

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทักษะ ทักษะคิด แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความรื้อนใส่กรุงเทพฯ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม (KAP)
3. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
4. แนวคิดเกี่ยวกับโลกรื้อน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร

การรณรงค์ พัฒนาขึ้นในประเทศโลกที่สาม ระหว่างปี 1960-1970 มุ่งที่จะให้เกิดผล คือ การทำให้ประชาชนได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge) การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) และการตัดสินใจรับเอาความคิดใหม่ ๆ ในเรื่องต่าง ๆ ที่รณรงค์ไปปฏิบัติ (Practice)

การรณรงค์ทางการสื่อสารมีวัตถุประสงค์หลัก ๆ คือการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และโน้มน้าวใจให้คล้อยตาม อันจะนำไปสู่การระดมให้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม จนในที่สุดก็เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการกระทำ โดยลักษณะที่สำคัญของการรณรงค์ทางการสื่อสาร มีดังต่อไปนี้

1. การรณรงค์เป็นการกระทำที่มีเป้าหมาย (A campaign is purposive) ในการรณรงค์ใด ๆ ผู้กระทำการรณรงค์จะต้อง คาดหวังผลตอบแทนที่จะเกิดขึ้นจากการสื่อสารของตนไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผลตอบแทนนั้นครอบคลุมตั้งแต่ระดับบุคคลขึ้นไป จนกระทั่งถึงระดับสังคมเป็นส่วนรวม ผลตอบรับดังกล่าวจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อผู้รับหรือผู้ส่งก็ได้

2. การรณรงค์เจาะกลุ่มเป้าหมายไปยังชนกลุ่มใหญ่ (A campaign is aimed at a large audience) การใช้คำว่า “ชนกลุ่มใหญ่” เพื่อแยกคำว่า การรณรงค์ออกจากการสื่อสารระหว่างกลุ่มย่อยอื่น ๆ กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์จะถูกกำหนดโดยจุดประสงค์เป้าหมายของการรณรงค์นั้น ๆ แต่ถึงอย่างไรกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ก็อาจเป็นได้ตั้งแต่กลุ่มพนักงานเพียงไม่กี่คน จนไปถึงกลุ่มประชากรทั้งหมดของประเทศ

3. การรณรงค์ต้องมีกำหนดระยะเวลา ช่วงเวลาการรณรงค์ที่กำหนดไว้อย่างแน่นอน ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวจะเริ่มนับตั้งแต่การเริ่มรณรงค์จนกระทั่งถึงการประเมินผล การสัมฤทธิ์ผลของการรณรงค์นั้น ๆ

4. การรณรงค์ประกอบด้วยชุดของการสื่อสารที่มีการเตรียมและวางแผนไว้ล่วงหน้า หลักการพื้นฐานของการรณรงค์ทางการสื่อสาร โดยทั่วไปมักประกอบด้วยกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การประเมินถึงความต้องการ จุดประสงค์ และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสาร ในขั้นตอนแรกของการรณรงค์ทางการสื่อสารโดยทั่วไป มักจะเริ่มด้วยการประเมินความต้องการ จุดประสงค์ และความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสารเป้าหมายเป็นอันดับแรก

2. การวางแผนการรณรงค์ และการผลิตสื่ออย่างมีระบบ คือ ในส่วนของการวางแผนงานการรณรงค์มักจะประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วนดังนี้

2.1 การวางจุดประสงค์ทางการสื่อสาร (Communication goals) การวางโครงการเพื่อเข้าถึงมวลชน จำเป็นต้องมีการวางจุดประสงค์หลักเกี่ยวกับระดับผลกระทบของเนื้อหาสาระที่ต้องการให้เกิดขึ้นกับองค์ประกอบด้านจิตวิทยาของบุคคล

2.2 กลยุทธ์สาร (Message strategy) ข้อมูลข่าวสารเป็นแก่นสำคัญในกระบวนการโน้มน้าวใจ การทำให้บุคคลกลุ่มเป้าหมายเปิดรับต่อการรณรงค์ทางการสื่อสารเรื่องใดเรื่องหนึ่งด้วยความหวังว่า บุคคลเหล่านั้นจะได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาสารดังกล่าวที่สื่อไปให้ ซึ่งประสิทธิภาพของสารส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับลักษณะการเร้าอารมณ์ที่ใช้ รูปแบบการนำเสนอ ชนิดของสาร ที่ต้องการสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่พึงปรารถนา รวมไปถึงปัจจัยด้านผู้ส่งสาร หลักเกณฑ์การวิเคราะห์สาร ที่ได้นำเสนอออกไปนั้น มีสิ่งสำคัญที่ควรพิจารณา ได้แก่

ความถี่ (Frequency)

ความถี่ในการนำเสนอ จะมีผลอย่างมากต่อการเรียนรู้ และการโน้มน้าวต่าง ๆ แม้ว่าบางครั้งเนื้อหาอาจจะไม่น่าสนใจ แต่ก็ต้องมีความถี่ที่พอเหมาะ มิฉะนั้นอาจจะเกิดผลในทางตรงกันข้ามได้ ในขณะที่เดียวกันเนื้อหาที่ถูกนำมาเสนอซ้ำ ๆ กันบ่อยโดยไม่เปลี่ยนแปลงตามสมควร ก็อาจจะไม่ได้ผลดีนัก เนื้อหาที่นำเสนอควรมีความหลากหลายควบคู่ไปกับความถี่ด้วยคุณภาพ และปริมาณ ช่วงเวลาของการนำเสนอก็เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาเช่นกัน

รูปแบบ (Style)

รูปแบบที่นำเสนอแบบสั้น ๆ ทั่วไปอาจจะไม่ค่อยจูงใจ ดังนั้นการนำเสนอด้วยรูปแบบของละคร แบบอารมณ์ขัน หรือรูปแบบที่เข้าใจง่าย จะทำให้เนื้อหาดูมีความน่าสนใจกว่า รูปแบบของรายการสั้น ๆ กะทัดรัด จะเรียกร้องผู้ชมได้มากกว่ารายการที่ค่อนข้างยาว สิ่งที่สำคัญ

คือ การให้รูปแบบ และเนื้อหาสามารถเกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้รับสาร หรือเกิดประโยชน์ต่อผู้รับสาร
ง่ายต่อการเข้าใจ

ลักษณะเนื้อหาที่ใช้กระตุ้นความสนใจ (Content appeal)

ลักษณะของการนำเสนอเพื่อชักจูง หรือโน้มน้าว ด้วยวิธีการนำเสนอด้านเดียว
เหมาะสำหรับเนื้อหาที่มีข้อสรุปตายตัว ส่วนการนำเสนอสองด้าน เป็นลักษณะของการนำเสนอ
เนื้อหาโดยมีการโต้แย้งกันทางความคิดเห็นเกิดขึ้น เหมาะสำหรับผู้ชมที่มีการศึกษา และมีที่ทำได้แย้ง
ต่อข้อมูลได้ง่าย

การออกแบบเนื้อหาสารต้องสอดคล้องไปกับจุดประสงค์ของผลกระทบที่ได้
วางไว้ โดยคำนึงถึงว่า ควรจะกล่าวอย่างไร และใช้รูปแบบในการนำเสนออย่างไร นอกจากนี้ก็ยัง
มีองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ของผู้นำเสนอสารต่อการชักจูง ซึ่งนักวิจัยได้ประเมินจากบุคลิก
ลักษณะต่าง ๆ ของ Presenter ที่สนใจศึกษาในแง่ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 1) ความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจ (Reliability and trustworthiness)
- 2) ความเชี่ยวชาญสามารถ (Expertness)
- 3) ลักษณะความคุ้นเคย และคล้ายคลึงในปัญหาที่ผู้รับสารเคยประสบ
- 4) ความคล่องแคล่ว กระฉับกระเฉง และบุคลิกดี

1.3 ช่องทางการแพร่กระจายสาร (Message distribution) ต้องทำแผนการใช้สื่อ
เพื่อส่งเสริมให้เข้าถึงผู้รับสาร โดยต้องคำนึงถึงเทคนิควิธีการนำเสนอสารในแต่ละชนิด ความบ่อย
ครั้ง การเปิดรับสื่ออย่างเลือกสรร ซึ่งแตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

4. บทบาทเสริมของสื่อมวลชน การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นเรื่องสำคัญสำหรับการ
การรณรงค์ ซึ่งต้องอาศัยบทบาทเสริมของสื่อมวลชนในการเป็นสื่อกลางที่สำคัญในการสื่อสาร
กิจกรรมต่าง ๆ ในการรณรงค์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายหลักได้อย่างทั่วถึง

5. การเลือกสรรสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับสาร
ได้เต็มที่มากขึ้น

แนวคิดเรื่องการรณรงค์ทางการสื่อสารนั้น มีประโยชน์ในการศึกษาโครงการหยุดเพิ่ม
ความร้อนโลกร้อนของกรุงเทพมหานคร โดยสำรวจถึงความคิดเห็นของประชากรในเขต
กรุงเทพมหานคร เพื่อทำให้ทราบว่าเมื่อมีการรณรงค์โครงการหยุดเพิ่มความร้อนโลกร้อน ไปยัง
ประชาชนแล้ว ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เกิดการรับรู้ หรือมีความรู้มากน้อยแค่ไหน มีทัศนคติเป็น
อย่างไรเกี่ยวกับโครงการ หรือ มีพฤติกรรมการนำไปใช้หรือไม่ มีการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จาก
โครงการ วัตถุประสงค์ ของโครงการว่ามีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่

ประสิทธิผลของการสื่อสาร

ประสิทธิผลในการสื่อสาร หมายถึง การได้รับสิ่งที่ต้องการ นั่นคือเมื่อผู้ทำการสื่อสาร ส่งสารที่ต้องการโน้มน้าวใจออกไปแล้ว ผู้รับสารเห็นด้วยและปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของสารนั้น แสดงว่าการสื่อสารนั้นมีประสิทธิผล เพราะผลที่เกิดขึ้นนั้นตรงกับความต้องการของผู้ส่งสาร

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์ระหว่างกันในกระบวนการก่อรูปของสัมฤทธิ์ผลทางการสื่อสารโดยทั่วไปคือ¹

1. ชนิดของการสื่อสาร การสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารจะแปรผันไปตามลักษณะสภาพของการสื่อสารเป็นสำคัญ เราสามารถแบ่งชนิดของการสื่อสารหลัก ๆ ได้ดังต่อไปนี้

1.1 ช่องทางการสื่อสารระบบมวลชน หรือสื่อมวลชนสามารถจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลจะให้สัมฤทธิ์ผลด้านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากนัก กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ยิ่งการสื่อสารมีความเป็นส่วนตัวมากเท่าใด สัมฤทธิ์ผลย่อมจะมีมากขึ้นเท่านั้น

1.2 ความคิดเห็นของบุคคลย่อมจะก่อรูปขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของกลุ่มที่บุคคลสังกัดและเกี่ยวข้องอยู่ทั้งกลุ่มที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ รวมทั้งแรงผลักดันที่สำคัญคือการสร้างความเห็นของคนให้สอดคล้องและเป็นแบบเดียวกับสมาชิกของกลุ่มที่ชอบ

1.3 ช่องทางข่าวสารเฉพาะ จะให้สัมฤทธิ์ผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่า ช่องทางทั่วไป หรือการใช้ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมจะสอดคล้องกับท่าทีที่มีอยู่ก่อนแล้วของผู้รับ ย่อมจะเรียกความสนใจและเปลี่ยนความคิดเห็น หรือทัศนคติได้ง่ายกว่าการใช้ช่องทางทั่วไป

1.4 เนื้อหาที่ใช้สื่อสาร เนื้อหาของการสื่อสารที่มีลักษณะรายงาน มักจะสัมฤทธิ์ผล การเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือ ความคิดเห็นเช่นเดียวกับเนื้อหาประเภทให้การอธิบาย

1.5 บุคคลจะเรียนรู้สิ่งที่สนใจทั้งจากช่องทางข่าวสารแบบสื่อมวลชนกับสื่อระหว่างบุคคลผสมกัน และการที่บุคคลให้ช่องทางข่าวสารในรูปแบบผสมกันนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการคือ การศึกษา เนื้อหาข่าวสาร ความสำคัญของเนื้อหาที่มีต่อบุคคล รวมทั้งโอกาสที่จะได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนหรือจากบุคคล

2. ชนิดของประเด็นปัญหา ส่วนหนึ่งของการสื่อสารที่จะให้สัมฤทธิ์ผลต่อการสร้างหรือเปลี่ยนแปลงสาธารณมติจะแปรผันไปตามสภาพของประเด็นปัญหาด้วย กล่าวคือ

¹ เสถียร เชนประทับ, ศักยภาพของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศ (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2331), น. 12-22.

2.1 โดยทั่วไปเนื้อหาของการสื่อสารจะสัมฤทธิ์ผลด้วยการมีอิทธิพลเหนือความคิดเห็นของผู้รับ เกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นใหม่ ๆ หรือยังไม่มีรูปร่างชัดเจนมากกว่าประเด็นปัญหาที่คนมีทัศนคติอย่างหนึ่งอย่างใดอยู่แล้ว

2.2 เนื้อหาของการสื่อสารจะมีอิทธิพลเหนือความคิดเห็นที่เกี่ยวกับประเด็นที่มีความสำคัญ นั่นคือ สื่อมวลชนสามารถสร้างความคิดเกี่ยวกับเรื่องที่ใกล้ตัวผู้รับได้ง่ายกว่าเรื่องที่ไกลตัว และมีความสำคัญต่อผู้รับ

2.3 เนื้อหาของการสื่อสารสามารถจะให้สัมฤทธิ์ผลในการสร้างอิทธิพลเหนือความคิดเห็นเกี่ยวกับ “บุคคล” มากกว่า “ประเด็น”

3. ชนิดของบุคคล ลักษณะสำคัญอีกอย่างหนึ่งของสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารในฐานะที่มีอิทธิพลต่อสาธารณมติจะผันผวนไปตามสภาพของบุคคล ทั้งนี้อาจพิจารณาได้หลายประการ

3.1 ผู้รับข่าวสารมีลักษณะและคุณสมบัติแตกต่างกัน และการรับสื่อก็แตกต่างกัน ดังนั้นหากไม่จำแนกแยกแยะลักษณะคุณสมบัติของผู้รับสารก่อนก็ยากที่จะระบุสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารได้อย่างแน่นอน

3.2 ผู้รับข่าวสารมีแนวโน้มของความนึกคิดบางเรื่องไม่เหมือนกัน ผู้รับบางคนมีแนวโน้มทางความคิดเกี่ยวกับบางเรื่องเพียงผิวเผิน แต่บางคนมีอยู่อย่างเข้มข้น ดังนั้น หากผู้รับมีทัศนคติเกี่ยวกับบางประเด็นอย่างเข้มข้นแล้ว จะเป็นการยากที่สื่อมวลชนจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้สามารถใช้เหตุผลยิ่งขึ้นเท่านั้น

4. ชนิดของเงื่อนไข ลักษณะสภาพของการสื่อสารเป็นตัวแปรที่สำคัญของสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสาร

5. ชนิดของสัมฤทธิ์ผลในรูปแบบที่สำคัญคือ

5.1 การสื่อสารบางอย่างให้สัมฤทธิ์ผลทางการเพิ่มพูนความรู้ และบางอย่างให้สัมฤทธิ์ผลทางเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

5.2 สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารอาจเกิดขึ้นได้ระยะสั้นและระยะยาว ส่วนมากสัมฤทธิ์ผลระยะสั้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นส่วนใหญ่ ส่วนสัมฤทธิ์ผลในระยะยาวมักมองไม่ค่อยเห็นชัด แต่ก่อให้เกิดอิทธิพลทางอ้อม

5.3 สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารที่มีต่อความคิดเห็นของผู้รับสาร มิได้เกิดขึ้นโดยตรงจากการจงใจของนักสื่อสาร หรือแม้แต่เนื้อหาของการสื่อสารเพียงอย่างเดียว แต่ทำที่หรือความโน้มเอียงบางครั้งก็ปิดกั้น หรือบางครั้งก็ช่วยปรับปรุงแก้ไขสัมฤทธิ์ผลที่ดีขึ้นกว่าที่ตั้งใจ

เดอเฟลอร์² ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรกที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างเกี่ยวกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่นปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร เดอเฟลอร์ ได้กล่าวถึงทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) ว่าเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคมในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงานหรือบุคคลในครอบครัว และวงศาครอบครัวนี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้ หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มที่เข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่นการที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาใดหรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือไต่ถามเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิด

แนวคิดเรื่องประสิทธิผลทางการสื่อสารนั้น มีประโยชน์ในการศึกษาโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ของกรุงเทพมหานคร โดยสามารถวิเคราะห์ได้ว่าโครงการสามารถสร้างการรับรู้ให้ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้มากน้อยเพียงใด ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างประสิทธิผลของโครงการคือ แง่ใดบ้าง

ทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัวแปร คือ ความรู้ (knowledge) ทัศนคติ (attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (practice) ของผู้รับสาร อันจะมีผลกระทบต่อสังคมต่อไปในอนาคต

² DeFleur, 1966, อ้างถึงใน ตาวิ พานิช, “การรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติ และพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้รถยนต์ เกี่ยวกับโครงการรณรงค์การเติมน้ำมันเบนซินที่มีค่าออกเทนที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2545), น. 17.

ความรู้ (Knowledge)

การรับรู้ทางการสื่อสาร และการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ซึ่งบุคคลส่วนมาก จะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้ จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้าง ของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ต่อไป

Benjamin B. Bloom³ ได้กล่าวถึงความสามารถที่เกิดจากการเรียนรู้ว่า มีองค์ประกอบ 6 ประการคือ

1. ความรู้ (Knowledge) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำและระลึกถึงเหตุการณ์ หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งเป็น
 - 1.1 ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหา
 - 1.2 ความรู้เกี่ยวกับกลวิธี และการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
2. ความเข้าใจ (Comprehensive) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญา และทักษะเบื้องต้น แบ่งเป็น
 - 2.1 การแปลความ คือ แปลจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่งโดยรักษาความหมาย ให้ถูกต้อง
 - 2.2 การตีความหมาย คือ ขยายจากเนื้อหาเดิมด้วยการสร้างขึ้นในรูปแบบใหม่
3. การนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริง และความคิดที่เป็นนามธรรม ปฏิบัติได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม
4. การวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกเป็นส่วน เป็นประเภท หรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง
5. การสังเคราะห์ (Synthesis) คือการนำข้อมูล และแนวคิดมาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม

³ Benjamin B. Bloom, 1971, อ้างถึงใน โสภภาพร ร่มพูลทอง, “การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ ความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมของสมาชิกบ้านเอื้ออาทรที่มีผลต่อโครงการวัฒนธรรม เอื้ออาทรของการเคหะแห่งชาติ,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. 35.

6. การประเมินค่า (Evaluation) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ การรวบรวม และวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ข้อตัดสินถึงระดับของ ประสิทธิภาพของกิจกรรมแต่ละอย่าง

Patrick Meredith⁴ ได้พูดถึงความรู้ว่าจำเป็นต่อมืองค์ประกอบ 2 อย่างคือ ความเข้าใจและการคงอยู่ (Understanding and Retaining) เพราะความรู้ หมายถึง การที่สามารถจำได้ถึงบางสิ่งบางอย่างซึ่งเราเข้าใจมาแล้ว

กระบวนการรับรู้จะเกี่ยวข้องกับ 3 ขั้นตอนคือ

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกเปิดรับสื่อ หรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสาร ทั้งการเลือกโดยตั้งใจ หรือการเลือกโดยไม่ตั้งใจ จากแหล่งหนึ่งแหล่งใด ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง การเลือกเปิดรับสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ เช่น ทักษะสติเดิม ความเชื่อ อุดมการณ์ ทัศนคติ นิยมศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) ผู้รับสารแต่ละคน อาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกัน ที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงไม่ได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือ คำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารเลือกที่จะรับรู้ หรือ เลือกตีความหมายของข่าวสารตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือ สภาวะอารมณ์ในขณะนั้นด้วย

ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตน

การเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตามย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกลึกซึ้ง ซึ่งเชื่อมโยงกับสภาพจิตใจในบุคคลต่างกัน อันมีปัจจัยมาจากประสบการณ์ที่สั่งสมมาและสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลทำให้บุคคลมีความคิด และแสดงออกตามความคิด ความรู้สึกของตน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าความรู้สึกเป็นบ่อเกิดแห่งทัศนคติ

การศึกษาเรื่องความรู้ สามารถนำไปใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโครงการ หยุดเพิ่มความร้อนในใส่กรุงเทพฯ ของกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันไป ซึ่งมาจากการประชาสัมพันธ์ของ

⁴ Patrick Meredith, 1973, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 35.

โครงการความรู้อาจจะเป็นกระบวนการในการรับรู้เบื้องต้น โดยการรับรู้จะมีส่วนในการสร้างทัศนคติ และมีแนวโน้มในการเข้าร่วมโครงการต่อไปในอนาคต

ทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติเป็นความรู้สึกและความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อคนรอบข้าง วัตถุหรือสถานการณ์ต่าง ๆ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางสนับสนุนหรือไม่สนับสนุน ความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย หรือรู้สึกเฉย ๆ โดยทัศนคติมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและทัศนคติเป็นตัวที่เชื่อมโยงระหว่างความรู้กับพฤติกรรม สำหรับคำจำกัดความของทัศนคติ มีผู้ให้ไว้หลากหลายด้วยกัน คือ

Charles A. Kiesler, Barry E. Collins and Norman Miller⁵ กล่าวถึงทัศนคติว่า เป็นความรู้สึกทางใจอย่างแรงกล้าในด้านบวก หรือลบ หรือต่อต้านสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่ภายในจิตใจ ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของสัญลักษณ์ ตัวบุคคล คำพูด หรือแนวความคิด

นิพนธ์ คันธเสวี⁶ ให้ความหมายว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่ใช้บอกการแสดงออกของบุคคลที่จะกระทำต่อสิ่งของ ต่อบุคคล หรือต่อสถานการณ์ ทัศนคติจึงสำคัญในการมีปฏิกิริยาโต้ตอบต่อสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าว หากบุคคลจะทำหรือแสดงออกอะไรสักอย่างหนึ่งออกมาต่อสิ่งใดของบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในความสัมพันธ์ทางสังคม

โรเจอร์ส⁷ ทัศนคติ หมายถึง เป็นดัชนีชี้วัดว่าบุคคลนั้นคิด และรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อถือที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงออกว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรม

⁵ Charles A. Kiesler, Barry E. Collins and Norman Miller, 1969, อ้างถึงในเรื่องเดียวกัน, น. 36.

⁶ นิพนธ์ คันธเสวี, 2511, อ้างถึงในเรื่องเดียวกัน, น. 36.

⁷ Rogers, 1978, อ้างถึงใน ตาวิ พานิช, “การรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติ และพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้รถยนต์ เกี่ยวกับโครงการรณรงค์การเติมน้ำมันเบนซินที่มีค่าออกเทนที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์,” น. 21.

องค์ประกอบของทัศนคติ

Katz and Scotland⁸ ได้แยกองค์ประกอบของทัศนคติได้เป็น 3 องค์ประกอบด้วยกันคือ

1. องค์ประกอบทางด้านความคิด หรือความรู้ความเข้าใจ ซึ่งเรียกว่า “Cognitive Component” ได้แก่ ความคิดซึ่งเป็นส่วนประกอบของมนุษย์ในการคิด ซึ่งความคิดนี้จะอยู่ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งซึ่งแตกต่างกัน

2. องค์ประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก เรียกว่า “Affective Component” เป็นตัวรับรู้ความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดี หรือไม่ดี ก็จะแสดงออกขณะคิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่ต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า “positive affective component” ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า “negative affective component” ก็จะมีความรู้สึกในด้านลบ เป็นไปในทางที่ไม่ดี

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม เรียกว่า “Behavioral Component” มีแนวโน้มเน้นไปในทางการกระทำ หรือพฤติกรรมในลักษณะที่ว่า เมื่อมีสิ่งเร้าก็จะเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เมื่อบุคคลมีความรู้สึกที่ดีต่อโครงการหยุดเพิ่มความร้อนใส่กรุงเทพฯ พฤติกรรมที่แสดงออกก็จะเป็นไปในทางที่ดี คือ มีแนวโน้มที่จะปฏิบัติตาม

การเกิดทัศนคติ

Rensis Likert⁹ ได้ศึกษามูลเหตุของการเกิดทัศนคติของคน ซึ่งเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ ได้สรุปการศึกษาไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ จากแหล่งทัศนคติต่าง ๆ ที่มีอยู่ และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดหนึ่งในทางที่ดีและไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาแล้ว

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อจากบุคคลอื่น จึงทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้ เช่น การได้รับข้อมูล

⁸ Katz and Scotland, 1969, อ้างถึงใน ไสภาพร ร่มพูลทอง, “การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ ความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมของสมาชิกบ้านเอื้ออาทรที่มีผลต่อโครงการวัฒนธรรมเอื้ออาทรของการเคหะแห่งชาติ,” น. 36.

⁹ Rensis Likert, อ้างถึงใน ตาวี พานิช, “การรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติ และพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้รถยนต์ เกี่ยวกับโครงการรณรงค์การเติมน้ำมันเบนซินที่มีค่าออกเทนที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์,” น. 22.

ข่าวสารจากผู้ว่าราชการจังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือ และได้รับความไว้วางใจจากประชาชน ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ดีในการที่จะรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติ เช่น เด็กเกิดการเลียนแบบพ่อแม่ผู้ปกครอง ในการปฏิบัติตามคำแนะนำลดภาวะโลกร้อน ของกรุงเทพมหานคร

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน หน่วยงาน สถาบันต่าง ๆ สถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

ลักษณะของทัศนคติ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ หรือประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด

2. ทัศนคติเป็นสภาพจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอย่างมาก

3. ทัศนคติเป็นสภาพจิตใจที่มีความถาวร เนื่องจากแต่ละบุคคลต่างก็ได้รับประสบการณ์และการผ่านการเรียนรู้มา ทัศนคติก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องมาจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงได้ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้ง 3 อย่างนี้มีความเชื่อมโยงกัน ดังนั้น ในการที่จะให้มีการยอมรับหรือปฏิเสธในสิ่งใด จึงต้องเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน โดยการให้ความรู้

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจใช้วิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งข่าวสารนี้อาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากอุปกรณ์สื่อมวลชนอื่น ๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ เชื่อกันว่า ถ้าส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง ส่วนประกอบด้านอื่นก็จะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน ถ้าส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้เปลี่ยนแปลงก็จะมีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบทางอารมณ์ และส่วนประกอบด้านการปฏิบัติเปลี่ยนแปลงด้วย

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

W. J. McGuire¹⁰ ได้อธิบายขั้นตอนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน คือ

¹⁰ W.J. McGuire, 1969, อ้างถึงใน ไสภภาพ ร่มพูลทอง, “การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมของสมาชิกบ้านเอื้ออาทรที่มีผลต่อโครงการวัฒนธรรมเอื้ออาทรของการเคหะแห่งชาติ,” น. 38.

1. การใส่ใจ (Attention)
2. ความเข้าใจ (Comprehension)
3. การยอมรับ (Yielding)
4. การเก็บเอาไว้ (Retention)
5. การกระทำ (Action)

สิ่งที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเริ่มต้นด้วยองค์ประกอบที่สำคัญคือ แหล่งของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจจะเป็นบุคคลเดียว กลุ่มบุคคล หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือ สิ่งที่เกิดทัศนคติโดยตรง โดยทั่วไปแหล่งข่าวต่าง ๆ จะมีลักษณะที่แตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น ความสามารถ ความเป็นที่ดึงดูดความสนใจ ความคุ้นเคย สามารถดึงดูดความสนใจและมีอำนาจ จะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่าแหล่งข่าวที่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านี้

นอกจากนี้ องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น เนื้อหาของข่าวสาร วิธีการส่งสาร และผู้รับสาร ก็เป็นองค์ประกอบในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเช่นกัน การเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้ผลที่แตกต่างกัน บางคนเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ง่าย บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ยาก ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างทั้งทางด้านสรีระวิทยา วัตถุประสงค์ และอื่น ๆ เช่น อายุ มีผลต่อทัศนคติของบุคคล ผู้ใหญ่มักจะปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก ตรงข้ามกับวัยรุ่นที่พร้อมจะเปลี่ยนแปลงสังคม

พฤติกรรม (Practice)

ปกิจ พรหมยาน¹¹ กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ หรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์หนึ่งหรือสถานการณ์ใด หรือสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ โดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมาย และเป็นไปอย่างใคร่ครวญแล้ว หรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกรู้สีกตัว และไม่ว่าสิ่งมีชีวิต บุคคลอื่น ๆ สามารถสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

¹¹ ปกิจ พรหมยาน, 2531, อ้างถึงใน ตาวี พานิช, “การรับรู้ข่าวสาร ทัศนคติ และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้รถยนต์ เกี่ยวกับโครงการรณรงค์การเติมน้ำมันเบนซินที่มีค่าออกเทนที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์,” น. 25.

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร¹² นิยามว่า เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจาก ความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดขึ้นเพราะความแตกต่างกันในเรื่องการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนได้รับ จึงทำให้เกิด ประสพการณ์ที่แตกต่างกันออกไป และทำให้มีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลที่แตกต่างกันออกไป โดยทั่วไปการสื่อสารเพื่อแนวโน้มพฤติกรรมสามารถเกิดขึ้นได้ทุกระดับ ตั้งแต่ปัจเจกชน จนถึง ระดับสังคม การโน้มน้าวพฤติกรรมของการสื่อสารสังคม อาจผ่านสื่อโดยอาศัยวิธีการดังนี้

1. การปลุกอารมณ์ (Emotional Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตาม ไม่ว่าจะ เป็นภาพหรือเสียง
2. การเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปรานี
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalize Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธา และเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การมอบรางวัล ประกาศเกียรติคุณ เพื่อเป็นการจูงใจในการเข้าร่วมโครงการ

ผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีดังกล่าว ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบคือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)

องค์ประกอบของพฤติกรรม

Cronbach¹³ อธิบายพฤติกรรมของบุคคล เกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการ ต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจ หรือสนองตอบความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างต้องใช้เวลาอันจึงสามารถบรรลุความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และต้องเลือกตอบสนอง ความต้องการที่รีบด่วนก่อน

¹² สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, 2533, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 25.

¹³ Cronbach, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 26.

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะ หรือความสามารถที่จะเป็นใน การทำกิจกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองตอบความต้องการได้หมดทุก อย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของตัวเอง

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนอง ความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง จะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อน แล้วตัดสินใจเลือกวิธีที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (Response) หมายถึง การทำกิจกรรมเพื่อสนองตอบความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจาก การกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงตามที่ได้คิดไว้ หรืออาจตรงข้ามกับที่คาดหมายได้ก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Consequence) หากไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้อาจย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะ ใหม่ และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

ซิมบาโด, เอ็มปีเซน และ มาสลาช¹⁴ สรุปว่าทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนเราจะเป็น อย่างไรขึ้นอยู่กับความรู้ที่มีอยู่ของผู้นั้น คือ ถ้าผู้ใดมีความรู้ดีทัศนคติต่อสิ่งนั้นก็มักจะดีตามไป ด้วย เมื่อมีทัศนคติดีแล้วก็มีแนวโน้มที่จะส่งผลให้ผู้นั้นแสดงพฤติกรรมไปในทางที่ดี ดังนั้นความรู้ ทัศนคติ และการแสดงพฤติกรรมจึงมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน

สมปราชญ์ จอมราช¹⁵ กล่าวว่า ทัศนคติของคนเป็นผลของความรู้สึกทางใจที่กระตุ้นให้ เกิดพฤติกรรมเอนเอียงไปทางใดทางหนึ่ง จึงมีลักษณะเป็นนามธรรม ซึ่งมีผลสะท้อนมาสู่พฤติกรรม ของคน ดังนั้นพฤติกรรมของมนุษย์คือ การแสดงออกซึ่งทัศนคติที่ดีของเขา ซึ่งส่งผลมาจาก ประสบการณ์ความรู้ ความคิด ความเชื่อ และการเรียนรู้ รวมถึง ภูมิหลังของบุคคลนี้ เมื่อภูมิหลัง ของแต่ละคนต่างกัน จึงทำให้การประพฤติต่อสิ่งเดียวกันในลักษณะที่แตกต่างกัน

¹⁴ ซิมบาโด, เอ็มปีเซน และ มาสลาช, 1977, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 28.

¹⁵ สมปราชญ์ จอมราช, 2516, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 28.

สามารถกล่าวได้ว่าการกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของบุคคลส่วนใหญ่ เป็นการแสดงออกของบุคคลที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคลนั้น ๆ การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันเนื่องมาจากบุคคลนั้น มีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้ และทัศนคติอาจเกิดมาจากความแตกต่างในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความแตกต่างในเรื่องของการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่แตกต่างกัน อันมีผลต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ

Rogers¹⁶ อธิบายเกี่ยวกับช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP-GAP ทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป เมื่อมีการสื่อสารยอมก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อข่าวสารที่เผยแพร่แล้ว แต่ในขั้นตอนการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ แม้ว่าส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว ก็มักจะมี ความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป เพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP-GAP ได้ กล่าวโดยสรุปคือในกรณีทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติ ใด ๆ ก็แสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่คือ (K-Knowledge) (A-Attitude) (P-Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องหรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอกันในทุกกรณี

ในการปิดช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ โรเจอร์สได้เสนอวิธีแก้ไข 4 ประการคือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้มากขึ้น คือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริง ถึงวิธีการใช้หรือวิธีปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม โดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวโดยวิธีการใช้สื่อบุคคลเป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริม และให้ผู้ นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับกลุ่มสมาชิกหรือกลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อโน้มน้าวใจสมาชิกให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

¹⁶ Rogers, 1971, อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 30.

จากทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP) ผู้ศึกษาจะนำมาเป็นกรอบในการศึกษา โดยมีการศึกษาถึงการรับรู้ข่าวสาร ทักษะ และการปฏิบัติ หรือการเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความรู้ในกรุงเทพฯ และจากทฤษฎีนี้ทำให้เห็นว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มีผลต่อความรู้ ทักษะ พฤติกรรมการรับรู้เกี่ยวกับโครงการ เนื่องจากสื่อต่าง ๆ ย่อมมีอิทธิพลในการให้ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับจุดประสงค์ของโครงการ ทำให้เกิดแนวโน้มการเข้าร่วมโครงการได้

แนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เป็นทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ประชากรเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญและจัดว่าเป็นกลไกสำคัญที่ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนทางสังคมและประเทศชาติจากความสำคัญของประชากรทำให้มีการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และได้มีผู้ให้คำนิยามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ไว้ ดังนี้

อภิชาติ จำรัสสุทธิรงค์¹⁷ ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาเกี่ยวกับขนาด โครงสร้าง การกระจายตัว ส่วนประกอบของประชากร การเปลี่ยนแปลงประชากรที่เกิดขึ้น และองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงประชากร

สันทัต เสิรมศรี¹⁸ กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ เป็นการศึกษาหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมนุษย์ในด้านพฤติกรรมทางประชากร และการเปลี่ยนแปลงปรากฏการณ์ทางประชากร โดยอธิบายเกี่ยวกับปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และปัจจัยอื่น ๆ

การสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมทั่วไปแตกต่างกัน ดังนั้น นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่าพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้นน่าจะแตกต่างกันไปด้วย งานวิจัยที่ใช้แนวคิดด้านประชากรศาสตร์มัก

¹⁷ อภิชาติ จำรัสสุทธิรงค์, 2531, อ้างถึงใน สุภาวดี อินนุพัฒน์, “การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมในโครงการประหยัดไฟกำไร 2 ต่อของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. 7.

¹⁸ เรื่องเดียวกัน, น. 8.

จะมองหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อต่าง ๆ เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต ตลอดจนเวลาว่างที่แตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อต่าง ๆ ก็แตกต่างกันไปด้วย มาจาก คุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) ซึ่งประกอบด้วย

1. อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องพฤติกรรม โดยบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างบุคคลที่มีอายุน้อย ซึ่งจะต่างกับบุคคลที่มีอายุน้อยที่มีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนมีอายุมากขึ้น จึงเห็นได้ว่าปัจจัยด้านอายุของผู้รับสารนั้นมีอิทธิพลกับการสื่อสาร เพราะเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูง โดยคนที่มีวัยต่างกันจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ ต่างกันไปด้วย พบว่าคนที่มีอายุน้อยจะมีความคิดเชิงเสรีนิยมมากกว่าคนอายุมาก ใจร้อนกว่า มองโลกในแง่ดีกว่า ส่วนคนอายุมากจะมีความระมัดระวังในเรื่องต่าง ๆ มองโลกในแง่ร้าย และไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นคนอายุน้อยจึงมักถูกชักจูงได้ง่ายกว่า และมีพฤติกรรมการสื่อสารที่ชอบเปิดรับสารด้านบันเทิง ขณะที่คนอายุมากจะเปิดรับข่าวสารประเภทหนัก ๆ เช่น ข่าวการเมือง สังคม เศรษฐกิจ เป็นต้น

2. เพศ (Sex) ความแตกต่างทางด้านเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งสารและรับสารเพียงอย่างเดียว แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารด้วย จากการวิจัยทางด้านจิตวิทยา แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน เพศหญิงมักเป็นเพศที่มีอารมณ์อ่อนไหว มีสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะดูรายละเอียด มีความละเอียดละไมกว่าผู้ชาย ส่วนเพศชายก็จะเป็นเพศที่มีใจคอหนักแน่น ไม่อ่อนไหวกับสิ่งต่าง ๆ ไม่ชอบพิจารณารายละเอียด

3. การศึกษา (Education) เป็นลักษณะสำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ย่อมจะมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง และสามารถเข้าใจสารได้ดี ส่งผลให้คนที่มีการศึกษาสูงเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภท วิทยู โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ส่วนพฤติกรรมเปิดรับสารนั้นเป็นการจัดสรรเวลาในชีวิตประจำวันของผู้รับสาร คนที่มีการศึกษาสูงมักถูกจัดโดยแบบแผนการทำงานที่แตกต่างกันไปจากผู้ที่มีการศึกษาน้อย การทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ ที่ต้องใช้เวลานานกว่าเวลางาน ประกอบไปด้วย

ด้านเนื้อหาที่นิยมเปิด พบว่าคนที่มีการศึกษาสูงนิยมเปิดรับข่าวสารและเรื่องเกี่ยวกับสาธารณชน เนื้อหาหนัก และมีงานวิจัยพบว่า คนที่มีการศึกษาจะมีลักษณะการเลือกเนื้อหาของสื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และคนที่มีการศึกษาสูงยังมีการรับรู้ข้อมูลอย่างวิพากษ์วิจารณ์ และตั้งข้อสงสัยมากกว่า จึงสรุปได้ว่าการศึกษาเป็นตัวแปรหนึ่งที่จะต้องตระหนักและเรียนรู้ให้ดีกว่าก่อน เพราะผู้รับสารที่มีการศึกษาที่แตกต่างกันจะได้ผลทางด้านทักษะการสื่อสาร ความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมกรรมการสื่อสารที่ต่างกัน

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Status) ประกอบด้วย อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังทางครอบครัว เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทักษะคิดและค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน และมีบทบาทในการเป็นตัวกำหนดในเรื่องของการเปิดรับสื่อที่ผู้รับสารสามารถเข้าถึงได้ รวมถึงเป็นตัวกำหนดการเปิดรับเนื้อหาที่สอดคล้องต่ออาชีพ ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม รวมถึงสถาบันหรือกลุ่มที่ผู้รับสารสังกัดอยู่

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์พอสรุปได้ว่า ประชาชนที่มีลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน คือ เพศ อายุ การศึกษา และสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ น่าจะแตกต่างกันไปด้วย พฤติกรรมการสื่อสารนอกจากจะหมายถึง การเลือกใช้ถ้อยคำในภาษา หรือการใช้วจนภาษา ตลอดจน กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารให้สำเร็จลุล่วงแล้ว รวมไปถึงการใช้สื่อ หรือการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ที่ผู้รับสารต้องการ

ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์มาใช้เพื่ออธิบายเกี่ยวกับปัจจัยในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารโครงการ ทักษะคิดที่มีต่อโครงการ รวมถึงพฤติกรรมในการเข้าร่วมโครงการ ยุติเพิ่มความร้อนในใส่กรุงเทพฯ ซึ่งจะทำให้ทราบว่าประเภทสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการ ความถี่ของการทำการสื่อสาร เพื่อให้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการยุติเพิ่มความร้อนในใส่กรุงเทพฯ ของกรุงเทพมหานคร สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของโครงการได้มากน้อยเพียงใด ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีผลอย่างไรต่อการรับรู้ข่าวสารของโครงการ ซึ่งเชื่อมโยงไปถึงทัศนคติที่จะเกิดขึ้น รวมถึงแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเข้าร่วมโครงการด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับโลกร้อน

ในปัจจุบัน โลกกำลังเผชิญหน้าอยู่กับภาวะโลกร้อน หรือ Global Warming ซึ่งถือเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่หนักหน่วงที่สุดในขณะนี้ เห็นได้จากบทรายงานของสถาบันก๊อดดาร์ดเพื่ออวกาศศึกษาแห่งองค์การบริหารการบินและอวกาศแห่งชาติ (นาซา) ของสหรัฐอเมริกาชี้แจงว่า ในปี พ.ศ. 2548 เป็นปีที่โลกร้อนที่สุดในรอบ 12,000 ปี ในช่วงเวลา 30 ปีที่ผ่านมา สถิติเกี่ยวกับความร้อนของโลกได้บ่งชี้ว่าเป็น 5 ปีที่ร้อนที่สุด ที่เกิดในทศวรรษเดียวกันคือ ปี พ.ศ. 2541 2545 2546 2547 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้โลกร้อนผิดปกติ เพราะปล่อยก๊าซที่ก่อให้เกิดภาวะเรือนกระจก ที่สำคัญคือคาร์บอนไดออกไซด์และก๊าซมีเทนที่เกิดจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงและการทำเกษตรกรรม ซึ่งในทศวรรษที่ 21 อุณหภูมิโลกเพิ่มสูงขึ้นอีก 2-4 องศาเซลเซียส¹⁹ นอกจากนี้การที่โลกมีอุณหภูมิเพิ่มขึ้นเพียงองศาเดียวก็จะทำให้ประชากรหลายร้อยล้านคนบนโลกประสบกับปัญหาภาวะขาดแคลนน้ำ เกิดน้ำท่วมและพายุที่สร้างความเสียหายอย่างรุนแรง รวมถึงเกิดปรากฏการณ์ปะการังฟอกขาวที่แนวปะการังทั่วโลก²⁰ โลกกำลังเผชิญหน้ากับปัญหาภาวะโลกร้อนในวงกว้าง ยกตัวอย่างเช่น พ.ศ. 2545 ที่ประเทศแคนาดา แผ่นน้ำแข็งขนาดใหญ่ที่สุดในโลกชื่อ “วอร์ดฮันด์” ได้แตกออกเป็น 2 ส่วน ท่ามกลางความตื่นตระหนกของนักวิทยาศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจดาวเทียมขององค์การนาซา พบว่า น้ำแข็งที่ขั้วโลกใต้ละลายกลายเป็นน้ำ 31 พันล้านตันต่อปี การละลายของน้ำแข็งขั้วโลกส่งผลต่อสัตว์อย่างหมีขาว ที่มีปริมาณการจมน้ำตายจากการที่ไม่มีแผ่นน้ำแข็งให้เกาะ ปี พ.ศ. 2546 คลื่นความร้อนที่รุนแรงที่สุดในรอบ 150 ปี คร่าชีวิตคนในประเทศแถบยุโรปประมาณ 40,000 ราย และในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ไฟไหม้ป่าฝนเขตร้อนในประเทศอินโดนีเซียรุนแรงขึ้น สร้างความเสียหายให้ผืนป่ากว่า 12.5 ล้านไร่ รวมถึงอากาศที่อุ่นขึ้นและแผ่นน้ำแข็งที่บางลงเป็นอุปสรรคต่อการอยู่อาศัยของลูกเพนกวินจักรพรรดิ ประชากรเพนกวินจักรพรรดิจึงลดลงถึง 70 เปอร์เซ็นต์ ในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา จนมีคำพูดของ เซอร์เดวิด คิง ที่ปรึกษาด้านวิทยาศาสตร์ แห่งราชอาณาจักร ที่กล่าวว่า “เราคงจะต้องวาดแผนที่โลกขึ้นใหม่”²¹ คณะกรรมาธิการระหว่างรัฐบาลว่าด้วยความเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ หรือ IPCC (Intergovernmental Panel on Climate

¹⁹ ธนวัฒน์ จารุพงษ์สกุล, โลกร้อนสุดขั้ว วิกฤตอนาคตประเทศไทย (กรุงเทพมหานคร: สุานบุ๊คส์, 2550), น. 57-58.

²⁰ ลูดีนันท์ ศรีสถิต, โลกร้อน ทุกสิ่งที่เราทำ เปลี่ยนแปลงโลกเสมอ, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2550) น. 46.

²¹ เรื่องเดียวกัน, น. 18-21.

Change) และนักวิทยาศาสตร์ ได้ประเมินสถานการณ์ของผลกระทบจากภาวะโลกร้อนว่า เมื่อสิ้นศตวรรษในปี ค.ศ. 2100 อุณหภูมิของโลกจะเพิ่มสูงขึ้นระหว่าง 1.8-4 องศาเซลเซียส ระดับน้ำทะเลจะสูงขึ้น 28-43 เซนติเมตร หรือการเผชิญหน้ากับคลื่นความร้อน พายุไต้ฝุ่น และเฮอริเคนที่รุนแรงขึ้น²²

การที่โลกร้อนขึ้นเป็นผลมาจาก “ปรากฏการณ์เรือนกระจก” (Greenhouse Effect) เป็นปรากฏการณ์ที่ชั้นบรรยากาศของโลกถูกห่อหุ้มด้วยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งมีหลายชนิดเช่น ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ก๊าซมีเทน ก๊าซไนตรัสออกไซด์ ก๊าซโอโซน และก๊าซคลอโรฟลูโอโรคาร์บอน (CFC) ก๊าซเรือนกระจกเหล่านี้มีความสามารถในการดูดกลืนรังสีอินฟราเรด เสมือนการกักเก็บความร้อนไว้ ทำให้อุณหภูมิพื้นผิวโลกอบอุ่นพอดีเหมาะกับการดำรงชีวิตของสิ่งมีชีวิต หากปราศจากก๊าซเรือนกระจก พื้นผิวโลกจะมีอุณหภูมิต่ำเพียง -18 องศาเซลเซียส นั่นหมายความว่าโลกจะถูกปกคลุมด้วยน้ำแข็งทั้งหมด ภาวะโลกร้อนได้เริ่มต้นมาจากยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม ปี 2393 คนบนโลกได้ปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยเฉพาะก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกมาจากการทำกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การเผาไหม้เชื้อเพลิง การเกษตร การเผาป่า คิดเป็น 80 เปอร์เซ็นต์ของก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด ช่วงสามถึงสี่ศตวรรษที่ผ่านมา อัตราการเพิ่มของก๊าซเรือนกระจกในล้านตันในปี 2513 ปัจจุบันตัวเลขอยู่ที่ 26,000 ล้านตันต่อปี และระดับความเข้มข้นอยู่ที่ 380 ส่วนในล้านส่วน ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในรอบ 650,000 ปีที่ผ่านมา²³

ปัญหาโลกร้อนสามารถแก้ไขให้บรรเทาเบาบางลงได้ด้วยการร่วมมือกันลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ IPCC ได้เผยแพร่รายงานจากการศึกษาของคณะทำงานชุดที่ 3 คือ Climate Change 2007 : Mitigation of Climate Change ในการประชุมที่กรุงเทพมหานคร โดยเสนอมาตรการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดย²⁴

1. เสนอนโยบายพลังงานทดแทน หรือ พลังงานหมุนเวียน เช่น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังงานน้ำ และพลังงานนิวเคลียร์
2. มาตรการทางภาษี และกระบวนการทางเศรษฐกิจที่จะทำให้พลังงานจากฟอสซิลมีราคาแพงขึ้น และพลังงานหมุนเวียนมีราคาถูกลง
3. การใช้พลังงานในอาคารและในภาคอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

²² บัณฑิต คงอินทร์, ฐก-รับ “โลกร้อน” ก่อนโลกหายนะ (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน, 2550), น. 42.

²³ จูตินันท์ ศรีสถิต, โลกร้อน ทุกสิ่งที่เราทำ เปลี่ยนแปลงโลกเสมอ, น. 34-35.

²⁴ บัณฑิต คงอินทร์, ฐก-รับ “โลกร้อน” ก่อนโลกหายนะ, น. 106-107.

4. การวางผังเมืองที่ดี เพื่อลดการเดินทางของชาวเมือง

5. เสนอแนะวิธีการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในภาคขนส่งหลายวิธี อาทิ การออกแบบยานพาหนะที่ประหยัดน้ำมัน ส่งเสริมการใช้เชื้อเพลิงชีวภาพ เป็นต้น

สำหรับในประเทศไทย กรุงเทพมหานคร เป็นหน่วยงานภาครัฐที่จัดกิจกรรมรณรงค์ลดภาวะโลกร้อนในกรุงเทพฯ เพื่อเป็นการรวมพลังของประชาชนทุกคน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน โดยมีการร่วมลงนามในปฏิญญากรุงเทพมหานครว่าด้วยความร่วมมือ ลดปัญหาภาวะโลกร้อน กับ 36 หน่วยงาน ประกอบด้วยกรุงเทพมหานคร หน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงพลังงาน กระทรวงคมนาคม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ เช่น การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าฝ่ายผลิต ภาคเอกชน ได้แก่ กลุ่มบริษัท ผู้ประกอบธุรกิจน้ำมัน บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน), GMM Media Co., Ltd. และหน่วยงานอิสระ ได้แก่ มูลนิธิโลกสีเขียว, สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย, มูลนิธิไบโอมิเซีย เป็นต้น หน่วยงานดังกล่าวได้ร่วมกันกำหนดแผนปฏิบัติการว่าด้วยการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน 5 ปี (ปี 2550-2555) โดยมีแนวทางที่จะดำเนินการ 5 แนวทาง ได้แก่²⁵

1. การพัฒนาระบบขนส่งมวลชน เช่น รถเมล์ด่วนพิเศษ (Bangkok BRT) การใช้พลังงานทางเลือก เช่น ก๊าซธรรมชาติพลังงานไฟฟ้า ระบบ Hybrid ในรถขนส่งมวลชน การจัดทำทางจักรยาน ทางเดินเท้า การขนส่งทางน้ำ และการปรับปรุงเส้นทางจราจร เป็นต้น

2. การส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือก เช่น การใช้ก๊าซธรรมชาติ ไบโอดีเซล และการใช้พลังงานอาทิตย์ เป็นต้น

3. การปรับปรุงอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าของอาคาร : Green Building เช่น การเปลี่ยนเครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นแบบประหยัดพลังงาน การปรับเปลี่ยนอุณหภูมิของเครื่องปรับอากาศ และการระบายอากาศในอาคารเพื่อช่วยลดการใช้พลังงาน เป็นต้น

4. การจัดการขยะและน้ำเสีย เช่น การส่งเสริมการรีไซเคิล การแปรรูปขยะเป็นพลังงาน (Waste-to-Energy) โดยกรุงเทพมหานครอยู่ระหว่างแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาศึกษาและจัดทำแผนแม่บทการกำจัดมูลฝอยของกรุงเทพมหานครเพื่อกำหนดแนวทางในการกำจัดมูลฝอยอย่างมีประสิทธิภาพ และการบำบัดน้ำเสียเพื่อลดการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น

²⁵ กรุงเทพมหานคร, “แผนปฏิบัติการว่าด้วยการลดปัญหาภาวะโลกร้อนของกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2550-2555 ฉบับประชาชน.”

5. การเพิ่มพื้นที่สีเขียว เพื่อเพิ่มแหล่งดูดซับก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ โดยการปลูกต้นไม้ทั้งในบริเวณสวนสาธารณะริมถนน สวนแนวตั้ง และสวนดาดฟ้า รวมทั้งการปลูกป่าชายเลน เพื่อลดปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเลบางขุนเทียน

ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเกี่ยวกับโลกร้อน มาใช้เพื่ออธิบายความรู้ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโลกร้อน ทศนคติที่มีต่อโครงการ รวมถึงพฤติกรรมในการเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ ซึ่งจะทำให้ทราบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความรู้เกี่ยวกับโลกร้อนมากน้อยเพียงใด มีทัศนคติต่อโครงการดีหรือไม่ และมีแนวโน้มในการที่จะเข้าร่วมโครงการหยุดเพิ่มความร้อนในกรุงเทพฯ หรือไม่

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่นำมาใช้อธิบายผลการศึกษาคั้งนี้ เป็นการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับการใช้ยางรถยนต์ประหยัดน้ำมัน การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอย โครงการรณรงค์การเติมน้ำมันที่มีค่าออกเทนที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์ การชมรายการโทรทัศน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ลักษณะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการลดภาวะโลกร้อน ดังต่อไปนี้

จเรศักดิ์ ชูรักษ์²⁶ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย ที่มีอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 26-35 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ธนาคาร มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันในระดับปานกลาง โดยโทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเคยได้รับข่าวสารมากที่สุด และเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีความเหมาะสมในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันมากที่สุด ความรู้เกี่ยวกับยางรถยนต์อยู่ในระดับปานกลาง และมีทัศนคติต่อยางรถยนต์ประหยัดน้ำมันในระดับไม่แน่ใจ กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมที่จะเลือกใช้ยางรถยนต์ประหยัดน้ำมัน โดยเฉพาะผู้ที่เคยใช้อยู่แล้ว

²⁶ จเรศักดิ์ ชูรักษ์, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม การเลือกใช้ยางรถยนต์ประหยัดน้ำมัน ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550), น. บทคัดย่อ.

นุชจิรา โมระเสริฐ²⁷ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอยจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ป้ายรถเมล์ และป้ายผ้าบริเวณสะพานลอย สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับน้อยที่สุดคือ เจ้าหน้าที่วิทยากรจากเขต กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้และความตระหนักในระดับสูง การมีส่วนร่วมเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอยอยู่ในระดับปานกลาง พบว่าปัญหาและสาเหตุในการไม่แยกขยะมูลฝอยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไม่ทำการแยกขยะมูลฝอยเนื่องจากยุ่งยากในการปฏิบัติ รองลงมาจะไม่ทำการแยกขยะมูลฝอยเพราะเสียเวลา สำหรับปัญหาและสาเหตุในการไม่ลดขยะมูลฝอย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไม่ทำการลดขยะมูลฝอยเนื่องจากยุ่งยากในการปฏิบัติและเหตุผลรองลงมาจะไม่ทำการลดขยะมูลฝอยเพราะไม่รู้วิธีการในการลดขยะมูลฝอย

ตาวี พานิช²⁸ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครและเขตระยองที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลแตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ มีความสัมพันธ์กับความรู้ที่ได้รับจากโครงการรณรงค์การเติมน้ำมันที่มีค่าออกเทนที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์ และมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อโครงการ ความรู้ที่ได้รับจากโครงการมีสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อโครงการ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้น้ำมันเบนซินที่มีค่าออกเทนที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์ ส่วนทัศนคติที่มีต่อโครงการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้น้ำมันเบนซินที่มีค่าออกเทนที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์

²⁷ นุชจิรา โมระเสริฐ, “พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแผนการลดปริมาณมูลฝอย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. บทคัดย่อ.

²⁸ ตาวี พานิช, “การรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้ใช้รถยนต์เกี่ยวกับการโครงการรณรงค์การเติมน้ำมันเบนซินที่มีค่าออกเทนที่เหมาะสมกับเครื่องยนต์,” น. บทคัดย่อ.