

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลิกเสพยาบ้าของเยาวชนในสถานศึกษานั้น ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และผลงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัยดังนี้ คือ

1. การยอมรับพฤติกรรม (การยอมรับนวัตกรรม)
2. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม
3. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ
4. ทฤษฎีแรงสนับสนุนทางสังคม
5. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม
6. แนวคิดและทฤษฎีอิทธิพลของสื่อ
7. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
8. แนวคิดเกี่ยวกับยุทธวิธีของการสื่อสาร
9. แนวคิดตามหลักพระพุทธศาสนา
10. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด

1. การยอมรับพฤติกรรม (Behavioral adoption)

ในการยอมรับพฤติกรรม ผู้วิจัยขอใช้ทฤษฎีการเผยแพร่ นวัตกรรม ซึ่งมีกระบวนการยอมรับนวัตกรรม (Adoption Process) (Rogers ,1983) มาอ้างอิงในการที่เยาวชนตัดสินใจเลิกเสพยาบ้า เยาวชนจะต้องยอมรับพฤติกรรมว่าควรจะเลิกเสฟได้ก่อน จึงจะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคือการเลิกเสฟ

1.1 ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม

ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม มีอยู่ 5 ขั้นตอน คือ

1.1.1 **ขั้นตระหนักหรือขั้นตื่นตัว (Awareness Stage)** เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่ามีความคิดใหม่สิ่งใหม่ วิธีปฏิบัติใหม่ หรือนวัตกรรมเกิดขึ้น แต่ยังไม่ขาดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมนั้น

1.1.2 **ขั้นสนใจ (Interest Stage)** บุคคลเริ่มมีความสนใจในนวัตกรรม และแสวงหาข้อมูลหรือความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น

1.1.3 **ขั้นประเมินผล (Evaluation Stage)** บุคคลจะทำการประเมินผลในสมองของตนโดยลองนึกว่า ถ้ายอมรับเจานวัตกรรมนั้นมาใช้หรือปฏิบัติแล้วสามารถเกิดประโยชน์ในปัจจุบันหรืออนาคตหรือไม่ และให้ผลคุ้มค่าหรือไม่

1.1.4 **ขั้นทดลอง (Trial Stage)** บุคคลจะนำนวัตกรรมมาลองใช้ หรือทดลองปฏิบัติในวงจำกัดก่อน เพื่อดูว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์เข้ากับเหตุการณ์ของตนหรือไม่

1.1.5 **ขั้นยอมรับ (Adoption Stage)** บุคคลยอมรับนวัตกรรมโดยนำมาใช้อย่างเต็มที่และสม่ำเสมอ

นอกจากนั้น Rogers ยังกล่าวถึง "การยอมรับนวัตกรรม" (Adoption) ว่าหมายถึงการตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้เพราะคิดว่านวัตกรรมนั้นเป็นวิธีการที่ดีกว่าและมีประโยชน์มากกว่า

1.2 กระบวนการตัดสินใจรับนวัตกรรม (The Innovation Decision Process) (Leon G. Schiffman , 1978) การตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมของแต่ละบุคคลไม่ใช่การกระทำที่เกิดขึ้นทันทีทันใด แต่จะต้องอาศัยระยะเวลา โดยมีขั้นตอนที่มีความต่อเนื่องกันในกระบวนการตัดสินใจทางนวัตกรรม 5 ขั้นตอน คือ

1.2.1 **ขั้นความรู้ (Knowledge Stage)** เกิดขึ้นเมื่อได้สัมผัสกับนวัตกรรมและเข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่ของนวัตกรรมบ้าง

1.2.2 **ขั้นการจูงใจ (Persuasion Stage)** เป็นขั้นการสร้างทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม

1.2.3. **ขั้นการตัดสินใจ (Decision Stage)** เป็นขั้นการกระทำซึ่งจะนำไปสู่ทางเลือกว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

1.2.4. **ขั้นการนำมาใช้ (Implementation Stage)** เป็นขั้นการนำนวัตกรรมมาใช้

1.2.5. **ขั้นการยืนยัน (Confirmation Stage)** เป็นการทบทวนการตัดสินใจทางนวัตกรรมที่กระทำไปแล้ว แต่เขาอาจเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจที่กระทำไปแล้วได้ หากได้รับสารที่ขัดแย้งกับสารเดิม

เช่นเดียวกับการตัดสินใจเลิกเสพยาบ้า เมื่อเขาวิชชได้รับความรู้ว่าการเลิกเสพยาบ้าจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองครอบครัว และสังคมอย่างไร รวมทั้งการได้รับการจูงใจจากสื่อต่าง ๆ ทำให้เขาตัดสินใจที่จะเลิกเสพยาบ้าได้ แต่ถ้าเขาสามารถเลิกได้ระยะหนึ่ง เขาอาจจะหันกลับไปเสพยาบ้าใหม่ก็ได้ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ว่าการเลิกเสพยาบ้า นั้นมาจากแรงจูงใจอะไร

1.3 ลักษณะที่สำคัญ 5 ประการของนวัตกรม

ลักษณะสำคัญของนวัตกรม ที่สามารถเปลี่ยนแปลงการยอมรับได้ คือ

1.3.1 ประโยชน์เชิงเทียบ คือ การที่ผู้ยอมรับนวัตกรมรู้สึกว่ นวัตกรมดีกว่า มีประโยชน์มากกว่าสิ่งเก่า หรือ วิธีปฏิบัติเก่าที่นวัตกรมถูกนำมาใช้แทนที่

1.3.2. ความเข้ากันได้ คือ การที่ผู้ยอมรับนวัตกรมรู้สึกว่ นวัตกรมนั้นเข้ากันได้กับค่านิยมที่เป็นอยู่ ประสบการณ์ในอดีตและความต้องการของตน

1.3.3 ความสลั้บซับซ้อน คือ ระดับของความยากง่ายตามความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายในการที่จะเข้าใจ หรือที่จะนำนวัตกรมไปใช้

1.3.4. การนำไปทดลองได้ คือ ระดับที่นวัตกรมสามารถถูกนำไปทดลองใช้ในปริมาณจำกัดได้

1.3.5. การสังเกตเห็นผลได้ คือ ระดับที่ผลของนวัตกรมสามารถเป็นสิ่งที่สังเกตเห็นได้

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การเลิกเสพยาบ้าเป็นนวัตกรมอย่างหนึ่งคือเป็นความคิดใหม่ เขาวิชชจะยอมรับพฤติกรรมการเลิกเสพยาบ้าหรือไม่ ย่อมขึ้นอยู่กับตัวเขาวิชชเอง บุคคลที่เกี่ยวข้อง หรืออาจจะเกิดจากสื่อต่าง ๆ ที่เขาได้สัมผัสและเรียนรู้มา รวมทั้งการกลั่นกรองทางความคิดของเขาวิชชเองในขั้นตอนการยอมรับทั้ง 5 ขั้นนั้น อย่างไรก็ตาม การยอมรับพฤติกรรมจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าปราศจากเครือข่ายการสื่อสาร ซึ่งเชื่อมโยงและเผยแพร่ข้อมูลไปสู่บุคคลต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับการตัดสินใจเลิกเสพยาบ้าของเขาวิชช

Rogers ได้ให้คำนิยามของเครือข่ายการสื่อสารว่า หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือองค์กร ที่มีความเกี่ยวข้องระหว่างกัน โดยเชื่อมโยงด้วยแบบแผนการไหลของการสื่อสาร (Communication Flows) (Rogers อ้างถึงใน Sven et al.,1992)

บุคคลแต่ละคนในสังคมที่มีการเผยแพร่ข่าวสาร จะมีบทบาทไม่เท่ากัน บางคนสามารถมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคนอื่นตามที่บุคคลนั้นต้องการ บุคคลเช่นนี้เรียกได้ว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะของการเป็น “ผู้นำทางความคิดเห็น” (Opinion Leaders) คือระดับความสามารถของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่สามารถมีอิทธิพลโดยวิธีที่ไม่เป็นทางการ ต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมโดยเปิดเผยของบุคคลอื่นตามที่บุคคลนั้นต้องการ และสามารถมีอิทธิพลเช่นนั้นได้ค่อนข้างบ่อย

1.4 บทบาทที่แตกต่างกันในเครือข่าย

Monge (1987) ได้แบ่งประเภทของบทบาทในเครือข่าย 5 ลักษณะ คือ

1.4.1 Membership คือทุกคนเป็นสมาชิก ในกลุ่มและพวกของเครือข่าย

1.4.2 Liaison คือคนที่เชื่อมระหว่างกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่ง

1.4.3 Star คือคนที่เชื่อมคนจำนวนมากเข้ากับคนอื่น ๆ เพราะเขาเข้าได้กับคน

ส่วนใหญ่ในสังคม

1.4.4. Isolate คือคนที่เชื่อมคนอื่นได้น้อย จะไม่เผยแพร่ต่อ

1.4.5. Boundary-spanning คือ ติดต่อระหว่างกลุ่มตัวเองกับกลุ่มภายนอกสังคม เพื่อนำสิ่งต่าง ๆ ภายนอกสังคมเข้ามาเผยแพร่ในสังคมของตน

นอกจากบุคคลในสังคมนั้น ๆ จะเป็นผู้ช่วยเผยแพร่ความคิดใหม่ ๆ หรือนวัตกรรมให้กับสมาชิกของสังคมแล้ว บุคคลสำคัญที่เป็นผู้นำเอานวัตกรรมเข้ามาในสังคมนั้น ๆ เป็นคนแรกก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน ซึ่งมักจะเป็นบุคคลภายนอกสังคมนั้น แต่เป็นผู้นำเอานวัตกรรมเข้าไปเผยแพร่ และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีการวางแผนล่วงหน้า เรียกบุคคลที่ทำหน้าที่นี้ว่า “ผู้นำการเปลี่ยนแปลง” (Change Agent) (เสถียร เขยประทับ , 2532)

ผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมกลุ่มเป้าหมาย ให้เป็นไปตามทิศทางที่หน่วยงานต้องการเปลี่ยนแปลง ผู้นำการเปลี่ยนแปลงทำหน้าที่เหมือนสายใยของการสื่อสารซึ่งเชื่อมหน่วยงานที่เปลี่ยนแปลง ให้เข้ากับระบบสังคมของกลุ่มเป้าหมาย ทำหน้าที่เป็นช่องสารระหว่างบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นประจำ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามโครงการเปลี่ยนแปลงของหน่วยงาน และขณะเดียวกันก็คอยสะท้อนความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้แก่หน่วยงานที่เปลี่ยนแปลง ผู้นำการเปลี่ยนแปลง จะช่วยดัดแปลงโครงการให้เข้ากับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ช่วยทำให้นวัตกรรมมีลักษณะเข้ากับท้องถิ่น และทำให้เห็นว่าการยอมรับนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ยอมรับกันภายในระบบสังคม

Henry Assael (1995) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในระดับล่าง (Low involvement) ของสังคมว่า รัฐบาลน่าจะแสดงบทบาททางอ้อมในการเพิ่มจำนวนการเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง โดยพยายามที่จะกระตุ้นการเข้ามามีส่วนร่วมในขบวนการทางการเมือง และโดยการเผยแพร่กฎหมาย และกิจกรรมต่าง ๆ ออกไปยังเมือง ชนบท รัฐบาลเองควรที่จะจัดหาข้อมูลให้กับผู้ที่อาจจะอยู่ในกลุ่มเสี่ยง เช่น หาข้อมูลที่ได้ผลในการป้องกันโรคเอดส์หรือให้คนตระหนักเพิ่มขึ้นถึงอันตรายในการดื่มสุรา และขับรถของวัยรุ่น

ในกรณีที่เป็นนวัตกรรมเกี่ยวกับการป้องกัน (A Preventive Innovation) ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่บุคคลยอมรับ เพื่อหลีกเลี่ยงผลของเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ในอนาคต ที่อาจจะเกิดขึ้นหรือไม่ เช่น การคุมกำเนิด เข็มขัดนิรภัย การเลิกเสพยาเสพติด (ยาบ้า) บุคคลจึงมีอัตราการยอมรับนวัตกรรมที่เกี่ยวกับการป้องกันต่ำ จึงต้องมีการสร้างเงื่อนไขของการกระทำ (cue to action) และต้องอาศัยความสมัครใจของผู้รับนวัตกรรม หรือการใช้สิ่งล่อใจ (Intensive) จากหน่วยงานพัฒนา (Rogers ,1983)

2. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม

วิลาสินี วงศ์ประเสริฐ (2529) ได้ทำการศึกษา การยอมรับการใช้หมวกนิรภัยของผู้ขับรถจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ขับขีรถจักรยานยนต์ที่มีความคิดเห็นต่อหมวกนิรภัยในเชิงบวกจะมีการยอมรับหมวกนิรภัยมากกว่าผู้ขับขีรถจักรยานยนต์ ที่มีความคิดเห็นต่อหมวกนิรภัยในเชิงลบ

สุธิตา วงศ์สว่าง (2536) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับน้ำมันไร้สารตะกั่วของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล : เฉพาะที่อาศัยในหมู่บ้านจัดสรรในเขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร พบว่า บุคคลที่มีความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา พฤติกรรมรับสารจากสื่อที่เกี่ยวข้อง ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับน้ำมันไร้สารตะกั่ว มีอิทธิพลต่อการยอมรับน้ำมันไร้สารตะกั่วต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มงคล ปิยะสิริวัฒน์ (2539) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการใช้น้ำหยดเสริมไอโอดีนในน้ำดื่มเพื่อป้องกันโรคขาดสารไอโอดีน อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำหยดเสริมไอโอดีนลงในน้ำดื่ม จากสื่อบุคคลมากที่สุด อันได้แก่เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

คุณลักษณะทางนวัตกรรมของน้ำหยดเสริมไอโอดีน ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด คือเป็นสิ่งที่สามารถป้องกันโรคคอพอกได้ และส่วนใหญ่มีการตัดสินใจใช้น้ำหยดเสริมไอโอดีนด้วยตนเองเพียงคนเดียว

โสภิตสุดา มงคลเกษม (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขีรถจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ผู้ขับขีรถจักรยานยนต์ที่มี เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพการสมรส จำนวนบุตร อาชีพ รายได้ต่างกัน และขับขีรถจักรยานยนต์ต่างประเภทกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

2. ผู้ขับขีรถจักรยานยนต์ที่มี อายุ สถานภาพการสมรส อาชีพ ประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุ รถยนต์ต่างกัน และขับขีรถจักรยานยนต์ต่างประเภทกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

3. ผู้ขับขีรถจักรยานยนต์ที่มี การศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกันและขับขีรถจักรยานยนต์ต่างประเภทกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน

4. ผู้ขับขี่ยานยนต์ที่มี การศึกษา อาชีพต่างกัน และขับขี่ยานยนต์ต่างประเภทกันมี พฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน
5. ผู้ขับขี่ยานยนต์ที่มีพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารจากเพื่อน และป้ายประชาสัมพันธ์ ต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน
6. ผู้ขับขี่ยานยนต์ ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์ แผ่นพับ และสติ๊กเกอร์ ต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน
7. ผู้ขับขี่ยานยนต์ที่มีพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารจากสติ๊กเกอร์ต่างกัน มีพฤติกรรมการ คาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน
8. ผู้ขับขี่ยานยนต์ที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีทัศนคติต่อการคาดเข็มขัดนิรภัย และพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน
9. ผู้ขับขี่ยานยนต์ที่มีทัศนคติการคาดเข็มขัดนิรภัยต่างกัน มีพฤติกรรมการคาดเข็มขัด นิรภัยต่างกัน

กาญจณี หวังธิรอำนาจ (2531) ศึกษาเปิดรับข่าวสารกับความรู้และการป้องกันโรค เอดส์ในหญิงอาชีพพิเศษและชายรักร่วมเพศในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ พบว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ให้ความรู้กับกลุ่ม ตัวอย่างมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อน โทรทัศน์ วิทยุ และบุคลากรทางการแพทย์ตามลำดับ
2. ความรู้และการป้องกันโรคเอดส์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเคยได้ยินเรื่องโรคเอดส์ แต่ไม่ทราบว่าการสำคัญของโรคระยะแสดงอาการเต็มทีนั้นเป็นอย่างไร
3. ด้านการปฏิบัติตนเพื่อป้องกันโรคเอดส์ แม้ส่วนใหญ่จะรู้ว่าถุงยางอนามัยป้องกัน โรคเอดส์ได้แต่ก็ไม่นิยมมาใช้ เนื่องจากคู่นอนไม่ยอมใช้
4. ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไป และข่าวสารโรค เอดส์กับความรู้และการป้องกันโรคเอดส์ พบว่าการเปิดรับข่าวสารทั่วไป และข่าวสารโรคเอดส์ จากหนังสือพิมพ์รายวันจะให้ความรู้กับกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด รองลงมาคือ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ ตามลำดับ สำหรับด้านการปฏิบัติตนในการป้องกันโรคเอดส์นั้น พบว่าสื่อบุคคล (เพื่อน บุคลากร ทางการแพทย์ แฟน / คู่นอน และญาติพี่น้อง) เป็นสื่อที่ดีที่สุด รองลงมาคือวีดีโอ

วินิดา ชวนางกูร (2539) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ของหญิงมีครรภ์ที่มาฝากครรภ์ที่โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ พบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารทั่วไป โทรทัศน์เป็นสื่อที่หญิงมีครรภ์เปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ สำหรับสื่อบุคคล พบว่า หญิงมีครรภ์รับข่าวสารจากสามีมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อน สำหรับการเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์ พบว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่หญิงมีครรภ์เปิดรับมากที่สุด รองลงมาคือ โปสเตอร์

2. การเปิดรับข่าวสารทั่วไปพบว่า อาชีพและการศึกษาของหญิงมีครรภ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากบิดา / มารดา อายุและอาชีพของหญิงมีครรภ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากเพื่อน อาชีพ รายได้ และการศึกษาของหญิงมีครรภ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทางวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ สำหรับการเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์ พบว่า อาชีพของหญิงมีครรภ์ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากญาติพี่น้อง และบุคคลากรทางการแพทย์ รายได้และการศึกษาของหญิงมีครรภ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทางวิทยุ และหนังสือพิมพ์ อาชีพ และการศึกษาของหญิงมีครรภ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทางนิตยสาร โปสเตอร์ และเอกสาร / สิ่งพิมพ์ อายุและการศึกษาของหญิงมีครรภ์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากบิดา / มารดา

3. พฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ มีความสัมพันธ์กับความรู้และปริมาณการเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์จากสื่อบางประเภท มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโรคเอดส์

4. สื่อต่างชนิดกัน มีความน่าเชื่อถือในการให้ความรู้ และการยอมรับปฏิบัติในการป้องกันโรคเอดส์ต่างกัน โดยสื่อมวลชนมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด รองลงมาคือสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ

5. หญิงมีครรภ์ต้องการให้เผยแพร่โรคเอดส์ทางโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และต้องการทราบเรื่องการป้องกันโรคเอดส์มากที่สุด รองลงมาคือ อาการของโรคเอดส์

3. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasion Theory)

3.1 ความหมาย

การสื่อสาร คือ กระบวนการที่บุคคลหนึ่งถ่ายทอดสารไปยังอีกบุคคลหนึ่ง และบุคคลหลังมีปฏิกิริยาตอบโต้ปรากฏการณ์นี้เป็นเรื่องของสัญลักษณ์ (คือใช้เครื่องหมายทั้งที่เป็นภาษาคำพูดและภาษาไม่ใช่คำพูด)และการมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) นั่นคือการมีปฏิกิริยาตอบโต้ระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร (W.Brembeck and S.Howell อ้างถึงใน อรวรรณ ปิลาธนโอบาท ,2537)

ปรมา สตะเวทิน (2529) ได้ให้ความหมายของการสื่อสาร (Communication) ว่า หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

การโน้มน้าวใจ มิลเลอร์ และ เบอร์กู้น (Miller and Burgoon) ให้คำอธิบายว่าการโน้มน้าวใจใช้เมื่อผู้โน้มน้าวใจตั้งใจที่จะมีอิทธิพลเหนือผู้ได้รับการโน้มน้าวใจ

เบรมเบ็ค และ ฮาวเวล (Brembeck and Howell) ได้ให้คำจำกัดความว่าการโน้มน้าวใจ หมายถึง ความตั้งใจในการสื่อสารที่จะมีอิทธิพลเหนือทางเลือก

ไซมอนส์ (Simons) สรุปความหมายของการโน้มน้าวใจว่า หมายถึง การสื่อสารของมนุษย์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้มีอิทธิพลเหนือผู้อื่น โดยการเปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติ

Erwin P. Bettinghaus (1980) ได้สรุปการโน้มน้าวใจว่าเป็นรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลคนเดียวต้องการที่จะตอบสนองเฉพาะจากบุคคลคนเดียวหรือมากกว่า และมีความตั้งใจที่จะได้รับการตอบสนองผ่านการใช้การสื่อสาร ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อบุคคลสองคน หรือมากกว่า เห็นด้วยกับการให้ความร่วมมือในการสื่อสาร ที่พยายามจะเข้าถึงการเปลี่ยนแปลง การตัดสินใจ และการกระทำ การโน้มน้าวใจเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่เรามากได้แย้งว่ามันมีประโยชน์ในการเป็นเครื่องมือหลัก ที่จะแก้ปัญหาสังคมที่หลากหลาย

โดยสรุปกล่าวได้ว่า การโน้มน้าวใจมีลักษณะดังนี้

1. ผู้โน้มน้าวใจมีความตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าวใจ
2. โดยปกติผู้ถูกโน้มน้าวใจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่ง และผู้โน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงผู้ถูกโน้มน้าวใจให้ยอมรับทางเลือกที่ตนเอง
3. สิ่งที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการ คือ การเปลี่ยนแปลง หรือการสร้างหรือการดำรงไว้ซึ่งความคิดเห็น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งจะส่งผลต่อปัจจัยอื่นอันได้แก่ อารมณ์ พฤติกรรม เป็นต้น

3.2 องค์ประกอบชั้นพื้นฐานในการโน้มน้าวใจ

มองจากภายนอกของผู้รับสาร องค์ประกอบในการโน้มน้าวใจมีอยู่ 4 ประการ คือ

3.2.1 ความแตกต่างภายในผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสารแต่ละคนมีปัจจัยต่าง ๆ กัน ซึ่งทำให้มีความน่าโน้มน้าวใจไม่เหมือนกัน อาทิ ความน่าเชื่อถือ อำนาจทางสังคม บทบาทในสังคม สัมพันธภาพกับผู้รับสาร และลักษณะทางประชากรอื่น ๆ เช่น อายุ เพศ อาชีพ

3.2.2 ความแตกต่างภายในสาร

สารแต่ละชนิดจะมีความน่าโน้มน้าวใจแตกต่างกัน การพูดหรือการเขียน มีความน่าโน้มน้าวใจไม่เหมือนกัน ความแตกต่างในหัวข้อหรือเนื้อหาของสาร ลักษณะของการโน้มน้าวใจที่ใช้ การจัดเรียงเรียงสาร ข้อโต้แย้งที่ใช้ ภาษา ตลอดจนลักษณะของท่วงทำนองลีลา

3.2.3 ความแตกต่างของสื่อ

ความน่าโน้มน้าวใจของสารจะแตกต่างกัน เมื่อเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล เปรียบเทียบกับการสื่อสารโดยผ่านสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

3.2.4 ความแตกต่างภายในสภาพการณ์

สภาพการณ์ที่มีบุคคลหนึ่งบุคคลใด หรือขาดบุคคลหนึ่งบุคคลใด ความคุ้นเคยหรือไม่คุ้นเคยของผู้รับสารต่อสภาพการณ์หนึ่ง ๆ การมีตัวเร้าบวกหรือลบในสภาพการณ์ เช่น การโน้มน้าวใจให้บริจาคเงิน โดยสื่อมวลชนคอยถ่ายทอดภาพร่ายล้อมอยู่ อาจจะเป็นตัวเร้าบวกในการโน้มน้าวใจก็เป็นได้

สำหรับตัวผู้รับสารเองการที่ผู้รับสารคนหนึ่ง ๆ จะมีความละเอียดอ่อน (Susceptible) ต่อการถูกโน้มน้าวใจเพียงใด อาจพิจารณาได้จาก

- ลักษณะของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ การศึกษา อาชีพ
- ทรรศนะ และทัศนคติ
- ความรู้ซึ่งผู้รับสารมีเกี่ยวกับสารนั้น ๆ
- ลักษณะด้านอารมณ์
- ความสำคัญที่ผู้รับสารให้แก่หัวข้อหนึ่ง ๆ
- วิธีการที่ผู้รับสารรับรู้สภาพการณ์หนึ่ง ๆ

3.3 ตารางวิเคราะห์ของการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

เพื่อที่จะดำเนินการวิจัย เรื่องการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ให้เป็นไปได้มากที่สุด นักวิชาการชื่อ ศาสตราจารย์วิลเลียม แมคกายร์ (William McGuire) ได้เสนอตารางวิเคราะห์ของการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ในนี้ตารางวิเคราะห์ แมคกายร์ ได้จัดแบ่งตัวแปรออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ คือ การสื่อสารซึ่งจะเป็น คอลัมน์ ในตารางวิเคราะห์ ตัวแปรตาม คือ การเปลี่ยนทัศนคติ หรือ พฤติกรรมซึ่งจะเป็น แถว ในตารางวิเคราะห์ ด้วยวิธีนี้ เราสามารถศึกษาความสัมพันธ์ของการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจในกรอบการทำงานที่เราสร้างขึ้นได้

แบบจำลองที่เรานำมาใช้เป็นต้นแบบในการวิเคราะห์ คือ แบบจำลองของลาสเวลล์ (1948) ซึ่งได้วิเคราะห์กระบวนการสื่อสารในรูปของ ใครพูดอะไร ต่อใคร และได้ผลอย่างไรซึ่งเราสามารถประยุกต์ให้เข้ากับคอลัมน์ของตารางวิเคราะห์ ซึ่งเราจะจัดให้เป็นแหล่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร เป้าหมายที่ประสงค์หรือประสิทธิผล เราสามารถอธิบายแต่ละองค์ประกอบได้ดังนี้

3.3.1 แหล่งสาร (Source)

ตัวแปรนี้ จะหมายถึง ลักษณะของแหล่งสารตามที่ถูกมองเห็น สังเกตหรือรับรู้ เช่น ความน่าเชื่อถือ ความตั้งใจของเขาที่จะโน้มน้าวใจ หรือความคล้ายคลึงกันระหว่างตัวเขากับผู้รับสาร

3.3.2 สาร (Message)

ตัวแปรนี้ จะรวมเนื้อหาและโครงสร้างของสิ่งที่พูด / เขียน ลักษณะของการจูงใจ ที่ใช้การสรุปทำอย่างชัดเจนหรือไม่ คำโต้แย้งจากฝ่ายตรงข้ามมีการโต้ตอบอย่างไร ลำดับของการเสนอสารเป็นอย่างไร

3.3.3 สื่อ (Channel)

หรือช่องทางการสื่อสารเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน ชนิดของสื่อที่ใช้ เช่น เน้นการฟัง หรือเน้นการพูด

3.3.4 ผู้รับสาร (Receiver)

ตัวแปรนี้อาจจะศึกษาลักษณะของผู้รับสาร เช่น บุคลิกภาพและความสามารถระดับของการมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารของผู้รับสาร

3.4 จุดจูงใจในสาร (Message appeals)

จุดจูงใจในสาร อาจจะเป็นทางด้านชีววิทยา (ความต้องการทางด้านสรีระ) หรือเป็นจุดจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learned Motives) แต่การโน้มน้าวใจจะได้ผลดียิ่งขึ้นถ้ามีจุดจูงใจที่ผู้รับสามารถเชื่อมโยงได้กับกรอบอ้างอิงของตัวเอง จุดจูงใจที่ใช้กันทั่วไปได้แก่

3.4.1. จุดจูงใจโดยใช้ความกลัว (Fear appeals) นักวิจัยค้นพบว่าระดับของการใช้ความกลัว แปรไปทางเดียวกับความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร นั่นก็คือ ถ้าผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือสูงเขาสามารถใช้ความกลัวในระดับสูงมาโน้มน้าวใจ ถ้าผู้ส่งสารมีความน่าเชื่อถือต่ำผู้ส่งสารสามารถใช้ความกลัวในระดับต่ำมาโน้มน้าวใจ

3.4.2. จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ (Emotional appeals) นักวิจัยชาวตะวันตกได้ทำการทดลองและพบว่า สารที่ใช้อารมณ์จะโน้มน้าวใจได้มากกว่าสารที่ไม่ได้อารมณ์ ตามปกติการโน้มน้าวใจโดยใช้อารมณ์จะมีวิธีการดังต่อไปนี้

3.4.2.1 การใช้ภาษาที่เจืออารมณ์เพื่อบรรยายสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ใด

3.4.2.2 การเชื่อมโยงความคิดที่เราเสนอใหม่กับความคิดเก่า ความคิดเก่าบางอย่างเป็นที่ชื่นชอบ ความคิดเก่าบางอย่างเป็นที่รังเกียจเด็ดขันธ์ ถ้าผู้ส่งสารสามารถเชื่อมโยงความคิดใหม่นี้ได้กับความคิดเก่าก็อาจจะจูงใจทางอารมณ์ให้ผู้รับสารคล้อยตามได้

3.4.2.3 การเชื่อมโยงความคิดที่เสนอเข้ากับอวัจนสารที่สามารถเร้าอารมณ์ได้

3.4.2.4 การทำให้อวัจนสารและอวัจนสารสอดคล้องกันโดยผู้ส่งสาร กรณีนี้เป็นกรณีพิเศษสำหรับการพูด ถ้าผู้พูดพูดเรื่องที่ต้องใช้อารมณ์เข้าเจือปน ผู้พูดต้องมีอากัปกริยาท่าทาง น้ำเสียงประกอบด้วย ผู้ฟังจึงจะคล้อยตาม

3.4.3 จุดจูงใจโดยใช้ความโกรธ (Anger appeals) วิธีนี้ผู้ส่งสารสร้างความโกรธหรือความคับข้องใจแก่ผู้รับสารแล้วจึงเขียนหรือพูด เพื่อลดหรือเพิ่มความเครียดแก่ผู้รับสาร และวิธีแก้ไข

3.4.4 จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ขัน (Humorous appeals) วิธีนี้โน้มน้าวใจโดยการลดความเครียด อาจทำได้โดยวิธีเขียนประชดแดกดัน

3.4.5 จุดจูงใจโดยใช้รางวัล (Rewards as appeals) ปกติแล้วสารที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร จะประสบความสำเร็จมากกว่าสารที่ไม่ได้ให้คำสัญญาสิ่งใดกับคนฟัง ยิ่งสารมีรางวัลหรือสิ่งตอบแทนมากก็ยิ่งเรียกร้องความสนใจ หรือจูงใจคนฟังได้มาก

3.4.6 จุดจูงใจโดยใช้แรงจูงใจ (Motivational appeals) แท้ที่จริงแล้วจุดจูงใจทุกชนิดที่กล่าวมาแล้วถือเป็นแรงจูงใจ แต่มีแรงจูงใจบางอย่างที่มนุษย์เรียนรู้เมื่อมีประสบการณ์ผ่านเข้ามาในชีวิต แรงจูงใจเหล่านี้ได้แก่ ความรักชาติ ความรักในเพื่อนมนุษย์ ศาสนาและค่านิยมต่าง ๆ

ในการวิเคราะห์การโน้มน้าวใจผู้ฟัง ผู้วิเคราะห์ควรจะมีความเข้าใจในจิตวิทยาขั้นพื้นฐานในความต้องการของผู้รับสาร นั่นคือ เข้าใจว่าผู้รับสารมีแรงจูงใจหรือแรงผลักดันอะไรบ้างในการจะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง A.H.Maslow ได้จำแนกความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ชั้น (Maslow's Hierachy of Needs) เรียงลำดับตามความต้องการขั้นพื้นฐาน คือ

1. ความต้องการด้านสรีระ (Physiological) คือการที่มนุษย์จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดเพราะต้องการอาหาร น้ำ การสืบพันธุ์ การสร้างสภาวะสมดุลให้เกิดขึ้นกับสิ่งรอบข้างความต้องการนี้ก่อน จึงจะสนใจในความต้องการขั้นสูงขึ้นไป

2. ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety needs) มนุษย์ต้องการโลกซึ่งมีระเบียบ ทุกสิ่งดำเนินไปตามระบบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทันทีทันใดโดยมิได้คาดฝัน เหตุการณ์ซึ่งคุกคามก่ออันตรายเป็นสิ่งที่มีมนุษย์หลีกเลี่ยง

3. ความต้องการที่จะผูกพันกับสถาบันและเป็นที่รัก (Belongingness and love needs) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้น หลังจากที่มนุษย์ได้เข้าร่วมสังคมกับมนุษย์คนอื่น ๆ มนุษย์ต้องการเป็นที่รักของครอบครัว ของญาติ และของมิตรสหาย ต้องการมีความรู้สึกว่าเป็นสมาชิกคนหนึ่ง ในองค์การหรือสถาบันที่ตนสังกัดอยู่

4. ความต้องการที่จะเปลี่ยนเป็นที่นับถือยกย่องในวงสังคม(Esteem needs) มนุษย์ชอบที่จะมีความเคารพในตนเอง ให้เกียรติตนเอง และในขณะเดียวกันเข้าต้องการได้รับเกียรติและความยกย่องในตัวเขาจากบุคคลอื่นด้วย มนุษย์ต้องการสถานภาพและต้องการให้คนอื่นตระหนักในความสำคัญของเขา

5. ความต้องการสัมฤทธิ์ผลในอุดมคติที่ตนเองตั้งไว้ (Self-actualization) มนุษย์แม้เมื่อมีความประสงค์ในความต้องการทั้งหลายแล้ว ยังมีความปรารถนาที่จะเป็นอย่างที่ตนเองได้ใฝ่ฝันไว้

3.5 เป้าหมายที่ประสงค์ (Destination)

หมายถึง ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลของการสื่อสาร เช่น ผลระยะสั้นเปรียบเทียบกับผลระยะยาว การเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติ ซึ่งแสดงให้เห็นทางคำพูดเปรียบเทียบกับ การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม

ตารางที่ 6 แสดงตารางวิเคราะห์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

| ตัวแปร ตัวแปร ตาม | ตัวแปร อิสระ | แหล่งสาร | สาร | สื่อ | ผู้รับสาร | เป้าหมาย ที่ ประสงค์ |
|-------------------------|-----------------|----------|-----|------|-----------|----------------------------|
| ความตั้งใจ/ความสนใจ | | | | | | |
| ความเข้าใจ | | | | | | |
| การยอมรับต่อสาร | | | | | | |
| การเก็บจำสารไว้ | | | | | | |
| การกระทำ | | | | | | |

ที่มา : อรวรรณ ปิลันธน์โหวาท, 2537

ตัวแปรตาม ก็เช่นเดียวกับตัวแปรต้น คือสามารถแยกแยะออกเป็นแต่ละส่วนแมคคาयरมองการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่าเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม 5 ลำดับขั้น คือ ความตั้งใจหรือ ความสนใจ (Attention) ความเข้าใจ (Comprehension) การยอมรับผิดชอบต่อสาร (Yielding) การเก็บจำสารไว้ (Retention) และการกระทำ (Action) ผู้รับสารต้องผ่านขั้นตอนไปที่ละขั้นเพื่อที่ว่าสารสื่อสารจะสามารถโน้มน้าวใจได้ครบถ้วนกระบวนการและในสภาพการณ์ปกติขั้นต้นแรก ๆ จะต้องเกิดขึ้นก่อนเพื่อที่ขั้นตอนต่อ ๆ ไปจะเกิดขึ้นได้

3.6 การพิจารณาผลของการโน้มน้าวใจ

ผลของการโน้มน้าวใจ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ผลของการสื่อสาร หมายถึง "การเปลี่ยนแปลง" หรือ "ข้อแตกต่าง" (change or discrepancy) ซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคล หรือกลุ่มบุคคลอันเนื่องมาจากข่าวสาร (messages) ที่ได้รับ (บุญเลิศ ศุภดิถก อ้างถึงใน พรสิทธิ์ พัฒนานุรักษ์ , 2531) ความหมายของผลของการสื่อสาร อาจขยายไปสู่ประเด็นของการที่ผู้ส่งสารต้องการให้สารที่มีอิทธิพล หรือ ก่อให้เกิดผลบางอย่างต่อผู้รับสารตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ และบางครั้งผลของการสื่อสาร อาจรวมถึงการที่ผู้รับสารเกิดการยอมรับ หรือปฏิบัติตามสารที่ผู้ส่งสารทำการสื่อสาร Rogers ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารมีผลต่อบุคคลที่สำคัญ 3 ประการคือ

3.6.1 ผลของการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือ ข้อแตกต่างในตัวผู้รับสารอันเนื่องมาจากสารที่ผู้ส่งสารทำการสื่อสาร / ผลต่อความรู้ความเข้าใจ (Cognitive and Comprehensive)

3.6.2 ผลของการสื่อสารที่ผู้ส่งสารมุ่งก่อให้เกิดอิทธิพลต่อผู้รับสาร โดยผู้ส่งสารคาดหวังว่า สารที่ตนส่งไปนั้นจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสาร / ผลต่อการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นทัศนคติและค่านิยม (Opinion, Attitude and Value Change)

3.6.3 ผลของการสื่อสารในด้านสัมฤทธิ์ผล การสื่อสารโดยผู้รับสารสามารถรับรู้ความหมายของสาร ตามที่ผู้ส่งสารทำการสื่อสารไปนั้น / ผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior or Action Changing)

เราจะประเมินผลการโน้มน้าวใจได้โดยดูความสำเร็จที่ละขั้นตอนไป

ไม่มีผล

พฤติกรรมของผู้รับสารไม่มีความ
สอดคล้อง (ที่วัดได้) กับความตั้งใจ
ของผู้ส่งสาร และสาร

สำเร็จโดยสมบูรณ์

ความตั้งใจ และสาร ของผู้ส่งสาร
สอดคล้องทุกประการกับพฤติกรรม
ของผู้รับสาร

ผลของการโน้มน้าวใจจะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่องกัน กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องหนึ่ง ก็จะก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนั้น และขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่จะกระทำต่อเรื่องนั้น ๆ ในที่สุด

เช่นเดียวกันกับการตัดสินใจเลิกเสพยาบ้าของเยาวชน เมื่อเขาเหล่านั้นได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์เรื่องยาบ้า ไม่ว่าจะทางสื่อใดก็ตาม ตลอดจนมีความรู้เกี่ยวกับพิษภัยของการเสพ ก็จะก่อให้เกิดความคิดที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม นำไปสู่การเลิกเสพยาบ้าได้ ซึ่งก็ต้องอาศัยการเรียนรู้สังคมมาเป็นองค์ประกอบร่วมด้วย

Albert Bandura (Albert Bandura อ้างถึงใน นพมาศ ธีรเวคิน , 2534) นักวิชาการที่มีชื่อเสียงมากที่สุดเกี่ยวกับการเรียนรู้ทางสังคม เชื่อว่าพฤติกรรมมากมายของคนเราเกิดจากการเฝ้าดูผู้อื่นกระทำ การเฝ้าดูมีผลต่อพฤติกรรมของคนมากเพราะว่า

ประการที่หนึ่ง การเรียนรู้โดยการเฝ้าดูง่ายกว่าการเรียนรู้แบบลองผิดลองถูก

ประการที่สอง การดูตัวอย่างทำให้เสี่ยงการกระทำผิดได้มากขึ้น

ประการที่สาม คนจะไม่มีโอกาสเรียนรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมที่ซับซ้อน ถ้าหากไม่มีโอกาสอยู่ใกล้ role model

ประการสุดท้าย ได้มีการเรียนรู้แบบดูตัวอย่างที่ไม่สอนอะไรที่ชัดเจนจนเกินไป เช่น การบังคับจะทำให้เด็กเกิดพฤติกรรมเบี่ยงเบนในที่ต่าง ๆ

แบนดูรา ได้แบ่งการเรียนรู้ทางสังคมของมนุษย์ออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ

1. การเรียนรู้จากผลของการกระทำ (learning by response consequences) เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้รากฐานมาจากประสบการณ์โดยตรง รูปแบบของพฤติกรรมที่เป็นผลสำเร็จจะถูกเลือกมาใช้ต่อไป พฤติกรรมที่พิจารณาว่าไม่มีประสิทธิภาพก็จะถูกละทิ้ง หรือเลิกไป

2. การเรียนรู้จากการสังเกต (observation learning) เนื่องจากข้อจำกัดในการเรียนรู้โดยประสบการณ์ตรง เพราะสิ่งที่ต้องเรียนรู้มีมากเกินไปเกินกว่าเวลาและโอกาสของผู้เรียนจะอำนวย หรือผลของการกระทำบางอย่างอาจเป็นอันตรายถ้าต้องเรียนรู้ด้วยตนเอง ทั้งรูปและผลอันเกิดจากการกระทำที่บุคคลที่เป็นแบบนั้นได้รับ

ผลที่ได้จากการแสดงพฤติกรรมเหล่านี้มีบทบาทหลายอย่าง ประการแรก คือ ช่วยในการสื่อสารข้อมูล ประการที่สอง คือ ช่วยทำหน้าที่ในการจูงใจ

นอกจากนี้ แบนดูรา (1977) ยังกล่าวว่า การเลียนแบบพฤติกรรมจะเกิดขึ้นก็ด้วยตัวแปร 4 ประการคือ

1. กระบวนการที่ให้ความสนใจ (attention process) ขึ้นอยู่กับบุคคลตัวอย่าง มีคุณสมบัติอะไรเช่น ให้คุณให้โทษได้หรือไม่ เก่งหรือเปล่า มีอำนาจทางสังคมหรือเปล่า ส่วนลักษณะของผู้เลียนแบบนั้นก็มีตัวแปร เช่น ความเคารพตัวเอง การคิดว่าตัวเองเหมือนตัวแบบ (model) หรือเปล่า

2. การรักษาสິงที่เรียนรู้ไว้ (retention process) มีวิธีการรักษาสິงที่เรียนรู้ไว้ 2 วิธี คือ การสร้างภาพขึ้นมาเพื่อจำง่าย และการสร้างศัพท์ หรือประโยคสั้น ๆ เพื่อให้จำง่าย

3. กระบวนการทำเลียนแบบโดยการกระทำ (motor reproduction process) ขึ้นอยู่กับความพร้อมทางร่างกายประกอบกับการฝึกฝน

4. กระบวนการจูงใจ (motivational process) แบนดูรา ได้แบ่งแยกความแตกต่างระหว่างความรู้กับการกระทำ เพราะคนทั่วไปไม่ได้ทำทั้ง ๆ ที่รู้ ดังนั้นผู้ดูแบบไม่ได้เป็นเหมือนเครื่องอัดเทปที่อัดทุกอย่าง แต่เขาจะเลือกเลียนแบบ มีตัวแปรมากมายที่ทำให้คนไม่ได้เลียนแบบ เช่น ไม่ได้ตั้งใจ สังคม สังหารไม่เอื้ออำนวย หรือสภาพแวดล้อมไม่ส่งเสริม

การเรียนรู้สังคมเกี่ยวข้องกับผลของการสื่อสาร เมื่อผู้ส่งสารโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามที่ตนเองต้องการแล้ว บุคคลที่เฝ้าดูว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารนั้นเป็นประโยชน์ต่อตัวเขาด้วย เขาก็จะให้ความสนใจและจดจำไว้นำมาซึ่งการเลียนแบบตาม role model นั้น เยาวชนที่ตัดสินใจเลิกเสพยาบ้าโดยอาศัยการเลียนแบบจากเพื่อนหรือ role model ที่ตนเองเห็น ก็นับว่าเป็นการเรียนรู้ในทางที่ดี อีกทั้งเป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

4. ทฤษฎีแรงสนับสนุนทางสังคม (Social Support)

หลักการของการให้แรงสนับสนุนทางสังคม มี 4 ประการ คือ(ตรีรัตน์ เวชพานิชย์ , 2530)

- 1) จะต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้และผู้รับการสนับสนุน
- 2) ลักษณะการติดต่อสัมพันธ์นั้น จะต้องประกอบด้วย

2.1 ข้อมูลข่าวสารที่มีลักษณะทำให้ผู้รับเชื่อว่ามีคนเอาใจใส่ มีความรัก ความหวังดีในตนอย่างจริงใจ

2.2 ข้อมูลข่าวสารนั้น เป็นข่าวสารที่มีลักษณะทำให้ผู้รับรู้สึกว่าคุณค่าและเป็นที่ยอมรับในสังคม

2.3 ข้อมูลข่าวสารที่มีลักษณะ "ผู้รับ" เชื่อว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและมีประโยชน์แก่สังคม

3) ปัจจัยนำเข้าของการสนับสนุนทางสังคม อาจอยู่ในรูปของข้อมูล ข่าวสาร วัตถุ สิ่งของ หรือทางด้านจิตใจ

- 4) จะต้องช่วยให้ผู้รับได้บรรลุถึงจุดมุ่งหมายที่ต้องการ

4.1 ประเภทของการให้แรงสนับสนุนทางสังคม

House (House อ้างถึงใน Babara A Israel , 1985 : 66) ได้แบ่งรูปแบบของพฤติกรรมในการให้แรงสนับสนุนทางสังคมออกเป็น 4 รูปแบบ คือ

1) การสนับสนุนทางด้านอารมณ์ (Emotional Support) เช่น การให้ความพอใจ การยอมรับนับถือ ความห่วงใย การกระตุ้นเตือน

2) การสนับสนุนโดยการให้การประเมิน (Appraisal Support) เช่น การให้ข้อมูลย้อนกลับ (feed back) การเห็นพ้อง การให้การรับรอง หรือการยอมรับในสิ่งที่คนอื่นได้แสดงออกมา (affirmation) รวมถึงแรงสนับสนุนทางสังคม ซึ่งอาจเป็นการช่วยเหลือโดยตรงหรือโดยอ้อมก็ได้

3) การให้ข้อมูลข่าวสาร (Information Support) เช่น การให้คำแนะนำ การตักเตือน การให้คำปรึกษา และการให้ข่าวสาร

4) การให้การสนับสนุนด้านเครื่องมือ (Instrumental Support) เช่น แรงงาน เงิน เวลา เป็นต้น

แรงสนับสนุนทางสังคม เป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญที่ทำให้บุคคล หรือผู้รับบริการ ปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้ให้บริการทางสาธารณสุข (Becker and Maiman 1980 , 127) โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงสนับสนุนทางสังคมจากสมาชิกในครอบครัวและแหล่งอื่น ๆ เช่น เพื่อนสนิท แรงสนับสนุนจากบุคคลเหล่านี้ อาจจะเป็นทั้งการให้การสนับสนุนทางอารมณ์ การแสดงเจตจำนงที่เห็นอกเห็นใจ การให้ความอบอุ่น หรือ อาจให้ข้อมูลข่าวสารใหม่ ๆ สำหรับการแก้ปัญหา นั้น ๆ หรือ อาจเข้าช่วยแก้ปัญหา นั้นโดยตรง

ความต้องการยาเสพติดและปริมาณยาเสพติดที่มีในท้องตลาด จะเป็นสิ่งกำหนดราคาของยาเสพติด แต่ในความเป็นจริง ปัญหา ยาเสพติดเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และภาวะแวดล้อมที่เป็นปัญหา ทำให้ความต้องการปริมาณและราคา ยาเสพติดเปลี่ยนแปลงด้วย ฉะนั้นเมื่อไม่สามารถแก้ไขปัญหาวรรณแวดล้อมของสังคม กำจัดยาในตลาด หรือลดความต้องการยาเสพติดในตัวตนได้ ปัญหา ยาเสพติดย่อมจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

5. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory)

เดอเฟลอร์ (Defleur อ้างถึงในพีระ จิรโสภณ , 2531 : 646) กล่าวถึงทฤษฎีนี้ว่าให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ ทางสังคม ระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม ความสัมพันธ์ทางสังคมนี้ ได้แก่ ความสัมพันธ์ในลักษณะกลุ่มปฐมภูมิ และกลุ่มทุติยภูมิ ความสัมพันธ์ในกลุ่มปฐมภูมิ เป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน หรือในครอบครัว ซึ่งจะมีอิทธิพลในการเป็นตัวแทรกมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า ดังนั้นข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อต่าง ๆ จึงถูกรับรู้หรือตีความ โดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มที่ตนเองเข้าร่วมอยู่ด้วยเป็นสำคัญ

เช่นเดียวกับการตัดสินใจเลิกเสพยาบ้าของเยาวชนในสถานศึกษา เยาวชนจะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลิกเสพยาบ้าจากสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ เยาวชนจะเกิดการรับรู้ หรือ ตีความโดยมีอิทธิพลของอาจารย์, เพื่อน หรือ พ่อแม่ รวมอยู่ด้วย อาจกล่าวได้ว่าความสัมพันธ์ทางสังคม มีผลต่อการตัดสินใจเลิกเสพยาบ้า

6. แนวคิดและทฤษฎีอิทธิพลของสื่อ

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล โดยแบ่งออกเป็น สื่อมวลชน และสื่อบุคคลมีรายละเอียดดังนี้

6.1 อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper, 1960 :15-49) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมด้านต่างๆของประชาชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อบุคคลนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Presispositions) บุคคลจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) บุคคลจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน บุคคลจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่มีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงบุคคลทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใสและไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

6.2 อิทธิพลของสื่อบุคคล

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คนหรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป สื่อบุคคลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคคลในครอบครัว (พ่อ แม่ ญาติ) ครู อาจารย์ เพื่อน ในที่นี้จะกล่าวถึงหลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล

หลักการและแนวความคิดการสื่อสารระหว่างบุคคล

แคทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld ,1995 : 27) ให้ความเห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับที่จะให้ความร่วมมือ ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นจิตใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้าง ในการสร้างทัศนคติ ในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

โรเจอร์ และ ชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker , 1971) ได้กล่าวไว้ว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไป หรือให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพที่สุด สื่อที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มาก ในกรณีที่ผู้ส่งสาร หวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นอีกด้วย

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสาร และ ผู้รับสารสามารถซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้โดยทันที จัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มากในการใช้เป็นเครื่องชักจูงใจ โน้มน้าวใจผู้รับสาร ดังที่ Rogers and Shoemaker ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุกยิว ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็ไม่สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไป ให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน การที่ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิริยาตอบสนอง หรือปฏิริยาสะท้อนกลับกลับสูง สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ Rogers and Shoemaker แบ่งออกได้เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรง และ การติดต่อสื่อสารโดยกลุ่ม ดังนี้

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารเช่น วิธีเยี่ยมบ้านเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชนของหน่วยงานต่าง ๆ วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารสงสัย ไม่เข้าใจ ก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจ หรือชักจูงโนมน้าวใจจึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรงแต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้ ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group contact of community public) คือ การติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่าง ๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ ดังที่ บลูเมอร์ (Blumer) กล่าวไว้ว่า "สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ใช้ชีวิตร่วมกันอยู่ทั้งหมด จะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมของบุคคล เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปสู่ทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจไปในทางนั้นด้วย" การติดต่อโดยกลุ่มนี้ อาจทำได้โดยการประชุม อภิปราย และสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารนั้น

ลาซาร์สเฟลด์ และเมนเซน (Lazarsfeld and Menzel, 1968 :97) ได้ให้เหตุผลที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟัง เป็นไปได้ยากกว่าการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตน หรือเรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้ในการสนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว หากว่าเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลมักจะมีลักษณะง่าย เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อนแล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

6.3 สื่อเฉพาะกิจ

นอกจากสื่อบุคคลและสื่อมวลชนที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งซึ่งผู้ส่งสารใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ

สมควร กวียะ (2539) (สมควร กวียะอ้างถึงในอรุวรรณ ปิลาพันธ์โอวาท ,2537) ได้ให้คำจำกัดความสื่อเฉพาะกิจไว้ คือ สื่อที่สร้างขึ้น หรือซื้อ หรือเช่า โดยองค์กรใดองค์กรหนึ่งเพื่อใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจจัดว่าเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหาเพื่อใช้ประโยชน์เป็นเรื่อง ๆ ไป ฉะนั้นสื่อเฉพาะกิจโดยทั่วไปจึงมีกลุ่มประชาชนที่เป็นเป้าหมายที่แน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์เฉพาะแก่กลุ่มประชาชนกลุ่มนั้น ๆ การผลิตไม่ยุ่งยากการนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย ๆ

ประสิทธิภาพของสื่อเฉพาะกิจ

อาดัมส์ (Adams, 1971 อ้างถึงใน วิลสันลักษณะ จิตพิภพอ้าง, 2540 : 27) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ นวัตกรรมและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต ก็เป็นการใช้เฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลก ๆ และทันสมัยในสังคมนั้น ๆ

7. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)

การรับรู้เป็นกระบวนการที่มนุษย์จะเข้าใจสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่ง ที่ปรากฏกับประสาทสัมผัส ส่วนใดส่วนหนึ่งของเร้า การรับรู้เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการ แรงจูงใจ และการกระทำในทางพฤติกรรมต่างๆ ให้เกิดขึ้น (วรเชษฐ หอมจันทร์ , 2540 : 22)

พัชนี เขยจรรยา (2538) กล่าวถึง การรับรู้ว่าเป็นกระบวนการทางจิตที่สนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการการเลือกรับสาร การจัดสารเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจ และความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม การรับรู้จึงเป็นกระบวนการที่เรียนรู้ได้

คุณลักษณะของผู้รับรู้

สุรางค์ จันทน์เอม (2529) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้รับรู้ได้แก่

(1) ประสบการณ์เดิม (Experiences) ประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคล ทำให้มีการรับรู้สิ่งเร้า หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ แตกต่างกันไป

(2) ความต้องการ (Needs) หากบุคคลมีความต้องการสิ่งใดมากที่สุดในขณะนั้น เขามักจะมองเห็นหรือรับรู้สิ่งเร้า เช่น สิ่งที่เขาต้องการได้ หรือผู้คนที่มีความต้องการสูงในสิ่งใด ยอมรับรู้สิ่งนั้นดีกว่า

(3) อิทธิพลทางสังคม (Social Factor) สภาพวัฒนธรรมภายในสังคม เป็นเหตุให้บุคคลในสังคมต่าง ๆ รับรู้สิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป

การรับรู้ของเยาวชนเกี่ยวกับการเลิกเสพยาบ้า เยาวชนจะได้รับจากสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะจาก ครู อาจารย์ พ่อแม่ หรือ เพื่อน ซึ่งแสดงออกผ่านทางวิชาภาษา และอวิชาภาษา เมื่อเยาวชนได้รับสารเรื่องการเลิกเสพยาบ้าแล้วก็จะตีความสารที่ได้รับ นำไปสู่กระบวนการคิดและตัดสินใจที่จะเลิกเสพยาบ้าต่อไป

8. แนวคิดเกี่ยวกับยุทธวิธีของการสื่อสาร

เสถียร เขยประทับ (2536) ได้ให้คำจำกัดความของยุทธวิธี คือ แผนปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ เพื่อกำหนดวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมาย

การตัดสินใจ หมายถึง การที่ต้องทำอะไร โดยใคร เมื่อไร ที่ไหน อย่างไร และเพื่ออะไร ส่วนวิธีการ ก็หมายถึง การใช้อำนาจใช้พลังงาน และใช้ทรัพยากรอื่น ๆ ในสัดส่วนที่เหมาะสมกับขนาดหรือความยากง่ายของเป้าหมายที่วางไว้

เพราะฉะนั้นจะเห็นว่า พฤติกรรมที่มีการวางยุทธวิธี เป็นสิ่งที่ตรงกันข้ามกับพฤติกรรมที่ทำอะไรโดยฉับพลันทันที หรือ โดยสัญชาตญาณ อย่างไรก็ตามพฤติกรรมทั้งสองชนิดนี้อาจเกิดคู่กันในตัวบุคคลที่มีเหตุผลทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ต่าง ๆ แต่ตามหลักการพฤติกรรมที่มีการวางยุทธวิธีจะเป็นพฤติกรรมที่มีความสำคัญมากกว่า ทั้งนี้ เพราะความคิดจะเป็นสิ่งที่กำหนดหรือมีอิทธิพลต่อการกระทำ การตัดสินใจเป็นสิ่งที่ต้องมาก่อนการลงมือกระทำ

กระบวนการตัดสินใจในผู้รับสาร จะสะท้อนให้เห็นจากพฤติกรรมการเลือกใช้สาร และพฤติกรรมการยอมรับหรือปฏิเสธสาร การตัดสินใจที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้สารเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการเปิดรับสาร (ซึ่งรวมถึงความตั้งใจ) การรับรู้ (ซึ่งรวมถึงการแปลหรือตีความสาร) และการจำสาร หลังจากนั้นผู้รับสารก็ตัดสินใจที่จะยอมรับสาร โดยปฏิบัติตามคำแนะนำในสารนั้น หรือปฏิเสธสารนั้น และที่จุดนี้เอง (จุดที่แสดงเจตนาที่ว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธของผู้รับสาร) ที่เป็นสิ่งตัดสินความมีประสิทธิภาพ หรือความล้มเหลว ของความพยายามในการส่งสารของแหล่งสาร

ในกระบวนการตัดสินใจเลิกเสพยาบ้าของเยาวชนในสถานศึกษา ก็เช่นเดียวกัน เยาวชน คือผู้รับสาร ได้รับสารเกี่ยวกับการเลิกเสพยาบ้า ทำให้เยาวชนตัดสินใจที่จะยอมเลิกเสพยาบ้า ตามคำแนะนำของผู้แนะนำเหล่านั้น ส่วนเยาวชนที่ปฏิเสธสารนั้น ก็ยังคงเสพยาบ้าต่อไป ซึ่งถือว่าเป็นความล้มเหลวของความพยายามในการส่งสารของผู้แนะนำ

9. แนวคิดตามหลักพระพุทธศาสนา

การศึกษาเรื่องปัจจัยสี่อสังขารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลิกเสพยาบ้าของเยาวชนในสถานศึกษา ผู้วิจัยมีความเห็นว่า แนวคิดตามหลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา เรื่องอริยสัจ 4 น่าจะอธิบายขั้นตอนการตัดสินใจเลิกเสพยาบ้าได้เป็นอย่างดี

อริยสัจ 4

อริยสัจ (ธรรมะในชีวิตประจำวัน , 2541 : 61-62) คือหลักความจริงอันประเสริฐมี 4 ประการ ในทางพระพุทธศาสนา ถือว่าเป็นหลักธรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งซึ่งพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ได้ทรงนำมาสอนชาวโลกให้รู้แจ้งเห็นจริงตาม ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหาชีวิตได้

อริยสัจ มี 4 ประการคือ

1. ทุกข์ ได้แก่ สภาพที่บีบคั้น สภาพที่ทนได้ยาก การที่ไม่อาจทนอยู่ในสภาพนั้นได้
 2. สมุทัย ได้แก่ เหตุให้เกิดทุกข์ หมายถึง ตัวต้นเหตุซึ่งเป็นต้นเหตุที่จะทำให้เกิดความทุกข์ต่าง ๆ
 3. นิโรธ ได้แก่ ความดับทุกข์ หมายถึง ความดับต้นเหตุตนเอง
 4. มรรค ได้แก่ หนทางดำเนินไปสู่ความดับทุกข์ หรือ ข้อปฏิบัติให้ถึงความดับทุกข์
- การเสพยาบ้าเป็นความทุกข์อย่างหนึ่งของเยาวชน เมื่อเยาวชนเสพยาบ้าานาน ๆ เข้า สุขภาพร่างกายจะทรุดโทรม มีผลต่อจิตใจ ที่ต้องวิตกกังวล เก่งว่าจะมีใครจับได้ว่าตนเสพยาบ้า เมื่อเยาวชนตัดสินใจที่จะเลิกเสพยาบ้าก็เปรียบเสมือนว่า เยาวชนมองเห็น ทางที่จะดับทุกข์ จึงเข้ารับการบำบัดรักษาหรือเลิกเสพยาบ้าเอง

แนวคิดตามหลักพระพุทธศาสนาอีกประการหนึ่ง ที่สามารถอธิบาย ความสำคัญของบุคคลที่เราเกี่ยวข้องกับหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัวเรา โดยเฉพาะบทบาทของพ่อแม่ ครู อาจารย์ เพื่อน ซึ่งเป็นสื่อบุคคลที่สำคัญ หลักคำสอนนี้ คือ ทิศ 6

ทิศ 6 ประกอบด้วย

1. ปุรัตถิมทิศ ทิศเบื้องหน้า หมายถึง บิดา มารดา
2. ทักขินทิศ ทิศเบื้องขวา หมายถึง ครู – อาจารย์
3. ปัจฉิมทิศ ทิศเบื้องหลัง หมายถึง ภรรยา
4. อุตตรทิศ ทิศเบื้องซ้าย หมายถึง มิตร
5. เหนือทิศ ทิศเบื้องล่าง หมายถึง ลูกจ้าง
6. อุปริมทิศ ทิศเบื้องบน หมายถึง นักบวช

บิดามารดานั้น เป็นผู้ให้กำเนิด เลี้ยงดูบุตรธิดาด้วยใจที่เปี่ยมด้วยคุณธรรม ให้บุตรธิดาเจริญทั้งกาย และจิตใจ จึงนับว่ามีพระคุณต่อบุตรอย่างมหาศาล ความสัมพันธ์ระหว่างท่านกับบุตรนั้นจึงแนบแน่นยิ่งนัก ยากที่คนอื่นจะหยั่งรู้ได้

การให้อุปการะเป็นเรื่องของคุณธรรม ซึ่งเกิดขึ้นในจิตใจของท่านที่มีต่อบุตร การที่ท่านเลี้ยงดูบุตรนั้น แสดงว่าท่านมีธรรมะเพื่อให้บุตรมีความเจริญเติบโตทางร่างกายและจิตใจ สมควรที่บุตรจะต้องกตัญญูรู้คุณบิดามารดา

ส่วนครู – อาจารย์ เป็นผู้ที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถ และใช้ความอดทนในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ต้องให้คำแนะนำ ติดตามช่วยเหลือไม่ทอดทิ้งศิษย์ ซึ่งศิษย์ที่ดี ก็ควรจะเชื่อฟัง ตั้งใจเรียน และอยู่ในโอวาท ให้เกียรติครูบาอาจารย์ เป็นต้น

เพื่อนที่ดีก็ควรที่จะช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ให้ความเป็นกันเองไม่ว่าเพื่อนจะเปลี่ยนไปอย่างไร ก็ประพฤติดนเสมอต้นเสมอปลายรักษาน้ำใจของเพื่อนได้เป็นอย่างดี

เยาวชนจะผูกพันกับบุคคลทั้ง 3 กลุ่มนี้เป็นอย่างดี ในการตัดสินใจเลิกเสพยาบ้าของเยาวชนนั้นต้องอาศัยผู้ที่รักเข้าใจในตัวเยาวชนเป็นอย่างดี พร้อมจะให้โอกาส และเป็นกำลังใจให้เยาวชนได้เลิกเสพยาบ้า

10. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด

ปัญหาด้านยาเสพติด เป็นปัญหาสังคมที่ร้ายแรง ความรุนแรงและการขยายตัวของปัญหาเพิ่มมากขึ้น ตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ โดยเฉพาะปัจจุบัน ปัญหาการแพร่ระบาดของยาบ้าได้ทวีความรุนแรงสูงขึ้น จึงมีผู้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับยาบ้าและยาเสพติดในหลายแง่มุม

ศักดินา บุญเปี่ยม (2534) ได้ศึกษาทัศนคติของผู้ป่วยยาเสพติดที่มีต่อการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการบำบัดรักษา : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงพยาบาลธัญญารักษ์ พบว่าผู้ป่วยยาเสพติดที่มีช่วงอายุ 26 – 35 ปี มีทัศนคติต่อการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการบำบัดรักษา ดีกว่าผู้ป่วยยาเสพติด ที่มีช่วงอายุ 15 – 25 ปี เพราะว่าผู้ป่วยยาเสพติดที่มีอายุมาก มักมีความสุขุมรอบคอบ ระมัดระวังมากกว่าผู้ป่วยยาเสพติดที่มีอายุน้อย เพราะคนที่มีอายุผ่านประสบการณ์มามาก ผ่านความยากลำบาก และความผิดหวังในชีวิตมาแล้ว จึงทำให้สามารถยอมรับและปรับตัวให้เข้ากับสิ่งต่าง ๆ ภายในโรงพยาบาลได้ดีกว่าผู้ป่วยยาเสพติดที่มีอายุน้อย

สาเหตุที่เข้าบำบัดรักษาซึ่งกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเข้ารับการบำบัดรักษา ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น

1. สุขภาพทรุดโทรม
2. กลัวถูกจับ
3. ถูกบังคับให้มา
4. เบื่อชีวิต
5. หนีปัญหาทางบ้าน
6. อายเพื่อนบ้าน
7. เพื่อครอบครัว
8. เพื่อนชวน
9. เงินไม่พอใช้

ทองอินทร์ วงศ์โสธรและคณะ (2536) ประเมินผลแผนป้องกันยาเสพติด พ.ศ.2535-2539 ระยะที่ 1 โดยการสำรวจความรู้ ความเข้าใจ และเจตคติต่อต้านยาเสพติดของกลุ่มเยาวชน ในสถานศึกษา นอกสถานศึกษา และประชากรวัยทำงาน พบว่า เยาวชนในสถานศึกษา และนอกสถานศึกษารวมทั้งประชากรวัยแรงงานมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับยาเสพติด ในระดับปานกลาง ถึงระดับมาก และมีเจตคติในการต่อต้านยาเสพติดในระดับมาก วิธีการและช่องทางในการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับยาเสพติด พบว่า กลุ่มทั้งสามได้รับจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มากที่สุด นอกจากนี้ยังได้รับข้อมูลจากสื่อมวลชนหลายชนิด สื่อบุคคลหลายกลุ่มและวิธีการหลายๆอย่างด้วยกัน กลุ่มเยาวชนในสถานศึกษาพบว่า ผลการเรียนรู้มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเรื่องยาเสพติด ส่วนเยาวชนนอกสถานศึกษา และวัยแรงงาน พบว่า ภูมิลำเนาและพื้นฐานการศึกษามีผลต่อความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับยาเสพติด ตัวแปรสภาพแวดล้อมมีผลต่อการสร้างเจตคติต่อต้านยาเสพติด ในทุกกลุ่ม คือ เยาวชนในสถานศึกษา ได้แก่ ปริมาณความรู้ที่ได้รับจากหนังสือเรียน บุคคลที่ให้ ความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด บุคคลที่ให้คำปรึกษา เยาวชนนอกสถานศึกษา ได้แก่ บุคคลที่ให้ความรู้ เกี่ยวกับยาเสพติด เพียงตัวแปรเดียวที่มีผล และประชากรวัยแรงงานมีตัวแปรได้แก่ บุคคลที่อาศัย อยู่ด้วย บุคคลที่ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับยาเสพติด การมีหรือไม่มีผู้ติดยาเสพติดในชุมชน วิธีการและช่องทางในการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับยาเสพติด มีผลต่อการสร้างความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับ ยาเสพติด โดยในกลุ่มในสถานศึกษาพบว่า สื่อมวลชน สื่อบุคคลไม่มีผล แต่วิธีการบางวิธีมีผล กลุ่มวัยแรงงานพบว่า สื่อมวลชนและวิธีการบางวิธีมีผล แต่สื่อบุคคลไม่มีผล ในการสร้างเจตคติ นั้น กลุ่มในสถานศึกษาประถมศึกษาพบว่า สื่อมวลชน และสื่อบุคคลบางกลุ่มและวิธีการบาง อย่างใช้ได้ผล แต่ระดับมัธยมพบว่าสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไม่มีผล นักเรียนอาชีวศึกษาพบว่า สื่อมวลชนบางชนิดมีผลแต่สื่อบุคคลไม่มีผล กลุ่มเยาวชนนอกสถานศึกษา สื่อมวลชนไม่มีผล แต่ สื่อบุคคลบางกลุ่มมีผล และส่วนประชากรวัยแรงงาน สื่อมวลชนบางชนิด สื่อบุคคลบางกลุ่ม มีผล ต่อการสร้างเจตคติต่อต้านยาเสพติด

วิศรา วรลักษณ์ (2538) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสารความรู้เรื่องสิ่งเสพติดและ การป้องกันสิ่งเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นสังกัดกระทรวง ศึกษาธิการ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ในด้านการเปิดรับเนื้อหาเรื่อง สิ่งเสพติดจากสื่อมวลชนนั้น นักเรียนส่วนใหญ่เปิดรับจากสื่อมวลชนทุกประเภทบ่อยพอสมควร และมีระดับความรู้ความเข้าใจพอสมควร ซึ่งประเภทเนื้อหาที่เข้าใจมากที่สุดคือ วิธีป้องกันสิ่ง เสพติด

ในด้านสื่อบุคคลพบว่า ผู้ที่สนทนาเรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกันสิ่งเสพติดมากที่สุด คือ ครู/อาจารย์ รองลงมาคือ มารดา และเพื่อนสนิท และผู้ที่ทำให้เข้าใจมากที่สุดคือ ครู/ อาจารย์

ปัจฉิมา พิตรสาร (2539) ศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานป้องกันยาเสพติดในโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา ในภาคใต้พบว่า

1. สภาพทั่วไปของโรงเรียน และข้อมูลเกี่ยวกับยาเสพติดในโรงเรียน พบว่าโรงเรียนมัธยมศึกษา ขนาดเล็กมีจำนวนอาจารย์ปฏิบัติการสอนต่ำกว่า 20 คน โรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดกลาง มีจำนวนอาจารย์ปฏิบัติการสอน ระหว่าง 20 - 30 คน โรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ และขนาดใหญ่พิเศษจำนวนอาจารย์ 80 คนขึ้นไป และโรงเรียนมัธยมศึกษา ทั้ง 4 ขนาด ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใกล้ถนนใหญ่ โรงเรียนส่วนใหญ่มีการสำรวจเกี่ยวกับการใช้ยาเสพติดของนักเรียนน้อย และมีโรงเรียนที่มีนักเรียนใช้ยาเสพติดโดยจำนวนนักเรียน ใช้ยาเสพติดระหว่าง 1 - 20 คน บุหรี่ เป็นยาเสพติดที่มีการแพร่ระบาดในโรงเรียน ที่มีนักเรียนใช้ยาเสพติดมากกว่ายาเสพติดตัวอื่น ๆ สาเหตุการแพร่ระบาดของยาเสพติดในโรงเรียนส่วนใหญ่ เนื่องจากนักเรียนนำมาเสพในโรงเรียน สถานที่ที่นักเรียนมั่วสุมเสพยาเสพติดในโรงเรียนคือ ห้องน้ำ ห้องส้วม นอกโรงเรียน คือที่บ้าน ส่วนใหญ่ร้านค้าทั่วไปเป็นแหล่งซื้อขายยาเสพติดของนักเรียน

2. สภาพการดำเนินงานป้องกันยาเสพติดในโรงเรียน ส่วนใหญ่มีคณะกรรมการดำเนินงานป้องกันยาเสพติด มีการวางแผนการดำเนินงาน มีการนิเทศ และประเมินผลการดำเนินงานมีการสำรวจเกี่ยวกับการใช้ยาเสพติดของนักเรียน ซึ่งพบว่าการใช้บุหรี่มากที่สุดรองลงมาคือ สารระเหย สุรา และกัญชา มีการจัดกิจกรรมเสริมความรู้เกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติด และมีการแนะนำเกี่ยวกับปัญหายาเสพติด แก่นักเรียน

3. ปัญหาการดำเนินงานป้องกันยาเสพติดในโรงเรียน มีปัญหาในระดับปานกลางได้แก่ ขาดความร่วมมือจากผู้ปกครอง ในการแก้ปัญหายาเสพติด การดูแลสถานที่ลับตาที่เอื้อต่อการเสพยาเสพติด การวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้เด็กติดยาเสพติด และการได้รับการนิเทศงานป้องกันยาเสพติดจากศึกษานิเทศก์

4. การเปรียบเทียบปัญหาการดำเนินงานป้องกันยาเสพติด ระหว่างโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ และขนาดใหญ่พิเศษ พบว่ามีปัญหาการดำเนินงานด้านการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยโรงเรียนขนาดใหญ่ และกลาง มีปัญหามากกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก ส่วนด้านการวางแผน และด้านการติดตาม และประเมินผลมีปัญหาน้อยแตกต่างกัน

แววตา ธนบัตร (2534) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาผลของการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาสูบที่มีต่อเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนในสังกัดกรมสามัญศึกษา พบว่า

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร : กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มากที่สุด ในขณะที่ได้รับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจประเภทป้ายประกาศ จากสื่อบุคคลประเภทเพื่อน รองลงมาตามลำดับ แต่ให้ความเชื่อถือในแหล่งข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยบิดามารดา และจากสื่อเฉพาะกิจทางแผ่นพับ

2. ระดับความรู้และทัศนคติที่ได้รับจากการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาสูบ ส่วนใหญ่มีความรู้ระดับปานกลาง และต้องการให้มีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้เรื่องยาสูบผ่านทางสื่อมวลชนให้มากกว่าปัจจุบัน

3. ลักษณะประชากรอื่นได้แก่ เพศ ภูมิลำเนา อาชีพของบิดา อาชีพของมารดา สถานภาพการสมรสของบิดามารดา รายได้ของบิดามารดา จำนวนพี่น้องในครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาสูบ ทัศนคติจากการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาสูบ และมีเพียงตัวแปร อาชีพบิดา และจำนวนพี่น้องในครอบครัวเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ต่อความรู้จากการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาสูบ

4. การเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาสูบ มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติจากการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาสูบ

5. ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้จากการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาสูบ

อรอนงค์ หงษ์ชุมแพ (2538) ได้ทำการวิจัยเรื่องความรู้เกี่ยวกับยาสูบและการป้องกันตนเองจากการเสพยาสูบของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับยาสูบดีมาก

การป้องกันตนเองจากการเสพยาสูบ กลุ่มตัวอย่างใช้การตัดสินใจที่มีพฤติกรรมใด ๆ บนพื้นฐานของความรู้เกี่ยวกับยาสูบ การคบเพื่อนที่ดี สัมพันธภาพในครอบครัว และความมุ่งมั่นในชีวิตที่ดี กลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว มีการปรึกษาหารือในปัญหาต่าง ๆ มีการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ มีความรู้ถึงโทษของยาสูบ

ในส่วนของการปฏิบัติเมื่อผู้มาชักชวนให้เสพยาบ้า จำแนกได้ดังนี้

1. หลีกเลียงไปจากผู้ชักชวนทันที
2. ปฏิเสธการใช้ และอาจอ้างว่าเคยลองใช้แล้ว ไม่ดีจะไม่ลองอีก
3. ปฏิเสธการใช้ ชี้แจงโทษและเตือนให้ผู้ชักชวนเลิกเสพด้วย
4. ปฏิเสธการใช้แจ้งให้อาจารย์หรือผู้ปกครองของผู้ชักชวนทราบ
5. ถ้าผู้ชักชวนยังตามมาชวนอยู่ก็จะพยายามอยู่ห่าง ๆ

เด็กมีแนวโน้มต้องการให้เพื่อนที่เสพยาบ้าเลิกเสพ และต้องการให้โรงเรียนปลอดจากยาบ้า โดยเสนอแนวคิดต่าง ๆ เช่น ให้เริ่มจากตนเองก่อน จับกลุ่มกับเพื่อน ๆ ช่วยกันรณรงค์หากิจกรรมสนุก ๆ ทำร่วมกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และไม่ให้มีเวลาว่างมากเกินไป

ศิริพร เชิดวงศ์สุข (2539) ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการรับข่าวสารเรื่องยาบ้าของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนกรมสามัญศึกษา กลุ่มที่ 1 ในกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. ลักษณะทางประชากรของครูแตกต่างกันได้แก่ ตำแหน่งและวิชาที่สอน มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโทษและพิษภัยของยาบ้า ส่วนเพศ / อายุ คุณวุฒิทางการศึกษา และระยะเวลาในการปฏิบัติการสอนไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโทษ และพิษภัยของยาบ้า
2. ลักษณะทางประชากรของครูที่แตกต่างกันได้แก่ ตำแหน่งมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับยาบ้า ในขณะที่ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ คุณวุฒิทางการศึกษา ระยะเวลาในการปฏิบัติการสอน และวิชาที่สอนไม่ทำให้มีทัศนคติในการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับยาบ้าแตกต่างกัน
3. การเปิดรับข่าวสารเรื่องยาบ้า ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องโทษ และพิษภัยของยาบ้า
4. การเปิดรับข่าวสารเรื่องยาบ้า ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับยาบ้า

ขวัญใจ ผลิเจริญสุข (2539) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสื่อสารในครอบครัวกับความรู้อคติเกี่ยวกับยาบ้า ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. นักเรียนที่มีรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกัน
2. นักเรียนที่มีรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแตกต่างกัน จะมีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าแตกต่างกัน
3. นักเรียนที่มีการเปิดรับสื่อมวลชนมาก จะมีระดับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าสูงด้วย
4. นักเรียนชายและนักเรียนหญิง มีระดับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าไม่แตกต่างกัน
5. นักเรียนที่ศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1,2,และ3 มีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้า ไม่แตกต่างกัน

ซึ่งขวัญใจ ผลิเจริญสุข ให้ข้อเสนอแนะว่า บิดา มารดา และผู้ปกครอง ต้องให้ความสำคัญแก่ครอบครัว ตระหนักถึงบทบาทและหน้าที่ ต่อครอบครัว รวมทั้งให้ความสนใจในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกในครอบครัวด้วย ส่วนการรณรงค์ต่อต้านการเสพยาบ้าควรที่จะเน้นการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และควรมีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ “ยาบ้า” อย่างสม่ำเสมอ

รัฐพล อินทวิชัย (2540) ศึกษาเรื่องสภาพชีวิตของผู้เสพยาบ้าและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดพฤติกรรมการเสพยาบ้าพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับยาบ้าค่อนข้างน้อย โดยส่วนใหญ่ทราบว่า ยาบ้าเป็นยาเสพติดที่มีฤทธิ์กระตุ้นประสาทแต่ทั้งนี้ยังมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในบางประเด็น กลุ่มตัวอย่างคิดว่ายาบ้าไม่ทำให้ติดได้ง่าย และยาบ้าสามารถเลิกได้ง่ายความรู้ที่นึกคิดเรื่องผลกระทบของยาบ้าส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ายาบ้ามีผลเฉพาะต่อตนเองและตั้งใจที่จะให้เกิดขึ้นเฉพาะกับตนเอง โดยไม่คิดว่าจะมีผลเสียทั้งต่อตัวผู้เสพเอง ต่อครอบครัวและสังคม

ปัจจัยเสริมแรงที่เกี่ยวข้องกับการเสพยาบ้า สื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างได้รับแรงเสริมด้านลบจากครูอาจารย์ คือการข่มขู่ที่จะทำโทษและดูดำโดยไม่มีเหตุผล แรงเสริมด้านลบจากเพื่อนที่ไม่ได้เสพยาบ้าคือ การได้รับการตักเตือนแนะนำให้งด หยุด และเลิกเสพยาบ้า แรงเสริมด้านลบจากบุคคลในครอบครัว คือการได้รับการกระตุ้นเตือนเรื่องยาบ้าโดยการพูดคุยด้วยถ้อยคำที่มีเหตุผล การให้กำลังใจ ยอมรับ และการแสดงออกถึงความห่วงใยของบุคคลในครอบครัว แรงเสริมด้านลบจากครูอาจารย์ คือการได้รับการสั่งสอนและตักเตือน การให้โอกาสในการเลิกเสพยาบ้าด้วยความเข้าใจ สื่อบุคคลในครอบครัวมีผลต่อการหยุดหรือเลิกเสพยาบ้ามากที่สุด

ปัจจัยเสริมแรงด้านลบจากสื่อมวลชน คือการนำเสนอโดยการกระตุ้นความรู้สึกที่ทำให้สำนึกผิด แรงเสริมจากสื่อมวลชนเป็นเพียงการกระตุ้นความรู้สึกและอารมณ์ของกลุ่มตัวอย่างซึ่งผลดังกล่าวจะไปรวมกับแรงเสริมจากสื่อบุคคลจึงจะทำให้เกิดความรู้สึกอยากลด หยุด และเลิกเสพยาบ้า ส่วนสื่อเฉพาะกิจเป็นปัจจัยที่มีผลเพียงเล็กน้อยต่อกลุ่มตัวอย่างเพราะการเข้าถึงสื่อเฉพาะกิจของกลุ่มตัวอย่างที่พบน้อยมาก

จากการศึกษาการยอมรับพฤติกรรม , ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ , ทฤษฎีแรงสนับสนุนทางสังคม, ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม , แนวคิด และทฤษฎีอิทธิพลของสื่อ , แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ แนวคิดเกี่ยวกับยุทธวิธีของการสื่อสาร, แนวคิดตามหลักพระพุทธศาสนา รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด ทำให้ผู้วิจัยมีกรอบแนวความคิดกว้าง ๆ ในการศึกษา ปัจจัยสื่อสารที่มีผลต่อการตัดสินใจเลิกเสพยาบ้าของเยาวชนในสถานศึกษา คือ

1. ขั้นตอนการตัดสินใจ
2. ปัจจัยด้านสื่อ
 - 2.1 สื่อบุคคล
 - 2.2 สื่อมวลชน
 - 2.3 สื่อเฉพาะกิจ
3. คุณลักษณะของเนื้อหาสาร
4. ปัจจัยผู้รับสาร