

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบวัดผลครั้งเดียว (One - Short Case Study) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามสถานที่ต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยจัดแบ่งประเภทของกลุ่มตัวอย่าง ตามลักษณะของการดำรงชีวิตในแต่ละพื้นที่ของประชาชน ทั้งหมด 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มพื้นที่ที่อยู่อาศัย กลุ่มพื้นที่พาณิชยกรรม กลุ่มพื้นที่อุตสาหกรรม และคลังสินค้า กลุ่มพื้นที่ชนบท อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม และกลุ่มพื้นที่สถาบันราชการ การสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ สำหรับระยะเวลาในการเก็บข้อมูล คือ ระหว่างเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2551 จากนั้นนำข้อมูลไปประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS และ นำเสนอผลการวิจัยเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรก วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการแสดงข้อมูลเป็นจำนวนร้อยละ ค่าความถี่ และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ระดับความรู้ความเข้าใจ ระดับทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน และระดับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน และส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติเชิง

อนุมาน (Inferential Statistic) เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing Statistics) ได้แก่ การทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกัน (Independence t-test Groups), การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งผลการศึกษาสรุปลงได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี การศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนจากสื่อมวลชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย และเปิดรับจากสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ในระดับน้อยที่สุด ซึ่งการเปิดรับจากสื่อมวลชนนั้น เปิดรับจากสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีความถี่ในการเปิดรับมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนสื่อประเภทอื่น ๆ มีความถี่ในการเปิดรับ 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนจากสื่อทุกประเภท ต่ำกว่า 10 นาทีต่อครั้ง

ส่วนประเภทข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนที่กลุ่มตัวอย่างได้รับมากที่สุดคือ ข่าว รองลงมาคือ โฆษณา และ สารคดี ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน อยู่ในระดับปานกลาง โดยทราบว่าสาเหตุของปัญหาภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้น เกิดจากมนุษย์เป็นผู้กระทำ และภาวะโลกร้อนที่มนุษย์ประสบอยู่ในขณะนี้ คือ ภาวะที่อุณหภูมิโดยเฉลี่ยของโลกสูงขึ้น จนทำให้ภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง ในส่วนของวิธีการแก้ไขปัญหา หรือลดภาวะโลกร้อนให้น้อยลง คือ การรับประทานอาหารประเภทเกษตรอินทรีย์ ซึ่งจากการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจครั้งนี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ทราบว่า ในประเทศไทยกิจกรรมจากภาคการผลิตไฟฟ้าปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศมากที่สุด และไม่ทราบว่าสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่จะบ่งบอกว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีลักษณะอย่างไร

ในส่วนของทัศนคติกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนและการแก้ไขปัญหาโดยรวมว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญ และจำเป็นต้องแก้ไข เนื่องจากเป็นเรื่องที่

เกี่ยวกับตัวเราโดยตรง โดยทุกคนต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเพื่อแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน และส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นส่วนของภาครัฐต้องกำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหานี้ด้วย

สำหรับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วมอย่างมากในเรื่องที่สามารถกระทำได้ง่าย หรือกระทำมาอยู่ก่อนแล้ว โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือในการปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ เมื่อไม่ได้ใช้งาน และเมื่อมีข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องภาวะโลกร้อน ก็จะทำให้ความสนใจ นอกจากนี้ยังปลูกต้นไม้เพื่อช่วยลดความร้อนภายในบ้านอีกด้วย ในส่วนของการมีส่วนร่วมในการใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก การแยกขยะ และการหลีกเลี่ยงสินค้าที่บรรจุหีบห่อหลายชั้นซึ่งเป็นเรื่องที่เพิ่งมีการรณรงค์ และเป็นเรื่องที่ต้องปรับพฤติกรรมของตนเองยังมีระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานนั้น สรุปได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และกลุ่มพื้นที่ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน แต่อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และกลุ่มพื้นที่ ยกเว้น เพศ มีผลต่อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 40-49 ปี 50-59 ปี และตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป และกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 40-49 ปี กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่าระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับปวช./ปวส./อนุปริญญา และกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาดำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีความรู้สูงกว่าระดับมัธยมศึกษา ในส่วนของอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้างทั่วไป ลูกจ้างรัฐ ลูกจ้างประจำ องค์กรอิสระ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่าอาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่านักเรียน/นักศึกษา และอาชีพเกษตรกร

สำหรับรายได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า จะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า ในส่วนของกลุ่มพื้นที่ พบว่า กลุ่ม

ตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มที่อยู่อาศัย กลุ่มพาณิชยกรรม อุตสาหกรรมและคลังสินค้า สถาบันราชการ สาธารณูปโภค มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่า อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มพาณิชยกรรม มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมและคลังสินค้า กลุ่มอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม และกลุ่มสถาบันราชการ สาธารณูปโภค

นอกจากนี้ อายุ ระดับการศึกษา กลุ่มพื้นที่ ยกเว้น เพศ อาชีพ และรายได้มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี มีทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 40-49 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 50-59 ปี อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี มีทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 50-59 ปี ในส่วนของระดับการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา และในกลุ่มพื้นที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มที่อยู่อาศัย มีทัศนคติสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมและคลังสินค้า และกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มพาณิชยกรรม มีทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมและคลังสินค้า และกลุ่มที่อยู่ในกลุ่มสถาบันราชการ สาธารณูปโภค

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วม พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และกลุ่มพื้นที่ ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน มีเพียงปัจจัยเกี่ยวกับอายุเท่านั้นที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี 40-49 ปี และ ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี

ในส่วนของความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อ พบว่า ระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ความเข้าใจ และระดับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน แต่มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนในทางบวก สำหรับระดับความรู้ความเข้าใจ พบว่าระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนมีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนในทางบวก และมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนในทางลบ นอกจากนี้ระดับทัศนคติเกี่ยวกับ

ปัญหาภาวะโลกร้อนมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนในทางบวก

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง "การเปิดรับสื่อ ความรู้ความเข้าใจ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" ครั้งนี้ มีการอภิปรายผลดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนจากสื่อมวลชน โดยเปิดรับจาก สื่อโทรทัศน์มากที่สุด และ สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีความถี่ในการเปิดรับมากกว่า สื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ ด้วย ทั้งนี้ตามที่ สุกัญญา บุรณเดชาชัย กล่าวไว้ว่า "โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีจุดเด่นที่มีทั้งภาพ และเสียง สามารถดึงดูดได้ดี และยังนำความบันเทิง ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ มาสู่ผู้รับชมให้เกิดมโนภาพได้อย่างถูกต้อง โดยผู้รับสารไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือก็สามารถเข้าใจสารได้"¹ ซึ่งสอดคล้องกับ งานของ นุชจิรา โมระเสรีฐ² และ สุภาวดี อินนุพัฒน์³ แสดงให้เห็นว่า สื่อโทรทัศน์ ยังเป็นสื่อที่คนส่วนใหญ่นิยมเปิดรับ และสามารถเข้าถึงได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ แต่โดยภาพรวมของการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนจากสื่อมวลชน ซึ่งยังอยู่ในระดับน้อย น่าจะมีสาเหตุหลัก ๆ 2 ประเด็น คือ

¹สุกัญญา บุรณเดชาชัย, การสื่อสารมวลชน แนวคิด ทฤษฎี และสถานการณ์ในประเทศไทย (ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา, 2550), น. 47-48.

²นุชจิรา โมระเสรีฐ, "พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมของประชาชนในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับแผนลดปริมาณมูลฝอย," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. บทคัดย่อ.

³สุภาวดี อินนุพัฒน์, "การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และการมีส่วนร่วมในโครงการประหยัดไฟกำไร 2 ต่อของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

1. สื่อมวลชนยังเผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนน้อยเกินไป ตามที่ สมควร กวียะ ได้กล่าวไว้ในแนวคิดนิเวศนิเทศว่า

สื่อมวลชนเป็นสื่อของมวลชน มีบทบาทหน้าที่สำคัญในการรายงานทุกสิ่งทุกอย่างต่อมวลชน โดยเฉพาะสิ่งที่มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ทุกคน ผลกระทบต่อที่อยู่อาศัย ที่ทำมาหากิน ระบบนิเวศของสิ่งมีชีวิต และความเป็นความเป็นไปของโลกใบนี้ แต่เท่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน สื่อมวลชนไม่ได้คำนึงถึงเรื่องนี้ ทั้ง ๆ ที่มีข้อเท็จจริงมากมายที่เป็นอยู่เกิดขึ้น หรืออาจจะเกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อชีวิตและโลก ข้อเท็จจริงเหล่านี้มักเป็นไปอย่างลึกลับและซ่อนเร้น ไม่ค่อยปรากฏออกมาโด่งดัง อาจเป็นเพราะเจตนาจะปิดบัง หรือถือเป็นเรื่องปกติธรรมดาที่เกิดขึ้นทุกวันไม่น่าสนใจอะไร⁴

ซึ่งเรื่องของภาวะโลกร้อน เป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อทุกชีวิตบนโลก ดังนั้นสื่อมวลชนควรให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสาร และให้ความรู้เป็นอย่างมาก แต่ในขณะนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถนัดในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนอยู่ในระดับน้อย แสดงให้เห็นว่าคนส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชน ซึ่งอาจเป็นเพราะความละเอียด ยังไม่เห็นความสำคัญ หรือ อาจจะเห็นความสำคัญ แต่สื่อมวลชนถูกครอบงำด้วยระบบทุนนิยม ทำให้รายการส่วนใหญ่ที่เผยแพร่อยู่ในปัจจุบันเป็นรายการเพื่อการพาณิชย์ เน้นการจัดอันดับรายการ (Rating) เน้นการขายโฆษณา บางรายการถึงกับมีโฆษณาแฝง (Product Placement) มากจนเกินควร ทำให้ทราบได้เรื่องภาวะโลกร้อนยังไม่เป็นกระแสที่จะทำให้รายการเป็นที่นิยม และขายโฆษณาได้กำไรมหาศาล ก็จะไม่ได้รับการเผยแพร่อย่างจริงจัง

นอกจากนี้ สื่อมวลชนผู้ผลิตรายการเอง อาจจะไม่มีความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนมากเพียงพอ ทำให้ไม่สามารถทำหน้าที่เป็นผู้นำความคิด (Opinion Leader) ที่ดีได้ จึงไม่มีบทบาทในการเผยแพร่ข่าวสาร และให้ความรู้เกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนเท่าที่ควร

2. การรณรงค์ปัญหาภาวะโลกร้อนถือเป็นนวัตกรรมใหม่ ที่คนในสังคมไทยเพิ่งได้รับรู้เพียงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ทำให้ขั้นตอนของการเผยแพร่ยังคงดำเนินอยู่ในช่วงต้น ๆ ของการถ่ายทอดไปยังสมาชิกในสังคม ซึ่งตามขั้นตอนกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ที่ โรเจอร์ส และ

⁴สมควร กวียะ, นิเวศนิเทศ (กรุงเทพมหานคร: บ.สยามศิลป์การพิมพ์ จำกัด, 2541), น. 53-54.

ชูเมคเกอร์⁵ ได้กล่าวไว้ในทฤษฎีการเผยแพร่นวัตกรรม ไว้ว่าสื่อมวลชนจะทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร ในระยะแรกเริ่ม ทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ได้รับข่าวสารยังอยู่ในขั้นตระหนักรู้ (Awareness stage) เกี่ยวกับสิ่งใหม่ ความคิดใหม่ หรือนวัตกรรมที่เกิดขึ้น แต่ยังคงขาดข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ซึ่งด้วยระยะเวลาที่เพิ่งเผยแพร่ในระยะเวลาไม่กี่ปี ทำให้ยังไม่ถึงขั้นที่ 2 ในกระบวนการในการยอมรับนวัตกรรม นั่นคือขั้นสนใจ (Interest stage) ซึ่งเป็นขั้นที่บุคคลเริ่มแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น และจากการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนประเภทข่าว เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาเป็นประเภทโฆษณา และอันดับที่ 3 เป็นประเภทสารคดีนั้นแสดงให้เห็นว่า การเผยแพร่ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนจากสื่อมวลชนส่วนใหญ่ใช้เวลาในเพียงน้อยนิดจากการรายงานข่าวที่มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะเวลา หรือขอบเขตในการเผยแพร่ เช่น ข่าวจากโทรทัศน์ หรือวิทยุ มีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา หรือข่าวในหนังสือพิมพ์ ก็จำกัดพื้นที่ในการเขียนข่าว จึงสามารถบอกมวลชนได้เพียงการแจ้งข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่ไม่มีเวลามากพอที่จะให้ความรู้อย่างละเอียดกับประชาชน เช่นเดียวกันกับโฆษณาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับเป็นอันดับที่ 2 ก็มีข้อจำกัดเรื่องของเวลา และหากเป็นโฆษณาทางพาณิชย์ ที่ไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนโดยตรง แม้จะมีประโยชน์ในการเสริมย้ำให้คนรู้สึกตระหนักถึงปัญหา แต่ก็ไม่สามารถให้ความรู้เท่าที่ควร ส่วนอันดับที่ 3 ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับ คือ สารคดี ซึ่งแม้จะมีระยะเวลาในการเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ยังไม่ค่อย สามารถให้รายละเอียดได้มาก แต่ยังไม่แพร่หลายและสามารถเข้าถึงได้กับคนเพียงบางกลุ่มเท่านั้น

ในส่วนของการเปิดรับสื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ที่มีความถี่ และระยะเวลาในการเปิดรับอยู่ในระดับน้อยที่สุดนั้น แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่แสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนด้วยตนเองเท่าที่ควร ตามแนวคิดกระบวนการเลือกสรรสื่อ (Selective Process) ของโจเซฟ ที แคลปเปอร์ ที่กล่าวไว้เกี่ยวกับ กระบวนการการเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure) ว่า “บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจ และความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน แสดงว่าปัญหาภาวะโลกร้อนยังเป็นเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่คิดที่จะแสวงหาข่าวสารความรู้ต่าง ๆ ด้วยตนเองมากเท่าใด

⁵E. Rogers and F. F. Shoemaker, Communication of Innovation a Cross-Cultural Approach (New York: The Free Press, 1971), pp. 100-101.

นัก”⁶ ตามที่โจเซฟ ที แคลปเปอร์ ได้กล่าวไว้เช่นกันเกี่ยวกับการเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ว่า “บุคคลมีแนวโน้มจะเลือกให้ความสนใจข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิดเดิมของตน และมีแนวโน้มแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น ๆ (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป” แสดงว่า ผลกระทบของภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้นในปัจจุบันยังไม่ชัดเจน ยังไม่สร้างความเดือดร้อนให้กลับกลุ่มตัวอย่างมากพอที่จะให้ความสนใจในการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมด้วยตนเอง ซึ่งโรเจอร์ส และ ชูเมกเกอร์ กล่าวว่า “กรณีที่ต้องการให้บุคคลเกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไป ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร เพราะสามารถทำให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัด ตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจ เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นในระดับทัศนคติ และพฤติกรรมต่อมา”⁷ ซึ่งข้อมูลส่วนใหญ่เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนเป็นสาระความรู้ที่ซับซ้อน ยากที่จะเข้าใจ ทำให้มีการเปิดรับได้ยากยิ่งขึ้น ดังนั้นการที่จะทำให้ทุกคนหันมาเปิดรับสื่อ และให้ความสนใจเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนเพิ่มมากขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องสื่อบุคคลเป็นตัวกลางในการให้ความรู้ ควบคู่ไปกับการใช้สื่อมวลชนเผยแพร่ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

สำหรับเรื่องของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนอยู่ในระดับปานกลาง โดยรู้สาเหตุของปัญหาภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้นเกิดจากมนุษย์ และเข้าใจถูกต้องว่าภาวะโลกร้อนในขณะนี้ เป็นภาวะที่อุณหภูมิโดยเฉลี่ยของโลกสูงขึ้น จนทำให้ภูมิอากาศเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังมีความรู้ในเรื่องพฤติกรรมที่ทำให้โลกร้อนขึ้น และพฤติกรรมที่สามารถช่วยลดโลกร้อนได้อยู่ไม่น้อย สืบเนื่องจากที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบว่าการรับประทานอาหารประเภทเกษตรอินทรีย์ช่วยลดปัญหาภาวะโลกร้อนได้ แสดงว่าส่วนใหญ่พิจารณาตัวเลือกข้ออื่น ๆ แล้วทราบว่าล้วนเป็นพฤติกรรมที่ทำให้โลกร้อนขึ้นทั้งสิ้นจึงสามารถเลือกคำตอบได้ถูกต้อง หากประเมินตามการประเมินระดับความรู้ ของบลูม และคณะ⁸ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความรู้ความ

⁶Joseph T. Klapper, *The Effect of Mass Communication* (New York: The Free Press, 1967), p. 19 .

⁷E. Rogers and F. F. Shoemaker, op.cit., Footnote 5, pp. 100-101.

⁸Benjamin S. Bloom, Thomas J. Hasting, and George F. Madaus, *Handbook on Formative and Summative Evaluative of Student Learning* (New York: McGraw-Hill, 1971), pp. 271-273.

เข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน อยู่ในระดับที่ระลึกได้ (Recall) ซึ่งเป็นระดับที่บุคคลสามารถดึงข้อมูลออกมาจากความจำได้ นอกจากนี้ยังอยู่ในระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) เป็นระดับที่สามารถเขียนข้อความด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถเปรียบเทียบความคิดอื่น ๆ หรือคาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้ ในที่นี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถที่จะพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลในแต่ละตัวเลือก จนสามารถเลือกคำตอบที่ถูกต้อง แม้ว่าคำตอบจะมีความใกล้เคียงกัน มีความเป็นไปได้ทุกข้อ หรือเป็นคำตอบที่ต้องใช้การรวบรวมความรู้เพื่อตอบ ทั้งนี้แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทราบถึงต้นเหตุของปัญหาโลกร้อนว่ามนุษย์เป็นตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหา และทราบว่าภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ไม่ใช่ภาวะปกติของโลกตามธรรมชาติ นอกจากนี้ ยังทราบพฤติกรรมที่ทำให้โลกร้อนขึ้น และทราบวิธีการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนบางส่วนแล้วด้วย

สำหรับเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังเข้าใจผิด ในส่วนที่เข้าใจว่ากิจกรรมจากภาคการผลิตไฟฟ้าปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศมากที่สุดนั้น น่าจะมีสาเหตุมาจากการเลือกรับรู้ (Selective Perception) และการเลือกจดจำ (Selective Retention) ของแต่ละบุคคล ตามที่ โจเซฟ ที แคลปเปอร์ ได้กล่าวไว้ว่า

เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้สารที่ได้รับตามประสบการณ์ของแต่ละคน ซึ่งผู้รับสารจะตีความข่าวสารที่ได้รับตามทัศนคติ ประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการ แรงจูงใจของตนในขณะนั้น และบุคคลจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสาร ในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ และมักจะไม่จดจำในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจ หรือขัดแย้งกับความคิดตนเอง⁹

แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เชื่อว่าภาคการผลิตไฟฟ้าปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศมากที่สุด แต่กลับมองเป็นภาคอุตสาหกรรมเป็นภาคส่วนที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ขึ้นสู่ชั้นบรรยากาศมากกว่าภาคการผลิตไฟฟ้า เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะไม่ตรงกับทัศนคติของตน กล่าวคือ ถ้ามองถึงสาเหตุของปัญหาภาวะโลกร้อน คนจะมองถึงภาคอุตสาหกรรมเป็นอันดับแรก ทำให้คนไม่สนใจที่จะเปิดรับหรือจดจำ เมื่อมีข้อมูลอื่นที่ไม่ตรงกับทัศนคติของตนเข้ามา อีกกรณีหนึ่ง คือ อยู่ที่สื่อมวลชนที่ยังประชาสัมพันธ์น้อย หรือประชาสัมพันธ์ยังไม่ครอบคลุม เห็นได้ชัดเจนมากขึ้นจากที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้จักระบุลักษณะที่บ่งบอกผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพราะยังขาดการประชาสัมพันธ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้น มีลักษณะเป็นอย่างไร สามารถสังเกตจากสัญลักษณ์ใดได้

⁹ Joseph T. Klapper, op.cit., Footnote 5, p. 19.

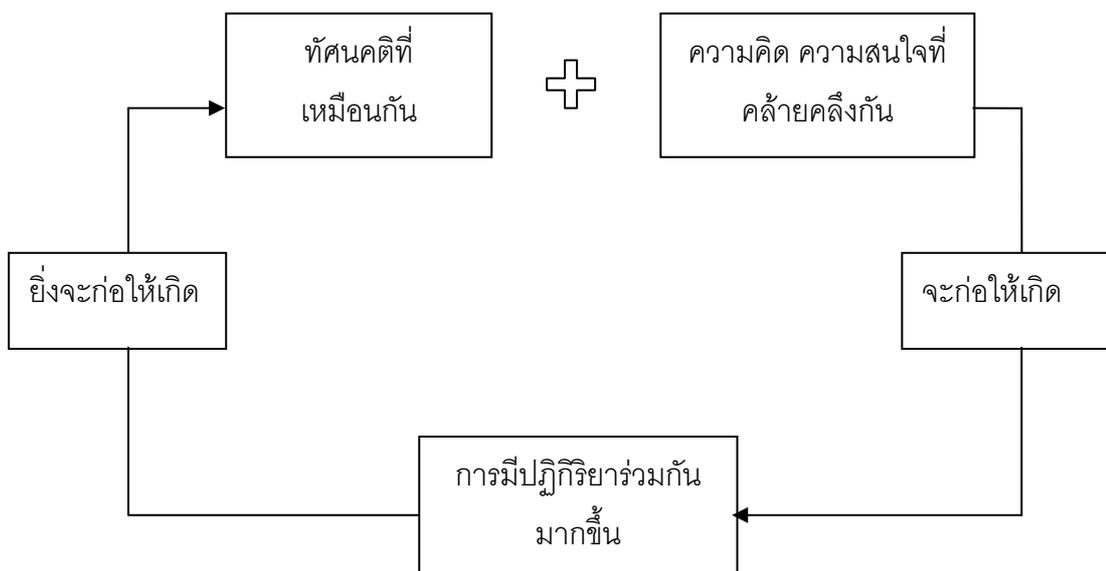
บ้าง เป็นต้น มีแต่เพียงการประชาสัมพันธ์ให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยกันลดปัญหาภาวะโลกร้อนเพียงอย่างเดียวเท่านั้น อีกเหตุผลหนึ่งเพราะการออกแบบสัญลักษณ์ที่เข้าใจยาก ขาดความชัดเจน ไม่สื่อความหมาย และจดจำได้ยาก หรือบางสัญลักษณ์ใช้ตัวย่อ หรือตัวอักษรภาษาอังกฤษ ซึ่งผู้ที่มีความรู้เท่านั้นถึงจะเข้าใจได้ เมื่อพิจารณาข้อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกตอบ จะสังเกตได้ว่า ผู้ตอบไม่มีความรู้เกี่ยวกับสัญลักษณ์เท่าที่ควร แต่ใช้ความคิดในการพิจารณาความเป็นไปได้ในแต่ละสัญลักษณ์ และเลือกตอบข้อที่น่าจะเป็นไปได้มากที่สุด เพราะฉะนั้นหากมีการออกแบบสัญลักษณ์ให้สามารถบอกได้อย่างชัดเจน เข้าใจได้ง่ายเพียงแค่มองภาพ ก็จะทำให้คนจดจำสัญลักษณ์ต่าง ๆ ได้ดี และเกิดการมีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้น

ในส่วนของระดับทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนและการแก้ไขปัญหา พบว่าโดยรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาภาวะโลกร้อนเป็นปัญหาที่มีความสำคัญ และจำเป็นต้องแก้ไข เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับตัวเราโดยตรง โดยเห็นว่าทุกคนต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเพื่อแก้ไขปัญหา และส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าเป็นส่วนของภาครัฐต้องกำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหาอีกด้วย แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นที่ตรงกันว่าปัญหาภาวะโลกร้อนกำลังเป็นปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อในอนาคต จึงต้องการความร่วมมือจากทุกคนในการแก้ไขปัญหาอย่างจริงจัง นอกจากนี้ แม้ว่าระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด แต่สำหรับประเด็นที่ว่า ปัจจุบันยังมีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนไม่เพียงพอ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยน้อยกว่าประเด็นอื่น แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังมีความรู้สึกว่าการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนในปัจจุบันยังไม่แพร่หลาย อีกนัยหนึ่งคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังคงมีความต้องการให้มีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนให้มากขึ้น อันเป็นสิ่งที่แสดงถึงความมีทัศนคติที่ดีในความสัมพันธ์กับปัญหาภาวะโลกร้อนด้วย กล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีที่จะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนแล้ว แต่ทัศนคติที่ดีจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมหรือไม่นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาจจะมองภาพรวมของคนส่วนมาก กล่าวคือ จะปฏิบัติต่อเมื่อมีผู้อื่นปฏิบัติ หรือมีกรอบกฎเกณฑ์ที่แน่นอน ตามที่ประภาเพ็ญ สุวรรณ กล่าวไว้ว่า “เมื่อบุคคลมีทัศนคติที่เหมือนกัน และมีโอกาสที่จะทำกิจกรรมร่วมกัน ความคิดเห็นของแต่ละคนจะเป็นสิ่งกำนัล (Reward) ให้กันและกัน เพราะความรู้สึกพอใจซึ่งกันและกันจะเป็นสาเหตุทำให้ความคิด หรือความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งเหมือนกัน (Cognitive Similarity) อันมีผลต่อทัศนคติของแต่ละบุคคล”¹⁰ ตามแผนภาพที่ 5.1

¹⁰ประภาเพ็ญ สุวรรณ, *ทัศนคติการวัด การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*, พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2526), น. 96-97.

แผนภาพที่ 5.1

แสดงความสัมพันธ์ของความรู้ หรือความคิดที่เหมือนกัน กับการมีปฏิริยาร่วมกัน¹¹



จากแผนภาพที่ 5.1 แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของทัศนคติ และความคิดความสนใจที่คล้ายคลึงกันของแต่ละบุคคลอันก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมมากขึ้น ดังนั้นหากคน ๆ หนึ่งจะเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน ก็จะต้องมีคนส่วนมากก่อนแล้วถึงจะปฏิบัติในที่สุด

สำหรับระดับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วมอย่างมากในการให้ความร่วมมือในการปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าต่าง ๆ เมื่อไม่ได้ใช้งาน และเมื่อมีข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องภาวะโลกร้อน ก็จะทำให้ความสนใจ นอกจากนี้ยังปลูกต้นไม้เพื่อช่วยลดความร้อนภายในบ้านอีกด้วย สามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วมมากที่สุดในเรื่องที่ปฏิบัติง่าย ไม่ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเท่าใดนัก หรือเป็นสิ่งที่ปฏิบัติเป็นกิจวัตรอยู่แล้ว สำหรับพฤติกรรมที่ต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมโดยไม่ใช่กิจวัตร และเพิ่งมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ เช่น การใช้ถุงผ้าแทนถุงพลาสติก การแยกขยะ และการหลีกเลี่ยงสินค้าที่บรรจุหีบห่อหลายชั้นจะอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งโดยภาพรวมของการมีส่วนร่วมที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้ามามีส่วนร่วมนั้น เป็นเพราะมีทัศนคติที่ตรงกัน คือ เมื่อกล่าวถึง “ภาวะโลกร้อน” ก็จะมีมองเห็น

¹¹ เรื่องเดียวกัน, น. 97.

ว่าเป็นปัญหา และกำลังเป็นปัญหาอันจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อไปในภายภาคหน้า ทำให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาครั้งนี้ ดังที่ นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ ได้กล่าวถึงสิ่งที่จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมไว้ว่า “สิ่งที่จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมได้นั้นเกิดจากความสนใจ และความห่วงกังวลร่วมกัน ความเดือดร้อน และความไม่พึงพอใจร่วมกัน ที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้นผลักดันให้ลงมือกระทำร่วมกัน”¹²

ในส่วนผลการทดสอบสมมติฐานนั้น ที่สรุปได้ว่าทั้งเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และกลุ่มพื้นที่ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน กล่าวได้ว่าทุกคนไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชาย มีอายุมาก หรือน้อย มีระดับการศึกษาที่สูง หรือต่ำ มีอาชีพและรายได้ หรืออยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างกันอย่างไร ทุกคนต่างมีหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบด้วยกันทั้งสิ้น ทำให้มีช่วงเวลา และโอกาสในการเปิดรับสื่อที่ใกล้เคียงกัน ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ ที่กล่าวว่า “โดยธรรมชาติบุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับสื่อตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อใด และอย่างไรเท่านั้น จะมีปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอก ระบบสื่อสารเป็นตัวกำหนด”¹³ ซึ่งในที่นี้จะเห็นได้ชัดว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอก ระบบสื่อสารที่อธิบายว่า บุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันย่อมจะรับเนื้อหาของการสื่อสารคล้ายคลึงกันไม่มากนัก และในทำนองเดียวกัน ย่อมมีการตอบสนองเนื้อหาดังกล่าวไปในรูปแบบที่ไม่แตกต่างกันมากนัก

ในขณะที่อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และกลุ่มพื้นที่ ยกเว้น เพศ มีผลต่อ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนนั้น และอายุ ระดับการศึกษา กลุ่มพื้นที่ มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนนั้น ตามที่ ปรมะ สตะเวทิน ได้กล่าวไว้ว่า

คนที่มีอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม มากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักมีความคิดอนุรักษนิยม มากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยมและความต้องการที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากคนที่มีการศึกษา

¹²นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์, อ้างถึงใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์, การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา (กรุงเทพมหานคร: ศักดิ์สภากรพิมพ์, 2527), น. 183.

¹³ขวัญเรือน กิติวัฒน์, “แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสาร,” ใน พลศาสตร์ของการสื่อสาร, หน่วยที่ 2 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมวิราช, 2531), น. 23-26.

สูงจะได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดี นอกจากนี้คนที่มีความรู้ดี จะใช้สื่อมวลชนมาก และแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ อีกทั้งคนที่มีอาชีพต่างกันอย่างมองโลก มีแนวคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป และถิ่นที่อยู่อาศัยของมวลชนผู้รับสาร ในแต่ละพื้นที่ย่อมมีความแตกต่างกันไปในเรื่องความคิด ความเชื่อ ทศนคติ รสนิยม ค่านิยม¹⁴

ซึ่งจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ากลุ่มอื่น มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 20-39 ปี ถือเป็นวัยกลาง ๆ ที่อยู่ระหว่างกลุ่มที่มีอายุมาก และกลุ่มที่มีอายุน้อย ทำให้มีการเปิดรับฟังความคิดเห็น หรือความรู้ต่าง ๆ อยู่ในระดับที่สมดุลไม่อ่อน หรือร้อนมากเกินไป จึงเปิดรับความรู้และเข้าใจเรื่องราว ๆ ได้ดี เป็นเหตุให้มีระดับความรู้สูงกว่าช่วงอายุอื่น ๆ และการเปิดรับฟังความคิดเห็นต่าง ๆ จึงส่งผลต่อระดับทัศนคติที่สูงกว่าช่วงอายุอื่น ๆ ด้วย นอกจากนี้อายุยังมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนอีกด้วย จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 30-39 ปี 40-49 ปี และที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ 20-29 ปี ทั้งนี้ น่าจะมีสาเหตุมาจาก กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า มีการเปิดรับสื่อ และความสามารถในการแปลความสารมีประสิทธิภาพน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก ซึ่งส่งผลต่อประสบการณ์ ทำให้มีการมีส่วนร่วมที่น้อยกว่าด้วย ซึ่งเป็นไปตามที่ สุรพงษ์ โสภนะเสถียร ได้กล่าวไว้ว่า “การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน เนื่องมาจากการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนได้รับ ทำให้มีประสบการณ์ต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล”¹⁵ นอกจากนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มที่มีอายุน้อย ไม่มีความสนใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนมากพอที่อยากจะมีส่วนร่วม หรือหากสนใจก็มีเพียงความสนใจ แต่ไม่ได้เกิดการปฏิบัติ สอดคล้องกับ ประมะ สตะเวทิน ที่กล่าวว่า “คนที่มีอายุน้อยมักยึดถืออุดมการณ์กว่า (more idealistic) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า (more pragmatic)”¹⁶

¹⁴ประมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2539), น. 105-109.

¹⁵สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น.123.

¹⁶ประมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน, น. 105.

สำหรับระดับการศึกษาที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ ก็เป็นไปตามที่ ประมะ สตะเวทิน ได้กล่าวไว้ “เนื่องจากผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีความสามารถในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ประเมินค่าของข้อมูลที่ได้รับดีกว่า จึงทำให้สามารถมีความรู้และเข้าใจได้สูงกว่า” ซึ่งหากประเมินตามการประเมินระดับความรู้ตามที่ บลูม และคณะ ได้แบ่งระดับไว้¹⁷ แสดงว่าคนที่มีการศึกษาสูงจะมีระดับรวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) ระดับของการนำไปใช้ (Application) และระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) ที่ดีกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย ทำให้สามารถประมวลความคิด และเลือกตอบข้อที่ถูกต้องได้มากที่สุด นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่าระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา ทั้งนี้คงเป็นเหตุผลเดียวกันกับระดับความรู้ความเข้าใจของระดับปริญญาตรีที่สูงกว่าระดับอื่นๆ เพราะ การศึกษาที่สูง ทำให้ได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดี อันเป็นประโยชน์ต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหลาย ๆ ประเภท และทำให้ผู้รับสารได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ มากขึ้นทำให้มีทัศนคติที่สูงขึ้นได้จากการเปิดรับสื่อดังกล่าว ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย แสดงให้เห็นว่าระบบการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อความรู้สึนึกคิด และความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งในที่นี้ ที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาปวช./ปวส./อนุปริญญา มีความรู้ความเข้าใจสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายนั้น น่าจะมีสาเหตุมาจาก หลักสูตรการเรียนการสอน หรือการดำเนินชีวิตของผู้เรียนที่แตกต่างกันโดยในการเรียนระบบปวช./ปวส./อนุปริญญา อาจจะมีเนื้อหา หรือการดำเนินชีวิตที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องภาวะโลกร้อนมากกว่า จึงทำให้มีความรู้มากกว่า แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย มีความรู้สูงกว่าระดับมัศึกษานั้น น่าจะมีสาเหตุจากความไม่สอดคล้องในสภาพจิตใจ ตามที่ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร ได้กล่าวไว้ว่า “บุคคลส่วนมากจะรับรู้เบื้องต้นผ่านประสบการณ์ แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ผสมผสานระหว่างความจำ กับสภาพจิตวิทยา ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรให้สอดคล้องกับสภาพจิตใจของตน”¹⁸ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาอาจได้รับผลกระทบจากปัญหาภาวะโลกร้อนมากกว่า หรือได้รับประโยชน์จากการรับรู้เรื่องภาวะโลกร้อนมากกว่ากลุ่ม

¹⁷ Benjamin S. Bloom, Thomas J. Hasting, and George F. Madaus, op.cit., Footnote 8, pp. 191-197.

¹⁸ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 120.

ตัวอย่างระดับมัธยมศึกษา จึงมีผลต่อจิตใจ เกิดความจำ ทำให้มีความรู้สูงกว่า ส่วนรายได้ ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้น้อยกว่า เป็นเพราะผู้ที่รายได้ดี คนที่มีรายได้ดี ได้ใช้สื่อมวลชนมาก มีประโยชน์ ทำให้คนที่มีรายได้ดีมีความรู้ความเข้าใจมากกว่าคนที่มีรายได้น้อย

สำหรับอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้างทั่วไป ลูกจ้างรัฐ ลูกจ้างประจำ องค์กรอิสระ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่าอาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่านักเรียน/นักศึกษา และอาชีพเกษตรกร ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะแต่ละอาชีพมีพื้นฐานความรู้ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันออกไป ส่งผลต่อการมีประสบการณ์ความรู้ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ลูกจ้างทั่วไป ลูกจ้างรัฐ ลูกจ้างประจำ องค์กรอิสระ จะมีโอกาส และมีประสบการณ์ที่จะรับความรู้เกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนมากกว่า อาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน ซึ่งอาจจะเป็นด้วยสถานที่ทำงาน สภาพแวดล้อมที่ต่างกัน เช่นเดียวกันกับที่กลุ่มตัวอย่างอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่านักเรียน/นักศึกษา และอาชีพเกษตรกร

และสุดท้ายภูมิปัญญา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มที่อยู่อาศัย กลุ่มพาณิชยกรรม กลุ่มอุตสาหกรรมและคลังสินค้า กลุ่มสถาบันราชการ สาธารณูปโภค มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่า อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม เป็นกรณีเดียวกันกับเรื่องของการศึกษากล่าวคือ ในส่วนการศึกษา พบว่า คนที่มีการศึกษาสูง จะมีความรู้ความเข้าใจมากกว่า คนที่มีการศึกษาน้อย ซึ่งจากการไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คนที่อยู่ในพื้นที่กลุ่มที่อยู่อาศัย กลุ่มพาณิชยกรรม กลุ่มอุตสาหกรรมและคลังสินค้า กลุ่มสถาบันราชการ สาธารณูปโภค ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในพื้นที่กลุ่มที่อยู่อาศัย กลุ่มพาณิชยกรรม กลุ่มอุตสาหกรรมและคลังสินค้า กลุ่มสถาบันราชการ สาธารณูปโภค มีความรู้สูงกว่ากลุ่มอนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มพื้นที่ก็จะมีโอกาส และประสบการณ์ที่จะรับรู้เกี่ยวกับเรื่องภาวะโลกร้อนที่ต่างกันออกไป จึงทำให้มีความคิด ความเชื่อ และทัศนคติที่ต่างกันออกไปด้วย แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มพื้นที่ที่มีความรู้สูงกว่าอีกพื้นที่ มีโอกาส มีประสบการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง

ภาวะโลกร้อนมากกว่า เช่น อาจจะมีการรณรงค์เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนในกลุ่มพื้นที่พาณิชย์กรรมมากกว่า ในกลุ่มพื้นที่อนุรักษ์ชนบทและเกษตรกรรม ทำให้คนที่อยู่ในพื้นที่พาณิชย์กรรมมีโอกาสได้รับประสบการณ์ และเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนได้ดีมากกว่าอีกกลุ่ม ตามที่ อรรถพรณ ปิณฑนโธวาท ได้นิยามความรู้ไว้ว่า “ความรู้ หมายถึง ความเป็นข้อเท็จจริง รูปแบบ วิธีการ กฎเกณฑ์ แนวปฏิบัติ สิ่งของ เหตุการณ์ หรือบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือจากสื่อต่างๆประกอบกัน”¹⁹ การที่กลุ่มตัวอย่างกลุ่มหนึ่งมีความรู้สูงกว่าอีกกลุ่มเป็นเพราะมีประสบการณ์ที่มากกว่านั่นเอง เช่นเดียวกันกับการที่กลุ่มที่อยู่อาศัย ที่มีทัศนคติสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมและคลังสินค้า และกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มพาณิชย์กรรม มีทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมและคลังสินค้า และกลุ่มสถาบันราชการ สาธารณูปโภค ทั้งนี้ ประสบการณ์ที่แตกต่างกันที่ทำให้มีโอกาสในการเปิดรับสื่อที่ต่างไป เช่น อาจจะมีป้ายประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาวะโลกร้อนในกลุ่มพื้นที่ที่อยู่อาศัย กลุ่มพื้นที่พาณิชย์กรรม มากกว่ากลุ่มอุตสาหกรรม และคลังสินค้า เป็นต้น ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มที่อยู่อาศัย มีการเปิดรับสื่อมากกว่ากลุ่มอุตสาหกรรมและคลังสินค้า และกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มพาณิชย์กรรม ก็มีการเปิดรับสื่อมากกว่า อุตสาหกรรมและคลังสินค้า และกลุ่มที่อยู่ในกลุ่มสถาบันราชการ สาธารณูปโภค จึงสามารถวิเคราะห์ได้ว่ากลุ่มพื้นที่ที่มีโอกาสในการเปิดรับสื่อมากกว่า จะมีทัศนคติที่สูงกว่ากลุ่มพื้นที่ที่มีการเปิดรับสื่อน้อยกว่า ตามที่ จุมพล รอดคำดี²⁰ กล่าวไว้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ไว้ว่า การเปลี่ยนแปลงความคิด เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ และการเปลี่ยนแปลงความรู้สึก เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ แสดงว่าการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนที่มากกว่า อาจจะทำให้ผู้ที่เปิดรับมีประสบการณ์มากขึ้น ซึ่งอาจจะมีความรู้สึกสะเทือนใจต่อเหตุการณ์ที่เป็นผลมาจากภาวะโลกร้อน ทำให้ความคิด ความรู้สึกเปลี่ยนแปลง มีทัศนคติที่ดีต่อปัญหาและการแก้ไขปัญหาเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ

สำหรับในส่วนของเพศที่ ปรมะ สตะเวทิน ได้กล่าวไว้ว่า “เพศหญิง กับเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ โดยพบว่าผู้หญิงถูกชักจูง หรือเปลี่ยนทัศนคติได้ง่ายกว่าผู้ชาย ส่วนผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง และผู้ชายจดจำข่าวได้มากกว่า

¹⁹อรรถพรณ ปิณฑนโธวาท, การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549), น. 35-36.

²⁰จุมพล รอดคำดี, สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532), น. 117.

ผู้หญิง”²¹ นั้น แต่ผลการทดสอบสมมติฐานนั้น ได้ผลว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนไม่แตกต่างกัน น่าจะมีสาเหตุมาจากปัจจุบันเพศหญิง และเพศชายมีความเท่าเทียมกันในสังคมเพิ่มมากขึ้น ความสามารถ และโอกาสในการแสวงหาความรู้ หรือ การรับรู้ข่าวสารมีไม่ต่างกัน ปัจจัยทางเพศจึงไม่มีผลต่อความรู้ความเข้าใจ

ในส่วนของความสัมพันธ์ของการเปิดรับสื่อ ที่พบว่า ระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ความเข้าใจ และระดับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อน แต่มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนในทางบวก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเรื่องภาวะโลกร้อน เป็นนวัตกรรมใหม่สำหรับสังคมไทย การเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนจึงกำลังอยู่ในขั้นตอนของการเผยแพร่สิ่งใหม่ให้ถ่ายทอดไปยังสมาชิกในสังคม ตามขั้นตอนกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่โรเจอร์ส และ ชูเมคเกอร์²² ได้กล่าวไว้ในทฤษฎีการเผยแพร่วัตกรรม ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงยังไม่เปิดรับสื่อมากเท่าที่ควร อีกทั้งความรู้ข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนจากสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจที่สามารถเข้าถึงบุคคลได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามในการชวนขายยังมีระยะเวลาในการเผยแพร่ที่จำกัด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการแจ้งข่าวสารเหตุการณ์ และการรณรงค์ให้มีส่วนร่วม ไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่จากข่าว โฆษณา ป้ายประชาสัมพันธ์ ยังมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจน้อย การพูดคุย การแสวงหาข้อมูล และเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนกับสื่อบุคคล หรือสื่อใหม่ก็น้อยตามไปด้วย เพราะไม่มีความรู้ที่จะแลกเปลี่ยน หรือพูดคุยกัน เป็นเหตุให้การเปิดรับสื่อที่น้อยจึงไม่สัมพันธ์กับความรู้ ดังนั้น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอยู่ อาจะเกิดจากความรู้ดั้งเดิมจากการศึกษา ประสบการณ์ การคิดวิเคราะห์ของตนเอง ซึ่งไม่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ ส่งผลให้พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้น ก็ไม่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับสื่อเช่นเดียวกัน อีกสาเหตุหนึ่งน่าจะมาจากเนื้อหาของสื่อที่อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนน้อยไป จึงทำให้ปริมาณการเปิดรับสื่อโดยรวม ไม่สามารถทำให้เกิดพฤติกรรมการมีส่วนร่วมได้ ตามที่ สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร กล่าวไว้ว่า “การเปิดรับสื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์ให้กับตัวผู้รับสาร และประสบการณ์ก็ส่งผลต่อพฤติกรรม”²³ ดังนั้น การเปิดรับสื่อที่น้อยเกินไป จึงไม่ส่งผลต่อพฤติกรรม

²¹ปรมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน, น. 106-107.

²²E. Rogers and F. F. Shoemaker, op.cit., Footnote 7, pp. 100-101.

²³สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 120-123.

การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหามภาวะโลกร้อน เมื่อเป็นเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าการวิจัยครั้งนี้การเปิดรับสื่อ จะไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วม ซึ่งสาเหตุของความไม่สัมพันธ์กันนั้นน่าจะมาจากการเปิดรับสื่อที่น้อยเกินไป แสดงว่าหากมีการเปิดรับในระดับที่มากขึ้น น่าจะทำให้มีประสบการณ์ มีความรู้ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้นด้วย เพราะในความเป็นจริงแล้วบทบาทของสื่อย่อมมีความสำคัญที่สามารถก่อให้เกิดความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมได้ไม่มากนักน้อย ขึ้นอยู่กับการเปิดรับ และความต้องการของแต่ละคน ซึ่งการที่จะทำให้เรื่องภาวะโลกร้อนเป็นที่สนใจของคน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้น สื่อควรจะปรับเนื้อหาในการนำเสนอ กล่าวคือ ไม่เพียงเสนอแต่ข่าวสาร แต่ควรปรับเนื้อหาให้เป็นวิชาการเพิ่มมากขึ้น ซึ่งความเป็นวิชาการที่สื่อจะนำเสนอไม่จำเป็นต้องนำเสนอไป เพราะสื่อสามารถเผยแพร่เป็นความบันเทิงที่แทรกความรู้ (Infotainment) หรือให้การศึกษาแบบบันเทิง (Edutainment) นอกจากนี้ควรนำเสนอให้อยู่ในช่วงเวลาที่มีผู้ชมเป็นจำนวนมากด้วย ในส่วนของระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหามภาวะโลกร้อนมีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติเกี่ยวกับปัญหามภาวะโลกร้อนในทางบวก ที่สามารถสรุปได้ว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีระดับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหามภาวะโลกร้อนมากเท่าใด ก็จะทำให้มีระดับทัศนคติเกี่ยวกับปัญหามภาวะโลกร้อนมากขึ้นเท่านั้น โดยการศึกษาครั้งนี้ แม้ว่าภาพรวมการเปิดรับสื่ออยู่ในระดับน้อย และมีทัศนคติอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ลึกต่อปัญหามภาวะโลกร้อน และการแก้ไขปัญหาในเชิงบวกอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาจจะมองว่าปัญหามภาวะโลกร้อนเป็นปัญหาใหญ่ที่เป็นเรื่องใกล้ตัว และจะส่งผลกระทบต่อต่าง ๆ มากมาย อาจจะทำให้หน้าท่วมโลก ดังนั้นพื้นฐานทัศนคติที่สูงอยู่แล้ว เมื่อเปิดรับสื่อมากขึ้น พวกเขาก็จะให้ความสนใจกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับอย่างเต็มที่ ทำให้มีความรู้ลึกต่อปัญหาดังกล่าวในระดับมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น แม้จะมีการเปิดรับสื่อน้อย แต่ก็ถือว่ายังได้รับประโยชน์จากการเปิดรับสื่อ สื่อยังสามารถเป็นตัวกระตุ้นให้มีทัศนคติเพิ่มมากขึ้นอีกได้

สำหรับระดับความรู้ความเข้าใจ พบว่าระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหามภาวะโลกร้อนมีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติเกี่ยวกับปัญหามภาวะโลกร้อนในทางบวก สรุปได้ว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหามภาวะโลกร้อนมากเท่าใด ก็จะมีระดับทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับปัญหามภาวะโลกร้อนมากขึ้นเท่านั้น สำหรับการศึกษาในครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความรู้ที่อยู่ในระดับปานกลาง และมีทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าระดับความรู้ที่อยู่ในระดับที่ระลึกได้ (Recall) และระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) ตามที่ได้วิเคราะห์ไว้ข้างต้น ทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกิดทัศนคติที่ดีต่อ

ปัญหาภาวะโลกร้อน และการแก้ไขปัญหาดังที่ จุมพล รอดคำดี ได้สรุปการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ไว้ว่า “การเปลี่ยนแปลงความคิด หรือทัศนคติ เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชน หรือบุคคลอื่น และการเปลี่ยนแปลงความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ”²⁴ ซึ่งเรื่องของภาวะโลกร้อน ไม่ว่าจะได้รับจากข้อมูลข่าวสาร ประสบการณ์ หรือเรื่องราวที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจนั้น ล้วนแต่ก็ให้เกิดการจดจำ ถือเป็นประสบการณ์ เป็นความรู้ต่อผู้รับสารทั้งสิ้น ยิ่งต่อยก้าแนวความคิดของ แนนซี ชวาร์ตซ์ (Nancy E. Schwartz) ที่ว่า “ความรู้ และทัศนคติมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา” นอกจากนี้ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหภาวะโลกร้อน ในทางลบ สรุปได้ว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน น้อยลงเท่าใด ก็จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีระดับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหภาวะโลกร้อน น้อยลงเท่านั้น สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP) ที่ สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร²⁵ กล่าวว่า “พฤติกรรมของคนเรา เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจาก ความรู้และทัศนคติของบุคคล” และแนนซี ชวาร์ตซ์ (Nancy E. Schwartz) ที่กล่าวถึงพฤติกรรมของคนว่า “ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม” ซึ่งจากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้อยู่ในระดับปานกลาง และมีการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก แสดงว่าถ้ากลุ่มตัวอย่างมีความรู้น้อยกว่านี้ ระดับการมีส่วนร่วมก็จะน้อยลงเช่นกัน เพราะถ้าไม่มีความรู้ คนก็ไม่รู้ว่าจะสามารถมีส่วนร่วมได้อย่างไร จึงไม่สามารถให้ความร่วมมือ เข้ามามีส่วนร่วมได้

นอกจากนี้ ระดับทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหภาวะโลกร้อนในทางบวก จึงสรุปได้ว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน และการแก้ไขปัญหามากเท่าใด ก็จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีระดับการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหภาวะโลกร้อนมากขึ้นเท่านั้น สอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับ ความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP) ที่ อรวรรณ ปิรันธน์ไธวาท กล่าวไว้ว่า “พฤติกรรมใด ๆ ของคนส่วนใหญ่ ตามปกติมักเกิดจากทัศนคติของบุคคลผู้นั้น ทัศนคติจึงเป็นเสมือนเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล”²⁶ แสดงว่าทัศนคติที่ดี นำไปสู่พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในระดับมากด้วย นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ แนนซี ชวาร์ตซ์ (Nancy E. Schwartz) ที่กล่าวไว้ว่า “ทัศนคติเป็น

²⁴ อรวรรณ ปิรันธน์ไธวาท, การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ, น. 39.

²⁵ สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 123.

²⁶ อรวรรณ ปิรันธน์ไธวาท, การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ, น. 39.

ตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ และการปฏิบัติ และความรู้ ทักษะคิดต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทักษะคิด ไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน”²⁷ สำหรับกรณีนี้ โรเจอร์ส ได้กล่าวไว้ว่า “บางครั้งทัศนคติอาจไม่นำไปสู่พฤติกรรมเสมอไป เนื่องจาก เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งเร้า ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามเพราะอาจเกิดช่องว่างของความรู้”²⁸ แสดงว่าการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมในครั้งนี้ ไม่มีช่องว่างของความรู้ ทักษะคิดที่ดี จึงสามารถนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนได้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนให้มากขึ้นเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมมากขึ้น โดยควรรณรงค์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ที่เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมากที่สุด นอกจากนี้ในส่วนของการจัดผังรายการการนำเสนอ ควรนำเสนอในช่วงเวลา Prime Time ซึ่งอาจแทรกเนื้อหาผ่านละคร หรือนำเสนอในช่วงเวลาที่มีผู้ชมจำนวนมาก และควรเผยแพร่อย่างต่อเนื่อง เช่น ทุกวันเสาร์ หรือให้ออกอากาศหลาย ๆ ครั้งในแต่ละวัน เหมือนการโฆษณา เพื่อเป็นการย้ำเตือนให้ทุกคนหันมาสนใจ และตระหนักต่อปัญหามากยิ่งขึ้น

2. ในส่วนของเนื้อหา ควรนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนในลักษณะรายการบันเทิงที่แทรกความรู้ (Infotainment) หรือให้การศึกษาแบบบันเทิง (Edutainment) โดยควรปรับเนื้อหาให้มีความน่าสนใจ เข้าใจง่าย ควรชี้แจง หรืออธิบายรายละเอียดต่าง ๆ ให้สมบูรณ์ชัดเจนปราศจากข้อสงสัย เพื่อมาไปสู่การหันมามีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งประเด็นที่ควรจรรณรงค์เป็นอย่างมาก ได้แก่ ภาคการผลิตไฟฟ้า เป็นภาคส่วนที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อนมากที่สุด เพื่อให้คนเข้าใจถูกต้องและช่วยลดการใช้ไฟฟ้าของตนเอง เพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อน นอกจากนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภาพสัญลักษณ์ที่บ่งบอกว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือออกแบบสัญลักษณ์ที่เข้าใจง่าย บ่งบอกถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือบ่งบอกว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยลดภาวะโลกร้อน เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจและเลือกซื้อได้โดยง่าย

²⁷ เรื่องเดียวกัน.

²⁸ E. Rogers and F. F. Shoemaker, op.cit., Footnote 22.

3. ภาครัฐควรกำหนดนโยบายในการแก้ไขปัญหาภาวะโลกร้อนให้ชัดเจน มีระบบอย่างจริงจัง เช่น กระทรวงพลังงานออกประกาศเชิญชวนปิดไฟครึ่งชั่วโมงพร้อมกันทุกวันศุกร์ทั่วประเทศ เวลา 16.00-16.30 น. โดยผู้ที่ให้ความร่วมมือจะได้รับส่วนลดค่าไฟร้อยละ 10 กรมโรงงานอุตสาหกรรมกำหนดให้โรงงานอุตสาหกรรมเสียภาษีเพิ่มมากขึ้น หากมีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่ชั้นบรรยากาศเกินกว่าที่ข้อบัญญัติกำหนดไว้ หรือกระทรวงศึกษาธิการควรกำหนดหลักสูตรการศึกษาที่มีเรื่องภาวะโลกร้อนไว้ให้การศึกษาตั้งแต่เยาว์วัย และต่อเนื่อง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภาพรวมของการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน โดยศึกษาทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่อใหม่ จึงควรให้มีการวิจัยเฉพาะสื่อในแต่ละสื่อ เพื่อสามารถเจาะลึกประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างละเอียด
2. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จึงควรมีการศึกษาในภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วประเทศด้วย
3. ควรมีการศึกษาเรื่องของภาวะโลกร้อนในประเด็นอื่น ๆ ด้วย นอกจากการเปิดรับสื่อความรู้ความเข้าใจ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมแล้ว ซึ่งอาจวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การกำหนดวาระของสื่อเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อน การสร้างความหมายเกี่ยวกับปัญหาภาวะโลกร้อนของสื่อมวลชน เป็นต้น