

เจาะลึกแคมเปญ ติดหู แต่ไม่ ‘กระแทกใจ’



‘จดเหล่าเข้าพรรษา’ ปี 59 ชูแคมเปญ ‘พักตับ’ แม้จะติดหู สร้างการรับรู้ต่อวงกว้าง แต่ก็ไม่สามารถสร้างความตระหนักเท่าที่ควร ผลวิจัยยังพบสื่อต่างๆ เข้าถึงกลุ่ม ‘ไม่ดื่ม’ ได้มากกว่ากลุ่ม ‘สายเมา’

โครงการจดเหล่าเข้าพรรษา เริ่มต้นเมื่อปี 2546 ถือเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการนโยบายแอลกอฮอล์สมัยใหม่ของประเทศไทย โดยอาศัยปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จ ได้แก่ ความเชื่อทางศาสนาและศีลธรรม มาต่อยอดด้วยเหตุผลการณรงค์อื่นๆ ทั้งด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ และสังคม สำหรับการณรงค์ปี 2559 นี้ แนวทางการณรงค์ให้ความสำคัญกับผลกระทบต่อสุขภาพ โดยเฉพาะ ‘ตับ’ จึงใช้แคมเปญชุด ‘พักตับ’ ซึ่งจำเป็นต้องมีการประเมินผลเช่นกันในโครงการประเมินผลการณรงค์ ‘จดเหล่าเข้าพรรษาปี 2559’ เพื่อสำรวจความคิดเห็นต่อการงดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการรณรงค์จดเหล่าเข้าพรรษา และศึกษาพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในกลุ่มเป้าหมายประชาชนอายุ 15 ปีขึ้นไป 4,296 คน ใน 12 จังหวัด

พบว่า การรับรู้ต่อสื่อประชาสัมพันธ์ในภาพรวมลดลงจากปีที่แล้วอย่างชัดเจน และต่ำที่สุดในรอบ 5 ปี รวมทั้งรายการ ‘รับอรุณ’ ทางสื่อโทรทัศน์ก็เข้าถึงประชาชนได้น้อย ด้วยจุดอ่อนของการรณรงค์ในปีนี้เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการดื่มช่วงเข้าพรรษาแยลงด้วย อีกทั้งยังพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์ที่แพร่หลายมีอิทธิพลทางความคิดกับกลุ่ม ‘ไม่ดื่ม’ มากกว่ากลุ่มที่ดื่ม อาจไม่บรรลุเป้าหมายเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมนักดื่มได้ดีพอ ควรหาทางประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมให้ถึงกลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติม

การศึกษายังพบสถานการณ์ที่น่ากังวล คือ พบนักดื่มที่เป็นเด็กและเยาวชนค่อนข้างมาก พบการดื่มในงานเลี้ยงของครอบครัว เช่น งานแต่งงานและงานบวชอยู่พอสมควร การดื่มของเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่เข้าถึงแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางสังคม เช่น งานเลี้ยง การยื่นให้จากคนรอบข้าง ซึ่งการเข้าถึงเช่นนี้ยากต่อการ

๑๖

การดื่มของเด็กและเยาวชนอายุต่ำกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่เข้าถึงแอลกอฮอล์ผ่านช่องทางสังคม เช่น ในงานเลี้ยง การยื่นให้จากคนรอบข้าง ซึ่งการเข้าถึงเช่นนี้ยากต่อการควบคุมด้วยกฎหมาย แต่ต้องอาศัยกลไกทางสังคม

๑๗

ควบคุมด้วยกฎหมาย แต่ต้องอาศัยกลไกทางสังคม เช่น ตักเตือนโดยผู้ปกครอง เลือคบเพื่อน ไม่ชวนเพื่อนดื่มเหล้า การสร้างบรรยากาศไม่ส่งเสริมการดื่ม อาศัยการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน โดยครอบครัว ร่วมกับเครือข่ายทางสังคม

แนวทางเพิ่มจำนวนผู้ที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาลดหรืองดดื่มในช่วงเข้าพรรษาให้มากขึ้น คือ ขยายพื้นที่ในการทำกิจกรรมหรือปฏิบัติการภาคสนาม โดยเพิ่มจำนวนชุมชนที่จัดกิจกรรมงดเหล้าเข้าพรรษา จะทำได้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้นด้วยการอาศัยความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในรูปแบบโครงการเพื่อผลักดันและขับเคลื่อนอย่างจริงจัง ส่วนการปฏิญาณตนงดเหล้าซึ่งได้ผลที่ดีก็ส่งเสริมต่อไป รวมทั้งกิจกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ เช่น ประกวดคุ่มบ้านปลอดเหล้า หรือการเลิกเหล้าตลอดชีวิตกลายเป็นพระราษุศล