

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ . มิติด้านอุตสาหกรรมในละครโทรทัศน์ไทย . เอกสารประกอบการสัมมนา "สื่อมวลชนในสังคมไทย : สถานภาพ และแนวโน้มในทศวรรษ 1990" . กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2534 .
- จาระไน แกลโกศล . ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล . หลักและทฤษฎีการสื่อสาร เอกสารประกอบชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 9-15.กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2532 .
_____ และคณะ. การศึกษาทัศนคติต่อการไฟฟ้านครหลวงของผู้ใช้ไฟฟ้าองค์กรที่เกี่ยวข้อง และพนักงานไฟฟ้านครหลวง . สำนักบริการวิชาการจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534 .
- จุมพล รอดคำดี . สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2532 .
_____ และคณะ. การศึกษาและประเมินผลงานประชาสัมพันธ์โครงการน้ำพระทัยจากในหลวงตามแนวพระราชดำริเพื่อพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ . กรุงเทพมหานคร : 2532 .
- เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง . วิวัฒนาการของการบุกเบิกที่ดินทำกินในเขตป่า . กรุงเทพมหานคร : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา , 2534 .
- เมตตา กฤตวิทย์ . การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจยุคใหม่ . คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2527 .
- ศิริชัย ศิริเกษ . การวิจัยประเมินผลการใช้สื่อมวลชนในการป้องกันการใช้จ่ายเสพติด : การประเมินผลรวมภายหลังการปฏิบัติการ . กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติดแห่งชาติ , 2528 .
- สุโขทัยธรรมมาธิราช . มหาวิทยาลัย . เอกสารประกอบชุดวิชาพลศาสตร์ของการสื่อสาร หน่วยที่ 1-7 . กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2528 .
_____ . มหาวิทยาลัย . เอกสารประกอบชุดวิชาธุรกิจโฆษณา หน่วย 11-15 . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช , 2531 .
_____ . มหาวิทยาลัย . เอกสารประกอบชุดวิชาหลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 12-15 . กรุงเทพฯ : 2529 .

เสรี วงษ์มณฑา . หลักการโฆษณา . กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,
2522 .

อดุลย์ จาตุรงค์กุล . การโฆษณา . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรม
ศาสตร์ , 2518 .

อรรพรรณ ปิลาณีโอวาท . เอกสารประกอบการสอนวิชาการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , ม.ป.ท.

อัญชลี ลีสุวรรณ . การพูดเพื่อโน้มน้าวใจ . เอกสารประกอบการสอน . คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , ม.ป.ท.

วิทยานิพนธ์

โกสินทร์ รังสยานันท์ . การศึกษาเกี่ยวกับปัญหาความสกปรกเป็นพิษของสิ่งแวดล้อม .
วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต มหาวิทาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ , 2521 .

จินตนา เลิศทวีสินธุ์ . ความรู้ ความตระหนัก และการปฏิบัติตนของตำรวจจราจร
เพื่อป้องกันอันตรายจากมลพิษทางอากาศ และเสียงในกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม
ศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล , 2527 .

นันท์รัตน์ อยู่พหลุ . ทัศนคติของชาวกทม. ต่อการโฆษณาชวนเชื่อผ่านสื่อมวลชน
ชน . วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์ , 2531 .

ปรีชา ส่งกิตติสุนทร . การวิเคราะห์เนื้อหาด้านจริยธรรมในโฆษณา . วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาโลตทัศนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,
2530 .

ประภาพันธุ์ อุ่นอบ . ผลของการโฆษณาทางโทรทัศน์เรื่อง "ตาวิเศษ" ที่มีต่อ
พฤติกรรมกรรมการทิ้งขยะของนักเรียนระดับประถมศึกษา . วิทยานิพนธ์
ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2529 .

วุฒิ พงษ์ชัชวาล . ทัศนคติของนักโฆษณาเกี่ยวกับบทบาทของโฆษณาต่อการพัฒนา
สังคม . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหา
วิทยาลัย , 2533 .

สุจิตรา รัตนกรกช . การวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม ตั้งแต่ปี
พ.ศ. 2519 - 2531 . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2533 .

อรสา ปานขาว . พฤติกรรมกรายอมรับข่าวสารด้านการป้องกันยาเสพติดทางวิทยุ และโทรทัศน์ของประชาชนในเขตชุมชนแออัดคลองเตย . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2526 .

เอกสารและบทความอื่นๆ

- คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, สำนักงาน . รายงานสถานการณ์คุณภาพสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย พ.ศ. 2529 . กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ , 2530 .
- _____ , สำนักงาน . สิ่งแวดล้อม 5 . กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ , 2530 .
- _____ , สำนักงาน . วารสารมูลนิธิส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติและคุ้มครองสิ่งแวดล้อม . กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, ปีที่ 3 ฉบับที่ 11 , 2534 .
- โฆษณา . คู่แข่งธุรกิจ . ปีที่ 12 ฉบับที่ 59 (แถมพิเศษ) . 2535 .
- จินตนา ดึงสภักย์ . วารสารสื่อสารมวลชน . ปีที่ 8 ฉบับที่ 3 , 2516 .
- ถาวร โสภีอมร . "โอกิลว์กับการโฆษณา". คนโฆษณา . ปีที่ 3 ฉบับที่ 26,27,29 . 2529 .
- นฤเบศ สมฤทธิ์ . " 5 มิถุนายน วันสิ่งแวดล้อมโลก เสียงเพรียกจากความสูญเสีย " สารคดี . ปีที่ 4 ฉบับที่ 41 , 2531 .
- พีระ สาคริก . "จากมนุษย์ถึงสิ่งแวดล้อม" วารสารสังคมพัฒนา . สภาคาทอโลกประเทศไทย . ฉบับที่ 1-2 , 2533 .
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ . "ภาพรวมการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติไทยในอดีตถึงปัจจุบัน" สยามรัฐรายวัน . 16 มิถุนายน 2534 .
- สุรพล สุดารา . "คนกับสิ่งแวดล้อม" วารสารสังคมพัฒนา . สภาคาทอโลกประเทศไทย . ฉบับที่ 1-2 , 2533 .
- สิบ นาคะเสถียร . "ล้มปทานป่าไม้ : บทเรียนจากสายน้ำเลือด" สารคดี ปีที่ 4 ฉบับที่ 47 , 2532 .
- สันศักดิ์ สมชีวิตา . แนวทางการจัดการทรัพยากรธรรมชาติแบบผสมผสาน ระหว่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5-7 , 2533 . (เอกสารอัดสำเนา)
- เสรี วงษ์มณฑา . "ยุทธวิธีในการสร้างสรรค์งานโฆษณาให้มีประสิทธิภาพ" ประชาธุรกิจ . เมษายน , 2535 .

ภาษาอังกฤษ

- Bloom , Benjamin S., Hastings, J.Thomas and Madaus George F.,
Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York : Mcgraw-Hill Book Company, 1971.
- C.I.Carl Hovland, Irving L. Janis and Harold H. Kelly, Communication and Persuasion. New Haver : Yale University Press, 1953.
- C.I. Hovland and Janis , eds. Personality and Persussibility , New Heaven : Yale University Press, 1959.
- ✓ Chitwood Juannita Carson . "The Prelationship between Environmental Attitude ond Locus of Control in Selected Youth Conservation Camp Envolless" Dissertation Abstraction International 38 . October,1977.
- Erwin P. Bettinghaus. Peruasive Communication. New YOrk : Holt, Rinchort and Winson, Inc.,1968.
- Freeman Carlsmith and Sears, Social Psychology, N.J. Prentice Hall ,1960 .
- Good, Carter V., Dictionary of Education. New York: McGrew-Hill Book Company.,1973.
- Kim Minke."Environmental Issues and Journalistic Practices"The Nordicom Review of Nordic Mass Communication Research, 1990.
- ✓ Leftridge, Leonardo Alan. "Rural and Urban Secondary Perception of Environment Issue : Relevance to Enviromental Education Curriculum Development" Dissertation Abstracts International 38, 1978.
- T.M. Newcomb. Social Psychology. New York :Holt, Rinehart and Winston, 1955.
- W.J. McGuire."Personality and Susceptibility to Social Influnce" in E.F. Borgotta & W.W. Lambert, eds. Handbook of Personality Theory and Research. Chicago : Rand McNally, 1968.



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก

ตารางที่ 15 แสดงลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม	ร้อยละ
<u>เพศ</u>	
ชาย	46.6
หญิง	53.4
รวม	100.0
<u>อายุ</u>	
1. 15-22 ปี	28.5
2. 23-39 ปี	49.0
3. 40-60 ปี	22.5
รวม	100.0
<u>การศึกษา</u>	
1. ต่ำกว่า-ประถมศึกษา	4.0
2. มัธยมศึกษา	34.7
3. ปริญญาตรี	40.0
4. สูงกว่าปริญญาตรี	10.6
5. ปวส. ปวช.	10.6
รวม	100.0
<u>รายได้</u>	
1. 15,000และต่ำกว่า	28.4
2. 15,001 - 30,000	39.7
3. 30,001 - 45,000	17.8
4. 45,001 ขึ้นไป	14.1
รวม	100.0

ตารางที่ 16 ร้อยละของระดับการเปิดข่าวสารทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร

สื่อ	บ่อยมาก	ค่อนข้างบ่อย	นานๆครั้ง	แทบจะไม่เคย	รวม
				เปิดรับเลย	
โทรทัศน์	59.4	34.4	5.9	0.3	100.0
วิทยุ	30.6	42.8	21.3	5.3	100.0
หนังสือพิมพ์	36.9	42.8	16.3	4.1	100.0
นิตยสาร	8.7	35.0	38.8	17.5	100.0

ตารางที่ 17 ร้อยละของระดับการเปิดข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม จากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

สื่อ	บ่อยมาก	ค่อนข้างบ่อย	นานๆครั้ง	แทบจะไม่เคย	รวม
				เปิดรับเลย	
โทรทัศน์	62.5	33.1	4.1	0.3	100.0
วิทยุ	24.1	45.3	23.8	6.9	100.0
หนังสือพิมพ์	26.9	45.3	22.5	5.3	100.0
นิตยสาร	13.4	26.6	37.5	22.5	100.0

ตารางที่ 18 เพศและอายุกับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมจากโทรทัศน์

ลักษณะของประชากร	บ่อยมาก	ค่อนข้างบ่อย	นานๆครั้ง	แทบจะไม่เคยเปิดรับเลย
<u>เพศ</u>				
ชาย	28.4	15.0	2.8	0.3
หญิง	36.3	14.4	2.8	-
<u>อายุ</u>				
15-22 ปี	17.8	8.8	1.8	-
23-39 ปี	29.1	16.9	3.1	-
40-60 ปี	15.9	5.3	1.3	-

รวม 100 N=320

ตารางที่ 19 ลักษณะการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางสื่อต่างๆ

ลักษณะการเปิดรับ	โทรทัศน์	วิทยุ	นสพ.	นิตยสาร
	ร้อยละ			
ตั้งใจเปิดรับมาก หากเป็นเรื่องสิ่งแวดล้อม	11.6	6.9	10.3	8.1
ตั้งใจเปิดรับมาก หากตรงกับเรื่องที่สนใจ	26.9	18.4	25.0	20.0
ตั้งใจเปิดรับมาก หากรูปแบบที่น่าสนใจ	25.3	21.9	14.1	17.2
เปิดรับได้เรื่อยๆ แต่ไม่สนใจติดตามจริงจัง	20.9	22.8	22.2	14.4
เปิดรับบ้างไม่เปิดรับบ้าง	14.1	17.5	18.4	17.8
ไม่ค่อยได้เปิดรับเลย	0.6	11.9	10.0	22.2
อื่นๆ	0.6	0.6	0.3	0.3
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

N=320

ตารางที่ 20

ร้อยละของความตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม

ประเด็น	เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย		รวม
	อย่างยิ่ง	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	อย่างยิ่ง	
1. มนุษย์กับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กัน	74.1	24.7	0.6	0.6	100.0
2. ถ้าสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมและเป็นพิษจะทำให้สิ่งมีชีวิตถูกทำลาย	65.0	31.9	2.5	0.3	100.0
3. ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีปัญหาสิ่งแวดล้อมอยู่ในขั้นวิกฤต	39.1	45.0	13.1	2.5	100.0
4. ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อทุกคนในสังคม	55.9	36.9	5.0	2.2	100.0
5. ปัญหาสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิต	64.4	34.4	0.9	0.3	100.0
6. ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องใกล้ตัวที่อยากจะหลีกเลี่ยง	44.4	42.8	7.8	4.4	100.0
7. ปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะใน	71.9	25.6	1.3	0.9	100.0

N=320

ตารางที่ 21 การให้ความร่วมมือในการป้องกัน รักษาและแก้ไขคุณภาพสิ่งแวดล้อม

กิจกรรม	เคยร่วมมือ		ยังไม่เคย		รวม
	ด้วยบ่อยครั้ง	บางครั้ง	ยังไม่เคย	ร่วมมือเลย	
1. ร่วมประชุมเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม	6.6	47.5	45.9	100.0	
2. แสดงความคิดเห็น	4.1	31.6	64.3	100.0	
3. ออกเงิน/บริจาคช่วยเหลือในกิจกรรม/ให้หน่วยงานที่ทำงานด้านสิ่งแวดล้อม	9.0	66.3	24.7	100.0	
4. ออกแรงร่วมมือในกิจกรรมที่เป็นการป้องกันรักษาและแก้ไขคุณภาพสิ่งแวดล้อม	6.9	51.8	41.3	100.0	
5. ให้ความรู้/เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแก่ผู้อื่น	10.9	44.7	44.4	100.0	
6. เป็นสมาชิกขององค์การหรือหน่วยงานที่ทำงานด้านสิ่งแวดล้อม	5.0	13.4	81.6	100.0	
7. แนะนำหรือชักชวนให้ผู้อื่นหันมาให้ความร่วมมือในการป้องกันรักษาและแก้ไขคุณภาพสิ่งแวดล้อม	18.1	62.5	19.4	100.0	

N=320

ตารางที่ 22 ระดับความสนใจต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป

ระดับความสนใจ	ความถี่	ร้อยละ
สนใจมาก	111	34.6
สนใจบ้าง	109	34.1
สนใจเป็นบางเรื่อง	94	29.4
เฉยๆ	6	1.9
ไม่สนใจ	-	-
รวม	320	100.0

ตารางที่ 23 เหตุผลที่สนใจปัญหาสิ่งแวดล้อม

เหตุผล	ความถี่	ร้อยละ
1. โดยปรกติสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว	35	10.9
2. ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากสื่อต่างๆ บ่อยครั้ง	76	23.8
3. เป็นเรื่องที่กำลังได้รับความสนใจจึงสนใจ	12	3.8
4. ทำงานหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานด้านสิ่งแวดล้อม	7	2.2
5. เห็นว่าเป็นเรื่องส่งผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิต	177	55.3
6. อื่นๆ	10	3.1
รวม	320	100.0

ตารางที่ 24 ประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สนใจ (ระบุ 3 ปัญหา)

ปัญหาสิ่งแวดล้อม	ความถี่	ร้อยละ
การอนุรักษ์สัตว์ป่า	136	14.2
ป่าไม้และต้นไม้	228	23.8
อากาศเป็นพิษ	280	29.2
น้ำเสีย	193	20.1
เสียง	35	3.6
ขยะ	79	8.2
อื่นๆ	9	0.9
รวม	960	100.0

N=320

ตารางที่ 25 ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เห็นว่าสำคัญต้องรีบแก้ไข (ระบุ 3 ปัญหา)

ประเด็น	ความถี่	ร้อยละ
การอนุรักษ์สัตว์ป่า	19	2.0
ป่าไม้และต้นไม้	92	9.6
อากาศเป็นพิษ	288	30.0
น้ำเสีย	232	24.2
เสียง	31	3.2
ขยะ	85	8.9
การจราจร	84	8.8
อื่นๆ	129	13.3
รวม	960	100.0

N = 320

ตารางที่ 26 ประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่รับทราบจากสื่อ (ระบุ 3 ปัญหา)

ประเด็น	ความถี่	ร้อยละ
การอนุรักษ์สัตว์ป่า	219	22.8
ป่าไม้และต้นไม้	248	25.8
อากาศเป็นพิษ	242	25.2
น้ำเสีย	174	18.1
เสียง	18	1.9
ขยะ	44	4.6
ไม่ตอบ	15	1.6
รวม	960	100.0

N = 320

ตารางที่ 27 รายละเอียดการรับทราบปัญหาสิ่งแวดล้อมจากสื่อและรูปแบบในการนำเสนอ

สื่อ	รูปแบบที่นำเสนอ				ความถี่	ร้อยละ
	ข่าว	สารคดี/บทความ	โฆษณา	รวม		
ความถี่	ความถี่	ความถี่	ความถี่	ความถี่	ความถี่	ร้อยละ
โทรทัศน์						
570	21	78	261	570	59.3	
วิทยุ						
54	12	9	12	54	5.6	
หนังสือพิมพ์						
42	6	12	18	42	4.3	
นิตยสาร						
18	3	3	-	18	1.9	
ไม่ตอบ						
276				276	28.9	
รวม				960	100.0	
				435	45.3	
				525	54.7	
				960	100.0	

N = 320

ตารางที่ 28 ความสนใจต่อโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ออกอากาศ
ทางโทรทัศน์

ระดับความสนใจ	ความถี่	ร้อยละ
สนใจมาก	88	27.5
สนใจบ้าง	119	37.2
สนใจเป็นบางเรื่อง	99	30.9
เฉยๆ	13	4.1
ไม่สนใจ	1	0.3
รวม	320	100.0

ตารางที่ 29 เหตุผลที่สนใจโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ออกอากาศ
ทางโทรทัศน์

เหตุผล	ความถี่	ร้อยละ
1. โดยปรกติสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว	52	16.3
2. เห็นโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์บ่อยครั้ง	81	25.3
3. เป็นเรื่องที่กำลังได้รับความสนใจจึงสนใจ	38	11.9
4. ทำงานหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานด้านสิ่งแวดล้อม	6	1.9
5. เห็นว่าเป็นเรื่องส่งผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิต	113	35.3
6. โฆษณาสวย	14	4.3
7. ไม่ตอบ	16	5.0
รวม	320	100.0

ตารางที่ 30 ลักษณะการเปิดรับโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ออกอากาศทางโทรทัศน์

ลักษณะการเปิดรับ	ความถี่	ร้อยละ
เฉพาะครั้งแรกๆ	15	4.7
ตั้งใจดูทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม	68	21.3
ตั้งใจดูเฉพาะบางเรื่องที่น่าสนใจ	67	20.9
ตั้งใจ หากโฆษณาน่าสนใจ	97	30.3
ดูได้เรื่อยๆ หากเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม	41	12.8
ดูบ้างไม่ดูบ้าง	22	6.9
ไม่ค่อยได้ดูเลย	1	0.3
อื่นๆ	9	2.8
รวม	320	100.0

ตารางที่ 31 ปัญหาที่เห็นจากโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมบ่อยครั้ง (ระบุ 3 ปัญหา)

ประเด็น	ความถี่	ร้อยละ
การอนุรักษ์สัตว์ป่า	243	25.3
ป่าไม้และต้นไม้	257	26.8
อากาศเป็นพิษ	223	23.2
น้ำเสีย	179	16.5
เสียง	24	2.5
ขยะ	34	3.5
รวม	960	100.0

N = 320

ตารางที่ 32 ร้อยละความคิดเห็นที่มีต่อโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ออกอากาศทางโทรทัศน์

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม
1. ทำให้ทราบว่าเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ	19.0	70.0	9.1	1.9	-	100.0
2. ทำให้รู้สึก/ตระหนักว่าขณะนี้ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่สำคัญของสังคม	54.7	23.4	19.7	1.9	0.3	100.0
3. ทำให้สนใจในปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น	54.1	33.1	11.6	1.3	-	100.0
4. เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอีกวิธีหนึ่ง	40.3	39.1	18.4	1.9	-	100.0
5. ทำให้ตระหนักถึงความปลอดภัยในชีวิตและสุขภาพ	44.1	34.1	18.8	3.1	-	100.0
6. ช่วยชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการป้องกันรักษาและแก้ไขคุณภาพสิ่งแวดล้อม	45.9	35.9	16.9	1.3	-	100.0
7. เป็นแนวทางในการปฏิบัติตนเพื่อความปลอดภัยของชีวิตและสุขภาพ	30.3	35.3	25.0	9.0	-	100.0
8. ทำให้ได้ข้อมูลไว้พูดคุยกับผู้อื่น	33.1	31.9	23.4	11.6	-	100.0
9. เป็นการเรียกร้องให้เกิดความร่วมมือในการป้องกัน รักษาและแก้ไขคุณภาพสิ่งแวดล้อม	14.1	22.5	36.6	20.6	6.3	100.0
10. เป็นเพียงการโฆษณาอย่างหนึ่ง	36.9	36.9	20.6	5.0	0.3	100.0
11. เป็นการโฆษณาขายสินค้า	11.9	17.2	35.9	18.8	15.9	100.0
12. เป็นการโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับธุรกิจ สินค้า หรือบริการ	15.6	22.2	34.4	14.1	13.8	100.0
13. เป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับธุรกิจ สินค้า หรือบริการ	30.0	33.1	28.1	5.3	3.4	100.0
14. เป็นการฉวยโอกาสทางธุรกิจ	23.1	34.1	31.3	6.9	4.7	100.0

ตารางที่ 33 ความคิดเห็นต่อสินค้าที่อิงกับการโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

ความคิดเห็น	ร้อยละ
ต้องการขายสินค้า	24.6
เป็นสินค้าดี ควรใช้เพื่อร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	11.9
เป็นการฉวยโอกาสทางธุรกิจ	11.6
เป็นการเสนอวิธีการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม	34.4
ไม่ต่างกับโฆษณาสินค้าอื่นๆ	7.5
อื่นๆ	10.0
รวม	100.0

N = 320

ตารางที่ 34 แสดงการใช้สินค้าที่ทำการโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

ท่านคิดจะใช้สินค้าที่เสนอแนะในโฆษณาหรือไม่	ความถี่	ร้อยละ
ใช้แล้ว	69	21.6
ลองใช้อยู่	44	13.8
กำลังตัดสินใจ	66	20.6
ถ้าจำเป็น	51	15.9
ไม่คิดจะใช้	50	15.6
ใช้โดยคิดถึงประโยชน์มากกว่า	17	5.3
อื่นๆ	23	13.1
รวม	320	100.0

ตารางที่ 35 ร้อยละความต้องการร่วมมือในกิจกรรมต่อเนื่องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

กิจกรรม	มาก	แล้วแต่โอกาส	น้อย	ไม่ต้องการ	รวม
1. ร่วมประชุมเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม	3.4	68.1	16.3	12.2	100.0
2. แสดงความคิดเห็น	3.8	60.0	26.9	9.4	100.0
3. ออกเงิน/บริจาคช่วยเหลือในกิจกรรม/ให้ หน่วยงานที่ทำงานด้านสิ่งแวดล้อม	8.8	76.8	10.3	4.1	100.0
4. ออกแรงเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นการป้องกัน	8.1	42.5	29.4	20.0	100.0
5. ให้ความรู้/เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับสิ่ง แวดล้อมแก่ผู้อื่น	7.2	67.8	20.0	5.6	100.0
6. เป็นสมาชิกขององค์การหรือหน่วยงานที่ทำ งานด้านสิ่งแวดล้อม	10.3	58.1	25.3	6.3	100.0
7. แนะนำหรือชักชวนให้ผู้อื่นหันมาให้ความ ร่วมมือในการป้องกันรักษาและแก้ไขคุณภาพ สิ่งแวดล้อม	8.1	43.4	28.8	19.7	100.0
เฉลี่ยความต้องการร่วมมือในกิจกรรม	7.1	59.6	22.4	10.9	100.0

N = 320

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 ความน่าสนใจของโฆษณาที่จำได้

โฆษณา	น่าสนใจมาก : ปานกลาง : น้อย : รวม			
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. เบียร์สิงห์ ชุดอนุรักษ์สัตว์ป่า	90	78.9	23	20.2
2. สมาคมสร้างสรรค์ไทยชุดเจ้าพระยากับ ดาวพิเศษ	64	62.7	38	37.3
3. เบียร์สิงห์แคคคาโด ชุดอนุรักษ์ธรรมชาติ	40	69.0	18	31.0
4. ป.ต.ท. ชุดเด็กพิการ	34	87.2	5	12.8
5. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดดาวพิเศษ	22	59.5	15	40.5
6. นิลมลิณี ชุดเบียร์และฟิจิเพื่อชีวิตที่สมคณ	23	62.1	12	32.4
7. ผงซักฟอกเป่า ชุดอนุรักษ์น้ำ/ซีโอไลท์	11	33.8	20	60.6
8. มุลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่า ชุดปล่อยนก/ ปล่อยเต่า	30	90.9	3	9.1
9. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดขอจันทร์	24	75.0	8	25.0
โฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอื่นๆที่จำได้	109	59.2	59	32.1
รวม	447	46.6	201	21.0
จำไม่ได้				2.1
รวมทั้งสิ้น				669
				291
				960

ตารางที่ 37 เหตุผลที่โฆษณาที่จำได้ (ระบุ 2 เหตุผล)

	เนื้อหาเกี่ยวกับ: สิ่งแวดล้อม ; เห็นโฆษณา ; รูปแบบที่นำ ; บุคคลที่นำเสนอ ; คำพูด/เพลงที่นำ ; ภาพที่นำเสนอ ; สิ่งแวดล้อม ; อยู่แล้ว ; บ่อยครั้ง ; เสนอน่าสนใจ ; น่าสนใจ ; เสนอน่าสนใจ ; น่าสนใจ ; ไม่ตอบ ; รวม ความถี่ ; ร้อยละ ; ความถี่ ; ร้อยละ ; ความถี่ ; ร้อยละ ; ความถี่ ; ร้อยละ ; ความถี่ ; ร้อยละ ; ความถี่ ; ร้อยละ ; ความถี่ ; ร้อยละ ; ความถี่ ; ร้อยละ ;																
1. เบียร์สิงห์ ชุดอนุรักษ์สัตว์ป่า	43	37.7	12	10.5	21	18.4	70	61.4	-	16	14.0	39	34.2	27	23.7	228 (114)	
2. สมาคมสร้างสรรค์ไทยชุดเจ้าพระยากับตากบดาวิเศษ	30	29.4	11	10.8	31	30.4	44	43.1	-	50	49.0	18	17.6	20	19.6	204 (102)	
3. เบียร์สิงห์แคน ชุดอนุรักษ์ธรรมชาติ	18	31.0	6	10.3	17	29.3	11	19.0	-	19	32.8	14	24.1	15	25.9	116 (58)	
4. ป.ต.ท. ชุดเด็กพิการ	9	23.1	3	7.7	4	10.3	12	30.8	-	20	51.3	19	48.7	11	28.2	78 (39)	
5. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดดาวิเศษ	7	18.9	2	5.4	14	37.8	12	32.4	-	25	67.6	7	18.9	7	18.9	74 (37)	
6. นิลมสินธุ์ ชุดเบิร์ตและฟิจิเพื่อชีวิตที่สมคณย์	5	13.5	2	5.4	8	21.6	5	13.5	25	67.6	6	16.2	12	32.4	10	27.0	74 (37)
7. พงษ์กฟอกเปา ชุดอนุรักษ์น้ำ/ซีไอโลด	7	21.2	5	15.2	9	27.3	3	9.1	20	60.6	4	12.1	5	15.2	13	39.4	66 (33)
8. มลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่า ชุดปล่อยนก/ปล่อยเต่า	7	21.2	1	3.0	11	33.3	18	54.5	-	15	45.5	15	45.5	8	24.2	66 (33)	
9. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดขอจันทร์	12	37.5	2	6.3	9	28.1	13	40.6	-	13	40.6	11	34.4	4	1.3	64 (32)	
โฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอื่นๆที่จำได้	47	25.5	11	6.0	41	22.3	83	45.1	11	3.0	37	10.0	49	13.3	89	24.2	368 (185)
รวม	185	27.7	55	8.2	165	24.7	271	40.5	56	8.4	205	30.5	189	28.4	204	30.5	1,338 (669)
จำไม่ได้																582 (291)	
รวมทั้งสิ้น																1,920 (960)	

ตารางที่ 38 ความชอบต่อโฆษณาที่จำได้

โฆษณา	ชอบมาก				ชอบ				เฉยๆ				ไม่ชอบ			
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ		
1. เบียร์สิงห์ ชุดอนุรักษ์สัตว์ป่า	65	57.0	44	38.6	4	3.6	1	0.8							114	
2. สมาคมสร้างสรรค์ไทยชุดเจ้าพระยากับ ดาวพิเศษ	37	36.3	56	54.9	9	8.8	-								102	
3. เบียร์สิงห์แค่น ชุดอนุรักษ์ธรรมชาติ	24	41.4	29	50.0	4	6.9	1	1.7							58	
4. ป.ต.ท. ชุดเด็กพิการ	10	25.6	22	56.4	4	10.3	3	7.7							39	
5. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดดาวพิเศษ	11	29.7	23	62.2	3	8.1	-								37	
6. फिल्मसिंधु ชุดเบิร์ตและฟิจิเพื่อชีวิตที่สมดลย์	15	40.5	17	46.0	2	13.5	-								37	
7. ผงซักฟอกเป่า ชุดอนุรักษ์น้ำ/ซีไอไลต์	4	12.5	14	42.4	12	37.5	3	9.4							33	
8. มุลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าฯ ชุดปล่อยนก/ ปล่อยเต่า	16	48.5	14	42.4	2	6.1	1	3.0							33	
9. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดขอจันทร์	18	56.3	13	40.6	1	3.1									32	
โฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอื่นๆที่จำได้	57	30.9	100	54.4	22	12.0	5	2.7							184	
รวม จำไม่ได้	257	38.4	332	49.6	64	9.5	13	1.9							669	
รวมทั้งสิ้น															291	
															960	

N=320

ตารางที่ 39 ความเชื่อในข่าวสารของโฆษณาที่จำได้

โฆษณา	เชื่อถือมาก : ปานกลาง : น้อย : ไม่ค่อยเชื่อถือ :							
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. เบียร์สิงห์ ชุดอนุรักษ์สัตว์ป่า	67	58.8	42	36.8	5	4.4	-	114
2. สมาคมสร้างสรรค์ไทยชุดเจ้าพระยากับ ทาวีเศษ	59	57.8	42	41.2	1	1.0	-	102
3. เบียร์สิงห์แค่น ชุดอนุรักษ์ธรรมชาติ	36	62.1	22	37.9	-	-	-	58
4. ป.ต.ท. ชุดเด็กพิการ	30	76.9	9	23.1	-	-	-	39
5. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดทาวีเศษ	16	43.2	19	51.4	2	5.4	-	37
6. फिल्मसिफि ชุดเบิร์ตและฟิจิเพื่อชีวิตที่สมคณย์	15	40.5	22	59.5	-	-	-	37
7. ผงซักฟอกเป่า ชุดอนุรักษ์น้ำ/ซีไอไลต์	2	6.1	23	69.7	4	12.1	4	12.1
8. มลนิคมคุ้มครองสัตว์ป่าฯ ชุดปล่อยนก/ ปล่อยเต่า	28	84.8	5	15.2	-	-	-	33
9. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดขอจันทร์	26	81.3	5	15.6	1	3.1	-	32
โฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอื่นๆที่จำได้	94	51.0	77	41.8	8	4.3	5	2.7
รวม จำไม่ได้	372	55.6	266	40.0	21	3.1	9	1.3
รวมทั้งสิ้น								669
								291
								960

ตารางที่ 40 โฆษณาที่จำได้ทำให้สนใจแหล่งแวดล้อมมากขึ้นหรือไม่

โฆษณา	มากขึ้น : ปานกลาง : น้อยลง : ไม่แน่ใจ :					รวม		
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่		ร้อยละ	
1. เบียร์สิงห์ ชุดอนุรักษ์สัตว์ป่า	77	67.5	34	29.8	-	3 2.6	114	
2. สมาคมสร้างสรรค์ไทยชุดเจ้าพระยากับดาวพิเศษ	79	77.5	21	20.6	-	2 2.0	102	
3. เบียร์สิงห์แคน ชุดอนุรักษ์ธรรมชาติ	36	31.6	21	36.2	-	1 1.7	58	
4. ป.ต.ท. ชุดเด็กพิการ	30	76.9	8	20.5	-	1 2.6	39	
5. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดดาวพิเศษ	26	70.3	11	29.7	-	-	37	
6. फिल्मसिंधि ชุดเบิร์ตและฟัจเพื่อชีวิตที่สมคณย์	18	48.6	19	51.4	-	-	37	
7. ผงซักฟอกเป่า ชุดอนุรักษ์น้ำ/ซีไอไลต์	16	48.5	15	45.5	1	3.0	33	
8. มุลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าฯ ชุดปล่อยนก/ปล่อยเต่า	27	81.8	6	18.2	-	-	33	
9. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดขอจันทร์	22	68.8	10	31.3	-	-	32	
โฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอื่นๆที่จำได้	116	63.0	65	35.3	1	0.5	2 1.0	184
รวม	447	66.8	210	31.4	2	0.3	10 1.5	669
จำไม่ได้								291
รวมทั้งสิ้น								960

ตารางที่ 41 โฆษณาที่จำได้ทำให้ระมัดระวังการปฏิบัติตนในกิจกรรมประจำวันหรือไม่

โฆษณา	ใช่		ไม่มีผล		รวม
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	
1. เบียร์สิงห์ ชุดอนุรักษ์สัตว์ป่า	84	76.7	29	25.4	114
2. สมาคมสร้างสรรค์ไทยชุดเจ้าพระยากับ ดาวพิเศษ	93	91.2	9	8.8	102
3. เบียร์สิงห์แคน ชุดอนุรักษ์ธรรมชาติ	41	70.7	17	29.3	58
4. ป.ต.ท. ชุดเด็กพิการ	31	79.5	8	20.5	39
5. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดดาวพิเศษ	31	83.8	6	16.2	37
6. นิลล์มิลล์ฟิจิ ชุดเบิร์ดและฟิจิเพื่อชีวิตที่สมดลย์	24	64.9	13	35.1	37
7. พงษ์พักฟอกเปา ชุดอนุรักษ์น้ำ/ซีโอไลต์	15	45.5	9	27.3	33
8. มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่า ชุดปล่อยนก/ ปล่อยเต่า	30	90.9	3	9.1	33
9. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดขอจันทร์	28	87.5	4	12.5	32
โฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอื่นๆที่จำได้	130	70.7	54	29.3	184
รวม จำไม่ได้	507	75.8	1202	30.2	669
รวมทั้งสิ้น					291
					960

N=320

ตารางที่ 42 การปฏิบัติตามที่โฆษณาแนะนำ

โฆษณา	ทำ		ไม่ได้ทำ		ไม่ได้ทำเพราะ		ทำแต่ไม่ใช่		ไม่ได้ทำเพราะ		ไม่ได้ทำเพราะ		รวม
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	
1. เบียร์สิงห์ ชุดอนุรักษ์สัตว์ป่า	66	57.9	41	35.9	1	0.9	2	1.8	2	1.8	2	1.8	114
2. สมาคมสร้างสรรค์ไทยชุดเจ้าพระยาภิรมย์ ดาวพิเศษ	82	80.4	18	17.6	-	-	2	2.0	-	-	-	-	102
3. เบียร์สิงห์แคน ชุดอนุรักษ์ธรรมชาติ	30	51.7	24	41.4	1	1.7	1	1.7	2	3.4	-	-	58
4. ป.ต.ท. ชุดเด็กนิกร	24	61.5	15	38.5	-	-	-	-	-	-	-	-	39
5. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดดาวพิเศษ	28	75.7	9	24.3	-	-	-	-	-	-	-	-	37
6. นิลสัมฤทธิ์ ชุดเบิร์ตและฟูจิเพื่อชีวิตที่สมคณย์	17	45.9	17	45.9	1	2.7	2	5.4	1	2.7	-	-	37
7. ผงซักฟอกเป่า ชุดอนุรักษ์น้ำ/ซีโอไลท์	17	51.5	16	48.5	-	-	-	-	-	-	-	-	33
8. มุลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าฯ ชุดปล่อยนก/ ปล่อยเต่า	28	84.8	2	6.1	-	-	-	-	2	6.0	-	-	33
9. สมาคมสร้างสรรค์ไทย ชุดขอจันทร์	23	71.9	8	25.0	-	-	1	3.1	-	-	-	-	32
โฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอื่นๆที่จำได้	64	34.9	109	59.2	8	4.3	1	0.5	1	0.5	1	0.5	184
รวม	379	56.7	259	38.7	11	1.6	9	1.3	8	1.2	2	0.3	669
จำไม่ได้													291
รวมทั้งสิ้น													960

ตารางที่ 43 แสดงร้อยละของการเปิดรับโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างในช่วงเวลาต่างๆ และการออกอากาศโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในเวลาต่างๆของวันธรรมดา

เวลา	จำนวนผู้เปิดรับโทรทัศน์ (ร้อยละ)	การออกอากาศโฆษณา (ร้อยละ)
ก่อนเที่ยง	3.0	14.4
12.00-16.00 น.	2.9	17.6
16.00-18.00 น.	5.0	18.1
18.00-19.00 น.	9.9	8.5
19.00-21.00 น.	32.3	13.5
21.00-22.00 น.	29.0	12.1
22.00-24.00 น.	17.9	15.8
รวม	100.0	100.0

N = 320

ตารางที่ 44 แสดงร้อยละของการเปิดรับโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างในช่วงเวลาต่างๆ และการออกอากาศโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ในเวลาต่างๆของวันธรรมดา

เวลา	จำนวนผู้เปิดรับโทรทัศน์ (ร้อยละ)	การออกอากาศโฆษณา (ร้อยละ)
8.00-10.00 น.	3.5	7.0
10.00-12.00 น.	11.9	11.7
12.00-16.00 น.	13.3	19.5
16.00-18.00 น.	8.5	6.8
18.00-19.00 น.	9.3	7.4
19.00-21.00 น.	19.7	7.7
21.00-22.00 น.	18.3	5.5
22.00-24.00 น.	13.4	17.0
รวม	100.0	100.0

N = 320

*

ข้อมูลจาก T.V. MONITORING INSPECTION REPORT SERVICE
บริษัท W.O.A. ADVERTISING LIMITED ปี 2534

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

พฤติกรรมกรเปิดรับโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
ทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

เขตที่อาศัย _____

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ _____ ปี

3. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา

2. มัธยมศึกษา

3. ปริญญาตรี

4. สูงกว่าปริญญาตรี

5. อื่นๆ ระบุ _____

4. อาชีพ

1. ข้าราชการ

2. ลูกจ้างรัฐวิสาหกิจ

3. ค้าขาย/กิจการส่วนตัวขนาดเล็ก

4. อาชีพทางธุรกิจขนาดใหญ่

4.1 เป็นเจ้าของ/ ผู้บริหารธุรกิจ

4.2 เป็นลูกจ้างธุรกิจ

4.3 เป็นลูกจ้างแรงงาน

5. อาชีพอิสระ ได้แก่ แพทย์ ทนายความ สถาปนิก ฯลฯ
(โปรดระบุ) _____

6. นักเรียน/นิสิตนักศึกษา

7. อื่นๆ(ระบุ) _____

5. รายได้รวมของครอบครัวของท่านต่อเดือนประมาณ _____ บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารทั่วไป

6. โดยปกติวันธรรมดา ท่านทำกิจกรรมอะไรบ้างในแต่ละช่วงเวลา

เวลา	กิจกรรม
7.00 - 8.00 น.	
8.00 - 9.00 น.	
9.00 - 10.00 น.	
10.00 - 11.00 น.	
11.00 - 12.00 น.	
12.00 - 13.00 น.	
13.00 - 14.00 น.	
14.00 - 15.00 น.	
15.00 - 16.00 น.	
16.00 - 17.00 น.	
17.00 - 18.00 น.	
18.00 - 19.00 น.	
19.00 - 20.00 น.	
20.00 - 21.00 น.	
21.00 - 22.00 น.	
22.00 - 23.00 น.	
23.00 - 24.00 น.	

7. โดยปกติวันหยุด ท่านทำกิจกรรมอะไรบ้าง

เวลา	กิจกรรม
7.00 - 8.00 น.	
8.00 - 9.00 น.	
9.00 - 10.00 น.	
10.00 - 11.00 น.	
11.00 - 12.00 น.	
12.00 - 13.00 น.	
13.00 - 14.00 น.	
14.00 - 15.00 น.	
15.00 - 16.00 น.	
16.00 - 17.00 น.	
17.00 - 18.00 น.	
18.00 - 19.00 น.	
19.00 - 20.00 น.	
20.00 - 21.00 น.	
21.00 - 22.00 น.	
22.00 - 23.00 น.	
23.00 - 24.00 น.	

8. โดยปกติ วันธรรมดา ท่านจะเปิดรับรับข่าวสารจากสื่อต่างๆในช่วงใดบ้าง

เวลา	โทรทัศน์	วิทยุ	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร
7.00 - 8.00 น.				
8.00 - 9.00 น.				
9.00 - 10.00 น.				
10.00 - 11.00 น.				
11.00 - 12.00 น.				
12.00 - 13.00 น.				
13.00 - 14.00 น.				
14.00 - 15.00 น.				
15.00 - 16.00 น.				
16.00 - 17.00 น.				
17.00 - 18.00 น.				
18.00 - 19.00 น.				
19.00 - 20.00 น.				
20.00 - 21.00 น.				
21.00 - 22.00 น.				
22.00 - 23.00 น.				
23.00 - 24.00 น.				

9. โดยปกติ วันหยุด ท่านเปิดรับรับข่าวสารจากสื่อต่างๆในช่วงใดบ้าง

เวลา	โทรทัศน์	วิทยุ	หนังสือพิมพ์	นิตยสาร
7.00 - 8.00 น.				
8.00 - 9.00 น.				
9.00 - 10.00 น.				
10.00 - 11.00 น.				
11.00 - 12.00 น.				
12.00 - 13.00 น.				
13.00 - 14.00 น.				
14.00 - 15.00 น.				
15.00 - 16.00 น.				
16.00 - 17.00 น.				
17.00 - 18.00 น.				
18.00 - 19.00 น.				
19.00 - 20.00 น.				
20.00 - 21.00 น.				
21.00 - 22.00 น.				
22.00 - 23.00 น.				
23.00 - 24.00 น.				

10. โดยเฉลี่ยท่านเปิดรับสื่อต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเภทของสื่อ	บ่อยมาก	ค่อนข้างบ่อย	นานๆครั้ง	แทบจะไม่เคยเลย
โทรทัศน์				
วิทยุ				
หนังสือพิมพ์				
นิตยสาร				

ส่วนที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

11. คำว่า "สิ่งแวดล้อม" ตามความเห็นของท่านประกอบด้วยสิ่งใดบ้าง

- () สิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ได้แก่ ดิน น้ำ อากาศ
- () สิ่งต่างๆที่มีชีวิต ซึ่งอยู่รอบๆตัวมนุษย์ ได้แก่ คน พืช สัตว์
- () สิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวมนุษย์ ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต
- () สิ่งต่างๆที่อยู่รอบตัวมนุษย์ทั้งที่เป็นธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้ง เศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อชีวิตมนุษย์

12. ปัญหาสิ่งแวดล้อมตามความเห็นของท่านได้แก่ปัญหาอะไรบ้าง

- (กรณาระบุ 3 อย่าง) ก) _____
- ข) _____
- ค) _____

13. ตามความเห็นของท่านในปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมเรื่องใดเป็นเรื่องสำคัญต้องรีบแก้ไข (กรณาระบุ 3 ปัญหา)

- ก) _____
- ข) _____
- ค) _____

14. ท่านมีความเห็นอย่างไรกับข้อความต่อไปนี้

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย
1. มนุษย์กับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กัน				
2. ถ้าสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมและเป็นพิษจะทำให้สิ่งมีชีวิตถูกทำลายไป				
3. ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีปัญหาสิ่งแวดล้อมอยู่ในขั้นวิกฤต				
4. ปัญหาสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อทุกคน				
5. ปัญหาสิ่งแวดล้อมส่งผลกระทบต่อสุขภาพ				
6. ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ยากจะหลีกเลี่ยง				
7. ปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯต้องรีบแก้ไขอย่างจริงจัง				

15. โปรดที่ท่านสนใจข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากน้อยเพียงใด

- () สนใจมาก
 () สนใจบ้าง
 () สนใจเป็นบ้างเรื่อง
 () เฉยๆ
 () ไม่สนใจเลย

16. หากเอาความสนใจส่วนตัวของท่านเป็นที่ตั้ง ท่านสนใจปัญหาสิ่งแวดล้อมเรื่องใดมากที่สุด (เรียงลำดับ 1-3 ตามความสนใจ)

อันดับที่

1. การอนุรักษ์สัตว์ป่า _____
 2. ป่าและต้นไม้ _____
 3. อากาศเป็นพิษ _____
 4. น้ำเสีย _____
 5. เสียง _____
 6. ขยะ _____
 7. อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

17. สาเหตุที่ทำให้ท่านสนใจข่าวสารสิ่งแวดล้อมคืออะไร
- () โดยปกติท่านเป็นคนที่สนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว
 - () ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากสื่อต่างๆบ่อยครั้ง
 - () เป็นเรื่องที่กำลังได้รับความสนใจจากประชาชนที่
 - () ทำงานหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานด้านสิ่งแวดล้อม
 - () อื่นๆ ระบุ _____

18. โดยปกติท่านได้ทราบเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากสื่อต่างๆเหล่านี้

ประเภทของสื่อ	บ่อยมาก	ค่อนข้างบ่อย	นานๆครั้ง	แทบจะไม่เคยเลย
โทรทัศน์				
วิทยุ				
หนังสือพิมพ์				
นิตยสาร				

19. ลักษณะในการดูหรือชมข่าวสาร/รายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของท่านเป็นอย่างไร

- () ตั้งใจดูมาก หากเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
- () ตั้งใจดูมาก หากเป็นหัวข้อที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่สนใจ
- () ตั้งใจดูมาก หากเป็นเรื่องสิ่งแวดล้อม แต่ไม่สนใจติดตามจริงจัง
- () ดูได้เรื่อยๆ หากเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่ไม่สนใจติดตามจริงจัง
- () ดูบ้างไม่ดูบ้าง
- () ไม่ค่อยได้ดูเลย
- () อื่น (ระบุ) _____

20. ลักษณะในการฟังข่าวสาร/รายการวิทยุที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของท่านเป็นอย่างไร

- () ตั้งใจฟังมาก หากเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
- () ตั้งใจฟังมาก หากเป็นหัวข้อที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่สนใจ
- () ตั้งใจฟังมาก หากเป็นเรื่องสิ่งแวดล้อม แต่ไม่สนใจติดตามจริงจัง
- () ฟังได้เรื่อยๆ หากเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่ไม่สนใจติดตามจริงจัง
- () ฟังบ้างไม่ฟังบ้าง
- () ไม่ค่อยได้ฟังเลย
- () อื่น (ระบุ) _____

21. ลักษณะในการอ่านหนังสือพิมพ์ในเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของท่านเป็นอย่างไร
- () ตั้งใจอ่านมาก หากเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
- () ตั้งใจอ่านมาก หากเป็นหัวข้อที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่สนใจ
- () ตั้งใจอ่านมาก หากเป็นเรื่องสิ่งแวดล้อม แต่ไม่สนใจติดตามจริงจัง
- () อ่านได้เรื่อยๆ หากเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่ไม่สนใจติดตามจริงจัง
- () อ่านบ้างไม่อ่านบ้าง
- () ไม่ค่อยได้อ่านเลย
- () อื่น (ระบุ) _____
22. ลักษณะในการอ่านนิตยสารในเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของท่านเป็นอย่างไร
- () ตั้งใจดูมาก หากเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
- () ตั้งใจดูมาก หากเป็นหัวข้อที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่สนใจ
- () ตั้งใจดูมาก หากเป็นเรื่องสิ่งแวดล้อม แต่ไม่สนใจติดตามจริงจัง
- () ดูได้เรื่อยๆ หากเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมแต่ไม่สนใจติดตามจริงจัง
- () ดูบ้างไม่ดูบ้าง
- () ไม่ค่อยได้ดูเลย
- () อื่น (ระบุ) _____
23. หากเปรียบเทียบระหว่างข่าวสารทั่วไปกับข่าวสารที่เกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม ท่านสนใจเรื่องใดมากกว่า
- () สนใจข่าวสารทั่วไปมากกว่า
- () สนใจข่าวสารที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากกว่า
- () สนใจเหมือนกันหรือเท่ากัน
- () สนใจเท่าๆกัน หากเป็นประเด็นหรือหัวข้อที่ตรงกับความสนใจ
- () ไม่ค่อยสนใจทั้งสองเรื่อง
- () อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
24. ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ท่านได้รับทราบจากสื่อต่างๆ ส่วนมากเป็นเรื่องใด (กรุณาเรียงลำดับ 1-3 โดยให้เรื่องที่ท่านรับรู้จากสื่อมวลชนมากที่สุด เป็นอันดับที่ 1)
- | | อันดับที่ | จากสื่อมวลชน | นำเสนอในเนื้อหาในรูปแบบ |
|------------------------|-----------|--------------|-------------------------|
| 1. การอนุรักษ์สัตว์ป่า | _____ | _____ | _____ |
| 2. ป่าและต้นไม้ | _____ | _____ | _____ |
| 3. อากาศเป็นพิษ | _____ | _____ | _____ |
| 4. น้ำเสีย | _____ | _____ | _____ |
| 5. เสียง | _____ | _____ | _____ |
| 6. ขยะ | _____ | _____ | _____ |

25. ท่านสนใจโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์มากน้อยเพียงใด
- () สนใจมาก
 - () สนใจบ้าง
 - () สนใจเป็นบางเรื่อง
 - () เฉยๆ
26. ท่านสนใจโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ออกอากาศทางโทรทัศน์เพราะอะไร
- () โดยปรกติท่านเป็นคนที่น่าสนใจเรื่องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว
 - () เห็นโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์บ่อยครั้ง
 - () เรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่กำลังได้รับความสนใจ จึงสนใจในโฆษณา
 - () ทำงานหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานด้านสิ่งแวดล้อม
 - () เป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิต
 - () อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
27. โดยปรกติ เวลาที่ดูโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ท่านดูในลักษณะที่
ตั้งใจมากน้อยเพียงใด
- () ตั้งใจดูเฉพาะครั้งแรกๆ
 - () ตั้งใจดูทุกเรื่องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
 - () ตั้งใจดูเฉพาะบางเรื่องที่อยู่ในความสนใจ
 - () ตั้งใจดู หากโฆษณานั้นน่าสนใจ
 - () ดูได้เรื่อยๆ หากเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อม
 - () ดูบ้างไม่ดูบ้าง
 - () ไม่ค่อยได้ดูเลย
 - () อื่นๆ (โปรดระบุ) _____
28. เท่าที่พอจะจำได้ ปัญหาสิ่งแวดล้อมเรื่องใดต่อไปนี้ ท่านได้ชมจากโฆษณา
ทางโทรทัศน์บ่อยครั้ง (กรุณาระบุ 1-3 ตามลำดับความบ่อยครั้งที่ท่านเห็นโฆษณา)
- อันดับที่
1. การอนุรักษ์สัตว์ป่า _____
 2. ป่าและต้นไม้ _____
 3. อากาศเป็นพิษ _____
 4. น้ำเสีย _____
 5. เสียง _____
 6. ขยะ _____
 7. อื่นๆระบุ _____

29. ปัจจุบันท่านคิดว่าโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์มีมากน้อยเพียงใด
 มาก ปานกลาง น้อย
30. ท่านคิดว่าจำเป็นต้องมีโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์มากน้อยเพียงใด
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่จำเป็น
31. ท่านคิดว่าส่วนมากบริษัท สินค้า หรือบริการ ที่จัดทำโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ออกอากาศทางโทรทัศน์มีจุดประสงค์อะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 เพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับบริษัท สินค้า หรือบริการนั้นๆ
 เพื่อสร้างชื่อเสียงของบริษัทให้เป็นที่รู้จัก
 เพื่อให้ประชาชนจดจำชื่อสินค้าหรือบริการได้ดี
 เพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม
 เพื่อแนะนำสินค้าใหม่ๆที่จะช่วยแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม
 เพื่อให้ประชาชนเกิดความมั่นใจในสินค้า บริการ
 เพื่อร่วมรณรงค์ปัญหาสิ่งแวดล้อม
 อื่นๆ ระบุ _____
32. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการโฆษณาที่นำสินค้ามาอิงกับเรื่องสิ่งแวดล้อมและแนะนำให้ใช้สินค้าดังกล่าว เพื่อร่วมรักษา ป้องกัน แก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม
 ต้องการขายสินค้า
 เป็นสินค้าดี ควรหาซื้อมาใช้เพื่อร่วมป้องกันรักษาแก้ไขปัญหามลพิษ
 เป็นการฉวยโอกาสทางธุรกิจ
 เป็นการเสนอวิธีการแก้ไขรักษาป้องกันปัญหามลพิษ
 ไม่ต่างกับการโฆษณาสินค้าอื่นๆ
 อื่นๆ (ระบุ) _____
33. ท่านคิดจะใช้สินค้าที่เสนอแนะในโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมหรือไม่
 ใช้แล้ว
 ลองใช้แล้ว
 กำลังคิดอยู่ว่าจะใช้ดีหรือไม่
 ไม่คิดจะใช้
 อื่นๆ (โปรดระบุ) _____

34. กรณารับโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมซึ่งออกอากาศทางโทรทัศน์ที่ท่านจำได้
 โฆษณาที่ 1 เกี่ยวกับ () การอนุรักษ์สัตว์ป่า () ป่าและต้นไม้
 () อากาศเป็นพิษ () น้ำเสีย
 () เสียง () ชยะ

กรณารับรายละเอียดเกี่ยวกับโฆษณาที่ท่านจำได้
 เนื้อเรื่องของโฆษณา _____

ภาพ _____

ข้อความ/คำพูด/เนื้อเพลง _____

โฆษณาชิ้นนี้จัดสร้างหรือสนับสนุนโดย _____

โฆษณาดังกล่าวนี้น่าสนใจเพียงใด

() มาก () ปานกลาง () น้อย

ท่านสนใจโฆษณาดังกล่าวเพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยเรียง 1, 2, 3)

- () เนื้อเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
 () เพราะท่านสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ
 () เห็นโฆษณาชิ้นนี้บ่อยครั้ง
 () รูปแบบในการนำเสนอ
 () บุคคลที่นำเสนอ
 () คำพูด/เพลงประกอบ
 () ภาพ

ท่านชอบโฆษณาชิ้นนี้เพียงใด

() มาก () ปานกลาง () เฉยๆ () ไม่ค่อยชอบ

ท่านเชื่อถือข่าวสารในโฆษณาชุดนี้เพียงใด

() มาก () ปานกลาง () น้อย () ไม่ค่อยเชื่อถือ

โฆษณาชิ้นนี้ทำให้ท่านสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้นหรือไม่

() มากขึ้น () เท่าเดิม () น้อยลง

ท่านได้ปฏิบัติตามที่โฆษณาเสนอแนะเพื่อเป็นการร่วมมือแก้ไขปัญหาหรือไม่

() ไม่ได้ทำ () ทำ โดย _____

โฆษณาที่ 2 เกี่ยวกับ () การอนุรักษ์สัตว์ป่า () ป่าและต้นไม้
 () อากาศเป็นพิษ () น้ำเสีย
 () เสียง () ขยะ

กรณารายละเอียดเกี่ยวกับโฆษณาที่ท่านจำได้
 เนื้อเรื่องของโฆษณา _____

ภาพ _____

ข้อความ/คำพูด/เนื้อเพลง _____

โฆษณาชิ้นนี้จัดสร้างหรือสนับสนุนโดย _____

โฆษณาดังกล่าวนี้น่าสนใจเพียงใด

() มาก () ปานกลาง () น้อย

ท่านสนใจโฆษณาดังกล่าวเพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยเรียง 1, 2, 3)

- () เนื้อเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
 () เพราะท่านสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ
 () เห็นโฆษณาชิ้นนี้บ่อยครั้ง
 () รูปแบบในการนำเสนอ
 () บุคคลที่นำเสนอ
 () คำพูด/เพลงประกอบ
 () ภาพ

ท่านชอบโฆษณาชิ้นนี้เพียงใด

() มาก () ปานกลาง () เฉยๆ () ไม่ค่อยชอบ

ท่านเชื่อถือข่าวสารในโฆษณาชุดนี้เพียงใด

() มาก () ปานกลาง () น้อย () ไม่ค่อยเชื่อถือ

โฆษณาชิ้นนี้ทำให้ท่านสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้นหรือไม่

() มากขึ้น () เท่าเดิม () น้อยลง

ท่านได้ปฏิบัติตามที่โฆษณาเสนอแนะ เพื่อเป็นการร่วมมือแก้ไขปัญหาหรือไม่

() ไม่ได้ทำ () ทำ โดย _____

- โฆษณาที่ 3 เกี่ยวกับ () การอนุรักษ์สัตว์ป่า () ป่าและต้นไม้
 () อากาศเป็นพิษ () น้ำเสีย
 () เสียง () ขยะ

กรณารายละเอียดเกี่ยวกับโฆษณาที่ท่านจำได้
 เนื้อเรื่องของโฆษณา _____

ภาพ _____

ข้อความ/คำพูด/เนื้อเพลง _____

โฆษณาชิ้นนี้จัดสร้างหรือสนับสนุนโดย _____

โฆษณาดังกล่าวนี้น่าสนใจเพียงใด

- () มาก () ปานกลาง () น้อย

ท่านสนใจโฆษณาดังกล่าวเพราะอะไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยเรียง 1, 2, 3)

- () เนื้อเรื่องที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม
 () เพราะท่านสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ
 () เห็นโฆษณาชิ้นนี้บ่อยครั้ง
 () รูปแบบในการนำเสนอ
 () บุคคลที่นำเสนอ
 () คำพูด/เพลงประกอบ
 () ภาพ

ท่านชอบโฆษณาชิ้นนี้เพียงใด

- () มาก () ปานกลาง () เฉยๆ () ไม่ชอบ

ท่านเชื่อถือข่าวสารในโฆษณาชุดนี้เพียงใด

- () มาก () ปานกลาง () น้อย () ไม่ค่อยเชื่อถือ

โฆษณาชิ้นนี้ทำให้ท่านสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้นหรือไม่

- () มากขึ้น () เท่าเดิม () น้อยลง

ท่านได้ปฏิบัติตามที่โฆษณาเสนอแนะเพื่อเป็นการร่วมมือแก้ไขปัญหาหรือไม่

- () ไม่ได้ทำ () ทำ โดย _____

35. นอกจากให้ความร่วมมือปฏิบัติเพื่อป้องกันรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในข้อ 34 แล้ว ท่านได้ปฏิบัติตามคำแนะนำอื่นๆของโฆษณาอีกบ้างหรือไม่อย่างไร

() ไม่

() ทำ เช่น

___ ไม่ซื้อไม่เลี้ยงสัตว์ป่าเอาไว้ดูเล่น

___ ไม่รับประทานอาหารที่ปรุงจากเนื้อสัตว์ป่า

___ ไม่ใช้เครื่องประดับหรือเครื่องใช้ที่ทำมาจากชิ้นส่วนต่างๆของสัตว์ป่า

___ ให้ความร่วมมือในการดูแลต้นไม้สาธารณะไม่หักทำลาย

___ ร่วมโครงการปลูกต้นไม้ ปลูกป่า

___ เลิกซื้อหาเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้มีค่าที่ต้องตัดจากป่า

___ ปรับเปลี่ยนดูแลเครื่องยนต์ของรถเสมอเพื่อไม่ให้เกิดควันดำ หรือเสียงดัง

___ ใช้โทรศัพท์แทนการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวโดยไม่จำเป็น

___ ใช้สินค้าที่ช่วยรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำมันไร้สารตะกั่ว

___ ไม่ทิ้งขยะลงตามถนนคูคลองหรือที่สาธารณะ

___ อื่นๆ ระบุ _____

36. นอกจากกิจกรรมในข้อ 35 แล้ว ท่านต้องการร่วมมือแก้ไขและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมโดยร่วมทำกิจกรรมต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

1. ร่วมชักชวนให้ผู้อื่นร่วมมือในการแก้ไขป้องกันรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม

() มาก () แล้วแต่โอกาส () เฉยๆ () ไม่ต้องการ

2. แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องสิ่งแวดล้อมต่อสาธารณะ

() มาก () แล้วแต่โอกาส () เฉยๆ () ไม่ต้องการ

3. ออกเงินช่วยเหลือ

() มาก () แล้วแต่โอกาส () เฉยๆ () ไม่ต้องการ

4. ร่วมออกแรงในการป้องกันรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกต้นไม้ในที่สาธารณะ

() มาก () แล้วแต่โอกาส () เฉยๆ () ไม่ต้องการ

5. เป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารหรือความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

() มาก () แล้วแต่โอกาส () เฉยๆ () ไม่ต้องการ

6. เป็นกรรมการหรือสมาชิกขององค์กรที่ทำงานเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม

() มาก () แล้วแต่โอกาส () เฉยๆ () ไม่ต้องการ

37. ท่านมีความคิดเห็นกับโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ออกอากาศทางโทรทัศน์อย่างไร

ข้อความ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. โฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ ทำให้ทราบว่าเกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญอะไรบ้าง					
2. ทำให้รู้สึก/ตระหนักว่าขณะนี้ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาที่สำคัญของสังคม					
3. ทำให้เกิดความสนใจในปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น					
4. โฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ออกอากาศทางโทรทัศน์เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมอีกวิธีหนึ่ง					
5. ทำให้ตระหนักถึงความปลอดภัยในชีวิตและสุขภาพ					
6. ช่วยชี้ให้เห็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา ป้องกันและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม					
7. เป็นแนวทางในการปฏิบัติตนเพื่อความปลอดภัยของชีวิตและสุขภาพ					
8. ทำให้มีข้อมูลไว้ตัดสินใจกับผู้อื่นๆ					
9. เป็นการเรียกร้องให้เกิดความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม					
10. เป็นเพียงการโฆษณาอย่างหนึ่ง					
11. เป็นการโฆษณาขายสินค้า					
12. เป็นการโฆษณาเพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับสินค้าและบริการนั้นๆ					
13. เป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับสินค้าหรือบริการนั้นๆ					
14. เป็นการฉวยโอกาสทางธุรกิจอีกทางหนึ่ง					

ประวัติผู้เขียน

นางสาวอารยา ศุภทตมมงคล เกิดเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ.2509 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาวารสารศาสตร์บัณฑิตจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปีการศึกษา 2528 หลังจากที่ยุติการศึกษาแล้วได้เข้าทำงานเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ของบริษัทบางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด จากนั้นจึงเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท ที่คณะนิเทศศาสตร์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย