในชุมชนใดชุมชนหนึ่งให้เป็นที่รับรู้สู่สาธารณชน แนวทางการใช้สื่อมวลชนในลักษณะนี้เป็นการลดจุดอ่อนของแนวทางการณรงค์ซึ่งมีส่วนร่วมที่มักจะถูกวิจารณ์ว่าไม่สามารถขยายผลในภาพกว้างได้ ที่การดึงกรณีศึกษาในพื้นที่ทำให้พลังของสารมีความหนักแน่นมากขึ้น กล่าวได้ว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างสารจากส่วนกลางและสารที่มาจากพื้นที่นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะก่อให้เกิดการตื่นตัวในกลุ่มเยาวชนเพื่อที่จะขับเคลื่อนสังคมโดยรวมต่อไป แต่อย่างไรก็ตามข้อที่ควรคำนึงเป็นอย่างมากก็คือการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นบทความ ข่าว แจก หรือกระทั่งชิ้นงานโฆษณา ผู้รับผิดชอบต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลเชิงลึกในด้านทัศนคติ และพฤติกรรมของเยาวชน (insights) ที่จะออกแบบสารหรือวางประเด็นอย่างไรให้สามารถกระตุ้น (trigger) ให้เยาวชนเริ่มเข้าใจว่าปัญหาการดื่มของตนเองหรือของเพื่อนนั้นเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตนเองสูง (high involvement) และเมื่อสิ่งนี้ประกอบกับตัวแรงตัวอื่น ๆ ที่กล่าวไว้ข้างต้น ก็จะทำให้เราสามารถวางจุดแห่งการตัดสินใจ (trigger points) ไว้มากพอที่เยาวชนจะพบเห็น ซึ่งหวังว่าจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในที่สุด

จากที่กล่าวมาข้างต้น เราจะพบว่าการให้การสื่อสารเพื่อให้ความรู้ ไม่ว่าจะผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารภายในกลุ่ม และการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนนั้น ต้องทำงานอย่างสอดคล้องกัน และต้องมีการออกแบบการ “เข้าจังหวะ” ที่ดี ที่เยาวชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากในภาพของการจัดการสื่อสารเชิงกลยุทธ์แล้ว ผู้วิจัยพบว่าการทำงานในการให้ความรู้สู่เยาวชนในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระหว่างการใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล และสื่อมวลชนนั้นยังไม่สามารถหนุนเสริมซึ่งกันและกันได้ เพราะในเวลาที่ควรจะเป็นแล้วนั้น การให้ความรู้ผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น ควรที่จะต่อยอดมาจากการสื่อสารมวลชน (Servaes, 2007a) กล่าวคือเยาวชนควรจะต้องรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนก่อนที่จะพัฒนาเป็นการสื่อสารเสวนา (dialogue) ระหว่างบุคคล การสื่อสารให้ความรู้ที่เกิดขึ้นจึงมักเป็นไปในลักษณะต่างคนต่างทำ ขึ้นอยู่กับเครือข่ายและเยาวชนแต่ละพื้นที่ที่จะใช้ความสามารถในการเชื่อมโยงทั้งสองแนวทางเข้าด้วยกัน

การใช้สื่อชุมชน ผู้วิจัยพบว่าดึงเอาจุดแข็งของการสื่อสารแบบแพร่กระจาย โดยเฉพาะเรื่องกำหนดยุทธศาสตร์การทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายการเปลี่ยนแปลงมาใช้ในเครื่องมือการสื่อสารที่เน้นการมีส่วนร่วมอย่างการจัดสื่อกิจกรรมในชุมชนได้อย่างน่าสนใจ

เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมได้มากขึ้น และสามารถเปลี่ยนบทบาทตนเองจาก “ผู้รับสาร” มาเป็น “ผู้ส่งสาร” ได้อย่างเด่นชัดในการใช้เครื่องมือการสื่อสารผ่านสื่อหรือกิจกรรม

ภายในพื้นที่ หรือชุมชนตนเอง กาญจนา แก้วเทพ (2546, 2547ข, 2552) ศึกษาเรื่องการใช้สื่อชุมชน และระบุงถึงความจำเป็นในการผสมผสานแนวคิดการสื่อสารต่างๆ มาใช้ในสื่อชุมชน (hybridization) ในการตัดทอนหรือเพิ่มเติมคุณลักษณะต่างๆ ของสื่อมาใช้ร่วมกัน ซึ่งในกรณีของการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนนั้น ผู้วิจัยพบประเด็นในการผสมผสานแนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่น่าสนใจคือ

ผลวิจัยชี้ว่า ในเบื้องต้นนั้นการมีส่วนร่วมของเยาวชนสามารถก่อให้เกิดการเสริมศักยภาพในตัวเยาวชนที่จะดำเนินกิจกรรมให้ประสบความสำเร็จ แต่การสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้น มีเป้าหมายคือการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้น แต่กิจกรรมของเยาวชนในบางพื้นที่นั้นไม่สามารถขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ เหตุผลสำคัญเพราะเยาวชนและเครือข่ายเองขาดความเข้าใจถึงการผสมผสาน และเชื่อมโยงกิจกรรมของตนเองเพื่อไปสู่ผลลัพธ์ (outcome) ที่ต้องการ ในกรณีนี้ผู้วิจัยเห็นว่าการรักษาสมดุลระหว่างการถ่ายทอดความรู้ทั้งด้านทักษะในกิจกรรม กับเป้าหมายด้านการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต้องดำเนินไปอย่างเท่าเทียมกัน กล่าวอีกนัยหนึ่ง เยาวชนจะต้องมีทักษะความรู้ในการดำเนินกิจกรรมด้วยตนเอง พร้อมไปกับความเข้าใจว่ากิจกรรมที่ตนเองร่วมปฏิบัตินั้นจะไปใกล้เป้าหมายที่ตั้งไว้เพียงใด

การรณรงค์คือชุดของกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ชัดเจน และองค์กรที่รับผิดชอบการรณรงค์ต้องออกแบบกระบวนการและกิจกรรมการรณรงค์ให้สามารถบรรลุเป้าประสงค์ของโครงการได้ แทบทุกเครือข่ายด้านเยาวชนกำหนดวัตถุประสงค์หลักของการรณรงค์ของตนเอง ในการสร้างความตระหนักรู้, ทศนคติที่ถูกต้องต่อการดื่ม และมุ่งหวังในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยเป้าประสงค์เหล่านี้จะถูกผลักดันผ่านกิจกรรมต่างๆ ของเครือข่าย แต่อย่างไรก็ตามคณะผู้ประเมินเน้นมาโดยตลอดว่า การที่จะบรรลุเป้าหมายเหล่านี้นั้นเยาวชนต้องตระหนักถึงความสำคัญของปัญหา หรือในทางกลับกันกับเครือข่ายต้องทำให้เกิดการริเริ่มที่จะพูดคุยถึงปัญหาการดื่มในเยาวชนให้ได้ เราพบว่าเครือข่ายส่วนใหญ่มักมุ่งไปที่กิจกรรมของตนเองให้สำเร็จ ลุล่วง และมองการรณรงค์สิ้นสุดแค่เมื่อกิจกรรมที่จัดลงในพื้นที่เสร็จสิ้นลง เนื่องจากเครือข่ายมีชุดความคิดที่ว่าเมื่อเยาวชนได้เข้ามาผ่านกิจกรรมของเครือข่ายแล้วนั้น เยาวชนก็จะเริ่มเห็นความสำคัญของปัญหาและสามารถที่จะนำไปขยายผลสู่ผู้อื่น เช่น เพื่อน หรือครอบครัวได้ แต่วิธีการคิดเช่นนี้เปรียบเสมือนเครือข่ายนั้นมองการรณรงค์แค่ระดับพื้นผิว (surface level) เพราะทำให้เครือข่ายต่างๆ นั้นทำหน้าที่เพียงแคเป็นช่องทางในการสื่อสารข้อความจากส่วนกลางหรือ สสส. ไปสู่เยาวชนเท่านั้น หน้าที่สำคัญของเครือข่ายก็คือการทำให้สารที่ส่งออกไปผ่านกิจกรรมต่างๆ ของเครือข่ายนั้นสามารถกระตุ้นความสนใจของเยาวชนให้ได้ และเครือข่ายต้องทำหน้าที่ต่อจากการจัดกิจกรรมโดยเป็นผู้ประสานงานให้เกิดการลงมือคิดร่วมกันและวางแผนร่วมกันใน

การต่อยอดจากสารที่ได้รับให้เป็นนโยบายและแผนปฏิบัติการร่วมกันของเยาวชนในชุมชนหรือสถานศึกษาตนเอง

Waisbord (2001) พยายามที่จะศึกษาแนวคิดการหลอมรวมของแนวคิดการสื่อสารทั้งสอง ทั้งการสื่อสารแบบแพร่กระจายและการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (point of convergence) และได้สะท้อนข้อเสนอที่สอดคล้องกับข้อค้นพบข้างต้นว่า เป้าหมายการสื่อสารมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะกำหนดวิธีการ หรือแนวทางการสื่อสารว่าควรจะใช้แนวทางใด และเมื่อไร เพราะการเสริมศักยภาพเยาวชนผ่านกระบวนการกิจกรรมอาจไม่สามารถตอบโจทย์ หรือบรรลุเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนได้

แนวคิดการใช้สื่อชุมชนของเยาวชนจึงมีความสัมพันธ์กับเป้าหมายในการดำเนินงาน สื่อชุมชนจึงเป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่ต้องถูกนำมาใช้ในสถานการณ์ที่เหมาะสม เพื่อที่จะสามารถขับเคลื่อนร่วมกับเครื่องมือการสื่อสารอื่นๆ แนวคิดนี้ถือเป็นมุมมองใหม่ในการใช้สื่อชุมชนในฐานะเครื่องมือการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง

การสื่อสารเชิงเรียกร้องพื้นที่จากสื่อมวลชน ผลการวิจัยบ่งชี้ว่า การมีส่วนร่วมของเยาวชน ทำให้การสื่อสารเชิงการเรียกร้องพื้นที่สื่อมวลชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น การสื่อสารเชิงการเรียกร้องพื้นที่สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือที่มุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในนโยบาย และแนวทางปฏิบัติต่างๆ เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมอย่างยั่งยืน เครื่องมือนี้นับเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยเฉพาะการใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เป็นฐานในการขับเคลื่อน การสื่อสารเชิงเรียกร้องนั้นประกอบด้วยเครื่องมือการสื่อสารหลายเครื่องมือด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้ การใช้สื่อมวลชน สื่อณรงค์ต่างๆ และสื่อชุมชน ในการสร้างการรับรู้ กระตุ้นให้สังคมเห็นถึงประเด็น และให้การสนับสนุน รวมถึงการขับเคลื่อนกับผู้มีอำนาจเชิงนโยบายในการให้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ

เยาวชนได้รับการเสริมพลัง (empowerment) และเปลี่ยนแปลงบทบาทตนเองจาก “ผู้รับสาร” ไปสู่การเป็น “ผู้ส่งสาร” ซึ่งต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของเยาวชน ตั้งแต่กระบวนการให้ความรู้ การร่วมดำเนินกิจกรรมชุมชนด้วยกัน ก่อนที่จะขยายมาใช้สื่อขนาดใหญ่อย่างสื่อมวลชน ในการสื่อสาร “ประเด็น” สู่สังคม ดังเช่น ในกรณีการเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมายในเรื่องการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับเยาวชน ที่เยาวชนดำเนินการร่วมกันในการถ่ายทำ และใช้ช่องทางผ่านสื่อมวลชนในการสื่อสารสู่สังคม

การให้เยาวชน “ส่งเสียง” สู้สังคมผ่านกิจกรรมของตนเองนั้น มีโอกาสที่จะได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน และสังคม และทำให้ประเด็นของเยาวชนกลายเป็น “ประเด็นสาธารณะ” เพราะเป็นข้อเรียกร้องจากบุคคลที่ได้รับผลกระทบจากปัญหา ข้อค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับข้อค้นพบของ ปารีชาติ สถาปิตานนท์ (2551ก: 262) ที่กล่าวว่ากิจกรรมที่มีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายจะสะท้อนถึง “การเป็นเจ้าของ” หรือ “การเป็นส่วนหนึ่งของประเด็น” (sharing) ของเยาวชนในปัญหาและผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และสามารถสร้างอารมณ์ร่วมให้เกิดขึ้น (shared feeling) เพราะมีการนำเสนอประสบการณ์ตรงของบุคคลที่ประสบปัญหา เรื่องเน้นเรื่องราวที่อยู่ในจิตใจของเยาวชน ที่ปกติมักไม่ได้เปิดเผย

การขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงโดยการเรียกร้องพื้นที่จากสื่อมวลชนผ่านกิจกรรมของเยาวชน ยังสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารแบบ “คลื่นสามระลอก” ของ กัจจร หลุยยะพงศ์ และคณะ (2550) ที่เป็นการสื่อสารที่ผสมผสานระหว่างการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ที่เริ่มจากคลื่นระลอกแรกในการสร้างความรู้ ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายในภาพกว้างผ่านสื่อมวลชน ต่อด้วยคลื่นระลอกที่สอง ให้ชุมชนนำกระแสที่จุดโดยสื่อมวลชนไปดำเนินการในพื้นที่ตนเอง และท้ายที่สุด คลื่นระลอกที่สาม สื่อมวลชนจะเป็นผู้ดึงบทเรียนในพื้นที่มาสื่อสารกับสังคมอีกครั้งหนึ่ง

7.2.2 ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงในเยาวชน: ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจ (commitment) ความรู้ (knowledge) และ ทักษะในการตัดสินใจ (practice of decision making) สู่การเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน

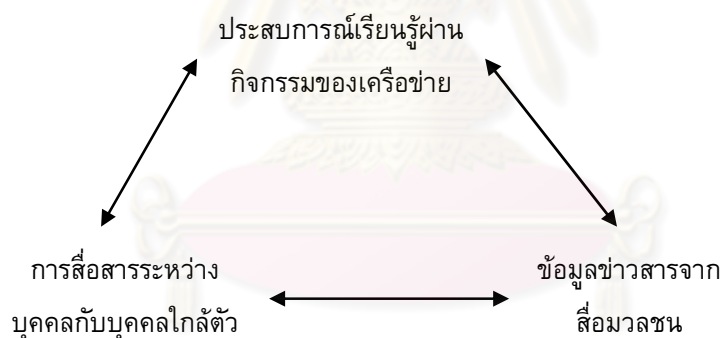
7.2.2.1 ปัจจัยเร่งปฏิภิกิริยา: การนำไปสู่ความตั้งใจ (commitment) ในการเปลี่ยนแปลง ปัจจัยเร่งปฏิภิกิริยา (catalyst) ที่มีผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารรณรงค์ ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพที่ผู้ปฏิบัติงานต้องทำความเข้าใจ ที่ผ่านมามีงานศึกษาน้อยชิ้นที่สำรวจการทำงานของปัจจัยเร่งปฏิภิกิริยาเหล่านี้ (Figueroa et al., 2002) ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยพบว่าปัจจัยเร่งปฏิภิกิริยามีความสำคัญเป็นอย่างสูงต่อการเป็นแรงส่งที่มีพลังในการทำให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ซึ่งสอดคล้องกับ Bordenave (1996 cited in Gumucio-Dragron and Tufte, 2006: 610-611) และ Figueroa et al. (2002: 6) ที่เสนอว่าปัจจัยเร่งปฏิภิกิริยาจะนำไปสู่การตั้งใจที่จะเข้ามาในกระบวนการปรึกษาหารือ และตระหนักถึงปัญหาในชุมชนตนเอง

ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงใน การสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน พบว่า ปัจจัยเร่งปฏิภิกิริยามีผลต่อการ

เปลี่ยนแปลงสูงกว่าการมีส่วนร่วม กล่าวคือ ปัจจัยแรงปฏิบัติการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (0.511) สูงกว่าอิทธิพลทางตรงต่อการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม (0.278) ในขณะที่การมีส่วนร่วมของเยาวชนในกระบวนการสื่อสารณรงค์มีอิทธิพลทางตรงต่อการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (0.217) และมีอิทธิพลทางตรงต่อการเปลี่ยนแปลงระดับสังคม (0.135) ซึ่งหมายความว่า ปัจจัยแรงปฏิบัติการเป็นปัจจัยที่มีพลังเป็นอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคล และระดับสังคม

ทั้งนี้ปัจจัยแรงปฏิบัติการ ที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงคือ ปัจจัยด้านสิ่งเร้าภายใน (0.71), ปัจจัยด้านเครือข่าย (0.75) และปัจจัยด้านสื่อมวลชน (0.75) ในขณะที่ปัจจัยด้านนโยบาย และนวัตกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลง ผลการวิจัยดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของกระบวนการของกิจกรรมที่วางแผน (planned activities) ของเครือข่ายสื่อบุคคล และสื่อมวลชน ที่ต้องทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้องประสาน เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของเยาวชนในการตระหนักถึงปัญหาของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (problem recognition) ดังแสดงในภาพ 7.5

ภาพ 7.5 ความสัมพันธ์ของปัจจัยแรงปฏิบัติการ



ข้อค้นพบที่น่าสนใจในวิจัยครั้งนี้คือ ปัจจัยแรงปฏิบัติการทั้งสามปัจจัยคือ สิ่งเร้าภายใน กิจกรรมการเรียนรู้ของเครือข่าย และสื่อมวลชน ต้องทำงานอย่างสอดคล้องประสานกันเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และที่สำคัญปัจจัยแรงปฏิบัติการทั้งสามปัจจัยนี้จะทำหน้าที่ให้เยาวชนเกิดความสนใจ และมีความตั้งใจ (commitment) ที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองและเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน โดยทั้งสามปัจจัยจะทำหน้าที่ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ สิ่งเร้าภายในจะช่วยให้เยาวชนได้เชื่อมโยงตนเองกับปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เกิดขึ้นกับคนรอบข้าง เช่น เพื่อน ครอบครัว ที่มีระดับความเชื่อมโยงทางจิตใจกับตัวเยาวชนสูง (high attachment) สิ่งเร้าภายในจึงเป็นการสร้างความเกี่ยวพันทางอารมณ์ (affective involvement) ระหว่างเยาวชน กับประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ก่อนที่จะนำไปสู่การที่เยาวชนจะซึมโนภาพนี้กว่าถ้าครอบครัวตนเองมีปัญหาจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (referential involvement)

ในขณะที่ เยาวชนได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายถือเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ที่สำคัญที่ทำให้เยาวชนได้รู้จักตนเอง และเริ่มที่จะตระหนักถึงปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ละเครือข่ายที่ร่วมดำเนินกิจกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ต่างก็มีกระบวนการที่จะสร้างการเรียนรู้ให้กับเยาวชนได้อย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะกิจกรรมค่ายเยาวชนที่แทบทุกเครือข่ายนำมาใช้ป็นสื่อกิจกรรมในการสื่อสารกับเยาวชน กระบวนการที่วางแผนมาเป็นอย่างดี ในกิจกรรมค่าย ทำให้เยาวชนรู้สึกถึงคุณค่าในตนเอง พร้อมๆ กับการสร้างความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน ซึ่งทั้งสิ่งนี้สอดคล้องกับพัฒนาการทางความคิด และสังคมของเยาวชน (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2549) สอดคล้องกับกาญจนา แก้วเทพ (2552) ที่อธิบายไว้ว่า กิจกรรมค่ายเปรียบเสมือน “การสื่อสารที่เสียงภัยแต่อยู่ภายใต้การมีพี่เลี้ยงและตัวช่วยอื่นๆ” ที่เยาวชนเองต้องเป็น “ผู้กระทำ” ในการค้นหาความรู้ต่างๆ ในสถานการณ์ที่แปลกใหม่ที่แตกต่างจากที่เคยเจอมา เยาวชนจะรู้จักตนเอง ผ่านทักษะการแก้ปัญหาต่างๆ ที่จำลองมาอยู่ในกิจกรรมค่าย โดยมีพี่เลี้ยงคอยให้คำแนะนำอยู่เป็นระยะ ทั้งนี้กิจกรรมค่ายได้ก่อให้เกิดผลลัพธ์ทั้งในด้านความรู้ ด้านสังคม และด้านอารมณ์และจิตใจ กิจกรรมค่ายจึงเป็นประสบการณ์การเรียนรู้ที่ถูกลงมาอย่างสอดคล้องกับตัวตนของเยาวชน

ปัจจัยเร่งปฏิกริยาประการที่สาม ที่จะเข้ามาทำงานคือสื่อมวลชน เพราะข่าวสารจากสื่อมวลชนมีส่วนทำให้เยาวชนสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมของเครือข่ายนั้น เพราะข่าวสารจากสื่อมวลชนได้กระตุ้นความคิดของเยาวชน (stimulate thinking pattern) ที่มีต่อผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะข่าวที่แฝงความน่ากลัว (fear appeal) และเป็นเหตุการณ์หรือสถานการณ์จริง (fact) สาเหตุเพราะสารต้องมีความแรงพอที่จะสร้างผลกระทบ (impact) ในใจเยาวชน ซึ่งข้อค้นพบนี้ขัดแย้งกับ Hale & Dillard (1995) ที่เสนอว่าการใช้ความกลัวมักไม่ได้ผลกับเยาวชน เพราะเยาวชนเชื่อว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นยังห่างไกลกับตนเอง แต่ผู้วิจัยเห็นแย้งในสองประเด็น

ประเด็นแรก ผู้วิจัยเห็นด้วยกับประเด็นที่การใช้ความกลัวในสารมักไม่ได้ผลเพราะส่วนใหญ่มักเน้นผลกระทบต่อสุขภาพในระยะยาว แต่ผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์นั้นเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทันทีและใกล้ตัวกับเยาวชนนั้นจะทำให้เยาวชนหันกลับมามองตนเองเป็นศูนย์กลางแทน (Greene, Rubin, Hale and Walters, 1996) และมีตัวอย่างให้เห็นชัดในประเทศไทย (รายงานประจำปี 2551 กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ซึ่งถ้าสามารถนำเสนอได้อย่างเหมาะสมก็จะทำให้เยาวชนมองเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ว่าจะก่อให้เกิดผลกระทบได้ในระยะสั้น เช่น เรื่อง อุบัติเหตุ เป็นต้น ประเด็นที่สอง ผู้วิจัยพบว่าเยาวชนจะไม่นำเอาสารจากสื่อมวลชนมาเป็นประเด็นหลักในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม แต่สารจากสื่อมวลชน จะเป็นปัจจัยเร่งปฏิกริยาที่ต้องทำงานร่วมกับปัจจัยเร่งปฏิกริยาตัวอื่นๆ เช่น

ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น โดยเฉพาะครอบครัวที่ บุญเสริม หุตะแพทย์ และคณะ (2548) ระบุว่า มีอิทธิพลต่อการยับยั้งการดื่มของเยาวชน ดังนั้นสารที่สู้ออกมาโดยใช้ความกลั้วจะก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมากกับความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวกับตัวเยาวชน ที่ยังต้องการเห็นทุกคนในครอบครัวไม่มีความเสี่ยงจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การใช้ความกลั้วจึงไม่ได้ส่งผลกับเยาวชนโดยตรง แต่กลับส่งผลต่อครอบครัว หรือเพื่อน ที่จะเข้ามาเป็นตัวกระตุ้นภายใน (internal stimulus) กับเยาวชน

ปัจจัยเร่งปฏิกริยาทั้งสามปัจจัยเมื่อทำงานร่วมกันจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงแบบแผนความคิดของเยาวชนที่มีต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และยังสร้างแรงกระตุ้นที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ผู้วิจัยพบว่าองค์กรอุปถัมภ์ทุน หรือเครือข่ายยังอาจไม่เข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงกลไกการทำงานของทั้งสามปัจจัย ที่ต้องถูกวางแผนให้ทำงานควบคู่กันไป ข้อค้นพบนี้ถือเป็นข้อค้นพบที่สำคัญในการจัดการการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน และเปลี่ยนวิธีคิดของผู้ปฏิบัติที่มักจะทำให้ความสำคัญกับการทำงานของปัจจัยเร่งปฏิกริยาเพียงปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง หรือการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม ว่าเยาวชนจะเปลี่ยนแปลงเมื่อเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม

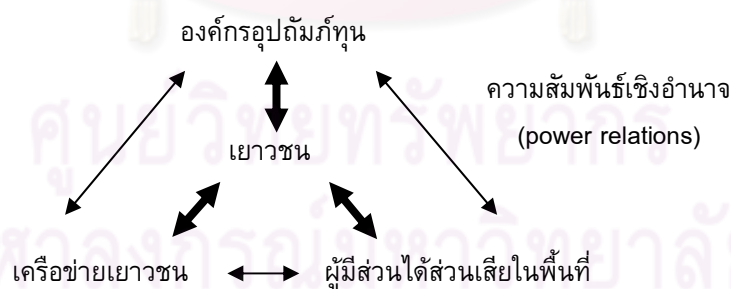
7.2.2.2 การมีส่วนร่วม: การเสริมศักยภาพด้านทักษะการตัดสินใจ การมีส่วนร่วม มักถูกมองว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง แต่ผลการผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน พบว่าการมีส่วนร่วมไม่ได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง กลับเป็นปัจจัยเร่งปฏิกริยาที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงมากกว่า โดยการมีส่วนร่วมมีอิทธิพลทางตรงต่อการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (0.217) และมีอิทธิพลทางตรงต่อการเปลี่ยนแปลงระดับสังคมในระดับต่ำ (0.135) ข้อค้นพบนี้ก่อให้เกิดคำถามขึ้นว่าเพราะเหตุใดการมีส่วนร่วมจึงมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในระดับที่ต่ำ

หลังจากผ่านกระบวนการสื่อสารเพื่อพัฒนาศักยภาพ เยาวชนก็จะเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนต่าง ๆ ของกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน ซึ่งผลการวิจัยระบุว่าระดับการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพของเยาวชนนั้นอยู่ในระดับปานกลาง โดยวัดจากการมีส่วนร่วมในขั้นตอนการรณรงค์ ตั้งแต่ การทบทวนสถานการณ์ การวางแผน ลงมือปฏิบัติร่วมกัน และการถอดบทเรียน ($\bar{X} = 3.13 \ 3.16 \ 3.19 \ 3.16$ ตามลำดับ) จากผลที่ได้ข้างต้น สะท้อนว่าเยาวชนมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ค่อนข้างน้อย ซึ่งผลที่ได้นี้สอดคล้องกับผลการศึกษาก่อนหน้านี้เกี่ยวกับมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารก่อนหน้านี้ ที่ค้นพบว่าประชาชนมักขาดโอกาสการมีส่วนร่วมในการบริหารด้วยตนเอง และรับรู้วาทะบทของตนเองนั้น อย่างมากเป็นเพียงที่ปรึกษา หรือให้ข้อมูลนั้นเท่านั้น ไม่ใช่ผู้

ร่วมปรึกษาหารือ (ทิวาพร แสนเมืองชิน, 2543; วีระวรรณ ยังกิจการ, 2545; รุจิรา สุภาษา, 2542 อ้างถึงใน ปาริชาต สถาปิตานนท์ และคณะ, 2549)

การที่การมีส่วนร่วมไม่ได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงนั้น สามารถอธิบายจากแนวคิดการจัดการความสัมพันธ์อำนาจของแต่ละกลุ่ม (power relations) (Servaes, 2007a) ที่องค์กรอุปถัมภ์ทุน, กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ และผู้บริหารเครือข่ายยังคงมีบทบาทในการกำหนดทิศทาง เป้าหมาย และมองเยาวชนเป็นผู้ปฏิบัติการในพื้นที่ หรือยังมองเยาวชนว่ายังอยู่ในฐานะเหมือนเด็ก มุมมองต่อเยาวชนดังกล่าว เมื่омองจากมุมมองการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ผู้วิจัยพบว่าเป็นแนวคิดที่มาจากอิทธิพลมาจากการสื่อสารแบบแพร่กระจาย ที่ผู้ใหญ่ หรือผู้มีอำนาจยังต้องการควบคุมเป้าหมายและทิศทางหลักในการสื่อสาร แม้ว่าจะมีการสนับสนุนให้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในฐานะการเป็นผู้สื่อสารประเด็นสาธารณะ หรือเป็น “เสียง” แทนในนามองค์กรที่ขับเคลื่อนอยู่เบื้องหลัง แต่ก็ยังไม่สามารถทำให้เยาวชนก้าวไปถึงขั้นการจัดการด้วยตนเอง (self management) ซึ่งเป็นแนวทางการมีส่วนร่วมขั้นสูง Servaes (2007a) มีความเห็นที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ โดยที่ Servaes เชื่อว่าแนวคิดของ Freire ในเรื่องความเสมอภาคในการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องนั้น เริ่มมีความท้าทายในการนำมาประยุกต์ใช้ในปัจจุบัน เพราะความซับซ้อนของบริบทในการจัดการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงและความหลากหลายของเครื่องมือการสื่อสาร ดังนั้นการจัดการอำนาจระหว่างเยาวชน กับผู้ใหญ่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน จึงเป็นปัจจัยสำคัญ ดังแสดงในภาพ 7.6

ภาพ 7.6 ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (power relations) ระหว่างเยาวชนกับกลุ่มอื่นๆ ในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน



การบริหารความสัมพันธ์เชิงอำนาจอย่างสมดุลจะทำให้เยาวชนสามารถเก็บเกี่ยวประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนได้ เช่นการเปิดโอกาสให้เยาวชนได้เข้าถึงสื่อ และสามารถที่จะดำเนินกิจกรรมด้วยตนเอง โดยมีพี่เลี้ยงจากเครือข่าย หรือ องค์กรอุปถัมภ์ทุน สนับสนุนการดำเนินงานอย่างใกล้ชิด การเปิดโอกาสให้เยาวชนได้ดำเนินการจัดกระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้วยตนเอง (self management) จะเป็นพื้นที่ให้เยาวชนได้ฝึกทักษะการตัดสินใจ (practice of making decisions) อันเป็นองค์ประกอบ

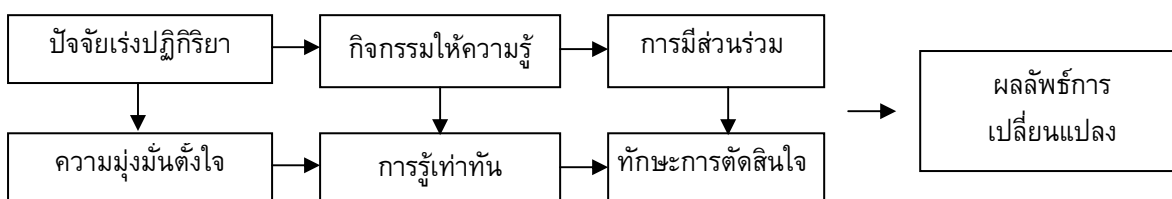
ที่สำคัญอย่างยิ่งในการเปลี่ยนแปลง และเป็นองค์ประกอบที่ต่อเนื่องจากความตั้งใจ (commitment) ที่เยาวชนได้มาจากปัจจัยแรงปฏิภิกิริยา

7.2.2.3 ขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม งานวิจัยครั้งนี้พยายามที่จะนำเสนอกรอบแนวคิดในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่แตกต่างไปจากแบบจำลอง K-A-P ที่เชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมาจากบุคคลต้องได้รับความรู้ เพื่อไปเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อันจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในที่สุด มีการศึกษาหลายชิ้นที่พยายามที่จะทำลายแบบจำลอง K-A-P เช่น งานศึกษาในการสื่อสารสุขภาพในเยาวชนของ Shahjahan et al. (2008) ที่เสนอว่าการให้ความรู้สู่ชุมชนผ่านโครงการต่างๆ ไม่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเสี่ยงต้องการความตั้งใจมุ่งมั่นของบุคคล (individual commitment) และศักยภาพในการตัดสินใจ (practice of making decisions) เยาวชนต้องได้รับการเสริมทักษะชีวิตต่างๆ ที่จะช่วยในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น ทักษะในการปฏิเสธ ควบคู่ไปกับการที่เครือข่ายต้องเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมรอบตัวเยาวชน เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน

แนวคิดของ Shahjahan et al. (2008) สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยค้นพบว่า ความรู้เท่าทัน ยังเป็นองค์ประกอบสำคัญในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม แต่ความตั้งใจและความมุ่งมั่นที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต้องเป็นประเด็นที่ควรเกิดขึ้นก่อนการให้ความรู้ และเมื่อเยาวชนเข้าสู่กระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ก็จะเป็นการส่งเสริมทักษะการตัดสินใจที่จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในที่สุด

ผู้วิจัยได้อธิบายปัจจัยแรงปฏิภิกิริยาต่างๆ จะทำงานร่วมกันและเป็นสิ่งที่จะขับเคลื่อนให้เยาวชนมองเห็นปัญหาและผลกระทบจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พร้อมกับสร้างความมุ่งมั่นที่จะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ในขณะที่กิจกรรมการให้ความรู้ผ่านเครื่องมือสื่อสารต่างๆ ก็จะทำให้เยาวชนได้เข้าใจและรู้เท่าทันเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และเยาวชนจะนำความรู้เท่าทันนี้มาใช้ในกระบวนการมีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ และเกิดการส่งเสริมเป็นทักษะชีวิตต่างๆ เพื่อใช้ในการตัดสินใจ และกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองและสังคม ผลวิจัยเชิงปริมาณสะท้อนความสัมพันธ์เชิงสาเหตุว่าปัจจัยแรงปฏิภิกิริยา และการมีส่วนร่วม มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคมในที่สุด ได้อธิบายภาพ 7.7 ให้ชัดเจนมากขึ้นถึงกระบวนการเปลี่ยนแปลงภายใต้แนวคิดการสื่อสารแบบผสมผสานระหว่างการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ภาพ 7.7 ขั้นตอนการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม



7.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อองค์กรอุปถัมภ์ทุน ในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพ เพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

1. องค์กรอุปถัมภ์ทุนควรวางกรอบยุทธศาสตร์การสื่อสารด้านการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนให้ชัดเจน เพื่อกำหนดทิศทางการทำงานทั้งด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมายการดำเนินงาน โดยเฉพาะด้านกระบวนการพัฒนาศักยภาพเยาวชน และการสื่อสารประเด็นสาธารณะ เพราะผลวิจัยค้นพบว่า ทั้งสองแนวทางเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในเยาวชน แต่การที่กรอบยุทธศาสตร์การดำเนินงานยังขาดความชัดเจน ทำให้ขาดความสมดุลระหว่างแนวทางทั้งสอง การให้นำหนักไปที่แนวทางใดแนวทางหนึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อกระบวนการดำเนินงาน และตัวผู้ดำเนินงานเอง ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายเยาวชน หรือเยาวชนที่เข้าร่วมกิจกรรม
2. องค์กรอุปถัมภ์ทุนควรให้ความสำคัญกับ การจัดการปัจจัยแรงปฏิกิริยาทั้งห้าประการ คือ สิ่งเร้าภายใน เครือข่าย นโยบาย วัฒนธรรมการรณรงค์ และสื่อมวลชน เพราะผลวิจัยค้นพบว่า ปัจจัยแรงปฏิกิริยาทั้งห้าประการ ถ้าสามารถจัดการให้ทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้องประสานกัน สามารถก่อให้เกิดทั้งความตั้งใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการสื่อสาร และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้โดยตรง
3. องค์กรอุปถัมภ์ทุนควรยกระดับการให้ความรู้เท่าทันแก่เยาวชนโดยใช้การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมควบคู่ไปกับการให้ความรู้ผ่านวิทยากรกระบวนการ หรือเจ้าหน้าที่ พี่เลี้ยงจากเครือข่าย เพราะผลวิจัยค้นพบว่า การรู้เท่าทันจะทำให้เยาวชนสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองได้ดี การรู้เท่าทันยังนำไปสู่ความตั้งใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ แต่วิธีการในการสร้างความรู้เท่าทันนั้นต้องอาศัยทั้งการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและการให้ความรู้ควบคู่กันไป
4. องค์กรอุปถัมภ์ทุนควรมองเยาวชนในฐานะพันธมิตรในการดำเนินงานที่มีศักยภาพที่จะขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง แทนที่จะเป็น “เครื่องมือ” ในการสื่อสารประเด็นเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์สูงสังคม เพราะผลวิจัยค้นพบว่า การมองเยาวชนเป็นเพียงแค่ “เครื่องมือ” ที่จะส่งประเด็นต่างๆ ไปสู่สังคม ทำให้เยาวชนขาดการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างที่ควรจะเป็น เยาวชนควรได้รับโอกาสในการเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจต่างๆ มากขึ้น

5. องค์กรอุปถัมภ์ทุนควรพิจารณาสนับสนุนเครือข่ายเยาวชนที่มีความหลากหลาย และมีความโดดเด่นด้านนวัตกรรมการรณรงค์เข้ามาร่วมดำเนินการ เพราะผลวิจัยค้นพบว่า เครือข่ายต่างๆ ก็มีแนวทาง และกิจกรรมที่เป็นความถนัดของตนเอง และต่างก็มุ่งสู่เยาวชนกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ความหลากหลายของเครือข่ายเยาวชนจะทำให้เข้าถึงเยาวชนที่มีความหลากหลายด้วยเช่นกัน องค์กรอุปถัมภ์ทุนจึงต้องมีความเข้าใจถึงพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และพยายามค้นหาเครือข่ายเยาวชนที่มีกิจกรรมที่เหมาะสมกับเยาวชนในแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะเยาวชนกลุ่มเสี่ยงที่มีความอ่อนไหวต่อกิจกรรมการรณรงค์ในแง่ที่จะเกิดการต่อต้านถ้ากิจกรรมนั้นไม่สอดคล้องกับความคิด หรือทัศนคติของตนเอง

7.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อเครือข่ายเยาวชน ในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพเพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

1. เครือข่ายเยาวชนควรกำหนดบทบาทตนเองเป็น “ผู้เอื้ออำนวยให้เกิดการเรียนรู้” และควรเปิดโอกาสให้เยาวชนได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารรณรงค์ เพราะผลการวิจัยค้นพบว่า เยาวชนยังเห็นว่าตนเองยังไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมของเครือข่าย เพราะกรอบการดำเนินงาน หรือ “โจทย์” ได้ถูกกำหนดมาโดยเครือข่ายแล้ว ซึ่งส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงของเยาวชนที่ไม่ได้เกิดจากการเข้ามามีส่วนร่วม เครือข่ายเยาวชนควรค้นหาวิธีการที่จะทำให้เยาวชนสามารถที่จะแสดงความคิดเห็น และมีอำนาจในการตัดสินใจ ทั้งนี้อยู่ภายใต้การสนับสนุนของเครือข่าย

2. เครือข่ายเยาวชนควรผสมผสานแนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจาย และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม มาใช้ในการสื่อสารรณรงค์อย่างเหมาะสม เพื่อให้เกิดกิจกรรมต่างๆ เกิดมิติการทำงานใหม่ๆ เพราะผลการวิจัยค้นพบว่า การดึงเอาจุดแข็งของแต่ละแนวคิดการสื่อสารมาใช้จะทำให้กิจกรรมการสื่อสารรณรงค์ประสบความสำเร็จได้

3. เครือข่ายต้องจัดสมดุลของการให้ความรู้ในประเด็น “รู้เท่าทัน” แก่เยาวชน (demand reduction) ควบคู่ไปกับการทำงานเชิงเฝ้าระวังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 (supply reduction) ให้มีความเหมาะสม เพราะผลการวิจัยค้นพบว่า เครือข่ายให้คำแนะนำกับการทำงานเชิงนโยบาย เช่น กิจกรรมเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมาย

มากกว่าการสนับสนุนให้เยาวชนเกิดการเรียนรู้ เยาวชนบางส่วนจึงสนใจแค่กิจกรรมที่ตนเองทำ แต่ไม่เห็นความเชื่อมโยงถึงตนเองและสังคม

4. เครือข่ายเยาวชนควรทำความเข้าใจกับการทำงานของปัจจัยแรงปฏิบัติการ และสามารถจัดการกับปัจจัยแรงปฏิบัติการในพื้นที่ของตนเองได้ เพราะผลการวิจัยค้นพบว่าปัจจัยแรงปฏิบัติการส่วนใหญ่เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นในพื้นที่ เช่น อิทธิพลของครอบครัว เพื่อน กิจกรรมของเครือข่าย การขับเคลื่อนนโยบายในพื้นที่ เป็นต้น ดังนั้นหากเครือข่ายสามารถที่จะจัดการปัจจัยแรงปฏิบัติการเหล่านี้ให้ทำงานอย่างสอดคล้องกันก็ได้ ก็จะทำให้เยาวชนมีความตั้งใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่าย

5. เครือข่ายเยาวชนควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารเชิงการเรียกร้องพื้นที่สื่อมวลชน โดยนำเอากิจกรรมที่เยาวชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงมาเป็นประเด็นในการสื่อสาร เพราะผลการวิจัยค้นพบว่า ประเด็นที่กำหนดโดยการมีส่วนร่วมของเยาวชนสามารถที่จะสร้างความสนใจให้กับสื่อมวลชนและสังคมได้ ซึ่งจะยกระดับจากกิจกรรมในพื้นที่ให้เป็นวาระหรือประเด็นสาธารณะได้ เพราะเป็นประเด็นจะสร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมทางอารมณ์ให้เกิดขึ้น

7.5 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การทดสอบแบบจำลองกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในบริบทขององค์กรอุปถัมภ์
ทุนลักษณะอื่น

แบบจำลองการสื่อสารนี้ ผู้วิจัยพัฒนาจากบริบทการดำเนินการเพื่อการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยมี กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นองค์กรอุปถัมภ์ทุน ซึ่งย่อมมีลักษณะการดำเนินงานที่แตกต่างจากการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงโดยองค์กรอื่น เช่น ภาครัฐ หรือ ภาคเอกชน โดยเฉพาะเรื่องนโยบาย ประเด็นเป้าหมายการจัดการการสื่อสาร การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมาย การทดสอบแบบจำลองนี้ในบริบทอื่น ๆ จะเป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ว่าจะสามารถทำงานได้ในบริบท สิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันไปหรือไม่

2. การนำแบบจำลองการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชนไปทดสอบกับเยาวชนกลุ่มเสี่ยง

เยาวชนกลุ่มเสี่ยงที่มีพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ มีลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่างเยาวชนโดยทั่วไป เช่น มุมมองต่อตนเอง สังคม ดังนั้น ตัวแปรบางตัวที่มีอิทธิพลต่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอาจมีการเปลี่ยนแปลงไป เช่น ปัจจัยแรงปฏิบัติการ การค้นหา

กระบวนการสื่อสารตรงกับเยาวชนกลุ่มเสี่ยงจึงมีความน่าสนใจ ที่จะช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถออกแบบกระบวนการสื่อสารตรงด้านสุขภาพเพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนกลุ่มเสี่ยงได้อย่างเหมาะสม

3. การนำแบบจำลองการสื่อสารตรงด้านสุขภาพในเยาวชนไปทดสอบในบริบทปัญหาอื่น

แบบจำลองการสื่อสารในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการทดสอบในบริบทปัญหาเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน การนำแบบจำลองนี้ไปทดสอบกับบริบทปัญหาของพฤติกรรมเสี่ยงอื่นๆ ของเยาวชน เช่น บุหรี่ ความรุนแรง ทะเลาะวิวาท จึงมีความน่าสนใจ เพราะบริบทปัญหาที่เปลี่ยนไป อาจส่งผลต่อตัวแปรต่างๆ ในกระบวนการสื่อสารตรง



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กระบวนการละครเพื่อเสริมศักยภาพชุมชนนาร่องเฝ้าระวังภัยจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ชุมชน
หนองแขม กรุงเทพฯ. ไทยโพสต์ (26 กันยายน 2551): 4.
- กฤษดา ทาทองเหลือง. แกนนำเยาวชน เครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบัน เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวัง
ภัย การบังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการดื่มเหล้า-เบียร์ จ. เชียงใหม่ สถาบันการ
พลศึกษา วิทยาเขตเชียงใหม่. สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552.
- กวิณ ผิวผ่อง. แกนนำเยาวชน เครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบัน เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังภัย การ
บังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการดื่มเหล้า-เบียร์ จ. เชียงใหม่
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553.
- กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). (2552). แผนหลัก สสส. 2010-2012.
- ก้องกริช ศรีบูรรินทร์. ประธานฝ่ายศิลปวัฒนธรรม สโมสรนักศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต.
สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552.
- กัลยาณี โพธิ์ชัย. นายกสโมสรณ์นักศึกษา มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. สัมภาษณ์, 4
กุมภาพันธ์ 2553.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2546). ทบทวนหวนคิดและเฟื่องพินิจไปข้างหน้า การสื่อสารเพื่อการพัฒนา
ในสังคมไทย. วารสารวิจัยสังคม. 26(2): 1-34.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2547ก). สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: Higher
Press.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2547ข). สื่อเพื่อชุมชน: การประมวลองค์ความรู้. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). สื่อเล็กๆ ที่นำไปใช้ในการพัฒนา. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุน
สนับสนุนงานวิจัย.
- กำจร หลุยยะพงศ์, ภัสวดี นิตินิเทศสุนทร และ ปานทิพย์ ลิกชะไชย. (2550). สงกรานต์ปีนี้มี
Net ที่ Work: บทเรียนการรณรงค์สุขภาพในระดับชุมชน. นนทบุรี: โครงการสื่อสาร
เพื่อสุขภาพ.
- กิตติ กันภัย. (2546). กลยุทธ์การรณรงค์แนวใหม่. วารสารวิจัยสังคม. 26(2): 136-158.
- กิตติ กันภัย. (2543). การรณรงค์. ใน กาญจนา แก้วเทพ, กิตติ กันภัย และ ปารีชาติ สถาปิตา
นนท์ สโรบล. มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- ขจรพลกฤษ จันแสง. แกนนำเยาวชน เครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบัน เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังภัย
การบังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการดื่มเหล้า-เบียร์ จ. เชียงใหม่ มหาวิทยาลัย
มหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย. สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552.

- คงพัน ใจสม. แกนนำเยาวชน เครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบัน เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังภัย การ บังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการดื่มเหล้า-เบียร์ จ. เชียงใหม่ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชชมงคลล้านนา ภาคพายัพเชียงใหม่. สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552.
- คลีหัวใจเครือข่ายละครดเกล้า. ASTVผู้จัดการรายวัน (18 ธันวาคม 2551): 3.
- คำรณ ชูเดชา. เลขานุการมูลนิธิเพื่อเยาวชนเพื่อการพัฒนา. สัมภาษณ์, 15 กันยายน 2552.
- เครื่องมือ ศรีจันทร์. แกนนำเยาวชน เครือข่ายนักศึกษาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553.
- โฆษา สุขมะดัน. เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ มูลนิธิเพื่อนเยาวชนเพื่อการพัฒนา. สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2552.
- จำริญ ไยชิด, วิภาวี รุ่งสุวรรณ และปรียานุช ไยชิด. (2549). การสื่อสารในระดับชุมชนเพื่อ แก้ไขปัญหาเอดส์ในจังหวัดเชียงราย. ใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์, ดวงพร คำหนูณวัฒน์, หฤทัย ชัดนาถ, ศิวพร ศรีสมัย, ดวงแข บัวประโคน, จำริญ ไยชิด. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน: จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. หน้า 137-178. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- จินตนา อะสุชีวะ. อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการโรงเรียนปลอดเหล้า โรงเรียนสมสะอาดพิทยาสรรค์. สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552.
- จิราภรณ์ กมลรังสรรค์. แกนนำเยาวชนวัยใส รู้ทันแอลกอฮอล์ วิทยาลัยราชพฤกษ์. สัมภาษณ์, 20 ธันวาคม 2552.
- เฉลิมวุฒิ สังค์คดี. แกนนำเยาวชน เครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบัน เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังภัย การบังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการดื่มเหล้า-เบียร์ จ. เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552.
- ชัยรัช มณีวรรณ. แกนนำเยาวชน เครือข่ายเยาวชนสร้างสรรค์ู้ทันแอลกอฮอล์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552.
- ดวงแข บัวประโคน, สุคนธ์จิต วงษ์เผือก, สุพงศ์ จิตต์เมือง, สมศักดิ์ ศิริพันธ์ และขวัญหทัย บุญลือ. (2549). การใช้สื่อละครเพื่อการพัฒนาชุมชนของกลุ่มละครมะขามป้อม. ใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์, ดวงพร คำหนูณวัฒน์, หฤทัย ชัดนาถ, ศิวพร ศรีสมัย, ดวงแข บัวประโคน, จำริญ ไยชิด. การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน: จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. หน้า 137-178. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ดำรงพล ดูไม้. แกนนำเยาวชน เครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบัน เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังภัย การ บังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการดื่มเหล้า-เบียร์ จ. เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552.
- ทักษพล ธรรมรังสี. (2552). ความต้องการและบทบาทของธุรกิจอุตสาหกรรมสุราในกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

- ทัตพร เสี่ยงมศรี. แกนนำเยาวชน เครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบัน เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังภัย การ
บังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการตีแม่เหล็ก-เบียร์ จ. เชียงใหม่ มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ภาคพายัพเชียงใหม่. สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552.
- ธงชัย. ยงยีน. ศูนย์ประสานงานงานเครือข่ายงดเหล้าภาคเหนือ. สัมภาษณ์, 9 พฤศจิกายน
2552.
- ธีระ วัชรปราณี. ผู้จัดการสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า. สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2552.
- นิมิตร พิพิฑกุล. ที่ปรึกษาเครือข่ายละครเพื่อการรณรงค์. สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552.
- บัณฑิต ศรีไพศาล. (2549). รายงานสถานการณ์สุราประจำปี พ.ศ. 2549. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัย
ปัญหาสุรา.
- บัณฑิต ศรีไพศาล. (2550). การควบคุมปัญหาจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศ
ไทย: สถานการณ์ปัจจุบันและก้าวต่อไป บทบาททางด้านวิชาการ ภายใต้ยุทธศาสตร์
สามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขา. ใน การประชุมวิชาการสุราระดับชาติ ครั้งที่ 3 สุราไม่ใช่สินค้า
ธรรมดา, หน้า 141-143. 21-22 พฤศจิกายน 2550 ณ โรงแรมริชมอนด์ จังหวัด
นนทบุรี.
- บัณฑิต ศรีไพศาล, จุฑาภรณ์ แก้วมุงคุณ, กมลลา วัฒนพร, ไศภิต นาสืบ, แหวดาว พิมพ์พันธ์
และกัณณพนธ์ ภัคทีเศรษฐกุล. (2551). รายงานสถานการณ์สุรา ประจำปี พ.ศ. 2551.
กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.
- บุญชอบ สิงห์คำ. พฤติกรรมการดื่มสุราของเยาวชนอีสานมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น. ข่าวสด (21
ตุลาคม 2552): 29.
- บุญเสริม หุตะแพทย์, ชินรัตน์ สมสืบ, ประกายรัตน์ ภัทรธิตติ, สุพร เสี้ยนสลาย และกุลกานต์
อภิวัฒน์ลังการ. (2547). การวิจัยพฤติกรรมการบริโภคสุราของเยาวชนไทย: การ
สำรวจองค์ความรู้ สถานการณ์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสุรา.
กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- ปริญญา เทวานฤมิตรกุล. โวย กม. ห้ามขายเหล้าเยาวชนไม่ได้ผล. ไทยรัฐ (10 มีนาคม
2552): 15.
- ปรีชา แสนรัก. ผู้ประสานงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า จังหวัดร้อยเอ็ด. สัมภาษณ์, 12
พฤศจิกายน 2552.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์, กิตติ กันภัย, พัฒนพงษ์ จาติเกตุ และปิยะนารถ จาติเกตุ (2546). การ
สื่อสารสุขภาพ: ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพฯ: ศูนย์
หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. (2549ก). การรณรงค์และการให้การศึกษาเพื่อสร้างจิตสำนึกและ
ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และปัญหาพฤติกรรมอัน
สืบเนื่องจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยปัญหาสุรา.

- ปาริชาต สถาปิตานนท์. (2549ข). การขับเคลื่อนทางสังคมด้านการควบคุมการบริโภค
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์: ผลการประเมินปี 2548-2549. กรุงเทพฯ: กองทุนสนับสนุนการ
สร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).
- ปาริชาต สถาปิตานนท์. (2549ค). ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- ปาริชาต สถาปิตานนท์, ดวงพร คำคุณวัฒน์, หฤทัย ชัดนาค, ศิวพร ศรีสมัย, ดวงแข บัวประ
โคน, จำรูญ ไยชิต และคณะ. (2549). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาชุมชน:
จากแนวคิดสู่ปฏิบัติการวิจัยในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ
วิจัย (สกว.)
- ปาริชาต สถาปิตานนท์. (2551ก). การสื่อสารประเด็นสาธารณะและการเปลี่ยนแปลงใน
สังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ปาริชาต สถาปิตานนท์, ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ และ ชรัมพร อัยสานนท์. (2551ข). การรณรงค์ด้าน
การควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์: ผลประเมินปี 2549-2550. กรุงเทพฯ:
เครือข่ายนักวิชาการเพื่อเฝ้าระวังปัญหาแอลกอฮอล์.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร. (2546). กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา. กรุงเทพฯ:
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พิรงรอง รามสูต รัตนันท์. (2548). การสื่อสารสาธารณะกับความเคลื่อนไหวทางสังคมและ
วัฒนธรรม. เอกสารการประชุมวิชาการเรื่อง 40 ปี หยั่งรากฝังใบ นิเทศศาสตร์กับ
สังคมไทย. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พริยะ ทองสอน. ผู้จัดการมูลนิธิสื่อเพื่อเยาวชน. สัมภาษณ์, 15 ตุลาคม 2552.
- ภัทราวดี หนักหล่อ. แกนนำเยาวชน มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย. สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์
2553.
- ยงยุทธ ขจรธรรม, พิมพ์า ขจรธรรม และบัณฑิต ศรีไพศาล. (2547). ประสิทธิผลของนโยบาย
และมาตรการการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน. กรุงเทพฯ:
มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- ยอด ปอง. แกนนำนักเรียน โรงเรียนวัดนวลนรดิศ. สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553.
- ยุวดี ชินบุตรานนท์. แกนนำเยาวชนอาสาเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ
เจ้าพระยา. สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552.
- รักพงษ์ คำขาว. แกนนำเยาวชน เครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบัน เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังภัย การ
บังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการดื่มเหล้า-เบียร์ จ. เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่
มหาวิทยาลัยแม่โจ้. สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552.
- รัชนีกร พานิชกิจ. กรรมการสโมสรนักศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. สัมภาษณ์, 11
กันยายน 2552.

รัฐพล ฟิ่งขุนทด. แกนนำเยาวชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตนครราชสีมา.

สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553.

รัฐันภัย 'เหล้าป๋น' ล่าเหยื่อวัยรุ่น-นักดื่มหญิง. ข่าวสด (6 มกราคม 2553): 25.

วิทวัส นากสีทา. แกนนำเยาวชน เครือข่ายพลังใส ไร่แอลกอฮอล์, โรงเรียนสมสะอาดพิทยา

สรรพ. สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552.

วรรณวิสา คำดี. กรรมการองค์กรนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. สัมภาษณ์, 11

กันยายน 2552.

วารภรณ์ พิณทอง. ประธานชมรมวัยมันส์ รุ้ทันแอลกอฮอล์ มหาวิทยาลัยเซาอีสท์บางกอก.

สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552.

วัลย์พร แยมพัคตร์. แกนนำเยาวชน ชมรมหวักระทิศสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553.

วัยโจแจ "คลิปน้ำเมา" กระตุ้นผู้ใหญ่ใส่ใจปัญหา หยุคมอมเมาเยาวชน. ไทยรัฐ (28 มิถุนายน

2552): 12.

วายุ ไชยมูล. แกนนำเยาวชน เครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบัน เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังภัย การ

บังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการดื่มเหล้า-เบียร์ จ. เชียงใหม่ มหาวิทยาลัย

พายัพ. สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2552.

วาสนา จันท์สว่าง. (2548ก). การสื่อสารสุขภาพ: กลยุทธ์ในงานสุขศึกษาและการสร้างเสริม

สุขภาพ. กรุงเทพฯ: เจริญดีการพิมพ์.

วาสนา จันท์สว่าง, นาดยา เกียรติชัยพฤกษ์, ยุทธพงษ์ ขวัญชื่น, วิทยา เทียนจวง, พงศ์พันธ์

อันตะริกานนท์ และนิทัศน์ ศิริโชติรัตน์. (2548ข). กระบวนการสื่อสารรณรงค์ด้าน

สุขภาพ. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.)

วิสนศักดิ์ อ่วมเพ็ง. ผู้ตรวจประเมินผลแผนงานทุนอุปถัมภ์เพื่อสนับสนุนกิจกรรมปลอดเครื่องดื่ม

แอลกอฮอล์ในสถานศึกษา. สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2552.

วีรุฒิ พุทธอามาตย์. แกนนำเยาวชน วิทยาลัยสาธารณสุขสิรินธร. สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์

2553.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2549). จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย: แนวคิดเชิงทฤษฎี-วัยเด็ก

ตอนกลาง เล่ม1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริประภา สิริขันธ์. ประธานฝ่ายบำเพ็ญประโยชน์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม สโมสรนักศึกษา

มหาวิทยาลัยรังสิต. สัมภาษณ์, 11 กันยายน 2552.

ศิริเนตร ทิพย์กำจรวงศ์. เยาวชนอาสา มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. สัมภาษณ์, 11 กันยายน

2552.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). 2551. รายงานประจำปี 2551.

กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

สงกรานต์ โชคภักดี. ผู้อำนวยการสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า. สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2552.

สมศักดิ์ ศิริพันธ์. ผู้อำนวยการเครือข่ายละครเพื่อการรณรงค์. สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2552.

สมสุข หินวิมาน. (2546). แนวทางการศึกษาและการเข้าสู่ปัญหาเรื่องการสื่อสารกับสุขภาพ. วารสารวิจัยสังคม 26(2): 99-137.

สาวิตรี อัมณางค์กรชัย, อโนชา หมึกทอง และ ถนอมศรี อินทนนท์. (2551). รายงานผลการศึกษาเรื่อง การเฝ้าระวังพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และพฤติกรรมเสี่ยงต่อสุขภาพของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในประเทศไทย. สงขลา: เครือข่ายวิชาการ วิจัยและข้อมูลด้านสารเสพติดในภาคใต้ สำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

สาธิต ปริญญาอรียะ. อดีตนายกสโมสรนักศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2552.

สายลับจับแอกอฮอลล์. ไทยโพสต์ (15 สิงหาคม 2552): 7.

สายลับ ไม่เอี้ยวเหล้า. สยามรัฐ (16 สิงหาคม 2552): 8

สุชาติ ทวีพรปฐมกุล. ผู้จัดการแผนงานทุนอุปถัมภ์เพื่อสนับสนุนกิจกรรมปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสถานศึกษา. สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2552.

สุปรีดา อุดยานนท์. (2550). บรรยายเรื่อง "การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเด็กและเยาวชน". ณ กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) วันที่ 9 พฤษภาคม 2550.

สุธิดา พลเยี่ยม. แกนนำเยาวชน เครือข่ายวัยใสไร้แอลกอฮอล์ โรงเรียนสมสะอาดพิทยาสรรพ์. สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552.

สุพัตรา อเวสา. แกนนำเยาวชน เครือข่ายวัยใสไร้แอลกอฮอล์ โรงเรียนสมสะอาดพิทยาสรรพ์. สัมภาษณ์, 12 พฤศจิกายน 2552.

สุภางค์ จันทวานิช (2539). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรัชดา ราดา (2550). กระบวนการสื่อสารกับเยาวชนของเครือข่ายครูนักรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนาการภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวรรณ์ พลอยศิริ. รองประธานฝ่ายกีฬา องค์การนักศึกษามหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี. สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2552.

สุวรรณ์ บุญแท้. ผู้ประสานงานแผนงานเฝ้าระวังการใช้กฎหมายภาคธุรกิจแอลกอฮอล์ เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคส.). สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2552.

หนึ่งฤทัย ขอผลกลาง, อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโชค และ นฤมล ใจดี. (2548). การศึกษาและองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์. เอกสารการประชุมวิชาการเรื่อง "40 ปี หยั่งรากฝังใบนิตเทศศาสตร์กับสังคมไทย". คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- อดิศักดิ์ ชัยวัฒน์. ประชาสัมพันธ์สภาเยาวชนราชพลี มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สัมพันธ์, 11 กันยายน 2552.
- อภิศักดิ์ สุวรรณมงคล. แกนนำเยาวชน เครือข่ายนักศึกษา 7 สถาบัน เพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังภัย การบังคับใช้กฎหมาย และแก้ไขปัญหาการดื่มเหล้า-เบียร์ จ. เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น. สัมพันธ์, 10 พฤศจิกายน 2552.
- อรรถพล จันทศิลาอิตพงษ์. ประธานสมาคมศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏแห่งประเทศไทย. สัมพันธ์, 4 กุมภาพันธ์ 2553.
- อรรธรณ ปิลันธน์โอวาท (2546). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อวิศดา จันทร์แสนตอ. (2541). ปัจจัยส่งเสริมและผลกระทบจากการเสพติดสุราของสตรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547). การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกชัย สุขแก้ว. อนุกรรมการฝ่ายวิชาการ สโมสรนักศึกษา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. สัมพันธ์, 11 กันยายน 2552.

ภาษาอังกฤษ

- Atkin, C.K. (2001). Theory and principles of media health campaigns. In R.E. Rice and C.K. Atkin (Eds.), Public communication campaigns, pp.49-68. Newbury Park, CA: Sage.
- Babrow, A.S. and Mattson, M. (2003). Theorizing about health communication. In Thomson, T.L., Dorsey, A.M., Miller, K.I. and Parrott, R. (Eds.), Handbook of health communication, pp.35-62. NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Backer, T.E., Rogers, E.M. & Sopory, P. (1992). Designing health communication campaigns: What works? Newbury Park, CA: Sage.
- Bandura, A. (1977). Social learning theory. Englewood Cliffs, NJ: PrenticeHall.
- Baxter, L.A. and Babbie, E. (2004). The basics of communication research. CA: Thomson Wadsworth.
- Beebe, S.A., Beebe, S.J. & Redmond, M.V. (2005). Interpersonal communication relating to others. Boston, MA: Pearson.
- Beisecker, A.E. (1991). Interpersonal approaches to drug abuse prevention. In L.Donohew, H.E.Sypher & W.J.Bukoski (Eds.), Persuasive communication and

- drug abuse prevention, pp.229-238. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Berlo, D. (1960). The process of communication. NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Blieszner, R. & Adams, R.G. (1992). Adult friendship. Newbury Park, CA: Sage.
- Bordenave, J.D. (1996). Communication as an essential tool of sustainable development. In M. Gumucio-Dagron & T. Tufte (eds.), Communication for social change anthology: Historical and contemporary readings, pp.610-612. NJ: Communication for social change consortium.
- Bracht, N. (2001). Community partnership strategies in health campaigns. In R.E. Rice and C.K. Atkin (Eds.), Public communication campaigns, pp.323-342. Newbury Park, CA: Sage.
- Brehm, J.W. (1966). A theory of psychological reactance. NY: Academic Press.
- Burgoon, J.K. & Hoobler, G.D. (2002). Nonverbal signals. In M.L. Knapp & J.A. Daly (Eds.), Handbook of interpersonal communication, pp.240-299. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Campo, S., Brossard, D. and Frezer, M.S., Marchell, T., Lewis, D. & Talbot, J. (2003). Social Norms Campaigns Really Magic Bullets?: Assessing the Effects of Students' Misperceptions on Drinking Behaviors. Journal of Health Communication 15(4): 481-497.
- Creswell, J.W. (2003). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. CA: Sage publications.
- DeFleur, M. & Ball-Rokeach, S. (1989). Theories of mass communication. London: Longman.
- DeVito, J.A. (2000). Human communication. New York: Addison-Wesley.
- Dillard, J.P., Anderson, J.W. & Knobloch, L.K. (2002). Interpersonal influence. In M.L. Knapp & J.A. Daly (Eds.), Handbook of interpersonal communication, pp.425-474. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Fehr, B. (1996). Friendship processes. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Figueroa, M.E., Kincaid, D.L., Rani, M. & Lewis, G. (2002). Communication for social change: An integrated model for measuring the process and its outcomes. New York: The Rockefeller foundation and John Hopkins University Center for Communication Programs.

- Fitzpatrick, M.A. & Caughlin, J.P. (2002). Interpersonal communication in family relationships. In M.L. Knapp & J.A. Daly (Eds.), Handbook of interpersonal communication, pp.726-777. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Frank, G. (1969). Latin America: Underdevelopment of revolution. NY: Monthly Review Press.
- Godbold, L.C. & Pfau, M. (2000). Conferring resistance to peer pressure among adolescents: Using inoculation theory to discourage alcohol use. Communication Research 27(4): 411-437.
- Grandpre, J., Alvaro, E.M., Burgoon, M., Miller, C.H. & Hall, J.R. (2003). Reactance and anti-smoking campaigns: A theoretical approach. Journal of Health Communication 15(3): 349-366.
- Greene, K., Rubin, D.L. & Hale, J.L., & Walters, L.H. (1996). The utility of understanding adolescent egocentrism in designing health promotion messages. Health Communication. 8(2): 131-152.
- Habermas, J. (1989). The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society. Cambridge, MIT Press.
- Hale, J.L. & Dillard, J.P. (1995). Fear appeals in health promotion campaigns: Too much, too little, or just right? In E.Maibach & R.L.Parrott (eds.), Designing health messages: Approaches from communication and public health practice, pp.65-80. CA: Sage Publication.
- Hofstede, G. (1991). Cultures and organizations: Software of the mind. London: HarperCollins.
- Huesca, R. (2002). Participatory approaches to communication for development. In W.B.Gudykunst & B.Mody (eds.), Handbook of international and intercultural communication, pp.209-226. CA: Sage Publications.
- Inagaki, N. (2007). Communicating the impact of communication for development: Recent trends in empirical research. Washington: World Bank.
- Infante, D.A., Rancer, A.S. & Womack, D.F. (2003). Building communication theory. Prospect Heights, Ill: Waveland Press.
- Kafka, R.R. & London, P. (1991). Communication in relationships and adolescent substance use: The influence of parents and friends. Adolescence 26: 587-598.
- Katz, E. & Lazarsfeld, P.F. (1955). Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications. Glencoe, IL: Free Press.

- Kendel, D.B. & Andrews, K. (1987). Process of adolescent socialization by parents and peers. International Journal of the Addictions 22: 319-342.
- Klink, M. (2002). "Theatre for development" Hand on ! A Manual working with youth on SRH. Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), 157-167.
- Knapp, M.L. & Vangelisti, A.L. (2005). Interpersonal communication and human relationships. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Komin, S. (1991). Psychology of the Thai people: Values and behavioural patterns. Bangkok: National Institute of Development Administration.
- Kotler, P. & Lee, N. (2008). Social marketing: Improving the quality of life. NJ: PrenticeHall.
- Kreps, G.L. & Thornton, B.C. (1992). Health communication: Theory & practice. IL: Waveland Press.
- Lasswell, H.D. (1948). The structure and function of communication in society. In L.Bryson (ed.), The communication of ideas. NY: Cooper Square.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. & Gaudet, H. (1948). The people's choice. NY: Columbia University.
- Littlejohn, S.W. & Foss, K.A. (2005). Theories of human communication. CA: Wadsworth.
- McGuire, W.J. (2001). Input and output variables currently promising for constructing persuasive communications. In R.E. Rice and C.K. Atkin (Eds.), Public communication campaigns, pp.22-48. Newbury Park, CA: Sage.
- McQuail, D. (2005). McQuail's mass communication theory. London: Sage.
- Melkote, S.R. & Steeves, H.L. (2001). Communication for development in the third world: Theory and practice for empowerment. Newbury Park, CA: Sage.
- Melkote, S.R. (2002). Theories of development communication. In W.B.Gudykunst & B.Mody (eds.), Handbook of international and intercultural communication, pp.129-146. CA: Sage Publications.
- Morris, N. (2003). A comparative analysis of the diffusion and participatory models in development communication. Communication Theory 13(2): 225-248.
- Morton, T.A. & Duck, J.M. (2001). Communication and health beliefs: Mass and interpersonal influences on perceptions of risk to self and others. Communication Research 28(5): 602-626.
- Oetting, E.R., Spooner, S. & Beauvais, F. & Banning, J. (1991). Prevention, peer clusters, and the paths to drug abuse. In L.Donohew, H.E.Sypher & W.J.Bukoski

- (Eds.), Persuasive communication and drug abuse prevention, pp.239-262.
Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- O'Keefe, D.J. (2002). Persuasion: Theory and research. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Paisley, W.J. (2001). Public communication campaigns: The American experience. In R.E. Rice and C.K. Atkin (Eds.), Public communication campaigns, pp.3-21. Newbury Park, CA: Sage.
- Papa, M.J., Singhal, A., Law, S., Pant, S., Sood, S., Rogers, E.M., & Shefner-Rogers, C.L. (2000). Entertainment-education and social change: An analysis of parasocial interaction, social learning, collective efficacy and paradoxical communications. Journal of Communication 50(4): 31-55.
- Pendell, S.D. Affection in interpersonal relationships: Not just "A fond or tender feeling". Communication Yearbook 26: 70-115.
- Powell, H. & Segrin, C. (2004). The effect of family and peer communication on college students' communication with dating partners about HIV and AIDS. Health Communication 16(4): 427-449.
- Rogers, E.M. (2003). Diffusion of innovation. NY: Free Press.
- Rogers, E.M. & Storey, J.D. (1987). Communication campaign. In C.R. Berger & S.H. Chaffee (Eds.), Handbook of communication science, pp.817-846. Newbury Park, CA: Sage.
- Servaes, J. (1995). Development Communication: for Whom and for What?. Communicatio 21(1): 39-49.
- Servaes, J. (1999). Communication for development: One world, multiple cultures. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Servaes, J. (2005). Mapping the new field of communication for development and social change. Paper presented to the social change in the 21st century conference. Center for Social change research. Queensland university of Technology. pp. 1-16. 28 October 2005.
- Servaes, J. (2007a). Participatory communication for development and social change: Some reflections and suggestions.. The Journal of Development Communication 18(2): 11-23.
- Servaes, J. (2007b). Harnessing the UN system into a common approach on communication for development. The International Communication Gazette 69(6): 483-507.

- Shahjahan, M., Khan, Y. & Haque, S. (2008). The Know Yourself" adolescent reproductive health communication programme in Bangladesh. The Journal of development communication. 28(2): 35-47.
- Singhal, A. (2001). Facilitating community participation through communication. New York: UNICEF.
- Singhal, A. & Rogers, E.M. (2001). The entertainment-education in communication campaign. In R.E. Rice and C.K. Atkin (Eds.), Public communication campaigns, pp.343-356. Newbury Park, CA: Sage.
- Sood, S. (2002). Audience involvement and entertainment-education. Communication Theory (12)2: 153-172.
- Sthapitanonda, P., Buaprakhon, D. & Singhal, A. (2004) Entertainment Education and participatory Theatre in Northern Thailand. The Journal of development communication 28(2): 29-39.
- Stone, G., Singletary, M. & Richmond, V.P. (1999). Clarifying communication theories: A hands-on approach. Ames, Iowa: Iowa State University Press.
- Vangelisti, A.L. (2002). Interpersonal processes in romantic relationships. In M.L. Knapp & J.A. Daly (Eds.), Handbook of interpersonal communication, pp.643-679. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Waisbord, S. (2001). Family tree of theories, methodologies and strategies in development communication: Convergences and differences. <http://comminit.com/stsilviocomm/sld-2881.html> [December 15, 2008]
- Wartella, E.A. & Middlestadt, S. (1991). Mass communication and persuasion: The evolution of direct effects, limited effects, information processing, and affect and arousal models. In L.Donohew, H.E.Sypher & W.J.Bukoski (Eds.), Persuasive communication and drug abuse prevention, pp.53-70. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wartella, E.A. & Stout, P.A. (2002). The evolution of mass media and health persuasion models. In W.D. Crano & M. Burgoon (Eds.), Mass media and drug prevention: Classic and contemporary theories and research, pp.19-34. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Weintraub Austin, E. (1995). Reaching young audiences: Developmental considerations in designing health messages. In E.Maibach & R. Louiselle Parrott (Eds.), Designing health messages: Approaches from communication theory and public health practice, pp.114-144. Thousand Oaks, London: Sage.

Yanovitzky, I. (2005). Sensation seeking and adolescent drug use: The mediating role of association with deviant peers and pro-drug discussions. Health Communication 17(1): 67-89.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**แบบสอบถามเกี่ยวกับแบบจำลองการสื่อสารณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน:
กรณีเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า**

คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่องการสื่อสารแบบผสมผสานเพื่อการเปลี่ยนแปลงในเยาวชน มีทั้งหมด 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษา ประเภทของโครงการการณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชนที่เข้าร่วม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสนใจในประเด็นการณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน ประกอบด้วย ปัจจัยเร่งปฏิบัติการในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

ส่วนที่ 3 ระดับการมีส่วนร่วมของแกนนำเยาวชนในกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง

ส่วนที่ 4 ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคมที่เกิดจากการเข้าร่วมกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในกิจกรรมเพื่อป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน

แบบสอบถามฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลในเรื่องการสื่อสารแบบผสมผสานเพื่อการเปลี่ยนแปลงในเยาวชน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นส่วนรวมซึ่งไม่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด ขอความกรุณาให้ท่านตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ และตอบตามความเป็นจริงของท่าน

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

นายมนต์ ขอเจริญ

นิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขา นิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัยเรื่อง
แบบจำลองการสื่อสารแบบผสมผสานเพื่อการเปลี่ยนแปลงในเยาวชน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความ หรือเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงตามความจริง

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ.....ปี
3. โครงการการรณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ท่านเข้าร่วม
ชื่อโครงการ.....
จังหวัด.....
4. กำลังศึกษาในระดับ

<input type="checkbox"/> ประถมศึกษา	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น
<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย	<input type="checkbox"/> ปวช./ปวส.
<input type="checkbox"/> อนุปริญญา	<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ.....

หมายเหตุ: คำว่า “สุรา” ในงานวิจัยนี้หมายถึง เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ผสมอยู่ทุกชนิด
 ดังนั้น จึงครอบคลุมถึง เหล้า เบียร์ ไวน์ สุราพื้นบ้าน ยาตอง ฯลฯ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่กระตุ้นให้เยาวชนสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมป้องกันและลดการดื่มสุรา

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ต้องการทราบปัจจัยต่อความสนใจในประเด็นการรณรงค์เพื่อควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของเยาวชน ประกอบด้วย ปัจจัยเร่งปฏิบัติการในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ขอให้ท่านโปรดพิจารณาว่าข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกหรือการแสดงออกมากน้อยเพียงใด แล้วตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ต้องการ เพียงข้อละเครื่องหมายเดียว ดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความรู้สึกหรือการปฏิบัติมากที่สุด
มาก	หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความรู้สึกหรือการปฏิบัติมาก
ปานกลาง	หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความรู้สึกหรือการปฏิบัติปานกลาง
น้อย	หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความรู้สึกหรือการปฏิบัติน้อย
น้อยที่สุด	หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความรู้สึกหรือการปฏิบัติน้อยที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับการกระตุ้น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	สมาชิกในครอบครัวชักชวนให้ข้าพเจ้าเข้าร่วมกิจกรรม					
2	เพื่อนในกลุ่มชักชวนให้ข้าพเจ้าเข้าร่วมกิจกรรม					
3	ครู อาจารย์ชักชวนให้ข้าพเจ้าเข้าร่วมกิจกรรม					
4	ข้าพเจ้าเห็นเหตุร้ายและผลเสียที่เกิดขึ้นจากการการดื่มสุราของคนที่ข้าพเจ้ารู้จัก					
5	กิจกรรมของโครงการนำไปใช้ได้จริง					
6	เจ้าหน้าที่โครงการมีความน่าเชื่อถือ เป็นตัวแบบของผู้มีสุขภาพดี ไม่ดื่มสุรา					
7	ข้าพเจ้าเห็นว่ากิจกรรมมีความน่าสนใจ นำไปสู่การป้องกันและลดการดื่มสุราได้มาก					
8	ข้าพเจ้าเห็นว่ารูปแบบการจัดกิจกรรมรณรงค์จะดึงดูดให้คนมาร่วมกิจกรรมมาก					
9	การบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ทำให้ข้าพเจ้าซื้อสุราได้ยากขึ้น					
10	การละเมิดการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ทำให้ติดคุก					
11	นโยบายระดับท้องถิ่นต่างๆ เช่น สถานศึกษาหรือชุมชนปลอดเหล้าทำให้ข้าพเจ้าดื่มสุราไม่ได้ตลอดเวลา					
12	ภาพและเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบจากการดื่มสุราที่ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อต่างๆ					
13	โฆษณาและกิจกรรมของบริษัทขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จะกระตุ้นให้เยาวชนมีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์					
14	วิธีการรณรงค์ที่นำมาใช้ในกิจกรรม เช่น การใช้ละคร, การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการสร้างชุมชนออนไลน์					

ข้อ	ข้อความ	ระดับการกระตุ้น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
15	วิธีการรณรงค์ที่นำมาใช้ในกิจกรรมมีความทันสมัย แปลกใหม่					
16	วิธีการรณรงค์ที่นำมาใช้ในกิจกรรมน่าสนใจ นำเสนอเนื้อหาได้เข้าใจง่าย					

ส่วนที่ 3 ระดับการมีส่วนร่วมของแกนนำเยาวชนในกระบวนการดำเนินกิจกรรม

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ต้องการทราบระดับการมีส่วนร่วมของแกนนำเยาวชนในกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง ขอให้ท่านโปรดพิจารณาว่าข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกหรือการแสดงออกมากน้อยเพียงใด แล้วตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ต้องการ เพียงข้อละเครื่องหมายเดียว ดังนี้

- จริงมากที่สุด หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความเป็นจริงมากที่สุด
 จริงมาก หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความเป็นจริงมาก
 จริงน้อย หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความเป็นจริงน้อย
 จริงน้อยที่สุด หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความเป็นจริงน้อยที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเป็นจริง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	โครงการจัดให้มีการพูดคุยถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขการดื่มสุรา แต่ข้าพเจ้าไม่เคยมีส่วนร่วมในการพูดคุย					
2	ข้าพเจ้าไม่ได้แสดงความคิดเห็นอะไร ต่อปัญหาการดื่มสุราที่โครงการจัดขึ้น					
3	ข้าพเจ้ามีอำนาจในการตัดสินใจและเป็นคนจัดให้มีการพูดคุยถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขการดื่มสุรา โดยโครงการมีหน้าที่สนับสนุนข้อมูลข่าวสาร หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เท่านั้น					
4	ข้าพเจ้ามีโอกาสในการเสนอความคิดเห็นหรือโต้แย้งสิ่งที่โครงการนำเสนอ					
5	ข้าพเจ้าได้เคยจุดประเด็นปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาการดื่มสุราให้สอดคล้องกับบริบทของเยาวชนไทย					
6	ข้าพเจ้าเคยแสดงความคิดเห็นตามที่โครงการรณรงค์ร้องขอ					
7	ข้าพเจ้าไม่เคยมีส่วนร่วมในการกำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการและแนวทางในการดำเนินงาน					
8	ข้าพเจ้าเคยได้รับเชิญให้เข้าร่วมกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ					
9	ข้าพเจ้าเคยแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ วิธีการและแนวทางในการดำเนินงานบ้างตามที่โครงการร้องขอหรือถาม					
10	ข้าพเจ้านำเสนอความคิดเห็นที่โต้แย้งในสิ่งต่างๆ ที่เห็นว่าไม่เหมาะสมเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ วิธีการและแนวทางในการดำเนินงานได้					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความเป็นจริง				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
11	ข้าพเจ้ามีส่วนร่วมกับการกำหนดวัตถุประสงค์การดำเนินงานตั้งแต่ต้น					
12	ข้าพเจ้ามีส่วนร่วมในการกำหนดทรัพยากรและแหล่งทรัพยากรของโครงการ					
13	ข้าพเจ้าไม่เคยมีส่วนร่วมในการแบ่งบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบของแต่ละคนในการทำกิจกรรมร่วมกัน					
14	ข้าพเจ้าได้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นครั้งๆ เท่านั้น เมื่อทำกิจกรรมเสร็จแล้วก็จบ ไม่ต้องแสดงความคิดเห็นหรือทำอะไรอีก					
15	ข้าพเจ้าได้ลงมือปฏิบัติร่วมกับโครงการ					
16	ข้าพเจ้ามีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทำงานของโครงการ					
17	ข้าพเจ้ามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างดำเนินงานของโครงการ					
18	ข้าพเจ้าได้ร่วมแสวงหาทรัพยากรที่เป็นประโยชน์ต่อโครงการ					
19	ข้าพเจ้าไม่เคยมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น					
20	ข้าพเจ้ามีส่วนร่วมประเมินผลการทำกิจกรรมที่ผ่านมา					
21	ข้าพเจ้าเคยให้ข้อเสนอแนะถึงแนวทางแก้ไขในการทำกิจกรรมตามที่โครงการร้องขอหรือถาม					
22	ข้าพเจ้าได้มีส่วนร่วมในการร่วมวิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินงานและแนวทางแก้ไขในครั้งต่อไป หลังเสร็จสิ้นการทำกิจกรรม					
23	ข้าพเจ้าได้นำเสนอความคิดเห็นข้อโต้แย้งในสิ่งต่างๆ ที่เห็นว่าไม่เหมาะสมระหว่างการประเมินผลการทำกิจกรรม เพื่อให้โครงการมีการตัดสินใจอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ของปัญหา					
24	ข้าพเจ้ามีอำนาจในการตัดสินใจอย่างเต็มที่ในการประเมินผลการทำกิจกรรม โดยโครงการมีหน้าที่สนับสนุนข้อมูลข่าวสาร หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เท่านั้น					

ส่วนที่ 4 ผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลง

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้ต้องการทราบผลลัพธ์การเปลี่ยนแปลงระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคมที่เกิดจากการเข้าร่วมกระบวนการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงในกิจกรรมเพื่อป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ขอให้ท่านโปรดพิจารณาว่าข้อความนั้นตรงกับความรู้สึกหรือการแสดงออกมากน้อยเพียงใด แล้วตอบคำถามโดยทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ต้องการ เพียงข้อละเครื่องหมายเดียว ดังนี้

มากที่สุด	หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความเป็นมากที่สุด
มาก	หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความเป็นมาก
ปานกลาง	หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความเป็นปานกลาง
น้อย	หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความเป็นน้อย
น้อยที่สุด	หมายถึง ข้อความนั้นเป็นไปตามความเป็นน้อยที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ข้าพเจ้าลดหรือเลิกการดื่มสุราได้มานานกว่า 1 ปี					
2	ข้าพเจ้าหาความสุขในชีวิตโดยไม่ต้องพึ่งการดื่มสุรา					
3	ข้าพเจ้าปฏิเสธเมื่อมีคนชวนดื่มสุราได้					
4	ข้าพเจ้าบอกคนอื่นถึงวิธีการในการลดหรือเลิกการดื่มสุราได้					
5	ข้าพเจ้ามีการคิดวิเคราะห์เกี่ยวกับการทำงานร่วมกับคนอื่นได้ดีขึ้น					
6	ข้าพเจ้าเห็นถึงโทษของสุราที่มีต่อสุขภาพและผลกระทบต่อสังคม					
7	ข้าพเจ้าเห็นประโยชน์ของโฆษณาและกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทสุราที่มุ่งสู่เยาวชน					
8	ข้าพเจ้าชอบคนที่ดื่มสุรา ดูแล้วเท่ มีเสน่ห์ ดึงดูดเพศตรงข้าม					
9	ข้าพเจ้ารู้สึกว่า การดื่มสุราเป็นวิธีการหาทางออกจากชีวิตที่น่าเบื่อที่ง่ายที่สุด					
10	ข้าพเจ้ารู้ว่าตัวเองสามารถช่วยให้คนอื่นลดหรือเลิกการดื่มสุราได้					
11	ข้าพเจ้าตั้งใจว่าจะไม่ดื่มสุราอีกในอนาคต					
12	เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาในชีวิตข้าพเจ้าจะกลับไปดื่มสุราอีก					
13	ข้าพเจ้าตั้งใจจะเป็นแกนนำเยาวชนในการรณรงค์เรื่องการลดและป้องกันการดื่มสุราในเยาวชนต่อไป					
14	ข้าพเจ้านำความรู้ที่ได้รับระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรมมาใช้ในการป้องกันและลดการดื่มสุรากับตัวเองและคนรอบข้างได้					
15	เมื่อกลับไปอยู่ในสิ่งแวดล้อมเดิมที่มีการดื่มสุรา ข้าพเจ้าสามารถปรับตัวที่จะไม่ดื่มสุราได้					
16	ข้าพเจ้าเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับเยาวชนคนอื่นได้					
17	แกนนำเยาวชนในกลุ่มของข้าพเจ้าที่ทำกิจกรรมร่วมกันมีจำนวนเพิ่มขึ้น					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
18	แกนนำเยาวชนในกลุ่มของข้าพเจ้ามีความหลากหลาย ทั้งเพศ อายุ การศึกษา					
19	แกนนำเยาวชนในกลุ่มของข้าพเจ้าผ่านการคัดเลือก เป็นที่ยอมรับจากเพื่อนๆ					
20	แกนนำเยาวชนในกลุ่มของข้าพเจ้ามีความสามารถในการกระตุ้นให้เพื่อนๆ ทำกิจกรรมร่วมกัน					
21	แกนนำเยาวชนในกลุ่มของข้าพเจ้ามีความริเริ่มนวัตกรรมใหม่ๆ ในการรณรงค์					
22	แกนนำเยาวชนในกลุ่มของข้าพเจ้ามีความโปร่งใสน่าเชื่อถือ					
23	กิจกรรมที่ข้าพเจ้าทำเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เยาวชนจากกลุ่มต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมได้					
24	แกนนำเยาวชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมตั้งแต่ การวางแผน, การคัดเลือกผู้นำ, การคิดกิจกรรม, การแบ่งบทบาท ความรับผิดชอบในหน้าที่ และการประเมินผลโครงการ					
25	ข้าพเจ้ารู้เท่าทันต่อปัญหาและผลกระทบในการติ่มสุรา					
26	ข้อมูลข่าวสารในการทำกิจกรรมของข้าพเจ้าถูกเผยแพร่ไปยังสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต และอื่นๆ					
27	ข้าพเจ้าเชื่อมั่นในตัวข้าพเจ้าว่าสามารถทำงานเป็นกลุ่มได้ดี					
28	ข้าพเจ้าเชื่อมั่นว่าสามารถทำงานได้ดีไม่แพ้ตัวข้าพเจ้าเอง					
29	ข้าพเจ้าเชื่อมั่นในตัวเองว่าสามารถการแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้สำเร็จ					
30	ข้าพเจ้ารู้สึกว่ปัญหาและผลกระทบจากการติ่มสุราเป็นปัญหาสำคัญ					
31	ข้าพเจ้ารู้สึกว่ตัวเองมีส่วนรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของโครงการ					
32	ข้าพเจ้าทุ่มเทและตั้งใจดำเนินกิจกรรมในโครงการอย่างต่อเนื่อง					
33	ข้าพเจ้ารับรู้ถึงประโยชน์ที่ตนเอง ชุมชน หรือสถานศึกษา จะได้รับจากการทำกิจกรรมของข้าพเจ้า					
34	ข้าพเจ้ารู้สึกว่ข้าพเจ้ามีความรับผิดชอบต่อกิจกรรมที่ข้าพเจ้าทำ ไม่ว่ากิจกรรมนั้นจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวก็ตาม					
35	ข้าพเจ้ายึดมั่นว่ตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มและตัวข้าพเจ้ามีความสำคัญต่อกลุ่ม					
36	ข้าพเจ้ามีความสุขและภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม					
37	ข้าพเจ้ามีความเห็นร่วมกันถึงเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ต้องการบรรลุร่วมกัน					
38	ข้าพเจ้ามีความเชื่อมั่นว่จะทำงานร่วมกับกลุ่ม อย่างเต็มความสามารถ					

ข้อ	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
39	ข้าพเจ้านึกตั้งใจที่จะช่วยเหลือเพื่อนๆ ด้วยความเต็มใจ					
40	ข้าพเจ้าและเพื่อนๆ ของข้าพเจ้ามีการสร้างข้อตกลงร่วมกันในวิธีการทำงานและการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม					
41	ข้าพเจ้าและเพื่อนๆ ของข้าพเจ้าสร้างข้อตกลงที่ดีร่วมกันในลดและเลิกพฤติกรรมการดื่มสุรา					



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ข

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายละเอียดของเครือข่ายเยาวชน

ในการสื่อสารรณรงค์ด้านสุขภาพในเยาวชน: กรณีศึกษาเครือข่ายเยาวชนงดเหล้า

1. เครือข่ายโรงเรียนปลอดเหล้า: พลังเยาวชนเพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม

นอกจากเป็นหน่วยงานประสานงานและขับเคลื่อนแผนงานเครือข่ายเยาวชนป้องกันนักดื่มหน้าใหม่แล้ว มูลนิธิเพื่อนเยาวชนเพื่อการพัฒนา ยังมีโครงการที่ดำเนินการเองอีกด้วย ซึ่งคือโครงการเครือข่ายโรงเรียนปลอดเหล้า ที่เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 โครงการนี้พัฒนามาจากโครงการสกัดนักดื่มหน้าใหม่ ที่มุ่งเน้นการทำงานในการสร้างภูมิป้องกันในตัวเยาวชนไปสู่การสร้างดำเนินนโยบายของผู้บริหาร โครงการนี้มีลักษณะชัดเจนคือการใช้แนวทางการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory approach) เป็นแนวทางหลักในการดำเนินงาน ด้วยความเชื่อว่าเยาวชนเป็นกลุ่มบุคคลที่มีพลังความคิดสร้างสรรค์และมีศักยภาพที่จะสามารถเปลี่ยนแปลงตัวเองและสามารถเปลี่ยนแปลงสังคมได้ การดึงศักยภาพดังกล่าวออกมาจึงต้องใช้กระบวนการที่เยาวชนต้องรู้จักตัวเอง และรู้จักสังคม สภาพแวดล้อมรอบข้าง ด้วยเหตุนี้โครงการจึงมุ่งพัฒนาเยาวชนในสองด้านสำคัญ คือ ประการแรกการพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชน และประการที่สอง การพัฒนาสิ่งแวดล้อมรอบตัวเยาวชน โดยใช้การดำเนินการแบบมีส่วนร่วมระหว่าง โรงเรียน หน่วยงานราชการ เยาวชน และชุมชน ที่ดำเนินงานไปควบคู่กัน

โครงการได้ออกแบบกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาแกนนำเยาวชนในเยาวชนกลุ่มต่างๆ กระจายตามภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ เป้าหมายหลักของการพัฒนาก็เพื่อพยายามให้เยาวชนที่เข้าร่วมโครงการได้เข้าใจถึงเป้าหมายชีวิตของตนเอง ตระหนักในคุณค่าของตน เข้าใจและเห็นใจผู้อื่น เข้าใจสังคม ซึ่งเมื่อเยาวชนมีความเข้าใจความสัมพันธ์ของตนเองต่อสิ่งต่างๆ รอบตัวแล้ว เยาวชนจำเป็นต้องมีวิธีการเรียนรู้เพื่อให้สามารถดำรงตนเองอยู่ในสังคมอย่างเหมาะสม ทั้งทักษะด้านการแสวงหาความรู้ การรับฟัง การจับประเด็น การคิด การจัดการความขัดแย้ง การสื่อสาร หรือกระทั่งการสร้างเครือข่ายของเพื่อนใหม่ๆ นอกจากนี้ ด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมรอบตัวเยาวชน ก็มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัวถือเป็นแหล่งเรียนรู้สำคัญของเยาวชน เยาวชนจะเรียนรู้ หรือปฏิบัติตามด้วยความเคยชินโดยไม่รู้ตัว การจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับเยาวชน หรือการให้เยาวชนมีสิทธิ์ที่จะเสนอสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับตนเองจึงเป็นสิ่งสำคัญ

กรอบแนวคิดสำคัญของโครงการโรงเรียนปลอดเหล้าจึงเป็นการผสมผสานแนวทางการมีส่วนร่วมของเยาวชนและครูในสถานศึกษาในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานเพื่อป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน พร้อมทั้งขับเคลื่อนให้เกิดกิจกรรมในสถานศึกษา

และชุมชนรอบสถานศึกษา ร่วมกับแนวคิดการสื่อสารแบบแพร่กระจายที่แกนนำเยาวชนจะเป็นผู้ส่งสารสู่ชุมชนและสังคมเพื่อสื่อสารประเด็นเรื่องดีมีแอลกอฮอล์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ต่อไป ดังแสดงในแบบจำลองการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง ดังภาพต่อไปนี้

กรอบแนวคิดในการดำเนินงานของโครงการเครือข่ายโรงเรียนปลอดเหล้า



โครงการเครือข่ายโรงเรียนปลอดเหล้า มีพัฒนาการของการดำเนินงานสำคัญที่ผ่านจนถึงปัจจุบันอยู่ 2 ระยะด้วยกันคือ ในระยะที่ 1 การสร้างกลุ่มแกนนำเยาวชนให้มีความรู้เท่าทันต่อเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงทักษะในการสื่อสารในประเด็นผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์สู่สังคมผ่านสื่อและกิจกรรมรณรงค์และการให้การศึกษาต่างๆ เช่น กิจกรรมในงานเทศกาลต่างๆ โดยแกนนำเยาวชนจะเป็นผู้เรียกร้องให้เกิดข้อตกลงร่วมกันในพื้นที่ในการสภาพแวดล้อมในชุมชนให้ปลอดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ระหว่างผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเชิงนโยบายในชุมชน ทั้งนี้ข้อตกลงดังกล่าวจะต้องเป็นสิ่งที่เห็นพ้องกันระหว่างเยาวชน กับภาคีอื่น เช่น โรงเรียน ส่วนราชการ ผู้นำชุมชน

ส่วนในระยะที่สองนั้นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม เพราะเป็นการพยายามนำข้อเสนอของเยาวชน และข้อตกลงของแต่ละพื้นที่ให้ปรากฏผลเป็นรูปธรรมมากขึ้น ทั้งนี้พื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญของโครงการในระยะที่สองนี้คือ โรงเรียน โดยโครงการฯ ได้กำหนด

ยุทธศาสตร์สำคัญที่จะทำให้โรงเรียนปลอดเหล้า ไม่ว่าจะเป็นการผลักดันให้เป็นแผนงานของโรงเรียน การส่งเสริมให้ครูมีการบูรณาการการเรียนการสอน การสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มแกนนำเยาวชน การส่งเสริมให้เยาวชนสามารถผลิตสื่อรณรงค์ตามลักษณะของแต่ละพื้นที่ และการทำงานร่วมกับภาคีท้องถิ่นอื่นๆ เพื่อร่วมผลักดันนโยบายสาธารณะในการจัดการสภาพแวดล้อมของชุมชนรอบสถานศึกษา

เราจะพบว่าโครงการ ได้ผสมผสานแนวคิดของกระบวนการสื่อสารทั้งแบบมีส่วนร่วมที่ ถูกนำมาใช้ในกระบวนการพัฒนาแกนนำ และกระบวนการดำเนินกิจกรรม และการสื่อสารแบบ แพร่กระจายที่นำมาใช้ร่วมกันเพื่อพยายามสื่อสารประเด็น ความรู้ที่มาจากส่วนกลางไปสู่แกน นำเยาวชนในโครงการ และการที่แกนนำเยาวชนพยายามสื่อสารกลับไปยังสังคมผ่านสื่อและ กิจกรรมของตนเอง ทั้งสองกระบวนการสื่อสารมุ่งหวังถึงเป้าหมายการเปลี่ยนแปลงทั้งระดับ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการเปลี่ยนแปลงเชิงสังคม และสภาพแวดล้อม รอบชุมชน

เป้าหมายและวัตถุประสงค์

จากแนวคิดสำคัญข้างต้นที่โครงการโรงเรียนปลอดเหล้าได้กำหนดเป้าหมายหลักของการ ดำเนินงานไว้สามประการหลักคือ

1. เป้าหมายด้านการขยายองค์ความรู้ โดยสร้างความรู้ความเข้าใจ แนวคิดทัศนคติ และความเข้มแข็งให้แก่กลุ่มเยาวชน นักศึกษา ครู ผู้นำชุมชน และการจัดการการศึกษาแก่ กลุ่มเป้าหมาย และขยายความรู้สู่ชุมชน
2. เป้าหมายด้านการขยายพื้นที่การดำเนินงาน โดยการผลักดันให้เกิดกิจกรรมต้นแบบ ในพื้นที่ต่างๆ และพัฒนาทักษะเครื่องมือในการสื่อสารให้เยาวชนเพื่อจัดการรณรงค์ในพื้นที่ ควบคู่ไปกับการสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายการทำงานของครู ผู้นำชุมชน
3. เป้าหมายด้านการขับเคลื่อนนโยบาย โดยการผลักดันนโยบายระดับท้องถิ่นในการ จัดการสภาพแวดล้อมเพื่อให้โรงเรียนและชุมชนปลอดเหล้า

พื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

จากหลักคิดการพัฒนาแกนนำเยาวชนด้วยการรณรงค์ผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบมี ส่วนร่วม โครงการ ได้กำหนดพื้นที่และกลุ่มเยาวชนกระจายตามภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ กลุ่ม เยาวชนในโรงเรียนระดับประถมศึกษา จังหวัดสมุทรสงคราม, กลุ่มเยาวชนในโรงเรียนระดับ มัธยมศึกษา อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครศรีธรรมราช, อำเภอภูฉิมรายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์,

อำเภอศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์, กลุ่มเยาวชนในโรงเรียนระดับอุดมศึกษา ทั่วประเทศ ทั้งนี้ สถานศึกษาที่โครงการฯ เลือกลงส่วนใหญ่เน้น นอกจากความคุ้นเคย หรือการเคยทำงานร่วมกันมาก่อน ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้เครือข่ายสามารถเข้าไปทำงานในเชิงการมีส่วนร่วมได้ง่ายขึ้นนั้น เครือข่ายยังศึกษาถึงสภาพแวดล้อมของโรงเรียนที่มีจุดเสี่ยงต่อเยาวชนอีกด้วย และถ้าโรงเรียนเห็นความสำคัญก็จะมีแนวโน้มที่จะรับดำเนินการ

แนวทางการดำเนินงาน

โครงการโรงเรียนปลอดเหล้ามีขอบเขตการดำเนินงานในเยาวชนหลากหลายช่วงอายุ แต่อย่างไรก็ตามแนวคิดการดำเนินงานในกลุ่มเยาวชนระดับต่างๆ นั้นมีแนวคิดหลักเหมือนกัน คือ การสร้างศักยภาพการเป็นแกนนำเยาวชนด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เพื่อการจัดการสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม (โรงเรียนปลอดเหล้า) โดยการประยุกต์ศาสตร์ในการผลักดันนโยบายในการสร้างสภาพแวดล้อมในชุมชน เพื่อให้ปลอดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ที่เริ่มต้นด้วยการเลือกชุมชนที่พร้อมที่จะดำเนินการผลักดันแนวคิด กิจกรรม และนโยบายสู่การสร้างพื้นที่ต้นแบบเพื่อการผลักดันผลงานให้เป็นรูปธรรม

แต่ถึงแม้แนวคิดหลักจะเหมือนกัน แต่ก็มีความแตกต่างกันบ้างในเรื่องระดับการมีส่วนร่วมในเยาวชนแต่ละช่วงอายุ โดยเยาวชนที่ศึกษาในระดับการศึกษาที่สูงกว่าจะมีระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานมากกว่า เช่น เยาวชนระดับประถมศึกษาเน้นโครงการฯ เน้นการทำงานเพื่อพัฒนาให้แกนนำเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการสามารถเป็นตัวแทนในการเปลี่ยนแปลง (change agent) ในเรื่องการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของสมาชิกในครอบครัว และชุมชน แม้ว่ากลุ่มเด็กระดับประถมศึกษาอาจข้อจำกัดในการเป็นแกนนำในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง แต่เยาวชนเหล่านี้จะเป็นสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารประเด็นถึงผู้ใหญ่

ในขณะที่เยาวชนระดับอุดมศึกษาหรือ ระดับมัธยมศึกษาจะมีมิติการทำงานที่ลึกกว่า เพราะเยาวชนเริ่มรู้จักตนเองมากขึ้น รู้ถึงความถนัด ความต้องการ และอัตลักษณ์ของตนเอง หรือท้องถิ่นตนเองที่แตกต่างกัน โครงการฯ จึงต้องปรับวิธีการดำเนินงานให้เหมาะสมกับเยาวชนแต่ละพื้นที่และระดับการศึกษา

การทบทวนสถานการณ์และวิเคราะห์ข้อมูลโครงการฯ เป็นผู้ประสานในสามกลุ่มสำคัญที่มีส่วนเกี่ยวข้อง คือ เยาวชน โรงเรียน ชุมชน โดยมีรูปแบบในการดำเนินงานคือ การลงพื้นที่ของเจ้าหน้าที่โครงการฯ เพื่อศึกษาข้อมูล ข้อเท็จจริง จากการสำรวจปัญหาที่เกิดขึ้น ด้วยรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ทั้งการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประชุมกับ

คณะทำงาน และการจัดเวทีถอดและสังเคราะห์ความรู้เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ และแนวทางการทำงานที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริง โครงการฯ พยายามเข้าถึงกลุ่มครู อาจารย์ เจ้าหน้าที่ในสถานศึกษา เพื่อให้เกิดความเข้าใจเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของโครงการ และพยายามบูรณาการเรื่องเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้าไปกับการเรียน การสอนและนโยบายของสถานศึกษาเพื่อส่งผ่านกระบวนการพัฒนาศักยภาพตนเองไปสู่เยาวชนที่ร่วมโครงการ

ขั้นตอนการทบทวนสถานการณ์และการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ ในระดับหนึ่งถือว่าการเตรียมข้อมูลก่อนเข้าไปทำกิจกรรม แต่ในอีกมุมหนึ่งขั้นตอนนี้ถือเป็นขั้นตอนเชิงกลยุทธ์ที่หวังผลต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคลและสังคม และความยั่งยืนในพื้นที่ที่ดำเนินกิจกรรม โดยการลงพื้นที่พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้บริหาร หัวหน้าองค์กร และผู้นำชุมชนในแต่ละพื้นที่เพื่อสร้างความเข้าใจ และผลักดันแนวคิดในเรื่องผลกระทบที่เกิดจากเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อชุมชนปลอดภัย รวมทั้งมีการทำแบบสำรวจความคิดเห็น ทศนคติ เรื่องผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อชุมชนปลอดภัยกับชาวบ้าน รวมทั้งกิจกรรมสัมมนาในกลุ่มแกนนำและประชุมคณะทำงานการดำเนินงาน กิจกรรม โรงเรียนและชุมชน

2. โครงการรณรงค์ปลอดภัย

โครงการรณรงค์ปลอดภัยเริ่มดำเนินการเมื่อปี พ.ศ. 2548 โดยในช่วงแรก กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ได้มอบหมายให้เครือข่ายวัยมันส์ ภูทันแอลกอฮอล์เป็นผู้รับผิดชอบโครงการ ในปัจจุบันโครงการนี้รับผิดชอบโดยมูลนิธิเพื่อนเยาวชนเพื่อการพัฒนา โครงการนี้เป็นการรณรงค์ที่เน้นการทำงานร่วมกับกลุ่มเยาวชนระดับอุดมศึกษาในประเพณีรณรงค์ประจำปี ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ถือว่าเป็นจุดเสี่ยงสำคัญในกระตุ้นให้เยาวชนมีพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แนวคิดสำคัญของโครงการนี้นอกจากเป็นการให้บทบาทโดยตรงให้กับเยาวชนในสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการรณรงค์ในการจัดทำแผนงานรณรงค์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเพื่อนนักศึกษาในสถาบันการศึกษา รวมถึงชุมชนใกล้เคียงได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังเป็นการแบ่งเบาภาระให้กับสถาบันการศึกษาต่างๆ ในการร่วมรณรงค์ป้องกันปัญหาแอลกอฮอล์อย่างจริงจังอีกด้วย โดยผลการดำเนินตั้งแต่เริ่มโครงการพบว่าอัตราการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และพฤติกรรมรุนแรงที่เกี่ยวข้องในช่วงเทศกาลรณรงค์ลดลงอย่างต่อเนื่อง

เป้าหมายและวัตถุประสงค์

จากแนวคิดสำคัญข้างต้นที่โครงการรับน้องปลอดเหล้าได้กำหนดเป้าหมายหลักของการดำเนินงานไว้สี่ประการหลักคือ

1. เป้าหมายด้านการขยายองค์ความรู้ โดยสร้างความรู้ความเข้าใจ แนวคิดทัศนคติ ต่อการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชนเป้าหมาย
2. เป้าหมายด้านการขยายพื้นที่การดำเนินงาน โดยสร้างเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้า และให้การสนับสนุนกิจกรรมของนักศึกษาที่มีความคิดสร้างสรรค์
3. เป้าหมายด้านการขับเคลื่อนนโยบาย โดยการผลักดันนโยบายระดับสถานศึกษาในการจัดการสภาพแวดล้อมเพื่อให้สถาบันการศึกษาเป็นพื้นที่ปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และยังมีการทำงานร่วมกับชุมชนรอบสถานศึกษาเพื่อร่วมผลักดันให้พื้นที่รอบสถานศึกษาเป็นเขตปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

พื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

โครงการฯ เน้นการทำงานกับสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาทั่วประเทศ โดยปัจจุบันมีสถาบันการศึกษาเข้าร่วมโครงการจำนวน 124 สถาบันจากทั่วประเทศ หลักการคัดเลือกสถาบันเข้าร่วมโครงการเป็นในลักษณะการเปิดโอกาสให้แต่ละสถาบันเขียนโครงการเกี่ยวกับกิจกรรมการรับน้องที่ปลอดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยเน้นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ ไม่ยึดติดกับรูปแบบการรับน้องแบบเดิมๆ ที่ปฏิบัติกันมา

แนวทางในการดำเนินงาน

โครงการฯ มีแนวทางสำคัญในการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกับโครงการโรงเรียนปลอดเหล้าก่อนหน้าคือ ประการแรก การพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชน เพื่อให้เยาวชนเหล่านี้สามารถเปลี่ยนแปลงจากการเป็นผู้รับสาร ให้กลายเป็นผู้ส่งสารต่อ สถานศึกษา ชุมชน และสังคม ในประเด็นการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ประการที่สองคือการเปิดโอกาสให้เยาวชนได้สามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมในสถานศึกษาตนเอง เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสารสาธารณะไปสู่สังคม และประการสุดท้าย การสนับสนุนให้เกิด “เสียง” ของเยาวชนในการขับเคลื่อนนโยบาย การเฝ้าระวังการบังคับใช้ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ในสถานศึกษา หรือรอบเขตสถานศึกษา แต่สิ่งที่แตกต่างคือ ขอบเขตของโครงการรับน้องปลอดเหล้าที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ดังนั้นลักษณะ

การทำงานของเครือข่ายฯ จึงไม่สามารถที่จะลงลึกได้ แต่จะเป็นการบริหารโครงการต่างๆ ที่แต่ละสถาบันการศึกษาส่งเข้ามา ซึ่งถือว่าเป็นอีกรูปแบบหนึ่งในการจัดการที่น่าสนใจศึกษา

1. การพัฒนาแกนนำเยาวชน รูปแบบสำคัญของการพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชนในโครงการรับน้องปลอดเหล้ามีอยู่สองประการ คือ การใช้ทีมพี่เลี้ยง และการจัดการสัมมนาแกนนำเยาวชน กล่าวคือ ทีมพี่เลี้ยงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อกระบวนการพัฒนาแกนนำเยาวชน โดยทีมพี่เลี้ยงจะเข้าไปช่วยให้คำปรึกษากับสถาบันการศึกษาต่างๆ ที่เข้าร่วมโครงการ ตั้งแต่การเขียนโครงการ การบริหารงบประมาณ การให้คำปรึกษาในการจัดกิจกรรม ทั้งนี้พี่เลี้ยงก็คือแกนนำเยาวชนของโครงการฯ ที่เข้าร่วมโครงการในปีแรกๆ ดังนั้นทีมพี่เลี้ยง และแกนนำเยาวชนในแต่ละสถาบันการศึกษาจะทำงานร่วมกันเพื่อให้โครงการบรรลุเป้าหมายที่วางไว้

แนวทางการพัฒนาแกนนำเยาวชน ยังมีการจัดสัมมนาเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับเป้าหมายของการดำเนินงาน และในการสร้างกิจกรรมเชื่อม กับเครือข่ายมหาวิทยาลัยปลอดเหล้า เพื่อกำหนดบทบาทในการเข้าไปประสานงานกับมหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมรับน้อง รวมทั้งมีการ สัมมนาใหญ่ทั่วประเทศในการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการรับน้องปลอดเหล้า และเชื่อม ประสานงานระหว่างอาจารย์กับนักศึกษาในการวางแผนงาน รวมทั้งมีการทำสัมมนาสรุปผล กิจกรรมในการดำเนินงาน เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินงานและปัญหาอุปสรรค ในการดำเนินงาน

2. สื่อและกิจกรรมต้นแบบ แกนนำเยาวชนพยายามที่จะสอดแทรกสาระเรื่องการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ลงไปในกิจกรรมต่างๆ ในช่วงรับน้อง หรือพยายามที่จะเสนอกิจกรรมใหม่ขึ้นมา แกนนำเยาวชนจะต้องเชื่อมโยงรูปแบบของกิจกรรมส่วนใหญ่เข้ากับประเด็นในการรณรงค์ได้ เพื่อให้สื่อและกิจกรรมของโครงการรับน้องปลอดเหล้าเข้าไปปรากฏในเหตุการณ์ที่ถือเป็นจุดเสี่ยงสำคัญที่เยาวชนจะใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการสร้างความสนุกในกลุ่มเพื่อนเช่น การใช้สื่อประชาสัมพันธ์การรณรงค์ ที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรอุปถัมภ์ทุนทั้ง กองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และ เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) โดยสื่อจะทำหน้าที่ตอกย้ำข้อความสำคัญ (key message) ที่ถูกกำหนดมาจากองค์กรอุปถัมภ์ทุน เช่น “รักน้องจริง อย่าชวนน้องดื่ม” สื่อที่ใช้มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นโปสเตอร์ ป้ายประชาสัมพันธ์กลางแจ้ง สื่อ ปลอกแขน ผ้าพันคอ เข็มกลัด การกระจายเสียงตามสาย สื่อบุคคล หรือซุ้มกิจกรรมรณรงค์ เป็นต้น โดยสื่อเหล่านี้จะถูกจัดวางทั่วบริเวณสถาบันการศึกษา

นอกจากนี้กิจกรรมการเดินหรือวิ่งรณรงค์ รับน้องปลอดเหล้า ก็เป็นอีกกิจกรรมที่มีแง่มุมที่น่าสนใจ โดยการเดินรณรงค์มีทั้งการเดินในสถาบันตนเอง และการออกไปเดินนอกสถาบัน เช่นในตัวเมือง ทั้งนี้ระหว่างการเดินทาง นักศึกษาที่ร่วมขบวนจะช่วยแจกสื่อประชาสัมพันธ์

ต่าง เช่น แผ่นพับ สมุด โบปลิว สติกเกอร์ และพุดสื่อสารกับประชาชนในชุมชนรอบสถาบันเพื่อ ชักชวนในเรื่องการงดบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมหลักที่แกนนำเยาวชนใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างการให้ความรู้เรื่อง การงดเหล้าในงานรับน้อง คือกิจกรรมการแสดงคอนเสิร์ตในช่วงเย็นหรือช่วงกลางคืน และเป็น กิจกรรมที่นักศึกษาชื่นชอบ เพราะมีความสนุกสนานมากกว่าวิชาการ กิจกรรมการแสดงดนตรี เป็นวิธีการแบบเดิมที่ยังคงมีมาหลายสถาบันที่ใช้แนวคิดการใช้ความบันเทิงเพื่อสอดแทรกสาระ เรื่องการงดเหล้าให้แก่นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งนักศึกษาส่วนมากนั้นชอบและให้ ความสนใจในกิจกรรมคอนเสิร์ตเป็นพิเศษ โดยระหว่างการแสดง จะมีพิธีกรที่คอยเสริมความรู้ เรื่องการงดเหล้าอยู่ตลอด และกิจกรรมที่ได้รับความสนใจจากเยาวชนที่เป็นนักศึกษาใน สถาบันการศึกษาในช่วงงานรับน้องคือ กิจกรรมการประกวดดาวเดือนประจำมหาวิทยาลัย โดย แกนนำเยาวชนต้องพยายามสอดแทรกคำถามในเรื่องการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่ม แอลกอฮอล์ในช่วงการประกวด ซึ่งนับว่าเป็นช่วงเวลาที่ดีในการสื่อสาร

ส่วนกิจกรรมอื่นๆ ที่แกนนำเยาวชนจัดขึ้นมาในระหว่างช่วงรับน้องก็เป็นสิ่งที่ผู้บริหาร เครื่องข่ายรับน้องปลอดภัยให้ความสนใจ เช่น การอบรมขับขี่ ปลอดภัย ไร้อัลกอฮอล์ ที่ เนื้อหาในการอบรมจะเกี่ยวกับสถิติการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ปริมาณแอลกอฮอล์ที่อยู่ระดับที่ สามารถขับขี่ได้ การตรวจจับผู้ขับขี่ที่ดื่มแอลกอฮอล์ บทลงโทษของผู้ที่ถูกจับ และเหยื่อที่ได้รับ ผลกระทบจากอุบัติเหตุจากการเมาแล้วขับ ผลกระทบทางร่างกาย นักศึกษาสนใจในเรื่องของ โทษที่จะได้รับด้านอุบัติเหตุที่เกิดจากการเมาแล้วขับมากกว่าการอบรมขับขี่ปลอดภัยไร้อัลกอฮอล์ ในระดับหนึ่ง

3. การขับเคลื่อนสังคม สถาบันการศึกษาแต่ละแห่งนั้น มีกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นตลอดทั้ง ปี แกนนำเยาวชนจึงสามารถที่จะขยายผลจากงานรับน้องไปสู่งานอื่นๆ ได้ รวมถึงกิจกรรมที่จัด ภายนอกสถานศึกษาด้วย แกนนำเยาวชนที่มีความพร้อม และได้รับการสนับสนุนและการ ผลักดันจากสถาบัน การศึกษามักจะมีแนวโน้มที่จะขยายผลกิจกรรมรับน้องปลอดภัยออกไปสู่ ชุมชนได้ หรือการที่ชุมชนเองจะเป็นผู้ประสานขอให้แกนนำเยาวชนเหล่านี้เข้าไปจัด กระบวนการรณรงค์ให้ภายในชุมชน ในขณะที่เดียวกันชุมชนเองก็จะเป็นตัวแทนในการสอดส่อง ดูแลพฤติกรรมของนักศึกษาในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3. โครงการเฝ้าระวังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.

2551

เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) จึงกำหนดให้โครงการเฝ้าระวังการบังคับใช้พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เป็นโครงการสำคัญโครงการหนึ่งในแผนงานเครือข่ายเยาวชนป้องกันนักดื่มหน้าใหม่ โดยการพยายามรวบรวมเครือข่ายเยาวชนต่างๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานเชิงเฝ้าระวัง และพัฒนาศักยภาพของแกนนำเยาวชนในการเป็นผู้สื่อสารสู่สังคม การที่เยาวชนเข้ามามีบทบาทในการผลักดัน, ขับเคลื่อน และการเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมายในลักษณะนี้ ถือว่าเป็นสิ่งใหม่ในสังคมไทย

หนึ่งในเครือข่ายเยาวชนเชิงเฝ้าระวังที่มีศักยภาพโดดเด่นคือ กลุ่มเยาวชนและนักศึกษาระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาจำนวน 7 สถาบันในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ได้รวมกลุ่มกันทำกิจกรรมรณรงค์และป้องกันภัยจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยมีศูนย์ประสานงานเครือข่ายงดเหล้าภาคเหนือช่วยเหลือในการประสานงาน เยาวชนกลุ่มนี้เริ่มทำกิจกรรมรณรงค์ในช่วงประเพณีสำคัญของล้านนา เช่น การรณรงค์งดดื่มเหล้าเบียร์ในเทศกาลปีใหม่เมือง จังหวัดเชียงใหม่ งานสงกรานต์นี้สนุกได้ไร้แอลกอฮอล์ งานยี่เป็งปลอดเหล้า งานลอยกระทงปลอดภัย สนุกได้ ไร้แอลกอฮอล์ เป็นต้น แต่ก่อนหน้าที่เยาวชนกลุ่มนี้จะมารวมตัวกันนั้น ทางศูนย์ประสานงานเครือข่ายงดเหล้าภาคเหนือ ได้เคยประสานงานกลุ่มเยาวชนในสถาบันการศึกษาต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ในการผลักดันพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 แต่บทเรียนจากการดำเนินกิจกรรมครั้งนั้น คือกลุ่มเยาวชนเป็นเพียงการรวมกลุ่มเฉพาะกิจ ขาดการหนุนเสริมกระบวนการที่ต่อเนื่อง เป็นผลให้เครือข่ายมีลักษณะแตกกระจาย มีการเปลี่ยนบุคลากร โดยเฉพาะแกนนำเยาวชนหลายครั้ง ทั้งแกนนำเยาวชนเหล่านี้ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทักษะกระบวนการเกี่ยวกับการทำงานเคลื่อนไหวทางสังคม

แนวคิดสำคัญของโครงการนี้คือการเห็นความสำคัญของการรวมกลุ่มของเยาวชนเพื่อที่เยาวชนจะได้มีกิจกรรมปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ร่วมมือป้องกันและแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ที่ถือเอาคนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา คือการเปิดโอกาสให้แต่ละคนใช้ศักยภาพในการพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มที่เพื่อยกระดับ “จิตสำนึกร่วมทางสังคม” ให้แพร่กระจายออกไป โดยใช้กิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเรียนรู้กระบวนการทำงานเคลื่อนไหวทางสังคม, มีเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเสริมแนวคิดประสบการณ์, มีพื้นที่สาธารณะเพื่อปฏิบัติการทางสังคม, การติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง

เป้าหมายและวัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างเครือข่ายเยาวชนเพื่อเรียนรู้การเฝ้าระวังการบังคับใช้กฎหมาย
2. เพื่อพัฒนาและส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายการเรียนรู้ เกี่ยวกับปัญหาและผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน
3. เพื่อพัฒนาแกนนำเยาวชนให้สามารถจัดกระบวนการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่ของตนเอง
4. เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนากระบวนการสื่อสารสาธารณะที่เหมาะสม โดยสามารถยกระดับ “จิตสำนึกร่วมทางสังคม” ในการเฝ้าระวังและสนับสนุนการบังคับใช้กฎหมาย

พื้นที่และกลุ่มเป้าหมายในการทำงาน

แกนนำเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 40 คน เป็นแกนนำที่ร่วมขับเคลื่อนสังคมในการดำเนินกิจกรรมในการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในจังหวัดเชียงใหม่ และร่วมผลักดัน พระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 แกนนำเหล่านี้มาจาก 7 สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ คือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตล้านนา, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น, วิทยาลัยการพลศึกษา และมหาวิทยาลัยพายัพ

แนวทางการดำเนินโครงการ

1. การพัฒนาแกนนำเยาวชน ความคิดเบื้องหลังการพัฒนาศักยภาพของแกนนำเยาวชน เพราะโครงการฯ เชื่อว่าการพัฒนาไม่ใช่การหล่อหลอมเพื่อให้เยาวชนเปลี่ยนแปลงตามที่โครงการฯ ต้องการได้ หากแต่โครงการฯ ต้องคำนึงถึงศักยภาพ พลังและบทบาทของเยาวชนในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเอง การพัฒนาสังคมและความสามารถในการตัดสินใจเองด้วย การดำเนินกิจกรรมที่เหมาะสมนั้น จำเป็นต้องใช้กระบวนการมีส่วนร่วมจากเยาวชน เพื่อให้สามารถวิเคราะห์และแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเองอย่างเป็นระบบ สร้างการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง

กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชนของโครงการฯ นั้นยังมุ่งหวังสู่การที่เยาวชนจะสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคมภายในกลุ่มเยาวชน โดยการสร้างกลุ่มของตนเองขึ้นมาและพัฒนาขึ้นเป็นเครือข่ายเยาวชนที่เข้มแข็งระหว่างสถานศึกษาต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยขั้นตอนในการเสริมพลังกลุ่มและเครือข่ายมีกระบวนการคือ การจัดตั้งกลุ่มเยาวชนขึ้นมาจากความสมัครใจ เพื่อร่วมช่วยกันคิดและรวมตัวกันทำกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหา

ต่างๆ ในสถานการณ์และผลกระทบของเครื่องตีแมลงกอล การเคลื่อนไหวของกลุ่มจะเป็น การสร้างพลังการต่อสู้และพลังต่อรองโดยอาศัยเวทีพบปะ แลกเปลี่ยน มีระเบียบแนวทางปฏิบัติ ร่วมกัน โครงการฯ พยายามส่งเสริมกิจกรรมให้กลุ่มได้เคลื่อนไหว เรียนรู้จากการปฏิบัติจริง และคาดหวังว่ากลุ่มเยาวชนต่างๆ จะเจริญเติบโต โดยมีสมาชิกของกลุ่มเพิ่มจำนวนขึ้นและเกิด กลุ่มใหม่ๆ ต่อเนื่องและสัมพันธ์กับกลุ่มที่มีอยู่เดิม

เครือข่ายได้สร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชน “ยุวกระบวนกร” เพื่อ พัฒนาเยาวชนให้สามารถสื่อสารสาธารณะอย่างเป็นกระบวนการในประเด็นเฝ้าระวังภัย แอลกอฮอล์ ผ่านสื่อกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างกระแสและขยายแนวร่วมรณรงค์เฝ้าระวังภัย แก้ไข ปัญหาแอลกอฮอล์ ดังนี้

เราจะเห็นว่ากิจกรรมการพัฒนาภาวะผู้นำ เน้นพลังกลุ่มนั้นเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่จะทำ ให้เยาวชนจะได้เรียนรู้ และรู้จักศักยภาพของตนเอง และได้นำเอาศักยภาพนั้นไปลงทำงานใน สถานการณ์จริง แม้ว่าช่วงแรกจะไม่มีแกนนำที่ชัดเจนชัดเจน ที่จะเข้ามาวางแผนการดำเนินงาน อย่างเป็นระบบระเบียบ แต่ทุกวันเยาวชนเหล่านี้จะต้องมีการถอดบทเรียนถึงสิ่งที่ได้เรียนรู้จาก ปรากฏการณ์ที่เห็น และเบื้องหลังปรากฏการณ์อันนั้น เยาวชนได้เรียนรู้เรื่องอำนาจ โครงสร้าง ทางสังคม การแสวงหาความร่วมมือ ท่ามกลางความแตกต่างหลากหลาย

2. การสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ การพัฒนาศักยภาพแกนนำนอกจากมุ่งหวังผลการ เปลี่ยนแปลงในตัวเยาวชนแล้ว แกนนำเยาวชนยังถูกคาดหวังให้เป็นแนวร่วมอาสาสมัครเฝ้า ระวังภัยแอลกอฮอล์และขับเคลื่อนกิจกรรมต่างๆ ในการรณรงค์เพื่อป้องกันและลดการบริโภค เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ การสื่อสารสาธารณะไปสู่สังคม ทั้งนี้กิจกรรมเพื่อ การสื่อสารในพื้นที่สาธารณะและการขับเคลื่อนสังคมและการเฝ้าระวังในการบังคับใช้กฎหมายที่ โครงการฯ นำมาใช้ มีทั้งการจัดกิจกรรมในงานเทศกาลประเพณีที่สำคัญ เช่น งานเลี้ยง/ ประเพณีในสถานที่ศึกษา เช่น ประเพณีรับน้อง บายเนียร์ งานเลี้ยงรับปริญญาบัณฑิต กีฬามหาวิทยาลัย งานวัฒนธรรมประเพณีสำคัญของล้านนา เช่น เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง ส่ง ทำยปีใหม่ฯลฯ

หรือการที่แกนนำเยาวชนมีส่วนสำคัญในการสื่อสารรณรงค์ให้ความรู้ และเป็นเครือข่าย เฝ้าระวังภัยแอลกอฮอล์ตาม พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 เช่น การ เก็บข้อมูลจุดเสี่ยง การล่องละเมิดกระทำความผิดทางกฎหมาย ในพื้นที่ 2 ตารางกิโลเมตร รอบๆมหาวิทยาลัยทั้ง 7 แห่งโดยใช้แบบสำรวจและแบบเก็บข้อมูลเป็นเครื่องมือในการทำงาน เพื่อได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สื่อถึงการละเมิดผิดทางกฎหมาย ในเขตเทศบาล นครเชียงใหม่ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่ปรากฏรูปขวด การขายนอกเวลาที่กำหนด การขาย

ให้แก่เด็กเยาวชนที่อายุต่ำกว่า 20 ปี การขายในที่ห้ามขายตาม พรบ.การดื่มในที่ห้ามดื่มตาม พรบ. เป็นต้น เพื่อนำเสนอข้อมูลต่อคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ระดับจังหวัดต่อไป หน้าที่หลักของแกนนำเยาวชน คือ การสำรวจ เก็บข้อมูล สำรวจจุดเสี่ยง โดยถ่ายภาพ ข้อมูลที่กระทำผิด และแจ้งกับไปกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น กรมสรรพสามิต หรือ เจ้าหน้าที่ตำรวจในพื้นที่

เยาวชนยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เกิดขึ้นในพื้นที่ เช่น การยื่นข้อเสนอเรื่องการห้ามคนดื่มหลังทำรถกระบะ ต่อทางคณะกรรมการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประจำจังหวัด แล้วทางคณะกรรมการก็นำเสนอต่อผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ว่าฯ ก็อนุมัติ และเยาวชนกลุ่มนี้ก็ยังตามประเด็นนี้ไปสู่ระดับการบังคับใช้ โดยการยื่นเรื่องให้เจ้าหน้าที่ตำรวจได้กวาดจับ โดยใช้วิธีการมอบดอกไม้สุดท้ายก็เป็นมาตรการที่ขับเคลื่อนโดยเยาวชนที่ประสบความสำเร็จในพื้นที่ และสร้างความภูมิใจให้กับเยาวชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน สื่อท้องถิ่น เช่น การจัดรายการวิทยุ การรายงานข่าวทางหนังสือพิมพ์ การออกรายการโทรทัศน์ การเคลื่อนไหวในเครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต ก็เป็นช่องทางการสื่อสารที่แกนนำเยาวชนใช้ในการสื่อสารสู่สาธารณะเพื่อบอกสังคมเชียงใหม่ได้รับรู้

3. เวทีสรุปบทเรียน เครือข่ายได้จัดเวทีสรุปบทเรียนการดำเนินงาน โดยใช้ชื่อว่า “ยุวกระบวนการเพื่อการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงสังคม” โดยมีเนื้อหาในการสรุปบทเรียน คือ การดำรงและขยายเครือข่าย การวิเคราะห์บริบท/โครงสร้างสังคม วิเคราะห์การนำปัญหาการดื่มเหล้าเป็นวาระสังคมเพื่อกำหนดนโยบายสาธารณะ เวทีถอดบทเรียนการทำงานรณรงค์เทศกาลประเพณีที่ผ่านมาและสร้างความเข้าใจการทำงานร่วมกัน โดยเริ่มจากการประชุมทีมงานและวิทยากรร่วมกันวางแผนเนื้อหา กระบวนการถอดบทเรียน สื่อที่จะใช้แล้วแบ่งบทบาทหน้าที่ ก่อนที่จะจัดเวทีถอดบทเรียนตามกระบวนการและเนื้อหา หลังเสร็จกิจกรรมมีการสรุปทั้งส่วนที่เป็นเนื้อหา (ข้อมูล) กระบวนการและบทเรียนที่ได้

4. โครงการเครือข่ายละครรณรงค์เหล้า

“เครือข่ายละครรณรงค์เหล้า” เดิมใช้ชื่อว่า เครือข่ายดีดีดี (Don't Drink Drama) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2547 จากการรวมตัวกันของกลุ่มและองค์กรที่ใช้กระบวนการละครเพื่อสร้างการเรียนรู้และรณรงค์ในประเด็นสุขภาพ ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) โดยมุ่งหวังที่จะใช้สื่อละครในฐานะที่เป็น “นวัตกรรม” ที่นำมาใช้ในการสร้างการเรียนรู้เพื่อป้องกันปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน ละครรณรงค์จึงเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่สามารถนำมา

ประยุกต์ใช้ทั้งในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ซึ่งเยาวชนจะเรียนรู้ผ่านการสวมบทบาทสมมุติ นอกจากนี้เยาวชนยังสามารถมีส่วนร่วมในการผลิตละครณรงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้แก่เพื่อนนักเรียน ครอบครัว ชุมชน เพื่อสื่อสารความคิดหรือประเด็นปัญหาเพื่อสร้างการรับรู้ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และนำไปสู่การแก้ไขปัญหาหรือการขับเคลื่อนสังคม และการพัฒนาสังคม

เครือข่ายเข้ามาทำงานกับเยาวชนเพราะต้องการใช้ละครเพื่อดึงเอาศักยภาพของตนเองออกมา และสามารถนำเสนอหรือแสดงออกสารต่าง ๆ อย่างที่ตัวเองเป็น และอย่างเป็นธรรมชาติที่สุด เครือข่ายคาดหวังว่าแกนนำเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการจะได้ค้นพบตัวเองผ่านกระบวนการละคร และสามารถถ่ายทอดไปสู่กลุ่มเพื่อนและสังคม แต่ที่สำคัญที่สุดคือการเกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องพฤติกรรมของตนเอง และการเปลี่ยนแปลงเชิงสังคม เช่น การเคารพกติกาของสังคม การทำงานเป็นกลุ่ม นั่นคือการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเยาวชนนั่นเอง

เครือข่ายจะเริ่มต้นจากการประสานงานสถานศึกษาและชุมชนที่เกี่ยวข้อง และเตรียมเยาวชนเข้าร่วมโครงการ ที่เริ่มตั้งแต่การประชุมเตรียมความพร้อมทีมงานและวางแผนการทำงาน และพัฒนาหลักสูตรที่จะใช้ในการอบรมทักษะละครณรงค์ตั้งแต่นั้นให้กับเยาวชนแกนนำ เพื่อนำชุดความรู้ที่ได้ไปใช้ในการผลิตละครณรงค์ ไปใช้สื่อสารเพื่อเชิญชวนเพื่อนในสถานศึกษาหรือคนในชุมชนให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยระหว่างกระบวนการพัฒนาศักยภาพของเยาวชนนี้จะมีคณะทำงานของโครงการฯ ทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาและเป็นผู้อำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงสนับสนุนสื่อรณรงค์ต่างๆ จากส่วนกลางด้วย

เป้าหมายและวัตถุประสงค์

เครือข่ายฯ เป็นกลุ่มของนักพัฒนาสังคมที่มีความเชี่ยวชาญด้านเครื่องมือการละคร โดยเฉพาะละครชุมชน (community theatre) วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการดำเนินงานจึงเน้นที่กระบวนการการสร้างละคร และการมีส่วนร่วมของแกนนำเยาวชนที่จะใช้ละครในการขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะในประเด็นการขับเคลื่อนนโยบายและสนับสนุนพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. การใช้กระบวนการละครในการสร้างการเรียนรู้เรื่องผลกระทบจากการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในกลุ่มเด็กและเยาวชน
2. เผยแพร่องค์ความรู้ด้านการรู้เท่าทันเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และ พระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551
3. สร้างเครือข่ายเยาวชนด้านละครในสถาบันการศึกษา

พื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

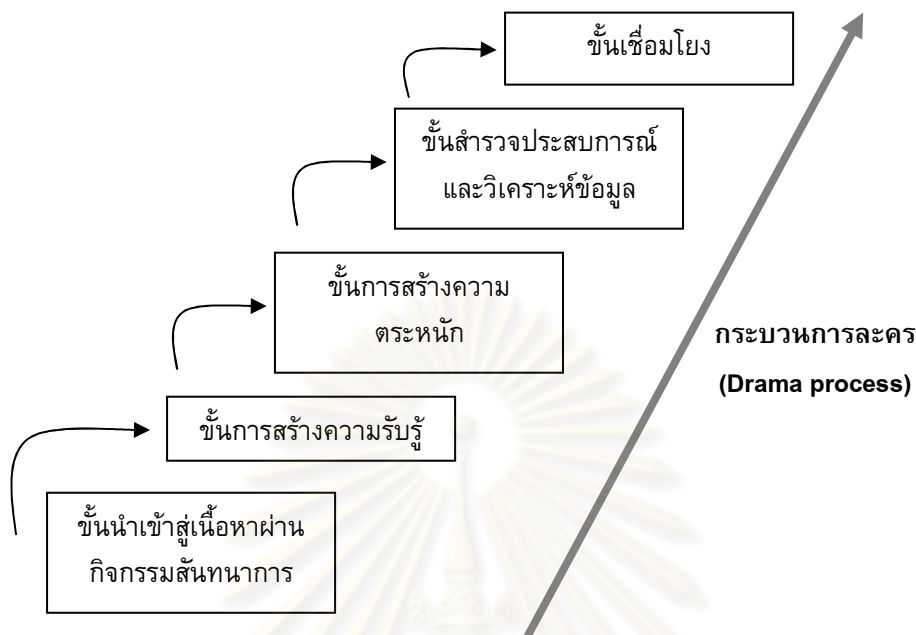
โครงการเครือข่ายละครรณรงค์ต่อต้านมีพื้นที่การดำเนินงานอยู่หลายจังหวัดทั่วประเทศ โดยกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเยาวชนในระดับมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร นนทบุรี อุบลราชธานี นครราชสีมา สระบุรี ระยอง สมุทรสงคราม โดยเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่นั้นการทำงานในพื้นที่ที่เครือข่ายมีความคุ้นเคย ในระยะต่อมาเครือข่ายได้ขยายพื้นที่การดำเนินงานไปสู่การทำงานกับเยาวชนในพื้นที่เสี่ยงมากขึ้น เช่น เยาวชนในชุมชนต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ชุมชนกองขยะหนองแขม ชุมชนพุ่มพวง ชุมชนวัดโพธิ์เรียง ชุมชนมัธยมมหานาค และชุมชนบางลำพู เป็นต้น

กลุ่มเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการนั้นมีความหลากหลาย ทั้งเยาวชนที่เข้าร่วมด้วยความสนใจในทักษะละครและอยากจะทำกิจกรรมพัฒนาตนเอง กลุ่มเยาวชนที่มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อยู่ก่อนและถูกส่งเข้ามาโดยครูในสถานศึกษาหรือจากชุมชน หรือกลุ่มเยาวชนที่ยังไม่ทราบแน่ชัดถึงความชอบของตนเองแต่อยากเข้ามาทดลอง หรือตามเพื่อนมา ซึ่งความหลากหลายนี้ เครือข่ายไม่ได้มองว่าเป็นปัญหาแต่อย่างใด กลับมองว่าความหลากหลายเป็นเรื่องดี ที่จะทำให้แต่ละคนได้เรียนรู้ กล่าวคือพื้นฐานของเยาวชนไม่สำคัญเพราะกระบวนการละครจะหล่อหลอมและสร้างเยาวชนเหล่านี้ให้เป็นแกนนำเยาวชนที่มีศักยภาพ

แต่ในระยะเครือข่ายได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการในเรื่องพื้นที่การดำเนินงานที่องค์กรอุปถัมภ์ทุนปรับลดงบประมาณของการเครือข่ายในการทำงานเชิงพื้นที่ลงมา ดังนั้นหลาย ๆ พื้นที่จึงต้องดำเนินการโดยไม่มีงบประมาณสนับสนุนจากกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ประเด็นนี้จึงเป็นบททดสอบที่สำคัญในการสร้างความยั่งยืนของโครงการเมื่อปราศจากการสนับสนุน

1. การพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชน และสร้างความเข้มแข็งให้เครือข่าย ในการพัฒนาแกนนำเยาวชน เครือข่ายพยายามสร้างประสบการณ์เรียนรู้ในเรื่องปัญหาและผลกระทบในการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดจากการสัมผัสข้อมูลจริง การสังเกตพฤติกรรม การแสดงบทบาทสมมติ การสำรวจข้อมูลเพื่อหาสาเหตุของปัญหา ระดับความรุนแรงของปัญหา และแสวงหาแนวทางในการแก้ไข โดยเน้นการเชื่อมโยงประสบการณ์จากตัวเอง และสังคมเป็นสำคัญ ทั้งนี้กระบวนการเรียนรู้เรื่องปัญหาและผลกระทบของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในกลุ่มเยาวชน มีขั้นตอนที่สามารถจัดลำดับได้ดังนี้

กระบวนการพัฒนาศักยภาพเยาวชนของเครือข่ายละครเพื่อการรณรงค์



ที่มา: เอกสารประกอบการพิจารณาโครงการเครือข่ายละครเพื่อการรณรงค์ พ.ศ.2549

ในขั้นตอนแรกเป็นขั้นเตรียมความพร้อม โดยเครือข่ายจะนำเยาวชนเข้าสู่เนื้อหาผ่านกิจกรรมสนทนาการ และกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านต่างๆ ของเยาวชน ทั้งจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ และการกล้าแสดงออก การคิดวิเคราะห์ และทักษะการสื่อสาร ตลอดจนทักษะต่างๆ ที่จำเป็นต่อการทำงานเป็นทีม

ในขั้นตอนต่อมาเป็นการสร้างการรู้เท่าทันต่อปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งเรื่องความรู้ โดยเชื่อมโยงถึงสาเหตุ ผลกระทบ และแนวทางในการแก้ไขปัญหาการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ จากนั้นเครือข่ายก็จะพยายามสร้างความตระหนักต่อปัญหาที่เกิดจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อย่างขาดสตินั้นสามารถส่งผลกระทบต่อสุขภาพกาย จิตใจ ผลต่อครอบครัว สังคม และการดำเนินชีวิตอย่างไร

ส่วนขั้นตอนการสำรวจประสบการณ์และการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการสนทนากลุ่ม เพื่อสำรวจประสบการณ์ของตนเอง และผู้อื่น และขยายผลไปสู่การสำรวจประสบการณ์ของเพื่อนนักเรียน หรือชุมชนของเขาเองก็ได้ โดยมีกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจในปัญหาให้ได้มากที่สุด และข้อมูลที่ได้ในขั้นนี้ก็อาจจะถูกตัดแปลงเพื่อทำเป็นเนื้อหาของละครที่จะใช้ในการแสดงต่อไป

ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการเชื่อมโยงจากแนวคิดสู่การปฏิบัติ โดยเมื่อเยาวชนเกิดการ เรียนรู้ผ่านประสบการณ์ต่างๆ ทั้งการเล่น การแสดงบทบาทสมมุติ การศึกษาเพื่อให้เกิดความรู้ ความตระหนักต่างๆ ข้างต้นแล้ว เครื่องช่วยจะช่วยแนะนำเยาวชนทำการเชื่อมโยงประสบการณ์ นั้นๆ อย่างบูรณาการเข้าด้วยกัน แล้วนำมาเชื่อมโยงมาสู่การรณรงค์เพื่อสร้างการเรียนรู้แก่ผู้อื่น ต่อไป

2. การสร้างกิจกรรมต้นแบบผ่านกระบวนการเรียนรู้โดยใช้สื่อละคร และในการสร้าง พื้นที่ต้นแบบนั้น เครื่องช่วยไม่ได้มองเพียงแค่กระบวนการละครแต่เพียงอย่างเดียว แต่โครงการ ยังมีการจัดทำชุดนิทรรศการรณรงค์ควบคู่ไปกับการแสดงละครในสถานศึกษาเพื่อสร้างการ เรียนรู้ให้กับเยาวชนในสถานศึกษา ตัวอย่างเช่นโครงการหุ่นสายเสมา ที่ตัวหุ่นสายเข้าไปเป็น ส่วนหนึ่งของการรณรงค์เรื่องพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การร่วมเดินรณรงค์ให้ความรู้แก่ คนในชุมชน การประกวดเรียงความ และกิจกรรมสันตนาการอื่นๆ เช่น การตอบคำถาม การ แสดงดนตรี และอื่นๆ ตามที่แต่ละท้องถิ่นที่มีความถนัด

เครื่องช่วยได้ออกแบบกระบวนการสื่อสาร (communication by design) ผ่านละครโดย คำนึงถึงระดับการรับรู้ของเยาวชนกลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก โดยออกแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับ ความสนใจในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เช่น ในวัยระดับประถมศึกษา การใช้ละครเร่ที่สอดแทรก เนื้อหาเกี่ยวกับพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 นั้นได้รับผลลัพธ์ที่ดีใน การดึงเยาวชนให้ความสนใจต่อเนื้อหาในละคร เพราะละครไม่ได้เน้นการให้ความรู้แต่เพียง อย่างเดียว แต่ยังแฝงความสนุกสนาน และที่สำคัญละครยังเปิดโอกาสที่ให้เยาวชนได้เข้ามา มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสาร สำหรับเยาวชนที่อยู่ในช่วงวัยรุ่น หรือศึกษาในระดับมัธยมศึกษา นั้น เครื่องช่วยสามารถสอดแทรกเนื้อหาที่ซับซ้อนมากขึ้น และยังเปิดโอกาสให้เยาวชนได้เข้ามา มีส่วนร่วมในกระบวนการละครมากขึ้น เช่น การร่วมในการผลิตละครด้วยตนเอง นอกจากนี้ หลังจากแสดงละครจบก็มีวิทยากรมาให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการดื่มแอลกอฮอล์ และ สรุปรูปเนื้อหาของละครอีกครั้งเพื่อให้เยาวชนที่ชมมีความเข้าใจมากยิ่งขึ้น เมื่อวิทยากรพูดจบ แกนนำก็จะออกมาเล่นเกมตอบคำถามเพื่อเช็คความเข้าใจของผู้ชมอีกครั้ง เพื่อความมั่นใจว่า ทุกคนเข้าใจสิ่งที่นำเสนอจริงๆ

3. การขับเคลื่อนนโยบาย เครื่องช่วยฯ ได้วางกลยุทธ์การขับเคลื่อนนโยบายและสังคม โดยอาศัย “เสียง” จากเยาวชนที่เข้าร่วมโครงการหรือเข้าชมละคร ในการขยายผลต่อไปยังคนใน ครอบครัว หรือการที่ละครของเยาวชนได้โอกาสไปแสดงในชุมชนของตนเอง เราพบว่าเยาวชน เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงในการขยายผล เนื่องจากความซื่อ ความบริสุทธิ์ของเยาวชนเหล่านี้จะ สามารถไปสะกิดความรู้สึกของผู้ใหญ่ในครอบครัวและชุมชนได้ และนอกจากนี้เครื่องช่วยฯ ยังมี

การขยายผลต่อเนื่องโดยนำแกนนำเยาวชนในโครงการไปแสดงตามโรงเรียนระดับประถมศึกษาใกล้เคียง นอกจากนี้ยังมีการดึงคนในพื้นที่ เช่น ผู้สูงอายุ ตำรวจ ตัวแทนชุมชน และพระภิกษุ ซึ่งเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงในพื้นที่นั้นๆ เข้ามาฝึกอบรมในฐานะต้นแบบเพื่อร่วมกันผลักดันในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต่อไป

4. การสื่อสารสาธารณะ สำคัญของการสื่อสารสาธารณะนั้น นอกจากแสดงให้เห็นเพื่อนักเรียน และชุมชนได้ดูแล้ว ระหว่างกระบวนการผลิตและแสดงละครของกลุ่มเยาวชน ทางเครือข่าย ได้เชิญสื่อมวลชนมาร่วมทำข่าว เพื่อทำการสื่อสารกับสังคมถึงพลังของเยาวชนที่สามารถขับเคลื่อนประเด็นทางสังคมในประเด็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

5. โครงการสายพันธุ์ใหม่ไร้แอลกอฮอล์ (Drink No Alcohol)

โครงการสายพันธุ์ใหม่ไร้แอลกอฮอล์ Drink No Alcohol (DNA) รับผิดชอบโดย บริษัท สปริชวล เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ซึ่งเป็นองค์กรในกำกับของเสถียรธรรมสถาน องค์กรด้านพัฒนาศักยภาพของจิตใจมนุษย์ โดยเฉพาะเด็กและสตรี โครงการฯ เริ่มดำเนินการในปี 2548 แนวคิดหลักของโครงการคือให้ความสำคัญกับ ‘พื้นที่’ และ ‘ช่องทาง’ ในการสื่อสารกับเยาวชนผ่านกิจกรรมที่มีส่วนร่วมและดำเนินการโดยเยาวชน กล่าวอีกนัยหนึ่งเยาวชนที่เข้าร่วมจะไม่ได้อยู่ในฐานะของผู้รับสารเพียงอย่างเดียว (passive participation) แต่เยาวชนจะเป็นผู้ผลิตและส่งสารรณรงค์นั่นเองด้วย โครงการฯ เลือกรูปแบบกิจกรรมกีฬาในสถาบันการศึกษาเป็นพื้นที่หลักในการทำงานเพราะกิจกรรมกีฬาคือเป็นกิจกรรมหลักของทุกสถาบันการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา การนำเอากระบวนการของโครงการเข้าไปในแทรกในกิจกรรมกีฬาจึงถือเป็นนวัตกรรมการรณรงค์ที่น่าสนใจ ในช่วงปีแรกๆ โครงการฯ มุ่งเน้นการทำงานภายใต้แนวคิด “สร้างทัศนคติที่ดีต่อการไม่ดื่ม” โดยการพยายามที่จะแก้ทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การทำงานของโครงการฯ จะใช้พื้นที่ในกิจกรรมกีฬาและพยายามต่อยอดการดำเนินงานผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ อีกมากมาย

เป้าหมายและวัตถุประสงค์

โครงการสายพันธุ์ใหม่ไร้แอลกอฮอล์ Drink No Alcohol (DNA) มีกิจกรรมย่อยหลายกิจกรรมที่โครงการฯ เข้าไปดำเนินงานในโรงเรียน แต่กิจกรรมทั้งหมดมีเป้าหมายร่วมกันคือ

1. เพื่ออบรมให้ความรู้และสร้างทัศนคติที่พึงประสงค์แก่แกนนำเยาวชน
2. เพื่อให้แกนนำเยาวชนสามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปสร้างสรรค์กิจกรรมรณรงค์อื่นๆ โดยบูรณาการไปกับกิจกรรมต่างๆ ในโรงเรียน
3. เพื่อให้แกนนำเยาวชนมีความรู้ในการพัฒนาความรู้และทำการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ
4. เพื่อให้เกิดเครือข่ายโรงเรียนต้นแบบในการดำเนินงาน

พื้นที่และกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายหลักของเครือข่าย คือเยาวชนที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาทั้งตอนต้น และตอนปลาย แต่เนื่องจากเครือข่ายใช้กิจกรรมกีฬาเป็นกิจกรรมต้นแบบในรูปแบบการ สนับสนุนงบประมาณ ดังนั้นจึงมีข้อจำกัดที่ต้องคัดเลือกโรงเรียนเพื่อเข้าร่วมโครงการ วิธีการ เลือกโรงเรียนที่จะเป็นพื้นที่ต้นแบบมีความคล้ายคลึงกับโครงการอื่นๆ คือการใช้ความคุ้นเคยใน การทำงานร่วมกันก่อนหน้า ซึ่งในกรณีนี้ โครงการฯ เคยร่วมงานกับโรงเรียนในโครงการ sex must say ที่บริษัท สปีริชวล เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด รับผิดชอบดำเนินโครงการก่อนหน้านี้ โรงเรียนที่เข้าร่วมกับโครงการเป็นโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา ที่เคยเข้าร่วมโครงการ sex must say มาก่อน เช่น โรงเรียนลาดปลาเค้าพิทยาคม, โรงเรียนรัตนโกสินทร์สมโภชบางขุนเทียน, โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ, โรงเรียนมัธยมวัดเบญจมบพิตร, โรงเรียนวัดทรงธรรม จังหวัดสมุทรปราการ, โรงเรียนบ่อมานาคราชสวทยานนท์ จังหวัดสมุทรปราการ, โรงเรียนศรีบุญยานนท์ จังหวัดนนทบุรี, โรงเรียนบ้านนา “นายกพิทยากร” จังหวัดนครนายก, โรงเรียนเฉลิมขวัญสตรี จังหวัดพิษณุโลก, โรงเรียนเวียงเจดีย์วิทยาลัยลาดปลาเค้าพิทยาคม จังหวัดลำพูน, โรงเรียนอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ, เทคโนโลยีอาชีวศึกษาอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี, พิชัยรัตนาคาร จังหวัดระนอง, โรงเรียนเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี, โรงเรียนชลรัชดาภิเษก จังหวัดพัทลุง

แนวทางการดำเนินงาน

เครือข่ายได้กำหนดกรอบการดำเนินงานที่สำคัญไว้ห้าประการคือ การให้ความรู้อย่าง ต่อเนื่อง (knowledge), การสร้างทัศนคติที่ดีต่อการไม่ดื่ม (attitude), การพัฒนาเครือข่ายในการ ทำงานอย่างยั่งยืน (network), การสนับสนุนให้เยาวชน ครู และโรงเรียน มีส่วนร่วมในการ ทำงาน (participation) และ สร้าง ‘พื้นที่’ หรือ ‘เวที’ ในการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ สำหรับ เยาวชน (space) จากกรอบการดำเนินงานดังกล่าว เครือข่ายกำหนดแนวทางในการดำเนินงาน ออกเป็นสองแนวทางด้วยกันคือ การพัฒนาเครือข่ายโรงเรียน ครู เยาวชน และการสื่อสาร สาธารณะ

1. การพัฒนาเครือข่ายโรงเรียน ครู และเยาวชน กลยุทธ์เป็นการพัฒนาไปสู่ “โรงเรียน ต้นแบบ” ในการรณรงค์เพื่อป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเยาวชน โดยเน้น การทำงานร่วมกับผู้บริหาร ครู อาจารย์ และเยาวชน ลักษณะของกิจกรรมย่อยภายใต้กลยุทธ์นี้ คือ

- การอบรมเชิงปฏิบัติการ (DNA Work Shop) เป็นกระบวนการพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชน โดยการอบรมให้ความรู้ สร้างทัศนคติที่พึงประสงค์ การฝึกฝนกระบวนการทำงาน เพื่อให้แกนนำเยาวชนเหล่านี้สามารถนำความรู้ที่ได้ไปสร้างสรรค์กิจกรรมรณรงค์อื่นๆ ต่อไป การพัฒนาศักยภาพแกนนำเยาวชนของเครือข่าย เริ่มต้นจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ (DNA Workshop) เพื่อเตรียมความพร้อมของแกนนำเยาวชน และอาจารย์ที่ปรึกษา ก่อนที่จะกลับไปดำเนินกระบวนการรณรงค์ในสถานศึกษาของตนเอง เช่น กิจกรรมกีฬา ซึ่งในกิจกรรม workshop จะมีกิจกรรมหลายหลายรูปแบบทั้งกิจกรรมสนทนากาการ เพื่อสร้างสัมพันธ์และพลังในการร่วมกิจกรรมกันระหว่างแกนนำเยาวชนจากหลายหลายโรงเรียน รวมทั้งกิจกรรมการให้ความรู้เรื่องผลกระทบจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากผู้ที่มีประสบการณ์ตรง

ทั้งนี้โครงการฯ ได้จัดทีม “พี่เลี้ยง” ในการดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการนี้ เครือข่ายมีความคาดหวังว่าการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการจะทำให้เยาวชนมีความเข้าใจในแนวทางการทำงานร่วมกัน และเป็นการกระตุ้นให้เยาวชนมีความตื่นตัวในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมในโรงเรียนตัวเอง และจะสามารถขับเคลื่อนประเด็นการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้เป็นประเด็นสาธารณะได้

- กิจกรรมประกวดกองเชียร์ เป็นกิจกรรมที่เปิดพื้นที่ให้แกนนำเยาวชนได้นำสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการเข้าค่ายมาใช้ในการสร้างกิจกรรมการรณรงค์ในโรงเรียนของตนเอง และเครือข่ายยังหวังว่ากิจกรรมการประกวดกองเชียร์นี้จะสร้างกระแสความตื่นตัวให้เกิดการรณรงค์ในลักษณะนี้ในโรงเรียนอื่นๆ อีกด้วย โดยกิจกรรมการประกวดกองเชียร์จะจัดขึ้นในระหว่างการแข่งขันกีฬา ทั้งนี้กิจกรรมกีฬา มีจุดเด่นที่น่าสนใจคือ กิจกรรมกีฬาคือเป็นกิจกรรมที่เด็กนักเรียนให้ความสนใจเพราะเป็น กิจกรรมที่สนุกสนาน มีการแข่งขันได้แสดงออก และเป็นกิจกรรมที่ระดมนักเรียนทั้งโรงเรียนได้มากที่สุดกิจกรรมหนึ่ง ดังนั้นเนื้อหาสาระ ข้อมูลต่างๆ ที่นำเสนอผ่าน ในช่วงเวลาของการแข่งขันกีฬาคือจึงเป็นที่รับรู้ และผ่านหู ผ่านตา นักเรียนตลอดจนคณาจารย์ ภายในโรงเรียน ทั้งนี้การจัดกิจกรรมกีฬาในโรงเรียน จะมีการกำหนดแนวทางการรณรงค์เรื่องการป้องกันและลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อีกด้วย และกิจกรรมต่อเนื่องจากกิจกรรมกีฬา และการประกวดกองเชียร์ คือ การสนับสนุนให้แกนนำเยาวชนจัดตั้งชมรม DNA Club ขึ้นภายใน โรงเรียนเพื่อเป็นการผลักดันให้เกิดกิจกรรมการรณรงค์อย่างต่อเนื่องตลอดปี โดยโครงการฯ ใ้งบประมาณสนับสนุนโรงเรียนละ 5,000 บาท (ห้าพันบาท) และเยาวชนใน DNA Club จะมีส่วนร่วมในการส่งสารเรื่องราวการทำงานของตนเองผ่านช่องทางสื่อสารทั้ง เว็บไซต์ และนิตยสาร

2. การสื่อสารสาธารณะ นอกจากการจัดกิจกรรมในโรงเรียน โครงการฯ ยังทำหน้าที่เป็นช่องทางในการสื่อสารสาธารณะผ่านสื่อของโครงการฯ คือ สื่ออินเทอร์เน็ต และนิตยสาร

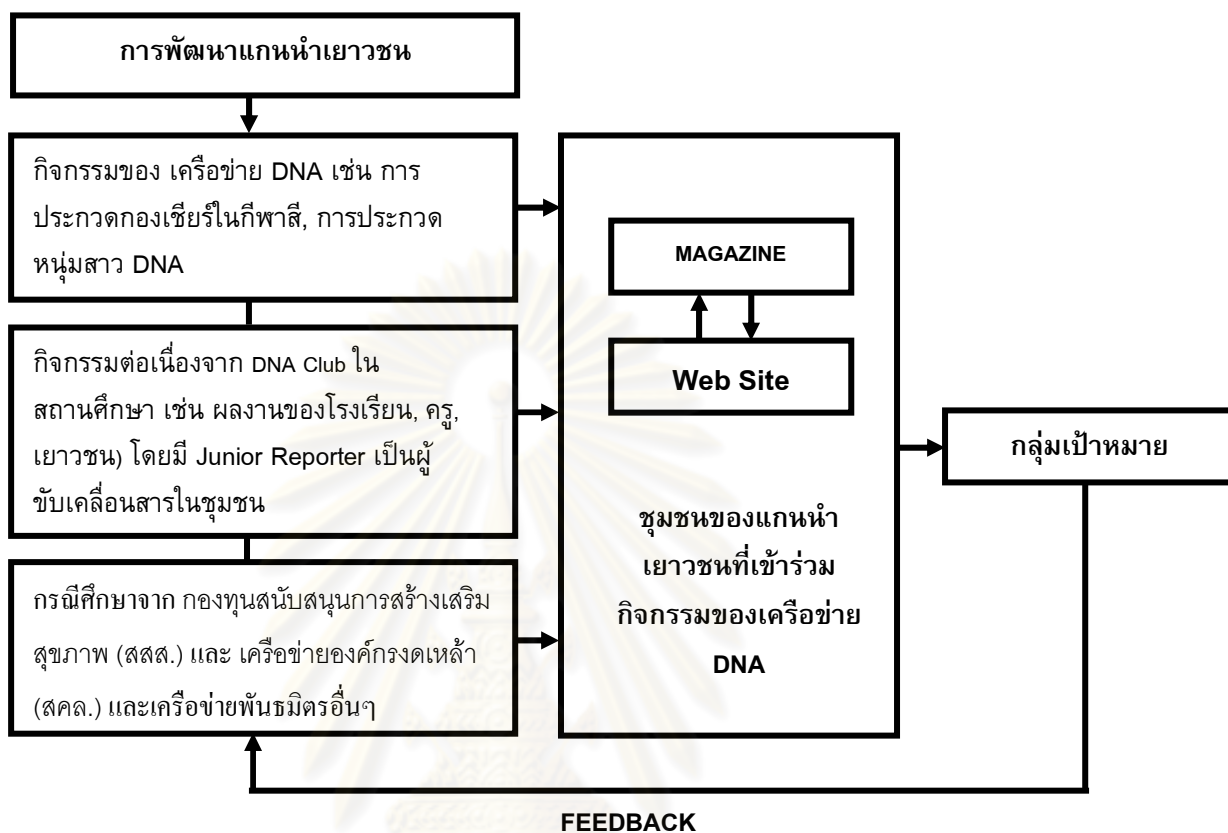
โครงการได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ จาก เครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) ในการเป็นหน่วยงานที่รวบรวมองค์ความรู้จากการทำงานร่วมกับเครือข่ายครู โรงเรียน เยาวชน ที่เข้าร่วมโครงการจากโรงเรียนต่างๆ รวมถึงภาคีเครือข่ายองค์กรงดเหล้าอื่นๆ และนักวิชาการ ต่างๆ เพื่อเผยแพร่สู่สังคม แต่อย่างไรก็ตามสื่อสาธารณะทั้งสองประเภทนั้นได้ยุติการ ดำเนินการไปแล้วเนื่องโครงการฯ ประสบปัญหาเรื่องการจัดการและงบประมาณ แต่ผู้วิจัยเห็น ว่าทั้งสองเครื่องมือเป็นกรณีศึกษาที่ดีในการศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารเชิงผสมผสานเพื่อการ เปลี่ยนแปลง ผู้วิจัยขออธิบายกลยุทธ์ด้านการสื่อสารสาธารณะของโครงการฯ ดังนี้ คือ

- สื่อเว็บไซต์ (www.aboutdna.net) มีหน้าที่ขยายผลกิจกรรมการรณรงค์เรื่องการ ป้องกันและการลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของโรงเรียนเครือข่าย รวมถึงเป็นพื้นที่การ เรียนรู้การทำงานระหว่างแกนนำเยาวชนในโรงเรียนเครือข่ายต่างๆ เพื่อให้เกิดพลังในการจัด กิจกรรมในพื้นที่ โดยจัดทำเป็นพื้นที่ blog ที่ให้แต่ละโรงเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาได้ใช้เป็น ช่องทางในการเสนอภาพข่าว กิจกรรมที่จัดขึ้นในโรงเรียน รวมทั้งให้ความรู้ ข้อมูล กิจกรรม หรือบทความที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยการ สัมภาษณ์ดาราดังในสังคม ในมุมมองเรื่องการเรียนรู้ การงาน การใช้ชีวิต ดังนั้นการเปิด โอกาสให้มี blog ของแต่ละโรงเรียนถือเป็นช่องทางที่น่าสนใจในการสื่อสารกิจกรรมจาก โรงเรียนหนึ่งไปอีกโรงเรียนอื่นๆ ทำให้เกิดการถ่ายทอดข้อมูล เนื้อหาสาระ ตัวอย่างหรือแนวทาง ในการจัดกิจกรรม ถือเป็นการสร้างต้นแบบการเรียนรู้ได้เช่นกัน

- สื่อนิตยสาร (นิตยสาร cream) ทำหน้าที่ให้ความรู้ และสื่อถึงทัศนคติที่ถูกต้องต่อ พฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ โดยใช้สารที่มีความเหมาะสมและมีประเด็น เฉพาะเจาะจง เพื่อสื่อสารกับกลุ่มเยาวชนเป้าหมายและสาธารณชน เช่นแนวคิด การไม่ดื่มอย่าง ลิ่นเชิงในทุกกรณี, การชักชวนให้เยาวชนที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นสิ่งที่ ไม่สมควรกระทำ เป็นต้น

สื่อเพื่อการเรียนรู้อื่นๆ ที่มีการดำเนินงาน คือ สื่อนิตยสาร ชื่อ ว่า Cream ซึ่งเปิดตัว เป็นฉบับแรกในเดือนมีนาคม โดยมีเป้าหมายในการสร้างสื่อสำหรับวัยรุ่นโดยเฉพาะเนื้อหา สอดรับกับความสนใจของวัยรุ่นในปัจจุบัน ทั้งนี้คาดหมายที่จะมีการสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับ แอลกอฮอล์เข้าไว้ด้วยเพื่อเป็นช่องทางให้ข้อมูลและสร้างกระแสการรับรู้ในกลุ่มเยาวชน รวมทั้ง คาดหมายที่จะใช้สื่อ นิตยสารเป็นช่องทางหนึ่งในการเป็นตัวกลางสำหรับการเชื่อมโยงข้อมูลที่ น่าสนใจจากเครือข่ายอื่นๆ ที่ต้องการสื่อสารกับวัยรุ่น ให้มาใช้ นิตยสาร Cream เป็นสื่อ ทั้งนี้ เป็น นิตยสารรายเดือนเพื่อการจำหน่าย ยอดพิมพ์เดือนละ 5,000 เล่ม และส่วนหนึ่งจัดส่งให้แก่ โรงเรียนในเครือข่าย เนื้อหาในนิตยสารส่วนใหญ่เป็นผลผลิตจากกองบรรณาธิการ และข้อมูล ที่ ส่งมาจากเครือข่าย DNA ที่อยู่ในโรงเรียนต่างๆ ในฐานะผู้สื่อข่าว

แบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบผสมผสานของโครงการ Drink No Alcohol



กล่าวโดยสรุป ยุทธศาสตร์ “ไตรพลัง” อันประกอบด้วยพลังปัญญา พลังสังคม และพลังนโยบาย นั้นได้ถูกถ่ายทอดจากองค์กรอุปถัมภ์ทุนที่กำลังดูแลนโยบายไปสู่แนวทางการดำเนินงานของเครือข่ายเยาวชนต่างๆ ในฐานะผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ โดยเริ่มจากการสื่อสารให้แกนนำเยาวชนเกิดความรู้เท่าทันต่อเรื่องดื่มแอลกอฮอล์ผ่านกิจกรรมต่างๆ จากนั้นเครือข่ายก็จะใส่กระบวนการพัฒนาศักยภาพแกนนำเพื่อให้แกนนำเยาวชนเหล่านี้สามารถสร้างเครือข่ายเยาวชนที่เข้มแข็งที่จะดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นการสื่อสารสาธารณะไปสู่เยาวชนคนอื่นและสังคมรอบข้าง ในประเด็นการขับเคลื่อนนโยบาย ทั้งการผลักดันและเฝ้าระวังให้กฎหมายมีผลบังคับใช้ในพื้นที่ของตนเอง โดยเครือข่ายหวังผลที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในระดับบุคคลที่เกิดขึ้นกับแกนนำเยาวชนในเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการเปลี่ยนแปลงระดับสภาพแวดล้อมของแกนนำเยาวชนเอง เช่น ความเข้มแข็งของเครือข่ายเยาวชน

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายมนต์ ขอเจริญ เกิดวันที่ 17 กรกฎาคม 2513 จังหวัดนครปฐม สำเร็จการศึกษา
ระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์ วิชาเอกศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
ในปีการศึกษา 2535 และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท คณะ Management Studies, The
University of Waikato สาขา Management Communication ในปีการศึกษา 1998 ปัจจุบัน
ดำรงตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาดองค์กรและวิจัย บริษัท รักลูกกรุ๊ป จำกัด



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย