



บันทึกเรื่อง
“สิ่งแวดล้อม”
ในสื่อสารศึกษา

.....

กาญจนา แก้วเทพ



บันทึกเรื่อง “สิ่งแวดล้อม” ในสื่อสารศึกษา

กาญจนา แก้วเทพ

สารบัญ

เกริ่นนำ	10
ส่วนที่ 1: คุณลักษณะของเรื่อง “สิ่งแวดล้อม”	15
1. ความหลากหลายของ “คำนิยาม” ของ “สิ่งแวดล้อม”	16
2. การจัดประเด็นในเรื่องสิ่งแวดล้อม	20
3. จุดยืนของขบวนการสิ่งแวดล้อม	43
4. ผู้กระทำการในเรื่องสิ่งแวดล้อม	52
ส่วนที่ 2: พัฒนาการของการสื่อสารสิ่งแวดล้อม	76
5. พัฒนาการและภาพรวมของการสื่อสารสิ่งแวดล้อม ในโลกตะวันตก	76
6. พัฒนาการและภาพรวมของการสื่อสารสิ่งแวดล้อม ของไทย	90
ส่วนที่ 3: สำนักคิดในเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อม	124
7. ทฤษฎีหน้าที่นิยมกับงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อม	125
8. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับงานวิจัยสื่อสาร สิ่งแวดล้อม	145
ส่วนที่ 4: การจำแนกประเภทของงานวิจัยตามองค์ประกอบ การสื่อสาร	160
9. การศึกษาผู้ส่งสารในงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อม	160
10. การศึกษาผู้รับสารในงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อม	175
11. การศึกษาสื่อ/ช่องทางการสื่อสารในงานวิจัยสื่อสาร สิ่งแวดล้อม	220
12. การศึกษาเนื้อหาสารในงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อม	231

โครงการเมธีวิจัยอาวุโส “กระบวนทัศน์ใหม่ของสื่อสารศึกษาไทย” (New Paradigm of Thai Communication Study) รศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ ผู้รับผิดชอบโครงการ โดยฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว) (พ.ศ.2552-2555)

บันทึกเรื่อง “สิ่งแวดล้อม” ใน “สื่อสารศึกษา”

กาญจนา แก้วเทพ

เกริ่นนำ

ดูเหมือนว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมในการรับรู้ของผู้คนในโลกปัจจุบันนั้นจะมีความเด่นชัดและรุนแรงมากจนแทบไม่ต้องยกข้อมูลใดๆมาอ้างอิงประกอบ ขอบเขตของปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นขยายครอบคลุมไปเกือบทุกประเด็นของเรื่องสิ่งแวดล้อม (พูดง่ายก็คือไม่มีประเด็นไหนที่ไม่มีปัญหา) ตั้งแต่เรื่องใกล้ตัว เช่น ป่าไม้ น้ำเสีย อากาศเป็นพิษ การสูญพันธุ์ของพืชพันธุ์และสรรพสัตว์ทั้งหลาย ชยะ ฯลฯ ซึ่งอาจจะดูเป็นปัญหาเดิมๆ ไล่ไปจนกระทั่งถึงปัญหาใหม่ๆสไตส์แปลกๆ ที่แะเวียนกันเข้ามาเขย่าขวัญผู้คน เช่น ปัญหาโลกร้อน ปัญหาการตัดต่อพันธุกรรม (GMOs) เป็นต้น

ในส่วนของสาขาวิชาการสื่อสารที่ถูกมอบหมายเรียกร้องให้เข้าไปเกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆในสังคมนั้นได้แยกย่อยออกมาเป็นสาขาย่อยเฉพาะๆ เช่น การสื่อสารการเมือง (Political communication) การสื่อสารสุขภาพ (Health communication) และเมื่อประเด็นของเรื่องสิ่งแวดล้อมทวีความสำคัญถึงจุดสูงสุดในราวทศวรรษ 1960 ในโลกตะวันตกก็ได้เกิดสาขาย่อยที่เรียกว่า “การสื่อสารสิ่งแวดล้อม” (Environmental communication) ขึ้นมาในแวดวงวิชาการการสื่อสารในกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมของโลกตะวันตก

และเมื่อผู้คนและสังคมโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศที่มีการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย-อุตสาหกรรมก่อนใคร ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาความเสียหายของสิ่งแวดล้อม (ก่อนใครด้วยเช่นกัน) บรรดาสถาบันและกลไกต่างๆในสังคม ไม่ว่าจะเป็นรัฐ กฎหมาย ธุรกิจ ภาคประชาชน ฯลฯ ก็ได้พยายามที่จะแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมดังกล่าว การสื่อสารในฐานะกลไกหนึ่งของสังคมก็ได้ถูกเรียกร้องและถูกตั้งคำถามต่างๆ เริ่มตั้งแต่คำถามแบบง่ายๆเป็นสมการชั้นเดียวว่า ท่ามกลางภาวะวิกฤติด้านสิ่งแวดล้อม

เช่นนี้ การสื่อสารจะมีบทบาทอย่างไรบ้างในการช่วยบรรเทาความรุนแรงของปัญหา ช่วยแสวงหาหนทางในการออกจากปัญหา หรือในทางกลับกัน การสื่อสารกลับเล่นบทเป็นผู้ช่วยซ้ำเติมปัญหาให้หนักยิ่งขึ้น และข้อหาที่ดูจะร้ายแรงกว่านั้นก็คือ หรือว่าการสื่อสารนั่นเองเป็นตัวต้นตอของปัญหา

เมื่อต้องอยู่ร่วมกับปัญหาสิ่งแวดล้อมนานวันเข้า ในอีกด้านหนึ่ง ก็มีกระบวนการพัฒนาความรู้ความเข้าใจต่อเรื่องสิ่งแวดล้อมที่กว้างขวาง รอบด้านมากขึ้น แห่ลมคมยิ่งขึ้น และลุ่มลึกมากขึ้น ฉะนั้น จากคำถามเดิมๆที่ว่า จะมีมาตรการในการป้องกันน้ำเน่าเสียหรือป้องกันการตัดไม้ทำลายป่ากันอย่างไร ในลำดับต่อมา ในแวดวงนักสิ่งแวดล้อม (แม้แต่ในโลกตะวันตกบางส่วน) ก็เริ่มมีการตั้งคำถามใหม่ว่า “จะป้องกันน้ำใจที่เน่าเสียของมนุษย์ได้อย่างไร” (เพื่อเป็นหลักประกันเบื้องต้นของการป้องกันแม่น้ำเน่าเสีย) “จะปลูกป่าในใจคนขึ้นมาได้อย่างไร” เพราะหากปลูกป่าในใจนี้ไม่สำเร็จ การปลูกป่าภายนอกก็ไม่มีทางยั่งยืน คำถามใหม่เช่นนี้ ทำให้ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ดูเหมือนจะเป็น “ปัญหาแวดล้อมภายนอก” ตัวคนเริ่มกลายเป็นปัญหาที่เคลื่อนย้ายเข้าไปอยู่ “ภายในจิตใจของผู้คน” เนื่องจากบรรดามลพิษทั้งหลายนั้นน่าจะมีจุดกำเนิดที่ “พิษร้ายในจิตใจมนุษย์” นั่นเอง

คำถามใหม่ๆที่เริ่มเป็นแบบสมการหลายชั้นเหล่านี้กระตุ้นให้เกิดคำถามอื่นๆต่อเนื่องตามมาเป็นสายโซ่ระโยงระยาง เช่น คำถามที่ว่าหน้าที่ของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อมนั้นมีอะไรบ้าง และพึงมีอะไรบ้าง เช่น นอกจากหน้าที่ในการใช้ประโยชน์จากธรรมชาติแล้ว หรือนอกเหนือจากหน้าที่ในการอนุรักษ์ธรรมชาติแล้ว ก็ยังมีหน้าที่อื่นๆอีกหรือไม่ เช่น การทำนุบำรุงไปจนกระทั่งถึงการสร้างเสริมธรรมชาติให้ดีขึ้น และเครื่องหมายคำถามอันใหญ่ที่ยืนอยู่เบื้องหลังคำถามย่อยๆเหล่านี้ก็คือ คำถามที่ว่าด้วย **ทัศนคติในการที่มนุษย์เราจะอยู่ร่วมกับธรรมชาติและสรรพสิ่งทั้งหลายในโลกใบสีน้ำเงินนี้เป็นอย่างไร** (เช่นคำถามของกลุ่มนิเวศน์เชิงลึก - Deep Ecology) อันเป็นคำถามที่นักการศาสนาตั้งแต่ครั้งอดีตกาลได้ขบคิดมา



เป็นเวลาช้านานแล้ว (ดูรายละเอียดในนิเวศวิทยากับศาสนา, เดวิด คินสลีย์, 2551) และเมื่อเรื่องสิ่งแวดล้อมได้ก้าวดึงลงลึกไปมากยิ่งขึ้น การสื่อสารเรื่องสิ่งแวดล้อมก็ถูกจับตามองว่า จะก้าวไปทันกับความลุ่มลึกนั้นหรือไม่ การสื่อสารจะมีบทบาทในการช่วยขยายความเข้าใจและสร้างทัศนะของการที่มนุษย์เราจะอยู่ร่วมกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่างๆไปอย่างไร

ในหมู่นักสิ่งแวดล้อมนั้น มีแนวคิดที่เป็นหัวใจอยู่ข้อหนึ่งที่ว่า “ไม่มีที่ยืนที่เป็นกลางในเรื่องสิ่งแวดล้อม” กล่าวคือ “ในเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น หากเราไม่เป็นส่วนหนึ่งของการแก้ปัญหา เราก็คงต้องเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างปัญหา” การสื่อสารและนักสื่อสารก็มีใช้ข้อยกเว้นในแนวคิดดังกล่าว และแม้ว่าเนื้อหาในตอนต่อไปของบทความชิ้นนี้จะหยิบยกเอางานวิจัยเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทยจำนวนมากนำเสนอให้เห็นถึงความพยายามที่จะเป็น “ผู้ช่วยแก้ไขปัญหา” สิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะในฐานะผู้ติดตามสอดส่องปัญหา ผู้ร้องบอกแจ้งเตือน ผู้โน้มน้าวให้เห็นปัญหา ฯลฯ แต่ทว่าในอีกด้านหนึ่ง เราก็คงต้องเงี่ยหูรับฟังคำกล่าวของ D. Edwards (1998) ที่เตือนถึง “ด้านมืด” (darkside) ของสื่อมวลชนในเรื่องสิ่งแวดล้อม Edwards ยกคำกล่าวของ M. Saatchi ที่พรรณนาว่า “ทุกวันนี้เราอยู่ในยุคประชาธิปไตยแห่งสารสนเทศแล้ว ไม่มีข้อมูลอะไรจะปิดบังซ่อนเร้นได้อีกแล้ว พวกเราสามารถล่วงรู้ข่าวสารทุกอย่าง” Edwards แสดงความข้องใจว่า ในเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นจริงดังคำกล่าวของ Saatchi หรือ

แน่นอนว่า สารสนเทศในเรื่องสิ่งแวดล้อมอาจจะไม่ถูกปิดบังซ่อนเร้น แต่ทว่าข่าวสารนั้นอาจจะถูกประกอบสร้างหรืออาจจะถูกตกแต่งขึ้นมาจากกระบวนการของสื่อมวลชน ทั้งนี้เพราะการสื่อสารมวลชนมิใช่สถาบันในอุดมคติ หากทว่าเป็นระบบธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องอยู่ประเภทหนึ่ง ดังนั้น จากธรรมชาติดังกล่าวจึงยังเป็นเครื่องหมายคำถามอันใหญ่ที่ว่า สื่อมวลชนจะสามารถ “บอกความจริง” ข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมได้มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ยังไม่ต้องไปพูดถึงประเด็น

เรื่อง “พลังอำนาจของสื่อมวลชน” ที่จะสำแดงอิทธิฤทธิ์ในการคลี่คลาย ปัญหาของสิ่งแวดล้อม

จากเรื่อง “ความสัมพันธ์แบบกว้างๆ” ระหว่างการสื่อสารกับ สิ่งแวดล้อมที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น เมื่อตัดภาพมาที่ประสบการณ์ของผู้เขียนเองกับเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อม ผู้เขียนมีจังหวะชีวิตที่ได้โคจร มาพบหน้ากับเรื่องสื่อสารสิ่งแวดล้อมมาแล้ว 2 ครั้ง ครั้งนี้จึงเป็นครั้งที่ 3 ของการบันทึกในเรื่องนี้ เมื่อเหลียวหลังแลหน้าไปดูประสบการณ์ที่ผ่านมา ผู้เขียนก็มีข้อสังเกตบางประการดังนี้

ในปีพ.ศ.2540 เป็นครั้งแรกที่ผู้เขียนได้เริ่มประมวลแนวคิดและ ตัวอย่างงานวิจัยไทยเรื่องสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในแวดวงสื่อสารศึกษาอันปรากฏ อยู่ในบทความชื่อ “จุดประกายความคิดเรื่องสื่อมวลชนกับสิ่งแวดล้อม” ผู้เขียนได้สรุปย่อบทความนี้ไปตีพิมพ์ในวารสารนิเทศศาสตร์ (ปีที่ 16:1, 2541) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในชื่อ “สื่อสิ่งแวดล้อม: ที่เป็นมาและ ที่(ควรจะเป็น)ไป” ที่มาของงานเขียนชิ้นแรกนี้เนื่องจากตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2530-2540 บรรยากาศเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อมในสังคมไทยนั้นได้เริ่ม พัฒนาไปสู่ขั้นวิกฤติ โดยเฉพาะปัญหาเรื่องการแย่งชิงทรัพยากรธรรมชาติ ที่เริ่มมีจำกัดมากขึ้นทุกที (กรณีรูปธรรมคือเรื่องการสร้างเขื่อน) และขอบ เขตของการรับรู้ปัญหาสิ่งแวดล้อมก็เริ่มขยายตัวจากกลุ่มนักวิชาการหรือ กลุ่มนักอนุรักษ์กลุ่มเล็กๆ มาสู่สาธารณชนวงกว้าง มีการรวมตัวกันอย่าง ขนาดใหญ่เช่น กลุ่มผู้จัดงานสัมมนาสิ่งแวดล้อมครั้งที่ 1 ในปีพ.ศ.2533 รวมทั้งมีการขยายตัวของสื่อสิ่งแวดล้อมในทุกแขนง เช่น การเกิดขึ้นของ นิตยสารเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมหลายๆเล่ม อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการ ขยับตัวในโลกวิชาการนั้นย่อมเชื่องช้ากว่าการเคลื่อนไหวของโลกแห่งความ เป็นจริง ในข้อเขียนชิ้นแรกนี้ ผู้เขียนจึงพบว่า ผู้เขียนยังต้องใช้แนวคิด และเนื้อหาส่วนใหญ่ที่อ้างอิงจากงานศึกษาของต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทยซึ่งเพิ่งอยู่ในระยะตั้งไข่ นั้นยังมีอยู่อย่างจำกัด สถานการณ์ดังกล่าวนี้จะเปลี่ยนแปลงไปเมื่อผู้เขียน ย้อนกลับมาเขียนประเด็นเดิมในรอบที่ 3 นี้



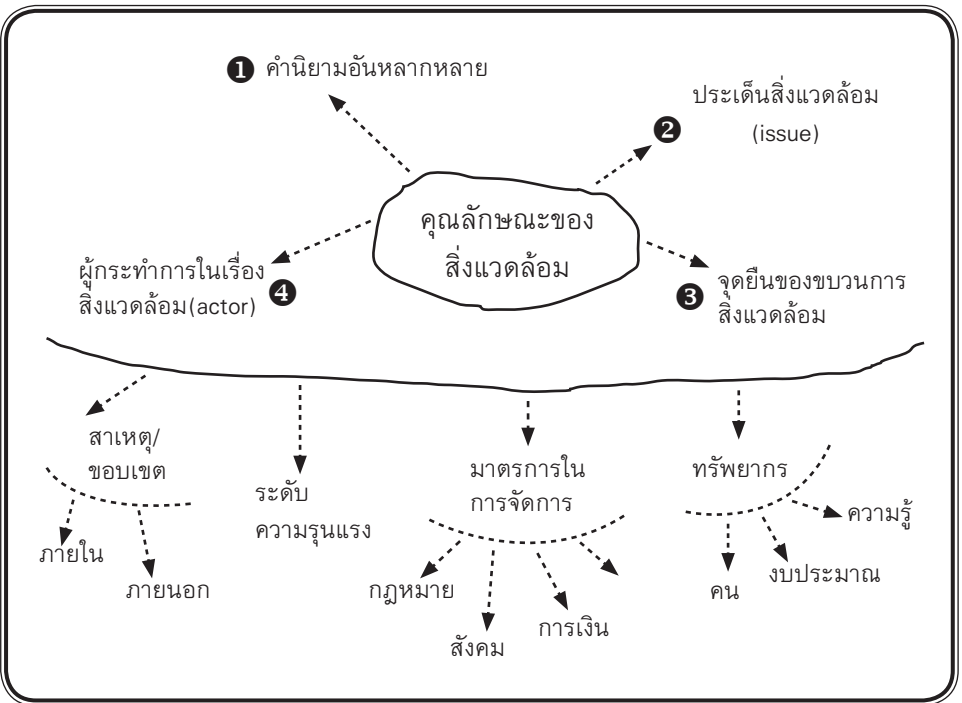
ส่วนงานเขียนชิ้นที่ 2 ของผู้เขียนเกิดขึ้นในปี พ.ศ.2549 เป็นงานสังเคราะห์กรณีศึกษาที่เป็นงานวิจัยเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อม 4 ชิ้นที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) งานวิจัยทั้ง 4 ชิ้นนี้ แม้ว่าประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมจะแตกต่างกันออกไป (ผู้เขียนเรียกเล่นๆว่าเป็นกรณี “1 คลอง 2 ป่า 1 ชยะ) แต่ทว่าในแง่มุมของการสื่อสารแล้ว ทั้ง 4 กรณีนั้นมีจุดร่วมกันตรงที่ต้องการทดลองประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกลยุทธ์การสื่อสารแบบเฉพาะที่เรียกว่า “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” (participatory communication) และ “เครือข่ายการสื่อสาร” (communication network) ว่ารูปแบบการสื่อสารทั้ง 2 ประเภทนั้นเหมาะสมที่สุดสำหรับงานสิ่งแวดล้อม (สนใจโปรดดู กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารเพื่อโลกสวย, 2549)

สำหรับการหวนกลับมาครั้งที่ 3 นี้ อาจถือได้ว่าเป็นการย้อนกลับไปทบทวนพัฒนาการของประเด็นสิ่งแวดล้อมที่ถูกหยิบมาศึกษาในสาขาสื่อสารศึกษาในช่วง 3-4 ทศวรรษที่ผ่านมา เนื่องจากในช่วงเวลาที่ผ่านมา ความรู้ในแวดวงวิชาการทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและสื่อสารศึกษานั้นได้มีการเปลี่ยนแปลงไปทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของปริมาณงานศึกษาที่มีมากขึ้น ทักษะและความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งวิธีการวิเคราะห์ปัญหา และวิธีการแก้ไขปัญหา เช่นเดียวกันกับพัฒนาการการเปลี่ยนแปลงในด้านของสื่อสารศึกษาที่จะเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่องของสิ่งแวดล้อม ผู้เขียนจึงหวังว่า บันทึกจากการเหลียวหลังครั้งนี้จะช่วยให้การแลไปข้างหน้าของผู้ที่สนใจประเด็นเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมได้ก้าวเดินไปบนเส้นทางของ “โลกสวยด้วยการสื่อสาร” อย่างมีแผนที่ช่วยนำทางมากยิ่งขึ้น

ในงานเขียนชิ้นนี้ ผู้เขียนจะนำเสนอแนวคิดและแง่มุมต่างๆเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นฐานเพียงพอต่อยอดไปถึงเนื้อหาหลักคือเรื่องของการสื่อสาร โดยจะยกตัวอย่างงานวิจัยเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทยมาประกอบเพื่อให้มีรูปธรรมที่ชัดเจน

ส่วนที่ 1: การวิเคราะห์คุณลักษณะของเรื่อง “สิ่งแวดล้อม”

เนื่องจากการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารสิ่งแวดล้อม” นั้น มีส่วนผสมที่เป็นเรื่องของ “สิ่งแวดล้อม” อยู่ครึ่งหนึ่ง และครึ่งของสิ่งแวดล้อมนี้จะเข้ามาเป็นตัวกำหนดโฉมหน้าของการสื่อสารที่จะออกมา ดังนั้นในที่นี้เราจะทำความรู้จักคุณลักษณะ/มิติ/แง่มุมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างพอสังเขป เพื่อช่วยปูเส้นทางแห่งความเข้าใจเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในลำดับต่อไป



ภาพที่ 1: คุณลักษณะของเรื่อง “สิ่งแวดล้อม”

สำหรับการศึกษาเรื่อง “สิ่งแวดล้อม” ในสื่อสารศึกษานั้น จะมีมิติที่ต้องพิจารณาเป็นเบื้องต้นแรกใน 4 มิติ คือ คำนียามของสิ่งแวดล้อมที่



ผู้ศึกษาเลือกใช้ ประเด็นสิ่งแวดล้อมที่ศึกษา จุดยืนด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ศึกษา และใครเป็นผู้กระทำการในเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น จากมิติเบื้องต้น ทั้ง 4 ประการนี้จะส่งผลต่อมาเป็นคลื่นระลอกที่ 2 ที่ต้องพิจารณาใน 4 แง่มุม/ตัวแปรก็คือ **สาเหตุ/ขอบเขตของปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นเกิดมาจาก/อยู่ในขอบเขตภายในชุมชนหรือล้นเกินออกไปสู่ภายนอกชุมชน ระดับความรุนแรงของปัญหามีมากน้อยเพียงใด มาตรการในการแก้ไขปัญหาเป็นมาตรการใด เช่น มาตรการด้านกฎหมาย มาตรการด้านสังคม มาตรการด้านการเงิน และข้อข้อสุดท้ายของการลงมือปฏิบัติการก็คือ ทรัพยากรที่จะนำมาใช้แก้ปัญหาคืออะไร เช่น กำลังคน งบประมาณ ความรู้ และอื่น ๆ**

จากนี้ เราจะพิจารณาดูมิติแต่ละด้านของสิ่งแวดล้อมพร้อมทั้งดูตัวอย่างงานวิจัยด้านการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทยเป็นตัวอย่างประกอบไปด้วย

1. ความหลากหลายของ “ค่านิยม” ของสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากคำว่า “สิ่งแวดล้อม” เป็นแนวคิดกว้างๆที่บ่งบอกความหมายอ้างอิงถึงหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้นจึงมีผู้ให้ค่านิยมที่หลากหลายอย่างมาก และค่านิยมที่แตกต่างกันย่อมนำไปสู่วิธีการวิเคราะห์-การจัดการกับปัญหาที่แตกต่างกัน รวมทั้งการศึกษาวิจัยก็จะแตกต่างกันไปด้วย ในที่นี้จะยกตัวอย่างให้เห็นสัก 2 ค่านิยม

(1.1) ค่านิยมจากทัศนะของ A. Dahlan (1994) ได้แบ่งระดับของสิ่งแวดล้อมออกเป็น 3 ระดับคือ

(ก) **สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ** (Natural environment) หรือระบบ ecosystem ที่ประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งที่สร้างขึ้นใหม่ได้และไม่ได้ สิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิตทั้งปวง สรรพสิ่งเหล่านี้อยู่ร่วมกันอย่างมีหลักการ มีกระบวนการ และมีวัฏจักร

(ข) **สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-Made environment)** เป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเมื่อมนุษย์ได้สร้างสรรค์เปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ เช่น ถนน สะพาน ตึก ไฟฟ้า ฯลฯ ซึ่งยังคงมีลักษณะกายภาพที่มองเห็นจับต้องได้อยู่

(ค) **สิ่งแวดล้อมทางสังคม (Social environment)** มีลักษณะที่ไม่ใช่ด้านกายภาพและเป็นมิติเชิงคุณภาพ ประกอบด้วยค่านิยม บรรทัดฐานของสังคม การรับรู้ ปรัชญา วัฒนธรรม และผลผลิตอื่น ๆ ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์

สิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ระดับนี้จะมีปฏิสัมพันธ์กันอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น ข้อสรุปของนักวิชาการแนวมนุษยนิยมจากลาตินอเมริกาสรุปว่า วิกฤติการณ์ทางสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (ระดับ ก.) ที่ทั่วโลกกำลังประสบอยู่ มิใช่เกิดขึ้นเพราะปัญหาประชากรมากขึ้น หากแต่เป็นเพราะผลผลิตของลัทธินิยมวัตถุนิยมตะวันตก (ระดับ ค.) ที่ส่งผลให้โลกทั้งโลกมีสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น (ระดับ ข.) และสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติเกิดเป็นอันตรายต่อทุกอย่างในโลกรวมทั้งตัวมนุษย์เองด้วย (อ้างจากปริชา เปี่ยมพงศ์สานต์, เศรษฐศาสตร์สีเขียว: 2539)

(1.2) คำนิยามจากทัศนะของ Tarzie Vittachi (อ้างใน K. Dixit, 1994) ได้ใช้แนวคิดที่คล้ายคลึงกันด้วยการแบ่งสิ่งแวดล้อมเป็น 3 ส่วน 2 ส่วนแรกเป็นระดับภายนอก คือ **สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ (natural environment)** และ **สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้นทุกอย่าง (human environment)** ส่วนระดับที่สามเป็นส่วนภายใน (inner environment) ได้แก่ **คุณค่าที่กำหนดแนวทางประพฤติปฏิบัติที่เรียกว่า "invironment"** ซึ่งอยู่ภายในจิตใจ/จิตวิญญาณของบุคคล ตัวอย่างเช่น ทัศนะที่มนุษย์เรามีต่อธรรมชาติ หรือการอยู่ร่วมกับสรรพสิ่งแวดล้อมรอบตัวมนุษย์ทั้งที่มีชีวิตและไร้ชีวิตดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ซึ่งมีข้อที่น่าสังเกตว่า ในวิถีคิดของประชาชนในโลกที่สามหรือกลุ่มชนเผ่าพื้นเมืองที่ยังไม่ทันสมัย เช่น ชน

พื้นเมืองในออสเตรเลีย ชาวเขาเผ่าปกาเกอญอ ฯลฯ ซึ่งแม้ว่าอาจจะถูกทำลายสิ่งแวดล้อมภายนอก 2 ระดับแรกไปแล้ว แต่ทว่าสิ่งแวดล้อมในใจนั้นยังคงหลงเหลือมรดกวิถีคิดและระบบคุณค่าเก่าๆเอาไว้พอสมควร ตัวอย่างเช่น ในกรณีของพุทธศาสนาในสังคมไทย รักรอง (2534) วิเคราะห์ว่า “การที่ชาวพุทธคิดว่ามนุษย์เป็นเพียงหนึ่งในบรรดาชีวิตทั้งหลายที่ถือรูปแตกต่างกันออกไป ไม่มีใครเป็นศูนย์กลาง วายเวียนกันไป ในวัฏสงสาร ซึ่งมีมนุษย์และสัตว์ก็ตกอยู่ในห้วงอำนาจของมันเท่าๆกัน **ทัศนคติแบบนี้เอื้อต่อการอนุรักษ์** เพราะไม่ถือเอาประโยชน์ของมนุษย์เป็นที่ตั้ง ชีวิตในรูปอื่นๆจึงมีสิทธิ์จะอยู่บนโลกนี้เท่าๆกับมนุษย์” (ในงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่จะยกมานำเสนอต่อไป จะมีวิถีคิดดังกล่าวสอดแทรกอยู่)

และจากแนวคิดการแบ่งสิ่งแวดล้อม 3 ส่วนดังกล่าว K. Dixit (1994) ได้โยงเข้ามาเรื่องสื่อมวลชนว่า สำหรับนักสื่อมวลชนที่จะเข้ามาทำงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นการรายงานข่าว การทำหนังสือพิมพ์ การทำการ์ตูนสอนเด็กๆเรื่องสิ่งแวดล้อม หรือการทำสโปดโฆษณาเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อม เราก็จำเป็นต้องตั้งคำถามเสียก่อนว่า “สิ่งแวดล้อมในใจ” - inner environment - ของนักสื่อมวลชนเหล่านั้นเป็นอย่างไร ทั้งนี้เพราะระบบค่านิยม ความเชื่อเกี่ยวกับธรรมชาติ คุณลักษณะและตัวตนของนักสื่อมวลชนเองจะเป็นตัวกำหนดเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของงานของตนเอง รวมทั้งอาจจะส่งผลไปถึงเรื่อง “**ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อสาร**” เนื่องจากในเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้น อาจจะเป็นไปตามหลักการที่ว่า “ไม่มีใครจะสามารถให้ในสิ่งที่ตนเองไม่มีได้”

ในลำดับต่อไป จะมิงงานวิจัยบางชิ้นที่เข้ามาแตะประเด็นเรื่องจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมของนักสื่อมวลชน

จากคำนิยามของ “สิ่งแวดล้อม” 2 ชุดที่ได้ยกมากล่าวนี้ เมื่อเวลาที่หยิบจับงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมขึ้นไวดู เราก็อาจจะต้องขีตวงลงไปเป็นประตูด่านแรกเสียก่อนว่า งานวิจัยชิ้นนั้นกำลังเล่นอยู่กับแง่มุมไหนมิติไหนของคำนิยามของสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง

“การจัดการน้ำ” เหมือนกันจากงานวิจัย 2 ชิ้นของวรรณิ จงศักดิ์สวัสดิ์ (2536) และนิลบล แสนอาทิตย์ (2547) ที่แม้จะเป็นประเด็นเรื่อง “น้ำ” เหมือนกัน แต่ก็มีแนวคิดเกี่ยวกับ “การรับรู้และการจัดการน้ำ” ที่ไม่เหมือนกัน

วรรณิ จงศักดิ์สวัสดิ์ (2536) ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลของสื่อมวลชนในการพัฒนาจิตสำนึกของประชาชนต่อปัญหามลพิษทางน้ำ” งานชิ้นนี้เกิดขึ้นหลังจากมีการตรวจสอบแม่น้ำเจ้าพระยาในรอบหนึ่งทศวรรษ คือพ.ศ.2524-2533 พบว่า แม่น้ำเจ้าพระยาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเน่าเสียอย่างรุนแรง และพบข้อมูลว่าสาเหตุหลักของการเน่าเสียมาจากการได้รับน้ำเสียจากแหล่งชุมชน ในอีกด้านหนึ่งได้เกิดกลุ่มองค์กรต่างๆ ที่พยายามรวมกลุ่มและจัดทำโครงการต่างๆ เพื่อรณรงค์ให้ประชาชนเกิดจิตสำนึกช่วยกันรักษาแม่น้ำเจ้าพระยา โครงการที่รู้จักกันดีก็เช่น โครงการรักเจ้าพระยากับตาวีเศษ เป็นต้น ดังนั้นในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา สื่อมวลชนแขนงต่างๆ จึงได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการร่วมเผยแพร่ข่าวสาร โน้มน้าวชักชวนให้ประชาชนเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์แม่น้ำ งานวิจัยของวรรณิชิ้นนี้จึงต้องการประเมินผลว่า กลุ่มเยาวชนที่เป็นนิสิตนักศึกษาจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในเรื่องปัญหาแม่น้ำเน่าเสียมากน้อยเพียงใด และผลจากการเปิดรับนั้นจะทำให้กลุ่มเยาวชนนั้นมีการรับรู้ ความเข้าใจ จิตสำนึก และมีพฤติกรรมในการแก้ไขปัญหาแม่น้ำเน่าเสียมากน้อยเพียงใด งานวิจัยชิ้นนี้ตั้งโจทย์การวิจัยโดยพิจารณา “น้ำ” ในฐานะสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่มนุษย์จำเป็นต้องใช้ประโยชน์ และคาดหวังว่า ข้อมูล/ข่าวสาร/การใช้เหตุใช้ผล/ความเข้าใจจะเป็นปัจจัยในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

สำหรับงานวิจัยของนิลบล แสนอาทิตย์ (2547) ซึ่งศึกษาเรื่องการจัดการน้ำเสียในแม่น้ำหลังจากงานของวรรณิเป็นเวลา 10 ปี และศึกษาในพื้นที่ของชนบท เรื่อง “กระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์แม่น้ำของตำบลไหล่น่าน อ.เวียงสา จ.น่าน” งานวิจัยชิ้นนี้เริ่มจากปัญหาแม่น้ำน่าน-

แม่น้ำว่าในเจ.น่านเนาเสียเช่นเดียวกัน และชาวบ้านที่เผชิญกับปัญหาได้พยายามแสวงหา “กระบวนการสื่อสารรูปแบบต่างๆ” มาแก้ไข แต่ทว่าจุดเปลี่ยนในเรื่องที่เกี่ยวกับการสื่อสารก็คือ การแก้ปัญหาของชาวบ้านในระดับท้องถิ่นนั้นจะใช้การสื่อสารในหลากหลายรูปแบบมาก ทั้งการสื่อสารรูปแบบใหม่ เช่น การจัดประชุมเวทีประชาคม การจัดค่ายเยาวชน การจัดการเชิงสังคม (เช่น การออกกฎระเบียบ) การใช้สื่อมวลชนสมัยใหม่/การใช้สื่อท้องถิ่น ฯลฯ และการสื่อสารรูปแบบดั้งเดิมที่มีอยู่ เช่น การทำบุญแม่น้ำ การขอขมาผิคุ้งน้ำในการใช้น้ำ การสืบชะตาแม่น้ำ การปิดตุง(ธง)ยันต์ป้องกันการระเบิดปลา การสร้างหอเจ้าที่ ณ เขตอนุรักษแม่น้ำและสัตว์น้ำ สำหรับรูปแบบการสื่อสารตามแบบประเพณีที่เคยมีอยู่นั้นสะท้อนให้เห็นถึง “ความหมายของสิ่งแวดล้อมที่อยู่ภายในจิตใจ” ของประชาชนชาวน่านว่า มีการรับรู้ธรรมชาติเช่นน้ำว่ามีใช้เป็นเพียงแคว่ตฤที่ เกิดตามธรรมชาติที่มนุษย์จะได้ใช้ประโยชน์เท่านั้น หากทว่าสิ่งสร้างเหล่านี้ล้วนมีจิตวิญญาณปกป้องคุ้มครอง/เป็นเจ้าของที่มนุษย์จะต้องให้ความเคารพ ซึ่งแตกต่างจากการรับรู้ “น้ำ” ของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยชิ้นแรก (สนใจเรื่องการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ความหมายของ “ธรรมชาติ” ที่มี การพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปในสังคมไทย โปรดดู อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์, นิเวศประวัติศาสตร์, 2545)

2. การจัดประเด็นในเรื่องสิ่งแวดล้อม

เนื่องจากสิ่งแวดล้อมนี้มีขอบเขตกว้างขวางมาก มีประเด็นแวดล้อมรอบตัวมนุษย์อยู่หลายแบบ และสิ่งแวดล้อมแต่ละชนิดอาจจะมีทั้งจุดร่วมและจุดต่างกัน เช่น เรื่องของป่าไม้และขยะอาจจะมีจุดต่างกันตรงที่เป็นสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติกับเป็นสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น แต่ทว่าจุดร่วมก็อาจจะอยู่ที่หากจัดการได้อย่างถูกต้อง ก็จะทำให้มนุษย์ได้ใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน เป็นต้น

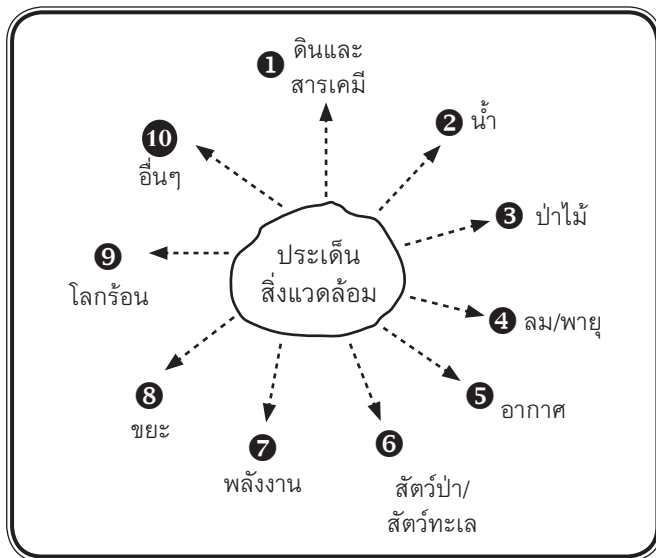
ท่ามกลางความหลากหลายดังกล่าว ผู้เขียนจะอาศัยแนวทางจาก

เอกสารเรื่อง “สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย” (2538) ที่มีวิธีการจัดแบ่งประเภท/หัวข้อที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมซึ่งเหมาะสมกับการปฏิบัติงานที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น ดังนี้

(ก) แบ่งตามประเด็น เป็นเรื่องน้ำ เขื่อน ป่า พลังงาน มลพิษ (ภาวะความเสี่ยงต่างๆ) อุตสาหกรรม เมือง การพัฒนา การท่องเที่ยว

(ข) แบ่งตามกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง เช่น รัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรประชาชน องค์กรธุรกิจ ฝ่ายปกครองท้องถิ่น สตรี ชนกลุ่มน้อย เด็ก สื่อมวลชน ฯลฯ

(ค) ทางเลือกใหม่ๆ เช่น เกษตรทางเลือก พลังงานรูปแบบใหม่ แนวคิดใหม่ และจิตสำนึกใหม่ นวัตกรรมในการบริหารจัดการ เป็นต้น สำหรับในที่นี้จะจัดแบ่งงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมโดยแบ่งตาม “ประเด็น” เป็นเกณฑ์และจะยกตัวอย่างงานวิจัยมานำเสนอให้เห็นพอเป็นรูปธรรม ดังนี้



ภาพที่ 2: ประเด็นสิ่งแวดล้อม



(2.1) **ดิน/การใช้ที่ดินและสารเคมี** ซึ่งอาจจะเป็นประเด็นย่อย คือคุณภาพของดิน การชะาะกร่อนของหน้าดิน ดินเปรี้ยว/ดินเค็ม การใช้สารเคมีจนทำลายคุณภาพของดิน ปัญหาการขาดการทำนุบำรุงดิน ปัญหาการขาดการวางแผนการใช้ที่ดินที่เหมาะสม ฯลฯ แม้ว่าปัญหาเรื่องดินและการใช้ที่ดินจะเป็นปัญหาค่อนข้างรุนแรง แต่ก็ดูเป็น “ภัยเงียบ” ที่เกี่ยวข้องกับคนเฉพาะกลุ่ม คือกลุ่มเกษตรกร รวมทั้งมักถูกรับรู้ว่า “เป็นปัญหาการเกษตร” มากกว่า “ปัญหาสิ่งแวดล้อม” จึงพบว่า มีงานวิจัยน้อยมากที่ทำการศึกษาระดับสิ่งแวดล้อมในเรื่องดินและการใช้ที่ดิน และอาจมีบ้างในเรื่อง “การใช้สารเคมี” หรือการแสวงหาทางเลือกอื่นๆ

ตัวอย่างงานวิจัยด้านสิ่งแวดล้อมเรื่องดินในแวดวงนิเทศศาสตร์ก็เช่น งานของวนิต มาลาศรี (2533) เรื่อง “ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้เผยแพร่ในโครงการพัฒนาดินเค็มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” ที่มาของปัญหาดินเค็มในจังหวัดต่างๆทั้ง 16 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั้นเป็นปัญหาที่มีสาเหตุแบบสายโซ่ระโยงระยาง เริ่มจากปัญหาประชากรเพิ่มขึ้น แต่ที่ทำกินมีจำกัด หรือมีการสูญเสียที่ดินจากความล้มเหลวในการทำการเกษตร ทำให้ชาวบ้านบุกรุกที่ทำกินในเขตป่าสงวน แต่เนื่องจากไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดิน จึงไม่มีการบำรุงดิน และทำให้คุณภาพของดินเสื่อมโทรม (รวมทั้งสาเหตุอื่นๆประกอบ เช่น การทำเกลือสินเธาว์) หน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบคือ กรมพัฒนาที่ดินจึงได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยหลายๆมาตรการที่ริเริ่มมาตั้งแต่ปี.ศ.2525-2534 และหนึ่งในมาตรการนั้นก็คือการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ซึ่งเป็นสื่อที่มีอยู่ในช่วงเวลาที่ศึกษา (ทศวรรษ 2530) เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ เอกสารแนะนำ เพื่อใช้ในการอบรมเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ จึงเป็นที่มาของผู้วิจัยที่จะติดตามประเมินผลทั้งด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ดังกล่าว โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นเกษตรกรใน 2 หมู่บ้านของจ.อุดรธานี จำนวน 200 คนเป็นผู้ประเมิน ผลการวิจัยพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในโครงการพัฒนาดินเค็มภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีประสิทธิภาพ

ภาพและประสิทธิผลในการดึงดูดความสนใจ สร้างทัศนคติที่ดี และสร้างความเชื่อถือให้เกิดแก่เกษตรกรได้ แต่ยังไม่สามารถทำให้เกษตรกรเกิดความรุ้ความเข้าใจได้อย่างน่าพึงพอใจ

(2.2) น้ำ เป็นประเด็นสิ่งแวดล้อมที่ค่อนข้างได้รับการหยิบยกขึ้นมาในการรับรู้ของสาธารณชน ไม่ว่าจะเป็นประเด็นน้ำเน่าเสีย น้ำท่วม น้ำแล้ง ปัญหาของน้ำทะเล รวมไปถึงจนกระทั่งถึงการบริหารจัดการน้ำของมนุษย์ เช่น การสร้างเขื่อนกักเก็บน้ำ ในงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมก็มีประเด็นเรื่องน้ำอยู่จำนวนมากเช่น

(1) กาญจนา ธรรมประทานกุล (2536) เรื่อง “แนวทางการกำหนดนโยบายและการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งน้ำจากกรมชลประทาน”

(2) พิมลพรรณ สุทธิวงศ์ (2537) เรื่อง “การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชนกับการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชนจิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

(3) สุมาลี ตั้งจิตต์ศิลป์ (2537) เรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

(4) ทองกร ทศนียะเวช (2546) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสารความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ”

จากนี้จะดูตัวอย่างของงานวิจัยบางชิ้น ดังนี้

ชิ้นแรก กาญจนา ธรรมประทานกุล (2536) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการกำหนดนโยบายและการวางแผนประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งน้ำของกรมชลประทาน” งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานศึกษาที่ “ต้นทาง” คือเป็นมุมมองของหน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบ



เรื่องการบริหารจัดการน้ำและแหล่งน้ำ โดยมีบริบทของปัญหาเรื่องน้ำที่มีความรุนแรงมากขึ้นในช่วงต้นทศวรรษ 2530 และปัญหาดังกล่าวเริ่มเป็นที่รับรู้ในวงกว้างของสังคมไทย (ดังเช่นงานวิจัยของวรรณิ จงศักดิ์สวัสดิ์, 2536 ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว) กรมชลประทานจึงวางแผนที่จะใช้การสื่อสารรูปแบบเฉพาะรูปแบบหนึ่งคือ “การประชาสัมพันธ์” ที่ดำเนินงานผ่านการใช้สื่อมวลชนประเภทต่างๆ รณรงค์ให้กลุ่มประชาชนทั่วไป และโดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้น้ำในการทำมาหากินให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แหล่งน้ำและรู้จักการใช้น้ำอย่างคุ้มค่า และแม้ว่าปัญหาเรื่องการบริหารจัดการน้ำจะทวีความรุนแรงมากขึ้นเนื่องจากทรัพยากรน้ำมีจำกัด แต่การขยายตัวของกลุ่มผู้ต้องการใช้น้ำมากกว่า จึงทำให้เกิดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มต่างๆ หากทว่าโครงสร้างของการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของกรมชลประทานเองก็ยังไม่เอื้ออำนวยต่อการเกิดสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้น ดังนั้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงตั้งโจทย์ 2 ด้าน ด้านหนึ่งคือศึกษาความเป็นไปได้ในการปรับปรุงโครงสร้างงานประชาสัมพันธ์ของกรมฯ และอีกด้านหนึ่งคือการแสวงหาแนวทางการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์เรื่องการอนุรักษ์น้ำ

ส่วนงานชิ้นที่สองของทองกร ทศนียะเวช (2546) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมการประหยัดน้ำ” งานชิ้นนี้เป็นการศึกษาที่ “ปลายทาง” และทำหลังจากงานชิ้นแรก 1 ทศวรรษ เมื่อปัญหาการบริหารจัดการน้ำ (ซึ่งเคยเป็นทรัพยากรที่มีอย่างเหลือเฟือในสังคมไทยครั้งอดีต) เข้าสู่ขั้นวิกฤตจนกระทั่งรัฐต้องออก “นโยบายน้ำของชาติ” และเริ่มทำการรณรงค์โดยระดมสื่อทุกประเภท และจัดทำขึ้นเป็นโครงการต่างๆ เช่น **โครงการน้ำหาร 2** ที่บูรณาการทั้งสื่อมวลชน สื่อกิจกรรม (ค่ายอนุรักษ์น้ำ) สื่อบุคคล (ยุวทูตอนุรักษ์น้ำ) สื่อเฉพาะกิจต่างๆ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือเยาวชน หลังจากที่ได้มีการรณรงค์ผ่านโรงเรียนต่างๆแล้ว ทองกรผู้วิจัยก็ได้ทำการศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อในโครงการดังกล่าวว่ามีผลต่อการเพิ่มความรู้ สร้างทัศนคติ และสร้าง

เสริมพฤติกรรมการประหยัดน้ำของกลุ่มเยาวชนเป้าหมายหรือไม่

(2.3) **ป่าไม้** มีประเด็นย่อยๆที่อยู่รอบๆ ประเด็นเรื่องป่าไม้ เริ่มตั้งแต่เรื่องไฟป่าที่เกิดจากทั้งธรรมชาติและมนุษย์เป็นสาเหตุ แต่ที่เป็นปัญหาใหญ่และเกิดมาจากน้ำมือมนุษย์ก็คือปัญหาการตัดไม้ทำลายป่าขนาดใหญ่ รวมทั้งการทำลายป่าชายเลนที่เป็นแหล่งอนุบาลสัตว์น้ำ ผลสืบเนื่องของปัญหาการทำลายทั้งป่าไม้และป่าชายเลนส่งผลกระทบต่อมาถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมอื่นๆอีกมากมาย ดังนั้นจึงมีงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับปัญหาป่าไม้เป็นจำนวนมาก แบบแผนโดยทั่วไปของการออกแบบงานวิจัยเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในเรื่องป่าไม้ (รวมทั้งประเด็นอื่นๆ) มักจะเป็นการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณของการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆกับความรู้ ทศนคติ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมป่าไม้

งานวิจัยประเด็นป่าไม้ในแวดวงนิเทศศาสตร์เป็นงานวิจัยตั้งแต่ยุคแรกๆของการรณรงค์สร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม คือราวช่วงทศวรรษ 2530 ที่ปัญหาสิ่งแวดล้อมเริ่มถูกเผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่างๆ และประเด็น “ป่าไม้” ก็ดูจะเป็นประเด็นที่มองเห็นได้ชัดที่สุด งานวิจัยประเด็น “ป่าไม้” นั้นนอกจากจะมีตั้งแต่ยุคเริ่มแรกแล้ว ก็ยังคงมีมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องแง่มุมของประเด็นที่จะศึกษาดังตัวอย่างเช่น

(1) จินดา คุ่มกิตติชัย (2532) เรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสารกับความร่วมมือของประชาชนในการปลูกต้นไม้ในที่ดินสาธารณะประโยชน์: ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขต จ.ฉะเชิงเทรา”

(2) สุพัตรา ฝาดุย (2533) เรื่อง “ประสิทธิผลของหน่วยงานประชาสัมพันธ์เคลื่อนไหวในการให้ความรู้และทัศนคติด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ให้แก่ประชาชนในหมู่บ้าน จ.เชียงใหม่”

(3) บุษบา ภู์สกุล (2536) เรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการ



เปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้: ศึกษาเฉพาะกรณี อ.วัฒนานคร จ.ปราจีนบุรี”

ตัวอย่างงานวิจัยที่เป็นแบบฉบับก็เช่น กนกวรรณ มณฑิราช (2539) เรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้กับ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชน ในจ.กาญจนบุรี” งานวิจัยชิ้นนี้จัดทำขึ้นภายหลังเกิดวิกฤติใหญ่ของปัญหา สิ่งแวดล้อมในสังคมไทยในปีพ.ศ.2538 คือ เกิดน้ำท่วมใหญ่ที่สามารถ เชื่อมโยงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ปัญหาน้ำท่วมดังกล่าวมีสาเหตุมาจากการ ตัดไม้ทำลายป่า ในอีกด้านหนึ่ง ตลอดทศวรรษ 2530 ก็มีการเคลื่อนไหว ในรูปแบบต่างๆที่จะแก้ไขปัญหาปริมาณป่าไม้ที่ลดจำนวนลงไปอย่างต่อเนื่อง ทั้งความพยายามจากภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน และภาคประชาชน ในรูปแบบของการทำโครงการรณรงค์และการทำกิจกรรมต่างๆ (ที่รู้จักกัน ดีคือโครงการปลูกป่า) และเมื่อมีการเคลื่อนไหวดังกล่าว ก็ย่อมมีการรายงานเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน รวมทั้งโครงการรณรงค์ส่วนใหญ่ก็ดำเนินการ ผ่านสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน

ด้วยเหตุนี้ กนกวรรณผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาประสิทธิผลของ การใช้สื่อประเภทต่างๆที่มีผลต่อการสร้างความรู้ สร้างความตระหนัก/ ทักษะ และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของคนกลุ่มต่างๆ ข้อที่น่าสนใจของงาน วิจัยชิ้นนี้และมักเป็น “คุณลักษณะเด่นของงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อม” คือ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิหลังเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหา กล่าวคือ ผู้วิจัยได้เลือกเยาวชน (นักเรียนและนักศึกษาระดับอุดมศึกษา) จำนวน 400 คน จาก 2 อำเภอในจ.กาญจนบุรี ซึ่งเป็นอำเภอที่มีสถิติ การทำลายป่าสูงที่สุด (แต่น่าเสียดายว่า ในการวิเคราะห์ผู้วิจัยกลับไปใช้ ตัวแปรสำเร็จรูปด้านประชากร เช่น อายุ เพศ ชั้นปีที่ศึกษา โดยไม่นำ เอาภูมิหลังของการเป็นคนในพื้นที่ที่มีการทำลายป่าไม้อย่างสูงมาเป็น “ตัวแปร”)

ผลการวิจัยเป็นแบบแผนเดิมๆของงานวิจัยในประเด็นนี้ (และงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อมในอนาคตควรจะหาทางทะเลาะกรอบ ทะลวงกรงออกไปให้ได้) กล่าวคือ สำหรับสถานะเรื่องความรู้ ความตระหนัก/ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของกลุ่มเยาวชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ที่มีปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างหนักนั้น กลุ่มเยาวชนจะมีความรู้ในระดับสูง แต่มีความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาป่าไม้ในระดับปานกลางเท่านั้น รูปแบบการมีส่วนร่วมนั้นก็ยังมีลักษณะตั้งรับ (passive) กล่าวคือเข้าไปร่วมในกิจกรรม/โครงการที่ผู้อื่นริเริ่ม แต่มิได้เป็นผู้ริเริ่มโครงการ/กิจกรรมเอง (active) ข้อค้นพบดังกล่าวนี้จะสร้างกังวลใจในด้านการสื่อสารสิ่งแวดล้อมมากพอสมควร เพราะปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นมีลักษณะคล้ายศาสนา กล่าวคือ การมีความรู้เท่านั้นยังไม่พอ หากแต่ต้องลงมือ “ปฏิบัติทำ(ธรรม)” เท่านั้นจึงจะบรรลุเป้าหมาย

ส่วนประสิทธิผลของสื่อประเภทต่างๆก็ได้ผลที่สอดคล้องกับงานวิจัยส่วนใหญ่ กล่าวคือ **สื่อมวลชน**สามารถจะสร้างความรู้และความตระหนักได้ แต่ทว่ามักจะต้องเป็น**สื่อบุคคล**ที่กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมได้ ข้อค้นพบดังกล่าวนี้จะให้แนวทางในการบูรณาการการใช้สื่อประเภทต่างๆเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามศักยภาพของสื่อแต่ละประเภท

(2.4) **ลม/พายุ** เป็นภัยธรรมชาติอีกประเภทหนึ่ง แต่อาจจะเนื่องมาจากลักษณะที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของไทย ไม่ได้เผชิญกับภัยจากลมพายุขนาดใหญ่ เช่น เฮอริเคนหรือทอร์นาโด จึงไม่ค่อยมีงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อมในประเด็นนี้มากนัก

(2.5) **อากาศ** สำหรับปัญหาเรื่องอากาศนั้นอาจจะเกิดอย่างต่อเนื่องมาจากปัญหาอื่นๆเช่น สภาพนิเวศด้านอื่นๆที่เปลี่ยนแปลงไป หรืออาจเป็นปัญหาที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์โดยตรง เช่น ปัญหามลพิษในอากาศเนื่องจากการใช้น้ำมันที่มีสารที่เป็นอันตราย (เช่น ตะกั่ว) ปัญหา



หมอกควัน ฯลฯ งานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในประเด็นนี้มักจะเล่นประเด็นทางเลือกใหม่ๆเพื่อบรรเทาผลกระทบในอากาศ เช่น การเปลี่ยนการใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว เป็นต้น

ตัวอย่างงานวิจัยในประเด็นอากาศในงานวิจัยด้านการสื่อสารคืองานวิจัยของสุนทรี ประสานเสริมส่ง (2537) เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารและทัศนคติที่มีต่อน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วของผู้เลือกใช้น้ำมันเบนซินสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร” การวิจัยออกแบบด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณการสำรวจด้วยแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 300 คนในกรุงเทพ และพบผลการวิจัยว่า

(i) สำหรับประเภทของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเรื่องน้ำมันไร้สารตะกั่ว นั้น อันดับแรกคือโทรทัศน์ ตามมาด้วยสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งล้วนเป็นประเภทสื่อมวลชนทั้งสิ้น เนื่องจากประเด็นการลดมลพิษในอากาศด้วยการใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว นั้นเป็นประเด็นแนวคิดใหม่ (innovation)

(ii) ความพึงพอใจในเนื้อหาสาร ในด้านบวก กลุ่มตัวอย่างพอใจเนื้อหาสารที่อธิบายว่า เบนซินไร้สารตะกั่วช่วยลดมลภาวะในอากาศ และยังมีค่าออกเทนสูง แต่ส่วนที่ไม่พึงพอใจคือข่าวสารขาดความชัดเจนในเรื่องคุณสมบัติของน้ำมัน และปัญหาที่อาจเกิดกับเครื่องยนต์ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่า “ปริมาณของข่าวสารไม่สำคัญเท่ากับคุณภาพของข่าวสาร”

(iii) เหตุผลสำคัญของการตัดสินใจเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้เบนซินไร้สารตะกั่วเป็นเหตุผลเชิงนิเวศน์วิทยา คือต้องการช่วยลดมลภาวะในอากาศ มิใช่เหตุผลทางเศรษฐกิจ (คือน้ำมันแพงหรือถูกกว่า) และยังคงยืนยันที่จะใช้ต่อไปในอนาคต แต่กลุ่มที่ไม่เปลี่ยนประเภทน้ำมันที่ใช้ก็มีเหตุผลหลักคือความเคยชินและความไม่มั่นใจในเรื่องผลกระทบต่อเครื่องยนต์

(2.6) **สัตว์ป่า/สัตว์ทะเล** แนวคิดด้านนิเวศวิทยาที่อยู่เบื้องหลังความวิตกกังวลเรื่องการสูญพันธุ์ของสัตว์และพืชทั้งหลายก็คือแนวคิดเรื่อง “ห่วงโซ่ของสิ่งมีชีวิตทั้งหลาย” ซึ่งหากมี “โซ่ข้อใด” ที่สูญหายไป ก็ย่อมกระทบกับสายโซ่ทั้งสาย

ตัวอย่างงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในประเด็นการอนุรักษ์สัตว์ที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องก็คือ การอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ดังเช่นตัวอย่างงานวิจัยของณัฐธิดา วรวรรณเศรษฐ์ (2545) เรื่อง “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จ.ชลบุรี” ที่มาและความสำคัญของการเลือกศึกษาประเภทของสัตว์เช่นเต่าทะเลนั้นก็เนื่องมาจากเต่าทะเลเป็นสัตว์ที่สามารถปรับตัวอยู่มาได้เป็นเวลา 130 ล้านปี แต่ปัจจุบันนี้ สัตว์ประเภทนี้กำลังถูกทำลายว่า จะสามารถอยู่รอดต่อไปได้อีกหรือไม่ เนื่องจากเต่าทะเลมีการขยายพันธุ์เองตามธรรมชาติที่ยากมากและต้องเผชิญกับการไล่ล่าของมนุษย์ยุคปัจจุบันอย่างรุนแรง (เก็บเต่าทะเลมาขาย) ส่วนในกรณีของพื้นที่ที่ศึกษา ประเทศไทยเป็นแหล่งชุมนุมพันธุ์เต่าทะเลที่มีมากมายหลายชนิด จึงเป็นแหล่งที่ต้องมีการอนุรักษ์หากสัตว์ประเภทนี้จะดำรงอยู่ต่อไป

สำหรับงานอนุรักษ์และเพาะพันธุ์เต่าทะเลในประเทศไทยนั้นมีตัวเจ้าภาพที่รับผิดชอบอย่างเป็นทางการเป็นตัวแทนคือ กองทัพเรือ และได้ทำงานอนุรักษ์และเพาะพันธุ์เต่าทะเลมาอย่างยาวนานและต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2493 (การมีเจ้าภาพในประเด็นต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ประกันสำคัญประการหนึ่งของการอนุรักษ์) อย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์อันยาวนาน กองทัพเรือได้บทสรุปว่า ลำพังกำลังของกองทัพเรือไทยในการอนุรักษ์เต่าทะเลนั้นไม่เพียงพอ และต้องอาศัยกำลังของประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มที่อยู่ในท้องถิ่นที่ใกล้ชิดกับประเด็นเข้ามาหนุนช่วย กองทัพเรือจึงจัดทำโครงการการประชาสัมพันธ์เรื่องการอนุรักษ์เต่าทะเลโดยมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มประชาชนในพื้นที่อ.สัตหีบ ซึ่งเป็นกลุ่ม

ตัวอย่างของงานวิจัยชิ้นนี้

ณัฐธิดาผู้วิจัยออกแบบการศึกษาทั้งฝ่ายผู้ส่งสาร (Sender) คือการวางแผนและการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์เต่าทะเล และตรวจสอบผลของการสื่อสารจากฝ่ายผู้รับสาร (Receiver) คือประชาชนในเขตอ.สัตหีบจำนวน 400 คน ผลจากการวิจัยช่วยให้นักวิจัยให้ข้อเสนอแนะที่น่าสนใจว่า จำเป็นต้องมีผลสืบเนื่องต่อจากความตระหนักและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีลักษณะ “เชิงรุก” (active) มากขึ้น กล่าวคือ จำเป็นต้องมีการจัดตั้งกลุ่มประชาชนอาสาสมัครเข้ามาเป็นเจ้าภาพโดยเฉพาะกลุ่มประชาชนในท้องถิ่นที่อยู่ติดใกล้กับปัญหา ดังนั้นการสื่อสารที่นำมาใช้ก็ต้องขยับจากการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพียงเพื่อสร้างความรู้ ความตระหนัก ขยายมาเป็นการสื่อสารเพื่อการจัดตั้งรวมกลุ่มของประชาชนอาสาสมัครเหล่านั้น

(2.7) **พลังงาน** เนื่องจากการพัฒนาของสังคมที่ก้าวจากสังคมเกษตรมาเป็นสังคมอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นระบบสังคมที่ต้องใช้พลังงานประเภทต่างๆอย่างมากในชีวิตประจำวันของประชาชน และแหล่งพลังงานแบบใหม่ที่เป็นแหล่งพลังงานหลักของสังคมอุตสาหกรรมคือแหล่งพลังงานจากน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากพลังงานจากแหล่งทั้งสองประเภทนั้นเป็นทรัพยากรธรรมชาติประเภทที่มีจำกัดและมีวันหมดไป จึงจำเป็นต้องมีการแสวงหาแหล่งพลังงานใหม่ๆ เช่น พลังงานนิวเคลียร์ เป็นต้น งานวิจัยเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในประเด็นของพลังงานจึงเป็นโจทย์การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงประเภทของพลังงานแบบต่างๆเหล่านี้

ในการเปลี่ยนแปลงการแสวงหาพลังงานแบบใหม่ (ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นหน้าที่ของภาครัฐและเอกชนในระดับมหภาค) จะมีประเด็นเรื่อง “การรับรู้ความเสี่ยงและอันตราย” จากพลังงานทางเลือกใหม่นั้นเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงและอันตรายนั้นก็มิประเด็นของการสื่อ

สารเข้ามาเกี่ยวข้องโดยตรงในฐานะที่เป็นเครื่องมือสร้างการรับรู้ตนเอง ในกรณีของพลังงานทางเลือกใหม่ เช่น การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์มาทดแทนน้ำมันเบนซินนั้น หากเปรียบเทียบการรับรู้ความเสี่ยงกับพลังงานทางเลือกเช่นพลังงานนิวเคลียร์แล้ว โดยทั่วไปประชาชนย่อมรับรู้ว่าการเปลี่ยนแปลงไปใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์นั้นย่อมมีอันตรายน้อยกว่าการเปลี่ยนแปลงไปใช้พลังงานนิวเคลียร์ แม้กระนั้นก็ตาม อัมภินิ เกตุเชื้อสัตย์ (2545) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะคติและพฤติกรรมในการเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร” ก็ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่าง 429 คนที่เป็นผู้ขับขีรถยนต์นั้นมีความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ในระดับสูง มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้แก๊สโซฮอลล์ทดแทนน้ำมันเบนซิน แต่ทว่าส่วนใหญ่ไม่มีพฤติกรรมในการเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์

เราจึงเห็นได้ว่า การปรับเปลี่ยนความคิดทัศนคติและพฤติกรรมต่อเรื่องพลังงานทางเลือกใหม่นั้น หากดำเนินการในระดับบุคคลก็คงต้องใช้เวลาที่ยาวนาน และหากยังเป็นกรณีทางเลือกที่มีความเสี่ยงสูง เช่น พลังงานนิวเคลียร์ ก็คงจะต้องฝ่าข้ามด่านกำแพงหลายต่อหลายชั้น ดังที่มีงานวิจัยเรื่องการสื่อสารเกี่ยวกับพลังงานนิวเคลียร์หลายชิ้น เช่น

(1) อมรา ธนสมบุรณ์ (2525) เรื่อง “การศึกษาทัศนคติของประชาชน 3 กลุ่มในกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการก่อสร้างโรงไฟฟ้านิวเคลียร์”

(2) ชนิทร สินวัต (2539) เรื่อง “การศึกษาแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

(3) สุนีย์ หนูสง (2539) เรื่อง “การสำรวจระดับความรู้ทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานนิวเคลียร์และโรงงานไฟฟ้านิวเคลียร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

เราจะดูตัวอย่างงานวิจัยบางชิ้น ดังนี้



เมื่อมีแนวคิดที่จะใช้พลังงานจากแหล่งพลังงานนิวเคลียร์ซึ่งมีทั้งด้านที่เป็นคุณประโยชน์อย่างอนันต์ แต่ก็มีความเสี่ยงสูงที่จะให้โทษอย่างมหันต์ แต่เนื่องจากทั่วโลกได้ประสบกับปัญหาแหล่งพลังงานเดิมคือน้ำมันซึ่งอาจจะหมดสิ้นไปหรือมีราคาแพงขึ้นทุกที (หลังจากการขึ้นราคาน้ำมันของกลุ่มประเทศโอเปคในช่วงทศวรรษ 1970) จึงเกิดการวิจัยสำรวจการรับรู้พลังงานนิวเคลียร์ของประชาชน เช่น งานวิจัยของสุนีย์ หนุสง (2539) ที่ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานครจำนวน 432 คน เมื่อทางภาครัฐเริ่มมีแนวคิดที่นำเอาพลังงานนิวเคลียร์และโรงไฟฟ้านิวเคลียร์เข้ามาทดแทนพลังงานจากน้ำมันและจากน้ำ (การสร้างไฟฟ้าจากการสร้างเขื่อน) จากงานวิจัยเรื่อง “การสำรวจระดับความรู้ ทศนคติเกี่ยวกับพลังงานนิวเคลียร์และโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการสำรวจมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

(i) กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เรื่องพลังงานนิวเคลียร์และโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ในระดับปานกลาง โดยมีความรู้เรื่องมาตรการรักษาความปลอดภัยและโอกาสที่นิวเคลียร์จะระเบิดน้อยที่สุด (ทั้งๆที่ น่าจะเป็นประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของประชาชนมากที่สุด)

(ii) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติแบบกลางๆในเรื่องนิวเคลียร์ โดยมีทัศนคติว่าในการสร้างโรงไฟฟ้านิวเคลียร์นั้นต้องคำนึงถึงเรื่องการคัดเลือกสถานที่ตั้งที่ปลอดภัยซึ่งน่าจะให้ความสำคัญมากกว่าเรื่องเศรษฐกิจ (เช่น ความประหยัด)

(iii) คุณลักษณะทางประชากรทุกอย่าง เช่น เพศ อาชีพ การศึกษา รายได้ ล้วนทำให้ความรู้และทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างกัน ซึ่งมีนัยยะต่อไปว่า การรับรู้เรื่องพลังงานและโรงไฟฟ้านิวเคลียร์นั้นยังไม่มีลักษณะ “การเห็นพ้องต้องกัน” (consensus) ในแต่ละกลุ่มประชากร

(iv) 63% ของกลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยกับการสร้างโรงงานไฟฟ้านิวเคลียร์ เนื่องจากเห็นว่ามีความปลอดภัยอันเนื่องมาจากนิสัยคน

ไทยขาดวินัย และเจ้าหน้าที่มักประมาท ส่วน 35% เห็นด้วยเพราะเป็นช่องทางเพิ่มแหล่งพลังงานแบบใหม่ของสังคม

(v) ส่วนแหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานและโรงงานไฟฟ้านิวเคลียร์นั้นเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้คือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ (จากรายการประเภท Green) และนิตยสาร แต่ทว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่า ได้รับความรู้เรื่องพลังงานนิวเคลียร์จากสื่ออยู่น้อยมาก

(vi) ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับความรู้และทัศนคติที่มีต่อเรื่องนิวเคลียร์พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นคือปริมาณการเปิดรับกับความรู้และทัศนคติต่อเรื่องนิวเคลียร์

สำหรับงานวิจัยที่วัดจากผู้รับสารในลักษณะนี้ ผู้เขียนมีความเห็นว่า เพื่อให้สามารถสรุปผลการวิจัยได้อย่างชัดเจน ควรที่จะมีการย้อนกลับไปตรวจสอบต้นทางเนื้อหาของสื่อมวลชนเพื่อวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อที่จะแสวงหาแนวทางในการออกแบบเนื้อหาสารในประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามที่ผู้ส่งสารต้องการ

สำหรับปัญหาเรื่องพลังงานนั้น นอกจากจะมีทางออกแนวทางระดับมหภาค/ส่วนรวมคือการแสวงหาพลังงานทางเลือกแบบใหม่ดังที่กล่าวมาแล้ว ผู้ที่รับผิดชอบกระทำการมักจะเป็นภาครัฐ/ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และยังมีทางออกอีกแนวทางหนึ่งคือ “การลดการใช้/การประหยัดใช้พลังงานให้น้อยลง” ซึ่งแนวทางนี้มักจะเป็นความรับผิดชอบของประชาชนทั่วไป ดังนั้น จึงมีงานวิจัยอีกกลุ่มหนึ่งที่เล่นประเด็นเรื่อง “การลดการใช้/การประหยัดพลังงาน” (และสิ่งแวดล้อม/ทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ) ตัวอย่างเช่น จตุพร แจ่มชุมศิลป์ (2547) เรื่อง “การสร้างความหมายและการจูงใจที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อความหมายของสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์เพื่อการอนุรักษ์พลังงานโครงการพลังไทย ลดใช้พลังงาน” เป็นต้น (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

(2.8) **ขยะ** ปัญหามลพิษเป็นตัวอย่างปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากน้ำมือมนุษย์ที่มองเห็นได้อย่างชัดเจนที่สุด และเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมาอย่างควบคู่กับระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมทุนนิยมที่มีการหีบห่อสินค้าเพื่อการขนส่ง เนื่องจากแหล่งผลิตกับแหล่งที่อยู่ของผู้บริโภคอยู่ห่างไกลกัน และเมื่อด้านต้นทางคือการผลิตมีปริมาณมาก แต่ด้านปลายทางคือการกำจัดยังไม่มีประสิทธิภาพอย่างรับมือได้ ปัญหามลพิษล้นเกินและสะสมพอกพูนแบบดินพอกหางหมูจึงเกิดขึ้น

เมื่อปัญหามลพิษเข้าสู่ภาวะวิกฤติ จึงเกิดแนวคิดใหม่ๆ เพื่อการแก้ไขปัญหามลพิษ ที่รู้จักกันดีก็คือ แนวคิด 4R - Reduce (ลด) Reuse (นำมาใช้ใหม่) Repair (ซ่อมของเก่าให้ใช้ได้) และ Recycle (การแปรรูปใหม่) สำหรับในกรุงเทพมหานครนั้น หน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบปัญหาเรื่องขยะคือ สำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานครได้นำเอาแนวคิด 4R มาใช้ โดยเฉพาะแนวคิดเรื่องการ Recycle หากทว่าในขั้นตอนการดำเนินการ แนวคิด recycle จะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อได้รับความร่วมมือจากฝ่ายประชาชนในการช่วยกันแยกขยะเท่านั้น ในช่วงเวลานี้จึงได้เกิดงานวิจัยด้านสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด 4R ดังกล่าว เช่น สุภารักษ์ จุฑระกุล (2537) เรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทศนคติและการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นต้น

ในปีพ.ศ.2541 ทางกรุงเทพมหานครได้จัดทำโครงการรณรงค์ “ช่วยกันแยกช่วยกันลด หมุดปัญหามลพิษ” และมอบหมายให้บริษัท เจ เอส แอล เป็นผู้ดำเนินงานรณรงค์ประชาสัมพันธ์โครงการดังกล่าวต่อเนื่องมาจนถึงปีพ.ศ.2542 และในปีพ.ศ.2542 พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์ (2542) ก็ได้ศึกษา “กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร”

งานวิจัยชิ้นนี้ออกแบบครบทั้งการศึกษาจากต้นทาง คือฝ่าย

ผู้ผลิตสื่อ/สาร และตรวจสอบประสิทธิผลจากผู้รับสารที่เป็นกลุ่มประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร 400 คน ซึ่งเป็นการศึกษาที่ปลายทาง สำหรับ ผลการวิจัยในส่วนของต้นทางนั้นมีข้อที่น่าสังเกตว่า ในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์โครงการนี้ ทาง กทม.ซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐไม่ได้เป็นผู้ดำเนินการเอง หากแต่ได้ว่าจ้างให้เอกชนที่มีความเชี่ยวชาญด้านงานรณรงค์มาจัดทำ โดยที่ทาง กทม.เป็นฝ่ายที่มีเนื้อหา (content) ส่วนบริษัท เจ เอส แอล เป็นผู้ที่รู้จักกลยุทธ์การสื่อสารแบบต่างๆ ซึ่งเป็นรูปแบบการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคธุรกิจสื่อในการรณรงค์ประเด็นสาธารณะในช่วงทศวรรษ พ.ศ.2540 เป็นต้นมา อย่างไรก็ตาม ปัญหาอุปสรรคที่ทำให้การรณรงค์มี ประสิทธิภาพไม่มากเท่าที่ควรก็เนื่องจากความถี่ในการใช้สื่อมีน้อยเกินไป เนื่องจากมีงบประมาณจำกัด นอกจากนี้ ยังมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหา ระหว่างกลางทาง ทำให้ผู้รับสารเกิดความสับสน มีสโลแกนคำขวัญที่ หลากหลายและหลายตา รวมทั้งวิธีการสร้างสรรค์เนื้อหายังขาดการมีส่วนร่วมจากผู้รับสาร

ส่วนผลการวิจัยในส่วนของประสิทธิผลจากการใช้สื่อรณรงค์ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อน้อย (เพราะฝ่าย ผู้ผลิตและเผยแพร่ก็ถ่ายทอดด้วยความถี่น้อยอยู่แล้ว) แต่กลับมีความ **ตระหนักรู้สูง** (อาจจะเป็นผลสะสมมาจากการรณรงค์จากแหล่งสื่อสารอื่นๆ ที่ดำเนินการมาก่อนหน้านั้น) แต่ที่น่ากังวลใจก็คือ ยังมี**พฤติกรรม การแยกขยะต่ำ** ซึ่งงานวิจัยในอนาคตจะต้องวิเคราะห์ว่าเป็นเพราะปัจจัยใด เช่น กลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถามนั้นเป็น “ตัวจริงเสียงจริง/เป็นผู้รับผิดชอบ การจัดการขยะในครัวเรือนหรือเปล่า” (เช่น กลุ่มแม่บ้าน/กลุ่มคน รับใช้ในบ้าน /ฯลฯ) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าการจัดทำโครงการ รณรงค์ไม่ควรเหวี่ยงแหกลุ่มเป้าหมายแบบกว้างๆ แต่ควรเจาะ “กลุ่มเป้าหมายที่อยู่ตรงห่วงโซ่ของการแก้ไขปัญหา” จะตรงเป้าหมายมากกว่า

(2.9) ปัญหาโลกร้อน ปัญหาโลกร้อนขึ้นกว่าในอดีต (Global



warming) เป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมรุ่นใหม่เอี่ยมล่าสุดที่เริ่มขยายแวงวงการรับรู้ที่เคยจำกัดอยู่ในกลุ่มนักวิทยาศาสตร์กลุ่มเล็กๆออกมาสู่การรับรู้อย่างกว้างขวางของสาธารณชนด้วยตัวช่วยคือ การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อสารมวลชน โดยเริ่มต้นจากผลพวงของสภาวะโลกร้อนที่เริ่มสัมผัสมองเห็นได้ เช่น ปัญหาน้ำแข็งที่ขั้วโลกเริ่มละลาย การผิดเวลาของฤดูกาล (เช่น ปรากฏการณ์เอลนีโญ) อย่างไรก็ตาม ปัญหาเรื่องสภาวะโลกร้อนก็ดูเหมือนจะเป็นปัญหาที่ดูไกลตัว มีลักษณะที่ค่อนข้างซับซ้อน และประชาชนทั่วไปก็ดูเหมือนไม่รู้ว่าจะเผชิญหน้าหรือหาทางรับมือกับปัญหาใหม่เอี่ยมอ่อนนี้อย่างไร

ในกรณีของต่างประเทศ K. Wilson (1995) ได้ทำการศึกษาตรวจสอบว่า ในเรื่องปัญหาโลกร้อนนั้น ประชาชนได้อาศัยสื่อมวลชนเป็นช่องทางในการแสวงหาความรู้หรือไม่ ผู้วิจัยออกแบบการวิจัยโดยใช้ 2 วิธี วิธีแรกคือ การวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อมวลชนประเภทต่างๆที่ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน ส่วนวิธีที่ 2 คือการสัมภาษณ์ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มนักศึกษาโดยใช้คำถามที่หลากหลายประมาณ 76 คำถาม ตัวอย่างเช่น

(i) สื่อมวลชนเป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญใหม่สำหรับผู้ตอบในเรื่องโลกร้อนขึ้น

(ii) ความรู้เกี่ยวกับโลกร้อนขึ้นด้านใดที่มีปรากฏอยู่ในสื่อและความรู้ด้านใดบ้างที่ผู้รับสารรู้สึกว่าจะขาดหายไป (เช่น ความรู้ว่า แล้วเราจะต้องทำอย่างไรเพื่อช่วยบรรเทาปัญหานี้)

(iii) ถ้าผู้รับสารใช้แหล่งความรู้ที่ต่างกัน จะทำให้ปริมาณและประเภทของความรู้เรื่องโลกร้อนขึ้นแตกต่างกันออกไปหรือไม่

ผลการวิจัยพบว่า

(i) แหล่งความรู้ที่สำคัญเกี่ยวกับเรื่องโลกร้อนขึ้นยังคงเป็นสื่อมวลชนประเภทต่างๆตามที่คาดการณ์เอาไว้ ทั้งนี้ น่าจะเนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า เนื้อหา (Message) เรื่องโลกร้อนเป็นประเด็นใหม่ที่มีความ

ซับซ้อน และต้องอาศัยแหล่งข้อมูลที่เป็นนักวิชาการ ซึ่งมีแต่สื่อมวลชนที่สามารถจะเข้าถึงแหล่งข้อมูลดังกล่าวได้

(ii) **ภูมิหลังกลุ่มตัวอย่าง** แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้จะเป็นนักศึกษา แม้กระนั้นผลการวิจัยก็ยังพบว่ากลุ่มผู้รับสารกลุ่มนี้ใช้สื่อสิ่งพิมพ์น้อยกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ซึ่งน่าจะหมายถึงวิทยุ/โทรทัศน์/คอมพิวเตอร์/อินเทอร์เน็ต) ทั้ๆที่ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาได้แสดงว่า สื่อสิ่งพิมพ์สามารถจะอธิบายบริบทที่เชื่อมโยงกับเรื่องโลกร้อนขึ้นได้ดีกว่าวิทยุและโทรทัศน์ ผลการวิจัยดังกล่าวนี้จะช่วยให้กลุ่มผู้เล่นประเด็นเรื่องโลกร้อนกลับมาวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารให้เหมาะสมกับคนกลุ่มต่างๆ

ในกรณีของไทย อาจจะเนื่องจาก “ช่วงเวลา” ที่ปัญหาภาวะโลกร้อนได้มาเกิดขึ้นนั้น เป็นช่วงเวลาที่สำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ผ่านการบูรณะตั้งแต่ทศวรรษ 2530 มาจนกระทั่งถึงปีทศวรรษ 2550 ที่มีการรับรู้ปัญหาเรื่องโลกร้อน ดังนั้นการรับรู้และตื่นตัวต่อปัญหาโลกร้อนจึงเกิดขึ้นและแผ่ขยายอย่างรวดเร็ว รวมทั้งขอบเขตของปัญหานี้ก็กว้างขวางครอบคลุมทั่วทั้งพื้นที่พิภพ ในช่วงทศวรรษ 2550 จึงปรากฏงานวิจัยเรื่องการสื่อสารกับภาวะโลกร้อนจำนวนหลายชิ้น (ห่างจากโลกตะวันตกประมาณหนึ่งทศวรรษ) เนื่องจากสื่อมวลชนไทยได้เริ่มรายงานข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นนี้ตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2540 ตัวอย่างงานวิจัยเรื่องการสื่อสารกับภาวะโลกร้อนก็เช่น

(1) พรพิมล เล็กอุตม (2550) เรื่อง “โครงการการสร้างสรรคการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน เพื่อลดภาวะโลกร้อน”

(2) สุภาพร ครุสารพิศิฐ (2550) เรื่อง “การแสวงหาข่าวสารความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการลดปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

(3) เจนติมา เกษมิวิชญ์ (2551) เรื่อง “การนำเสนอเรื่องภาวะโลกร้อนในเว็บไซต์ภาษาไทยและการรับรู้ความเสี่ยงของผู้รับสาร”

(4) โอฟาร โอฟารรัตน์ (2552) เรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหา



ด้านภาวะโลกร้อนที่ปรากฏบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์”

(5) ปรีดา วันไทย (2552) เรื่อง “การเปิดรับ ความตระหนัก และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นภาวะโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาใน กรุงเทพมหานคร”

(6) ชีรดา จงกลรัตนภรณ์ (2552) เรื่อง “กระบวนการสื่อสารของเครือข่ายเพื่อสิ่งแวดล้อมกรณีภาวะโลกร้อนในกรุงเทพมหานคร”

(7) นริรัตน์ งามประดิษฐ์ (2553) เรื่อง “ประสิทธิผลของการใช้ภาพและข้อความที่สร้างความกลัวในการรณรงค์เพื่อลดภาวะโลกร้อน”

ในที่นี้จะดูตัวอย่างของปรีดาวันไทย (2552) ที่ทำการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความตระหนักและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นภาวะโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยที่ยังคงวิธีการออกแบบการวิจัยรวมทั้งการกำหนดตัวแปรโดยใช้แบบแผนหลักของงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมประเด็นอื่นๆที่เคยมีมาในอดีต กล่าวคือ มีตัวแปรคือภูมิหลังประชากร (อายุ เพศ รายได้ สถาบันการศึกษา ฯลฯ) ปริมาณการเปิดรับสื่อ ความตระหนักและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นโลกร้อน การออกแบบงานวิจัยในลักษณะนี้ เมื่อปรากฏผลการวิจัยแล้วก็ยากที่หาค่าอธิบายประกอบได้ (เช่น ความตระหนักไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้อง) รวมทั้งการนำความรู้ที่ได้จากผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงการทำงานของสื่อก็ค่อนข้างยาก (เช่น ข้อค้นพบที่ว่า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตระหนัก ซึ่งหมายความว่า ยิ่งเปิดรับมากยิ่งมีความตระหนักน้อย และหากข้อค้นพบนี้มีความถูกต้อง การนำไปประยุกต์ใช้ก็ต้องลดปริมาณการเปิดรับสื่อ เป็นต้น)

ผู้เขียนอยากลองเสนอให้มีการออกแบบการวิจัยในประเด็นการสื่อสารสิ่งแวดล้อมโดยดูตัวอย่างจากวิธีการออกแบบของ K. Wilson (1995) ในประเด็นเรื่องโลกร้อนที่ได้ยกตัวอย่างมาข้างต้น

(2.10) การตัดต่อพันธุกรรมของสิ่งมีชีวิต (GMOs) เป็นตัวอย่างของประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมใหม่ล่าสุดที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดในศตวรรษที่ 21 นี้ ความรู้ด้านเทคโนโลยีชีวภาพได้เจริญก้าวหน้าถึงระดับที่สามารถเข้าไปดัดแปลงพันธุกรรมของพืชและสัตว์ (ประมาณ 40-50 ชนิด) เช่น วัว ไก่ มะเขือเทศ ถั่วเหลือง ฝ้าย ฯลฯ ให้มีคุณสมบัติที่ผิดแผกไปจากธรรมชาติเดิม (เช่น ไม่มีเมล็ด ไม่มีหนาม ฯลฯ) ความเจริญก้าวหน้าดังกล่าวนี้มีประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นผู้นำ และได้รับการยอมรับอย่างดีจากประเทศที่ก้าวหน้าเช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส และค่อยๆขยายการยอมรับไปยังประเทศอื่นๆในโลก (รวมทั้งประเทศไทย)

อย่างไรก็ตาม ในช่วงปลายทศวรรษ 2530 ก็เริ่มมีการเผยแพร่ข่าวคราวด้านลบเกี่ยวกับสิ่งมีชีวิตที่ถูกดัดแปลงพันธุกรรม กรณีที่รู้จักกันดีที่สุดคือ โรคเชื้อวัชบ้ำในประเทศอังกฤษ ทำให้เริ่มเกิดกระแสหมุนกลับต่อเทคโนโลยีชีวภาพดังกล่าว เช่น ฝรั่งเศสเริ่มต่อต้านการนำเข้าธัญพืชที่ผ่านการดัดแปลงพันธุกรรม (ที่รู้จักกันในชื่อย่อๆว่า GMOs) จากสหรัฐ ประเทศไทยเองก็มีทั้งปรากฏการณ์การนำเข้าพืชและสัตว์ที่ตัดต่อพันธุกรรม และในอีกด้านหนึ่งก็มีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับทั้งด้านบวกและด้านลบของ GMOs ประเภทต่างๆ

ดังนั้น ในปีพ.ศ.2543 ชนายนันท์ คงธนาฤทธิ์ (2543) จึงทำการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติ และการยอมรับการบริโภคสิ่งมีชีวิตที่ตัดต่อพันธุกรรม (GMOs) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” แม้ว่าจะเปลี่ยนประเด็นสิ่งแวดล้อมมาเป็นประเด็นแบบใหม่ๆ แต่ทว่าวิธีการออกแบบวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้นยังคงเป็นแบบแผนแบบเดิม คือการหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากร การเปิดรับ และผลกระทบที่เกิดขึ้นด้านความเข้าใจ ความตระหนัก/ทศนคติและพฤติกรรม (K-A-P)

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 404 คน ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้คือ



(i) **ภูมิหลังของประชากร** เกือบทุกตัวคือ อายุ การศึกษา และอาชีพ (ยกเว้นตัวแปรเพศตัวเดียว) มีความสัมพันธ์กับปริมาณการเปิดรับข่าวสารเรื่อง GMOs ทั้งนี้ กล่าวคือ ยิ่งกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย มีการศึกษาสูง มีระดับอาชีพสูง/กลาง ก็ยิ่งเปิดรับข่าวสารเรื่อง GMOs มากขึ้น เนื่องจากประเด็นดังกล่าวเป็นประเด็นใหม่ที่ต้องการพื้นฐานความรู้ในการทำความเข้าใจพอสมควร ดังนั้น คนกลุ่มนี้จึงน่าจะเป็นแกนหน้าในการขับเคลื่อนประเด็นดังกล่าว

(ii) **ประเภทของสื่อที่เปิดรับ** อันดับแรกก็ยังคงเป็นสื่อโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม มีข้อคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างว่า เนื้อหาเรื่อง GMOs นั้นเป็นเรื่องเข้าใจยาก จึงควรเปิดโอกาสให้มีการซักถาม/การสื่อสารสองทาง ปัจจุบันการมีสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเปิดโอกาสดังกล่าวได้ และภูมิหลังของประชากรก็น่าจะเอื้ออำนวยให้เข้าถึงสื่อใหม่ (New media) ได้ อย่างไรก็ตาม ก็ต้องวางแผนให้ประเด็นเรื่อง GMOs เข้าไปถึงกลุ่มประชาชนกลุ่มอื่นๆด้วย

และจากการซักถาม “ทิศทางของเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อ” โดยส่วนใหญ่จะมีเนื้อหาในทิศทางลบ กล่าวคือต่อต้าน GMOs เน้นให้เห็นโทษของ GMOs และทำที่กีดกัน GMOs อย่างไรก็ตาม ทิศทางในทางลบนี้ก็มีลักษณะที่เน้น “การใช้อารมณ์” (เช่น ใช้ความกลัว) มากกว่า “การให้ข้อมูล/เหตุผล”

(iii) **ผลกระทบจากการเปิดรับสื่อ** ผู้รับสารยังคงได้รับความรู้/น้อยจากสื่อมวลชน ส่วนในแง่ความสัมพันธ์นั้น ยิ่งเปิดรับสื่อมาก ก็ยังมีท่าที/ทัศนคติที่จะยอมรับเรื่อง GMOs ได้น้อย (อันน่าจะเนื่องมาจากทิศทางด้านลบของเนื้อหา)

อย่างไรก็ตาม มีข้อนำคิดต่อไปในระยะยาวว่า หากการยอมรับ/ไม่ยอมรับ GMOs นั้นมาจากข้อมูลข่าวสารที่มีลักษณะเน้นอารมณ์ มิใช่มาจากฐานความรู้/ความเข้าใจ/ข้อมูล ทัศนคติที่ยอมรับ/ไม่ยอมรับจะคงทนยาวนานเพียงใด

จากตัวอย่างประเด็นเรื่อง “สิ่งแวดล้อม” ซึ่งงานวิจัยด้านการสื่อสารได้เข้าไปหยิบจับมาศึกษาที่ได้ยกมาให้ดูเป็นเพียงตัวอย่างเท่านั้น และอาจจะมีประเด็นอื่นๆอีก เช่น เรื่องแร่ธาตุที่ครอบคลุมทั้งแร่ธาตุที่เป็นแหล่งพลังงานเช่นถ่านหิน หรือแร่ธาตุที่ใช้ในการผลิตวัตถุ/สินค้าจากโรงงานอุตสาหกรรม เช่น แร่ปรอท/ตะกั่วที่ถูกทิ้งลงแม่น้ำ/ทะเล/พื้นดิน และก่ออันตรายให้แก่มนุษย์ (เช่นโรคมินามาตะที่เกิดจากการสารปรอท) หรือเรื่องมลภาวะจากเสียงที่ดังเกินไปโดยเฉพาะในเขตเมือง (ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของรัตกร อุ่นพันภาค (2549) เรื่อง “การจัดการความขัดแย้งด้านมลภาวะทางเสียงของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ”) เรื่องของโรคติดต่อที่เป็นประเด็นลูกผสมระหว่างเรื่องสิ่งแวดล้อมกับเรื่องสุขภาพ ประเด็นของสิ่งแวดล้อมเหล่านี้สามารถเชื่อมโยงถึงกันและกัน เช่น การผลิตพลังงานจากการขุดถ่านหินก็ก่อให้เกิดมลภาวะในอากาศและส่งผลถึงโรคปอดในมนุษย์ เป็นต้น

จากตัวอย่างประเด็นสิ่งแวดล้อมที่มีงานวิจัยในสาขาสื่อสารศึกษานั้น เราอาจจะสกัดคุณลักษณะเด่นๆของแต่ละประเด็นออกมา ซึ่งจะส่งผลถึงเรื่องการสื่อสารที่เข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ตัวอย่างของคุณลักษณะดังกล่าวก็เช่น

(1) แบ่งตามระดับความรุนแรงของปัญหา เช่น ปัญหามลภาวะจากเสียงที่ดังเกินไป อาจจะดูรุนแรงน้อยกว่าปัญหาความเสี่ยงจากโรงงานพลังนิวเคลียร์ระเบิด เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การรับรู้ระดับความรุนแรงของแต่ละประเด็นก็ย่อมขึ้นกับวิธีการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนด้วยอย่างแน่นอน บางประเด็นก็อาจจะดูเป็นเพียงความรำคาญจากกลิ่นเหม็น (เช่น งานวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของประชาชนต่อการแก้ไขปัญหามลพิษอากาศและกลิ่นเหม็นในเขตเทศบาล ต.มาบตาพุด จ.ระยอง” ของสุนทรี ธาราธิคุณ, 2542) บางประเด็นก็อาจจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการลดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน (เช่น งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารความรู้ และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้น้ำในโครงการลด

น้ำสูญเสียพุ่มธานี-รังสิต” ของรินลี ลิมปิศิริสันต์, 2544) หรือบางประเด็นอาจจะสำคัญระดับเกี่ยวข้องกับชีวิตการทำมาหากิน (เช่น งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์หอยหลอดของประชาชนในเขต อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม” ของวีระศักดิ์ จรินรัตน์นากร, 2544)

(2) **แบ่งตามระดับความซับซ้อน** ตัวอย่างเช่น ประเด็นการทิ้งขยะลงแม่น้ำลำคลองทำให้เน่าเสียนั้น เป็นปัญหาที่ประชาชนน่าจะเข้าใจได้ง่ายกว่าประเด็นการตัดต่อพันธุกรรมของพืช/สัตว์ (GMOs) ลักษณะความซับซ้อนของประเด็นนั้นจะส่งผลมาถึงเรื่องการคัดเลือกและออกแบบสารเพื่อนำเสนอ (Message selection & design)

(3) **แบ่งตามระดับความใกล้/ไกลตัว** ตัวอย่างเช่น ประเด็นน้ำท่วม/ฝนแล้ง/อากาศเสีย อาจจะดูเป็นปัญหาใกล้ตัวมากกว่าปัญหาโลกร้อน หรือหากโรงงานไฟฟ้านิวเคลียร์จะมาตั้งอยู่ใกล้ๆบ้านเรา ปัญหานี้ก็จะเปลี่ยนจากที่เคยเป็นปัญหาไกลตัวมาเป็นปัญหาใกล้ตัวทันที คุณลักษณะของความใกล้/ไกลของปัญหาสิ่งแวดล้อมจะส่งผลต่อการใช้การสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างแน่นอน

(4) **สำหรับพัฒนาการของประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น** มีข้อน่าสังเกตคร่าวๆในที่นี้ก่อนว่า ในระยะเริ่มแรกของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้น ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมมักจะมีเกิดมาจากภัยธรรมชาติต่างๆ เช่น ภูเขาไฟระเบิด ลมพายุทอร์นาโด ฯลฯ แต่ในระยะต่อมา ปัญหาสิ่งแวดล้อมก็จะเริ่มเป็นประเด็นที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ เช่น เหมือนแร่ถ่านหิน การปล่อยก๊าซที่ทำลายชั้นโอโซน การตัดไม้ทำลายป่า ฯลฯ จนกระทั่งในระยะสุดท้าย ประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมก็จะเริ่มก้าวเข้าสู่เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ตัวอย่างเช่น เรื่องกฎหมาย ความยุติธรรม หรือปัญหาเรื่องสิทธิมนุษยชนด้านสิ่งแวดล้อม เช่น งานวิจัยของลัลลธริมา เกื้อสกุล (2547) เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารของกองทัพบกเพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะเรื่องสิทธิ

มนุษยชนด้านสิ่งแวดล้อม” เป็นต้น (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

(5) สำหรับมิติเรื่องการสื่อสารนั้น มีข้อน่าสังเกตว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ที่ได้กล่าวมามักจะพยายามตอบคำถามว่า “สื่อประเภทใด” (which media) จะมีประสิทธิผล/ประสิทธิภาพมากกว่ากันในการสร้างผลกระทบต่อบุคคล แต่ทว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่า สื่อแต่ละประเภทยังมีทั้งข้อเด่นและข้อจำกัดเฉพาะตัว เช่น สื่อโทรทัศน์นั้นเข้าถึงกลุ่มคนได้มากกว่า มีความถี่สูงมาก จึงเหมาะที่จะใช้เพื่อจุดประกายความสนใจ กระตุ้นให้ตระหนัก แต่สื่อโทรทัศน์มีข้อจำกัดเรื่องเวลา จึงไม่เหมาะที่จะให้เนื้อหาความรู้ที่ต้องการคำอธิบาย ซึ่งสื่อสิ่งพิมพ์เช่นหนังสือพิมพ์และนิตยสารจะทำงานได้ดีกว่า ส่วนการลงมือปฏิบัตินั้น บรรดาสื่อประเภทแผ่นพับซึ่งเป็นสื่อที่สามารถพกพาติดตัวได้ ดูซ้ำทบทวนได้ น่าจะเป็นสื่อที่เหมาะสม ฉะนั้น ในการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การสื่อสาร จึงควรขยายจากโจทย์การวิจัยว่า “สื่อประเภทใด หรือมีสื่ออะไรบ้าง” (เช่นโครงการณรงค์) ขึ้นมาเป็นการแสวงหาความรู้ที่จะ “ใช้สื่อแต่ละประเภท ในแต่ละขั้นตอนของงานสิ่งแวดล้อมที่มีเป้าหมายย่อยๆในแต่ละขั้นที่เฉพาะตัว” มากกว่า

3. จุดยืนของขบวนการสิ่งแวดล้อม

เมื่อเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมขึ้น ก็ได้มีบุคคล องค์กร และสถาบันต่างๆพยายามที่จะหาวิธีการบรรเทา หรือจัดการแก้ไขปัญหาสีงแวดล้อม โดยที่แต่ละกลุ่มต่างก็มีรูปแบบและวิธีการแก้ไข/จัดการกับปัญหาสีงแวดล้อมที่แตกต่างกันไป อันสืบเนื่องมาจากความเข้าใจและการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งความเข้าใจต่อวิธีการแก้ไขปัญหา ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2534) ได้จัดแบ่งประเภทของกลุ่ม/ขบวนการสิ่งแวดล้อมออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งแต่ละระดับสะท้อนให้เห็นถึงวิธีการรับรู้และวิธีการวิเคราะห์รวมทั้งความเข้าใจในปัญหาสีงแวดล้อมคือ

- ระดับที่ (1) กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม - conservationist
- ระดับที่ (2) กลุ่มปฏิรูป - Reformist



- ระดับที่ (3) กลุ่มเน้นการเปลี่ยนระบบ - Radical

อนึ่ง การแบ่งกลุ่ม/ขบวนการสิ่งแวดล้อมออกเป็น 3 กลุ่มดังกล่าวนี้มีใช้การแบ่งแยกอย่างเด็ดขาด และมีใช้การแบ่งแยกอย่างหยุดหนึ่ง กล่าวคือ ในแต่ละกลุ่ม แต่ละองค์กร อาจจะมีทั้งมิติของการอนุรักษ์และการปฏิรูปอยู่ร่วมกัน หรืออาจจะมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจุดยืนจากกลุ่มปฏิรูปยกระดับขึ้นมาเป็นกลุ่มเน้นเปลี่ยนระบบก็เป็นได้

จากนี้ เราจะดูรายละเอียดของแต่ละจุดยืนพร้อมทั้งดูตัวอย่างงานวิจัยเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย

ระดับที่ (1) กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จุดยืนของกลุ่มสิ่งแวดล้อมกลุ่มนี้เริ่มต้นที่การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อมว่าเกิดมาจากพฤติกรรมระดับบุคคล (individual level) ดังนั้นวิธีการแก้ไขปัญหาก็คือต้องให้การศึกษาและปรับพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลเสียใหม่ เช่น มีวินัยด้านสิ่งแวดล้อม (ไม่ทิ้งขยะ) บริโภคให้น้อยลง (ใช้น้ำอย่างประหยัด) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น โดยที่มิได้เข้าไปแตะต้องการแก้ไขในระดับสถาบันหรือสังคมเท่าใดนัก

งานวิจัยเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมจำนวนมากจะสังกัดอยู่ภายใต้จุดยืนนี้โดยเฉพาะในยุคเริ่มแรกของขบวนการสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของนฤมล โรหิตจันทร์ (2534) เรื่อง “ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ “รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ” ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ซึ่งตัวโครงการ “รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ” ที่มีการดำเนินงานระหว่างปีพ.ศ.2532-2537 นั้นวิเคราะห์ว่าแม่น้ำเจ้าพระยาเน่าเสียเพราะประชาชนทิ้งขยะลงแม่น้ำและขาดจิตใจที่รักแม่น้ำ ดังนั้นทางโครงการจึงใช้การสื่อสารมากมายหลายรูปแบบเพื่อรณรงค์ให้ประชาชนเกิดความรู้เกี่ยวกับสภาพและปัญหาของแม่น้ำเจ้าพระยา เกิดทัศนคติที่รักและภูมิใจในแม่น้ำ และเปลี่ยนการกระทำต่อการทำลายแม่น้ำ เป็นต้น

- ระดับที่ (2) กลุ่มปฏิรูปสิ่งแวดล้อม กลุ่มนี้เริ่มมีวิธีการวิเคราะห์

สาเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่กว้างขวางกว่ากลุ่มแรก กล่าวคือ วิเคราะห์ว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นเกิดมาจากนโยบายการผลิตของสังคมที่ยังไม่เหมาะสมกับเรื่องสิ่งแวดล้อม หรือนโยบายการพัฒนาประเทศที่ยังขาดมาตรการที่ดีในการจัดการกับสิ่งแวดล้อม (และกลุ่มนี้มีความเชื่อว่า หากมีการจัดการที่ถูกต้อง เหมาะสม มีประสิทธิภาพจะสามารถแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมได้) เช่น ยังขาดการวางแผนเรื่องที่อยู่อาศัย ขาดการวางแผนจัดการเรื่องการใช้รถ ใช้น้ำ ฯลฯ ดังนั้น ข้อเสนอของกลุ่มปฏิรูปสิ่งแวดล้อมจึงขอให้มีการใช้มาตรการทางกฎหมาย สร้างระบบแรงจูงใจทางเศรษฐกิจ การเมืองเพื่อสิ่งแวดล้อม (เช่น ลดภาษีน้ำมัน ไร้อากาศทั่ว) พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อม ฯลฯ ปรับปรุงยุทธศาสตร์และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการจัดการกับสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม วิธีการของกลุ่มปฏิรูปนั้นยังเชื่อมั่นอยู่กับระบบการจัดการเชิงเทคนิค การแก้ปัญหาจากการดำเนินของภาคส่วนใหญ่ว่า เช่น ภาครัฐ ภาคธุรกิจอุตสาหกรรม เป็นต้น

ตัวอย่างงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่มีจุดยืนแบบปฏิรูปสิ่งแวดล้อมนั้นเริ่มมีมากขึ้นในช่วงครึ่งหลังของทศวรรษ 2530 เช่น การเปลี่ยนแปลงประเภทน้ำมันที่ใช้ในรถยนต์ การ recycle ขยะ การใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์ธรรมชาติ การประหยัดน้ำ การใช้ถุงผ้าแทนพลาสติก ฯลฯ เช่น

- พิระนันท์ บุรณะโสภณ (2538) เรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” งานวิจัยชิ้นนี้เกิดขึ้นเมื่อมีการเคลื่อนไหวจากภาคธุรกิจ/ผลิตสินค้าที่ริเริ่มจะเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยปรับเปลี่ยนภายในตัวเอง คือมีการผลิตสินค้าที่เรียกว่า “ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” ซึ่งมีคุณลักษณะที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปอย่างน้อย 16 คุณลักษณะ เช่น ประหยัดพลังงาน เมื่อนำไปใช้ ไม่ใช้บรรจุภัณฑ์มากเกินไปจนความจำเป็น สามารถใช้งานได้หลายครั้ง หรือมีอายุยาวนาน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การผลิตสินค้า



อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้นอาจมีมูลเหตุจูงใจมาจากความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม หรืออาจเป็นเพียงการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจด้วยการเกาะกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเท่านั้น จึงเป็นที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้ที่ออกแบบการวิจัยตามแบบฉบับของงานสื่อสารสิ่งแวดล้อมโดยส่วนใหญ่

- วนิดา วงศ์วิเศษภักดี (2540) เรื่อง “นโยบายการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม ศึกษากรณี ISO 14000” งานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นมาตรการการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในอีกลักษณะหนึ่งที่มุ่งไปที่ภาคการผลิตของเอกชนโดยตรงของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม โดยการให้แรงเสริม-รางวัล (reinforcement) ด้วยการสร้างอนุกรมมาตรฐานการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ISO 14000 เพื่อให้ภาคการผลิตเอกชนควบคุมและปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ลดหรือไม่ให้มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม งานวิจัยชิ้นนี้จึงจัดทำขึ้นเพื่อสำรวจสถานะปัจจุบันของมาตรการดังกล่าว และพบว่า กลุ่มเป้าหมายแรกของนโยบายนี้คือ กลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ซึ่งจะต้องผลิตสินค้าและบริการไปแข่งขันกับตลาดโลกที่เน้นเรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ รูปแบบการสื่อสารที่ใช้จึงมักใช้รูปแบบการจัดอบรม จัดสัมมนา เน้นกิจกรรม โดยใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อเสริมเท่านั้น

- สุทธิณี ตัญญพงษ์ปรัชญ์ (2544) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เพื่อการใช้ออกเทนของเบนซินที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์กับพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยเลือกสอบถามผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลจำนวน 406 คนในกรุงเทพฯ เพื่อดูพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันออกเทน 91 ซึ่งสร้างมลภาวะน้อยกว่าเบนซินออกเทน 95 แบบเดิม และพบผลที่น่าพอใจ คือ 81.8% ของกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้น้ำมันแบบใหม่ อย่างไรก็ตาม เหตุผล 3 อันดับแรกของการเลือกใช้นั้นล้วนไม่ได้มาจากเหตุผลด้านความห่วงใยสิ่งแวดล้อม หากทว่าเป็นเหตุผลด้านเศรษฐกิจ คือประหยัดรายจ่ายของตนเอง ราคา

ถูกกว่า และช่วยประเทศชาติประหยัดเงินตรา ส่วนเหตุผลของกลุ่มที่ไม่ใช้น้ำมันแบบใหม่ก็เป็นเหตุผลเชิงเทคนิคเกี่ยวกับรถยนต์ เช่น กลั้วรถไม่มีกำลังแรง กลั้วเครื่องยนต์พัง กลั้วเครื่องเร่งไม่ขึ้น เป็นต้น ส่วนเรื่องของการสื่อสารนั้นก็พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เกี่ยวข้องทุกตัว

(3) **กลุ่มเปลี่ยนระบบ** ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างกลุ่มเปลี่ยนระบบกับ 2 กลุ่มแรกนั้นก็คือ ในขณะที่ 2 กลุ่มแรกคือกลุ่มอนุรักษ์และกลุ่มปฏิรูปเห็นว่า การแก้ไขปัญหาสีงแวดล้อมสามารถกระทำได้ภายใต้โครงสร้างของสังคมแบบเดิม เพียงแต่ปัจเจกบุคคลต้องเปลี่ยนแปลงตนเอง (ในกรณีของกลุ่มอนุรักษ์) หรือต้องเปลี่ยนแปลงวิธีการบริหารจัดการเรื่องสีงแวดล้อมให้เป็นแบบใหม่ (ในกรณีของกลุ่มปฏิรูป) แต่ทว่ากลุ่มเปลี่ยนระบบมีความเห็นว่า การแก้ไขปัญหาสีงแวดล้อมอย่างแท้จริงนั้นจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างขนานใหญ่ ต้องเปลี่ยนแปลงแบบพลิกหน้ามือเป็นหลังมือไม่ว่าจะเป็นในระดับสังคมหรือระดับปัจเจกก็ตาม ในระดับสังคมนั้น กลุ่มเปลี่ยนระบบเห็นว่าหากตราบใดที่ประเทศยังพัฒนาตามแนวทางทุนนิยมหรืออุตสาหกรรมนิยม แนวทางนี้ย่อมก่อให้เกิดการผลิตที่เกินขีดจำกัดทางนิเวศตลอดเวลา ในระดับบุคคล หากยังคงมีอุดมการณ์แบบไม่คำนึงถึงสีงแวดล้อม เช่น ใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือย ระบบคิดแบบดังกล่าวก็จะก่อให้เกิดปัญหาสีงแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นการแก้ไขปัญหาสีงแวดล้อมให้หายขาดอย่างถาวรจึงจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจ-สังคม-การเมืองอย่างกว้างขวาง เช่น ต้องให้การใช้อำนาจแทนที่ด้วยการให้บริการ และการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (เช่น องค์กรข้าราชการ) ความร่ำรวยแทนที่ด้วยการอดออม อาวุธแทนที่ด้วยสันติภาพ ซึ่งหากเราย้อนกลับไปทีค่านิยมของ “สีงแวดล้อม” ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ก็หมายความว่าจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงระบบภายนอก และในเวลาเดียวกันก็ต้องปรับเปลี่ยน “ระบบ



สิ่งแวดล้อมในใจ” (inner-environment) เช่น ทัศนคติที่เคารพธรรมชาติ และสรรพสิ่งอื่น ๆ รอบตัวคู่ขนานกันไป

มีตัวอย่างงานวิจัย 2 ชิ้นที่แสดงให้เห็นความพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงระบบวิธีคิด และระบบโครงสร้างเรื่องสิ่งแวดล้อมเสียใหม่ งานชิ้นแรกเป็นงานศึกษาของดานินท์ กิจนิซี (2540) เกี่ยวกับการเปลี่ยนวิธีคิดเกี่ยวกับการใช้พลังงาน และชิ้นที่สองเป็นงานศึกษาของอุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์ (2538) เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ของรัฐ เช่น การสร้างเขื่อน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเปลี่ยนทั้งวิธีคิดและวิธีปฏิบัติแบบใหม่

(ก) สำหรับงานวิจัยชิ้นแรกของดานินท์ กิจนิซี (2540) เรื่อง “การเปิดสาร ความรู้ ทัศนคติและการอนุรักษ์พลังงานในโครงการ “รวมพลังหารสอง” ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้เริ่มต้นจากในช่วงปลายๆของทศวรรษ 2530 เกิดวิกฤติการณ์ด้านพลังงานในระดับโลก คือราคาน้ำมันระดับโลกแพงขึ้นอย่างมาก และส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ลักษณะปัญหาพลังงานนั้นมีอยู่ 2 ด้าน ด้านแรกคือปัญหาพลังงานจะหมดไป (เช่น น้ำมัน) และด้านที่สองคือพลังงานที่สร้างของเสีย เช่น Greenhouse effect ดังนั้นในปีพ.ศ.2539 หน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบด้านพลังงานคือ “สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ” (สพช.) จึงทำการรณรงค์ “โครงการรวมพลังหารสอง” โดยมีเป้าหมายที่จะปลุกจิตสำนึกเรื่องการใช้อย่างประหยัด รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการที่จะประหยัดพลังงาน ซึ่งก็หมายความว่าโครงการนี้จะต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีคิดเกี่ยวกับการใช้พลังงานให้เป็นวิธีคิดแบบใหม่

หลังจากโครงการรณรงค์นี้ดำเนินการผ่านการระดมการสื่อสารทุกประเภทมาเป็นเวลา 1 ปี ดานินท์ผู้วิจัยก็ได้ดำเนินการวิจัยโดยการศึกษาค้นคว้าที่เกิดขึ้นจากโครงการต่อผู้รับสาร งานวิจัยชิ้นนี้ก็ยังคงออกแบบด้วยวิธีการศึกษาเชิงปริมาณ และศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ต่างๆ แต่ทว่าผู้วิจัยได้จัดระบบการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยควบคุมตัวแปรเรื่องเพศหญิง-ชายให้มีจำนวนเท่ากัน และแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์อาชีพเป็น 4 กลุ่ม กลุ่มละ 100 คน คืออาชีพนักเรียน-นักศึกษา แม่บ้าน นักธุรกิจ และผู้ใช้แรงงาน

ผลการวิจัยในส่วน**ประเภทของสื่อ**กับผลกระทบด้านต่าง ๆ นั้นพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ นิตยสารและโปสเตอร์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุและสื่อหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการอนุรักษ์พลังงาน (หากมีการวิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อแต่ละประเภทร่วมด้วยก็อาจจะให้คำอธิบายมิติของผลกระทบในแต่ละด้านได้)

ส่วน**ระดับของผลกระทบ** 3 ด้านนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติในทางบวกต่อเรื่องการประหยัดพลังงาน มีความรู้ระดับปานกลาง แต่ที่นำวัดกังวลก็คือ มีพฤติกรรมการประหยัดพลังงานในระดับต่ำ จากสถานภาพของผลกระทบที่เกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่า คงต้องมีการใช้การสื่อสารเพื่อแก้ไขปัญหาเรื่องความรู้และพฤติกรรม ในด้านความรู้จำเป็นต้องเพิ่มเนื้อหาข้อมูลข่าวสาร 2 ประเภท คือ ความรู้ที่ว่าหากไม่มีการอนุรักษ์พลังงานจะเกิดอะไรขึ้น และความรู้ที่จะนำไปสู่การลงมือปฏิบัติ เช่น วิธีการใช้อุปกรณ์เพื่อการประหยัดพลังงาน

ส่วนการลงมือปฏิบัติ (behavior/performance) นั้นก็มักจะเป็นจุดอ่อนของการสื่อสารณรงค์โดยทั่วไปที่มักจะทำให้ความรู้แบบทั่วไป กระตุ้นให้เกิดทัศนคติ/ความตระหนัก แต่มักจะไม่ให้ข้อมูลในลักษณะ “ข้อแนะนำในการปฏิบัติ” (instruction) อันหมายถึงความรู้เชิงนำไปสู่การปฏิบัติ ทำให้ผู้รับสารเกิดอาการ “ทั้งที่รู้และเข้าใจ แต่ก็ไม่รู้จะทำอะไร/อย่างไรได้บ้าง” รวมทั้งความรู้เชิงปฏิบัตินี้ก็ต้องมีลักษณะที่หลากหลายให้ผู้รับสารแต่ละคน/แต่ละกลุ่มได้เลือกใช้ และควรจะต้องหมุนเวียนไปเรื่อยๆ เนื่องจากเป็นไปไม่ได้ว่า “การปฏิบัติเพียงแบบเดียวจะแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ทุกเปลาะ” (ดังที่ผู้คนอาจจะสงสัยว่า ใช้ถุงผ้าอย่างเดียวจะ

ช่วยแก้ไขเรื่องโลกร้อนได้หรือ) ผู้วิจัยเสนอแนะว่าการให้ข้อมูลข่าวสารเชิงปฏิบัติที่น่าจะมาจากพฤติกรรมที่ผู้คนกระทำอยู่ในชีวิตจริง (และจากกลุ่มตัวอย่าง 4 อาชีพของงานวิจัยชิ้นนี้ ก็ควรมีข้อปฏิบัติสำหรับ 4 กลุ่ม) เช่น การใช้กระดาษทิชชูอย่างประหยัด การขับรถด้วยความเร็วที่ประหยัดน้ำมัน การไม่เปิดโทรทัศน์ทิ้งเอาไว้เมื่อไม่ดู การใช้ถุงผ้า เป็นต้น

และจากงานวิจัยชิ้นนี้ให้บทเรียนแก่นักการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง (communication for change) ว่า ลำพังการเปลี่ยนแปลง “ทัศนคติ/ความตระหนัก” นั้น แม้จะเป็น “เงื่อนไขพื้นฐานที่จำเป็น” (necessary factor) แต่ก็ยังเป็นปัจจัยที่ไม่เพียงพอ” (sufficient factor) ที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างแท้จริงได้

(ข) งานวิจัยชิ้นที่สองเป็นการศึกษาการเปลี่ยนแปลงระดับโครงสร้างของอำนาจในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม คืองานของอุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์ (2538) เรื่อง “แนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ของรัฐ: ศึกษาเฉพาะโครงการเขื่อนหรืออ่างเก็บน้ำ” งานชิ้นนี้เริ่มต้นจากข้อเท็จจริงที่ว่า นับตั้งแต่มีการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจระดับชาติในช่วงทศวรรษ 2500 ฝ่ายที่มีอำนาจในการกำหนดการจัดทำโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ไม่ว่าจะเป็นการสร้างถนน สร้างโรงงานไฟฟ้า รวมทั้งการก่อสร้างเขื่อน/อ่างเก็บน้ำ ล้วนแต่อยู่ในอำนาจของภาครัฐเพียงฝ่ายเดียว ทั้งที่ผลกระทบต่อเฉพาะด้านลบนั้นสร้างความเดือดร้อนให้แก่ประชาชนที่อยู่ในขอบเขตของโครงการ จนกระทั่งสังคมไทยได้ผ่านกระบวนการต่อสู้เรียกร้องเพื่อให้ประชาชนได้อำนาจในการเข้ามาร่วมตัดสินใจกับการดำเนินโครงการขนาดใหญ่ๆ ผ่านมาถึง 3-4 ทศวรรษ ประกอบกับแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการพัฒนาได้รับการยอมรับในระดับโลก ดังนั้นจึงเกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจในการดำเนินโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ดังกล่าว

นี่จึงเป็นที่มาของงานวิจัยของอุษณีย์ที่สนใจที่จะศึกษาทบทวน

ข้อเท็จจริงที่ได้เกิดขึ้นในกรณีของการสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ 3 เขื่อนของไทย คือ เขื่อนปากมูล เขื่อนแก่งเสือเต้น และเขื่อนป่าสักเพื่อตอบคำถามว่า การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจดังกล่าวนั้นเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด มีปัญหาอุปสรรคอะไร โดยเฉพาะในมิติของเรื่องการสื่อสาร เช่น การทำประชาพิจารณ์ (ซึ่งเป็นกลไกด้านการสื่อสารที่สำคัญของการมีส่วนร่วม) หรือปัญหาการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (stakeholder) งานวิจัยนี้ดำเนินการในปีพ.ศ.2538

ผู้วิจัยออกแบบการศึกษาอย่างรัดกุมด้วยการวิเคราะห์เอกสารเกี่ยวกับการดำเนินงานโครงการสร้างเขื่อนทั้ง 3 กรณี และสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับโครงการ 4 กลุ่มคือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ กลุ่มนักวิชาการ เจ้าหน้าที่จากองค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) และผู้นำชาวบ้านจากพื้นที่ในกรณีตัวอย่างทั้ง 3 กรณี ประเด็นการสัมภาษณ์ก็จะเป็นไปตามโจทย์ที่ตั้งเอาไว้คือ ปัจจุบันมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมกับโครงการเขื่อนขนาดใหญ่มากน้อยเพียงใด มีรูปแบบการมีส่วนร่วมอะไรบ้าง เข้าร่วมในขั้นตอนใด ใครมีสิทธิเข้ามามีส่วนร่วมบ้าง

ผลการศึกษาสรุปได้คร่าวๆว่า

(i) การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการที่ศึกษานั้นยังมีน้อยในทั้ง 4 ขั้นตอนของโครงการ ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนโครงการ ขั้นตอนการตัดสินใจ ขั้นตอนการออกแบบและก่อสร้างโครงการ และขั้นตอนการใช้ประโยชน์จากโครงการ โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นอาจจะไม่มีเลยหรือเป็นการมีส่วนร่วมเชิงรับ (passive participant - หรือมีส่วนร่วมแบบสวาท) เช่น การทำประชาพิจารณ์นั้นก็ เป็นเพียงการเข้าไปรับฟัง/รับทราบ ขั้นตอนการก่อสร้าง ประชาชนก็เข้าไปเป็นแรงงานเท่านั้น

(ii) สำหรับปัญหาอุปสรรคของการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น มีอยู่อย่างน้อย 4 ด้านคือ



- ด้านเจ้าหน้าที่ของโครงการ ซึ่งอาจจะเริ่มตั้งแต่ปัญหาเปลาะแรกคือ การมีทัศนคติที่ไม่เอื้อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน (เช่น ทำงานเอาใจเจ้านาย ทำเพื่อไม่ให้ผิดระเบียบ ไปจนกระทั่งมองข้ามความเห็นของชาวบ้านเพราะคิดว่าใช้ไม่ได้) ไปจนกระทั่งไม่เข้าใจว่าจะให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมอย่างไร
- ด้านประชาชนเองก็ยังขาดความรู้อุปการะเข้าใจในตัวโครงการหรือรูปแบบของการมีส่วนร่วม
- การขาดกลไกรองรับการมีส่วนร่วมของประชาชน เช่น ขาดกฎหมายที่รองรับสิทธิของประชาชนในการมีส่วนร่วม กฎหมายที่เกี่ยวกับสิทธิในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ
- ปัญหาด้านการสื่อสาร เช่น เจ้าของโครงการมักจะเผยแพร่แต่ด้านดีของโครงการเพียงด้านเดียว ข่าวสารที่เผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนมักไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือเหตุผลเรื่องความลับของทางราชการทำให้ผู้ที่รับผิดชอบไม่กล้าเปิดเผย และประชาชนก็ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

ผู้วิจัยสรุปภาพรวมของงานวิจัยว่า เนื่องจากแนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำโครงการขนาดใหญ่ของประเทศเป็นแนวคิดใหม่ และเป็นแนวคิดที่ตรงกันข้ามกับแนวคิดที่มีมาในอดีต แม้จะมีการยอมรับกันว่า การมีส่วนร่วมเป็นแนวคิดที่ดีและมีความสำคัญ แต่เนื่องจากความใหม่ทำให้ทั้งหน่วยงานรัฐและประชาชนดำเนินการไปตามความเข้าใจของตนในลักษณะของการลองผิดลองถูก การมีส่วนร่วมส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นจึงเกิดในรูปแบบการสื่อสารแบบการประท้วงเรียกร้อง ผลักดันของประชาชนผู้ได้รับความเดือดร้อนเป็นส่วนใหญ่

4. ผู้กระทำการในเรื่องสิ่งแวดล้อม (Actor)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้นว่า สำหรับปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น ไม่มีที่ยืนที่เป็นกลาง หากเราไม่เป็นส่วนหนึ่งของการแก้ไขปัญหา

เราก็ต้องเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างปัญหา และปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นมักจะไม่ใช่ปัญหาความรับผิดชอบของคนเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ดังกรณีตัวอย่างงานอนุรักษ์เต่าทะเลที่มีกองทัพเรือไทยเป็นเจ้าภาพหลัก ทั้งนี้เนื่องจากธรรมชาติของปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นมักจะมีลักษณะโยเยเป็นตาข่าย หากเกิดเป็นปัญหาที่จุดหนึ่ง ก็จะส่งผลกระทบต่อไปถึงอีกจุดหนึ่ง เช่น ปัญหาการทำเหมืองแร่ถ่านหิน ที่ส่งผลถึงมลภาวะในอากาศ ส่งผลสะท้อนต่อไปถึงสุขภาพของประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง เป็นต้น

ในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมของสังคม จึงได้มีกระแสการเรียกร้องให้ทุกภาคส่วนของสังคมเข้ามาร่วมมือกัน ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคองค์กรพัฒนาเอกชน และภาคประชาชน อย่างไรก็ตาม ในแต่ละภาคส่วนนั้นมีคุณลักษณะเฉพาะประจำตัว มีทรัพยากรเฉพาะ ดังนั้นวิธีการเข้าไปเกี่ยวข้องและจัดการกับเรื่องสิ่งแวดล้อมของผู้กระทำกร (actor) แต่ละภาคส่วนจึงมีลีลาท่วงทำนองที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร

ต่อไปนี้จะขอยกตัวอย่างงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่ใช้กรณีของภาคส่วนต่างๆ เพื่อช่วยให้แนวทางและความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สื่อสารเพื่อการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมของภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคองค์กรพัฒนาเอกชน และภาคประชาชนพอสังเขป

(4.1) ผู้กระทำกรที่เป็นภาครัฐ ในประวัติศาสตร์ของการใช้สื่อเพื่อจรรณรงค้ประเด็นต่างๆของสังคม เช่น เศรษฐกิจ สุขภาพ รวมทั้งเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น ในระยะเริ่มแรก แบบแผนแรกนั้นหน่วยงานรัฐมักจะเป็นผู้ดำเนินการเองโดยใช้ฝ่ายการประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารขององค์กร แต่ทว่าผลที่เกิดขึ้นจากการทำงานทำให้หน่วยงานรัฐพบว่าธรรมชาติของหน่วยงานรัฐที่มีรูปแบบการสื่อสารแบบทางเดียว มีการใช้สื่อแบบสื่อเดียว สามารถใช้สื่อได้เพียงสร้างผลกระทบด้านความรู้แต่ไม่อาจส่งผลถึงด้านทัศนคติและเปลี่ยนแปลงการกระทำ ดังนั้นในระยะต่อมา



จึงเริ่มเกิดแบบแผนที่สอง กล่าวคือ หน่วยงานรัฐมักจะมอบหมาย/จัดจ้างองค์กรธุรกิจด้านการสื่อสารที่มีความรู้ความชำนาญเรื่องการณรงค์มาเป็นผู้รับผิดชอบโดยหน่วยงานรัฐเป็นเจ้าของเนื้อหาความรู้ อันเป็นรูปแบบของการประสานทรัพยากรเนื้อหา/งบประมาณจากหน่วยงานรัฐเข้ากับกลยุทธ์การสื่อสารที่มาจากความชำนาญขององค์กรธุรกิจ ในการศึกษาเรื่องการใช้อีสื่อสารเพื่อสิ่งแวดล้อมของหน่วยงานรัฐจึงต้องตรวจสอบแบบแผนที่ใช้ก่อนว่าเป็นรูปแบบใด

สำหรับงานวิจัยเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่มีหน่วยงานรัฐเป็นผู้กระทำการนั้นมีอยู่มากพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากเรื่องสิ่งแวดล้อมมักเป็นประเด็นสาธารณะ (public issue) ซึ่งรัฐจำเป็นต้องรับผิดชอบเป็นด้านแรก และวิธีการศึกษาวิจัยนั้นก็ทำได้หลายแง่มุม เช่น

- มาลินี จุลวัจนะ (2536) เรื่อง “ความต้องการทางการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างศักยภาพเฉพาะตนของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดในงานเฝ้าระวังคุณภาพน้ำในชนบท” งานวิจัยชิ้นนี้เกิดมาจากการปรับเปลี่ยนแนวคิดเรื่องการสื่อสารของภาครัฐในเรื่อง “การเฝ้าระวังน้ำ/การรักษาน้ำสะอาด” ที่เป็นนโยบายของภาครัฐมาตั้งแต่แผนพัฒนาแผนที่ 3 เรื่อยมาจนถึงแผนที่ 6 แต่ทว่าในยุคแรกนั้น หน่วยงานรับผิดชอบคือกระทรวงสาธารณสุขยังใช้รูปแบบการสื่อสารแนวตั้งและทางเดียว ในช่วงเวลาต่อมาได้เกิดแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนั้นจึงต้องมีการเพิ่มพูนศักยภาพด้านการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ทั่วประเทศ

- อักษร แจ่มศรี (2534) ศึกษาเรื่อง “ความรู้และทัศนคติต่อเจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานครเกี่ยวกับโครงการณรงค์ “สะอาด เขียวสดลดมลพิษ” เป็นงานที่ศึกษาตัวเจ้าหน้าที่ของกทม.ที่จะต้องรับผิดชอบต่อโครงการณรงค์ของ กทม.เอง เนื่องจากหลักสำคัญของการสื่อสารที่ผู้ณรงค์จะต้องมีความรู้/ทัศนคติที่สอดคล้องกับการณรงค์ก่อนจะสามารถไปสร้างผลกระทบให้แก่ประชาชนในระลอกต่อไป

- ปิยรัตน์ วงศ์ทองเหลือ (2544) ศึกษาเรื่อง “ประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม” งานวิจัยชิ้นนี้ใช้หน่วยการวิเคราะห์ (unit of analysis) เป็นตัวองค์กรและค่อนข้างเป็นแบบฉบับของงานศึกษาบทบาทของภาครัฐในการใช้การสื่อสารสิ่งแวดล้อม ดังนั้น จะขอตุงงานวิจัยชิ้นนี้ในรายละเอียด

หน่วยงานรัฐที่ทำการศึกษาคือกรมโรงงานอุตสาหกรรมซึ่งเป็นหน่วยงานรัฐที่ต้องเกี่ยวข้องกับทั้งการสร้างและการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น การกำจัดกากของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม และในประวัติศาสตร์การทำงานของกรมฯเองนับตั้งแต่ทศวรรษ 2530 ก็ต้องพบกับปัญหาการต่อต้านของประชาชนในพื้นที่ต่างๆที่กรมฯจะลงไปสร้างศูนย์กำจัดกากอุตสาหกรรม (เช่น จ.ชลบุรี ราชบุรี ระยอง) จนไม่สามารถดำเนินงานได้ ดังนั้น กรมฯจึงตระหนักถึงความสำคัญในการสื่อสารกับประชาชนให้เข้าใจเรื่องการจัดขยะอุตสาหกรรม ด้วยเหตุนี้แรงจูงใจในการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานจึงเกิดจาก “ความจำเป็น” (ที่ถอยไปไม่ได้หรือหยุดไม่ได้) มิใช่เป็นเพียง “ความตั้งใจดีหรือเป็นงานเสริม”

แต่เนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นปัญหาของจริงที่ตัวปัญหาจะไม่หมดไปเพียงเพราะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเท่านั้น หากทว่าจะต้องมีการบริหารจัดการที่เป็นจริงควบคู่ไปด้วย ดังนั้นกลุ่มเป้าหมายของการสื่อสารของกรมโรงงาน นอกจากจะเป็นกลุ่มประชาชนในพื้นที่แล้ว ก็ยังต้องเป็นกลุ่มเจ้าของโรงงานอุตสาหกรรมที่จะต้องให้ความร่วมมือในการบริหารจัดการของเสียจากโรงงานให้ปลอดภัยอีกด้วย คนกลุ่มที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยของปิยรัตน์ครั้งนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายของโครงการที่ศึกษา เช่น โครงการ “โรงงานสีเขียว” “โรงงานยุคใหม่ ปลอดภัยไร้มลพิษ” เป็นต้น

สำหรับแบบแผนการใช้สื่อในกรณีนี้ที่ศึกษานี้จะเป็นแบบแผนที่สอง กล่าวคือ กรมโรงงานฯได้จัดจ้างบริษัทเอกชนเป็นผู้ดำเนินการ งานวิจัยชิ้นนี้ออกแบบศึกษาจากต้นทาง คือวิเคราะห์การวางแผนการใช้สื่อ



และวิเคราะห์เอกสารคือสื่อประเภทต่างๆที่ใช้รณรงค์เพื่อประเมินประสิทธิภาพของโครงการรณรงค์ดังกล่าว ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

(i) **โดยภาพรวมแล้ว** แผนงานการรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม ใน 3 โครงการที่เป็นกรณีศึกษานั้นได้มีการปรับเปลี่ยนจากแผนเดิมที่วางเอาไว้ในทุกโครงการ และเหตุผลของการปรับแผนนั้นมิใช่เพื่อให้การรณรงค์ได้รับผลสำเร็จมากขึ้น หากแต่เป็นการปรับเปลี่ยนเนื่องจากปัญหาอุปสรรคของการใช้สื่อ ซึ่งผู้วิจัยสรุปว่า การปรับแผนดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การวางแผนรณรงค์นั้นมีประสิทธิภาพค่อนข้างน้อย และยังพบว่าแง่ของความถี่ ความครอบคลุมและความต่อเนื่องของการใช้สื่อยังมีน้อยและไม่สม่ำเสมอ ซึ่งเป็นผลมาจากการวางแผนที่ยังไม่มีประสิทธิภาพดีพอ

(ii) **การคัดเลือกแหล่งสารที่ใช้ในการรณรงค์** โดยส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐหรือนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญ ทำให้มีความหลากหลายของแหล่งสารค่อนข้างน้อย และเนื่องจากคุณลักษณะของแหล่งสารทำให้มีผลต่อเนื่องมาถึงคุณลักษณะของสาร เช่น มีการใช้ศัพท์เทคนิควิชาการค่อนข้างมาก เนื้อหาห่างไกลจากชีวิตประจำวันของผู้รับสาร (เป็นเนื้อหาสารที่เอาผู้ส่งสารเป็นตัวตั้ง - sender-oriented)

(iii) **ส่วนคุณลักษณะของเนื้อหาสาร** อาจจะได้รับเนื้อหาจากแหล่งสารเป็นเจ้าหน้าที่รัฐ/นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญ ทำให้เนื้อหาสารมีลักษณะของการให้ความรู้เป็นหลัก แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์โน้มน้าวไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม รวมทั้งเนื้อหาดูมีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสารน้อย

ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นปัญหาของการใช้แบบแผนการรณรงค์ของหน่วยงานรัฐในรูปแบบแผนที่ 2 คือ การจัดจ้างบริษัทเอกชนมาดำเนินการ ซึ่งจะมาแสดงออกในขั้นตอนของการกำหนดเนื้อหาสาร เนื่องจากบริษัทเอกชนไม่มีฐานความรู้ในประเด็นที่จะรณรงค์มาก่อน จึงต้องใช้เวลามากในการศึกษาทำความเข้าใจ และในเวลาเดียวกันก็ต้องเตรียมงานรณรงค์ไปพร้อมๆกัน กล่าวคือ เล่นบททั้งเป็นผู้รับสารและ

ผู้สื่อสารในเวลาเดียวกัน

(iv) **การเลือกใช้สื่อ** แม้ว่าทางโครงการฯจะมีการเลือกใช้สื่อมวลชนหลายประเภท เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อหนังสือพิมพ์ แต่ผลการวิจัยพบว่า เป็นการใช้สื่อที่ไม่ผสมผสานกัน สื่อบางประเภท เช่น สื่อบุคคล ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เป็นสื่อที่สามารถสร้างความประทับใจ และผู้สื่อสารสามารถปรับเนื้อหาให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายได้ดี แต่กลับมีการใช้สื่อประเภทนี้น้อยมาก

(v) **กลุ่มผู้รับสาร** สำหรับกลุ่มผู้รับสารของโครงการรณรงค์ทั้ง 3 กรณีที่ศึกษานั้น มีใช้กลุ่มประชาชนโดยทั่วไป หากทว่าเป็นกลุ่มเจ้าของโรงงานผู้ประกอบการ คนกลุ่มนี้หากเห็นด้วยกับเนื้อหาการรณรงค์ของโครงการฯ เช่น เรื่องการป้องกันอุบัติเหตุในโรงงาน เทคโนโลยีการผลิตที่ปลอดภัย การกำจัดของเสียที่ไม่ก่อมลภาวะแก่สิ่งแวดล้อม ฯลฯ ก็จำเป็นที่จะต้องมีการลงทุน มีค่าใช้จ่ายในการจัดเตรียมอุปกรณ์/เครื่องมือ ฯลฯ ด้วยเหตุนี้หากเนื้อหาที่นำมาใช้มีลักษณะเพียงการให้ความรู้ แต่ไม่กระตุ้นให้เกิดความตระหนกอย่างยิ่งแล้ว ก็เป็นการยากที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายกลุ่มพิเศษนี้ไปปฏิบัติตามได้ (เนื่องจากต้องมีค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติ)

(4.2) **ผู้กระทำการที่เป็นภาคเอกชน** โดยปกติแล้ว ภาคธุรกิจ/เอกชน (อุตสาหกรรม) โดยเฉพาะบรรดาโรงงานอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ มักจะถูกรับรู้ในปริมณฑลของเรื่องสิ่งแวดล้อมว่า “เป็นผู้ก่อปัญหาสิ่งแวดล้อม” และนี่ก็อาจจะเป็นเหตุผลหลักที่กลุ่มธุรกิจเอกชน/อุตสาหกรรมจะต้องเข้ามาร่วมรับผิดชอบในปัญหาที่ตนเองได้ก่อเอาไว้

มีงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่เน้นบทบาทของผู้กระทำการที่เป็นภาคเอกชนอยู่หลายชิ้น และทำการศึกษาในหลายระดับ เช่น

- จารุณี บุญนิพัทธ์ (2539) เรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับความตระหนก ทศนคติและการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของ



พนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขต อ.บางบ่อ จ.สมุทรปราการ งานชิ้นนี้ศึกษาในระดับตัวบุคคลปฏิบัติการ คือระดับพนักงาน และออกแบบการวิจัยตามแบบแผนหลักคือหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับผลกระทบที่เกิดขึ้น

- มัดจนา พุกุล (2541) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมการรณรงค์เพื่ออนุรักษ์พลังงานในอาคาร (ศึกษาเฉพาะกรณีโรงแรมเซ็นทรัลพลาซา)” งานชิ้นนี้ก็เป็นการศึกษาในระดับพนักงานเช่นกัน และออกแบบเป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถาม นักวิจัยใช้แนวคิดว่า “การอนุรักษ์พลังงานนั้นถือเป็นนวัตกรรมประเภทหนึ่ง จึงต้องการค้นหาว่า มีปัจจัยใดบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรมนี้ เช่น ภูมิหลังของพนักงานผู้รับนวัตกรรม เป็นต้น

- นารีกันต์ พรหมนง (2544) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสารความรู้ ความตระหนักของผู้บริหาร และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร” รูปแบบการวิจัยยังคงเป็นไปตามแบบฉบับของการวิจัยเชิงปริมาณคือ การใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารโรงแรมในกรุงเทพมหานครจำนวน 288 คน จาก 72 โรงแรม ผลการวิจัยมีข้อค้นพบที่น่าสนใจอย่างมากว่า กลุ่มผู้บริหารโรงแรมเหล่านี้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ มีความรู้ในระดับปานกลาง หากแต่กลับมีความตระหนักและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับสูง ผลการวิจัยดังกล่าวน่าจะเป็นข้อปริศนาสำหรับการแสวงหาคำตอบในอนาคตสำหรับ “กลุ่มบุคคลบางกลุ่ม” เรื่องความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้น อาจจะไม่จำเป็นต้องมี “ช่องทาง/เส้นทาง” มาจากสื่อมวลชนเสมอไป แต่อาจจะมาจาก “ช่องทาง/เส้นทางอื่นๆ” เช่น ความจำเป็นในการประกอบอาชีพ (ตัวอย่างเช่น ชาวประมงที่หากินอยู่กับธรรมชาติ) ธรรมเนียมประเพณีที่เคยปฏิบัติกันมา ฯลฯ

ดังเช่นในงานวิจัยชิ้นนี้ได้ค้นพบ “ตัวแปร” ที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายเรื่องการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ “กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะอยู่ในตำแหน่งผู้บริหารกิจการประเภทโรงแรม” ว่าคือขนาดและระดับมาตรฐานของการบริการของโรงแรม โดยเฉพาะตัวแปรตัวหลังคือระดับมาตรฐานของการบริการของโรงแรม ซึ่งก็น่าจะหมายความว่า “ลักษณะของธุรกิจเช่นโรงแรมนี้น่าจะเอื้อต่อการผนวกเอาเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าและบริการของตน (เมื่อเทียบกับประเภทอุตสาหกรรมแบบอื่นๆ เช่น เหมืองแร่)

- ชลดา ทองสุกนอก (2540) เรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ทัศนคติ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคารและโรงงานควบคุม” งานวิจัยชิ้นนี้มีขอบเขตที่น่าสนใจเนื่องจากเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของอาคารและโรงงานควบคุมทั่วประเทศจำนวน 300 คน ทำให้ค้นพบตัวแปรที่หลากหลาย ซึ่งน่าจะช่วยบุกเบิกแนวทางการวิจัยเรื่องสื่อสารสิ่งแวดล้อมในบริบทของภาคธุรกิจ จึงจะขอตุรยละเอียดของงานวิจัยชิ้นนี้พอสังเขป

ที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้เกิดจากปัญหาวิกฤติพลังงานขาดแคลนในช่วงพ.ศ.2520 ประเทศไทยมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อปัญหาดังกล่าวด้วยการตั้งคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ และในภาคปฏิบัติก็เน้นการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานผ่านการทำงานของกระทรวง/ทบวงกรมต่างๆ เช่น กรมพัฒนาและส่งเสริมพลังงาน สำหรับมาตรการที่นำมาใช้ในการดำเนินงานนั้น มาตรการที่ใช้กับภาคธุรกิจนั้นจะมีทั้งมาตรการทางกฎหมายที่ใช้ควบคุมเพื่อเป็นบรรทัดฐานในการมีส่วนร่วมไปในทิศทางเดียวกัน และมาตรการด้านเศรษฐกิจ เช่น หากเข้าร่วมโครงการต่างๆที่รัฐจัดทำขึ้นก็จะได้เงินช่วยเหลือจากกองทุนประเภทต่างๆ อย่างไรก็ตามจากการดำเนินงานที่ผ่านมา หน่วยงานของรัฐก็ตระหนักว่าบรรดา**มาตรการภายนอก**เช่นกฎหมายหรือเศรษฐกิจนั้นจะทำงานได้ผลเพียงระยะสั้นๆ และแม้จะเป็น “มาตรการที่จำเป็น” แต่ก็ เป็น “มาตรการที่ไม่เพียงพอ”

ดังนั้น จำเป็นจะต้องมีมาตรการสร้าง “สิ่งแวดล้อมในใจเกี่ยวกับเรื่อง การอนุรักษ์พลังงาน” ให้เกิดขึ้น และการสร้างจิตสำนึกดังกล่าวนี้ น่าจะ ดำเนินการได้ผ่านการสื่อสารรูปแบบต่างๆ

ในช่วงปีพ.ศ.2538 กรมพัฒนาและส่งเสริมพลังงานได้จัดทำ โครงการประชาสัมพันธ์เรื่อง การอนุรักษ์พลังงาน โดยเจาะจงไปที่กลุ่ม เป้าหมายที่เป็นกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในระดับตัดสินใจเรื่องการใช้พลังงานโดย ตรงคือ เจ้าของโรงงานและผู้รับผิดชอบด้านพลังงานของโรงงานควบคุม และอาคารควบคุม รูปแบบการสื่อสารแบบต่างๆถูกนำมาใช้ในโครงการ ประชาสัมพันธ์นี้ เช่น วารสารราย 4 เดือน เอกสารแนะนำการประหยัด พลังงาน พรบ.และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง แผ่นพับ โปสเตอร์ และสติ๊กเกอร์ สปอตวิดีโอเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานของโรงงานและอาคารที่อยู่อาศัย การจัดสัมมนาวิชาการ การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับเทคโนโลยีการอนุรักษ์ พลังงานในโรงงานอุตสาหกรรม และอาคารธุรกิจทั่วประเทศ เป็นต้น

หลังจากดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์ไปได้ 2 ปี ชลดา ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเพื่อติดตามผลของการดำเนินโครงการดังกล่าว การวิจัยยังคงออกแบบเป็นการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถาม สำรวจตัวแปรเรื่องการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะและพฤติกรรม การอนุรักษ์พลังงาน จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของและพนักงานของโรง งานและอาคารควบคุม 300 คนจากทั่วประเทศ

ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

(i) **ตัวแปรภูมิหลังประชากร**ที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร พบ ว่าอายุและระดับการศึกษาไม่ทำให้เปิดรับแตกต่างกัน คงมีแต่ตัวแปร “เพศ” ซึ่งผู้หญิงมีการเปิดรับข่าวสารมากกว่าผู้ชาย อย่างไรก็ตาม ความ ตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานระหว่าง 2 เพศก็ไม่ แตกต่างกัน

ที่น่าสนใจคือ มีการค้นพบตัวแปรใหม่ๆขึ้นมาคือ ตำแหน่งที่ อยู่ในอาชีพ กล่าวคือ หากบุคคลนั้นอยู่ในตำแหน่งของอาชีพที่มีระดับ

การใช้พลังงานที่แตกต่างกัน หรือประเภทของธุรกิจที่ต้องใช้พลังงานสูง/ต่ำแตกต่างกัน ตัวแปรที่เกี่ยวกับระดับของความเกี่ยวข้องในการใช้พลังงานนั้น จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีทั้งพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมแตกต่างกันไป ทั้งนี้ผู้วิจัยอธิบายว่า เนื่องจากปริมาณการใช้พลังงานนั้นเป็นเรื่องของค่าใช้จ่ายโดยตรง ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารเรื่องการอนุรักษ์พลังงานจึงนำมาซึ่งผลประโยชน์หรือลดค่าใช้จ่ายได้กำไรเพิ่มขึ้น ผู้บริหารในกลุ่มธุรกิจที่ใช้พลังงานมากจึงกระตือรือร้นที่จะเปิดรับข่าวสารมากกว่ากลุ่มที่ใช้พลังงานน้อย ข้อค้นพบนี้จะเป็นแนวทางสำหรับ “การออกแบบสาร” (Message design) สำหรับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้

(ii) **ตัวแปรประเภทกิจการ** ประเภทธุรกิจที่เป็นอาคารควบคุม ซึ่งมีขนาดเล็กกว่าธุรกิจประเภทโรงงานควบคุม ผลการวิจัยพบว่า ในการเปิดรับสื่อมวลชนแบบเดิม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร กิจการขนาดเล็กและใหญ่จะมีปริมาณการเปิดรับไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อถึงสื่อใหม่ (New media) เช่น อินเทอร์เน็ต จะพบว่า กลุ่มที่เป็นอาคารและโรงงานควบคุมจะมีการเปิดรับที่แตกต่างกัน โดยธุรกิจโรงงานจะเปิดรับจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่า ซึ่งหมายความว่า ธุรกิจขนาดใหญ่ย่อมจะมีช่องทางการเปิดรับสื่อที่หลากหลายกว่า สื่อที่ทันสมัยกว่า เนื่องจากการแข่งขันมีสูงกว่าและหน้าตัก (เงินลงทุน) มีมากกว่า จึงต้องทำการพัฒนาตัวเองด้วยข้อมูลข่าวสารที่รอบด้านมากกว่า

(iii) **ตัวแปรสถานที่ตั้งของธุรกิจ** ผลการวิจัยพบว่า ผู้ที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ จะมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องการอนุรักษ์พลังงานจากหนังสือพิมพ์แตกต่างจากสถานประกอบการในต่างจังหวัด เนื่องจากธุรกิจที่อยู่ในเขตตัวเมืองเช่นกรุงเทพฯจะมีโอกาสเปิดรับข่าวสารได้รวดเร็วกว่า

(iv) **ตัวแปรประเภทของสื่อ** ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อนิตยสาร อินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล (เช่น จากผู้สัมมนา



และผู้เข้าร่วมสัมมนา พนักงานในที่ทำงาน) เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลใ้เรื่อง การทำนายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานเชิงบวกมากที่สุด และ จากข้อค้นพบที่ว่า กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ยังมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เรื่องการอนุรักษ์พลังงานในระดับต่ำ ข้อมูลทั้ง 2 ชุดนี้น่าจะให้แนวทางการวางแผนกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อสร้างความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้บริหารธุรกิจประเภทดังกล่าวได้ว่า ควรจะใช้สื่อแบบเชิงรุกมากขึ้น เช่น การเข้าไปจัดสัมมนาในสถานประกอบการเลย เป็นต้น

(4.3) ผู้กระทำการที่เป็นภาคองค์กรพัฒนาเอกชน แม้ว่าประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม เช่น แม่น้ำ อากาศ ป่าไม้ ฯลฯ จะมีลักษณะค่อนข้างเป็น “ประเด็นสาธารณะ” ซึ่งผู้ที่ควรมีความรับผิดชอบโดยตรงก็น่าจะเป็นหน่วยงานของรัฐก็ตาม แต่เนื่องจากการบริหารจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น ต้องการระดมการมีส่วนร่วมจากบุคคลทุกกลุ่ม ดังนั้น การทำงานจากภาครัฐฝ่ายเดียวจึงไม่เพียงพอ ด้วยเหตุนี้จึงมีการทำงานของกลุ่มบุคคลที่มารวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมที่มีประโยชน์แก่สาธารณะด้วยความสมัครใจที่เรียกว่า “องค์กรพัฒนาเอกชน” (Non-governmental organization - NGO)

สำหรับองค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานด้านสิ่งแวดล้อมในสังคมนั้น จากการสำรวจช่วงปีพ.ศ.2540 พบว่ามีอยู่ถึง 200 องค์กร (อ้างในปริดา ยันต์พิเศษ, 2541) ซึ่งอาจจะแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มแรกมีจำนวนมากที่สุดคือกลุ่มที่ลงนามทำกิจกรรมร่วมกับประชาชนพื้นฐาน กลุ่มที่ 2 มีจำนวนน้อยกว่าเป็นกลุ่มที่ประกอบด้วยนักวิชาการที่ทำงานวิจัยเพื่อแสวงหาทางแก้ไขหรือเสนอแนะนโยบาย ส่วนกลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มที่อยู่ตรงกลางๆ มักทำงานรณรงค์เคลื่อนไหวหรือให้การศึกษาแก่ประชาชนทั่วไป

สำหรับงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่มีผู้กระทำการเป็น

องค์กรพัฒนาเอกชนในที่นี้จะเป็นกลุ่มที่อยู่ในแบบที่ 2 และแบบที่ 3 คือ สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย และมูลนิธิสืบนาคะเสถียร โดยงานศึกษาคณะที่ สถาบันสิ่งแวดล้อมไทยนั้นจะสนใจ “ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของ องค์กร ส่วนกรณีงานศึกษามูลนิธิสืบนาคะเสถียรนั้น จะศึกษาระบวนการทำงานในเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในรูปแบบโครงการของมูลนิธิ

(1) ปรีดา ยนต์พิเศษ (2541) เรื่อง “การศึกษาภาพลักษณ์ขององค์กรพัฒนาเอกชนต่อการสร้างจิตสำนึกของประชาชน: ศึกษาเฉพาะกรณีสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย” จากปัญหาความรุนแรงเรื่องสิ่งแวดล้อมในสังคมไทยโดยเฉพาะในช่วงทศวรรษ 2530 ทำให้เกิดกลุ่มและองค์กรพัฒนาเอกชนจำนวนมากที่พยายามเข้ามามีส่วนในการแก้ไขปัญหาโดยเฉพาะเกิดรูปแบบองค์กรที่มีภารกิจเฉพาะที่แตกต่างไปจากกลุ่มองค์กรแบบเดิมที่มีอยู่ ในสังคมไทยนั้นมีกลุ่มที่ทำงานด้านสิ่งแวดล้อมแบบแรก (ทำงานกับประชาชนพื้นฐาน) และแบบที่สาม (กลุ่มทำงานเคลื่อนไหวรณรงค์) อยู่มากพอสมควร แต่ยังคงค่อนข้างขาดกลุ่มแบบที่สอง

ในปีพ.ศ.2536 จึงเกิดการรวมตัวกันของกลุ่มนักวิชาการและผู้มีชื่อเสียงในสังคมก่อตั้ง “สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย” (สสท.) ที่ต้องการทำหน้าที่เป็นองค์กรกลางด้านสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งหมายจะผลักดันให้เกิดความร่วมมือของหลายๆภาคส่วน คือ ภาครัฐบาล ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน สื่อมวลชน และสถาบันทางวิชาการ ภารกิจที่ดำเนินการคือการศึกษาวิจัยเพื่อให้ข้อเสนอแนะแก่ภาครัฐ และการวางนโยบายระยะยาว โดยเฉพาะการผลักดันให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ทำการฝึกอบรมรวมทั้งเผยแพร่ข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมแก่สมาชิกและประชาชนทั่วไป

สำหรับผู้วิจัยที่ได้เข้าไปทำงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสถาบันฯ มีความเห็นว่า ในช่วงระหว่าง 2 ปีที่ดำเนินงาน แม้ว่าสถาบันฯ จะทำกิจกรรมโครงการต่างๆมากพอสมควร แต่ทว่ากลับทำงานประชาสัมพันธ์องค์กรอย่างไม่ต่อเนื่อง ซึ่งจะมีผลต่อเรื่อง “ภาพลักษณ์และความ

นำเชื่อถือของสถาบัน” ที่จะส่งแรงกระเพื่อมไปถึงภารกิจด้านอื่นๆของสถาบัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะสำรวจภาพลักษณ์ในการรับรู้ของประชาชนที่มีต่อสถาบันฯ

ผู้วิจัยออกแบบการวิจัยด้วยการสำรวจเชิงปริมาณ โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 282 คน จากฐานรายชื่อสมาชิกของสถาบัน 3,000 รายชื่อ โดยกระจายอยู่เป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มเอกชน กลุ่มข้าราชการ กลุ่มสมาชิกสถาบัน และกลุ่มสื่อมวลชน

ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

(i) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงวัยทำงาน (26-35 ปี และ 35-45 ปี) มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีและสูงขึ้นไป เพศชาย/หญิงจำนวนใกล้เคียงกัน 40% เป็นข้าราชการ และอีก 40% เป็นพนักงานบริษัท ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสมาชิกของสถาบันฯเป็นผู้ใหญ่ชนชั้นกลางที่มีการศึกษาและมีวุฒิภาวะพอสมควร

(ii) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาของสถาบันฯ 1 ใน 4 มาจากวารสารผลิใบที่เป็นวารสารราย 2 เดือนของสถาบันฯ รองลงมา เป็นสื่อบุคคล (17%) และสื่อหนังสือพิมพ์ (13%) ซึ่งสะท้อนว่า สมาชิกจะเปิดรับข่าวสารของสถาบันฯจากสื่อของสถาบันฯเอง และข่าวสารที่รับทราบมากที่สุดก็คือ สถาบันฯเป็นองค์กรวิจัยด้านสิ่งแวดล้อม

(iii) การรู้จักสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย กลุ่มตัวอย่าง 62% รู้จักผ่านประธานสถาบันฯ คือคุณอนันท์ บันยารชุน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงของสังคม ส่วนทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของสถาบันฯนั้น โดยส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านบวก คงมีข้อยกเว้นเพียงประเด็นการให้ข่าวสารซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสถาบันฯยังขาดการเผยแพร่ข้อมูลด้านผลงานวิจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นประโยชน์ออกสู่สาธารณชน

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ เนื่องจากประชากรของงานวิจัยนั้นคัดเลือกมาจากรายชื่อของฐานสมาชิกหรือผู้ที่เคยติดต่อกับสถาบันฯ จึงยังไม่อาจสรุปรวมได้ว่า เป็นทัศนคติของกลุ่มประชาชนทั่วไป และเนื่องจาก

ผลงานของสถาบันฯนั้นมีทั้งที่เป็นการดำเนินงานในเชิงวิชาการ (งานวิจัย) ที่กระทำในภาวะปกติ (normal period) และยังมีทั้งการดำเนินงานในช่วงเวลาวิกฤติ เช่น ช่วงที่มีกรณีขัดแย้งกรณีปัญหาท่อก๊าซไทย-พม่าของการปิโตรเลียมประเทศไทย ซึ่งในช่วงเวลาวิกฤติดังกล่าว การรับรู้ภาพลักษณ์ของสถาบันฯว่าเป็นองค์กรวิจัยที่ยึดหลักของข้อเท็จจริงเป็นกลาง โปร่งใส ยุติธรรม ฯลฯ จะมีความสำคัญเพิ่มขึ้นเป็นพิเศษ

(2) ไสร้อยา เปี่ยมใจ (2545) เรื่อง “การประชาสัมพันธ์เพื่ออนุรักษ์ป่าไม้และสัตว์ป่าของมูลนิธิสืบนาคะเสถียร: ศึกษากรณีโครงการนิทานบอกเล่าเก้าสิบ โครงการที่ 1” งานวิจัยชิ้นนี้ก็เป็นการศึกษาเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่มีผู้กระทำการเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนเช่นเดียวกัน แต่หากเปรียบเทียบกับสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยที่ปรีดา ยนต์พิเศษ (2541) ได้ศึกษามาแล้วนั้น อาจกล่าวได้ว่า มูลนิธิสืบนาคะเสถียร เป็นองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมที่ผู้คนทั่วไปรู้จักดีกว่า ทั้งนี้สืบเนื่องตั้งแต่การถือกำเนิดขึ้นมาของมูลนิธินั้นก็เพื่อเป็นการสานต่อเจตนารมณ์ของคุณสืบนาคะเสถียร หัวหน้าเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าห้วยขาแข้ง ข้าราชการไทยผู้มีจิตสำนึกรักสิ่งแวดล้อมอย่างสูงส่ง ถึงระดับที่สละชีวิตตนเองด้วยการทำอัตวินิบาตกรรมเพื่อกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกเรื่องสิ่งแวดล้อมในสังคมไทยในปีพ.ศ.2532 และหลังจากก่อตั้งมาแล้ว มูลนิธิสืบนาคะเสถียรก็ได้ดำเนินงานโดยมีบทบาทโดดเด่นเป็นที่ยอมรับและเป็นที่รู้จักดีในฐานะองค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำหน้าที่อนุรักษ์ป่าไม้และสัตว์ป่าของไทย

สำหรับไสร้อยาผู้วิจัยนั้นมีความสนใจในประเด็นการใช้การสื่อสารเพื่อการดำเนินโครงการต่างๆของมูลนิธิฯ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายของมูลนิธิฯนั้นมีหลากหลาย ทั้งคนที่อยู่ในเมืองและคนที่อยู่ในพื้นที่ชนบท และเนื่องจากสื่อ/ช่องทางการสื่อสารแต่ละประเภทมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังนั้น มูลนิธิฯจึงได้เลือกใช้สื่อที่แตกต่างกันกับกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในพื้นที่ต่างกันโดยพิจารณาจากสังคม



สภาพแวดล้อม และพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย เช่น การใช้สื่อโทรทัศน์กับกลุ่มชนชั้นกลาง หรือการใช้นิทานหุ่นมือกับกลุ่มนักเรียนในพื้นที่ป่าตะวันตก เช่น ในโครงการนิทานบอกเล่าเก้าสิบที่ผู้วิจัยจะใช้เป็นกรณีศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้

โครงการบอกเล่าเก้าสิบ โครงการที่ 1 เป็นโครงการที่มูลนิธิจัดทำขึ้นเมื่อราวเดือนธันวาคม พ.ศ.2542 โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจถึงคุณค่าของการอนุรักษ์ผืนป่าตะวันตกให้แก่ชุมชนและประชาชนในพื้นที่รอบป่าตะวันตก (ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดอุทัยธานี เพชรบูรณ์ สุพรรณบุรี กาญจนบุรี) เนื่องจากพื้นที่ป่าแถบนี้เป็นผืนป่าที่ใหญ่ที่สุดที่ยังคงหลงเหลืออยู่ในประเทศ และเป็นพื้นที่ต้นน้ำลำธารและแหล่งรวมของทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ และสัตว์ป่า ในการดำเนินกิจกรรมนั้น มูลนิธิได้ร่วมมือกับกลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชนในพื้นที่โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญคือเด็กนักเรียนในโรงเรียนในพื้นที่ป่าตะวันตก

งานวิจัยของโสรัถยาชินนี้จึงเป็นงานที่ติดตามประเมินผลการใช้สื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการนิทานบอกเล่าเก้าสิบโครงการที่ 1 ที่ทางโครงการมุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักเรียนชั้นประถมและมัธยมศึกษาในเขตพื้นที่ โดยมีการเลือกใช้สื่อหลายๆประเภท เช่น การแสดงละครหุ่นมือ เกมสันทนาการ เกมทายตอบปัญหา พร้อมทั้งจัดแสดงนิทรรศการตามโรงเรียนต่างๆในพื้นที่เป้าหมาย การวิจัยเพื่อประเมินผลครั้งนี้ออกแบบเป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถามนักเรียนระดับประถมปีที่ 4-6 ในจังหวัดอุทัยธานี จำนวน 294 คน

ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

(i) สำหรับวัตถุประสงค์เบื้องต้นของโครงการที่ต้องการให้นักเรียนรู้จัก “บุคคลต้นแบบ” (Role Model) ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น คุณสืบ นาคะเสถียร เพื่อสร้างแรงบันดาลใจจากบุคคลต้นแบบให้นักเรียนดำเนินรอยตามนั้น ผลจากการประเมินพบว่า กลุ่มตัวอย่าง

86.3% รู้จักและจดจำเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติและผลงานของสีบ นาคะเสถียรได้ โดยเฉพาะเด็ก ๆ จะได้ข้อมูลมาจากบอร์ดที่อยู่ในสื่อนิทรรศการ

(ii) ส่วนประเภทของสื่อที่เด็ก ๆ จดจำเรื่องราวได้มากที่สุดนั้น จะมาจากนิทานหุ่นมือและสื่อเฉพาะกิจในประเภทนิทาน ซึ่งผู้วิจัยอธิบายว่า เนื่องจากคุณสมบัติของตัวสื่อที่มีการเคลื่อนไหว มีสีและเสียงที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในวัยนี้ นอกจากนั้น ทางโครงการยังมีวิธีการออกแบบการใช้สื่อ (media strategies) ให้มีลักษณะการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (participatory communication) และทำสื่อนิทานหุ่นมือให้มีลักษณะเป็น “ตัวบทเปิด” (open text) เช่น นิทานหุ่นมือได้นำเสนอวิธีการที่จะช่วยให้ควายป่าฟื้นคืนชีพ โดยให้เด็กนักเรียนช่วยกันพูดถึงการทำควายป่า 10 อย่างเพื่อใส่ในกล่องควายป่า แล้วควายป่าจะฟื้น ซึ่งก็มีนัยความหมายถึงวิธีที่เด็ก ๆ จะช่วยกันรักษาพันธุ์สัตว์ป่าได้นั่นเอง

(iii) ผลลัพธ์สีบเนื่อง นอกจากสื่อนิทานหุ่นมือจะสามารถสร้างผลกระทบ (Impact/ effect) ให้เกิดขึ้นแก่เด็กนักเรียนเป็นอันดับแรกแล้ว ก็ยังเกิดผลลัพธ์ที่เป็นผลสีบเนื่องในอันดับที่สอง กล่าวคือ เด็กนักเรียนจะทำหน้าที่เป็น “ผู้นำทางความคิด” (Opinion-leader) นำเอาเรื่องราวที่ได้รับรู้จากการดูนิทานละครหุ่นมือไปเล่าต่อกับบุคคลอื่นๆ ถึง 70.3% และกลุ่มบุคคลที่เด็กไปเล่าต่อก็ได้แก่พ่อแม่ พี่น้อง เพื่อน และครู

(iv) การประเมินผลบอร์ดนิทรรศการเคลื่อนที่ ประเภทสื่อที่สามารถให้ความรู้และมีลักษณะเป็นสื่อเชิงรุกมากที่สุดก็คือ บอร์ดนิทรรศการเคลื่อนที่ อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดของบอร์ดนิทรรศการก็คือ เป็นสื่อสาธารณะ ไม่มีภาพและเสียงที่เคลื่อนไหว (ซึ่งจะมีผลต่อความน่าสนใจของเด็ก) ดังนั้น หากไม่มีวิธีการใช้ที่พลิกแพลง (Media use) ก็อาจจะได้ผลลัพธ์ดังที่งานวิจัยชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็น คือ กลุ่มตัวอย่าง (นักเรียนชั้นป.4-ป.6) กว่าครึ่งไม่ได้อ่านเรื่องราวบนบอร์ดนิทรรศการ โดยเฉพาะนักเรียนชั้นประถม 4 ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่า อาจจะเป็นเพราะรูปแบบของตัวสื่อและเนื้อหาอาจจะไม่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กเล็กเช่น

นักเรียนชั้นประถม อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนก็เห็นว่า ยังเป็นเรื่องน่าทำทหายที่จะนำเอาวิธีการใช้สื่อแบบมีส่วนร่วม หรือการบูรณาการสื่อหลายๆ ประเภทเข้ามาใช้กับบอร์ดนิทรรศการ เนื่องจากเนื้อหาสาร (Message) หลายชิ้นต้องมาจากสื่อประเภทบอร์ดนิทรรศการ เช่น เส้นทางศึกษาธรรมชาติ หรือระบบนิเวศน์ ดังนั้น หากมีการนำสื่อกิจกรรมมาประสานกับบอร์ดนิทรรศการ (เช่น รายการเกมทายปัญหาโดยแสวงหาคำตอบจากบอร์ด) ก็อาจจะทำให้สื่อสาระความรู้ประเภทนี้ได้รับความสนใจจากเด็ก ๆ มากขึ้น

(4.4) ผู้กระทำการที่เป็นภาคประชาชน ในระยะแรกเริ่มของการก่อตัวในเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้น สถานะของประชาชนมักจะถูกรับรู้ใน 2 ลักษณะ ลักษณะแรกคือเป็นเหมือนผู้รับผลกระทบของปัญหาสิ่งแวดล้อม (victim) หรือลักษณะที่สองคือเป็น “ผู้ก่อปัญหาสิ่งแวดล้อม” เช่น เป็นผู้ทิ้งขยะลงแม่น้ำ (Polluter) อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาต่อมา กระบวนทัศน์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา (รวมทั้งการสื่อสารเพื่อการพัฒนา) ก็ได้ปรับเปลี่ยนมุมมองที่มีต่อประชาชนหรือเพิ่มเติมมุมมองใหม่ว่า นอกจากจะเป็นผู้ได้รับผลกระทบหรือเป็นผู้ก่อปัญหาเองแล้ว ประชาชนก็ยังเป็น “ผู้ที่มีศักยภาพในการแก้ไขปัญหา” อีกด้วย โดยเฉพาะปัญหาสิ่งแวดล้อมประเภทที่อยู่ในวิสัยที่ประชาชนสามารถจะแก้ไขได้ ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของรัตติกาล สิทธิพันธ์ (2552) เรื่อง “การสื่อสารกับการมีส่วนร่วมและการจัดการปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเล: กรณีศึกษาชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จ.สมุทรปราการ” งานวิจัยชิ้นนี้ได้แสดงให้เห็นว่า ในด้านหนึ่งเมื่อชุมชนเผชิญกับวิกฤติของปัญหา เช่น การพังทลายของชายฝั่งทะเล ในอีกด้านหนึ่งก็นำผู้มีความสามารถของชุมชนก็ได้ใช้เครื่องมือการสื่อสารชุมชนทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นสื่อบุคคล หอกระจายข่าว ฯลฯ โดยมีหลักการที่สำคัญคือ “การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม” รวมทั้งมีการใช้การสื่อสารเพื่อการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก

บนพื้นฐานของความเสมอภาคเท่าเทียม ทำให้ชุมชนสามารถจัดการปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเลได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมาย อีกตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นผู้กระทำการที่เป็นภาคประชาชนในการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในวิสัยที่ประชาชนจะจัดการได้คือ ปัญหาการจัดการขยะดังที่ปรากฏในงานวิจัยของอริสรา ธนุผลง (2544) เรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะชุมชนวัดกลาง ซอยลาดพร้าว 132” ที่มุ่งศึกษาการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีภาคประชาชนเป็นผู้กระทำการ

ผู้วิจัยได้ทบทวนปัญหาของการจัดการเรื่องขยะว่า เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นกว่าขีดความสามารถของภาครัฐ และมาตรการ/เครื่องมือของรัฐ (เช่น มาตรการด้านกฎหมาย) จะจัดการแก้ไขได้ ดังนั้น กลวิธีในการจัดการปัญหาขยะจึงหันมาสู่ภาคประชาชน เริ่มต้นจากมาตรการด้านการปลูกจิตสำนึกให้เกิดความตระหนักและลงท้ายด้วยการหา “รูปแบบการลงมือกระทำที่เป็นจริงเป็นจัง” โดยอาจจะเริ่มจากรูปแบบชั่วคราวชั่วคราว เช่น การเก็บขยะตามชายทะเล/แม่น้ำลำคลองในวันพิเศษต่างๆ มาจนกระทั่งถึงรูปแบบการจัดตั้ง “ธนาคารขยะชุมชน” ซึ่งเป็นรูปแบบกิจกรรมถาวรที่ผนวกอยู่ในชีวิตประจำวันของประชาชน

ความคิดเรื่อง “ธนาคารขยะชุมชน” นั้น เกิดขึ้นพร้อมกับแนวคิดใหม่ของการจัดการปัญหาขยะ คือแทนที่จะคิดแต่การกำจัดขยะ (เช่น การทำที่ฝังกลบ ตั้งโรงงานเผา) ก็เพิ่มเติมมาตรการการนำเอาขยะมาใช้ใหม่ (recycle) ซึ่งอาจจะถือว่าเป็น “นวัตกรรม” อย่างหนึ่ง (innovation) แต่ว่าการใช้และการเผยแพร่ นวัตกรรมนี้ก็ต่ออาศัยการสื่อสารและการดำเนินกิจกรรมรูปแบบต่างๆ เพื่อเปลี่ยนแปลงทั้งความรู้/ความคิดทัศนคติ และการกระทำของประชาชน

ในงานวิจัยชิ้นนี้ อริสราผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์เอาไว้ 3 ประการ เพื่อให้สอดคล้องกับรูปธรรมของกรณีศึกษาคือ ธนาคารขยะชุมชนวัดกลาง ซอยลาดพร้าว 132 กรุงเทพมหานคร คือเพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสาร



ที่ใช้ในการก่อตั้งธนาคารขยะ รูปแบบการสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการ หลังจากที่ตั้งมาแล้ว และบทบาทของผู้นำซึ่งผู้วิจัยคิดว่าเป็นปัจจัยหลัก/ช่องทางการสื่อสารอันสำคัญของการนำนวัตกรรมเข้าไปในชุมชน

นักวิจัยออกแบบโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก key informants 27 ท่าน เป็นคณะกรรมการธนาคารขยะชุมชน 7 ท่าน ลูกค้า 20 ท่าน แบ่งเป็นลูกค้าผู้ใหญ่ที่เป็นขาประจำ/ไม่ประจำกลุ่มละ 5 ท่าน และลูกค้าที่เป็นเด็กขาประจำ/และไม่ประจำกลุ่มละ 5 ท่านเช่นกัน

ผลการวิจัยที่น่าสนใจที่แสดงให้เห็นขั้นตอนของวิธีการทำงานแบบภาคประชาชนที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างไปจากภาครัฐและภาคเอกชน มีดังนี้

(i) การสื่อสารในขั้นตอนของการก่อตั้งกลุ่ม แนวคิดใหม่เรื่องธนาคารขยะนั้นเกิดมาจากหน่วยงานภาคเอกชนที่นำเอาแกนนำชุมชน (คณะกรรมการชุมชน) บางส่วนออกไปดูงานกรณีที่ประสบความสำเร็จ โดยใช้รูปแบบทั้งการอบรม การดูงาน การพูดคุยปรึกษาหารือกัน ฯลฯ หลังจากดูงานแล้ว แกนนำกลุ่มเล็กๆก็กลับมาขยายความคิดหาแนวร่วมแล้วต่อด้วยการจัดตั้ง “กลุ่มผู้รับผิดชอบธนาคารขยะ” ขึ้นมา เนื่องจากเนื้อหาของการสื่อสารในขั้นตอนก่อตั้งนี้ มีทั้งเนื้อหาเรื่องการสร้างความเข้าใจร่วมเรื่องธนาคารขยะ (Shared understanding) และเนื้อหาเรื่องการวางแผนงาน กิจกรรมที่จะดำเนินการ การแบ่งความรับผิดชอบ การจัดหาสถานที่ ฯลฯ ที่เรียกว่า “การสื่อสารเพื่อการปฏิบัติการ” (communication for action) ดังนั้น รูปแบบการสื่อสารทุกรูปแบบ ทั้งแบบทางเดียวและสองทาง ทั้งการสื่อสารแบบเป็นทางการ/ไม่เป็นทางการ จึงถูกเลือกนำมาใช้ให้เหมาะสมกับแต่ละกิจกรรม

และหลังจากจัดตั้งธนาคารและมีกลุ่มผู้บริหารจัดการธนาคารแล้ว ก็ถึงขั้นตอนของการเผยแพร่ข่าวสารที่เป็นนวัตกรรมนี้ออกไปถึงกลุ่มเป้าหมายระดับกว้างคือประชาชนในชุมชน ซึ่งน่าสังเกตว่า ทางธนาคาร

ได้ผนวกเอา “กลุ่มเด็ก” เข้ามาเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักกลุ่มหนึ่งด้วย รูปแบบการสื่อสารที่นำมาใช้นั้นนอกจากจะมีครบครันทุกรูปแบบแล้ว อาจจะเป็นเนื่องจากกิจกรรมธนาคารขยะนั้นมีความคล้ายคลึงกับธนาคารที่ทำธุรกิจการเงินทั่วไป รวมทั้งกลุ่มประชาชนที่ศึกษานั้นก็เป็นคนในเขตเมือง ดังนั้น จึงคุ้นเคยกับการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์แบบธนาคาร และแบบคนในเมือง เช่น การจัดทำป้ายโปสเตอร์เพื่อนำไปติดรถรับจ้าง ในชุมชน จัดทำแผ่นพับไปแจกจ่ายสมาชิกในย่านตลาดกลางประจำของชุมชน เป็นต้น

(ii) การสื่อสารในขั้นตอนของการบริหารจัดการกิจการของธนาคารขยะ เนื่องจากรูปแบบการบริหารธนาคารขยะนั้นมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับกิจการของธนาคารทั่วไป ดังนั้น กิจกรรมส่วนใหญ่จึงคล้ายคลึงกับกิจกรรมของธนาคาร เพียงแต่เปลี่ยนจากการรับฝาก-ถอนเงินมาเป็น รับฝาก-ถอนสิ่งที่เป็นขยะ การรายงานยอดเงินสะสม-การรับเงินปันผล ฯลฯ หากว่ากิจกรรมที่เพิ่มเติมมาจากกิจกรรมธนาคารทั่วไปก็คือ การอธิบาย เรื่องการคัดแยกขยะ การรายงานการเปลี่ยนแปลงราคารับซื้อขยะ (หากเทียบกับธนาคารก็อาจจะได้แก่การเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ) ดังนั้น รูปแบบการสื่อสารทุกประเภทที่เคยใช้ในกิจการธนาคารก็จะถูกนำมาใช้ในธนาคารขยะด้วย

มิติใหม่ที่นักวิจัยได้นำมาใช้ในการวิเคราะห์การสื่อสารก็คือ การแยกแยะสภาพการณ์ของธนาคารขยะที่ต้องเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารให้สอดคล้องกันออกเป็น 3 สภาพการณ์ คือ สภาพการณ์การดำเนินงานทั่วไป สภาพการณ์การแก้ไขปัญหาอันเกิดจากการดำเนินงานที่มีทั้งปัญหาภายในกลุ่มคณะทำงานและปัญหากับลูกค้าของธนาคารขยะ และสภาพการณ์ การพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงาน

(4.5) การร่วมมือระหว่างผู้กระทำการภาคส่วนต่างๆ ใน 4 หัวข้อที่กล่าวมานั้น ได้นำเสนอการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของผู้กระทำการ



ในแต่ละภาคส่วน และนอกจากงานศึกษาในแต่ละภาคส่วนดังกล่าวแล้วยังมีงานวิจัยบางชิ้นที่ทำการศึกษาความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆ ซึ่งผู้เขียนมีความเห็นว่า ควรจะมีการทำวิจัยเรื่องการประสานงานกันระหว่างภาคส่วนให้มากขึ้น เนื่องจากว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นมีลักษณะเชื่อมโยงกันเป็นตาข่าย ดังนั้น วิธีการแก้ปัญหาก็น่าจะเชื่อมโยงให้เป็นเครือข่ายเดียวกัน

ตัวอย่างงานวิจัยที่แสดงการร่วมมือกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ ในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมก็เช่น

(1) การร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและองค์กรพัฒนาเอกชน ได้แก่ตัวอย่างงานวิจัยของอภิชา คุณวันนา (2551) เรื่อง “กระบวนการสื่อสารในการสร้างความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรภาคธุรกิจและองค์กรพัฒนาเอกชน” ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของตัวแทนจากองค์กรทั้ง 2 ประเภทเพื่อดู “จุดร่วม” และ “จุดต่าง” ในเรื่องการทำงานด้านสิ่งแวดล้อม และวิเคราะห์แบบแผน/แนวทางแบบต่างๆ ที่จะช่วยให้องค์กรทั้ง 2 ประเภทสามารถร่วมมือกันได้

(2) การร่วมมือระหว่างองค์กรธุรกิจกับสื่อมวลชน ได้แก่ ตัวอย่างงานของก่อกเกียรติ ดวงมณี (2542) เรื่อง “กระบวนการสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจให้แก่สื่อมวลชน” ที่มาของงานวิจัยเริ่มจากข้อจำกัดของสื่อมวลชนที่จะต้องเป็นผู้รายงานข่าวสารและให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมแก่สาธารณชน หากแต่ตัวสื่อมวลชนเองก็ยังขาดความเข้าใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม เมื่อต้นทศวรรษ 2530 องค์กรธุรกิจจึงได้เริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในปัญหาสิ่งแวดล้อมด้วยการจัดกิจกรรมการให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่สื่อมวลชน และได้ทำอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ งานวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการสำรวจเป้าหมาย ประเด็น และกิจกรรมในการสร้างความรู้ดังกล่าวจากทั้ง 2 ฝ่าย

(3) สำหรับตัวอย่างงานวิจัยที่จะยกมาดูรายละเอียดนี้เป็นงานวิจัยของ ญภัทรา จันทวิช (2548) เรื่อง “กระบวนการสื่อสารเพื่อ

อนุรักษป่าไม้ของเจ้าหน้าที่ป่าไม้กับชุมชนกระเหรี่ยงหมู่บ้านแม่กระบุง อ.ศรีสวัสดิ์ จ.กาญจนบุรี” ผู้วิจัยเริ่มต้นที่มาของปัญหาว่า ปัญหาความขัดแย้งระหว่างเจ้าหน้าที่ป่าไม้กับชาวบ้านในหลายพื้นที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งเป็นปัญหาที่มีสาเหตุอันเนื่องมาจากระดับนโยบายและระดับตัวบุคคล เนื่องจากการมีกฎหมายพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติที่ทำให้ชาวบ้านที่เคยอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่ถูกประกาศให้เป็นเขตอุทยานกลายเป็นผู้กระทำผิดกฎหมาย ทั้งๆที่อยู่อาศัยมานานนับเป็นเวลาหลายร้อยปี และเจ้าหน้าที่ป่าไม้ที่ทำงานโดยใช้กฎหมายเป็นแนวทางปฏิบัติก็ไม่ได้สื่อสารอธิบายให้ชาวบ้านเข้าใจ รวมทั้งมิได้เข้าร่วมกับปัญหาที่ชาวบ้านต้องเผชิญ อันเป็นผลพวงมาจากกฎหมาย เช่น ปัญหาเรื่องการทำมาหากิน

แต่สำหรับพื้นที่ที่ผู้วิจัยได้เลือกศึกษา คือหมู่บ้านแม่กระบุง อ.ศรีสวัสดิ์ จ.กาญจนบุรีนั้น ถือว่าเป็นกรณีที่ประสบความสำเร็จ (success case) เนื่องจากปัญหาความขัดแย้งที่เคยเกิดขึ้นได้หมดไป ผู้วิจัยจึงสนใจว่า การสื่อสารเพื่อแก้ไขความขัดแย้งดังกล่าว (communication for conflict resolution) มีกระบวนการเป็นอย่างไรอันเป็นวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยครั้งนี้

การวิจัยเพื่อศึกษากระบวนการสื่อสาร (Procedure study) นั้นจำเป็นต้องใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหาความขัดแย้ง 3 กลุ่มคือ กลุ่มเจ้าหน้าที่ป่าไม้ 8 ท่าน กลุ่มเจ้าหน้าที่ราชการหน่วยอื่นๆในเขตพื้นที่ศึกษา 6 ท่าน ผู้นำชุมชนและชาวบ้าน 11 ท่าน ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

(i) นักวิจัยได้แบ่งรูปแบบพัฒนาการของกระบวนการสื่อสารของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ออกเป็น 3 ระยะคือ

- **ระยะที่ 1: ระยะแรกเริ่ม** (พ.ศ.2541) จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นหลัก เจ้าหน้าที่ป่าไม้จะเข้าไปพูดคุยกับทั้งกลุ่มผู้นำชาวบ้านและชาวบ้านเพื่อให้ทราบปัญหา สาเหตุ และเรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้าน เช่น การทำโครงการสำรวจสำมะโนครัวประชากร ผลลัพธ์ที่



เกิดขึ้นจากการสื่อสารในระยะแรกนี้ นอกจากเจ้าหน้าที่จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับชาวบ้านซึ่งช่วยให้เจ้าหน้าที่มีความเข้าใจชาวบ้านมากขึ้นแล้ว การสื่อสารดังกล่าวก็ยังเป็นเส้นทางในการสร้างความสัมพันธ์ (relation building) อันดีระหว่างทั้ง 2 ฝ่ายให้เกิดขึ้น

• **ระยะที่ 2: ระยะปฏิบัติการ** (พ.ศ.2541-2545) เจ้าหน้าที่ใช้รูปแบบการสื่อสารหลายรูปแบบเข้าไปในชุมชน เริ่มตั้งแต่รูปแบบการเข้าไปสอนวิชาสิ่งแวดล้อมศึกษาในโรงเรียน การสื่อสารผ่านกิจกรรมต่างๆ (สื่อสอนน้อง ทัศนศึกษา อบรมค่ายเยาวชน สืบสานอนุรักษ์วัฒนธรรม การทำงาน) โดยยังคงมีการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นพื้นฐาน และการสื่อสารผ่านการประชุมร่วมกับชาวบ้าน รูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายทั้งการพูดคุยและการร่วมกันลงมือทำกิจกรรมให้ผลลัพธ์คือความเข้าใจกันและกันที่มีมากขึ้น สร้างทัศนคติที่ดีต่อกันมากขึ้น

• **ระยะที่ 3: ระยะความสัมพันธ์** (พ.ศ.2545-ปัจจุบัน) เป็นช่วงเวลาที่ลดการทำกิจกรรมในหมู่บ้านลง แต่ยังคงสานความสัมพันธ์ที่ดีเอาไว้โดยผ่านรูปแบบการสื่อสารผ่านตัวกลางต่างๆ เช่น บอร์ดประชาสัมพันธ์ หอกระจายข่าว ฯลฯ และยังคงรักษารูปแบบการสื่อสารขั้นพื้นฐาน คือการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารผ่านการประชุมเอาไว้

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการใช้การสื่อสารเพื่อจัดการความขัดแย้งนั้นเกิดมาจากทั้งฝ่ายเจ้าหน้าที่และฝ่ายชาวบ้าน ด้านฝ่ายเจ้าหน้าที่นั้นก็คือการสร้างที่น่าเชื่อถือ (source credibility) การให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตชาวบ้าน รวมทั้งการคิดแบบ “ใจเขาใจเรา” เข้าร่วมกับปัญหาของชาวบ้าน (เช่น การสร้างเสริมอาชีพเสริมเพื่อทดแทนรายได้ที่ขาดหายไปของชาวบ้าน เนื่องจากการประกาศกฎหมาย) มีวิถีคิดและวิธีการปฏิบัติงานที่ถ้อยทีถ้อยอาศัย ในส่วนของชาวบ้านเองก็เกิดมาจากทั้งปัจจัยด้านวัฒนธรรมของชาวบ้านเองที่มีวิถีคิดเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติอยู่แล้ว และเมื่อมีกระบวนการสื่อสารที่สามารถแสวงหาหนทางร่วมกันกับเจ้าหน้าที่ ความ

ขัดแย้งก็สามารถแก้ไขได้ เนื่องจากโดยแท้จริงแล้ว ทั้ง 2 ฝ่ายต่างก็มีเป้าหมายร่วมกัน แต่แตกต่างกันที่วิธีการ ดังนั้นจึงสามารถใช้กระบวนการสื่อสารทำความเข้าใจกันและกันได้

ส่วนที่ 2: พัฒนาการของการสื่อสารสิ่งแวดล้อม

5. พัฒนาการและภาพรวมของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในตะวันตก

จากคุณลักษณะของเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ได้กล่าวมานั้น แสดงถึงคุณลักษณะโดยทั่วไปที่สามารถจะนำมาเป็น “เกณฑ์ (categories) ประกอบการพิจารณาเมื่อลงมือค้นคว้าวิจัยในเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมอย่างไรก็ตาม เนื่องจากในสภาพการณ์ที่เป็นจริง ทั้งเรื่อง “สิ่งแวดล้อม” และ “การสื่อสาร” นั้น ก็ยังมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค/พื้นที่ และเนื่องจากปัญหาเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้นเริ่มต้นมาจากซีกโลกตะวันตก (เช่น อเมริกา ยุโรป) ที่ได้ก้าวเข้าสู่วังวนของวิกฤติสิ่งแวดล้อมมาก่อน เพราะซีกโลกพากันนี้ได้พัฒนาระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรม-ทุนนิยมที่เป็นตัวการสร้างและเร่งวิกฤติการณ์สิ่งแวดล้อม ดังนั้น การสื่อสารโดยเฉพาะสื่อมวลชนจึงถูกเรียกร้องให้เข้าไปร่วมมีบทบาทในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมมาก่อนซีกโลกอื่นๆ ในที่นี้เราจึงจะทำความเข้าใจพัฒนาการของเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมและภาพรวมของแนวทางการศึกษาในสาขาวิชาดังกล่าวในซีกโลกตะวันตกอย่างพอสังเขปใน 4 ประเด็นคือ

- (5.1) พัฒนาการของเรื่องสิ่งแวดล้อมในโลกของสื่อมวลชนตะวันตก
- (5.2) พัฒนาการของการศึกษาเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในโลกวิชาการ
- (5.3) ภาพรวมของแนวทางการศึกษาการสื่อสารสิ่งแวดล้อม:
ทัศนะของ R. Cox (2013)
- (5.4) คุณลักษณะ (attribute) ของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในบริบทของตะวันตก

(5.1) พัฒนาการของเรื่องสิ่งแวดล้อมในโลกของสื่อมวลชน ตะวันตก

M.A. Dahlan (1994) ระบุว่า อันที่จริง การที่สื่อมวลชนเข้าไปข้องแวะกับเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นดูเป็นเรื่องที่ไม่น่าจะเห็นความคาดหมายเท่าใดนัก ทั้งนี้นับเป็นเวลากว่า 5 ทศวรรษแล้ว (ตั้งแต่ทศวรรษ 1950) ที่ผู้วางรากฐานของสื่อสารศึกษา (communication study) เช่น H. Lasswell หรือ W.Schramm ได้ระบุว่า หน้าทีหนึ่ง (และอาจจะเป็นหน้าทีอันดับแรก) ของสื่อมวลชนก็คือการเป็นผู้เฝ้าระวังและสำรวจตรวจตราความเป็นไปของเหตุการณ์ต่างๆในสังคม (Surveillance) โดยเฉพาะเหตุการณ์ที่เกิดความผิดปกติและสื่อเค้าว่าจะเป็นอันตรายต่อสังคมโดยรวม ซึ่งปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมก็รวมอยู่ในกลุ่มเหตุการณ์ที่เป็นอันตรายเหล่านี้

อย่างไรก็ตาม A. Anderson (1997) ก็ตั้งข้อสังเกตว่า สำหรับการเฝ้าระวังในระยะเริ่มต้นของสื่อมวลชนนั้น (ทศวรรษที่ 1950) ยังอาจจะเน้นไปในเรื่องความไม่ชอบมาพากลด้านการเมืองหรือความผันผวนทางเศรษฐกิจ จนกระทั่งเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง ได้เกิดมีขบวนการเคลื่อนไหวสังคมแนวใหม่ (New Social Movement) เช่น กลุ่มต่อต้านสงคราม (Anti-war movement) กลุ่มรณรงค์เรื่องสิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษ 1960 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความไม่พอใจของประชาชนต่อระบบโครงสร้างทางการเมืองแบบสองพรรคใหญ่ในโลกตะวันตก และในช่วงเวลาแห่งสงครามเย็นระหว่างโลกทุนนิยมเสรีและโลกค่ายคอมมิวนิสต์ ก็มีการเผยแพร่หลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่ระบุถึงการทำลายสิ่งแวดล้อมในประเด็นต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานของ Rachel Carson เรื่อง "The Silent Spring" (1962) ที่พรรณนาถึงอันตรายจากการใช้สารเคมีในการทำการเกษตรขนาดใหญ่ งานชิ้นนี้ส่งผลสะท้อนทางการเมืองอย่างมากและก่อให้เกิดความตื่นตัวเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อมในหมู่ประชาชน



นับตั้งแต่จุดเริ่มต้นในวันนั้นจนกระทั่งมาถึงวันนี้ บทบาทของสื่อมวลชนที่เข้าไปผูกพันอยู่กับเรื่องสิ่งแวดล้อมก็ยังคงสืบทอดต่อเนื่องมาโดยตลอด หากทว่าท่ามกลางความต่อเนื่องดังกล่าว ก็ได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปเช่นเดียวกัน ดังเช่น รายงานการวิจัยของ A. Dahlan (1994) ที่สำรวจการรายงานข่าวสิ่งแวดล้อมในสื่อมวลชนของโลกตะวันตก และพบว่า ในระยะแรกๆ หนังสือพิมพ์มักจะรายงานปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เป็น**หายนะตามธรรมชาติ** เช่น แผ่นดินไหว น้ำท่วม ภูเขาไฟระเบิด (ซึ่งเป็นมิติหนึ่งของคำนิยาม “สิ่งแวดล้อม”) แต่หลังจากการประชุมใหญ่เรื่องสิ่งแวดล้อม Stockholm Conference (1972) ที่เป็นผลสืบเนื่องมาจากหนังสือ The Silent Spring ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมในหน้าข่าวสื่อมวลชนจึงเริ่มเคลื่อนย้ายมาสู่**หายนะที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์** (เป็นอีกมิติหนึ่งของคำนิยาม “สิ่งแวดล้อม”) เช่น การขยายตัวของพื้นที่ทะเลทรายในอัฟริกาอันเนื่องมาจากการตัดไม้ทำลายป่า จนถึงโรคมินามาตะอันเกิดจากสารปรอทที่โรงงานปิโตรเคมีคอลทิ้งลงทะเลในประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

ในรายละเอียด A. Dahlan ได้ประมวลบทบาทที่เปลี่ยนไปของสื่อมวลชนในประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในเนื้อหาประเภทข่าวและสารคดี ตามมิติต่างๆ ดังนี้

(1) **เกณฑ์การเลือกข่าว (Criteria of Drama)** ซึ่งอาจจะศึกษาได้ทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ ในแง่ปริมาณก็คือ พื้นที่ที่ให้ความสำคัญกับข่าวสิ่งแวดล้อมมีมากน้อยเพียงใด เมื่อเทียบกับข่าวอื่นๆ เช่น กีฬา อาชญากรรม ฯลฯ หรือมีการจัดหน้าและคอลัมน์ให้เป็นประจำหรือไม่

ในแง่ของเกณฑ์การเลือกข่าวสิ่งแวดล้อม ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่า ในระยะแรกๆมักจะต้องเป็นเหตุการณ์หายนะระดับใหญ่ แต่ปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปโดยมีการรายงานหายนะเล็กๆน้อยๆ ที่ค่อยๆสั่งสมอย่างมองไม่เห็นได้ชัดเจน ในแง่นี้เราอาจจะทำการวิจัยด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาข่าว ประกอบการสัมภาษณ์นักข่าวและบรรณาธิการข่าวโดยศึกษา

ในแง่พัฒนาการ

(2) **ขอบเขตของข่าว (Scope of Coverage)** ได้มีการเปลี่ยนแปลงประเด็นที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม โดยในระยะแรกๆ มักจะเป็นเรื่องทรัพยากรธรรมชาติพื้นฐาน เช่น น้ำ อากาศ ที่ดิน พลังงาน แต่ในระยะต่อมาขอบเขตของข่าวเริ่มขยายทั้งด้านความกว้างและความลึกมากขึ้น โดยได้หยิบประเด็นที่เคยตกหล่นจากความสนใจของสื่อขึ้นมา เช่น การอนุรักษ์ชีวิตของพืชและสัตว์ ป่าไม้ แหล่งพลังงานทางเลือกใหม่ๆ ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ ฯลฯ แม้ว่าวิธีการรายงานในหลายกรณียังคงมีการแต้มนิสัยให้คล้ายละครอยู่ก็ตาม เช่น ผลจากการเปลี่ยนแปลงด้านสิ่งแวดล้อมทำให้ปลาวาฬถูกน้ำแข็งปิดกั้นในอลาสก้าและหาทางว่ายกลับบ้านไม่ถูก เป็นต้น

(3) **การเคลื่อนย้ายจุดสนใจ (Shifting Focus)** สอดคล้องกับที่ได้กล่าวไปแล้วคือ ในภาพรวมสื่อมวลชนเริ่มเคลื่อนย้ายความสนใจที่จะคัดเลือกข่าวหายณะที่เกิดจากภัยธรรมชาติมาเป็นหายณะที่เกิดจากการกระทำของมนุษย์ ทำให้ปริมาณข่าวประเภทหลังมีเพิ่มขึ้น ในการนี้ทำให้มีนัยยะต่อเนื่องตามมา กล่าวคือ เมื่อหายณะดังกล่าวเกิดขึ้นจากการกระทำของมนุษย์ก็มีโอกาสที่มนุษย์จะป้องกันหายณะดังกล่าวได้ (และจะดียิ่งขึ้นหากสื่อมวลชนได้ติดตามเสนอวิธีการต่างๆ ในการป้องกันดังกล่าว)

(4) **การขยายขอบเขตปริมณฑลของสิ่งแวดล้อม (Expanding boundaries)** แต่เดิมนั้นการรายงานข่าวสิ่งแวดล้อมอาจจะจำกัดอยู่แต่เฉพาะในเขตท้องถิ่น จังหวัด ชาติ หรือภูมิภาคเขตใดเขตหนึ่ง แต่ปัจจุบันเนื่องจากลักษณะ “โลกาภิวัตน์” ของปัญหาสิ่งแวดล้อม ทำให้วิธีการรายงานข่าวขยายขอบเขตออกไปเชื่อมโยง “ทั่วโลก/นานาชาติ/inter” มากขึ้น โดยชี้ให้เห็นผลกระทบต่อเรื่องที่มีต่อเขตอื่นๆ (ในกรณีของไทย มีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นการขยายขอบเขตระดับโลกเช่นกัน เช่น งานวิจัยของอดิษฐ์ อสีปัญญา (2554) เรื่อง “โลกาภิวัตน์ของประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมในนิตยสารผู้หญิง” เป็นต้น)

(5) การเติบโตของความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Growth of Specialisation) เนื่องจากความสนใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้นของประชาชน และเนื่องจากความซับซ้อนของตัวประเด็นเองทำให้มีสื่อมวลชนบางแห่งเริ่มมีการฝึกอบรมนักข่าวสิ่งแวดล้อมเฉพาะแยกออกมา (ในกรณีของเมืองไทย มีงานวิจัยในประเด็นนี้เช่นเดียวกัน ดูตอนต่อไป) หรืออาจมีการเปิดหน้าประจำตั้งโต๊ะข่าวสิ่งแวดล้อมเป็นการเฉพาะ สภาพการดังกล่าวเป็นแนวโน้มสำคัญของสื่อมวลชนตะวันตก

(6) การรายงานข่าวด้านเทคนิคที่ดูเป็นเรื่องธรรมดาในชีวิตประจำวัน (Routine technical news) เมื่อนักข่าวมีความเข้าใจด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การรายงานข่าวนี้อาจไม่จำเป็นต้องมีกรณีหายหน้าขนาดใหญ่ (ซึ่งไม่สามารถเกิดให้เป็นข่าวได้ทุกวัน) เรื่องราวที่ดูเป็นกิจวัตรประจำวันและดูเหมือนไม่มีความสลักสำคัญ แต่แท้จริงแล้วเป็นกระบวนการด้านสิ่งแวดล้อมที่มีความหมายก็จะถูกหยิบยกมาแง่มุมมารายงานเป็นข่าว Dahlan ตั้งข้อสังเกตว่า บรรดาการดำเนินงาน รายละเอียดปัญหาทางเทคนิค การประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม รวมทั้งอันตรายของสารเคมีที่อาจจะเกิดขึ้น เริ่มถูกรายงานมากขึ้นในหน้าสื่อมวลชน

(7) การติดตั้งแนวคิดใหม่ๆ ถึงแม้หน้าข่าวสิ่งแวดล้อมจะยังคงให้ความสนใจกับข่าวประเภทข่าวหนัก (hardnews) ที่ต้องเป็น “เหตุการณ์” ที่มีผลกระทบขนาดใหญ่กับคนหมู่มาก แต่ในระยะหลังๆ สื่อมวลชนก็เริ่มรายงาน “แนวความคิดด้านสิ่งแวดล้อม” ที่อาจจะจะเป็นประเด็นของการประชุมสัมมนา การอภิปราย การทำนายแนวโน้ม โดยไม่จำเป็นต้องรอให้เกิดเป็นเหตุการณ์ขึ้นมา แนวโน้มดังกล่าวอาจถือได้ว่าเป็นความก้าวหน้าของสื่อมวลชนในการปูพื้นฐานความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมแก่ประชาชน

ข้อค้นพบดังกล่าวของ A. Dahlan สอดคล้องกับงานวิจัยของ E. Einsiedel & E. Coughlan (1993) ที่ได้วิเคราะห์เจาะลึกลงไปในการตีตัวอย่างของหนังสือพิมพ์ในประเทศแคนาดา โดยทำการศึกษาพัฒนาการระยะยาวตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1970-1990 และได้พบว่า การเปลี่ยนแปลง

ในการรายงานข่าวสิ่งแวดล้อมในช่วงเวลา 2-3 ทศวรรษของหนังสือพิมพ์ในประเทศแคนาดานั้น ไม่เพียงแต่จะมีการเปลี่ยนแปลง “ประเด็นที่เน้นหนัก” (Topic-emphases) ซึ่งเป็นข้อค้นพบของ Dahlan เท่านั้น แต่ทว่ายังมีการเปลี่ยนแปลงไปถึงระดับ “ภาษาที่ใช้พาดหัวข่าว” ที่ได้บ่งบอกนัยยะว่าปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมไม่ใช่ปัญหาเล็กๆอีกต่อไปแล้ว รวมทั้งไม่ใช่เป็นเพียงแค่ปัญหาที่รอคอยได้ (รอให้แก้ปัญหาการเมืองและเศรษฐกิจให้ได้ก่อน) หากทว่าเป็นปัญหาเร่งด่วนอย่างที่สุด นอกจากนั้น ขอบเขตของเรื่องสิ่งแวดล้อมก็ขยายไปสู่ระดับโลกมากขึ้น รวมทั้งนำเสนอแบบเป็นทัศนะแบบองค์รวม (Holistic view) เช่น มิติด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมของปัญหาสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้ตีความข้อมูลที่พบจากการวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือพิมพ์ โดยที่ผู้วิจัยมีทัศนะว่า เนื้อหาและพาดหัวข่าวในเนื้อหาหนังสือพิมพ์นั้นเป็นผลผลิต (output) เป็นทัศนะ กระบวนทัศน์ และการรับรู้ปัญหาสิ่งแวดล้อมของฝ่ายผู้ผลิตสื่อ ดังนั้น เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก็หมายความว่า มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในความรู้/ความคิดของนักสื่อสารมวลชนแล้ว

(5.2) พัฒนาการของการศึกษาเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในโลกวิชาการ

ในขณะที่เกิดการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการในโลกแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนนั้น ก็มีการเคลื่อนไหวจากโลกวิชาการคู่ขนานกันไป (แต่อาจจะมาล่าช้ากว่าโลกวิชาชีพ) R. Cox (2013) ศึกษาพัฒนาการของการถือกำเนิดและการเจริญเติบโตของงานศึกษาวิจัยในสาขาการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในสหรัฐ และพบว่า การสื่อสารสิ่งแวดล้อมซึ่งมีสถานะเป็นศาสตร์ลูกผสมระหว่างสาขาศึกษากับสิ่งแวดล้อมนั้น เริ่มต้นขึ้นในราวทศวรรษ 1980 โดยเริ่มมาจากฟากฝั่งของกลุ่มนักวิชาการด้านการสื่อสารที่สนใจวิเคราะห์บรรดาวัตรกรรม (discourse) ด้านสิ่งแวดล้อม โดยใช้เครื่องมือของการวิเคราะห์วาทศิลป์ (rhetoric) ศึกษาการโต้แย้งในประเด็นการ

อนุรักษ์ป่าไม้ สัตว์ป่า และพืชพรรณต่างๆ การทำเกษตรแผนใหม่ รวมทั้งศึกษาข้อโต้แย้งของนักอนุรักษ์ในขบวนการเคลื่อนไหวสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น งานวิเคราะห์ข้อเรียกร้องของนักอนุรักษ์ธรรมชาติที่ต้องการรักษาเขตป่าสงวนและเขตอุทยานในอเมริกา ตั้งแต่ศตวรรษที่ 19 เป็นต้น

ในระยะต่อมา ประเด็นการศึกษาก็เริ่มขยายออกไปจากเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติสู่เรื่องบทบาทของวิทยาศาสตร์ สื่อมวลชน และระบบอุตสาหกรรมที่มีปัญหาการคุกคามต่อสุขภาพของมนุษย์และคุณภาพของสิ่งแวดล้อม งานวิจัยยุคแรกๆ มักจะเป็นการวิเคราะห์วาระระบบอุตสาหกรรมได้ใช้การประชาสัมพันธ์และนิตยสารต่างๆสร้างภาพ “นักอนุรักษ์ของตัวบริษัท” เองอย่างไร เช่น เมื่อเวลาเกิดสารพิษในโรงงานรั่วไหลหรือเกิดโรงงานสารเคมีระเบิด เรือชนน้ำมันล่ม ฯลฯ ทางโรงงานและบริษัทเจ้าของเรือได้ให้คำอธิบายต่อสาธารณชนผ่านสื่อมวลชนอย่างไร รวมทั้งเรื่อง “ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์” เช่น การสื่อสารความเสี่ยงในกรณีการทดลองเรื่อง DNA และด้วยอิทธิพลของทฤษฎีผลกระทบจากสื่อ (Impact Theory) งานวิจัยส่วนหนึ่งก็สนใจอิทธิพลของการสร้างภาพสร้างความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีต่อประชาชน

และเมื่อองค์ความรู้ทางด้านวิชาการรวมทั้งงานวิจัยมีปริมาณมากพอจนสามารถแยกออกมาเป็นสาขาวิชาย่อยสาขาหนึ่ง คือ การสื่อสารสิ่งแวดล้อม (Environmental communication) เฉกเช่นเดียวกับสาขาย่อยอื่นๆ เช่น การสื่อสารการเมือง (Political communication) ก็เกิดการรวมตัวของนักวิชาการในสาขาใหม่นี้เป็น “สมาคมนักสื่อสารสิ่งแวดล้อม” (The Society of Environmental Journalist)

เพียงช่วงหนึ่งทศวรรษผ่านไป ในช่วงทศวรรษ 1990 ก็ได้มีการจัดประชุมใหญ่รอบ 2 ปี/ครั้ง ในหัวข้อ “การสื่อสารและสิ่งแวดล้อม” ที่สามารถระดมความสนใจจากนักวิชาการหลากหลายสาขาทั้งในสหรัฐอเมริกาและจากประเทศอื่นๆมาเข้าร่วมประชุม อันแสดงให้เห็นถึงการมีตำแหน่งแห่งที่ที่แน่นอนและมั่นคงในแวดวงวิชาการของสาขาวิชาใหม่นี้

ต่อจากนั้นก็เริ่มมีการประสานเครือข่ายกลุ่มนักวิชาการ/วิชาชีพด้านการสื่อสารสิ่งแวดล้อม มีการจัดทำเว็บไซต์เฉพาะสาขานี้เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร และเป็นเวทีแห่งการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักวิชาการ ครู นักเรียน และนักวิชาชีพ ต่อจากนั้นวารสารเล่มใหม่ๆ และงานวิจัยประเด็นใหม่ๆ ในเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมก็เริ่มทยอยกันมาปรากฏตัว รวมทั้งวารสาร

Environmental Communication: A Journal of Nature and Culture

ในปีค.ศ.2011 ทั้งนักวิชาการและนักวิชาชีพได้ร่วมมือกันจัดตั้งสมาคม International Environmental Communication Association เพื่อร่วมมือทั้งด้านการค้นคว้าวิจัยและการทำกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมกันในระดับโลก เนื่องจากทัศนะพินฐานที่พิจารณาว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นมิได้จำกัดตัวเองอยู่เพียงพื้นที่/ประเทศใดประเทศหนึ่ง หากแต่เป็นปัญหาของโลกสีน้ำเงินนี้ร่วมกัน

(5.3) ภาพรวมของแนวทางศึกษาศาสตร์สื่อสารสิ่งแวดล้อม

จากพัฒนาการของการศึกษาเรื่องสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่ได้กล่าวมาแล้ว R. Cox (2013) ได้ประมวลภาพรวมว่า ปัจจุบันนี้ แนวทางการศึกษาเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมสามารถจัดกลุ่มได้เป็น 7 แนวทางใหญ่ (ในอนาคต หากมีผู้ทำการสังเคราะห์งานวิจัยด้านการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทย อาจจะใช้การจัดหมวดหมู่ของ R. Cox นี้เป็นแนวทางก็ได้) ดังนี้

(1) การศึกษาศาสตร์ใช้วาทศิลป์และสัญลักษณ์เพื่อประกอบสร้างความหมายของธรรมชาติ (Environmental rhetoric and the social-symbolic construction of nature) ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า การศึกษาบรรดาวาทกรรมด้วยเครื่องมือวิเคราะห์วาทศิลป์นั้นเป็นจุดเริ่มต้นของงานศึกษาด้านการสื่อสารสิ่งแวดล้อมเลยทีเดียว และยังคงสืบทอดต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากภาษาและวิธีการที่ “เรา” (สื่อมวลชน) พูดถึงธรรมชาตินั้นมีส่วนสำคัญอย่างมากในการสร้าง “ภาพในหัว” ของ



ประชาชน เช่น กรณีการใช้ภาษา/วาทศิลป์พูดถึง “การคุ้มครองสิ่งมีชีวิต/สัตว์ป่า/พืชพรรณต่างๆ” ที่มีผลถึงการผ่านกฎหมายคุ้มครองพืชและสัตว์ป่า หรือการวิเคราะห์สัญญาณในการศึกษา “ภาพของอาหาร” ในโฆษณาของบริษัทน้ำมัน ที่เทียบเคียงว่า ในขณะที่ร่างกายต้องการอาหารเพื่อสร้างพลัง น้ำมันก็เปรียบประดุจอาหารที่จะสร้างพลังให้แก่สังคมเช่นกัน

(2) **กลุ่มเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อม** (Public participation in environmental decision making) กลุ่มนี้มีความเชื่อว่าการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ดีที่สุดนั้นจะต้องให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ โดยเฉพาะกลุ่มประชาชนที่ได้รับผลกระทบ วิธีการตั้งโจทย์การวิจัยก็จะวิเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วมแบบต่างๆ ตั้งแต่การรับฟังข้อคิดเห็นของประชาชน (citizen's comment) ที่มีต่อแผนงานสิ่งแวดล้อมของรัฐ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของประชาชน รวมทั้งการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน

(3) **กลุ่มเน้นการร่วมมือและการแก้ไขข้อขัดแย้งเรื่องสิ่งแวดล้อม** (Environmental collaboration and conflict resolution) เนื่องจากกลุ่มนี้เห็นว่า ลำพังการเพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นยังให้ผลที่ไม่น่าพอใจ ดังนั้น จึงควรจะมีมุมมองแสวงหารูปแบบทางเลือกอื่นที่จะแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมให้ได้ผลมากกว่านั้น โดยส่วนใหญ่แล้ว กลุ่มนักวิจัยกลุ่มนี้มักจะลงไปดูกรณีรูปธรรมที่ชุมชนจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างได้ผลสำเร็จจริงจัง จึงจะสามารถนำเอามาเป็นบทเรียนสำหรับการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งด้านสิ่งแวดล้อมอย่างได้ผล (ตัวอย่างในสังคมไทยก็เช่น การศึกษาการจัดการน้ำแบบระบบเหมืองฝายของชาวบ้านเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการชลประทานราษฎร์ เป็นต้น)

(4) **การศึกษาสื่อและวารสารศาสตร์สีเขียว** (Media and environmental journalism) แนวทางการศึกษาของกลุ่มนี้เริ่มเจาะลงศึกษาลักษณะเฉพาะๆของสื่อสิ่งแวดล้อม เช่น ข่าว โฆษณา ฯลฯ ทั้งใน

แง่ “ที่มาและที่ไป” ในแง่ที่มาก็คือ ชีงงานเหล่านั้นสะท้อนสภาพของ ปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างไรบ้าง หรือในแง่ที่ไปก็คือผลกระทบต่างๆที่เกิด จากการทำงานของสื่อ เช่น การกำหนดวาระของสังคม (Agenda Setting) การวางกรอบของสื่อมวลชน (Media Framing) รวมทั้งการใช้ เกณฑ์คุณค่าข่าวในการศึกษาความเป็นกลางและความสมดุลของข่าว สิ่งแวดล้อม และเมื่อสื่อประเภทสื่อใหม่ (New media) เกิดขึ้นมา การ ศึกษาในแนวทางนี้ก็ขยายขอบเขตมาถึงการสื่อสารประเภทออนไลน์ หรือ social media ที่เข้ามามีบทบาทในเรื่องสิ่งแวดล้อม เช่น หน้า เว็บไซต์ของกลุ่ม “รักษาต้นไม้ใหญ่” (Big Tree) เป็นต้น

(5) การศึกษาภาพตัวแทน (representation) ของธรรมชาติใน pop culture อันที่จริงการศึกษาภาพตัวแทนของธรรมชาติใน รายการประเภทเรื่องจริง-มีสาระ (factual) เช่น รายการข่าว สารคดีนั้น มีมานานแล้ว และก็อาจจะมีการศึกษาภาพตัวแทนในพวกสื่อประเภท เรื่องแต่ง-เน้นความบันเทิง (fictional) เช่น ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ มิวสิควิดีโอ นวนิยาย ปฏิทิน ฯลฯ ซึ่งแต่เดิมมีเพียงเล็กน้อย แต่ใน ระยะเวลาต่างๆ ผลงานของบรรดาหนัง เพลง ละครโทรทัศน์ ฯลฯ ซึ่งเป็น pop culture นั้นกลับมีการศึกษาวิจัยอย่างมีปริมาณที่เห็นได้อย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์ภาพตัวแทนของธรรมชาติในหนังประเภท Sci-fictionทั้งหลาย เช่น Jurassic Park เป็นต้น

(6) กลุ่มศึกษาการรณรงค์เชิงนโยบายและกระบวนการสร้าง เนื้อหา (Advocacy campaign & Message construction) งานศึกษา ของกลุ่มนี้เริ่มต้นเมื่อนักสิ่งแวดล้อมได้เริ่มเข้าใช้สื่อมวลชนในการให้การ ศึกษาแก่ประชาชน และขยายไปถึงการใช้สื่อเพื่อการรณรงค์ให้มีการ เปลี่ยนแปลงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เช่น กรณีโลกร้อน การใช้การสื่อสารเพื่อการรณรงค์ปลุกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมนั้นสามารถนำมาใช้เป็น เครื่องมือได้ของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคธุรกิจที่มักรู้จัก กันในนามของ “การตลาดเพื่อสังคม” (Social Marketing) เช่น บริษัท



ที่ผลิตกระดาษจำหน่ายซึ่งไม่ได้ใช้วัตถุดิบจากการตัดไม้ในป่า แต่ทว่าปลูกต้นไม้เพื่อป้อนโรงงานเอง เป็นต้น การศึกษาในกลุ่มนี้ในระยะต่อๆมาจะลงรายละเอียดถึงกระบวนการสร้างเนื้อหาของกรรณรงคว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

(7) **กลุ่มวิทยาศาสตร์และการสื่อสารเรื่องความเสี่ยง** (Science and Risk communication) ในขณะที่โลกสมัยใหม่นั้นได้กลายเป็นสังคมแห่งความเสี่ยง (Risk Society) อันเนื่องมาจากชีวิตประจำวันของผู้คนต้องเผชิญกับภาวะความเสี่ยงอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นเนื้อสติกที่อาจเป็นโรควัวบ้าจากอังกฤษ ฝุ่นละอองที่มากเกินไปเกินมาตรฐานในชุมชนที่อยู่รอบๆโรงงาน ฯลฯ ดังนั้นจึงเกิดงานวิจัยกลุ่มหนึ่งที่ทำการศึกษาว่าเมื่อเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงเหล่านี้ บรรดานักวิทยาศาสตร์ซึ่งเป็นผู้รู้ถึงสาเหตุและอาจจะมีวิธีการแก้ไขนั้นได้สื่อสารกับสาธารณชนอย่างไร การสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้นมีความใกล้ชิดกับเรื่องการสื่อสารความเสี่ยงอย่างมาก เพราะความเสี่ยงที่เกิดขึ้นมากที่สุดก็อยู่ในปริมนทลของสิ่งแวดล้อมนี้เอง แต่ทว่าจะมีวิธีการสื่อสารอย่างไรให้เกิดความตื่นตัวต่อภาวะความเสี่ยง แต่ก็ไม่ตื่นตระหนกจนเกิดภาวะจลาจล เป็นต้น

(5.4) **คุณลักษณะของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในบริบทของตะวันตก**

จากพัฒนาการของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในโลกตะวันตกที่ได้กล่าวมาแล้วจะเห็นว่า การสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้นก็ เป็นสาขาย่อยสาขาหนึ่งของการสื่อสาร ดังนั้นจึงต้องมีคุณลักษณะร่วมบางประการเหมือนกับการสื่อสารประเภทอื่นๆ ตัวอย่างเช่น ข่าวสิ่งแวดล้อมก็ย่อมใช้หลัก “คุณค่าของข่าว” (News value) เช่นเดียวกับข่าวประเภทอื่นๆ (เช่น มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก ต้องเป็นข้อเท็จจริง ต้องมีรายละเอียด ฯลฯ) อย่างไรก็ตาม ในอีกด้านหนึ่ง การสื่อสารสิ่งแวดล้อมก็มีอีกครั้งหนึ่งที่เป็นเรื่องสิ่งแวดล้อม และครั้งสิ่งแวดล้อมนี้ทำให้กระบวนการทำข่าว

หรือสารคดีด้านสิ่งแวดล้อมมีคุณลักษณะบางประการที่มีความเฉพาะตัว ดังนี้

(i) เอกลักษณะประการแรกของข่าวสิ่งแวดล้อมคือ **เป็นรายงานข่าวที่มีพื้นฐานมาจากด้านวิทยาศาสตร์** มิใช่เป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวชักจูง (Persuasive Communication) หากแต่เป็นความพยายามที่จะอธิบายให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงและการอธิบายกระบวนการ ซึ่งหลายครั้งหากเป็นเรื่องแบบวิทยาศาสตร์บริสุทธิ์ (Pure Science) ก็จะมีลักษณะเป็นข่าวสารที่ดูซับซ้อนและดูไกลตัว ทั้งหมดนี้ทำให้เกิดปัญหาว่า “จะทำให้นักสนใจเรื่องนี้ได้อย่างไร” (ในแง่นี้น่าจะมีการวิจัยบรรดารายการและคอลัมน์ต่างๆที่สามารถทำให้นักสนใจได้โดยไม่ต้องโน้มน้าวว่ามีกลยุทธ์ในการผลิตและสื่อสารได้อย่างไร)

(ii) **จังหวะของการทำงาน** จากลักษณะประการแรกที่ว่าสิ่งแวดล้อมเป็นข่าวที่มีพื้นฐานมาจากเรื่องวิทยาศาสตร์ ในหลายกรณีการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์เป็นเรื่องที่มองเห็นได้อย่างซ้ำๆ ต้องใช้เวลาในการพัฒนา แต่ทว่าวัฒนธรรมในการทำข่าวนั้น จำเป็นต้องมีทุกวัน และจังหวะการทำงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ข่าวสิ่งแวดล้อมจึงเกิดมาจากส่วนผสมที่มีจังหวะไม่เท่าเทียมกัน และเกิดความขัดแย้งในธรรมชาติที่แตกต่างกัน อาการที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งก็คือ ในการรายงานข่าวสิ่งแวดล้อมหลังจากรายงานไปได้สักระยะหนึ่ง นักข่าวจะรู้สึกว่ประเด็นซ้กตัน ไม่มีความคิดหน้า ไม่มีแง่มุมใหม่ๆที่จะเป็นข่าวให้นักสนใจติดตามได้ ในทางปฏิบัติควรมีการศึกษาวิจัยว่า ทั้งฝ่ายวิทยาศาสตร์และฝ่ายสื่อมวลชนได้มีวิธีการทำงานเพื่อรักษาความสนใจของสาธารณชนได้อย่างไร

A. Anderson (1997) ได้เพิ่มเติมประเด็นนี้โดยอ้างอิงจาก Downs (1972, อ้างใน Anderson, 1997) ที่ชานานนามปรากฏการณ์นี้ว่า “Issue-attention cycle” ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมอเมริกันที่ประชาชนมีปฏิกิริยาให้ความสนใจต่อประเด็นปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น ในระยะเริ่มแรก จุดเริ่มต้นของวัฏจักรจะเริ่มที่ปัญหาของคนบางคนจะถูก



สื่อมวลชนรายงานให้เป็นที่รับรู้และเป็นที่สนใจอย่างกว้างขวางในหมู่ประชาชน และระดับความสนใจนั้นก็ดำรงคงอยู่รักษาระดับอยู่ในช่วงเวลาสั้นๆ ช่วงหนึ่ง แล้วก็ค่อยเลือนหายไปทุกๆ ที่ปัญหาส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการแก้ไข โดยมีปัญหาใหม่ก้าวเข้ามา ณ จุดเริ่มต้นของวัฏจักรนี้ต่อไป Anderson อธิบายว่าที่เกิดปรากฏการณ์เช่นนั้นก็เพราะความสนใจของมหาชนนั้นมีได้เกิดจาก “ความสำคัญของตัวประเด็นในตัวของตัวเอง” (objective) หากแต่เกิดมาจาก “การถูกประกอบสร้าง” (construction) ที่มักมีปัจจัยด้านการเมืองเศรษฐกิจและอุดมการณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม Downs ก็มีความเห็นว่า เมื่อเปรียบเทียบกับปัญหาสังคมอย่างอื่นๆ แล้ว ปัญหาสิ่งแวดล้อมนับว่าเป็นปัญหาของจริงที่มีรูปธรรมจับต้องได้เห็นผลกระทบจริง ดังนั้น โอกาสที่จะคงความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในพาดานความคิดและความรู้สึกของประชาชนก็น่าจะเป็นไปได้ (แม้ว่าอาจจะไม่ฟูฟ่าฮือฮาอยู่ตลอดเวลาก็ตาม) แต่ก็คงต้องอยู่บนเงื่อนไขที่ว่าความสนใจนั้นจะต้องยกระดับจากการฮือฮาด้วยอารมณ์ความรู้สึกชั่วคราวขึ้นมาเป็นการเข้าใจด้วยเหตุผลและข้อมูลข่าวสาร ยกกระดับจากการหมดหวังโทษแท้/หมดหนทางมาเป็นการลงมือเพื่อทำอะไรสักอย่าง แม้ว่าอาจจะต้องมี “การลงทุนและค่าใช้จ่ายบ้าง” แต่ก็คงไม่มากไปกว่าหรือไม่แพงไปกว่า “การไม่ทำอะไรเลย”

(iii) ลักษณะที่ขัดแย้งกันอีกประการหนึ่งก็คือ **วัฒนธรรมของวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมของสื่อมวลชน** ในขณะที่เรื่องราวทางวิทยาศาสตร์นั้นมีความซับซ้อน (ตัวอย่างเช่น การจะอธิบายเรื่องโลกร้อนขึ้นหรือปรากฏการณ์เรือนกระจก) ต้องใช้เวลานานในการให้ข้อสรุปและโดยทั่วไปข้อสรุปทางวิทยาศาสตร์มักมีลักษณะชั่วคราวและมีผู้โต้แย้งอยู่เสมอ ในขณะที่วัฒนธรรมด้านสื่อมวลชนนั้นเป็นการทำงานที่ต้องหากินกับพื้นที่และเวลาอันจำกัด (มีเส้นตายต้องปิดข่าวให้ได้) การรายงานข่าวต้องมีลักษณะ “พันทรง” การทำงานร่วมกันระหว่างนักข่าวและนักวิทยาศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อมจึงมักไม่ค่อยลงตัวเพราะความแตกต่างทางวัฒนธรรม

ธรรม นอกจากนั้น นักวิทยาศาสตร์ก็ยังมีวัฒนธรรมในการคิด/การทำงานแบบ “ใช้หลักฐานเป็นเครื่องพิสูจน์” ที่เรียกว่า Evidence-based approach ในขณะที่นักสื่อสารมวลชนนั้นมักมีวัฒนธรรมในการคิด/การทำงานแบบ “ใช้ทัศนะ/ความคิดเห็นเป็นหลัก” (Opinion-based approach) เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องเวลาและพื้นที่ในการทำงาน ดังนั้น จึงอาจจะเกิดความขัดแย้งระหว่าง 2 ฝ่าย เช่น นักวิทยาศาสตร์ก็คิดว่า “นักข่าวมักจะด่วนสรุปก่อนที่จะมีหลักฐานเพียงพอ” ส่วนนักข่าวก็คิดว่า “นักวิทยาศาสตร์ศึกษามากมายก็ไม่ได้ทัศนะที่มีข้อสรุปเสียที” ในแง่นี้ น่าจะมีงานศึกษาวิจัยพัฒนาการในการประสานความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมระหว่างทั้ง 2 ฝ่ายว่า ได้มีความพยายามในการแก้ไขช่องว่างดังกล่าวอย่างไรบ้าง

(iv) **มีผลลัพธ์ต่อเนื่อง**ตามมาอีกหลายประการจากความแตกต่างระหว่างนักวิทยาศาสตร์และสื่อมวลชน โดยที่ส่วนใหญ่ฝ่ายสื่อมวลชนจะเป็นฝ่ายถูกวิพากษ์วิจารณ์ (เพราะเป็นคนพูดคนสุดท้าย) เช่น

- K. Wilson (1995) ศึกษาการรายงานข่าวสื่อมวลชนในเรื่องโลกร้อนขึ้น ซึ่งเป็นประเด็นที่ซับซ้อนและยังมีข้อถกเถียงกันจากนักวิทยาศาสตร์หลายฝ่าย

ผู้ศึกษาวิจารณ์ว่า การรายงานข่าวของสื่อทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกสับสน หรือมีฉันทันทีเพื่อหน่ายเลิกติดตามข่าวไปเลย ในเวลาเดียวกันสื่อเองก็มีข้อจำกัดต่างๆมากมายในกรณีนี้ เช่น พื้นที่และเวลาที่จะรายงาน การใช้แหล่งข่าวเพียงแห่งเดียว (เพราะผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนี้มีน้อยหรือสื่อไม่ค่อยรู้จักแหล่งข่าว) ระดับความเข้าใจของผู้รายงานเอง เป็นต้น

- C. Collins & S. Kephart (1995) ศึกษากรณีการรายงานเรื่องความหลากหลายทางชีวภาพในสื่อมวลชน ซึ่งเป็นกรณีที่ค่อนข้างพิเศษเพราะผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตว่าตามปกติความสนใจในการศึกษาเรื่องสื่อมวลชนกับสิ่งแวดล้อมนั้นมักจะสนใจเฉพาะเมื่อมีเหตุการณ์หายหน้าขนาดใหญ่ที่ถกเถียงกันอย่างกว้างขวางเช่นกรณีโรงงานนิวเคลียร์ระเบิดที่

Chernobyl อุบัติเหตุเรื่อน้ำมันของบริษัท Exxon Valdez ล้ม วิธีการรายงานข่าวของสื่อมวลชนเช่นนี้ทำให้เรื่องราวของสิ่งแวดล้อมกลายเป็นเรื่องคล้ายๆละครการเมืองที่มีความขัดแย้งเป็นประเด็นหลัก

• ในกรณีของไทย วิลาสินี พิพิธกุล (2537) ซึ่งศึกษาวิธีการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ในกรณีมลพิษจากโรงงานไฟฟ้าแม่เมาะ จ.ลำปาง ได้พบว่า เนื่องมาจากนักข่าวรายงานสิ่งแวดล้อมมีภูมิหลังมาจากสายข่าวการเมือง ทำให้วิธีการรายงานข่าวสิ่งแวดล้อมมีลักษณะ “การเมืองมากเกินไป” เช่น รายงานคล้ายว่าข้อพิพาทด้านสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นเพราะการเมือง และจะหมดไปก็เพราะการเมือง รวมทั้งมีวิธีการนำเสนอแบบมีมุมแดง/มุมน้ำเงิน อันเป็นรูปแบบ (format) ของข่าวการเมือง

ในทางตรงกันข้าม อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (1992) ซึ่งได้ศึกษากรณีเขื่อนแก่งกรุง จ.สุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีเรื่องเศรษฐกิจการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างมาก แต่โทรทัศน์ไทยซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐกลับเลือกเสนอโดยตัดมิติทางการเมืองออกไป กล่าวคือมีลักษณะ “การเมืองน้อยไป”

เราอาจจะเลือกศึกษาวิธีการรายงานข่าวสิ่งแวดล้อมที่มีมิติด้านวิทยาศาสตร์ เศรษฐกิจ และการเมืองในระดับที่พอดีๆ ตามสภาพความเป็นจริงเพื่อช่วยเป็นแนวทางในการทำงานจริงในเรื่องนี้

6. พัฒนาการและภาพรวมของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทย

สำหรับเรื่องพัฒนาการและภาพรวมของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทยนั้นจะแบ่งออกเป็น 2 ประเด็นหลักๆคือ

(6.1) พัฒนาการของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทย

(6.2) คุณลักษณะของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในบริบทของไทย

(6.1) พัฒนาการของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทย

สำหรับในกรณีของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทยทั้งใน

ปริมณฑลในโลกของสื่อและในโลกของวิชาการนั้น ยังไม่มีงานที่ศึกษาประมวลเอาไว้เป็นระบบและเป็นภาพรวม แต่ทว่าก็ยังมียงานศึกษาเฉพาะส่วน เช่นศึกษาสื่อบางประเภท บางรายการ อย่างไรก็ตาม เราก็อาจจะตั้งข้อสังเกตได้ว่า สำหรับพัฒนาการของเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมทั้งในโลกของสื่อและในโลกของวิชาการนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไข/ปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการคือ ระดับความรุนแรงของปัญหาสิ่งแวดล้อมในโลกแห่งความเป็นจริง และจุดยืนด้านสิ่งแวดล้อม (อย่างน้อย 3 ระดับที่ได้กล่าวไปแล้วคือ อนุรักษ์ ปฏิรูป เปลี่ยนระบบ) ที่อยู่ในโลกแห่งความรู้/ความคิด/ความเข้าใจของนักสื่อสารมวลชน/นักวิชาการ

ในที่นี้ จะขอนำเสนอพัฒนาการของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในไทยโดยจะแบ่งออกเป็น 3 ยุค และใช้การจัดแบ่งประเภทแนวทางศึกษาเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่ R. Cox (2013) ได้นำเสนอเอาไว้ที่ได้กล่าวถึงข้างหน้ามาประกอบ ดังนี้

ยุคแรก: ยุครักสายลมแสงแดด (ช่วงก่อนปีพ.ศ.2530) อันที่จริงในสังคมไทยมีกลุ่มคนเล็กๆกลุ่มหนึ่งที่มีความสนใจและมีความรักในธรรมชาติที่ทำงานอย่างต่อเนื่องอยู่แล้ว และเป็นที่รู้จักในหมู่สาธารณชน เช่น กลุ่มอนุรักษ์สัตว์ป่า เช่น นพ.บุญส่ง เลขะกุล แต่ทว่าก็เป็นเพียงคนกลุ่มเล็กๆกลุ่มหนึ่ง สำหรับข้อมูลเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในยุคแรกนี้ ได้มาจากข้อมูลจากงานวิจัยของสุชาดา มิตรรามัญญ์ (2538) เรื่อง “บทบาทหน้าที่ของนิตยสารสารคดีในการอนุรักษ์ธรรมชาติ” ผู้วิจัยออกแบบการศึกษาในลักษณะพัฒนาการ (Diachronic analysis) โดยวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารสารคดี ตั้งแต่ฉบับที่ 1 ที่ออกในเดือนกุมภาพันธ์ 2528 ถึงฉบับที่ 108 (กุมภาพันธ์ 2537) รวม 10 ปี

และผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารดังกล่าว ผู้วิจัยได้แบ่งพัฒนาการของนิตยสารออกเป็น 3 ยุค ในยุคแรกนี้จะอยู่ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2528-กุมภาพันธ์ 2530 สำหรับเนื้อหาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมนั้นจะมีการนำเสนอลักษณะที่เป็นแนวความรู้เกี่ยวกับสัตว์-พืช



ผสมกับการผจญภัยของนักวิจัย ซึ่งดูเหมือนจะเป็นการสืบทอดความเข้าใจว่า “ธรรมชาติ” ก็คือพืชและสัตว์ร่วมโลกจากกลุ่มอนุรักษ์สัตว์ป่าของ นพ.บุญส่ง เลขะกุล ทั้งนี้ผู้ผลิตนิตยสารได้ให้เหตุผลว่า ต้องการให้ผู้อ่าน รู้จักและเข้าใจธรรมชาติเสียก่อน จึงจะเกิดความรักธรรมชาติได้

อันที่จริง สำหรับบริบทสังคมไทยในช่วงทศวรรษ 2530 นั้น ปัญหาความขัดแย้งด้านสิ่งแวดล้อมนั้นได้ปะทุขึ้นมาบ้างแล้ว เช่น กรณีคัดค้านการสร้างเขื่อนน้ำโจน กรณีการเผาโรงงานแทนทาลัม หรือการที่ทั่วโลกมองเห็นผลจากการทำลายสภาพแวดล้อมมากขึ้นจากการใช้สารซีเอฟซีหรือการเกิดปรากฏการณ์เรือนกระจก เป็นต้น ซึ่งสภาพการณ์เหล่านี้ได้รับความสนใจเฉพาะในกลุ่มนักวิชาการหรือกลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติเท่านั้น โดยสื่อมวลชนไทยยังไม่ได้หยิบยกประเด็นเหล่านี้มากล่าวถึงมากนัก นอกจากจะมีการรายงานข่าวแบบการเกิดความขัดแย้งทั่วไป

ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับข้อสังเกตของอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (1992) ซึ่งวิเคราะห์สื่อโทรทัศน์ และพบว่า ในช่วงยุคแรกนี้ มิติด้านสิ่งแวดล้อมที่ปรากฏในจอโทรทัศน์ไทยจะเริ่มด้วยการฉายภาพยนตร์สารคดีต่างประเทศที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ธรรมชาติ (Natural history) เช่น รายการ Singer World หรือ Life on Earth เป้าหมายของรายการพวกนี้ก็เพื่อปลูกฝังให้เข้าใจและรักธรรมชาติ (เน้นการสร้างสิ่งแวดล้อมในใจ) โดยยังไม่มีบริบททางเศรษฐกิจและการเมืองเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยมากนัก (เราจึงขนานนามยุคนี้ว่าเป็นยุครักสายลมแสงแดด)

ในช่วงปลายๆของยุคแรกนี้ เมื่อระดับความรุนแรงของสิ่งแวดล้อมเริ่มทวีมากขึ้นและกระชกเข้ามาใกล้ตัวมากยิ่งขึ้น เช่น ความเน่าเสียของแม่น้ำเจ้าพระยา ดังนั้น จึงได้เริ่มเห็นรายการโทรทัศน์ประเภท “รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ” ที่ยังคงสืบทอดจิตสำนึกแบบอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Conservation Consciousness) แต่เริ่มเพิ่มมิติการกระทำเข้าไป ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า สภาวะแวดล้อมนั้นเริ่มส่งอาการน่าเป็นห่วงให้เห็นใกล้ๆตาแล้ว และประเด็นเรื่องน้ำก็ดูมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของ

ผู้คนทั่วไปมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับ การสูญเสียพันธุ์ของพืชและสัตว์ป่า อย่างไรก็ตาม รายงานประเภทยังอยู่ในระดับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของปัจเจกเท่านั้น

แต่ทว่าคุณูปการของรายงานสื่อมวลชนประเภท “อนุรักษ์ธรรมชาติ” นี้ก็นับว่ามีอยู่พอสมควรในการเสริมสร้างทั้งสิ่งแวดล้อมในใจรวมทั้งการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของระดับบุคคล ดังที่ ประภาพรรณ อุ๋นอบ (2529) ได้วิจัยประเมินผลเรื่อง “ผลของการโฆษณาทางโทรทัศน์ เรื่อง “ดาวพิเศษ” ที่มีต่อพฤติกรรมการทิ้งขยะของนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนต้น” นักวิจัยออกแบบการทดลองให้นักเรียนชั้นประถมต้นดูรายการ “ดาวพิเศษ” ติดต่อกันทุกวัน วันละ 1 ครั้ง เป็นเวลา 1 สัปดาห์ และพบว่านักเรียนจะมีพฤติกรรมทิ้งขยะลงถังเป็นประจำทุกครั้ง ซึ่งเป็นไปตามหลักของการปลูกฝังความเคยชินที่ดีให้เกิดขึ้นก่อนหน้าความเคยชินที่ไม่ดี อย่างไรก็ตาม หากขอบเขตและสาเหตุของปัญหานั้นกว้างเกินกว่า “ระดับปัจเจก” เช่น การทิ้งน้ำเสียของโรงงานลงแม่น้ำ หากดาวพิเศษมองไม่เห็นปัญหาในระดับนี้ หายนะของสิ่งแวดล้อมก็คงจะแก้ไขไม่ได้ และในกรณีของปัญหาที่มีขนาดใหญ่ขึ้นเช่นนี้ก็คงต้องอาศัยมาตรการอื่นๆ เช่น มาตรการกฎหมาย มาตรการเฝ้าระวัง เป็นต้น

ยุคทอง: ช่วงเวลาแห่งความขัดแย้ง ในช่วงทศวรรษ 2520-2530 และช่วง 2530-2540 ในสังคมไทยเกิดความขัดแย้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมปะทุขึ้นมาอยู่ตลอดเวลา เช่น กรณีการสร้างเขื่อนน้ำโจน (พ.ศ. 2525-2526) การสร้างเขื่อนแก่นกรุง (พ.ศ.2531-2533) ปัญหามลพิษจากโรงไฟฟ้าแม่เมาะ (พ.ศ.2534-2537) การทำอัตรวิบาตกรรมของคุณสืบ นาคะเสถียร เพื่อรักษาป่าห้วยขาแข้ง เหตุการณ์โคลนถล่มที่ จ.นครศรีธรรมราชอันเนื่องมาจากการตัดป่าไม้ ฯลฯ การปะทุขึ้นของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ไม่อาจจะปกปิดต่อไปได้และที่ทะเยอต่เนื่องกันมาอย่างไม่ขาดสาย ทำให้ความสนใจของประชาชนรวมทั้งสื่อมวลชนที่มีต่อเรื่องวิกฤติสิ่งแวดล้อมมีมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อรัฐบาลประกาศให้ปีพ.ศ.



2532-2535 เป็นปีแห่งการพิทักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

นักวิชาการบางท่านวิเคราะห์ว่า ความขัดแย้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมในช่วงสองทศวรรษนี้เกิดขึ้นเนื่องจากระบบการผลิตแบบทุนนิยมในไทยขยายตัวมากขึ้น และจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น (เช่น น้ำ ไฟฟ้า) ในขณะที่จำนวนทรัพยากรมีอย่างจำกัด และชาวชนบทซึ่งเป็นผู้ใช้ทรัพยากรดังกล่าวเป็นแหล่งสนับสนุนชีวิตการทำมาหากินเพื่อยังชีพของเขา (Life support system) ดังนั้น การเข้าไปแย่งชิงพรากทรัพยากรไปจากชีวิตชาวชนบท จึงเสมือนพรากเงื่อนไขแห่งการมีชีวิตอยู่ของพวกเขาออกไป และจำเป็นต้องดิ้นรนต่อสู้รักษาเอาไว้ แรงจูงใจในการอนุรักษ์ธรรมชาติของคนกลุ่มนี้จึงมิได้เป็นเพียงปัญหาหรรษาแลมแสงแดดเท่านั้น หากทว่าเป็นปัญหาความเป็น-ความตายของชาวชนบทเลยทีเดียว (Life & death struggle)

ตัวอย่างงานวิจัยที่สะท้อนให้เห็นพัฒนาการของเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในยุคที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงเวลาแห่งความขัดแย้งก็เช่น งานศึกษาของพัชรมณี เย็นมันคง (2539) เรื่อง “การสื่อสารในภาวะความเสี่ยงของผู้รับสารในเขตที่จะมีการก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังความร้อนจากขยะจ.เชียงใหม่” หรืองานวิจัยของสุนีย์ หนูสง (2539) ที่ได้กล่าวถึงมาแล้วว่า เมื่อพลังงานจากน้ำมันมีแนวโน้มว่าจะหมดไปในอนาคต ระบบอุตสาหกรรมก็เริ่มแสวงหาพลังงานจากแหล่งอื่นๆ เช่น พลังงานนิวเคลียร์ รวมทั้งโรงไฟฟ้าพลังความร้อนจากขยะของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ที่มีอยู่ในงานศึกษาวิจัยของพัชรมณีชิ้นนี้ แต่เนื่องจากระบบการผลิตพลังงานใหม่ๆ เหล่านี้ย่อมมีความเสี่ยงเกิดขึ้น เช่น การสร้างโรงงานไฟฟ้าที่จะนำเอาขยะมาเผาพร้อมกับถ่านหินที่ทำให้เกิดมลภาวะขึ้น ในช่วงเวลาที่ศึกษา คือ พ.ศ.2538 เมื่อ กฟภ.คิดจะสร้างโรงไฟฟ้าพลังความร้อนจากขยะในเขตพื้นที่ต่างๆในจ.เชียงใหม่ แต่ก็ได้รับการคัดค้านจากทั้งกลุ่มชาวบ้านและกลุ่มองค์กรต่างๆ จนต้องตัดสินใจย้ายพื้นที่ก่อสร้าง จนกระทั่งประเด็นลูกกลมกลายเป็นปัญหาความขัดแย้งที่ผู้คนรับทราบกันในระดับ

ชาติ และรัฐบาลต้องสั่งชะลอโครงการในที่สุด

สำหรับในกรณีนี้ ผู้วิจัยถือว่าเป็นกรณีของความล้มเหลวด้านการสื่อสารเรื่องความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดความเข้าใจกันระหว่างคู่กรณีทั้ง 2 ฝ่าย นักวิจัยจึงต้องการจะศึกษาการสื่อสารเรื่องความเสี่ยงจากฝ่ายผู้รับสารคือกลุ่มประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ (กลุ่มตัวอย่าง 120 คน) ว่ามีการเปิดรับข่าวสารจากแหล่งข้อมูลใดไม่ว่าจะเป็นแหล่งข้อมูลจาก กพท. หรือจากแหล่งอื่นๆ มีปัจจัยอะไรบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ความไม่มั่นใจในเทคโนโลยีสมัยใหม่เช่นการสร้างไฟฟ้าจากขยะ รวมทั้งผู้รับสารมีวิธีการจัดการกับความเสี่ยงอย่างไร (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป)

ในขณะที่การดำเนินงานวิจัยของพัชรมณีนี้ได้สะท้อนให้เห็นความล้มเหลวของการสื่อสารเรื่องสิ่งแวดล้อมในภาวะความเสี่ยงของผู้ที่มีบทบาทเป็นผู้สร้างปัญหาสิ่งแวดล้อมในเวลาเดียวกัน อาจจะเป็นเนื่องจากเป็นช่วงเวลาเริ่มต้นของการขยายการรับรู้เรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อมจากคนกลุ่มเล็กๆ ที่มีความสนใจในเรื่องนี้ไปสู่สาธารณชนวงกว้าง ดังนั้น แม้แต่ในมวลหมู่มวลคนที่อยู่ในสถานะที่ต้องการจะแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมเอง ก็ยังมีข้อจำกัดเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน ดังตัวอย่างข้อสรุปจากงานสัมมนาเรื่อง “กระຈกหกด่าน: สิ่งแวดล้อมไทย ปีพ.ศ.2538 มีการประมวลข้อจำกัดของนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไทยว่า มีอยู่ 4-5 ประการหลักๆคือ

(1) **ทักษะการสื่อสาร** นักสิ่งแวดล้อมยังไม่สามารถให้คำอธิบายเรื่องสิ่งแวดล้อมแก่สาธารณชนให้เข้าใจได้อย่างทะลุปรุโปร่งหรือได้อย่างครบถ้วน อันอาจจะเนื่องมาจากการแปลงแนวคิด/คำศัพท์จากด้านวิทยาศาสตร์มาสู่ความเข้าใจของมวลชนยังไม่ดีพอ

(2) **ระบบวิธีคิด** นักสิ่งแวดล้อมไทยยังคิดถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วยระบบคิดแบบตะวันตก ทำให้ไม่สามารถสื่อสารได้ดีกับมวลชนที่มีวิธีคิดแบบตะวันออก

• **ในด้านกรลงมือทำกิจกรรม** ยังคงมุ่งเน้นแต่การสร้างและปลูกจิตสำนึกให้แก่ระดับบุคคล โดยลืมนักวิจัยมหาด้านกรเมือง/พลัง



อำนาจในสังคม

- **ในแง่กลยุทธ์** มักจะมุ่งเน้นการเยียวยา มากกว่าป้องกัน คือ ต้องรอให้เป็นปัญหาที่วิกฤติเสียก่อน

- **ในแง่การจัดการ** ยังมีความเชื่อมั่นในการจัดการด้วยเทคโนโลยีมากกว่าจะเน้นเรื่องกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อม

(แน่นอนว่า ปัจจุบันนี้ ในปีพ.ศ.2556 สภาพความเป็นจริงหลายอย่างก็ได้เปลี่ยนแปลงไปจากข้อสรุปข้างต้นนี้ แต่หลายข้อก็ยังน่ารับฟังอยู่)

แต่ไม่ว่าการสื่อสารสิ่งแวดล้อมจะยังคงมีข้อจำกัดหรือปัญหาอุปสรรคใดๆก็ตาม แต่ทว่าข้อเท็จจริงประการหนึ่งก็คือ ในเชิงปริมาณแล้ว มีการขยายตัวของ การเผยแพร่ข่าวสารเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในสื่อต่างๆประเภท ตัวอย่างเช่น ในงานวิจัยนิตยสารสารคดีของสุชาติ มิตร-รามัญ (2538) ที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว ก็ได้ระบุว่า ในยุคที่ 2 (ผู้วิจัยจัดไว้ช่วงมีนาคม 2531-มกราคม 2534) ปริมาณการนำเสนอแนะประเด็นความขัดแย้งด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในนิตยสารสารคดีมีเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่สารคดีแนวชีวิตสัตว์นั้นลดลง รวมทั้งวิธีการนำเสนอประเด็นดังกล่าวก็ทำได้อย่างมีคุณภาพ มีความแหลมคมและเป็นที่ยอมรับของผู้อ่าน สุชาตินักวิจัยวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวว่า เกิดขึ้นเนื่องมาจากทั้งปัจจัยภายนอกคือความรุนแรงของปัญหาในสังคมไทยที่เพิ่มมากขึ้นในช่วงเวลานั้น พร้อมทั้งปฏิกริยาและความพยายามที่จะหาหนทางแก้ไขปัญหาที่มีมากขึ้นเช่นเดียวกัน รวมทั้งปัจจัยภายในของนิตยสารสารคดีเอง คือการเปลี่ยนตัวบรรณาธิการมาเป็นคุณวันชัย ดันติวิทยานพิตักษ์ ผู้มีแนวคิดด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติที่ชัดเจน

นอกจากการศึกษาคณะสื่อสิ่งพิมพ์แล้ว ในกรณีของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ก็พบปรากฏการณ์ที่คล้ายคลึงกัน จีวรรรณ กมลรัตนโยธิน (2536) วิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาและความหมายของรายการสารคดี

สิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์” โดยศึกษาพัฒนาการของรายการสารคดีทั้งแบบสั้นและยาวทางโทรทัศน์ ตั้งแต่ปีพ.ศ.2532-2534 จากที่เคยมีเพียงการผลิตสเปตอรณรงค์ในปี 2532 เริ่มมีรายการสารคดี 1 รายการ และในปี 2534 ได้เพิ่มเป็น 6 รายการ แต่ทว่าเนื้อหาส่วนใหญ่ยังเป็นเรื่องสิ่งแวดล้อมในเมืองหลวง (อาจเป็นข้อจำกัดเรื่องงบประมาณและกระบวนการผลิต) ในเชิงคุณภาพ จีวรรรณได้ใช้เกณฑ์เรื่องระดับของการเสนอแนวทางแก้ไขสิ่งแวดล้อม 3 แนวที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น คือ กลุ่มรณรงค์/อนุรักษ์ กลุ่มปฏิรูป กลุ่มเปลี่ยนระบบ และพบว่า ปริมาณเนื้อหาของกลุ่มรณรงค์/อนุรักษ์ยังมีปริมาณมากที่สุด โดยมีตัวแปรเรื่องประเภทรายการเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย คือถ้าเป็นรายการประเภทสารคดีสั้นๆ มักจะเป็นเรื่องการรณรงค์ ส่วนสารคดียาวมักจะมีพื้นที่มากพอที่จะนำเสนอเนื้อหาในระดับการปฏิรูปและการเปลี่ยนระบบได้

ผลสืบเนื่องจากการเพิ่มขยายทั้งปริมาณและการเปลี่ยนแปลงในแง่คุณภาพของการนำเสนอข่าวสารและสารคดีผ่านสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ในยุคที่ 2 นี้ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (1992) ก็ให้ข้อสรุปว่า เมื่อสื่อมวลชนรายงานข่าวประเภทต่อต้านการสร้างเขื่อนเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะ เป็นกรณีที่ต่อต้านสำเร็จหรือไม่สำเร็จก็ตาม แต่อย่างน้อยสื่อมวลชนก็ได้ช่วยยกระดับความเข้าใจของสาธารณชนจากที่เคยรับรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมแบบ “สายลมแสงแดด” มาเป็นเรื่องแบบ “บู๊ตึเดียดเคล้าด้วยเศรษฐกิจการเมือง” อันเป็นระดับของสิ่งแวดล้อมแบบ Environmentalist มากกว่าจะเป็น Conservationist เช่นยุคแรก

(3) ยุคที่ 3: ยุคการจัดการสิ่งแวดล้อม (นับตั้งแต่ทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา) หลังจากผ่านพ้นยุคสายลมแสงแดดและยุคปะทะเฉี่ยวชนมาแล้ว การสื่อสารสิ่งแวดล้อมก็ก้าวเข้าสู่ยุคที่ 3 ที่อาจจะเรียกว่า “ยุคการจัดการสิ่งแวดล้อม” (แน่นอนว่า ยังมีกลุ่มและกิจกรรมแบบยุค 1 และ 2 เกิดขึ้นอยู่ด้วยในยุคที่ 3 นี้) ยุคนี้อาจเทียบเคียงได้กับจุดยืนแบบปฏิรูป (Reform) ที่มีแนวคิดพื้นฐานว่า เรื่องของสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นเรื่อง

ที่จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการ ซึ่งหากมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพที่ดี ก็จะไม่ทิ้งทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งลดทอนความขัดแย้งระหว่างผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และยังช่วยให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน แนวคิดเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม แม้ว่าจะเป็นแนวคิดที่คนหลายกลุ่มยอมรับได้ แต่ทว่าความแตกต่างก็ยังคงดำรงอยู่ในขั้นตอนของรายละเอียดว่า ที่ว่าจะมีการบริหารจัดการนั้น ใครจะเป็นคนจัดการ จัดการโดยมีเป้าหมายหลักเพื่ออะไร ใช้วิธีการอะไรจัดการ หรือใช้มาตรการอะไรไปจัดการ

หากเราใช้แนวคิดของ R. Cox (2013) มาแบ่งกลุ่มการจัดการสิ่งแวดล้อมในยุคที่ 3 นี้ ก็อาจจะแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆคือ

(ก) กลุ่มที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อม

(ข) กลุ่มที่ลงไปแสวงหาภูมิปัญญาหรือกรณีที่ชุมชนท้องถิ่นประสบความสำเร็จในการจัดการสิ่งแวดล้อม

(ค) กลุ่มที่นำเสนอแนวคิดใหม่ๆในการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น แนวคิดธุรกิจสีเขียว สิทธิด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

(ก) กลุ่มที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อม

ในการประมวลแนวทางการศึกษาการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของ R. Cox (2013) นั้น มีแนวทางหนึ่งคือ การศึกษากลุ่มที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อม (ซึ่งจะเลือกใช้แนวทางนี้ได้ก็ต้องหมายความว่า ในเงื่อนไขความเป็นจริง ได้มีการนำแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาประเทศมาใช้แล้ว) โดยเฉพาะในมุมมองของนักนิเทศศาสตร์ ก็ต้องเจาะเข้าไปศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมเป็นพิเศษ ซึ่งอาจจะประเมินรูปแบบการสื่อสาร บทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร ปัญหาอุปสรรคของการใช้การสื่อสารรูปแบบต่างๆ

ตัวอย่างงานวิจัยในแนวทางนี้ได้กล่าวถึงไปแล้ว คือ งานวิจัยของอูษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์ (2538) “แนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ของรัฐ: ศึกษาเฉพาะโครงการเขื่อนหรืออ่างเก็บน้ำ”

และนอกเหนือจากวิธีการศึกษาแบบวิเคราะห์กรณีศึกษาโดยตรงเช่นนั้นแล้ว ก็อาจจะมีวิธีการศึกษาที่เบากว่าแต่มีขอบเขตกว้างขวางกว่า เช่น งานของอารยา ศุภุทธมงคล (2535) เรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยทำงานวิจัยชิ้นนี้ภายใต้บริบทช่วงทศวรรษ 2530 ที่ในด้านหนึ่ง ปัญหาสิ่งแวดล้อมในสังคมไทยเผยแพร่วิกฤตออกมาอย่างถึงขีดสุดดังที่ได้กล่าวมาแล้ว และในอีกด้านหนึ่ง ก็มีความพยายามที่จะฝ่าฟันภาวะวิกฤติดังกล่าวเช่นความพยายามจากภาครัฐไทยที่ได้กำหนดให้ปี 2532-2535 เป็นปีพิทักษ์สิ่งแวดล้อม รวมทั้งในช่วงเวลาดังกล่าวนั้น แนวคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจการสาธารณะ (public affairs) เป็นที่ยอมรับทั่วโลก ได้มีการศึกษาค้นคว้ารายละเอียดของการมีส่วนร่วมของประชาชนในมิติและระดับต่างๆ เช่น การมีส่วนร่วมในระดับการตัดสินใจร่วมกัน การเจรจาต่อรอง การปรึกษาหารือ และการให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น

ในท่ามกลางบริบทเช่นนี้ ภาคธุรกิจซึ่งดูจะเป็น “ผู้ร้ายในเรื่องสิ่งแวดล้อม” ก็ได้มีการปรับตัวเช่นกัน รูปแบบแรกๆและเป็นรูปแบบที่ง่ายที่สุดของการเข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจก็คือผ่านรูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ดังที่สุจิตรา รัตนกรกช (2533) ที่ทำการวิเคราะห์โฆษณาส่งเสริมสังคมในสื่อโทรทัศน์ที่แตกต่างจากการโฆษณาขายสินค้าตรงที่เจ้าของธุรกิจจะใช้นโยบายที่ไม่ใช่การขายสินค้าของตน หากแต่จะเป็นการกระตุ้น/ปลุกจิตสำนึกผู้ชมให้ตื่นตัวต่อปัญหาต่างๆของสังคม ผู้วิเคราะห์ศึกษาภาพรวมของโฆษณาส่งเสริมสังคมตั้งแต่ปี พ.ศ.2519-2531 และพบว่ามีปัญหาสังคม 13 ประเภท ซึ่งในจำนวนนี้มีประเภทของปัญหาสิ่งแวดล้อมรวมอยู่ด้วยอย่างมาก เช่น ปัญหาความ



แห่งแล้ง ปัญหาพลังงาน ปัญหาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในด้านต่างๆ

แต่ถึงแม้จะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ในแง่มุมด้านนิเทศศาสตร์แล้ว ก็ยังไม่อาจแน่ใจได้ว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสารดังกล่าวจะมีจริงหรือไม่ หรือมีมากน้อยเพียงใด จนกว่าจะได้มีการวัดที่ปลายทางคือผู้รับสารอันเป็นที่มาของงานวิจัยของอารยาชิ้นนี้

อารยาผู้วิจัยออกแบบการวิจัยด้วยวิธีการวัดเชิงปริมาณระหว่างตัวแปรต้น คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาในโทรทัศน์ และตัวแปรตาม 2 ตัว คือความตระหนักและพฤติกรรมในเรื่องสิ่งแวดล้อมว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ซึ่งผลการวิจัยก็พบว่ามีความสัมพันธ์กันแง่มุมที่น่าสนใจสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ก็คือ ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามในการนิยามศัพท์ปฏิบัติการเรื่อง “ความตระหนักต่อเรื่องสิ่งแวดล้อม” ใน 7 แ่งมุดดังนี้

1. มนุษย์กับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กัน
2. ถ้าสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมและเป็นพิษ จะทำให้สิ่งมีชีวิตถูกทำลายไป
3. ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีปัญหาสิ่งแวดล้อมในชั้นวิกฤติ
4. ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิต
5. ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องใกล้ตัวที่อยากหลีกเลี่ยง
6. ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อทุกคนในสังคม
7. ปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร จะต้องรีบแก้ไขอย่างจริงจัง

เช่นเดียวกับการวัดผลกระทบที่เกิดประสิทธิผลของการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมจากโฆษณาในโทรทัศน์ซึ่งผู้วิจัยได้แยกแยะพฤติกรรม

กรรมของผู้ชมเป็น 2 ระดับ ระดับแรกคือพฤติกรรมปฏิการ (consummatory behavior) หมายถึงปฏิกริยาที่เกิดขึ้นในระหว่างเปิดรับสารและสิ้นสุดลงทันทีเมื่อสิ่งเร้าหมดแรงกระตุ้น กับพฤติกรรมอุปกรณ (Instrumental behavior) หมายถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นต่อเนื่องจากพฤติกรรมปฏิการเนื่องจากการมีแรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอื่นๆ ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ให้ความสนใจกับพฤติกรรมอุปกรณซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สำคัญสำหรับการเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการกับปัญหาสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้นิยามศัพท์ปฏิบัติการว่า การวัดพฤติกรรมอุปกรณที่เกิดขึ้นหลังจากเปิดรับสื่อโฆษณาจากโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น ตัวอย่างพฤติกรรมต่อไปนี้

(1) ปฏิบัติตามที่โฆษณานั้นแนะนำ เช่น การประหยัดน้ำ ประหยัดไฟ ฯลฯ

(2) ร่วมประชุมหรือเข้าฟังการประชุมในเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

(3) แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม

(4) ออกเงินหรือบริจาคช่วยเหลือในกิจกรรมที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

(5) ออกแรงในกิจกรรมที่เป็นการป้องกันรักษาและแก้ไขคุณภาพสิ่งแวดล้อม

(6) เผยแพร่ข่าวสารหรือให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแก่ผู้อื่น

(7) เป็นสมาชิกขององค์กรหรือหน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

(8) ชักชวนหรือแนะนำให้คนอื่นให้ความร่วมมือในการป้องกันรักษาและแก้ไขคุณภาพสิ่งแวดล้อม

(9) ให้ความร่วมมือและสนับสนุนในรูปแบบอื่นๆที่สื่อโทรทัศน์ขอมา

จะเห็นได้ว่า ลักษณะพฤติกรรม/กิจกรรมเหล่านี้ก็คือรูปแบบ



การมีส่วนร่วมเข้าไปช่วยบรรเทาหรือแก้ไขปัญหาสีงแวดล้อมนั่นเอง ซึ่งเท่ากับอย่างน้อยในสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เหล่านี้ก็ได้เผยแพร่รูปแบบที่ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในเรื่องสิ่งแวดลอมได้อย่างหลากหลายมากขึ้น

แนวคิดและรูปแบบการปฏิบัติการเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในเรื่องสิ่งแวดลอมนั้นเพิ่มความหลากหลายและทวีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น จากรูปแบบเบาๆที่ผ่านสื่อกลางเช่น การรณรงค์ทางสื่อโทรทัศน์ไปจนกระทั่งถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจของรัฐที่มีผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดลอม หลังจากผ่านประสบการณ์ของการมีส่วนร่วมในเรื่องสิ่งแวดลอมมาได้ประมาณหนึ่งทศวรรษ (ทศวรรษ 2530-2540) ในช่วงทศวรรษ 2550 ก็ได้เกิดนวัตกรรมของการมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดลอมในรูปแบบใหม่คือ กองทุนพัฒนาชุมชน ดังที่ปรากฏในงานวิจัยหลายๆชิ้น เช่น วรอร เหมสวัสดิ์ (2552) เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสาร การรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับกองทุนพัฒนาชุมชนของชุมชนรอบโรงไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ต.มาบตาพุด จ.ระยอง ประจำปี พ.ศ.2552” และงานที่ศึกษาในปีเดียวกัน แต่ในอีกพื้นที่หนึ่งคือ งานของ ธนัท สุวรรณกิตติ (2552) เรื่อง “การเปิดรับสื่อและการมีส่วนร่วมของประชาชนในกองทุนพัฒนาชุมชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าบางปะกง” ที่จะดูรายละเอียดในงานชิ้นนี้

ที่มาของรูปแบบใหม่ของการมีส่วนร่วมของประชาชนในเรื่องสิ่งแวดลอมในรูปแบบของ “กองทุนพัฒนาชุมชน” นั้น เกิดขึ้นจากกรณีการสร้างโรงไฟฟ้าโดยใช้เชื้อเพลิงชนิดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นก๊าซธรรมชาติ ถ่านหิน จนถึงพลังงานนิวเคลียร์ ซึ่งเชื้อเพลิงเหล่านี้ล้วนสร้างผลกระทบต่อด้านการกอมลพิษด้านสิ่งแวดลอมให้แก่ชุมชนรอบๆบริเวณโรงงาน ทำให้เกิดการต่อต้านการสร้างโรงงานไฟฟ้าจากชุมชน ความขัดแย้งมีระดับความรุนแรงถึงขนาดมีการลอบทำร้ายลอบฆ่าแกนนำการต่อต้าน ดังนั้นในช่วงรัฐบาลของพลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ เป็นนายกรัฐมนตรี (ปีพ.ศ.

2550) จึงมอบหมายให้มีการจัดตั้งกองทุนพัฒนาชุมชนโดยนำรายได้จากการขายไฟฟ้าของโรงไฟฟ้ามาตั้งเป็นกองทุนพัฒนาเพื่อให้ชุมชนพื้นที่รอบโรงไฟฟ้านำไปส่งเสริมคุณภาพชีวิต การศึกษา สาธารณสุข และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเป็นหลักประกันเพื่อชดเชยความเสียหายทันทีหากเกิดเหตุผลกระทบที่มาจากโรงงานไฟฟ้า

ธนัทผู้วิจัยได้เลือกกรณีศึกษาเป็นชุมชนรอบพื้นที่โรงไฟฟ้าบางปะกงว่า หลังจากมีการก่อตั้งกองทุนแล้ว ชุมชนได้มีการเปิดรับสื่อและการเข้ามามีส่วนร่วมในกองทุนดังกล่าวมาน้อยเพียงใด โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าบางปะกงในรัศมี 5 กิโลเมตร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า

(i) มีข้อมูลที่น่าสนใจว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลจากสื่อของทางกองทุนน้อยมาก แต่ประชาชนติดตามข้อมูลเรื่องกองทุนฯ จากสื่อมวลชนอย่างมาก รวมทั้งติดตามข่าวสารของกองทุนในหลายประเด็น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการพัฒนาท้องถิ่นโดยงบประมาณของกองทุน การบริหารงานของกองทุน และต้องการทราบปัญหาของกองทุน โดยผ่านรูปแบบการสื่อสารพูดคุยกันภายในชุมชน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นว่า ชุมชนมีความต้องการ (need) ข่าวสารข้อมูล แต่ก็เลือก (selectivity) ช่องทางของการสื่อสารตามแนวคิดของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification approach)

(ii) และเมื่อสาวไปหาสาเหตุของแบบแผนการเปิดรับสื่อดังกล่าว ก็จะพบว่าต้นตออันเกิดมาจาก “ตัวแหล่งข้อมูลข่าวสาร” กล่าวคือ การเผยแพร่ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของกองทุนนั้นดำเนินการเพียงช่วงระยะเวลาสั้นๆ ไม่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และสื่อที่ใช้ไม่ได้ถูกแพร่กระจายไปให้ท้องถิ่นอย่างทั่วถึง ในส่วนเนื้อหาภาษาที่ใช้เป็นทางการและไม่มีคำบรรยายที่ละเอียดพอ จึงทำให้ประชาชนไม่สนใจเอกสารแจกของกองทุน และเมื่อประชาชนไม่เข้าใจรายละเอียดในการเขียนโครงการไป



ขอรับทุนสนับสนุน ก็ทำให้เขียนโครงการไม่ผ่านการพิจารณา จึงเกิดความท้อแท้และไม่อยากทำโครงการใดๆอีก ซึ่งสาเหตุสำคัญของปัญหาก็คือความไม่จริงจังในงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของกองทุนนั่นเอง

(iii) ด้วยเหตุนี้ ในข้อเสนอแนะของประชาชนซึ่งยังคงมีความต้องการข้อมูลข่าวสารอันเป็นมิติเริ่มต้นที่จะนำไปสู่การมีส่วนร่วมในมิติอื่นๆ ประชาชนจึงเสนอให้ “เพิ่มขยายช่องทางการสื่อสาร” (จากเดิมที่มีเพียงเอกสารแจก) มาเป็นหลายๆช่องทาง เช่น เสียงตามสาย การติดประกาศในชุมชน วิถีชุมชน โทรทัศน์ รวมทั้งสื่อบุคคลของชุมชนด้วย

งานวิจัยเรื่องรูปแบบการมีส่วนร่วมในระดับต่างๆ โดยมีการสื่อสารเป็นยาดำ/ตัวช่วยนี้ยังเปิดกว้างต่อการค้นคว้าวิจัยอีกอย่างยาวนานในอนาคต และยังสามารถที่จะคิดริเริ่มสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ๆสไตส์แปลกๆ ได้อยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างงานวิจัยที่น่าสนใจก็เช่น เกษม เทียงธรรม (2553) เรื่อง “การพัฒนาเส้นทางศึกษาธรรมชาติภูมิกรุงเขียวโดยการมีส่วนร่วมของชาวบ้านตำบล ต.บุพราหมณ์ อ.นาดี จ.ปราจีนบุรี” ซึ่งโดยปกติแล้ว การค้นคิดสื่อประเภทเส้นทางศึกษาธรรมชาติเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น มักจะเป็นการค้นคิด/จัดทำมาจากฝ่ายส่งเสริมที่เป็นเจ้าหน้าที่รัฐ (เจ้าหน้าที่อุทยาน) หรือผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญแต่เพียงฝ่ายเดียว ทั้งที่ชาวบ้านที่อาศัยอยู่บริเวณโดยรอบของพื้นที่นั้นก็เป็น “ผู้รู้เนื้อหาเกี่ยวกับธรรมชาติในพื้นที่” ที่ดีไม่น้อยกว่าเจ้าหน้าที่ ดังนั้น ในงานวิจัยชิ้นนี้ เกษมนักวิจัยจึงได้ริเริ่มกระบวนการพัฒนาเส้นทางศึกษาธรรมชาติแบบมีส่วนร่วมของชาวบ้าน ซึ่งส่งผลให้มากกว่า “การได้เส้นทางศึกษาธรรมชาติ” แบบที่เคยมีมา เช่น ทำให้ชาวบ้านเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมนี้ และเกิดความภาคภูมิใจ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเจ้าหน้าที่อุทยานและชาวบ้าน อย่างไรก็ตาม นักวิจัยก็ได้พบปัญหาอุปสรรคระหว่างกระบวนการทำงาน โดยเฉพาะปัญหาด้านการสื่อสาร เนื่องจากลักษณะชุดภาษาระหว่างเจ้าหน้าที่กับชาวบ้านนั้นแตกต่างกันและต้องมีการปรับภาษาเข้าหากัน เป็นต้น

(ข) กลุ่มแสวงหาภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือกรณีวิธีการจัดการของท้องถิ่น

คู่ขนานไปกับแนวคิดเรื่องการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในด้านต่างๆของเรื่องสิ่งแวดล้อมก็คือ แนวคิดเรื่องการแสวงหาภูมิปัญญาท้องถิ่นในเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม แนวคิดดังกล่าวนี้มีการเคลื่อนไหวในระดับโลก เช่น เนื้อหาในหนังสือ*นิเวศวิทยากับศาสนา*ของเดวิด คินสลีย์ (2551) ที่ผู้เขียนนำเสนอทัศนะว่า ในบรรดาชนพื้นเมืองอเมริกัน ชนพื้นเมืองออสเตรเลีย ชาวโชนู ชาวโคยुकอน ฯลฯ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ยังชีพอยู่ด้วยระบบรองรับของธรรมชาติ (Life support system) ดังนั้น ในกลุ่มคนเหล่านี้จึงสร้างสรรค์ภูมิปัญญา (ที่อาจจะแฝงฝังอยู่ในรูปของศาสนาและพิธีกรรมความเชื่อต่างๆ) ที่จะใช้และทำนุบำรุงรักษาธรรมชาติเอาไว้อย่างยั่งยืนเพื่อความอยู่รอดของพวกเขาเอง ดังนั้น วิธีการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมนั้นจึงมีได้มีเพียงวิถีทางของนิเวศวิทยาสมัยใหม่ที่เป็นแบบวิทยาศาสตร์เท่านั้น จึงเริ่มมีงานศึกษาค้นคว้าภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านี้

ในกรณีของไทย ก็เริ่มมีงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่ใช้แนวคิดของกลุ่มแสวงหาภูมิปัญญาท้องถิ่นนี้เช่นกัน เช่น ใจทิพย์ สอนดี (2543) เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารในโครงการของป่าชุมชน” การบวชป่าชุมชนนั้นอาจจะถือได้ว่าเป็น “นวัตกรรมของการจัดการสิ่งแวดล้อม” โดยที่นวัตกรรมดังกล่าวนี้มีรากฐานมาจากความคิดด้านพุทธศาสนาและประเพณี “บวชพญาไม้” (ต้นไม้ที่ใหญ่ที่สุดในบริเวณป่านั้น) ซึ่งเป็นประเพณีของทางภาคเหนือที่มีเนื้อหาสำคัญ (core message) ว่าต้นไม้ที่บวชแล้วใครจะไปตัดไม้ได้

และเมื่อปัญหาการตัดไม้ทำลายป่าของทางภาคเหนือมีความรุนแรง และไม่มีมาตรการใดจากรัฐจะสามารถ “เอาอยู่” แล้ว ในที่สุดในปีพ.ศ.2530 บุคลากรทางศาสนาเช่นพระครูมานัสสีพิทักษ์ อ.แม่ใจ จ.พะเยา จึงได้คิดประยุกต์การบวชพญาไม้มาเป็นการบวชป่าเพื่อยับยั้ง

การลักลอบตัดไม้บริเวณป่าต้นน้ำ หลังจากนั้นได้มีผลสะท้อนกลับมาจากหลายด้าน โดยเฉพาะสื่อมวลชนทำข่าวเผยแพร่เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง และประสิทธิผลของนวัตกรรมนี้ก็ได้อิทธิพลแล้วว่า การบวชป่าครั้งนั้นสามารถช่วยยับยั้งการตัดไม้ทำลายป่าได้ และยังสามารถรณรงค์ให้ชาวบ้านตื่นตัวเข้ามาช่วยอนุรักษ์ป่าในแง่มุมอื่นๆ

จากความสำเร็จดังกล่าวในพื้นที่หนึ่งเมื่อมีการเผยแพร่ข่าวสารนวัตกรรมดังกล่าวจึงได้ขยายตัวไปยังพื้นที่อื่นๆ และภูมิภาคอื่นๆ เช่น ภาคอีสานและภาคใต้ด้วย จนกระทั่งปีพ.ศ.2539-2540 จึงได้เกิดโครงการขนาดใหญ่คือ โครงการบวชป่าชุมชนให้ได้ถึง 50 ล้านต้น เพื่อวาระโอกาสการฉลองครองราชย์ 50 ปีของในหลวง โครงการนี้ได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นทางราชการ องค์กรธุรกิจ สาธารณชน สื่อมวลชน และชาวบ้านในชุมชน จึงเป็นที่มาของงานวิจัยของจิตพิพม์ครั้งนี้ที่จะวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารที่เกิดขึ้นในโครงการบวชป่า 50 ล้านต้นที่กินเวลาช่วงปีพ.ศ.2539-40 ในเขตพื้นที่ จ.เชียงใหม่และจ.เชียงราย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และสัมภาษณ์เจาะลึกแกนนำของกลุ่มที่เข้าร่วมเป็นผู้ดำเนินการหลักของโครงการบวชป่าชุมชนจำนวน 56 คน ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

(i) ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการป่าในแต่ละพื้นที่นั้นมีความหลากหลายเพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ (localized) ซึ่งอาจจะแตกต่างจากภูมิปัญญาการจัดการของรัฐซึ่งอาจจะมีรูปแบบเดียวใช้ได้ทั่วประเทศ เช่น ข้อกำหนดในการเข้าไปใช้ประโยชน์จากป่าจะแตกต่างกัน กฎระเบียบอาจจะกลายเป็นลายลักษณ์อักษร หรือใช้จารีตประเพณี เป็นต้น

(ii) สำหรับปัจจัยการเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการบวชป่านั้น มีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยที่ปัจจัยภายในนั้นมีความสำคัญมากกว่า ปัจจัยภายในนั้นแบ่งได้เป็น 2 ปัจจัยย่อยคือ ความเชื่อ/ความศรัทธา ซึ่งมีข้อน่าสังเกตว่ามีแหล่งที่มาของความศรัทธาถึง 3 แหล่ง คือ

จากแหล่งเดิมอันได้แก่ตัวพิธีกรรมบวชป่า ความศรัทธาต่อพระมหากษัตริย์ (เนื่องจากโครงการนี้จัดทำเพื่อฉลอง 50 ปีแห่งการครองราชย์) และความศรัทธาต่อการจัดการป่าของชุมชน ดังนั้นความศรัทธานั้นสามารถประสานทั้งแหล่งทางธรรม (sacred) และแหล่งทางโลกได้ (secular) อีกปัจจัยย่อยหนึ่งเกิดจากการมีส่วนร่วมในโครงการที่ก่อให้เกิดความรู้สึกที่สอดคล้องตรงใจ รู้สึกเป็นเจ้าของโครงการ รับผิดชอบได้เรียนรู้ เป็นต้น

ส่วนปัจจัยภายนอกก็มาจากการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวชักชวนของโครงการ หรือมาจากลักษณะที่ยืดหยุ่น/มีช่องทางให้เข้ามามีส่วนร่วมได้หลายแบบ และเอื้อต่อความพร้อมของประชาชน

(iii) มีข้อที่น่าสังเกตว่า แม้ว่าโครงการบวชป่านี้จะดูมีรูปลักษณะเป็นโครงการด้านศาสนา หากทว่าในเนื้อในที่มีเนื้อหาหลัก (core message) นั้น ก็มีลักษณะที่คัดค้านเนื้อหาวิถีคิดการจัดการป่าของภาครัฐอยู่ ปลายๆ เพราะผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาที่สำคัญของโครงการบวชป่าชุมชน 50 ล้านต้นว่า คือเนื้อหาที่ว่า “คน ชุมชน อยู่ร่วมกับป่าได้” โดยที่คนและชุมชนนั้นจะต้องมีจิตสำนึกอนุรักษ์ป่าและมีความรู้ที่จะจัดการดูแลพื้นที่ป่าด้วยกฎเกณฑ์และตามแบบของชุมชนเองอย่างเหมาะสมในบริบทวัฒนธรรมของชุมชน

(iv) นอกจากนี้ผลการวิจัยยังแสดงอีกว่า สิ่งที่เรียกว่า “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” เช่น การบวชป่าเพื่อเป็นกุศโลบายในการพิทักษ์ป่า นั้น ภูมิปัญญานี้มิได้หยุดนิ่ง หากทว่ามีการผสมผสาน (hybridization) กับภูมิปัญญาแบบใหม่อยู่ตลอดเวลา ดังนั้น วิธีการจัดการป่าชุมชนนั้นจึงได้มีรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ๆ ปรากฏร่วมอยู่ด้วย เช่น

- การแสดงหลักฐานยืนยันด้วยโมเดล แผนที่ เพื่อแสดงให้เห็นพื้นที่บริเวณ และการจัดการแบ่งพื้นที่ในการจัดการป่าว่า เขตใดสำหรับอาศัย เขตใดสำหรับทำกิน เขตใดคือเขตอนุรักษ์ป่าหวงห้าม

- การแสดงหลักฐานด้วยกฎเกณฑ์จริงของชุมชน ในลักษณะแผ่นป้ายกฎเกณฑ์การจัดการป่า อาทิ ข้อห้ามต่างๆ บทลงโทษที่ติดอยู่

ในเขตป่าชุมชน

- การพาเดินป่า เพื่อให้เห็นตัวอย่างจริงในการดูแลป่า ผู้จัดงานได้พาผู้เข้าร่วมกิจกรรมเดินป่าเรียนรู้ถึงวิธีการจัดป่าด้วยกัน และเป็น การสร้างโอกาสในการสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล
- การจัดเวทีแลกเปลี่ยนผ่านเวทีกลางในการจัดงาน เรื่องการดูแลรักษาป่าของชุมชน นำเสนอการจัดการป่าของชุมชน แลกเปลี่ยนวิธีการดูแลรักษาป่า การใช้ประโยชน์จากป่า ฯลฯ
- การสนทนอย่างไม่มีเป็นทางการในระหว่างการจัดงานผ่าน สื่อบุคคล ด้วยการพูดคุยแลกเปลี่ยนกันระหว่างผู้จัดงานกับผู้เข้าร่วม ด้วยการตั้งวงกันเองตามความสนใจในรูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ

(ค) กลุ่มที่นำเสนอแนวคิดใหม่ๆในการจัดการสิ่งแวดล้อม

ดังที่ได้กล่าวถึงขอบเขตและเนื้อหาของเรื่องสิ่งแวดล้อมในตอนต้นๆว่า ในระยะเริ่มแรกนั้น เนื้อหา/ประเภทของสิ่งแวดล้อมนั้นมักจะหมายถึง “สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ” เช่น ดิน น้ำ ป่า อากาศ ฯลฯ แต่ในระยะต่อมา เนื้อหา/ประเภทของสิ่งแวดล้อมก็เริ่มขยายออกมาสู่มิติ เศรษฐกิจ-การเมือง-วัฒนธรรม และอื่นๆ ตัวอย่างเช่น

- **แนวคิดเรื่องธุรกิจสีเขียว** เช่นตัวอย่างงานวิจัยของศิริพร อ้วนคำ (2544) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการโรงเรียนสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมดีเด่นเฉลิมพระเกียรติ” ที่มาของโครงการที่ศึกษานั้น เจ้าภาพของโครงการก็คือกลุ่มบริษัทฮอนด้าในประเทศไทยที่ทำธุรกิจในประเทศไทยมาเป็นเวลายาวนานถึง 37 ปี และเมื่อสังคมไทยต้องเผชิญกับปัญหาสิ่งแวดล้อม ทางบริษัทจึงได้วางนโยบายที่จะดำเนินธุรกิจในการรักษาสิ่งแวดล้อมในทุกกิจกรรมการผลิต การจัดจำหน่ายและการบริการ นอกจากนั้นก็ได้จัดทำโครงการ “โรงเรียนสร้างสรรค์ฯ” เพื่อปลูกฝังนักเรียนให้มีจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อมด้วย

- แนวคิดเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคม” (Corporate social responsibility - CSR) เช่นตัวอย่างงานวิจัยของพฤกษา เกษมสารคุณ (2552) เรื่อง “การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ.แม่เมาะ จ.ลำปาง” ซึ่งเป็นงานที่ศึกษาทั้ง “ต้นทาง” คือกลยุทธ์การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของฝ่าย กฟผ. และศึกษาผลที่ “ปลายทาง” คือ การสำรวจการรับรู้ ทัศนคติ และทัศนคติของชาวบ้านที่อาศัยอยู่โดยรอบ 400 คนเพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบ

- แนวคิดเรื่อง “การใช้กลยุทธ์คู่ขนานระหว่างการประชาสัมพันธ์กับการพัฒนาชุมชน” เช่นตัวอย่างงานวิจัยของพิทักษ์ ชุมงคล (2549) เรื่อง “กลยุทธ์และผลสัมฤทธิ์ของการสร้างชุมชนสัมพันธ์ของโรงไฟฟ้าราชบุรี” ซึ่งเป็นการศึกษาทั้ง “ต้นทาง” และ “ปลายทาง” เช่นเดียวกัน แนวคิดเรื่อง “ชุมชนสัมพันธ์” ที่ปรากฏในงานวิจัยครั้งนี้ก็คือการทำงานประชาสัมพันธ์ควบคู่ไปกับการทำงานพัฒนาชุมชนไปพร้อมๆกัน

- แนวคิดเรื่องสิทธิมนุษยชนด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งแนวคิดสุดท้ายนี้จะดูในรายละเอียดจากตัวอย่างงานวิจัยของ รอ.หญิงลลธิริมา เกื้อสกุล (2547) เรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารของกองทัพบกเพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะเรื่องสิทธิมนุษยชนด้านสิ่งแวดล้อม”

ที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้ เริ่มจากการก่อตัวขึ้นของแนวคิดเรื่องสิทธิมนุษยชน (Human right) ในช่วงหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลง และแนวคิดนี้ได้แพร่หลายไปทั่วโลก รวมทั้งสังคมไทยที่ได้เห็นความสำคัญของแนวคิดนี้ในระดับที่บัญญัติเอาไว้ในการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยปี 2540 ในอีกด้านหนึ่ง แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมก็เปลี่ยนแปลงไป จากที่เคยเข้าใจว่าเป็นหน้าที่และอำนาจในการจัดการของรัฐฝ่ายเดียว แต่ในช่วงเวลาที่ศึกษา ได้มีการบัญญัติกฎหมายที่ให้สิทธิและหน้าที่แก่ประชาชนในการที่จะร่วมมือกับรัฐในการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เรียกว่าเป็น “สิทธิมนุษยชนด้านสิ่งแวดล้อม” ในขณะที่ฝ่ายรัฐเองก็ต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมใน



การสงวน บำรุงรักษา และใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ รวมทั้งประชาชน ยังมีสิทธิในการฟ้องคดีอาญาต่อผู้ที่ฝ่าฝืนต่อกฎหมายสิ่งแวดล้อมอีกด้วย เป็นต้น

สำหรับสถาบันทหาร เช่น กองทัพบกก็ถือเป็นภาคส่วนหนึ่งของรัฐ ทางกองทัพบกได้ขานรับแนวคิดดังกล่าวด้วยการบรรจุวิชาสิทธิมนุษยชนไว้ในหลักสูตรของทหารด้วย เพื่อที่กำลังพลของกองทัพบกจะได้ทราบถึงสิทธิมนุษยชนของตนเองและครอบครัว และในเวลาเดียวกัน ก็ต้องมีความรู้ความเข้าใจเพื่อจะได้ไม่ปฏิบัติภารกิจอันเป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้อื่น

สำหรับรศ.หญิงลลธิธรรมา นักวิจัยนั้นเป็นทหารจึงมีความสนใจในเรื่องกลยุทธ์การสื่อสารของกองทัพบกในประเด็นเรื่องสิทธิมนุษยชนด้านสิ่งแวดล้อม โดยออกแบบการศึกษาทั้งที่ต้นทาง/ด้านผู้ส่ง และด้านปลายทาง/ผู้รับสารคือพลทหารประจำการที่เข้ารับราชการทหารในช่วงระยะ 2 ปี (คือกลุ่มทหารเกณฑ์)

นักวิจัยออกแบบการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์นายทหารระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการจำนวน 20 ท่าน เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของกองทัพบกเพื่อสร้างจิตสำนึกเรื่องสิทธิมนุษยชนด้านสิ่งแวดล้อม และใช้แบบสอบถามกับพลทหารประจำการในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 405 คน ผลการวิจัยพบว่า

(i) ในด้านการสื่อสาร กองทัพบกใช้กลยุทธ์การสื่อสารแบบทหาร คือการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง (Learning by doing) กับการฝึกอบรมที่มีวิธีการสื่อสาร 4 แบบคือ การพูดแบบทหาร (คือสั่งการให้ปฏิบัติตาม) การใช้เหตุใช้ผล การให้รางวัล (เช่นการชมเชย) และการสั่งสอน

(ii) ในฝ่ายผู้รับสารนั้น พลทหารที่ได้รับการสื่อสารในประเด็นดังกล่าวมีความตระหนักในเรื่องสิทธิมนุษยชนด้านสิ่งแวดล้อมในระดับสูง ทั้งความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมระดับกว้างๆ (เช่น มลภาวะ น้ำเสีย)

และสิ่งแวดล้อมรอบๆ ใกล้เคียงตัว เช่น สภาพแวดล้อมภายในที่พักเอง

(iii) แม้ว่ากลยุทธ์การสื่อสารแบบทหารดังกล่าวจะสามารถสร้างจิตสำนึกสิทธิมนุษยชนด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่พลทหารได้ แต่ผู้วิจัยก็เสนอว่า เพื่อเป็นหลักประกันว่าจิตสำนึกดังกล่าว จะยั่งยืนยาวนาน ควรที่จะต้องมี การเสริมความรู้ให้มากขึ้นเพื่อเป็นตัวประคองจิตสำนึกดังกล่าว และควรจะต้องใช้การสื่อสารแบบสองทางคือมีการประเมินผลเพื่อพัฒนา กลยุทธ์การสื่อสารให้ดีขึ้น

(6.2) คุณลักษณะของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในบริบทของไทย

สำหรับการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในระดับของสื่อมวลชนนั้น ผู้เขียนมีความเห็นว่า ในระดับนี้ กรณีของไทยก็คงจะไม่แตกต่างจาก บริบทของตะวันตกมากเท่าใดนัก เนื่องจากระบบการทำงานเรื่องสื่อมวลชน นั้นมีลักษณะความเป็นสากล แต่หากเป็นการสื่อสารสิ่งแวดล้อมใน ระดับอื่นๆ เช่น การสื่อสารระดับชุมชนท้องถิ่นก็อาจจะแตกต่างออกไป บ้าง โดยในกรณีนี้ ผู้เขียนจะขอสรุปคุณลักษณะบางประการของการ สื่อสารสิ่งแวดล้อมระดับชุมชนท้องถิ่นที่สังเคราะห์มาจากงานวิจัยเรื่องการ สื่อสารสิ่งแวดล้อม 4 ชิ้นที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุน การวิจัย (สกว.) ในช่วงปีพ.ศ.2549 ที่ผู้เขียนได้อ้างถึงไว้ในตอนต้น ว่าเป็นกรณี “1 คลอง 2 ป่า 1 ชยะ” (ดูกาญจนา, สื่อสารเพื่อโลกสวย, 2549) งานวิจัยทั้ง 4 ชิ้นนี้แม้จะทำการศึกษาในประเด็นและพื้นที่ที่ แตกต่างกัน หากทว่ามีจุดร่วมกันคือ ได้ใช้ “กระบวนการทัศน์ใหม่ด้านการ สื่อสาร” ที่เน้นการสื่อสารรูปแบบพิเศษที่เรียกว่า “การสื่อสารแบบมี ส่วนร่วม” (participatory communication) ในการดำเนินการวิจัยและ ปฏิบัติการร่วมแก้ปัญหาการสื่อสารสิ่งแวดล้อมกับชุมชน

สำหรับกรณีศึกษาทั้ง 4 กรณีนั้นได้แก่

1. ศรีธรรม์ โรจนสุพจน์ และคณะ (2547) “การสื่อสารเพื่อการ มีส่วนร่วมจัดการป่าชุมชนของชาวบ้านห้วยแก้ว กิ่งอ.แม่ออน จ.เชียงใหม่”



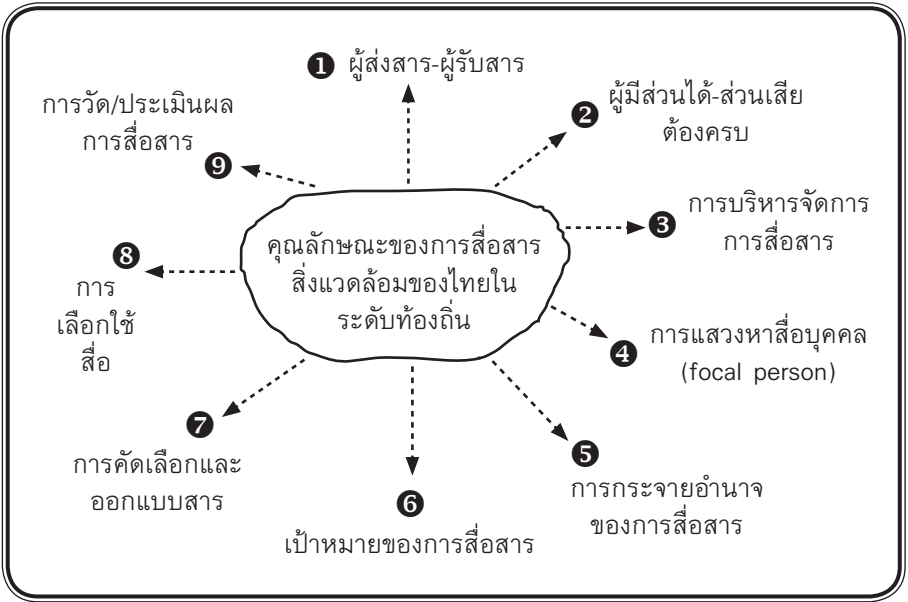
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (จากนี้จะเรียกว่ากรณี “ป่าชุมชนห้วยแก้ว”

2. วราพร ศรีสุพรรณ และคณะ (2547) “การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการจัดการป่าชุมชน: กรณีศึกษาป่าชุมชนสะมะแก ต.นาสวน อ.ศรีสวัสดิ์ จ.กาญจนบุรี” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (จากนี้จะเรียกว่า กรณี “ป่าชุมชนสะมะแก”)

3. จำนงค์ บัวเนี่ยว และคณะ (2547) “การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารชุมชนเพื่อปกป้องคลองอู่ตะเภา จ.สงขลา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (จากนี้จะเรียกว่ากรณี “คลองอู่ตะเภา”)

4. สิทธิชัย เทวธีระรัตน์ และคณะ (2547) “การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อจัดการปัญหาขยะของประชาชนในท้องถิ่น อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา” สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (จากนี้จะเรียกว่ากรณี “ขยะโคราช”)

สำหรับคุณลักษณะของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในระดับท้องถิ่นของไทยที่อยู่ภายใต้กระบวนการทัศน์ใหม่ของการสื่อสารมีคุณลักษณะสำคัญๆ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3: คุณลักษณะของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทย
ในระดับท้องถิ่น

(1) องค์ประกอบด้านผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร จากตัวอย่างงานวิจัยส่วนใหญ่ที่ได้ยกมาตั้งแต่ต้นจะพบว่า แบบจำลองการสื่อสารที่ใช้ใช้นั้นมักจะเป็น Transmission model ที่มีคุณลักษณะสำคัญคือ เป็นการสื่อสารจากทางเดียว จากผู้ส่งไปยังผู้รับ โดยที่ผู้ส่งและผู้รับจะแยกบทบาทกันชัดเจน เช่น งานวิจัยเรื่องกองทุนพัฒนาชุมชนของธนัท สุวรรณกิตติ (2552) ซึ่งฝ่ายผู้ส่งสารคือโรงไฟฟ้าบางปะกง และฝ่ายผู้รับสารคือชาวบ้านในชุมชน

หากทว่าสำหรับกระบวนทัศน์ใหม่ของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมระดับท้องถิ่น จะอยู่ภายใต้แบบจำลอง Ritualistic model ที่มีคุณลักษณะสำคัญคือเป็นการสื่อสารสองทาง คู่สื่อสารไม่มีใครผูกขาดเป็นผู้ส่ง/ผู้รับอยู่บทบาทเดียว หากแต่จะมีการสลับบทบาทกันไปมา (role shifting) เช่น การพูดคุยกันในเวทีเสวนา/เวทีประชาคม/เวทีชุมชนของชาวบ้าน



(2) **ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องมาให้ครบ** เนื่องจากปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้น มีลักษณะเป็นเครือข่ายในตัวเอง ดังนั้นเมื่อเกิดผลกระทบขึ้นที่จุดหนึ่ง ก็จะมีผลกระทบแบบห่วงโซ่ไปยังจุดอื่นๆ ด้วยเหตุนี้กลุ่มคนที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับปัญหา ไม่ว่าจะในสถานภาพผู้สร้างปัญหา ผู้ได้รับผลกระทบ หรือผู้แก้ปัญหา ที่เรียกว่า “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย” (stakeholder) จึงต้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารให้ครบถ้วนเช่นกัน ตัวอย่างที่ชัดเจนคือกรณีของป่าชุมชนชะมดแกที่มีหมู่บ้านหลายสิบหมู่บ้านอยู่รอบๆป่า แม้ว่าหมู่บ้านเกือบทั้งหมดจะสร้างเครือข่ายเพื่อการพิทักษ์ป่าร่วมกัน ขาดแต่เพียงหมู่บ้านที่เป็นกลุ่มผู้อพยพมาจากภาคอีสานเพียงหมู่บ้านเดียวที่ยังไม่มาเข้าร่วมเครือข่ายและทำให้เกิดความไม่เข้าใจกัน ก็ทำให้งานเครือข่ายรักษาป่าชุมชนดำเนินต่อไปไม่ได้ ในกรณีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนี้ต้องพิจารณาทั้งในแง่กลุ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ กลุ่มผู้ใช้ทรัพยากร (เช่นกลุ่มแม่บ้าน) กลุ่มรุ่นวัย (เช่นผู้สูงอายุ เยาวชน) โดยเฉพาะคนบางกลุ่มที่มีมักจะถูกมองข้ามไป เช่น กลุ่มเยาวชน เป็นต้น

(3) **ต้องมีการบริหารจัดการการสื่อสาร** (Communication management) ในทั้ง 4 กรณีศึกษานั้น นักวิจัยได้ค้นพบว่า ก่อนที่จะมี “บุคคลภายนอก” เข้าไปทำวิจัยนั้น ชาวบ้านได้พยายามใช้การสื่อสารในรูปแบบต่างๆ แก้ไขปัญหาอยู่แล้ว ความพยายามและประสบการณ์ของชาวบ้านนั้นก็ถือเป็น “ปัจจัย/เงื่อนไขเบื้องต้นที่จำเป็น” (Necessary factor) แต่อาจ “จะยังไม่เพียงพอ” (sufficient factor) ดังนั้น จึงอาจจะมีความต้องการ “มือที่สาม” (ในความหมายที่ดี) คือตัวกลาง/ผู้ประสานจากภายนอกเข้าไปทำหน้าที่เป็น “ตัวกระตุ้นปฏิกิริยา” (catalyst) เพื่อบริหารจัดการ “รูปแบบการสื่อสารที่มีอยู่” ให้ยกระดับขึ้นมาเป็น “รูปแบบการสื่อสารที่มีคุณภาพ/ประสิทธิภาพ” มากขึ้น เช่น ในกรณีของชยะปากช่อง ซึ่งแต่เดิมชาวบ้านมีแต่ “การพร่ำบ่น” เป็นกลุ่มเล็กๆ นักวิจัยได้บริหารจัดการยกระดับ “การพร่ำบ่น” มาเป็น “เวทีเสวนา” เพื่อประมวลปัญหาวิเคราะห์สาเหตุ และแสวงหาแนวทางแก้ไขร่วมกันอย่างต่อเนื่อง มีการ

บันทึกการประชุมและผลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เป็นต้น

(4) การแสวงง**สื่อบุคคลในการแก้ปัญหา** ถึงแม้การทำงาน การสื่อสารเพื่อจัดการสิ่งแวดล้อมจะต้องระดมพลผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม (กล่าวคือต้องกินข้าวให้หมดทั้งจาน) แต่เวลาลงมือทำงานจริงๆก็คงต้อง เริ่มจากกลุ่มคนที่ละกลุ่ม (ต้องกินข้าวไปที่ละคำ) และตรงจุดเปิดเข้า (entry point) ก็จำเป็นต้องหา “กลุ่มคนที่ร้อนรนที่สุด” ในเรื่องสิ่งแวดล้อม แต่คนกลุ่มนั้นจะเป็นใครกันละ

เราได้เรียนรู้คำตอบดังกล่าวจากงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งพบว่า การใช้คุณลักษณะของประชากรกลุ่มตัวอย่างตามแบบประเพณี เช่น อายุ เพศ รายได้ ฯลฯ เพื่อมาอธิบายเรื่องความตื่นตัว/ความรู้/ทัศนคติ/การลงมือปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมนั้นมักจะทำให้การไม่ได้ เพราะตัวแปรดังกล่าวมีลักษณะกว้างขวางเกินไป และจำเป็นต้องสร้างสรรค์ ตัวแปรใหม่ๆ ด้านประชากรขึ้นมา ตัวอย่างงานวิจัยของสุพัตรา ผาสุย (2533) ที่พบว่า คุณลักษณะของประชากรและกลุ่มตัวอย่างเรื่อง “ความจำเป็นในการใช้ถ่านและฟืน” จะใช้อธิบายทัศนคติต่อเรื่องการอนุรักษ์ป่า ได้ดีที่สุดในเบื้องต้น ดังนั้น หากเป็นเรื่องของการแยกขยะ ควรใช้ตัวแปร เรื่อง “การมีหน้าที่เป็นคนทิ้งขยะภายในบ้าน” หรือเปล่า เรื่องแหล่งน้ำนั้น ควรแยกเพศเพราะตามปกติในชนบท ผู้หญิงจะเป็นคนจัดการเรื่องการใช้ น้ำ ควรเปรียบเทียบคนงานที่ทำงานในโรงงานที่ต้องใช้สารเคมีกับคนทำงานในสำนักงานว่า มีความตระหนักรู้เรื่องมลพิษแตกต่างกันหรือไม่ เป็นต้น แน่นอนว่า ความสามารถที่จะสกัดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ออกมาได้ นักวิจัยก็ต้องทำการบ้านมาล่วงหน้ามาพอสมควร แต่ทว่า ผลการวิจัยที่ได้จะช่วยให้มีลู่วางนำไปสู่การปฏิบัติได้มากขึ้น

(5) ต้องใช้**ระบบการกระจายอำนาจของการสื่อสาร** (Decentralization) คุณลักษณะข้อนี้ก็สอดคล้องกับลักษณะของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่กระจายตัว ดังนั้น หากมีการรวมศูนย์การแก้ปัญหาหรือรวมศูนย์ การสื่อสารมักจะจัดการกับปัญหาไม่ได้ จึงต้องใช้ระบบการกระจายอำนาจ



ของการสื่อสาร

และเมื่อเชื่อมโยงแนวคิดเรื่องการกระจายอำนาจของการสื่อสารเข้ากับแบบจำลององค์ประกอบของการสื่อสาร และประเภทของสื่อแล้ว ในภาคปฏิบัติก็หมายถึงการต้องแสวงหาหรือสร้าง “ผู้ส่งสารด้านสิ่งแวดล้อม” (Sender) ให้มากและหลากหลาย ส่วนประเภทของสื่อนั้นในการวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมระดับชุมชนแทบจะทุกชั้นจะให้ข้อสรุปที่ตรงกันว่า “สื่อบุคคล” (Person media) นั้นเป็นประเภทสื่อที่มีความสำคัญมากที่สุดในเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในระดับชุมชน หากได้สื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพก็เท่ากับรับประกันความสำเร็จไปได้ครึ่งหนึ่ง

การพัฒนากระบวนการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในระดับชุมชนนั้นจึงต้องเริ่มต้นด้วย “การแสวงหาสื่อบุคคลที่มีอยู่” และหลังจากนั้นก็ต้อง “สร้างใหม่” (reproduction) “นักสื่อสารสิ่งแวดล้อมหน้าใหม่” เช่น โครงการป่าห้วยแก้วได้สร้างเยาวชนในหมู่บ้านให้เป็นผู้ส่งสารหน้าใหม่เรื่องป่าชุมชน

และผลจากงานวิจัยทั้ง 4 ชั้นได้ให้บทเรียนเกี่ยวกับ “คุณสมบัติ” (spec) ของสื่อบุคคลที่เหมาะสมจะเข้ามาทำการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมว่าควรมีคุณสมบัติอย่างน้อย 3 ข้อนี้คือ

- **ต้องมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม** ซึ่งสำหรับวัฒนธรรมในชนบทแล้ว จิตสำนึกนี้ต้องพิสูจน์ด้วยการลงมือกระทำที่มีชวงเวลายาวนาน (หนทางนี้พิสูจน์ม้า กาลเวลาพิสูจน์คน)

- **ต้องมีฐานความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมในระดับหนึ่ง** ดังข้อสรุปของงานวิจัยโคราชที่ว่า “ความรู้คืออำนาจ” เช่น การที่ชาวบ้านโนนป่าตี้วไม่มีความมั่นใจในการแสดงความคิดเห็นหรือมีส่วนร่วมต่อการจัดการปัญหาขยะ ก็เพราะขาดความรู้และข่าวสารข้อมูล

และดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นว่า องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อมนั้นมีหลายชั้นเชิง ในอดีตความรู้**นี้เวตเชิงชีวภาพ**อาจจะเป็นฐานพลังอำนาจที่เพียงพอ แต่ในปัจจุบันผู้นำการสื่อสารต้องมีฐาน

ความรู้ด้านนิเวศเชิงเศรษฐกิจ/การเมืองด้วย จึงจะจัดการสิ่งแวดล้อมได้ (คุณสมบัติข้อนี้ หากขาดเหลือก็สามารถจัดการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มเติมได้)

• **ต้องมีทักษะด้านการสื่อสาร** โดยเฉพาะการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

(6) **เป้าหมายของการสื่อสาร** ในขณะที่เราอาจจะคุ้นเคยกับการระบุบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารที่มาจากสื่อมวลชน ซึ่งเป็นสื่อที่มีขนาดใหญ่ มีปัจจัย/เงื่อนไขที่เป็นข้อจำกัดหลายอย่าง แม้ว่าจะมีคุณภาพหรือข้อเด่นมากมายก็ตาม แต่ผลที่ปรากฏก็คือ บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนนั้นมักจะกระทำได้อย่างจำกัด ซึ่งตรงข้ามกับบทบาทหน้าที่ที่จะเป็นเป้าหมายของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในระดับชุมชน ซึ่งมักจะเป็นการสื่อสารในระดับเล็กๆ (เช่น ระดับการสื่อสารระหว่างบุคคล ระดับกลุ่มเล็กๆ ระดับหมู่บ้าน) ดังนั้น เป้าหมายของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในระดับชุมชนจึงมีได้อย่างหลากหลายมาก เช่น งานวิจัยขยะโคราชได้ประมวล “เป้าหมาย” ของการใช้การสื่อสารเพื่อการจัดการปัญหาขยะเอาไว้ว่ามีอย่างหลากหลายมาก เช่น

- การสื่อสารเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ
- การสื่อสารเพื่อการประสานงาน
- การสื่อสารเพื่อการเฝ้าระวัง
- การสื่อสารเพื่อการตัดสินใจให้กับกลุ่ม
- การสื่อสารเพื่อปรึกษาหารือ
- การสื่อสารเพื่อควบคุมติดตามการทำกิจกรรม (Communication for action control)

- การสื่อสารเพื่อการเจรจาต่อรอง

เป็นต้น

(7) **การคัดเลือกและการออกแบบสาร** (Message selection & design) (ดูรายละเอียดในกาญจนา, **สื่อสารเพื่อโลกสวย**, 2549) สำหรับ



กระบวนการคัดเลือกและการออกแบบเนื้อหาสารนั้นจะเกี่ยวข้องกับคำถามที่ว่า การสื่อสารเรื่องสิ่งแวดล้อมในชุมชนนั้นจะต้องมีเนื้อหาประเภทอะไรบ้าง (type of content) จะใช้แหล่งเนื้อหาจากที่ไหน (source) ใครจะเป็นผู้คัดเลือกเนื้อหา คัดเลือกโดยใช้เกณฑ์อะไร ใครเป็นกลุ่มผู้รับสาร จะออกแบบเนื้อหาโดยมีวิธีการนำเสนออย่างไร เป็นต้น ในการตอบคำถามทั้งหมดนี้จะต้องดำเนินไปตามหลักและกระบวนการของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

และหากกล่าวเฉพาะในเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อม เนื่องจากปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นมีลักษณะคล้ายปัญหาด้านศาสนา กล่าวคือ หากมีแต่ความรู้ ความตระหนัก และทัศนคติ แต่ไม่โน้มนำไปสู่การกระทำแล้ว ปัญหาสิ่งแวดล้อมก็จะมีวันแก้ไขได้ ดังนั้น ลักษณะเนื้อหา ด้านสิ่งแวดล้อมจะต้องตอบคำถามว่า “แล้วเราจะทำอะไรได้บ้าง” (What is to be done) กล่าวคือ ต้องมีลักษณะเป็นการให้คำแนะนำเพื่อการลงมือปฏิบัติ (Instructional/guideline communication)

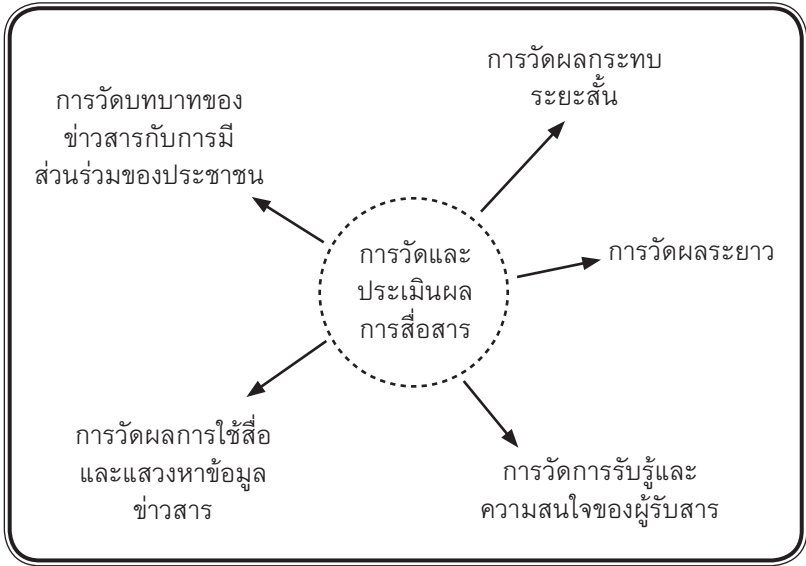
(8) การเลือกใช้สื่อ โดยทั่วไป การตอบโจทย์ว่า “เราจะเลือกใช้สื่ออะไรดี” (Which media) มักจะเป็นคำถามหัวใจของงานวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ที่อยู่ใต้กระบวนการทัศน์ “ที่เชื่อในพลังอำนาจของสื่อ” (Powerful media paradigm) เช่น ทฤษฎี Impact/Effect ทฤษฎี Social Learning อย่างไรก็ตาม ก็มีข้อที่น่าสังเกตว่า “ประเภทของสื่อ” ที่มีให้เลือกใช้ในกระบวนการทัศน์นี้ก็มีค่อนข้างจำกัด เช่น สื่อมวลชน 4-5 ประเภท บวกกับสื่อเฉพาะกิจแบบสมัยใหม่อีก 4-5 ประเภท คุณลักษณะดังกล่าวนี้จะแตกต่างจากการสื่อสารสิ่งแวดล้อมระดับชุมชนที่มีการ “เปิดเสรีประเภทของสื่อ” อย่างกว้างขวาง รวมทั้งมีสื่อแบบใหม่ๆ สไตล์แปลกๆ ที่เป็นสื่อเฉพาะของเรื่องสิ่งแวดล้อม เช่น ในงานวิจัยของเจทิพย์ สอนดี (2543) ที่มีการใช้สื่อโมเดลแผนที่จำลอง สื่อกิจกรรม (การเดินป่า การดูนก การปลูกป่าชายเลน ฯลฯ)

นอกเหนือจากการขยายประเภทของสื่อที่ใช้อย่างกว้างขวาง

(ดูกาญจนา แก้วเทพ, **สื่อเล็กๆที่นำไปใช้ในงานพัฒนา**, 2552) โจทย์การวิจัยใหม่ที่เพิ่มเข้ามาในเรื่องสื่อที่เลือกนำมาใช้ก็จะขยายจาก **“จะใช้สื่อประเภทอะไร”** มาเป็น **“จะมีวิธีการใช้สื่อแต่ละประเภทอย่างไร”** (Media use) และ **“จะผสมผสานสื่อแต่ละประเภทได้อย่างไร”** (Mixed media, media convergence) ตัวอย่างเช่น กลุ่มเยาวชนในโครงการป่าชุมชน ห้วยแก้วได้นำเอาการใช้สื่อวิดีโอประสานเข้ากับการใช้สื่อบุคคลที่เป็นผู้เฒ่าผู้แก่ที่มีความรู้เรื่องป่าชุมชนเป็นอย่างดีในการถ่ายทำวิดีโอเรื่องป่าชุมชน เป็นต้น

(9) **การวัด/ประเมินผลการสื่อสาร** สำหรับงานวิจัยเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ที่ได้กล่าวถึงไปแล้วนั้น มักจะให้ความสนใจอย่างสูงในขั้นตอนของการวางแผน เริ่มลดระดับความสนใจลงบ้างในขั้นตอนการดำเนินการ แล้วก็หมดความสนใจไปเลยในขั้นตอนของการติดตาม/ประเมินผล (ซึ่งอาจจะเกิดจาก “การหมดแรง”) ทำให้เกิดการ “กินยาไม่ครบ dose” ดังนั้น ไม่ว่าจะป็นกรณีที่สำเร็จหรือล้มเหลว ก็อาจจะย้อนกลับมาตอบคำถามไม่ได้ว่า เพราะเหตุปัจจัยอะไรที่ทำให้สำเร็จ/ล้มเหลว

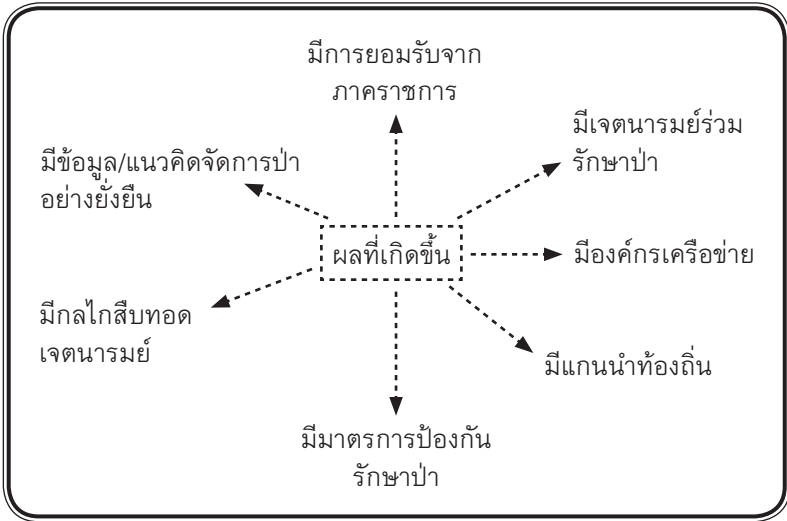
ดังนั้น ในงานวิจัยทั้ง 4 กรณีนี้จึงพยายามแก้ไขปัญหา “หมดแรงในยกสุดท้าย” ด้วยการเน้นหนักเรื่องการวัด/ประเมินผล สำหรับในเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้น เราอาจจะมีวิธีการวัดและประเมินผลได้หลายแง่มุม ดังแสดงในภาพ



ภาพที่ 4: การวัด/ประเมินผลอย่างหลากหลายเรื่องการสื่อสาร สิ่งแวดล้อม

สำหรับในกรณีการวิจัยทั้ง 4 กรณีศึกษานี้ ก็มีการวัดผลตามแบบฉบับที่กล่าวมา รวมทั้งได้มีการสร้างสรรค์มิติของการวัด/ประเมินผลแบบใหม่ๆ ขึ้นมาด้วย การวัดผลในทั้ง 4 กรณีนั้นมีอยู่ 3 แบบแผนคือ

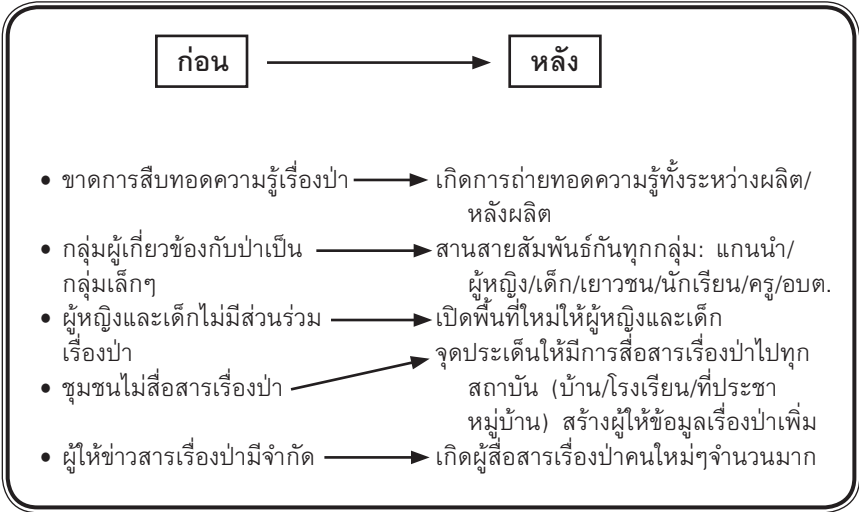
(1) การวัดผลแบบภาพรวมที่เกิดจากกิจกรรมทั้งหมด เช่น งานวิจัยป่าชุมชนสะมะแกได้สรุปว่า ผลจากการดำเนินการโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน ได้เกิดผลทั้งหมดดังนี้



ภาพที่ 5: ผลที่เกิดจากการปฏิบัติการด้านการสื่อสารเพื่อเสริมศักยภาพ

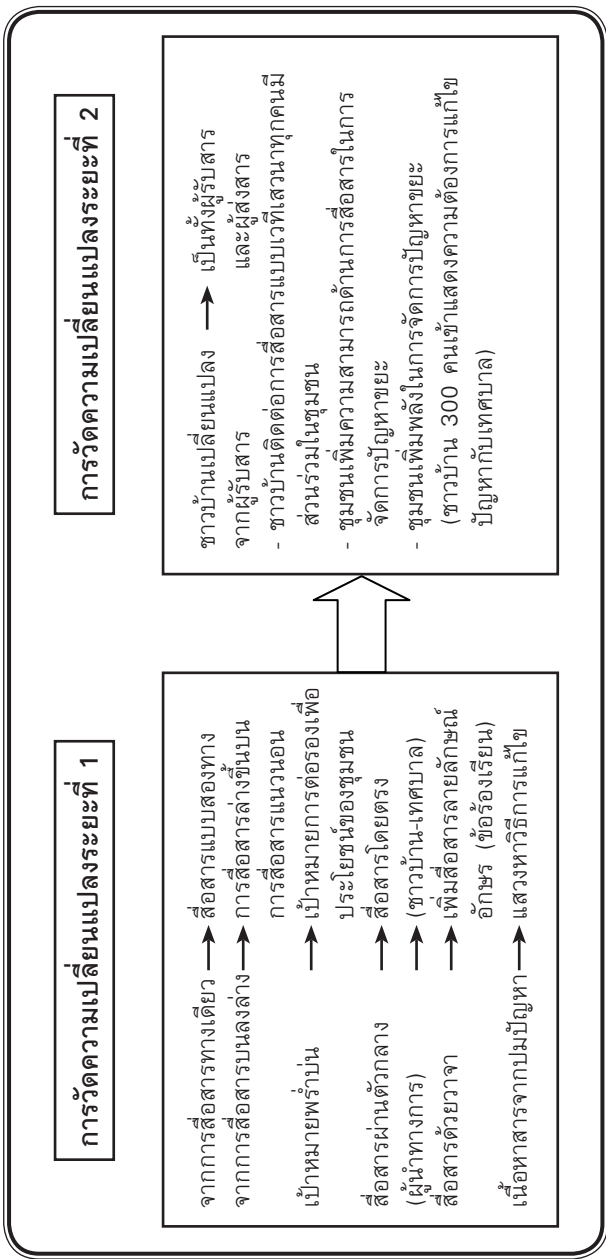
(2) การวัดผลอันเกิดจากการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ กรณีงานวิจัยป่าชุมชนห้วยแก้ว คณะวิจัยป่าชุมชนห้วยแก้วได้ศึกษาบริบทของชุมชนก่อนจะทำโครงการวิจัย และพบว่าในระดับความสัมพันธ์ของชุมชนมีความบาดหมางกันใจกันอยู่ และผลการสำรวจศักยภาพของสื่อของชุมชนที่มีอยู่ก็พบว่าไม่สามารถนำมาใช้เป็นสื่อเพื่อการประสานความสัมพันธ์ได้ ดังนั้น คณะวิจัยและแกนนำชุมชนได้แสวงหา “สื่อตัวใหม่” และทดลองใช้ภายใต้แนวคิดของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และได้วัดผลที่เกิดขึ้นจากการทำงานของกระบวนการสร้างและใช้สื่อใหม่ 3 ประเภท คือ สไลด์/วีดิทัศน์/การจัดรายการวิทยุ

หลังจากที่มีวิธีการผลิต/สร้างสไลด์ วีดิทัศน์ และการจัดรายการวิทยุด้วยกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในทั้ง 3 สื่อ คณะวิจัยได้วัดผลการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และพบผลดังนี้



ภาพที่ 6: การวัดผลความเปลี่ยนแปลง

(3) การวัดผลการเปลี่ยนแปลงของระบบการสื่อสาร เช่น กรณีของชยะโคราช เนื่องจากในระหว่างการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนนั้น คณะวิจัยร่วมกับชุมชนได้ค้นคิดกลไกเพื่อการเสริมศักยภาพการสื่อสารของชุมชน เช่น การฝึกจัดเวทีเสวนา การจัดบันทึกการประชุม ฯลฯ ดังนั้น คณะวิจัยจึงได้ทำการประเมินผลและพบว่าเกิดผลเปลี่ยนแปลงในหลายระดับดังนี้



ภาพที่ 7: ผลที่เกิดจากการเสริมศักยภาพด้านการสื่อสารกรณีขยะโคราซ



ส่วนที่ 3: 2 สำนักคิดหลักในเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อม

ถึงแม้ในงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมจะมีการนำทฤษฎีด้านการสื่อสารมาใช้อย่างหลากหลายเช่นเดียวกับงานวิจัยในประเด็นอื่นๆ แต่ในที่นี้ ผู้เขียนจะแสดงให้เห็นความสำคัญของการเลือกทฤษฎีที่จะนำมาใช้ว่าจะจะเป็นประจักษ์พยานที่ฉายส่องให้เห็นแง่มุม/ส่วนเสี้ยวที่จะศึกษา รวมทั้งจะกำหนดแนวทางตั้งแต่โจทย์การวิจัยไปจนถึงขั้นการวิเคราะห์/สังเคราะห์ข้อมูล โดยผู้เขียนจะเลือกนำเสนอทฤษฎีจาก 2 สำนักคิดที่ยืนอยู่คนละมุม คือทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) และทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy of Media) ส่วนทฤษฎีสื่อมวลชนอื่นๆ นั้นกระจายอยู่ในหัวข้อองค์ประกอบของการสื่อสารในลำดับต่อไป

ทฤษฎีหน้าที่นิยมถือเป็นทฤษฎีกระแสหลักของสาขาสังคมศาสตร์ของอเมริกา และก็เป็นที่ทฤษฎีกระแสหลักในสาขานิติศาสตร์ของสหรัฐอเมริกาด้วยเช่นกัน แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีนี้ได้เปรียบเทียบสังคมประจักษ์ร่างกาย (ส่วนรวม - the whole) ที่ประกอบด้วยอวัยวะที่เป็นส่วนย่อยๆ (the part) ของระบบทั้งหมด เมื่อร่างกาย/ส่วนรวม-สังคม เกิดความต้องการ (need) อวัยวะ/ส่วนย่อยๆ/สถาบันสังคมต่างๆ ก็ต้องช่วยกันทำหน้าที่เพื่อตอบสนองเพื่อช่วยธำรงรักษาระบบส่วนรวมทั้งหมดเอาไว้ ซึ่งหากทำหน้าที่ตอบสนองได้ดี ก็จะได้ดำรงคงอยู่ทั้งส่วนรวมและส่วนย่อย แต่หากทำหน้าที่ไม่ได้/ไม่ทำหรือทำไม่ได้ดี ก็จะถูกสูญสิ้นกันไปหมดทั้งระบบ

เมื่อนำมาใช้กับเรื่องสิ่งแวดล้อมและการสื่อสาร ทฤษฎีหน้าที่นิยมก็จะอธิบายว่า สังคมมีความต้องการที่จะใช้ทรัพยากรต่างๆทางธรรมชาติเพื่อการผลิตกินใช้ของสังคม เช่น ต้องการน้ำทำการเกษตร ต้องการไม้มาก่อสร้าง ต้องการพลังงานมาผลิตสินค้าต่างๆ แต่เมื่อใช้แล้ว สังคมก็จะมีปัญหาต่างๆตามมา เช่น เกิดมลพิษ ใช้แล้วจะหมดไป ฯลฯ ดังนั้น สื่อมวลชนหรือสื่อประเภทอื่นๆที่มีสถานะเป็นสถาบันย่อยส่วนหนึ่งจึงต้องเข้ามาช่วยทำหน้าที่แก้ไขปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้น

ส่วนทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองนั้นก็มีแนวคิดพื้นฐานที่แตกต่าง

ออกไป ทฤษฎีนี้เชื่อว่าในสังคมแบ่งออกเป็นกลุ่มที่มีอำนาจและไม่มีอำนาจ (ไม่ว่าจะเป็นอำนาจด้านเศรษฐกิจ/การเมือง/สังคม/วัฒนธรรม) และในสังคมโลกทุนนิยมเสรี กลุ่มคนที่มีอำนาจได้ใช้อำนาจตัดสินใจที่จะนำเอาระบบการผลิตแบบทุนนิยม-อุตสาหกรรมมาเป็นรูปแบบการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คน และเพราะการตัดสินใจเลือกระบบการผลิตแบบนี้เองที่ก่อให้เกิดปัญหาต่างๆด้านสิ่งแวดล้อมตามมา ในส่วนตัวระบบสื่อมวลชนนั้นเองก็เป็นระบบทุนนิยม/อุตสาหกรรมแบบหนึ่ง ดังนั้น ระบบสื่อมวลชนจึงเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้มีอำนาจเข้ามาใช้เพื่อเป็นกลไกการดำรงรักษาระบบการผลิตแบบทุนนิยม-อุตสาหกรรมต่อไป โดยอาจจะมีความพยายามที่จะแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเป็นครั้งคราว แต่ก็แก้ไขไม่ได้ถึงรากฐาน เพราะรากเหง้าของปัญหาก็คือตัวระบบทุนนิยม-อุตสาหกรรมเอง

ในลำดับต่อไป จะขอเสนอตัวอย่างงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทยที่อยู่ใต้ร่มธงของสำนักคิดทั้ง 2 พอสังเขป

7. ทฤษฎีหน้าที่นิยามกับงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อม

M. Alavi Dahlan (1994) กล่าวอ้างอิงเรื่องบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนต่อเรื่องสิ่งแวดล้อม (อันเป็นแนวคิดที่วางอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีหน้าที่นิยาม) โดยย้อนกลับไปถึงต้นกำเนิดของผู้วางรากฐานทฤษฎีหน้าที่นิยามของสื่อมวลชน คือ H. Lasswell เมื่อ Lasswell ระบุว่า หน้าที่ประการแรกของสื่อมวลชนนั้นก็คือ “การเฝ้าระวัง/เฝ้าติดตามสอดส่องความเป็นไปของสังคม” และ “ความเป็นไปของสังคม” นี้ Lasswell ก็ได้ระบุเอาไว้อย่างชัดเจนด้วยว่า “เป็นการเฝ้าระวังที่ต้องเน้นหนักเรื่องสิ่งแวดล้อม” อย่างไรก็ตาม Dahlan ก็ยังมีความเห็นต่อไปว่าในขั้นเริ่มแรกนั้น การเฝ้าระวังเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นจะกินขอบเขตที่กว้างขวาง ทั้งเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ไม่ใช่ด้านกายภาพ แต่เป็นสิ่งแวดล้อมด้านสังคม (Non-physical, social environment) หากทว่าวิกฤติการณ์ด้านปัญหาสิ่งแวดล้อมในช่วง



ทศวรรษ 1970-1990 ที่ดูเหมือนว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมด้านกายภาพ หรือการเน้นปัจเจกบุคคลในเรื่องสิ่งแวดล้อม (เช่น รมณงค์จิตสำนึกของปัจเจกบุคคล) ก็ดูเหมือนทำให้มิติของ “สิ่งแวดล้อมแบบองค์รวม” นั้นจะถูกมองข้ามไป เขาจึงนำเสนอทัศนะว่า น่าจะต้องมีการขยายขอบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน/การสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ ให้มากกว่าหน้าที่แผ่กระจายเท่านั้น รวมทั้งต้องขยายทัศนะต่อเรื่องสิ่งแวดล้อมให้กว้างขวางและลึกซึ้งให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

สำหรับการนำทฤษฎีหน้าที่นิยามมาใช้ในเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น น่าจะจัดอยู่ในหมวดของสาขาการสื่อสารเพื่อการพัฒนาสังคม ซึ่งเสถียร เขยประทับ (2531) ได้รวบรวมบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนาไว้จากนักวิชาการด้านการสื่อสารเพื่อการพัฒนาชาวตะวันตกหลายท่าน (เช่น Pool, Schramm และ Rao) ที่มีอย่างหลากหลายเช่น

(1) สร้างจินตภาพที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาขึ้นในจิตใจของประชาชน เช่น แสดงให้เห็นว่าโลกทั้งโลกเป็นชุมชนเดียวกัน (และเผชิญปัญหาาร่วมกัน เช่น ปัญหาโลกร้อน)

(2) ส่งเสริมให้เกิดความเต็มใจที่จะวางแผนและปฏิบัติการในระดับกว้าง

(3) ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกในความเป็นชาติ และตระหนักถึงการเป็นสมาชิกในชุมชนโลก

(4) ช่วยสร้างความคุ้นเคยหรือความสัมพันธ์อันใกล้ชิดกับสัญลักษณ์ใหม่ วัตถุใหม่ และสถานการณ์ใหม่ เช่น การซื้อสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

(5) เป็นเครื่องมือหรือหนทางในการแสดงความคิดเห็นของปัจเจกบุคคล กลุ่ม หรือสถาบันที่สนับสนุนการพัฒนา

(6) ช่วยถ่ายทอดข่าวสารข้อเท็จจริง และให้ทักษะบางอย่างที่จำเป็นสำหรับการพัฒนา

(7) ช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงมือกระทำ

(8) ช่วยทำให้ประชาชนเกิดความสนใจในปัญหาที่ควรได้รับความสนใจ เช่น ปัญหาพลังงานที่จะหมดไป

(9) ช่วยยกระดับความปรารถนาของประชาชน และช่วยกำจัดความเชื่อในพรหมลิขิตและความเฉื่อยชา

(10) ช่วยส่งเสริมให้เกิดการยอมรับค่านิยมและบรรทัดฐานใหม่

(11) ช่วยขยายเวทีการอภิปรายถกเถียงเกี่ยวกับนโยบายให้กว้างขึ้นโดยการชักจูงและสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในทางการเมือง

(12) ช่วยให้สถานภาพแก่ผู้นำในการพัฒนา

(13) ช่วยกระตุ้นและป้อนข่าวสารให้แก่ช่องทางการสื่อสารระหว่าง

บุคคล

(14) มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงรากลึก

(15) ช่วยเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขทัศนคติที่ฝังรากลึกโดยทางอ้อมได้บ้าง

(16) ช่วยสร้างทัศนคติใหม่ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งทัศนคติที่เกี่ยวกับเอกภาพของชาติ) ได้โดยตรง

(17) ช่วยสนับสนุนการศึกษา และการฝึกอบรมทุกชนิด

(18) ช่วยปฏิบัติการกิจในด้านการให้ความรู้อย่างกว้างขวางด้วยตัวของมันเอง

(19) ช่วยขยายตลาดให้กว้างขึ้น/ก่อให้เกิดความต้องการในสินค้า

(20) ช่วยหาอาชีพใหม่ให้แก่บุคคล

(21) ช่วยลดความกดดันในที่ดินทำกิน

(22) ช่วยยกสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว

(23) กระตุ้นการริเริ่มในท้องถิ่น และการเข้ามีส่วนร่วมในวงการค้าธุรกิจ เพื่อทำลายการผูกขาดทางการค้า

(24) กระตุ้นคนที่อ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ให้ชวนชวายเป็นคนอ่านออกเขียนได้

(25) จูงใจบิดามารดาให้ส่งบุตรของตนไปโรงเรียน



(26) ช่วยให้ประชาชนพบบรรทัดฐานใหม่ และปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง

(27) ช่วยมวลชนให้ตระหนักถึงอำนาจของตน และจูงใจมวลชนให้มีส่วนร่วมในทางการเมืองมากขึ้น

(28) ช่วยให้รัฐบาลทราบถึงความต้องการและปฏิกิริยาของประชาชน และช่วยให้ประชาชนทราบถึงแผนความน่าจะเป็นไปได้ของแผนและข้อจำกัดของรัฐบาล

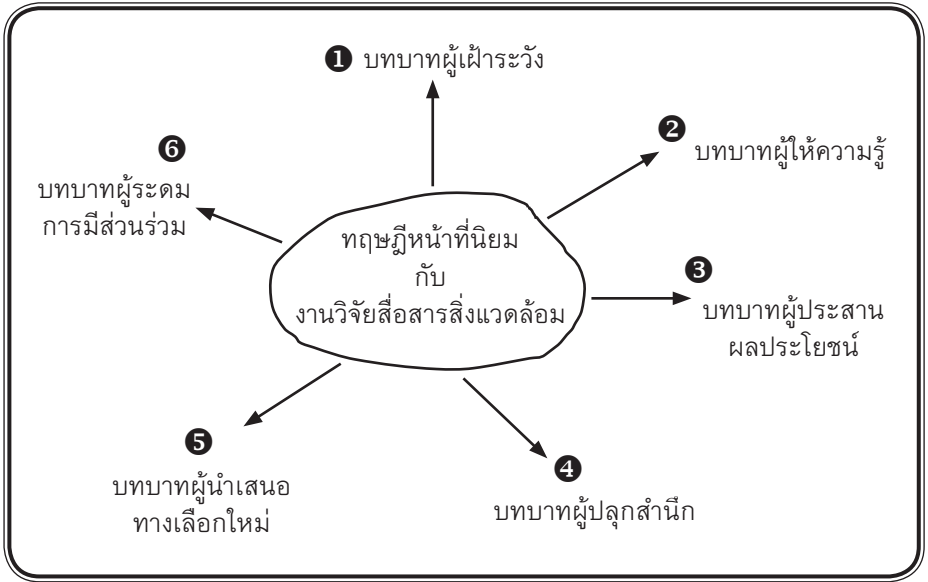
(29) ช่วยให้ชุมชนหรือประเทศมีอำนาจเนื่องจากคนในชาติมีความสามัคคี

(30) ช่วยเปลี่ยนอิทธิพลที่เนื่องจากอายุและสถานภาพตามแบบประเพณีให้กลายเป็นอิทธิพลที่เนื่องมาจากความรู้และความสามารถ

(31) ช่วยเปลี่ยนแปลงที่มาของสถานภาพทางสังคมและอำนาจในทางการเมืองจากการสืบตระกูลมาเป็นความสำเร็จในสิ่งที่กระทำ

(32) จูงใจผู้นำตามแบบประเพณีและผู้นำที่มีลักษณะอนุรักษนิยมให้เข้ามามีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนา

จากบทบาหน้าที่ของการสื่อสารที่หลากหลายดังกล่าวนี้ หากนำมาใช้เฉพาะในเรื่องสิ่งแวดล้อมจะพบว่า มีงานวิจัยที่แสดงตัวอย่างบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารต่อเรื่องสิ่งแวดล้อมดังต่อไปนี้



ภาพที่ 8: ทฤษฎีหน้าที่นิยมกับงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อม

(7.1) บทบาทของผู้เฝ้าระวังปัญหาสิ่งแวดล้อม (Surveillance)

บทบาทของการเป็นผู้เฝ้าระวังภัยอันตรายต่างๆที่จะเกิดกับระบบสังคม เพื่อตอบสนองความต้องการในแง่ความมั่นคงของระบบ (Security) นั้น ถือเป็นบทบาทพื้นฐานและแทบจะเป็นบทบาทประการแรกของสื่อมวลชน และบทบาทหน้าที่นี้ก็เข้ามาสู่แวดวงเรื่องสิ่งแวดล้อมได้โดยง่ายเนื่องจาก ปัญหาหายนะและอันตรายต่างๆจากเรื่องสิ่งแวดล้อม

ตัวอย่างงานศึกษาที่เป็นแบบฉบับที่สุดของงานวิจัยการสื่อสาร สิ่งแวดล้อมที่แสดงหน้าที่ดังกล่าวก็เช่น งานวิจัยของมุสตี อรุณมาศ (2541) เรื่อง “บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอเรื่องกากของเสีย อันตรายจากโรงงานอุตสาหกรรม ศึกษาจากหนังสือพิมพ์มติชน กรุงเทพฯ-ธุรกิจ ไทยรัฐ” งานวิจัยนี้เริ่มจากที่มาของปัญหาที่ว่า การผลิตสินค้าจาก โรงงานอุตสาหกรรมย่อมจะต้องมีกากของเสีย (waste) บางชนิดที่เป็น

อันตราย เช่น สารเคมี ซึ่งตามกฎหมายแล้ว ทางโรงงานจะต้องมีระบบการบริหารจัดการให้ปลอดภัย และมีหน่วยงานรัฐเป็นผู้ควบคุม แต่เนื่องจากหน่วยงานรัฐไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างทั่วถึง ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเข้าไปเสริมช่วยทำหน้าที่นี้เพื่อกระตุ้นให้ทุกภาคส่วนตื่นตัว และเร่งแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ผู้สดีผู้วิจัยจึงได้เลือกศึกษาสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ที่เป็นสื่อที่มีหน้าที่พื้นฐานและเบื้องต้นคือ หน้าที่ในการเฝ้าระวังภัยอันตรายต่างๆ ของระบบอยู่แล้ว โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นหนังสือพิมพ์ 3 ฉบับที่เป็นตัวแทนของหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และหนังสือพิมพ์ธุรกิจ เพื่อให้ครอบคลุมประเภทของหนังสือพิมพ์ และใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ของหนังสือพิมพ์ 3 ฉบับในช่วงเวลา 6 เดือน (มกราคม-มิถุนายน 2539)

ผลการวิจัยพบว่า

(i) ธรรมชาติของตัวสื่อเป็นตัวแปรต้นที่จะกำหนดการแสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อต่อเรื่องสิ่งแวดล้อม เนื่องจากธรรมชาติของสื่อหนังสือพิมพ์นั้นต้องรายงาน (report) ข่าว (news) เป็นเนื้อหาหลัก และข่าวต้องเป็นเรื่องจริง (fact) ที่เกิดมาจากเหตุการณ์ (event) ดังนั้น ปริมาณของข่าวสารจะมีมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับช่วงเวลา (periodisation) ที่เกิดเหตุการณ์ขึ้น ดังนั้น ผลการวิจัยจึงแสดงว่า การนำเสนอเนื้อหาจะมีมากในช่วงเวลาที่มีเหตุการณ์ชุมนุมประท้วงคัดค้านการก่อสร้างโรงงานกำจัดกากของเสียอันตรายจากโรงงานอุตสาหกรรมที่อำเภอปลวกแดง จ.ระยองในช่วงเดือนมกราคม 2539

(ii) และธรรมชาติของความเป็นสื่อหนังสือพิมพ์ที่เป็นตัวแปรต้น ทำให้พบว่าวิธีการนำเสนอเรื่องกากของเสียอันตรายจากโรงงานอุตสาหกรรมจะปรากฏในรูปแบบของข่าวมากกว่าบทความ จะมีทิศทางในทางลบมากกว่าทางบวก และปริมาณจากหนังสือพิมพ์ประเภทธุรกิจจะมีมากกว่าหนังสือพิมพ์อีก 2 ประเภท เพราะประเด็นดังกล่าวมีความเกี่ยว

ข้องกับระบบธุรกิจอยู่แล้ว

(iii) ผู้วิจัยลงความเห็นว่ หนังสือพิมพ์ยังแสดงบทบาทในเรื่องการให้ความรู้ในประเด็นเรื่องกากของเสียไม่เพียงพอ ซึ่งอาจจะมีสาเหตุมาจากบทบาทหน้าที่การให้ความรู้ไม่น่าจะเป็นบทบาทหลักของหนังสือพิมพ์ หรืออาจจะเป็นเพราะหนังสือพิมพ์เองก็มีข้อจำกัดเรื่องความเข้าใจในประเด็นดังกล่าว และเนื่องจากธรรมชาติของสื่อหนังสือพิมพ์ทำให้พบว่า ส่วนใหญ่เนื้อหาของหนังสือพิมพ์จะเป็น “การรายงานเหตุการณ์ตามกระแส” มากกว่า “การให้เนื้อหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องกากของเสีย” ซึ่งอาจจะทำให้ไม่ได้ในคอลัมน์ข่าว แต่อาจจะต้องหาทางออกที่จะแสดงบทบาทหน้าที่นี้ในคอลัมน์อื่นๆ

(7.2) บทบาทของการให้ความรู้/ความเข้าใจเรื่องสิ่งแวดล้อม (Education/Socialization) จากกรณีของตัวอย่างแรกน่าจะให้แนวทางแก่เราได้ว่า การที่จะเลือกแสดงบทบาทหน้าที่อะไรนั้น จะมีตัวแปรเรื่อง “ประเภทและธรรมชาติของสื่อ” เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยอย่างมาก ดังนั้น ในการเล่นบทบาทเป็นผู้ให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องสิ่งแวดล้อมนี้ สื่อประเภทหนึ่งที่มีธรรมชาติเหมาะสมที่สุดกับการทำหน้าที่นี้ก็คือ **สื่อนิตยสาร** เนื่องจากมีพื้นที่มากพอ ไม่ถูกเร่งรัดด้วยเวลาที่จำกัดมากนัก และสามารถแตกตัวออกมาเป็นเนื้อหาเฉพาะๆได้

ดังนั้น สุธิดา พัฒนศรีวิเชียร (2544) จึงเลือกศึกษา “บทบาทของนิตยสารในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม: ศึกษากรณีนิตยสารเพื่อสิ่งแวดล้อม” ผู้วิจัยได้เลือกวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสาร 4 ฉบับ คือโลกใบใหม่ โลกสีเขียว สารคดี และผลิใบ จำนวน 48 ฉบับในช่วงเวลาพ.ศ.2540-41 ผลการวิจัยพบว่า

(i) มีบทบาทอย่างน้อย 3 บทบาทที่นิตยสารสามารถแสดงได้ โดยมีบทบาทในการให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมมาเป็นอันดับแรก บทบาทในการกำหนดนโยบายหรือมีส่วนในการตัดสินใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมาเป็น



อันดับสอง และบทบาทอื่นๆ เช่น การให้สถานภาพแก่บุคคล/องค์กรที่ทำงานด้านสิ่งแวดล้อม (status conferral) การเป็นพื้นที่ที่เปิดการสะท้อนความคิดเห็นของสังคม

(ii) สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่นิตยสารแต่ละเล่มจะแสดงบทบาทนั้นก็ขึ้นอยู่กับธรรมชาติของนิตยสารแต่ละเล่ม เช่น นิตยสารผลิใบเป็นนิตยสารของสถาบันสิ่งแวดล้อมไทยที่แตกต่างจากนิตยสารอีก 3 เล่มตรงที่เป็นหนังสือสำหรับเด็ก มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก ดังนั้นจึงมีเนื้อหาที่เป็นเรื่องของกิจกรรมและโครงการเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

(7.3) บทบาทหน้าที่ในการประสานผลประโยชน์ของฝ่ายต่างๆ ในสังคม บทบาทหน้าที่นี้จะพัฒนามาจากหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชน คือ หน้าที่การสร้าง ความเข้าใจร่วมกันของคนในสังคมให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน (correlation) และเมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในกรณีของเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งนอกจากจะมีเรื่องความเข้าใจที่แตกต่างกันแล้ว ก็ยังมีเรื่องผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกันอีกด้วย สถาบันหนึ่งที่ถูกคาดหวังให้สร้าง “ความปรองดอง/ประสานผลประโยชน์” ที่ขัดแย้งกันนั้น ก็คือสื่อมวลชน

ตัวอย่างงานวิจัยที่แสดงให้เห็นบทบาทหน้าที่ในการประสานผลประโยชน์ของสื่อมวลชนก็เช่นงานของฤดีมาส ปางพุดพิงศ์ (2534) เรื่อง “บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการประสานผลประโยชน์ระหว่างการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม: ศึกษากรณีสร้างเขื่อนของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย” ที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้เกิดขึ้นในบริบทช่วงต้นทศวรรษ 2530 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ยุคใหม่กำลังมีเส้นทาง การพัฒนา 2 เส้นทาง เส้นทางหนึ่ง (อยู่ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ แผนที่ 6) ก็คือการเดินไปตามเส้นทางที่เดินมาตั้งแต่แผนพัฒนาแผนแรก คือการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมด้วยการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) เช่น ถนน ไฟฟ้า (ผ่านการสร้างเขื่อน) ฯลฯ แต่เนื่องจากในช่วงทศวรรษ 2530 ปัญหาสิ่งแวดล้อมในสังคมไทย เริ่ม

ปะทุมาจากทุกทิศทางดังที่ได้กล่าวมาแล้วและกลายเป็นอีกเส้นทางหนึ่งท่ามกลางบรรยากาศของ 2 เส้นทางที่ปะทะเฉี่ยวชนกันเช่นนี้ ฤดีมาส ผู้วิจัยมีความสนใจว่า สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ได้เล่นบทบาทของผู้ประสานผลประโยชน์ระหว่าง 2 เส้นทางนี้มากน้อยเพียงใด และมีตัวแปร/ปัจจัยอะไรบ้างที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการแสดงบทบาทดังกล่าว

นักวิจัยเลือกศึกษาเนื้อหาหนังสือพิมพ์ไทยทั้งนี้ประเภทเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพจำนวน 10 ฉบับในช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2531 ในประเด็นของการสร้างเขื่อนของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เภดท์ที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา มี 3 เภดท์คือ เนื้อหาที่สนับสนุนการสร้างเขื่อน เนื้อหาที่คัดค้านการสร้างเขื่อนด้วยเหตุผลเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเนื้อหาที่แสดงการประสานผลประโยชน์ระหว่างฝ่ายสร้างเขื่อนกับฝ่ายต่อต้าน ผลการวิจัยพบว่า

(i) เมื่อดูภาพรวมทั้งหมดโดยยังไม่แยกช่วงเวลาพบว่า ปริมาณเนื้อหาแบบประสานผลประโยชน์จะมีมากที่สุด รองลงมาคือเนื้อหาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม/คัดค้านการสร้างเขื่อน และน้อยที่สุดคือเนื้อหาการสนับสนุนการสร้างเขื่อน

(ii) สำหรับตัวแปรเรื่องประเภทของหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ไม่พบว่ามี การแสดงบทบาททั้ง 3 แบบที่แตกต่างกัน

(iii) แต่ตัวแปรแรกที่เข้ามาเกี่ยวข้องก็เป็นตัวแปรเดียวกับงานของมุสตี อรุณมาศ (2541) ที่ศึกษาเรื่องสื่อหนังสือพิมพ์เช่นเดียวกันคือเรื่อง “ช่วงเวลา” (periodisation) และลักษณะที่หนังสือพิมพ์ต้องรายงานเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริง ดังนั้น ในช่วงเวลาปกติซึ่งไม่ได้มีเหตุการณ์คัดค้านการสร้างเขื่อนมาแทรก หนังสือพิมพ์ก็จะรายงานเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น เรื่องประโยชน์ของเขื่อนในแง่มุมต่างๆ โดยมีแหล่งข่าวคือหน่วยงานของรัฐ แต่ในช่วงเวลาที่มีความขัดแย้งที่มีเหตุการณ์ประท้วงหรือคัดค้านการสร้างเขื่อน หนังสือพิมพ์ก็ต้องนำเสนอข่าวการคัดค้าน และแหล่งข่าวก็จะขยายไปสู่กลุ่มคัดค้าน กลุ่มนัก

อนุรักษ์ นักการเมือง ซึ่งโดยธรรมชาติแล้ว ชาวความขัดแย้งก็จะมีสีสันทที่ น่าสนใจมากกว่าชาวจากหน่วยงานของรัฐ และในช่วงเวลาแห่งความขัดแย้งนี้เองที่หนังสือพิมพ์ก็จะนำเสนอเนื้อหาในลักษณะของการประสานผลประโยชน์ควบคู่ไปด้วย (หนังสือพิมพ์จะเล่นบทบาทผู้ประสานประโยชน์ได้เด่นชัดก็ในช่วงเวลาของความขัดแย้งนี้เอง)

(7.4) บทบาทของผู้กระตุ้น/ปลุกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ในขณะที่บทบาทด้านการให้ความรู้นั้นอาจจะเป็นไปได้ในด้านของการให้ข้อมูล ข่าวสารและการคิดบนเหตุผล แต่ทว่าในการกระตุ้นและปลุกจิตสำนึกนั้น จะเป็นการโน้มน้าวที่บวกผสมด้วยมิติด้านอารมณ์ความรู้สึกเพื่อให้เกิดความรู้สึกตระหนักและเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับปัญหาดังกล่าว (แน่นอนว่าระหว่าง 2 มิตินั้นย่อมมีบริเวณที่เหลื่อมล้ำกันอยู่)

อันที่จริงการแสดงบทบาทเป็นผู้กระตุ้น/ปลุกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมผ่านการใช้สื่อมวลชนประเภทต่างๆ นั้นมักจะคาดหวังที่จะครอบคลุมเป้าหมายขนาดใหญ่ทุกกลุ่ม อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของวรรณิงามขจรกุลกิจ (2539) เรื่อง “การรณรงค์ประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมศึกษาของสื่อมวลชนเพื่อสร้างจิตสำนึกของนักศึกษานิเทศศาสตร์” ก็เน้นหนักไปที่การกระตุ้นจิตสำนึกของกลุ่มเยาวชนเป็นพิเศษ ทั้งนี้เพราะปัญหาสิ่งแวดล้อมบางปัญหา เช่น ปัญหาพลังงานขาดแคลนนั้น เกิดจากการที่คนรุ่นปัจจุบันได้ขโมยทรัพยากรของคนรุ่นอนาคตมาใช้จนหมด ดังนั้นกลุ่มคนที่จะได้รับผลกระทบมากที่สุด ก็คือกลุ่มคนในอนาคตอันได้แก่กลุ่มเยาวชนนั่นเอง (อย่างไรก็ตาม หากเรามองเห็นคุณลักษณะพิเศษของกลุ่มเยาวชนในเรื่องสิ่งแวดล้อม การออกแบบสาร (message selection & design) ก็ต้องสร้างให้สอดคล้องกับคนกลุ่มนี้เป็นการเฉพาะ)

และในท่ามกลางกลุ่มเยาวชนทั้งหลาย วรรณิงผู้วิจัยก็ยังเจาะลึกลงมาในกลุ่มของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ เนื่องจากเยาวชนกลุ่มนี้ในอนาคตจะต้องไปแสดงบทบาทเป็นนักสื่อสารมวลชน จึงมีหน้าที่ในการ

ปลูกจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมแก่คนอื่นๆ เฉพาะฉะนั้น ดังที่ได้กล่าวมาแล้วถึงข้อสังเกตของ K. Dixit (1994) ว่า ความน่าเชื่อถือของผู้สื่อสารเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น (credibility) คงจะไม่อยู่ที่ตัวเนื้อหาสารเท่านั้น แต่น่าจะอยู่ที่ “สิ่งแวดล้อมในใจ” (inner environment) ของผู้สื่อสารมากกว่า

งานวิจัยชิ้นนี้ออกแบบโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 400 คนที่เป็นนักศึกษานิเทศศาสตร์ระดับปริญญาตรีในสถาบันระดับอุดมศึกษาทุกประเภท ตัวแปรที่สนใจคือพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารและจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า

(i) **ประเภทของสื่อ**ที่นักศึกษานิเทศศาสตร์เปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมมากที่สุดคือสื่อโทรทัศน์ แต่ส่วนใหญ่ก็เป็นแบบแผนการดูแบบดูบางครั้งเท่าที่มีโอกาส ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์และวิทยุนั้นจะเปิดรับน้อยกว่า

(ii) **สำหรับความสนใจข่าวสาร**ด้านสิ่งแวดล้อมนั้น ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ประเด็นข่าวสารรณรงค์ที่สนใจมีความชื่นชอบและจดจำได้มี 3 ประเด็นคือ น้ำมันไร้สารตะกั่ว การรณรงค์อนุรักษ์เจ้าพระยากับตาวีเศษ และการอนุรักษ์ป่าไม้โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ (น่าจะมีการวิเคราะห์คุณลักษณะของรายการเหล่านี้เพื่อค้นหาคุณลักษณะรสนิยม - taste - การรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมกับกลุ่มเยาวชน)

(iii) **ความเชื่อถือข่าวสารสิ่งแวดล้อม** กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อถือในสื่อโทรทัศน์มากกว่าหนังสือพิมพ์และวิทยุ ซึ่งน่าจะอธิบายได้จากคุณลักษณะของสื่อโทรทัศน์ที่มีทั้งภาพและเสียง ซึ่งเป็นไปตามหลักการของ “Seeing is believing” (สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น)

(iv) ส่วนการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามนั้นก็พบว่า มีแต่การเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับระดับจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง ในขณะที่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในประเภทสื่อหนังสือพิมพ์และวิทยุ

(7.5) บทบาทของผู้นำเสนอทางเลือกใหม่ๆด้านสิ่งแวดล้อม บทบาทนี้ถือว่าเป็นบทบาทที่สำคัญยิ่งอย่างหนึ่งของการสื่อสารสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะสำหรับสื่อประเภทสื่อมวลชน ทั้งนี้เนื่องจากหากเราไม่สามารถยอมรับกับรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในปัจจุบัน เราก็ต้องแสวงหารูปแบบใหม่ๆมาทดแทน และในขณะที่คนแต่ละคนหรือกลุ่มแต่ละกลุ่มอาจจะค้นพบรูปแบบใหม่ๆดังกล่าว แต่ข้อค้นพบดังกล่าวก็อาจจะจำกัดอยู่แต่ละเฉพาะพื้นที่ หากทว่าเมื่อสื่อมวลชนได้นำมาเผยแพร่ ความรู้ใหม่นั้นก็จะสามารถแพร่กระจายออกไปได้ในวงกว้าง และทำให้การแก้ปัญหาที่มีความรวดเร็วและกินอาณาเขตกว้างขวางพอที่จะรับมือกับการขยายตัวของปัญหา

การเล่นบทบาทเป็นผู้นำเสนอทางเลือกใหม่ๆ ด้านสิ่งแวดล้อม จากการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ นั้นปรากฏตั้งแต่ในงานวิจัยยุคแรกๆของการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทย (ราวๆทศวรรษ 2520) และยังคงสืบทอดต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีขอบเขตทั้งการแสวงหาแนวทางใหม่ๆในระดับท้องถิ่นเล็กๆจนถึงระดับชาติ และมีการใช้การสื่อสารทุกรูปแบบในทุกประเด็นของเรื่องสิ่งแวดล้อม ดังตัวอย่างที่จะยกมาแสดงให้เห็นพอสังเขป

(1) วันชัย ธนะวังน้อย (2526) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสารและการยอมรับนวัตกรรมของชาวบ้านในโครงการเตาแก๊สมูลสัตว์ ต.ท่าข้าม อ.สามพราน จ.นครปฐม”

(2) สุรัตน์ ตรีสุกุล (2531) เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความรู้ ทักษะคิด และการป้องกันกำจัดศัตรูพืชแบบผสมผสานของเกษตรกรที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของโครงการพยากรณ์และเตือนการระบาดของศัตรูข้าว จ.ชัยนาท”

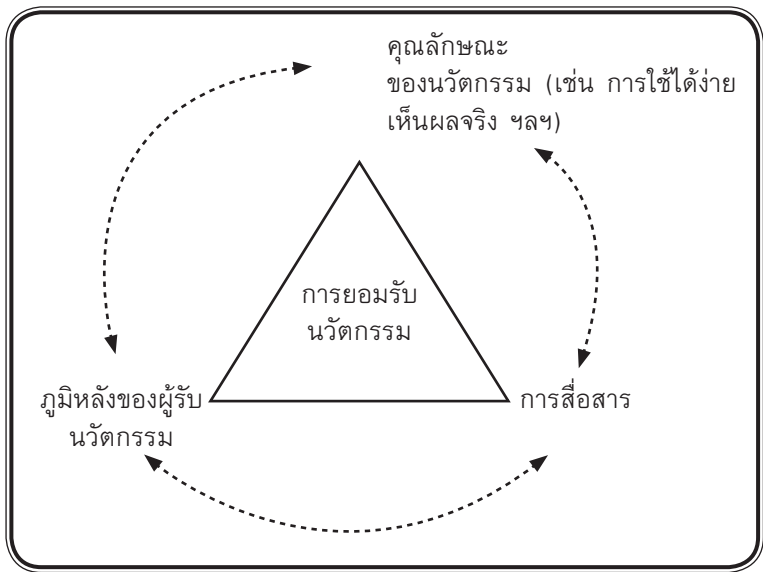
(3) สุตชาติ วงษ์นุ่น (2539) เรื่อง “ประเมินผลโครงการรณรงค์การใช้น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วของรัฐบาลในปีพ.ศ.2538: ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร”

จากนี้ จะดูรายละเอียดของตัวอย่างงานวิจัยทางเลือกใหม่ๆ

ด้านสิ่งแวดล้อมดังนี้

(1) วันชัย ธนะวังน้อย (2536) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสารและการยอมรับนวัตกรรมของชุมชนในโครงการเตาแก๊สมูลสัตว์ ต.ท่าข้าม อ.สามพราน จ.นครปฐม” งานวิจัยชิ้นนี้ทำงานอยู่ภายใต้แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อเผยแพร่นวัตกรรม (Diffusion of innovation) โดยนวัตกรรมในที่นี้ก็คือ การใช้เตาแก๊สที่ใช้มูลสัตว์เป็นเชื้อเพลิง โดยนำเอาหลักการใช้พลังงานหมุนเวียนและลดปัญหาของเสีย (คือมูลสัตว์ เช่น ขี้หมู ขี้วัวควาย) เพื่อให้เกิดการใช้พลังงานอย่างยั่งยืน แต่การนำนวัตกรรมเข้ามาใช้นั้นก็ต้องติดตั้งทั้งความเข้าใจ ปรับเปลี่ยนทัศนคติ รวมทั้งติดตามปัญหาในขั้นตอนของการลงมือกระทำจริง

ในเรื่องของการยอมรับนวัตกรรมนั้นจะมีตัวแปรที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ด้านคือ



ภาพที่ 9: 3 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม

งานวิจัยชิ้นนี้จึงออกแบบศึกษากลุ่มชาวบ้านในต.ท่าข้าม ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ชาวบ้านมีการเลี้ยงหมูเป็นอาชีพและสามารถนำเอาซี่หมูมาใช้ในการใช้เตาแก๊สมูลสัตว์ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรม 50 ราย และกลุ่มที่ไม่ยอมรับ 100 ราย เพื่อตรวจสอบตัวแปรทั้ง 3 ที่เกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม

ประเภทของสื่อที่ต้องการตรวจสอบคือ สื่อแผ่นภาพโฆษณา การอบรม และสื่อบุคคล ผลจากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง พบผลการวิจัยดังนี้

(i) ความสัมพันธ์ระหว่าง “ประเภทของสื่อ” กับ “การยอมรับนวัตกรรม” พบว่า การอบรมและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์ แต่สื่อแผ่นภาพโฆษณาไม่มีความสัมพันธ์ และในสื่อทั้ง 3 ประเภทนี้ สื่อบุคคล (อันได้แก่เพื่อนบ้านที่มีเตาแก๊สมูลสัตว์แล้ว เพื่อนบ้านทั่วไป เจ้าหน้าที่เพื่อนร่วมอาชีพ บุคคลในครอบครัว และผู้ใหญ่บ้าน) มีบทบาทต่อการยอมรับนวัตกรรมสูงกว่าสื่อประเภทอื่นๆทั้งหมด ข้อค้นพบนี้มักจะเป็นแบบแผนทั่วไปที่พบได้ในงานวิจัยเรื่องการยอมรับนวัตกรรมเสมอที่ระบุถึงความสำคัญของอิทธิพลของสื่อบุคคล (Personal Media's influence)

(ii) สำหรับตัวแปรด้านภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าตัวแปรอื่นๆ เช่น รายได้ การศึกษา นั้นมักจะไม่เกี่ยวข้อง แต่ตัวแปรที่เกี่ยวข้องมากคือ การมีตำแหน่งในหมู่บ้าน (เช่น เป็นผู้ใหญ่บ้าน เป็นคณะกรรมการหมู่บ้าน) ซึ่งก็เป็นไปตามหลักทฤษฎีที่ว่า บรรดาผู้นำของชุมชนนั้นมักจะเป็นคนกลุ่มแรกที่ยอมรับนวัตกรรม (Early adopter)

(2) สุรัตน์ ตรีสุกุล (2531) เรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการป้องกันกำจัดศัตรูพืชแบบผสมผสานของเกษตรกรที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกของโครงการพยากรณ์และเตือนการระบาดของศัตรูข้าว จ.ชัยนาท” งานวิจัยชิ้นนี้สังกัดอยู่ในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการเกษตร ซึ่งการเกษตรแผนใหม่นั้นมีการใช้ปุ๋ยและสารเคมีจำนวนมาก ก่อให้เกิดผลสืบเนื่องคือการทำลาย

คุณภาพของดิน ความอ่อนแอของพืชเช่นต้นข้าว และการแพร่ระบาดของศัตรูพืชที่ทำลายผลผลิตขนาดใหญ่ สำหรับนวัตกรรมที่นำมาใช้ในกรณีนี้เป็นนวัตกรรมที่หวนกลับไปใช้ภูมิปัญญาเดิมของท้องถิ่น คือการใช้แมลงธรรมชาติที่ทำลายแมลงที่เป็นศัตรูพืชกันเอง โดยไม่ต้องใช้หรือลดปริมาณการใช้สารเคมี (ที่เรียกว่า “ศัตรูธรรมชาติ”)

กรอบแนวคิดในงานวิจัยชิ้นนี้ยังคงสนใจตัวแปร 3 ด้านคือ การยอมรับนวัตกรรมเหมือนงานของวันชัย ธนะวังน้อย (2526) ที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่สำหรับตัวแปร “ภูมิหลังผู้รับนวัตกรรม” นั้น งานวิจัยชิ้นนี้จะให้ความสนใจกับ “สภาพการเป็น/ไม่เป็นสมาชิกของโครงการพยากรณ์และเตือนการระบาดของศัตรูข้าว” เนื่องจากผู้วิจัยเห็นว่าสภาพการเป็นสมาชิกของโครงการนั้นน่าจะเป็นการเปิด “ช่องทางการรับสาร” ได้มากกว่าและดีกว่าซึ่งจะต้องทดสอบจากการวิจัยครั้งนี้

การวิจัยออกแบบโดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเกษตรกรปลูกข้าวที่เป็นสมาชิกโครงการฯ 217 คน และไม่เป็นสมาชิก 159 คน ที่อาศัยอยู่ในเขต 5 อำเภอของจ.ชัยนาท ผลการวิจัยพบว่า

(i) สำหรับการเปรียบเทียบกลุ่มสมาชิก/กลุ่มไม่เป็นสมาชิกโครงการฯ นั้นพบว่า ในแง่ความรู้และทัศนคติในเรื่องศัตรูธรรมชาติและความรู้เรื่องสารเคมี (เช่น ชื่อสารเคมี ผลกระทบสารเคมี) ใน 2 มิตินี้ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ ยังมีความรู้ในเรื่องดังกล่าวน้อย และมีทัศนคติที่ไม่ถูกต้อง

แต่ทว่าในระดับของพฤติกรรมการป้องกันกำจัดศัตรูพืชตามแนวทางของโครงการฯ (ที่ผสมผสานการใช้ศัตรูธรรมชาติกับสารเคมี) ปรากฏว่ากลุ่มสมาชิกมีพฤติกรรมที่ดีกว่ากลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก ทั้งนี้น่าจะหมายความว่า การลงมือกระทำพฤติกรรมนั้นน่าจะมาจากตัวแปรอื่นๆที่ไม่ใช่ความรู้และทัศนคติ (เช่น มาจากความมั่นใจที่เห็นเพื่อนๆ คนอื่นทำเหมือนกัน)



(ii) เช่นเดียวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช กลุ่มสมาชิกก็มีพฤติกรรมกรรมการเปิดรับมากกว่ากลุ่มที่ไม่เป็นสมาชิก ซึ่งหมายความว่า ข้อคิดเห็นของนักวิจัยนั้นมีความถูกต้องที่ว่าการเป็นสมาชิกกลุ่มนั้นเป็นช่องทางการเปิดสู่การมีข่าวสารที่มากขึ้น

(iii) สำหรับประเภทของสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเรื่องการป้องกันศัตรูพืชนั้นก็มิแบบแผนเช่นเดียวกับงานวิจัยชิ้นอื่นๆ กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลมากกว่าสื่อมวลชน เนื่องจากเนื้อหาข่าวสารดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะสำหรับกลุ่มเกษตรกรเท่านั้น และสำหรับสื่อบุคคลนั้นอาจจะแบ่งได้เป็น 2 ประเภทย่อย คือ สื่อบุคคลภายในชุมชน (เช่น เพื่อนบ้าน คนในครอบครัว ผู้นำท้องถิ่น) และสื่อบุคคลภายนอกชุมชน เช่น เกษตรกรตำบล เจ้าหน้าที่หน่วยปราบศัตรูพืช และเนื่องจากเนื้อหาข่าวสารที่ต้องการนั้นมีลักษณะเฉพาะที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญ (expertise) ซึ่งเนื้อหาดังกล่าวมักจะเกินขีดความสามารถของสื่อบุคคลในชุมชน

(iv) ส่วนรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดเนื่องจากมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามอื่นๆ (ความรู้-ทัศนคติ-พฤติกรรม) ของเกษตรกรทั้ง 2 กลุ่ม คือ รูปแบบการเข้ารับการอบรม เนื่องจากรูปแบบนี้มีลักษณะเป็นการสื่อสารกลุ่ม แบบเห็นหน้าเห็นตากัน เป็นการสื่อสารสองทางที่เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับเนื้อหาที่ต้องนำไปปฏิบัติเนื่องจากสามารถซักถามข้อข้องใจได้

(3) สุตชาติ วงษ์หุ่น (2539) เรื่อง "ประเมินผลโครงการรณรงค์การใช้น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วของรัฐบาลในปีพ.ศ.2538: ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร" ในขณะที่งานวิจัยการสื่อสารเพื่อแสวงหาทางเลือกในเรื่องสิ่งแวดล้อม 2 ชั้นแรกที่กล่าวมานั้นเป็นทางเลือกในระดับกลุ่ม/เฉพาะท้องถิ่น ในงานวิจัยของสุตชาตินี้มีขอบเขตของกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขวางขึ้นคือ ระดับชาติและเป็นประเด็นของทางเลือกในเรื่องพลังงานสะอาดที่ทำลายสภาวะแวดล้อมน้อยลง

เนื่องจากสารตะกั่วที่มีในน้ำมันเบนซินนั้นทำลายสภาพอากาศ และส่งผลต่อสุขภาพของประชาชนอย่างมาก รัฐบาลไทยจึงเริ่มนำเอาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วเข้ามาทดแทน ตั้งแต่ปีพ.ศ.2534 แต่ระยะแรกยังเป็นน้ำมันประเภทที่ไม่มีสารเคลือบบิวาล์ว ทำให้ผู้ใช้รถยนต์ยังไม่มั่นใจในเรื่องการสึกหรอของเครื่องยนต์และปัญหาอื่นๆ ต่อมารัฐบาลได้เพิ่มน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วและมีสารเคลือบบิวาล์ว ในปีพ.ศ.2538 รวมทั้งทำโครงการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันเบนซินแบบใหม่ให้มากขึ้น

นี่จึงเป็นที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้ที่ผู้วิจัยต้องการประเมินผลโครงการรณรงค์ดังกล่าว โดยออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสอบถามกลุ่มประชาชนในกรุงเทพมหานคร 5 กลุ่มอาชีพ (ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักศึกษา และแม่บ้าน) จำนวนกลุ่มละ 80 คน รวม 400 คน โดยเปรียบเทียบความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมก่อนและหลังการมีโครงการรณรงค์

ผลการวิจัยพบว่า

(i) สำหรับผลกระทบในแง่ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมใช้น้ำมันประเภทใหม่นั้นพบว่า หลังมีโครงการรณรงค์แล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ดีขึ้น มีทักษะคติดีขึ้น รวมทั้งมีพฤติกรรมการใช้น้ำมันแบบใหม่มากขึ้น โดยมีหลายเหตุผล นับตั้งแต่เหตุผลที่น้ำมันไร้สารตะกั่วมีผลดีต่อสิ่งแวดล้อม มีความชัดเจนแล้วว่า น้ำมันแบบใหม่ไม่ทำให้เครื่องยนต์สึกหรอหรือกำลังรถตกลงไป แต่ก็มีส่วนที่ระบุว่าจำเป็นต้องใช้เพราะปัจจุบันไม่มีน้ำมันเบนซินมีตะกั่วขายแล้ว แต่ก็ยังมีกลุ่มตัวอย่างถึง 3 ใน 4 ที่ยืนยันจะใช้น้ำมันแบบใหม่ แม้ว่าจะมีราคาแพงขึ้นกว่าปัจจุบัน

(ii) ส่วนการวัดความพึงพอใจต่อโครงการรณรงค์ ซึ่งผู้วิจัยได้วัดในหลายด้านพบว่า โดยภาพรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของการรณรงค์ โดยมีแง่บวกความพึงพอใจดังนี้

- ความชัดเจน การรณรงค์ให้ข้อมูลที่ชัดเจนต่อเรื่องกำลังและ

อัตราเร่งของเครื่องยนต์

- ความถี่ของการเผยแพร่ข่าวสาร เป็นประเด็นหลักที่กลุ่มตัวอย่างไม่ค่อยพึงพอใจเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า มีความถี่น้อยในการเผยแพร่และช่วงเวลาของการเผยแพร่ก็สั้นเกินไปหรือไม่เหมาะสม

- ประเภทของสื่อ กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจการเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนสื่อประเภทอื่นๆ เช่น นิตยสาร/วารสาร แผ่นพับ โฆษณา แผ่นป้ายโฆษณานั้น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะพอยน์ท์ที่สื่อคือแผ่นพับโฆษณา

(7.6) บทบาทของการระดมการมีส่วนร่วมในเรื่องสิ่งแวดล้อม

สำหรับบทบาทการสื่อสารในการระดมการมีส่วนร่วมเพื่อการป้องกัน/แก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้น ได้นำเสนอมาบ้างแล้วในยุคพัฒนาการยุคสุดท้ายของเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในสังคมไทย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากแง่มุม “การมีส่วนร่วม” นั้นมีหลายระดับ หลายแง่มุม รวมทั้งยังถูกคาดหวังว่าจะเป็น “กลไก/กระบวนการสำคัญ” ในการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อม จึงยังสามารถที่จะค้นคว้าวิจัยได้อย่างมากมายในอนาคต

ในที่นี้จะยกตัวอย่างงานวิจัยที่แสดงให้เห็นการทาบบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารรูปแบบต่างๆที่มีผลต่อการระดมการมีส่วนร่วมในเรื่องสิ่งแวดล้อม คืองานวิจัยของสุนทรี ธาราธิคุณ (2543) เรื่อง “การมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของประชาชนต่อการแก้ไขปัญหาภาวะมลพิษอากาศและกลิ่นเหม็นในเขตเทศบาลตำบลมาบตาพุด จ.ระยอง” งานวิจัยชิ้นนี้เป็นตัวแทนที่ดีของภาพปัญหาสิ่งแวดล้อมในสังคมไทยปัจจุบันที่การพัฒนาอุตสาหกรรมเกิดขึ้นในรูปแบบของการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีโรงงานจำนวนมากไปตั้งรวมกัน เช่น นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดที่มีโรงงานขนาดใหญ่ถึง 50 โรงงาน และเป็นโรงงานที่มีความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมสูง เช่น โรงงานแยกก๊าซธรรมชาติ โรงงานเปโตรเคมี โรงกลั่นน้ำมัน เป็นต้น

และกรณีศึกษาเป็นการเจาะเข้าไปศึกษากลุ่มคนที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยตรงคือ ชุมชน 12 ชุมชนที่อยู่รอบๆ นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด และได้รับผลกระทบในเรื่องภาวะมลพิษทางอากาศและกลิ่นเหม็น และเนื่องจากในสังคมไทยในช่วงทศวรรษ 2530 เป็นต้นมาได้มีบทเรียนเกี่ยวกับปัญหาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและผลต่อสุขภาพของประชาชนในนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ ทั่วประเทศมาแล้ว ดังนั้นในกรณีของนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดที่มีการเคลื่อนไหวของกลุ่มประชาชน หน่วยราชการและโรงงานอุตสาหกรรมจึงได้ออกมาตรการเพื่อแก้ไขและบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชนโดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องได้ 34 ข้อ แบ่งเป็น 4 มาตรการใหญ่ คือ มาตรการช่วยเหลือโรงเรียนในพื้นที่ มาตรการแก้ไขปัญหที่เกิดจากกลิ่นเหม็น มาตรการประชาสัมพันธ์และสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน และมาตรการป้องกันผลกระทบจากปัญหาภาวะมลพิษในอากาศและกลิ่นเหม็น ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้มาตรการดังกล่าวมาเป็นเครื่องชี้วัดความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างต่อการแก้ปัญหา

นักวิจัยออกแบบการวิจัยโดยใช้ทั้งวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณประกอบกันและวางแผนเก็บข้อมูลอย่างครบวงจร โดยการสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง สัมภาษณ์ผู้แทนหน่วยงานราชการ โรงงานอุตสาหกรรม ผู้แทนโรงเรียนและตัวแทนชุมชน และใช้แบบสัมภาษณ์สำรวจความเห็นของกลุ่มประชาชนจำนวน 320 คนจาก 12 ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ

ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

(i) การเปิดรับข่าวสารความเป็นไปของชุมชน ส่วนใหญ่ชาวบ้านรับทราบจากใบปลิวของสำนักงานนิคมอุตสาหกรรมและโรงงานอุตสาหกรรมที่เผยแพร่ผ่านทางผู้นำชุมชนและโรงเรียนอีกต่อหนึ่ง อีกช่องทางหนึ่งคือหอกระจายข่าวเป็นอันดับสอง แต่ทว่ามีเพียง 3 จาก 12 ชุมชนเท่านั้นที่มีหอกระจายข่าวของชุมชนเอง ดังนั้นชาวบ้านจึงมีข้อเสนอแนะ



ให้ทางราชการ/ทางโรงงานติดตั้งหอกระจายข่าวภายในชุมชนให้เป็นการถาวรเพื่อเผยแพร่ข่าวสารให้ทั่วถึง

(ii) การรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศและกลิ่นเหม็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบในระดับต่ำ ซึ่งผู้วิจัยอภิปรายว่าอาจเป็นเพราะระดับการศึกษาน้อยและเวลาที่ต้องใช้ในการทำมาหากินทำให้ชาวบ้านไม่มีเงื่อนไขที่จะติดตามข่าวสาร

ช่องทางที่รับทราบข่าวสารที่สำคัญที่สุดก็คือ สื่อบุคคล อันได้แก่ ผู้นำชุมชน เพื่อนบ้าน คนในชุมชน ซึ่งสะท้อนว่า ระบบการสื่อสารภายในชุมชนไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างผู้นำกับชาวบ้าน หรือการสื่อสารระหว่างชาวบ้านกันเองเป็นระบบการสื่อสารที่มีความสำคัญที่สุด

(iii) สำหรับรูปแบบการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหามลพิษทางอากาศและกลิ่นเหม็น โดยภาพรวมแล้ว พบว่ามีความถี่ในระดับต่ำ กล่าวคือในทั้ง 6 รูปแบบของการมีส่วนร่วม ภายในเวลา 6 เดือน กลุ่มตัวอย่างจะมีส่วนร่วมเพียง 8 ครั้งโดยเฉลี่ย

รูปแบบการมีส่วนร่วมเรียงตามลำดับความถี่จากมากไปน้อยมีดังนี้

- (1) การร้องเรียนมีประมาณ 3 ครั้ง
- (2) การติดตามข่าวสาร 2 ครั้ง
- (3) การมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นประมาณ 1 ครั้ง
- (4) การมีส่วนร่วมในการประชุมกับคณะกรรมการติดตามผลการแก้ไขปัญหามีไม่ถึง 1 ครั้ง
- (5) การประชุมกับเพื่อนบ้าน และ/หรือคณะกรรมการชุมชนไม่ถึง 1 ครั้ง (ชาวบ้านระบุว่าคณะกรรมการชุมชนไม่ค่อยจัดประชุมอย่างเป็นทางการ คงเป็นการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการของคนในชุมชน)
- (6) การเยี่ยมชมและตรวจสอบโรงงานอุตสาหกรรมไม่ถึง 1 ครั้ง เนื่องจากประชาชนไม่ได้เข้าไปร่วมโดยตรง แต่ผ่านตัวแทนชุมชนของตน หากกล่าวโดยสรุปก็คือรูปแบบการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญห

นั้นจะมีใช้การมีส่วนร่วมโดยตรง แต่เป็นการมีส่วนร่วมโดยทางอ้อม เช่น ผ่านตัวแทนชุมชน

และผู้วิจัยได้พบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม คือการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาจะสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา ดังนั้นหากจะมีการพัฒนาการมีส่วนร่วมทั้งในเชิงปริมาณ (ให้มีมากขึ้น) และในเชิงคุณภาพ (ให้มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น) ก็คงต้องเริ่มต้นที่ตัวแปรต้นคือการพัฒนาระบบการรับทราบข้อมูลข่าวสารเสียก่อน

8. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อม

เมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎี Functionalism ที่เป็นทฤษฎีกระแสหลักในแวดวงนิเทศศาสตร์แล้ว ต้องถือว่าทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองนั้นมีสถานะเป็นเพียงกระแสรอง/กระแสทางเลือกเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ จึงมีงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในปริมาณที่น้อยมากที่นำเอาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองมาใช้เป็นแนวทางการวิเคราะห์

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากทัศนคติพื้นฐานของสำนักคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองที่เชื่อในกฎพื้นฐานที่ว่า “ความขัดแย้ง” นั้นเป็นพื้นฐานของการเคลื่อนไหวในสังคม ทัศนคติดังกล่าวจะสอดคล้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่มักจะเผยตัวเองออกมาด้วยการมีความขัดแย้งปะทุออกเป็นระยะๆ และสะท้อนให้เห็นจากความขัดแย้งนั่นเองว่า ระบบสังคมของเรามีโครงสร้างอำนาจของคนกลุ่มต่างๆ ไม่เสมอหน้ากัน และนี่ก็คงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้งานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่ใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองเป็นเครื่องช่วยในการวิเคราะห์ก็ไม่เคยขาดหายไปจากเส้นทางประวัติศาสตร์ของงานวิจัยในหัวข้อนี้

การนำเอาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองมาใช้ในงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้นสามารถทำได้ในหลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นมิติเศรษฐศาสตร์การเมือง สังคม หรือวัฒนธรรมก็ตาม ดังจะยกตัวอย่างงานวิจัยไทยใน



หลายๆแง่มุมมานำเสนอในที่นี้

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารโดยเฉพาะสถาบันสื่อมวลชนนั้นก็ เป็นจุดแตกหักอีกจุดหนึ่งที่ทำให้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองมีความแตกต่างจากทฤษฎีหน้าที่นิยม กล่าวคือ ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองมีความเห็นว่า ท่ามกลางความขัดแย้งระหว่างฝ่าย/กลุ่มต่างๆในสังคมนั้น เป็นการยากลำบากอย่างยิ่งที่สื่อมวลชนจะสามารถ “ยืนอยู่อย่างเป็นกลาง/ไม่เข้าข้างฝ่ายใด” ในทางตรงกันข้าม กลุ่มต่างๆที่ขัดแย้งนั้นล้วนพยายามที่จะเข้ามา “ใช้สื่อ” ให้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง นอกจากนี้ ดังที่กล่าวมาแล้วว่า สื่อมวลชนในระบบทุนนิยมนั้นก็ เป็นระบบธุรกิจประเภทหนึ่ง ดังนั้น สื่อมวลชนเองก็มีเงื่อนไข/ปัจจัยที่จะกำหนด/วางกรอบหรือผลักดันการทำงานของสื่อมวลชนโดยมิได้เป็นพลังอำนาจที่จะสามารถปฏิบัติงานอย่างอิสระได้

งานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่นำเอาทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองมาอธิบายได้นั้น จะยกตัวอย่าง 4 กรณีดังนี้

(1) ธาตรี ธีวเจริญ (2527) เรื่อง “การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในการแก้ไขความขัดแย้ง ศึกษาเฉพาะกรณีการแก้ไขความขัดแย้งที่เกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งผลิตไฟฟ้าพลังน้ำในจ.กาญจนบุรี ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย” งานวิจัยชิ้นนี้จะแสดงให้เห็นว่า “ฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่า” ในความขัดแย้งได้เข้ามาใช้สื่อประเภทต่างๆเพื่อจัดการให้ผลที่ออกมา นั้นเป็นไปตามความต้องการของตนเองได้อย่างไร เป็นการศึกษจากฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่าด้านเดียว

(2) พลินี ศิริรังษี (2542) เรื่อง “การใช้สื่อของกลุ่มต่างๆในสภาพการณ์ความขัดแย้ง กรณีการก่อสร้างโครงการท่อส่งก๊าซจากแหล่ง ยาดานาผ่านป่าสงวนแห่งชาติห้วยเขย่ง” กรณีนี้เป็นการศึกษาการใช้สื่อของกลุ่มต่างๆในการจัดการความขัดแย้ง โดยที่ความสามารถในการใช้สื่อนั้นก็ขึ้นอยู่กับพลังอำนาจของแต่ละกลุ่ม

(3) พวงพนา คุณวัฒน์ (2545) เรื่อง กระบวนการสื่อสาร

สาธารณะของกลุ่มชาวบ้านผู้คัดค้านเขื่อนปากมูล” กรณีนี้เป็นการศึกษาการใช้สื่อของกลุ่มผู้ที่มีอำนาจน้อยกว่า

(4) สิริวิมล กลินละมุน (2545) เรื่อง “การสะท้อนอุดมการณ์ผ่านการเล่าเรื่องในช่วงกรณีความขัดแย้งโรงไฟฟ้าบ่อนอก” งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์ห้วงเวลา/เนื้อหาของสื่อมวลชนโดยสนใจมิติด้านอุดมการณ์ในสื่อผ่านเครื่องมือทางการสื่อสารที่ชื่อว่า “การเล่าเรื่อง”

จากนี้จะดูรายละเอียดของงานวิจัยบางชิ้นพอสังเขป

(1) ธาตรี รวีเจริญ (2527) เรื่อง “การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในการแก้ไขความขัดแย้งเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งผลิตไฟฟ้าพลังน้ำในจ.กาญจนบุรี ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ดังที่ได้เกริ่นมาข้างต้นแล้วว่า งานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นการใช้สื่อมวลชนประเภทต่างๆ ของฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่าในการจัดการกับความขัดแย้งด้านสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามแนวทางของตน แต่ทว่างานวิจัยชิ้นนี้ก็มีจุดเด่นที่แตกต่างจากงานวิจัยเรื่องความขัดแย้งด้านการสื่อสารสิ่งแวดล้อมชิ้นอื่นๆ ที่มักจะเลือกศึกษา “เฉพาะช่วงเวลาที่เกิดวิกฤติความขัดแย้ง” (crisis period) หากทว่างานวิจัยชิ้นนี้ทำการศึกษาในช่วงเวลาปกติ (normal period) ที่ดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวัน (everyday life) ซึ่งเป็นช่วงเวลาแห่งการปูพื้นฐานด้านความรู้/ความคิดและอุดมการณ์ได้อย่างดี

ที่มาของงานวิจัยเกิดขึ้นในบริบทช่วงต้นทศวรรษ 2520 ซึ่งประเทศไทยกำลังมีการก่อสร้างเขื่อนเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าป้อนโรงงานอุตสาหกรรมที่ขยายตัวตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ หน่วยงานรัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในเรื่องการผลิตไฟฟ้าก็คือ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยที่ได้ดำเนินการสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ทั่วประเทศ แต่ในอีกด้านหนึ่ง การสร้างเขื่อนด้วยวิธีการกักเก็บน้ำไว้บนกระแสไฟฟ้าก็ได้สร้างความขัดแย้งรอบด้านให้เกิดขึ้น เริ่มตั้งแต่กลุ่มเกษตรกรที่เคยเป็นผู้ใช้น้ำเพื่อการเกษตรของตนมาก่อน กลุ่มผู้ที่มีอาชีพประมงจับปลาและ

สัตว์น้ำอื่นๆ นอกจากนั้นก็ยังเกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหว เชื้อนร้าว ฯลฯ และการคัดค้านจากกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเนื่องจากการก่อสร้างเขื่อนนั้นทำให้ระบบนิเวศน์ทั้งระบบเสียสมดุลไป

ด้วยเหตุที่ถูกคัดค้านจากกลุ่มคนต่างๆจำนวนมากมายหลายกลุ่มด้วยเหตุผลที่แตกต่างหลากหลายดังที่กล่าวมา จึงทำให้การดำเนินแผนงานโครงการสร้างเขื่อนผลิตไฟฟ้าของกฟผ. ในพื้นที่ต่างๆ เกิดปัญหาและอุปสรรค เนื่องจากความขัดแย้งมีลักษณะขยายตัวและทวีความรุนแรงมากขึ้นทุกที ดังนั้นนับตั้งแต่ปีพ.ศ.2523 กฟผ.จึงได้มีแผนงานที่จะใช้การสื่อสารประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุ สื่อบุคคล สื่อเอกสาร สิ่งพิมพ์ ฯลฯ เพื่อมาแก้ไขความขัดแย้งอย่างต่อเนื่อง และเป็นที่มาของงานวิจัยของ ธาตรี รั้วเจริญ (2527) ที่ต้องการจะศึกษาวิธีการใช้สื่อเพื่อแก้ไขความขัดแย้งของ กฟผ. ตั้งแต่ปี พ.ศ.2523-2527

นักวิจัยออกแบบการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยเริ่มต้นจากการวิจัยเชิงคุณภาพที่ศึกษาจากข้อมูลเอกสารและรายงานต่างๆ ผลจากการวิเคราะห์เอกสารช่วยให้นักวิจัยสามารถระบุตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อแก้ไขความขัดแย้งได้ 10 ตัวแปร และได้นำมาทดสอบโดยการวัดตัวแปรดังกล่าวด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ตัวแปรทั้ง 10 ตัวที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขความขัดแย้งนี้ประกอบด้วย การใช้สื่อหนังสือพิมพ์ การใช้ข่าวแจกสื่อมวลชน การใช้จดหมายชี้แจงสื่อมวลชน การใช้เอกสารเผยแพร่ การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง การใช้สื่อบุคคล พฤติกรรมของผู้ได้รับผลกระทบจากความเสียหาย พฤติกรรมของฝ่ายคัดค้าน การดำเนินการของรัฐบาล และผลของการแก้ไขความขัดแย้ง จากแบบตัวอย่างดังกล่าว ผู้วิจัยต้องการศึกษาว่าผลของตัวแปรต่างๆก่อให้เกิดผลในการแก้ไขความขัดแย้งอย่างไร รวมทั้งผลของตัวแปรต่างๆที่มีต่อกันนั้นเป็นอย่างไร

ผลการวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อแก้ไขความขัดแย้งมีดังนี้

- (i) รูปแบบของการสื่อสารที่ กฟผ.ใช้ในการแก้ไขความขัดแย้งนั้น

มีถึง 6 รูปแบบคือ การใช้สื่อหนังสือพิมพ์ การใช้ข่าวแจกสื่อมวลชน การใช้จดหมายชี้แจงสื่อมวลชน การใช้เอกสารสิ่งพิมพ์เผยแพร่ทั้งภายในและภายนอกองค์กร (ในรูปแบบต่างๆ เช่น หนังสือ เอกสาร แผ่นพับ หนังสือพิมพ์เผยแพร่สำหรับภายในและภายนอก) การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียง และการใช้สื่อบุคคล การที่ กพผ.สามารถเลือกใช้รูปแบบการสื่อสารที่มีปริมาณมากและมีคุณภาพที่หลากหลายเช่นนี้ สะท้อนให้เห็นพลังอำนาจของ กพผ. และความพร้อมพร้อมด้านทรัพยากรการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ งบประมาณ ช่องทางการสื่อสาร เครือข่ายความรู้ความชำนาญ เครื่องมืออุปกรณ์ด้านการสื่อสาร ฯลฯ ทั้งนี้จึงเป็นไปตามข้อสรุปของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ว่า “กลุ่มที่มีพลังอำนาจด้านเศรษฐกิจ/การเมืองเหนือกว่า ได้เปรียบกว่าในสังคม ก็ย่อมมีความเหนือกว่าได้เปรียบมากกว่าในเรื่องการสื่อสารสาธารณะเช่นเดียวกัน”

(ii) นอกจากจะมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายให้เลือกใช้แล้ว กพผ.ก็ยังมีความรู้ความชำนาญที่จะเลือกรูปแบบการสื่อสารแต่ละประเภทให้เหมาะกับเป้าหมายและกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการใช้เอกสารเผยแพร่นั้น แม้ว่าจะไม่ก่อให้เกิดผลอย่างใดต่อฝ่ายคัดค้านการสร้างเขื่อน แต่กลับมีผลอย่างยิ่งต่อหน่วยงานของรัฐบาลที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการสร้างเขื่อน หรือกรณีการใช้ข่าวแจกสื่อมวลชนนั้นจะได้ผลมาก เนื่องจากข่าวแจคนั้นมีเนื้อหาสารที่ง่ายต่อการทำงานเผยแพร่ของสื่อมวลชนอยู่แล้ว

(iii) เมื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพของรูปแบบการสื่อสารแต่ละประเภท การวิจัยพบผลเรียงตามลำดับดังนี้คือ การใช้สื่อบุคคลมีผลต่อการแก้ไขความขัดแย้งมากที่สุด รองมาคือสื่อวิทยุกระจายเสียง และตามด้วยการใช้ข่าวแจกสื่อมวลชน

(iv) สำหรับสื่อบุคคลซึ่งเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพที่สุดนั้น หมายถึงเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ทั้งในส่วนกลางและหน่วยงานประชาสัมพันธ์ตามภูมิภาคทั่วประเทศ สื่อบุคคลเหล่านี้ทำงานกับกลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสาร



ที่กว้างขวางหลากหลาย และมีรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายด้วย เช่น กลุ่มเป้าหมาย/ผู้รับสารของสื่อบุคคลเหล่านี้ได้แก่ ผู้นำท้องถิ่นในเขตพื้นที่ก่อสร้างเขื่อน ประชาชนในพื้นที่ กลุ่มนักศึกษาตามสถาบันต่างๆ นักวิชาการที่แสดงความเห็นในทางคัดค้านและโจมตี กลุ่มนักอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สื่อมวลชนทั้งในส่วนกลางและต่างจังหวัด (เน้นพื้นที่ก่อสร้างเขื่อน) หน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง

รูปแบบของวิธีการใช้สื่อบุคคลในการแก้ไขความขัดแย้งประกอบด้วย

1. ชี้แจงข้อเท็จจริงแบบเผชิญหน้าต่อกลุ่มเป้าหมาย
 2. จัดการประชุมกลุ่มเป้าหมายเพื่อชี้แจงข้อเท็จจริง และตอบข้อซักถามต่างๆ
 3. เปิดการอภิปรายเพื่อให้มีการโต้แย้งด้วยเหตุผลและแสดงข้อมูลหลักฐานอ้างอิงทั้งสองฝ่าย
 4. จัดส่งเจ้าหน้าที่ไปร่วมการสัมมนาเกี่ยวกับข้อโต้แย้งเรื่องการสร้างเขื่อนตามที่ต่างๆ เพื่อให้เกิดข้อยุติความขัดแย้งในแต่ละประเด็น
 5. จัดนำกลุ่มเป้าหมายเดินทางไปดูข้อเท็จจริง ณ สถานที่จริง เพื่อเป็นการพิสูจน์คำพูดจากการชี้แจงด้วยวาจาและการแสดงหลักฐานอ้างอิงต่างๆ
 6. จัดเจ้าหน้าที่ไปร่วมประชุม สังเกตการณ์ในการอภิปรายที่มีประเด็นพาดพิงเกี่ยวกับการโจมตีหรือคัดค้านการสร้างเขื่อนตามที่ต่างๆ
 7. ติดตามประเมินสถานการณ์ของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ
- การใช้สื่อบุคคลนั้นเป็นรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งเพราะคุณลักษณะหลายประการของสื่อบุคคลเอง เช่น รูปแบบการสื่อสารสองทาง (เมื่อเทียบกับสื่อวิทยุ/หนังสือพิมพ์) สามารถระบุกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การที่จะสามารถเลือกใช้สื่อบุคคลได้นั้น ผู้ใช้ก็ต้องมีทรัพยากรมากเพียงพอ (เช่น ต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในการสื่อสาร มีงบประมาณ ฯลฯ)

(v) การใช้สื่อวิทยุ ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารที่งานวิจัยให้ความสนใจเป็นพิเศษ เนื่องจากคุณสมบัติอันโดดเด่นของสื่อวิทยุคือ เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว สามารถนำเสนอเนื้อหาในลักษณะของการจัดรูปแบบรายการได้อย่างประจำสม่ำเสมอ และกฟผ.ก็ได้มีกลยุทธ์ในการใช้สื่อวิทยุอย่างเต็มศักยภาพ กล่าวคือ มีการใช้สื่อวิทยุเพื่อการแก้ไขความขัดแย้งอยู่ถึง 3 รูปแบบคือ

(ก) เครือข่ายรายการ “ไฟฟ้าปริทรรศน์” ที่ผลิตโดยกองประชาสัมพันธ์ของ กฟผ.เอง เป็นรายการประจำ ความยาว 30 นาที ออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ถ่ายทอดผ่านเครือข่าย 34 สถานีทั่วประเทศ

(ข) รายการภาคข่าวของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ซึ่งทางกองประชาสัมพันธ์ของ กฟผ.จะจัดทำข่าววิทยุตามความเหมาะสมของเหตุการณ์และเวลา ส่งให้ศูนย์ผลิตรายการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและฝ่ายข่าวของสถานีเพื่อออกอากาศในรายการข่าว

(ค) ข่าววิทยุสำหรับสถานีวิทยุอื่นๆ นอกจากนั้น กองประชาสัมพันธ์ กฟผ.ยังจัดทำข่าววิทยุเพื่อส่งให้สถานีวิทยุอื่นๆทั้งในกรุงเทพมหานครและในส่วนภูมิภาค เพื่อออกอากาศในรายการข่าว และจัดส่งทั้งข่าวและเอกสารข้อมูลให้แก่สมาคมนักวิทยุและโทรทัศน์ซึ่งมีศูนย์รวมข่าวสำหรับนักจัดรายการวิทยุในกรุงเทพอีกด้วย

จากการใช้สื่อวิทยุเพื่อแพร่กระจายข่าวสารข้อมูลในวงกว้าง โดยมีการวางแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้เผยแพร่ข่าวสารของ กฟผ.ได้อย่างทั่วถึง กว้างขวาง รวดเร็ว สม่าเสมอ ทันกาลเวลา จึงไม่น่าสงสัยเลยว่า สื่อวิทยุนี้จึงเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญที่จะนำข่าวสารเพื่อการแก้ไขความขัดแย้งไปสู่สาธารณชนวงกว้างควบคู่ไปกับการใช้สื่อบุคคลที่มีลักษณะเจาะจงกลุ่มเป้าหมาย

(2) พลินี ศิริรังษี (2542) เรื่อง “การใช้สื่อของกลุ่มต่างๆในสถานการณ์ความขัดแย้ง: กรณีการก่อสร้างโครงการท่อส่งก๊าซแหล่งยา-



ดاناผ่านป่าสงวนแห่งชาติห้วยเขย่ง” ความแตกต่างระหว่างงานวิจัยของ พลินีชิ้นนี้กับงานของธাত্রี ริ้วเจริญ (2527) ที่ได้กล่าวมาแล้วมีหลายแง่มุมคือ

- มุมมองที่ศึกษา ในขณะที่งานวิจัยของธাত্রีนั้นศึกษาการใช้สื่อจากมุมมองของฝ่ายผู้สร้างผลกระทบคือ กฟผ.เพียงฝ่ายเดียว แต่งานของพลินีชิ้นนี้จะศึกษาจากมุมมองของอย่างน้อย 3 ฝ่ายที่เกี่ยวข้องคือการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) เจ้าของโครงการวางท่อก๊าซธรรมชาติ กลุ่มผู้สนับสนุนโครงการ และกลุ่มผู้คัดค้านโครงการ ดังนั้น เราจึงได้เห็นภาพการต่อสู้ความขัดแย้งที่ชัดเจนขึ้น

- ในขณะที่งานของธাত্রีนั้นศึกษาในบริบทของชีวิตประจำวัน หากแต่งงานของพลินีนี้ศึกษาในช่วงเวลาที่มีความขัดแย้ง (crisis period) ที่มีลักษณะทั้ง 2 ด้าน ด้านหนึ่งคือการเกิดโครงการก่อสร้างท่อส่งก๊าซธรรมชาติจากแหล่งยาดานา ประเทศพม่า ผ่านเข้ามาในไทยที่เป็นบริเวณพื้นที่ป่าอนุรักษ์ความยาว 26 กิโลเมตร และพื้นที่ป่าลุ่มน้ำชั้น 1A ประมาณ 13 กิโลเมตรที่จะทำให้ลายความอุดมสมบูรณ์ของผืนป่า ในอีกด้านหนึ่งในช่วงปีพ.ศ.2540 นั้น มีรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 ที่ให้สิทธิและเสรีภาพแก่ขบวนการประชาชนในการตรวจสอบการทำงานของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ จึงทำให้เกิดการคัดค้านโครงการนี้อย่างยืดเยื้อเป็นเวลากว่า 2 ปี

- ในขณะที่งานวิจัยการสื่อสารในสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่มักจะตั้งโจทย์เรื่องการสื่อสารอยู่ที่การวิเคราะห์ “ตัวสื่อ” (Media) เท่านั้น หากแต่ในงานชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้เพิ่มระดับการวิเคราะห์ทั้งจากตัวสื่อและทำการวิเคราะห์ “วาทกรรม” (discourse) ซึ่งได้ให้นิยามว่า เป็นชุดความคิด/เหตุผลและการสื่อสารสัญลักษณ์ และความหมายของตัวโครงการฯ วาทกรรมเหล่านี้มีเป้าหมายที่จะสร้างความชอบธรรมให้แก่เจ้าของวาทกรรม และปิดกั้น/สร้างความไม่ชอบธรรมให้แก่ฝ่ายตรงข้าม ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้ได้พบประเภทของวาทกรรมที่ถูกนำมาใช้ 6 ชุดคือ วาทกรรมว่าด้วยการพัฒนา วาทกรรมว่าด้วยสิ่งแวดล้อม วาทกรรมว่าด้วยสิทธิมนุษยชน วาทกรรม

ว่าด้วยเทคโนโลยี วาทกรรมว่าด้วยสิทธิชุมชน และวาทกรรมว่าด้วยความรู้ ซึ่งในแต่ละฝ่ายก็จะให้ข้อมูล/คำอธิบาย/เหตุผลต่อวาทกรรมทั้ง 6 ชุดในลักษณะแตกต่างกันไป

นักวิจัยออกแบบการวิจัยด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ คือการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำทั้ง 3 กลุ่ม และศึกษาเอกสาร เช่น ข่าว บทความ สารคดี ทั้งสื่อมวลชนระดับชาติ และสื่อมวลชนท้องถิ่น รวมทั้งสื่อเฉพาะต่างๆที่แต่ละกลุ่มสร้างขึ้นมา

ผลการวิจัยในเรื่องของการใช้สื่อของแต่ละกลุ่มมีดังนี้

(i) **การใช้สื่อของปตท.** เนื่องจากปตท.เป็นหน่วยงานรัฐที่มีพลังอำนาจมากในทุกๆด้าน ดังนั้น ปตท.จึงสามารถระดมทรัพยากรของตนมาใช้สื่อมวลชนได้ทุกประเภท และทุกระดับทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น โดยใช้กลไกอำนาจในหลายๆรูปแบบ เช่น ปตท.สามารถใช้สื่อโทรทัศน์ เช่น ไอทีวี (ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีความน่าเชื่อถือสูงมากเมื่อเทียบกับช่อง 11 ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นกลไกรัฐ) เนื่องจากปตท.เป็นผู้สนับสนุนรายใหญ่ของไอทีวี นอกจากนั้น ปตท.ก็ยังใช้พลังด้านการเงินซื้อพื้นที่หรือเวลาโฆษณาสื่อมวลชนทุกประเภททั้งโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น โดยใช้กลไกการทำงานของระบบอุปถัมภ์ กล่าวคือจะให้การสนับสนุนเฉพาะสื่อที่เสนอข่าวที่ไม่เป็นภาพลบต่อปตท.เท่านั้น ในระดับสื่อมวลชนท้องถิ่นซึ่งปตท.ยังไม่เคยมีความสัมพันธ์มาก่อน ปตท.ก็ได้ใช้กลยุทธ์เชิงรุกด้วยการให้ทั้งการสนับสนุน/ผู้อุปถัมภ์รายการ ให้ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ ในประเภทรายการแทบจะทุกรายการที่ได้รับความนิยมจากประชาชน เช่น รายการเพลงลูกทุ่ง รายการข่าวชาวบ้าน เป็นต้น

และไม่เพียงการใช้สื่อทุกประเภททุกระดับในการเผยแพร่วาทกรรมของตนเองเท่านั้น คู่ขนานไปกับการต่อสู้ด้านวาทกรรมผ่านสื่อประเภทต่างๆ ปตท.ก็ยังร่วมใช้ปฏิบัติการทางสังคมรูปแบบอื่นๆควบคู่ไปด้วย เช่น การเข้าหาฝ่ายการเมืองโดยตรง การเข้าหาเจ้าหน้าที่ของรัฐในท้องถิ่น



ตั้งแต่ระดับสูงถึงระดับล่าง การพยายามสลایกลุ่มผู้คัดค้านด้วยการปล่อยข่าวลือสร้างความแตกแยก เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสรุปว่า ปตท. สามารถครอบครองความเป็นเจ้าทางอุดมการณ์ (ideological hegemony) สามารถสร้างวาทกรรมว่าด้วย “การพัฒนา” ในมุมมองของเจ้าของโครงการขนาดใหญ่ได้สำเร็จด้วยวิธีการใช้สื่อที่แยบยลและซับซ้อนกว่าในอดีต รวมทั้งพยายามปิดกั้นช่องทางการสื่อสารของผู้คัดค้านในทุกกระดับและทุกช่องทาง

(ii) การใช้สื่อของกลุ่มผู้สนับสนุน กลุ่มสนับสนุนโครงการนั้นได้แก่กลุ่มองค์กรต่างๆในพื้นที่รวม 18 กลุ่ม ที่มารวมตัวกันเป็น “องค์กรประชาคม จ.กาญจนบุรี” ตัวอย่างขององค์กร/กลุ่มเหล่านี้ได้แก่ หอการค้าจังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มเกษตรกร สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวกาญจนบุรี สมาคมสื่อมวลชนกาญจนบุรี ฯลฯ การมีกลุ่มสนับสนุนในระดับท้องถิ่นเช่นนี้ ทำให้ดุลย์กำลังการต่อสู้ในประเด็นต่อก๊าซเปลี่ยนไปทันที จากการเคยมีขั้วความขัดแย้งเพียง 2 ฝ่าย กลายเป็นขั้วความขัดแย้ง 3 ฝ่าย และมีลักษณะ “2 ต่อ 1”

การใช้สื่อมวลชนของกลุ่มผู้สนับสนุนก็มีทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่น แต่เน้นหนักระดับท้องถิ่น ในระดับชาตินั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการไปร่วมรายการเพื่อแสดงให้เห็นว่าในท้องถิ่นก็มีผู้สนับสนุน ส่วนในระดับท้องถิ่นนั้น กลุ่ม/องค์กรที่มารวมตัวกันเป็นผู้สนับสนุนนั้นก็เป็นผู้มีอำนาจอิทธิพลในท้องถิ่นอยู่แล้ว ดังนั้นจึงสามารถใช้สื่อมวลชนท้องถิ่นได้ทุกประเภท

(iii) การใช้สื่อของกลุ่มผู้คัดค้าน เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้ว่าประเด็นขัดแย้งในกรณีนี้จะเป็นระดับท้องถิ่น (ห้วยเขย่ง จ.กาญจนบุรี) แต่ทว่า กลุ่ม/องค์กรที่มารวมตัวกันเป็นกลุ่มผู้คัดค้านนั้นก็รวมทั้งระดับท้องถิ่นและระดับชาติ และมีจำนวนมากถึง 88 องค์กร สะท้อนให้เห็นถึงความตื่นตัวในประเด็นเรื่องการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมในสังคมไทยได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ ประเภทของกลุ่ม/องค์กรที่มารวมตัวนั้นก็ยังเป็นทั้ง

กลุ่มอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพืชพรรณแห่งประเทศไทย และกลุ่มที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการอนุรักษ์โดยตรง เช่น สมาพันธ์นิสิตนักศึกษาแห่งประเทศไทย คณะกรรมการเผยแพร่และส่งเสริมงานพัฒนา (ผสพ.) เป็นต้น

สำหรับการใช้สื่อของกลุ่มคัดค้านนั้นก็เป็นผลต่อเนื่องมาจากวิธีการใช้สื่อของ 2 กลุ่มแรกที่เข้าไปยึดกุมสื่อมวลชนทุกประเภท ทุกระดับ ทั้งสื่อของภาครัฐและเอกชน (ยกเว้นหนังสือพิมพ์บางฉบับที่อยู่ข้างกลุ่มคัดค้านมาโดยตลอด) ดังนั้น กลุ่มผู้คัดค้านจึงไม่อาจจะเข้าไปใช้สื่อมวลชนได้ ดังนั้นกลุ่มผู้คัดค้านจึงหันมาใช้สื่อที่สามารถผลิตขึ้นเอง และเผยแพร่ด้วยตนเอง อย่างป้ายผ้า แผ่นพับ ใบปลิว วรรณรงค์ การจัดเวทีคอนเสิร์ต จัดกิจกรรมให้สื่อสนใจ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข้อเท็จจริงของโครงการต่อสู้ท้วงท้วงว่ามีผลเสียมากมาย แม้สื่อเหล่านี้จะแพร่กระจายได้ไม่กว้างไกล แต่ผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มผู้คัดค้านมีความมุ่งมั่น เอาจริงเอาจัง อาศัยทำซ้ำๆ ต่อย่อยๆ ทำให้เหตุผลบางประการถูกนำออกสู่สาธารณะ และเป็นประเด็นที่ถกเถียงในเวทีระดับชาติได้

จากการใช้สื่อของกลุ่มผู้คัดค้านแม้จะไม่สามารถเข้าถึงสื่อมวลชนระดับชาติและระดับท้องถิ่นได้มากเท่ากับ ปตท. แต่การมีความมุ่งมั่นที่จะนำข้อมูลข้อเท็จจริงเผยแพร่ให้ประชาชนรับรู้และเข้าใจจึงใช้สื่อที่ผลิตด้วยตนเองกระจายออกไปตามกำลังที่มี ประกอบกับรูปแบบการยื่นหนังสือต่อฝ่ายการเมืองบ่อยๆ เพื่อให้ข้อเรียกร้องกลายเป็นประเด็นสาธารณะ ในที่สุดแม้จะไม่สามารถยุติโครงการนี้ได้ แต่กลุ่มผู้คัดค้านได้สร้างบทเรียนแห่งการต่อสู้ในยุคสมัยที่แม้ว่ากฎหมายจะเปิดกว้าง แต่กลับได้ข้อพิสูจน์แล้วว่า “ระบบ” นั้น ยังคงเหมือนเดิม โดยเฉพาะระบบสื่อมวลชน ไม่ว่าจะ เป็น “ระบบสื่อที่ปิดมิให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วม” เช่น ระบบสื่อของราชการ หรือระบบสื่อของเอกชนที่มีปัจจัยเรื่อง “เงินทุน” เข้ามาเกี่ยวข้อง

(3) พวงพนา คุณวัฒน์ (2545) เรื่อง “กระบวนการสื่อสาร



สาธารณะของกลุ่มชาวบ้านผู้คัดค้านเขื่อนปากมูล” งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่มองมาจากมุมตรงกันข้ามกับงานของธาดารี รวิเจริญ (2527) ที่ได้กล่าวถึงไปแล้ว คือ เป็นงานที่มองเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมจากมุมมองของผู้ที่มีอำนาจน้อย และอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบของสังคม (และอำนาจที่น้อยของคนกลุ่มนี้ก็ยังมีผลทำให้งานวิจัยด้านการสื่อสารที่มองจากมุมมองนี้มีน้อยอย่างเทียบกันไม่ได้กับงานศึกษาการใช้สื่อของกลุ่มผู้มีอำนาจ)

นอกจากนั้นความแตกต่างอีกประการหนึ่งก็คือ แนวคิดหลักที่นำมาใช้นั้น ก็เป็นแนวคิดเดียวกันที่พลินี ศิริรังษี (2542) ได้นำมาใช้ คือแนวคิดเรื่องสิทธิของชุมชน หากทว่าในงานวิจัยของพวงพนาได้เจาะลึกลงมาถึงแนวคิดเรื่อง “สิทธิในการสื่อสารของพลเมือง” อย่างไรก็ตามข้อสรุปของพลินีก็ได้ให้ข้อเตือนใจเราว่า ลำพังการมีกฎหมายหรือรัฐธรรมนูญให้การรับรองสิทธิต่าง ๆ นั้น ก็อาจจะเป็นเพียงเงื่อนไขเบื้องต้นที่จำเป็น (necessary factor) เท่านั้น แต่ก็อาจจะยังต้องการ “เงื่อนไข/ปัจจัยที่เพียงพอ” (sufficient factor) ที่จะต้องเข้ามาเสริมให้สิทธิดังกล่าวเป็นจริงเป็นจังขึ้นมา

บริบทของสังคมไทยอันเป็นที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้นั้น ยังคงเป็นคู่ความขัดแย้งหลักแบบเดิมๆ คือระหว่างฝ่ายก่อสร้างเขื่อน ซึ่งรอบนี้เป็นเขื่อนปากมูล ซึ่งผลกระทบจากการสร้างเขื่อนได้สร้างความเดือดร้อนให้แก่ชาวบ้านซึ่งต้องสูญเสียสายน้ำซึ่งเป็นที่ทำกินและสูญเสียอาชีพประมงอย่างถาวร กลุ่มผู้เดือดร้อนมีจำนวนอย่างน้อย 6,000 ครอบครัว ชาวบ้านได้เริ่มต่อสู้เรียกร้องสิทธิทำกินมาตั้งแต่ต้นทศวรรษ 2530 และต่อสู้อย่างยืดเยื้อยาวนานมาเป็นเวลานานนับสิบปี จนกระทั่งมาถึงช่วงเวลา que ที่ศึกษาวิจัยคือระหว่างปีพ.ศ.2543-2544 ที่ชาวบ้านได้ยกระดับการต่อสู้มาเป็นเหตุการณ์ในช่วงเวลาที่ศึกษา

สาเหตุของการต่อสู้ที่ยาวนานนับสิบปีนั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ว่ามาจาก 3 สาเหตุคือ

(1) สาเหตุของการเคลื่อนไหวของชาวบ้านมาจากปัญหาเรื่อง

ปากท้องอันได้แก่การสูญเสียอาชีพที่เคยทำมา

(2) เมื่อชาวบ้านพยายามส่งเสียงเพื่อสื่อสารและแสดงสิทธิในการจัดการทรัพยากรของชุมชน รัฐซึ่งเป็นผู้แทนในการบริหารประเทศกลับเพิกเฉยและไม่ช่วยแก้ปัญหา แต่กลับพยายามใช้สื่อทำลายความชอบธรรมของกลุ่มชาวบ้านและสร้างภาพบิดเบือนให้ชาวบ้านเป็น “ผู้ร้าย” ในสายตาของสังคม

(3) ท่ามกลางความพยายามต่อสู้อันยาวนาน ชาวบ้านได้เรียนรู้ข้อจำกัดของระบบประชาธิปไตยแบบผ่านตัวแทน และข้อจำกัดของโครงสร้างสื่อสารมวลชนที่อยู่ภายใต้การควบคุมของอำนาจรัฐและกลุ่มทุน

จากการสรุปบทเรียนถึงข้อจำกัดในอดีต ในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2543 ชาวบ้านปากมูลจึงได้เปลี่ยนรูปแบบการเคลื่อนไหวในรูปแบบใหม่และเป็นโจทย์ของการวิจัยครั้งนี้ว่า ในกระบวนการเคลื่อนไหวดังกล่าว ชาวบ้านปากมูลมีกระบวนการสื่อสารสาธารณะอย่างไรบ้าง อันที่จริง ในระหว่างการเคลื่อนไหวนั้น กลุ่มชาวบ้านผู้คัดค้านได้สร้างรูปแบบกิจกรรมผ่านการสื่อสารต่างๆ ขึ้นมามากมาย แต่ในบรรดาเหตุการณ์ต่างๆ เหล่านั้น สื่อมวลชนก็ได้ให้ความสำคัญและสนใจติดตามนำเสนอไม่เท่ากัน ผู้วิจัยได้คัดเลือกเหตุการณ์การสื่อสาร 3 เหตุการณ์ ที่แต่ละเหตุการณ์เป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย เนื้อหา/รูปแบบ/ช่องทาง และความหมายที่แตกต่างกันมาเป็นกรณีศึกษา เหตุการณ์ทั้ง 3 เหตุการณ์ ได้แก่

(1) เหตุการณ์ยึดสันเขื่อน: เป้าหมายเพื่อเปิดฉากการเจรจากับอำนาจรัฐ

(2) เหตุการณ์ปิ่นทำเนียบ: เป้าหมายเพื่อแสดง/ใช้สิทธิในการไม่เชื่อฟังรัฐ

(3) เหตุการณ์อดอาหาร: เป้าหมายเพื่อสื่อสารความตั้งใจ/ความจริงใจกับสังคม

สำหรับวิธีการวิจัยนั้น ผู้วิจัยใช้วิธีการเชิงคุณภาพที่ประกอบด้วยเครื่องมือเก็บข้อมูลหลายๆแบบที่เหมาะสมกับข้อมูลแต่ละประเภท



อันได้แก่ การวิเคราะห์เอกสาร/เนื้อหาข่าวจากสื่อมวลชนในช่วงเวลาที่ศึกษา การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มที่เกี่ยวข้อง (เช่น แกนนำชาวบ้าน ที่ปรึกษา นักวิชาการ สื่อมวลชน) การสนทนากลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเหตุการณ์ทั้ง 3 เหตุการณ์ที่เลือกมาวิเคราะห์ รวมทั้งการร่วมสังเกตการณ์การประชุมประท้วง

ผลการวิจัยที่สำคัญมีดังนี้

(i) กลุ่มชาวบ้านปากมูลต้องสร้างสรรค์รูปแบบการสื่อสารหลายๆรูปแบบ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายนั้นมีหลายกลุ่ม แต่การเลือกรูปแบบการสื่อสารของกลุ่มผู้มีอำนาจน้อยเช่นชาวบ้านก็ทำได้อย่างจำกัด เนื่องจากไม่ได้มีทรัพยากรเพียงพอ

ผลการวิจัยพบว่าชาวบ้านปากมูลมีวิธีการสื่อสารอย่างน้อย 3 รูปแบบคือ

(1) การสื่อสารกับสาธารณะโดยตรง เช่น การตั้งชุมชนปากมูลเพื่อนำเสนอวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชน การสื่อสารในรูปแบบนี้ ชาวบ้านสามารถควบคุมเนื้อหาข่าวสารได้ตลอดเส้นทาง แต่ยังใช้สื่อสารกับสังคมได้น้อย เนื่องจากเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบตั้งรับ และการสื่อสารเรื่องวิถีชีวิตและวัฒนธรรมให้คนที่มิวิถีชีวิตแตกต่างออกไปมาทำความเข้าใจนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ และชาวบ้านอาจจะไม่ได้ผ่านกระบวนการฝึกฝนเพื่อการสื่อสารดังกล่าว

(2) การสื่อสารกับสาธารณะโดยผ่านสื่อมวลชน ผ่านการสร้างกิจกรรมการเคลื่อนไหวต่างๆ เพื่อให้มีพื้นที่ในการเป็นข่าว ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีการที่สามารถสื่อสารกับสังคมได้มาก เช่น การยึดสันเขื่อน การปิ่นรื้อทำเนียบหรือการอดอาหาร (น่าสังเกตว่าชาวบ้านเริ่มเรียนรู้และมีความชำนาญในการสร้างเหตุการณ์เพื่อเรียกความสนใจจากสื่อมวลชน) แต่เนื่องจากการสื่อสารรูปแบบนี้ ชาวบ้านจะมีฐานะเป็นเพียง “แหล่งข่าว” (source) แต่มิใช่ “ผู้ส่งสารโดยตรง” แม้จะมีการจัดแถลงข่าวหรือใช้โบ้แถลงการณ์ แต่ก็ไม่สามารถควบคุมเนื้อหาที่นำเสนอสื่อมวลชนได้ทั้งหมด

ได้ตลอดเส้นทาง หรือคงความเป็นข่าวในพื้นที่ที่สื่อมวลชนได้ตลอดเวลา

(3) การสื่อสารกับสาธารณะโดยผ่าน “ตัวกลาง” ที่เป็นเครือข่ายพันธมิตรและนักวิชาการ ด้วยการจัดทำสื่อทางเลือก และใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ก้าวหน้าทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ต อีเมล ช่องทางนี้ก็สื่อสารกับสังคมได้ค่อนข้างมากและมีขอบเขตกว้างไกล และยังสามารถควบคุมเนื้อหาข่าวสารได้ตลอดเส้นทางด้วย แต่กลุ่มผู้รับสารก็ยังมีขอบเขตแคบกว่าสื่อมวลชน

(ii) ผู้วิจัยได้สรุปว่า การเคลื่อนไหวของชาวบ้านในลักษณะต่างๆ นั้นเป็นวิธีการสื่อสารซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายและเป้าหมายอยู่ 2 ประการ คือ การผลักดันรัฐให้แก้ไขปัญหา และการสื่อสารกับสังคมเพื่อผลักดันรัฐให้ออกมาแก้ไขปัญหาอีกทอดหนึ่ง โดยที่ชาวบ้านเชื่อว่า หากสังคมและสื่อมวลชนไม่เห็นด้วยกับชาวบ้านแล้ว ปัญหาต่างๆ จะไม่ได้รับการแก้ไข ซึ่งสะท้อนว่า ชาวบ้านเป็นกลุ่มคนที่มีพลังอำนาจน้อย จึงต้องพยายามระดมพลังจากแหล่งอำนาจอื่นๆ ในสังคม

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าเป้าหมายขั้นแรกคือปัญหาของชาวบ้านจะยังไม่ได้แก้ไขให้ลุล่วงไป แต่ผลลัพธ์จากการเคลื่อนไหวอันยาวนานและมีขอบเขตกว้างขวางของชาวบ้านปากมูลก็ส่งผลสะท้อนในระดับความหมายของสัญลักษณ์บางอย่าง เช่น การสิ้นคลอนมายาคติหรือภาพความคิดที่รัฐได้บอกกับสังคมเสมอมาว่า “เขื่อนเป็นสัญลักษณ์ของการพัฒนา” แต่ข้อมูลข่าวสารที่ชาวบ้านและพันธมิตรได้นำมาเผยแพร่ได้เพิ่มเติมความหมายใหม่ให้แก่เขื่อนว่า “เขื่อนเป็นสัญลักษณ์แห่งความตายของวิถีชีวิตของชุมชน”



ส่วนที่ 4: การจำแนกประเภทของงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมขององค์ประกอบการสื่อสาร

นอกเหนือจากจัดจำแนกประเภทของงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมด้วยทัศนคติจาก 2 สำนักคิด/ทฤษฎีหลักๆที่กล่าวมาแล้ว เรายังอาจจะมีวิธีการจัดแบ่งประเภทงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมโดยใช้เกณฑ์เรื่ององค์ประกอบของการสื่อสาร 4 องค์ประกอบที่มี 2 องค์ประกอบเป็นส่วนที่เป็นมนุษย์ คือผู้ส่งสาร (Sender) และผู้รับสาร (Receiver) และส่วนที่เป็นอมนุษย์ 2 ส่วนคือ ตัวสื่อ/ช่องทางการสื่อสาร (Media/channel) และเนื้อหาสาร (Message/content) ในที่นี้จึงจะจัดแบ่งงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมของไทยตามเกณฑ์ดังกล่าวเพื่อให้เห็นแง่มุมและโจทย์การวิจัยในแต่ละองค์ประกอบว่าจะเป็นอย่างไรได้บ้าง

9. การศึกษาผู้ส่งสารในงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อม

ใครคือผู้ส่งสารในเรื่องสิ่งแวดล้อมได้บ้าง เราอาจจะจำแนกกลุ่มผู้ส่งสารเรื่องสิ่งแวดล้อมออกได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ คือกลุ่มนักสื่อสารมวลชน กลุ่มคน/องค์กรที่เป็นแหล่งข่าว อันอาจจะได้แก่นักวิทยาศาสตร์ นักสิ่งแวดล้อม เจ้าหน้าที่รัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรประชาชน ชาวบ้านที่อยู่ในพื้นที่ ฯลฯ และกลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มคนอื่นๆ/องค์กรต่างๆ ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารเรื่องสิ่งแวดล้อมโดยตรงด้วยการผลิตสื่อของตนเอง เช่น มุมนิติที่ทำงานด้านสิ่งแวดล้อมดังที่ได้กล่าวถึงในงานวิจัยข้างขึ้นไปแล้ว

(9.1) การศึกษาผู้ส่งสารที่เป็นนักสื่อสารมวลชน

(9.1.1) บทเรียนจากต่างประเทศ ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นบ้างแล้วว่า ในโลกตะวันตกนั้น ความคาดหวังที่จะแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้น จะถูกฝากความหวังเอาไว้ที่การสื่อสารมวลชนอย่างมาก ดังนั้นจึงมีงานค้นคว้าวิจัยที่เกี่ยวกับระบบของการสื่อสารมวลชนอย่างมาก และองค์

ประกอบตัวหนึ่งที่สำคัญในระบบการสื่อสารมวลชนก็คือนักสื่อสารมวลชน
นั่นเอง

ในกรณีของข่าวสิ่งแวดล้อม ในสื่อมวลชนตะวันตกได้จัดให้
มีนักข่าวสายสิ่งแวดล้อมขึ้นมาเป็นการเฉพาะเมื่อประเด็นดังกล่าวกลายเป็น
เป็นปัญหาสำคัญและเร่งด่วนของสังคม ชมรมสื่อมวลชนด้านสิ่งแวดล้อม
แห่งเอเชีย (2532) กล่าวว่า ภาระหน้าที่ที่พวกเขาต้องกระทำก็คือเป็นตัว
กลางที่จะแปรแนวคิด คำศัพท์ต่างๆด้านวิทยาศาสตร์ ให้มาเป็นภาษาที่
ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าใจและเข้าถึงแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อมได้ ใน
การนี้ คุณสมบัติที่จำเป็นของนักข่าวสายสิ่งแวดล้อม (หรือสื่อประเภท
อื่นๆ) อาจจะต้องประกอบไปด้วย

(1) **มีจิตสำนึก/สิ่งแวดล้อมในใจที่ถูกต้องเป็นอันดับแรก**
ในขณะที่ภารกิจของนักสื่อสารมวลชนด้านสิ่งแวดล้อมจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง
เข้าไปถึงสิ่งแวดล้อมภายในจิตใจของประชาชน (ดังที่กล่าวมาข้างต้น) เช่น
ค่านิยมต่อการบริโภค ทศนคติต่อธรรมชาติ การจัดเรียงลำดับคุณค่าของ
สังคมเสียใหม่ ฯลฯ K. Dixit (1994) ก็เสนอว่า ผู้ที่จะไปเปลี่ยนแปลงผู้อื่น
จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตัวเองเสียก่อน เขาเสนอจิตสำนึกใหม่ของนักสื่อ
มวลชนว่า “Not only needs to get the fact right, but also let the
feeling show”

(2) **มีความเข้าใจที่ถูกต้องและลุ่มลึกเพียงพอในเรื่องสิ่งแวดล้อม**
ตัวปัญหาสิ่งแวดล้อมมีลักษณะพิเศษหลายประการ เช่น เป็น
ปัญหาที่มีปัจจัยต่างๆเชื่อมโยงกัน (linkage) และเป็นปัญหาที่ไร้พรมแดน
ประเทศชาติ หากทว่าวิถีคิดและวิถีทำงานแบบเดิมๆที่นักสื่อสารมวลชนถูก
ฝึกฝนมาคือ การคิดแบบแยกทีละส่วนทีละเรื่อง (one-problem-at-a-time
approach) และคิดอยู่ในระดับของแต่ละประเทศ ดังนั้น นักสื่อสารมวลชน
ต้องปรับเปลี่ยนโปรแกรมการคิดของตนเสียใหม่ เพราะส่วนที่สำคัญที่สุดใน
เรื่องสิ่งแวดล้อมคือ “การเชื่อมโยง” (Linkage)

E. Burch (1995) ยกตัวอย่างวิถีคิดที่เป็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม



ล้อมของสื่อมวลชน เช่นเมื่อเกิดกรณีโรงงานผลิตแก๊สพิษในเมือง Bhopal ประเทศอินเดียเกิดระเบิดขึ้น สื่อมวลชนในตะวันตกมักจะนำเสนอแนวคิดที่ว่า อันที่จริงเทคโนโลยีตะวันตกนั้นจะมีอันตรายก็ต่อเมื่อมาตกอยู่ในมือของโลกที่สามที่ไม่มีความสามารถในการจัดการเนื่องจากขาดวัฒนธรรมที่สำคัญแบบตะวันตก เช่น “ความรู้สึกเป็นนายเหนือธรรมชาติ” การสร้างความเจริญก้าวหน้าโดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น

(3) มีทักษะการสื่อสาร (Communication Skill) ดังที่ได้ระบุถึงตำแหน่งของผู้สื่อข่าวสิ่งแวดล้อมแล้วว่า เป็นผู้ที่ยืนอยู่ตรงกลางระหว่างนักวิทยาศาสตร์ นักสิ่งแวดล้อมกับสาธารณชน ดังนั้นนักสื่อมวลชนจึงจำเป็นต้องมีทักษะทางการสื่อสารในการแปลหรือแปรบรรดา “คำหลวง” ทางวิทยาศาสตร์ทั้งหลาย (de-jargonise) และนำเสนอในรูปแบบและภาษาที่ง่ายที่ชาวบ้านจะทำความเข้าใจได้ (reader-friendly fashion)

อีก 2-3 ทักษะนอกเหนือจากการทำงานกับผู้อ่านแล้วก็คือทักษะที่จะเข้าถึงแหล่งข่าวที่หลากหลาย ดังที่มักปรากฏว่า แหล่งข่าวด้านสิ่งแวดล้อมนั้นมักมีอยู่อย่างจำกัดมาก (เช่น กรณีไฟป่าไหม้ที่อินโดเนเซีย และพัดเอาฝุ่นละอองเข้ามาทางภาคใต้ของไทย ปรากฏว่ามีผู้เชี่ยวชาญไทยในด้านนี้เพียงท่านเดียว) นักข่าวสิ่งแวดล้อมต้องมีความสามารถในการเสาะแสวงหาแหล่งข้อมูลให้เพิ่มมากขึ้น

K. Dixit (1994) เสนอว่าทักษะอีกประการหนึ่งที่นักข่าวสิ่งแวดล้อมควรมีคือ ต้องโน้มน้าวให้บรรณาธิการข่าว หัวหน้าข่าว และ gate keepers คนอื่นๆมองเห็นความสำคัญของข่าวสิ่งแวดล้อมให้มากขึ้น เพื่อให้พวกเขาเปิดรับแนวคิดใหม่ๆ ประเด็นใหม่ๆ ในด้านนี้และให้พื้นที่ข่าวสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

C. Collins & S. Kephart (1995) ศึกษาความสามารถของนักข่าวสิ่งแวดล้อมในการแนะนำประเด็นใหม่ๆด้านสิ่งแวดล้อม เช่น เรื่องความหลากหลายทางชีวภาพ เช่นเมื่อมีการประชุมหลายๆครั้งของกลุ่ม

นักวิทยาศาสตร์ในเรื่องนี้ สื่อมวลชนได้เชื่อมโยงเอาแนวคิดใหม่คือเรื่อง ความหลากหลายทางชีวภาพเข้ากับเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ประชาชนมีความ คำนึง และมีความรู้ที่อยู่บ้างแล้วเช่น เรื่องการเปลี่ยนแปลงของอากาศ และการทำลายป่าขึ้นเมืองร้อน ซึ่งทำให้ประชาชนเข้าใจได้ง่ายขึ้น

(4) **เงื่อนไขในการสร้างคุณสมบัติที่พึงปรารถนา** การที่จะ ได้นักข่าวสิ่งแวดล้อมที่มีคุณสมบัติดังที่กล่าวมานั้น จำเป็นต้องมีการสร้าง เงื่อนไขที่เอื้ออำนวยต่อการก่อเกิดของนักข่าวดังกล่าวด้วย เช่น K. Dixit (1994) เสนอว่า ต้องมีการฝึกอบรมนักข่าวสายสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง ทั้งในเรื่องความรู้พื้นฐานด้านการข่าว รวมทั้งความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ โดยอาศัยความร่วมมือจากสถาบันที่มีอยู่ (โดยเฉพาะสถาบันด้านวิทยาศาสตร์)

นอกจากนั้นควรมีการแก้ปัญหาเรื่องแหล่งข่าว ซึ่ง K. Dixit เสนอว่า ต้องหาวิธีการให้นักข่าวสามารถเข้าถึงฐานข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ได้อย่างสะดวกและประหยัด (เช่น ผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์) สถาบัน ทั้งด้านสื่อมวลชนและวิทยาศาสตร์ควรจัดตั้งศูนย์รวมข่าวหรือจัดตั้งห้องสมุดสีเขียว (Green Library) เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็น ปัจจุบันให้มากที่สุด (ในกรณีที่มีการจัดตั้งแล้ว อาจมีการวิจัยเพื่อติดตาม ผลและให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาการทำงาน)

(9.1.2) **งานวิจัยนักสื่อมวลชนเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อม ของไทย** สำหรับงานวิจัยนักสื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งสารในงานวิจัยของ ไทย มีแนวทางการศึกษาอยู่ 4 กลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับประเด็น/ข้อสังเกต ของบทเรียนจากตะวันตกเช่นเดียวกันคือ

(ก) การศึกษาความรู้ ความตระหนักและพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของนักสื่อมวลชน

(ข) การศึกษากระบวนการทำงานของนักข่าวสิ่งแวดล้อม

(ค) การศึกษาผู้ส่งสารที่เป็นแหล่งข่าว

(ง) การศึกษาผู้ส่งสารที่เป็นกลุ่ม/องค์กรที่สื่อสารโดยตรง

(ก) การศึกษาความรู้ ความตระหนัก และพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมของนักสื่อสารมวลชน มุ่งงานวิจัย 2 ชั้นที่ศึกษาในช่วงเวลาที่ไม่ห่างกันนักคือ

- จิตติมา นิยมสรวนุญ (2537) เรื่อง “ความตระหนักของบรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าวเกี่ยวกับข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อม”

- วิภาวี ศุขปรากการ (2542) เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเสนอข่าวการอนุรักษ์พลังงานน้ำมันเชื้อเพลิงของหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน”

ในที่นี้จะดูตัวอย่างงานของจิตติมา นิยมสรวนุญ (2537) ในรายละเอียด เนื่องจากมีขอบเขตการสำรวจที่ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่กว้างขวางกว่า และเนื่องจากปีพ.ศ.2537 นั้น เป็นปีที่มีการก่อตั้ง “ชมรมนักข่าวสิ่งแวดล้อม” ในสมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยขึ้นอย่างเป็นทางการ ซึ่งถือเป็นพัฒนาการอีกขั้นหนึ่งของผู้ส่งสารในเรื่องสิ่งแวดล้อม

จิตติมา นิยมสรวนุญ (2532) เรื่อง “ความตระหนักของบรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าวเกี่ยวกับข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อม” งานวิจัยชิ้นนี้มีแนวคิดพื้นฐานเช่นเดียวกับ K. Dixit (1994) ที่เคยกล่าวมาข้างต้นว่า ผู้ที่จะสื่อสารเรื่องสิ่งแวดล้อมให้ได้ผลนั้น ก็ต้องเริ่มต้นจากการมีสิ่งแวดล้อมในใจ (ความตระหนัก) มีการกระทำที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับสารที่สื่อออกไป และนักวิจัยมุ่งสำรวจสถานะของข่าวสิ่งแวดล้อมที่มีในหนังสือพิมพ์ไทยในช่วงเวลาดังกล่าวจากทัศนะของผู้ส่งสาร

นักวิจัยออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถามสำรวจทัศนะของนักหนังสือพิมพ์ไทยที่ไม่ใช่หนังสือพิมพ์เฉพาะด้านจาก 13 ฉบับ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ บรรณาธิการข่าว ผู้สื่อข่าวสายอื่นๆ และผู้สื่อข่าวสิ่งแวดล้อม รวม 274 คน ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

(i) การรู้จักและมีส่วนร่วมกับองค์กรด้านสิ่งแวดล้อม กลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักชมรม/หน่วยงานที่ทำงานเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น สมาคมสร้างสรรค์ไทย มูลนิธิโลกสีเขียว มูลนิธิสืบ นาคะเสถียร ฯลฯ แต่ 97% ไม่ได้เป็นสมาชิกของชมรมเหล่านี้เลย นักวิจัยอธิบายว่า น่าจะเป็นเพราะภาระงานที่รัดตัวของนักข่าว และอาจจะเนื่องจากยังมองไม่เห็นความจำเป็นสำหรับตนเองมากนัก

(ii) **พฤติกรรมด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม** สำหรับพฤติกรรมส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การเติมน้ำมันไร้สารตะกั่ว การแยกขยะ การซื้อสินค้าที่ผลิตโดยไม่ทำลายธรรมชาติ ฯลฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (เกินกว่า 50%) ไม่ปฏิบัติ โดยมีเหตุผลหลายประการ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายธรรมชาตินั้นยังมีขายไม่มาก หาซื้อไม่สะดวก การแยกขยะเห็นว่าในท้ายที่สุดหน่วยงานรัฐยังเอาไปรวมกันเหมือนเดิมทำให้ไม่มีประโยชน์ เป็นต้น

(iii) **ความตระหนักทางวิชาชีพ** เมื่อให้จัดเรียงลำดับความสำคัญของข่าวโดยไม่ต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขใดๆ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับข่าวสิ่งแวดล้อมมากที่สุด แต่เมื่อมีเงื่อนไขว่าข่าวประเภทใดที่สำคัญจนได้รับการตีพิมพ์ กลุ่มตัวอย่างก็เห็นว่า จะเป็นข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจและข่าวอาชญากรรม เหตุผลก็คือ ข่าวเหล่านี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน หรือเป็นข่าวที่มีแง่มุมที่กระทบอารมณ์ความรู้สึกของผู้คน ส่วนข่าวสิ่งแวดล้อมนั้นมักขึ้นเป็นจุดเล็กๆ มีผลกระทบกับคนเฉพาะกลุ่ม และมักเป็นผลกระทบระยะยาวที่ไม่สอดคล้องกับคุณค่าข่าว

(iv) **ความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มนักข่าวสิ่งแวดล้อม** จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักข่าวสิ่งแวดล้อม 20 คน มีความเห็นว่า ปริมาณข่าวสิ่งแวดล้อมในหนังสือพิมพ์ยังมีน้อยเกินไป และเห็นว่าควรเพิ่มปริมาณให้มากขึ้น รวมทั้งมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลาย ทั้งรูปแบบข่าว สารคดี บทความ บทวิเคราะห์ จดหมายร้องทุกข์จากผู้อ่าน การ์ตูน ฯลฯ

ส่วนปัญหาในการเขียนข่าวนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า การขาด

แหล่งข้อมูล ขาดผู้รู้ในเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังจึงเป็นปัญหาสำคัญที่สุด แม้แต่หน่วยงานรัฐซึ่งน่าจะเป็นแหล่งข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมที่ดีที่สุด แต่แหล่งข่าวส่วนใหญ่ก็กลับเป็นองค์กรเอกชน เนื่องจากกฎระเบียบของราชการที่เป็นอุปสรรค

สำหรับการคาดการณ์ในอนาคตว่า จะสามารถมีหนังสือพิมพ์ด้านสิ่งแวดล้อมออกมาเป็นการเฉพาะ เช่นหนังสือพิมพ์ธุรกิจหรือกีฬาได้หรือไม่ กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่า เป็นไปได้น้อยมาก เพราะประชาชนยังให้ความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมน้อย จึงไม่คุ้มค่าต่อการลงทุนทางธุรกิจ

(v) การเปรียบเทียบระหว่าง 3 กลุ่ม ในแง่ความตระหนัก นักข่าวทั้ง 3 กลุ่มคือบรรณาธิการ นักข่าวสายอื่นๆ และนักข่าวสิ่งแวดล้อมพบว่า ในแง่ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมนั้น ทั้ง 3 กลุ่มไม่แตกต่างกัน หากทว่า แตกต่างกันในแง่ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นไปตามที่ผู้วิจัยคาดไว้ เนื่องจากนักข่าวสิ่งแวดล้อมมีภาระหน้าที่โดยตรงในการแสวงหาข้อมูล หาประเด็นข่าวและต้องเขียนข่าวสิ่งแวดล้อม จึงย่อมมีความรู้ที่มากกว่าอีก 2 กลุ่ม

(ข) การศึกษากระบวนการทำงานของนักข่าวสิ่งแวดล้อม ในปีพ.ศ.2541 ซึ่งเป็นช่วงรอยต่อระหว่างการพัฒนาของนักข่าวสิ่งแวดล้อมที่เริ่มก่อสร้างสร้างตัวมาตั้งแต่ช่วงครึ่งหลังของทศวรรษ 2530 แต่ก็มาถูกผลกระทบจากกระแสเศรษฐกิจซบเซาของประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ.2540 ในช่วงรอยต่อดังกล่าวนี้ ศุภิรา สุวีรานนท์ (2541) ได้บันทึกข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นเอาไว้ในงานวิจัยเรื่อง "ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการของกระบวนการทำงานนักข่าวสิ่งแวดล้อม"

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้การออกแบบวิจัยเชิงคุณภาพเนื่องจากจำนวนนักข่าวสิ่งแวดล้อมมีไม่มากนัก และใช้แนวทางการศึกษาเชิงพัฒนาการ เพื่อตอบโจทย์เรื่องกระบวนการทำงานของนักข่าวสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์คนทำงานข่าวสิ่งแวดล้อมที่อยู่ตามตำแหน่งต่างๆในข่าวหนังสือพิมพ์และรายการโทรทัศน์ เช่น หัวหน้าข่าว บรรณาธิการข่าว

ผู้เขียนบท ผู้ควบคุมการผลิต โดยสุ่มจากหนังสือพิมพ์ 6 คน โทรทัศน์ 6 คน และแหล่งข่าว 3 คน

ผู้วิจัยได้แบ่งพัฒนาการของกระบวนการทำงานข่าวสารในสังคมไทยออกเป็น 3 ช่วงคือ

ช่วงแรก: ก่อนปีพ.ศ.2535 ในช่วงเวลานี้ ในแง่ปริมาณข่าวสิ่งแวดล้อมยังมีปริมาณไม่มากนัก และยังคงผนวกรวมอยู่ในข่าวประเภทต่างๆไป ไม่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัวออกมา วิธีการรายงานข่าวสิ่งแวดล้อมนั้น จะมีลักษณะเช่นเดียวกับข้อค้นพบของวิลาสินี พิพิธกุล (2538) ที่ศึกษาวิธีการรายงานข่าวสิ่งแวดล้อมกรณีเหมือนแม่เกาะ จ.ลำปาง ว่า จะใช้รูปแบบเดียวกับการรายงานข่าวการเมืองคือ มีคู่ตรงกันข้ามแบบ มุมแดง/มุมน้ำเงิน เน้นความขัดแย้งหากทว่าเป็นความขัดแย้งในระดับบุคคล กรณีในการเลือกข่าวก็ใช้หลักเกณฑ์เดียวกับ “คุณค่าของข่าว” เช่น มีผลกระทบใกล้ตัว มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก ฉะนั้น ข่าวสิ่งแวดล้อมจึงมักเป็นข่าวหายหน้าเป็นส่วนใหญ่ และมีวิธีการรายงานข่าวตามแบบธรรมเนียมนิยม

ช่วงที่ 2: ช่วงปีพ.ศ.2536-2540 ในช่วงเวลานี้มีการขยายตัวทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพของเนื้อหาสิ่งแวดล้อมในสื่อมวลชนอย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจเริ่มมีการแยกเอาข่าวสิ่งแวดล้อมออกมาเป็น Section เฉพาะ (ใน Section “จุดประกาย”) ในสื่อโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีรายการเผชิญหน้าสภาวะแวดล้อม เช่นเดียวกับที่บริษัทแปซิฟิกคอมมูนิเคชั่นมีรายการสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการสนับสนุนจากกระทรวงวิทยาศาสตร์ ความยาว 30 นาที เป็นประจำทุกสัปดาห์โดยมีรูปแบบการอภิปรายจากผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นต้น

นอกจากการขยายตัวในเชิงปริมาณแล้ว ผลการวิจัยยังค้นพบว่าในช่วงเวลานี้มีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานข่าวในเชิงคุณภาพอย่างมาก เช่น

- กระบวนการทำข่าวเน้นการสืบค้นข้อมูลแบบเจาะลึกที่เรียกว่า investigative report

- มีการนำเสนอประเด็นสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ รอบด้าน มิใช่การรายงานเพียงแค่ว่า “เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น” เท่านั้น หากแต่มีการนำเสนอ “ที่มา” (สาเหตุของปัญหา) “พัฒนาการของปัญหา” และ “ที่ไป” (ของปัญหา) อันได้แก่ผลกระทบด้านต่างๆ และแสดงให้เห็นมิติการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และทัศนคติของคนกลุ่มต่างๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประเด็นสิ่งแวดล้อม

- กระบวนการจัดทำข่าวและการรายงานใช้เวลาศึกษาค้นคว้าที่ยาวนานขึ้น มีการตรวจสอบข้อมูลจากหลายๆ แหล่ง

- ขอบเขตของข่าวขยายจากประเด็นสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ เช่น ดิน ป่า น้ำ อากาศ ฯลฯ มาสู่แนวคิดใหม่ๆ ด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การออกกฎหมายที่เกี่ยวข้อง การประชุมสัมมนาที่เกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม ฯลฯ

- ทิศทางของการเสนอประเด็นสิ่งแวดล้อม นอกจากจะนำเสนอ “ส่วนที่เป็นปัญหา/ความรุนแรงของหายนะ” แล้ว ยังมีความพยายามที่จะนำเสนอ “แนวทางในการแก้ไข” ด้วย เช่น ผลจากการสัมมนาเพื่อแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม

จากการเปลี่ยนแปลงเชิงคุณภาพของกระบวนการทำงานข่าวดังกล่าว ทำให้คุณลักษณะของการรายงานข่าวสิ่งแวดล้อมเริ่มมีลักษณะที่โดดเด่นเฉพาะตัว และสามารถแยกความแตกต่างออกมาจากข่าวการเมือง/ข่าวอาชญากรรมได้

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับพัฒนาการดังกล่าว และพบว่ามียังน้อย 3 ปัจจัยคือ

(1) **ตัวนักข่าวสิ่งแวดล้อมเอง** มักจะมีคำถามอยู่เสมอว่า ในขณะที่ข่าวสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นข่าวที่มีพื้นฐานมาจากนักวิทยาศาสตร์ ดังนั้น นักข่าวสิ่งแวดล้อมจำเป็นต้องมีภูมิหลังการศึกษามาจากสายวิทยา

ศาสตร์หรือไม่ คำตอบจากการวิจัยครั้งนี้พบว่า ตัวแปรดังกล่าวอาจจะไม่จำเป็น แต่ปัจจัยที่จำเป็นคือ “มีความสนใจเป็นพิเศษในเรื่องธรรมชาติ-สิ่งแวดล้อม” และหากมีความสนใจดังกล่าวแล้ว ก็สามารถจะเรียนรู้ด้วยตัวเองจากการทำงานได้ และอีกตัวแปรหนึ่งที่เกี่ยวข้องก็คือ ความเข้าใจและการรับรู้ว่าคุณสิ่งแวดล้อมนั้นมีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากชาวอื่นๆ และมีใช้ชาวที่รายงานไปวันๆเท่านั้น

(2) **ปัจจัยด้านองค์กร** ซึ่งขึ้นอยู่กับว่านโยบายขององค์กรต่อชาวสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นอย่างไร เช่น มองว่าชาวสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญต่อมนุษย์หรือมองว่าชาวสิ่งแวดล้อมเป็นชาวที่ขายได้ หรือองค์กรมีจุดยืนด้านสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างไร

(3) **ปัจจัยแวดล้อมภายนอก** ได้แก่ แหล่งข่าว ผู้สนับสนุน (sponsor) และองค์กรวิชาชีพ เช่นในช่วงปีพ.ศ.2537 ที่มีการก่อตั้งชมรมนักข่าวสิ่งแวดล้อมขึ้นมา ซึ่งชมรมฯดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ที่จะส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างนักข่าว เพราะชาวสิ่งแวดล้อมมีความซับซ้อน และต้องอาศัยข้อมูลทางวิชาการ ซึ่งการมีชมรมฯ ดังกล่าวก็จะส่งผลดีต่อการพัฒนาศักยภาพการทำงานของนักข่าวสิ่งแวดล้อม

(ค) **การศึกษาผู้ส่งสารที่เป็นแหล่งข่าว** ในขณะที่การทำข่าวโดยทั่วไปนั้น แหล่งข่าวนั้นก็มีความสำคัญอยู่แล้ว แต่สำหรับในกรณีของการสื่อข่าวสิ่งแวดล้อมนั้น แหล่งข่าวก็ยิ่งมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นเป็นทวีคูณ ทั้งนี้เนื่องจากเหตุผลที่ปรากฏในงานวิจัยชิ้นต่างๆที่ได้กล่าวมาข้างต้นบ้างแล้วว่า ชาวสิ่งแวดล้อมเป็นชาวที่มีพื้นฐานมาจากวิทยาศาสตร์ ดังนั้น ส่วนหนึ่งของแหล่งข่าวจึงต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และเนื่องจากชาวสิ่งแวดล้อมบางข่าวเป็นชาวที่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องกับอยู่เบื้องหลัง ดังนั้น การเลือกและรู้จักจุดยืน/ผลประโยชน์ของแหล่งข่าวแต่ละแห่งจึงมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น

จากตัวอย่างของแหล่งข่าวแต่ละแห่งที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว เราจะพบว่า อำนาจของแหล่งข่าวแต่ละแห่งนั้นมิอย่างไม่เท่าเทียม ไม่ว่า



จะเป็นในแง่ของ “ความเป็นสถาบัน” ความสามารถในการเข้าถึงสื่อมวลชน การมีข้อมูลที่ครบถ้วน ฯลฯ ดังเช่นงานวิจัยของพลินี ศิริรังษี (2542) “ได้วิเคราะห์ให้เห็น ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับนักวิทยาศาสตร์ เจ้าหน้าที่รัฐกับองค์กรประชาชนแล้ว อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (1992) ตั้งข้อสังเกตว่า สำหรับแหล่งข่าวที่เป็นประชาชนนั้น (แม้ว่าจะเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับเหตุการณ์) แต่หากมีสถานะเป็นเพียงปัจเจกบุคคล ก็จะมีคุณค่าน้อยในสายตาของสื่อมวลชน ดังนั้น กลยุทธ์ประการหนึ่งในการสร้างความชอบธรรมของบุคคลหรือกลุ่มที่ทำงานด้านสิ่งแวดล้อม ก็คือการจัดตั้งรวมกลุ่มกันและมีการประกาศตัวอย่างเป็นทางการ มีสถานที่ติดต่อ มีกิจกรรมต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความชอบธรรมและแปรสภาพจากการเป็น “แหล่งข่าวเฉพาะกิจ” มาเป็น “แหล่งข่าวถาวร”

งานวิจัยเรื่องแหล่งข่าวที่เป็นนักสิ่งแวดล้อมหรือนักอนุรักษ์อีกแง่มุมหนึ่งที่อาจจะกระทำได้คือการประเมินทัศนคติและแนวคิดของนักสิ่งแวดล้อมไทย ดังที่มีข้อสังเกตจากผู้ร่วมสัมมนาเรื่อง “กระจุกหกด้าน”: สิ่งแวดล้อมไทย” (อ้างในสิ่งแวดลอมไทย: อนาคตไทย 2538) ที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่าข้อจำกัดของนักอนุรักษ์ไทยมีอยู่ 3-4 ประการ เช่น ยังอธิบายเรื่องสิ่งแวดล้อมให้สาธารณชนเข้าใจอย่างไม่ครบถ้วน ยังคิดถึงสิ่งแวดล้อมด้วยระบบคิดแบบตะวันตก ด้านกิจกรรมยังเน้นแต่ด้านจิตสำนึกโดยลืมเรื่องปัจจัยกำหนดทางการเมือง มักเน้นกลยุทธ์การเยยวยามากกว่าการป้องกัน เน้นด้านการจัดการ (โดยการใช้เทคโนโลยี) มากกว่าเรื่องกระบวนการ (process) โดยเฉพาะกระบวนการให้ประชาชนตัดสินใจด้านสิ่งแวดล้อมยังมีอยู่น้อย ฯลฯ ตัวอย่างเหล่านี้อาจจะใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินสถานภาพของแหล่งข่าวด้วยวิธีการวิจัยหลายวิธี เช่น การวิเคราะห์เนื้อหา การสัมภาษณ์สื่อมวลชน ประชาชนหรือตัวนักสิ่งแวดล้อมเอง

ตัวอย่างงานศึกษาเรื่องแหล่งข่าวที่น่าสนใจคือ การศึกษาแหล่งข่าวด้านพลังงานของศิรินารถ พิเชียรสุนทร (2536) เรื่อง

“การวิเคราะห์แหล่งข่าวด้านพลังงานสำหรับสื่อมวลชน” เนื่องจากเรื่องพลังงานน้ำมันเป็นเรื่องของทรัพยากรธรรมชาติที่มีขอบเขตกว้างขวางและมีลักษณะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ระดับโลก ดังนั้น แหล่งข่าวด้านพลังงานน้ำมันทั้งภาครัฐและธุรกิจเอกชนจึงเป็นแหล่งประมวลข้อมูลข่าวสารเรื่องพลังงานน้ำมันที่สำคัญที่สุด ในอีกด้านหนึ่ง ข้อมูลเหล่านี้มีลักษณะเป็นข้อมูลเฉพาะที่ต้องมีการเก็บรวบรวมเป็นพิเศษ (เช่นการสำรวจจุดเจาะปริมาณน้ำมัน) จึงไม่ใช่ข้อมูลธรรมดาสามัญที่ใครๆก็รู้ได้ ด้วยเหตุนี้แหล่งข่าวด้านพลังงานน้ำมันจึงทำหน้าที่เสมือนเป็น “ผู้รักษาประตู” (gate keeper) ที่จะกั้นกรองว่าข้อมูลแบบใดสมควรจะเผยแพร่ออกไปได้

จากความสำคัญของแหล่งข่าวประเภทนี้ ศิรินารถผู้วิจัยจึงสนใจการจัดโครงสร้างองค์กรของแหล่งข่าวที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยเฉพาะโครงสร้างในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ข่าวสารให้กับสื่อมวลชน และเนื่องจากหน่วยงานด้านพลังงานน้ำมันนั้นมักจะใช้ระบบการเผยแพร่ข่าวสาร 2 ช่องทางคู่ขนาน คือทั้งเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนทั่วไป และช่องทางการสร้างสื่อขององค์กรเองเพื่อเผยแพร่ข่าวสาร เช่นการมีวารสารของตนเอง มีรายการโทรทัศน์ที่ตนเองเป็นผู้สนับสนุน การวิจัยจึงจะสำรวจโครงสร้างการสื่อสารทั้ง 2 แบบ

กลุ่มตัวอย่างที่เลือกศึกษาเป็นหน่วยงานองค์กรภาครัฐบาล 3 หน่วยงานคือ สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย บริษัทบางจากปิโตรเลียมจำกัด และองค์กรภาคเอกชน 4 บริษัทคือ บริษัทไทยออยล์จำกัด บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยจำกัด บริษัทน้ำมันคาลเท็กซ์จำกัด และบริษัทเอสโซ่สแตนดาร์ดประเทศไทยจำกัด

ข้อค้นพบที่น่าสนใจมีดังนี้

(i) การจัดโครงสร้างองค์กรในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อกับสื่อมวลชน มีการจัดวางโครงสร้างแบบเป็นลำดับขั้นและมีการจัดแบ่งกลุ่มกิจกรรม รวมทั้งการกำหนดอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน



และรัดกุม (คล้ายระบบราชการแม้ว่าจะจะเป็นองค์กรธุรกิจ) ทำให้ทราบได้ว่า ใครเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุด ใครอยู่ในฐานะที่ควรจะรู้ข้อมูลข่าวสารระดับไหน หรือสามารถที่จะให้ข่าวได้ โครงสร้างที่ชัดเจนดังกล่าวทำให้สามารถควบคุมกำกับกรไหลของข่าวสารได้ตามเป้าหมายขององค์กร

(ii) มีการสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับนักข่าว/องค์กรสื่อมวลชนในหลายๆรูปแบบ ทั้งความสัมพันธ์เชิงส่วนตัวและเชิงวิชาชีพ ทั้งแบบเป็นทางการ/ไม่เป็นทางการ และเป็นความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง สม่ำเสมอ ยาวนาน ซึ่งมีผลต่อความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว

(iii) ในทุกหน่วยงานได้จัดให้มีหน่วยงานด้านการสื่อสารเป็นการเฉพาะ ซึ่งทำหน้าที่หลัก 3 ประการคือ การประสานกับหน่วยงานราชการ การประสานกับสื่อมวลชน ตลอดจนการผลิตและเผยแพร่ข่าวสารด้านพลังงาน อันสะท้อนให้เห็นว่า ทุกหน่วยงานได้ให้ความสำคัญกับ "งานด้านการสื่อสาร" ถึงระดับที่มีสถานภาพเป็นหน่วยงานหนึ่ง (ซึ่งหมายความว่า มีทรัพยากรสนับสนุน) ทั้งนี้เหตุผลเบื้องหลังอาจจะเนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า งานด้านพลังงานน้ำมันนั้นเป็นงานที่อ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม (เช่น เมื่อเกิดสงครามในพื้นที่เจาะน้ำมัน เมื่อเกิดอุบัติเหตุเรือขนส่งน้ำมันจมกลางทะเลทำให้เกิดมลพิษจากคราบน้ำมัน ฯลฯ) ดังนั้น แหล่งข่าวฯจึงมีลักษณะเป็นองค์กรระบบเปิดที่ได้รับอิทธิพลหรือผลกระทบจากสภาพแวดล้อมภายนอกอยู่ตลอดเวลา จึงต้องมีหน่วยงานด้านการสื่อสารเป็นช่องทางรักษาการดำรงอยู่ขององค์กร

(iv) ในขณะที่ช่องทางเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนนั้น แหล่งข่าวอาจจะควบคุมข่าวสารไม่ได้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้น แหล่งข่าวจึงได้มีการผลิตช่องทางเผยแพร่ข่าวสารของตนเองดังที่ได้กล่าวมาแล้ว สำหรับสื่อที่องค์กรผลิตเองนี้จะมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในแต่ละสื่อว่าจะ เป็นใครบ้าง ดังนั้นการคัดเลือกและออกแบบสารจึงสามารถจัดทำให้สอดคล้องกับแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้ ในส่วนที่เป็นเนื้อหาสารนั้น นอกจากจะเป็นเนื้อหาสารประเภทการเผยแพร่ความรู้ทั่วไปในช่วงเวลา

ปกติแล้ว ในช่วงเวลาวิกฤตก็ยังคงมีการผลิตเนื้อหาสารที่ตอบสนองต่อเหตุการณ์วิกฤตต่างๆที่เกิดขึ้นได้อีกด้วย

(ง) การศึกษาผู้ส่งสารที่เป็นกลุ่ม/องค์กรที่สื่อสารโดยตรง ยังมีงานวิจัยผู้ส่งสารอีกประเภทหนึ่งที่มีจำนวนมากพอสมควร คือการที่กลุ่ม/องค์กร/หน่วยงานต่างๆได้ใช้การสื่อสารที่ตนเองเป็นผู้ผลิต/สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ในบางกรณีก็อาจจะเป็นการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน แต่ทว่า “มุมมองของการวิจัย” จะศึกษามาจากมุมมองของกลุ่ม/องค์กร/หน่วยงานที่ใช้สื่อ มิใช่่มองมาจากมุมมองของสื่อมวลชน หรือในบางกรณี กลุ่ม/หน่วยงานเหล่านี้ก็จะผลิตสื่อขึ้นมาใช้เอง ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของปริดา ยันต์พิเศษ (2541) ที่ศึกษาการสื่อสารของสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย หรืองานของโสรัถยา เปี่ยมใจ (2545) ที่ศึกษาการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์และสร้างจิตสำนึกของมูลนิธิสืบ นาคะเสถียร เป็นต้น

ตัวอย่างงานวิจัยผู้ส่งสารที่เป็นกลุ่ม/องค์กร/หน่วยงานที่สื่อสารโดยตรงที่จะยกมาในที่นี้คืองานของเรือโท อนุชา ม่วงใหญ่ ร.น. (2538) เรื่อง “แนวทางกำหนดนโยบายการวางแผนประชาสัมพันธ์” โครงการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมทางทะเลและชายฝั่งกองทัพเรือ: ศึกษากรณีโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล พื้นที่เกาะคราม จ.ชลบุรี” ซึ่งเป็นงานที่ศึกษามาก่อนงานวิจัยณัฐธิดา วรวรรณเศรษฐ์ (2546) ในเรื่องเดียวกันประมาณ 8 ปี หากทว่างานของอนุชานี้เน้นหนักมุมมองของผู้ส่งสาร (ด้านต้นทาง) ในขณะที่ณัฐธิดาเน้นการรับรู้ที่ผู้รับสาร (ศึกษาปลายทาง)

ผู้วิจัยระบุว่า อันที่จริงกองทัพเรือมีโครงการทั้งระดับใหญ่และระดับย่อยที่อยู่ภายใต้ภารกิจการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมทางทะเลและชายฝั่งเช่นโครงการป่าชายเลนโครงการอนุรักษ์แนวปะการังรวมทั้งโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ซึ่งถือว่าเป็นโครงการที่ประสบความสำเร็จ แต่ทว่าในโครงการอื่นๆก็ยังมีปัญหาที่ต้องแก้ไขอยู่



เพื่อตอบโจทย์การวิจัยที่ต้องการจะประเมินสภาพปัญหาและแสวงหาแนวทางแก้ไขงานประชาสัมพันธ์ด้านการอนุรักษ์ของกองทัพเรือ นักวิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาทั้งข้อมูลปฐมภูมิ คือการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทุติยภูมิ คือเอกสารวิชาการ เอกสารการประชุม และเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

เฉพาะในโครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลนั้น นักวิจัยได้ประมวลสภาพของปัญหาในส่วนที่เกี่ยวกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์เอาไว้ว่ามีดังนี้

(1) สื่อวิทยุของกองทัพเรือโดยเฉพาะในเขตพื้นที่ศึกษานั้น ยังมีการนำมาใช้เพื่อสาธารณประโยชน์น้อยเกินไป และยังไม่นำไปใช้ในด้านบันเทิงเป็นส่วนใหญ่

(2) ทางกองทัพเรือยังขาดผู้มีความรู้ในการประชาสัมพันธ์ที่จะมาปฏิบัติงานในโครงการ และยังขาดเครื่องมือ/อุปกรณ์ที่จะดำเนินงานประชาสัมพันธ์เอง จึงต้องให้ออกชนดำเนินการแทน ซึ่งทำให้ควบคุมผลลัพธ์ที่จะเกิดประโยชน์แก่สาธารณะไม่ได้

(3) ปัญหาเรื่องระบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรในบริเวณพื้นที่ปฏิบัติงานเองยังไม่มีประสิทธิภาพดีพอ

(4) ปัญหาการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เป็นระยะเวลาสั้น และเป็นงานหนัก ทำให้เกิดความเบื่อหน่ายและจำเจ

จากปัญหาที่เป็นอยู่ ผลการวิจัยจึงประมวลแนวทางแก้ไข ปัญหาไปตามสภาพปัญหาที่มีคือ

(1) **สื่อวิทยุ** ควรมีการปรับปรุงอุปกรณ์ที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพ และจัดทำเทปประชาสัมพันธ์จากส่วนกลาง รวมทั้งปรับปรุงแบบการนำเสนอที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วมได้มากขึ้น

(2) **เจ้าหน้าที่** ฝึกฝนอบรมให้เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ด้านการประชาสัมพันธ์ และหมุนเวียนสับเปลี่ยนหน้าที่เพื่อแก้ปัญหาความจำเจ เบื่อหน่าย พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น

ในการทำงาน

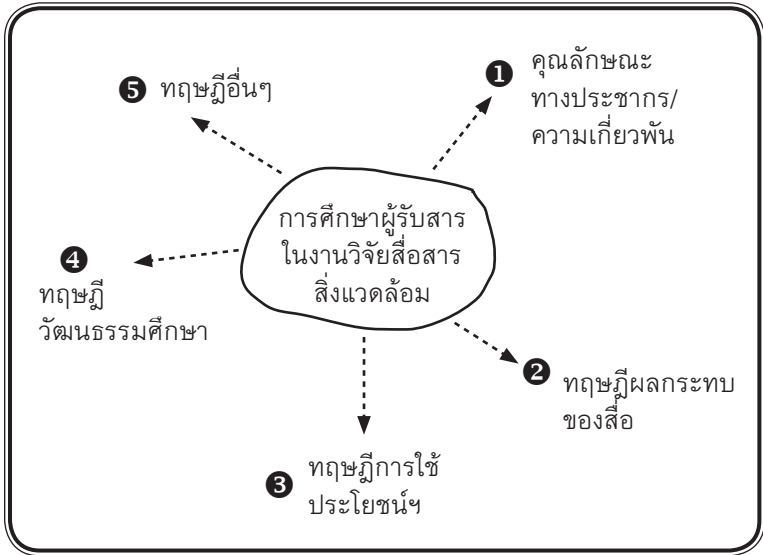
(3) เพิ่มขยายช่องทางการสื่อสารกับภายนอก เช่น ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ที่ปัจจุบันมีรายการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอยู่แล้วพอสมควร

(4) เพื่อแก้ปัญหาระบบการติดต่อสื่อสารภายในองค์กร ควรจัดตั้งหน่วยงานประชาสัมพันธ์ตามเขตพื้นที่หน่วยต่างๆของกองทัพเรือ เพื่อเป็นเครือข่ายการประชาสัมพันธ์

10. การศึกษาผู้รับสารในงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อม

ในงานวิจัยการสื่อสารโดยทั่วไป ปริมาณงานศึกษาผู้รับสารนั้นก็จะมีมากกว่าการศึกษาผู้ส่งสารอยู่แล้ว และยังเป็นที่ประเด็นที่มีลักษณะเป็นปัญหำนำทาง (problem-oriented) เช่นประเด็นสิ่งแวดล้อมนี้ ก็ยังแน่นอนว่าปริมาณของงานศึกษาผู้รับสารในงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมก็จะยังมีมากกว่าการศึกษาผู้ส่งสารอย่างแทบจะเปรียบเทียบกันไม่ได้ เนื่องจากไม่ว่าจะเป็นการทำโครงการรณรงค์ การเผยแพร่ข่าวสาร หรืออื่นๆที่เกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม ในท้ายที่สุดหรือวิธีที่จะแน่ใจมากที่สุดถึงประสิทธิผลของการสื่อสารนั้นก็จำเป็นต้องไปวัดที่ “ผู้รับสาร”

และนอกจากจะมีจำนวนที่มากกว่าแล้ว ในเชิงคุณภาพ การศึกษาผู้รับสารในงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อมก็ยังมีแนวทางการศึกษาที่หลากหลายกว่าอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากบรรดาทฤษฎีการสื่อสารที่หนุนหลังการศึกษาผู้รับสารนั้นมีความหลากหลายมากกว่า ในที่นี้ผู้เขียนจึงจะใช้ทฤษฎีสื่อมวลชนเป็นเกณฑ์ในการจัดจำแนกงานวิจัยผู้รับสารในเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมออกมาดังนี้



ภาพที่ 10: การศึกษาผู้รับสารในงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อม จำแนกตามทฤษฎี

(10.1) การวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (Demographic analysis) มีข้อน่าสังเกตว่า ดูเหมือนจะเป็นทำบังคับของการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเฉพาะการศึกษาที่ต้องการดูความสัมพันธ์ระหว่าง "ตัวแปรต้น" คือพฤติกรรมการสื่อสาร กับ "ตัวแปรตาม" คือผลต่างๆที่คาดหวังเอาไว้ในด้านสิ่งแวดล้อม การวิจัยในลักษณะนี้มักจะมีการตรวจสอบอยู่เสมอว่า บรรดาตัวแปรภูมิหลังประชากรที่มีลักษณะเป็น "ตัวแปรสำเร็จรูป" เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ชั้นปีที่ศึกษา ฯลฯ ได้เข้ามาเป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องหรือไม่ และปัญหาที่ตามมาก็คือ เนื่องจากมักไม่มี "ที่มา/เหตุผล" ว่าเพราะเหตุใดตัวแปรต้นสำเร็จรูปเหล่านี้จึงเข้ามาเกี่ยวข้องกับผลด้านสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ไม่ว่าจะผลการวิเคราะห์จะพบหรือไม่พบความสัมพันธ์ก็ไม่อาจหาคำอธิบายข้อค้นพบได้ อย่างไรก็ตาม การศึกษาระดับผู้รับสารในสิ่งแวดล้อมก็ยังคงมีการใช้ตัวแปรสำเร็จรูปด้าน

ประชากรเหล่านี้มาเป็นเกณฑ์การวิเคราะห์ที่อยู่เสมอ และผู้เขียนเสนอว่า น่าจะต้องมีความพยายามที่จะหาคำอธิบายประกอบผลการวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเหล่านี้ให้มากขึ้น โดยต้องพยายามเชื่อมโยงให้เข้ากับประเด็นสิ่งแวดล้อมด้วย เช่น ทำไม “อายุ” จึงควรจะเกี่ยวข้องกับ “ความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม” คนอายุมากหรืออายุน้อยจะมีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่ากัน เพราะเหตุใด เป็นต้น

ตัวอย่างงานวิจัยที่เป็นตัวแทนแบบฉบับของการศึกษาผู้รับสาร โดยใช้คุณลักษณะด้านภูมิหลังประชากรเป็นตัวแปรก็เช่น งานของสิทธิชัย เทวธีระรัตน์ (2543) เรื่อง “การเปิดรับสารและทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานต่อการโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์” โดยตัวแปรที่นักวิจัยสนใจก็คือ เพศ อายุ สถานภาพทางครอบครัว และระดับการศึกษา หรืองานวิจัยของพนิดา บุญชัยศรี (2538) เรื่อง “ผลกระทบของรายการโทรทัศน์ “รายการเพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมของเรา” ที่มีต่อความรู้ การนำไปปฏิบัติตาม และการถ่ายทอดสู่บุคคลในครอบครัวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยใช้ตัวแปรคุณลักษณะของประชากร เช่น เพศ (หญิง/ชาย) ลักษณะของการพักอาศัยของกลุ่มตัวอย่าง (อาศัยอยู่ตามลำพังและอาศัยอยู่กับครอบครัว ซึ่งเป็นตัวแปรที่น่าจะมีผลต่อโอกาสในการถ่ายทอดข่าวสารต่อบุคคลอื่นๆในครอบครัว) เป็นต้น

และนอกเหนือจากการใช้คุณลักษณะภูมิหลังด้านประชากรมาเป็น “ตัวแปรแบบสำเร็จรูป” แล้ว ยังมีงานวิจัยอีกกลุ่มหนึ่งที่ใช้ภูมิหลังของประชากรเช่นเดียวกัน หากแต่เป็น “ภูมิหลังที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นสิ่งแวดล้อม” ซึ่งผู้วิจัยคิดว่า ตัวแปรประชากรประเภทหลังนี้มีความน่าสนใจและยังเปิดกว้างต่อการค้นคว้าวิจัยต่อไปในอนาคต เนื่องจากเป็นตัวแปรที่สามารถนำผลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการลงมือแก้ไขปัญหาที่เป็นจริงด้วย เนื่องจากผู้เขียนมีความเห็นว่า “ความเกี่ยวพันกับปัญหาโดยตรงนั้น” น่าจะเป็นแรงผลักดันขั้นพื้นฐานที่ทำให้ผู้คนมีความตระหนัก

แสวงหาความรู้และลงมือดำเนินการเพื่อจัดการกับปัญหาแวดล้อมดังกล่าว เพราะเป็น “ปัญหาที่อยู่หน้าบ้านของตนเอง”

ในที่นี้จะยกตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้ภูมิหลังประชากรที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นสิ่งแวดล้อมมาให้ดูอย่างหลากหลาย และผู้เขียนคิดว่าในอนาคตควรจะมีการประมวลสังเคราะห์กรณีเหล่านี้ เพื่อแสดงให้เห็นความโดดเด่นของตัวแปรเรื่อง “ความเกี่ยวข้อง/ความเกี่ยวพัน” ให้ชัดเจนขึ้น (อันที่จริงแนวคิดด้านโฆษณาได้ใช้เกณฑ์เรื่อง “ความเกี่ยวพัน” เป็นเกณฑ์สำคัญเกณฑ์หนึ่งในการจัดประเภทของสินค้าอยู่แล้ว)

(1) สุวารีย์ วงศ์วัฒนา (2536) เรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จ.พิษณุโลก” เป็นงานศึกษากลุ่มคนที่อาศัยอยู่บนบ้านแพลอยน้ำ ซึ่งมีโอกาสสูงทั้งเป็นผู้ทำลายสิ่งแวดล้อม แต่ในอีกด้านหนึ่งก็มีศักยภาพสูงที่จะเป็นผู้รักษาสิ่งแวดล้อม

(2) พิศศิลป์ จิตนาวสาร (2536) เรื่อง “การศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของประชาชนในเขตอำเภอท่าใหม่ จ.จันทบุรี” โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้ใกล้ชิดกับประเด็นที่ศึกษา

(3) รัชนิดา ชำนาญมนต์ (2539) เรื่อง “ประสิทธิผลของรายการ “ทุ่งแสงตะวัน” ในด้านความรู้และทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเด็ก” งานวิจัยชิ้นนี้ตรวจวัดประสิทธิภาพของรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ “ทุ่งแสงตะวัน” ซึ่งในเนื้อหารายการนั้นจะเป็น “สิ่งแวดล้อมในชนบท” ดังนั้นเมื่อแบ่งประเภทกลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กนักเรียนในเขตกรุงเทพและในชนบท เด็กทั้ง 2 กลุ่มจึงมีการรับรู้รายการที่แตกต่างกัน

(4) จารุภัทร ถาวรฤทธิ (2544) เรื่อง “การเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติและการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูสภาพป่าไม้และแหล่งต้นน้ำระหว่างชาวเขาเผ่าลีซอห้วยน้ำดังชาวเขาเผ่าลีซอห้วยน้ำรู ดอยสามหมื่น กับชาวไทยพื้นราบบ้านแม่เลา อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่” นำ

เสียดายว่างานวิจัยชิ้นนี้ออกแบบการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ และเมื่อถามตัวแปร “การเปิดรับข่าวสาร” จึงหมายถึง การเปิดรับข่าวสารจากสื่อแบบใหม่ๆ เช่น สื่อมวลชนเท่านั้น แต่อันที่จริงชาวเขาซึ่งเป็น “ผู้อยู่กับป่าทำมาหากินมีชีวิตอยู่กับป่า” ย่อมต้องมีชุดความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูสภาพป่าไม้แบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอยู่แล้ว แต่การออกแบบงานวิจัยยังมองข้ามตัวแปรดังกล่าวไป

(5) วิทยุภรณ์ เพ็ญภินันท์ (2544) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักรู้ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จ.สมุทรปราการ” เนื่องจากเขตนิคมอุตสาหกรรมเป็นพื้นที่รวมของโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมากไปอยู่รวมกัน จึงมีความเปราะบางอย่างสูงที่จะเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมจากระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรม ซึ่งชาวบ้านที่อาศัยอยู่รอบๆ เขตนิคมเหล่านี้ต้องมีทักษะในเรื่องการจัดการกับสิ่งแวดล้อมอย่างมากและเป็นพิเศษ

(6) รุจิยา แก้วไทรเทียน (2548) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม กับความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของสมาชิกในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม” ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาก็เจาะลงไปศึกษาเฉพาะกลุ่มสมาชิกโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ซึ่งน่าจะเป็น “กลุ่มที่มีศักยภาพสูง” ในการเป็นต้นแบบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

(7) ณัฐชามณีย์ สุวิทย์พันธ์ (2545) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสารความรู้ ทศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และในเวลาเดียวกันก็เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถทำหน้าที่เป็น **สื่อกิจกรรม** ที่ใช้เพื่อปลูกจิตสำนึกความรักธรรมชาติได้อีกทอดหนึ่ง ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยจึงได้ทำการเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็น “นักท่องเที่ยวชาวไทย” ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มี



ความเกี่ยวข้องกับประเด็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากที่สุด

(8) ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์ (2539) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงบอระเพ็ด” จ.นครสวรรค์ เราได้เรียนรู้มาจากงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เช่น กรณีกลุ่มเด็กที่อยู่รอบๆป่าเมืองกาญจน์ กลุ่มชาวบ้านที่อยู่ในเขตอนุรักษ์เต่าทะเล ฯลฯ ว่ากลุ่มบุคคลที่อยู่ใกล้ชิดประเด็นสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติทั้งหลายนั้น มีศักยภาพที่จะเล่นบทบาทได้ 2 บทบาท กล่าวคือ หากไม่เป็น “ผู้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” นั้น ก็จะกลายเป็น “ผู้ทำลายสิ่งแวดล้อม” เสียเอง (เช่น กลุ่มชาวบ้านที่เก็บไข่เต่าชาย)

ดังนั้น งานวิจัยของดวงจันทร์ชิ้นนี้จึงเป็นไปตามแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น กล่าวคือ นักวิจัยได้เลือกศึกษาจากกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงบอระเพ็ด จ.นครสวรรค์ มาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 321 คน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง “ตัวแปรต้น” คือพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร กับ “ตัวแปรตาม” คือความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ผลการวิจัยนั้นมีความน่าสนใจที่คุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพประมง มีการศึกษาน้อย (ส่วนใหญ่จบประถมศึกษาปีที่ 4) มีรายได้ต่ำ มีความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมต่ำ หากแต่มีความตระหนักและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในระดับสูง (ซึ่งความตระหนักดังกล่าวน่าจะเกิดมาจากประสบการณ์ในชีวิต) สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับแน่นอนอนว่าต้องเป็นสื่อบุคคล สื่อวิทยุ และโทรทัศน์ ซึ่งไม่เรียกร้องการอ่านออกเขียนได้ สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ หากมีข้อเสนอแนะก็ควรจะมีการฝึกอบรมความรู้เพิ่มเติมให้แก่กลุ่มเป้าหมายเพื่อจะเขยิบบทบาทจาก “การเป็นผู้ทำลายสิ่งแวดล้อมด้วยตนเอง” ให้เพิ่มขึ้นมาเป็น “ผู้ปกป้องมิให้ผู้อื่นมาทำลายสิ่งแวดล้อม” อีกด้วย

(9) ปริญดา ลีรัตนพานิชย์ (2548) เรื่อง “กระบวนการสื่อสาร

เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมแม่สีผสมพลาสติก” งานวิจัยชิ้นนี้เป็นตัวอย่างรูปธรรมที่ดีในการนำจะเป็นต้นแบบของเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่มุ่งไปที่กลุ่มคนที่จะได้รับผลกระทบโดยตรงจากปัญหาสิ่งแวดล้อม และแสดงให้เห็นบทบาทความสำคัญของการสื่อสารในระดับหนึ่งคือ การสื่อสารระดับองค์กร (organizational communication) ดังนั้น จะนำเสนอเนื้อหาของงานวิจัยชิ้นนี้ในรายละเอียดดังนี้

ปริศนาผู้วิจัยเลือกศึกษาประเภทอุตสาหกรรมชนิดหนึ่งคือ อุตสาหกรรมแม่สีผสมพลาสติก ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่เกิดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ไม่ปลอดภัยได้ หากผู้ปฏิบัติงานไม่มีความรู้เพียงพอเกี่ยวกับสารประกอบในวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและการทำงานของเครื่องจักร วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตจะเป็นสีผงที่มีความละเอียดมาก และก่อให้เกิดฝุ่นฟุ้งกระจาย หากสูดดมเข้าไปมากๆอาจทำให้เกิดความบกพร่องทางเดินหายใจได้ หรือหากสัมผัสโดยตรง อาจเกิดการแพ้เป็นผื่นคันได้ วัตถุดิบบางชนิดมีสารตะกั่วและสารแคดเมียมผสมอยู่ด้วย หรือบางชนิดหากผ่านอุณหภูมิความร้อนเกินกว่าที่จะกำหนด จะก่อให้เกิดสารก่อมะเร็งได้เช่นกัน ฉะนั้น สำหรับผู้ที่ต้องทำงานสัมผัสกับวัตถุดิบโดยตรง จะต้องมีความรู้ในเรื่องสารต่างๆที่อยู่ในวัตถุดิบแต่ละประเภท เพื่อที่จะสามารถปฏิบัติตนป้องกันสารเหล่านั้นมิให้เข้าสู่ร่างกายได้ ในส่วนของเครื่องจักร ก็มีขั้นตอนที่ซับซ้อนในการผลิต ต้องอาศัยอุณหภูมิความร้อนภายในและความเร็วของเครื่องจักร เริ่มตั้งแต่การใส่วัตถุดิบที่เป็นผงสี ผ่านกระบวนการหลอมพลาสติกให้ผสมเข้ากับผงสีภายในเครื่องจักร และออกมาเป็นรูปผลิตภัณฑ์ หากผู้ปฏิบัติไม่มีความรู้ความเข้าใจ ไม่มีสติขณะปฏิบัติงานก็อาจเกิดอุบัติเหตุได้ง่ายเช่นกัน

ในการรักษาความปลอดภัยทั้งของสิ่งแวดล้อมและชีวิตของคนงาน แม้ว่าจะมีมาตรการด้านกฎหมายว่าด้วยความปลอดภัยในการทำงานของลูกจ้าง พ.ศ.2540 และมีกลไกกำกับควบคุมให้มีการปฏิบัติตาม



กฎหมาย เช่น มีคณะกรรมการความปลอดภัยและเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยแล้วก็ตาม แต่ในภาคปฏิบัติการที่เป็นจริง ผู้วิจัยก็มีความเห็นว่าต้องมีระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจึงจะสามารถมีกลไกที่ส่งผลให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการทำงานอย่างแท้จริงเนื่องจากจะต้องเป็นการเปลี่ยนแปลงนิสัยและความเคยชินเดิมๆของคนงาน (เช่น การใส่ถุงมือขณะผสมสี หรือการใช้ผ้าปิดปากป้องกันฝุ่นละออง เป็นต้น)

งานวิจัยครั้งนี้ออกแบบศึกษาทั้งฝ่ายผู้สื่อสาร คือการใช้แบบสอบถามกับคณะกรรมการความปลอดภัยในโรงงานจำนวน 30 ท่าน จากกลุ่มตัวอย่างโรงงานอุตสาหกรรมแม่สีผสมพลาสติกขนาดกลาง 3 โรงงาน และฝ่ายผู้รับสารคือคนงานจาก 3 โรงงาน โรงงานละ 75 คน รวม 225 คน เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารประเภทสื่อที่ใช้ และประสิทธิผลของการสื่อสารที่ถึงขั้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ผลการวิจัยพบว่า

(i) สำหรับวิธีการสื่อสารนั้นต้องมีหลายๆแบบ สำหรับหลายปริมาณหลายๆกลุ่มเป้าหมาย หลายๆเป้าหมาย และหลายๆวิธีการ เช่น

(ก) การสื่อสารภายในคณะกรรมการความปลอดภัยและเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย ต้องใช้รูปแบบการสื่อสารเหล่านี้คือ 1.การประชุมคณะกรรมการความปลอดภัย 2.การแสดงความเห็นต่อการนำเสนอมาตรการความปลอดภัย 3.การสำรวจทัศนคติในการยอมรับอุปกรณ์ป้องกันภัยส่วนบุคคล 4.การประสานความร่วมมือกับฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

(ข) การสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยกับลูกจ้างผู้ปฏิบัติการ ต้องใช้รูปแบบการสื่อสารเหล่านี้คือ 1.สื่อสารกับพนักงานโดยตรง 2.สื่อสารผ่านหัวหน้างาน 3.สื่อสารผ่านสื่อเฉพาะกิจ 4.สื่อสารผ่านตู้รับความคิดเห็นของพนักงาน

(ii) รูปแบบ/ทิศทางของการสื่อสารที่นำมาใช้นั้น มีทั้งรูปแบบการสื่อสารจากแบบจำลอง Transmission Model ที่เน้นการสื่อสารแบบ

ทางเดียว เช่น คณะกรรมการที่เป็นหัวหน้างานจะต้องใช้รูปแบบการออกคำสั่งให้ปฏิบัติตาม การแจ้งหลักการทำงานเพื่อความปลอดภัยให้พนักงานทราบก่อนการปฏิบัติงาน และก็ต้องมีรูปแบบการสื่อสารจากแบบจำลอง Ritualistic model ที่เป็นการสื่อสารแบบสองทาง เช่น การเล่าให้เพื่อนร่วมงานฟัง หรือการปฏิบัติตนให้เป็นต้นแบบในการปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัย และการสื่อสารสองทางที่มีประสิทธิภาพอย่างมากคือการสื่อสารผ่านตู้รับความคิดเห็นของพนักงานซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสื่อสารที่เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยจัดเตรียมไว้ให้พนักงาน เพื่อให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น หรือเสนอแนะในเรื่องที่เกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยก็จะรับข้อมูลนั้นมาพิจารณา หากดำเนินการใดๆได้ตามที่เสนอมาก็จะดำเนินการให้ แม้ว่าที่ผ่านมา การสื่อสารผ่านตู้รับความคิดเห็นของพนักงานจะมีไม่มาก แต่เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยก็ยังยืนยันที่จะให้มีไว้เพื่อไม่เป็นการปิดช่องทางการสื่อสารของพนักงาน

(iii) **ประเภทของสื่อที่นำมาใช้และมีประสิทธิผล** ผลการวิจัยพบว่า ประเภทของสื่อที่นำมาใช้มี 3 ประเภท คือ สื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล และสื่อกิจกรรม โดยสื่อเฉพาะกิจเป็นประเภทสื่อที่มีประสิทธิผลมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจมากที่สุด รายละเอียดของแต่ละสื่อมีดังนี้

(ก) **สื่อเฉพาะกิจ** สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่เจ้าหน้าที่ความปลอดภัยใช้อยู่เป็นประจำ เพื่อให้ข่าวสารเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างทั่วถึง โดยจัดหาและจัดทำประกาศ ป้ายสัญลักษณ์เตือนให้ระมัดระวังความปลอดภัย โปสเตอร์ต่างๆ แผ่นพับ เป็นต้น ซึ่งเจ้าหน้าที่ความปลอดภัยพบว่า พนักงานมีความสนใจในสื่อเฉพาะกิจที่ติดอยู่ที่บอร์ดความปลอดภัย นอกจากนี้การมีป้ายสัญลักษณ์เตือนให้ระมัดระวังความปลอดภัยติดอยู่ในบริเวณโรงงานทุกจุดที่มีการทำงาน สามารถช่วยให้พนักงานเกิดความรู้สึกระมัดระวังในการทำงานมากขึ้น



(ข) **สื่อบุคคล** กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารและมีความเข้าใจ และปฏิบัติตามข่าวสารจากหัวหน้างานน้อยที่สุด รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ความปลอดภัย และเพื่อนร่วมงาน ตามลำดับ

(ค) **สื่อกิจกรรม** กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารและมีความเข้าใจและปฏิบัติตามข่าวสารจากการอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน เพื่อส่งเสริมความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดประชุมลูกจ้าง เพื่อเสนอความคิดเห็นเรื่องความปลอดภัย และการทำแบบสำรวจภายใน เกี่ยวกับการปฏิบัติงานเพื่อสร้างความปลอดภัย ตามลำดับ

(10.2) การวิเคราะห์ผู้รับสารตามทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Impact Theory)

เมื่อเปรียบเทียบการศึกษาผู้รับสารในงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อม ภายใต้ทฤษฎีต่างๆแล้ว เราอาจจะสรุปอย่างฟันธงได้เลยว่า ปริมาณงานวิจัยผู้รับสารในเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นจะใช้ทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Impact Theory/Effect study) มากที่สุด อย่างไรก็ตาม แม้จะมีปริมาณที่มากมาย แต่ในเชิงคุณภาพแล้ว การออกแบบการวิจัยผู้รับสารในเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วยทฤษฎีผลกระทบของสื่อ นั้นกลับไม่สู้มีความหลากหลายมากนัก

(1) **ข้อตกลงเบื้องต้น** สำหรับตัวทฤษฎีผลกระทบของสื่อ นั้นเป็นทฤษฎีที่มีข้อตกลงเบื้องต้น (basic assumption) ที่แน่นอนประการหนึ่งคือ ความเชื่อว่า **สื่อประเภทต่างๆ** โดยเฉพาะสื่อมวลชนนั้นมีพลังอำนาจอันมหาศาล (powerful media) ดังนั้น เมื่อนำมาใช้ในเรื่องสิ่งแวดล้อม การวิจัยก็มักจะออกแบบว่า หากผู้รับสารมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมาก ก็จะสามารถเปลี่ยนแปลงความรู้ ความตระหนัก ทศนคติ และพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อมตามที่ถูกส่งสารต้องการได้

ต้นกำเนิดของทฤษฎีผลกระทบของสื่อนี้ เริ่มมาจากยุคสมัยของการก่อตัวของบรรดาสื่อมวลชนสมัยใหม่ เช่น หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ และวิทยุ ซึ่งเป็นสื่อที่อยู่ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 และต้นศตวรรษที่ 20

กระบวนการที่ค้นดังกล่าวนี้ก่อตัวมาจากบริบทของสงครามโลกครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2 รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงของระบบสังคมขนาดใหญ่ของประเทศรัสเซีย และกรณีของฮิตเลอร์ในเยอรมัน ในเหตุการณ์เหล่านี้ สื่อมวลชนมีพลังอำนาจที่สามารถโน้มน้าว (persuasive communication) ให้ผู้คนมีการเปลี่ยนแปลงระดับการกระทำพฤติกรรม (Behavior/performance) ของตนเองได้ (สนใจโปรดดูกาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, 2552)

(2) **คุณลักษณะพิเศษของผลกระทบ** อันที่จริงทฤษฎีสื่อมวลชนอื่นๆก็มีความเชื่อในเรื่องผลกระทบของสื่อมวลชนเช่นกัน เช่น ทฤษฎี Social Learning แต่ทว่าสำหรับ Impact Theory นั้น คุณลักษณะสำคัญของ**ผลกระทบ** (Effect/Impact) ที่เกิดจากสื่อ่นั้นจะมีคุณลักษณะพิเศษซึ่งทำให้ทฤษฎีนี้แตกต่างไปจากทฤษฎีอื่นๆ เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้จากสื่อ ดังนี้

- เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาสั้นๆ (short-term) หลังจากเปิดรับสื่อโดยเกิดขึ้นอย่างทันทีทันใด ไม่ต้องรอคอยไม่ต้องสั่งสม
- เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ในทั้ง 3 ระดับ คือระดับความเข้าใจ (Knowledge) ระดับทัศนคติ/อารมณ์ความรู้สึก (Attitude/Affection) โดยเฉพาะถึงระดับการลงมือกระทำ (Behavior/Performance)

(3) **ปัจจัยสร้างผลกระทบ** สำหรับปัจจัย/ตัวแปรที่จะทำให้สื่อสามารถสร้างผลกระทบดังที่กล่าวมาได้นั้น จะเกิดมาจากองค์ประกอบทั้ง 2 ฝ่ายคือ ฝ่ายผู้ส่งสาร (Sender) และฝ่ายผู้รับสาร (Receiver) โดยที่ทฤษฎีผลกระทบนี้จะเน้นแต่ความสำคัญของตัวสื่อ (Media) แต่ไม่ได้ให้ความสนใจกับตัวสาร (Message) เท่าใดนัก

ในฝ่ายตัวผู้ส่งสาร ผลกระทบจะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ส่งสารสามารถที่จะเข้าถึง (reach/accessibility) ผู้รับสารได้ และหากมีโอกาสที่จะเข้าถึงผู้รับสารมากยิ่งขึ้นเท่าใด ก็จะสามารถสร้างผลกระทบได้สูงมากขึ้นเท่านั้น ในฝ่ายผู้รับสารจะขึ้นอยู่กับตัวแปรเรื่อง “การเปิดรับสื่อ” (media expo-

sure) ซึ่งเป็นไปตามข้อสรุปของทฤษฎีผลกระทบที่ว่า ยิ่งมีปริมาณการเปิดรับสื่อมากยิ่งขึ้นเท่าใด สื่อก็จะยิ่งมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากยิ่งขึ้นเท่านั้น

(4) ปริมาณและความถี่ในการเปิดรับกับผลกระทบของสื่อ

(Media exposure and frequency) จากข้อตกลงของทฤษฎีผลกระทบของสื่อที่ว่าตัวแปรต้นคือปริมาณและความถี่ในการเปิดรับนั้นจะส่งผลโดยตรงต่อผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อผู้รับสาร

อนึ่ง มีข้อที่น่าสังเกตว่า ในการนำทฤษฎีผลกระทบของสื่อมาใช้ในงานวิจัยเรื่องของสิ่งแวดล้อมนั้น กลุ่มผู้รับสารนั้นจะมีขอบเขตครอบคลุมกลุ่มประชากรอยู่ 2 กลุ่มใหญ่ๆคือ กลุ่มประชาชนทั่วไป และกลุ่มประชาชนที่อยู่ในฐานะผู้ได้รับผลกระทบจากปัญหาสิ่งแวดล้อม หากว่าแทบจะไม่มีการวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่มุ่งไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็น “ผู้สร้างปัญหาสิ่งแวดล้อม” อย่างน่าสังเกต

(5) งานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อมภายใต้ทฤษฎีผลกระทบของสื่อ

นับตั้งแต่ทศวรรษ 2540 ซึ่งสังคมไทยมีบริบทแวดล้อมทางสังคมที่ผ่านพ้นช่วงทศวรรษ 2530 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มิประเด็นความขัดแย้งด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมากมาย รวมทั้งสภาพความเสื่อมโทรมด้านสิ่งแวดล้อมก็ทวีความรุนแรงมากขึ้นเป็นเงาตามตัวของแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจแบบทุนนิยม-อุตสาหกรรมของไทย ดังนั้น ในช่วงระหว่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติแผนที่ 8-9 ประเด็นปัญหาการจัดการสิ่งแวดล้อมจึงได้เริ่มเข้าไปเป็น 1 ใน 7 ของยุทธศาสตร์การพัฒนาของชาติ และเป็นเหตุผลที่ว่าบรรดาหน่วยงานของรัฐที่มีภารกิจเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในแง่มุมต่างๆ จึงเริ่มใช้การสื่อสารเพื่อการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ/ความตระหนัก และที่สำคัญที่สุดคือ “การเปลี่ยนแปลงการลงมือกระทำ” โดยที่อาจจะอยู่ภายใต้จุดยืนด้านสิ่งแวดล้อมแบบใดแบบหนึ่งใน 3 แบบที่ได้กล่าวมาแล้ว คือ อนุรักษ์ ปฏิรูป และเปลี่ยนแปลงระบบ

สำหรับประเด็นสิ่งแวดล้อมทั้ง 9-10 ประเด็นที่ได้กล่าวมาข้างต้น

นั้น จะพบว่าการใช้ทฤษฎีผลกระทบของสื่อ่นั้นจะมืออยู่อย่างครอบคลุมในทุกประเด็น (ดังตัวอย่างงานวิจัยที่ได้กล่าวถึงในตอนประเด็นสิ่งแวดล้อมนั้น ส่วนใหญ่ก็ล้วนแล้วแต่อยู่ภายใต้ทฤษฎีผลกระทบของสื่อเป็นส่วนใหญ่) ในที่นี้จะยกตัวอย่างการวิจัยผู้รับสารด้านสิ่งแวดล้อมสัก 3-4 ประเด็นที่ใช้ทฤษฎีผลกระทบของสื่อดังนี้

(1) **ประเด็นน้ำ:** กิตติศักดิ์ นภาพรรณวรรตน์ (2535) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสารเพื่อการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำประปากับพฤติกรรมการใช้น้ำประปาของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ในประเด็นที่มากับเรื่อง “น้ำ” ซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสำคัญระดับคอขาดบาดตายของความอยู่รอดของมนุษย์นั้น ในบริบทของชาวชนบท งานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่ได้กล่าวถึงมาบ้างแล้วในตอนต้นนั้นได้แสดงให้เห็นว่าชาวชนบทนั้นใช้น้ำเพื่อการทำมาหากินด้านการเกษตรจึงมีประเด็นขัดแย้งเมื่อเกิดการแย่งน้ำมาสร้างเขื่อนเพื่อการผลิตไฟฟ้าให้ภาคอุตสาหกรรม ส่วนคนกรุงเทพฯที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยชิ้นนี้ น้ำจะเป็นทรัพยากรสำหรับกินใช้ในชีวิตประจำวัน หากทว่าปัญหาโดยพื้นฐานเกี่ยวกับน้ำทั้งชาวชนบทและคนเมืองกรุงนั้นก็มีส่วนร่วมกัน คือการขาดแคลนน้ำ เนื่องจากความต้องการใช้มีเพิ่มมากขึ้น แต่แหล่งผลิตน้ำกลับมีลดน้อยลง (อันเกิดจากปัญหาแม่น้ำเน่าเสีย แม่น้ำลำคลองตื้นเขินเพราะปัญหาป่าไม้หมดไป ฯลฯ) ทางออกสำหรับคนกรุงเทพฯจึงต้องเป็น “การลด/การประหยัดน้ำกิน/น้ำใช้ให้น้อยลง

หน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องน้ำกินน้ำใช้ของคนกรุงเทพฯคือ การประปานครหลวงจึงได้จัดทำโครงการรณรงค์ให้ประชาชนชาวกรุงเทพฯประหยัดน้ำประปา ในปีพ.ศ.2535 โดยจัดทำเป็นโฆษณาเผยแพร่ทางโทรทัศน์ 2 ชุดคือ ชุด “หยดน้ำ” และชุด “ผู้หญิง” ทั้ง 2 ชุดมีความยาวเท่ากันคือ 30 วินาที และเป็นที่มาของงานวิจัยของกิตติศักดิ์ที่ต้องการประเมินผลการเปิดรับโฆษณา 2 ชุดนี้ และผลที่เกิดขึ้นต่อพฤติกรรมการใช้น้ำประปาของประชาชน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชน

ที่อาศัยอยู่ทั้งเขตกรุงเทพฯ ชั้นในและชานนกรวม 225 คน

ประเด็นที่น่าสนใจของงานวิจัยชิ้นนี้คือ ในช่วงกลางทศวรรษ 2530 นี้ จากแนวคิดกว้างๆของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ให้ช่วยกันประหยัดน้ำ แต่ก็ไม่มีรายละเอียดว่า “จะต้องทำอะไร/และต้องทำอะไร จึงจะเรียกว่า “ประหยัดน้ำ” กล่าวคือ ขาดเนื้อหาข่าวสารประเภท “คำชี้แนะ” (instruction) ที่จะนำไปสู่ “การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมใหม่ๆ” ที่ประชาชนยังไม่เคยตระหนักหรือไม่เคยกระทำมาก่อน แต่สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ได้ลงรายละเอียด “พฤติกรรมที่บ่งบอกถึงการประหยัดน้ำ” ที่หลากหลาย เช่น

- การอาบน้ำโดยใช้ขันตักน้ำ ซึ่งประหยัดน้ำกว่าการใช้ฝักบัวหรืออ่างอาบน้ำ
- การใช้เครื่องสุขภัณฑ์แบบไม่ชักโครก (ราดน้ำ) จะประหยัดกว่าการใช้ชักโครก
- การซักเสื้อผ้าทุกวันจะเปลืองน้ำมากกว่าการซัก 2-3 วัน/ครั้ง
- วิธีการล้างรถยนต์/ล้างรถจักรยานยนต์ที่ใช้ถังใส่น้ำแล้วใช้ผ้าชุดเช็ดถูจะประหยัดกว่าวิธีฉีดน้ำให้ทั่วทั้งคัน
- การรดน้ำต้นไม้โดยใช้ถัง/กระป๋องฝักบัวจะประหยัดกว่าใช้สายยางฉีด
- การเปิดก๊อกน้ำประปาเวลาใช้ในระดับปานกลางจะประหยัดกว่าการเปิดเต็มที่
- การตรวจตราระบบประปาภายในที่อยู่อาศัยเมื่อเกิดปัญหา เช่น น้ำไหลอ่อนหรือน้ำไม่ไหล (ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างเพียง 16% ที่มีการตรวจเป็นประจำ)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยดูโทรทัศน์เพื่อการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำประปาและเข้าใจเนื้อหาสำคัญของโฆษณานั้น (มีประมาณ 60%) แต่ก็มียังเพียง 50% เท่านั้นที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลง

พฤติกรรมการประหยัดน้ำ เช่น ไม่ปล่อยให้ น้ำทิ้งโดยเปล่าประโยชน์หรือใช้น้ำให้น้อยลง อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับโฆษณาชุดนี้ก็ยังมี การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้เปิดรับ ซึ่งผู้วิจัยสรุปว่าแม้ว่าจะพบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเพื่อการรณรงค์ กับความคิดเห็นและความเชื่อต่อเนื้อหาสำคัญที่เผยแพร่ออกไปก็ตาม แต่กลับไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้น้ำประปาตามที่โครงการรณรงค์วางเป้าหมายไว้ ซึ่งอาจจะมาจากเหตุผลหลายประการ เช่น กลุ่มเป้าหมายยังคิดว่าเป็นเรื่องไกลตัวและไม่มีผลต่อการดำเนินชีวิต มีข้อจำกัดเรื่องเวลา และค่าใช้จ่ายของน้ำประปาก็ยังไม่แพงมาก เป็นต้น

(2) **ประเด็นชยะ:** นุชจิรา โมระเสริฐู (2544) เรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอย” ในข้อเขียนชิ้นนี้ได้ยกตัวอย่างงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับประเด็นชยะมาบ้างแล้ว 3 ชิ้นแรกนั้นเป็นการศึกษาการสื่อสารในรูปแบบของการรณรงค์ระดับกว้างผ่านสื่อประเภทต่างๆ คือ งานของพิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์ (2542) ซึ่งศึกษาทั้งด้านผู้ส่งสาร คือสำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร และตรวจสอบที่ฝ่ายผู้รับสารซึ่งพบว่า การรณรงค์นั้นยังส่งผลไปไม่ถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และข้อจำกัดของการออกแบบการรณรงค์เอง ในขณะที่การจัดการปัญหาชยะในระดับชุมชนในรูปแบบของธนาคารชยะชุมชนจากงานวิจัยของอริสรา ธนุผลง (2544) พบว่าวิธีการจัดการในระดับชุมชนนั้นจะให้ผลที่ดีกว่า

งานวิจัยของนุชจิรา (2544) ชิ้นนี้ก็เป็นการต่อยอดจากงานของพิมพ์ใจ เนื่องจากผู้วิจัยระบุว่าแม้ว่าสำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานครได้ดำเนินการสื่อสารรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ความรู้และสร้างความตระหนักแก่ประชาชนเกี่ยวกับแผนการลดชยะมูลฝอยให้น้อยลง และแยกประเภทชยะมูลฝอยมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2541 แต่พฤติกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการช่วยกันลดและช่วยกันแยกชยะก็ไม่ได้เพิ่มสูงขึ้นเลย

โดยเห็นได้จากปริมาณขยะมูลฝอยที่เข้าเทในโรงงานกำจัดขยะยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจึงทำวิจัยซ้ำอีกครั้งหนึ่ง (หลังจากงานวิจัยของพิมพ์ใจ 2 ปี) โดยยังคงทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างเป็นคนกรุงเทพฯ จาก 50 เขต จำนวน 400 คนด้วยแบบสอบถาม และต้องการตอบโจทย์ให้ละเอียดลงไปถึงเหตุผลของการไม่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ผลการวิจัยพบว่า

(i) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอยจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ป้ายรถเมล์ และป้ายผ้าบริเวณสะพานลอย สำหรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ เจ้าหน้าที่วิทยากรจากเขต

(ii) ความรู้เกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับสูง รองลงมามีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง ความตระหนักเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความตระหนักในระดับสูง รองลงมามีความตระหนักอยู่ในระดับปานกลาง การมีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับของการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง

(iii) ปัญหาและสาเหตุในการไม่แยกขยะมูลฝอยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไม่ทำการแยกขยะมูลฝอยเนื่องจากยุ่งยากในการปฏิบัติ รองลงมาจะไม่ทำการแยกขยะมูลฝอยเพราะเสียเวลา สำหรับปัญหาและสาเหตุในการไม่ลดขยะมูลฝอยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไม่ทำการลดขยะมูลฝอย เนื่องจากยุ่งยากในการปฏิบัติและเหตุผลรองลงมาจะไม่ทำการลดขยะมูลฝอยเพราะไม่รู้วิธีการลดขยะมูลฝอย

ผู้วิจัยอภิปรายผลที่พบจากข้อมูลที่ได้ว่า

(1) จากผลการวิจัยซึ่งพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

เกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอยไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ เนื่องจากปัจจุบันนี้ เนื้อหาที่กทม.นำเสนอผ่านสื่อเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอยนั้น กทม.ไม่ได้นำเสนอถึงปัญหาและสาเหตุของการแยกและลดปริมาณขยะมูลฝอย ดังนั้น จึงควรนำเสนอให้ประชาชนมีความรู้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมและประชาชน

(2) ในการรณรงค์ให้แยกขยะตามลักษณะของสถานที่ต่างๆ ควรทำไปในแนวทางเดียวกัน กล่าวคือ ในปัจจุบัน ห้างสรรพสินค้า โรงแรม โรงเรียน และสถานพยาบาลยังจัดสีของถังขยะกับชนิดของถังขยะแตกต่างกัน นอกจากนั้นควรรณรงค์ให้ความรู้แก่ประชาชนในการแยกถังขยะ และสร้างความเข้าใจเพื่อไม่ทำให้ประชาชนสับสนในการแยกถัง

(3) เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในพฤติกรรมต่างๆ (เช่น ใช้ถุงผ้าแทนพลาสติก) อยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นควรเน้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในแผนการลดปริมาณขยะมูลฝอยเพิ่มมากขึ้น โดยการให้โรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือสถานที่ทำงานมีการรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแยกและลดขยะมูลฝอยเพิ่มขึ้น ซึ่งหมายความว่าต้องลดหน่วยของการรณรงค์ให้มีขนาดเล็กลงเป็นระดับท้องถิ่น (local campaign) ดังเช่น งานวิจัยหน่วยระดับชุมชนของอริสรา ธนุผลง (2544) จึงจะสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเรื่องขยะของประชาชนได้ เนื่องจากการรณรงค์ผ่านตัวสื่อกลางเช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณา ฯลฯ นั้น ยังไม่สามารถสร้างผลกระทบหรือให้แนวทางในขั้นตอน “การลงมือทำ” ได้

(3) **ประเด็นประหยัดพลังงาน** ประเด็นการประหยัดพลังงาน โดยเฉพาะพลังงานไฟฟ้าจะเป็นประเด็นที่มีการรับรู้มากที่สุด อันเป็นผลพวงต่อเนื่องมาจากความขัดแย้งในการสร้างเขื่อนเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า ดังนั้น เช่นเดียวกับกรณีปัญหาขยะ กล่าวคือ หากไม่สามารถเพิ่มด้าน “อุปทาน” (supply) ปริมาณไฟฟ้าได้ ก็ต้องมาลด “อุปสงค์” คือ ปริมาณการใช้ไฟฟ้า ดังเช่นข้อมูลที่ได้ยกตัวอย่างไปบ้างแล้วคือ หน่วยงาน

ที่รับผิดชอบด้านพลังงานคือ สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) ได้เริ่มทำโครงการ “รวมพลังหาร 2” มาตั้งแต่ปีพ.ศ.2539 และทำโครงการอื่นๆที่ใช้กลไก/มาตรการต่างๆกันต่อเนื่องมาโดยตลอด โดยใช้การสื่อสารรูปแบบการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ

จึงมีงานวิจัยหลายชิ้นที่ติดตามผลการใช้การสื่อสารเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว เช่น

(1) ลัดดาพร หวังชิงชัย (2546) เรื่อง “กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการเก็บค่าไฟใส่กระเป่า”

(2) ระวีวรรณ สีนะหาร (2542) เรื่อง “ความพึงพอใจและทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์ไทยช่วยไทย ร่วมใจประหยัดพลังงานของประชาชนในกรุงเทพมหานคร”

(3) ลัดดาวัลย์ หวังชิงชัย (2546) เรื่อง “กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการพลังไทยลดใช้พลังงาน” งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาทั้ง “ต้นทาง” - ผู้ส่งสาร และ “ปลายทาง” - ผู้รับสาร จากโครงการ “พลังไทย ลดใช้พลังงาน” ในปีพ.ศ.2546 ซึ่งเป็นโครงการรณรงค์ลดการใช้พลังงานที่ต่อเนื่องมาจากโครงการ “รวมพลังหาร 2” (พ.ศ.2539) โดยเนื้อหาสำคัญของโครงการนี้ก็คือการต่อยอดลงไปในเรื่องรายละเอียดของวิธีการประหยัดพลังงานในรูปแบบต่างๆ ดังนั้นเนื้อหาสารที่นำเสนอจึงมีลักษณะเป็น “คำชี้แนะแนวทางปฏิบัติ” (instructional) ที่ปรากฏอยู่ในชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ 9 เรื่องที่ออกแบบเป็น “การให้ข้อมูลข่าวสาร” ในแง่มุมต่างๆของการประหยัดพลังงาน (informative advertising) เช่น การขับรถด้วยความเร็วคงที่ 90 กม./ชม. การดับไฟ 1 ดวงทุกคืน การตั้งอุณหภูมิเครื่องปรับอากาศไว้ที่ 25OC เป็นต้น

สำหรับการศึกษาตรงต้นทางนั้น ผลการวิจัยพบว่า ในการทำการรณรงค์ของหน่วยงานรัฐครั้งนี้ ทางหน่วยงานรัฐจะเป็นผู้ควบคุม concept และเนื้อหา และได้ว่าจ้างให้บริษัทเอกชนที่มีประสบการณ์และความ

ชำนาญในเรื่องการรณรงค์เป็นผู้ดำเนินการ ดังนั้น กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์จึงมีลักษณะแบบ “มืออาชีพ” ที่มีการใช้สื่อหลากหลายประเภทที่ผสมผสานอย่างลงตัว และชัดเจนในเป้าหมายว่า “ต้องการกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง” มีการเลือกใช้จุดจูงใจ (Appeals) ที่หลากหลายรูปแบบ เช่น การใช้แรงจูงใจ (motivation) การใช้อารมณ์ขัน (humorous) การใช้เหตุผล (rational) การใช้รางวัล (reward) การใช้กลุ่มอ้างอิง (status) เป็นต้น นอกจากนี้ก็ยังมีการสร้างคำขวัญ (slogan) ที่จดจำได้ง่ายสื่อความหมายได้ชัดเจนเช่น ประหยัดน้ำมันให้ชาติ เพิ่มเงินบาทให้คุณ”

ในส่วนการศึกษาผู้รับสารซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างชาวกรุงเทพมหานครที่สุ่มมาจาก 10 เขต จำนวน 400 คน พบว่า แม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโครงการในระดับต่ำ แต่ก็มีความตระหนักในระดับสูง ซึ่งผู้วิจัยอธิบายว่า ความตระหนักดังกล่าวน่าจะเกิดมาจากการสะสมความรู้ในเรื่องการประหยัดพลังงานจากโครงการรณรงค์มาในครั้งก่อนๆ เช่นเดียวกับการมีพฤติกรรมในการประหยัดพลังงานที่มีอยู่ในระดับสูงอยู่แล้ว ข้อค้นพบนี้น่าจะช่วยให้ทิศทางการวางแผนรณรงค์ในครั้งต่อไปว่า ควรจะเพิ่มประเภทของพฤติกรรมการประหยัดพลังงานในรูปแบบใหม่ๆต่อไป

จากตัวอย่างงานวิจัยผู้รับสารในประเด็นสิ่งแวดล้อมที่อยู่ภายใต้ทฤษฎีผลกระทบบของสื่อที่กล่าวมานี้ ซึ่งสามารถจะเป็นตัวแทนของการวิจัยประเภทนี้ได้ในระดับหนึ่ง ผู้เขียนมีข้อสังเกตดังต่อไปนี้คือ

(1) **ทฤษฎีที่ใช้** ความก้าวหน้าของทฤษฎีผลกระทบบในปัจจุบันนี้มักจะให้ข้อสรุปว่า อิทธิพลของสื่อ่นั้นจะให้ผลดีในเรื่องความรู้ (Knowledge) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยในเรื่องทัศนคติ (Attitude) แต่มักหวังผลไม่ได้ในเรื่องการเปลี่ยนพฤติกรรม (Performance) หากข้อสรุปนี้เป็นจริง ก็น่าคิดว่า ถ้าเช่นนั้นสื่อจะมีประโยชน์อะไรต่อเรื่องสิ่งแวดล้อม เพราะอาจเป็นเรื่องที่ “รู้ทั้งรู้ แต่ไม่ปฏิบัติ”



J. Klapper (1960) ได้ให้ข้อสรุปว่าสื่อมวลชนไม่ใช่ตัวแปรตัวเดียวที่จะใช้เพื่อเปลี่ยนแปลงบุคคล ถ้าจะแสดงผลคงต้องใช้ร่วมกับตัวแปรตัวอื่นๆ และใช้อย่างมีเงื่อนไข ดังนั้นการวิจัยควรที่จะศึกษาการณการใช้สื่อที่ประสบความสำเร็จ แล้ววิเคราะห์ตัวแปรและเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องจะได้ผลตรงเป้าหมายกว่า ตัวอย่างเช่น รูปแบบการสื่อสารประเภทใดให้ผลระดับความรู้ และประเภทใดให้ผลตรงขั้นตอนของการลงมือกระทำ เพื่อการวางแผนใช้สื่ออย่างมีกลยุทธ์

(2) **การออกแบบงานวิจัย** งานวิจัยส่วนใหญ่ใช้วิธีการศึกษาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งแม้จะพบความสัมพันธ์แต่ก็ไม่อาจให้ข้อสรุปในแง่ Causal relationship ได้ กล่าวคือ เราจะไม่ทราบว่าสื่อเป็นสาเหตุหรือเป็นผลลัพธ์กันแน่ เช่น ผู้ที่มีความตระหนักในเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว จึงเปิดรับสื่อด้านสิ่งแวดล้อมในระดับความถี่สูง

(3) **เครื่องมือที่ใช้** คือการซักถาม/สัมภาษณ์นั้น ให้ผลที่ไม่แน่นอน โดยเฉพาะในเรื่องการเปิดรับสื่อ และผู้วิจัยมักไม่ได้ตรวจสอบเนื้อหาของสื่อว่ามีประเด็นสิ่งแวดล้อมที่ต้องการศึกษาอยู่มากน้อยแค่ไหน ดังนั้น ถึงแม้กลุ่มตัวอย่างจะเปิดรับมากหรือน้อยก็อาจจะไม่เกี่ยวข้องกับปริมาณเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นควรเพิ่มเครื่องมือเรื่องการตรวจสอบเนื้อหาของสื่อมวลชนเข้าไปด้วย จึงจะสามารถอธิบายผลที่ออกมาได้ (และยังมีประเด็นเรื่องการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความตระหนัก และพฤติกรรมที่เกิดมาจากการสะสมผลลัพธ์ของสื่อในอดีต)

(4) **การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง** ส่วนใหญ่ของงานวิจัยจะไม่ได้ควบคุมตัวแปรของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนั้น เวลาทดสอบสมมติฐานมักจะใช้คุณลักษณะตามแบบฉบับของประชากร เช่น อายุ เพศ รายได้ อาชีพ ฯลฯ มาเป็นตัวแปร ซึ่งผลที่ได้มักไม่แน่นอน เนื่องจากไม่มีเหตุผลรองรับว่า เพราะเหตุใดตัวแปรเหล่านี้จึงควรจะมีความสัมพันธ์กับเรื่องสิ่งแวดล้อม ฉะนั้นดังที่เสนอมานี้แล้วว่า การคิดหาตัวแปรด้านคุณลักษณะของประชากรควรมีการทบทวนเสียใหม่ เช่น งานวิจัยของ

สุพัตรา ผาผุย (2533) ที่พบว่าคุณลักษณะของประชากรและกลุ่มตัวอย่างเรื่องความจำเป็นในการใช้ถ่านและฟืนจะใช้อธิบายเรื่องทัศนคติต่อเรื่องอนุรักษ์ป่าได้ดีที่สุด หรือเรื่องการแยกขยะควรใช้ตัวแปรเรื่องการมีหน้าที่เป็นคนทิ้งขยะภายในบ้านหรือเปล่า เรื่องแหล่งน้ำควรแยกเพศเพราะปกติในชนบท ผู้หญิงเป็นคนจัดการเรื่องน้ำ ควรเปรียบเทียบคนงานที่ทำงานในโรงงานที่ต้องใช้สารเคมีกับคนที่ทำงานใน office เรื่องการตระหนักรู้เกี่ยวกับมลพิษ เป็นต้น การระบุคุณลักษณะให้ตรงเป้ากับเรื่องสิ่งแวดล้อมแต่ละเรื่องจะช่วยให้นักวิจัยมีผลที่สามารถนำไปใช้ในภาคปฏิบัติการได้จริงยิ่งขึ้น

(5) ผลการวิจัย จากข้อจำกัดที่กล่าวมาข้างต้น จึงปรากฏว่า ผลการวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์เรื่องพฤติกรรม การเปิดรับสื่อกับความรู้ ความตระหนักรู้ และการลงมือปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม มีลักษณะให้ผลที่ไม่แน่นอน สะเปะสะปะ ไปตามยถากรรม และไม่สามารถหาข้อสรุปที่เป็นแบบแผนได้ ดังนั้นหากจะมีการวิจัยในลักษณะนี้ (ซึ่งก็มีประโยชน์) ควรจะมีการออกแบบงานวิจัยให้รัดกุม ปิดช่องว่างและแก้ไขข้อจำกัดที่กล่าวมาแล้ว

ตัวอย่างของการออกแบบการวิจัยให้รัดกุมสำหรับการใช้ทฤษฎี ผลกระทบของสื่อก็คือ การวิจัยเชิงทดลอง เนื่องจากผู้วิจัยสามารถที่จะจัดวางได้ว่าจะให้ตัวแปรด้านการเปิดรับข่าวสารเป็นตัวแปรต้น ส่วนผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารนั้นเป็นตัวแปรตาม ดังเช่น ตัวอย่างการออกแบบงานวิจัยของเจนติมา เกษมวิชญ์ (2551) เรื่อง “การนำเสนอเรื่องภาวะโลกร้อนในเว็บไซต์ภาษาไทยและการรับรู้ความเสี่ยงของผู้รับสาร”

งานวิจัยชิ้นนี้ออกแบบอย่างรัดกุมมาก โดยเริ่มต้นจากการสำรวจ “ตัวบท” (text) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเสียก่อน อันได้แก่เว็บไซต์ภาษาไทยที่มีประเด็นที่จะศึกษาคือเรื่องภาวะโลกร้อน และพบว่ามี 15 เว็บไซต์ ต่อเนื่องจากการวิเคราะห์ตัวบท ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยทดลองกลุ่มผู้รับสารที่ได้อ่านและไม่ได้อ่านเว็บไซต์โลกร้อนที่คัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง



3 เว็บไซต์ จาก 15 เว็บไซต์ ซึ่งทั้ง 3 เว็บไซต์นั้นมีการนำเสนอข้อมูลที่นักวิจัยใช้เป็นเกณฑ์ใน 3 ประเด็นอย่างครบถ้วน คือ

1. ความรู้และข้อมูลเชิงวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับที่มาและสาเหตุของภาวะโลกร้อน

2. ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ

3. มาตรการแก้ไขปัญหาและการกำหนดนโยบาย

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้รับสารนั้น นักวิจัยเลือกกลุ่มนักเรียนเนื่องจากเป็นกลุ่มที่สนใจใช้อินเทอร์เน็ตและนิยมนหาความรู้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่ออื่นๆ โดยแบ่งกลุ่มผู้รับสารออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่อ่าน 3 เว็บไซต์ (เว็บไซต์ละ 10 คน) 30 คน กลุ่มนี้ถือว่าเป็นกลุ่มทดลอง และกลุ่มที่ไม่ได้อ่านเว็บไซต์ 30 คน กลุ่มนี้ถือว่าเป็นกลุ่มควบคุม โดยพยายามควบคุมตัวแปรอื่นๆที่อาจจะเกี่ยวข้อง เช่น ระดับการศึกษา ฐานะเศรษฐกิจสังคม สาขาวิชาที่เรียน เป็นต้น

จากตัวแปรต้นคือ พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลจากเว็บไซต์โลกร้อน การวิจัยได้วัดตัวแปรตามใน 4 ประเด็นที่จะทำการเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม คือ

1. การรับรู้ความเสี่ยง 3 ด้านคือ ความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ ความรุนแรงของเหตุการณ์ และความเกี่ยวข้องกับตัวผู้อ่าน

2. การตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตน

3. แนวโน้มในการนำไปปฏิบัติเพื่อป้องกันภาวะโลกร้อน

4. ความพอใจในการนำเสนอเนื้อหาของเว็บไซต์

การออกแบบการวิจัยในรูปแบบการวิจัยเชิงทดลองเช่นนี้จึงจะสามารถตอบโจทย์ได้ว่า ผลกระทบของการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารนั้นสามารถสร้างผลกระทบได้มากน้อยเพียงใด สร้างผลกระทบได้ในระดับใด เช่น การรับรู้ ความรู้ การตัดสินใจ หรือการลงมือปฏิบัติ เป็นต้น

(10.3) การวิเคราะห์ผู้รับสารตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อ (Uses & Gratifications Approach)

(1) **เอกลักษณ์ของทฤษฎีการใช้ประโยชน์** ทฤษฎีการใช้ประโยชน์นี้ เป็นทฤษฎีที่เกิดขึ้นในราวช่วงทศวรรษ 1970 ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังทฤษฎีผลกระทบของสื่อ (Impact Theory) และหลังทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม (Social Functionalism) ทฤษฎีนี้มีความสัมพันธ์ในเชิงตอบโต้กับทฤษฎีที่มีมาก่อนหน้านั้น

เมื่อเทียบกับ Impact Theory ซึ่งมีข้อตกลงเบื้องต้นว่า “สื่อมีพลังอำนาจในการโน้มน้าวผู้รับสาร” ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ไม่เห็นด้วยกับข้อตกลงดังกล่าว แต่กลับเห็นว่าผู้รับสาร (หรือที่เรียกว่า “ผู้ใช้สื่อ/ผู้ใช้สาร”) ต่างหากที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อ/สารตามความต้องการความชอบและรสนิยมของตนเอง และเมื่อเทียบกับทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงสังคม ในขณะที่ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ก็มีที่มาจากทฤษฎีด้านจิตวิทยาที่ใช้แนวคิดเรื่อง “ความต้องการและแรงจูงใจ” (Need & Motivation) เป็นจุดเริ่มต้นในการอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์เหมือนกัน หากทว่า “หน่วยที่ใช้วิเคราะห์” นั้นแตกต่างกัน เนื่องจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์สนใจหน่วยการศึกษาที่เป็น “ปัจเจกบุคคล” (individual) จึงอาจกล่าวได้ว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์นั้นเป็นทฤษฎีหน้าที่นิยมเชิงปัจเจกก็ได้

(2) **งานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อมภายใต้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์**
เมื่อนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์มาสำรวจงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้น ก็มีข้อน่าสังเกตที่เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุดก็คือ มีงานวิจัยจำนวนน้อยมากที่จะใช้ทฤษฎีนี้เป็นไพลายส่องทาง และยิ่งหากเทียบกับทฤษฎีผลกระทบของสื่อแล้ว ก็ต้องเรียกว่าปริมาณของงานวิจัยนั้นแตกต่างกันราวฟ้ากับดิน นี่ก็เป็นข้อที่น่าสนใจว่า เพราะเหตุใดจึงไม่ค่อยมีงานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ในประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม และหากทดลองแสวงหาคำตอบโดยใช้หลักตรรกะ เราก็คงจะได้คำตอบว่า เนื่องจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์นั้นเริ่มต้นจากข้อตกลงเบื้องต้นที่ว่า “ผู้รับสารนั้น



มีความต้องการข่าวสาร” (need) จึงได้เลือกเปิดรับ/แสวงหาข่าวสาร” จาก ข้อตกลงนี้อาจนำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า สำหรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น ยังไม่ใช่ข่าวสารที่ประชาชนจะมีความต้องการอยากรู้อยากทราบก็เป็นได้

ในที่นี้จึงมีงานวิจัยเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมที่จะยกมาเป็น ตัวอย่าง 2 ชิ้นที่ได้ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อมาเป็นตัวช่วยในการ วิจัยคือ

(1) พัชรมณี เย็นมั่นคง (2539) เรื่อง “การสื่อสารในภาวะ ความเสี่ยงของผู้รับสารในเขตที่จะมีการก่อสร้างโรงงานไฟฟ้าพลังความร้อนจากขยะ จ.เชียงใหม่” ที่ได้กล่าวถึงไปบ้างแล้วในช่วงยุคแห่งความขัดแย้งเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมในสังคมไทย

(2) ปรีชา ขุนทรง (2541) เรื่อง “พฤติกรรมกรเปิดรับและ ความพึงพอใจของเด็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์สำหรับเด็ก” สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้มีข้อน่าสนใจตรงที่กลุ่มผู้รับสารนั้นเป็นกลุ่มเด็กที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับประเด็นสิ่งแวดล้อม แต่มีใช้งานวิจัยที่มองจากมุมมองของผู้ใหญ่ หากแต่เป็นงานวิจัยที่มองไปจากมุมมองของเด็ก

จากนี้จะดูรายละเอียดของงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้นพอสังเขป

(1) พัชรมณี เย็นมั่นคง (2539) เรื่อง “การสื่อสารในภาวะ ความเสี่ยงของผู้รับสารในเขตที่จะมีการก่อสร้างโรงงานไฟฟ้าพลังความร้อนจากขยะ จ.เชียงใหม่” นักวิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้รับสาร 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 ราษฎรในพื้นที่ที่ กฟภ.ประกาศจะใช้เป็นพื้นที่ก่อสร้างโรงไฟฟ้าฯ จนนำไปสู่เหตุการณ์ประท้วงรุนแรง ได้แก่ ราษฎรในจังหวัดเชียงใหม่ ในเขตตำบลน้ำแพร่และตำบลบ้านปาง อำเภอดง

กลุ่มที่ 2 ราษฎรในพื้นที่ที่ได้ทราบข่าวว่า กฟภ.อาจย้ายมา ก่อสร้างโรงไฟฟ้าฯในพื้นที่ของตน แต่ยังไม่มีการคัดค้านในระดับที่รุนแรง ได้แก่ ราษฎรในจังหวัดเชียงใหม่ เขตตำบลดอนแก้ว อำเภอแม่ริม และตำบลสันกลาง อำเภอสันป่าตอง

จากกลุ่มทั้ง 2 กลุ่ม ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างจำนวน 120 คริวเรือน จาก 4 ตำบล ตำบลละ 30 คริวเรือน ทั้งนี้ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ในความรุนแรงของเหตุการณ์ที่ผู้รับสารทั้งสองกลุ่มได้รับ ว่าจะมีผลต่อ ความแตกต่างในการรับรู้และจัดการความเสี่ยงหรือไม่ อย่างไร

เนื่องจากประชาชนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มได้รู้ว่า จะมี การมาตั้งโรงงานไฟฟ้าที่ไชยยะเป็นเชื้อเพลิง แต่เนื่องจากประสบการณ์ ในอดีตคือมลพิษจากเหมืองแม่เมาะที่อยู่ใกล้ๆ (จ.ลำปาง) ทำให้ประชาชนเกิดความวิตกและอยู่ในภาวะความเสี่ยงถึงอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้น นอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างยังได้เห็นแบบอย่างการคัดค้านในเรื่องการ ตั้งโรงงานไฟฟ้าที่ไชยยะจากกลุ่มประชาชนในจังหวัดลำพูน ทำให้กลุ่ม ตัวอย่างตั้งคำถามกับ กฟผ. ในขณะเกิดเหตุการณ์รุนแรงว่า เหตุใดพื้นที่ ของตนจึงต้องมารับภาระเป็นที่กำจัดขยะให้กับจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งๆที่ไม่ ได้เป็นผู้ก่อปัญหา(ขยะ)ขึ้น เมื่อบวกผสมกับข้อมูลที่ได้จากหน่วยงานรับ ผิดชอบ (การไฟฟ้า) ไม่ชัดเจนทำให้ประชาชนต้องเคลื่อนไหว แสวงหา และเปิดรับข่าวสารจากหลายๆกลุ่ม เช่น การไฟฟ้า นักการเมือง นักอนุรักษ์ (กลุ่มคัดค้าน) กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เพื่อนบ้าน และสื่อมวลชน และเนื่องจากแหล่งข่าวแต่ละแหล่งต่างมีข้อเด่นข้อด้อย งานวิจัยชิ้นนี้จึง ได้พบกลยุทธ์ของชาวบ้านในการเลือกรับข่าวสารของผู้ที่กำลังตกอยู่ใน ภาวะความเสี่ยงในช่วงเวลาต่างๆ

ผลการวิจัยในส่วนที่เกี่ยวกับวิธีการเลือกแหล่งข่าวสารและ ประเภทข้อมูลของผู้รับสารก็คือ

(i) โดยภาพรวมแล้ว เมื่อเปรียบเทียบแหล่งข่าวสารจาก หลากหลายแหล่ง ประชาชนในภาวะความเสี่ยงเปิดรับข่าวสารจาก **สื่อบุคคล** (กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เพื่อนบ้าน) มากที่สุด และยังเป็นแหล่งข้อมูลที่กลุ่ม ตัวอย่างมีความ **เชื่อถือ** มากที่สุดอีกด้วย เหตุผลของการเปิดรับมากที่สุด และเชื่อถือมากที่สุดนั้นมาจากหลายเหตุผล เช่น เป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถให้ข้อเท็จจริงอย่างมีหลักการ ประกอบกับมีความสนิทสนมคุ้นเคย

เป็นการส่วนตัวมาอย่างยาวนานทำให้เกิดความไว้วางใจ เป็นกลุ่มผู้ร่วมชะตากรรมเดียวกัน และเนื่องจากมีความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม ทำให้ไม่มีปัญหาเรื่องการสื่อสาร เช่น สื่อบุคคลใช้ภาษาท้องถิ่นสื่อสารกับผู้รับสารในรูปแบบที่เป็นกันเอง เรื่องราวที่บอกเล่าสู่กันฟังล้วนเป็นประเด็นที่เกี่ยวกับผลประโยชน์และโทษภัยที่ท้องถิ่นอาจจะได้รับจากโครงการ ฉะนั้นหากต้องการข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบเชิงลบจากโครงการ ผู้รับสารจะเปิดรับหรือแสวงหาข่าวสารจากสื่อบุคคล (รวมทั้งสื่อมวลชนและกลุ่มคัดค้าน) ส่วนประเด็นที่เลือกเปิดรับจากสื่อบุคคลมากที่สุดก็คือ ส่วนได้ (ผลประโยชน์ที่ชุมชนพึงได้รับ) และส่วนเสีย (ปัญหามลพิษที่อาจเกิดขึ้นจากโครงการในฐานะที่สื่อบุคคลก็มีส่วนร่วมในเหตุการณ์โดยตรง) อย่างไรก็ตาม สื่อบุคคลเหล่านี้ก็มีข้อจำกัดในเรื่องของความถูกต้องและความกว้างขวางครอบคลุมของข่าวสารข้อมูล

(ii) แหล่งข่าวสารที่เป็นสื่อมวลชน แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะรับรู้ว่ามีสื่อมวลชนระดับชาตินั้นมีความเป็นกลาง แต่เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นรูปแบบการสื่อสารแบบทางเดียว ทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่ตรงใจชาวบ้าน เช่น สื่อมวลชนจะเน้นหนักในประเด็นความคืบหน้าของเหตุการณ์ เน้นการรายงานข่าวมากกว่าชี้แนะวิธีการแก้ไขปัญหาการจัดการขยะ เป็นต้น ส่วนภาษาที่สื่อมวลชนใช้ก็อาจจะเป็นภาษาทางการ (ภาษากลาง) อย่างไรก็ดี เนื่องจากสื่อมวลชนรายงานให้ผู้ชม/ผู้อ่านครอบคลุมทั่วประเทศ ระดับความยากง่ายของข่าวสารจึงไม่ยากเกินกว่าที่กลุ่มตัวอย่างจะทำความเข้าใจได้

(iii) แหล่งข่าวสารที่เป็น กฟภ. แม้ว่าชาวบ้านจะรับรู้ว่ามีข้อมูลข่าวสารหลายอย่างที่เกี่ยวกับโครงการ แต่ทว่า กฟภ. ก็จะไม่เสียคะแนนไปมากในเรื่องความน่าไว้วางใจ ทั้งนี้เพราะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ข้อมูลข่าวสารของ กฟภ. จึงมีด้านเดียวคือมีแต่ผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับเพื่อโน้มน้าวให้กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับการตั้งโรงงาน

ส่วนระดับความยากง่ายในการสื่อสารของ กฟภ. นั้น มีการ

เปลี่ยนแปลงในแต่ละช่วงเวลา ในช่วงก่อนการลูกกลมของเหตุการณ์จนถึงตอนต้นขณะเกิดเหตุการณ์รุนแรง กฟภ.เน้นหนักข้อมูลด้านเทคนิค การกำจัดขยะด้วยวิธีการเผาผ่านสื่อแผ่นพับ ซึ่งมีภาษาที่ยากเกินกว่าที่ชาวบ้านจะเข้าใจ ต่อมา กฟภ.ได้ปรับเปลี่ยนการใช้ภาษาในการถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับโครงการเพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจได้ง่ายขึ้น โดยพยายามใช้ภาษาคำเมืองแทนภาษาเขียนหรือจัดทำในรูปแบบการ์ตูน

(iv) **แหล่งข่าวสารอื่นๆ** เช่นนักการเมืองหรือนักอนุรักษ์ที่เป็นกลุ่มคัดค้าน กลุ่มคนเหล่านี้ล้วนแต่เป็น “คนวงนอก” ซึ่งชาวบ้านไม่มั่นใจในเจตนาเบื้องหลัง ชาวบ้านจึงเลือกที่จะใช้แหล่งข่าวสารเหล่านี้เมื่อต้องการข้อมูลเฉพาะๆ แต่ก็เปิดรับอย่างมีการไตร่ตรอง เช่น ข่าวสารจากกลุ่มคัดค้านก็คือปัญหามลพิษที่จะเกิดจากโครงการ ทางเลือกในการกำจัดขยะที่ปลอดภัยกว่า สิทธิในการรับรู้ข้อมูลของชาวบ้านจาก กฟภ. เพื่อความโปร่งใสของ กฟภ.เอง

(v) **การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำเนินกิจกรรมในการจัดการกับความเสียง** พบว่า ผู้รับสารใช้ยุทธวิธีในขบวนการทางสังคมเพื่อดำเนินกิจกรรมด้านข่าวสารในรูปแบบของ

1. การชักจูงให้คนอื่นเห็นด้วย หรือคัดค้านโครงการ
2. การเจรจาต่อรองเพื่อผลประโยชน์ของชุมชนในท้องถิ่น และเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่าย
3. การชักจูงผู้รับสารคนอื่นร่วมก่อฝูงชนเพื่อสนับสนุนหรือคัดค้านโครงการ

ผลปรากฏว่าผู้รับสารที่เลือกใช้ยุทธวิธีเจรจาต่อรองเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันทุกฝ่ายมีปริมาณพอๆกับผู้รับสารที่ใช้ยุทธวิธีชักจูงใจให้คนอื่นร่วมคัดค้านโครงการ ซึ่งแสดงถึงการแบ่งแยกแนวทางการจัดการกับความเสียงในรูปแบบของการประนีประนอมและการคัดค้านตามลำดับ โดยยุทธวิธีที่มุ่งต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดมากกว่ามุ่งสนองอารมณ์ และคำนึงถึงหลักเหตุผลประสิทธิภาพจากการใช้ยุทธวิธีเพื่อบรรลุเป้าหมายให้ผู้รับ

สารคนอื่นๆคล้อยตามในทิศทางเดียวกัน

(2) ปรีชา ขุนทรง (2541) เรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับและความพึงพอใจของเด็กในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์สำหรับเด็ก” งานวิจัยชิ้นนี้เกิดขึ้นท่ามกลางบริบทสังคมในช่วงเวลาที่รัฐบาลประกาศให้ปีพ.ศ.2532-2535 เป็นปีแห่งการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม และสื่อมวลชนแขนงต่างๆก็ได้ขนานรับนโยบายของรัฐด้วยการเพิ่มรายการประเภทอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือสอดแทรกประเด็นสิ่งแวดล้อมเข้าไปในรายการที่มีอยู่แล้ว ดังเช่นในรายการเด็กที่ปรีชานักวิจัยได้สำรวจพบว่าในปีพ.ศ.2540 มีรายการสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในรายการสำหรับเด็กถึง 15 รายการ โดยปรากฏอยู่ในรูปแบบการนำเสนอหลายๆแบบ เช่น ข่าวละคร สารคดี วาไรตี้ ตอบปัญหา ฯลฯ และมีเนื้อหาด้านสิ่งแวดล้อมครบทุกประเด็น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอากาศ ขยะ สารพิษ ป่าไม้ แร่ธาตุ พลังงาน สัตว์ป่า มลพิษทางน้ำ ฯลฯ และเผยแพร่ในช่วงเวลาที่เหมาะสมกับผู้ชมที่เป็นเด็ก คือในช่วงเช้าตรู่และช่วงเย็นหลัง 5 โมงของวันธรรมดา และช่วงครึ่งเช้าของวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา “รสนิยม/การเลือกเปิดรับ/ความพึงพอใจ” ของกลุ่มผู้ชมที่เป็นเด็กต่อรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 และ 6 (ประถมศึกษาตอนปลาย) จากโรงเรียนทุกประเภท จำนวน 400 คน อายุระหว่าง 9-13 ปี (เพศหญิง/ชายเท่าๆกัน) และใช้แบบสำรวจเพื่อตอบใจห้ที่ตั้งไว้

ผลการวิจัยพบว่า

(i) พฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์โดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในวันธรรมดามักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนปลายส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการต่างๆทางสื่อโทรทัศน์ในวันศุกร์ โดยที่จะเปิดรับในช่วงเวลาหลังข่าวประมาณเวลา 20.30-22.00 น. และจะได้ชมวันละประมาณ 3-4

ชั่วโมง แต่ถ้าเป็นวันหยุดสุดสัปดาห์เด็กจะเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์ในวันเสาร์ ช่วงเวลาที่นิยมเปิดคือ ช่วงเช้า ประมาณเวลา 05.30-10.00 น. และจะได้ชมวันละประมาณ 5-6 ชั่วโมง สถานีโทรทัศน์ที่เด็กนิยมชมเป็นประจำ ได้แก่ ช่อง 3 รองลงมาคือช่อง 7 และช่อง 9 ตามลำดับ

(ii) พฤติกรรมการเลือกเปิดรับชมรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์สำหรับเด็ก กลุ่มตัวอย่างชอบชมรายการเจ้าขุนทอง เป็นรายการที่ชมบ่อยที่สุด รองลงมาคือ รายการที่นี้มีเพื่อนและบัณฑิตน้อย ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์คุณลักษณะของรายการทั้ง 3 ที่เด็กชอบเปิดรับ จะพบว่า มีรูปแบบรายการที่เปิดโอกาสให้เด็กได้เข้ามามีส่วนร่วมในรายการ เช่น ร่วมการแสดง ร่วมเล่นเกม แข่งขันตอบปัญหา เป็นต้น ซึ่งหมายความว่าแม้จะเป็นสื่อแบบทางเดียวเช่นโทรทัศน์ แต่เด็กๆก็จะเลือกชมรายการที่ให้ผู้ชมมีส่วนร่วมแบบการสื่อสารสองทาง สำหรับความยาวของเวลาที่เด็กใช้รับชมคือประมาณ 16-30 นาที

สำหรับเหตุผลสำคัญในการรับชมรายการสิ่งแวดล้อมนั้น น่าสนใจว่าเป็นเหตุผลที่แตกต่างไปจากเหตุผลของการชมรายการอื่นๆ ซึ่งมีเหตุผลอันดับแรกคือความสนุกสนาน แต่เด็กๆจะชมรายการสิ่งแวดล้อมด้วย 3 เหตุผลหลัก คือ เป็นรายการที่ให้ความรู้และสาระประโยชน์ เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

(iii) องค์ประกอบของรายการที่เด็กชอบ องค์ประกอบของรายการที่ทำให้เด็กชอบดูอันดับแรกเป็นเรื่องของเนื้อหา อันดับที่สองคือรูปแบบที่น่าสนใจ และอันดับสามคือมีเวลาดูในช่วงเวลาที่ออกอากาศ

สำหรับองค์ประกอบอันดับแรกคือด้านเนื้อหานั้น เมื่อตรวจสอบลงไป ในรายละเอียดถึงประเภทเนื้อหาที่เด็กพอใจจะพบว่า เด็กๆชอบเนื้อหาที่หนักไปในทางด้านบวก เช่น สัตว์ป่า ป่าไม้ แหล่งน้ำตามธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม โดยเด็กๆจะไม่ชอบเนื้อหาในทางลบ เช่น ชยะมูลฝอย น้ำเน่า น้ำเสียในลำคลอง

ส่วนองค์ประกอบอันดับสองคือรูปแบบนั้น เด็กจะพึงพอใจ

รูปแบบละครมากที่สุด เนื่องจากรูปแบบละครเป็นรูปแบบการเล่าเรื่องที่สอดแทรกความสนุกสนานได้ง่าย มีพระเอก มีผู้ร้าย มีความตื่นเต้นเร้าใจ มีการผจญภัย

(iv) **ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของเด็กๆที่มีต่อรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์สำหรับเด็ก** ในปัจจุบันเด็กส่วนใหญ่มากกว่าครึ่งมีความคิดเห็นว่ามีรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์สำหรับเด็กจำนวนพอดีแล้ว โดยที่เด็กต้องการให้พิธีกรรายการมีลักษณะเป็นผู้ใหญ่ และเด็กดำเนินรายการร่วมกันมากที่สุด รองลงมาเป็นตัวหุ่น/ตัวการ์ตูน และเป็นผู้ใหญ่ ตามลำดับ

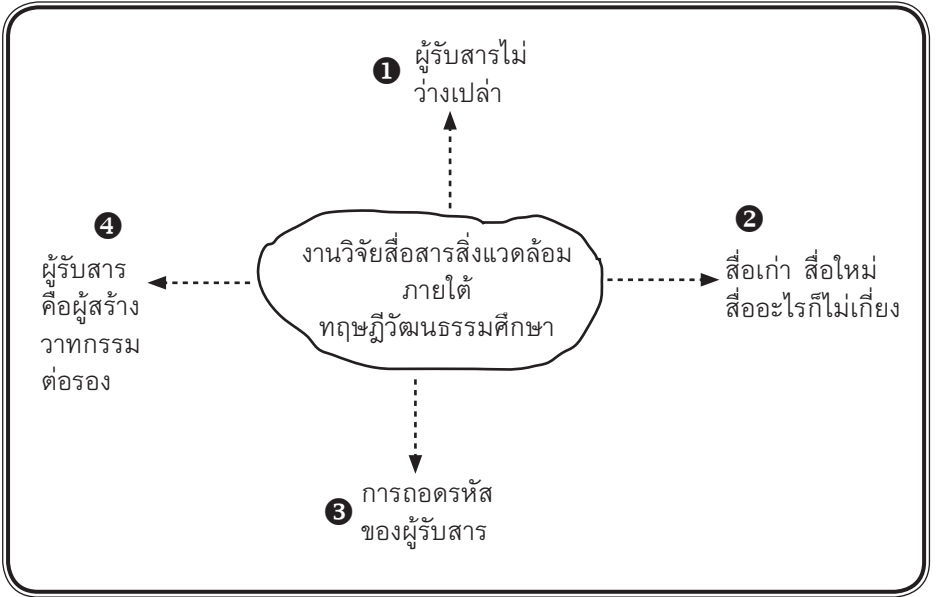
สำหรับวันและเวลาในการนำเสนอรายการสิ่งแวดล้อมที่เด็กต้องการคือ เด็กต้องการให้มีรายการสิ่งแวดล้อมในวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ อยุ่กให้มีทุกวัน และวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ตามลำดับ โดยที่เด็กต้องการให้รายการสิ่งแวดล้อมเผยแพร่ออกอากาศในช่วงเช้ามากที่สุด รองลงมาคือ ตอนเย็น และตอนกลางวัน ตามลำดับ

(10.4) การวิเคราะห์ผู้รับสารตามทฤษฎีวิวัฒนาการวัฒนธรรมศึกษา (Cultural studies)

ทฤษฎีวิวัฒนาการวัฒนธรรมศึกษาเป็นทฤษฎีใหม่ล่าสุดเมื่อเทียบกับทุกทฤษฎีที่กล่าวมาทั้งหมด โดยก่อตัวมาในราวช่วงทศวรรษ 1970 ในประเทศอังกฤษ จากกลุ่มนักวิชาการในมหาวิทยาลัย Birmingham จึงมักถูกเรียกว่า "สำนัก Birmingham" การก่อตัวของสำนักคิดนี้เกิดมาจากการนำบางส่วนเสี้ยวของทฤษฎีเดิมๆที่มีอยู่แล้วมาผสมผสานกันไป เช่น ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองทั้งแนวคลาสสิกและแนวใหม่ (Neo-Marxist theory) ทฤษฎีสัญญาวิทยา (Semiology) ทฤษฎีด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

และเมื่อเปรียบเทียบกับทฤษฎีผู้รับสารที่ได้กล่าวแล้ว เฉพาะในประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นจะพบว่า ทฤษฎีวิวัฒนาการวัฒนธรรมศึกษามีข้อตกลงเบื้องต้นที่แตกต่างจากทฤษฎีทั้ง 3-4 ทฤษฎีที่กล่าวมา ในที่นี้จะยกตัวอย่าง

แนวทางการวิจัยผู้รับสารในการสื่อสารสิ่งแวดล้อมตามแนวทางของทฤษฎี
วัฒนธรรมศึกษา



ภาพที่ 11: งานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อมภายใต้ทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษา

(10.4.1) ผู้รับสารมิได้ว่างเปล่า ในข้อตกลงของทฤษฎี Impact นั้นมักจะคิดว่าผู้รับสารนั้นเปรียบเสมือนแก้วที่ว่างเปล่า ดังนั้น สื่อมวลชนประเภทต่างๆจึงสามารถที่จะถ่ายทอดข่าวสารลงไป และโน้มน้าวผู้รับสารให้ เป็นไปตามที่ผู้ส่งสารต้องการ หากแต่ทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษามีข้อตกลง เบื้องต้นที่เกี่ยวกับผู้รับสารที่แตกต่างออกไป เพราะทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษา มีความเห็นว่า ผู้รับสารนั้นมีได้ว่างเปล่า หากแต่มีภูมิหลัง/ประสบการณ์ ผลประโยชน์ ฯลฯ ที่จะนำมาต่อรอง คัดค้าน ปฏิเสธ ฯลฯ กับข่าวสาร จากฝ่ายผู้ส่ง ในกรณีของเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น ดูเหมือนว่าผลกระทบ/ผล ประโยชน์ของผู้รับสารจะถูกนำมาเป็น “ต้นทุน” เพื่อการต่อรองพลังแห่ง การโน้มน้าวจากสื่อของผู้ส่งสาร

ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของสุชาติ ราษฎร์รักษา (2540) เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมจากโรงไฟฟ้าถ่านหินและการยอมรับโรงไฟฟ้าบ่อนอก” งานวิจัยชิ้นนี้เกิดขึ้นในบริบทของพื้นที่ ต.บ่อนอก และต.อ่าวน้อย จ.ประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งเป็นเขตที่กำลังจะมีก่อสร้างโรงไฟฟ้า นักวิจัยเลือกศึกษาผู้รับสารซึ่งเป็นกลุ่มผู้อาศัยในพื้นที่ที่จะได้รับผลกระทบโดยตรง 5 กิโลเมตร จำนวน 6 หมู่บ้าน และโดยอ้อมในรัศมี 10 กิโลเมตรอีกจำนวน 5 หมู่บ้านจากจุดที่จะใช้ก่อสร้างโรงไฟฟ้า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 402 คน และใช้แบบสอบถามตัวแปรเรื่องการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ผลกระทบและการยอมรับโรงไฟฟ้า

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านที่มีอายุอยู่ระหว่าง 36-45 ปี เพศชาย 236 คน เพศหญิง 166 คน จบการศึกษาระดับประถมศึกษา และมีอาชีพทำไร่

ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรต่างๆมีดังนี้

(i) พฤติกรรมเปิดรับข่าวสารทั่วไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์ช่อง 3 เนื่องจากข้อจำกัดในการเปิดรับคลื่นสถานีโทรทัศน์ รายการที่กลุ่มตัวอย่างนิยมดูมากที่สุดคือรายการข่าวประจำวัน กลุ่มตัวอย่างที่ฟังวิทยุมีจำนวนใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ฟังวิทยุ แต่กลุ่มที่ฟังวิทยุส่วนมากไม่สามารถระบุเวลา ประเภทรายการ และคลื่นสถานีที่แน่นอนได้ กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมการอ่านหนังสือพิมพ์ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์ โดยหนังสือพิมพ์ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมอ่านคือไทยรัฐ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่อ่านนิตยสาร แบบแผนดังกล่าวเป็นพฤติกรรมการเปิดสื่อของกลุ่มเกษตรกรทั่วไป

(ii) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรงไฟฟ้าถ่านหิน แหล่งข่าวสารที่เปิดรับมากที่สุดคือเพื่อนบ้านซึ่งน่าจะเนื่องมาจากความคล้ายคลึงกันในด้านวิถีชีวิต และมีความสนใจใกล้เคียงกัน รองลงมาคือจากพนักงานไฟฟ้าบ่อนอก เนื่องจากอยู่ในช่วงการชี้แจงข้อมูลเกี่ยวกับโรงไฟฟ้าเพื่อ

ให้ประชาชนยอมรับการก่อสร้าง แต่สาเหตุที่ประชาชนเปิดรับน้อยกว่าเพื่อนบ้าน ทั้งๆที่พนักงานไฟฟ้ามีความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับโรงงานไฟฟ้ามากกว่าเพื่อนบ้าน เนื่องจากประชาชนคิดว่าพนักงานโรงไฟฟ้าของบ่อนอกเป็นผู้ที่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้อง จึงไม่ไปแสวงหาข่าวสารจากพนักงานนอกเสียจากพนักงานจะมาชี้แจงเอง

(iii) การรับรู้ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมจากโรงไฟฟ้า โดยภาพรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับรู้ผลกระทบต่อด้านลบมากกว่าด้านบวก ประเด็นที่ประชาชนมีการรับรู้ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมจากโรงไฟฟ้าด้านหินในเชิงลบมากที่สุดคือ โรงไฟฟ้าถ่านหินทำให้คุณภาพอากาศใกล้เคียงเปลี่ยนไป จึงทำให้คนในหมู่บ้านใกล้เคียงมีปัญหาด้านสุขภาพมากขึ้น โดยเฉพาะเป็นโรคเกี่ยวกับระบบหายใจ รองลงมาคือ คนที่อยู่อาศัยใกล้โรงไฟฟ้าถ่านหินจะได้รับสารพิษจากการหายใจเอาก๊าซที่ปล่อยมาจากโรงไฟฟ้า และในกระบวนการผลิตไฟฟ้าจะก่อให้เกิดน้ำร้อน ซึ่งหากปล่อยลงสู่ทะเลจะเป็นอันตรายต่อแหล่งอาหารของพืชและสัตว์

การรับรู้ผลกระทบด้านลบทั้งๆที่โรงงานไฟฟ้าที่บ่อนอกนี้ยังไม่ได้ก่อสร้าง ก็เนื่องมาจากประชาชนรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบด้านลบจากโรงไฟฟ้าถ่านหินที่แม่เมาะ จ.ลำปางมาก่อนหน้านี้แล้ว

ส่วนผลกระทบด้านบวกนั้นก็คือ โรงไฟฟ้าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาประเทศเพราะไฟฟ้าเป็นปัจจัยสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมช่วยอำนวยความสะดวก และอาจสร้างงานให้แก่คนในท้องถิ่น

(iv) การยอมรับโรงไฟฟ้าบ่อนอก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ยอมรับการก่อสร้างโรงไฟฟ้าบ่อนอกเนื่องจากเหตุผลมากมายหลายประการ เช่น มลพิษจากไฟฟ้าจะทำให้อากาศเสีย ดื่มน้ำฝนไม่ได้ เพราะมีสารพิษ สารพิษจะลอยมาเกาะใบไม้ทำให้ต้นไม้และสัตว์เลี้ยงตาย น้ำทะเลจะเสีย จะหาปลาและเลี้ยงกุ้งไม่ได้ ซึ่งความกังวลนี้มีมากในกลุ่มอาชีพประมง เป็นอันตรายต่อสุขภาพเพราะต้องหายใจเอาก๊าซพิษซึ่งความ

กังวลนี้มีมากในกลุ่มคนสูงอายุ ฯลฯ เหตุการณ์เหล่านี้แม้จะยังไม่ได้เกิดกับตัวเอง แต่ชาวบ้านก็ได้เห็นตัวอย่างจากโรงงานผลิตเหล็กที่อยู่ทางใต้ของจ.ประจวบคีรีขันธ์ และที่น่าแปลกใจก็คือ กลุ่มตัวอย่างที่ยังเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรงไฟฟ้าจากแหล่งข่าวที่เป็นพนักงานของโรงไฟฟ้าก็ยังมีสัดส่วนของการไม่ยอมรับโรงไฟฟ้ามากกว่าจากสื่ออื่นๆ

(10.4.2) สื่อเก่า สื่อใหม่ สื่ออะไรก็ไม่เกี่ยง ในขณะที่บรรดาทฤษฎีการสื่อสารกระแสหลักไม่ว่าจะเป็น Impact Theory Functionalism Social Learning Theory ซึ่งแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันในเรื่องความเชื่อในเรื่องผลลัพธ์อันเกิดจากสื่อ แต่ทว่าจุดร่วมของทฤษฎีเหล่านี้ก็คือคำถามเดียวกันที่ว่า “สื่อประเภทไหนที่จะสร้างผลกระทบ/ทำหน้าที่ได้” (Which media) ในโจทย์และคำตอบของงานวิจัยส่วนใหญ่จึงมักจะขึ้นต้นและลงท้ายด้วยคำถามและคำตอบที่ว่าด้วย “ประเภทของสื่อ” เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ ฯลฯ นี่เป็นข้อแตกต่างระหว่างทฤษฎีวิวัฒธรรมศึกษา เนื่องจากทฤษฎีวิวัฒธรรมศึกษามีความเชื่อว่า สื่อแต่ละประเภทมีข้อโดดเด่นและข้อจำกัดในตัวเองทั้งสิ้น เราจึงไม่สามารถ “ใช้สื่อ” (Media use) กับกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย หรือใช้ได้กับทุกเป้าหมาย หรือใช้เพียงสื่อเดียวได้ตลอดทุกขั้นตอน ดังนั้นโจทย์ที่ทฤษฎีวิวัฒธรรมศึกษาสนใจจึงเป็นเรื่อง “การบูรณาการ/การประสานสื่อแต่ละประเภทในแต่ละขั้นตอนให้ลงตัวเพื่อบรรลุเป้าหมายมากกว่า (Convergence of media)

นอกจากนั้น ประเภทของสื่อ (Type of media) ในทัศนะของทฤษฎีวิวัฒธรรมศึกษาก็ได้เปิดเสรีออกไปครอบคลุมสื่อทุกประเภท โดยที่ “สื่อมวลชน” นั้นถือเป็นเพียง “สื่อประเภทหนึ่ง” ในท่ามกลางสื่อประเภทอื่นๆ การศึกษาค้นคว้าวิจัยจึงควรที่จะแสวงหากลยุทธ์ในการประสานสื่อทุกประเภทให้เสริมข้อเด่นและลดข้อด้อยซึ่งกันและกันมากกว่า

ในแม่น้ำใช้ในพระราชพิธีพลีกรรม อย่างไรก็ตาม เมื่อเผชิญกับความเจริญสมัยใหม่และการพัฒนาอุตสาหกรรมจากสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสร้างเขื่อนขนาดใหญ่ที่อยู่ชยาและจ.ลพบุรี ทำให้แม่น้ำป่าสักกลายเป็นอ่างเก็บน้ำขนาดใหญ่ และส่งผลให้น้ำเสีย การปล่อยน้ำเสียของโรงงาน การใช้สารเคมีของเกษตรกร ทำให้ตั้งแต่ทศวรรษ 2520 แม่น้ำป่าสักก็เริ่มเน่าเสีย

ส่วนชุมชนที่ภททศึกษาศึกษานั้นเป็นชาวไทย-ยวนที่อพยพมาจากเชียงใหม่ภาคเหนือของไทยและมาตั้งชุมชนบริเวณนี้เป็นเวลากว่า 200 ปีแล้ว แต่ทว่าชุมชนก็ยังดำรงรักษาวัฒนธรรมประเพณีและความเชื่อเอาไว้ได้

เมื่อเกิดปัญหาน้ำเน่าเสียในชุมชนรุนแรงขึ้น คนในชุมชนก็ได้พยายามแก้ปัญหาในหลายรูปแบบด้วยวิธีการสื่อสารที่หลากหลาย เริ่มตั้งแต่ใช้วิธีการแบบวิทยาศาสตร์ เช่น การสอดส่องดูแลแม่น้ำ การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนมีจิตสำนึกรักแม่น้ำ การร้องเรียนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จนกระทั่งในปีพ.ศ.2544 เกิดการรวมตัวเป็นกลุ่มรักษাপ่าสักและใช้การสื่อสารทุกรูปแบบ แต่ทว่าวิธีการแก้ปัญหานั้นก็ยังเป็นไปในรูปแบบที่ต่างคน ต่างกลุ่ม ต่างทำ และยังไม่ได้ทำความเข้าใจประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมร่วมกัน วิธีการแก้ปัญหายังเป็นการแก้ปัญหา “สิ่งแวดล้อมภายนอกใจ” มากกว่า

จนกระทั่งปีพ.ศ.2549 มีเจ้าหน้าที่จากสำนักวัฒนธรรม จ.สระบุรีได้เข้ามาประสานงานกลุ่มต่างๆภายใต้โครงการสืบชะตาวังน้ำบ้านท่าราบ จ.สระบุรี โดยใช้การสื่อสารรูปแบบต่างๆ ทั้งรูปแบบใหม่และรูปแบบเดิม เน้นการสร้างสิ่งแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน โดยเฉพาะนำเอา “ต้นทุนทางวัฒนธรรม” ของชาวไทย-ยวน คือ “การสืบชะตาแม่น้ำ” มาเป็นหนึ่งในรูปแบบการสื่อสาร ผ่านการทำ “คาราวานกิจกรรม” (set of activities) ที่ระดมการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องทุกกลุ่ม (stakeholder)

คาราวานกิจกรรมนี้ประกอบไปด้วยกิจกรรม 7 กิจกรรม ที่ใช้หลักการทำงานวัฒนธรรมเชิงรุกในการขับเคลื่อนกิจกรรม โดยมีการเชื่อมประสานสื่อพื้นบ้านกับสื่อพิธีกรรมสืบชะตาแม่น้ำที่จัดขึ้นเพียงปีละครั้ง แต่ทว่าการดำเนินกิจกรรมอื่นๆได้ทำตลอดทั้งปี

ผู้วิจัยได้แสดงให้เห็นขั้นตอนการทำงานทั้ง 7 ขั้นตอน/กิจกรรมของการทำพิธีกรรมนี้มีตั้งแต่ขั้นเตรียม ขั้นดำเนินการ และขั้นปิดท้ายในแต่ละกิจกรรมนั้น จะมีการใช้การสื่อสารในรูปแบบต่างๆอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนล่วงหน้า มีการออกแบบการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ เช่น

- กิจกรรมที่ 1: เวทีสร้างความเข้าใจและวางแผนงานร่วมกัน ใช้การสื่อสารแบบกลุ่ม เป้าหมายการสื่อสารคือสร้างความเข้าใจร่วมและการสื่อสารเพื่อการวางแผน

- กิจกรรมที่ 2: เวทีแลกเปลี่ยนศิลปะการรำโทน การใช้การสื่อสารการแสดงและสุนทรียะ เป้าหมายการสื่อสารเพื่อดึงการมีส่วนร่วมของเยาวชน

- กิจกรรมที่ 3: เวทีสืบค้นประวัติศาสตร์ไทย-ยวนที่เกี่ยวข้องกับแม่น้ำป่าสัก ใช้รูปแบบการสื่อสารเชิงการวิจัยเพื่อสร้างจิตสำนึกแก่เยาวชน

- กิจกรรมที่ 4: เวทีผู้สร้างและผู้ได้รับผลกระทบจากแม่น้ำเน่าเสีย ใช้การสื่อสารแบบกลุ่มเพื่อการเจรจาต่อรองและหาข้อสรุปร่วมกัน

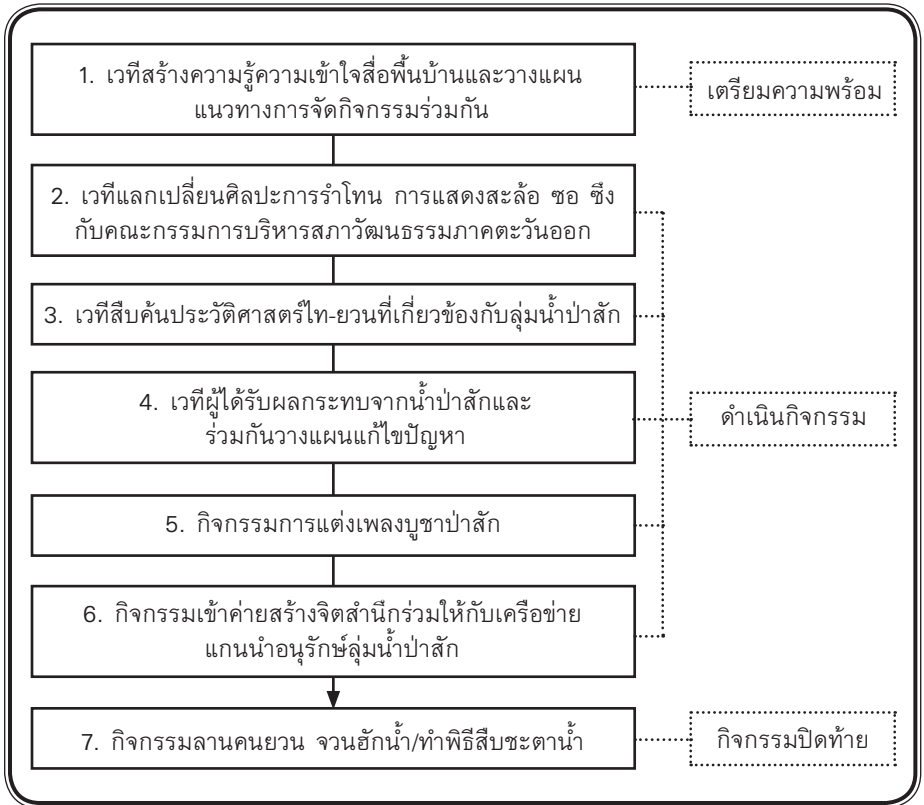
- กิจกรรมที่ 5: กิจกรรมการแต่งเพลงบูชาป่าสัก ใช้การสื่อสารเชิงสุนทรียะและการแสดง

- กิจกรรมที่ 6: กิจกรรมเข้าค่ายสร้างจิตสำนึกให้แก่แกนนำเครือข่าย ใช้สื่อกิจกรรมที่มีรูปแบบและเนื้อหาเข้มข้น

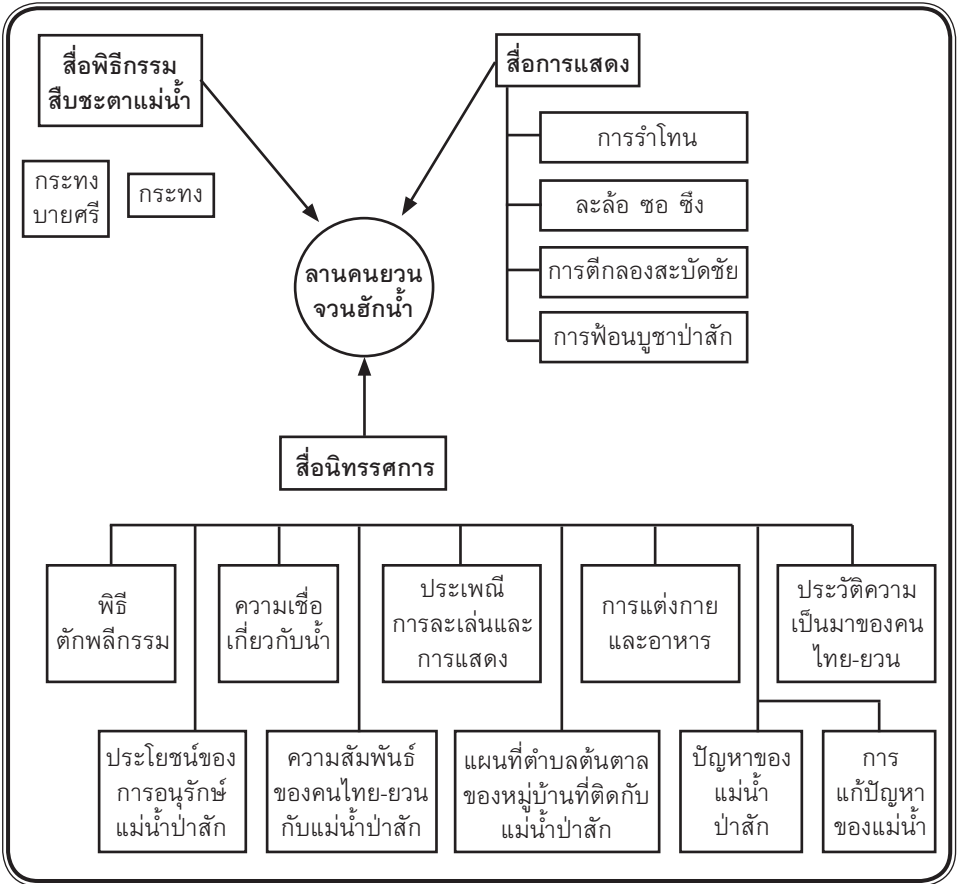
- กิจกรรมที่ 7: กิจกรรมลานคนยวน-จวนฮักน้ำ คือการจัดพิธีสืบชะตาแม่น้ำ เป็นกิจกรรมปิดท้ายที่ประสานการสื่อสารทุกรูปแบบเพื่อรวมพลัง ดังแสดงในภาพที่ 14

จากกิจกรรมทั้ง 7 กิจกรรมนี้ สามารถแสดงเป็นคาราวาน

กิจกรรมเพื่อแสดงความสัมพันธ์ ดังนี้



ภาพที่ 13: คาราวานกิจกรรม



ภาพที่ 14: การประสานสื่อทุกประเภทในงานลานคนยวน จวนฮักน้ำ

(10.4.3) การถอดรหัสของผู้รับสาร (Decoding) เนื่องจาก ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาคือต่อยอดแนวคิดมาจากทฤษฎีสัญญาวิทยาที่มีข้อตกลงเบื้องต้นว่า กระบวนการสื่อสารนั้นเป็นการแลกเปลี่ยนสัญญาณที่มีความหมายและเป็นไปตามรหัสร่วมของคู่สื่อสาร ดังนั้นในฝ่ายของผู้ส่งก็จะมี การใส่รหัส (Encoding) และในฝ่ายของผู้รับสารก็จะมี การถอดรหัส (Decoding) นอกจากนี้ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษา ยังมีความเห็นว่า ในกระบวนการ



การถอดรหัสของผู้รับสารนั้น ผู้รับสารจะนำ “ภูมิหลัง” ของตนเองเข้ามา ร่วมในการอ่านความหมายอีกด้วย

ตัวอย่างงานวิจัยที่จะแสดงให้เห็นการถอดรหัสของผู้รับสาร ตามทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาก็เช่น งานของสุภาวดี ศิริสรหรือรัญ (2540) เรื่อง “การวิเคราะห์ระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม และการรับรู้ความหมายของเนื้อหาสารในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเทศ ศาสตร์” ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดเรื่อง “ระดับความเกี่ยวพัน” (involvement) ซึ่งเป็นแนวคิดในสาขาการโฆษณาที่ระบุว่าประเภทของสินค้าที่มีระดับ ความผูกพันสูง/ต่ำ จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วัดระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมใน 3 มิติ คือระดับความ สนใจ/การรับรู้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ระดับการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของ ปัญหาสิ่งแวดล้อม และระดับความตั้งใจที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม สิ่งแวดล้อม

การวิจัยออกแบบเป็น 2 ระดับ คือการวิจัยเชิงปริมาณที่ ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 314 คน ที่เป็นกลุ่มนิสิตนักศึกษา เพื่อวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการวิจัยเชิงคุณภาพที่ผู้วิจัยจัด ทำการสนทนากลุ่ม (Focus group interview) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 กลุ่ม กลุ่มละ 7-10 คน แบ่งเป็นกลุ่มที่มีระดับความเกี่ยวพันสูง 2 กลุ่ม และระดับความเกี่ยวพันต่ำ 2 กลุ่ม เพื่อดูการถอดรหัสสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา ชุด “การอนุรักษ์” 4 ชุด ที่จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อ รณรงค์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

(i) ระดับการรับรู้ปัญหาสิ่งแวดล้อม ทั้งกลุ่มเกี่ยวพันสูง และต่ำจะรับรู้ว่ามีสิ่งแวดล้อมมีปัญหาเหมือนกัน แต่ระดับความรุนแรง แตกต่างกัน กลุ่มที่เกี่ยวพันสูงรับรู้ว่ามีปัญหาสิ่งแวดล้อมอยู่ในขั้นวิกฤติ ส่วนกลุ่มเกี่ยวพันต่ำรับรู้ว่ามีอยู่ในขั้นรุนแรง

(ii) การตระหนักรู้ถึงความสำคัญของประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อม

ล้อม เช่น กรณีโลกร้อน กลุ่มที่เกี่ยวข้องสูงสามารถระบุชี้ชัดถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน ในขณะที่กลุ่มที่เกี่ยวข้องต่ำจะยังคงคลุมเครืออยู่

ส่วนกรณีปัญหาขยะ กลุ่มที่เกี่ยวข้องสูงสามารถเสนอแนวทางการแก้ปัญหาในระดับสูงได้มากกว่ากลุ่มที่เกี่ยวข้องต่ำ ดังแสดงในภาพที่ 15

ระดับการแก้ปัญหา	กลุ่มตัวอย่างจากการสนทนากลุ่ม	
	High Involvement	Low Involvement
แก่นิสัยส่วนตัว	ทิ้งให้ลงถังขยะ	ทิ้งให้ลงถังขยะ
มีระบบการจัดการ	เจ้าหน้าที่ของรัฐต้องมีความรับผิดชอบในการจัดการขยะ	_____
การแก้ไขโครงสร้างทางสังคมและโครงสร้างการผลิต	ออกมาตรการใช้พลาสติกชนิด Recycle	_____

ภาพที่ 15: ระดับการแก้ไขปัญหากลุ่มตัวอย่าง

(iii) ความตั้งใจที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในระดับที่ต้องมีการลงทุนลงแรงพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวข้องส่วนใหญ่จะสร้างเงื่อนไขการยอมรับขึ้นมาเป็นตัวกั้นการตัดสินใจอีกชั้นหนึ่ง นอกเหนือจากการคำนึงถึงการรักษาสีงแวดล้อม อย่างกรณีการให้จ่ายภาษีเพื่อสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมสูงส่วนใหญ่จะเต็มใจที่จะสนับสนุนเงินเพื่อรักษาสีงแวดล้อม แต่ทั้งนี้นโยบายของรัฐและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน ต้องมีความแน่นอนและชัดเจน รวมทั้งรัฐต้องมีความจริงใจในการเข้าไปแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม แต่ในกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมต่ำจะมีผู้ที่ยอมที่จะเสียสละทรัพย์เป็นจำนวนน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องสูงพร้อมกับสร้างเงื่อนไขในเรื่องของเงินหรือความ



สะดวก นอกเหนือจากความจริงจังในการทำงานของรัฐ

(iv) การถอดรหัสชิ้นงานสิ่งพิมพ์โฆษณาชุด “การอนุรักษ์”

พบว่าทั้ง 2 กลุ่มสามารถถอดความหมายโดยตรง/โดยอรรถ (denotative meaning) ได้เหมือนกัน เช่น เข้าใจว่าโฆษณาต้องการให้ผู้ชมตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่ไปทำลายสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นสมบัติของชาติ (ซึ่งเป็นข้อความภาษาที่บรรจุอยู่ในชิ้นงาน) หากทว่ากลุ่มที่มีความเกี่ยวพันสูงจะถอดความหมายถึงระดับ “ความหมายโดยนัย” (connotative meaning) ได้ด้วย เช่น ความหมายของสถานที่ท่องเที่ยวที่มี “ความล้ำค่า” ทั้งในด้าน “ความสวยงาม” และ “ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์” การทิ้งขยะจึงไม่เพียงทำลายความสวยงามเท่านั้น แต่ยังทำลายความล้ำค่าดังกล่าวอีกด้วย

(10.4.4) ผู้รับสารคือผู้สร้างวาทกรรมต่อรอง เมื่อเปรียบเทียบ

ความแตกต่างระหว่างทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษากับทฤษฎีการสื่อสารอื่นๆ ข้อแตกต่างหลักประการหนึ่งก็คือ ความสนใจของทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง “การสื่อสาร” กับ “อำนาจ” (social power) และอำนาจที่ว่านี้มีขอบเขตกว้างขวางมากกว่า “อำนาจในการโน้มน้าวชักจูง” (persuasive power) ตามแนวคิดของทฤษฎี Impact เนื่องจากทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาเห็นว่า “อำนาจต่างๆในสังคมและอำนาจแห่งการสื่อสาร” นั้น เป็นทั้ง “ที่มา” (เช่น ใครมีอำนาจก็พูดได้เสียงดังกว่า น่าเชื่อถือกว่า) และเป็นทั้ง “ที่ไป” (อำนาจนอกจากจะโน้มน้าวได้แล้ว ก็ยังสามารถสร้างความชอบธรรม สร้างอัตลักษณ์ สร้างอุดมการณ์ ประกอบสร้างความเป็นจริง ขับเคลื่อนประเด็นต่างๆทางสังคม ฯลฯ) และแนวคิดที่ชัดเจนที่สุดที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับอำนาจในแนวทางของวิวัฒนาการศึกษา ก็คือ แนวคิดเรื่อง “วาทกรรม” (discourse)

ภายใต้แนวคิด “วาทกรรม” นั้น ผู้รับสารจะมีใช้เพียงเล่นบทบาทเป็น “ผู้รับสาร” เพียงบทเดียวเท่านั้น (Role Fix) หากแต่ผู้รับสารก็สามารถจะเล่นบทเป็นผู้สร้างวาทกรรมตอบโต้ตามแนวคิดเรื่อง “การ

สลับบทบาทเล่น” (Role shifting) ตามข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษา

ตัวอย่างที่แสดงการศึกษาผู้รับสารในฐานะผู้สร้างวาทกรรม ต่อรอง/ตอบโต้คืองานของญานิศา คำภีระ (2548) เรื่อง “วาทกรรมการพัฒนา: การสร้างกระแสไฟฟ้าในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่” การวิจัยชิ้นนี้เกิดขึ้นในช่วงปีพ.ศ.2547 ซึ่งกำลังจะมีโครงการจะสร้างกระแสไฟฟ้าขึ้น 3 แห่งในจ.เชียงใหม่คือ กระแสไฟฟ้าขึ้นดอยสุเทพ กระแสไฟฟ้าขึ้นดอยหลวงเชียงดาว และกระแสไฟฟ้าเชื่อมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และในท่ามกลางการเผยแพร่วาทกรรมการพัฒนาว่าด้วยความจำเป็นและคุณประโยชน์ของโครงการสร้างกระแสไฟฟ้าของฝ่ายรัฐบาล ก็มีวาทกรรมต่อต้านจากกลุ่มผู้รับสารวาทกรรมของรัฐจากหลากหลายกลุ่ม ทั้งกลุ่มที่อยู่ในพื้นที่และมีผลกระทบโดยตรง ทั้งกลุ่มองค์กร NGO ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะวิเคราะห์ “การสัประยุทธ์กันทางวาทกรรม” ระหว่างวาทกรรมของฝ่ายสร้างและฝ่ายคัดค้านโครงการฯ โดยอาศัยแนวทางการวิเคราะห์วาทกรรมของ N. Fairclough ที่วิเคราะห์ทั้ง “ตัวบท” (Textual analysis) และวิเคราะห์ทั้ง “ปฏิบัติการทางวาทกรรม” (Discursive practice)

ผู้วิจัยออกแบบการวิจัยด้วยการวิเคราะห์เอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปรากฏวาทกรรมทั้งผู้สร้างและผู้คัดค้านโครงการ นอกจากนั้นก็ใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการผลิตและการแพร่กระจายวาทกรรมทั้ง 2 ชุด คือ

1. กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐผู้รับผิดชอบโครงการพัฒนา จำนวน 5 คน
2. กลุ่มผู้นำชุมชนทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ จำนวน 5 คน
3. กลุ่มนักวิชาการในท้องถิ่น จำนวน 5 คน
4. กลุ่มสื่อมวลชน จำนวน 5 คน
5. กลุ่มตัวแทนองค์กรเอกชน จำนวน 5 คน



โดยคาดหวังว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลเหล่านี้ จะเป็นผู้ให้ข้อมูลได้ละเอียดและลึกด้วยเหตุที่อาศัยอยู่ในชุมชนมาเป็นระยะเวลาอันนาน มีประสบการณ์ และทราบเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ความเป็นมา ประเพณี ความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นภายในชุมชน

และวิธีการที่ 3 คือการสำรวจระดับกว้างด้วยการใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่อยู่อาศัยในพื้นที่ของการก่อสร้างโครงสร้างของทั้ง 3 พื้นที่ พื้นที่ละ 100 หลังคาเรือน รวม 300 หลังคาเรือน

ผลการวิจัยบางส่วนที่น่าสนใจมีดังนี้

(i) การวิเคราะห์ระดับตัวบท: วาทกรรมของรัฐ รัฐได้สร้างวาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงการสร้างกระเช้าไฟฟ้า โดยให้เหตุผลว่า เพื่อความเจริญก้าวหน้าด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นแก่ชาวบ้านในชุมชนท้องถิ่น การเพิ่มพูนรายได้มหาศาลจากนักท่องเที่ยว โดยผูกโยงกับอุดมการณ์การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็น “นครแห่งชีวิตและความมั่งคั่ง” (City of Life and Prosperity)

(ii) การวิเคราะห์ระดับตัวบท: วาทกรรมของกลุ่มผู้คัดค้านในตัวบทของวาทกรรมต่อต้านนั้นได้พลิกมุมมองจาก “ด้านเศรษฐกิจ” มาสู่มุมมองว่า “การพัฒนามิใช่มิติเรื่องตัวเงินเท่านั้น หากว่าจะต้องสอดคล้องกับระบบความเชื่อ วัฒนธรรมวิถีชีวิต และสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น ซึ่งโครงการกระเช้าไฟฟ้ามิได้มีคุณสมบัติของการพัฒนาดังกล่าว”

นอกจากนั้นก็ยังมีชุดวาทกรรมย่อยๆที่ทำลายความชอบธรรมของวาทกรรมของรัฐ เช่น ความไม่โปร่งใส ความมีเงื่อนไขของโครงการ และการขาดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน

และเมื่อปฏิเสธวาทกรรมการพัฒนาตามแนวทางของรัฐแล้ว กลุ่มผู้คัดค้านก็ได้นำเสนอ “กระบวนการทัศน์ใหม่ของการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการพัฒนาที่เน้นมิติทางวัฒนธรรมโดยให้ความสำคัญกับความเชื่อ ความศักดิ์สิทธิ์ ความมีคุณค่าต่อชีวิตและจิตใจของชาวบ้าน

(iii) การวิเคราะห์ปฏิบัติการทางวาทกรรมของฝ่ายรัฐ ผลการวิจัยพบว่ารัฐใช้ปฏิบัติการทางวาทกรรมที่หลากหลายในขั้นตอนต่างๆ เช่น

- ระดับการวางแผนโครงการ จะรวมศูนย์มากอยู่ในคณะทำงานเพียงไม่ถึง 30 คน และใช้อำนาจออกพระราชกฤษฎีกาใหม่โดยไม่คำนึงว่าขัดต่อกฎหมายเดิมหรือไม่
- ตัวกระบวนการสร้างแผนงานก็พัฒนาอย่างแยกส่วนไม่ดูผลกระทบโดยตรง และเป็นโครงการที่ไม่มีแผนงานในรายละเอียด
- ใช้การสื่อสารระบบปิดต่อกายนอก ไม่มีการประชาสัมพันธ์โครงการ ปิดบังข้อมูลหรือเปิดเผยข้อมูลบางส่วนเพื่อการโฆษณาชวนเชื่อ เอกสารการประชุมทุกชิ้นเป็นความลับ ไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนดูเอกสารของโครงการ ตอบคำถามของชาวบ้านอย่างไม่ตรงประเด็น
- การตอบโต้กับกลุ่มผู้คัดค้าน มีตั้งแต่ระดับเพิกเฉยไม่ให้ความสนใจ ไปจนถึงระดับพูดข่มขู่ชาวบ้านที่ไม่เห็นด้วย

(iv) การวิเคราะห์ปฏิบัติการทางวาทกรรมของกลุ่มผู้คัดค้าน ก็เป็นปฏิบัติการที่เป็นปฏิริยาตอบโต้ต่อปฏิบัติการของฝ่ายรัฐ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 แนวทางใหญ่ๆ คือ

- การแสวงหาข้อมูลอย่างรอบด้าน จากทุกๆ แหล่งข่าวสาร
- เปิดเผยข้อมูลต่อทุกๆ กลุ่มที่เกี่ยวข้องด้วยการสื่อสารรูปแบบต่างๆ เช่น ออกแถลงการณ์ จัดเวทีเสวนา จัดกิจกรรมรณรงค์อย่างต่อเนื่อง เปิดเว็บไซต์ จัดแถลงข่าว จัดกลุ่มทัวร์ในพื้นที่ ฯลฯ

นอกจากนั้นก็ยังมีรูปแบบการสื่อสารที่แสดงจุดยืนที่คัดค้านโดยตรง เช่น ยื่นหนังสือคัดค้านต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และเนื่องจากจุดยืนของกลุ่มผู้คัดค้านนั้นเป็นแนววัฒนธรรมในการพัฒนา จึงมีปฏิบัติการทางวาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับมิติศาสนา/วัฒนธรรม เช่น การใช้สื่อพื้นบ้าน/สื่อประเพณีเพื่อสร้างพลัง เช่น จัดพิธีไหว้สาอารักษ์เจ้าหลวงคำแดง การประกอบพิธีทางไสยศาสตร์เผาพริกเผาเกลือ เป็นต้น

(10.5) การใช้ทฤษฎีอื่นๆในการศึกษาผู้รับสาร อันที่จริง การศึกษาผู้รับสารนั้นนอกจากจะศึกษาด้วยทฤษฎี 4 ทฤษฎีที่ยกตัวอย่างมาแล้วนี้ ก็ยังมีกลุ่มทฤษฎีอื่นๆที่สามารถจะนำมาใช้ศึกษาได้อีก เช่น ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) ที่เน้นเรื่องผลกระทบระยะยาว Cultivation Theory หรือกลุ่มทฤษฎีผลกระทบระดับกลางของสื่อ (Moderate Effect Theory) เช่น ทฤษฎีการกำหนดวาระของสื่อ (Agenda-setting) หรือทฤษฎีการพึ่งพาสื่อ (Media Dependency Theory) ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนพบว่า แทบจะไม่มี การนำทฤษฎีเหล่านี้มาใช้ในงานสื่อสารสิ่งแวดล้อมซึ่งอาจจะเนื่องมาจากข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาของการศึกษา (บางทฤษฎีต้องใช้เวลาศึกษายาวนาน) หรือข้อจำกัดอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ในอนาคตควรมีการขยายทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยให้กว้างขวางมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

11. การศึกษาสื่อ/ช่องทางการสื่อสารในงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อม

อันที่จริงในข้อเขียนชิ้นนี้ กว่าจะมาถึงหัวข้อการศึกษาสื่อ/ช่องทางการสื่อสารในงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้น ผู้เขียนได้กล่าวถึงงานวิจัยที่พูดถึง/ตั้งโจทย์เกี่ยวกับ “ประเภทของสื่อ” มานับครั้งไม่ถ้วนแล้ว ฉะนั้น ณ ที่นี้ ผู้เขียนจึงจะทำเพียงเติมเต็มสิ่งที่ยังไม่ได้กล่าวถึงมาในข้างหน้าเท่านั้น

และหากเราตั้งคำถามว่า เพราะเหตุใด โจทย์การวิจัยจำนวนมาก ในเรื่องการศึกษาสื่อจึงมุ่งมั่นที่จะตอบคำถามว่า “จะใช้สื่ออะไรดี” คำตอบประการแรกก็อาจจะเนื่องมาจากตัวทฤษฎีที่งานวิจัยใช้พึ่งหลังอยู่อันได้แก่ กลุ่มทฤษฎีที่เชื่อในพลังอำนาจของสื่อ (Powerful media) เช่น Impact Theory และคำตอบประการที่สองนั้นอาจจะพบเห็นได้ง่ายๆ (แต่อาจจะอยู่ใกล้ตาจนมองไม่เห็น) ก็คือตำแหน่งแห่งที่ของ “ตัวสื่อ/ช่องทางการสื่อสาร” (Media/Channel) ที่อยู่ในแบบจำลององค์ประกอบการสื่อสารนั่นเอง



ภาพที่ 16: แบบจำลององค์ประกอบการสื่อสาร

ในแบบจำลององค์ประกอบการสื่อสารนี้ จะเห็นได้ว่า ตัว C นั้น ยืนอยู่ในตำแหน่งที่ติดกับผู้รับสาร (R) เพราะฉะนั้น แม้ว่าผู้ส่งสาร (S) จะสร้างเนื้อหาเสร็จแล้ว (M) แต่หากติดขัดตรงตัวสื่อ/ช่องทางการสื่อสาร (C) สารนั้นก็ไม่สามารถส่งไปที่ตัว R ได้ ตัวอย่างในชีวิตประจำวันก็เช่น ภาพยนตร์ที่สร้างเสร็จแล้ว แต่ไม่มีโรงฉาย หรือละครโทรทัศน์ที่ถ่ายทำเรียบร้อยแล้ว แต่ทางสถานีโทรทัศน์ยังไม่นำไปแพร่ภาพออกอากาศ ผู้ชมก็จะได้ไม่ชม ดังนั้น ผู้ที่เป็นเจ้าของ “สื่อ/ช่องทางการสื่อสาร” จึงเป็นผู้มีอำนาจมากในกระบวนการสื่อสาร

สำหรับเรื่อง**ประเภทของสื่อ**นั้น ผู้เขียนจะขอขีดเส้นใต้ตรงนี้อีกครั้งหนึ่งว่า ในเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้น เราคงต้อง “เปิดเขตเสรีด้านสื่อ” กล่าวคือ จะใช้แต่เฉพาะสื่อมวลชนเช่นหนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร โทรทัศน์ เท่านั้นไม่ได้ เพราะสื่อมวลชนเหล่านี้ยังมีข้อจำกัดอยู่มาก โดยเฉพาะอิทธิพลที่จะผลักดันให้เกิด “การลงมือทำจริงๆ” แม้ว่าจะมีคุณูปการที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้อย่างกว้างขวางครอบคลุม สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงหนึ่งในท่ามกลางสื่อมากมายหลายประเภทที่ได้แสดงในแผนภาพข้างหน้า และผู้เขียนก็ได้นำเสนอทศวรรษเกี่ยวกับการตั้งโจทย์การวิจัยเกี่ยวกับประเภทของสื่อในงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมแล้วว่า จากจุดเริ่มต้นที่จะแสวงหาว่า “จะใช้สื่ออะไรดี” (which media) ปัจจุบัน โจทย์การวิจัยเรื่องสื่อได้ก้าวเข้าสู่วงโคจรของคำถามที่ว่า “จะบูรณาการสื่อหลายๆประเภทด้วยสูตรผสมอย่างไรดี”

นอกจากนั้น เมื่อเรากล่าวถึง “ประเภทของสื่อ” นั้น มิติที่อาจจะ



รับรู้ได้ง่ายที่สุดก็คือ มิติเชิงเทคนิค (technical aspect) เช่น วิทยุเป็นสื่อเสียงอย่างเดียว โทรทัศน์มีทั้งภาพและเสียง ฯลฯ แต่ทว่านอกเหนือจากมิติเชิงเทคนิคแล้ว สื่อก็ยังมีความสัมพันธ์ที่มีมิติเชิงการเมือง (อำนาจ) มิติเชิงเศรษฐกิจ มิติเชิงสังคม-วัฒนธรรม เข้ามาเกี่ยวข้องอีกด้วย ดังตัวอย่างงานวิจัยจากสำนักคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองได้สาธิตให้เห็น

สำหรับแนวทางการศึกษาเรื่องสื่อในงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้น แบ่งได้เป็น 2 แนวทางใหญ่ๆคือ

(11.1) การเปรียบเทียบประสิทธิผล/ประสิทธิภาพระหว่างสื่อ

ประเภทต่างๆ ตัวอย่างงานวิจัยในแนวทางนี้มีมาตั้งแต่ยุคเริ่มแรกของการวิจัยเรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อม และต่อเนื่องมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน เช่น

- จินดา คุ่มกิตติชัย (2532) เรื่องพฤติกรรม การเปิดรับสารกับความร่วมมือของประชาชนในการปลูกต้นไม้ในที่ดินสาธารณประโยชน์: ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

- สุพัตรา ผาผุย (2533) เรื่อง “ประสิทธิผลของหน่วยงานประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ในการให้ความรู้และทัศนคติด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้แก่ประชาชนในหมู่บ้าน จ.เชียงใหม่”

- ศรีธรรม์ โรจนสุพจน์ (2534) เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อมวลชนกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของประชาชนในอ.เมือง จ.เชียงใหม่”

- ดารากร เจียมวิจักษณ์ (2532) เรื่อง “ประสิทธิภาพของสื่อความหมายธรรมชาติเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จ.นครราชสีมา”

- ขวัญเมือง ศิลลา (2550) เรื่อง “ประสิทธิภาพของสื่อพฤติกรรม การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ข่าวสารการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติใน จ.เพชรบุรี”

วิธีการวิจัยของกลุ่มงานวิจัยนี้ก็คือการเปรียบเทียบพลังของสื่อประเภทต่างๆ เช่น งานของจินดา คุ่มกิตติชัย (2532) เรื่องการปลูกต้นไม้ที่ดินสาธารณประโยชน์ที่ศึกษาเปรียบเทียบชาวบ้าน 200 คน จาก 4 หมู่บ้านที่เข้าร่วมโครงการปลูกป่าของรัฐบาลในจ.ฉะเชิงเทรา ที่ใช้สื่อ 3 รูปแบบ คือ สื่อมวลชน (หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์) สื่อบุคคล (เช่น เพื่อนบ้าน เจ้าหน้าที่ป่าไม้) และสื่อเฉพาะกิจ (แผ่นพับเสียงตามสาย ป้ายประชาสัมพันธ์) ผู้วิจัยใช้วิธีสัมภาษณ์ชาวบ้านว่า ได้เปิดรับเรื่องการปลูกต้นไม้ที่ดินสาธารณประโยชน์จากสื่อใดบ้าง และได้วัดความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประเภทต่างๆกับระดับความรู้และการให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรม

ผลที่พบในส่วนที่เกี่ยวกับ**ประเภทของสื่อ** พบว่าชาวบ้านเปิดรับสื่อเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ สื่อมวลชน (โทรทัศน์) สื่อบุคคล (กำนัน) และสื่อเฉพาะกิจ อย่างไรก็ตาม เมื่อได้ตรวจวัดความรู้เกี่ยวกับการปลูกต้นไม้ของชาวบ้านแล้วก็พบว่าอยู่ในระดับน้อยมาก ทั้งนี้น่าจะเนื่องมาจากสื่อประเภทโทรทัศน์ที่ชาวบ้านเปิดรับมากที่สุดนั้น มักจะให้ข่าวสารในลักษณะรณรงค์ปลูกสำนึกมากกว่าให้ความรู้เกี่ยวกับป่าไม้

ยิ่งกว่านั้น ผู้วิจัยยังได้พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่าง**ปริมาณการเปิดรับสื่อ**กับการให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมปลูกป่า ผู้วิจัยอธิบายว่า เมื่อทางราชการจะทำกิจกรรมนั้น จะลงมือระดมความร่วมมือเลยโดยไม่มีการชี้แจงประโยชน์และปูพื้นฐานความรู้ก่อน นอกจากนั้นหลังจากปลูกต้นไม้ไปแล้ว ชาวบ้านก็ยังมีทัศนคติไม่ดีต่อกิจกรรมเพราะไม่มีคนดูแลต่อ ทำให้ไม่ได้ผลอย่างแท้จริงและเห็นว่าเป็นการเสียเวลาเปล่า

ส่วนงานของสุพัตรา ภาผุย (2533) ศึกษาเรื่องป่าไม้เช่นเดียวกัน แต่ใช้วิธีการศึกษาที่รัดกุมกว่าคือ การวิจัยกึ่งทดลอง โดยเลือกหมู่บ้าน 3 หมู่บ้านในเชียงใหม่ หมู่บ้านแรกเป็นกลุ่มควบคุม หมู่บ้านที่สองทดลองให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ด้วย Multimedia หมู่บ้านที่

สามใช้รูปแบบ Media forum (สื่อมวลชน+สื่อบุคคล) แล้ววัดความรู้ของชาวบ้านจากทั้ง 3 กลุ่ม ผลปรากฏว่าชาวบ้านกลุ่ม 2 และกลุ่ม 3 มีความรู้ดีกว่ากลุ่มควบคุม แต่กลุ่มทดลองทั้ง 2 กลุ่มมีความรู้ไม่ต่างกัน และเมื่อสัมภาษณ์ความคิดเห็นของชาวบ้านต่อรูปแบบสื่อ สำหรับสื่อมวลชน ชาวบ้านจะชอบวิดีโอมากที่สุด และสื่อบุคคลที่ชาวบ้านเห็นว่าให้ความรู้ดีคือ เจ้าหน้าที่ป่าไม้ นอกจากผลจากการใช้สื่อประเภทต่างๆแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่าคุณสมบัติบางประการของประชากรที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมจะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างทัศนคติต่อเรื่องการอนุรักษ์ เช่น ชาวบ้านที่ต้องใช้ถ่านและฟืนจะมีทัศนคติทางลบกับเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ ซึ่งเป็นไปตามข้อสังเกตของผู้เขียนเรื่องภูมิหลังที่เกี่ยวข้องของประชากรที่ได้กล่าวมาแล้ว

(11.2) การศึกษาเฉพาะสื่อเพียงประเภทเดียว เนื่องจากงานวิจัยที่ผ่านมาได้กล่าวถึงการใช้สื่อมวลชนประเภทต่างๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ ในงานสิ่งแวดล้อมมาพอสมควรแล้ว ในที่นี้จึงจะยกตัวอย่างสื่อบางประเภทที่อาจถือได้ว่า “เป็นสื่อนอกสายตา” ซึ่งได้แก่สื่อเล็กๆ (small media) แต่ที่น่าจะมีการค้นคว้าวิจัยสื่อเหล่านี้ที่จะนำมาใช้ในเรื่องสิ่งแวดล้อมเนื่องจากสื่อเล็กๆเหล่านี้มีคุณสมบัติที่โดดเด่นทั้งในเรื่อง “การสร้างสิ่งแวดล้อมในใจและการลงมือปฏิบัติ”

ตัวอย่างงานวิจัยทั้ง 3 ชิ้นนี้จะเป็นการศึกษาสื่อละคร สื่อคู่มือ การศึกษารรรมชาติ และสื่อค่ายดังรายละเอียดต่อไปนี้

(1) การใช้สื่อละครในเรื่องสิ่งแวดล้อม มาริสา แสนกุลศิริศักดิ์ (2532) เรื่อง “กลยุทธ์การใช้สื่อประเภทละครเวทีเพื่อนำมาให้ความสนใจรักษาความสะอาดและสิ่งแวดล้อม: ศึกษาเฉพาะกรณีละครเรื่อง “ดาวพิเศษตะลุยมืองมอมแมม” ที่มาของงานวิจัยเรื่องนี้สืบเนื่องมาจากงานของสมาคมสร้างสรรค์ไทย (ที่รู้จักกันในโครงการ “ดาวพิเศษเห็นนะ”) ซึ่งเป็นองค์กรเอกชนที่ก่อตั้งขึ้นในช่วงทศวรรษ 2520 ภารกิจหลักคือการปลูกจิตสำนึกมิให้ประชาชนโดยเฉพาะกลุ่มเด็กๆทั้งชยะลงตามแม่น้ำลำ

คลอง (เริ่มจากปัญหาแม่น้ำเจ้าพระยาเน่าเสีย) และสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก สมาคมสร้างสรรค์ไทยได้ใช้สื่อศิลปะการแสดงเป็นรูปแบบการสื่อสารหลัก เริ่มจากการจัดการแสดงวิพิธทัศนา (Variety show) ชุด “เทพนิยายบรรลือโลกกับตาวีเศษ” ในปี 2530 และในปีต่อมาเมื่อปี 2531 ก็ได้จัดโครงการละครเวทีสำหรับเด็กเรื่อง “ตาวีเศษตะลุยเมืองมอมแมม” จัดแสดงในช่วง 3 วัน 8 รอบ มีผู้ชมทั้งเด็กและผู้ใหญ่ให้ความสนใจร่วมชมเกือบหมื่นคน และพบว่าสื่อละครดังกล่าวได้ผลสำเร็จอย่างมาก ทั้งในแง่ได้รับความสนใจเปิดรับสื่อ ความเข้าใจเนื้อหาสาระ และผลกระทบหลังจากชมแล้วคือการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม

สำหรับความสำเร็จที่เกิดขึ้นนั้น มาริสาผู้วิจัยจึงสนใจที่จะวิเคราะห์กลยุทธการสื่อสารที่ถูกนำมาใช้ในสื่อละครเวทีดังกล่าว เนื่องจากสื่อละครเวทีนั้นก็เหมือนการสื่อสารรูปแบบอื่นๆที่สามารถเลือกใช้กลยุทธการสื่อสารแบบต่างๆได้ (สนใจละครในฐานะการสื่อสารดู กาญจนาก้าวเทพ, **สื่อเล็กๆที่นำไปในงานพัฒนา**, 2552)

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยคือกลุ่มเด็กที่เป็นผู้ชมละครทั้ง 8 รอบ อายุระหว่าง 6-12 ปี (ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของละคร) จำนวน 312 คน หญิงและชายใกล้เคียงกัน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 3 ประเภทคือ

- (1) แบบสังเกตปฏิบัติการสนองตอบของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดูการมีส่วนร่วม
- (2) แบบสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรกลยุทธ์ที่ใช้
- (3) บทละครเรื่อง “ตาวีเศษตะลุยเมืองมอมแมม” เพื่อจะวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารจากตัวบท

สำหรับตัวแปรต้นคือกลยุทธ์การสื่อสารในละครเวทีนั้น ผู้วิจัยสนใจวัด 3 กลยุทธ์คือ

- (1) กลยุทธ์การแสดงบทบาทสมมติ (Role play) จะดูจากลักษณะการตอบสนองของเด็กผู้ชมใน 2 แบบคือ แบบที่ให้เด็กพูดตามตัวละคร (immediate verbal feedback) กับแบบการตอบสนองที่ไม่ใช่



คำพูด (immediate non-verbal feedback) เช่น การให้ยกมือหรือการให้ ผู้ชมร่วมมือกระทำเป็นหมู่คณะ เช่น ช่วยกันเก็บขยะ ฯลฯ โดยไม่จำกัด ว่า ผู้สื่อสารเป็นตัวเอก (protagonist) หรือตัวประกอบ (related character) หรือตัวร้าย (antagonist)

(2) กลยุทธ์การสังเกตผลกระทบของตัวแบบ เช่น ตอนที่ตัวละครฝ่ายร้ายทำลายความมั่งคั่งของทะเล หรือการที่ตัวประกอบไม่ดูแลรักษาป่าไม้ แล้วเกิดผลลัพธ์ทางด้านลบตามมา

(3) กลยุทธ์การสอดแทรกเข้าไปในเนื้อหาของละครเวที เช่น การทิ้งขยะบนถนนหากไม่มีถังขยะ เป็นต้น

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลยุทธ์การใช้ละครเวทีสอดแทรกเนื้อหาเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้น

1.1 ชาวสารที่ได้จากละครเวทีสามารถโน้มน้าวใจให้เด็กเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านรักษาความสะอาดได้ตามวัตถุประสงค์

1.2 ชาวสารที่มีผลในการโน้มน้าวใจเด็กให้รักษาความสะอาดและสิ่งแวดล้อม ส่วนใหญ่จะเป็นชาวสารในรูปแบบการกระทำ (Action) มากกว่าชาวสารที่เป็นคำพูด

1.3 เด็กอายุ 6-12 ปี ยังมีความคิดว่า หน้าที่รักษาความสะอาดบ้านเมือง และการรักษาป่าไม้เป็นหน้าที่ของผู้ใหญ่เท่านั้น และถ้าหากมีคนทำความสะอาดบ้านอยู่แล้ว เด็กจะคิดว่าตนเองไม่จำเป็นต้องช่วยทำความสะอาดบ้าน

2. กลยุทธ์การสังเกตผลกระทบจากตัวแบบ พบว่า เด็กสามารถรับชาวสารในการสังเกตผลกระทบที่เกิดขึ้นกับตัวแบบในละครได้อย่างดี และเป็นผลกระทบที่แสดงให้เห็นเป็นการกระทำ

3. ส่วนกลยุทธ์การแสดงบทบาทสมมตินั้นจะได้ผลมากน้อยขึ้นอยู่กับลักษณะของปฏิริยาตอบสนองมากกว่าขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้สื่อสาร เช่น ถ้าให้เด็กตอบรับเป็นคำพูดจะตอบสนองช้ากว่าการยกมือ หรือการช่วยกันเก็บขยะซึ่งจะตอบสนองอย่างทันที

(2) **การใช้คู่มือธรรมชาติในประเด็นสิ่งแวดล้อม:** สาวิตรี ศรีสุข (2537) เรื่อง “การสร้างสื่อเพื่อการสื่อสารพัฒนาการ: คู่มือการศึกษาธรรมชาติในป่าดิบเขา” ที่มาของงานวิจัยชิ้นนี้เกิดมาจากรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาธรรมชาติในเขตอุทยานแห่งชาติ ซึ่งต้องมีการใช้ทางเดินเท้า (nature trail) ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมเที่ยวแบบนี้จะอยู่ในกลุ่มอายุ 15-25 ปี ในขั้นแรก ทางอุทยานก็ปล่อยให้นักท่องเที่ยวเดินดูธรรมชาติไปด้วยตัวเอง ต่อมากลุ่มนักท่องเที่ยวมีข้อเสนอต่อทางอุทยานว่า ควรมีการจัดทำเอกสารแนะนำการเดินทางเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจ สร้างทัศนคติและการเห็นคุณค่าของธรรมชาติให้มากขึ้น

ดังนั้น สาวิตรีผู้วิจัยจึงได้ทดลองจัดทำคู่มือศึกษาธรรมชาติในป่าดิบเขาของภาคเหนือ และได้ทดลองใช้กับกลุ่มทดลอง แล้วนำผลมาเปรียบเทียบกับกลุ่มควบคุม งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีสถานะเสมือนเป็น “การทดสอบสื่อ” นั่นเอง (Media testing)

นักวิจัยกำหนดขั้นตอนของการผลิตสื่อออกเป็น 4 ขั้นตอน โดยมีเป้าหมายสุดท้ายที่ช่วยให้กลุ่มนักท่องเที่ยวรู้จัก เห็นคุณค่าและเห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องอนุรักษ์ป่าดิบเขาไว้ดังนี้

(1) **ขั้นเตรียมสร้างเนื้อหาคู่มือ** ด้วยการศึกษารายชื่อ/งานวิจัยเกี่ยวกับป่าดิบเขา และกำหนดจุดมุ่งหมายของเอกสาร

(2) **ขั้นสร้างเนื้อหาและสร้างแบบทดสอบ** ในขั้นตอนนี้ นักวิจัยได้ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งแวดล้อมศึกษา

(3) **ขั้นสร้างคู่มือคือการจัดทำต้นฉบับ** โดยปรึกษาผู้รู้เป็นระยะๆ ผลผลิตสื่อคู่มือที่ได้ออกมาเป็นหนังสือเล่มเล็ก (Booklet) จำนวน 40 หน้า มีภาพสีประกอบ (มีขนาดเล็กเพื่อให้สะดวกต่อการพกพา)

(4) **ขั้นทดลองใช้** ผู้วิจัยทดลองกับกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายจำนวน 200 คนจาก 10 โรงเรียนในเขตภาคเหนือตอนบน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มควบคุมซึ่งเดินศึกษาธรรมชาติโดยไม่ใช้คู่มือ และกลุ่มทดลองซึ่งเดินศึกษาธรรมชาติโดยใช้หนังสือคู่มือประกอบ

ผลการวิจัยพบว่า

(i) กลุ่มทดลองมีความรู้เรื่องป่าดิบเขาสูงกว่ากลุ่มควบคุม โดยเฉพาะความรู้ที่เกี่ยวกับลักษณะเด่นและจำเพาะของป่าดิบเขา และประโยชน์ของพืชบางชนิด

(ii) แต่ในเรื่องทัศนคติต่อป่าดิบเขา ปรากฏว่าทั้ง 2 กลุ่มไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักเรียนที่เลือกมาท่องเที่ยวในลักษณะเช่นนี้มีทัศนคติที่ดีต่อธรรมชาติอยู่แล้ว

สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้เขียนมีความเห็นว่าในกระบวนการสร้าง/ผลิตสื่อชิ้นนี้ยังมีลักษณะเน้น “ผู้ส่งสารเป็นตัวตั้ง” (Sender-oriented) คือเอาความสนใจของผู้เชี่ยวชาญ/ผู้รู้/ผู้ส่งสารว่าควรจะให้ความรู้เรื่องอะไร ซึ่งอาจจะไม่ “โดนใจ” ผู้รับสาร สำหรับในอนาคต อาจจะประสานวิธีการผลิตสื่อโดยเอา “ผู้รับสารเป็นตัวตั้ง” (audience-oriented) ด้วยการให้นักเรียนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการคัดเลือกและออกแบบเนื้อหา (Message selection & design) ก็อาจจะทำให้สื่อคู่มือเพิ่มความถูกใจผู้รับสารมากขึ้น

(3) การใช้สื่อค่ายในประเด็นสิ่งแวดล้อม: สนธยา นวรัตน์ (2542) เรื่อง “ความคิดเห็นของเยาวชนต่อการจัดกิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของสถานี่พัฒนาและส่งเสริมอนุรักษ์สัตว์ป่า ห้วยกุ่ม อ.เกษตรสมบูรณ์ จ.ชัยภูมิ ค่ายถือเป็นสื่อกิจกรรมประเภทหนึ่ง มีลักษณะเป็น “ตัวบทเปิด (open text) กล่าวคือจะเอาเนื้อหาอะไรมาใส่ก็ได้ (สุขภาพ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ ฯลฯ) และยังเป็นสื่อที่ส่งผลกระทบได้ถึงระดับการกระทำ นอกจากนี้ ในสื่อค่ายยังสามารถจะประสานสื่อประเภทอื่นๆ เช่น นิทรรศการ ไปสเตอร์ ภาพยนต์ ละคร เกม ฯลฯ เข้าไปไว้ได้ด้วย

อย่างไรก็ตาม การที่จะใช้สื่อกิจกรรมค่ายให้ได้ผลอย่างเต็มที่ ก็จำเป็นจะต้องมีขั้นตอน “การเตรียมการใช้สื่อกิจกรรม” (ซึ่งหาก

เทียบกับขั้นตอนการผลิตสื่อประเภทอื่นๆก็คือขั้นตอน pre-production) เนื่องจากสื่อกิจกรรมนั้นมักจะเป็นสื่อที่ดำเนินการใน “เวลา” และ “พื้นที่” ที่จำกัด” แต่มี “ผู้ส่งสาร” และ “ผู้รับสาร” ที่หลากหลาย มี “เนื้อหาสารหลายแบบ” มี “เป้าหมายการสื่อสาร” ที่ต้องบรรลุหลายประการ ดังนั้น หากตระเตรียมไม่ถี่ถ้วน หรือมีทรัพยากรไม่เพียงพอแล้ว โอกาสที่จะใช้สื่อกิจกรรมค่ายอย่างได้ผลก็มีน้อยลง (สนใจค่ายในฐานะสื่อกิจกรรมโปรดดู กาญจนา แก้วเทพ, **สื่อเล็กๆที่นำไปใช้ในงานพัฒนา**, 2552)

ในสังคมไทยได้นำเอาสื่อกิจกรรมค่ายมาใช้ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 ช่วงปีพ.ศ.2454 (ร้อยกว่าปีมาแล้ว) โดยเริ่มต้นจากค่ายที่คนไทยรู้จักกันดีคือค่ายลูกเสือ จากนั้นก็ขยายมาสู่ค่ายของเยาวชนทั่วไปเช่นค่าย YMCA ค่ายนิสิตนักศึกษา และจนยุคสุดท้ายก็ขยายสู่ค่ายสำหรับคนทำงานในองค์กรธุรกิจ ค่ายของกระทรวงทบวงกรมต่างๆที่สอดใส่เนื้อหา (message) ตามที่ต้องการลงไปได้ เนื่องจากลักษณะการเป็น “สื่อเปิด” ของค่ายดังที่กล่าวมาแล้ว เช่น ค่ายพัฒนาสุขนิสัยของผู้ป่วยเบาหวาน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า เนื้อหาที่เกี่ยวกับ “สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ” นั้นเป็นเนื้อหาที่ไปกันได้ดีกับสื่อค่าย เพราะต้นกำเนิดของ “ค่าย” เอง ก็มาจาก “การตั้งแคมป์พักแรมกลางป่าระหว่างเดินทาง” นั้นเอง และค่ายก็ยังมีลักษณะที่เหมาะสมกับกลุ่มเด็ก/เยาวชน เนื่องจากมีกิจกรรมที่สนุกสนาน (เช่น ร้องเพลงรอบกองไฟ) และกิจกรรมที่ทำหยาความสามารถทางร่างกายของกลุ่มคนที่มีพลังเหลือเฟือ (เช่นปีนป่าต้นไม้ ล่องแก่ง โหนเชือกไต่ราว ฯลฯ)

ในงานวิจัยชิ้นนี้ สนธิยาผู้วิจัยเลือกศึกษาการจัดทำค่ายของสถานพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าห้วยกุ่ม อ.เกษตรสมบูรณ์ จ.ชัยภูมิ ซึ่งได้จัดกิจกรรมค่ายให้แก่กลุ่มบุคคลต่างๆ ทั้งกลุ่มนักเรียนและกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปมาตั้งแต่ปีพ.ศ.2524 ต่อเนื่องกันมาเป็นเวลา 18 ปี (นับถึงปีที่ทำการวิจัย) นักวิจัยจึงสนใจที่จะประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาเข้าค่าย 3 ค่ายในปีที่ศึกษาคือปีพ.ศ.2541 ซึ่งเป็น

นักเรียน 2 โรงเรียน และนักศึกษา 1 มหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้ก็คือแบบสอบถาม นอกจากนี้ก็ย้อนกลับมาศึกษาฝ่ายผู้ส่งสารคือเจ้าหน้าที่ดำเนินการกิจกรรมค่ายของสถานีวิจัย จำนวน 7 คน เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคของฝ่ายผู้ส่ง

ผู้วิจัยได้ประเมินเนื้อหาของสื่อค่ายอันได้แก่ส่วนที่เป็นกิจกรรมของค่าย 5 ด้านคือ

- กิจกรรมอยู่ร่วมกับธรรมชาติ (แบบธรรมชาติ) เพื่อมุ่งเน้นให้เยาวชนได้รับประสบการณ์ตรงกับการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ และการดำรงชีวิตอยู่ในป่า เช่น รู้จักเลือกพื้นที่สำหรับกางเต็นท์ การหาพิน การระมัดระวังการส่งเสริมดั้งเกินควรในธรรมชาติ

- กิจกรรมสัมผัสธรรมชาติ เป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างความรู้สึก ความคิดและจินตนาการอันนำมาสู่การเข้าใจวิถีธรรมชาติ เช่น กิจกรรมการเป็นเพื่อนกับต้นไม้ กิจกรรมการดูดาว

- การเรียนรู้เรื่องธรรมชาติ เป็นกิจกรรมที่ปลูกฝังให้เยาวชนได้รู้และเข้าใจวิถีความเป็นไปของธรรมชาติได้อย่างถูกต้อง เช่น สังคมพืช การเกิดดิน ต้นไม้

- กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ เป็นกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในกลุ่มสมาชิกค่าย

- กิจกรรมเสริมสร้างแนวคิด เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เยาวชนได้ฝึกแสดงความคิดเห็น เสนอความคิด และยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น

ผลการวิจัยในส่วนความคิดเห็นของเยาวชนกลุ่มตัวอย่างต่อกิจกรรมทั้ง 5 ด้านนั้นจะอยู่ในระดับปานกลาง โดยในแต่ละกลุ่มของโรงเรียนอาจมีความแตกต่างในแต่ละรายด้าน แต่ส่วนที่กลุ่มตัวอย่างมักมีความเห็นว่าได้ประโยชน์/ชื่นชอบในระดับมาก คือกิจกรรมเรียนรู้ธรรมชาติ กลุ่มสัมพันธ์ และการอยู่ร่วมกับธรรมชาติ

ส่วนข้อมูลจากฝ่ายเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคในการ

พัฒนาสื่อกิจกรรมค่าย จะมีปัญหาใน 2 ส่วน

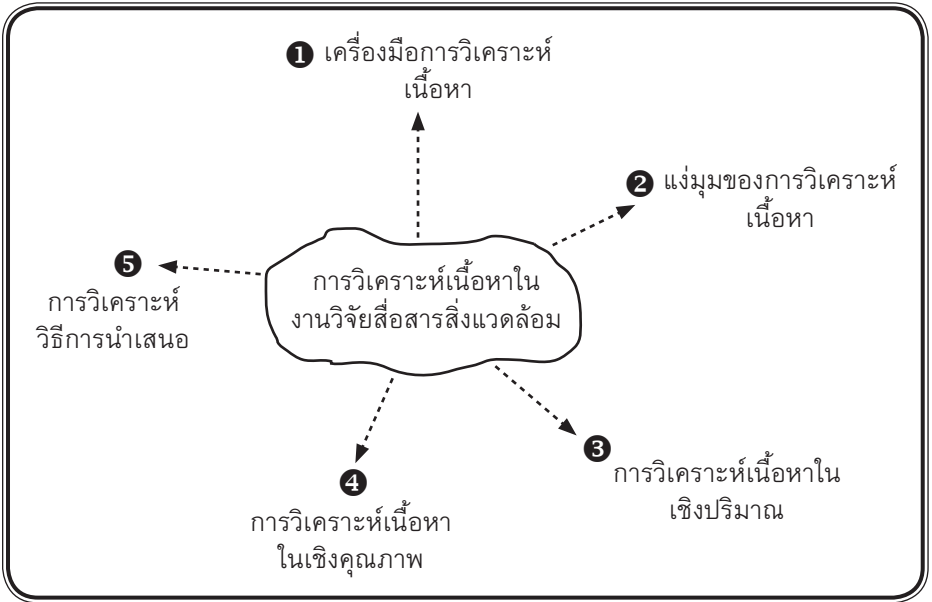
(i) ด้านทางสถานี เนื่องจากขาดบุคลากรที่มีความรู้เฉพาะด้านทางสถานีจึงแก้ปัญหาด้วยการเชิญวิทยากรผู้รู้จากภายนอกมาให้ความรู้ แต่ก็ยังมีปัญหาเรื่องช่องว่างทางการสื่อสาร เนื่องจากเนื้อหาบางส่วนยากเกินไป เป็นวิชาการเกินไป ทำให้เยาวชนไม่เข้าใจ

(ii) ด้านความพร้อมของทรัพยากร ดังที่กล่าวมาแล้วว่า สื่อกิจกรรมเช่นสื่อค่ายต้องใช้ทรัพยากรหลายอย่างประกอบกันจึงจะได้ผลดี แต่ทางสถานีมีข้อจำกัดทั้งวัสดุ อุปกรณ์และบุคลากร เช่น อุปกรณ์สำหรับการเดินป่า ทางสถานีจึงต้องแก้ปัญหาด้วยการให้เยาวชนนำมาเอง

(iii) ปัญหาการขาดความร่วมมือจากผู้ร่วมกิจกรรม เช่น การใช้เสียงดังมากเกินไปในธรรมชาติ การทิ้งขยะไม่เป็นที่ และบางค่ายมีสมาชิกมากเกินไป ทำให้ดูแลไม่ทั่วถึง

12. การศึกษาเนื้อหาในงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อม (Message study)

สำหรับการศึกษาเนื้อหาสารในงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมนั้น อันที่จริงในข้อเขียนชิ้นนี้ได้แตะประเด็นเนื้อหาอย่างอ้อมๆ และกระจัดกระจายอยู่ในหัวข้อต่างๆอยู่แล้ว ในที่นี้จึงจะขอเพียงประมวลสรุปเรื่องแนวทางการศึกษาเนื้อหาเพิ่มเติมเท่านั้น



ภาพที่ 17: การวิเคราะห์เนื้อหาในงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อม

(12.1) การวิเคราะห์เนื้อหา: เครื่องมือการวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ ในวิชาการสาขาสื่อมวลชน/การสื่อสารมีวิธีการวิจัยเฉพาะอยู่วิธีการหนึ่งคือ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ซึ่งมีการวิเคราะห์ทั้งในเชิงปริมาณ (ซึ่งมักเรียกว่า “การวิเคราะห์เนื้อหา - content analysis) และการวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพ (ซึ่งมักเรียกว่า “การวิเคราะห์ตัวบท” - textual analysis) โดยที่การวิเคราะห์ทั้ง 2 ประเภทนั้นต่างตั้งโจทย์การวิจัยที่แตกต่างกัน ใช้ทฤษฎีพื้นฐานหลังที่แตกต่างกัน ตัวแปรที่ต้องการศึกษาก็แตกต่างกัน วิธีการเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการวิเคราะห์ก็แตกต่างกันไปด้วย (ดูรายละเอียดในตอนต่อไปประกอบความเข้าใจ) ตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น โจทย์ของการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณ คือการตรวจนับว่ามีเนื้อหาเรื่องอะไร (What content) จำนวนมากน้อยแค่ไหน (How much content) ส่วนการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงคุณภาพนั้น อาจจะสนใจ

ว่า การนำเสนอเนื้อหาแบบดังกล่าวนั้นได้ประกอบสร้าง “ความหมาย” (Meaning construction) ของเนื้อหา/ประเด็นที่ถูกนำเสนอขึ้นให้เป็นอะไร/อย่างไร ไม่ว่าจะมึปริมาณมากน้อยเพียงใด

แนวคิดที่อยู่เบื้องหลังการวิเคราะห์เนื้อหาขึ้นมียุ่หลายประการ และแต่ละแนวคิดก็ขึ้นอยู่กับธรรมเนียมของทฤษฎีที่แตกต่างกัน เช่น

- Reflection Theory (ทฤษฎีภาพสะท้อนจากสื่อ) ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่า จากปริมาณของเนื้อหาจะสามารถ “สะท้อน” สภาพที่เป็นจริงของสังคมในช่วงเวลาต่างๆ เช่น หากปริมาณคอลัมน์ข่าวและรายการวิทยุ/โทรทัศน์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมีมากขึ้น ย่อมแสดงให้เห็นว่า ความสนใจในปัญหานี้ของสาธารณชนมีมากขึ้น หรืออาจจะสะท้อนว่าสภาพแวดล้อมกำลังมีปัญหอย่างหนัก เป็นต้น

- Impact Theory (ทฤษฎีผลกระทบจากสื่อ) ทฤษฎีนี้มีแนวคิดว่ หากมีปริมาณของเนื้อหาจำนวนมากในสื่อ ย่อมหมายถึงข่าวสารนั้นก็มีโอกาสสูงที่จะเข้าถึงผู้รับสารอย่างมากและต่อเนื่อง และส่งผลต่ออิทธิพลการโน้มน้าวผู้รับสารได้มาก

- Functionalism (ทฤษฎีหน้าที่นิยม) ทฤษฎีนี้มีแนวคิดว่ ผลจากการวิเคราะห์ปริมาณของเนื้อหาในสื่อจะเป็นตัวช่วยประเมินบทบาทที่สื่อมวลชนกำลังแสดงอยู่ว่ ได้ทำหน้าที่อย่างดีหรือไม่/มากน้อยเพียงใด

- Agenda-Setting (ทฤษฎีการกำหนดวาระของสื่อ) ทฤษฎีนี้มีแนวคิดว่ ปริมาณของเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อ นั้น จะเป็น “ตัวกำหนดวาระของสังคม” ว่ เรื่องนั้น/ประเด็นนั้นเป็นสิ่งที่ประชาชน/สังคมควรจะให้ควมสนใจ เรียนรู้ ติดตามข่าวสาร แสวงหาสาเหตุ ค้นหาวิธีแก้ไข ฯลฯ มากกว่าประเด็นอื่นๆ

- Social Construction of Reality (ทฤษฎีการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม) ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่า วิธีการนำเสนอ/ทำที่/การเล่าเรื่อง... เนื้อหาในสื่อ นั้นจะมีผลสืบเนื่องมาถึงการประกอบสร้าง

ความหมาย สร้างอัตลักษณ์ สร้างอุดมการณ์ต่างๆให้แก่ประเด็นนั้นๆ เช่น การประกอบสร้างความหมายของ “วิกฤติพลังงาน” ความหมายของ “ขยะ” ฯลฯ

(12.2) **แง่มุมของการวิเคราะห์เนื้อหา** ในการวิเคราะห์เนื้อหา โดยทั่วไปมักจะประกอบด้วย 2 มิติใหญ่ที่เปรียบเสมือนเป็นด้านหัวและด้านท้ายของเนื้อหา คือส่วนที่เป็น “เนื้อหา” (content) และส่วนที่เป็น “วิธีการนำเสนอ” (presentation) และเนื่องจากการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีการทำงานกับ “ข้อมูลที่มีอยู่แล้ว” (existing data) ที่เกิดขึ้นมาก่อน จะมีการทำงานวิจัย (ซึ่งแตกต่างจากการใช้เครื่องมือวิจัยประเภทอื่นๆ เช่น การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม) ดังนั้น ในการวิเคราะห์เนื้อหา นักวิจัยจึงต้องสร้าง “เกณฑ์การวิเคราะห์” (categories) ในการวิเคราะห์ขึ้นมา ตัวอย่างของเกณฑ์การวิเคราะห์เรื่องการสื่อสารสิ่งแวดล้อมก็เช่น

- **ความถูกต้อง (accuracy)** ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า เนื้อหาเรื่องสิ่งแวดล้อม (โดยเฉพาะที่ปรากฏในประเภทรายการข่าว/สารคดี-รายการที่เป็นเรื่องจริง - factual) นั้นเป็นข้อเท็จจริงทางวิทยาศาสตร์ ฉะนั้น เกณฑ์เรื่อง “ความถูกต้อง” จึงมีความสำคัญที่สุด การประเมินความถูกต้องของเนื้อหานี้อาจจะต้องให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ประเมิน เช่น นักวิทยาศาสตร์ แต่ในเวลาเดียวกัน ก็อาจจะให้กลุ่มผู้รับสารที่เป็นประชาชนทั่วไปเป็นผู้ประเมินเพื่อตรวจสอบการรับรู้และความเชื่อมั่นของผู้รับสาร เช่น อ่านแล้วเข้าใจไหม รู้สึกว่าเกี่ยวข้องกับตัวเองไหม นำเอาข้อแนะนำไปใช้ได้หรือไม่ เป็นต้น

- **มีเนื้อหาอะไรบ้างที่เกี่ยวข้อง** ตัวอย่างเช่น ในเหตุการณ์ประท้วงการสร้างเขื่อน กลุ่มผู้สนับสนุน กลุ่มผู้ประท้วง เจ้าหน้าที่รัฐ ประชาชนในพื้นที่ ได้ให้เหตุผลอะไรเกี่ยวข้องกับเรื่องอะไรบ้าง ผลการวิเคราะห์เนื้อหาดังกล่าวจะช่วยให้ผู้วิจัยเกิดความเข้าใจว่าประเด็นสิ่งแวดล้อมมีปัจจัยอะไรเกี่ยวข้องบ้าง

- **แหล่งข่าว** เกณฑ์นี้จะสำคัญมากขึ้นในกรณีที่เกิดมีวิกฤติการณ์หรือความขัดแย้งระหว่างกลุ่มต่างๆ การวิเคราะห์แหล่งข่าวจะสะท้อนกลับให้เห็นถึงความเป็นกลางและขีดความสามารถในการทำงาน รวมทั้งอิสระเสรีภาพในการทำงานของสื่อมวลชนเอง

- **ระดับต่างๆของสิ่งแวดล้อม** จากการแบ่งระดับต่างๆของสิ่งแวดล้อมที่ได้กล่าวมาข้างต้น นักวิจัยอาจจะนำมาใช้เป็นเกณฑ์เพื่อประเมินว่า เนื้อหาข่าวสิ่งแวดล้อมนั้นเน้นหนักไปในระดับใด เช่น สิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องวินัยของบุคคล เป็นเรื่องความขัดแย้งในระบบโครงสร้างสังคม หรือเป็นเรื่องที่ต้องยกเครื่องปรับเปลี่ยนวิถีชีวิต และวิถีการผลิตของสังคมทั้งหมด

ส่วนผู้ที่จะเป็นผู้ลงรหัสตามเกณฑ์ที่วางไว้นั้น ก็อาจจะให้มีความหลากหลายเช่น เป็นนักสิ่งแวดล้อม เจ้าของโรงงาน (ภาคธุรกิจ) ประชาชน นักวิทยาศาสตร์ นักสื่อมวลชน ฯลฯ ทั้งนี้จะช่วยให้เห็นจุดร่วมและจุดต่างระหว่างความเข้าใจของคนกลุ่มต่างๆได้

- **ช่วงเวลา (periodisation)** จากตัวอย่างงานวิจัยทั้งหมดที่ได้กล่าวถึงมา หากใช้เกณฑ์เรื่อง “ช่วงเวลา” เป็นเกณฑ์แบ่ง เราอาจจะแยกงานวิจัยทั้งหมดออกได้เป็น 2 ช่วงเวลา คือช่วงเวลาปกติธรรมดา (normal period) และช่วงเวลาวิกฤติ (crisis period) เช่นช่วงที่มีความขัดแย้งและเราจะพบว่าตัวแปร/บริบทเรื่องช่วงเวลานั้นจะเข้ามามีผลต่อการสร้าง/การนำเสนอเนื้อหาอย่างมาก ดังนั้น เกณฑ์หนึ่งที่เราจะต้อง “ติดป้าย” บอกประเภทของงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอก็คือ เป็นการศึกษานี้อาศัยภายใต้บริบทของช่วงเวลาแบบใด

สำหรับตัวอย่างงานวิจัยในกรณีที่เกิดวิกฤติการณ์หรือเกิดความขัดแย้งในประเด็นสิ่งแวดล้อม ก็เช่น อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (1992) วิเคราะห์เนื้อหาสื่อมวลชนในกรณีเกิดความขัดแย้งเรื่องการสร้างเขื่อนแก่งกรุง จ.สุราษฎร์ธานี เพื่อต้องการดูว่าสื่อมวลชนได้เลือกเนื้อหาและมีวิธีการนำเสนออย่างไรและนอกจากฝ่ายสื่อมวลชนแล้ว บรรดาแหล่ง

ข่าวโดยเฉพาะฝ่ายนักสิ่งแวดล้อมเองได้มีวิธีการเข้ามาใช้สื่อมวลชนอย่างไรบ้าง

ในฝ่ายของสื่อมวลชนนั้น เนื้อหาที่ถูกเลือกนำมาเสนอ และวิธีการที่ถูกเลือกนำมาใช้นำเสนอนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากธรรมชาติที่ไม่ลงตัวกันระหว่างสื่อกับเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ได้กล่าวมาตั้งแต่แรก กล่าวคือ การเคลื่อนไหวทางสิ่งแวดล้อมไม่รวดเร็วพอที่จะมีเรื่องตื่นเต้นมาให้พาดหัวข่าวได้ทุกวัน ดังนั้น นักข่าวจึงต้องใช้ทักษะด้านการข่าวในการดำรงรักษากระแสความสนใจของสาธารณะ ผลการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวจึงพบว่าในระยะเริ่มต้นสื่อจะนำเสนอข้อมูลการโต้เถียงที่วางอยู่บนพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ แต่ในระยะต่อมา เมื่อองค์กรประชาชนและกลุ่มต่อต้านการสร้างเขื่อนเห็นว่าการนำเสนอข้อเท็จจริงนั้นคงจะไม่ได้ผล จึงเริ่มเกิดการชุมนุมประท้วงขึ้น ในขั้นตอนนี้ สื่อเริ่มใช้ทักษะแบบนักข่าวสายการเมืองด้วยการคาดการณ์ว่าจะเกิดความรุนแรงขึ้นเพื่อกระตุ้นความสนใจของสาธารณะ ในระยะต่อมา ประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมเริ่มเคลื่อนย้ายกลายเป็นประเด็นทางการเมือง และสื่อก็เริ่มเลือกเนื้อหาประเภทขุดคุ้ยว่า แต่ละฝ่ายมีผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและการเมืองอะไรบ้าง ในช่วงเวลานี้แหล่งข่าวส่วนใหญ่จะเริ่มเปลี่ยนเป็นนักการเมืองเป็นส่วนใหญ่

• **วิธีการเล่าเรื่อง** หลังจากทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา ได้เกิดทฤษฎีสำนึกใหม่ขึ้นมาในแวดวงสื่อสารศึกษาคือ ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษา (Cultural Studies) หรือที่รู้จักกันในนามของ “สำนัก Birmingham” วิธีการวิจัยของทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษาจะเริ่มเปลี่ยนจากวิธีการวิจัยเชิงปริมาณมาเป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสนใจเรื่องของกระบวนการสร้าง การเปลี่ยนแปลงและการต่อสู้ทางความหมายของกลุ่มที่มีพลังอำนาจต่างกันในสังคม และเครื่องมือการวิจัยขั้นสำคัญที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ก็คือ เครื่องมือการสื่อสารที่เรียกว่า “การเล่าเรื่อง” (Narrative) แม้ว่าในยุคเริ่มแรก การใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ “การเล่าเรื่อง” นี้จะใช้กับเนื้อหาประเภทเรื่องแต่ง (fiction) เช่น ภาพยนตร์ ละคร ฯลฯ

แต่ทว่าในระยะต่อมา เครื่องมือนี้ก็ได้นำมาใช้กับเนื้อหาสื่อประเภทเรื่องจริงทั้งหลาย เช่น ข่าว สารคดี (ดูตัวอย่างในตอนต่อไป)

(12.3) การวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณ ควบคู่กับการศึกษาผู้รับสาร (ในแนวทฤษฎีผลกระทบของสื่อ) การวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณก็เกิดมาตั้งแต่ยุคแรกของงานวิจัยการสื่อสารสิ่งแวดล้อม และยังคงมีมาอย่างต่อเนื่องจนถึงยุคปัจจุบัน โดยอาจจะเปลี่ยนแปลงในรายละเอียดไปบ้าง เช่น ประเภทของสื่อที่ใช้ศึกษา เกณฑ์ที่ใช้วิเคราะห์เนื้อหา ฯลฯ ทั้งนี้ น่าจะเนื่องมาจากเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า การวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณนั้นสามารถตอบโจทย์ได้อย่างหลากหลายตามแนวคิดทฤษฎีที่หนุนหลังอยู่ดังตัวอย่างที่จะยกมาแสดงให้เห็นพอสังเขปดังนี้

(ก) **การสำรวจเนื้อหาสิ่งแวดล้อมแบบทั่วไป** ในปีพ.ศ.2532 ซึ่งเริ่มเป็นทศวรรษแรกๆที่ปัญหาสิ่งแวดล้อมเริ่มถูกจุดประกายความสนใจขึ้นมาในสังคม นฤมล ศรีสว่าง (2532) ก็ได้ทำการสำรวจเนื้อหาปัญหาสิ่งแวดล้อมแบบทั่วไปที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยในงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาปริมาณและปัญหาการนำเสนอข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย” นักวิจัยคัดเลือกหนังสือพิมพ์ 9 ฉบับที่เป็นตัวแทนของประเภทหนังสือพิมพ์ 3 ประเภท คือ เชิงประชานิยม เชิงคุณภาพ กึ่งประชานิยม-กึ่งคุณภาพ ช่วงเวลาเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2530 โดยเลือกวิเคราะห์เนื้อหา 12 ประเภท เช่น ปัญหาเรื่องแหล่งน้ำ ป่าไม้ พลังงาน สัตว์ป่า ฯลฯ

ผลการศึกษาตอบโจทย์ข้อแรกว่า เนื้อหาข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่ถูกนำเสนอมากที่สุดคือเรื่องทรัพยากรป่าไม้และสัตว์ป่า (เนื่องจากปริมาณที่ลดลงอย่างรวดเร็วเห็นได้ชัดเจน) หนังสือพิมพ์ที่ให้เนื้อที่นำเสนอข่าวสิ่งแวดล้อมมากที่สุดเป็นหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพ (คือสยามรัฐ) และหนังสือพิมพ์ประเภทคุณภาพนำเสนอปริมาณเนื้อหาเรื่องสิ่งแวดล้อมมากกว่าอีก 2 ประเภท (ประชานิยม และ

กึ่งประชานิยม-กึ่งคุณภาพ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนแหล่งที่มาของข่าวสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาตินั้น ส่วนใหญ่มาจากหน่วยงานของรัฐที่มีขอบข่ายงานเกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

ผลการศึกษาปัญหาในการเสนอข่าวด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาตินั้น โดยสรุปแล้วพบว่าปัญหาส่วนใหญ่ที่หน่วยงานด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติมักประสบคือ ปัญหาข่าวแจกที่ส่งให้กับหนังสือพิมพ์รายวันชื่อฉบับต่างๆ ไม่ได้รับการตีพิมพ์ และปัญหาการขาดแหล่งข้อมูลในการเขียนข่าวแจก ส่วนปัญหาที่บุคลากรหนังสือพิมพ์รายวันมักประสบในการเสนอข่าวสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในหนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ ปัญหาการขาดแหล่งข้อมูลเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังได้แก่ ปัญหาความไม่สมบูรณ์ของข่าวแจกที่ได้รับจากหน่วยงานสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

(ข) การสำรวจเนื้อหาสิ่งแวดล้อมเฉพาะพื้นที่ อีก 2 ปีต่อมา จากงานของนฤมล ศรีสว่าง (2532) คือในปีพ.ศ.2534 ณรงค์ ขาววิจิตร (2534) ก็สำรวจเนื้อหาสิ่งแวดล้อมเช่นกัน แต่ครั้งนี้จำกัดเฉพาะเนื้อหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนกรุงเทพมหานครที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์รายวัน นักวิจัยเลือกหนังสือพิมพ์รายวัน 6 ฉบับที่เป็นตัวแทนของหนังสือพิมพ์ 3 ประเภท คือประเภทคุณภาพ ประเภทปริมาณ และประเภทกึ่งคุณภาพ กึ่งปริมาณ ที่นำเสนอเรื่องสิ่งแวดล้อมในชุมชนกรุงเทพมหานครช่วงปี พ.ศ.2531-2533

ส่วนเกณฑ์วัดประเภทเนื้อหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนกรุงเทพมหานครนั้น ผู้วิจัยใช้เกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2529 ที่แบ่งว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานครมี 9 ประเด็นหลักๆ ผลการวิจัยพบว่า ปริมาณความถี่ในการนำเสนอเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ 1. การคมนาคมขนส่ง 2. ชุมชนแออัด 3. มลพิษทางอากาศและเสียง 4. มลฝอย 5. น้ำท่วมและระบบระบายน้ำ 6. การ

ประปา 7. มลพิษทางน้ำ 8. พื้นที่เขียวขจี และ 9. แผ่นดินทรุด ซึ่งน่าจะ
เป็นปัญหาการจราจรที่เป็นปัญหาที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดในกรุงเทพมหานคร
และพบว่าในบรรดาหนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 6 ชื่อฉบับ หนังสือพิมพ์เดลิ-
นิวส์เป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่มีความถี่ในการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารทางด้าน
สิ่งแวดล้อมในชุมชนกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาได้แก่ สยามรัฐ
มติชน ไทยรัฐ บ้านเมืองและแนวหน้าตามลำดับ

ในการเสนอเนื้อหาทางด้านสิ่งแวดล้อมในชุมชนกรุงเทพมหานครของหนังสือพิมพ์รายวันทั้ง 6 ชื่อฉบับ พบว่า ลักษณะการนำเสนอที่
พบมากที่สุด คือการนำเสนอในรูปของข่าว รองลงมาได้แก่ บทความ
ภาพประกอบคำบรรยาย จดหมายจากผู้อ่าน การ์ตูน บทบรรณาธิการ
และสารคดีตามลำดับ

สำหรับความถี่ในการเสนอเนื้อหาข่าวสารทางด้านสิ่งแวดล้อม
ในชุมชนกรุงเทพมหานคร ในช่วงปีพ.ศ.2531-2533 พบว่า หนังสือพิมพ์
รายวันมีความถี่ในการนำเสนอเนื้อหาทางด้านสิ่งแวดล้อมในชุมชนกรุงเทพ-
มหานคร มากที่สุดคือ 128 ชิ้น ในปี พ.ศ.2533 รองลงมาได้แก่ปีพ.ศ.
2531 มี 94 ชิ้น และพ.ศ.2532 มี 92 ชิ้น

ส่วนการให้ความสำคัญของเนื้อหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนกรุงเทพ-
มหานครของหนังสือพิมพ์ทั้ง 6 ฉบับนั้น อยู่ในสัดส่วนร้อยละ 0.64-1.15
ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าสัดส่วนดังกล่าวสะท้อนว่าหนังสือพิมพ์รายวันของ
ไทยยังให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาทางด้านนี้น้อยมาก (อาจจะ
เป็นเพราะขอบเขตของหนังสือพิมพ์เป็นระดับประเทศ แต่ปัญหาที่ศึกษา
เป็นปัญหาเฉพาะพื้นที่กรุงเทพมหานครก็ได้)

(ค) การสำรวจเนื้อหาที่เป็นประเด็นเฉพาะ ได้แก่งานวิจัยที่
ทำการวิเคราะห์เนื้อหาที่กำหนดประเด็นเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อมเอาไว้ เช่น
งานวิจัยของสิริพร วิฑูรเวท (2534) เรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาของ
หนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า” หรืองานวิจัยของโอพาร์
โอพาร์รัตน์ (2552) เรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาด้านภาวะโลกร้อนที่ปรากฏ



ในหนังสือพิมพ์ออนไลน์” ที่เราจะดูรายละเอียดดังนี้

ในช่วงเวลาที่ศึกษานั้น เทคโนโลยีการสื่อสารของสื่อใหม่ (New media) เช่น คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ได้ส่งผลกระทบต่อสื่อมวลชนแบบดั้งเดิมเช่นหนังสือพิมพ์ต้องมีการปรับตัวและเกิดเป็นหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่นำเสนอข่าวสารในรูปแบบของเว็บไซต์ ซึ่งอาจจะมีเนื้อหาเหมือนกับหนังสือพิมพ์ฉบับตีพิมพ์หรืออาจเหมือนเป็นบางส่วน ในส่วนประเด็นเรื่อง “โลกร้อน” ถือว่าเป็นปัญหาใหม่ล่าสุดของเรื่องสิ่งแวดล้อมและเป็นปัญหาร่วมระดับโลก นี่จึงเป็นที่มาของงานวิจัยของโอพาร์ที่สนใจวิเคราะห์เนื้อหาประเด็นโลกร้อนในหนังสือพิมพ์ออนไลน์ว่า มีแง่มุมอะไรบ้าง มีกลยุทธ์การนำเสนออย่างไร และมีบทบาทอะไรบ้าง

นักวิจัยเลือกตัวแทนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในระดับแนวหน้าของ 4 ประเทศ คือ USA TODAY ของอเมริกา THE SUN ของอังกฤษ JAPAN TIMES ของญี่ปุ่น และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ของไทย เก็บข้อมูลในช่วงเวลา 2 เดือน คือ มิถุนายน-กรกฎาคม 2552

ผลการวิจัยที่ตอบโจทย์แต่ละข้อมีดังนี้

(i) ประเภทของเนื้อหาเรื่องภาวะโลกร้อน พบเนื้อหา 5 ประเภทคือ

(1) ด้านสิ่งแวดล้อมและผลกระทบ (Environment and Impact) เช่น ภาวะเรือนกระจก (Greenhouse Effects) ก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas) ก้อนน้ำแข็งที่ขั้วโลกเหนือละลายมากขึ้นในทุกๆปี เป็นต้น

(2) มาตรการส่งเสริมการลดคาร์บอน (Carbon Reduction Campaign) เช่น คาร์บอนเครดิต (Carbon Credit) ฉลากคาร์บอน (Carbon Label) และคาร์บอนฟุตพริ้นท์ (Carbon Footprint) เป็นต้น

(3) การประหยัดพลังงาน (Energy Saving) เช่น การรีไซเคิลขยะ การประหยัดไฟ การประหยัดน้ำมัน เป็นต้น

(4) นวัตกรรม (Innovation) เช่น การประดิษฐ์รถยนต์ไฟฟ้า แทนการใช้น้ำมัน เป็นต้น

(5) เนื้อหาเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนโดยทั่วไป เช่น การประชุมวิชาการด้านภาวะโลกร้อน บทความเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนทั่วไป เป็นต้น

ในเนื้อหาทั้ง 5 ประเภทนี้ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้ง 4 ฉบับ เลือกให้ความสำคัญแตกต่างกันคือ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ USA TODAY และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ THE SUN เน้นการเสนอเนื้อหาประเภทสิ่งแวดล้อมและผลกระทบ ส่วนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ JAPAN TIMES และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์เน้นการเสนอเนื้อหาประเภทมาตรการส่งเสริมการลดคาร์บอน และประเภทนวัตกรรม

(ii) การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อตอบโจทย์เรื่องบทบาทของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ผู้วิจัยวัดบทบาทใน 5 บทบาทคือ

(1) การให้ข่าวสาร (information) เช่น การให้ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสภาพการณ์ในสังคม การบอกให้ทราบถึงสัมพันธภาพแห่งอำนาจ การช่วยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรม การปรับตัวและความก้าวหน้า

(2) การประสานสัมพันธ์ (Correlation) เช่น การอธิบายแปลความและวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับความหมายของเหตุการณ์และข่าวสาร การให้ความสนับสนุนแก่อำนาจหน้าที่และปทัสถานที่ยอมรับกันแล้ว การทำให้เกิดการสังคมนับประกิต (Socializing) การประสานกิจกรรมต่างๆ ของสังคมเข้าด้วยกัน การทำให้เกิดความยินยอมพร้อมใจกัน (Consensus) การจัดระเบียบอะไรก่อนหลัง อะไรสำคัญกว่าอะไร

(3) ความต่อเนื่อง (Continuity) เช่น การแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมหลักและการยอมรับวัฒนธรรมรอง รวมทั้งการพัฒนาการของวัฒนธรรมใหม่ การก่อให้เกิดและธำรงไว้ซึ่งค่านิยมพื้นฐานของคนทั่วไป (Commonality of values)

(4) ความบันเทิงเรีงรมย์ (Entertainment) เช่น การให้ความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และการพักผ่อนหย่อนใจ การลดความตึงเครียด

ทางสังคม

(5) การระดมสรรพกำลัง (Mobilization) เช่น การรณรงค์ด้านการเมือง สงคราม การพัฒนาทางเศรษฐกิจการพัฒนา การทำงานและการศาสนา เพื่อวัตถุประสงค์ของส่วนรวม

จากบทบาททั้ง 5 นี้ ผลการวิจัยน่าสนใจว่า บทบาทที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์ทั้ง 4 ฉบับแสดงมากเป็นอันดับแรกคือการให้ข่าวสารข้อมูล และบทบาทที่สองรองลงมาคือ บทบาทการระดมสรรพกำลังซึ่งตามปกติสื่อมวลชนทั่วไป เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ มักจะแสดงบทบาทที่สองนี้ไม่ได้ หากทว่าสื่อใหม่เช่นสื่อออนไลน์มีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากสื่อมวลชนแบบเดิมคือ เป็นสื่อแบบสองทางที่มีปฏิกริยาตอบโต้กันได้ (interactive) จึงสามารถแสดงบทบาทการเคลื่อนไหวเพื่อเข้าไ้ปัญหาได้อย่างมาก

(iii) สำหรับกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยวางกรอบไว้ 5 กลยุทธ์คือ

(1) หลักการเสริมแรง (Principle of reinforcement) คือ เนื้อหาที่สามารถขยายประสบการณ์เดิมหรือส่งเสริมทัศนคติที่มีมาก่อน

(2) หลักการให้ความรู้ที่เฉพาะเจาะจง (Principle of specify) เช่น พุดเรื่องเฉพาะที่เกี่ยวข้อง เช่น พรรคการเมืองที่เล่นเรื่องโลกร้อน

(3) หลักความสัมพันธ์สอดคล้อง (Principle of relevance) ได้แก่เนื้อหาที่ตรงกับประสบการณ์ที่ผู้รับสารกำลังเผชิญอยู่

(4) หลักการใช้ภาพประกอบเนื้อหา (Principle of pictorial context)

(5) หลักของความเป็นรูปธรรม (Principle of subjectivity) เช่น เสนอข่าวผลกระทบจากภาวะโลกร้อนทำให้ผลผลิตทางการเกษตรลดลง

ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์ออนไลน์ 3 ฉบับคือ อเมริกา

อังกฤษ และผู้จัดการเน้นกลยุทธ์การนำเสนอเนื้อหาโดยใช้ภาพประกอบเนื้อหา ซึ่งก็น่าจะเนื่องมาจากธรรมชาติของสื่อออนไลน์นั้นเอื้ออำนวยให้นำเสนอภาพได้ง่าย ส่วนหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของญี่ปุ่นเน้นหลักของความสัมพันธ์สอดคล้อง

(12.4) การวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพหมายถึงการวิเคราะห์เนื้อหาที่เปลี่ยนทฤษฎีและกระบวนการทัศน์ที่ใช้เป็นตัวช่วยหนุนหลัง เช่น เปลี่ยนจากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการทางสถิติมาเป็นการใช้ทฤษฎีเป็นตัวเลือก เปลี่ยนจากการตั้งโจทย์การวิจัยเชิงปริมาณว่า “มีเนื้อหาอะไร/มากน้อยเท่าใด” (How much) มาเป็น “ทำไมจึงเกิดเนื้อหาเช่นนั้น (Explanation) เปลี่ยนจากการแจกแจงความถี่ (Quantity/frequency) มาเป็น “การตีความหมาย” (interpretative) กล่าวคือ เปลี่ยนจากการใช้ทฤษฎีกระบวนการทัศน์กระแสหลักด้านนิเทศศาสตร์ (mainstream paradigm) มาเป็นกลุ่มทฤษฎีวิวัฒนาการที่เน้นสัญญาณและการประกอบสร้างความหมาย การต่อสู้ด้านความหมาย/อุดมการณ์แทน

มีตัวอย่างงานศึกษาจากต่างประเทศที่แม้จะใช้วิธีการแจกแจงปริมาณแต่ก็ได้ตีความในเชิงคุณภาพประกอบไปด้วย เช่น งานของ C. Collins & S. Keplart (1995) ศึกษากรณีการนำแนวคิดด้านวิทยาศาสตร์เรื่อง “ความหลากหลายทางชีวภาพ” มานำเสนอในรูปของข่าวสารในสื่อมวลชนประเภทต่างๆ โดยทำการศึกษาในลักษณะพัฒนาการ กล่าวคือ ได้วิเคราะห์เนื้อหาในสื่อมวลชนเรื่อง “ความหลากหลายทางชีวภาพ” ตั้งแต่ปีค.ศ.1986-1993 ปัญหาการวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการแสวงหาคำตอบก็คือ ในการแปลแนวคิดทางวิทยาศาสตร์มาเป็นรูปแบบของสื่อ นั้น สื่อได้ตีความหรือสร้างความหมาย (reconstruct) แนวคิดนี้อย่างไรบ้าง ความสนใจของสื่อต่อแนวคิดดังกล่าวในช่วงระยะเวลาต่างๆเป็นอย่างไรบ้าง ผู้วิจัยได้สร้างเกณฑ์ต่างๆ (categories) ขึ้นมาสำหรับการวิเคราะห์



เนื้อหาเช่น key words/terminology แนวคิดที่เน้นด้านชีวภาพ กรอบของการตีความ (Rhetorical Frames) และกรอบของการให้คำอธิบาย (Frame Explanation) และได้ใช้ผู้ลงรหัสเนื้อหาเป็นตัวแทนจากกลุ่มต่างๆ เช่น นักสิ่งแวดล้อม ตัวแทนทางการ นักวิทยาศาสตร์

ผลจากการวิเคราะห์เนื้อหาที่ผ่านมาในรอบ 8 ปี ผู้วิจัยได้ข้อสรุปว่า ยิ่งนับวันก็ยังมีปริมาณการใช้คำ/แนวคิดเรื่อง “ความหลากหลายทางชีวภาพ” เพิ่มมากขึ้น และเป็นการใช้ในลักษณะที่มีการยอมรับมากขึ้น และยิ่งนับวัน คำอธิบายแนวคิดนี้ก็ยังมีลักษณะที่ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น โดยได้มีการเปลี่ยนคำนิยามจากที่เคยใช้มาก่อนในอดีต

สำหรับกรณีงานวิจัยของไทย เราได้ยกตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพมาบ้างแล้วในหัวข้องานวิจัยที่ใช้ทฤษฎีวิวัฒนาการศึกษา ในที่นี้จึงจะยกตัวอย่างงานวิจัยที่มีการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อเสริมความเข้าใจมากขึ้นสัก 2 ตัวอย่าง

(1) จีรวรรณ กมลรัตน์โยธิน (2536) เรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาและความหมายของรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์” เราได้กล่าวถึงงานวิจัยชิ้นนี้ไปบ้างแล้วในเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหารายการสารคดีทางโทรทัศน์ในช่วงกระแสสูงด้านปัญหาและความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมในสังคมไทย คือช่วงปีพ.ศ.2532-2534 เพื่อตรวจสอบจุดยืนด้านสิ่งแวดล้อมของรายการสารคดีเหล่านั้น

และนอกเหนือจากการตรวจสอบจุดยืนดังกล่าวแล้ว จีรวรรณ นักวิจัยยังได้พบการสร้างความหมายขององค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมที่ปรากฏอยู่ในรายการเหล่านั้นเช่น

- ความหมายเรื่อง “การแก้ไขจัดการสิ่งแวดล้อม” ผลการวิจัยพบว่ามีความหมาย 2 แบบในรายการเหล่านี้ ความหมายแรก “สิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่จัดการได้โดยไม่ปฏิเสธแนวทาง/แบบแผนการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน” (มาจากจุดยืนที่ผู้วิจัยเรียกว่า “กลุ่มรณรงค์/อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”) และความหมายที่สอง “สิ่งแวดล้อมจะเป็นปัญหาที่จัดการ

ไม่ได้หากไม่มีการเปลี่ยนแปลงระบบ/แนวทางการพัฒนาประเทศ” (เป็นจุดยืนที่เรียกว่า “กลุ่มปฏิรูป/กลุ่มเปลี่ยนแปลงระบบ”) อย่างไรก็ตามในความหมายที่สองนี้ยังไม่ได้ปฏิเสธการพัฒนาประเทศไปโดยสิ้นเชิง แต่เรียกร้องว่า “ต้องพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆกัน”

- ความหมายเรื่อง “จะจัดการสิ่งแวดล้อมที่ใคร และใครจะเป็นคนจัดการ” ผลการวิจัยพบว่า ความหมายของผู้สร้างปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เป็นกระแสหลัก คือ “ปัจเจกบุคคล” ดังนั้น การจัดการสิ่งแวดล้อมจะต้องเปลี่ยนแปลงที่ระดับ “ตัวบุคคล” มากที่สุด เช่น ต้องเลิกทิ้งขยะ ต้องประหยัดพลังงาน/น้ำ ต้องมีระเบียบวินัย... ฯลฯ ส่วน “ผู้ที่ถูกคาดหวังจะเป็นผู้แก้ไขปัญหาหลัก” มักจะถูกสร้างความหมายให้เป็น “รัฐ” (ซึ่งหมายความว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาสาธารณะจึงต้องอยู่ในความรับผิดชอบของรัฐ)

ในส่วนรายละเอียดขององค์ประกอบของการเล่าเรื่องจะยืนยันข้อสรุปภาพรวมที่ได้กล่าวมาข้างต้น ตัวอย่างเช่น การสร้างตัวละคร (characterization) ในข่าวหนังสือพิมพ์ที่ได้สร้างตัวละครขึ้นมาเป็นกลุ่มๆ ตามหลักการเล่าเรื่อง เช่น กลุ่มพระเอกคือ กลุ่มชาวบ้านและนักอนุรักษ์ กลุ่มผู้ร้ายก็คือ การไฟฟ้าฝ่ายผลิต กลุ่มผู้ช่วยพระเอกได้แก่นักวิชาการที่เข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้/ข้อมูลแก่ชาวบ้าน เป็นต้น หรือมีฉาก ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญของการเล่าเรื่อง ซึ่งพบว่ามี 4 ฉาก คือฉากปะทะกันระหว่างคน 2 กลุ่ม ฉากเดินประท้วง ฉากความร่วมมือระหว่างรัฐกับชาวบ้านในการแก้ไขปัญหา และฉากเศร้าสะเทือนใจ

ในส่วนของ “แก่นเรื่อง” (theme) ซึ่งเป็นที่อยู่ของ “อุดมการณ์” ที่ชัดเจนที่สุด ผลการวิจัยพบว่ามีแก่นเรื่อง/อุดมการณ์ 3 ประเภทที่ปรากฏในข่าวคือ

- (1) อุดมการณ์เรื่องผลประโยชน์ และการแย่งชิงผลประโยชน์ระหว่างภาครัฐ (กฟผ.) กับภาคประชาชน
- (2) อุดมการณ์เรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการของ

รัฐ ซึ่งทั้ง 2 ฝ่ายต่างผลิตวาทกรรมที่เกี่ยวกับ “การมีส่วนร่วม” ตามความหมายของตัวเอง

(3) อุดมการณ์เรื่อง “พลังงานทางเลือก/พลังงานสะอาด” ผลการวิจัยพบว่าฝ่ายที่ผลิตอุดมการณ์นี้มีแต่ฝ่ายคัดค้านเท่านั้น โดยไม่ปรากฏในข่าวของฝ่ายสนับสนุน

สำหรับเรื่อง “จุดยืนของผู้เล่าเรื่อง” (Narrator's standpoint) มีข้อค้นพบที่น่าสนใจว่า ส่วนใหญ่แล้วหนังสือพิมพ์มีแนวโน้มนำเสนออุดมการณ์ของฝ่ายคัดค้าน อย่างไรก็ตาม เมื่อเหตุการณ์ยังไม่มีบทสรุป หนังสือพิมพ์กลับทำให้ข่าวหายไป (น่าจะเป็นเพราะไม่มีเหตุการณ์ตื่นตื่นพอที่จะเล่า) แต่หากดูภาพโดยรวมแล้ว จะพบว่า หนังสือพิมพ์ไม่ได้ยืนอยู่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งอยู่ตลอดเวลา หากแต่มีการนำเสนอข่าวที่พลิกข้างไปมาและไม่เข้าข้างใครอย่างแท้จริง

(12.5) การวิเคราะห์การนำเสนอ ดังได้กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การวิเคราะห์เนื้อหาที่เปรียบเสมือนเหรียญที่มี 2 ด้าน ในขณะที่ด้านหัวคือ “ตัวเนื้อหา” นั้น ด้านก้อยก็คือ “วิธีการนำเสนอ” และหากเปรียบเทียบความสำคัญกันแล้ว ในขณะที่ “ตัวเนื้อหา” นั้นอาจจะรับรู้ได้จาก “ผู้รับสารทั่วไป” ที่เป็นคนวงนอกเพราะเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ หากว่า “วิธีการนำเสนอ” นั้นจะรับรู้ได้จาก “คนวงในด้วยกัน” เป็นส่วนใหญ่ เพราะเป็นสิ่งที่อาจจะมองเห็นไม่ได้ จึงมีความสำคัญในระดับสูง

จากความสำคัญของวิธีการนำเสนอดังกล่าว จึงน่าจะเป็นเหตุผลที่ในแวดวงวิชาการต่างประเทศมักจะทำให้ความสนใจค้นคว้าเรื่อง “วิธีการนำเสนอ” ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์เนื้อหาอยู่เสมอ ดังเช่นในกรณีของงานวิจัยสื่อสารสิ่งแวดล้อม เช่น Salomone et al (1990) ตั้งข้อสังเกตว่า ในกรณีที่มีวิกฤตการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้น เช่น โรงงานแก๊สระเบิด เรือบรรทุกน้ำมันล่ม ฯลฯ วิธีการรายงานข่าวของสื่อมวลชนมักจะใส่สีใส่ไข่ (exaggeration) เร้าอารมณ์ (Sensational) ตัดตอน (omission)

บิดเบือน (distortion) อันมีผลทำให้ประชาชนมัวห้วงกังวลแต่เรื่องเล็กน้อยๆ โดยมองข้ามอันตรายที่มีความสำคัญจริงๆ

- ความหมายของ “วัตถุสิ่งของ” ผู้วิจัยได้หยิบยกกรณีของ “กระดาษและพลาสติก” มาแสดงให้เห็นการสร้าง ความหมายของวัตถุทั้ง 2 ชนิดว่า หากผลิตภัณฑ์ทุกอย่างหันมาใช้กระดาษ จะต้องทำลายป่าไปอีกนับร้อยๆ ล้านเอเคอร์ ดังนั้น “พลาสติกจึงมีความหมายว่าเป็นทางเลือกที่จำเป็นต้องเลือก”

- ความหมายของ “ธรรมชาติ” ในทัศนะของคนเมืองและคนชนบท ผลการวิจัยพบว่า ธรรมชาติในทัศนะของคนเมืองนั้นจะเป็นเรื่องสุนทรียภาพ (เช่นป่าไม้อันร่มรื่น) การพักผ่อนหย่อนใจ ความสะอาด ฯลฯ แต่ทว่าธรรมชาติในความหมายของคนชนบทจะเป็นเรื่องของการดำรงชีวิต เช่น ฝนแล้ง ดินเปรี้ยว ฯลฯ

และจากจุดยืนแบบทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง นักวิจัยจึงได้วิเคราะห์ว่า การประกอบสร้างความหมายจากเนื้อหารายการเหล่านี้ย่อมเกิดมาจากอำนาจจากแหล่งพลังต่างๆ เช่น กรณีของเนื้อหาเรื่องพลาสติกนั้น ผู้สนับสนุนรายการคือบริษัทปิโตรเคมีแห่งชาติจำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผลิตเม็ดพลาสติกรายใหญ่รายหนึ่ง เนื้อหารายการจึงไม่สามารถจะสร้างความหมายในแง่ลบให้แก่พลาสติกได้ เป็นต้น

(2) สิริวันท์ กลิ่นละมุน (2545) เรื่อง “การสะท้อนอุดมการณ์ผ่านการเล่าเรื่องในช่วงกรณีความขัดแย้งโรงไฟฟ้าบ่อนอก” งานวิจัยชิ้นนี้ได้ใช้เครื่องมือการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ คือ “การเล่าเรื่อง” (Narrative) ซึ่งผลลัพธ์จากการใช้เครื่องมือดังกล่าวนอกจากจะให้ “เนื้อหา” แล้ว ก็ยังให้ผลลัพธ์ที่เป็น “อุดมการณ์” (ideology) ต่างๆอีกด้วย

กรณีที่ใช้ศึกษาคือ ความขัดแย้งของการก่อสร้างโรงไฟฟ้าที่บ่อนอก จ.ประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งการไฟฟ้าฝ่ายผลิต (กฟผ.) เริ่มวางโครงการมาตั้งแต่ปี.ศ.2537 แต่ก็ได้เริ่มเป็นประเด็นความขัดแย้งที่ถูกรายงานผ่านสื่อมวลชนมาตั้งแต่ปี.ศ.2542-2545 โดยมีคู่ขัดแย้งกับกฟผ.คือกลุ่มผู้

คัดค้านการสร้างโรงไฟฟ้าอันได้แก่กลุ่มอนุรักษ์และชาวบ้าน รูปแบบต่อต้านก็คือการจัดการชุมนุมประท้วง การออกแถลงการณ์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม นักวิจัยได้ให้ภูมิหลังเกี่ยวกับ “ความหมายของโรงไฟฟ้าถ่านหิน” ซึ่งได้เกิดมีมาในกรณีอื่นๆก่อนโรงไฟฟ้าบ่อนอกและมีส่วนสำคัญที่จะทำให้เกิดการตีความหมายของกรณีนี้ กล่าวคือ อุดมการณ์ของสังคมที่มีต่อโรงไฟฟ้าถ่านหินได้ถูกวางมาไว้แล้ว ตั้งแต่กรณีโรงงานไฟฟ้าแม่เมาะ (วิลาสินี, 2538) หรือโรงงานไฟฟ้าใน จ.เชียงใหม่ (พัชรมณี, 2539) ดังนั้น อุดมการณ์ที่เกี่ยวกับโรงงานไฟฟ้าจึงถูกวางเอาไว้ว่าเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของประชาชน มีความไม่โปร่งใสในการทำสัญญาก่อสร้าง ฯลฯ ฉะนั้น ในงานวิจัยครั้งนี้ สิริวิทย์ผู้วิจัยจึงสนใจว่า สื่อมวลชนประเภทหนึ่งคือหนังสือพิมพ์จะมีการเล่าเรื่องเพื่อสร้างอุดมการณ์แบบต่างๆเมื่อเกิดข้อขัดแย้งกรณีโรงงานไฟฟ้าบ่อนอกกว่าอย่างไร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ เอกสารข่าวโรงไฟฟ้าบ่อนอกจากหนังสือพิมพ์ 4 ฉบับที่ตีพิมพ์ในช่วงเดือนมกราคม 2544-พฤษภาคม 2545 จำนวน 179 ชิ้น ผลจากการใช้เครื่องมือวิเคราะห์คือการเล่าเรื่อง ผู้วิจัยพบภาพรวมว่า หนังสือพิมพ์ในปัจจุบันมีการใช้กลวิธีการเล่าเรื่องและลีลาการเขียนข่าวไปในทิศทางของการให้สีสรรและรายละเอียดมากขึ้น (dramatization) มีการจัดลำดับเรื่องให้มีการดำเนินเรื่องตามลำดับขั้นตอนคือการเปิดเรื่อง ขั้นตอน climax ขึ้นปิดท้าย มีการใช้ตัวละครที่เป็นแหล่งข่าวมากมาย ทำให้ข่าวสามารถสร้างอารมณ์ของผู้อ่านให้คล้อยตามได้

K. Dixit (1994) เตือนหนังสือพิมพ์ที่รายงานข่าวสิ่งแวดล้อมต่างๆไปว่า อย่าพาดหัวให้หน้าตระหนกตกใจบ่อยเกินไปนัก เช่น “จุดจบของโลกมาถึงแล้ว” “น้ำในโลกรหมดแล้ว” เปรียบเสมือนเด็กเลี้ยงแกะที่โวยวายว่า “หมาป่ามาแล้ว” บ่อยเกินไป เพราะวิธีพาดหัวข่าวเช่นนั้นจะมีผลทำให้ประชาชนรู้สึกด้านชาต่อวิกฤติการณ์ทางสิ่งแวดล้อมได้ง่ายๆ

หรือในกรณีของไทย เขาวดา ตฤณานนท์ (2535) ซึ่งศึกษาวิธีการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับโครงการสร้างเขื่อนของหนังสือพิมพ์ไทยก็

พบเช่นเดียวกันว่า หนังสือพิมพ์มุ่งเน้นข่าวตามประเด็นที่ประชาชนสนใจ โดยดูว่าคุณค่าของข่าวอยู่ที่ความขัดแย้งและข่าวเชิงลบ จุดขายของหนังสือพิมพ์จึงเป็นเรื่องความขัดแย้งในการคัดค้านเรื่องเขื่อนและนำเสนออย่างเร้าอารมณ์เพื่อเพิ่มจุดขายและดึงดูดความสนใจคนอ่าน ดังนั้น เนื้อหาข่าวจึงติดตามกระแสการคัดค้านและเหตุการณ์ชุมนุมประท้วงมากกว่าการอธิบายด้วยข้อมูลทางวิชาการให้ประชาชนมีความเข้าใจมากขึ้น

อนึ่ง มีข้อสังเกตว่า ตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับวิธีการนำเสนอนั้นก็คือเรื่อง “ช่วงเวลา” (periodisation) เราอาจจะอุปมาอุปไมยได้ว่า ในช่วงเวลาปกติ (Normal period) นั้น วิธีการนำเสนออาจจะทำหน้าที่เป็นประดุจ “เครื่องมือ” ที่นำพาเนื้อหาไปให้บรรลุเป้าหมาย ตัวอย่างเช่น Kilburne (1995) ได้แบ่งระดับเป้าหมายของการโฆษณา (อ้างจากสิทธิชัย เทวธีระรัตน์, 2543) นั้นอาจจะแบ่งได้เป็น 3 ระดับคือ

(1) การโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับต้น เป็นการโฆษณาเฉพาะสินค้าและบริการของหน่วยงานของตนที่บอกว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้วัสดุต่างๆที่ไม่ทำลายธรรมชาติและสามารถนำกลับไปใช้ได้ใหม่ (Recycle) หรือสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานให้สาธารณชนทราบว่ามี ความห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อมเพียงใด หรือเป็นการสะท้อนให้เห็นว่าธรรมชาติมีความสำคัญมากขนาดไหน และมีความสวยงามเพียงใด ซึ่งหน่วยงานนั้นบอกเพียงว่ามีความห่วงใยเท่านั้น

(2) การโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับกลาง เป็นการโฆษณาที่สร้างความผูกพันระหว่างความต้องการของผู้บริโภคในฐานะปัจเจกบุคคล (Individual) กับวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ (Green Lifestyle) โดยอาจจะกล่าวถึงสินค้าและบริการของหน่วยงานของตนหรือไม่ก็ได้ เป็นการสร้างความสมดุลและอยู่ร่วมกันระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ

(3) การโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อมในระดับลึก เป็นการโฆษณาที่ตีแผ่ปัญหาสิ่งแวดล้อมของประเทศและของโลก โดยชี้สาเหตุมาที่การ



บริโภคจากตัวเราและสังคม เพื่อให้เกิดความตระหนักทางด้านนิเวศ (Ecological Concern) โดยการเสนอทางแก้ให้หรือไม่ก็ได้ แต่เมื่อผู้บริโภคได้รับข่าวสารแล้วเกิดความวิตกกังวลต่ออนาคตของโลก สังคม และตัวเอง ซึ่งจะสร้างภาพลักษณ์ให้หน่วยงานในฐานะผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) ให้เกิดความน่าเชื่อถือว่าเป็นผู้ห่วงใยปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อประชาคมโลก ต่อประชาสังคม และต่อตัวเอง

การโฆษณาที่มีระดับเป้าหมายที่แตกต่างกันทั้ง 3 ระดับนั้น ย่อมส่งผลมาถึง “วิธีการนำเสนอเนื้อหา” ในชิ้นงานโฆษณาอย่างแน่นอน เพราะวิธีการนำเสนอแต่ละแบบก็จะทำหน้าที่เป็น “เครื่องมือนำทาง” ไปสู่การบรรลุเป้าหมายดังเช่นงานวิจัยของนฤมล ทวีวิทยากุล (2545) เรื่อง “การเปรียบเทียบประสิทธิผลการจูงใจของภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมในการนำเสนอปัญหาด้านพลังงาน” ที่ผู้วิจัยเจาะลงไปศึกษากลยุทธ์การจูงใจทั้งเชิงบวก (ใช้อารมณ์ขัน) และการจูงใจเชิงลบ (ใช้ความรู้สึกผิด) ว่ากลยุทธ์ใดจะมีประสิทธิผลมากกว่ากัน

อย่างไรก็ตาม หากเป็นช่วงเวลาวิกฤติ (Crisis period) เช่น ช่วงเวลาที่มีความขัดแย้ง วิธีการนำเสนอนั้นก็สามารถจะยกระดับจาก “เครื่องมือ” มาเป็น “อาวุธ” เพื่อใช้จัดการกับความขัดแย้งนั้น ดังเช่นตัวอย่างงานของวิลาสินี พิพิธกุล (2537) เรื่อง “บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการสื่อสารเรื่องความเสี่ยงทางสิ่งแวดล้อม: กรณีมลพิษจากโรงไฟฟ้าแม่เมาะ จ.ลำปาง” ที่ได้กล่าวถึงไปบ้างแล้ว

เหตุการณ์ที่เหมืองแม่เมาะนี้เกิดขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ.2533 เมื่อสารซัลเฟอร์ไดออกไซด์ได้แพร่กระจายจากโรงไฟฟ้าแม่เมาะ จ.ลำปาง ออกไปแผ่คลุมชุมชนโดยรอบ ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและทรัพย์สินเช่นพืชไร่และสัตว์เลี้ยงของชาวบ้าน เหตุการณ์ได้ทวีความรุนแรงที่สุดในปีพ.ศ.2535 และสืบเนื่องมาจนถึงปีพ.ศ.2536

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นข้อมูลเอกสารทุกรูปแบบจากหนังสือพิมพ์ไทยทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นในช่วงเวลาที่ศึกษาที่ครอบคลุม

กลุ่มทั้ง 3 ช่วงคือ ช่วงก่อนเหตุการณ์รุนแรง ช่วงเหตุการณ์รุนแรง และ ช่วงหลังเหตุการณ์ (เดือนพฤษภาคม 2534-พฤษภาคม 2537) ได้ เอกสารจำนวน 386 ชิ้น ผลการวิเคราะห์เนื้อหาพบดังนี้

(i) สำหรับรูปแบบเอกสาร พบว่ามีการนำเสนอในรูปแบบข่าวมากที่สุด (65%) รองลงมาคือบทความ (12%) และที่น้อยที่สุดคือสื่อบุคคล (0.78%)

(ii) สำหรับประเด็นที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ นั้น ผู้วิจัยนำมาเปรียบเทียบกับประเด็นที่ชาวบ้านอยากรู้ตามตารางนี้

ประเด็นที่หนังสือพิมพ์นำเสนอ	%	ประเด็นที่ชาวบ้านอยากรู้และสื่อสารกัน	%
(เรียงตามลำดับปริมาณ/ความถี่)			
1) ความเคลื่อนไหวและความขัดแย้งของฝ่ายต่างๆ	30.35	1) ผลกระทบของซัลเฟอร์ไดออกไซด์	23.80
2) การหามาตรการแก้ไข	24.70	2) ความตื่นกลัววิตกกังวลไม่แน่ใจในความปลอดภัย	18.07
3) ผลกระทบของซัลเฟอร์ไดออกไซด์	22.89	3) สาเหตุของการเกิดมลพิษ	17.47
4) ความตื่นกลัววิตกกังวลไม่แน่ใจ	9.61	4) การหามาตรการแก้ไข	12.04
5) ข้อมูลทางวิชาการ ความรู้เกี่ยวกับซัลเฟอร์ไดออกไซด์	4.98	5) ความเคลื่อนไหว ความขัดแย้งของฝ่ายต่างๆ	11.45
6) สาเหตุของการเกิดมลพิษ	4.48	6) สภาพอากาศ ผลการตรวจวัดระดับค่าซัลเฟอร์ไดออกไซด์	10.24
7) สภาพอากาศและผลการตรวจวัดระดับค่าซัลเฟอร์ไดออกไซด์	2.99	7) ข้อมูลทางวิชาการ ความรู้เกี่ยวกับซัลเฟอร์ไดออกไซด์	6.93

ภาพที่ 18: ประเด็นเนื้อหาในหนังสือพิมพ์และที่ชาวบ้านต้องการรู้



(iii) ผู้วิจัยสรุปผลเรื่องวิธีการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ในท่ามกลางภาวะขัดแย้งดังนี้คือ

(1) เมื่อนำเอาช่วงเวลา 3 ช่วงมาเป็นกรอบพิจารณาจะพบว่าหนังสือพิมพ์มีวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกันเฉพาะบางส่วน แต่ที่มีลักษณะเหมือนกัน คือข่าวสารที่นำเสนอส่วนใหญ่จะปรากฏในรูปของรายงานเหตุการณ์ข้อเท็จจริงที่คืบหน้าไปแต่ละวัน (event) มากกว่าจะปรากฏในรูปแบบอื่นๆ เช่น รูปแบบบทความ บทวิเคราะห์ บทความเชิงวิชาการอธิบายหรือบทความสืบสวนสอบสวน (เช่น สก๊อป) ที่จะทำได้ข้อมูลละเอียดลึกซึ้งกว่า ทั้งนี้นักวิจัยวิเคราะห์ว่าน่าจะเป็นเพราะหนังสือพิมพ์ยังติดวิธีการนำเสนอที่อยู่ภายใต้กรอบของโครงสร้างการเขียนรายงานข่าวและเกณฑ์วินิจฉัยคุณค่าข่าวแบบดั้งเดิม (traditional journalistic) คือรายงานข่าวแบบสถานการณ์คืบหน้าไปวันต่อวันแบบข่าวสถานการณ์ เน้นเหตุการณ์เคลื่อนไหวและความตื่นเต้นเร้าอารมณ์มากกว่าจะมุ่งสร้างความเข้าใจและสร้างความตระหนักถึงการแก้ไขในระยะยาว วิธีการรายงานเช่นนี้ทำให้ประชาชน “ตื่นเต้น” กับข่าวเป็นพักๆ แต่มิได้ “ตื่นตัว” จากความหลีกเลี่ยงเรื่องความเสี่ยงทางสิ่งแวดล้อมเลย

(2) นอกจากนี้ ยังพบว่าหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ค่อนข้างจำกัดแหล่งข่าวอยู่เพียงแค่งroups ที่เป็นคู่กรณีของความขัดแย้ง คือ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตฯ กับชาวบ้าน และรัฐบาล ทำให้สาระของข่าววนเวียนอยู่ในกรอบของความเคลื่อนไหวหรือทัศนคติของกลุ่มเหล่านี้ และส่งผลให้สาธารณชนรวมทั้งตัวชาวบ้านแม่เมาะ มองข้ามผลกระทบหรืออันตรายที่แวดล้อมอยู่เนื่องจากเกิดความเคยชินว่าปัญหาทางสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องของความขัดแย้งทางแนวคิดทางการเมืองและเศรษฐกิจมากกว่าจะมองว่าเป็นปัญหาสาธารณะที่ใกล้ชิดกับตนเอง

(3) ผู้วิจัยสรุปว่า ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาที่ยังเบี่ยงเบนไปสู่ธรรมเนียมนิยมเดิมของรูปแบบข่าวเช่นนี้ ไม่น่าจะเหมาะสมกับลักษณะข่าวสิ่งแวดล้อมที่เป็นเรื่องของความเสี่ยงและอันตรายที่กระทบ

ต่อสาธารณชน เพราะในภาวะการณ์เช่นนี้ หนังสือพิมพ์ควรนำเสนอข่าวสารที่ให้ข้อมูลได้ถูกต้อง มีรายละเอียดครบถ้วน ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และที่สำคัญคือ กระตุ้นหรือชี้แนะสังคมให้ตระหนักในพิษภัยของความเสียหาย ซึ่งอาจนำไปสู่การลงมือแก้ไขหรือยุติสภาพความเสียหายนี้อย่างจริงจัง



เอกสารอ้างอิง

ก. หนังสือและเอกสารภาษาไทย

1. กาญจนา แก้วเทพ (2541)

“สื่อสิ่งแวดล้อม: ที่เป็นมาและที่(ควรจะเป็นไป)” วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 16: ต.ค.-ธ.ค. 2541, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2549)

สื่อสารเพื่อโลกสวย: บทเรียนจากการสื่อสารเพื่อการจัดการสิ่งแวดล้อมในชุมชน, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

3. กาญจนา แก้วเทพ (2552)

สื่อเล็กๆที่นำไปใช้ในงานพัฒนา ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

4. กาญจนา แก้วเทพ (2552)

สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5. ชมรมสื่อมวลชนด้านสิ่งแวดล้อมแห่งเอเชีย (2532)

การสื่อข่าวสิ่งแวดล้อม: คู่มือสื่อมวลชน (แปลโดยสถาบันพัฒนาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย)



6. เดวิด คินสลีย์ (เขียน) สุภาพรณ ศุภมันตรา (แปล) (2551)
นิเวศวิทยากับศาสนา, สำนักพิมพ์สวนเงินมีมา, กรุงเทพมหานคร
7. วีรดา จงกฤษรัตนภรณ์ (2552)
“กระบวนการสื่อสารของเครือข่ายเพื่อสิ่งแวดล้อมกรณีภาวะโลกร้อนใน กรุงเทพมหานคร” **วารสารภาษาและวัฒนธรรม** ปีที่ 28:2 (ก.ค.-ธ.ค. 2552) สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล
8. ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2534)
“ขบวนการเคลื่อนไหวทางสิ่งแวดล้อม การเมืองสีเขียวและความคิดแบบนิเวศวิทยา” ใน ผาสุก พงษ์ไพจิตร และสังคิต พิริยะรังสรรค์ (บ.ก.) **พลวัตไทย: มุมมองจากเศรษฐศาสตร์การเมือง**, คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
9. ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2539)
เศรษฐศาสตร์สีเขียวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
10. รังรอง (นามแฝง) (2534)
น้ำ ไฟ ปลา ดาว, สำนักพิมพ์ดอกหญ้า, กรุงเทพมหานคร
11. เสถียร เขยประทับ (2531)
การสื่อสารกับการปรับเปลี่ยนทางสังคมในประเทศด้อยพัฒนา, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
12. อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ (2541)
นิเวศประวัติศาสตร์: พรหมแดนแห่งความรู้, โครงการจัดพิมพ์คบไฟ, กรุงเทพมหานคร

ข. หนังสือและเอกสารภาษาอังกฤษ

1. Anderson, A. (1997)
Media, Culture and the Environment, Rutgers University Press, New Jersey.

2. Burch, E. (1995)
 "Ecocrisis in Nepal", **Mass Communication Review** 22:1-2.
3. Collins, C & Kephart, S. (1995)
 "Science as News: The emergence and framing of biodiversity"
Mass Communication Review 22:1-2.
4. Cox, R (2013)
Environmental Communication and the Public Sphere (3rded),
 Sage Publications.
5. Dahlan, A. (1994)
 "Expanding the role of media in environmental protection" in
Media Asia vol. 21:3.
6. Dixit, K. (1994)
The Greening of the Media, paper presented at AMIC, Annual
 Conference "Communication, Convergence and Development,
 Bangkok, June 23-25, 1994.
7. Edwards, D. (1998)
 "Can we learn the truth about the environment from the media."
The Ecologist, 28:1 (Jan-Feb 1998).
8. Einsiedel, E & Coughlan, E (1993)
 "The Canadian press and the environment" in Anders Hansen
 (ed.). **The Mass Media and Environmental Issues**, Leicester
 University Press.
9. Klapper, J (1960)
The Effects of Mass Communication, New York: Ires Press.
10. Salomone et al (1990)
 A question of quality: How journalists and news source evaluate
 coverage of environmental risk", **Journal of communication**
 40:4.



11. Valbuena, V.T. (1987)
Using Traditional Media in Environmental Communication, Asian Mass Communication Research and Information Center.
12. Wilson, K. (1995)
“Mass media as sources of global warming knowledge” in **Mass Communication Review**, vol 22:1-2.
13. Ubonrat Siriyuvasak (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์) (1992)
Environmental Discourse in the Thai Media, paper for seminar on **Environmental Policies and Media Reporting**, AMIC, Jan 27-29, 1992.

(ค) วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. กนกรรณ มณฑิราช, พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้ กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชนในจังหวัดกาญจนบุรี, 2539.
2. ก่อเกียรติ ดวงมณี, กระบวนการสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจให้แก่สื่อมวลชน, 2542.
3. จินดา คุ่มกิตติชัย, พฤติกรรมการเปิดรับสาร กับความร่วมมือของประชาชนในการปลูกต้นไม้ในที่ดินสาธารณะประโยชน์: ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา, 2532.
4. จีรวรรณ กมลรัตน์โยธิน, การวิเคราะห์เนื้อหาและความหมายของรายการสารดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ (2532-2534), 2536.
5. จารุณี บุญนิพัทธ์, พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความตระหนักทัศนคติและการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ, 2539.
6. จารุภัทร ถาวโรฤทธิ์, การเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสาร ความรู้

- ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูสภาพป่าไม้ และแหล่งต้นน้ำระหว่างชาวเขาเผ่าลีซอ บ้านห้วยน้ำดัง ชาวเขาเผ่าลีซอ บ้านห้วยน้ำรูดอยสามหมื่น กับชาวไทยพื้นราบบ้านแม่เลา อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่, 2544.
7. เจนติมา เกษมวิษุณี, การนำเสนอเรื่องภาวะโลกร้อนในเว็บไซต์ภาษาไทยและการรับรู้ความเสี่ยงของผู้รับสาร, 2551.
 8. ใจทิพย์ สอนดี, กลยุทธ์การสื่อสารในโครงการบวชป่าชุมชน, 2543.
 9. ชนานันท์ คงธนาฤทธิ์, การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับการบริโภคสิ่งมีชีวิตที่ตัดต่อพันธุกรรม (GMOs) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, 2543.
 10. ร้อยตำรวจหญิง ชลดา ทองสุกนอก, การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคาร และโรงงานควบคุม, 2540.
 11. ณีฎฐณิชา วรวรรณเศรษฐ์, กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเล ความตระหนัก และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เต่าทะเลของประชาชนในเขตอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี, 2546.
 12. รัฐขามณูย์ สุวิทย์พันธ์, การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย, 2545.
 13. ณรงค์ ขำวิจิตร, หนังสือพิมพ์รายวันกับการเสนอเนื้อหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนกรุงเทพมหานคร: การวิเคราะห์เนื้อหาและการสำรวจความคิดเห็นของครูในกรุงเทพมหานคร, 2534.
 14. ญาณิศ คำภีระ, วาทกรรมการพัฒนา: การสร้างกระแสไฟฟ้าในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่, 2548.
 15. ฤกษ์ทรา จันทวิช, กระบวนการสื่อสารเพื่ออนุรักษ์ป่าไม้ของเจ้าหน้าที่ป่าไม้ กับชุมชนกะเหรี่ยง หมู่บ้านแม่กระบุง อ.ศรีสวัสดิ์ จ.กาญจนบุรี, 2548.



16. ดานินทร์ กิจนิชี, การเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคิด และการอนุรักษ์พลังงานในโครงการรวมพลังหารสองของประชาชนในกรุงเทพมหานคร, 2540.
17. ทองกร ทศนียะเวช, การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมกรรมการประหยัดน้ำ, 2546.
18. ธาตรี รวิ์เจริญ, การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในการแก้ไขความขัดแย้งศึกษาเฉพาะกรณีการแก้ไขความขัดแย้งเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งผลิตไฟฟ้าพลังน้ำในจังหวัดกาญจนบุรี ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2527.
19. นริรัตน์ งามประดิษฐ์, ประสิทธิภาพของการใช้ภาพและข้อความที่สร้างความกลัวในการรณรงค์เพื่อลดภาวะโลกร้อน, 2553.
20. นฤมล โรหิตจันทร์, ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการ “รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ” ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร, 2534.
21. นิลุบล แสนอาทิตย์, กระบวนการสื่อสารในการอนุรักษ์แม่น้ำของตำบลไหล่น่าน อำเภอเวียงสา จังหวัดน่าน, 2547.
22. นารีกันต์ พราหมนิก, การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักของผู้บริหารและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร, 2544.
23. บุชบา ภูัสกุล, การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้: ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอพัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี, 2536.
24. ปิยรัตน์ วงศ์ทองเหลือ, ประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม, 2544.
25. ปริญญา ลีรัตนพานิชย์, กระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมความปลอดภัยในการทำงานของโรงงานอุตสาหกรรม

- แม่สีผสมพลาสติก, 2548.
26. ปรียดา วันไทย, การเปิดรับสื่อ ความตระหนัก และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสภาวะโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร, 2552.
 27. ปรีชา ชุนทรง, พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของเด็กในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์สำหรับเด็ก, 2541.
 28. พรพิมล เล็กอุตม, โครงการการสร้างสรรค์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อลดภาวะโลกร้อน, 2550.
 29. พกษา เกษมสารคุณ, การใช้แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมของ กฟผ. แม่เมาะ จ.ลำปาง, 2552.
 30. พวงพนา คุณวัฒน์, กระบวนการสื่อสารสาธารณะของกลุ่มชาวบ้านผู้คัดค้านเขื่อนปากมูล, 2545.
 31. พัชรมณี เย็นมั่นคง, การสื่อสารในภาวะความเสี่ยงของผู้รับสารในเขตที่มีการก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังความร้อนจากขยะ จังหวัดเชียงใหม่, 2539.
 32. พลินี ศิริรังษี, การใช้สื่อของกลุ่มต่างๆในสถานการณ์ความขัดแย้งกรณีการก่อสร้างโครงการท่อส่งก๊าซจากแหล่งยาดานาผ่านป่าสงวนแห่งชาติห้วยเขย่ง, 2542.
 33. พิทักษ์ ชุมงคล, กลยุทธ์และผลสัมฤทธิ์การสร้างชุมชนสัมพันธ์ของโรงไฟฟ้าราชบุรี, 2549.
 34. พิมลพรรณ สุทธิวงศ์, การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชน กับการรับทราบข่าวสารการณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, 2537.
 35. พิมพ์ใจ บัณฑิตวงศ์, กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักรักษาความสะอาด



- กรุงเทพมหานคร, 2542.
36. พิศศิลป์ จิตนาวสาร, การศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลนของประชาชนในเขตอำเภอท่าใหม่ จังหวัดจันทบุรี, 2536.
 37. พีระนันท์ บุรณะโสภณ, พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, 2538.
 38. ไพลิน ศศิธนากรแก้ว, การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, 2537.
 39. ภัคจิรา แบบแผน, การเผยแพร่กับการตัดสินใจใช้นวัตกรรมเอ็นจีวีของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร, 2549.
 40. ภัททิรา วิริยะสกุลธรรณ, บทบาทสื่อพิธีกรรมในการอนุรักษ์แม่น้ำป่าสักของชาวไทย-ยวน อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี, 2551.
 41. ภัฏญญาภรณ์ เพ็ญภินันท์, การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ, 2544.
 42. มาลินี จุลวิจนะ, ความต้องการทางการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างศักยภาพเฉพาะตนของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัดในงานเฝ้าระวังคุณภาพน้ำในชนบท, 2531.
 43. ยาวดา ตฤชณานนท์, ทำที่ของสื่อมวลชนต่อโครงการก่อสร้างเขื่อนพลังน้ำของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีเขื่อนน้ำโจน เขื่อนแก่งกรุง เขื่อนปากมูล, 2535.
 44. รัชณิดา ชำนาญมนต์, ประสิทธิภาพของรายการ ทุ่งแสงตะวัน ในด้านความรู้และทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเด็ก, 2539.
 45. รัตติก รุ่งนันทภาศ,การจัดการความขัดแย้งด้านมลภาวะทางเสียงของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, 2549.

46. รินลี ลิมปิศิริสันต์, การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้น้ำในโครงการลดน้ำสูญเสียปทุมธานี-รังสิต, 2544.
47. ลัดดาพร หวังชิงชัย, กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลโครงการเก็บค่าไฟใส่กระเป่า, 2546.
48. ลัดดาวัลย์ หวังชิงชัย, กลยุทธ์การใช้สื่อประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลโครงการพลังไทย ลดใช้พลังงาน, 2546.
49. ร้อยเอกหญิงลลริมา เกื้อสกุล, กลยุทธ์การสื่อสารของกองทัพบกเพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะเรื่องสิทธิมนุษยชนด้านสิ่งแวดล้อม, 2547.
50. วรนาฏ ลีวรรณ, ประสิทธิภาพโครงการห้องเรียนสีเขียว, 2543.
51. วณิต มาลาศรี, ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้เผยแพร่ในโครงการพัฒนาดินเค็มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 2533.
52. วรอร เมฆสวัสดิ์, กลยุทธ์การสื่อสาร การรับรู้ ทัศนคติ และการยอมรับกองทุนพัฒนาชุมชนของชุมชนรอบโรงไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ตำบลมาบตาพุด จังหวัดระยอง ประจำปีพ.ศ.25523, 2552.
53. วันชัย ธนะวังน้อย, การเปิดรับข่าวสารและการยอมรับนวัตกรรมของชาวบ้านในโครงการเตาแก๊สมูลสัตว์ ตำบลท่าข้าม อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม, 2526.
54. วิลาลินี พิพิธกุล, บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการสื่อสารเรื่องความเสี่ยงทางสิ่งแวดล้อม กรณีมลพิษจากโรงไฟฟ้าแม่เมาะ จังหวัดลำปาง, 2537.
55. วีระศักดิ์ จรินทร์รัตนกร, การเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์หอยหลอดของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสงคราม, 2544.
56. ศกวรรณ พาเรือง, องค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร, 2540.
57. ศิรินารถ พิเชียรสุนทร, การวิเคราะห์แหล่งข่าวด้านพลังงานสำหรับสื่อมวลชน, 2536.



58. ศิริพร อ้วนคำ, การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม เพื่อสิ่งแวดล้อมของนักเรียนในโรงเรียนที่เข้าร่วมโครงการโรงเรียน สร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมดีเด่นเฉลิมพระเกียรติ, 2544.
59. ศรีธรรม์ โรจนสุพจน์, ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อมวลชนกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่, 2534.
60. ศุจิรา สุวีรานนท์, ปัจจัยที่มีผลต่อพัฒนาการของกระบวนการการทำงานของนักข่าวสายสิ่งแวดล้อม, 2541.
61. สิทธิชัย เทวธีระรัตน์, การเปิดรับสารและทัศนคติของกลุ่มคนวัยทำงานต่อการโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์, 2543.
62. สิริवंท กลินละมุน, การสะท้อนอุดมการณ์ผ่านการเล่าเรื่องในข่าวกรณีความขัดแย้งโรงไฟฟ้าบ่อนอก, 2545.
63. สัจจิตรา รัตนกรกช, การวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ตั้งแต่ปีพ.ศ.2519-2531, 2533.
64. สุชาดา มิตรรามัญ, บทบาทหน้าที่ของนิตยสารสารคดีในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ, 2538.
65. สุชาดา ราษฎร์รักษา, การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมจากโรงไฟฟ้าถ่านหิน และการยอมรับโรงไฟฟ้าบ่อนอก, 2540.
66. สุธิ เผ่าบุญมี, ผลของความน่าเชื่อถือของหนังสือพิมพ์ และน้ำหนักข้อโต้แย้งในเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อเส้นทางการยอมรับข่าวสาร โน้มน้าวใจในสถานการณ์ความเสี่ยงทางสิ่งแวดล้อม, 2539.
67. สุนีย์ หนูสง, การสำรวจระดับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับพลังงานนิวเคลียร์ และโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, 2539.
68. สุปัตรา ผาผุย, ประสิทธิภาพของหน่วยงานประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ในการให้ความรู้และทัศนคติด้านประสบการณ์ทรัพยากรป่าไม้แก่ประชาชนในหมู่บ้าน จังหวัดเชียงใหม่, 2533.

69. สุภาพร ครุสารพิศิฐ, การแสวงหาข่าวสาร ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการลดปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, 2550.
70. สุภารักษ์ จุฑระกุล, การศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารกับความรู้ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภท เพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, 2537.
71. สุภาวดี ศิริสรรหิรัญ, การวิเคราะห์ระดับความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อม และการรับรู้ความหมายของเนื้อหาสารในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนิสิตนักศึกษานิเทศศาสตร์, 2540.
72. สุมาลี ตั้งจิตต์ศิลป์, พฤติกรรม การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม การมีส่วนร่วม ในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร, 2537.
73. สุวารีย์ วงศ์วัฒนา, พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารกับความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก, 2536.
74. อติษฐ อสีปัญญา, โลกาวัดวันของประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อมในนิตยสารผู้หญิง, 2554.
75. อภิชา คุณวันนา, กระบวนการสื่อสารในการสร้างความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมขององค์กรภาคธุรกิจและองค์กรพัฒนาเอกชน, 2551.
76. อริสรา ธนุแสง, รูปแบบการสื่อสารในการบริหารจัดการธนาคารขยะชุมชนวัดกลาง ซอยลาดพร้าว 132, 2544.
77. อมรา ธนสมบุรณ์, การศึกษาทัศนคติของประชาชนสามกลุ่มในกรุงเทพมหานครที่มีต่อโครงการก่อสร้างโรงไฟฟ้านิวเคลียร์, 2525.
78. อารยา ศุพุทธมงคล, พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร, 2535.
79. อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบูลย์, แนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนใน

โครงการพัฒนาขนาดใหญ่ของรัฐ ศึกษาเฉพาะโครงการเขื่อนหรืออ่างเก็บน้ำ, 2538.

80. โอฟาร์ โอฟาร์รัตน์, การวิเคราะห์เนื้อหาด้านภาวะโลกร้อนที่ปรากฏบนหนังสือพิมพ์ออนไลน์, 2552.

(ง) **วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์**

1. กิตติศักดิ์ นภาพรรณวัฒน์, การเปิดรับข่าวสารเพื่อการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำประปา กับพฤติกรรมการใช้น้ำประปาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, 2535.
2. กาญจนา ธรรมประทานกุล, แนวทางการกำหนดนโยบายและการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งน้ำของกรมชลประทาน, 2536.
3. ขวัญเมือง ศิลลา, ประเภทของสื่อ พฤติกรรมกาเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ข่าวสารการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติ ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการปลูกหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติในจังหวัดเพชรบุรี, 2550.
4. จตุพร แจ่มชุมศิลป์, การสร้างความหมายและการจูงใจที่มีประสิทธิผลต่อการสื่อความหมายของสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์เพื่อการอนุรักษ์พลังงานโครงการพลังไทย ลดใช้พลังงาน, 2547.
5. จิตติมา นิยมสรวนุญ, ความตระหนักของบรรณาธิการข่าวและผู้สื่อข่าวเกี่ยวกับการเสนอข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อม ศึกษาเฉพาะกรณีหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย, 2537.
6. ชนินทร สีนวัต, การศึกษาแนวนโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์โครงการโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2539.
7. ดวงจันทร์ สุทธาโรจน์, การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก

- และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตห้ามล่าสัตว์ป่าบึงบอระเพ็ด จังหวัดนครสวรรค์, 2539.
8. ธนัท สุวรรณกิตติ, การเปิดรับสื่อและการมีส่วนร่วมของประชาชนในกองทุนพัฒนาชุมชนในพื้นที่รอบโรงไฟฟ้าบางปะกง, 2552.
 9. นฤมล ทวีวิทยากุล, การเปรียบเทียบประสิทธิภาพการจูงใจของภาพยนตร์โฆษณาเพื่อสังคมในการนำเสนอปัญหาด้านการพลังงาน, 2545.
 10. นุชจิรา โมระเสริฐ, พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอย, 2544.
 11. ปรีดา ยันต์พิเศษ, การศึกษาภาพลักษณ์ขององค์กรพัฒนาเอกชนต่อการสร้างจิตสำนึกของประชาชน: ศึกษาเฉพาะกรณีสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, 2541.
 12. ผุสดี อรุณมาศ, บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการนำเสนอเรื่องกากของเสียอันตรายจากโรงงานอุตสาหกรรม ศึกษาจากหนังสือพิมพ์มติชน กรุงเทพมหานคร ไทยรัฐ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2539-30 มิถุนายน 2539, 2541.
 13. พนิดา บุญชัยศรี, ผลกระทบของรายการโทรทัศน์ รายการเพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมของเรที่มีต่อความรู้ การนำไปปฏิบัติตาม และการถ่ายทอดสู่บุคคลในครอบครัวของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ในเขตกรุงเทพมหานคร, 2538.
 14. มัณฑนา พุกกุล, ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมการรณรงค์เพื่อการอนุรักษ์พลังงานในอาคาร (ศึกษาเฉพาะกรณีโรงแรมเซ็นทรัลพลาซา), 2541.
 15. มาริสา แสนกุลศิริศักดิ์, กลยุทธ์การใช้สื่อประเภทละครเวทีเพื่อโน้มน้าวใจให้รักษาความสะอาดและสิ่งแวดล้อม ศึกษาเฉพาะกรณีละครเรื่อง “ตาวีเศษตะลุมเมืองมอมแมม, 2532.
 16. รวีวรรณ สีนะหาร, ความพึงพอใจและทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับ



- ข่าวสารโครงการรณรงค์ “ไทยช่วยไทย ร่วมใจประหยัดพลังงาน” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร, 2542.
17. รัตติกาล สิทธิพันธุ์, การสื่อสารกับการสร้างการมีส่วนร่วมและการจัดการปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเล กรณีศึกษา ชุมชนบ้านขุนสมุทรจีน จังหวัดสมุทรปราการ, 2552.
 18. รัตนาวลี จันทสมิต, พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชน กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการป้องกันรักษาและการเฝ้าระวังปัญหามลพิษ เฉพาะมลพิษทางน้ำและทางอากาศของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง, 2546.
 19. รุจิยา แก้วไทรเทียน, การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม กับความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของสมาชิกในโครงการนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ใส่ใจสิ่งแวดล้อม, 2548.
 20. ฤดีมาส ปางพุดพิงศ์, บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการประสานประโยชน์ระหว่างการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม: ศึกษากรณีการสร้างเขื่อนของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2534.
 21. วรณีย์ นามขจรกุลกิจ, การรณรงค์ประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมศึกษาของสื่อมวลชน เพื่อสร้างจิตสำนึกต่อนักศึกษานิเทศศาสตร์, 2539.
 22. วรณีย์ จงศักดิ์สวัสดิ์, การศึกษาผลของสื่อมวลชนในการพัฒนาจิตสำนึกของประชาชนต่อปัญหามลพิษทางน้ำ, 2536.
 23. วนิดา วงศ์วิเศษศักดิ์, นโยบายการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม ศึกษากรณี ISO 14000, 2540.
 24. วริศรา สารระโกเศศ, การใช้สื่อโฆษณาของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในการวางแผนกระตุ้นความสนใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เรื่องการประหยัดพลังงานไฟฟ้า ศึกษาเฉพาะกรณีภาพยนตร์โฆษณาชุดลูกเต็มบ้านหลานเต็มเมือง (สมรสหมู่), 2539.

25. วิภาวี ศุขปรากการ, ปัจจัยที่มีผลต่อการเสนอข่าวการอนุรักษ์พลังงาน
น้ำมันเชื้อเพลิงของหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน, 2542.
26. สิริพร วิฑูรเวท, การวิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการ
ประหยัดพลังงานไฟฟ้า, 2534.
27. สาวิตรี ศรีสุข, การสร้างสื่อเพื่อการสื่อสารพัฒนาการ: คู่มือการศึกษา
ธรรมชาติในป่าดิบเขา, 2537.
28. สุตชาติ วงษ์หุ่่น, ประเมินผลโครงการรณรงค์การใช้น้ำมันเบนซินไร้
สารตะกั่วของรัฐบาลในปีพ.ศ.2538: ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนใน
เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร, 2539.
29. สุทธิณี ตัญญาพงศ์ปรัชญ์, การเปิดรับข่าวสารการรณรงค์เพื่อการใช้
ออกเทนของเบนซินที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์ กับพฤติกรรมทางเลือก
ใช้น้ำมันของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร, 2544.
30. สุธิดา พัฒนศรีวิเชียร, บทบาทของนิตยสารในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม:
ศึกษากรณีนิตยสารเพื่อสิ่งแวดล้อม, 2544.
31. สุนารี ประสานเสริมส่ง, ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับ
ข่าวสารและทัศนคติที่มีต่อน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วของผู้เลือกใช้น้ำมัน
เบนซินสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร, 2537.
32. สุนทรี ธาราธิคุณ, การมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของประชาชนต่อ
การแก้ไขปัญหาภาวะมลพิษอากาศ และกลิ่นเหม็นในเขตเทศบาล
ตำบลมาบตาพุด จังหวัดระยอง, 2542.
33. สุรัตน์ ตรีสุกกุล, การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร
ความรู้ ทัศนคติ และการป้องกันกำจัดศัตรูพืชแบบผสมผสานของ
เกษตรกรที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิก โครงการพยากรณ์และ
เตือนการระบาดของศัตรูข้าว จังหวัดชัยนาท, 2531.
34. โสรัตยา เปี่ยมใจ, การประชาสัมพันธ์เพื่ออนุรักษ์ป่าไม้และสัตว์ป่า
ของมูลนิธิสืบ นาคะเสถียร ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการนิทานบอกเล่า
เก้าสิบ โครงการที่ 1, 2545.



35. อักษร แจ่มศรี, ความรู้และทัศนคติของเจ้าหน้าที่กรุงเทพมหานครเกี่ยวกับโครงการรณรงค์ “สะอาด เขียวสด ลดมลพิษ”, 2534.
36. อัมภินี เกตุเชื้อสัตย์, การเปิดรับข่าวสาร กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร, 2545.
37. เรือโทอนุชา ม่วงใหญ่ ร.น., แนวทางการกำหนดนโยบายการวางแผนประชาสัมพันธ์ “โครงการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมทางทะเลและชายฝั่งกองทัพเรือ” ศึกษากรณี: โครงการอนุรักษ์พันธุ์เต่าทะเลพื้นที่เกาะคราม จังหวัดชลบุรี, 2538.

(จ) วิทยานิพนธ์จากสถาบันอื่นๆ

1. เกษม เทียงธรรม, การพัฒนาเส้นทางศึกษารธรรมชาติดูมั่งกรเขียว โดยการมีส่วนร่วมของชาวบ้านตำบลนพพราหมณ์ อำเภอนาดี จังหวัดปราจีนบุรี, คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2553.
2. ดารากร เจียมวิจักขณ์, ประสิทธิภาพของสื่อความหมายธรรมชาติ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่, สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2532.
3. นฤมล ศรีสว่าง, การศึกษาปริมาณและปัญหาการนำเสนอข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย, สาขาเทคโนโลยีการบริหารสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2532.
4. ประภาพรณ อุ่อบ, ผลของการโฆษณาทางโทรทัศน์เรื่อง “ตาวิเศษ” ที่มีต่อพฤติกรรมกาทิ้งขยะของนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนต้น, คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2529.
6. สนธยา พลรัตน์, ความคิดเห็นของเยาวชนต่อการจัดกิจกรรมค่ายเยาวชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของสถานี่พัฒนาและส่งเสริมการ

อนุรักษ์สัตว์ป่าห้วยกุ่ม อำเภอกะษัตราสมบูรณ จังหวัดชัยภูมิ,สาขา
วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2542.

**(ฉ) งานวิจัยในโครงการ “การสื่อสารเพื่อชุมชน” สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย (สกว.)**

1. ศรีธรรณ์ โรจนสุพจน์ และคณะ “การสื่อสารเพื่อการมีส่วนร่วมจัดการ
ป่าชุมชนของชาวบ้านห้วยแก้ว กิ่งอ.แม่ออน จ.เชียงใหม่”, สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2547.
2. วราพร ศรีสุพรรณ และคณะ “การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการจัดการป่า
ชุมชน: กรณีศึกษาป่าชุมชนสะมะแก ต.นาสวน อ.ศรีสวัสดิ์ จ.กาญจน-
บุรี”, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.),2547.
3. จำนงค์ บัวเนียว และคณะ “การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารชุมชนเพื่อ
ปกป้องคลองอุตะเถา จ.สงขลา”, สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(สกว.),2547.
4. สิทธิชัย เทวธีระรัตน์ และคณะ “การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อจัด
การปัญหาขยะของประชาชนในท้องถิ่น อ.ปากช่อง จ.นครราชสีมา”,
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.),2547.