



บทที่ 1

บทนำ

## ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันปัญหาสิ่งแวดล้อมได้กลายเป็นประเด็นสำคัญที่ประเทศต่างๆทั่วโลก ทั้งจากกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว และประเทศที่กำลังพัฒนาได้มีการรณรงค์และศึกษากันอย่างกว้างขวาง เพื่อหาทางลด ควบคุม รวมไปถึงจัดการกับปัญหาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่มนุษย์เป็นผู้ก่อให้เกิดขึ้น ซึ่งล้วนแล้วแต่ทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมลงอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการเพิ่มจำนวนประชากรอย่างรวดเร็วแบบพหุคูณ การใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการเร่งรัดพัฒนาทางอุตสาหกรรมจนก่อให้เกิดมลพิษทางน้ำและอากาศ

ขณะเดียวกันกระแสความตื่นตัวด้านสิ่งแวดล้อมจากต่างประเทศทั่วโลกก็แพร่ออกทางสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาขยะล้นโลก ปัญหาโลกร้อน ปัญหามลพิษทางเสียง และอากาศ ปัญหาชั้นก๊าซโอโซนในชั้นบรรยากาศโลกถูกสารเคมีอุตสาหกรรมทำลายจนเกิดรูโอโซนขึ้น และปัญหาการลดลงของทรัพยากรป่าไม้เป็นต้น ปัญหาต่างๆเหล่านี้ได้มีผลให้การวิจัยของนักวิชาการ การเสนอบทความในสื่อมวลชนต่างๆ รวมถึงการประชุมปัญหาสิ่งแวดล้อมครั้งสำคัญพยายามเข้ามามีส่วนผลักดันให้รัฐบาลต้องพิจารณากำหนดมาตรการเข้มงวดกับธุรกิจอุตสาหกรรมมากขึ้น (วรรณิ งามขจรกุลกิจ, 2539, น.1)

สำหรับประเทศไทย การพัฒนาเศรษฐกิจในช่วงที่ผ่านมา ได้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มอัตราความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมาก โดยนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ประโยชน์โดยไม่คำนึงถึงความประหยัด ไม่มีแผนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และการขจัดมลพิษสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม ทรัพยากรที่เหลืออยู่จึงอยู่ในสภาพเสื่อมโทรม และรวมถึงปัญหามลพิษต่างๆที่เกิดขึ้นในสภาวะแวดล้อมในสังคม (สำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ, 2522, น.36)

จากสภาพการนี้เองที่รัฐยอมรับว่านโยบายการพัฒนาประเทศโดยมุ่งเน้นเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจด้านเดียวย่อมไม่เพียงพอที่จะให้ประเทศอยู่รอด แม้ว่าเศรษฐกิจของไทยจะดีขึ้นในอัตราที่เห็นได้ชัด แต่สภาพแวดล้อมกลับเสื่อมโทรมลงอย่างเห็นได้ชัดเช่นกัน ยังผลให้คุณภาพชีวิตของคนไทยเสื่อมถอยลงไปด้วย ผลกระทบจากปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นนั้น การพัฒนาประเทศจะเกิดผลขึ้นมาได้ก็ต้องให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม หรืออีกนัยหนึ่งเป็นการพัฒนาอย่างยั่งยืน (sustainable development) หมายความว่า

ว่า การพัฒนาประเทศจะไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการพัฒนาจะต้องใช้อย่างประหยัด และไม่ให้ทรัพยากรธรรมชาติที่ไร้หมดไป จะต้องให้ทรัพยากรธรรมชาติเกิดขึ้นใหม่ทดแทนของเก่า รวมตลอดจนถึงการทำสิ่งใหม่ทดแทนสิ่งเก่าที่เสื่อมสลายหมดด้วย

ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รัฐบาลมอบหมายให้คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ จัดทำนโยบายและมาตรการการพัฒนาสิ่งแวดล้อมขึ้น ภายใต้อำนาจตามความในมาตรา 5 (1) ข้อบัญญัติแห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2518 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2521 ที่กำหนดให้คณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติเสนอแนะนโยบายและมาตรการในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมแก่รัฐบาลเพื่อเป็นนโยบายแห่งชาติ ซึ่งได้วางสาระสำคัญของนโยบายอันเป็นกรอบการดำเนินงานของรัฐในด้านสิ่งแวดล้อมได้หลายประการ โดยมีนโยบายหนึ่งที่สำคัญเช่นเดียวกับนโยบายด้านอื่นๆคือ นโยบายและมาตรการด้านการส่งเสริมการศึกษา และการประชาสัมพันธ์ด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งมุ่งที่จะส่งเสริมการให้การศึกษาความรู้ ความเข้าใจในเรื่องความสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติแก่ประชาชนทั่วไป และได้นำไปสู่การศึกษาเรื่องสิ่งแวดล้อมทั้งในและนอกระบบสถาบันการศึกษา ทั้งนี้เพราะถือว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นปัญหาของคนทุกคนในสังคม ทั้งเยาวชนและผู้ใหญ่จะต้องร่วมมือกันแก้ไข คังคักกล่าวของนายชวน หลีกภัยที่กล่าวถึงเรื่องสิ่งแวดล้อมว่า

“การแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ทวีรุนแรงอยู่ในขณะนี้ สามารถแก้ไขได้โดยการให้ความรู้ความเข้าใจกับประชาชน รวมทั้งส่งเสริมให้ร่วมมือกันรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งการสร้างจิตสำนึกที่ดีทางด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ใช่เป็นหน้าที่ของส่วนราชการ หรือเป็นภาระความรับผิดชอบของรัฐบาลเพียงฝ่ายเดียว แต่ถือเป็นความรับผิดชอบของทุกคนที่จะต้องร่วมมือร่วมใจในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สภาพแวดล้อมมีคุณภาพที่ดีขึ้น เพื่อเป็นปัจจัยที่จะเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคน (คู่แข่งรายวัน, 2538, น.17)

ดังนั้น หน่วยงานทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนจึงต่างให้ความสนใจ และเข้ามามีบทบาทในการรณรงค์ให้การศึกษาเรื่องสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยมีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมศึกษาแก่สังคมอย่างกว้างขวางในหลายรูปแบบด้วยกัน มีทั้งการประชุมสัมมนา การประชุมเชิงปฏิบัติการ การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับคุณภาพสิ่งแวดล้อม การผลิตเอกสารเพื่อการศึกษาในโรงเรียน และการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และหนังสือพิมพ์ เนื่องจากเห็นว่าการศึกษาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นมาตรการที่จะสามารถแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมได้อย่างถาวร

ในภาครัฐบาลถือว่าการศึกษเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ จนถึงกับกำหนดไว้ในแนวทางการพัฒนาเร่งรัดจัดการศึกษาและประชาสัมพันธ์เรื่องสิ่งแวดล้อมแก่ประชาชน ดังจะเห็นได้จากนโยบายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ.2525-2529) ได้กำหนดนโยบายเรื่องสิ่งแวดล้อมศึกษาไว้ดังนี้ (วินัย วีระวัฒนานนท์, 2532, น.18-19)

1. ให้มีการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาสิ่งแวดล้อมในทุกระดับ
2. ให้มีการผลิตบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อมในระดับอุดมศึกษา
3. ให้มีการจัดสิ่งแวดล้อมศึกษาในลักษณะผสมผสานในหลายสาขาวิชา
4. ให้มีการปรับปรุงหลักสูตรและวิธีสอน
5. ให้มีการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมแก่ประชาชนทั่วไป
6. ให้มีการจัดหลักสูตรการฝึกอบรมระยะสั้นแก่ผู้ปฏิบัติงานพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งในภาครัฐบาลและเอกชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2524)

อย่างไรก็ดี การรณรงค์ให้การศึกษาร่วมกันเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ผ่านมามีปรากฏการณ์ที่เกิเกิดขึ้นในห้องเรียนมิได้เน้นให้ผู้เรียนรู้จักสิ่งแวดล้อมหรือชีวิตของตนเองดีพอ แต่มุ่งเน้นความรู้สาขาใดสาขาหนึ่งโดยเฉพาะ และมุ่งเน้นการเรียนเพื่อประกอบอาชีพเป็นหลัก ผลที่เกิดขึ้นคือแม้จะได้มีการสอนสิ่งแวดล้อมศึกษากันในโรงเรียนอยู่บ้างในขณะนี้แก่ผู้ที่อยู่ในวัยเรียนและอยู่ในระบบการศึกษาแต่ก็มีปริมาณน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับประชากรของประเทศทั้งหมด การให้ความรู้หรือเผยแพร่ข่าวสารสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อมวลชนชนิดต่างๆจึงนับว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการให้การศึกษาร่วมกันในโรงเรียน (วินัย วีระวัฒนานนท์, 2532, น.87)

นอกจากนี้ ยังเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่ามาตรการที่จะช่วยให้การแก้ไขและป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้ผลในระยะยาวคือ การสร้างจิตสำนึกให้เกิดขึ้นในตัวของประชาชนทุกคน โดยการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลทางด้านสิ่งแวดล้อมให้ประชาชนได้รู้และเข้าใจอันตรายของสิ่งแวดล้อมและผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ซึ่งสื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่จะกระจายข่าวสารความรู้สู่มวลชนได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้น ภาครัฐบาลโดยสำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติจึงได้จัดให้มีการสัมมนาเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ประสบการณ์เรื่องสิ่งแวดล้อมแก่สื่อมวลชน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และหาแนวทางสร้างกลุ่มสื่อมวลชน และเพื่อการประสานงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานรัฐกับสื่อมวลชนเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อม (จิรวรรณ กมลรัตนโยธิน, 2536, น.17-18)

เช่นเดียวกับที่สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย ได้จัดกิจกรรมการพัฒนาและยกระดับวิชาชีพสื่อมวลชน ด้วยการสนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริมศักยภาพในการนำเสนอข่าวของชมรมนักข่าวสิ่งแวดล้อม และชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นองค์กรที่อยู่ภายใต้การดูแลของสมาคมนักข่าวฯ อีกหลายครั้ง อาทิ การจัดประกวดข่าว-ภาพข่าวอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โครงการประกวดหนังสือพิมพ์ฝึกปฏิบัติ ข่าวหนังสือพิมพ์ปฏิบัติ และข่าวสิ่งแวดล้อมดีเด่น ในสถาบันอุดมศึกษาของสมาคมนักข่าวฯ เป็นต้น ขณะเดียวกัน ชมรมนักข่าวสิ่งแวดล้อมเองได้จัดกิจกรรมเพิ่มพูนความรู้ให้แก่สมาชิกของชมรม อาทิ จัดเสวนากฎหมายอุทยานแห่งชาติ จัดอภิปรายปัญหาทางรุกอุทยานแห่งชาติเขาสามร้อยยอด เป็นต้น (พิระพัฒน์ ศิลกัลยากุล, ประจำปีข้อมูลสมาคมนักข่าว, สัมภาษณ์, 23 พฤศจิกายน 2541)

ส่วนองค์การพัฒนาเอกชน (Non-Government Organization หรือ NGO) ซึ่งเป็นองค์กรประชาชนที่มีการรวมตัวอย่างมีกฎเกณฑ์ มีระเบียบที่ชัดเจน มีเป้าหมายของการดำเนินกิจกรรมที่เด่นชัดและต่อเนื่องในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ก็มีบทบาทในการให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมแก่องค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ เอกชน ผู้สื่อข่าว หรือเยาวชน ด้วยการจัดให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมในรูปแบบการบรรยาย การนำไปชมสถานที่จริงที่เกิดปัญหา การใช้สื่อเสริมประกอบการบรรยาย และอื่นๆ เนื่องจากองค์การดังกล่าวถือว่าบทบาทในการจัดการสิ่งแวดล้อม บทบาทในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เป็นบทบาทโดยตรงในการใช้สิทธิในการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมขององค์การพัฒนาเอกชน

สำหรับประวัติศาสตร์การจรรณงค์สร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมให้แก่สื่อมวลชนนั้น เริ่มต้นมาจาก องค์การพัฒนาเอกชนที่ทำงานเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมได้ตระหนักว่าการจะเผยแพร่ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมออกไปให้กับประชาชนได้อย่างถูกต้อง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ผู้เผยแพร่มีความรู้ที่ถูกต้องเสียก่อน ดังนั้น องค์การพัฒนาเอกชนจึงนำสื่อมวลชนเข้ามาอยู่ในกระบวนการสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขึ้น โดยจัดกิจกรรมให้ความรู้ในหลายรูปแบบ มีการสัมมนาเป็นกิจกรรมหลัก เสริมด้วยการนำสื่อมวลชนเข้าไปในพื้นที่จริง หรือมีให้คำแนะนำว่าหัวข้อที่จัดให้ความรู้มีประเด็นอะไรบ้างที่น่าสนใจ ซึ่งประเด็นส่วนใหญ่จะอยู่ในกระแสความสนใจของประชาชนและสื่อมวลชน

กิจกรรมการสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมให้แก่สื่อมวลชนที่นับว่าเป็นระบบมากที่สุด เริ่มขึ้นเมื่อประมาณกว่า 10 ปีที่ผ่านมา โดยกลุ่มนักอนุรักษ์ที่ต่อต้านการสร้างเขื่อนน้ำโจน ได้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการสร้างเขื่อนผ่านทางสื่อมวลชน พร้อมนำคณะสื่อมวลชนไปยังพื้นที่เพื่อให้เห็นสภาพต่างๆ ว่าสิ่งที่กำลังจะถูกทำลายลงไปเป็นอย่างไร ขณะ

เดียวกันได้นำกลุ่มบุคคลต่างๆที่เกี่ยวข้อง อาทิ ชาวบ้านในพื้นที่ นักวิชาการ เข้ามาให้ข้อมูลในหลายๆด้านเพื่อเพิ่มมุมมอง และประเด็นสิ่งแวดล้อมให้แก่สื่อมวลชนได้หลายหลายมากยิ่งขึ้น (วสันต์ เศรษฐศาสตร์, รองบรรณาธิการฝ่ายสิ่งแวดล้อมและชุมชนเมือง : สัมภาษณ์, 9 ธันวาคม 2541)

หลังจากรัฐบาลถูกโจมตีอย่างหนักว่าเป็นตัวการสำคัญในการทำลายสภาพแวดล้อม จึงเริ่มตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อมวลชน ด้วยการจัดสัมมนา และลงพื้นที่ ให้สื่อมวลชนได้รับรู้ข้อมูลอีกแง่มุมหนึ่งจากฝ่ายรัฐบาล เพื่อสร้างความเข้าใจกับประชาชนในการสร้างโครงการต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แม้กระทั่งโครงการที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน (Infra Structure) ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประเทศก็ตาม

จากนั้น องค์กรธุรกิจจึงเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเล็งเห็นว่า องค์กรธุรกิจเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายที่อาจถูกโจมตีจากกลุ่มองค์กรต่างๆว่าเป็นอีกตัวการสำคัญในการกอบโกยทรัพยากรผลประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติไปใช้ประโยชน์ ดังนั้นองค์กรธุรกิจจึงต้องพยายามกอบกู้ภาพลักษณ์ขององค์กรให้กลับคืนมา เริ่มต้นจากการปรับกลยุทธ์การค้าผสมผสานธุรกิจเข้ากับสิ่งแวดล้อมตามกระแสโลกาภิวัตน์ที่เรียกกันว่า กรีนมาร์เก็ตติ้ง หรือธุรกิจสีเขียว ด้วยการจัดโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เรื่องสิ่งแวดล้อมผ่านสื่อมวลชนมากมาย อาทิ กลุ่มธุรกิจน้ำมัน เคลื่อนไหวรณรงค์การใช้น้ำมันไร้สารตะกั่ว การลดควันขาว กลุ่มธุรกิจห้างสรรพสินค้า จัดโครงการรณรงค์ลดปริมาณการใช้น้ำ โครงการถังขยะแยกประเภท โครงการเซฟเดอะฟอเรสต์ สร้างจิตสำนึกเยาวชนให้รักธรรมชาติด้วยการจัดหาต้นไม้กว่าแสนต้นมอบให้สถาบันการศึกษาในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล โครงการรณรงค์ลดมลภาวะด้วยการประดิษฐ์ขยะมาใช้ประโยชน์ โครงการถังขยะรีไซเคิล กลุ่มธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า รณรงค์เรื่องตู้เย็นประหยัดไฟฟ้า และหลอดไฟฟ้าประหยัดไฟ

นอกจากนี้ ยังมีการนำเสนอเป็นแคมเปญโฆษณาเพื่อรณรงค์ประชาสัมพันธ์เรื่องสิ่งแวดล้อม อาทิ แคมเปญรณรงค์ประชาสัมพันธ์การประหยัดไฟฟ้าในอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย แคมเปญรณรงค์การรักษาความสะอาดและรักษาแม่น้ำเจ้าพระยาของสมาคมสร้างสรรค์ไทย-คาวิเศษ เป็นต้น ซึ่งสมาคมดังกล่าวเกิดจากการที่องค์กรธุรกิจต่างๆกว่า 20 บริษัท อาทิ บริษัท กรีนสปอต (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท การบินไทย จำกัด บริษัท ลินดาส จำกัด ธนาคารกรุงเทพ จำกัด บริษัท น้ำมันศาลเท็กซ์ (ไทย) จำกัด ได้ตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจึงได้รวมตัวกันในลักษณะขององค์การสาธารณกุศล จัดตั้งสมาคมสร้างสรรค์ไทย โดยมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมด้วยการประชาสัมพันธ์

ให้ประชาชนร่วมมือกันรักษาเมืองไทยให้สะอาด โดยใช้การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบของการจัดทำเป็นโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จักด้วยการสร้างสัญลักษณ์เป็นตัวแทนของผู้พิทักษ์ความสะอาด มีลักษณะเป็นดวงตาที่คอยจับจ้องทุกคนทุกแห่ง คอยสอดส่องพฤติกรรมภารกิจขยะให้ลงดังเรียกว่า “ตาวิเศษ” ออกเผยแพร่ทางสื่อมวลชนต่างๆอย่างกว้างขวาง เช่น สื่อโทรทัศน์ วิทยุ โปสเตอร์ และสติ๊กเกอร์ เป็นต้น (นฤพล โรหิตจันทร์ 2534 : 7)

นอกเหนือจากกิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้นนี้แล้ว องค์กรธุรกิจยังมีการรณรงค์ให้การศึกษาเรื่องสิ่งแวดล้อมแก่ผู้ที่ทำงานอยู่ในวงการสื่อมวลชนด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น กลุ่มธุรกิจรถยนต์ บริษัท บางกอกมอเตอร์เวอคส์ จำกัด ในกลุ่มสยามกลการ จัดโครงการซิงค์เอิร์ธ (Think Earth) รณรงค์อย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 2532 จนถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 10 เพื่อสร้างจิตสำนึกให้ประชาชน นิสิต นักศึกษา นักเรียน ตระหนักถึงความสำคัญในคุณค่าของสิ่งแวดล้อมบนโลก โดยจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ให้กับสื่อมวลชนด้วยการจัดโครงการสื่อมวลชนสัญจร นำคณะสื่อมวลชนไปศึกษาข้อมูลและปฏิบัติงานจริงภาคสนาม เพื่อให้สัมผัสกับปัญหาของสภาพแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม ศึกษาและดูงานการทำงานวิจัยของอาจารย์และนิสิต เข้าร่วมฟังการบรรยายในพื้นที่ในหัวข้อต่างๆที่เกี่ยวข้องกับป่าไม้ ทะเล และสัตว์ อาทิ อนุรักษ์ป่าไม้ อนุรักษ์ทะเลไทย รักษ์โลกใต้ทะเล อนุรักษ์พะยูน เป็นต้น เนื่องจากเห็นว่าสื่อมวลชนเป็นศูนย์กลางที่มีอิทธิพล และความสำคัญ ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกไปยังกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม (บุญพิร์ พันธวร, ผู้จัดการทั่วไป ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เลขาอนุกรรมการซิงค์เอิร์ธ, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2541) บริษัท เอ็มเอ็มซี สิทธิผล จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายรถยนต์มิตซูบิชิ ริเริ่มโครงการ “รักเรา รักโลก” ขึ้นในปี 2534 มีจุดมุ่งหมายที่จะเสนอแนวทางที่สัมพันธ์กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในด้านการอนุรักษ์อย่างถูกต้อง ด้วยการพาสื่อมวลชนไปศึกษาข้อมูลและปฏิบัติงานจริงภาคสนาม เช่น การเข้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมปลูกป่า เป็นต้น จัดการบรรยาย และรับทราบข้อมูลจากเอกสารในหัวข้อ การพัฒนาเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม, ศูนย์อบรมสิ่งแวดล้อมรักเรา รักโลก เป็นต้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า องค์กรธุรกิจบางองค์กรมักจะมีเกณฑ์ในการเลือกจัดกิจกรรมในหัวข้อที่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจของตัวเองหรือ อาทิ บริษัท แกรมมีเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) บริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับบันเทิง จัดกิจกรรมในหัวข้อ คอนเสิร์ตวันคุ้มครองโลก บริษัท กาลเท็กซ์ (ประเทศไทย) เป็นบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับน้ำมัน จัดกิจกรรมหัวข้อ การกำจัดคราบน้ำมันในทะเล บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) จัดกิจกรรมนำสื่อมวลชนชมโรงงานปูนซิเมนต์ลำปาง, นำสื่อมวลชนชมการทำเหมืองหินปูนซิเมนต์ เป็นต้น โดยแต่ละองค์กรจะใช้กิจกรรมที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไป

สำหรับการจัดมรดกการสรางความรู้เรื่องสิ่งแวดลอมของภาครัฐ องค์การพัฒนาเอกชน สมาคมผู้สื่อข่าวฯ และองค์กรธุรกิจ ให้แก่สื่อมวลชน มีสาเหตุมาจากความตระหนักถึงธรรมชาติ และพัฒนาของการรายงานเรื่องสิ่งแวดลอมในสื่อมวลชน ในการรายงานข่าวหรือการจัดทำรายการ สารคดีเรื่องสิ่งแวดลอมในสื่อทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ มีลักษณะเฉพาะตัวที่พิเศษแตกต่างออกไปจากข่าวประเภทอื่นๆ ซึ่งหากสื่อมวลชนไม่เข้าใจ และไม่สามารถตีความข้อมูลเรื่องสิ่งแวดลอมได้อย่างถ่องแท้แล้วก็ยากที่จะส่งข่าวสารด้านสิ่งแวดลอมไปให้ผู้รับสารเข้าใจได้ เนื่องจากเอกลักษณ์ประการแรกของข่าวสิ่งแวดลอมคือ เป็นรายงานข่าวที่มีพื้นฐานมาจากด้านวิทยาศาสตร์ มิใช่เป็นการสื่อสารที่โน้มน้าวชักจูง (Persuasive Communication) หากแต่เป็นความพยายามที่จะอธิบายข้อมูล ข้อเท็จจริงและการอธิบายกระบวนการ ขณะที่สื่อมวลชนส่วนใหญ่มักมีพื้นฐานความรู้ทางด้านสังคมศาสตร์

“ข่าวสิ่งแวดลอมในช่วงต้นๆมักเป็นเรื่องที่ราชการหรือองค์กรธุรกิจเข้าไปเอารัดเอาเปรียบ โดยการเข้าไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติทำให้ประชาชนได้รับความเดือดร้อน ซึ่งในช่วงนั้นนักข่าวไม่จำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านเทคนิคมากนัก เพราะเป็นการรายงานเรื่องของความยุติธรรมในสังคมมากกว่า ดังนั้นนักข่าวมีพื้นฐานความรู้ทางด้านสังคมศาสตร์จึงเป็นสิ่งที่เหมาะสมกับงาน อย่างไรก็ดี ในระยะหลังประเด็นข่าวสิ่งแวดลอมมีความสลับซับซ้อนในเชิงนิเวศน์มากขึ้น ดังกรณีเขื่อนปากมูล ที่มีกรณีถกเถียงกันว่าการนำบันไดปลาเข้ามาใช้จะช่วยไม่ให้ปลาสูญพันธุ์จากการสร้างเขื่อนได้จริงหรือไม่ ซึ่งในปัจจุบันยังไม่ได้ข้อสรุป แต่จากจุดดังกล่าวทำให้นักข่าวเริ่มตระหนักว่าจำเป็นต้องมีความรู้ด้านเทคนิคเพิ่มขึ้น เพราะความรู้เดิมไม่เพียงพอ” (วสันต์ เศรษฐธรรม : อ้างแล้ว)

ดังนั้น สื่อมวลชนจึงต้องจำเป็นต้องเพิ่มเติมความรู้ด้านสิ่งแวดลอมให้มากขึ้น ด้วยการเข้ารับการอบรมด้านสิ่งแวดลอมจากหน่วยงานต่างๆ เพราะผู้สื่อข่าวด้านสิ่งแวดลอมถือว่าเป็นปัจจัยกำหนดคุณภาพและปริมาณข่าวสารด้านสิ่งแวดลอมด้วย โดยผู้สื่อข่าวต้องมีความเข้าใจ และติดตามความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดลอมในระดับหนึ่ง เพื่อสามารถเข้าใจนักสิ่งแวดล้อม หรือแหล่งข่าวมากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากผู้สื่อข่าวสิ่งแวดล้อมเป็นผู้ที่ยืนอยู่ตรงกลางระหว่างนักวิทยาศาสตร์ นักสิ่งแวดล้อมกับสาธารณชน ดังนั้น นักสื่อสารมวลชนจึงจำเป็นต้องมีทักษะทางการสื่อสารในการแปล หรือแปรบรรดา “คำหลวง” ทางวิทยาศาสตร์ทั้งหลาย (de-jargonise) และนำเสนอในรูปแบบและภาษาที่ง่ายที่ชาวบ้านจะทำความเข้าใจได้ (reader-friendly fashion) (กาญจนา แก้วเทพ : 17)

การที่สื่อมวลชนจะเข้าใจในประเด็นข่าวสิ่งแวดล้อมที่นับวันยิ่งทวีความซับซ้อน จำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานต่างๆจะต้องจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมให้แก่สื่อมวลชนด้วยเช่นกัน ทว่า กิจกรรมสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นมีอยู่มากมายหลายวิธี ไม่ว่าจะเป็น การสัมมนา การทัศนศึกษา การฉายภาพยนตร์หรือสไลด์ การบรรยาย การแจกเอกสาร ฯลฯ ขณะที่ประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการให้ความรู้ของแต่ละกิจกรรมจะแตกต่างกันออกไป เช่น การฉายภาพยนตร์ มีประโยชน์อย่างยิ่งในการสื่อความหมายที่ง่ายต่อการเข้าใจ เพราะมีทั้งภาพและเสียง สามารถจำลองเหตุการณ์ที่เป็นจริง และสามารถลำดับเรื่องราวที่เกิดขึ้นในเวลาต่าง ๆ กันให้มาปรากฏในคราวเดียวกัน อีกทั้งยังสามารถเร้าความรู้สึกของผู้ชมได้ดี (รัชณี โลหะวัชรสันติ 2534 : 6) ส่วนการทัศนศึกษามีข้อดีตรงที่สามารถสัมผัสถึงปัญหาและสภาพของธรรมชาติได้อย่างเต็มที่ แต่มีข้อเสียตรงที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ส่วนการสัมมนาแม้จะมีข้อดีตรงที่ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย แต่มีข้อเสียตรงที่ไม่เห็นสภาพที่แท้จริง และน่าเบื่อ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษากระบวนการสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจให้แก่สื่อมวลชน เนื่องจากองค์กรธุรกิจมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากหน่วยงานที่จัดกิจกรรมสร้างความรู้ให้แก่สื่อมวลชนด้วยกันตรงที่ องค์กรธุรกิจเป็นองค์กรที่มีความคล่องตัวสูง การจัดกิจกรรมสามารถกระทำได้ทันทีโดยไม่ต้องติดอยู่ในกรอบระเบียบ ผ่านพิธีการขออนุญาต ดังเช่นรัฐบาล ขณะเดียวกันองค์กรธุรกิจมีงบประมาณในการจัดกิจกรรมมากกว่าองค์การพัฒนาเอกชน อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากข้อได้เปรียบด้านความคล่องตัว และเงินทุนดังกล่าวแล้ว ในอีกด้านหนึ่งองค์กรธุรกิจมีข้อด้อยตรงที่การจัดกิจกรรมใดๆ มักจะถูกมองว่าไม่โปร่งใส เมื่อเปรียบเทียบกับ การดำเนินการของรัฐบาลหรือองค์การพัฒนาเอกชน คั้งนั้น จึงมีคำถามขึ้นว่าเมื่อองค์กรธุรกิจซึ่งมีทั้งข้อเด่น และข้อด้อย เมื่อจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่สื่อมวลชนแล้วจะมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลดีกว่าหน่วยงานของรัฐบาล หรือองค์การพัฒนาเอกชน และหน่วยงานอื่นๆ หรือไม่ อย่างไร

การศึกษาวิจัย กระบวนการสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจให้แก่สื่อมวลชน จึงมุ่งที่จะศึกษาในเชิงคุณภาพและปริมาณของกิจกรรมสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่องค์กรธุรกิจจัดขึ้นว่ามีความหลากหลายหรือไม่ แต่ละกิจกรรมให้ประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการให้ความรู้แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร กิจกรรมใดสามารถให้ความรู้แก่สื่อมวลชนได้ดีที่สุด และอะไรเป็นปัจจัยที่กำหนดให้องค์กรธุรกิจเลือกใช้กิจกรรมนั้นๆสร้างความรู้แก่สื่อมวลชน ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น หน่วยงานภาครัฐบาล องค์กรธุรกิจเอกชน และหน่วยงานต่างๆ ที่ต้องการเสริมสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมให้แก่บุคลากรในหน่วยงานของตนเพื่อเกิดประสิทธิภาพต่อไป



### ปัญหานำการวิจัย

1. กิจกรรมสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่องค์กรธุรกิจจัดขึ้นเพื่อให้ความรู้แก่สื่อมวลชน มีกี่ประเภท
2. อะไรคือปัจจัยสำคัญที่องค์กรธุรกิจใช้ในการเลือกสรรกิจกรรมสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม
3. กิจกรรมสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมที่องค์กรธุรกิจจัดให้แก่สื่อมวลชน มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากน้อยเพียงใด

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษากิจกรรมที่องค์กรธุรกิจนำมาใช้เพื่อสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมให้แก่สื่อมวลชน
2. เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่องค์กรธุรกิจใช้ในการเลือกสรรกิจกรรมสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมให้แก่สื่อมวลชน
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลในกิจกรรมที่แต่ละองค์กรธุรกิจนำมาใช้ว่า สามารถสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมให้แก่สื่อมวลชนได้มากน้อยเพียงใด

### ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาสื่อมวลชนที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมสิ่งแวดล้อมศึกษาทั้ง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์รายวัน และนิตยสารที่มีจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาองค์กรธุรกิจที่มีการจัดกิจกรรมสร้างความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมให้แก่สื่อมวลชน

### นิยามศัพท์

สื่อมวลชน หมายถึง โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร ซึ่งเป็นตัวกลางหรือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการส่งข่าวสารรณรงค์ประชาสัมพันธ์เรื่องสิ่งแวดล้อมแก่ประชาชน ในงานวิจัยนี้จะให้หมายถึงสื่อมวลชนที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมเรื่องสิ่งแวดล้อมศึกษาจากองค์กรธุรกิจ

องค์กรธุรกิจ หมายถึง บริษัทเอกชนที่ประกอบธุรกิจอยู่ในประเทศไทย และมีกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกิจกรรมการให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมแก่สื่อมวลชน

ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม หมายถึง ลำดับคะแนนจากการประเมินเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับต่อสถานการณืหนึ่งๆ หรือความรู้ต่อเรื่องระดับกว้างของนักสื่อสารมวลชน

กระบวนการให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อม หมายถึง กิจกรรมหรือวิธีการสอนเพื่อให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีอยู่หลายวิธี ซึ่งอาจใช้วิธีเดียวหรือหลายวิธีผสมผสานกัน เช่น การศึกษานอกห้องเรียน การใช้วีดิทัศน์ การใช้สถานการณืจำลอง การเชิญวิทยากร การจัดกิจกรรมพิเศษ เป็นต้น

กิจกรรมสิ่งแวดล้อมศึกษา หมายถึง กระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีกิจกรรมเป็นตัวสร้างให้เกิดจิตสำนึก และความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม กิจกรรมสิ่งแวดล้อมศึกษา ได้แก่ การทัศนศึกษา การใช้วิทยากรบรรยาย การสัมมนา การฉายภาพยนตร์/สไลด์ เป็นต้น

ประสิทธิผล หมายถึง ผลสำเร็จ หรือผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมสิ่งแวดล้อมศึกษาขององค์กรธุรกิจว่าบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่

ประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถที่ทำงานให้เกิดผล โดยพิจารณาว่ากิจกรรมสิ่งแวดล้อมแบบใดที่องค์กรธุรกิจจัดแล้วประสบความสำเร็จในการสร้างความรู้ ทำไมกิจกรรมนั้นจึงประสบความสำเร็จ ที่มาของความสำเร็จขึ้นกับองค์ประกอบใด และเปรียบเทียบกับผลที่ได้รับว่าคุ้มหรือไม่เมื่อนำปัจจัยการลงทุนขององค์กรธุรกิจในเรื่องเป็นเวลา และงบประมาณมาประกอบการพิจารณา

ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกกิจกรรม หมายถึง ปัจจัยขององค์กรธุรกิจที่มีผลต่อการกำหนดกิจกรรมสิ่งแวดล้อมศึกษา ได้แก่ งบประมาณ สภาพเศรษฐกิจ นโยบายองค์กร เป็นต้น

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลของการวิจัยจะทำให้ทราบว่ากิจกรรมสิ่งแวดล้อมศึกษาแบบใดสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับสื่อมวลชนได้มากที่สุด

2. ผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่างๆ ในการดำเนินการจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมให้แก่สื่อมวลชนในโอกาสต่อไป