

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การดำรงชีวิตของมนุษย์นั้นต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐานคือ อาหาร อากาศ น้ำ และทรัพยากรธรรมชาติอื่น ๆ ซึ่งปัจจัยในการดำรงชีวิตดังกล่าวนี้ มีแหล่งที่ได้มาจากธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมนั่นเอง ในปัจจุบัน มนุษย์ได้เพิ่มปริมาณการใช้ทรัพยากรธรรมชาติขึ้นเป็นอันมาก อันเนื่องมาจากการเพิ่มจำนวนประชากร การเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนความเพียรพยายามในการยกมาตรฐานการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นตัวเร่งให้มีการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติในอัตราที่สูงขึ้น จนทำให้ทรัพยากรธรรมชาติร่อยหรอ และส่งผลกระทบต่อทำให้เกิดมลภาวะในลักษณะต่าง ๆ กัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้อย่างรวดเร็วเกินไป ได้ส่งผลทำให้สิ่งแวดล้อมไม่สามารถปรับตัวได้ทัน จนทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมขึ้น (วินัย วีระวัฒนานนท์ 2530 : 5)

นอกจากปัญหาการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่ถูกต้องแล้ว วิถีชีวิตของชุมชนที่ขาดแนวความคิดด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ก็นับเป็นสาเหตุหนึ่งของความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และความถดถอยของคุณภาพสิ่งแวดล้อม (ชูศักดิ์ วิทยาภัก 2531 : 1) สภาวะเช่นนี้หากปล่อยให้เป็นอยู่ต่อไปจะก่อให้เกิดผลเสียอย่างมหาศาล ยากที่จะแก้ไขได้

การที่จะเริ่มแก้ไขพัฒนาสิ่งแวดล้อมของสังคม ที่กำลังอยู่ในสภาพเสื่อมโทรม เช่นนี้นั้นน่าจะเริ่มต้นตั้งแต่ระดับตัวบุคคลที่มีคุณภาพเสียก่อนเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาในระดับสังคมที่อาศัยอยู่ต่อไป ดังคำกล่าวของมิลลิแกนและแบล็กเมอร์ (Milikan and Blackmer) ที่ว่า "สิ่งจำเป็นที่สุดสำหรับการเปลี่ยนแปลงในแต่ละสังคม ก็คือ การที่ประชาชนจะต้องเปลี่ยนแปลงตัวเอง" (เสถียร เขยประพับ 2526 : 42) ซึ่งหมายถึง สิ่งจำเป็นที่สุดในการปฏิบัติ งานพัฒนาใด ๆ ก็คือ การสร้างความรู้สึกร่วม การมีส่วนร่วม และความพร้อมที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชนอย่างกว้างขวางและทั่วถึงให้มากที่สุด จากแนวคิดดังกล่าวจึงนำไปสู่ความสำคัญของงาน "ประชาสัมพันธ์" เพื่อการพัฒนา เพราะในการพัฒนาใด ๆ ถ้ามีการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ที่กำหนดให้มี การใช้ทรัพยากรทางการสื่อสารอย่างเป็นระบบ และใช้กลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ในการพัฒนาแล้ว การพัฒนานั้น ๆ ก็จะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นในปัจจุบันนี้ไม่ว่าจะเป็นองค์การภาครัฐบาล และภาคธุรกิจเอกชน ตลอดจนองค์การสาธารณกุศล ต่างก็เห็นความสำคัญของงาน "ประชาสัมพันธ์" ในองค์การของตนทั้งสิ้น เพราะหน้าที่สำคัญของงานประชาสัมพันธ์ ก็คือการบอกกล่าว ชี้แจงให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจ ในองค์การอย่างถูกต้อง ซึ่งต้องอาศัยการวางแผนและดำเนินการใช้การสื่อสารประเภทต่าง ๆ การเผยแพร่กระจายข่าวสาร เรื่องราวเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลงาน และการดำเนินงานขององค์การ เพื่อสร้างความเข้าใจ นิยมศรัทธา มีทัศนคติที่ดี และเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชน โดยเฉพาะงานประชาสัมพันธ์ เพื่อการพัฒนา ที่จำเป็นต้องได้รับความยอมรับ และร่วมมือสนับสนุนจากประชาชนให้มากที่สุด

ฉะนั้น ในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับประชาชน จึงต้องใช้เครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ มาช่วยเสริม ให้การดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพ

ภาพมากขึ้น และสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง ทั้งในชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ หรือครอบคลุมทั่วประเทศ การดำเนินงานจึงจะบรรลุวัตถุประสงค์ตามความต้องการได้อย่างสะดวก ประหยัด และรวดเร็วยิ่งขึ้น เครื่องมือสื่อสารที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์มีอยู่มากมายหลายประเภทด้วยกัน เช่น สื่อบุคคล คำพูด สื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ โปสเตอร์ บ้ายประกาศ ฯลฯ นอกจากนี้การใช้ "โครงการรณรงค์" ก็เป็นเครื่องมือสื่อสารด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาที่มีความสำคัญอย่างหนึ่ง

โครงการรณรงค์เป็นโครงการที่จัดทำขึ้นโดยใช้การสื่อสารในลักษณะของการประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดประเด็นที่ต้องการกระตุ้น เร่งเร้ากลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อ หรือกิจกรรมประเภทต่าง ๆ หลาย ๆ รูปแบบ พร้อมกันอย่างต่อเนื่อง โครงการรณรงค์ส่วนมากเป็นโครงการที่ต้องการให้เกิดผลอย่างรวดเร็ว และครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวาง การดำเนินงานจึงต้องใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญ โดยการใช้สื่อและกิจกรรมประเภทต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างมีประสิทธิภาพ การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการจัดทำโครงการรณรงค์ กว้าง เป็นที่นิยมอย่างมากทั้งภาคธุรกิจเอกชนและภาครัฐบาล

ในปัจจุบันนี้ มีองค์การจำนวนมาก ที่ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะองค์การสาธารณสุขที่ก่อกำเนิดขึ้น โดยมีจุดประสงค์เพื่อยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ของสังคม ให้ประชาชนตระหนักถึงความจำเป็นในการปรับปรุงตนเอง ในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง เช่น ให้ประชาชนรักษาความสะอาดของบ้านเมือง เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ดังกล่าว จึงอาจออกมาในรูปแบบของการจัดเป็น "โครงการรณรงค์" เพื่อระดมให้ประชาชนทั่วไปเข้าใจ และเข้าร่วมในกิจกรรมอันเป็นสาธารณประโยชน์ที่องค์การจัดทำขึ้น จึงเป็นความจำเป็นอย่างมากที่องค์การเหล่านี้จะต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ อย่างน้อยที่สุด

ก็เพื่อให้ประชาชนรู้จักองค์การของตน และทราบต่อไปว่า มีวัตถุประสงค์อะไร มีกิจกรรมสร้างสรรค้อย่างไร นอกจากนี้ ยังอาจมีการเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักทาง สื่อมวลชนต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่กิจกรรมขององค์การ พร้อมทั้งเรียกร้องเชิญชวน ไปในตัว เพื่อดึงดูดใจให้ประชาชนมีความสนใจ และมีส่วนร่วมสนับสนุนในกิจกรรม ขององค์การทั้งโดยตรงและทางอ้อม ดังนั้น จึงมีโครงการรณรงค์เกิดขึ้นมากมาย เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ ให้ประชาชนรับรู้เข้าใจ และร่วมมือกันแก้ไขปัญหาลิ่งแวดลอมที่เกิดขึ้น

ปัญหาสำคัญ ปัญหาหนึ่งก็คือ ปัญหามลภาวะทางน้ำ โดยเฉพาะจาก แม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งเป็นแม่น้ำสายหลักของประเทศมีคุณสมบัติขนานนาประการ เช่น เพื่อการอุปโภคบริโภค เกษตรกรรม ประมง คมนาคม และอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งรองรับความสกปรกต่าง ๆ เช่น น้ำทิ้ง ลิ่งปฏิกูล และขยะมูลฝอยจาก แหล่งชุมชนที่อยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา และคลองที่เชื่อมติดกับแม่น้ำ จาก คุณสมบัติเหล่านี้ ทำให้แม่น้ำเจ้าพระยาในปัจจุบันนี้ กำลังประสบกับภาวะคุณภาพ น้ำเสื่อมโทรมในระดับที่จะต้องเร่งรีบดำเนินการควบคุมป้องกันและแก้ไข

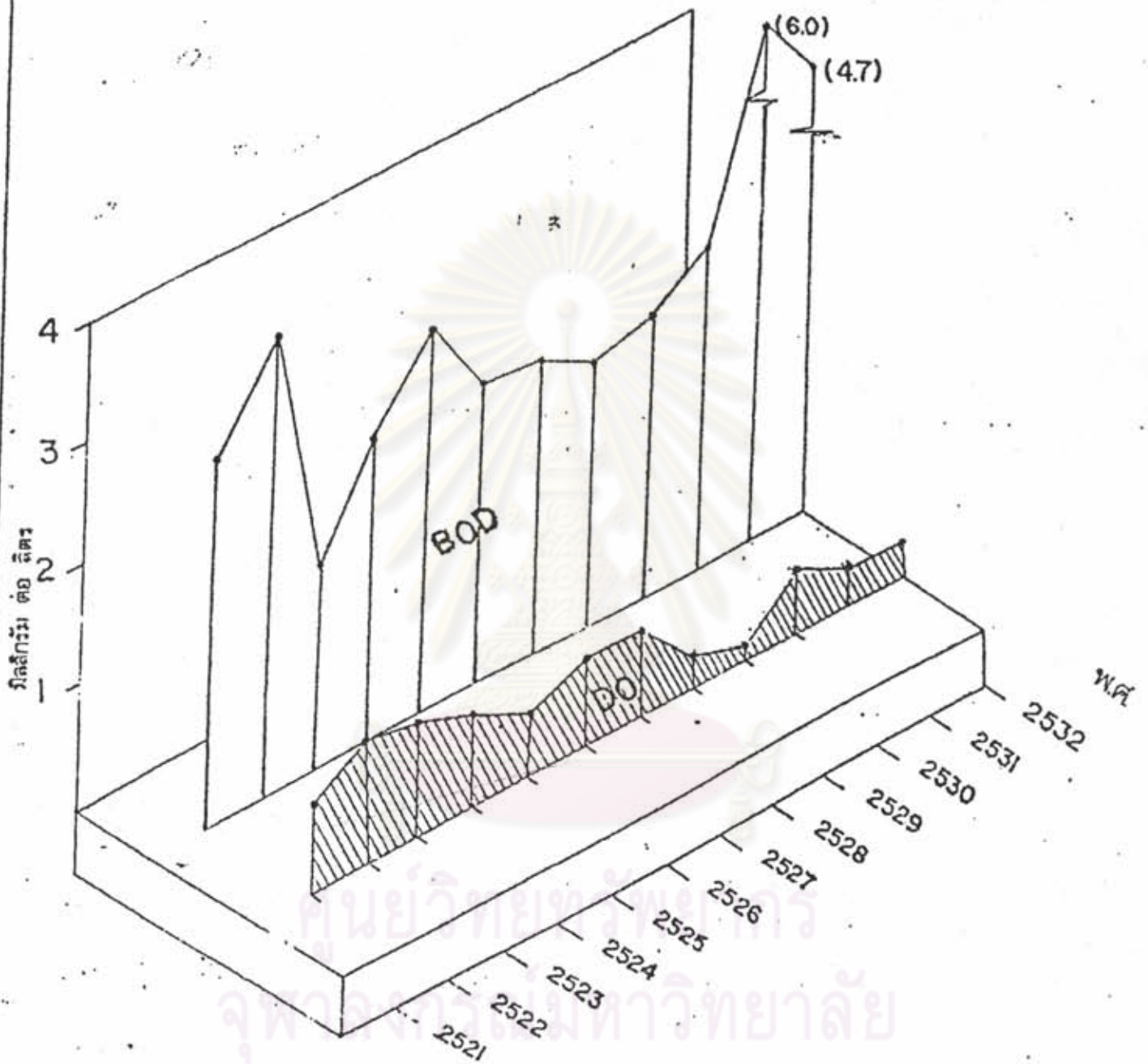
จากการติดตามตรวจสอบคุณภาพน้ำของแม่น้ำเจ้าพระยา โดยสำนักงานคณะกรรมการลิ่งแวดลอมแห่งชาติ พบว่า ปัจจุบันคุณภาพน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยา อยู่ในขั้นวิกฤต โดยเฉพาะในช่วงฤดูแล้ง ซึ่งสภาพความเสื่อมโทรมของคุณภาพน้ำ ของแม่น้ำเจ้าพระยาปรากฏให้เห็นชัดเจน เช่น สภาพสีดำและกลิ่นเหม็น จากการตรวจสอบปริมาณออกซิเจนที่ละลายอยู่ในน้ำ (Dissolve Oxygen หรือ DO) พบว่า มีค่าออกซิเจนต่ำ ประมาณ 0.5 - 1.00 มิลลิกรัมต่อลิตร ซึ่งตามมาตรฐาน ควรจะมีค่าออกซิเจนไม่ต่ำกว่า 2.00 มิลลิกรัมต่อลิตรและมีแนวโน้มจะมีค่าลดลงอีก ในขณะที่ปริมาณความสกปรก ซึ่งตรวจสอบจากปริมาณออกซิเจนในน้ำ ที่ถูกนำไปใช้ ในการย่อยอินทรียสารที่มีอยู่ในน้ำ (Biochemical Oxygen Demand หรือ

BOD) และปริมาณเชื้อโรค หรือ โคลิฟอร์มแบคทีเรีย กลับมีค่าสูงขึ้นเรื่อยๆ ดังรูปที่ 1 และ 2

นอกจากนี้ ยังพบว่า น้ำเสียที่ระบายลงแม่น้ำเจ้าพระยา เป็น สาเหตุสำคัญสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คุณภาพน้ำของแม่น้ำเจ้าพระยา อยู่ในชั้นวิกฤต มีที่มาจากหลาย ๆ แหล่ง อันได้แก่ บ้านพักอาศัย ร้านอาหารและภัตตาคาร โรงงาน อุตสาหกรรม ตลาด โรงพยาบาล โรงแรม หอพักและอาคารขนาดใหญ่ต่าง ๆ ซึ่งแสดงสัดส่วนปริมาณของเสีย จากกิจกรรมประเภทต่าง ๆ ที่ระบายลงแม่น้ำเจ้าพระยา ดังรูปที่ 3



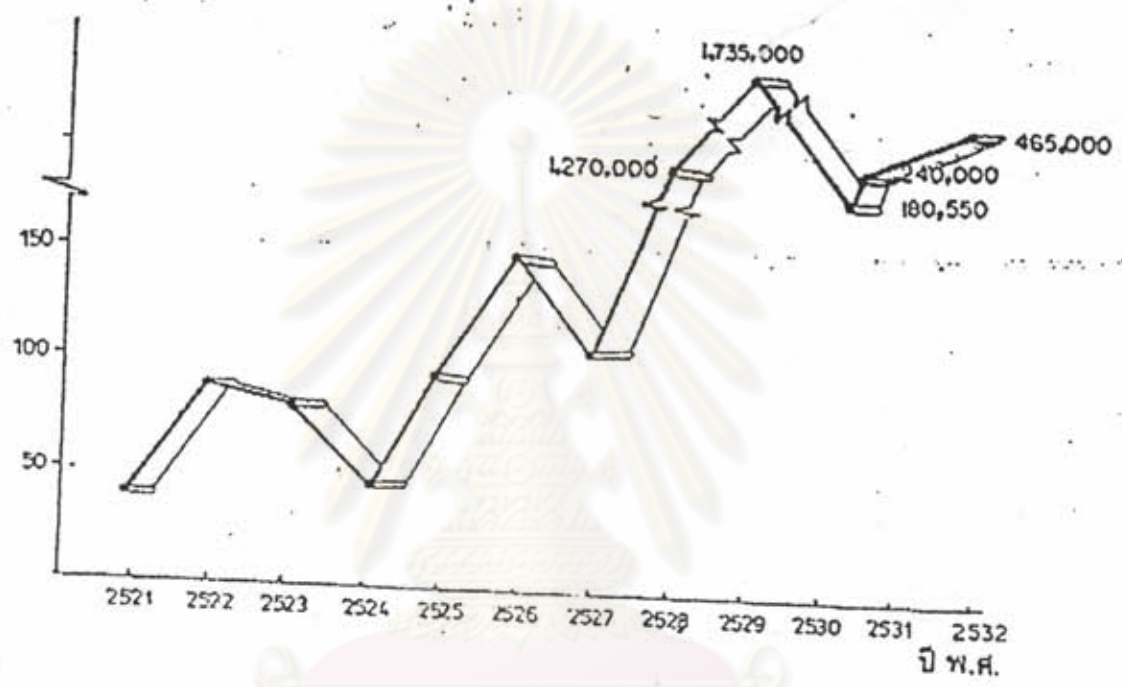
ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



- ปริมาณความสกปรกในรูปสารอินทรีย์ (BOD)
- ออกซิเจนละลาย (DO)

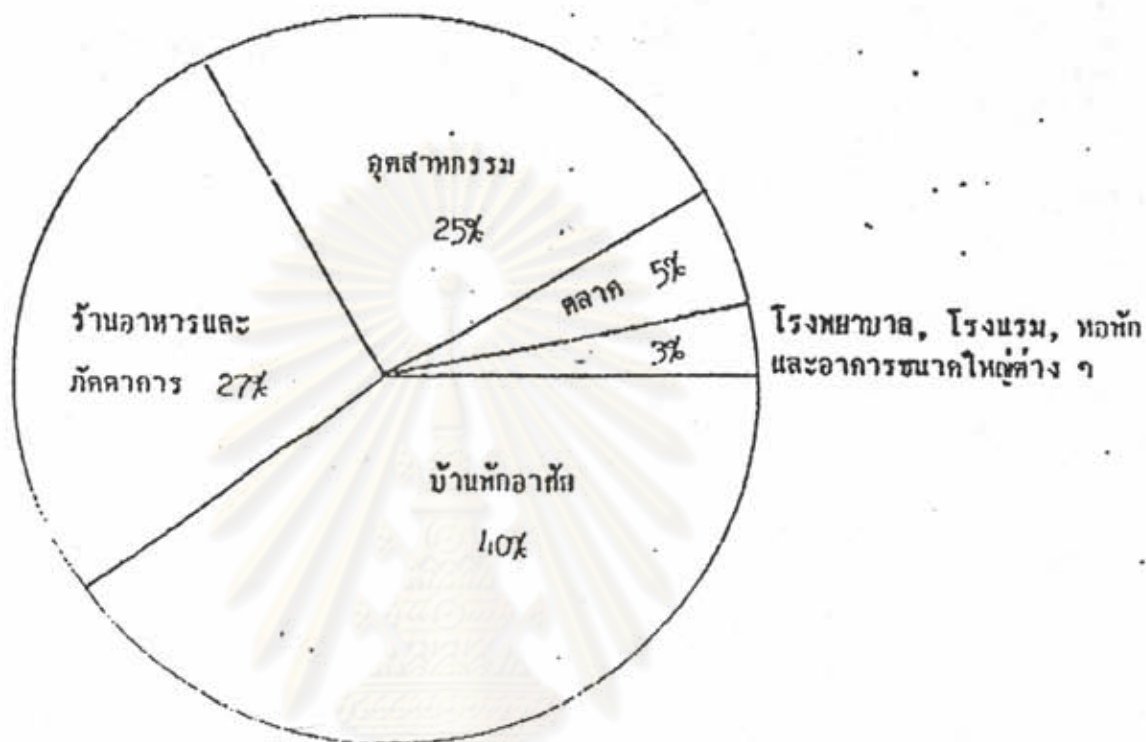
รูปที่ 1 ปริมาณความสกปรกในรูปสารอินทรีย์ (BOD) และออกซิเจนละลาย (DO) ในช่วงวิกฤตของแม่น้ำเจ้าพระยา ปี พ.ศ. 2521 - 2532

ปริมาณแบคทีเรียชนิดโคลิฟอร์ม (เอ็ม พี เอ็ม 10³/100 มิลลิกรัม)



รูปที่ 2 ปริมาณโคลิฟอร์มแบคทีเรีย ในช่วงวิกฤตของ แม่น้ำเจ้าพระยา ในปี 2521-2532

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ศูนย์วิทยพัชยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รูปที่ 3 สัดส่วนปริมาณของเสียจากกิจกรรมประเภทต่าง ๆ ที่ระบายลงแม่น้ำเจ้าพระยา

จากปัญหาดังกล่าวนี้ สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ จึงได้มี มาตรการการแก้ไขปัญหาคอนกรีตคุณภาพน้ำของแม่น้ำเจ้าพระยาขึ้น โดยมีแนวทางการแก้ไข ปัญหาทั้งระยะสั้นและระยะยาว พอสรุปได้ดังนี้

แนวทางการแก้ไขปัญหาระยะสั้น

เน้นหนักในเรื่องระบบบำบัดน้ำเสีย โดยเร่งให้มีการก่อสร้างระบบบำบัด น้ำเสีย และติดตามตรวจสอบมาตรฐานความปลอดภัย และการเดินระบบบำบัด น้ำเสียที่มีประสิทธิภาพของโรงงานอุตสาหกรรม กิจกรรมสังกัดรัฐต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล ตลาดสด ตลาดจตุจักรโตมิเนียม และศูนย์การค้า กำหนดแผนปฏิบัติการ ในการกำจัดขยะมูลฝอย โดยจัดให้มีการเก็บขยะทางเรือในแหล่งชุมชนตามแนวคลอง ริมแม่น้ำที่รถขยะเข้าไม่ถึง และให้โรงพยาบาลมีเตาเผาขยะติดเชื้อ เพื่อตัดปัญหา การแพร่กระจายของเชื้อโรค

นอกจากนี้ ยังมีการรณรงค์ และประชาสัมพันธ์ในเรื่องอันตรายและผล กระทบของน้ำเสีย โดยใช้สื่อมวลชนของรัฐทั้งโทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียง

แนวทางการแก้ไขปัญหาระยะยาว

มีการวางแผนในเรื่องของการใช้ที่ดินโดยเฉพาะเพื่อการอุตสาหกรรมให้ สอดคล้องกับความสามารถ ในการรองรับของแหล่งน้ำ ศึกษาวิธีการที่เหมาะสมใน การระบายน้ำทั้งจากพื้นที่เกษตรและ วางแผนการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ให้หน่วย งานที่เกี่ยวข้องทำโครงการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึง ความสำคัญ ของแหล่งน้ำ ร่วมมือกันรักษาความสะอาดของแม่น้ำลำคลองต่าง ๆ

จากแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จะเห็นว่า นอกเหนือจากก้าวแก้ไขที่ตัวปัญหา คือ ระบบบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะมูลฝอยแล้ว การใช้การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนตระหนักถึง ความสำคัญของการรักษาความสะอาดของแหล่งน้ำ และเข้าใจถึงผลกระทบของน้ำเสียที่จะได้รับ ก็เป็นแนวทางหนึ่งในการมาตรการการแก้ไขปัญหาคูณภาพน้ำของแม่น้ำเจ้าพระยา ที่สามารถกระทำได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

การแก้ไขปัญหาน้ำของสิ่งแวดล้อมนั้น นอกจากจะเป็นหน้าที่รับผิดชอบขององค์การภาครัฐบาลแล้ว องค์การธุรกิจเอกชนก็เล็งเห็นถึงความสำคัญในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว จึงรวมตัวกันขึ้นลักษณะเป็นองค์การสาธารณกุศล เช่น สมาคมสร้างสรรค์ไทย (ศึกษารายละเอียดของสมาคมในภาคผนวก ค) โดยมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาน้ำสิ่งแวดล้อม คือ การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนร่วมมือกันรักษาเมืองไทยให้สะอาด โดยใช้การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการจัดทำเป็นโครงการรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จักด้วยการสร้างสัญลักษณ์เป็นตัวแทนของผู้พิทักษ์ความสะอาด มีลักษณะเป็นดวงตาที่คอยจับจ้องทุกคนทุกแห่ง คอยสอดส่องพฤติกรรม การทิ้งขยะให้ลงถัง เรียกว่า "ตาวิเศษ" ออกเผยแพร่ทางสื่อมวลชนต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ โปสเตอร์ และ สติกเกอร์ เป็นต้นสืบเนื่องจากโครงการ "ตาวิเศษ" ซึ่งเริ่มมาตั้งแต่ปี 2527 โครงการ "รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ" (ศึกษารายละเอียดของโครงการ "รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ" ในภาคผนวก ง) ได้จัดเป็นโครงการระยะยาวควบคู่กับโครงการ "ตาวิเศษ" ดำเนินการระหว่างปี 2532-2537 วัตถุประสงค์ของโครงการ คือ การกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความรัก ความภาคภูมิใจในแม่น้ำเจ้าพระยา สร้างเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพและปัญหาของแม่น้ำเจ้าพระยา ตลอดจนร่วมรับผิดชอบรณรงค์ตามโครงการ ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ตามโครงการนั้น มีการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์รูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้หน่วยงาน

ทั้งภาคเอกชนและราชการนำไปเผยแพร่ ได้แก่ ภาพยนตร์โฆษณาทางทีวี สปอตวิทยุ เพลงและสัญลักษณ์โครงการ บ้ายโฆษณาวิมน้ำ ท่าเรือ เรือ ลิ่งตีพิมพ์ เช่น ไปสเตอร์ สติกเกอร์ เสื้อยืด หมวก กะปุกออมลิน ดังขยะ ที่พักขยะ รวมทั้ง การคัดเลือกสื่อบุคคล คือ บุตรรักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ มีการสรรหาตัวอย่างที่ดี ด้านการรักษามแม่น้ำเพื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โรงเรียน โรงงาน ภัตตาคาร เป็นต้น โครงการได้รับความสนับสนุนจากบริษัทโฆษณา บริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ และบริษัทธุรกิจเอกชนที่สนใจ นำภาพยนตร์โฆษณา คาขวัญ สัญลักษณ์ เพลง ตลอดจนแนวคิดเผยแพร่สู่สาธารณชน โดยถือวันเด็กที่ 13 มกราคม 2533 เป็นวันเริ่มต้นประชาสัมพันธ์โครงการนี้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์โครงการ วรรณคดีเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อม โดยเลือกศึกษาจาก โครงการ "รักเจ้าพระยากับ ดาวพิเศษ" โดยสมาคมสร้างสรรค์ไทย โครงการนี้จะบรรลุผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับประสิทธิผลของสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ว่าทำให้ประชาชน ได้รับความรู้ ความเข้าใจและเกิดทัศนคติที่ดี ยอมรับร่วมมือสนับสนุนตามโครงการหรือไม่อย่างไร ผลการวิจัยครั้งนี้ อาจจะช่วยพิจารณาการวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ให้มีประสิทธิผลมากที่สุดในการต่อไป หรือในโครงการวรรณคดีเกี่ยวกับการ รักษาสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ กับความรู้เกี่ยวกับโครงการ "รักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ"
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับทัศนคติ เกี่ยวกับโครงการ "รักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ"

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อโครงการ และสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ "รักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ"

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ในการให้ความรู้ และเกิดทัศนคติที่ดีต่อโครงการ "รักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ" ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชน

2. การวิจัยมุ่งศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ "รักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ" ซึ่งแบ่งเป็น

2.1 สื่อมวลชน ได้แก่ สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์คือ ภาพยนตร์โฆษณา ทางทีวีสโปดทางวิทยุ เพลงและสัญลักษณ์โครงการ ข่าวประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์

2.2 สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ สิ่งตีพิมพ์และแผ่นป้ายโฆษณา คือ ป้ายโฆษณา ริมหน้า ท่าเรือ เรือ โปสเตอร์ สติกเกอร์ ดังขยะ ที่พักขยะ เลื่อยยึด

2.3 สื่อบุคคล ได้แก่ บุตรักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ

3. การวิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น

สมมติฐานในการวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชนเกี่ยวกับโครงการ"รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ"
2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับโครงการ"รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ"
3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ"รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ"
4. ความรู้กับทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับโครงการและสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ"รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ"มีความสัมพันธ์กัน

นิยามศัพท์

1. ประสิทธิภาพของสื่อ หมายถึง การที่ผู้รับสารได้ทราบเรื่องราว ความรู้ และเกิดทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับโครงการ "รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ" วัดได้จากการรับสารจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคลที่ใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ "รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ"
2. สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ให้ความรู้ และเกิดทัศนคติที่ดีต่อโครงการ "รักเจ้าพระยากับตาวีเศษ" โดยแบ่งเป็น

- 2.1 สื่อมวลชน ได้แก่ สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ คือ
- ภาพยนตร์โฆษณาทางทีวี, สปอศทางวิทยุ เพลงและสัญลักษณ์โครงการชุด "รักเจ้าพระยา"
 - ข่าวประชาสัมพันธ์ในหนังสือพิมพ์/นิตยสาร เสนอข่าวเกี่ยวกับการดำเนินงานของโครงการฯ
- 2.2 สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ สิ่งตีพิมพ์และแผ่นป้ายโฆษณา คือ
- ป้ายโฆษณาริมน้ำ ท่าเรือ เรือ บริเวณสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา
 - โปสเตอร์ และ สติกเกอร์ ซึ่งแสดงถึงสัญลักษณ์ของโครงการ
 - ดั้งขยับและที่ปักขยับมีสัญลักษณ์ของโครงการ
 - เสื้อยืด มีสัญลักษณ์ของโครงการ
- 2.3 สื่อบุคคล ได้แก่ บุตรรักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ หมายถึง นักศึกษาจากสถาบันต่าง ๆ ที่ได้รับคัดเลือกให้ปฏิบัติหน้าที่ประชาสัมพันธ์ตามโครงการ"รักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ"มีจำนวน 10 คนหญิง 5 คนชาย 5 คน เป็นคู่ที่ชนะเลิศ 1 คู่

3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ หมายถึง ความเคยหรือความบ่อยครั้งในการ ได้รับข่าวสารทั้งในเรื่องทั่ว ๆ ไปและข่าวสารในเรื่องเกี่ยวกับโครงการ"รักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ" จากสื่อมวลชนและสื่อประชาสัมพันธ์อื่น ๆ ในโครงการ"รักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ"

4. ความรู้ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ โครงการ"รักเจ้าพระยากับดาวพิเศษ" รวมถึงความรู้ในวัตถุประสงค์ของโครงการที่ต้องการสร้างจิตสำนึก และ ความรับผิดชอบให้ประชาชนช่วยกันรักษาความสะอาดของ แม่น้ำเจ้าพระยา รวมทั้ง

การสร้างเสริมให้ประชาชนเข้าใจถึงสภาพและปัญหาของแม่น้ำเจ้าพระยา

5. ทัศนคติ หมายถึง สภาวะที่บุคคลมีความรู้สึกตอบสนองต่อวัตถุหรือสิ่งเร้าใด ๆ ไปในทางที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับ แบ่งออกเป็นทัศนคติในทางบวก คือ เห็นด้วย และทัศนคติในทางลบคือไม่เห็นด้วย ซึ่งทัศนคติในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อโครงการ "รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ"

6. โครงการ "รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ" คือ โครงการซึ่งสืบเนื่องมาจากโครงการ "ตาวิเศษ" มีจุดมุ่งหมายเพื่อหวังผลให้ประชาชนเห็นความสำคัญและช่วยกันรักษาความสะอาดของแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นโครงการระยะยาว ดำเนินการระหว่างปี 2532-2537 ดำเนินงานโดยสมาคมสร้างสรรค์ไทย

ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

1. เป็นประโยชน์ในการแก้ไขข้อบกพร่องในการวางแผนใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ในโครงการ "รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ"
2. ผลจากการวิจัย จะทำให้ เข้าใจถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของประชาชน ซึ่งจะ เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ เพื่อให้ เกิดความรู้ และสร้างทัศนคติที่ดีแก่ประชาชนมากขึ้นเพื่อความสำเร็จของโครงการ "รักเจ้าพระยากับตาวิเศษ" ต่อไป
3. เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายและวางแผนการใช้สื่อ เพื่อการรณรงค์รักษาลิ่งแวดล้อม ทั้งของสมาคมสร้างสรรค์ไทยและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือมีส่วนรับผิดชอบ ในการรณรงค์เกี่ยวกับการรักษาสภาพแวดล้อม
4. เพื่อเป็นการพัฒนาทางด้านวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาสังคม