



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์และสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กันมาตั้งแต่มนุษย์เริ่มอุบัติขึ้นในโลก เพราะสิ่งแวดล้อมเป็นแหล่งที่จะเอื้ออำนวยให้มนุษย์ได้รับปัจจัยสี่ ในอดีตปัญหาเรื่องความสมดุลย์ของธรรมชาติตามระบบนิเวศน์ยังเกิดขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากผู้คนในยุคต้น ๆ นั้นจำนวนคนยังมีน้อย การบริโภคทรัพยากรยังมีไม่มาก อีกทั้งความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมยังไม่เจริญมากเช่นในปัจจุบัน ทำให้การนำเอาทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ยังมีจำนวนน้อยและผลจากอุตสาหกรรมยังไม่ส่งผลให้เกิดมลภาวะเป็นพิษ ซึ่งธรรมชาติและสภาวะแวดล้อมสามารถรับดุลย์ของตัวเองได้ ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม และปัญหาสิ่งแวดล้อมที่รุนแรงจึงยังไม่ปรากฏ แต่ภายหลังจากการที่ประชากรโลกได้เพิ่มมากขึ้น พร้อมกับการนำเอาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการกับทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ เพื่อให้เกิดประโยชน์กับตนเองมากที่สุดโดยขาดความระมัดระวังและขาดความรับผิดชอบ ทำให้สิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติทั้งหลายเสื่อมโทรมลงอย่างเห็นได้ชัดจนเกิดเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมขึ้น (เกษม สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2522)

ปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาสำคัญที่ทั่วโลกเผชิญอยู่ ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเช่นปัญหาอากาศเป็นพิษ ดินเสีย การตัดไม้ทำลายป่า น้ำเน่าเสีย เป็นต้น ซึ่งนับวันปัญหาเหล่านี้ก็ยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น และมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นปัญหาที่เกี่ยวกับความเป็นความตาย หรือการอยู่รอดของมนุษย์เลยทีเดียว (เฉลิมรัฐ ชัมพานนท์, 2525)

สาเหตุสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อม มีสาเหตุใหญ่ๆ 3 ประการ คือ การเพิ่มของจำนวนประชากร การขยายตัวของเมืองและอุตสาหกรรม และการใช้เทคโนโลยีอย่างไม่เหมาะสม (เกษม สนิทวงศ์ ณ อยุธยา, 2522) จากสาเหตุของปัญหาดังกล่าวส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติร่อยหรอลง เนื่องจากมีการใช้ทรัพยากรกันอย่างไม่ประหยัดและยังก่อให้เกิดภาวะมลพิษเช่น มลพิษในน้ำ ในอากาศ และมลภาวะทางเสียง เป็นต้น ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมเหล่านี้ ได้ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนในปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ถึงแม้รัฐบาลจะได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาและกำหนดมาตรการป้องกันอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ดังที่พิชัย รัตตกุล กล่าวไว้ว่า "การแก้ไขปัญหามลพิษในประเทศไทยได้ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 โดยมีสำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง มีคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติทำหน้าที่พิจารณา วางแผน ดำเนินการแก้ไขปัญหามลพิษที่เกิดขึ้น" (สาส์น จาก ฯพณฯ รองนายกรัฐมนตรี เอกสารพิเศษ : 3) จากนโยบายดังกล่าวของรัฐบาลได้ปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่าง ๆ ซึ่งประเทศไทยมีแผนพัฒนาสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นเป็นครั้งแรกในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (2520-2524) โดยกำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหามลพิษอย่างกว้าง ๆ มิได้กำหนดแผนงานและโครงการต่อมาในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 5 (2525-2529) มีการนำนโยบายและมาตรการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ได้จัดทำในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 มาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนและโครงการที่มีเป้าหมายชัดเจน และในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 (2530-2534) ก็ได้มีการกำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาสิ่งแวดล้อมละเอียดมากยิ่งขึ้น นโยบายหนึ่งที่มีความสำคัญได้แก่นโยบายสนับสนุนให้ภาคเอกชนและประชาชน โดยทั่วไปมีความเข้าใจที่ถูกต้องและเกิดจิตสำนึกในด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งให้มีส่วนร่วมในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้มากที่สุด ทั้งนี้เพราะว่า ปัญหามลพิษเป็นปัญหาของทุกคนในสังคม เป็นภาระหน้าที่และความรับผิดชอบที่ประชาชนทุกคนจะต้องร่วมมือกันแก้ไข ส่วนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (2535-2539) ได้กำหนดทิศทางและแนวนโยบายในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมคือ แนวนโยบายทางการศึกษาเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต โดยจัดให้มีการเชื่อม

โยงระหว่างการศึกษาในระบบโรงเรียนและการศึกษานอกระบบโรงเรียน มีการเพิ่มพูนความรู้ผ่านระบบสื่อสารมวลชน รวมทั้งอบรมเพื่อเพิ่มพูนทักษะความรู้ความสามารถ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจสังคม แก่ประชาชนทุกกลุ่ม โดยมุ่งปรับปรุงการบริหารการใช้และบูรณาการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาล้างแวล้อมในด้านต่าง ๆ (สนอง ศิริกุลวัฒนา, โสภณ นุ่มทอง และวีระ เสถียรสวัสดิ์, 2534)

สภาพความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมที่กำลัง เป็นปัญหาอยู่ อันอาจกล่าวได้ว่าเป็นผลมาจากการกระทำของมนุษย์เป็นสาเหตุสำคัญ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการขาดความรู้ความเข้าใจอย่างถูกต้อง หรืออาจเกิดจากจิตใจของมนุษย์ที่ขาดจิตสำนึก ขาดความรับผิดชอบต่อส่วนรวมซึ่งการขาดสิ่งดังกล่าวแม้เพียงสิ่งเดียวอาจก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ สภาพการณ์เช่นนี้การแก้ปัญหาในแต่ละจุดนั้นย่อมไม่ได้ผลเท่าที่ควร เพราะในไม่ช้าปัญหาเหล่านี้ อาจเกิดขึ้นได้อีก สิ่งที่ควรกระทำก็คือ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเหล่านี้ไว้ ดังที่เรย์มอนด์ เอฟ ดัสมานด์ (Raymond F. Dasman, 1968) ได้กล่าวไว้ว่า "การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้น เป็นการใช้สิ่งแวดล้อมอย่างสมเหตุสมผล เพื่อที่จะเอื้ออำนวยให้มีคุณภาพสูงสุดตลอดไปสำหรับการมีชีวิตอยู่ของมนุษย์" ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ ทวี และทัศนีย์ ทองสว่าง (2523) ซึ่งสรุปได้ว่า การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นการนำสิ่งแวดล้อมมาใช้อย่างฉลาดและมีเหตุผล เพื่อที่จะให้สิ่งแวดล้อมนั้นมีคุณภาพที่ดีตลอดไปสำหรับการดำรงชีวิตของมนุษย์ซึ่งรวมไปถึงการหาทางกำจัดและป้องกันมลพิษของสิ่งแวดล้อมไม่ให้เกิดขึ้นในสังคมส่วนรวม

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นการใช้สิ่งแวดล้อมอย่างฉลาด เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อมวลมนุษย์ให้มากที่สุด นานที่สุด โดยมีการสูญเสียน้อยที่สุด และในขณะเดียวกันก็พยายามรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อม ไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นในสังคมส่วนรวมอีกด้วย ดังนั้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจึงเป็นการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมแนวทางหนึ่ง ที่ควรกระทำอย่างยิ่ง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะได้ผลดีและมีประสิทธิภาพเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความสำนึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ ซึ่งการที่จะให้บุคคลเกิดความสำนึกต่อสิ่งแวดล้อมนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะ

ต้องสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของสิ่งแวดล้อม ซึ่งการสร้างความรู้ความเข้าใจเป็นแนวทางการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญประการหนึ่งที่สามารถนำมาปฏิบัติเพื่อแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ที่ทำหน้าที่ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควรวางแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยการพัฒนาให้เกิดความตระหนักเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจำเป็นต้องใช้การศึกษาเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ และความสำนึกต่อปัญหาและวิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดังที่สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (2530) ได้เสนอแนะว่า "ผลของการศึกษาและการให้ความรู้ความเข้าใจนั้นสามารถปรับและปรุงแต่ง เจตคติ ตลอดจนเสริมสร้างค่านิยมและก่อให้เกิดความสำนึกแห่งความรับผิดชอบทางด้านสิ่งแวดล้อมได้" ซึ่งกลยุทธ์ในการแก้ปัญหาที่ได้ผลระยะยาวคงไม่มีอะไรดีไปกว่า การให้การศึกษา ทั้งนี้จากเหตุผลพื้นฐานที่เชื่อว่า การศึกษาเป็นกระบวนการถ่ายทอดและสร้างสรรค์ ทักษะ ความรู้ เจตคติ และความคิดที่จะช่วยให้มวลชนมีชีวิตที่ดีขึ้น การศึกษาเป็นเครื่องมือแก้ไขปัญหาสังคมเพื่อเป็นเครื่องชี้นำสังคมไปในทางที่เหมาะสม และแม้ว่าการศึกษาแต่เพียงอย่างเดียวไม่อาจแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ทั้งหมด แต่การศึกษาจะช่วยเป็นแรงจูงใจให้เกิดความสำนึกต่อปัญหาและรู้จักตนเอง (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2526 อ้างถึงในปริศนา ใจทน, 2529)

การให้การศึกษาทางด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้น สามารถทำได้ทั้งในระบบและนอกระบบโรงเรียน แต่การศึกษานอกระบบโรงเรียนนั้นจำเป็นต้องอาศัยสื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ ตลอดจนการเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อที่จะช่วยกระตุ้นเตือนให้ทุกคนได้ตระหนักถึงภัยอันตรายที่เกิดขึ้นอย่างได้ผล เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นเครื่องมือที่จะติดต่อสื่อสารข่าวสารไปสู่คนจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน อาจกล่าวได้ว่าช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารจะต้องอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อกลางที่จะเสนอข่าวสารข้อเท็จจริง ถ่ายทอดวัฒนธรรม ความคิดเห็น ทศนคติ ตลอดจนสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี และในบรรดาสื่อมวลชนทั้งปวงนั้น โทรทัศน์จัดเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญมากใน

การให้ข่าวสารความรู้ มีส่วนในการกำหนดหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคมได้ กล่าวคือโทรทัศน์อาจก่อให้เกิดผลต่อสังคมในด้านบวกคือพัฒนาคนให้สมบูรณ์ ให้ความรู้ ทักษะคติ ความซาบซึ้งและค่านิยมตลอดจนให้ทักษะด้วย หรืออาจให้ผลในด้านลบ คือเป็นการทำลายระบบของสังคมโดยส่วนรวม ทั้งนี้เนื่องจากคุณลักษณะของโทรทัศน์มีครบถ้วนสมบูรณ์ด้วยตัวเอง และเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อชนิดอื่น เพราะสามารถเห็นได้ทั้งภาพและได้ยินทั้งเสียงซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ให้เป็นรูปธรรมได้เป็นอย่างดี (อนันต์ธนา อังกินันท์ และเกื้อกูล คุปรัตน์, 2525) และโทรทัศน์ยังเป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต ความคิดความเชื่อถือของประชาชน ทั้งนี้เพราะหน้าที่ของโทรทัศน์คือการให้ข่าวสาร ความบันเทิง ความรู้ และการกำหนดวัฒนธรรม (บำรุง สุขพรรณ, 2525) ซึ่งจะทำหน้าที่ถ่ายทอดวัฒนธรรม ความคิดและทัศนคติ ให้แก่ประชาชนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม และวิถีชีวิต ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ต่อการเสริมสร้างความเจริญแก่ประเทศชาติ จึงทำให้สื่อโทรทัศน์ได้รับความนิยมแพร่หลายจากประชาชนทุกระดับ ซึ่งจากการสำรวจครั้งล่าสุด พ.ศ. 2531-2532 ซึ่งเป็นการสำรวจข้อมูลพื้นฐานของครัวเรือนไทย 1,047,894 ครัวเรือน และจำนวนเครื่องรับมีถึง 1,265,075 เครื่อง ในขณะที่จำนวนครัวเรือนที่อ่านหนังสือพิมพ์มีเพียง 833,131 ครัวเรือนเท่านั้น จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าโทรทัศน์สามารถครอบคลุมผู้ชมได้คราวละมาก ๆ

จากคุณสมบัติดังกล่าว อรรถณ เจริญถาวร (2520) ได้กล่าวไว้ว่า "โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่สมบูรณ์แบบ" และได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติของโทรทัศน์เพิ่มเติมไว้ว่า "โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่รวมเอาคุณสมบัติของวิทยุ ภาพยนตร์ และหนังสือพิมพ์เข้าไว้ด้วยกันคือ ผู้ชมสามารถได้ยินทั้งเสียง เช่นเดียวกับการชมภาพยนตร์ และเห็นตัวหนังสือเช่นเดียวกับการอ่านหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์จึงเป็นสื่อมวลชนที่แสดงเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้เห็นได้อย่างชัดเจนที่สุด"

และเนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ซึ่งบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน ได้ถูกใช้ในการส่งเสริมและเผยแพร่ข่าวสารในด้านต่าง ๆ (Lasswell อ้างถึงใน ประมะ

สตะเวทิน, 2530) ได้กล่าวถึงหน้าที่สำคัญของสื่อมวลชน คือ

1. สอดส่องระวังระไวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม คือ การแสวงหา และเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับ เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม เช่น การรายงานข่าว แจ้งข่าวสาร เป็นต้น
2. ประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมเพื่อแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อ สิ่งแวดล้อมคือ การที่สื่อมวลชนเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้น เป็นข่าว เป็นการวิเคราะห์ที่เสนอแนะไว้ว่าควรทำอย่างไรกับสิ่งนั้น ๆ คือ การชักจูง หรือบรรณาธิการ
3. การถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากรุ่นหนึ่ง ไปยังรุ่นหลัง หมายถึง การเผยแพร่ความรู้ ค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคมแก่สมาชิกรุ่นใหม่ ของสังคม เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ คงอยู่ต่อไป คือหน้าที่ด้านการให้การศึกษาของสื่อมวลชน
4. การให้ความบันเทิงหมายถึง การให้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และผ่อนคลายความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน

นอกจากนี้ โทรทัศน์ยังมีบทบาทสำคัญในการให้การศึกษาออกกระบบโรงเรียนให้กับ เด็กเยาวชน และประชาชนทั่วไป ช่วยให้เกิดความรู้อันเป็นประโยชน์ ช่วยให้เกิดความรู้กว้างขวางอันเป็นความรู้ที่ทันสมัย จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่า โทรทัศน์น่าจะมีอิทธิพลในการสร้างความรู้ สร้างความตื่นตัวเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมรวมไปถึงการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมได้มาก ซึ่งในปัจจุบัน รายการโทรทัศน์ที่น่าเสนอเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีอยู่ด้วยกันหลาย ๆ รูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นข่าว รายการสารคดี รายการโฆษณา ล้วนแต่ มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้ชมเกิดจิตสำนึกที่ต่อสิ่งแวดล้อม รายการโฆษณาเป็นรูปแบบหนึ่งที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ในการสร้างจิตสำนึกของผู้ชมเนื่องจากใช้ระยะเวลาในการนำเสนอ สั้น และสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้ชมให้คล้อยตาม และปฏิบัติตามเนื้อหาโฆษณาได้อย่างง่ายดาย

วารสารบริหารธุรกิจ (ม.ย. - ส.ค. 2520) ได้กล่าวถึงอิทธิพลของโฆษณาที่ปรากฏตามสื่อมวลชนต่าง ๆ เช่น ในหน้าหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และโสตทัศนศึกษา การโฆษณาในลักษณะต่าง ๆ ที่พบเห็นและได้ยินสามารถแปรเปลี่ยนอารมณ์ เปลี่ยนแปลงนิสัยเยาวชนไทย จนกลายเป็นปัญหาในสังคมได้ เช่น บางคนเป็นคนพูดขาดสัมมาคารวะ มีลักษณะเลียนแบบการโฆษณาทั้งท่าทางและน้ำเสียง บางคนก็มีความโน้มเอียงไปในทำนองคึกคะนอง โดยเฉพาะเรื่องปัญหาทางเพศ ในทางตรงกันข้ามโฆษณาที่ดี ๆ ก็มีอยู่มากน้อยที่ทำให้คนคล้อยตาม มีพฤติกรรมไปในทางที่ดี มีการโฆษณาบางเรื่องที่ต้องการสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ ให้เกิดขึ้นในสังคม เช่น โฆษณาที่ชักชวนให้ประชาชนทุกคนช่วยกันรักษาความสะอาดของบ้านเมือง เป็นต้น

นอกจากนี้ ผลการวิจัยของ Television Bureau of Advertising (อ้างถึงใน Comstock et al., 1978) ได้รายงานไว้ว่า ประชาชนมีความคิดเห็นว่าเป็นสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ 82 % เมื่อเปรียบเทียบกับโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีเพียง 11 % และโฆษณาทางโทรทัศน์ได้รับการประเมินว่า มีความทันสมัยมากที่สุด คือ 58 % รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ 23 % และโฆษณาทางโทรทัศน์มีความน่าสนใจมากที่สุดคือ 80 % โดยที่หนังสือพิมพ์และวิทยุมี 3 % และนิตยสารบันเทิงมี 4 %

โฆษณาจึงนับว่ามีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในด้านการโน้มน้าวจิตใจให้คล้อยตามเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลและถูกโฆษณาครอบงำในรูปแบบของการดำเนินชีวิตประจำวัน เกินกว่าที่ผู้บริโภคจะรู้ตัว (Kotler, 1976 อ้างถึงใน ปรีชา ส่งกิตติสุนทร, 2529) ทั้งนี้เนื่องจากคุณลักษณะเฉพาะตัวของโฆษณาที่ต่างจากสื่อประเภทอื่น ได้แก่ การผลิตสร้างสรรค์งานโฆษณาอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนรณรงค์เป็นขั้นตอน มีการศึกษาผู้บริโภค แบ่งกลุ่มผู้บริโภคอย่างแจ่มชัด ใช้ระยะเวลาเผยแพร่สั้น ระบุเป้าหมายที่จะได้รับความสำเร็จที่แน่นอน ตัวสารที่จะส่ง ไปจะได้รับการพิจารณาอย่างละเอียด การเลือกใช้สื่อที่ให้ผลดีที่สุด มีการวิเคราะห์และประเมินผลการดำเนินงาน และข้อสำคัญ โฆษณาสามารถระบุเวลาเริ่มและ

สิ้นสุดของการรณรงค์ได้ชัดเจน ในแง่ของการจูงใจ โฆษณามุ่งที่จะโน้มน้าวหรือสร้างอิทธิพล ต่อความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ด้วยคุณลักษณะเด่น ของสื่อโฆษณาที่ได้เปรียบสื่อมวลชนประเภทอื่น จึงมีการนำเอาโฆษณามาใช้ในการรณรงค์ และเผยแพร่ปัญหาสังคม ดังจะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันแนวโน้มของการโฆษณาได้เปลี่ยนรูปแบบ ไปจากการโฆษณาเพื่อขายสินค้าและบริการ (Product Advertising) โดยตรงไปเป็น การโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ของสถาบัน (Institutional Advertising) โดยผู้โฆษณา จะมุ่งโฆษณาในลักษณะของการส่งเสริมสังคม เช่น ปัญหาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ปัญหาการ จราจร ปัญหาสุขภาพอนามัย เป็นต้น และในปัจจุบันพบว่า ประเทศไทยกำลังประสบกับปัญหา เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นพิษ การขาดแคลนทรัพยากร ธรรมชาติ การขาดแคลนพลังงาน ฯลฯ ซึ่งรัฐบาลก็ได้พยายามหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา เหล่านี้อยู่ ดังจะพบได้ว่าหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีการรณรงค์ให้ประชาชน รู้จักรัก และหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งช่วยกันป้องกันและรักษา สิ่งแวดล้อมไม่ให้เสื่อมโทรมไปกว่าเท่าที่เป็นอยู่ รูปแบบหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการรณรงค์ เกี่ยว กับปัญหาดังกล่าวก็คือ โฆษณา ประกอบกับในช่วงปี พ.ศ. 2534 เป็นต้นมา หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้มีการรณรงค์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้สื่อโฆษณากันมาก ซึ่งจากการ สัมภาษณ์พบว่า ในปี พ.ศ. 2534 บริษัทเอกชนต่าง ๆ ได้ใช้งบประมาณถึง 122,947,500 บาท ในการเผยแพร่โฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม แม้จะเป็นเพียงร้อยละ 0.5 ของงบโฆษณา สินค้าโดยรวมทั้งหมด แต่ก็ถือเป็นงบโฆษณาครั้งแรกที่เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจน (สุจิตรา รัตนกรกช, 2533)

แต่อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าจะมีการผลิตโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ออกมาเป็น จำนวนมาก แต่ในปัจจุบันกลับพบว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ก็ยังคงมีปรากฏให้เห็นอยู่ ไม่ ว่าจะเป็นปัญหาความเสื่อมโทรมและความร่อยหรอของทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งปัญหามลพิษ ซึ่งนับวันจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น จึงเป็นที่น่าสงสัยว่า โฆษณาที่ผลิตออกมาเพื่อใช้รณรงค์ เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้น จะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้หรือไม่ เป็นเรื่องที่จะต้อง

ทำการศึกษา ซึ่งการวิเคราะห์เนื้อหาในโฆษณาทางโทรทัศน์ ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ผลิต ใช้ลักษณะของรายการดังกล่าวในการปรับปรุงโฆษณา ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด เนื่องจากการวิเคราะห์เนื้อหา จะทำให้ผู้ผลิตได้ทราบถึงปริมาณ และลักษณะของเนื้อหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี ประกอบทั้งยังไม่เคยมีการวิเคราะห์เนื้อหาใน โฆษณาด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมาก่อน ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาใน โฆษณาดังกล่าว เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการปรับปรุง แก้ไข โฆษณาให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาในโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ในด้านลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ลักษณะเนื้อหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาและคุณภาพของสิ่งแวดล้อม วิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และจุดมุ่งหมายทางการศึกษา

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งวิเคราะห์เนื้อหาในโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทางธรรมชาติ ที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 และ ช่อง 11 ระหว่างปี พ.ศ. 2534-2536

ข้อตกลงเบื้องต้น

วัน เวลา และสถานที่ที่แตกต่างกันที่จะทำการวิเคราะห์เนื้อหาในโฆษณาทาง โทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติไม่มีผลต่อการวิเคราะห์ข้อมูล

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

1. เนื้อหา หมายถึง สิ่งเร้าหรือสาระเรื่องราวต่าง ๆ ที่ปรากฏในโฆษณา ทั้งความหมายที่ปรากฏและความหมายเชิงนัยยะ
2. การวิเคราะห์เนื้อหา หมายถึง การแจกแจงสาระหรือแนวคิดที่ปรากฏในเนื้อหาของโฆษณาว่า มีแนวโน้มไปในทางใด โดยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์เป็นเครื่องมือในการวิจัย มุ่งพิจารณาเกณฑ์ด้าน ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ลักษณะเนื้อหาสิ่งแวดล้อม ปัญหา และคุณภาพของสิ่งแวดล้อม วิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และจุดมุ่งหมายทางการศึกษา
3. โฆษณาทางโทรทัศน์ หมายถึง รายการที่มีการโน้มน้าวและชักจูงให้ผู้ชมปฏิบัติตามข้อเสนอ หรือข้อความในโฆษณาในการศึกษาคั้งนี้มุ่งวิเคราะห์โฆษณาที่ใช้สินค้าเป็นตัวนำเสนอ (hard sale หรือ hard advertising) โฆษณาที่ใช้สิ่งแวดล้อมเป็นตัวนำเสนอ (soft sale หรือ soft advertising) และโฆษณาที่สร้างจิตสำนึกโดยตรง
4. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หมายถึง การใช้สิ่งแวดล้อมอย่างฉลาด ไม่ให้เกิดพิษภัย ดำรงไว้ซึ่งสภาพเดิมของสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ รวมทั้งหาทางกำจัดและป้องกันมลภาวะหรือสิ่งแวดล้อมเป็นพิษ ไม่ให้เกิดขึ้นในสังคมส่วนรวม ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้ ได้แบ่งวิธีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็น 9 วิธีคือ การถนอม การบูรณะฟื้นฟู การนำกลับมาใช้ใหม่ การเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งาน การใช้สิ่งอื่นทดแทน การสำรวจแหล่งทรัพยากรธรรมชาติเพิ่มเติม การประดิษฐ์ของเทียมขึ้นใช้ การประหยัด และการป้องกัน
5. ผู้โฆษณา หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรด้านธุรกิจ อุตสาหกรรมทั่วไป เช่น บริษัท ห้างร้าน ธนาคาร ฯลฯ หน่วยงานภาครัฐบาล อันได้แก่ หน่วยงานราชการ และรัฐวิสาหกิจ ตลอดจนองค์กรสาธารณกุศล ที่ดำเนินงานโฆษณาโดยไม่หวังผลกำไร เช่น สมาคม ชมรม สโมสร มูลนิธิ และกลุ่มพลังต่าง ๆ
6. สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ อากาศ ฟ้า ดิน แร่ธาตุ และทรัพยากรทุกประเภท

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางให้ครูได้นำโฆษณาไปใช้ในการสอนสิ่งแวดล้อม
2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้รับผิดชอบ หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ในการผลิตโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่จะนำไปแก้ไขและปรับปรุงรายการ เพื่อผลิตรายการให้มีประสิทธิภาพต่อไป
3. เพื่อเป็นพื้นฐานการวิเคราะห์เนื้อหาในโฆษณาทางโทรทัศน์ในประเด็นอื่น ๆ ให้กว้างขวางและละเอียดยิ่งขึ้นต่อไป
4. เพื่อเป็นประโยชน์ในการผลิตรายการโฆษณาทางโทรทัศน์ด้านอื่น



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย