

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร



การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร



การศึกษาเฉพาะบุคคลเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ. 2552



© 2553

ณัฐนรี ไชยภักดี
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การศึกษาเฉพาะบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

เรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี
ป็นรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย น.ส. ณัฐนรี ไชยภักดี

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผศ.ดร. พัทธภรณ์ เกษะประกร)

ผู้ทรงคุณวุฒิ

(รศ.ดร. รสชงพร โกมลเสวิน)

(ดร. สุภารัตน์ ดิษยวรรธนะ จันทราวังนากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 25 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2553

บทคัดย่อ

ณัฐนรี ไชยภักดี. ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มกราคม 2553, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมกรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (92 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรภรณ์ เกษะประกร

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมกรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย เพื่อศึกษาคุณลักษณะทางประชากร ที่มีต่อความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อพฤติกรรมกรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และพฤติกรรมกรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กับกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี จำนวน 200 คน ทำการวิเคราะห์ผลการศึกษาโดยใช้วิธีทางสถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการใช้ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และการทดสอบ T-Test โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประมวลผลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows สามารถสรุปผลได้ ดังนี้ ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 30,001 บาท ขึ้นไป

จากผลการศึกษาพบว่า ระดับรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน การเลือกเปิดรับรูปแบบข่าวสารที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมกรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ตลอดจนทัศนคติของประชาชนใน

เขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกมีความสัมพันธ์ในทางบวก กับพฤติกรรมกรรมมีส่วน
ร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกอย่างมีนัยสำคัญ



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์ที่สำคัญอย่างยิ่งจาก ผศ. ดร.พัชราภรณ์ เกษะประกร อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาชี้แนะแนวทางทางด้านวิชาการในการดำเนินงานศึกษาค้นคว้า ตลอดจนให้คำปรึกษา คำแนะนำ และเสียสละเวลาอันมีค่าในการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องและให้ข้อเสนอแนะต่างๆ กระทั่งการศึกษาเฉพาะบุคคลฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ และขอระลึกถึงความเคารพตลอดไป

ขอบพระคุณครูอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ในด้านต่างๆ แก่ผู้วิจัยที่สามารถนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยได้ ขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ ช้อง 7 สี ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก รวมถึงกลุ่มตัวอย่างที่ทำการตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถามได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ที่ทำให้การศึกษาเฉพาะบุคคลครั้งนี้ดำเนินมาได้จนเสร็จสมบูรณ์

ขอบคุณอย่างยิ่งสำหรับความช่วยเหลือจากเพื่อนๆ นิเทศศาสตร์ MACA NIGHT โบชิ เกด อ้อม และทุกคนๆ ที่คอยให้กำลังใจ ช่วยเหลือ เกื้อหนุน ตักเตือน และคอยห่วงใยอยู่เคียงข้างกันมาตลอด ไม่ว่าจะยามสุขหรือยามทุกข์ ทำให้ผู้วิจัยได้เจอมิตรแท้และได้รับประสบการณ์ดีๆ ตลอดการเรียนที่มหาวิทยาลัย

สุดท้ายนี้เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ และทุกคนในครอบครัว ที่ให้ความรักความอบอุ่นและให้การศึกษาแก่ผู้วิจัย เป็นกำลังใจสำคัญ และคอยเฝ้าดูด้วยความห่วงใยมาโดยตลอด ผู้วิจัยระลึกถึงพระคุณของท่านเป็นอย่างยิ่งที่สนับสนุนทั้งกำลังใจ กำลังกาย กำลังทรัพย์ ซึ่งเป็นพลังผลักดันที่ทำให้ผู้วิจัยศึกษาจบหลักสูตรสมดังที่ท่านคาดหวัง

ณัฐนรี ไชยภักดี

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

2553

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
กิตติกรรมประกาศ		ฉ
สารบัญตาราง		ฅ
สารบัญภาพ		ฉ
บทที่ 1	บทนำ	
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	ปัญหาการวิจัย	6
	วัตถุประสงค์การวิจัย	6
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
	สมมติฐานการวิจัย	7
	ขอบเขตการวิจัย	8
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
	นิยามศัพท์	9
บทที่ 2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
	แนวความคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	10
	แนวคิดเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน	13
	แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร	19
	แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์	21
	แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร	25
	แนวความคิดความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP)	29
	แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม	42
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	52
	วิธีการสุ่มตัวอย่าง	51
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	53

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย	
	เกณฑ์การให้น้ำหนักคะแนนและการแปลความหมาย น้ำหนักคะแนน	54
	การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	56
	การวิเคราะห์ข้อมูล	57
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
	ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์	59
	ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารใน โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	61
	ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความรู้ใน โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	64
	ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ทัศนคติใน โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	66
	ตอนที่ 5 การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมใน โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	68
	ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	70
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
	สรุปผลการวิจัย	83
	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	84
	อภิปรายผลการศึกษา	85
	ข้อจำกัดของงานวิจัย	90
	ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	90
	ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป	91

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ตารางแสดงผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก	2
3.1 ตารางแสดงเขตการปกครองในกรุงเทพมหานครจำนวน 50 เขต	52
4.1 ตารางแสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของลักษณะทางประชากรของประชาชน	59
4.2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ปัญหาภาวะโลกร้อนผ่านสถานีโทรทัศน์	61
4.3 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละ การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	61
4.4 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ของการเลือกเปิดรับข่าวสารจาก โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	62
4.5 ตารางแสดงจำนวน และร้อยละ ของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	63
4.6 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ของระดับความสนใจของประชาชน เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	63
4.7 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ของการความรู้เกี่ยวกับ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก จำแนกตามจำนวนที่ตอบถูก และผิด	64
4.8 ตารางแสดงจำนวนและ ร้อยละ ของระดับความรู้ เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	66
4.9 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	66
4.10 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	68
4.11 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง เพศ กับ ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	70
4.12 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุ กับ ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับ ความรู้เกี่ยวกับ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	72
4.14 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับ ความรู้เกี่ยวกับ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	73
4.15 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ กับ ความรู้เกี่ยวกับ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	74
4.16 ตารางแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับรายได้กับความรู้เกี่ยวกับ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	75
4.17 ตารางแสดงผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเลือกเปิดรับ ข่าวสาร กับความรู้เกี่ยวกับ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	76
4.18 ตารางแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเลือกเปิดรับข่าวสาร กับความรู้เกี่ยวกับ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	77
4.19 ตารางแสดงผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร กับความรู้เกี่ยวกับ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	78
4.20 ตารางแสดงผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความรู้ กับทัศนคติที่มีต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	79
4.21 ตารางแสดงผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความรู้ กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	80
4.22 ตารางแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก กับความรู้ที่มีต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	81
4.23 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	81

ภาพที่	สารบัญภาพ	หน้า
ภาพที่ 1	ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม	48



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันกล่าวได้ว่า ภาวะโลกร้อน เป็นสภาวะทางสังคมที่มีผลต่อการอยู่รอดของสิ่งมีชีวิต จากอุณหภูมิโลกที่สูงขึ้น ทำให้ฤดูกาลต่างๆ เปลี่ยนแปลงไป สิ่งมีชีวิตที่ไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปได้ ก็จะค่อยๆ ตายลง และอาจสูญพันธุ์ไปในที่สุด สำหรับผลกระทบต่อมนุษย์นั้น อุณหภูมิที่เพิ่มสูงขึ้นอาจทำให้พื้นดินกลายเป็นทะเลทราย ประชาชนขาดแคลนอาหารและเครื่องดื่ม บางพื้นที่ประสบปัญหาน้ำท่วมหนัก เนื่องจากฝนตกรุนแรงขึ้น น้ำแข็งขั้วโลกและบนยอดเขาสูงละลาย ทำให้ปริมาณน้ำทะเลเพิ่มสูงขึ้น พื้นที่ชายฝั่งทะเลได้รับผลกระทบโดยตรง อาจทำให้พื้นที่จมหายไปอย่างถาวร ภายใต้ภาวะโลกร้อนที่กำลังทวีความรุนแรงขึ้น จนส่งผลกระทบต่อทุกชีวิตบนโลก และเริ่มเข้ามาใกล้ตัวเรามากขึ้นทุกขณะ

ภาวะโลกร้อน (Global Warming) หรือ ภาวะภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง (Climate Change) เป็นปัญหาใหญ่ของโลกในปัจจุบัน สังเกตได้จากอุณหภูมิของโลกที่สูงขึ้นเรื่อยๆ สาเหตุหลักของปัญหาเกิดจาก ก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse gases) เพราะก๊าซจำพวก คาร์บอนไดออกไซด์ หรือ มีเทน จะกักเก็บความร้อนบางส่วนไว้ในโลก ไม่ให้สะท้อนกลับสู่บรรยากาศทั้งหมด แต่การเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของ คาร์บอนไดออกไซด์ ที่ออกมาจาก โรงงานอุตสาหกรรม รถยนต์ หรือการกระทำใดๆ ที่มากจากการเผาเชื้อเพลิงฟอสซิล เช่น ถ่านหิน น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ สารประกอบไฮโดรคาร์บอน ส่งผลให้ระดับปริมาณ คาร์บอนไดออกไซด์ ในปัจจุบันสูงเกิน 300 ppm (300 ส่วนใน ล้านส่วน) เป็นครั้งแรกในรอบกว่า 6 แสนปี ซึ่งคาร์บอนไดออกไซด์ที่มากขึ้นนี้ ได้เพิ่มการกักเก็บความร้อนไว้ในโลกของเรามากขึ้นเรื่อยๆ จนเกิดเป็น ภาวะโลกร้อน ดังเช่นปัจจุบัน

ดังนั้น ปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจึงเป็นปัญหาสำคัญที่มวลมนุษยชาติจะต้องร่วมมือกันป้องกัน และเสริมสร้างความสามารถในการรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นจากการคาดการณ์ดังกล่าวสามารถสรุปผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 : ตารางแสดงผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก

ความเปลี่ยนแปลงช่วงศตวรรษที่ 21	ตัวอย่างของผลกระทบ
อากาศร้อนเพิ่มมากขึ้น กระจกเรือนกระจกความรุนแรง	<ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาสุขภาพที่รุนแรงขึ้น - สัตว์ป่าและสัตว์เลี้ยงเกิดความเครียดจากอากาศร้อน - พืชผลเสียหาย
เกิดเหตุการณ์รุนแรงด้านภูมิอากาศมากขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> - น้ำท่วม ดินถล่ม - การกัดเซาะหน้าดิน - พืชผลเสียหาย
พายุเขตร้อนทวีความรุนแรงขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มความเสี่ยงต่อคุณภาพชีวิต - เกิดโรคระบาด - พืชผลเสียหาย
ภัยแล้งและน้ำท่วมรุนแรงขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> - ผลผลิตทางการเกษตรลดลง - ศักยภาพด้านการผลิตไฟฟ้าและพลังงานลดลง
ภูมิอากาศในฤดูมรสุมหน้าร้อนเขตเอเชียแปซิฟิกแปรปรวนมากขึ้น	- เกิดอุทกภัยและภัยแล้งที่รุนแรงขึ้นในเขตเอเชียและเขตอบอุ่น

ที่มา : Intergovernmental Panel on Climate Change: IPCC, 2001

โดยในรอบหลายปีที่ผ่านมา ทุกคนคงได้รับข่าวสารภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นบนโลกใบนี้ จากสื่อต่างๆ โดยเฉพาะทางโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ ไม่ว่าจะเป็นแผ่นดินไหว คลื่นยักษ์สึนามิ พายุถล่ม น้ำท่วม และไฟป่า ทำให้ผู้คนที่ไม่เคยสนใจธรรมชาติมาก่อนก็อดไม่ได้ที่จะคิดถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคตเพราะภัยพิบัติที่เกิดขึ้นนั้น มีความรุนแรงมากกว่าเดิมทุกปี อีกทั้งในหลายภูมิภาคยังต้องเผชิญกับความเลวร้ายของภัยธรรมชาติอย่างไม่เคยคาดคิดมาก่อน

เริ่มจากเหตุการณ์เมื่อเกือบ 3 ปีก่อน ในวันที่ 26 ธันวาคม 2547 ได้เกิดเหตุแผ่นดินไหวขนาด 9.2 ริคเตอร์ ทางตอนเหนือของเกาะสุมาตราและในท้องทะเลอันดามัน ทำให้เกิดคลื่นยักษ์สึนามิทำให้มีผู้คนเสียชีวิตหลายแสนคน จากนั้นก็มีเหตุแผ่นดินไหวตามมาอีกหลายครั้งจนกลายเป็นเหตุหายนะรายวันทั้งในประเทศไทย อินโดนีเซีย อิหร่าน ญี่ปุ่น อเมริกา ชิลี เปรู และโบลิเวีย

ในขณะที่เดียวกันก็เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสภาพอากาศอย่างหนักในอินเดีย ปากีสถาน อัฟกานิสถาน ญี่ปุ่น อเมริกา ซิเลีย และบริเวณตอนเหนือของยุโรป ทั้งพายุหิมะ ฝนตกหนัก และอากาศหนาวเย็นสุด ๆ จนอุณหภูมิติดลบ ทำให้ประชาชนล้มตายหลายพันคน

ภาวะโลกร้อนภายในช่วง 10 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 มา ได้มีการบันทึกถึงปีที่มีอากาศร้อนที่สุดถึง 3 ปี คือ ปี พ.ศ. 2533 , พ.ศ. 2538 และปี พ.ศ. 2540 แม้ว่าพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ยังมีความไม่แน่นอนหลายประการ แต่การถกเถียงวิพากษ์วิจารณ์เปลี่ยนหัวข้อจากคำถามที่ว่า "โลกกำลังร้อนขึ้นจริงหรือ" เป็น "ผลกระทบจากการที่โลกร้อนขึ้นจะส่งผลร้ายแรงและต่อเนื่องต่อสิ่งที่มีชีวิตในโลกอย่างไร" ดังนั้น ยิ่งมนุษย์ละเลยไม่สนใจในการแก้ไขปัญหาผลกระทบที่เกิดขึ้นก็จะยิ่งร้ายแรงมากขึ้น และบุคคลที่จะได้รับผลกระทบมากที่สุดก็คือ ลูกหลานของพวกมนุษย์เอง

สิ่งที่น่าเป็นห่วงมากที่สุดขณะนี้ คือ คงไม่อาจหยุดยั้งภาวะโลกร้อนที่กำลังเกิดขึ้นในตอนี้ และอาจทวีความรุนแรงมากขึ้นในอนาคต แต่ประชาชนทุกคนสามารถบรรเทาผลอันร้ายแรงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้ความรุนแรงลดลงอยู่ในระดับที่พอจะรับมือได้ และอาจจะชะลอปรากฏการณ์โลกร้อนให้ช้าลง ดังนั้น จึงจะเห็นได้ว่าขณะนี้ ทุกประเทศ ทุกองค์กร ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยได้ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้น และหาแนวทางป้องกันการเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิโลก ซึ่งก็มีอยู่หลากหลายวิธีการ ในการที่จะช่วยกันชะลอให้โลกร้อนช้าลง ไม่ว่าจะเป็นการรณรงค์ให้คนเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้รถใช้ถนนให้ประหยัดน้ำมันมากขึ้น เช่น ลดการใช้รถใช้ถนนส่วนตัว การเปลี่ยนมาใช้รถสาธารณะ การลดใช้กระดาษ การลดปริมาณการใช้ถุงพลาสติก การหาทางลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ โดยการหาพลังงานทดแทน เช่น การใช้พลังงานจากดวงอาทิตย์ ลม น้ำ การหยุดยั้งทำลายป่าและสนับสนุนให้มีการปลูกป่าทดแทน และการหันมาใช้จักรยานแทนการใช้ยานพาหนะที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อลดปริมาณการเผาไหม้ของเชื้อเพลิง ที่เป็นสาเหตุให้เกิดควันพิษ เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยนั้น นับตั้งแต่ปี 2545 เป็นต้นมารัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนมากขึ้น โดยมอบหมายให้กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกลาง เพื่อประสานงานกับองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ทำหน้าที่ในการกำหนดบทบาท ทิศทาง และมาตรการต่างๆ ร่วมกัน อันจะเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน (หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ, 2550)

จากปัญหาดังกล่าวจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันหลายๆ องค์กรต่างตระหนักให้ความสำคัญ จัดกิจกรรม สนับสนุน และรณรงค์ในปัญหาภาวะโลกร้อนอย่างจริงจังทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งถือคือ

เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสารและมีอิทธิพลต่อทัศนคติของประชาชน จึงทำให้หน่วยงานต่างๆ หันมาให้ความสนใจ ร่วมรณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงปัญหาภาวะโลกร้อน โดยใช้กิจกรรม โครงการต่างๆ เกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม ดังเช่น

บริษัท ทีวีซีเนเจอร์ ริเริ่มโครงการ "กรีน เอ็นเตอร์เทนเมนท์" ในปี 2548 ด้วยการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อลดภาวะโลกร้อนและปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยนำแนวคิด 3R Reuse Reduce และ Recycle มาเป็นธีมหลักในการรณรงค์ผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ

สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ครอบรอบ 39 ปี ในปี 2552 ถือฤกษ์ดีเปิดตัวโครงการ “39 ปีทีวีรักโลก” เพื่อรณรงค์ในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อให้ประชาชนหันมาสนใจและร่วมมือกันในการรักษาสิ่งแวดล้อมกันให้มากขึ้น

สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จัดทำโครงการ “พลิกผืนป่าด้วยพระบารมี” เป็นการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาสเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา และขอความร่วมมือไปยังบริษัทผู้ผลิตรายการของช่อง 5 ทุกบริษัทให้ช่วยสอดแทรกเรื่องสิ่งแวดล้อม เรื่องการลดโลกร้อนไว้เสมอ เพื่อเป็นการช่วยกระตุ้นเตือนให้เป็นที่รับรู้ของทุกคนในวงกว้าง

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในฐานะที่เป็นองค์กรด้านสื่อสารมวลชน มีความมุ่งมั่นพัฒนาคุณภาพผลงาน และร่วมสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อสังคมมาตลอดระยะเวลา 41 ปี ได้ริเริ่มโครงการ “7 สี ปันรักให้โลก” ขึ้นเมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2551 ประกาศเจตนารมณ์ ร่วมรณรงค์ลดโลกร้อน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการรณรงค์ให้ทุกคนตระหนักถึงสภาพปัญหาที่กำลังเกิดขึ้น กระตุ้นให้ทุกคนช่วยกันดูแลรักษา ภายใต้แนวทาง “4 รักษ์” ได้แก่ รักษ์น้ำ รักษ์ต้นไม้ รักษ์อากาศ และรักษ์พลังงาน ผสานกับการดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเชื่อว่าหากร่วมมือกันคนละไม้ละมือจะสามารถรักษาโลก รักษาชีวิต รักษาครอบครัวของเรา รวมถึงทุกๆ ชีวิตบนโลกไว้ได้ ซึ่งเป็นที่มาของแนวคิดโครงการ “รักษ์โลก รักษ์ชีวิต” หรือ “SAVE WORLD SAVE LIFE” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อกระตุ้นให้คนไทยหันมาใส่ใจกับปัญหาภาวะโลกร้อน เพื่อให้ความรู้ถึงแนวทางการลดภาวะโลกร้อน ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง อันจะนำไปสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริงของคนในสังคม และเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในการช่วยรณรงค์ลดภาวะโลกร้อน

โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2551 โดยมีนักแสดงของช่อง 7 สี จำนวน 7 คน ซึ่งทำหน้าที่เป็นพิธีกรประชาสัมพันธ์โครงการตลอดปี 2551 โดยพิจารณาจากนักแสดงในสังกัดของสถานีฯ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและประชาชนทั่วไป ซึ่งมีภาพลักษณ์ที่ดีในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้แก่ ณัฐวุฒิ สะกิดใจ ศิววัฒน์ โชติชัยชรินทร์ ธาวัน เขียวพลกุล ชนะพล สัตยา ชินัมพร ฤทธิธำภินันท์ สาวิกา ไชยเดช และพลอยปภัส

ชนันต์ชัยกานต์ และรณรงค์ต่อเนื่องมาถึงปีนี้ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ปี 2 ยังคงเน้นที่เป้าหมายเดิม คือ การเป็นสื่อกลางสร้างความรู้ความเข้าใจ และมุ่งเน้นเชิญชวนให้คนไทย เริ่มลงมือปฏิบัติปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเอง โดยมีทีมพีริเซนเตอร์ ปี 2 เป็นตัวแทนในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์โครงการ ประกอบด้วยนักแสดงช่อง 7 จำนวน 5 คน ได้แก่ เชนนิจ จามิกรณ์ ฉินฉานันท์ ฟิ้นแก้ว วงศกร ปรมัตถากร รพีภัทร เอกพันธ์กุล จิรพัฒน์ สุตตปัญญา และนักศึกษาที่ชนะเลิศการประกวดพีริเซนเตอร์ในโครงการฯ ได้แก่ ญัฐพล เรละมัน และ กวิสรา ยุ่นประยงค์ ซึ่งทั้ง 2 จะได้ร่วมเป็นหนึ่งในพีริเซนเตอร์เพื่อเป็นตัวแทนคนรุ่นใหม่ที่มีใจรักสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ปี 2 ยังมีกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมมากมาย เช่น ค้นหาโรงเรียนต้นแบบ 7 สี ปันรักให้โลก การประกวดพีริเซนเตอร์ 7 สี ปันรักให้โลก ปี 2 กิจกรรมอนุรักษ์แม่น้ำลูกคลอง กิจกรรมชวนคนไทยลดใช้พลังงาน กิจกรรม 7 สีชวนคนไทยรักต้นไม้ เป็นต้น ซึ่งจะจัดรณรงค์ต่อเนื่องตลอดทั้งปี การแก้ไขปัญหาสังแวดล้อมนั้นเป็นปัญหาที่ไม่ใช่หน้าที่ของใครคนใดคนหนึ่ง หรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง แต่เป็นหน้าที่ของเราทุกคน โดยเริ่มต้นที่ตัวเรา เพื่อทุกชีวิตบนโลก และลูกหลานของเราทุกคน

จากการประเมินผลโครงการ ในปีที่ผ่านมา สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ทำการประเมินผลโครงการจากการสังเกต (Observation) จำนวนคนที่มาร่วมกิจกรรม และการตัดข่าว (Clipping) จากหนังสือพิมพ์ นิตยสารเท่านั้น เช่น เดือน กรกฎาคม 51 ได้รับการตีพิมพ์จากหนังสือพิมพ์ และนิตยสารจำนวน 6 ฉบับ คิดเป็นจำนวนเงิน 642,560 บาท เดือน สิงหาคม 51 ได้รับการตีพิมพ์จากหนังสือพิมพ์ 1 ฉบับ คิดเป็นจำนวนเงิน 30,728 บาท เดือน กันยายน 51 ได้รับการตีพิมพ์จากหนังสือพิมพ์ และนิตยสารจำนวน 6 ฉบับ คิดเป็นจำนวนเงิน 1,310,700 บาท เป็นต้น ซึ่งการประเมินผลโครงการที่ถูกต้องนั้นควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการทำแบบสอบถาม ทำวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัยมาประเมินผลโครงการดังกล่าวว่าประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหวังไว้หรือว่าประสบความสำเร็จล้มเหลว รวมทั้งการดำเนินการจัดกิจกรรมต่างๆ สามารถแก้ไขปัญหาหรือสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้มากน้อยเพียงใด คำนวณค่ากับการลงทุนหรือไม่ จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงต้องการสำรวจ “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เพื่อให้ทราบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด พฤติกรรมการมีส่วนร่วมอย่างไรต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จะนำมาประเมินผลโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เพื่อนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ในปีต่อไป

ปัญหานำการวิจัย

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีคุณลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันหรือไม่
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันหรือไม่
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันหรือไม่
4. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันหรือไม่
5. ทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะทางประชากร ที่มีต่อความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
3. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
4. เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำผลการวิจัยไปวางแผนปรับปรุง เพื่อส่งเสริมให้เกิดความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ให้กับสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนต่อไป
2. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้รับมาเป็นข้อมูลสำคัญในการประเมินผลโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการวางแผนการรณรงค์ประชาสัมพันธ์โครงการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในปีต่อไป

3. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้รับเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจ หรือต้องการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการรณรงค์โครงการลดโลกร้อนในลักษณะที่สอดคล้องกับเรื่องที่สนใจศึกษาต่อไป

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
 - 1.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
 - 1.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
 - 1.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
 - 1.4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
 - 1.5 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับรายได้ แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
 - 2.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการเลือกเปิดรับรูปแบบข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
 - 2.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
4. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
5. ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากร คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี

2. ตัวแปรที่จะศึกษา

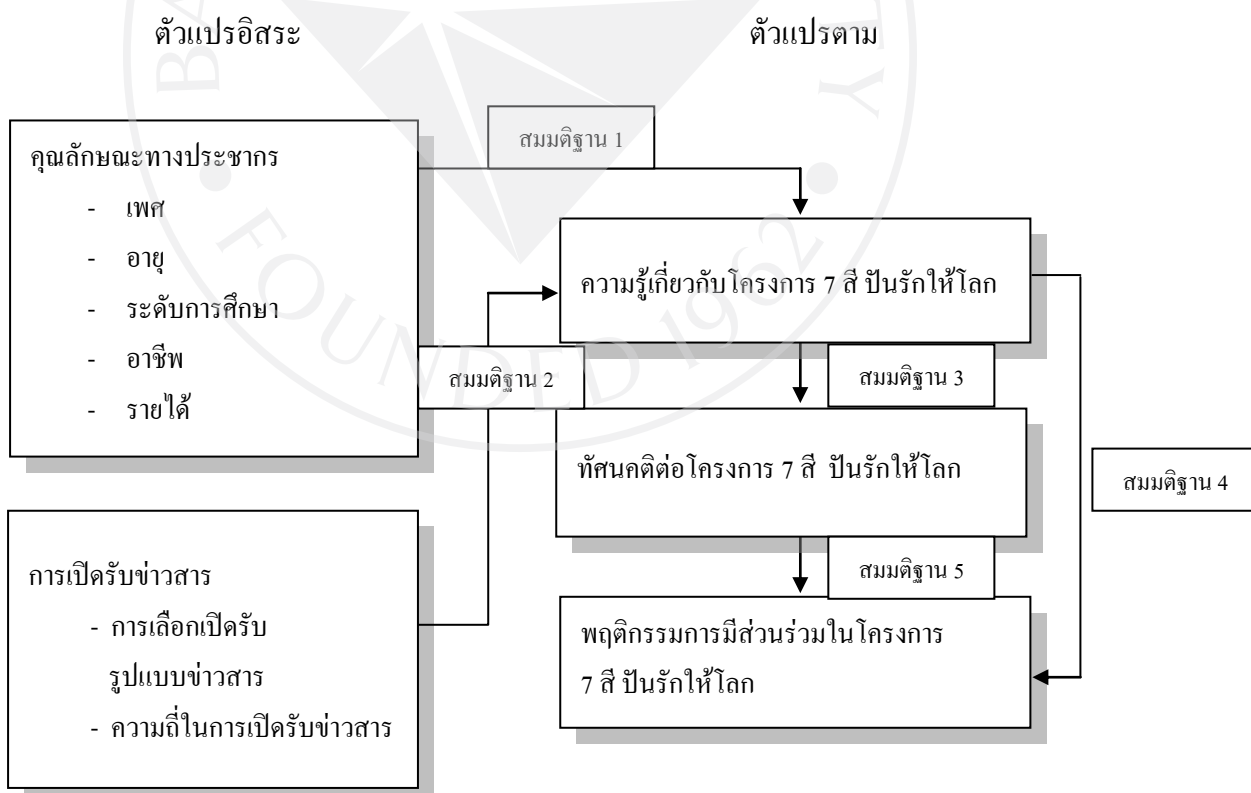
2.1 ตัวแปรอิสระ คือ

- คุณลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้
- การเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ การเลือกเปิดรับข่าวสาร ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร

2.2. ตัวแปรตาม คือ

- ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ได้แก่ สารระสำคัญ สโลแกน
พรีเซนเตอร์ประจำโครงการ สัญลักษณ์ แนวทางของโครงการ และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโครงการ
- ทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
- พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



นิยามศัพท์

โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก หมายถึง โครงการของทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ก่อตั้งขึ้นเพื่อกระตุ้นเตือนให้คนไทย หันมาใส่ใจกับปัญหาภาวะโลกร้อน โดยมุ่งหวังให้ความรู้ถึงแนวทางการลดภาวะโลกร้อน 4 แนวทาง รั้งน้ำ รั้งต้นไม้ รั้งอากาศ รั้งพลังงาน

ลักษณะทางประชากร หมายถึง ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง กระบวนการเลือกสรรข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในลักษณะต่างๆ ได้แก่ การเลือกเปิดรับข่าวสาร และความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มีรายละเอียดของการเปิดรับข่าวสารที่มีความหมายเฉพาะ ดังนี้

- การเลือกเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ผ่านรายการต่างๆ
- ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร หมายถึง ความถี่ที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ต่อสัปดาห์

ความรู้ต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก หมายถึง ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารเบื้องต้นเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ในด้านสาระสำคัญ สโลแกน พิธีเซนเตอร์ประจำโครงการ สัญลักษณ์ แนวทางของโครงการ และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโครงการ

ทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก หมายถึง ความรู้สึก และความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ในทางยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้ประชาชนพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก หมายถึง การแสดงออกของประชาชนในการมีส่วนร่วมโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก โดยมีพื้นฐานมาจากการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากเอกสารต่างๆ และผลงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิจัย ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้

- ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
- ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน
- ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร
- ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์
- ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
- ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)
- ตอนที่ 7 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
- ตอนที่ 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

ความหมายของสิ่งแวดล้อม ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Environment ซึ่งหมายถึงปัจจัยภายนอกทุกสิ่งที่มีอิทธิพล หรือผลกระทบ โอกาสที่สิ่งมีชีวิตรอดและสืบพันธุ์ นอกจากคำว่าสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังมีศัพท์อีกคำคือ คำว่า สิ่งแวดล้อมเป็นพิษ หรือ Pollution อันได้แก่ ขบวนการต่างๆ ที่คนปล่อยของเสียอันไม่พึงปรารถนาเข้าไปหมักหมม อยู่ในบรรยากาศพื้นดินและพื้นน้ำปีละจำนวนมหาศาล จนทำให้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเกิดการเน่าเสียทรุดโทรม

พิชิต สกุลพรหมณ์ (2528) ให้ความหมายว่า สิ่งแวดล้อม หมายถึง บรรดาสรรพสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัว ซึ่งบางสิ่งอาจจะมองเห็นได้ด้วยตา สัมผัสได้ และรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส แต่ก็มีสิ่งแวดล้อมบางอย่างที่ไม่อาจจะมองเห็นได้ด้วยตาเปล่าหรือสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัส เช่น เชื้อไวรัส เชื้อแบคทีเรีย สิ่งแวดล้อมเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์ หรือส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ และสุขภาพของประชาชนในชุมชน ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ได้แก่ น้ำ อาหาร สิ่งปฏิกูล คน สัตว์ พืช เชื้อจุลินทรีย์ ฯลฯ

Joseph Salvato (2530) ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมว่า คือ ผลรวมของอิทธิพลและสภาพการณ์ภายนอกที่มีผลกระทบต่อชีวิต และพัฒนาการของสิ่งมีชีวิตทุกชนิด

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (2531) กล่าวว่า สิ่งแวดล้อมหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างอยู่รอบตัวมนุษย์ ทั้งที่มีชีวิต และไม่มีชีวิต ทั้งที่เป็นรูปธรรม และนามธรรม มีอิทธิพลเกี่ยวโยงถึงกัน เป็นปัจจัยในการเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ผลกระทบจากปัจจัยหนึ่งจะมีส่วนเสริมสร้างหรือทำลายอีกส่วนหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ สิ่งแวดล้อมเป็นวงจรและวัฏจักรที่เกี่ยวข้องกันไปทั้งระบบ

สุรพล สุคตารา (2532) ให้คำนิยามว่า สิ่งแวดล้อม คือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น ทั้งที่มองเห็นและไม่สามารถมองเห็นได้ เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ

ศุภวิทย์ เปี่ยมพงศ์สานต์ (2533) ได้ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อมไว้ว่า สิ่งแวดล้อม หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่แวดล้อมตัวมนุษย์อยู่ ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต ซึ่งมีได้มีแต่สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีทั้งสิ่งแวดล้อมทางด้านชีวภาพ (Biophysical Environment) และสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม (Sociocultural Environment)

เกษม จันทรแก้ว (2536) ให้ความหมายของสิ่งแวดล้อม (environment) ว่ามีรากศัพท์มาจากฝรั่งเศส environ แปลว่า “around” ฉะนั้น environment จึงหมายถึง Totality of man's surroundings ในภาษาไทยหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ทั้งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติและสิ่งทีมนุษย์สร้างขึ้น ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม จากความหมายนี้สามารถกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า สิ่งแวดล้อมหมายถึง “สิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเรา” เป็นคำนิยามสั้นๆ ง่ายต่อการเข้าใจและชี้ให้เห็นว่าสิ่งแวดล้อมในโลกนี้เป็นทุกสิ่งทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของหรือบ้านเรือน ถนน ดิน ป่าไม้ วัฒนธรรม ประเพณี ฯลฯ ความหมายของสิ่งแวดล้อม คำหลังนี้จะสะท้อนความหมายของความหมายแรกอย่างชัดเจนและถูกใช้ในทฤษฎีสิ่งแวดล้อมหรือสรรพสิ่งที่อยู่รอบตัวเรานั้น ไม่ว่าจะเป็นอะไรก็ตาม ต่างก็มีสมบัติเฉพาะตัว 7 ประการ ดังนี้

1. สิ่งแวดล้อมทุกชนิด มีเอกลักษณ์ที่เด่นชัดเฉพาะตัว จะอยู่ที่ใดก็ตาม เอกลักษณ์ดังกล่าวจะบ่งบอกอย่างชัดเจน เช่น ต้นไม้ มนุษย์ นา บ้าน ถนน ฯลฯ
2. สิ่งแวดล้อมไม่อยู่โดดเดี่ยวในธรรมชาติ แต่จะมีสิ่งแวดล้อมอื่นอยู่เสมอ เช่น ต้นไม้อยู่กับดิน ปลายกับน้ำ มนุษย์กับสังคม ฯลฯ
3. สิ่งแวดล้อมประเภทหนึ่งต้องการสิ่งแวดล้อมอื่นอยู่เสมอ เช่น ป่าต้องการดินและปลาต้องการน้ำ มนุษย์ต้องการที่อยู่อาศัย ฯลฯ
4. สิ่งแวดล้อมจะอยู่รวมกันเป็นกลุ่มหรือเป็นระบบที่เรียกว่า “ระบบนิเวศ” เช่น ระบบนิเวศป่าไม้ ระบบนิเวศน้ำ ฯลฯ
5. สิ่งแวดล้อมทั้งหลาย มักมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์ต่อกันและกันเป็นลูกโซ่ ดังนั้น

เมื่อทำลายสิ่งแวดล้อมหนึ่งแล้วจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ เป็นลูกโซ่เสมอ และเกิดขึ้นหลายๆ ขั้นตอน เช่น การทำลายป่าจนเสื่อมโทรมจะส่งผลให้เกิดการพังทลายของดิน ดินขาดความอุดมสมบูรณ์ อ่างน้ำ ลำธารตื้นเขิน สัตว์ป่าไม่มีที่อยู่อาศัย ฯลฯ

6. สิ่งแวดล้อมแต่ละประเภทจะมีความเปราะบาง แข็งแกร่ง และทนทานแตกต่างกัน บางชนิด บางประเภทจะมีความคงทนได้ดี บางชนิดเปราะบาง เช่น ดินมักถูกซักร้างได้ง่าย

7. สิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงตามเวลาที่เปลี่ยนไป การเปลี่ยนแปลงนั้นอาจเป็นการเปลี่ยนแปลงชั่วคราวหรือถาวรก็ได้ เช่น เมืองทุกเมืองจะค่อยๆ เติบโต การทำลายป่าแล้วเผาจะค่อยๆ มีพืชขึ้นมาทดแทน ฯลฯ

ประเภทของสิ่งแวดล้อม

เกษม จันทรแก้ว (2536) ได้แบ่งประเภทของสิ่งแวดล้อมไว้ดังนี้

1. สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ อากาศ น้ำ และทรัพยากรธรรมชาติ
2. สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (man-made environment) เช่น บ้าน ถนน สะพาน ไร่ เกษี วัสดุมีพิษ เสียง อารมณ์ วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา การศึกษา ฯลฯ ซึ่ง

สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น อาจแยกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical environment) เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ที่สามารถมองเห็นได้ เช่น ถนน บ้านเรือน เมือง สะพาน รถ เครื่องบิน เรือ เจดีย์ วัด สิ่งก่อสร้าง หรือ สถาปัตยกรรม เป็นต้น

1.2 สิ่งแวดล้อมทางสังคม (social environment) อาจสร้างขึ้นโดยตั้งใจและไม่ตั้งใจ หรือสร้างเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของการอยู่ร่วมกัน เช่น วัฒนธรรม ประเพณี ศาสนา กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ กฎเกณฑ์ รวมไปถึงการทะเลาะวิวาท การส่งเสียงคำทอ พฤติกรรม ลักษณะท่าทาง เป็นต้น

การจำแนกสิ่งแวดล้อม

ในการจำแนกสิ่งแวดล้อม สามารถแบ่งได้หลายจำพวก ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการแบ่งดังนี้ จำแนกตามองค์ประกอบของสิ่งแวดล้อม ได้เป็น 4 ลักษณะ

1. สิ่งแวดล้อมทางด้านกายภาพ (Physical Environment) หมายถึง คุณลักษณะของสิ่งแวดล้อม ที่มีองค์ประกอบซึ่งสามารถสัมผัสได้ด้วยกาย อันได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง เช่น อากาศ ดิน น้ำ ลม ไฟ เป็นต้น

2. สิ่งแวดล้อมทางด้านเคมี (Chemical Environment) หมายถึง คุณลักษณะของสิ่งแวดล้อม ที่มีสารเคมีเป็นองค์ประกอบ เช่น แร่ธาตุ โลหะ อโลหะ สารประกอบเคมีต่างๆ เป็นต้น

3. สิ่งแวดล้อมทางด้านชีวภาพ (Biological Environment) หมายถึง คุณลักษณะ สิ่งแวดล้อมที่มีองค์ประกอบของสิ่งมีชีวิต เช่น จุลินทรีย์ พืช และสัตว์ รวมถึงมนุษย์ด้วย ซึ่งมนุษย์มีบทบาทที่สำคัญ ทั้งในการช่วยบำรุง และในการทำลายสิ่งแวดล้อมด้วยตนเอง

4. สิ่งแวดล้อมทางด้านสังคม (Social Environment) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่มีความเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของมนุษย์ ในด้านการดำรงชีพในสังคม รวมถึงพฤติกรรม จารีตประเพณี และวัฒนธรรมที่ถือปฏิบัติกันมาช้านาน เช่น ประเพณีทางศาสนา เป็นต้น

สิ่งแวดล้อมแบ่งตามลักษณะการเกิดได้ 2 ลักษณะ

1. สิ่งแวดล้อมที่เกิดตามธรรมชาติ (Natural Environment) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ เช่น ดิน น้ำ อากาศ จุลินทรีย์ พืช และสัตว์ เป็นต้น

2. สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Environment) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ เครื่องจักร เครื่องยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

ตอนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน

ในช่วงศตวรรษที่ผ่านมา อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกได้เพิ่มขึ้นมากถึง 0.6 องศาเซลเซียส นับตั้งแต่ พ.ศ.2443 ปีที่อุณหภูมิโลกขึ้นสูงที่สุด ได้แก่ปี พ.ศ.2533 , พ.ศ.2538 และปี พ.ศ.2540 คณะกรรมการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Intergovernmental Panel on Climate Change-IPCC) ซึ่งก่อตั้งโดยโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environmental Programme-UNEP) และองค์การอุตุนิยมวิทยาโลก (World Meteorological Organization-WMO) รายงานว่า ภายในอีกหนึ่งร้อยปีข้างหน้ามีแนวโน้มว่าอุณหภูมิโลกจะเพิ่มสูงขึ้นอีก ถึง 1.4-5.8 องศาเซลเซียส กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ โลกเรากำลังร้อนขึ้นทุกวัน

กัททรี บัญประกอบ (2549) ได้สรุปความหมายของสภาวะโลกร้อน (Global Warming) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และปรากฏการณ์เรือนกระจก (Greenhouse Effect) หมายถึง ปัญหาสิ่งแวดล้อมเรื่องเดียวกัน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทุกประเทศในโลก ในช่วง 2 – 3 ทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศต่างๆ ได้ประสบกับภัยพิบัติด้านภูมิอากาศ เช่น ภัยแล้ง น้ำท่วม พายุ คลื่นความร้อน และไฟป่าเพิ่มขึ้น เหตุการณ์เหล่านี้โดยมากเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศของโลกอย่างไม่อาจกลับคืนได้

จอห์นสัน, รีเบกกา แอล (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ภาวะโลกร้อน คือ กระบวนการเก็บกักความร้อนของชั้นบรรยากาศ ทำให้โลกและอากาศเหนือพื้นโลกอุ่นขึ้น

นอกจากที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาแล้วแต่ข้างต้นเกี่ยวกับแนวคิดภาวะโลกร้อนนั้น ยังมีผู้ให้แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวไว้ ดังนี้

อัล กอร์ (2006) นักสิ่งแวดล้อมผู้เขียนหนังสือเรื่อง “An Inconvenient Truth” ได้กล่าวถึงภาวะโลกร้อนในหนังสือของเขาว่า “นับตั้งแต่เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรม มนุษย์ได้ปลดปล่อยก๊าซต่างๆ โดยเฉพาะก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ขึ้นสู่ชั้นบรรยากาศ จากการเผาไหม้เชื้อเพลิงจากน้ำมัน ถ่านหิน ก๊าซธรรมชาติ เพื่อใช้ในการคมนาคมโรงงานอุตสาหกรรม ตลอดจนถึงการเผาป่า ฯลฯ จนทำให้ชั้นบรรยากาศหนาขึ้น รังสีอินฟราเรดไม่สามารถสะท้อนออกนอกโลกได้เหมือนเดิม เกิดเป็นภาวะเรือนกระจกอุณหภูมิของโลกสูงขึ้นเรื่อยๆ นับแต่นั้นมา” ซึ่งความร้อนที่เพิ่มสูงขึ้นทุกขณะนี้ส่งผลอย่างมากต่อทุกชีวิตที่อยู่บนผืนโลก อาทิ ธารน้ำแข็งบนเทือกเขาหิมาลัยซึ่งเป็นแหล่งน้ำดื่มของประชากรราวร้อยละ 40 ของโลก ผ่านทางระบบแม่น้ำที่เจ็ดในเอเชียที่ถือกำเนิดขึ้นบนที่ราบสูงแห่งเดียวกัน ประชากรเหล่านี้ต้องเผชิญหน้ากับการขาดแคลนน้ำดื่มอย่างรุนแรง ภาวะโลกร้อนยังทำให้อุณหภูมิในมหาสมุทรสูงขึ้น เกิดพายุรุนแรง และถ้ำน้ำ นอกจากนี้ภาวะโลกร้อนยังส่งผลให้น้ำแข็งในทวีปแอนตาร์กติกา ขั้วโลกเหนือ และเกาะกรีนแลนด์ ละลายลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้พื้นดินที่อยู่ในบริเวณดังกล่าวซึ่งจะแข็งเป็นน้ำแข็งตลอดทั้งปี ดินบางส่วนเป็นน้ำแข็งอยู่ตลอดเวลาเกิดการละลายถูกกัดกร่อนเป็นวงกว้างจนทำให้พื้นดินทรุดตัว อาคาร บ้านเรือนถล่ม และหากน้ำแข็งละลายหมดไป จะส่งผลให้ระดับน้ำทะเลเพิ่มสูงขึ้นกว่า 6 เมตร ถึงตอนนั้นกรุงเทพมหานครจมน้ำไปเรียบร้อยแล้ว ขณะที่นิวออร์ลีนส์ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ จมน้ำไปกว่าครึ่ง บังกลาเทศอาจหายไปจากแผนที่โลก และประชากรนับพันล้านคนจะไม่มีที่อยู่อาศัย

กล่าวโดยสรุป ภาวะโลกร้อน (Global Warming) เป็นปรากฏการณ์อันเนื่องจากการที่โลกไม่สามารถระบายความร้อนออกไปได้ จึงทำให้อุณหภูมิสูงขึ้น ปัจจุบันโลกของเรากำลังถูกปกคลุมด้วยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases) ที่มากเกินไปของธรรมชาติ ซึ่งก๊าซเรือนกระจกจะทำการเก็บกับความร้อนไม่ให้สะท้อนออกนอกผิวโลก ทำให้อุณหภูมิพื้นผิวโลกเพิ่มสูงขึ้น

ปรากฏการณ์เรือนกระจก (Greenhouse Effect)

ถือสาเหตุหนึ่งของการเกิดโลกร้อน ซึ่งปรากฏการณ์เรือนกระจก เป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เกิดจากชั้นบรรยากาศที่ห่อหุ้มโลกถูกปกคลุมด้วยก๊าซบางชนิดมากเกินไปของธรรมชาติ ทำให้ความร้อนจากดวงอาทิตย์ที่ตกกระทบสู่พื้นผิวโลกถูกกักไม่ให้ออกไปยังนอกลูก ซึ่งก๊าซดังกล่าวมีคุณสมบัติคล้ายกระจกที่แสงสามารถส่องทะลุผ่านได้แต่ความร้อนที่เกิดขึ้นไม่สามารถระบายออกได้เรียกว่า “ก๊าซเรือนกระจก” ได้แก่ คาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) มีเทน (CH₄) ไนตรัสออกไซด์ (N₂O) ซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ (SF₆) ไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFC) และเพอฟลูออโรคาร์บอน (PCFs) เป็นต้น ผลจากการที่ก๊าซเรือนกระจกทำการดูดซับ และเก็บกัก

ความร้อนให้แก่บรรยากาศโลกนี้ ก่อให้เกิดสภาวะที่เรียกว่า สภาวะเรือนกระจกขึ้น
(กรุงเทพมหานคร, สำนักสิ่งแวดล้อม, กองนโยบายและแผน, 2550ก, หน้า 10-11)

จอห์นสัน รีเบกกา แอล (2541) ได้กล่าวไว้ว่า ปฏิกิริยาเรือนกระจกเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ความร้อนถูกกักเก็บไว้ใกล้ผิวโลก มีผลทำให้โลกอุ่นขึ้น เพราะมีลักษณะคล้ายคลึงกับการทำงานของเรือนกระจกปลูกต้นไม้ทั่วไป

อานาจ เจริญศิลป์ (2543) ได้กล่าวไว้ว่า การที่เรียกว่าปรากฏการณ์เรือนกระจก ก็เพราะปรากฏการณ์ของโลกที่มีบรรยากาศห่อหุ้มนั้นมีปรากฏการณ์เหมือนกับปรากฏการณ์เรือนกระจกที่ใช้ในการปลูกพืชบางชนิดในประเทศที่มีอากาศหนาวเย็น กล่าวคือ พืชบางชนิดที่ปลูกในประเทศที่มีอากาศหนาวเย็นมากจะไม่เจริญเติบโต เพราะพืชบางชนิดนั้นชอบอากาศอบอุ่นหรือชอบอากาศค่อนข้างร้อน คนในประเทศนั้นจึงสร้างเรือนกระจกขึ้น หรือใช้วัสดุอื่นแทนเรือนกระจก ซึ่งให้ผลในการเก็บกักความร้อนคล้ายๆ กัน เช่น พลาสติก เป็นต้น เพื่อให้อากาศในเรือนกระจกร้อนและขึ้นกว่าอากาศภายนอก ทำให้สามารถปลูกพืชได้หลายชนิด โดยเฉพาะพืชจำพวกผักซึ่งปลูกได้ตลอดปี คุณสมบัติพิเศษของกระจกที่มีคุณภาพดี คือ ยอมให้ความร้อนจากดวง

อาทิตย์ผ่านเข้ามา ร้อยละ 90 แต่เมื่อความร้อนภายในเรือนกระจกจะผ่านออก กระจกก็สามารถกักความร้อนไว้ถึงร้อยละ 90 เช่นกัน ก็จะทำให้อากาศภายในเรือนกระจกมีอุณหภูมิสูงขึ้น จนกระทั่งถึงระดับของความร้อนที่ผ่านเข้าและออกเท่ากัน อุณหภูมิในเรือนกระจกจะคงที่อยู่ที่จุดนั้น พืชที่จะนำมาปลูกในเรือนกระจกก็เปรียบได้กับโลก ส่วนเรือนกระจกนั้นเปรียบได้กับบรรยากาศที่ห่อหุ้มโลก ก๊าซที่จะทำให้อากาศร้อนขึ้น ได้แก่ คาร์บอนไดออกไซด์ (CO_2) มีเทน (CH_4) คลอโรฟลูโอโรคาร์บอนส์ (CFCs) โอโซนระดับพื้นผิวโลก (O_3) และไนตรัสออกไซด์ (N_2O) ซึ่งจะดูดซับความร้อนจากดวงอาทิตย์ ยิ่งก๊าซเหล่านี้มีมากขึ้นเท่าไร ก็ยิ่งทำให้โลกร้อนขึ้นเท่านั้น

กล่าวโดยสรุป ปรากฏการณ์เรือนกระจก (Greenhouse Effect) คือ กระบวนการที่ทำให้โลกร้อนขึ้น พฤติกรรมหลายอย่างของมนุษย์มีส่วนสำคัญยิ่งที่ทำให้เพิ่มปริมาณก๊าซที่ดูดซับความร้อนจากดวงอาทิตย์ในบริเวณบรรยากาศชั้นล่าง ซึ่งทำให้อุณหภูมิของโลกสูงขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้นำข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบเมื่อภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ เพื่อประเมินผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในแต่ละประเทศและแต่ละสังคม โดยได้มีการวิเคราะห์ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

ผลกระทบต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ

อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกที่เพิ่มสูงขึ้น จะทำให้การระเหยของน้ำทะเล มหาสมุทร แม่น้ำ ลำธาร และทะเลสาบเพิ่มมากขึ้น ยิ่งจะทำให้ฝนตกมากขึ้น และกระจุกตัวอยู่ในบางบริเวณ ทำให้เกิดอุทกภัย ส่วนบริเวณอื่นๆ ก็จะมีปัญหาแห้งแล้ง เนื่องจากฝนตกน้อยลง กล่าวคือ พื้นที่ภาคใต้

จะมีฝนตกชุก และเกิดอุทกภัยบ่อยครั้งขึ้น ในขณะที่ภาคเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือ ต้องเผชิญกับภัยแล้งมากขึ้น รูปแบบของฝนและอุณหภูมิที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้วัฏจักรของน้ำเปลี่ยนแปลง ลักษณะการไหลของระบบน้ำผิวดิน และระดับน้ำใต้ดินก็จะได้รับผลกระทบด้วย ทั้งพืชและสัตว์จึงต้องปรับปรุงตัวเองเข้าสู่ระบบนิเวศที่เปลี่ยนไป ลักษณะความหลากหลายทางชีวภาพก็จะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

ระบบนิเวศทางทะเล ก็เป็นอีกระบบนิเวศหนึ่งที่จะได้รับผลกระทบจากภาวะโลกร้อน เนื่องจากระดับน้ำทะเลที่สูงขึ้น และอุณหภูมิผิวน้ำที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้พืชและสัตว์ทะเลบางชนิด สูญพันธุ์ รวมถึงการเกิดปรากฏการณ์ปะการังฟอกสีทั้งในอ่าวไทยและฝั่งทะเลอันดามัน

ผลกระทบต่อการเกษตรและแหล่งน้ำ

ในประเทศไทยมีแนวโน้มว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะทำให้ปริมาณน้ำลดลง (ประมาณ 5 -10 เปอร์เซ็นต์) ซึ่งจะมีผลผลิตด้านการเกษตร โดยเฉพาะข้าว ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ และต้องอาศัยปริมาณน้ำฝนและแสงแดดที่แน่นอน รวมถึงความชื้นของดินและอุณหภูมิเฉลี่ยที่พอเหมาะด้วย

สำหรับประเทศไทย ผลกระทบที่มีต่อภาคการเกษตรจะไม่รุนแรงมากเพราะพื้นที่ชลประทานจะได้รับการป้องกันแต่ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมอาจจะรุนแรงในบริเวณที่ขาดน้ำอยู่แล้ว

นอกจากนี้ผลกระทบยังอาจเกิดขึ้นกับการทำประมง เนื่องจากแหล่งน้ำที่เคยอุดมสมบูรณ์ตลอดทั้งปี อาจแห้งขอดลงในบางฤดูกาล ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกรขยายพันธุ์และกาเจริญเติบโตของสัตว์น้ำ จะทำให้จำนวนและความหลากหลายของชนิดของสัตว์น้ำลดจำนวนอย่างมาก

ผลกระทบต่อสุขภาพ

อุณหภูมิเฉลี่ยของโลกที่เพิ่มสูงขึ้นและเหตุการณ์ตามธรรมชาติที่อนามัยของโลก โรคระบาดที่สัมพันธ์กับการบริโภคตรงต่อสุขภาพและอนามัยของคนไทย โรคระบาดที่สัมพันธ์กับการบริโภคอาหารและน้ำดื่ม มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มสูงมากขึ้น

โรคติดต่อในเขตร้อนก็มีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้น และจะคร่าชีวิตผู้คนเป็นจำนวนมาก เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะไข้มาลาเรีย ซึ่งมีขยกลายเป็นพาหะ เนื่องจากการขยายพันธุ์ของยุงจะมากขึ้น ในสภาวะแวดล้อมที่มีอุณหภูมิสูงขึ้น อีกโรคหนึ่งที่มีจำนวนผู้ป่วยสูงขึ้น คือ ไข้สำ ปัจจุบันการระบาดของไข้สำในประเทศไทยมีความรุนแรง และมีจำนวนผู้ป่วยเพิ่มมากขึ้นกว่า 8-10 เท่า ซึ่งอาจเป็นผลมาจากสภาพอากาศที่ร้อนขึ้นและฤดูกาลที่ไม่แน่นอน

แนวโน้มของผลผลิตทางการเกษตรที่ลดลงจากภัยธรรมชาติ อาจนำไปสู่ภาวะขาดแคลนอาหาร และความอดอยาก ทำให้เกิดภาวะขาดสารอาหารและภูมิคุ้มกันร่างกายต่ำ โดยเฉพาะในเด็กและคนชรา

ผลกระทบทางสังคมและเศรษฐกิจ

ภาวะโลกร้อนที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในทางกายภาพเท่านั้น หากแต่ยังส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในทางกายภาพเท่านั้น หากแต่ยังส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางสังคมและเศรษฐกิจของประเทศเช่นเดียวกัน กล่าวคือ การยุบตัวของพื้นที่ชายฝั่งภูมิอากาศแปรปรวน โรคระบาดรุนแรงและผลกระทบอื่น ๆ ส่งผลให้มีประชากรบาดเจ็บล้มตาย ทั้งที่ทำกิน และ ไร่ที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ประชาชนยังจะได้รับความเดือดร้อนจากการขาดแคลนอาหารและน้ำดื่มที่ถูกสุขลักษณะระหว่างภาวะน้ำท่วม ซึ่งโดยมาก ผู้ที่จะได้รับผลกระทบรุนแรงที่สุดจะเป็นประชาชนที่มีความยากจน และไม่มีทุนทรัพย์พอที่จะป้องกันผลกระทบ ยกตัวอย่างเช่น การป้องกันการรुक้าของน้ำเค็มในพื้นที่ทำกินอาจทำได้โดยการสร้างเขื่อนและประตูน้ำป้องกันน้ำเค็ม แต่วิธีการนี้ต้องลงทุนสูง ดังนั้นเมื่อราคาของการป้องกันสูงเกินกว่าที่ชาวไร่จะสามารถรับได้ การทิ้งพื้นที่ทำกินในบริเวณที่ให้ผลผลิตต่ำจึงเป็นทางเลือกที่คาดว่าจะเกิดขึ้น

การกำหนดนโยบายและแนวทางแก้ไข

มีการกำหนดยุทธศาสตร์ระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับนานาชาติในการจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ดังนี้

1. การปรับปรุงประสิทธิภาพของพลังงาน ซึ่งจะช่วยลดความต้องการของ พลังงาน ลง และจะลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดขึ้นระหว่างการผลิตพลังงานไปด้วย นโยบายเช่นนี้จะช่วยปรับปรุงงานด้านเศรษฐกิจ ลดการปล่อยสารมลพิษอื่นๆ และเพิ่มความมั่นคงด้านพลังงาน
2. ใช้พลังงานและเทคโนโลยีที่สะอาดกว่าเดิม วิธีนี้จะลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และการปล่อยสารมลพิษซึ่งทำให้เกิดฝนกรด และปัญหาสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ
3. ปรับปรุงการจัดการป่าและขยายพื้นที่ป่าไม้ออกไปเป็นการขยายแหล่งธาตุคาร์บอนที่สำคัญของโลก และช่วยลดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในบรรยากาศ
4. ปรับปรุงวิธีการเกษตรเสียใหม่ ซึ่งสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งก๊าซมีเทนและไนตรัสออกไซด์ โดยอาจทำในขั้นตอนต่าง ๆ คือ ปรับปรุงการจัดการเรื่องมูลสัตว์เลี้ยง ลดสัดส่วนของไนโตรเจนในปุ๋ย และปรับปรุงเทคนิคการปลูกข้าว

นอกจากจะจัดการเรื่องการปล่อยก๊าซเรือนกระจกแล้ว รัฐบาลยังสามารถกำหนดนโยบายที่จะช่วยลดผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศต่อสังคมและต่อระบบนิเวศได้ โดยมีนโยบายดังนี้

1. กำหนดนโยบายและโครงการเพื่อเตรียมพร้อมรับเหตุฉุกเฉินและความหายนะในเรื่องนี้
2. การประเมินพื้นที่เสี่ยงอันตรายเมื่อระดับทะเลสูงขึ้น และจัดทำแผนเพื่อลดความเสี่ยงของประชากรแถบชายฝั่งทะเลการพัฒนาและระบบนิเวศแถบชายฝั่งทะเลที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศในอนาคต
3. การปรับปรุงประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศที่มีต่อความมั่นคงด้านอาหาร แหล่งน้ำ และความหลากหลายของชีวภาพ
4. การสนับสนุนนโยบายต่างๆ ที่จำกัดความเสียหายเหล่านี้ รัฐสามารถสนับสนุนการปฏิบัติที่จะช่วยสังคมปรับตัวให้เข้ากับสภาพอากาศใหม่ได้ในระยะยาว
5. การวิจัยเพื่อลดความไม่แน่นอนทางด้านวิทยาศาสตร์และสังคมเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ
6. การขยายขอบข่ายการสังเกตการณ์ในเรื่องของทะเลมหาสมุทร และการเตือนภัยในเรื่องนี้
7. การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ในด้านพลังงาน อุตสาหกรรม และเกษตรกรรม
8. ทบทวนการวางแผนในเรื่องพลังงาน อุตสาหกรรม การขนส่ง ชุมชนเมืองเขตชายฝั่ง รวมถึงการใช้และการจัดการทรัพยากร
9. โครงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้แก่สาธารณชน เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เช่น ลดการใช้พาหนะส่วนตัว

จากแนวทางนโยบายและแนวทางแก้ไขที่กล่าวมาข้างต้น เป็นหนทางหนึ่งที่จะใช้เป็นมาตรการในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและการปรับตัวของกิจกรรมต่างๆ เมื่อสภาพภูมิอากาศเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ อันนำไปสู่การเตรียมความพร้อมในการลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่อไปได้

จากที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนนั้น จะเห็นได้ว่าภาวะโลกร้อนเป็นปัญหาใหญ่ที่สำคัญ ที่ทุกคนจำเป็นต้องร่วมมือกันเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาดังกล่าว ซึ่งจะเห็นได้จากปีที่ผ่านมาว่าหน่วยงาน และองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ออกมาร่วมกันรณรงค์เพื่อลดปัญหาภาวะโลกร้อน โดยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้มีส่วนช่วยในรณรงค์ประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนตระหนักถึงปัญหาภาวะโลกร้อน ผ่านโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

เพื่อกระตุ้นเตือนให้คนไทย หันมาใส่ใจกับปัญหาภาวะโลกร้อน โดยมุ่งหวังให้ความรู้ถึงแนวทางการลดภาวะโลกร้อน

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อในความคิดที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย การสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมต่างๆ ไปแตกต่างกัน ดังนั้น นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้นๆ จึงน่าจะแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งผู้รับสารตามลักษณะทางประชากรนั้น หมายถึง ลักษณะด้านเพศ อายุ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนาและภูมิสำเนา (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, หน้า 105-109) สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เลือกลักษณะด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ มาเป็นกรอบในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. เพศ (Sex) การวิจัยทางจิตวิทยาหลายชิ้นได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักเป็นคนที่จิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนั้นการวิจัยต่างๆ ยังพบว่าผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ลักษณะด้านอื่นๆ ได้แก่ ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง และผู้ชายจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิง แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย การวิจัยชิ้นหนึ่งพบว่าผู้ชายมีความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้แม่นยำน้อยกว่าผู้หญิง ความแตกต่างอีกอันหนึ่งระหว่างผู้หญิงและผู้ชายคือผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อความผิดพลาดเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ชายมักโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่นๆ แต่จะไม่โทษตัวเอง

นอกจากนั้น ความแตกต่างระหว่างเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมีจิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ ถูกชักจูงได้ง่าย และหยั่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง (ปรมะ สตะเวทิน, 2533, หน้า 114)

2. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่อง

ความคิดพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมักเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีกว่าคนที่มีอายุคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติกรมากกว่า มีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้าย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากที่มีอายุประสบการณ์ในชีวิตซึ่งเคยผ่านยุคต่างๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้วยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความง่ายในการชักจูงด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า เมื่อคนมีอายุมากขึ้นโอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงจะน้อยลง นอกจากนี้โดยปกติแล้วคนที่มีวัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไปด้วย เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักจะคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในขณะที่คนหนุ่มสาวจะสนใจเรื่องการศึกษา ความเสมอภาคในสังคม

ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อสารมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารต่างๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการข่าวการเมืองมากกว่าอ่านเรื่องตลก ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่น่าจะอ่านบทบรรณาธิการในการฟังวิทยุก็เช่นกัน คนที่มีอายุมากจะฟังรายการที่หนักๆ เช่น ข่าวอภิปรายปัญหาสังคม ดนตรีคลาสสิก รายการศาสนา คนที่มีอายุน้อยมักจะดูรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษาข่าวสารต่างๆ ด้วย

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้เป็นลักษณะอีกด้านหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ ทัศนนิยม และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้สึคิดจะ ได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้ เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มากและมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนที่มีการศึกษาสูง (ประมะ สตะเวทิน, 2533, หน้า 116) ซึ่งผู้ส่งสารควรตระหนักและระมัดระวังว่าการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำและการบริการให้เหมาะสมกับผู้รับ

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาดำและคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาดำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอ คนเหล่านี้จะใช้ทั้ง

สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าจากสื่อประเภทอื่นๆ

4. อาชีพ (Occupation) อาชีพเป็นส่วนหนึ่งของสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) การวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

เช่นเดียวกับคนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักคำนึงถึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ สวัสดิการ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้และสถานภาพทางสังคมของตน

5. รายได้ (Income) รายได้ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งของสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ รายได้ย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมของคน การแนะนำให้ชานาขายงานบริ โภคเนื้อสัตว์ในปริมาณที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการ หรือการแนะนำให้ชานาที่อยากจนใช้เครื่องจักรแทนวัวควายในการทำงานนั้น คงจะยากกว่าแนะนำให้คนที่มียาได้มากๆ ซื้อเครื่องซักผ้า โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือเครื่องมือใหม่ๆ นอกจากนั้น คนที่มีฐานะดีหรือรายได้สูงยังใช้สื่อมวลชนมากด้วย การใช้สื่อมวลชนของคนที่มีฐานะดีมักจะเป็นการใช้เพียงแสวงหาข่าวสารหนักๆ สำหรับนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไปได้

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นแนวทางในการตั้งสมมติฐานการวิจัย โดยประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันนั้นอาจส่งผลให้ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกันได้

ตอนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับการณรงค์

การณรงค์ที่พัฒนาขึ้นในประเทศโลกที่สามนั้นมุ่งที่จะให้เกิดผลเพียงอย่างเดียว คือ การให้ประชาชนได้มีความรู้ เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการตัดสินใจรับเอาความคิดใหม่ๆ (Rogers, 1976 อ้างในชาญชัย เจริญลาภดิลก, 2539, หน้า 14) หลักการใหญ่ๆ เกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ต้องการให้เกิดขึ้น คือ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารความรู้ โน้มน้าวใจให้คล้อยตาม อันจะนำไปสู่การระดมให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม และท้ายที่สุดก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงทางการกระทำปรากฏให้เห็น กล่าวโดยสรุป จุดมุ่งหมายของการณรงค์เพื่อให้มีอิทธิพลต่อความเชื่อ หรือพฤติกรรมของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

การรณรงค์ได้รับการนิยามไว้หลายอย่าง โดยนักทฤษฎีและนักปฏิบัติ ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ ระยะเวลาที่ใช้ ผลที่ต้งใจให้เกิดขึ้น และหน่วยของการวิเคราะห์ประเมินผล ประโยชน์หลักที่จะเกิด และช่องทางการสื่อสารที่จะใช้

ไพร์สลีย์ (Paisley, 1984) ได้ให้นิยามในแง่ นิยามขององค์ประกอบการรณรงค์ซึ่งประกอบด้วยจุดประสงค์ และกระบวนการของการรณรงค์ ซึ่งหมายถึง แนวทางที่จะใช้กิจกรรมที่จะจัดอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนแนวความคิด

วิจิตร อวาทกุล (2534) ได้ให้ความหมายของการรณรงค์ว่า เป็นการดำเนินการเพื่อกระตุ้นมวลชนให้ช่วยแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เพื่อแก้ไขภาวะการณของสังคมให้ดีขึ้น ปลอดภัยขึ้น ดังนั้น การรณรงค์มีลักษณะการดำเนินการอย่างทันทีทันใดในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เน้นความเอิกเกริก เกรียวกราว ครึกโครม เพื่อให้ประชาชนเกิดความตื่นตัว หวาดกลัว ร่าเริงใจ มีกำลังใจ เพื่อให้เป็นความร่วมมือดำเนินการ

ณรงค์ สมพงษ์ (2535) กล่าวว่า การรณรงค์เป็นวิธีที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวาง และต่อเนื่องในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

สำหรับแนวคิดของโรเจอร์ส และคณะ (Rogers, 1978) ก็เน้นที่การจัดเตรียมของกลุ่มของกิจกรรมการสื่อสารไว้ล่วงหน้าก่อน โดยเลือกชนิดของสารเฉพาะอย่างใดอย่างหนึ่ง (Fear or Rational Appeals) ซึ่งปกติแล้วมักจะใช้แนววิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้วยสื่อหลายๆ ชนิด (Multi-Media Approach) โดยการออกแบบ และดำเนินการทั้งโดยองค์กรและหน่วยงานที่ตั้งขึ้นมาเพื่อทำงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ หรือสถาบันที่มีอยู่แล้ว (Hall, 1978 อ้างในชาญชัย เจริญลาภ ดิลก, 2539, หน้า 15-16)

ดังนั้น การให้คำนิยามของคำว่า การรณรงค์ จึงต้องกล่าวถึงลักษณะโดยรวมเด่นๆ ดังต่อไปนี้

1. การรณรงค์เป็นการกระทำที่มีเป้าหมาย (A campaign is purposive) ในการกระทำการรณรงค์ใดๆ ผู้ทำการรณรงค์จะต้องคาดหวังผลตอบกลับที่จะเกิดจากการสื่อสารของตนไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลการตอบรับดังกล่าวนี้ต้องครอบคลุมตั้งแต่ระดับบุคคลขึ้นไปจนถึงระดับสังคมส่วนรวม ผลการตอบรับดังกล่าวนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้รับหรือผู้ส่งก็ได้

2. การรณรงค์จะกลุ่มเป้าหมายไปยังชนกลุ่มใหญ่ (A campaign is aimed at a large Audience) การที่ใช้คำว่า “ชนกลุ่มใหญ่” ก็เพื่อแยกคำว่า การรณรงค์ออกจากการสื่อสารระหว่างกลุ่มย่อยอื่นๆ สำหรับกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์จะถูกกำหนดโดยจุดประสงค์หรือเป้าหมายของการรณรงค์นั้นๆ อย่างไรก็ตาม กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ ก็อาจเป็นได้ตั้งแต่กลุ่มพนักงานเพียง

ไม่ก็ร้อยละของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง ไปจนถึงกลุ่มประชากรทั้งหมดของประเทศใดประเทศหนึ่งได้เช่นกัน

3. การรณรงค์จะต้องกำหนดเวลาหรือช่วงเวลาการรณรงค์ ที่กำหนดอย่างแน่นอนลงไป ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวจะเริ่มตั้งแต่การรณรงค์จนกระทั่งถึงการประเมินผล การสัมฤทธิ์ของการรณรงค์นั้นๆ อย่างไรก็ตาม การรณรงค์บางโครงการมีเป้าหมายที่ต่อเนื่อง เช่น การโฆษณาเครื่องสำอาง ซึ่งข้อความที่ใช้ในการสื่อสารอาจเปลี่ยนแปลงไปเป็นระยะๆ แต่เป้าหมายของการขายก็ยังคงเดิม ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงไปใช้ข้อความใหม่จะถือว่าเป็นการเริ่มการรณรงค์ใหม่ อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาการรณรงค์ อาจะยากที่จะกำหนดลงไปได้ชัดเจนตายตัวในกรณีการรณรงค์ นั้นมีเป้าหมายที่เป็นแบบระยะยาว

4. การรณรงค์ประกอบด้วยชุดของการสื่อสารที่มีการเตรียมการและวางแผนไว้ล่วงหน้า ซึ่งชุดของการสื่อสารดังกล่าว มักถูกจัดเตรียมขึ้นเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายที่สื่อสารกันอยู่ก่อนแล้วไม่เหมาะสม หรือไม่เพียงพอต่อการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้ สื่อหรือกิจกรรมที่ใช้มักใช้กัน อย่างเห็นได้ชัดเจน คือ การใช้สื่อข้อความและการกระจายข้อความนั้น ไปสู่กลุ่มผู้ฟัง ซึ่งความสัมฤทธิ์ผลของการรณรงค์ จะขึ้นอยู่กับว่าวิธีการสื่อสารที่ใช้จะมีการประสานกันดีมากน้อยเพียงใด (ชาญชัย เจริญลาภคิลิก, 2539, หน้า 15-16)

หลักการพื้นฐานของการรณรงค์ ทางสื่อสาร โดยทั่วไปประกอบด้วยกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ 5 ประการ คือ

1. การประเมินความต้องการ (Needs) เป้าประสงค์ (Goals) และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสารเป้าหมาย คือ ในขั้นตอนแรกของการรณรงค์ โดยทั่วไปมักจะเริ่มต้นด้วยการประเมินความต้องการ เป้าหมาย และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสารเป้าหมายเป็นอันดับแรก

2. การวางแผนงานการรณรงค์ และการผลิตสื่ออย่างมีระบบ คือ ในส่วนของการวางแผนงานการรณรงค์ มักประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน ดังนี้

2.1 การวางเป้าประสงค์ทางการสื่อสาร (Communication Goals) เพื่อจะได้เข้าถึงมวลชนจำเป็นต้องมีการวางจุดประสงค์หลักเกี่ยวกับระดับผลกระทบของเนื้อหาสารที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับองค์ประกอบทางองค์ประกอบทางด้านจิตวิทยาบุคคล

2.2 กลยุทธ์ “สาร” (Message Strategy) ข้อมูลข่าวสารเป็นแก่นสาระสำคัญในกระบวนการโน้มน้าวใจ การทำให้บุคคลกลุ่มเป้าหมายเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ด้วยความหวังที่ว่า บุคคลเหล่านั้นจะได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาของสารที่สื่อไปให้ ซึ่งประสิทธิภาพส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับลักษณะการเร้าอารมณ์ที่ใช้ รูปแบบการนำเสนอ ชนิดของสารที่

ต้องการสร้างให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่พึงปรารถนา รวมไปถึงปัจจัยทางด้านผู้ส่งสาร ซึ่งมีอิทธิพลในการกำหนดเนื้อหาเพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติ

หลักเกณฑ์ที่จะวิเคราะห์สาร (Message) ที่ถูกนำเสนอไปจะทำให้เกิดความสำคัญในเรื่องต่อไปนี้

- ความถี่ (Frequency) ความถี่ในการนำเสนอ จะมีผลอย่างมากต่อการเรียนรู้และการโน้มน้าวต่างๆ แม้ว่าบางครั้งเนื้อหาอาจจะไม่น่าสนใจนัก ทั้งนี้ ความถี่ในการนำเสนอจะต้องมีความเหมาะสมพอสมควร มิฉะนั้นแล้วอาจจะเกิดผลในทางตรงกันข้ามได้ ขณะเดียวกันเนื้อหาที่มีการเสนอซ้ำกันบ่อยๆ โดยไม่เปลี่ยนแปลงอาจจะไม่ส่งผลดีนัก ดังนั้น เนื้อหาที่นำเสนอควรจะมี ความหลากหลายและควบคู่กับความถี่ คุณภาพและปริมาณควรจะผสมผสานกันไปกับช่วงเวลาที่น่าสนใจด้วย ดังนั้น ควรพิจารณาถึงช่วงระยะเวลาที่นำเสนอด้วยว่าเป็นเวลาที่ผู้ชมให้ความสนใจหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

- รูปแบบ (Style) รูปแบบที่นำเสนอแบบพื้นๆ ทั่วไปอาจจะไม่ชักจูงใจนัก ดังนั้น การนำเสนอด้วยรูปแบบของละคร (Dramatic) แบบอารมณ์ขัน (Humorous) หรือรูปแบบที่เข้าใจง่ายจะทำให้ที่น่าสนใจกว่า สิ่งสำคัญของรูปแบบเนื้อหาของการณรงค์ คือ การทำให้เรื่องราวต่างๆ สามารถเกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้รับสารหรือเกิดประโยชน์ต่อผู้รับสาร เข้าใจง่ายและน่าสนใจ

- ลักษณะเนื้อหาที่ใช้การกระตุ้นความสนใจ (Content Appeal) ลักษณะของการนำเสนอเพื่อการชักจูงใจหรือโน้มน้าวใจ ด้วยวิธีการนำเสนอด้านเดียว (One-Sided Argument) เหมาะสำหรับเนื้อหาที่มีข้อสรุปตายตัวอยู่แล้ว และการนำเสนอเนื้อหาสองด้าน (Two-Sided Argument) เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่มีการโต้แย้งทางความคิดเกิดขึ้น วิธีการเหมาะสำหรับผู้ชมที่ค่อนข้างจะมีการศึกษาและมีท่าทีที่จะโต้แย้งต่อข้อมูลได้ง่าย (Lumsdaine and Janis, 1953, Sawyer, 1973 อ้างอิงในชาญชัย เจริญลาภคิลก, 2539, หน้า 15-16) หรือผู้รับสารที่ค่อนข้างจะเป็นคนขี้สงสัยและเกรงว่าข้อมูลที่นำเสนอจะเป็นการโฆษณาชวนเชื่อ

2.3 ช่องทางการแพร่กระจายสาร (Message Distribution) รูปแบบหนึ่งของการแพร่กระจายสารที่นิยมใช้ในการณรงค์ คือ การสื่อสารเพื่องานเฉพาะกิจ เพราะเป็นการสื่อสารที่อาศัยสื่อต่างๆ มากมายหลายชนิดนำมาใช้ในคราวเดียวกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามกิจนั้นๆ เช่น ต้องการให้ความรู้แก่ผู้รับสารเป้าหมายเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือการชักจูงใจให้ยอมรับในสิ่งใหม่หรือกระตุ้นให้เกิดความคิดเห็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือต้องการให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การใช้สื่อหลากหลายรูปแบบร่วมกัน อาจมีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันไป แต่เมื่อเอาส่วนดีของสื่อแต่ละชนิดมาใช้ร่วมกันแล้วก็จะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ทางการสื่อสารที่สูงที่สุดได้

3. การประเมินผลอย่างต่อเนื่อง คือ ในการรณรงค์อะไรก็แล้วแต่จำเป็นต้องมีการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่การประเมินผลก่อนการเริ่มทำการรณรงค์ ในระหว่างการรณรงค์ และหลังจากดำเนินกิจกรรมการรณรงค์เสร็จสิ้นไปแล้วเพื่อประเมินความสำเร็จ หรือข้อผิดพลาดในการรณรงค์ ในช่วงเวลาต่างๆ ได้ เพื่อนำผลจากการประเมินเหล่านั้นมาหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้มีประสิทธิภาพได้มากที่สุด

4. บทบาทเสริมของสื่อมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคล ถือเป็นเรื่องอีกเรื่องหนึ่งสำหรับการรณรงค์ ซึ่งต้องอาศัยบทบาทเสริมของสื่อมวลชนในการเป็นสื่อกลางที่สำคัญในการสื่อสารกิจกรรมต่างๆ ในการรณรงค์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

5. การเลือกสรรสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย นับเป็นเรื่องจำเป็นอีกขั้นตอนหนึ่งของการรณรงค์ เพื่อให้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายมีประสิทธิภาพสูงที่สุด เพราะการเลือกสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้กลุ่มเป้าหมายได้รับสาร ได้เต็มที่มากขึ้น หากผู้รับสารตัดสินใจเลือกสื่อที่ไม่เหมาะสมก็อาจทำให้การรณรงค์ครั้งนั้นล้มเหลวได้ (ชาญชัย เจริญลาภดิลก, 2539, หน้า 15-20)

ดังนั้นในการรณรงค์โครงการต่างๆนั้นจะต้องมีการวางแผนอย่างละเอียดรอบคอบ และเป็นขั้นตอนอย่างมีระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อย่างไรก็ตามการรณรงค์นั้นต้องอาศัยสื่อเป็นเครื่องมือ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง ตลอดจนมีจิตสำนึกที่ดี และเกิดความร่วมมือ โดยการเข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการ นอกจากนั้นในการรณรงค์ จะต้องมีการประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อจะได้ทราบถึงความสำเร็จของโครงการ เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อใช้ในการรณรงค์ในครั้งต่อไป

จากแนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์การสื่อสารในด้านเนื้อหาของสาร รูปแบบ ความถี่ ลักษณะเนื้อหาที่ใช้กระตุ้นความสนใจ การออกแบบ มีผลต่อประสิทธิผลในความสำเร็จของโครงการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัยครั้งนี้

ตอนที่ 5 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัย 4 แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัย 4 เหล่านั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตน และเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นๆ ในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของ

กระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่างๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว (ยุพดี ฐิติกุลเจริญ, 2537, หน้า 3)

ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบัน ได้ดียิ่งขึ้น ดังที่ชาร์ลส์ เค. อัทกิน (Charles K. Atkin, 1973, p. 208) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจาช่องทางต่างๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกลดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2533, หน้า 46-47)

การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคล ว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

โจเซฟ ที. แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960, pp. 19-25) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกั้นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่

แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทักษะคิด ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคิด ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกดี ทักษะคิด ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

Mcleod and O' Keefee (1972 อ้างใน ประภาพรณ ลิมสุขศิริ, 2543, หน้า 18) กล่าวถึง การวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการวิจัยนั้น ตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่างคือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ (Time spent with a media)
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

(Frequency of use of various media content categories)

นอกจากนี้ Mcleod and O' Keefee ยังกล่าวด้วยการวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียที่ว่าคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่และการสื่อใกล้ตัว (Availability of medium)

ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยาและมักไม่ได้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชนโดยใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะอย่างเจาะจงในเนื้อหา เช่น การวัดความถี่ของการอ่านข่าวที่มีเนื้อหาหนักในหนังสือพิมพ์ ความถี่ของการชมรายการโทรทัศน์และความถี่ในการรับฟังรายการวิทยุ เป็นต้น ดังนั้น อาจสรุปได้

ว่าการเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา ช่วงเวลารวมไปถึงจำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วย

ส่วน ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2531) มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการ เปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้าน โครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสารเชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1973, pp. 121-122) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร
5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมกรการเปิดรับสารแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทักษะคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

จากแนวความคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ปัจจัยสำคัญในการประกอบการตัดสินใจของบุคคล คือ ข้อมูลข่าวสารที่มาจากสื่อ ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด บุคคลย่อมต้องการข้อมูลข่าวสารจากสื่อมากขึ้นเท่านั้น แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อเฉพาะเรื่องที่ทำให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจากปัจจุบันมีข้อมูลข่าวสารจากสื่อมากเกินไป ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับที่แตกต่างกัน ตามลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้มีพฤติกรรมในการเปิดรับที่แตกต่างกันด้วย จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ ผู้วิจัยได้นำมาเป็นกรอบความคิดในการศึกษาวิจัย เพื่อชี้ให้เห็นถึงพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสารจากโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ว่าประชาชนส่วนใหญ่มีการเลือกรับรูปแบบข่าวสารจากโครงการผ่านสื่อใด รวมถึงความถี่ที่ได้รับข่าวสารจากโครงการเป็นอย่างไร

ตอนที่ 6 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP)

แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม บางครั้งเรียกว่าแบบจำลอง KAP เป็นการให้ความรู้ เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติอันจะนำไปสู่พฤติกรรม ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไป จากการรับสารนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้นก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสาร หรือ สื่อมวลชนว่าเป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสชนะเสถียร, 2533, หน้า 118)

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้

ความรู้ (Knowledge) ในที่นี้เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านทางประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้สักจึงเป็นความจำที่เลือกสรรที่ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตาม ความรู้ก็อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ โดยนิยาม ความรู้ หมายถึง การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง รูปแบบ วิธีการ กฎเกณฑ์ แนวปฏิบัติ สิ่งของ เหตุการณ์ หรือบุคคล

ที่ได้จากการสังเกตการณ์ ประสบการณ์หรือจากสื่อต่างๆ ประกอบกัน (สุพงษ์ โสชนะเสถียร, 2523, หน้า 120)

แพททริก เมียร์ดีธ (Patrick Meredith) กล่าวว่า ความรู้ (knowledge) จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 อย่าง คือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) เนื่องจากความรู้เป็นการที่เราสามารถจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจแล้ว

ความรู้ในความหมายต่างๆ ที่นักวิชาการได้ให้คำจำกัดความไว้หลายประการ เบคฮาร์ด เอช มาร์ค (Beckhard H. Mark) กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง ความสามารถของผู้เรียนที่จะรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ โดยแบ่งเป็นความรู้ต่อสถานการณ์ หรือความรู้ระดับกว้าง

ความรู้จึงเป็นความสามารถในการให้วิธีเท็จจริง (Facts) หรือ ความคิด (Idea) ความหยั่งรู้หยั่งเห็น (Insight) หรือสามารถเชื่อมโยงความคิดเข้ากับเหตุการณ์

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good, 1973, p. 325 อ้างใน โสภิตสุดา มงคลเกษม, 2539, หน้า 42) กล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (truth) เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่างๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลควรจะต้องรู้เรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้น เพื่อประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริง หรือข้อมูลต่างๆ ที่สนับสนุนและให้คำตอบข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ชี้แจงให้บุคคลเกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่างๆ ด้วย

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) กล่าวว่า ความรู้ เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้อาจจะโดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็นหรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom, 1967, p. 271) ได้ให้ความหมายของความรู้ว่า ความรู้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงเฉพาะเรื่องหรือเรื่องต่างๆ ไป ระลึกถึงวิธี กระบวนการ หรือสถานการณ์ต่างๆ โดยเน้นความจำ

ความรู้ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำและการระลึกถึงเหตุการณ์หรือ ประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งออกเป็น

1.1 ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาโดยเฉพาะ

1.2 ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

1.3 ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิดและโครงสร้าง

ความเข้าใจทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญาและทักษะเบื้องต้นแบ่งออกเป็น การแปลความคือการแปลจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่ง โดยรักษาความหมายได้ถูกต้อง การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินค่า

เบอร์กูน (Burgoon, 1974, p. 64) และ ริเวอร์, ปีเตอร์สัน และ เจนเซิน (River, Peterson and Jensen 1971: 283 อ้างถึงใน ประมว สตะเวทิน, 2540, หน้า 116-117) ได้กล่าวถึง การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) ว่าเป็นลักษณะ อีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สีกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการ ที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดี จะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวาง ในหลายเรื่องมีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้ มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่อ อะไรง่ายๆ

การเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตาม ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สีกนึกคิด ซึ่งเชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั่นเอง รวมไปถึงประสบการณ์และลักษณะทางประชากร (การศึกษา เพศ อายุ ฯลฯ) ของแต่ละคนที่เป็นผู้รับข่าวสาร ถ้าประกอบกับการที่บุคคล มีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น มีการศึกษา มีการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับกฏจราจรก็มีโอกาสที่จะมีความรู้ในเรื่องนี้ และสามารถเชื่อมโยงความรู้นั้นเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ สามารถระลึกได้ รวบรวมสาระสำคัญเกี่ยวกับ กฏจราจร รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวมทั้งประเมินผลได้ ต่อไป และเมื่อประชาชน เกิดความรู้เกี่ยวกับ กฏจราจร ไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม สิ่งที่เกิดตามมาคือ ทักษะคิด ความคิดเห็นในลักษณะต่างๆ (ดราวารรณ ศรีสุกใส, 2542, หน้า 41)

การประเมินผลด้านความรู้ หมายถึง การประเมินการเปลี่ยนแปลงความรู้เดิมในเนื้อหา และทักษะในการใช้เนื้อหาความรู้ เบนจามิน บี บลูม (Benjamin B. Bloom, 1971) และคณะ ได้จำแนกระดับความรู้ไว้ 6 ระดับ ดังนี้

1. ระดับที่ระลึกได้ (Recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จำเฉพาะเรื่องวิธีปฏิบัติ กระบวนการ และแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้ คือ ความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำออกมาได้

2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehensive) หมายถึง บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถเขียนข้อความเหล่านั้นได้ด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมาย แปลความ และเปรียบเทียบความคิดอื่น ๆ หรือ คาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้

3. ระดับการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริง และความคิดที่เป็นนามธรรม (Abstract) ปฏิบัติจริงอย่างเป็นรูปธรรม
4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกส่วนเป็นประเภท หรือการนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง
5. ระดับของการสังเคราะห์ (Synthesis) คือการนำเอาข้อมูล แนวความคิด มาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างจากเดิม
6. ระดับของการประเมินผล (Evaluate) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมผล และวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ตั้งข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

ดังนั้น เมื่อประชาชนได้รับชม รับฟังข้อมูลข่าวสาร เพื่อจงใจให้เห็นถึงประโยชน์ หลักการ ข้อมูลต่างเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ก็จะเกิดความเข้าใจ และจดจำในเนื้อหาเหล่านั้น ด้วยเหตุนี้ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นความรู้ให้เข้าถึงประชาชน อาจจำเป็นต้องใช้ทั้งสื่อมวลชน เข้ามาเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ซึ่งการขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการนั้น อาจส่งผลให้เกิดทัศนคติที่ไม่ดี และไม่เห็นด้วยที่จะเกิดพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในแนวทางที่โครงการ 7 สี ปันรักให้โลกได้วางแนวทางไว้

แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ศิริวรรณ เจริญรัตน์ (2542) ได้ให้ความหมายว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกนึกคิด ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่ง กระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ โดยมีองค์ประกอบในการเกิดทัศนคติ 3 ส่วน คือ (1) ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) (2) ส่วนของความรู้สึก (Affective component) (3) ส่วนของพฤติกรรม (Behavioral component)

เสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า คำว่า Attitude ภาษาไทยมีคำหลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ท่าที ความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราก็จะปฏิบัติออกมาในเชิงบวก แต่ ถ้าเรามีความรู้สึกในเชิงลบ เราก็ปฏิบัติออกมาในเชิงลบ ทัศนคติจึงมีลักษณะ

1. ทัศนคติเชิงบวก (Positive Attitude) การปฏิบัติออกมาในเชิงบวก (Act Positive)
2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative Attitude) การปฏิบัติออกมาในเชิงลบ (Act Negative)

แมคโดนัลด์ (McDonald, 1959, หน้า 564) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทักษะคือ แนวโน้ม
 เอียงที่จะแสดงพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง หรือความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมในทางใดทาง
 หนึ่ง

เคนต์เคอร์ (Kendler, 1963, หน้า 572) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทักษะคือ ภาวะความ
 พร้อมของแต่ละบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมในทางสนับสนุน หรือต่อต้านสภาพการณ์บางอย่าง ต่อ
 บุคคลหรือสถาบันหรือแนวคิดบางอย่าง

ธงชัย สันติวงษ์ (2537, หน้า 161-162) กล่าวว่า ทักษะคือเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในตัว
 บุคคล เป็นการจัดระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่ง
 หนึ่งเสมอ การจัดระเบียบดังกล่าวจะมีลักษณะที่รวมตัวขึ้นหลังจากที่ได้มีการประเมินเป็นแนวโน้ม
 ไปในทางใดทางหนึ่งเสมอ ถ้าเราสังเกตดูจะเห็นว่ามนุษย์ทุกคนที่ใช้ชีวิตผ่านไปวันต่อวันนั้นทุกคน
 จะเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ และเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่นๆ เสมอ และเขาจะมีกลไกอันหนึ่งที่จะทำการ
 ประเมินทุกสิ่งทุกอย่างตลอดเวลา ทุกคนจะมีระเบียบและแนวความคิดและความเชื่อต่อทุกสิ่ง
 เป็นไปได้ในทางหนึ่งทางใดในสองทางเสมอ คือดีและไม่ดี ชอบและไม่ชอบ รักและเกลียด กล่าว
 อีกนัยหนึ่งก็คือ คนทุกคนในโลกนี้จะไม่มีใครที่มีใจเป็นกลางเป็นพระอิฐพระปูนและเห็นทุกอย่าง

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, หน้า 122) (อ้างอิงจาก Roger, 1978, pp. 208-209) ได้
 กล่าวถึง ทักษะคือว่าเป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม
 ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทักษะนั้นไม่มีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรม ใน
 อนาคตได้ ทักษะคือจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและเป็นมิติของการประเมิน
 เพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal
 Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

โรเซนเบิร์ก และฮอฟแลนด์ (Rosenberg & Hovland, 1960, p. 1) ได้ให้ความหมายของ
 ทักษะคือไว้ว่า ทักษะคือโดยปกติสามารถ นิยามว่า เป็นการจูงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่าง
 เฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น เกลเดอร์ (Howard H. Kendler, 1963, p. 572) กล่าวว่าทักษะคือ
 หมายถึง ภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุนหรือต่อต้าน
 บุคคล สถาบัน สถานการณ์หรือแนวความคิด คาร์เตอร์ วี. กูด (Carter V. Good, 1959, p. 48) ให้คำ
 จำกัดไว้ว่า ทักษะคือคือความพร้อม ที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็นการสนับสนุน
 หรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคล หรือสิ่งใด ๆ

นิวคอมบ์ (Newcomb, 1854, p. 128) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทักษะคือ ซึ่งมีอยู่ในเฉพาะคน
 นั้น ขึ้นกับสิ่งแวดล้อมอาจแสดงออกในพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะชอบ

หรือพึงพอใจซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิดความรักใคร่ อยากร่วมใจกันนั้นๆ หรืออีกลักษณะหนึ่งแสดงออกในรูปความไม่พอใจ เกลียดชังไม่อยากร่วมใจกัน

นอร์แมน แอล มูน (Norman L. Munn, 1971, p. 71) กล่าวว่าทัศนคติ คือ ความรู้สึก และความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของบุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกัน

จี เมอร์ฟี , แอล เมอร์ฟี และ ที นิวคอมบ์ (G. Murphy, L. Murphy; & T. Newcomb, 1973, p. 887) ให้ความหมายของคำว่า ทัศนคติ หมายถึง ความชอบ หรือไม่ชอบ พึงใจ หรือไม่พึงใจ ที่บุคคลแสดงออกมาต่อสิ่งต่าง ๆ

เดโช สวานานนท์ (2512) กล่าวถึง ทัศนคติ ว่าเป็นบุคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้ เปลี่ยนแปลงได้ และเป็นแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ

ศักดิ์ สุนทรเสณี (2531) กล่าวถึง ทัศนคติจะเชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของบุคคลว่า ทัศนคติ หมายถึง

1. ความสลับซับซ้อนของความรู้สึกหรือการมีอคติของบุคคลในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตามประสบการณ์ของบุคคลนั้นที่ได้รับมา
2. ความโน้มเอียงที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือต่อต้านสิ่งแวดล้อมที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด
3. ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัวหรือความพร้อมที่จะตอบสนอง จากคำจำกัดความต่างๆ เหล่านี้ จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญดังนี้คือ

3.1 ความรู้สึกภายใน

3.2 ความพร้อม หรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทัศนคติ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรู้ของบุคคลกับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมได้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้น โดยสรุปทัศนคติเป็นเรื่องของจิตใจ ทำให้ ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับรายการกรองสถานการณ์ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ ทัศนคติมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมาจะเห็นได้ว่า ทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม

นอกจากนั้น ซิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo; & Ebbesen , 1970 อ้างอิงจาก พรทิพย์ บุญนิพัทธ์, 2531, หน้า 49) สามารถแยกองค์ประกอบของ ทัศนคติ ได้ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่า สิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

จะเห็นได้ว่า การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้น ส่วนประกอบทาง ด้านความคิด หรือ ความรู้ ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้

การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

กอร์ดอน อัลพอร์ต (Gordon Allport, p. 1975) ได้ให้ความเห็นเรื่อง ทัศนคติ ว่าอาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ เด็กเกิดใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับ วัฒนธรรม และประเพณีจากบิดามารดา ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่แล้วรับมาปฏิบัติตามต่อไป
2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่ กับเด็กจะมีการกระทำที่แตกต่างกัน
3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนมีทัศนคติไม่ดีต่อครู เพราะเคยตำหนิตนแต่บางคนมีทัศนคติที่ดีต่อครูคนเดียวกันนั้น เพราะเคยชมตนเสมอ
4. เกิดจากการเลียนแบบหรือรับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจรับทัศนคติของบิดามารดา หรือ ครูที่ตนนิยมชมชอบมาเป็นทัศนคติของตนได้

เครช และ ครัทซ์ฟิลด์ (Krech; & Crutchfield, 1948) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติ อาจเกิดขึ้นจาก

1. การตอบสนองความต้องการของบุคคล นั้นคือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. การได้เรียนรู้ความจริงต่างๆ อาจโดยการอ่าน หรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้ ฉะนั้น บางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่น จากการฟังคำติฉินที่ใครๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้

3. การเข้าไปเป็นสมาชิก หรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอาทัศนคติของกลุ่มมาเป็นของตน หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนเกินไป

4. ทัศนคติ ส่วนสำคัญกับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย คือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงข้าม คือ มักมองว่ามีคนคอยจิกจิกหรือคิดร้ายต่างๆ ต่อตน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) กล่าวถึงการเกิด ทัศนคติ ว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิด จากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่อยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญคือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่จะเกิดทัศนคติต่อการกระทำต่างๆ ตามที่เคยรับรู้มา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบการแสดงท่าชอบ หรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

การก่อตัวของทัศนคติ (The Formation of Attitude)

ชงชัย สันติวงษ์ (2539) กล่าวว่า ทัศนคติก่อตัวเกิดขึ้นมา และเปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากปัจจัยหลายประการด้วยกัน คือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation) ทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการ หรือแรงผลักดันทางร่างกาย ตัวบุคคลจะสร้างทัศนคติ ที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของ ที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้

2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทักษะคิด จะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสาร ที่ได้รับรวมทั้งลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสาร ด้วย กลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็น และเข้าใจปัญหาต่างๆ (Selective Perception) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิด และสร้างเป็น ทักษะคิด ขึ้นมาได้

3. การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทักษะคิดบางอย่างอาจมาจากกลุ่มต่างๆ ที่บุคคลเกี่ยวข้องกับอยู่ทั้งโดยตรงและทางอ้อม เช่น ครอบครัว วัด กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา กลุ่มสังคมต่างๆ โดยกลุ่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่างๆ แต่ยังมีการถ่ายทอดข้อมูลให้แก่บุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้างทักษะคิดขึ้นได้ โดยเฉพาะครอบครัวและกลุ่มเพื่อนร่วมงานเป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด (Primary Group) ที่จะเป็แหล่งสร้างทักษะคิดให้แก่บุคคลได้

4. ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของ ย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่างๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มาจนกลายเป็นทักษะคิดได้

5. ลักษณะท่าทาง (Personality) ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้างทักษะคิดให้กับตัวบุคคลปัจจัยต่างๆ ของการก่อตัวของทักษะคิด เท่าที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ในความเป็นจริงจะมีได้มีการเรียงลำดับตามความสำคัญแต่อย่างไรเลย ทั้งนี้เพราะปัจจัยแต่ละทางเหล่านี้ตัวไหนจะมีความสำคัญต่อการก่อตัวของทักษะคิดมากหรือน้อยย่อมสุดแล้วแต่ว่าการพิจารณาสร้างทักษะคิดต่อสิ่งดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยใดมากที่สุด

ประเภทของทักษะคิด

1. ทักษะคิดทางเชิงบวก เป็นทักษะคิดที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกมีความรู้สึก หรืออารมณ์ จากสภาพจิตใจโต้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งรวมทั้งหน่วยงานองค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่นๆ

2. ทักษะคิดทางลบหรือไม่ดี คือ ทักษะคิดที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสียไม่ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใด บุคคลหนึ่งเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงานองค์กร สถาบัน และการดำเนิน กิจการขององค์กร และอื่นๆ เช่น พนักงาน เจ้าหน้าที่บางคน อาจมีทักษะคิดเชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดอคติขึ้น ในจิตใจของเขาจนพยายามประพฤติ และปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ

3. ทักษะคิด ที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมีทักษะคิดนิ่งเฉยอย่าง ไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหาใดได้เพียงเรื่องกฎระเบียบว่าด้วยเครื่องแบบของนักศึกษา

ทัศนคติ ทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียวหรือหลายประการก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

เซอร์เบริท ซี. เคลแมน (Herbert C. Kelman, Compliance, 1967, p. 469) ได้อธิบายถึง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยมีความเชื่อว่าทัศนคติอย่างเดียวกันอาจเกิดในตัวบุคคลด้วยวิธีที่ต่างกัน จากความคิดนี้ เซอร์เบริท ได้แบ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติออกเป็น 3 ประการ คือ

1. การยินยอม (Compliance) จะเกิดได้เมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวเขาและมุ่งหวังจะได้รับ ความพอใจจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่บุคคลยอมรับกระทำตามสิ่งที่ยอยากให้เขากระทำนั้น ไม่ใช่เพราะบุคคลเห็นด้วยกับสิ่งนั้นแต่เป็นเพราะเขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัล หรือการยอมรับจากผู้อื่นในการเห็นด้วยและกระทำตาม ดังนั้น ความพอใจที่ได้รับจากการยอมรับกระทำตามนั้นเป็นผลมาจากอิทธิพลทางสังคมหรืออิทธิพลของสิ่งที่ก่อให้เกิดการยอมรับนั้น กล่าวได้ว่าการยอมรับกระทำตามนี้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งจะมีพลังผลักดันให้บุคคลยอมรับ กระทำตามมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับจำนวนหรือ ความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ

2. การเลียนแบบ (Identification) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งการยอมรับนี้เป็นผลมาจากการที่บุคคลต้องการจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดีหรือที่พอใจระหว่างตนเองกับผู้อื่น หรือกลุ่มบุคคลอื่นจากการเลียนแบบนี้ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเลียนแบบ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการเลียนแบบเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

3. ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่าซึ่งตรงกับ ความต้องการภายในค่านิยมของเขาพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่เดิม ความพึงพอใจที่ได้จะขึ้นอยู่กับเนื้อหาสาระละเอียดของพฤติกรรมนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ถ้าความคิดความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าจะในระดับใดก็ตามจะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้ องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจน ช่องทางในการสื่อสาร ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น นอกจากนี้ทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้วแม้จะคงทน แต่ก็ยังสามารถเปลี่ยนได้โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข่าวสาร การชวนเชื่อและสิ่งต่างๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับค่านิยมของบุคคลนั้น นอกจากนี้อาจเกิดจากการยอมรับโดยการบังคับ เช่น กฎหมาย ข้อบังคับ

การเปลี่ยนทัศนคติ

การเปลี่ยน ทัศนคติ มี 2 ชนิด คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวกด้วย และทัศนคติที่เป็นไปในทางลบก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย

2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนทัศนคติ เดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะลดลงไปในทางลบ และถ้าเป็นไปในทางลบ ก็จะกลับเป็นไปในทางบวก

เมื่อพิจารณาแหล่งที่มาของทัศนคติแล้ว จะเห็นว่าองค์ประกอบสำคัญที่เชื่อมโยงให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่างการสื่อสารกับผู้อื่นสิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือความเกี่ยวข้องกับสถาบันก็มักจะมีการทัศนคติเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะ โรเจอร์ส (Rogers, 1973) กล่าวว่า การ สื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการ คือ

1. การสื่อสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร
2. การสื่อสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร
3. การสื่อสาร ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร

การแสดงพฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประการนี้จะเกิดในลักษณะต่อเนื่องกัน กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งจะก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับเรื่องนั้น และการเกิดความรู้ความเข้าใจนี้ มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อเรื่องนั้นและสุดท้าย ก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้นๆ ตามมา

ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม (Attitude and Behavior)

ทัศนคติกับพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ มีผลซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ทัศนคติมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล ในขณะที่เดียวกันการแสดงพฤติกรรมของบุคคลก็มีผลต่อทัศนคติของบุคคลด้วยอย่างไรก็ตาม ทัศนคติเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้เกิดพฤติกรรม ทั้งนี้เพราะ เทรียนดิส (Triandis, 1971) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคล เป็นผลมาจาก ทัศนคติ บรรทัดฐาน ของสังคม นิสัย และผลที่คาด

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการสื่อสาร (Attitude Change: Communication)

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) กล่าวว่าทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้ เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธีอาจโดยการได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นหรือจากสื่อต่างๆ ข้อมูลข่าวสาร ที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของ การรับรู้เชิงแนวคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบส่วนอื่น จะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย กล่าวคือ เมื่อองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของ การรับรู้เชิง

แนวคิดเปลี่ยนแปลงจะทำให้องค์ประกอบในส่วนของอารมณ์ (Affective Component) และองค์ประกอบในส่วนของพฤติกรรม (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงด้วยการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยใช้อิทธิพลทางสังคม (Attitude Change: Social Influence)

อิทธิพลทางสังคมมีผลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจ เพราะในขณะที่ตัดสินใจย่อมมีกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่บุคคลในครอบครัวญาติพี่น้องและเพื่อนฝูง เป็นต้น

จากแนวคิดที่ได้กล่าวมาแล้วทั้งหมด ทำให้ทราบถึงการเกิดและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทราบว่าทัศนคติสามารถส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในด้านต่างๆ ได้ สำหรับในงานวิจัยครั้งนี้ จะทำให้ทราบว่ากลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก อย่างไร และความรู้ที่ได้รับเกี่ยวกับโครงการจะมีความแตกต่างกับทัศนคติต่อโครงการหรือไม่ รวมถึงทัศนคติของกลุ่มเป้าหมายมีผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ 7 สี ปันรัก ให้โลก หรือไม่ อย่างไร

แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Practice)

พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติแตกต่างกัน ความแตกต่างกันของความรู้และทัศนคติเกิดขึ้นเพราะความแตกต่างในการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ต่างกันอันมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยทั่วไปการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวพฤติกรรมนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ทุกวัน (สุรพงษ์ โสชนะเสถียร, 2533 อ้างถึงใน อัญชิสา สรรพาวิตร, 2544, หน้า 46)

โดยปกติการแสดงออกของแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับพื้นฐานความรู้ ทัศนคติ และประสบการณ์ที่ต่างกัน ซึ่งการแสดงออกเหล่านี้ เรียกว่า “พฤติกรรม (Behavior)” เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยใช้วิธีการสื่อสารโน้มน้าวพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นไปตามมุ่งหวังในทางใดทางหนึ่ง เนื่องจากทั้งความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงต่อกัน จึงสามารถเปลี่ยนแปลงพื้นฐานของสิ่งหนึ่งโยงไปสู่อีกสิ่งหนึ่งได้ โดยผลของการโน้มน้าวจะก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)

ในการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม เป็นสิ่งที่สามารถทำให้เกิดขึ้นได้ในทุกระดับของสังคม หากเราใช้กระบวนการโน้มน้าว หรือผลักดันอย่างถูกวิธี โดยให้เกิดความสอดคล้อง ต่อเนื่อง และเกิดความขัดแย้งน้อยที่สุด โดยรูปแบบของการสื่อสารมวลชน หรือสื่อบุคคลที่สามารถเข้าถึงได้มากที่สุดในกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

โรเซนเบิร์ก และ โฮฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland, 1960 อ้างใน อัญชิตา สรรพาวัตร, 2544, หน้า 47) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม (Behavior) เป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สามารถสังเกตได้ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก แต่หากผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้ หรือการรับรู้ได้ การเปลี่ยนแปลงนี้จะเป็นพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในภายหน้าได้ เมื่อรับสารที่โน้มน้าวใจต่อไป

ยังมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในเรื่องความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมที่น่าสนใจ คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (Theories of Attitude and Behavior Change) ซึ่งกล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจดี ทศนคติ ก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้งสามอย่างนี้ให้เชื่อมโยงต่อกัน ฉะนั้นในการที่จะให้มีการยอมรับปฏิบัติในสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติเสียก่อน โดยให้ความรู้

แต่โรเจอร์ (Rogers, 1971, pp. 288-289 อ้างใน อุทัยวรรณ โกศลวัฒน์, 2539 หน้า 24) ได้อธิบายว่า ทัศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่ได้สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติเกิดขึ้นแล้ว และมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตามทัศนคตินั้นๆ ก็ตาม แต่พฤติกรรมอาจจะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะบางกรณีอาจเกิด KAP – gap (ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ) ขึ้นได้ กล่าวคือ โดยทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติเช่นไร จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่นั้นคือ K (Knowledge) A (Attitude) P (Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องกัน แต่จะไม่เกิดขึ้นในทุกกรณีไป ซึ่งในการปิดช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ โรเจอร์ (Roger, 1983) ได้เสนอวิธีแก้ไข 4 ประการ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการหรือ โครงการให้มากขึ้น เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริงถึงวิธีการปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่อยู่นั้น
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ โดยการใช้สื่อบุคคล เช่น เจ้าหน้าที่ส่งเสริม หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรที่รับผิดชอบในการเผยแพร่กิจกรรมนั้นๆ ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับการปฏิบัติในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นการจูงใจแก่บุคคลอื่นๆ ที่ยังไม่ยอมรับ ซึ่งอาจจะรวมทั้งการใช้สื่อมวลชนเข้ามาช่วยทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารนี้ออกไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ โดยใช้สื่อบุคคล หรือผู้นำทางความคิดเข้าไปเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อนฝูงเพื่อโน้มน้าวใจให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรม (Practice) เป็นการกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมต่างกันก็เนื่องมาจากมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน

การนำแนวคิดความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมาใช้ในการวิจัย เนื่องจากโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกนั้น เป็นโครงการที่กระตุ้นเตือนให้คนไทย หันมาใส่ใจกับปัญหาภาวะโลกร้อน โดยมุ่งหวังให้ความรู้ถึงแนวทางการลดภาวะโลกร้อนผ่าน 4 แนวทาง ได้แก่ รัศมีน้ำ รัศมีต้นไม้ รัศมีอากาศ และรัศมีพลังงาน ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย วัตถุประสงค์แตกต่างระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครนั้นมีพฤติกรรมอย่างไร

ตอนที่ 8 แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่ประชาชนหรือชุมชนหนึ่งๆ ได้พัฒนาความสามารถในการจัดการ และควบคุมการใช้ทรัพยากรของตน และปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคม เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างเต็มที่ และเหมาะสม ไม่ก่อให้เกิดปัญหาต่อตนเองและสังคม ซึ่งในการมีส่วนร่วมนี้ได้พัฒนาการรับรู้ และข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งแสดงออกมาใช้เชิงของการตัดสินใจ ในการแสดงพฤติกรรมและกำหนดรูปแบบและวิถีชีวิตของตนเอง

องค์การสหประชาชาติ (2542) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการในการพัฒนาไว้ว่า คือ การเข้าร่วมกิจกรรมอย่างกระตือรือร้น และมีพลังของประชาชนในระดับต่างๆ คือ

1. ในกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคมและการจัดสรรทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้
 2. ในการเข้าร่วมปฏิบัติตามแผนการหรือโครงการในรูปแบบต่างๆ ด้วยความสมัครใจ
- ในทางสังคมวิทยา (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2523) กล่าวถึง “การมีส่วนร่วม” หมายถึง พฤติกรรม หรือการกระทำอันประกอบไปด้วย การร่วมและการสมยอมในการประพฤติปฏิบัติตามพฤติกรรมที่เป็นที่คาดหวังของกลุ่ม ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ดังนั้น การมีส่วนร่วมในความหมายนี้ คือ การที่ประชาชนก่อให้เกิดสิ่งต่างๆ ร่วมกันนั่นเอง

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (อ้างในทวีทอง หงส์วิวัฒน์, 2527, หน้า 183) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า หมายถึง ความเกี่ยวข้องทางด้านอารมณ์ และจิตใจของบุคคล ในสถานการณ์

กลุ่ม ซึ่งผลในการเกี่ยวข้องดังกล่าวนี้เองที่เป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการบรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่ม ทั้งทำให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มด้วย

Philippe Encyclopedia of Social Work (1996) ได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การแบ่งสรรอำนาจในการที่จะกำหนดรูปแบบนโยบายและการตัดสินใจ ในการที่จะกำหนดหรือจัดสรรทรัพยากรซึ่งจะไม่สามารถกระทำได้โดยเด็ดขาด ความเข้าใจร่วมกันในจิตสำนึก และการประสานงานกันโดยการร่วมมือกันของบุคคลที่ส่วนใหญ่แสดงออกมา โดยผ่านกลุ่มที่เป็นตัวแทน ในการกำหนด และหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ซึ่งในขณะนี้จะทำให้บุคคลและกลุ่มสามารถที่จะทำการตัดสินใจในสิ่งที่กระทบต่อชีวิตของเขาได้

จากความหมายของคำว่า “การมีส่วนร่วม” ที่กล่าวมานั้น ทำให้สามารถที่จะมองการมีส่วนร่วม ว่าประกอบไปด้วยปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. การกระทำการให้ เมื่อผู้ที่มีส่วนร่วมมีความเกี่ยวข้องทั้งทางด้านการกระทำและจิตใจแล้ว ก็เปรียบเสมือนเป็นการเปิดโอกาสให้เขาได้แสดงความคิดเห็นริเริ่ม เพื่อที่จะกระทำการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม (Group goal) ดังนั้น การมีส่วนร่วมจึงเป็นมากกว่าการที่กระทำตามคำสั่งเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นการกระทำโดยปราศจากการยินยอมพร้อมใจและสร้างสรรค์ความคิดใหม่ๆ การมีส่วนร่วมจึงเป็นความสัมพันธ์ทางอารมณ์และจิตใจแบบ “บุคคลวิถี” คือ มีการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง มีทั้งไปและกลับระหว่างกลุ่มและบุคคล

2. การมีส่วนร่วมรับผิดชอบ เมื่อเกิดการเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ อารมณ์ และมีส่วนในการกระทำการให้แก่สถานการณ์ใดๆ ของกลุ่มนั้นแล้ว ผู้มีส่วนร่วมจะเกิดความรู้สึกรับผิดชอบร่วมกับกลุ่มนั้นด้วย เพราะการมีส่วนร่วมนั้นเป็นกระบวนการรูปแบบหนึ่งของสังคมในการที่บุคคลได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่ม และต้องการที่จะเห็นผลสำเร็จของการกระทำนั้นๆ ด้วย

3. การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ ซึ่งเป็นการเกี่ยวข้องทั้งทางร่างกายและจิตใจ มิใช่เฉพาะแต่ด้านออกก่าลังกาย หรือทักษะแต่เพียงอย่างเดียว กล่าวคือ ผู้มีส่วนร่วมและมีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านอารมณ์และจิตใจ มิใช่เฉพาะเพียงการกระทำเท่านั้น

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า “การมีส่วนร่วม” หมายถึง การกระทำกิจกรรมใดๆ ร่วมกันกับกลุ่ม เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้ ซึ่งจะต้องกระทำในช่วงเวลาที่เหมาะสม และในการกระทำกิจกรรมดังกล่าวนี้จะต้องเกิดความรู้สึกผูกพันของบุคคลนั้นๆ ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

แนวความคิดเกี่ยวกับการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนนั้น สามารถมองได้ว่าการมีส่วนร่วมนั้นเกิดจากแนวคิดที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดขึ้นจากความสนใจ และความกังวลของ

บุคคล ซึ่งมีความบังเอิญพ้องต้องกัน จึงกลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนรวม

2. ความเดือดร้อนและความพึงพอใจร่วมกัน ที่มีต่อสถานการณ์หนึ่งๆ ซึ่งผลผลักดันไปสู่การรวมกลุ่ม จัดการวางแผนลงมือปฏิบัติร่วมกัน

3. การตกลงใจร่วมกันในการที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนของตนไปในทิศทางที่ปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนี้ต้องมีพลังมากพอที่จะก่อให้เกิดความคิดริเริ่มที่จะกระทำการใดๆ ที่สนองตอบความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้นๆ

รูปแบบของการมีส่วนร่วม

รูปแบบของการมีส่วนร่วมนั้นสามารถจำแนกได้ 3 ลักษณะ ตามลักษณะของการมีส่วนร่วมดังนี้ คือ

1. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรง โดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชน เช่น การรวมตัวของกลุ่มชาวบ้านในการเรียกร้อง หรือคัดค้านการกระทำของกลุ่มคนที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม โดยผ่านองค์กรผู้แทนของประชาชน เช่น หัวหน้าคนงาน กรรมการกลุ่ม ตัวแทนจากหน่วยงาน

3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยการเปิดโอกาสให้ โดยผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนของประชาชน เช่น หน่วยงานหรือสถาบันที่เชิญชวน หรือเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วม เมื่อใดก็ได้

ม.ร.ว.อภินันท์ (2537) ได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับปัญหาพื้นฐานของการมีส่วนร่วม คือ ลักษณะการครอบงำโดยบุคคลหรือกลุ่มคนซึ่งไม่ส่งเสริมหรือไม่ให้ความสนใจการมีส่วนร่วมของบุคคลส่วนใหญ่ ดังเช่น ปัญหาวิกฤตการณ์ในปัจจุบันที่ทำให้เกิดความยากจนทับทวีขึ้นนี้ มิใช่เป็นปรากฏการณ์ที่เลื่องไม่ได้ แต่เป็นผลมาจากความตั้งใจตั้งแต่ครั้งอดีตที่จะแยกชาวชนบทออกจากการวางแผนและกระบวนการพัฒนา ความตั้งใจที่จะหลีกเลี่ยงการปฏิรูปสถาบันและโครงสร้างโดยรวมทั้งการปฏิรูปทางการเกษตร และการเน้นหนักแต่เพียงการเพิ่มผลผลิตเท่านั้น

อุปสรรคของการมีส่วนร่วมนั้นมีมากมาย เช่น ปัญหาความรู้อันเกิดจากการไร้การศึกษา ระดับการศึกษา สักยภาพในการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร ทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ความแตกต่างทางด้านสถานะทางเศรษฐกิจ สังคม ซึ่งครอบงำด้วยคนส่วนน้อยในสังคม ขาดกลไกที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมระบบเศรษฐกิจและสังคม เช่น กฎหมายหรือบทบัญญัติ ข้อปฏิบัติต่างๆ นอกจากนี้การแบ่งแยกและความแตกต่างในสังคม เช่น เพศ อายุ หรือศาสนา อาจมีผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมด้วย

ขั้นตอนของการมีส่วนร่วม

อนงค์รัตน์ เพชรสัมฤทธิ์ (2540) ได้รวบรวมขั้นตอนของการมีส่วนร่วมไว้ 4 ขั้นตอน คือ

1. การมีส่วนร่วมในการศึกษาปัญหาและวางแผนป้องกันหมายถึงการตัดสินใจ ว่าอะไรคือ ปัญหาของตน อะไรคือสาเหตุและจะแก้ไขปัญหายังไง โดยกำหนดแนวทางแก้ไขพร้อมกันไปด้วย

2. การมีส่วนร่วมการปฏิบัติตามแผนป้องกันรักษาหมายถึง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกันตามวิธีทางและแนวทางให้เป็นไปตาม โครงการและแผนที่กำหนดขึ้น

3. การมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาซึ่งเกิดจากกิจกรรม หรือการดำเนินการของชุมชน

4. การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล เป็นการดำเนินการทำงานของตน และ

สภาพการณ์ภายนอก

ลักษณะการมีส่วนร่วมเกิดจาก

1. การมีส่วนร่วมเกิดจากเบื้องต้นหรือเบื้องล่าง

2. การจูงใจให้เกิดการมีส่วนร่วมเป็นไปโดยสมัครใจ หรือบังคับ

3. ช่องทางการมีส่วนร่วมเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ

ปัจจัยที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม

1. ปัจจัยทางชีวภาพ-กายภาพ

2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

3. ปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม

4. ปัจจัยทางการเมือง

5. ปัจจัยทางประวัติศาสตร์

ไพรัตน์ เตะระรินทร์ (2527) ได้กล่าวถึง ขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และนโยบายการพัฒนาที่กำหนดไว้ คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนอาจจะตีกรอบได้แตกต่างกัน แต่เดิมรัฐมักจะมองในแง่การร่วมสมทบแรงงาน วัสดุ เงิน ร่วมคิด ร่วมวางแผน และร่วมกันทำงานหรืออาจจะมองให้แง่หนึ่งของการเน้นการมีส่วนร่วมในการคิดร่วมวางแผน ร่วมทำงาน และร่วมบำรุงรักษามากกว่าร่วมสมทบ ด้านวัตถุและเงิน แม้ว่าจะยังจำเป็นอยู่โดยภาพรวมก็ยืนยันว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการพัฒนานั้น จะต้องเกี่ยวกับเรื่องต่อไปนี้

1. ร่วมทำการศึกษา ค้นคว้าปัญหา สาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นภายในชุมชน ตลอดจนความต้องการของชุมชน

2. ร่วมค้นหา สร้างรูปแบบ และวิธีการพัฒนาเพื่อแก้ไข และลดปัญหาของชุมชน หรือเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน หรือสนองความต้องการของชุมชน

3. ร่วมวางแผนนโยบายหรือแผนงาน หรือโครงการ หรือกิจกรรม เพื่อจัดแก้ไข และสนองความต้องการของชุมชน
4. ร่วมหรือปรับปรุงระบบการบริหารงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและ ประสิทธิผล
5. ร่วมหรือปรับปรุงการบริหารงานพัฒนาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
6. ร่วมการลงทุนในกิจกรรมโครงการของชุมชน ตามขีดความสามารถของ ตนเอง และหน่วยงาน
7. ร่วมปฏิบัตินโยบาย แผนงาน โครงการ และกิจกรรม ให้บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้
8. ร่วมควบคุม ติดตาม ประเมินผลและร่วมบำรุงรักษาโครงการกิจกรรมที่ได้ทำ ไว้ทั้งภาครัฐบาล และเอกชน ให้ใช้ประโยชน์ต่อไป

สำหรับขั้นตอนที่ประชาชนควรเข้าไปมีส่วนร่วม เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง (2526) กล่าวว่าขั้นตอน ที่ประชาชนควรเข้าไปมีส่วนร่วม คือ การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการร่วมคิดถึงสภาพที่เป็นอยู่ว่า มี อะไรเดือดร้อนบ้าง และมีสาเหตุมาจากอะไร การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการวางแผน นับตั้งแต่ วิเคราะห์หาสาเหตุ การจัดลำดับความสำคัญของปัญหา พิจารณาทางเลือกและแนวทางแก้ไขปัญหา การมีส่วนร่วมในขั้นตอนการดำเนินงานตามแผนงานหรือโครงการที่วางไว้ การมีส่วนร่วมใน ขั้นตอนการติดตามและประเมินผล ความสำเร็จหรือความล้มเหลวเป็นระยะๆ แล้วดำเนินการแก้ไข

นอกจากนี้ นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527) ได้แบ่งรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ

1. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรง โดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชน เช่น การรวมกลุ่มเยาวชนกลุ่มต่าง ๆ
2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม โดยผ่านองค์กรผู้แทนของประชาชน เช่น กรรมการของกลุ่มหรือชุมชน กรรมการหมู่บ้าน
3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยการเปิดโอกาสให้ โดยผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนของ ประชาชน เช่น สถาบันหรือหน่วยงานที่เชิญชวน หรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม เมื่อไหร่ก็ได้ทุกเวลา บางกรณีก็ได้กำหนดลักษณะของการมีส่วนร่วมในลักษณะต่าง ๆ เช่น การมี ส่วนร่วมเกิดจากเบื้องบนหรือเบื้องล่าง การจูงใจให้มีการมีส่วนร่วมเกิดขึ้นโดยสมัครใจ การมีส่วน ร่วมในองค์กร
4. ช่องทางที่การมีส่วนร่วมเกิดขึ้น เช่น การมีส่วนร่วมโดยปัจเจกบุคคลหรือผ่าน กลุ่มการมีส่วนร่วมโดยตรงหรือโดยอ้อม การมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ
5. ระยะเวลาความต่อเนื่องของกิจกรรม
6. ขอบข่ายกิจกรรมครอบคลุมขนาดไหน

ผลต่อการมีส่วนร่วม

ลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนควรพิจารณาการมีส่วนร่วมออกเป็น 2 นัย คือ (John M. Cohen and Norman T. Uphoff, 1977)

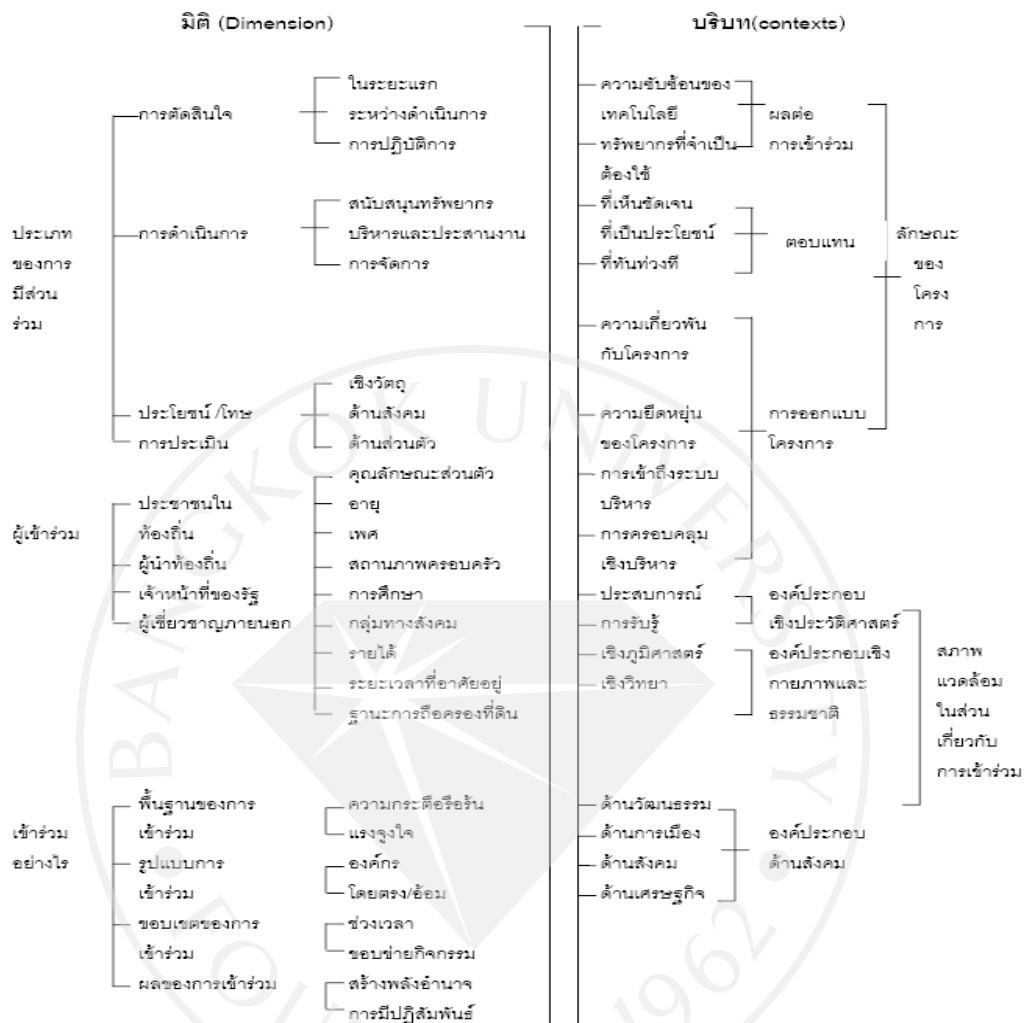
1. มิติการมีส่วนร่วมและบริบทหรือสภาพเงื่อนไขสถานการณ์สิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมสำหรับในแง่บริบท ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมดำเนินการ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

2. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของการมีส่วนร่วม อาจเป็นบุคคลภายในหรือภายนอกหมู่บ้านก็ได้ และประเด็นที่น่าสนใจก็คือ ลักษณะฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้มีส่วนร่วมวิธีการเข้าร่วมพิจารณาจากสาเหตุของแรงจูงใจ ลักษณะการร่วม ขอบเขตระยะเวลา หรือลักษณะกิจกรรมที่เข้าร่วม ตลอดจนผลของการเข้าร่วมส่วน

ในแง่บริบทหรือเงื่อนไขสภาพแวดล้อม John M. Cohen and Norman T. Uphoff ได้พิจารณาจากสภาพแวดล้อมแง่ตัวโครงการ ได้แก่ ส่วนที่นำเข้า ลักษณะประโยชน์ที่ได้รับรูปแบบของโครงการ และจากสภาพแวดล้อมอื่นๆ ซึ่งกระทบกิจกรรม ได้แก่ สภาพแวดล้อมในอดีต ตลอดจนประสบการณ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพและธรรมชาติ สภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม สังคม การเมือง เศรษฐกิจ ฯลฯ ซึ่งมีส่วนทำให้คนในชุมชนเข้าร่วมหรือไม่ ในการพิจารณาภายในชุมชนของตนเอง

กรอบสำหรับการบรรยายและวิเคราะห์ภาวะแวดล้อมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การมีส่วนร่วมของประชาชน John M. Cohen and Norman T. Uphoff (1977) ได้เสนอการมีส่วนร่วม ZA Basic Frame for Describing and Analyzing Participation ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 : ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม



ที่มา : John M. Cohen and Norman T. Uphoff, 1970, หน้า 241

จากรูป จะเห็นว่า การที่ประชาชนจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ มากขึ้นเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่าง ๆ ในหลาย ๆ ด้าน มิใช่เพียงด้านใดด้านหนึ่งเท่านั้น จากรูปข้างต้น ยังจะเห็นได้ว่า องค์ประกอบทางประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ ทรัพยากรธรรมชาติ และสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองก็เป็นสิ่งสำคัญในการพิจารณาการมีส่วนร่วมของประชาชน

สำหรับการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง การปฏิบัติตน ให้ความร่วมมือในการไม่มองข้ามสิ่งเล็กๆ น้อยๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น การปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าเมื่อไม่ใช้งาน การส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบ

คอมพิวเตอร์แทนการใช้เอกสาร เป็นต้น และจากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น จะทำให้ทราบถึงความหมายและรูปแบบของการมีส่วนร่วม ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำวิจัยครั้งนี้

ตอนที่ 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิทธิชัย เทวธีระรัตน์ (2543) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสารและทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานจากโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์” ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสารโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศหญิงมีการเปิดรับมากกว่าเพศชาย มีความแตกต่างกันในการเปิดรับสารระหว่างชุมชนเขตต่างๆ กลุ่มคนวัยทำงานมีระดับการเปิดรับสารในระดับกลาง ไม่มีความแตกต่างในการเปิดรับสารระหว่างกลุ่มอายุต่างๆ กลุ่มสถานะภาพทางครอบครัวและกลุ่มระดับการศึกษา โดย เพศหญิง มีทัศนคติที่ดีต่อภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย มีความแตกต่างของทัศนคติต่อโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อมระหว่างชุมชนเขตต่างๆ กลุ่มคนวัยทำงานมีทัศนคติต่อการโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อมในส่วนของความรู้ดีกว่าด้านความรู้และการปฏิบัติ และในการโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อม กลุ่มคนวัยทำงานนิยมวิธีการนำเสนอแนวบวกมากกว่าวิธีนำเสนอแนวลบ ทั้งในด้านของการเปิดรับสาร ด้านอารมณ์ และด้านพฤติกรรม

สุภาพร รัตนะรัต (2542) ศึกษาเรื่อง “การสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์ และการมีส่วนร่วม ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กับความความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เขตกรุงเทพมหานคร” จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการชมรายการโทรทัศน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับนานๆ ครั้ง การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับปานกลางและความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน มีความความรู้ไม่แตกต่างกัน พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน มีความความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

ศิริพร อ้วนคำ (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ โรงเรียนสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมดีเด่นเฉลิมพระเกียรติ” จากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ โรงเรียนสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมดีเด่นเฉลิมพระเกียรติ ที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน นักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ โรงเรียนสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม

ดีเด่นเฉลิมพระเกียรติ ที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกันมีความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน นักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วม โครงการ โรงเรียนสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมดีเด่นเฉลิมพระเกียรติ ที่มีอายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน การเปิดรับ ข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมของนักเรียนใน โรงเรียนที่เข้าร่วม โครงการ โรงเรียนสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมดีเด่นเฉลิมพระเกียรติ ไม่มีความแตกต่างกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของนักเรียน การเปิดรับ ข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมของนักเรียนใน โรงเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วม โครงการ โรงเรียนสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมดีเด่นเฉลิมพระเกียรติ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม เพื่อสิ่งแวดล้อมของนักเรียน และความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วม โครงการ โรงเรียนสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมดีเด่นเฉลิมพระเกียรติ ไม่มีความแตกต่างกับการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมของนักเรียน

นาริกานต์ พรหมนุก (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักของ ผู้บริหาร และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้ ผู้บริหาร โรงแรมส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในระดับต่ำ มีความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง มีความตระหนักในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมในระดับสูงและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับสูง การเปิดรับข่าวสาร ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของผู้บริหารไม่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งจากสื่อมวลชนและ สื่อบุคคลกับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหารไม่แตกต่างกัน การเปิดรับ ข่าวสารด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลของผู้บริหารกับการมีส่วนร่วม ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ โรงแรมแตกต่างกัน ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกับความ ตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหารแตกต่างกัน ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ของผู้บริหารกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ โรงแรมไม่แตกต่างกัน ความ ตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหารกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ โรงแรมแตกต่างกัน โรงแรมที่มีขนาดและระดับมาตรฐานการบริการแตกต่างกันมีส่วนร่วมในการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน ระดับมาตรฐานการบริการของ โรงแรมเป็นตัวแปรที่มี ประสิทธิภาพในการอธิบายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ โรงแรมได้มากที่สุด

คารินทร์ กิจนิษฐ์ (2540) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการอนุรักษ์ พลังงานใน โครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานไม่แตกต่างกัน กลุ่ม

ตัวอย่างที่มีการศึกษา อาชีพ รายได้แตกต่างกัน ตามความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน

ช่อแก้ว ประสงค์สม (2542) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมใน โครงการ โรงเรียนสีขาวของครู และอาจารย์มัธยมศึกษาในเขต กทม. พบว่า อายุแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับโรงเรียนสีขาวไม่แตกต่างกัน



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม ซึ่งมีระเบียบวิธีการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 18 – 60 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง จำนวน 3,658,359 คน (กรมการปกครอง, 2551)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนของประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดตามเกณฑ์มาตรฐานของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แต่เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลา จึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาวิจัยจำนวน 200 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้กระจายอย่างทั่วถึง โดยเรียงลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีจับฉลาก โดยสุ่ม 4 เขต จากเขตในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 50 เขต ดังนี้

ตารางที่ 3.1 : แสดงเขตในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต

พระนคร	บางกอกใหญ่	จตุจักร	คูสิต	ห้วยขวาง
บางคอแหลม	หนองจอก	คลองสาน	ประเวศ	บางรัก
ตลิ่งชัน	คลองเตย	บางเขน	บางกอกน้อย	สวนหลวง
บางกะปิ	บางขุนเทียน	จอมทอง	ปทุมวัน	ภาษีเจริญ
ดอนเมือง	ป้อมปราบศัตรูพ่าย	หนองแขม	ราชเทวี	พระโขนง
ราษฎร์บูรณะ	ลาดพร้าว	มีนบุรี	บางพลัด	วัฒนา

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) : แสดงเขตในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต

ลาดกระบัง	ดินแดง	บางแค	ยานนาวา	บึงกุ่ม
หลักสี่	พญาไท	บางซื่อ	คันนายาว	ธนบุรี
ทวีวัฒนา	สะพานสูง	คลองสามวา	ทุ่งครุ	วังทองหลาง
บางนา	บางบอน	สัมพันธวงศ์	สาทร	สายไหม

ซึ่งจับฉลากเลือกได้ 4 เขต ได้แก่ เขตพญาไท เขตปทุมวัน เขตสาทร และเขตดินแดง

- เขตพญาไท เก็บแบบสอบถามที่ ล่าวิลลา อารีย์/ช.อารีย์ วันที่ 12 กันยายน 2551
- เขตปทุมวัน เก็บแบบสอบถามที่ มานูญครอง/สยาม สแควร์ วันที่ 13 กันยายน 2551
- เขตสาทร เก็บแบบสอบถามที่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ วันที่ 19 กันยายน 2551
- เขตดินแดง เก็บแบบสอบถามที่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจักรพงษ์พานารณ วันที่ 20 กันยายน 2551

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้เขตที่จับฉลากเลือกได้แล้ว จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยความบังเอิญ (Accidental sampling) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 18 – 60 ปี จำนวน 200 คน โดยเนื้อหาของแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้ต่อเดือน ประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อ (ข้อ 1-5)

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เคยได้รับข่าวสารหรือไม่ เปิดรับจากสื่อใด ความถี่ในการเปิดรับ ความสนใจในการเปิดรับ จำนวน 5 ข้อ (ข้อ 6-10)

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ สำคัญ, สโลแกน, สัญลักษณ์ แนวทางของโครงการ และความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโครงการ จำนวน 10 ข้อ (ข้อ 11-20)

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 ข้อ (ข้อ 21-30)

ตอนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 10 ข้อ (ข้อ 31-40)

เกณฑ์การให้น้ำหนักคะแนนและการแปลความหมายน้ำหนักคะแนน

1. การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามแบบมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scales) โดยมีการแปรค่าความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ

ส่วนที่ 2 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

มากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
มาก	หมายถึง	4 คะแนน
ปานกลาง	หมายถึง	3 คะแนน
น้อย	หมายถึง	2 คะแนน
น้อยที่สุด	หมายถึง	1 คะแนน

ส่วนที่ 4 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง	5 คะแนน
เห็นด้วย	หมายถึง	4 คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	หมายถึง	3 คะแนน
เห็นด้วยน้อย	หมายถึง	2 คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	หมายถึง	1 คะแนน

ส่วนที่ 5 เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

มากที่สุด	หมายถึง	5 คะแนน
มาก	หมายถึง	4 คะแนน
ปานกลาง	หมายถึง	3 คะแนน
น้อย	หมายถึง	2 คะแนน

น้อยที่สุด หมายถึง 1 คะแนน

2. เกณฑ์การให้คะแนนในส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ซึ่งมี 10 ข้อ คำถามโดยแต่ละข้อคำถามจะมีเฉลยที่ถูกต้อง หากตอบผิด ก็จะได้ 0 คะแนน และหากตอบถูกก็จะได้ 1 คะแนน

เกณฑ์การประเมินค่าคะแนน ผู้วิจัยได้ใช้สูตรคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2548 หน้า 159)

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ทั้งนี้ การนำช่วงคะแนนดังกล่าวไปอธิบายเพื่อจำแนกระดับของการเปิดรับข่าวสารทัศนคติ และพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยในการวัดประโยชน์และความพึงพอใจ แบ่งออกเป็น 5 ระดับค่าเฉลี่ย ดังนี้

ส่วนที่ 2 ค่าเฉลี่ยคะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ค่าเฉลี่ย 5.00 – 4.21	หมายถึง	ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 4.20 – 3.41	หมายถึง	ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 3.40 – 2.61	หมายถึง	ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 2.60 – 1.81	หมายถึง	ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.80 – 1.00	หมายถึง	ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ค่าเฉลี่ยคะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ค่าเฉลี่ย 5.00 – 4.21	หมายถึง	ทัศนคติในโครงการฯ อยู่ในระดับมากที่สุด
-----------------------	---------	--

ค่าเฉลี่ย 4.20 – 3.41	หมายถึง	ทัศนคติในโครงการฯ อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 3.40 – 2.61	หมายถึง	ทัศนคติในโครงการฯ อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 2.60 – 1.81	หมายถึง	ทัศนคติในโครงการฯ อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.80 – 1.00	หมายถึง	ทัศนคติในโครงการฯ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ค่าเฉลี่ยคะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วม
โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ค่าเฉลี่ย 5.00 – 4.21	หมายถึง	พฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการฯ อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 4.20 – 3.41	หมายถึง	พฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการฯ อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 3.40 – 2.61	หมายถึง	พฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการฯ อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 2.60 – 1.81	หมายถึง	พฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการฯ อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.80 – 1.00	หมายถึง	พฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการฯ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

จากแบบสอบถามส่วนที่ 3 เรื่องความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก จำนวน 10 ข้อ
นำคะแนนมาจัดลำดับความรู้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนน 6.67-10.0	หมายถึง	ความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ ในระดับมาก
คะแนน 3.34-6.66	หมายถึง	ความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ ในระดับปานกลาง
คะแนน 0.00-3.33	หมายถึง	ความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ ในระดับน้อย

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การ
ตรวจสอบความตรง (Validity) และ การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ดังนี้

1. การตรวจสอบความตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา
เพื่อพิจารณาตรวจสอบในด้านความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ตลอดจนความเหมาะสม
ของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำและนำมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป

2. ความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเบื้องต้น (Pre-Test) กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนทั่วไป ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาหาความเที่ยง โดยการใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งได้ ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามในส่วนทัศนคติต่อ เท่ากับ 0.8343 และค่าความเที่ยงของแบบสอบถามในส่วนพฤติกรรมกรรรมการมีส่วนร่วม เท่ากับ 0.8342 ซึ่งมีค่าความเที่ยงอยู่ในระดับสูง ดังนั้นจึงใช้แบบสอบถามนี้ในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยต่อไปได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลต่างๆ ครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาลงรหัสตามวิธีการวิจัยทางสถิติ และดำเนินการประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป และได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากร การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมกรรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ในการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่ม หรือ T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม กรณีที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ก็จะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของ Least Significant Difference (LSD) ส่วนการหาความสัมพันธ์ใช้การวิเคราะห์สถิติแบบไคสแควร์ (Chi - Square Test)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย นำมาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS โดยผู้วิจัยได้ได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 6 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การวิเคราะห์ร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความรู้ในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของประชาชน โดยใช้ค่าร้อยละ

ตารางที่ 4.1 : ตารางแสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของลักษณะทางประชากรของประชาชน

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ		
ชาย	77	38.5
หญิง	123	61.5
รวม	200	100.0
2.อายุ		
18-25 ปี	38	19.0
26-35 ปี	72	36.0
36-40 ปี	37	18.5
41-60 ปี	53	26.5
รวม	200	100.0
3.ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	19	9.5
ปวช./ปวส.	49	24.5
ปริญญาตรี	95	47.5
ปริญญาโท	29	14.5
ปริญญาเอก	8	4.0
รวม	200	100.0
4.อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	22	11.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	40	20.0
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	44	22.0
พนักงานบริษัทเอกชน	78	39.0
แม่บ้าน	8	4.0
อื่นๆ	8	4.0
รวม	200	100.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) : ตารางแสดงจำนวน และค่าร้อยละ ของลักษณะทางประชากรของประชาชน

ลักษณะทางประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5.ระดับรายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	27	13.5
10,001-20,000 บาท	70	35.0
20,001-30,000 บาท	30	15.0
30,001 บาทขึ้นไป	73	36.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 และ เพศชายมีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5

อายุ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมา คือ อายุ 41-60 ปี มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาอีก คือ อายุ 18-25 ปี มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และ อายุ 36-40 ปี มีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมา คือ ปวช./ปวส. มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมาอีก คือ ปริญญาโท มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และ มัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมา คือ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 รองลงมาอีก คือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

รายได้ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีระดับรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ รายได้ 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาอีก คือ รายได้ 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)

ตารางที่ 4.2 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ปัญหาภาวะโลกร้อนผ่านสถานีโทรทัศน์

สถานีโทรทัศน์	\bar{X}	S.D	ระดับการเปิดรับข่าวสาร
สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3	3.77	0.796	มาก
สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5	3.07	0.744	ปานกลาง
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7	4.05	0.765	มาก
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี (ช่อง 9)	2.90	0.802	ปานกลาง
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.)	2.24	0.810	น้อย
สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย (ThaiPBS)	2.25	0.836	น้อย

จากตารางที่ 4.2 พบว่า สถานีโทรทัศน์ที่ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ ปัญหาภาวะโลกร้อน มากที่สุด คือ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมา คือ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) สถานีวิทยุโทรทัศน์ กองทัพบกช่อง 5 ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$) สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี (ช่อง 9) ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.90$) สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย (ThaiPBS) ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.25$) และ สถานีโทรทัศน์ที่ประชาชนมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ปัญหาภาวะโลกร้อน น้อย ที่สุด คือ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.) ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.24$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 : ตารางแสดงจำนวน และร้อยละ การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้ โลก

การเคยได้รับข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	182	91.0
ไม่เคย	18	9.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ เคย ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก มีจำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 91.0 และ ไม่เคย ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

ตารางที่ 4.4 : ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ของการเลือกรูปแบบการเปิดรับข่าวสารจากโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

การเลือกเปิดรับข่าวสาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายการ เส้นทางบันเทิง	30	15.0
รายการ คั่นปาก	26	13.0
สปอตประชาสัมพันธ์โครงการ	25	12.5
ฟรีเซนต์เซอร์ประจำโครงการ	19	9.5
เว็บไซต์ http://saveworld.ch7.com	16	8.0
รายการสารคดี ปันรักให้โลก	15	7.5
ตัววิ่ง	13	6.5
Back Drop ผู้ประกาศคั่นรายการ	13	6.5
Music VDO	9	4.5
รายการ เทียงบันเทิง	5	2.5
รายการข่าว	5	2.5
เพื่อน/ผู้ปกครอง	5	2.5
หนังสือพิมพ์	1	0.5
รวม	182	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ประชาชนเลือกเปิดรับข่าวสารโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ผ่าน รายการเส้นทางบันเทิง มากที่สุด มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 รองลงมา คือ รายการคั่นปาก มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 สปอตประชาสัมพันธ์โครงการ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ฟรีเซนต์เซอร์ประจำโครงการ มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 เว็บไซต์ <http://saveworld.ch7.com> มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 รายการสารคดี ปันรักให้โลก มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 Back Drop ผู้ประกาศคั่นรายการ และ ตัววิ่ง มีสัดส่วนเท่ากัน อย่างละ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 Music VDO มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 เพื่อน/

ผู้ปกครอง รายการเที่ยวขบวนเหิง และ รายการข่าว มีสัดส่วนเท่ากันอย่างละ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และน้อยที่สุดคือหนังสือพิมพ์ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 : ตารางแสดงจำนวน และร้อยละ ของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เห็นทุกวัน/สัปดาห์	29	14.5
1 - 2 วัน/สัปดาห์	89	44.5
2 - 3 วัน/สัปดาห์	35	17.5
3 - 4 วัน/สัปดาห์	29	14.5
รวม	182	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก 1 - 2 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมา คือ 2 - 3 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 เห็นทุกวัน/สัปดาห์ และ 3 - 4 วัน/สัปดาห์ มีสัดส่วนเท่ากันอย่างละ 29 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 : ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ของระดับความสนใจของประชาชน เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ระดับความสนใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สนใจมากอย่างยิ่ง	21	10.5
สนใจมาก	74	37.0
สนใจพอสมควร	74	37.0
ไม่ค่อยสนใจ	31	15.5
ไม่สนใจอย่างยิ่ง	0	0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความสนใจของประชาชน เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ส่วนใหญ่ประชาชนมีความสนใจมาก และ สนใจพอสมควร มีสัดส่วนเท่ากันอย่างละ 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมา ไม่ค่อยสนใจ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และ สนใจอย่างยิ่ง มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์เกี่ยวกับการความรู้ในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชน โดยใช้ค่า ร้อยละ

ตารางที่ 4.7 : ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ของการความรู้เกี่ยวกับ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก จำแนกตามจำนวนที่ตอบถูก และผิด

ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	ตอบถูก	ร้อยละ	ตอบผิด	ร้อยละ
1.โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เป็นโครงการเกี่ยวกับอะไร (การรณรงค์ให้ช่วยกันดูแลรักษาโลก)	191	95.5	9	4.5
2. โครงการ 7 สีปันรักให้โลก เกิดขึ้นเพื่อรณรงค์กับคนกลุ่มใด (ประชาชนทุกคน)	191	95.5	9	4.5
3. ข้อใดจัดเป็นวิธีการของโครงการ 7 สีปันรักให้โลก (เปิดหน้าต่างรับลมแทนการเปิดเครื่องปรับอากาศ)	191	95.5	9	4.5
4. ข้อใดคือ สโลแกนของโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก (รักษ์โลก รักชีวิต SAVE WORLD SAVE LIFE)	177	88.5	23	11.5
5. สิ่งใดที่จะช่วยผลักดันให้โครงการ 7 สีปันรักให้โลก ประสบความสำเร็จ (ความร่วมมือร่วมใจของประชาชนทุกคน)	171	85.5	29	14.5
6. ข้อใดเป็นสัญลักษณ์ (Logo) ของโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก (รูปโลกและโลโก้ช่อง 7)	171	85.5	29	14.5

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ) : ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ของการความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก จำแนกตามจำนวนที่ตอบถูก และผิด

ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	ตอบถูก	ร้อยละ	ตอบผิด	ร้อยละ
7. ใคร ไม่ใช่ พิธีเซนเตอร์ประจำโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก (อัม-พัชราภา ไชยเชื้อ)	170	85.0	30	15.0
8. ข้อใดต่อไปนี้เป็นสาระสำคัญของโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก (การเป็นสื่อกลางสร้างความรู้ความเข้าใจ กระตุ้นเตือนให้คนไทยหันมาใส่ใจกับปัญหาภาวะโลกร้อน)	166	83.0	34	7.0
9. ข้อใดต่อไปนี้เป็นแนวทางในการลดปัญหาภาวะโลกร้อนในโครงการ 7 สีปันรักให้โลก (รักษาสีสิ่งแวดล้อม Save Environment to Save World)	141	70.5	59	29.5
10. ข้อความใดต่อไปนี้เป็นไม่ อยู่ในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก (พัฒนาคุณภาพชีวิต ด้วยแนวคิดคนรุ่นใหม่)	135	67.5	65	32.5

จากตารางที่ 4.7 พบว่า คำถามที่ประชาชนตอบถูกต้องมากที่สุด ได้แก่ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เป็นโครงการเกี่ยวกับอะไร เกิดขึ้นเพื่อรณรงค์กับคนกลุ่มใด และ ข้อใดจัดเป็นวิธีการของโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก มีสัดส่วนเท่ากันอย่างละ 191 คน คิดเป็นร้อยละ 95.5 รองลงมา คือ สโลแกนของโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5 ส่วนคำถามที่ประชาชนตอบได้ถูกต้องน้อยที่สุด คือ ข้อความใดไม่อยู่ในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5

เมื่อนำคะแนนรวมจากคำตอบเกี่ยวกับความรู้โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก จำนวน 10 ข้อ มาจัดแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย จะแสดงผลดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 : ตารางแสดงจำนวนและ ร้อยละ ของระดับความรู้ เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ระดับความรู้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับมาก (6.67 – 10.0 คะแนน)	177	88.5
ระดับปานกลาง (3.44 – 6.66 คะแนน)	23	11.5
ระดับน้อย (0.00 – 3.33 คะแนน)	0	0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.8 เมื่อแบ่งระดับการความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เป็น 3 ระดับ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ มีระดับการความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ในระดับมาก มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5 รองลงมา คือ ระดับปานกลาง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division)

ตารางที่ 4.9 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	\bar{X}	S.D	ทัศนคติ
1. การนำฟรีเซนเตอร์มาเชิญชวน กระตุ้นเตือน ให้คนไทยตระหนักถึงภาวะ โลกร้อน จะทำให้ง่ายต่อการเข้าใจถึงปัญหา	3.88	0.57	เห็นด้วย
2. โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ทำให้เกิดความสนใจในปัญหาภาวะ โลกร้อนที่จะเกิดขึ้นในอนาคตมากขึ้น	3.78	0.72	เห็นด้วย

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ) : ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของทัศนคติต่อ
โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	\bar{X}	S.D	ทัศนคติ
3. การรณรงค์ปัญหาภาวะโลกร้อนผ่านโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก โดยใช้นักแสดงสามารถสร้างการรับรู้ได้ดี	3.72	0.70	เห็นด้วย
4. เนื้อหาในการนำเสนอเรื่องภาวะโลกร้อนผ่าน โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก สามารถกระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมใน การลดปัญหาภาวะโลกร้อน	3.69	0.57	เห็นด้วย
5. อยากมีส่วนร่วมกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	3.67	0.82	เห็นด้วย
6. คิดเห็นว่าโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก จะสามารถสร้าง จิตสำนึกให้ประชาชนหันมาใส่ใจในเรื่องของปัญหาภาวะ โลกร้อน	3.64	0.79	เห็นด้วย
7. จากโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ทำให้ทราบถึงวิธีการรัก น้ำ รักต้นไม้ รักอากาศ และรักพลังงาน	3.64	0.79	เห็นด้วย
8. เชื่อว่าโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก จะสามารถช่วยลด ปัญหาภาวะโลกร้อนในขณะนี้ได้	3.63	0.80	เห็นด้วย
9. คิดเห็นว่าการปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับการรณรงค์ลดภาวะ โลกร้อน ในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ประสบ ความสำเร็จ <input type="checkbox"/>	3.55	0.83	เห็นด้วย
10. เมื่อได้พบเห็นการรณรงค์โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ท่านมีความเข้าใจในสารดังกล่าว	3.51	0.69	เห็นด้วย
รวม	3.66	.46	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ประชาชนมีทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุด คือ การนำฟรีเซนเตอร์มาเชิญชวน กระตุ้นเตือน ให้คนไทย ตระหนักถึงภาวะโลกร้อน จะทำให้ง่ายต่อการเข้าใจถึงปัญหา ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.88$) รองลงมา คือ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ทำให้เกิดความสนใจในปัญหาภาวะ โลกร้อนที่จะเกิดขึ้นในอนาคตมากขึ้น ในระดับเห็นด้วย

($\bar{X} = 3.78$) ส่วนข้อที่ประชาชนทัศนคติเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ เมื่อได้พบเห็นการรณรงค์โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ท่านมีความเข้าใจในสารดังกล่าวในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.51$) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division)

ตารางที่ 4.10 : ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับพฤติกรรม การมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

การมีส่วนร่วมโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	\bar{X}	S.D	ระดับการมีส่วนร่วม
1. จะปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าทั้งบ้านและสถานที่ต่างๆ ทุกครั้งเมื่อไม่ใช้งาน	3.95	0.76	มาก
2. ส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ แทนการใช้เอกสาร	3.83	0.86	มาก
3. หมั่นตรวจตราและซ่อมแซมอุปกรณ์ไฟฟ้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อประหยัดไฟฟ้า	3.74	0.74	มาก
4. รักยโลก รักยชีวิต ด้วยการใช้ชีวิตอย่างประหยัดและพอเพียง	3.72	0.86	มาก
5. ใช้ถุงผ้าแทนการใช้ถุงพลาสติกเป็นประจำ	3.70	0.86	มาก
6. เลือกใช้กระดาษที่ผ่านการรีไซเคิลแทนการใช้กระดาษใหม่	3.69	0.89	มาก
7. ท่านหรือผู้ปกครองหยุดการใช้รถส่วนตัวลง และใช้บริการรถประจำทาง หรือรถไฟฟ้า	3.65	0.89	มาก
8. ปฏิบัติตามสื่อรณรงค์ของโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เมื่อรู้ว่าการทำเช่นนี้จะช่วยลดปัญหาภาวะโลกร้อนได้ <input type="checkbox"/>	3.61	0.82	มาก
9. ท่านหรือผู้ปกครอง ขับรถด้วยความเร็วไม่เกิน 90 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เพื่อช่วยลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์	3.50	0.91	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.10 (ต่อ) : ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ของระดับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

การมีส่วนร่วมโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	\bar{X}	S.D	ระดับการมีส่วนร่วม
10. ท่านใช้บัวรดน้ำแทนการใช้สายยาง หรือใช้น้ำที่เหลือจากกิจกรรมอื่นๆ มารดน้ำต้นไม้	3.42	0.91	มาก
รวม	3.68	0.50	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่ประชาชนมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ การปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าทั้งบ้านและสถานที่ต่างๆ ทุกครั้ง เมื่อไม่ใช้งาน ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) รองลงมา คือ การส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ แทนการใช้เอกสาร ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) ส่วนข้อที่ประชาชนมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด คือ ท่านใช้บัวรดน้ำแทนการใช้สายยาง หรือใช้น้ำที่เหลือจากกิจกรรมอื่นๆ มารดน้ำต้นไม้ ($\bar{X} = 3.42$)

ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 : ตารางแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง เพศ กับ ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ความรู้	n	\bar{X}	S.D	df	Sig.	t-test	Sig.(2-tailed)
เพศ							
ชาย	77	8.2208	1.50108	198	0.777	-2.181	0.30
หญิง	123	8.7073	1.55622				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่า t-test พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ไม่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ($t_{(198)} = -2.181 ; p > .05$) จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับ
โครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 : ตารางแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุ กับ ความรู้
เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ความรู้	n	\bar{X}	S.D	F-test	Sig.
อายุ					
18-15 ปี	38	8.5526	1.53689	0.918	0.433
26-35 ปี	72	8.7361	1.40415		
36-40 ปี	37	8.2973	1.63069		
41-60 ปี	53	8.3585	1.68813		
รวม	200	8.5200	1.54971		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่า F-test พบว่า ประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
ซึ่งผลการวิเคราะห์ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($F_{(3,196)} = 0.918; p > .05$) จึงไม่ยอมรับ
สมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความรู้
เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 : ตารางแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ความรู้	n	\bar{X}	S.D	F-test	Sig.
ระดับการศึกษา					
ม.ปลาย	19	7.6842	2.00146	1.740	0.143
ปวช./ปวส.	49	8.6735	1.61229		
ปริญญาตรี	95	8.5474	1.47870		
ปริญญาโท	29	8.5862	1.40197		
ปริญญาเอก	8	9.0000	.75593		
รวม	200	8.5200	1.54971		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า F-test พบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($F_{(4,195)} = 1.740 ; p > .05$) จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 : ตารางแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ความรู้	n	\bar{X}	S.D	F-test	Sig.
อาชีพ					
นักเรียน/นักศึกษา	22	8.2273	1.60154	0.470	0.798
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	40	8.6750	1.34712		
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	44	8.6364	1.67180		
พนักงานบริษัทเอกชน	78	8.5000	1.58524		
แม่บ้าน	8	8.6250	1.76777		
อื่นๆ	8	8.0000	1.30931		
รวม	200	8.5200	1.54971		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า F-test พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์ไม่พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($F_{(5,194)} = 0.470 ; p > .05$) จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 : ตารางแสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้ กับ ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ความรู้	n	\bar{X}	S.D	F-test	Sig.
ระดับรายได้					
ไม่เกิน 10,000 บาท	27	7.9259	1.81714	3.659	.013*
10,001-20,000 บาท	70	8.3000	1.50699		
20,001-30,000 บาท	30	8.5667	1.67504		
30,001 บาท ขึ้นไป	73	8.9315	1.33675		
รวม	200	8.5200	1.54971		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่า F-test พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ($F_{(3,196)} = 3.659 ; p < .05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับรายได้แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.16 : ตารางแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของระดับรายได้กับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ระดับรายได้	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 20,000 บาท	20,001 - 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป
ระดับรายได้				
ไม่เกิน 10,000 บาท	-	0.758	0.472	0.037*
10,001-20,000 บาท		-	0.886	0.107
20,001-30,000 บาท			-	0.747
30,001 บาท ขึ้นไป				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการวิเคราะห์ตาราง 4.16 การวิเคราะห์ห้แนวโน้มไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาคู่ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน คือ กลุ่มระดับรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท กับกลุ่มระดับรายได้ 30,001 บาท ขึ้นไป

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเลือกเปิดรับรูปแบบข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 : ตารางแสดงผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเลือกเปิดรับข่าวสาร กับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ความรู้	n	\bar{X}	S.D	F-test	Sig.
การเลือกเปิดรับข่าวสาร					
สปอต	25	8.2800	1.45831	3.645	0.000*
ตัววิ่ง	13	9.5385	0.77625		
เว็บไซต์	16	9.0000	1.41421		
ผู้ประกาศคนรายการ	13	8.3077	1.54837		
รายการคนปาก	26	9.2308	1.21021		
รายการเส้นทางบันเทิง	30	7.6667	1.76817		
รายการสารคดี	15	9.0000	1.06904		
Music VDO	9	8.6667	1.00000		
ฟรีเซนต์อร์	19	8.8947	1.10024		
อื่นๆ	16	9.0625	1.34009		
รวม	182	8.6813	1.44420		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า F-test พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเลือกเปิดรับรูปแบบข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($F_{(9,172)} = 3.645 ; p < .05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการเลือกเปิดรับรูปแบบข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.18 : ตารางแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของการเลือกเปิดรับข่าวสารกับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ความรู้	สปอต	ตัววิ่ง	เว็บไซต์	ผู้ประกาศ สั้น	ทันปาก	เส้นทาง บันเทิง	สารคดี	Music VDO	ฟรีเซน เตอร์	อื่นๆ
การเลือกเปิดรับ										
ข่าวสาร										
สปอต	-	0.602	0.972	1.000	0.713	0.971	0.976	1.000	0.987	0.952
ตัววิ่ง		-	0.999	0.801	1.000	0.053	0.999	0.987	0.995	1.000
เว็บไซต์			-	0.993	1.000	0.352	1.000	1.000	1.000	1.000
ผู้ประกาศสั้น				-	0.909	0.991	0.994	1.000	0.997	0.987
ทันปาก					-	0.036*	1.000	0.999	1.000	1.000
เส้นทางบันเทิง						-	0.386	0.925	0.397	0.282
สารคดี							-	1.000	1.000	1.000
Music VDO								-	1.000	1.000
ฟรีเซนเตอร์									-	1.000
อื่นๆ										-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลจากการวิเคราะห์ตาราง 4.18 การวิเคราะห์ห้ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาคู่ของการเลือกเปิดรับข่าวสาร กับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน คือ การเลือกเปิดรับข่าวสารจากรายการเส้นทางบันเทิง กับ รายการค้นปาก

สมมติฐานที่ 2.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 : ตารางแสดงผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร กับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ความรู้	n	\bar{X}	S.D	F-test	Sig.
ความถี่ในการเลือกเปิดรับข่าวสาร					
เห็นทุกวัน/สัปดาห์	29	8.3130	1.56076	1.413	0.241
1-2 วัน/สัปดาห์	89	8.6404	1.45577		
2-3 วัน/สัปดาห์	35	8.7714	1.43662		
3-4 วัน/สัปดาห์	29	9.0690	1.25160		
รวม	182	8.6813	1.44420		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า F-test พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ($F_{(3,178)} = 1.413$; $p > .05$) จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
ตารางที่ 4.20 : ตารางแสดงผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความรู้ กับทัศนคติ
ต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ความรู้	n	\bar{X}	S.D	F-test	Sig.
ทัศนคติ					
ระดับปานกลาง	66	8.2879	1.61498	2.611	0.076
ระดับมาก	117	8.5470	1.56743		
ระดับมากที่สุด	17	9.2353	0.83137		
รวม	200	8.5200	1.54971		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า F-test พบว่า ประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกัน จะมีทัศนคติที่มีต่อ
โครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ
($F_{(2,197)} = 2.611 ; p > .05$) จึงไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อ
โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน
ตารางที่ 4.21 : ตารางแสดงผลวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความรู้ กับพฤติกรรม
การมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ความรู้	n	\bar{X}	S.D	F-test	Sig.
พฤติกรรม					
ระดับน้อย	7	7.1429	0.89974	6.398	0.000*
ระดับปานกลาง	48	8.0000	1.66312		
ระดับมาก	125	8.6640	1.52371		
ระดับมากที่สุด	20	9.3500	0.81273		
รวม	200	8.5200	1.54971		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่า F-test พบว่า ประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการมี
ส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์พบความแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญ ($F_{(3,196)} = 6.398 ; p < .05$) จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานครที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการมี
ส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้ โลกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 4.22 : ตารางแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก กับความรู้ที่มีต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ความรู้	ระดับน้อย	ระดับปานกลาง	ระดับมาก	ระดับมากที่สุด
พฤติกรรม				
ระดับน้อย	-	0.569	0.078	0.011*
ระดับปานกลาง	-	-	0.079	0.010*
ระดับมาก	-	-	-	0.304
ระดับมากที่สุด	-	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลจากการวิเคราะห์ตาราง 4.22 การวิเคราะห์ห้ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาคู่ของพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน 2 คู่ คือ พฤติกรรมระดับน้อยกับระดับมากที่สุด และ พฤติกรรมระดับปานกลางกับระดับมากที่สุด

สมมติฐานที่ 5 ทศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกหรือไม่

ตารางที่ 4.23 : ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	728.390	598	.000

หมายเหตุ : $p < .05$

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้สถิติไคสแควร์ (Chi - Square Test) เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ซึ่งผลการวิเคราะห์พบความสัมพันธ์กันอย่างมี

นัยสำคัญ ($\chi^2 = 728.390 ; p < .05$) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ทศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก อย่างมีนัยสำคัญ



บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมกรมการมีส่วนร่วมใน โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ

- 1) เพื่อศึกษาคูณลักษณะทางประชากร ที่มีต่อความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
- 2) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
- 3) เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
- 4) เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อพฤติกรรมกรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
- 5) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมกรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กับกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี จำนวน 200 คน ทำการวิเคราะห์ผลการศึกษา โดยใช้วิธีทางสถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และ การทดสอบ T-Test สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษารูปได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีระดับรายได้ ตั้งแต่ 30,001 บาท ขึ้นไป
2. ผลการวิเคราะห์การเปิดรับข่าวสารโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการณรงค์ปัญหาภาวะโลกร้อนผ่านสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สูงที่สุด โดยประชาชนส่วนใหญ่เลือกเปิดรับรูปแบบข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ผ่านรายการเส้นทางบันเทิง โดยมีความถี่ในการรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก 1-2 วัน/สัปดาห์ และประชาชนส่วนใหญ่มีความ

สนใจในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ในระดับสนใจพอสมควร และสนใจมาก (สัดส่วนเท่ากัน)

3. ผลการวิเคราะห์ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนตอบคำถามเกี่ยวกับการความรู้โครงการ 7 สี ได้ถูกต้องมากที่สุด มี 3 หัวข้อ ได้แก่ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เป็นโครงการเกี่ยวกับอะไร เกิดขึ้นเพื่อรณรงค์กับคนกลุ่มใด และ ข้อใดจัดเป็นวิธีการของโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก รองลงมา คือ สโลแกนของโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ส่วนข้อคำถามที่ประชาชนตอบคำถามได้ถูกต้องน้อยที่สุด คือ ข้อความใดที่ไม่อยู่ในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เมื่อแบ่งระดับการรับรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เป็น 3 ระดับ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ มีระดับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ในระดับมาก

4. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีระดับทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ในระดับเห็นด้วย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ประชาชนมีระดับทัศนคติเห็นด้วยมากที่สุด คือ การนำฟรีเซนเตอร์มาเชิญชวนกระสุนเดือนให้คนไทยตระหนักถึงภาวะโลกร้อน รองลงมา คือ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ทำให้เกิดความสนใจในปัญหาภาวะโลกร้อนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ส่วนข้อที่ประชาชนทัศนคติเห็นด้วยน้อยที่สุด คือ เมื่อได้พบเห็นการรณรงค์โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ประชาชนจะมีความเข้าใจในสารดังกล่าว

5. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีระดับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่ประชาชนมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ การปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกครั้ง เมื่อไม่ใช้งาน รองลงมา คือ การส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ แทนการใช้เอกสาร ส่วนข้อที่ประชาชนมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด คือ ท่านใช้บัวรดน้ำแทนการใช้สายยาง หรือใช้น้ำที่เหลือจากกิจกรรมอื่นๆ มารดน้ำต้นไม้

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากผลการศึกษาการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน

1.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกัน (ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย)

1.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกัน (ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย)

1.3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกัน (ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย)

1.4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกัน (ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย)

1.5 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับรายได้ แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างกัน (ยอมรับสมมติฐานการวิจัย)

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน

2.1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการเลือกเปิดรับรูปแบบข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน (ยอมรับสมมติฐานการวิจัย)

2.2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน (ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย)

สมมติฐานที่ 3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน (ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย)

สมมติฐานที่ 4 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน (ยอมรับสมมติฐานการวิจัย)

สมมติฐานที่ 5 ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก (ยอมรับสมมติฐานการวิจัย)

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษา สามารถนำมาอภิปรายผลตามความสัมพันธ์ของตัวแปร ได้ตามลำดับดังนี้

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน พบว่า ระดับรายได้ ที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน ส่วน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ระดับรายได้ กับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก พบว่า ระดับรายได้ ที่แตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพบว่า ระดับรายได้ถือเป็นอีกส่วนหนึ่งของสถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งระดับรายได้ย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมของคน โดยคนที่ฐานะดีหรือรายได้สูง จะมีโอกาสในการแสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง มากกว่าคนที่มียาได้น้อยกว่า (ประมะ สดเวทิน, 2539) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดานินท์ กิจนิชี (2540) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการอนุรักษ์พลังงาน ในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า รายได้แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานแตกต่างกัน ดังนั้น การที่ประชาชนมีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน จึงส่งผลให้มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน ได้ โดยเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างระดับรายได้ กับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก พบว่า โดยส่วนใหญ่ ประชาชนที่มีระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก แตกต่างจากกลุ่มที่มีระดับรายได้ในช่วงอื่นๆ

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและหญิง จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เป็นโครงการที่เข้าใจง่าย สามารถเข้าถึงได้ง่าย เพราะเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ทุกคนสามารถปฏิบัติได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ช่อแก้ว ประสงค์สม (2542) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาวของครู และอาจารย์ระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า อายุแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับโรงเรียนสีขาวไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงก็สามารถเกิดความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกได้

ในส่วนของอายุ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนในทุกช่วงอายุที่ต้องร่วมมือกัน หากทุกคนร่วมมืออย่างแท้จริงและจริงจัง ก็สามารถป้องกัน รักษา รวมถึงฟื้นฟูคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประเทศให้ดียิ่งขึ้น โดยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้มีส่วนร่วมในการประกาศเจตนารมณ์ เป็นสื่อกลางในการสร้างความรู้ ความเข้าใจให้ทุกคนตระหนักถึงสภาพปัญหา

สิ่งแวดล้อมที่กำลังเกิดขึ้น ผ่านโครงการ “7 สี ปันรักให้โลก” ภายใต้แนวทาง “4 รักย์” ได้แก่ รักษ์น้ำ รักษ์ต้นไม้ รักษ์อากาศ และ รักษ์พลังงาน

ในส่วนของอาชีพ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ ไม่ว่าจะอยู่ในสาขาอาชีพใดก็สามารถเกิดความรู้ในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกให้ได้ เนื่องจากโครงการดังกล่าวเป็นโครงการของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งถือว่าเป็นโครงการที่มีการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงประชาชนได้ง่ายที่สุด โดยสื่อโทรทัศน์ถือเป็นสื่อที่กว้างและเข้าถึงประชาชนได้ในทุกระดับทุกเพศ ทุกวัยจึงส่งผลให้อาชีพกับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน

นอกจากนั้นผลการวิจัยยังพบว่า ระดับการศึกษาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน กล่าวคือกลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาเอก มีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ระดับการศึกษา ปวช./ปวส. ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกนั้น เป็นการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้อเท็จจริง สามารถจดจำได้ง่าย โดยไม่มีระดับการศึกษาเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับ ดาราวรรณ ศรีสุกใส (2542, หน้า 41) กล่าวว่า การเกิดความรู้ ไม่ว่าจะระดับใดก็ตาม ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกลึกซึ้งคิด ซึ่งเชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั่นเอง รวมไปถึงประสบการณ์และลักษณะทางประชากรของแต่ละคน ที่เป็นผู้รับข่าวสาร ถ้าประกอบกับการที่บุคคลมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น มีการศึกษา มีการเปิดรับข่าวสาร ก็จะมีโอกาสที่จะมีในเรื่องนั้นๆ และสามารถเชื่อมโยงความรู้นั้นเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ สามารถระลึกได้ รวบรวมสาระสำคัญเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ไม่ว่าจะระดับใดก็ตาม สิ่งที่เกิดตามมาคือ ทักษะคิด ความคิดเห็นในลักษณะต่างๆ

2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน โดยพบว่า การเลือกเปิดรับรูปแบบข่าวสารที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน ส่วนความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การเลือกเปิดรับรูปแบบข่าวสารที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ การนำเสนอเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก มีการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์ ผ่านสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งถือได้ว่าเป็นสถานีฯ ที่มีประชาชนเปิดรับมาก จึงทำให้ประชาชนเกิดความรู้เกี่ยวกับโครงการผ่านสื่อดังกล่าว โดยข่าวสารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ และข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบัน

ไคลด์ ดั้งที่ โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960, pp. 19-25) ได้กล่าวไว้ว่า การเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับโรเจอร์ (Roger, 1978, pp. 208–209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 122) ที่กล่าวว่า ผลของการสื่อสารจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร

ในส่วนของความถี่ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ความถี่ในการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ยังมีความถี่ที่ไม่สามารถเข้าถึงประชาชน ซึ่ง ความถี่ (Frequency) นั้นจะมีผลอย่างมากต่อการเรียนรู้และการโน้มน้าวต่างๆ ทั้งนี้ ความถี่ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ จะต้องมีความเหมาะสมกับเนื้อหา คุณภาพและปริมาณ รวมถึงช่วงระยะเวลาที่นำเสนอด้วยว่าเป็นเวลาที่ผู้ชมให้ความสนใจหรือไม่ มากน้อยเพียงใด มิฉะนั้นแล้วอาจจะเกิดผลในทางตรงกันข้ามได้ (ชาญชัย เจริญลาภคติก, 2539, หน้า 15-20) ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารกับความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน

3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เป็นความรู้ที่หลายๆ คนอาจมองข้าม และแม้ว่าจะมีการให้ความรู้แต่ก็คงเป็นเพียงรูปแบบหรือวิธีปฏิบัติที่เป็นเพียงรูปธรรมเท่านั้น ซึ่งการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของโครงการอาจยังไม่เข้าถึงประชาชน ผู้รับสารจึงยังไม่เกิดความรู้และความเข้าใจในโครงการอย่างแท้จริง จึงทำให้ไม่เกิดผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ รวมทั้งแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ถามถึงความรู้ที่ได้จากการเผยแพร่โครงการ จึงทำให้ผลการวิจัยออกมาในลักษณะที่ความรู้ไม่แตกต่างกับทัศนคติ ซึ่งตรงกับแนวความคิดในเรื่องของช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP-gap ซึ่งโรเจอร์ (Roger, 1971 อ้างใน อุทัยวรรณ โกศลวัฒน์, 2539 หน้า 24) ได้กล่าวว่า แม้โดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติ อย่างไรแล้วก็จะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตน โดยจะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องกันก็ตาม แต่จะไม่เกิดขึ้นกับทุกกรณีไป ทั้งนี้อาจเพราะในบางกรณีดังเช่นในการวิจัยครั้งนี้ อาจเกิด KAP-gap ขึ้นได้ ซึ่ง โรเจอร์ (Roger, 1983) ได้เสนอวิธีแก้ไข คือ การให้ความรู้ ให้คำแนะนำในการปฏิบัติเกี่ยวกับโครงการให้มากขึ้น การใช้สื่อมวลชนมาช่วยทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสาร รวมถึงการใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจให้เกิดการยอมรับปฏิบัติ

4. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ความรู้ที่ประชาชนได้รับจากโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกสามารถส่งผลให้เกิดพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกได้ โดย สุปงษ์ โสชนะเสถียร (2523, หน้า 120) กล่าวว่า ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านทางประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็น โครงสร้างของความรู้ ซึ่งความรู้ถือเป็นกระบวนการภายใน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ (สุพงษ์ โสชนะเสถียร, 2523, หน้า 120) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ โรเซนเบิร์ก และ โฮฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland, 1960 อ้างใน อัญชิสา สรรพาว์ตร, 2544, หน้า 47) ที่กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม (Behavior) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปได้ค่อนข้างยาก แต่หากผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้ได้ การเปลี่ยนแปลงนี้จะเป็นพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม

5. ทักษะจิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ซึ่ง แมคโดนัลด์ (McDonald, 1959 p.564) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทักษะจิต คือ ความแนวโน้มเชิงที่จะแสดงพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง หรือความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง โดยทักษะจิตมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรม ทั้งนี้เพราะเทรียนดิส (Triandis, 1971) กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากทักษะจิตด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้ทักษะจิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

กล่าวโดยสรุป จากผลการวิจัยในครั้งนี้ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 สามารถนำไปเป็นแนวทางในการวางแผนการรณรงค์โครงการ 7 สี ปันรักให้โลกในปีต่อไปได้ ซึ่งจากผลการวิจัยในครั้งนี้ สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ควรเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นความรู้เกี่ยวกับตัวโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ให้เข้าถึงประชาชน ซึ่งอาจจำเป็นต้องใช้สื่อมวลชนที่นอกเหนือจากสื่อโทรทัศน์ เข้ามาเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ซึ่งการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกนั้น อาจส่งผลต่อทักษะจิตของโครงการฯ ได้ นอกจากนี้ ในการวางแผนการรณรงค์นั้น ควรนำหลักการพื้นฐานของการรณรงค์ ชาลูนซ์เจอร์ญาลากดิก (2539, หน้า 15-20) มาเป็นส่วนในการวางแผนการรณรงค์โครงการฯ ดังกล่าวด้วย โดยขั้นตอนต่างๆ จะประกอบไปด้วย การประเมินความต้องการ (Needs) เป้าประสงค์ (Goals) และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสาร การวางแผนงานการรณรงค์และการผลิตสื่ออย่างมีระบบ การนับตั้งแต่การประเมินผลก่อนการเริ่มทำการรณรงค์ ในระหว่างการรณรงค์ และหลังจากดำเนินกิจกรรมการรณรงค์เสร็จสิ้นไปแล้วเพื่อประเมินความสำเร็จ หรือข้อผิดพลาดในการ

รณรงค์ การอาศัยสื่อมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นสื่อกลางในการสื่อสารกิจกรรมต่างๆ ในการรณรงค์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง และการเลือกสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ดังนั้น สถานีโทรทัศน์สี กองทัพบกช่อง 7 จึงสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการประเมินผลโครงการฯ ในปีที่ผ่านมา ตลอดจนนำไปแนวทางในการวางแผน โครงการต่อไป

ข้อจำกัดของงานวิจัย

1. การศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ซึ่งมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับประชาชนที่เปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ทำให้ขาดความเที่ยงตรงในการขยายผลต่อไป
2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ทำให้เกิดข้อจำกัดบางประการ เช่น กลุ่มตัวอย่างอาจติดธุระทำให้ตอบแบบสอบถามแบบเร่งรีบ ไม่เต็มใจ หรือไม่ตั้งใจกรอกแบบสอบถาม อาจทำให้ข้อมูลที่ได้รับคืนมาเกิดความคลาดเคลื่อนได้
3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ยังไม่สามารถวัดทัศนคติได้ครบทุกปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติ ซึ่งส่งผลให้การวัดผลในด้านทัศนคติยังไม่ครอบคลุม

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า ระดับความรู้ต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกในหลายๆ ข้อคำถาม ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่เกิดความรู้เกี่ยวกับโครงการฯ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประชาชนยังไม่เข้าใจในรายละเอียดของโครงการเท่าที่ควร ดังนั้น เพื่อให้ประชาชนเกิดความรู้มากยิ่งขึ้น หน่วยงานด้านประชาสัมพันธ์โครงการฯ ควรมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนเข้าใจและรับรู้ในรายละเอียดของโครงการฯ ผ่านสื่อต่างๆ มากยิ่งขึ้น
2. ในด้านทัศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก พบว่า ในภาพรวมส่วนใหญ่ประชาชนเห็นด้วย แต่ค่าเฉลี่ยมีค่าไม่สูงมาก โดยเฉพาะในด้านเมื่อได้พบเห็นการรณรงค์โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ท่านมีความเข้าใจในสารดังกล่าว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ด้านการประชาสัมพันธ์หรือการเผยแพร่ ควรมีการพิจารณาถึงเนื้อความสารก่อนที่มีการประชาสัมพันธ์ รวมทั้ง ควรมีการทดสอบความเข้าใจ เบื้องต้นก่อนว่า เนื้อหาสาระที่จะประชาสัมพันธ์นั้น ผู้ที่รับมีความเข้าใจ หรือรับรู้ไปในทิศทางเดียวกัน

หรือไม่ หรือมีความเข้าใจมากน้อยเพียงใด เพื่อให้สารที่ประชาสัมพันธ์ให้กับประชาชนนั้น มีความน่าเชื่อถือ และสร้างความเข้าใจและรับรู้ถึงประโยชน์ของโครงการได้มากยิ่งขึ้น ส่งผลต่อทัศนคติที่ดีของประชาชนด้วยเช่นกัน

3. ด้านพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมของประชาชนต่อ โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก พบว่า ในด้านของการใช้บัตรคนน้ำแทนการใช้สายยาง หรือใช้น้ำที่เหลือจากกิจกรรมอื่นๆ มารดน้ำต้นไม้มีค่าเฉลี่ยระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องของโครงการ ควรณรงค์หรือให้ความรู้กับประชาชนในด้านดังกล่าว ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องการใช้ซ้ำ หรือ การให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการนำที่เหลือจากกิจกรรมอื่นๆ มารดน้ำต้นไม้ว่าส่งผลโดยตรงต่อต้นไม้อย่างไร เพื่อที่จะสร้างการรับรู้ต่อประชาชนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งแจ้งถึงประโยชน์ของการรดน้ำต้นไม้ด้วยบัตรคนน้ำว่ามีประโยชน์อย่างไร ซึ่งผลที่ได้จะส่งผลให้ระดับการมีส่วนร่วมในด้านนี้มีค่าสูงขึ้น

4. โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เริ่มต้นตั้งแต่ปี 2551 จนถึงบัดนี้ได้เข้าสู่ปีที่ 3 แล้ว ดังนั้น ทางโครงการฯ ควรเพิ่มความน่าสนใจในการณรงค์ เผยแพร่โครงการฯ ผ่านสื่อต่างๆ ของช่อง 7 สี ให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม เช่น การผลิตรายการทางโทรทัศน์เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก การแทรกข้อมูลของโครงการฯ ผ่านรายการข่าว รายการเกมโชว์ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางในด้านความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการณ์มีส่วนร่วมของประชาชนต่อไป

5. โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ควรจัดกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น เพื่อเป็นการสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนผ่านกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะช่วยให้ประชาชน เกิดทัศนคติและพฤติกรรมได้ นอกจากนั้นยังเป็นการให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมกับฟรีเซนเตอร์โครงการอีกด้วย

6. ในปัจจุบันเป็นโลกยุคสังคมออนไลน์ ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสร้างความรู้ให้กับประชาชน โดยทางโครงการฯ ควรนำเอาเครือข่ายสังคมออนไลน์ มาจัดกิจกรรมโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ผ่านเว็บ www.ch7.com หรือ <http://saveworld.ch7.com> มากที่สุด โดยการเข้าร่วมกิจกรรม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจะต้องมีประวัติตนเอง ในเว็บไซต์ Facebook หรือ TWITTER ของโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เพื่อโครงการฯ จะได้เก็บไว้เป็นฐานข้อมูล (Database) นำมาวิเคราะห์กำหนดแผนกลยุทธ์การจัดกิจกรรมให้น่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

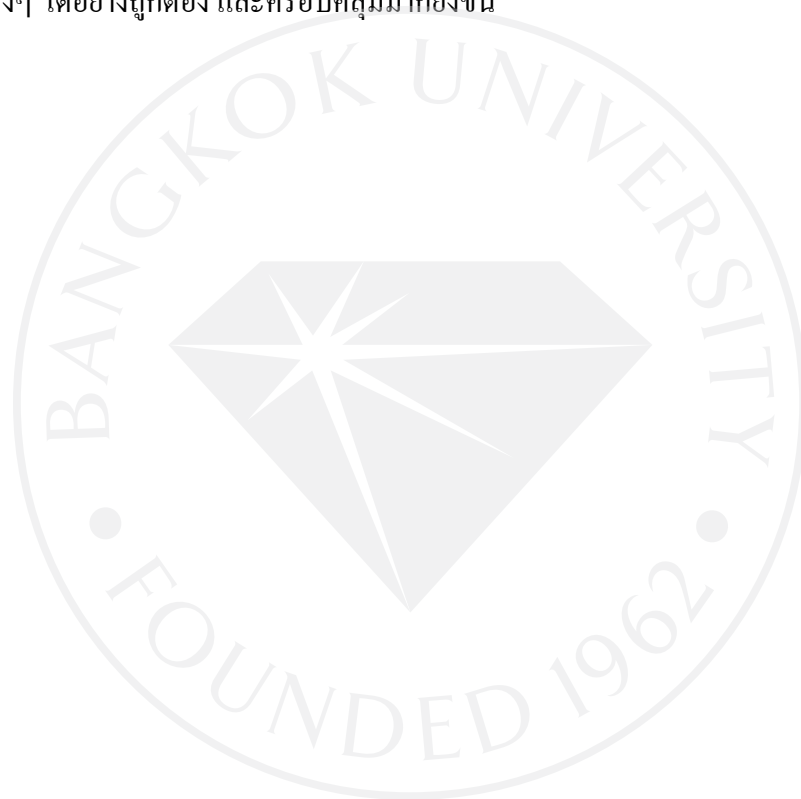
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้น ควรทำการศึกษาในลักษณะเดียวกันกับจังหวัดอื่นๆ เพื่อจะได้ข้อมูลที่เปรียบเทียบกับกลุ่มตัวอย่างใน

เขตกรุงเทพมหานครว่ามีความเหมือน หรือแตกต่างกันอย่างไร โดยจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการรณรงค์โครงการต่อไป

2. ควรศึกษาถึงประสิทธิภาพของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ว่าเข้าถึงประชาชนมากน้อยเพียงใด และเนื้อหาของสื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ นั้นมี ประสิทธิภาพในการเผยแพร่ความรู้ และทัศนคติที่ดีให้เกิดขึ้นเพียงใด รวมทั้งการสำรวจความเข้าใจ และความพึงพอใจต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกได้เช่นกัน

3. ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในการวิเคราะห์ ข้อมูลต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

หนังสือ หรือ บทความ

- เกษม จันทร์แก้ว. (2540). วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดารา ทีปะपाल. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองศาสน์การพิมพ์.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2539). การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 3).
กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดการพิมพ์.
- พัชรารักษ์ เกษะประกร. (2549). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร :
แผนกตำราและคำสอน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2526). การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช ลภีรัตนกุล. (2540). การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2548). การวิจัยธุรกิจ (ฉบับปรับปรุงใหม่). กรุงเทพมหานคร: ชรรมสาร.
- สุวรี ศิวะแพทย์. (2549). จิตวิทยาทั่วไป. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- สุพัตรา แซ่ลิ้ม. (2550). มหันตภัยโลกร้อน Global Warming...เรื่องจริงที่คุณต้องรู้. (พิมพ์ครั้งที่ 1).
กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พรีเมียดส์.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช. (2539). เอกสารการสอนชุดวิชา จิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช. (2539). เอกสารการสอนชุดวิชา จิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 8-16. นนทบุรี:
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การประชาสัมพันธ์: ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ซีระฟิล์ม
และโซเท็กซ์ จำกัด.
- อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท. (2552). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร :
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อำนาจ เจริญศิลป์. (2543). การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์ไอเอสพริ้นติ้ง เฮ้าส์.

วารสาร

เพ็ญศรี วิจารณ์. (2550, กรกฎาคม-กันยายน). ภาวะโลกร้อน Global Warming. วารสารความปลอดภัยและสุขภาพ. 1(2), 61-65.

สุรินทร์ เหล่าสุขสถิต. (2550, มิถุนายน-พฤศจิกายน). ภาวะโลกร้อน Global Warming. วารสารวิทยาศาสตร์ประยุกต์. 6(1-2), 90-100.

วิทยานิพนธ์

เกศราภรณ์ สืบสุริย์กุล. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ ลดมลพิษทางอากาศของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชนินทร์ ต่วนชะเอม. (2541). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในโครงการรักไทยให้ถูกทาง ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ช่อแก้ว ประสงค์สม. (2542). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาวของครู และอาจารย์มัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดารินทร์ กิจนิชี. (2540). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังहारสองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต,

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นารีกันต์ พรหมนง. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักของผู้บริหารและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริพร อ้วนคำ. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการ โรงเรียนสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมดีเด่นเฉลิมพระเกียรติ.

วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สิทธิชัย เทวธีระรัตน์. (2543). การเปิดรับสารและทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานจากโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการโฆษณา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภาพร รัตนะรัต. (2542). การสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์ และการมีส่วนร่วม

ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กับความตระหนักรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษา
ตอนปลาย เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์
ธุรกิจมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

สุวลักษณ์ ห่วงเย็น. (2542). การศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อกับ ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม การประหยัด
ไฟฟ้าของนักเรียนผู้ร่วม โครงการห้องเรียนสีเขียว การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.
วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

เอกสารจาก Internet

กรมการปกครอง (Copyright 2009). ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร ปี 2551. สืบค้นวันที่

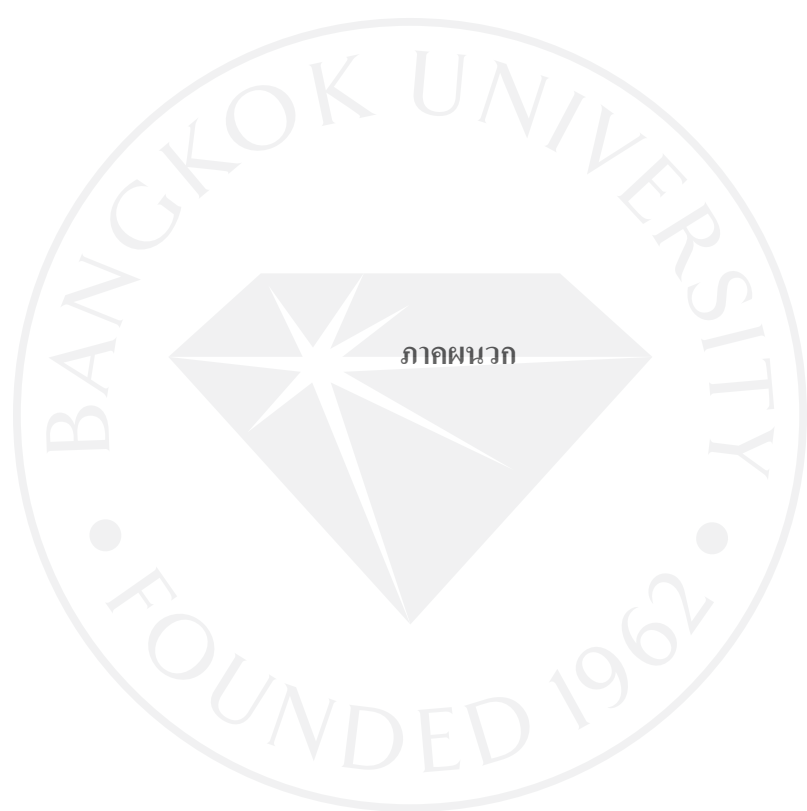
23 สิงหาคม 2552 จาก http://www.dopa.go.th/stat/y_stat.html.

ประชาชาติธุรกิจ (Copyright 2009). คน...ต้นเหตุของโลกร้อน. สืบค้นวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2553 จาก

[http://www.kriengsak.com/index.php?components=content&id_content_category_main=21&
id_content_topic_main=36&id_content_management_main=306](http://www.kriengsak.com/index.php?components=content&id_content_category_main=21&id_content_topic_main=36&id_content_management_main=306)

บ้านเมือง (Copyright 2009). ปัญหาสิ่งแวดล้อม ใครรับผิดชอบ. สืบค้นวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2553 จาก

<http://www.oknation.net/blog/print.php?id=80190>



สูตรที่ใช้ในการหาคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
อายุ 18-60 ปี

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned} n &= \frac{3,658,359}{1 + 3,658,359 (0.05)^2} \\ &= 400 \end{aligned}$$

การใช้หาค่าความเที่ยง โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's Alpha)

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S_p^2} \right)$$

α คือ ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

k คือ จำนวนข้อคำถามในแต่ละส่วนของแบบสอบถาม

S_i^2 คือ ผลรวมของคะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามแต่ละข้อ

S_p^2 คือ คะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

แบบสอบถามงานวิจัย
เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง กรุณาตอบคำถามให้ครบทุกข้อโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะนำไปประกอบการทำวิจัยในหลักสูตรปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

- | | | | |
|---------------------------|--|---|-----------|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> 1. ชาย | <input type="checkbox"/> 2. หญิง | a 1 |
| 2. อายุ | <input type="checkbox"/> 1. 18 – 25 ปี | <input type="checkbox"/> 2. 26 – 35 ปี | a 2 |
| | <input type="checkbox"/> 3. 36 – 40 ปี | <input type="checkbox"/> 4. 41 – 60 ปี | |
| 3. ระดับการศึกษา | <input type="checkbox"/> 1. มัธยมศึกษาตอนปลาย | <input type="checkbox"/> 2. ปวช. / ปวส. | a 3 |
| | <input type="checkbox"/> 3. ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> 4. ปริญญาโท | |
| | <input type="checkbox"/> 5. ปริญญาเอก | | |
| 4. อาชีพ | <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. ราชการ/รัฐวิสาหกิจ | a 4 |
| | <input type="checkbox"/> 3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | <input type="checkbox"/> 4. พนักงานบริษัทเอกชน | |
| | <input type="checkbox"/> 5. แม่บ้าน | <input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ โปรดระบุ..... | |
| 5. ระดับรายได้ (ต่อเดือน) | <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 10,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 10,001-20,000 บาท | a 5 |
| | <input type="checkbox"/> 3. 20,001-30,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 30,001 บาท ขึ้นไป | |

ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง และตอบคำถามลงในช่องว่างตามความเป็นจริงมากที่สุด

6. ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ท่านรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ปัญหาภาวะโลกร้อนผ่านสื่อโทรทัศน์ ในสถานีช่องต่างๆ ดังต่อไปนี้หรือไม่อย่างไร

สถานีโทรทัศน์	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3					
สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5					
สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7					
สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี (ช่อง9)					
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท.)					
สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย (ThaiPBS)					

7. ท่านเคยได้ยินข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลกหรือไม่ b 7
1. เคย 2. ไม่เคย
8. ท่านเลือกเปิดรับรูปแบบข่าวสารโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก จากสื่อใด มาก ที่สุด b 8
1. สปอตประชาสัมพันธ์โครงการ 2. ตั๋ววิ่ง
3. เว็บไซต์ <http://saveworld.ch7.com> 4. Back Drop ผู้ประกาศคั่นรายการ
5. รายการ คันปาก 6. รายการ เที่ยงบันเทิง
7. รายการ เส้นทางบันเทิง 8. รายการข่าว
9. รายการสารคดี ปันรักให้โลก 10. Music VDO
11. พิธีเซนต์อร์ประจำโครงการ 12. หนังสือพิมพ์
13. เพื่อน/ผู้ปกครอง
9. ความถี่ที่ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก b 9
1. เห็นทุกวัน/สัปดาห์ 2. 1 - 2 วัน/สัปดาห์
3. 2 - 3 วัน/สัปดาห์ 4. 3 - 4 วัน/สัปดาห์
5. ไม่ได้เห็นเลย
10. ท่านสนใจการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก อย่างไร b 10
1. สนใจมากอย่างยิ่ง 2. สนใจมาก
3. สนใจพอสมควร 4. ไม่ค่อยสนใจ
5. ไม่สนใจอย่างยิ่ง

ตอนที่ 3 ความรู้ในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

11. โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เป็นโครงการเกี่ยวกับอะไร c 1
1. การประหยัด อดออม 2. การรณรงค์ต่อต้านยาเสพติด
3. การเชิญชวนให้บริจาคเงิน 4. การรณรงค์ให้ช่วยกันดูแลรักษาโลก
12. ข้อใดต่อไปนี้ คือ สาระสำคัญของโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก c 2
1. การเป็นสื่อกลางสร้างความรู้ความเข้าใจ กระตุ้นเตือนให้คนไทย หันมาใส่ใจกับปัญหาภาวะโลกร้อน
2. สร้างจิตสำนึกให้ประชาชนเห็นถึงปัญหาที่แท้จริงของชาติ บ้านเมือง
3. รณรงค์ให้คนไทยช่วยกันปลูกต้นไม้
4. เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
13. ข้อใดคือ สโลแกนของโครงการ 7 สีปันรักให้โลก c 3
1. กรีน เอ็นเตอร์เทนเมนท์
2. 39 ปี ที่วีรักษ์โลก (KEEP SAVE GROW)
3. รักษาโลก รักษาชีวิต (SAVE WORLD SAVE LIFE)
4. รักเรา รักษาโลก

14. โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เกิดขึ้นเพื่อรณรงค์กับคนกลุ่มใด c 4
1. กลุ่มไฮโซ 2. นักเรียน/นักศึกษา
3. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 4. ประชาชนทุกคน
15. ข้อใดต่อไปนี้เป็น ไม่ใช่ แนวทางในการลดปัญหาภาวะโลกร้อนในโครงการ 7 สีปันรักให้โลก c 5
1. รั้งน้ำ (Save Water to Save World)
2. รั้งสิ่งแวดล้อม (Save Environment to Save World)
3. รั้งอากาศ (Save Climate to Save World)
4. รั้งพลังงาน (Save Energy to Save World)
16. ข้อใดจัดเป็นวิธีการของโครงการ 7 สีปันรักให้โลก c 6
1. ขับรถยนต์ด้วยความเร็ว 2. เปิดน้ำทิ้งไว้ขณะแปรงฟัน
3. ใช้กระดาษหน้าเดียว 4. เปิดหน้าต่างรับลมแทนการเปิดเครื่องปรับอากาศ
17. ใคร ไม่ใช่ พิธีเซนต์ประจำโครงการ 7 สีปันรักให้โลก c 7
1. แพนเค้ก-เขมนิจ จามิกรณ์ 2. น้ำ-รพีภัทร เอกพันธ์กุล
3. นิเว-วงศ์กร ปรมัตถการ 4. อัม-พัชราภา ไชยเชื้อ
18. สิ่งใดที่จะช่วยผลักดันให้โครงการ 7 สีปันรักให้โลก ประสบความสำเร็จ c 8
1. การได้รับความสนับสนุนจากรัฐบาล
2. ความร่วมมือร่วมใจของประชาชนทุกคน
3. การปฏิบัติตามคู่มือ 80 วิธีหยุดโลกร้อน
4. เผยแพร่วิธีการประหยัด พลังงาน
19. ข้อใดเป็นสัญลักษณ์ (Logo) ของโครงการ 7 สีปันรักให้โลก c 9
1. มือสองข้างจับกัน
2. รูปโลกและโลโก้ช่อง 7
3. รูปหัวใจสีแดงบนธงชาติ
4. เด็กไทยผมจุกกำลังพนมมือไหว้
20. ข้อความใดต่อไปนี้เป็น ไม่ อยู่ในโครงการ 7 สีปันรักให้โลก c 10
1. มาแบ่งปันความรักให้โลกของเรา
2. ปันรักให้โลกได้ง่ายๆ ด้วยการใช้ชีวิตทุกวันอย่างประหยัดและพอเพียง
3. เราเริ่มแล้วนะคะ แล้วคุณล่ะเริ่มรึยัง!
4. พัฒนาคุณภาพชีวิต ด้วยแนวคิดคนรุ่นใหม่

ตอนที่ 4 ทศนคติต่อโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ข้อ	ทศนคติของท่านในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	ระดับทศนคติในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก				
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย ปานกลาง (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	เห็นด้วย น้อยที่สุด (1)
21.	ท่านคิดว่าการนำฟรีเซนเตอร์มาเชิญชวน กระตุ้นเตือนให้คนไทย ตระหนักถึงภาวะโลกร้อน จะทำให้ง่ายต่อการเข้าใจถึงปัญหา					
22.	เนื้อหาในการนำเสนอเรื่องภาวะโลกร้อนผ่าน โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก สามารถกระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมในการลดปัญหาภาวะโลกร้อน					
23.	โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ทำให้ท่านเกิดความสนใจในปัญหาภาวะโลกร้อนที่จะเกิดขึ้นในอนาคตมากขึ้น					
24.	ท่านอยากมีส่วนร่วมกับโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก					
25.	การรณรงค์ปัญหาภาวะโลกร้อนผ่านโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก โดยใช้นักแสดงสามารถสร้างการรับรู้ได้ดี					
26.	ท่านเชื่อว่าโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก จะสามารถช่วยลดปัญหาภาวะโลกร้อนในขณะนี้ได้					
27.	เมื่อท่านได้พบเห็นการรณรงค์โครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ท่านมีความเข้าใจในสารดังกล่าว					
28.	ท่านว่าคิดโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก จะสามารถสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนหันมาใส่ใจในเรื่องของปัญหาภาวะโลกร้อน					
29.	จากโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ทำให้ท่านทราบถึงวิธีการรักษาน้ำ รักษาดินไม้ รักษาอากาศ และรักษพลังงาน					
30.	ท่านคิดว่าการปลูกจิตสำนึกเกี่ยวกับการรณรงค์ลดภาวะโลกร้อน ในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก ประสบความสำเร็จ					

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

ข้อ	พฤติกรรมที่ท่านมีส่วนร่วมในโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก	พฤติกรรมการมีส่วนร่วมโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
31.	ท่านจะปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าทั้งบ้านและสถานที่ต่างๆ ทุกครั้ง เมื่อไม่ใช้งาน					
32.	ท่านหมั่นตรวจตราและซ่อมแซมอุปกรณ์ไฟฟ้าของท่านอย่างสม่ำเสมอ เพื่อประหยัดไฟฟ้า					
33.	ท่านหรือผู้ปกครองหยุดการใช้รถส่วนตัวลง และใช้บริการรถประจำทาง หรือรถไฟฟ้า					
34.	ท่านหรือผู้ปกครอง ขับรถด้วยความเร็วไม่เกิน 90 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เพื่อช่วยลดปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์					
35.	ท่านใช้ถุงผ้าแทนการใช้ถุงพลาสติกเป็นประจำ					
36.	ท่านส่งข้อมูลข่าวสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ แทนการใช้เอกสาร					
37.	ท่านเลือกใช้กระดาษที่ผ่านการรีไซเคิลแทนการใช้กระดาษใหม่					
38.	ท่านใช้ขวดน้ำแทนการใช้สายยาง หรือใช้น้ำที่เหลือจากกิจกรรมอื่นๆ มารดน้ำต้นไม้					
39.	ท่านรักโลก รักชีวิต ด้วยการใช้ชีวิตอย่างประหยัดและพอเพียง					
40.	ท่านปฏิบัติตามสื่อรณรงค์ของโครงการ 7 สี ปันรักให้โลก เมื่อรู้ว่าการทำเช่นนี้จะช่วยลดปัญหาภาวะโลกร้อนได้					

✧ ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ✧