

การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชน กับ การรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน
จิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร



นางสาว พิมพ์พรรณ สุกธวังศ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
วิทยานิพนธ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท สาขาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย


พ.ศ. 2537

ISBN 974-583-814-4

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I1618662X

MASS MEDIA EXPOSURE AND EXPOSURE TO MASS MEDIA CAMPAIGN,
CONSCIOUSNESS AND PARTICIPATION IN EFFICIENT USE OF WATER
OF PEOPLE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA



Miss Pimolpan Soottiwong

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Public Relations

Graduate School

Chulalongkorn University

1994

ISBN 974-583-814-4



หัวข้อวิทยานิพนธ์

การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชน กับการรับทราบข่าวสาร
การรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้
น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาว พิมพ์พรรณ สุทธิวงศ์


ภาควิชา

การประชาสัมพันธ์

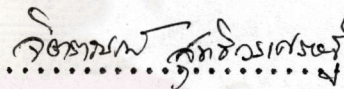
อาจารย์ที่ปรึกษา

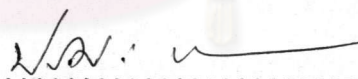
รองศาสตราจารย์ ดร. ประมยะ สตะเวทิน

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ศาสตราจารย์ ดร. ถาวร วัชรภักย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์)


.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ประมยะ สตะเวทิน)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
.....กรรมการ
(ดร. วิเชียร เกตุสิงห์)



พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว * ๑

พิมพ์พรรณ สุทธิวงศ์ : การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชน กับการรับทราบ
ข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำ
อย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (MASS MEDIA
EXPOSURE AND EXPOSURE TO MASS MEDIA CAMPAIGN,
CONSCIOUSNESS AND PARTICIPATION IN EFFICIENT USE OF
WATER OF PEOPLE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA) อ.ที่ปรึกษา :
รศ.ดร.ประมะ สตะเวทิน, ISBN 974-583-814-4

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับทราบ
ข่าวสารทั่วไป กับการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึก และการมี
ส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่
ใช้ในการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 432 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่
แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS^x

ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนในระดับปานกลาง
รับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชนในระดับสูง มีจิตสำนึกและมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่าง
ประหยัดในระดับสูง
2. พฤติกรรมการรับทราบข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ
พฤติกรรมการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน
3. พฤติกรรมการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน ไม่มีความสัมพันธ์
กับจิตสำนึกในการใช้น้ำอย่างประหยัดและไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่าง
ประหยัด
4. จิตสำนึกในการใช้น้ำอย่างประหยัด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วม
ในการใช้น้ำอย่างประหยัด

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา 2536.....

ลายมือชื่อนิสิต พิมพ์พรรณ สุทธิวงศ์
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาพร้อม

C 550958 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION
KEY WORD: MASS MEDIA/CAMPAIGN/CONSCIOUSNESS/PARTICIPATION

PIMOLPAN SOOTTIWONG : MASS MEDIA EXPOSURE AND
EXPOSURE TO MASS MEDIA CAMPAIGN, CONSCIOUSNESS AND
PARTICIPATION IN EFFICIENT USE OF WATER OF PEOPLE IN
BANGKOK METROPOLITAN AREA. THESIS ADVISOR : ASSO. PROF.
PARAMA SATAWEDIN, Ph.D. 175 pp. ISBN 974-583-814-4

The purpose of this research was to study the correlation among mass media exposure and exposure to mass media campaign, consciousness and participation in efficient use of water of people in Bangkok metropolitan area. Questionnaires were used to collect data from a total of 432 samples. Frequency, percentage, mean and Pearson's product moment correlation coefficient were employed for the analysis of data. SPSS^{*} program was used for data processing.

The results of the study were as follows :

1. Most samples were exposed to mass media at the moderate level and to mass media campaign at the high level. Consciousness and participation in efficient use of water were at the high level.
2. Mass media exposure positively correlated with exposure to mass media campaign.
3. Exposure to mass media campaign had no correlation with consciousness and participation in efficient use of water.
4. Consciousness of efficient use of water positively correlated with participation in efficient use of water.

ภาควิชา..... การประชาสัมพันธ์
สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ
ปีการศึกษา..... 2536

ลายมือชื่อนิสิต..... พิมมลพรพร สาทิววงศ์
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ได้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง ของ
รองศาสตราจารย์ ดร.ประมธ สตะเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งท่านได้ให้
คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ของการวิจัยมาด้วยดีตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ
อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์จิตราภรณ์ สุกธิวรเศรษฐ์
ซึ่งกรุณาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และดร.วิเชียร เกตุสิงห์ ซึ่งกรุณาเป็น
กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และได้ให้คำแนะนำต่าง ๆ ในการทำวิจัยเป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ยุพร แสงทักษิณ อาจารย์จาก
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจอย่างดียิ่งให้กับผู้ทำวิจัย
ในการทำวิจัยครั้งนี้

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา-มารดา ที่ให้กำลังใจ และผู้ที่มี
พระคุณทุก ๆ ท่านที่ให้ความช่วยเหลือจนทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

นิมลพรรณ สุกธิวงศ์

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



สารบัญ

หน้า

	บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
	กิตติกรรมประกาศ.....	ค
	สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่ 1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	9
	ปัญหาในการวิจัย.....	10
	สมมติฐานการวิจัย.....	10
	นิยามศัพท์ ที่ใช้ในการวิจัย.....	11
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	12
บทที่ 2	ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
	ทฤษฎีการสื่อสาร.....	13
	ทฤษฎีการสื่อสารนวัตกรรม.....	37
	ทฤษฎีการกำหนดวาระ.....	41
	แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคม.....	48
	อิทธิพลของสื่อมวลชน.....	50
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	54
	แนวคิดเกี่ยวกับจิตสำนึก.....	59
	แนวคิดการมีส่วนร่วม.....	67
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	71

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	76
	ประชากร.....	76
	กลุ่มตัวอย่าง.....	76
	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง.....	77
	ตัวแปรในการวิจัย.....	77
	เครื่องมือในการวิจัย.....	78
	ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ.....	79
	เกณฑ์การให้คะแนน.....	81
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	89
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	89
	การประมวลผลข้อมูล.....	90
บทที่ 4	ผลการวิจัย.....	91
บทที่ 5	สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	123
	บรรณานุกรม.....	131
	ภาคผนวก ก.....	141
	ภาคผนวก ข.....	156
	ภาคผนวก ค.....	170

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	92
ตารางที่ 2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	93
ตารางที่ 3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพสมรส.....	94
ตารางที่ 4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	95
ตารางที่ 5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	96
ตารางที่ 6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	97
ตารางที่ 7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับทราบข่าวสาร ทั่วไป จากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ.....	98
ตารางที่ 8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการรับทราบ ข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ.....	99
ตารางที่ 9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการรับทราบ ข่าวสารจากสื่อมวลชนทุกประเภท.....	100
ตารางที่ 10	จำนวนเฉลี่ยในการรับทราบข่าวสารประเภทต่าง ๆ จากสื่อวิทยุ.....	101
ตารางที่ 11	ปริมาณเฉลี่ยในการรับทราบข่าวสารประเภทต่าง ๆ จากสื่อโทรทัศน์..	102
ตารางที่ 12	ปริมาณเฉลี่ยในการรับทราบข่าวสารประเภทต่างๆ จากสื่อหนังสือพิมพ์..	103
ตารางที่ 13	ปริมาณเฉลี่ยในการรับทราบข่าวสารประเภทต่าง ๆ จากสื่ออินเทอร์เน็ต..	104
ตารางที่ 14	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับทราบข่าวสาร การรณรงค์ให้ประหยัดน้ำจากสื่อมวลชนแต่ละประเภท.....	105
ตารางที่ 15	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับทราบข่าวสาร การรณรงค์ให้ประหยัดน้ำจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ รวมทั้งชนิด...	106
ตารางที่ 16	ปริมาณเฉลี่ยในการรับทราบข่าวสารการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำ ประเภทต่าง ๆ จากสื่อวิทยุ.....	107
ตารางที่ 17	ปริมาณเฉลี่ยในการรับทราบข่าวสารการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำ ประเภทต่าง ๆ จากสื่อโทรทัศน์.....	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 18	ปริมาณเฉลี่ยในการรับทราบข่าวสารการณรงค์ให้ประหยัดน้ำ ประเภทต่าง ๆ จากสื่อหนังสือพิมพ์.....	109
ตารางที่ 19	ปริมาณเฉลี่ยในการรับทราบข่าวสารการณรงค์ให้ประหยัดน้ำ ประเภทต่าง ๆ จากสื่อวิทยุสาร.....	110
ตารางที่ 20	จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับจิตสำนึกใน การใช้น้ำอย่างประหยัด.....	111
ตารางที่ 21	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับจิตสำนึกใน การใช้น้ำอย่างประหยัด.....	113
ตารางที่ 22	จำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างในการมีส่วนร่วมใน การใช้น้ำอย่างประหยัด.....	114
ตารางที่ 23	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับของการมี ส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด.....	115
ตารางที่ 24	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการรับทราบข่าวสาร จากสื่อมวลชนกับการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ประชาชน ใช้น้ำอย่างประหยัดจากสื่อมวลชน.....	116
ตารางที่ 25	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการรับทราบข่าวสาร จากสื่อประเภทต่าง ๆ กับการรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์ให้ ประชาชนใช้น้ำอย่างประหยัด.....	117
ตารางที่ 26	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการรับทราบข่าวสาร การรณรงค์จากสื่อมวลชนกับจิตสำนึกในการใช้น้ำอย่างประหยัด.....	118
ตารางที่ 27	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการรับทราบข่าวสาร การรณรงค์ให้ประชาชนใช้น้ำอย่างประหยัดจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับจิตสำนึกในการใช้น้ำอย่างประหยัด.....	119

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 28	คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการรับทราบข่าวสาร การรณรงค์จากสื่อมวลชนกับการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด..	120
ตารางที่ 29	คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างการรับทราบข่าวสาร การรณรงค์ให้ประชาชนใช้น้ำอย่างประหยัดจากสื่อประเภทต่าง ๆ กับการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด.....	121
ตารางที่ 30	คำสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างจิตสำนึกในการใช้น้ำ อย่างประหยัดกับการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด.....	122
ตารางที่ 31	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับทราบข่าวสาร จากสื่อวิทยุ.....	142
ตารางที่ 32	จำนวนและร้อยละของความถี่ครั้งในการฟังรายการวิทยุ ประเภทต่าง ๆ.....	143
ตารางที่ 33	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับทราบข่าวสาร จากสื่อโทรทัศน์.....	144
ตารางที่ 34	จำนวนและร้อยละของความถี่ครั้งในการดูรายการโทรทัศน์ ประเภทต่าง ๆ.....	145
ตารางที่ 35	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับทราบข่าวสาร จากสื่อหนังสือพิมพ์.....	146
ตารางที่ 36	จำนวนและร้อยละของความถี่ครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ....	147
ตารางที่ 37	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับทราบข่าวสาร จากสื่ออินเทอร์เน็ต.....	148
ตารางที่ 38	จำนวนและร้อยละของความถี่ครั้งในการอ่านอินเทอร์เน็ต.....	149
ตารางที่ 39	จำนวนและร้อยละของความถี่ครั้งในการรับทราบข่าวสารการรณรงค์ ให้ประหยัดน้ำประเภทต่าง ๆ จากสื่อวิทยุ.....	150

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 40	จำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการรับทราบข่าวสารการรณรงค์ ให้ประหยัดน้ำประเภทต่าง ๆ จากสื่อโทรทัศน์.....	151
ตารางที่ 41	จำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการรับทราบข่าวสารการรณรงค์ ให้ประหยัดน้ำประเภทต่าง ๆ จากสื่อหนังสือพิมพ์.....	152
ตารางที่ 42	จำนวนและร้อยละของความบ่อยครั้งในการรับทราบข่าวสารการรณรงค์ ให้ประหยัดน้ำประเภทต่าง ๆ จากสื่อวิทยุ.....	153
ตารางที่ 43	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับจิตสำนึกในการ ใช้น้ำอย่างประหยัด.....	154
ตารางที่ 44	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการมีส่วนร่วมในการ ใช้น้ำอย่างประหยัด.....	155

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย