

การพัฒนาและประเมินประสิทธิผลสื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมต่อพฤติกรรม การสูบบุหรี่ของนิสิต: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา

Development and Effectiveness Evaluation of a Participatory Media Campaign on Smoking Behavior Among Students: A Case Study at the University of Phayao

ณปภา สุวรรณรงค์¹ และ วิวัน สุขเจริญ เกษแก้ว²
Napapa Suwannarong¹ and Wiwan Sukcharoen Ketkaew²

สาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่ คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา จังหวัดพะเยา 56000¹
Program in New Media Communication, Faculty of Business and Communication Arts, Phayao University,
Phayao 56000 Thailand¹

สาขาวิชาการสื่อสารสื่อใหม่ คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา จังหวัดพะเยา 56000²
Program in New Media Communication, Faculty of Business and Communication Arts, Phayao University,
Phayao 56000 Thailand²

*Corresponding Author E-mail: wiwan.su@up.ac.th

(Received: September 20, 2024; Revised: November 26, 2024; Accepted: December 20, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาสื่อรณรงค์ในการป้องกันและเลิกบุหรี่แบบมีส่วนร่วมของนิสิต และ 2) ประเมินประสิทธิผลของสื่อรณรงค์ที่มีต่อพฤติกรรมในการป้องกันและเลิกบุหรี่ของนิสิต อาศัยวิธีวิจัยเชิงผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและการสนทนากลุ่มกับผู้สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่จำนวน 30 คน ร่วมกับการวิจัยเชิงทดลองด้วยการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่รับชมหนังสือทั้งที่สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ จำนวน 64 คน โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า นิสิตได้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตหนังสือจำนวน 2 เรื่อง จากกลุ่มนิสิตที่มีความรู้ทางด้านการผลิตสื่อและนิสิตทั่วไปที่สนใจ ส่งผลให้นิสิตได้พัฒนาศักยภาพ

วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปีที่ 13 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2568

ในการสร้างสรรค์สื่อและมีความรู้เกี่ยวกับบุหรืเพิ่มขึ้น ส่วนการประเมินประสิทธิผลสื่อหนึ่งสั้้นจากการสนทนากลุ่มพบว่า 1) กลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรื ส่งผลทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจและตอกย้ำถึงเรื่องโทษและพิษภัยของบุหรืมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ มุมมองยังแตกต่างกันไปตามความชอบ ประสบการณ์ในการดูหนัง และกลุ่มสาขาวิชาที่เรียน 2) กลุ่มผู้สูบบุหรื ได้ข้อคิดอยู่บ้างแต่ยังไม่ถึงกับเลิกเนื่องจาก 2 ประเด็นหลักคือ ส่วนใหญ่สูบบุหรืไฟฟ้า เนื้อหาจึงไม่เข้าถึงกลุ่มผู้ชม อีกประเด็นอยากเลิกแต่อยู่ในกลุ่มที่คนรอบข้างสูบบุหรืหรือเวลาไปเที่ยวแล้วยังต้องสูบบุหรื ในส่วนของการวิจัยเชิงทดลอง กลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรืและกลุ่มผู้สูบบุหรืมีทัศนคติที่ตรงกันว่าเนื้อหาเกี่ยวกับความตายและความรัก ส่งผลต่อการป้องกันและเลิกบุหรืได้ตามลำดับ นอกจากนี้ กลุ่มผู้ที่สูบบุหรืยังมีทัศนคติต่อเนื้อหาต้านโรคเกี่ยวกับบุหรื ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลิกบุหรืด้วย และจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มผู้สูบบุหรืและกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรืมีการรับรู้ข้อมูล ทัศนคติก่อนการรับชมหนึ่งสั้้นเกี่ยวกับบุหรืไม่แตกต่างกัน ด้านทัศนคติของผู้สูบบุหรืและผู้ที่ไม่ได้สูบบุหรืหลังรับชมหนึ่งสั้้นทั้ง 2 เรื่อง ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การพัฒนาสื่อรณรงค์, การประเมินประสิทธิผล, การมีส่วนร่วม, พฤติกรรมการสูบบุหรื, การป้องกันและเลิกสูบบุหรื

Abstract

The objectives of the research were to 1) develop a media campaign for smoking prevention and cessation with student participation, and 2) evaluate the effectiveness of the media campaign on students' smoking prevention and cessation behaviors. A mixed-methods approach was employed, combining participatory action research and focus group interviews with 30 participants, both smokers and non-smokers. Additionally, an experimental research design was utilized, incorporating a survey of 64 participants, including both smokers and non-smokers, who watched short films. Data were collected through online surveys. As a result of the research, university students participated in the production of two short films. These students included both those with a background in media

production and other who were interested in the project. This process enabled the students to enhance their creative capabilities in media production and gain increased knowledge about smoking. Regarding the evaluation of the effectiveness of the short films through focus group discussions, it was found that 1) non-smokers: the short films provided them with a better understanding of smoking risks and more emphasized the dangers of cigarettes. However, their opinions varied depending on their personal preferences, prior experiences with films, and academic backgrounds, and 2) smokers: while they absorbed some messages from the films, they were not impactful enough to make them quit smoking. Two main reason were identified: the content of the film focused on electronic cigarettes, making it less relatable to some viewers, and even if they wanted to quit smoking their social circles includes smokers, making it difficult for them to stop. In the experimental research, both non-smokers and smokers shared the same attitude that content related to death and love influenced smoking prevention and cessation, respectively. Additionally, smokers expressed that content addressing smoking-related diseases also impacted their smoking cessation behavior. Hypothesis testing revealed that the attitudes of both smoker and non-smoker towards smoking-related information before watching the short films were not significantly different. After watching two short films, there was still no significant difference in the attitudes at the 0.05 level.

Keywords: Media Campaign Development, Effectiveness Evaluation, Participation, Smoking Behavior, Smoking Prevention and Cessation

บทนำ

การสูบบุหรี่ทำให้เกิดผลกระทบต่อร่างกาย จิตใจ เศรษฐกิจและสังคม ซึ่งผลกระทบดังกล่าวมีผลโดยตรงต่อทั้งผู้ที่สูบบุหรี่และส่งผลโดยอ้อมต่อผู้ที่ได้รับพิษภัยจากควันบุหรี่หรือที่เรียกว่า บุหรี่มือสอง ทางมหาวิทยาลัยพะเยาได้ตระหนักถึงโทษและพิษภัยจากควันบุหรี่ รวมทั้งเห็นความสำคัญในการป้องกันการเพิ่มจำนวนผู้สูบบุหรี่ใหม่และเป็นการลด ละ เลิกบุหรี่ในมหาวิทยาลัย

ใน พ.ศ. 2564 ได้มีการจัดทำโครงการวิจัยเรื่อง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของนิสิตในการพัฒนาแนวทางการป้องกัน และลด ละ เลิกบุหรี่ในมหาวิทยาลัยพะเยา (วิวัน สุขเจริญ เกษแก้ว และคณะ, 2564) เป็นการสำรวจเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนิสิตที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา ประจำปีการศึกษา 2562 โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นทางออนไลน์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นิสิตที่สูบบุหรี่ส่วนใหญ่มากกว่าร้อยละ 80 เคยคิดและพยายามเลิกสูบบุหรี่ด้วยตัวเอง และเหตุผลที่ทำให้เลิกสูบบุหรี่ได้มากที่สุดคือ ครอบครัวคนรักอยากให้เลิก แต่ตัวอย่างครึ่งหนึ่งไม่ได้ต้องการข้อมูล คำแนะนำ วิธีการเพื่อเลิกสูบบุหรี่ และไม่แน่ใจว่าหากมหาวิทยาลัยจัดกิจกรรมรณรงค์จะส่งผลต่อการเลิกสูบบุหรี่หรือไม่ ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่า นิสิตที่สูบบุหรี่มีความตั้งใจที่จะลด ละ เลิก การสูบบุหรี่ และจากการเข้าร่วมกิจกรรมตอบคำถามในโครงการ “UP No Smoking หยุดซื้อหยุดสูบ หยุดทำร้ายคนรอบข้าง” พบว่า นิสิตส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 มีความรู้เกี่ยวกับผลกระทบเกี่ยวกับบุหรี่และบุหรี่มือสอง นอกจากนี้ ยังได้แนวทางในการลด ละ เลิกบุหรี่ในระยะแรกคือ การให้ความรู้และสร้างความตระหนัก ตลอดจนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของโครงการ โดยกิจกรรมการมีส่วนร่วมของประชาคมมหาวิทยาลัยพะเยา ได้แก่ กิจกรรมการประกวดโครงเรื่องหนังสือ การคัดเลือกฟรีเซ็นเตอร์ การประกวดคำขวัญ การตอบคำถาม

จากข้อมูลข้างต้นที่กล่าวมา ผู้วิจัยเล็งเห็นว่านิสิตในระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยพะเยา เป็นเยาวชนที่มีความรู้เกี่ยวกับบุหรี่และมีแนวโน้มในการลด ละ เลิก บุหรี่อยู่ในอัตราที่สูง ดังนั้น นิสิตน่าจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อหรือกิจกรรมรณรงค์ที่สามารถพัฒนาไปถึงขั้นเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ได้อีกทั้งนิสิตมีแนวทางในการรณรงค์จากการทำโครงการวิจัยที่ผ่านมาข้างต้น แต่ยังขาดการต่อยอดโดยขาดการนำแนวทางต่าง ๆ มาใช้ รวมทั้งการนำมาผลิตสื่อและสื่อกิจกรรมในการรณรงค์ จึงจำเป็นต้องอาศัยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ ผสานกับการวิจัยเชิงทดลองเพื่อศึกษาและวิเคราะห์ประสิทธิผลของสื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

ตามแนวคิดของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้น เป็นรูปแบบของการสื่อสารที่คนในกลุ่มหรือในชุมชนสามารถแสดงออกทางความคิดและมุมมอง ตลอดจนความรู้สึกของพวกเขา อันจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่ดีขึ้นมาสู่ตนเองและชุมชน โดยศักยภาพของชุมชนเอง (Moore, 1986, as cited in White, 1994) นอกจากนี้ การเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งระดับความเข้าใจ อารมณ์ไปจนถึงระดับการกระทำ ที่จะนำไปสู่ความผูกพันในลักษณะที่เรียกว่า “ความรู้สึกเป็นเจ้าของ” (sense of belonging) และกลายเป็นแรงจูงใจให้เข้าไปมีส่วนร่วมในการสื่อสารมากขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2552)

ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นการต่อยอดโครงการวิจัยให้มีความต่อเนื่องและพัฒนาไปสู่การสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ ร่วมกับการประเมินประสิทธิผลของสื่อรณรงค์เพื่อการป้องกันและเลิกบุหรี่ในมหาวิทยาลัย โดยอาศัยการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของนิสิตเพื่อที่จะสื่อสารไปยังกลุ่มนิสิตด้วยตนเอง อีกทั้งยังจะเป็นการพัฒนาศักยภาพของนิสิตในมหาวิทยาลัย อันจะนำไปสู่ความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาให้มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาสื่อรณรงค์ในการป้องกันและเลิกบุหรี่แบบมีส่วนร่วมของนิสิต
2. เพื่อประเมินประสิทธิผลของสื่อรณรงค์ที่มีต่อพฤติกรรมในการป้องกันและเลิกบุหรี่ของนิสิต

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication)
มีเป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมระดับชุมชนอยู่ 7 เป้าหมาย คือ 1) กระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง 2) สร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และเพื่อให้เห็นคุณค่าความคิดและความเชื่อของเขา 3) พิสูจน์ความสามารถในการเรียนรู้การผลิตสื่อด้วยตนเอง 4) สร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืน มุมมองและทัศนะของตนเอง 5) ให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีการแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน 6) ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่อาจจะเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนเลี้ยวของชุมชนหรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่งจะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนหรือชุมชนอื่น ๆ เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น 7) ช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชนให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2551)

แนวคิดการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

มีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ 1) ผู้โน้มน้าวใจมีความตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าวใจ 2) โดยปกติผู้ถูกโน้มน้าวใจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งและผู้โน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงผู้ถูกโน้มน้าวใจให้ยอมรับทางเลือกที่ตนเสนอ 3) สิ่งที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการคือการเปลี่ยนแปลงหรือการสร้างหรือการดำรงไว้ ซึ่งความคิดเห็น ทศนคติ ค่านิยมและความเชื่อของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งจะส่งผลต่อปัจจัยอื่น อันได้แก่ อารมณ์ พฤติกรรม อีกทั้งจุดมุ่งใจ ได้แก่ จุดมุ่งใจโดยใช้ความกลัว (fear appeal) จุดมุ่งใจโดยใช้อารมณ์ (emotional appeal) การมุ่งใจโดยใช้ความโกรธ (anger appeal) จุดมุ่งใจโดยใช้อารมณ์ขัน (humorous appeal) จุดมุ่งใจโดยใช้รางวัล (rewards as appeal) และจุดมุ่งใจโดยใช้แรงจูงใจ (motivation appeal) (อรรพรรณ ปิลาณธนโอาท, 2542)

แนวคิดการวัดประสิทธิผลของสื่อรณรงค์

การวัดประสิทธิผลของสื่อรณรงค์ผู้ประเมินสามารถใช้วิธีการประเมินสื่อได้ทั้งหมด 4 แบบ คือการทดสอบความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภค (consumer jury test) การวัดการตระหนักรู้ (awareness) การวัดความจำ (recall) และการวัดการเปลี่ยนแปลงเจตคติ (attitudinal change) (เตือนจิตต์ จิตต์อารี, 2537 อ้างถึงใน โสภนา กิตติรัตนซ์ชาวล, 2554) โดยด้านประสิทธิผลในการสื่อสารตามที่ Berlo (1960, อ้างถึงใน จารุวรรณ พิงชัยชาญ, 2552) กล่าวว่า ประสิทธิผลในการสื่อสาร หมายถึง การได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้ส่งสาร ส่งสารที่ต้องการโน้มน้าวใจออกไป ผู้รับสารเห็นด้วยและปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของสารนั้น แสดงว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิผล เนื่องจากสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นตรงกับความต้องการของผู้ส่งสาร ในกระบวนการสื่อสาร ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือสาร โดยสารที่มีประสิทธิภาพสูงนั้นขึ้นอยู่กับ 1) เนื้อหาสาร (content) 2) การจัดสาร (treatment) 3) รหัสสาร (code) ส่วนนักวิชาการทางด้านการสื่อสารอีกคนหนึ่ง Lasswell (1948) ยังได้คิดสูตรการสื่อสารที่ถึงพร้อมด้วยกระบวนการสื่อสารที่สอดคล้องกัน โดยในการสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้คือ 1) ใคร (who) เป็นผู้ส่งหรือผู้ทำการสื่อสาร 2) พูดอะไร ด้วยวัตถุประสงค์อะไร (says what) 3) โดยใช้วิธีการและช่องทางใด (in which channel) 4) ส่งไปยังใคร (to whom) และ 5) ได้ผลอย่างไร (with what effect)

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ผู้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สื่อในการรณรงค์ ได้แก่ 1) กลุ่มแกนนำเครือข่ายจำนวน 15 คน 2) กลุ่มภาคีด้านสื่อ (เป็นกลุ่มอาสาสมัครทางด้านการสื่อสารและการผลิตสื่อ) และ 3) กลุ่มนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา

2. ผู้มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สื่อหนังสือ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อหนังสือ ได้แก่ 1) กลุ่มภาคีทางด้านสื่อ (กลุ่มนิสิตที่มีทักษะในการผลิตสื่อและเปิดโอกาสให้นิสิตที่สนใจเข้ามาอบรมแล้วร่วมกันผลิตหนังสือ) 2) ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านสุขภาพ จำนวน 2 ท่าน และทางด้านการผลิตหนังสือ จำนวน 1 ท่าน รวม 3 ท่าน ร่วมให้ข้อเสนอแนะ คำแนะนำในการผลิตหนังสือ ส่วนกลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการรับชมเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 30 คน โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) แบ่งออกเป็นกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่จำนวน 21 คน (กลุ่มนิสิตทางด้านนิเทศศาสตร์ 7 คน กลุ่มแกนนำเครือข่ายจำนวน 7 คน และกลุ่มนิสิตจากสาขาวิชาต่าง ๆ จำนวน 7 คน) และกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่จำนวน 9 คน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงทดลอง คือ นิสิตที่กำลังศึกษาที่มหาวิทยาลัยพะเยา ส่วนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ผู้วิจัยใช้ฐานข้อมูลสถานการณ์การสูบบุหรี่ของนิสิตในมหาวิทยาลัย (วิวัน สุขเจริญ เกษแก้ว และคณะ, 2564) ที่พบจำนวนผู้สูบบุหรี่ 180 คน จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 1,007 คน จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงทดลองครั้งนี้เป็นร้อยละ 15 ของจำนวนผู้สูบบุหรี่จากฐานข้อมูลฯ ดังกล่าว (ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 27 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างสำรองไว้ 30 คน ทั้งกลุ่มที่สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ รวม 60 คน) กลุ่มตัวอย่างที่เก็บได้จริงเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยาที่สูบบุหรี่ จำนวน 31 คน และนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยาที่ไม่สูบบุหรี่จำนวน 33 คน รวมเป็น 64 คน ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. สื่อที่ใช้ในการรณรงค์ ได้แก่ หนังสือเรื่อง Your Life is My Life หนังสือเรื่อง DUO (Depends Upon Ourselves)

2. แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ใช้ในการสนทนากลุ่มของผู้มีส่วนร่วมในการรับชมสื่อธรรมะ ในส่วนของความคิดเห็น พฤติกรรมในการป้องกันและเลิกบุหรี่ รวมทั้งการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขสื่อ

3. แบบสอบถาม โดยมีแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 3 ชุด คือ 1) แบบทดสอบวัดระดับการติดยาโคติน (fagerstrom test for nicotine dependence) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่สูบบุหรี่ 2) แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ชุด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่สูบบุหรี่ และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่สูบบุหรี่ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลในด้านต่าง ๆ

ตอนที่ 3 ทศนคติก่อนและหลังการชมหนังสือ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสร้างสรรค์สื่อธรรมะในมหาวิทยาลัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้อาศัยตามขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ระดมความคิดและวางแผนการทำงานร่วมกันระหว่างกลุ่มแกนนำเครือข่ายและกลุ่มภาคีด้านสื่อ ซึ่งเป็นกลุ่มอาสาสมัครทางการสื่อสารการผลิตสื่อ โดยอาศัยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาสื่อธรรมะแบบมีส่วนร่วม อาศัยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม โดยการพัฒนาสื่อหนังสือเป็นการต่อยอดมาจากโครงการวิจัยก่อนหน้านี้ที่ได้มีการประกวดโครงเรื่องหนังสือไปแล้วนำมาผลิตสื่อธรรมะ รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการผลิตหนังสือ เพื่อให้ผู้เข้าอบรมสามารถพัฒนาสื่อธรรมะ

ขั้นตอนที่ 3 ให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความถูกต้องและปรับปรุงแก้ไขสื่อหนังสือ

ขั้นตอนที่ 4 ให้กลุ่มตัวอย่างรับชมสื่อหนังสือ แล้วมีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสองแบบพร้อมกัน (concurrent data collection) ดังนี้

4.1 การสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม กลุ่มตัวอย่างทั้งที่สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่จะได้รับชมหนังสือทั้ง 2 เรื่อง แล้วหลังจากนั้นจึงมีการสนทนากลุ่ม

4.2 การเก็บแบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามออนไลน์ แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างที่สูบบุหรี่จะได้รับชมหนังสือทั้ง 2 เรื่อง และจะได้ทำแบบสอบถาม 2 ชุด โดยชุดที่ 1 เป็นแบบทดสอบวัดระดับ

การติดนิโคติน (fagerstrom test for nicotine dependence) เพื่อนำข้อมูลระดับการติดนิโคตินไปตอบคำถามในชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถาม (สำหรับผู้ที่สูบบุหรี่) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้สูบบุหรี่ จะได้รับชมหนังสือทั้ง 2 เรื่อง และทำแบบสอบถาม (สำหรับผู้ที่ไม่สูบบุหรี่)

การวิเคราะห์ข้อมูล

แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

1. การสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ในการป้องกันและเลิกบุหรี่แบบมีส่วนร่วมของนิสิตในมหาวิทยาลัยพะเยา ในส่วนนี้อาศัยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยอาศัยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สื่อที่ใช้ในการรณรงค์ ผ่านกระบวนการระดมความคิด การวางแผน การผลิตสื่อ ไปจนถึงการเผยแพร่ ในทุกกิจกรรมของการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

2. ประเมินประสิทธิผลของสื่อรณรงค์ประเภทหนังสือ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1 การสนทนากลุ่ม จากกลุ่มนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา จำนวน 30 คน มาประกอบการวิเคราะห์และตีความ ในส่วนของความคิดเห็นที่มีต่อประสิทธิผลของสื่อ รวมทั้งข้อมูลในส่วนอื่น ๆ เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงสื่อที่ใช้ในการรณรงค์ต่อไป โดยการเขียนในลักษณะของการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

2.2 การวิจัยเชิงทดลอง จากกลุ่มนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา ที่สูบบุหรี่ จำนวน 31 คน และนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยาที่ไม่สูบบุหรี่จำนวน 33 คน รวมเป็น 64 คน เพื่อประเมินประสิทธิผลของสื่อมีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ทั้ง 2 ส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแยกกัน (separate analysis) โดยใช้วิธีการเฉพาะของแต่ละประเภท และหลังจากวิเคราะห์ข้อมูลเสร็จแล้ว จะมีการเปรียบเทียบและบูรณาการผลลัพธ์ (results integration) เพื่อหาความสอดคล้อง ความขัดแย้งหรือการเสริมซึ่งกันและกัน

ผลการศึกษา

1. การพัฒนาสื่อรณรงค์ในการป้องกันและเลิกบุหรี่ปริมาณมีส่วนร่วมของนิสิตในมหาวิทยาลัยพะเยา

เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมโดยอาศัยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเริ่มต้นจากการระดมความคิดและวางแผนการทำงานร่วมกันระหว่างแกนนำเครือข่ายและกลุ่มภาคีด้านสื่อ ไปจนถึงการผลิตสื่อที่สามารถแบ่งออกเป็นสื่อต่าง ๆ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 หนังสือรณรงค์ป้องกันและเลิกบุหรี่ปริมาณ 2 เรื่อง แต่เริ่มทำทีละเรื่อง โดยหนังสือในเรื่องแรกนั้น ได้นำโครงเรื่องจากการประกวดโครงเรื่องหนังสือ (ในโครงการวิจัยที่ดำเนินมาก่อนหน้านี้) มาต่อยอดเป็นแนวทางในการเขียนบทหนังสือ และได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมของบทหนังสือ หลังจากนั้นมีการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยหนังสือเรื่องแรก คือ เรื่อง Your Life is My Life ดังเรื่องย่อต่อไปนี้

“มาร์ค” ชายหนุ่มมหาวิทยาลัยปี 4 ผู้ที่หลงใหลในการสูบบุหรี่เป็นชีวิตจิตใจ ร่างกายทรุดโทรมจากอาการของภาวะหัวใจวายขั้นรุนแรง มีทางเดียวที่จะรักษาได้คือการผ่าตัดหัวใจ ตลอดเวลาที่เขาคิดไม่ได้สติเขาฝันถึงอดีตของตัวเองกับการแอบแฟนสาวสูบบุหรี่ที่บ่งบอกถึงตัวเขาเองกับ “ฟ้า” แฟนสาวของเขาที่คอยตักเตือนเกี่ยวกับการสูบบุหรี่และขอให้เลิกสูบ จนเขาทั้งสองคนทะเลาะกัน และมาร์คก็ได้สังเกตว่าฟ้ามีอาการแปลกไปในตอนที่ทะเลาะกัน ในความฝันของเขา ฟ้ามีอาการไอเรื้อรังและมีเลือดปะปนออกมาและได้ทรุดตัวลงต่อหน้าเขา มาร์คตะโกนขอความช่วยเหลือจากคนรอบข้างแต่กลับไม่มีใครมาช่วย จนตัวเขาเองตื่นจากความฝัน จึงพบว่า ฟ้าได้จากเขาไปทั้งไวแ่แค่จดหมายที่เขียนไว้ให้กับมาร์คและของขวัญสุดล้ำค่าให้กับมาร์คก่อนที่จะเรียนจบ ซึ่งจดหมายฉบับนั้นฟ้าได้เขียนอธิบายเหตุผลของการจากไปรวมถึงคำมั่นสัญญาที่เขาขอให้มาร์คเลิกบุหรี่ปริมาณ พร้อมกับดอกทิวลิปสีขาวเพียงดอกเดียว มาร์คเสียใจมากที่เขาต้องเสียคนรักเพียงเพราะเขาสูบบุหรี่ เมื่อเวลาผ่านไปมาร์คได้ทำตามคำมั่นสัญญาที่ฟ้าได้เขียนไว้ในจดหมาย เขาได้เปลี่ยนตัวเองเพื่อฟ้า เพื่อพ่อแม่และตัวเอง จนเขาเรียนจบแล้วกำลังจะมีงานทำ ซึ่งนั่นทำให้เขาได้พบกับ “ฟ้า” อีกครั้ง...หรือไม่...



ภาพที่ 1 โปสเตอร์แนะนำหนังสั้นเรื่อง Your Life is My Life

สำหรับเรื่องที่ 2 มาจากโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการทำหนังสั้น ด้วยสมาร์ตโฟน โดยหนังสั้นเรื่องที่ 2 คือ เรื่อง DUO (Depends Upon Ourselves) ดังเรื่องย่อต่อไปนี้

ณ ริมสระเปียงในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง เกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันขึ้น มีนิสิตตกสระเปียงลงมา เป็นเหตุให้เหตุการณ์ดังกล่าวถูกรำลือไปทั่วมหาวิทยาลัย จนกระทั่งมีหญิงสาวคนหนึ่งนามว่า “ไอรา” ได้ปลอมตัวเข้ามาเป็นนิสิตใหม่ เพื่อค้นหาความจริงว่าเกิดอะไรขึ้น

ไอราได้พยายามเข้ามาตีสนิทกับบุคคลที่คิดว่าเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นี้ จนได้รู้ความจริงว่า “ไอลิน” ได้ถูกกลุ่มเพื่อนในสาขากลับแก๊งอยู่เป็นประจำ และแฟนหนุ่มไปตีสนิทกับหญิงสาวคนอื่น ประกอบกับได้รับการเชิญชวนจากกลุ่มเพื่อนให้หันมาสูบบุหรี่ ไอลินจึงได้ลองสูบบุหรี่ แล้วผลปรากฏว่าติดบุหรี่ จนไม่สามารถเลิกได้

ย้อนกลับไปในวันเกิดเหตุที่มีนิสิตตกสระเปียง นั่นก็คือไอลินที่กระโดดลงไปเองด้วยสาเหตุที่ว่ากำลังยืนสูบบุหรี่อยู่แล้วของบุหรี่ตก จึงกระโดดลงไปเก็บ แต่ไอราเข้ามาเห็นพอดีนึกว่าน้องสาวกำลังกระโดดตึก ซึ่งก็มีนิสิตคนอื่น ๆ เห็นเหตุการณ์บางส่วนเช่นเดียวกัน อันเป็นสาเหตุให้นำไปรำลือกันว่าไอลินกระโดดตึก ประกอบกับไอลินได้หายตัวไปนับตั้งแต่วันนั้น

ไอลินหายไปเนื่องจากไปบำบัดบุหรืตามที่พี่ไอร่าขอร้องไว้ และ
ในระหว่างนั้นไอร่าก็เข้ามาค้นหาความจริงว่าสาเหตุที่ทำให้ไอลินสูบบุหรืเพราะอะไร
และสามารถคลี่คลายปัญหาต่าง ๆ เพื่อช่วยไอลินได้สำเร็จ



ภาพที่ 2 โปสเตอร์แนะนำหนังสั้นเรื่อง DUO (Depends Upon Ourselves)

สำหรับนิสิตที่สมัครเข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการทำหนังสั้น
ด้วยสมาร์ตโฟนนี้จะได้รับทั้งความรู้ ได้มีโอกาสผลิตหนังสั้นแล้ว ยังได้รับเกียรติบัตร
ผ่านการอบรมและชั่วโมงกิจกรรมด้วย จึงมีนิสิตที่สนใจทั้งนิสิตทางด้านนิเทศศาสตร์
ที่มีพื้นฐานในการผลิตสื่ออยู่แล้ว และมีนิสิตสาขาอื่น ๆ ที่มีความชอบและความสนใจ
ในการทำหนังสั้นเข้าร่วมด้วย

ดังนั้น การผลิตหนังสั้นทั้ง 2 เรื่องนี้จึงเป็นการสื่อสารจากมุมมอง
ของกลุ่มนิสิตไปยังกลุ่มนิสิตด้วยกันเอง เรื่องราวจึงสะท้อนผ่านตัวละครที่เป็นนิสิต
มีความสอดคล้องและใกล้ชิดกับกลุ่มผู้ชมที่เป็นนิสิตเช่นเดียวกัน อีกทั้งกลุ่มนิสิต
ที่ได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาหนังสั้นยังได้มีการรวบรวมความรู้และหาข้อมูลต่าง ๆ
เพื่อนำมาประกอบการเขียนบท รวมทั้งได้มีโอกาสปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้าน
สุขภาพและทางด้านการผลิตสื่อ นอกจากผู้สร้างจะได้ความรู้ทั้งในเรื่องบุหรืและ
การทำหนังสั้นแล้ว ยังได้พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์สื่อควบคู่กันไปด้วย

1.2 สื่ออื่น ๆ เป็นการดำเนินการโดยแกนนำเครือข่ายภายใต้
โครงการของชมรม UP No Smoking (ซึ่งต่อยอดมาจากแกนนำโครงการที่ได้
ดำเนินการต่อเนื่องมาจากโครงการวิจัยที่ได้ทำไปแล้ว พัฒนาไปเป็นชมรมของทาง
มหาวิทยาลัย) ได้จัดกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งจัดกิจกรรมร่วมกับภาคี และหน่วยงาน
อื่น ๆ ภายในมหาวิทยาลัย ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.2.1 กิจกรรมตอบคำถาม ได้เปิดโอกาสให้นิสิตมหาวิทยาลัย ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมตอบคำถาม ซึ่งเป็นลักษณะของการวัดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโทษและพิษภัยของบุหรี โดยผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมจะได้รับชั่วโมง กิจกรรมจำนวน 2 ชั่วโมง ส่วนผู้ที่ทำคะแนนได้ตั้งแต่ 70% ขึ้นไปจะได้รับชั่วโมง กิจกรรมเพิ่มเป็น 4 ชั่วโมง ผลปรากฏว่ามีนิสิตที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมเป็นจำนวน 808 คน

1.2.2 กิจกรรมการอบรมผลิตสื่อโปสเตอร์และอินโฟกราฟิก ได้มีการกำหนดโจทย์เป็นเรื่องราวณรงค์ลด ละ เลิก บุหรี และเมื่อได้ผลงานออกมา ได้มีการคัดเลือกผลงานที่จะเอาไปใช้เผยแพร่จริง โดยให้นิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา เข้ามามีส่วนร่วมในการโหวต (crowd voting) รวมทั้งมีสิ่งของและของรางวัล เป็นจุดจูงใจในการเข้าร่วมโหวตด้วย ภายใต้ชื่อกิจกรรม “โปสเตอร์ ดีในดวงใจ”

1.2.3 กิจกรรมของทางชมรมที่ทำร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ภายในมหาวิทยาลัย ทางชมรมได้จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยมีทั้งกิจกรรม ที่จัดขึ้นเองและจัดขึ้นร่วมกับหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย คือ งานวินัยและพัฒนา นิสิตสู่ความเป็นเลิศ เช่น “กิจกรรมนิสิตรุ่นใหม่ รู้ทันภัยยาเสพติด” “กิจกรรม วันงดสูบบุหรี่โลก 31 พฤษภาคม”

จากสื่อและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้จัดขึ้นนั้น ได้มุ่งเน้นการมีส่วนร่วม ของนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยา แต่สื่อที่นำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างได้เน้นไปที่ สื่อหนังสือ ซึ่งสามารถทดสอบได้กับกลุ่มนิสิตที่สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ จึงมีการ ทดสอบประสิทธิภาพของสื่อเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาในลำดับต่อไป

2. การประเมินประสิทธิภาพของสื่อรณรงค์ที่มีต่อพฤติกรรมในการ ป้องกันและเลิกบุหรีของนิสิตในมหาวิทยาลัยพะเยา

ในส่วนนี้จะเป็นการนำสื่อหนังสือมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิต ทั้งนิสิตที่สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ในมหาวิทยาลัยพะเยา โดยแบ่งผลการศึกษา ออกเป็น 2 ส่วนคือ การสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่มและการสำรวจจากแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม

การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเป็นนิสิตมหาวิทยาลัยพะเยาที่ได้เข้ามา มีส่วนร่วมในฐานะผู้ชม จำนวน 30 คน แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ดังต่อไปนี้

- 1) กลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่จำนวน 21 คน ประกอบไปด้วยกลุ่มนิสิตทางด้านนิเทศศาสตร์ 7 คน กลุ่มแกนนำเครือข่ายจำนวน 7 คน และกลุ่มนิสิตจากสาขาวิชาต่าง ๆ จำนวน 7 คน และ
- 2) กลุ่มนิสิตที่สูบบุหรี่ จำนวน 9 คน โดยผลจากการสัมภาษณ์แบบ สนทนากลุ่ม พบประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) ทางด้านบทหนังสั้น นิสิตมีความชื่นชอบแตกต่างกันออกไปตามรสนิยมและทักษะการรับชมหนังสั้น ซึ่งนิสิตที่รับชมหนังสั้นเป็นประจำหรือมีความคุ้นเคยกับหนังสั้นจะพอเข้าใจว่าหนังสั้นอาจจะจบแบบหักมุมหรือจบให้ต้องคิดตาม อาจจะไม่เฉลยทั้งหมดหรืออาจจะทำให้เกิดความสงสัย ส่งผลทำให้นิสิตบางส่วนยังไม่เข้าใจว่าสรุปแล้วเรื่องราวที่น่าเสนอนั้นเป็นอย่างไร เช่น เรื่อง Your Life is My Life ที่ตอนท้ายหญิงสาวชื่อฟ้าได้มอบหัวใจให้กับมาร์คแฟนหนุ่มเพื่อผ่าตัดเปลี่ยนหัวใจที่มีสาเหตุมาจากการสูบบุหรี่ และเมื่อมาร์คกลับตัวสามารถเลิกบุหรี่ได้แล้วกลับได้มาพบกับหญิงสาวที่หน้าตาเหมือนฟ้า ซึ่งทั้งท้ายไว้ว่าผู้หญิงคนนั้นจะใช่ฟ้าหรือไม่ ส่งผลทำให้ผู้ชมหลาย ๆ คนเกิดความสงสัยและไม่รู้ว่าเรื่องราวจบลงอย่างไรกันแน่ ส่วนเรื่อง DUO ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนก็ยังสับสนกับวิธีการเล่าเรื่อง โดย ผู้ให้สัมภาษณ์ชาย 5 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2566) กล่าวว่า “DUO กึ่งสรุปแล้วตอนแรกแบบว่าตกตึก แต่ก็ไม่ได้ตก อะไรมะประมาดนี่”

โดยผู้นำเสนอหนังสั้นต้องการจะนำเสนอในลักษณะที่หักมุม โดยเปิดเรื่องเป็นภาพเหมือนคนตกตึก ส่วนตอนท้ายกลับมาเฉลยว่าท้ายที่สุดแล้วไม่ได้มีคนตกตึก อันเป็นกลวิธีในการเล่าแบบหนังสั้น ซึ่งอาจทำให้ผู้ชมเกิดความสับสนได้ถ้าไม่คุ้นเคยกับวิธีการเล่าเรื่องราวแบบนี้

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างเรื่อง Your Life is My Life และ DUO หลังจากที่ได้รับชมแล้วชื่นชอบเรื่องไหนมากกว่ากันนั้น ต่างก็มีความคิดเห็นและความชื่นชอบที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งในบางส่วนชอบเรื่อง Your Life is My Life เนื่องจากเข้าใจได้ง่าย สื่อความหมายเกี่ยวกับโทษและพิษภัยของบุหรี่ได้อย่างชัดเจน ในขณะที่บางส่วนชอบเรื่อง DUO คือมีการเล่าเรื่องที่แปลก ดังที่ ผู้ให้สัมภาษณ์หญิง 4 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2566) ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “Your Life is My Life ก็เป็นเรื่องแบบว่าเรียบ ๆ แต่จะชอบเรื่อง DUO คือแปลกดี คือตอนแรกตกตึกไหม แล้วก็ไม่ตก” แสดงให้เห็นว่าเรื่องในลักษณะที่มีการนำเสนอแบบต้องให้คิดหรือตีความ เป็นเรื่องที่ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนนิยมชมชอบ

ทางด้านแนวทางของเรื่องนั้นจะมีมุมมองที่แตกต่างกันออกไป เช่น บางคนจะชอบเรื่องที่เกี่ยวข้องครอบครัว แบบที่ในหนังสั้นได้นำเสนอไป แต่ในขณะที่บางคนจะชอบเรื่องครอบครัว ในลักษณะที่กระทบต่อเรื่องราวของพ่อแม่และลูก รวมทั้งความสัมพันธ์ในครอบครัวมากกว่า ดังที่ ผู้ให้สัมภาษณ์หญิง 11 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2566) “หนูก็ชอบเรื่องที่เป็นครอบครัวนะคะ เพราะดูแล้วเราก็จะนึกถึงครอบครัวของเรา” เช่นเดียวกับ ผู้ให้สัมภาษณ์หญิง 3 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2566) “ถ้าเป็นเรื่องเกี่ยวกับพ่อแม่แบบนี้ก็จะสะท้อนใจ

แบบว่าอินมากกว่าเพราะว่าเราก็จะนึกถึงพ่อแม่ของเรา คือครอบครัวเรา” ซึ่งจากหนังสือเรื่อง DUO ที่มีเนื้อหาส่วนหนึ่งเกี่ยวกับครอบครัว แต่เป็นลักษณะของพี่กับน้อง จึงอาจจะส่งผลทำให้ผู้ชมในบางส่วนไม่เข้าถึงอารมณ์ของเรื่อง ในขณะที่กลุ่มผู้ชมอีกส่วนกลับชอบเรื่องราวจากแนวทางที่นำเสนอไปทั้ง 2 เรื่อง เนื่องจากมีความสอดคล้องและใกล้เคียงกับกลุ่มผู้ชมที่เป็นวัยรุ่นวัยเรียนเช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ เรื่องควรที่จะสะท้อนภาพความเป็นจริงของสังคมหรือของผู้ที่สูญบุหรืออย่างแท้จริง ดังที่ ผู้ให้สัมภาษณ์ชาย 22 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 กุมภาพันธ์ 2566) ได้อธิบายว่า “เรื่องมันก็ยังไม่ค่อยเข้าถึงอารมณ์ แบบมันยังไม่สุด คือต้องลองดู คืออยากให้มาลองดูความเป็นจริงของคนที่สูญบุหรืออะครับ คือครอบครัวมันแบบนี้คือเรื่องจริง”

2) ทางด้านนักแสดง แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ประเด็นแรกคือ ทางด้านบุคลิกภาพและความเหมาะสมกับตัวละคร พบว่านักแสดงนำจากทั้ง 2 เรื่องมีความเหมาะสมดี มีความน่ารักสมวัย แต่นักแสดงสมทบบางคนยังไม่เหมาะสมกับบทบาท (Your Life is My Life) ตามที่ ผู้ให้สัมภาษณ์หญิง 17 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2566) ได้อธิบายว่า “คือดูแล้วก็จะขัดอยู่ที่ว่าพ่อกับแม่เนี่ยดูหน้าเด็ก ก็คือเพื่อนกันมาเล่น มันก็แบบก็ไม่ใช่พ่อ ยิ่งแม่อะค่ะ หน้าเด็กมาก ๆ เลย” ประเด็นที่ 2 ทางด้านลีลาการแสดงนั้นนักแสดงบางคนยังเล่นได้ไม่ถึงบทบาท ประเด็นที่ 3 นักแสดงที่เป็นนิสิตที่รู้จักในมหาวิทยาลัยหรือเป็นเพื่อนของผู้ให้สัมภาษณ์ เมื่อเห็นคนที่รู้จักหรือเพื่อนของตนเองแล้วจะรู้สึกไม่ค่อยมีอารมณ์ร่วมไปกับเรื่องราว “นักแสดงที่รู้จักที่เป็นเพื่อนดูแล้วก็จะตลก เพราะปกติเห็นเพื่อน ๆ แล้วก็เขาไม่ได้เป็นแบบนี้ก็ดูตลกดี” (ผู้ให้สัมภาษณ์ชาย 28, การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 กุมภาพันธ์ 2566)

3) ทางด้านเทคนิคการถ่ายทำและทางด้านการตัดต่อ สำหรับมุมมองและข้อเสนอแนะประเด็นต่าง ๆ ในด้านนี้ส่วนใหญ่เป็นนิสิตที่อยู่ทางด้านนิเทศศาสตร์ โดยมีข้อเสนอแนะในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ เทคนิคการถ่ายภาพเคลื่อนไหว เทคนิคเรื่องเสียง การบันทึกเสียง เทคนิคเรื่องการตัดต่อ ดังที่ ผู้ให้สัมภาษณ์ชาย 14 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2566) ได้ให้อธิบายว่า “การตัดต่อก็อาจจะต้องมีการเชื่อมภาพ มีทรานซิชัน (transition) แล้วก็จังหวะในการต่อภาพ บางอันมันเหมือนกระโดดไป” ส่วน ผู้ให้สัมภาษณ์ชาย 26 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 กุมภาพันธ์ 2566) ได้ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมว่า “รอยต่อของการตัดต่อบางทีมีการเข้าภาพ แบบที่เป็นสไลด์นานไปนิด คือจังหวะมันอะครับ”

4) ทางด้านผลของการสื่อสารหรือประโยชน์ที่ได้รับหลังจากรับชมหนังสือทั้ง 2 เรื่องแล้ว มีประเด็นที่แตกต่างกันออกไประหว่างกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ไม่สูญบุหรือ และกลุ่มที่สูญบุหรือ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กลุ่มที่ไม่สูบบุหรี่ ส่งผลทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจและตอกย้ำถึงเรื่องโทษและพิษภัยของบุหรี่มากยิ่งขึ้น ดังที่ ผู้ให้สัมภาษณ์ชาย 7 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2566) ได้อธิบายว่า “จริง ๆ แล้วเรารู้เรื่องโทษและพิษภัยบุหรี่กันอยู่แล้ว แต่มันก็ช่วยให้เราเข้าใจมากขึ้น”

กลุ่มที่สูบบุหรี่ ส่งผลทำให้ได้ข้อคิดอยู่บ้างแต่ยังไม่ถึงกับเลิกสูบบุหรี่เนื่องจาก 2 ประเด็นหลักคือ ส่วนใหญ่สูบบุหรี่ไฟฟ้าเนื้อหาจึงไม่เข้าถึงกลุ่มผู้ชม ส่วนอีกประเด็นอยากเลิกแต่อยู่ในกลุ่มที่คนรอบข้างสูบบุหรี่เวลาไปเที่ยวแล้วยังต้องสูบบุหรี่อยู่

สะท้อนให้เห็นได้ว่าสื่อหนังสือทั้งสองเรื่องยังไม่สามารถส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้รับสารโดยเฉพาะผู้ที่สูบบุหรี่ อันเนื่องมาจากสาเหตุสำคัญ คือพฤติกรรม การสูบบุหรี่เปลี่ยนไป เป็นการสูบบุหรี่ไฟฟ้าแทน ซึ่งในเรื่องยังเป็นการสื่อถึงการสูบบุหรี่แบบมวนอยู่ และประเด็นที่สำคัญอีกประการแม้ว่าสื่อจะเข้าถึงอารมณ์ได้มากแค่ไหนก็ยังไม่เพียงพอถ้าบุคคลรอบตัวยังสูบบุหรี่อยู่ ก็ยังคงทำให้เลิกสูบบุหรี่ได้ยาก

ส่วนที่ 2 การสำรวจจากแบบสอบถาม

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์และจำแนกผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ จำนวน (n) และร้อยละ (%) ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลในด้านต่าง ๆ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบสร้างมาตราวัดทัศนคติตามเทคนิควิธีการวัดของลิเกิร์ต (likert scale) แบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยกำหนดแบบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วแปลผลตามหลักเกณฑ์เพื่อวัดระดับการรับรู้ข้อมูล ตอนที่ 3 ทัศนคติก่อนและหลังการชมหนังสือ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบสร้างมาตราวัดทัศนคติตามเทคนิควิธีการวัด Likert Scale แบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยกำหนดแบบค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วแปลผลตามหลักเกณฑ์เพื่อวัดระดับทัศนคติ ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์เพื่อป้องกันและลด ละ เลิกบุหรี่ในมหาวิทยาลัยพะเยา โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา แล้วนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์ แจกแจงความถี่ จำนวน (n) และร้อยละ (%) ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

พบว่า จาก 64 คน กลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 ปี มีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 5,000 - 7,000 บาท พักอาศัยอยู่ในหอพักนอกมหาวิทยาลัย บิดามารดาอยู่ด้วยกัน ในครอบครัวไม่มีคนสูบบุหรี่ และเป็นสมาชิกชมรม UP No Smoking ส่วนกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 22 ปี ค่าใช้จ่ายต่อเดือนมากที่สุดเท่ากัน ได้แก่ ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 10,001 บาทขึ้นไป พักอาศัยอยู่ในหอพักนอกมหาวิทยาลัย บิดามารดาอยู่ด้วยกัน ในครอบครัวไม่มีคนสูบบุหรี่ บิดามารดา หรือผู้ปกครองของกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่ ไม่ทราบว่าผู้ที่สูบนั้นสูบบุหรี่ การขอให้เลิกสูบบุหรี่ พบว่า มารดา หรือผู้ปกครองของกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่ เคยขอให้ผู้สูบบุหรี่ สาเหตุที่กลุ่มผู้สูบบุหรี่ยังไม่เลิกสูบบุหรี่ ได้แก่ ความเคยชิน จากการวัดระดับการติดสารนิโคตินของกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่ พบว่า กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่อยู่ในกลุ่มผู้ที่ไม่ติดสารนิโคตินและไม่ใช่สมาชิกชมรม UP No Smoking

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ในด้านต่าง ๆ

กลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ มีการรับรู้ถึงความสามารถของตนเองมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ถึงผลประโยชน์และอุปสรรคของการปฏิบัติเพื่อการป้องกันโรคจากการสูบบุหรี่ และน้อยที่สุดในระดับเดียวกัน ได้แก่ การรับรู้ถึงโอกาสเสี่ยงของการเป็นโรคจากการสูบบุหรี่ ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่ มีการรับรู้ถึงความสามารถของตนเองมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ถึงผลประโยชน์และอุปสรรคของการปฏิบัติเพื่อการป้องกันโรคจากการสูบบุหรี่ และน้อยที่สุด ได้แก่ พฤติกรรมการป้องกันบุหรี่ ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ทักษะคิดก่อนและหลังการชมหนังสั้น

ทักษะคิดก่อนการรับชมหนังสั้นของกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ มีระดับทักษะคิดรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยระดับทักษะคิดมากที่สุดในด้านเนื้อหาเกี่ยวกับครอบครัวจะทำให้ผู้สูบบุหรี่ต้องการลด ละ เลิกบุหรี่มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านเนื้อหาเกี่ยวกับความตาย และน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านตัวละคร ตามลำดับ ส่วนกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่ มีทักษะคิดรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยระดับทักษะคิดมากที่สุดในด้านเนื้อหาเกี่ยวกับครอบครัวจะทำให้ผู้สูบบุหรี่ต้องการลด ละ เลิกบุหรี่มากที่สุด รองลงมาในระดับเดียวกัน ได้แก่ ด้านเนื้อหาของหนังสั้นด้านโรคเกี่ยวกับบุหรี่ และด้านเนื้อหาเกี่ยวกับความตาย และน้อยที่สุด ได้แก่ ตัวละคร ตามลำดับ

ทักษะคิดหลังการรับชมหนังสั้นเรื่อง Your Life is My Life และ DUO กลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่ สามารถสรุปอันดับทักษะคิดในด้านต่าง ๆ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 อันดับทัศนคติในด้านต่าง ๆ หลังการรับชมหนังสือเรื่อง Your Life is My Life และ DUO ของกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่

อันดับ	ชื่อหนังสือ	ผู้ที่ไม่สูบบุหรี่	ผู้ที่สูบบุหรี่
1	YLML	ความตาย	ความตาย
	DUO	ความตาย	ความตาย
2	YLML	ความรัก	โรค
	DUO	ความรัก	ความรัก
3	YLML	โรค	พฤติกรรมในการลด ละ เลิกบุหรี่
	DUO	โรค	โรค
4	YLML	พฤติกรรมในการลด ละ เลิกบุหรี่	ตัวละคร
	DUO	เทคนิคการนำเสนอ	เทคนิคการนำเสนอ
5	YLML	ตัวละคร	ความรัก
	DUO	พฤติกรรมในการลด ละ เลิกบุหรี่	พฤติกรรมในการลด ละ เลิกบุหรี่
6	YLML	เทคนิคการนำเสนอ	เทคนิคการนำเสนอ
	DUO	ตัวละคร	ตัวละคร

หมายเหตุ YLML หมายถึง ภาพยนตร์สั้นเรื่อง Your Life is My Life

จากตาราง 1 พบว่า หลังการรับชมหนังสือเรื่อง Your Life is My Life และ DUO กลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้สูบบุหรี่มีทัศนคติที่ตรงกันว่า เนื้อหาเกี่ยวกับความตายของทั้งสองเรื่องทำให้ผู้สูต้องการลด ละ เลิกบุหรี่ เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาอันดับที่ 2 ผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติที่ตรงกันว่า เนื้อหาเกี่ยวกับความรักของทั้งสองเรื่อง ทำให้ผู้สูต้องการลด ละ เลิกบุหรี่ ส่วนผู้ที่สูบบุหรี่เห็นว่า เนื้อหาด้านโรคเกี่ยวกับบุหรี่ในภาพยนตร์เรื่อง Your Life is My Life และเนื้อหาเกี่ยวกับความรักของเรื่อง DUO ทำให้ผู้สูต้องการลด ละ เลิก บุหรี่ ส่วนลำดับสุดท้ายทั้งกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่และผู้ที่สูบบุหรี่มีทัศนคติตรงกันว่าเนื้อหาด้านเทคนิคในการนำเสนอในเรื่อง Your Life is My Life ทำให้ผู้สูต้องการลด ละ เลิกบุหรี่ ส่วนเรื่อง DUO เป็นด้านตัวละครที่ทำให้ผู้สูต้องการลด ละ เลิก บุหรี่ ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์เพื่อป้องกันและลด ละ เลิกบุหรี่ในมหาวิทยาลัยพะเยา แบ่งเป็น ข้อเสนอแนะจากผู้ที่ไม่สูบบุหรี่เสนอแนะด้านเนื้อหาว่าเนื้อหาที่เป็นโฆษณา สื่อรณรงค์จะทำให้ผู้ที่สูบลด ละ เลิก บุหรี่มากที่สุด ด้านเทคนิคการนำเสนอ ควรชี้ให้เห็นโทษและผลกระทบจากการสูบบุหรี่ต่อตนเองและคนรอบตัว ด้านตัวละคร ตัวละครที่เป็นคนรัก ครอบครัวและคนใกล้ชิดจะทำให้ผู้สูบลด ละ เลิกบุหรื ด้านพฤติกรรม ได้แก่ การกินขนม ลูกอมของหวานหรือเคี้ยวหมากฝรั่ง ควบคู่ไปกับการค่อย ๆ ลดปริมาณการสูบบุหรี่

จะทำให้เลิกบุหรี่ได้สำเร็จ และข้อเสนอแนะจากผู้สูบบุหรี่ ด้านเนื้อหาว่าเนื้อหาโฆษณา สื่อรณรงค์จะทำให้ผู้สูบบุหรี่ ละ เลิกบุหรี่ ด้านเทคนิคการนำเสนอ การทำให้กลัวจะทำให้ผู้สูบบุหรี่ ละ เลิกบุหรี่ได้ ด้านของตัวละคร ตัวละครที่เป็นคนรัก ครอบครัว คนรอบตัว จะทำให้ผู้สูบบุหรี่ ละ เลิกบุหรี่ ด้านพฤติกรรม ได้แก่ การหักดิบ

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (independent samples T-test) จากการใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการศึกษาทางสังคมศาสตร์ (SPSS)

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่แตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบุหรี่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติก่อนรับชมหนังสือแตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติก่อนรับชมหนังสือไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติก่อนรับชมหนังสือแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติหลังรับชมหนังสือเรื่อง Your Life is My Life แตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติหลังรับชมหนังสือเรื่อง Your Life is My Life ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติหลังรับชมหนังสือเรื่อง Your Life is My Life แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติหลังรับชมหนังสือเรื่อง DUO แตกต่างกัน

H_0 : กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติหลังรับชมหนังสือเรื่อง DUO ไม่แตกต่างกัน

H_1 : กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติหลังรับชมหนังสือเรื่อง DUO แตกต่างกัน

ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)

ก็ต่อเมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย (independent samples t-test) การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบุหรืของกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่

ประเด็นการเปรียบเทียบ	กลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่		กลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่		t	P
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบุหรื	3.79	1.048	4.01	1.058	-18.945	0.267
ทัศนคติก่อนรับชมหนังสือ	3.35	1.234	3.46	0.994	-14.246	0.629
ทัศนคติหลังรับชมหนังสือเรื่อง Your Life is My Life	3.45	1.125	3.36	1.163	-13.427	0.945
ทัศนคติหลังรับชมหนังสือเรื่อง DUO	3.36	1.21	3.51	1.123	-13.333	0.562

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้ข้อมูลของกลุ่มผู้สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.267 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($P = 0.267 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่ากลุ่มผู้สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับบุหรืไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติก่อนรับชมหนังสือของกลุ่มผู้สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.629 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($P = 0.629 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่ากลุ่มผู้สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติก่อนการรับชมหนังสือไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติหลังรับชมหนังสือเรื่อง Your Life is My Life ของกลุ่มผู้สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.945 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($P = 0.945 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่ากลุ่มผู้สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติหลังรับชมหนังสือเรื่อง Your Life is My Life ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของทัศนคติหลังรับชมหนังสือเรื่อง DUO ของกลุ่มผู้สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.945 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($P = 0.562 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่ากลุ่มผู้สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่มีทัศนคติหลังรับชมหนังสือเรื่อง DUO ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม และการสำรวจจากแบบสอบถาม สามารถเปรียบเทียบและบูรณาการผลลัพธ์ (results integration) ได้ดังประเด็นต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. ประเด็นเนื้อหาในสื่อ ผลการสำรวจจากแบบสอบถามพบว่า ทศนคติ ก่อนการรับชมหนังสือทั้งผู้ที่ไม่สูบบุหรี่และผู้ที่สูบบุหรี่ มีค่าเฉลี่ยระดับทัศนคติ มากที่สุดในด้านเนื้อหาเกี่ยวกับครอบครัวจะทำให้ผู้สูบบุหรี่ต้องลด ละ เลิกบุหรี่ มากที่สุด โดยครอบครัวในที่นี้สามารถแสดงถึงความสัมพันธ์ของครอบครัวได้ในหลากหลายรูปแบบทั้งพ่อแม่ลูก และพี่น้อง (ดังเนื้อหาที่ปรากฏในหนังสือเรื่อง DUO) ซึ่งสัมพันธ์กับการสนทนากลุ่มที่บางคนจะชอบเรื่องที่เกี่ยวกับครอบครัวทั้งแบบพี่น้อง แต่ในขณะที่บางคนจะชอบเรื่องครอบครัว ในลักษณะความสัมพันธ์ของพ่อแม่และลูก ดังที่ ผู้ให้สัมภาษณ์หญิง 11 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2566) กล่าวว่า “หนูก็ชอบเรื่องที่เป็นครอบครัวนะคะ เพราะดูแล้วเราก็จะนึกถึงครอบครัวของเรา” เช่นเดียวกับ ผู้ให้สัมภาษณ์หญิง 3 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 16 กุมภาพันธ์ 2566) “ถ้าเป็นเรื่องเกี่ยวกับพ่อแม่แบบนี้ก็จะสะท้อนใจ แบบว่าอินมากกว่าเพราะว่าเราก็จะนึกถึงพ่อแม่ของเรา คือครอบครัวเรา” ดังนั้น เรื่องราวในหนังสือควรสะท้อนความสัมพันธ์ของครอบครัว และรูปแบบต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายสอดคล้องกับผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันออกไป ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจจากแบบสอบถามในส่วนของข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการสร้างสื่อรณรงค์ ทั้งกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ว่า ตัวละครที่เป็นคนรัก ครอบครัว และคนใกล้ชิด จะส่งผลให้ผู้สูบบุหรี่ ลด ละ เลิกบุหรี่ได้

2. ประเด็นเนื้อหาในสื่อกับพฤติกรรม ผลจากการสนทนากลุ่มสะท้อนให้เห็นว่า หนังสือส่งผลต่อกลุ่มที่ไม่สูบบุหรี่มากกว่า เนื่องจากเนื้อหาสามารถสร้างความเข้าใจและตอกย้ำถึงพิษภัยของบุหรี่ได้ดี และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับการรับรู้เกี่ยวกับพิษภัยของบุหรี่เพิ่มขึ้น จึงน่าจะช่วยป้องกันผู้สูบบุหรี่ใหม่ได้ ในขณะที่กลุ่มที่สูบบุหรี่ต้องเผชิญกับปัจจัยทางสังคมและบริบทที่ยากต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เช่น กลุ่มเพื่อน คนใกล้ชิด ที่ยังสูบบุหรี่อยู่ อีกทั้งเนื้อหายังไม่ครอบคลุม ปัญหาที่ต้องเผชิญจริง เช่น การสูบบุหรี่ไฟฟ้า ในขณะที่การสำรวจจากแบบสอบถาม ยังไม่ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ว่ามีอัตราการสูบบุหรี่ไฟฟ้ามากน้อยเพียงใด แต่จากการสนทนากลุ่มมีพฤติกรรมการสูบบุหรี่ไฟฟ้าแทนการสูบบุหรี่มวน ดังที่ ผู้ให้สัมภาษณ์ชาย 28 (การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 กุมภาพันธ์ 2566) ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า “ดูแล้วมันก็ได้ครับ ได้ข้อคิดอยู่ แต่มันไม่ตรงอะคือผมสูบบุหรี่ไฟฟ้า มันก็โอเค ไม่ได้มีอันตราย ก็ยังไม่ได้มีใครออกมายืนยันว่าอันตรายเท่าบุหรี่มวน แค่ว่าแทนบุหรี่มวนไปเลย ดีกว่า ไม่เหม็นด้วย หอมเลยกลิ่นดีเลย” ดังนั้นจึงควรปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมเนื้อหาในสื่อเป็นการสูบบุหรี่ไฟฟ้าด้วย

3. **ประเด็นจุดจูงใจในสาร** ผลการสำรวจจากแบบสอบถามพบว่าทัศนคติหลังการรับชมหนังสือทั้งผู้ที่ไม่สูบบุหรี่และผู้สูบบุหรี่ มีค่าเฉลี่ยระดับทัศนคติมากที่สุดในด้านเนื้อหาเกี่ยวกับความตาย และรองลงมาเป็นด้านความรักที่สะท้อนจุดจูงใจในสารทางด้านอารมณ์ แต่ก็ยังไม่สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการเลิกสูบบุหรี่ได้ สอดคล้องกับการสนทนากลุ่มที่สะท้อนว่า สื่อจะเข้าถึงอารมณ์ได้มากแค่ไหนก็ยังไม่เพียงพอถ้าบุคคลรอบตัวยังสูบบุหรี่อยู่ ส่งผลให้เลิกสูบบุหรี่ได้ยาก

4. **ประเด็นด้านเทคนิคการนำเสนอ** ผลการสำรวจจากแบบสอบถามพบว่าทัศนคติก่อนและหลังการรับชมหนังสือ ทั้งผู้ที่ไม่สูบบุหรี่และผู้สูบบุหรี่มีต่อด้านเทคนิคการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางและไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่การสนทนากลุ่มมีประเด็นที่ควรปรับปรุงเกี่ยวกับเทคนิคการถ่ายทำและการตัดต่อ โดยเฉพาะจากกลุ่มนิสิตทางด้านนิเทศศาสตร์ที่มีทักษะในการผลิตสื่อ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเทคนิคการนำเสนอแม้จะไม่ได้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมในการลด ละ เลิกบุหรี่ แต่ก็ช่วยส่งเสริมการเล่าเรื่องสร้างบรรยากาศและเสริมสร้างจุดจูงใจทางด้านอารมณ์ได้มากยิ่งขึ้น จึงไม่ควรละเลยประเด็นทางด้านนี้

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่องการพัฒนาและประเมินประสิทธิภาพสื่อรณรงค์แบบมีส่วนร่วมต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนิสิต: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยพะเยาสามารถอภิปรายผลได้ 2 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาสื่อรณรงค์ในการป้องกันและเลิกบุหรี่แบบมีส่วนร่วมของนิสิตในมหาวิทยาลัยพะเยา

1.1 **ด้านการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม** กลุ่มคนที่หลากหลายทำให้ได้เห็นมุมมองที่แตกต่างและหลากหลายกันออกไปในการสร้างสรรค์สื่อในการรณรงค์ เช่น กิจกรรมตอบคำถาม เป็นแนวคิดของแกนนำกลุ่มหนึ่งในชมรม UP No Smoking ที่มาจากกลุ่มนิสิตทางด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ กิจกรรมการอบรมการผลิตสื่ออินโฟกราฟิกเป็นแนวคิดของแกนนำกลุ่มหนึ่งในชมรม UP NO Smoking ที่มาจากกลุ่มนิสิตทางด้านนิเทศศาสตร์ กิจกรรมการอบรมการผลิตหนังสือสำหรับผู้เข้าอบรมส่วนใหญ่เป็นนิสิตทางด้านนิเทศศาสตร์และนิสิตที่สนใจมีความสอดคล้องกับ พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์ (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไกในขับเคลื่อนแนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการพัฒนาแบบทางเลือก อธิบายว่า กระบวนการพัฒนาแบบทางเลือกเป็นกระบวนการที่เน้นความเป็นมนุษย์ และความหลากหลาย โดยเชื่อว่าแต่ละสังคม

ต่างก็มีอัตลักษณ์และมีเส้นทางในการพัฒนาที่แตกต่างกันไป ดังนั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่องานพัฒนาจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

สำหรับการมีส่วนร่วมนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อรณรงค์ และระดับของการมีส่วนร่วมในการเป็นผู้รับชม ซึ่งสอดคล้องกับระดับการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมตามที่ กาญจนา แก้วเทพ (2552) ได้อธิบายการแบ่งระดับการมีส่วนร่วมไว้ 3 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับน้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุด ดังนี้ (1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร ผู้ใช้สาร เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับล่างที่สุด (2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง ผู้ผลิต ผู้ร่วมผลิต ผู้ร่วมแสดง เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้น และ (3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย ถือว่าเป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วม ซึ่งไม่พบในการศึกษาครั้งนี้ จึงจำเป็นต้องหาผู้มีส่วนร่วมในระดับนี้และมีการประสานหารือและทำงานร่วมกันต่อไป

ในส่วนของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อรณรงค์ นอกจากจะได้ความรู้ทั้งในเรื่องบุทรีและการทำหนังสั้นแล้ว ยังได้พัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์สื่อควบคู่กันไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง "การป้องกันการสูบบุหรี่ในวัยรุ่น: ความเป็นไปได้และผลกระทบของการผลิตวิดีโอแบบมีส่วนร่วม" (Park et al., 2017) เป็นการศึกษาที่เกี่ยวกับการป้องกันการสูบบุหรี่ในวัยรุ่น และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้วิธีนี้ในการป้องกันการสูบบุหรี่ โดยจัดโปรแกรมการผลิตวิดีโอแบบมีส่วนร่วม (participatory video production program) ในค่ายฤดูร้อนของเยาวชน จำนวน 23 คน ซึ่งการให้เยาวชนมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตสื่อดิจิทัลเกี่ยวกับการต่อต้านการสูบบุหรี่สามารถช่วยลดความตั้งใจที่จะสูบบุหรี่ในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเจตนาในการไม่สูบบุหรี่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญหลังจากเข้าร่วมโปรแกรม นอกจากนี้ ยังช่วยส่งเสริมให้เยาวชนเกิดความรู้สึกมีคุณค่าในตัวเองและมีบทบาทเป็นผู้นำในการสนับสนุนชุมชนที่ปลอดบุทรี แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของโปรแกรมนี้อในการส่งเสริมสุขภาพและสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกในสังคมได้อย่างชัดเจน โดยใช้วิธีการศึกษาแบบผสมผสาน อาศัยแบบสำรวจเก็บข้อมูลก่อนและหลังโปรแกรมร่วมกับการสัมภาษณ์เยาวชนที่เข้าร่วมโปรแกรม จะเห็นได้ว่าเป็นการทดสอบกับเยาวชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตสื่อวิดีโอสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ยังขาดการศึกษาในส่วนของผู้ส่งสารที่ลุ่มลึก ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาและประเมินประสิทธิผลของสื่อ

1.2 ด้านการจูงใจให้มีส่วนร่วม พบว่ากิจกรรมที่มีผู้สนใจเข้าร่วมโครงการเป็นจำนวนมาก ได้อาศัยสิ่งจูงใจแตกต่างกันออกไป โดยสิ่งจูงใจนั้นอาจเป็นเพียงสิ่งของเล็กน้อย เช่น ถูผ้า สเปรย์แอลกอฮอล์ ข้าวโม่งกิจกรรม ดังที่ อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท (2542) ได้อธิบายไว้ว่า จุดจูงใจโดยใช้รางวัล

ปกติแล้วสารที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารมักได้ผลดีหรือยังมีสิ่งตอบแทนมากก็จะยิ่งเรียกร้องความสนใจได้มาก แต่ทั้งนี้ ความสนใจของผู้ที่เข้าร่วมโครงการย่อมแตกต่างกันไปตามความชอบ ความสนใจของกิจกรรมนั้น ๆ และจุดมุ่งใจโดยใช้รางวัลด้วย

2. การประเมินประสิทธิผลของสื่อรณรงค์ที่มีต่อพฤติกรรมในการป้องกันและเลิกบุหรี่ของนิสิตในมหาวิทยาลัยพะเยา

2.1 ด้านการรับรู้ กลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่มีการรับรู้ในระดับมากที่สุดในการรับรู้ถึงความสามารถของตนเอง แสดงให้เห็นถึงการที่ทั้ง 2 กลุ่มสามารถปฏิเสธการสูบบุหรี่จากคำชักชวนของเพื่อนได้ สอดคล้องกับงานของ บุญชัย พิริยกิจกำจร และ นิรชร ชูติพัฒนะ (2561) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการป้องกัน และลด ละ เลิกบุหรี่ของเยาวชน จังหวัดสงขลา” พบว่าแนวทางการลด ละ เลิก การสูบบุหรี่ในเยาวชน สิ่งสำคัญคือตัวนักเรียนผู้สูบ โดยระบุว่าสิ่งที่ต้องทำ ได้แก่ ลดปริมาณให้น้อยลง ไม่ตามเพื่อน และปฏิเสธการสูบบุหรี่เมื่อเพื่อนชวน แต่ประเด็นสำคัญจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่ายังไม่สามารถเลิกสูบบุหรี่ได้ เนื่องจากมาจากกลุ่มเพื่อน และคนใกล้ชิดยังสูบบุหรี่อยู่

2.2 ด้านทัศนคติและด้านพฤติกรรม ก่อนการรับชมหนังสือของกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรี่และกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่ ทั้ง 2 กลุ่มมีทัศนคติเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าด้านเนื้อหาเกี่ยวกับครอบครัวส่งผลให้ผู้สูบต้องการลด ละ เลิกบุหรี่มากที่สุด และรองลงมาเป็นเรื่องด้านความรัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิษฐา หรุ่นเกษม และคณะ (2563) เรื่อง การออกแบบสารรณรงค์ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อควบคุมการบริโภคยาสูบ พบว่าในการรับรู้ข้อมูลจากการสื่อสารของมูลนิธิฯ พบว่าผลที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ข้อมูลมากที่สุด ได้แก่ การหยุด เลิกพฤติกรรมการสูบบุหรี่ และบุหรี่ไฟฟ้าในบ้านของตนเอง คนในครอบครัว สังคม รองลงมา ได้แก่ การตระหนักว่าการสูบบุหรี่และบุหรี่ไฟฟ้าส่งผลกระทบต่อตนเอง คนในครอบครัว สังคม ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ยังขาดประเด็นบุหรี่ไฟฟ้าทั้งในการศึกษาพฤติกรรมการสูบและขาดการนำเสนอประเด็นบุหรี่ไฟฟ้าในเนื้อหา ทั้ง ๆ ที่ผลการสนทนากลุ่มพบว่ามินิสิตหันมาสูบบุหรี่ไฟฟ้าแทนบุหรีมวนมากยิ่งขึ้น โดยให้เหตุผลว่า มีกลิ่นหอมและไม่เป็นอันตราย สามารถใช้แทนบุหรีมวนได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพล รุ่งโรจน์สิทธิชัย (2560) ได้ศึกษาเรื่อง “การรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่มีต่อบุหรี่ไฟฟ้า” พบว่า พฤติกรรมของผู้สูบบุหรี่ไฟฟ้าส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการสูบบุหรี่ไฟฟ้าเพื่อสุขภาพที่ดีกว่าเมื่อเทียบกับการสูบบุหรีมวน รองลงมา คือ บุหรีมวนนั้นมีอันตรายกว่าบุหรีไฟฟ้า และเหตุผลต่อมา คือ ประเด็นเพื่อเป็นทางเลือกในการเลิกบุหรี ตามลำดับ

สำหรับเนื้อหาที่เป็นเรื่องใกล้ตัวกับผู้รับสาร ที่อาศัยจุดมุ่งใจในสารทางด้านความรัก ในสื่อหนังสือเล่มนั้น จากมุมมองของผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ เรื่องที่มีความ

สอดคล้องหรือตรงกับชีวิตของกลุ่มเป้าหมายจะยังทำให้เข้าถึงอารมณ์และความรู้สึกมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นของครอบครัว พ่อแม่ลูก ส่วนเรื่องพี่กับน้องนั้น บางครั้งอาจจะเป็นลูกคนเดียว หรืออาจจะเป็นพี่หรือน้อง ความรู้สึกร่วมต่อเรื่องราวก็จะลดลง แต่ทั้งนี้ ต่อให้มีการนำเสนอเรื่องราวที่ใกล้ชิดและอาศัยจุดจูงใจมากเพียงใดก็ตาม ในกลุ่มของผู้ที่สูบบุหรี่ก็ยังไม่ถึงขั้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การตอบสนองต่อสื่อรณรงค์การเลิกสูบบุหรี่ในสตรีของ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กรณีศึกษา: สตรีไทย ผู้สูบบุหรี่ในเขตภาคกลาง ของ โสภนา กิตติรัตนวิศาล (2554) ที่พบว่าการใช้ความรัก เป็นสื่อรณรงค์การเลิกบุหรี่ในสตรีของ สสส. มีผลต่อการตอบสนองทางทัศนคติและความคิด แต่ไม่มีผลต่อการตอบสนองทางพฤติกรรม เนื่องจากปัจจัยรอบตัวอื่น ๆ คือความเคยชิน สูบมานาน ความต้องการผ่อนคลายความเครียด ความหงุดหงิด และมีเวลาวางใจสูบบุหรี่มาเวลา นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายยังมีบุคคลรอบข้างที่ยังสูบบุหรี่อยู่ และบุคคลเหล่านั้นมีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมาย จึงทำให้การเปิดรับสื่อรณรงค์ส่งผลต่อการตอบสนองทางทัศนคติ ความคิด และพฤติกรรม (ความตั้งใจในการเลิกสูบบุหรี่) แต่ไม่ส่งผลต่อการลดการสูบบุหรี่ ซึ่งข้อค้นพบที่สำคัญประการหนึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้ พบผู้สูบบุหรี่บางส่วนยังไม่สามารถเลิกสูบบุหรี่ได้ เนื่องจากคนรอบ ๆ ตัวยังสูบบุหรี่อยู่ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยรอบ ๆ ตัว สอดคล้องกับงานของ โสภนา กิตติรัตนวิศาล (2554) ดังที่กล่าวไว้ในข้างต้นว่า สื่อรณรงค์ที่ไม่สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมได้ ทั้ง ๆ ที่สามารถเปลี่ยนทัศนคติได้ เป็นลักษณะที่เรียกว่า ทัศนคติไม่นำไปสู่พฤติกรรม (อรวรรณ ปิณฑธนโอาวาท, 2542) โดยทัศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้น ไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป จึงจำเป็นต้องดูสาเหตุ พฤติกรรมและปัจจัยรอบด้านประกอบด้วย

ในส่วนของทัศนคติหลังการรับชมหนึ่งสัปดาห์ พบว่า ด้านเนื้อหาเกี่ยวกับความตายส่งผลให้ผู้สูบบุหรี่ต้องการลด ละ เลิกบุหรี่มากที่สุด และรองลงมา เป็นเนื้อหา ด้านความรัก นอกจากนี้กลุ่มผู้สูบบุหรี่มีทัศนคติเพิ่มเติมว่า เนื้อหาด้านโรคเกี่ยวกับ บุหรี่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลิกบุหรี่ด้วย ซึ่งจัดอยู่ในจุดจูงใจทางด้านอารมณ์ (emotional appeal) ไม่ว่าจะเป็นจุดจูงใจด้านความกลัว (fear appeal) ได้แก่ ความตาย การเป็นโรค จุดจูงใจทางด้านอารมณ์ ได้แก่ ความรัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีรัฐ ภัทริณชิต และคณะ (2560) ได้วิเคราะห์เนื้อหาสื่อรณรงค์ต่อต้านการสูบบุหรี่ พบว่าส่วนใหญ่ใช้การจูงใจด้วยการสร้างอารมณ์ (emotional appeals) ซึ่งเป็นการใช้โฆษณาที่สร้างอารมณ์และความรู้สึกให้กับผู้รับสาร โดยการเน้นการสร้างอารมณ์เพื่อให้เกิดความชอบ และรองลงมาคือการจูงใจด้วยความกลัว (fear appeals) เป็นการแสดงให้เห็นผลหรืออันตรายที่จะเกิดขึ้นในทางไม่ดี หากผู้รับสารไม่เปลี่ยนทัศนคติ

นอกจากนี้ทัศนคติของผู้ที่สูบบุหรี่ต่อเนื้อหาด้านโรคเกี่ยวกับบุหรี่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลิกบุหรืนั้น สอดคล้องกับ “การสำรวจความรู้ทั่วไป พฤติกรรม และทัศนคติเกี่ยวกับบุหรื ของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี” (กฤษณิน พงศ์พิศ และคณะ, 2554) พบว่า ทัศนคติที่มีต่อปัจจัยที่ช่วยในการเลิกบุหรืสูงสุด คือ สุขภาพ และรองลงมาเป็นผลกระทบต่อคนรอบข้าง ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลิกบุหรื และควรเพิ่มเติมเนื้อหาด้านโรคเกี่ยวกับบุหรืไฟฟ้า ซึ่งยังขาดประเด็นนี้ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบกับยังมีสื่อรณรงค์ในประเด็นนี้ไม่มากนัก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1.1 ในการทำสื่อรณรงค์ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือสั้น หรือภาพยนตร์โฆษณา รณรงค์ ฯลฯ อาจใช้เนื้อหาเกี่ยวกับความสูญเสียและความรักหรือจุดมุ่งใจทางด้าน อารมณ์ เพราะมีผลต่อทัศนคติของทั้งกลุ่มผู้ที่สูบบุหรืและกลุ่มผู้ที่ไม่สูบบุหรื ควบคู่ไปกับการบริบทของผู้รับสารด้วย

1.2 ควรมีการจัดทำสื่อรณรงค์ที่มีความหลากหลายทั้งทางด้าน เนื้อหา รูปแบบและมีความต่อเนื่อง รวมทั้งเพิ่มช่องทางในการรณรงค์เพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพและให้เกิดเป็นรูปธรรมมากขึ้นในการบูรณาการสื่อ

1.3 ในการสร้างสรรค์สื่อรณรงค์ควรอาศัยการมีส่วนร่วม ซึ่งจะมี ส่วนช่วยในหลายประเด็นทั้งความหลากหลายและความสร้างสรรค์ของสื่อ การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในวัยเดียวกัน ตลอดจนป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในฐานะ ของคนที่ทำสื่อและได้บูรณาการความรู้ พัฒนาศักยภาพของผู้ทำสื่อรวมทั้งเรียนรู้ การทำงานร่วมกัน

1.4 ควรมีการจัดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกลุ่มผู้ไม่สูบบุหรื และกลุ่มผู้สูบบุหรื รวมไปถึงหน่วยงานที่กำกับดูแลเรื่องนโยบายเพื่อหาแนวทาง ในการรณรงค์ร่วมกัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในส่วนของอิทธิพลของสื่อรณรงค์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการลด ละ เลิกบุหรื

2.2 งานวิจัยครั้งต่อไปนอกจากจะศึกษาเรื่องของบุหรืแล้ว ควรศึกษา เจาะลึกกลุ่มเป้าหมายที่สูบบุหรืไฟฟ้าเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีการหันมาสูบบุหรืไฟฟ้า เยอะมากขึ้น ประกอบกับเรื่องโทษหรือพิษภัยของบุหรืนั้นยังไม่ชัดเจน ตลอดจน สื่อรณรงค์ทางด้านนี้ยังมีไม่มากนัก

2.3 สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ได้ทำสื่อหลากหลายรูปแบบ แต่ได้ประเมินประสิทธิผลสื่อเฉพาะสื่อหนังสือ เนื่องจากเป็นสื่อที่ใช้ทดสอบทั้งกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ ซึ่งสามารถทดสอบประสิทธิผลของสื่อในแต่ละประเภทแล้วนำมาเปรียบเทียบกันเพิ่มเติม เพื่อการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการเลือกใช้สื่อกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

2.4 การสร้างสรรค์หรือการพัฒนาสื่อแบบมีส่วนร่วมในงานวิจัยครั้งนี้ไม่ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนิสิตที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาสื่อ สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป สามารถเก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์เยาวชนกลุ่มนี้เพิ่มเติมหรือมีการทำแบบทดสอบก่อนและหลัง เพื่อวัดความรู้ ทักษะคิดหรือเพื่อสะท้อนมุมมองและขยายผลไปยังพฤติกรรมในการป้องกัน และลด ละ เลิกบุหรี่ในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงาน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กฤตสิน พงศ์พิศ, แสงตะวัน จันทรวงศ์คำ, รัตนา ไกรวิเศษ และ อนันต์ ไชยกุล วัฒนา. (2554). การสำรวจความรู้ทั่วไป พฤติกรรม และทัศนคติเกี่ยวกับบุหรี่ ของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. *วารสารเภสัชศาสตร์อีสาน*, 7(2), 40-50.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2551). *การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่องการสื่อสารชุมชน*. ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *สื่อเล็ก ๆ ที่น่าใช้ในงานพัฒนา*. ภาพพิมพ์.
- จารุวรรณ พึ่งชัยชาญ. (2552). *ประสิทธิผลการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานคร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. https://doi.nrct.go.th/ListDoi/ListDetail?Resolve_Doi=10.14457/CU.the.2009.401
- ณัฐพล รุ่งโรจน์สิทธิชัย. (2560). *การรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ที่มีต่อบุหรี่ไฟฟ้า* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5907011042_8133_8197.pdf
- นิษฐา หุ่นเกษม, นิศารัตน์ วิไลลักษณ์, และ ปรัชญา ทองชุม. (2563). การออกแบบสารรณรงค์ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อควบคุมการบริโภคยาสูบ. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 11(2), 50-63.

- บุญชัย พิริยกิจกำจร และ นิรชร ชูดีพัฒนะ. (2561). แนวทางการป้องกัน และลด ละ เลิกบุหรี่ของเยาวชน จังหวัดสงขลา. *วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้*, 5(1), 108-123.
- พวงชมพู ไชยอาลา แสงรุ่งเรืองโรจน์. (2556). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม: กลไก ในขับเคลื่อนแนวคิดสู่การปฏิบัติภายใต้กระบวนการพัฒนาแบบ ทางเลือก. *วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 30(2), 23-42.
- วิวัน สุขเจริญ เกษแก้ว, ฌปภา สุวรรณรงค์ และ ฌญไนย เกษแก้ว. (2564). การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของนิสิตในการพัฒนาแนวทางการป้องกัน และลด ละ เลิกบุหรี่ ในมหาวิทยาลัยพะเยา. *ประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการสื่อสาร ครั้งที่ 5* (น. 341-361). คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
- ศรีรัฐ ภักดีธนิชิต, ญาณวุฒิ เสวตธิติกุล, และ อภิรพี เศรษฐวรักษ์ ต้นเจริญวงศ์. (2560). การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อโฆษณาณรงค์ต่อต้านการสูบบุหรี่ใน โทรทัศน์ไทย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 5(2), 102-113.
- โสภณา กิตติรัตน์ชัชวาล. (2554). การตอบสนองต่อสื่อรณรงค์การเลิกสูบบุหรี่ในสตรี ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กรณี ศึกษา: สตรีไทยผู้สูบบุหรี่ในเขตภาคกลาง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร การศึกษา]. DSpace at Bangkok University. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/620>
- อรรธรณ ปิลันธน์โอวาท. (2542). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas*. Harper & Brothers.
- Park, E., Kulbok, P. A., Keim-Malpass, J., Drake, E., & Kennedy, M. J. (2017). Adolescent smoking prevention: Feasibility and effect of participatory video production. *Journal of Pediatric Nursing*, 36, 197-204.
- White, S. A. (1994). The concept of participation: Transforming rhetoric to reality. In S. A. White, K. S. Nair, & J. Ashcroft (Eds.), *Participatory Communication: Working for Change and Development*. Sage.