



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การรณรงค์เพื่อส่งเสริมสังคม (Social Campaign) ได้ถูกนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติตลอดจนการส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ หรือในระดับโลก เพราะเมื่อพิจารณาถึงวิกฤติการณ์สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้น จะเห็นได้ว่ารากฐานของปัญหามิใช่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หากแต่เป็นปัญหาที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นไม่ว่าจะเป็นปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติหรือปัญหามลพิษต่างๆ (วรรณิ์ งามขจรกุลกิจ, 2539) ดังนั้นสมาชิกในสังคมจึงต้องมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการทำให้สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่มนุษย์ต้องพึ่งพาอาศัยตลอดชีวิตมีสภาพที่สมบูรณ์เหมือนเดิมหรือดีขึ้นกว่าเดิม ทั้งนี้ เพื่อเอื้อต่อการดำรงชีวิตที่มีคุณภาพของทุกคนในสังคม โดยสรุปแล้วแนวทางดังกล่าว ได้พยายามชี้ให้เห็นว่า “ปัญหาสิ่งแวดล้อมเริ่มที่ความคิดและจิตใจของมนุษย์ ดังนั้นจึงต้องเริ่มแก้ไขที่มนุษย์เช่นกัน” (กาญจนา แก้วเทพ, 2536 : 7)

ด้วยเหตุนี้จึงได้มีกลุ่มรณรงค์ทางสิ่งแวดล้อมที่มุ่งความสนใจไปที่พฤติกรรมการใช้ชีวิตวิถีการบริโภค อุปนิสัยของปัจเจกบุคคล โดยถือว่าพฤติกรรมเหล่านี้เป็นสาเหตุหลักของการก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น การทิ้งขยะหรือของเสียบนถนนหรือในแม่น้ำ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างฟุ่มเฟือย เป็นต้น ดังนั้นแนวทางการแก้ไขที่สำคัญก็คือการรณรงค์ให้ความรู้และการสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนถูกต้องเพื่อช่วยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลใหม่ให้มีวินัยในด้านสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการหวังผลในระยะยาวที่ทำให้บุคคลส่วนใหญ่เกิดจิตสำนึกในด้านสิ่งแวดล้อม นั่นคือจะต้องมีทั้งความตระหนัก (Awareness) และความรู้สึกมีส่วนร่วมรับผิดชอบ (Responsibility) ในปัญหาดังกล่าว

บทบาทของการรณรงค์ทางการสื่อสาร (Information Campaign) ได้เข้ามามีส่วนทำให้นโยบายเพื่อการส่งเสริมสภาพแวดล้อม (Promotional message) ได้กลายมาเป็นประเด็นความสนใจสำคัญของสาธารณชนโดยการแพร่กระจายผ่านสื่อมวลชนไปยังกลุ่มเป้าหมายได้ โดยที่กระบวนการดังกล่าวจำเป็นต้องมีการวางแผนการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับสารในฐานะกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ถึงประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นทั้งในระดับตัวบุคคลและสังคมส่วนรวม ซึ่งเท่ากับเป็นการสร้างความตระหนักรู้ต่อประเด็นปัญหาที่ได้ดำเนินการรณรงค์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เกิดความรู้และ

สามารถเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทักษะคติและพฤติกรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายของการรณรงค์ดังกล่าว (Atkin ,1981 : 265) ซึ่งตัวแปรที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าวสามารถเรียกได้ว่าเป็นลำดับชั้นของผลกระทบทางการสื่อสาร (Hierachy of Communication Effects)

ปัญหาเรื่องความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่เกิดจากการท่องเที่ยว ก็นับเป็นประเด็นปัญหาหนึ่งที่ได้มีการรณรงค์ในเรื่องนี้มาโดยตลอด สาเหตุสำคัญของปัญหาดังกล่าวส่วนใหญ่อาจกล่าวได้ว่ามาจากการเร่งพัฒนาการท่องเที่ยวให้กลายเป็นอุตสาหกรรมของประเทศเพื่อสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจในแง่ของการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้ช่วยในการสร้างงาน การขยายตัวในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี 2530 ซึ่งได้รับการประกาศให้เป็นปีการท่องเที่ยวไทย ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้นในช่วงระหว่างปี 2530-2535 ก่อให้เกิดผลในเชิงเศรษฐกิจคือการมีรายได้เกิดเพิ่มมากขึ้นจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นเป็นอันดับหนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าส่งออกประเภทอื่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2539)

อย่างไรก็ดีการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้ดำเนินไปอย่างปราศจากแผนงานด้านสิ่งแวดล้อมก็ได้ก่อให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางธรรมชาติติดตามมาอย่างมากมาย ซึ่งส่วนใหญ่เนื่องมาจากสาเหตุสำคัญ 2 ประการคือ

1. การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวและธุรกิจบันเทิงเพื่อการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดการขยายตัวของเมืองและอาคารสิ่งปลูกสร้าง ร้านค้า แหล่งบันเทิงเรีงรมย์ ซึ่งเป็นสาเหตุของการสร้างมลภาวะให้กับสิ่งแวดล้อม

2. การสิ้นเปลืองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอันเนื่องมาจากการบริโภคมากเกินไป และการใช้สอยอย่างสุรุ่ยสุร่ายแบบ “กินบ้างทิ้งบ้าง” ทำให้เกิดมีขยะประเภทที่ย่อยสลายไม่ได้ เช่นขวดพลาสติก ก้อนโฟม ขยะเสียด น้ำเสียที่สามารถทำลายสภาพแวดล้อมได้อย่างรุนแรง

ผลกระทบจากสาเหตุดังกล่าวปรากฏให้เห็นได้อย่างชัดเจนแล้วในขณะนี้ อย่างเช่น พัทยา ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงมากที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศ แต่ขณะนี้ได้กลายเป็น “พัทยาเนา” อันเนื่องมาจากการที่แหล่งธุรกิจต่างๆ รวมถึงนักท่องเที่ยวได้พากันระบายน้ำเสียและมีการทิ้งขยะลงทะเล หรือที่ หาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต ซึ่งแต่เดิมเคยมีสภาพของหาดทรายขาวสะอาดน้ำใสสวยงาม แต่ปัจจุบันได้กลายเป็นสถานที่สุดปรกเกินกว่าจะลงเล่นน้ำและถึงกับได้กลายเป็นเขตที่ต้องมีการควบคุมมลพิษไปในที่สุด (สุริยนต์ ชัญญิกจานุกิจ,2536 : ไม่ระบุเลขหน้า)

สภาพปัญหาดังกล่าวที่เกิดจากนักท่องเที่ยวและธุรกิจการท่องเที่ยวเชื่อว่าเกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น ในหลายประเทศที่ได้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้กลายเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญอย่างเช่น บนเทือกเขาของประเทศเนปาล น้ำในลำธารต่างๆ ได้เต็มไปด้วยมลพิษ สืบเนื่องมาจากขยะ ของเสียที่พวกนักเดินท่องป่าทิ้งเอาไว้ หรือบนเทือกเขาไพเรนีสของประเทศฝรั่งเศส นักท่องเที่ยวนับพันๆ คนได้ทิ้งขยะของเสียลงในธารน้ำเช่นกัน

จากสภาพการณ์ดังกล่าวได้ชี้ให้เห็นว่าการขยายตัวของการท่องเที่ยวนอกจากจะเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความเจริญทางเศรษฐกิจแล้ว ยังเป็นดัชนีที่ชี้วัดถึงความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมจนทำให้กลายเป็นปัญหาของการท่องเที่ยวที่ไม่ยั่งยืน ทั้งนี้เกิดจากการกระทำของนักท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมน้อยเกินไป

อย่างไรก็ตาม การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีลักษณะเอื้อต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะการจัดการกับปัญหาขยะก็มีปรากฏอยู่บ้าง เช่น โครงการถุงขยะเพื่อลดภาระให้ป่าเขาใหญ่ โดยจัดทำถุงส่วนตัวแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวให้เริ่มรู้จักรับผิดชอบขยะของตนเอง หรือการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว “เยือนถิ่นอีสาน ตามรอยอารยธรรมขอม” ของสมาคมอนุรักษ์ศิลปกรรมและสิ่งแวดล้อม (อศส.) (ยุวดี นิรัตน์ตระกูล, 2540) ซึ่งนับเป็นกิจกรรมที่ดำเนินการสอดคล้องกับแนวคิดที่ต้องการทำให้การท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปพร้อมกับการอนุรักษ์ รวมทั้งนักท่องเที่ยวควรจะได้รับความรู้ไปพร้อมกันโดยต้องมีการจัดการและการสร้างจิตสำนึกที่ดี อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้เริ่มปรากฏขึ้นอย่างจริงจังในช่วงปี พ.ศ. 2519 และได้รับการตอบรับมากขึ้นเป็นลำดับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน และจากสถาบันการศึกษาที่เปิดสอนวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว โดยแนวคิดดังกล่าวได้รับการเรียกขานไปในหลายๆ ชื่อ เช่น “Sustainable Tourism” , “Green Tourism” “การท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม” และ “การท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ” แต่ชื่อที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายคือ “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” (Ecotourism) โดยมีหลักการกว้างๆ คือ “เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวจะต้องได้รับความรู้จากการท่องเที่ยวอย่างแท้จริงเพื่อไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทั้งทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ รวมทั้งประชาชนในแต่ละท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2536)

Lizabeth Boo (1991) ซึ่งเป็นผู้คลุกคลีกับงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในลาติน

อเมริกาและหมู่เกาะแคริบเบียน ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า หมายถึงการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ การมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่นและการสร้างให้เกิดจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

The Ecotourism Society (1991) ได้ให้คำนิยามว่า การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่นดีขึ้น (ยุวดี นิรัตน์ตระกูล, 2538)

จากหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ดังกล่าวสามารถสรุปให้เห็นถึงองค์ประกอบที่สำคัญได้ 3 ประการคือ การสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นและการกระจายรายได้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในฐานะที่ต้องรับผิดชอบดูแลการท่องเที่ยวของชาติโดยตรงได้ตระหนักถึงบทบาทในการที่จะตอบสนองแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอย่างชัดเจน ดังจะเห็นได้จากนโยบายหลัก 3 ข้อของ ททท.ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้แก่

นโยบายข้อที่ 2 ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่นเพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค

นโยบายข้อที่ 3 อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยอย่างดีที่สุด

นโยบายข้อที่ 8 ส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

จากนโยบายหลักทั้ง 3 ข้อข้างต้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นำมาเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในระหว่างปี 2538-2540 โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการไว้ดังนี้

1. เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยพัฒนาไปสู่ทิศทางแบบยั่งยืน
2. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างจิตสำนึก และความเข้าใจต่อการท่องเที่ยวอย่างได้ความรู้ และมีความรับผิดชอบ
3. เพื่อคงไว้ซึ่งคุณภาพที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวและคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่

โดยมีการดำเนินกิจกรรมด้านต่างๆ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ข้างต้นดังต่อไปนี้

1. การจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยมีการพิจารณาแยกกิจกรรมระหว่างเขตท่องเที่ยวและเขตอนุรักษ์ รวมถึงหามาตรการจำกัดนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เปราะบางให้เข้มงวดและจริงจัง
2. ส่งเสริมให้บุคลากรในท้องถิ่นมีความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เพื่อสามารถประกอบอาชีพภาคเกษตรที่เฉพาะทางที่มีคุณภาพและถูกต้องตามกฎหมาย
3. แยกแยะความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แก่เยาวชน ประชาชน และผู้นำท้องถิ่น รวมทั้งส่งเสริมให้ธุรกิจท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีส่วนร่วมกำหนดทิศทางและการพัฒนาการท่องเที่ยวและสร้างประโยชน์กลับคืนสู่ท้องถิ่น
4. กำหนดมาตรการให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการรู้จักคำนึงถึงผลกระทบต่อทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นตลอดจนไม่สร้างความแปลกแยกทางวัฒนธรรม
5. ผนึกกำลังจิตสำนึกในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอันเกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้ช่องทางของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ทั้งทางรายการวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร รวมทั้งดำเนินโครงการรณรงค์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น เช่น โครงการเมืองคอนสวยด้วยต้นไม้ - ไร่ชยะ โครงการสมุยสะอาด เป็นต้น

จากภาพรวมของการดำเนินงานตามโครงการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้นนี้ จะเห็นได้ว่า หน่วยงานดังกล่าวมีการดำเนินงานที่ครอบคลุมถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมทางเศรษฐกิจของประชาชนในท้องถิ่น การดำรงรักษาประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่น ให้คงความเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติ รวมถึงการรณรงค์สร้างจิตสำนึกให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ให้มีส่วนร่วมช่วยในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้คงความสะอาดสวยงามและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ

ในช่วงที่ผ่านมา ประเด็นของการอนุรักษ์รักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวถือว่าเป็นประเด็นหนึ่งที่สำคัญเพราะการท่องเที่ยวได้ถูกจัดเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจประเภทหนึ่งที่ต้องพึ่งพาอาศัยทรัพยากรธรรมชาติและความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งจะเป็ปัจจัยสำคัญที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากอันจะเป็นการสร้างรายได้เข้าประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในขณะนี้ที่ประเทศไทยกำลังส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยประกาศให้เป็นปี Amazing Thailand

ดังนั้นการรณรงค์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจหนึ่งในโครงการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เนื่องจากการที่ได้สังเกตเห็นถึงปัญหาอันเกิดจากพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวที่ยังขาดความตระหนักต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวด้วยการทิ้งขยะไม่ว่าจะเป็นกระป๋อง ขวดน้ำพลาสติก ถุงบรรจุอาหารสำเร็จรูป โฟม หรือเศษวัสดุที่เหลือใช้ใดๆ ซึ่งไม่สามารถย่อยสลายได้ในธรรมชาติ จนเกิดการส่งสมกลายเป็นมลภาวะซึ่งได้ทำลายสภาพแวดล้อมอันสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวหลักสำคัญของประเทศ ดังเช่น ชายหาดที่ พัทยา หาดป่าตอง จังหวัดภูเก็ต และที่ เขาใหญ่ เป็นต้น

แผนงานการรณรงค์ดังกล่าวจึงได้เกิดขึ้นในช่วงปี 2539 - 2540 เพื่อสนองแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกในการดูแลและปกป้องมรดกของไทยโดยส่วนหนึ่งได้ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมักง่าย “เที่ยวที่ไหน ทิ้งที่นั่น” ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เผยแพร่และดำเนินการประชาสัมพันธ์ในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวผ่านสื่อมวลชนสาขาต่างๆ ทั้งรายการวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสารต่างๆ ตลอดจนสิ่งพิมพ์ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำเผยแพร่ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เช่น อนุสาร อสท. จุลสารการท่องเที่ยวและ จดหมายข่าว เป็นต้น

ในการเผยแพร่เนื้อหาสารผ่านสื่อมวลชนสาขาต่างๆ นั้น ได้มีการจัดทำแคมเปญชื่อชุดว่า “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” ออกเผยแพร่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นจิตสำนึกให้คนไทยทุกคนช่วยกันรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยการไม่ทิ้งเศษขยะเหลือใช้ใดๆ ทั้งไว้ให้กลายเป็นมลภาวะแก่แหล่งท่องเที่ยว โดยแนวคิดหลักของแคมเปญชุดดังกล่าวได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวอันมีคุณค่าจนถึงกับได้รับการยกย่องว่าเป็นมรดกโลก ซึ่งนับว่าเป็นความภาคภูมิใจของคนไทยทุกคนในฐานะที่เป็นเจ้าของทรัพยากรมรดกนี้ แต่ทว่าเศษขยะเพียงชิ้นเดียวที่ถูกปล่อยทิ้งจากน้ำมือของคนไทยเอง ก็สามารถทำให้ความมีคุณค่าและความน่าภาคภูมิใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวลดน้อยลงไปเรื่อยๆ (สัมภาษณ์คุณมณีรัตน์ บัณฑิตกุล, 2540) ซึ่งจากแนวคิดหลักนี้เองได้ถูกถ่ายทอดออกมาในชิ้นงานโฆษณาต่างๆ ดังนี้

1. ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ชุด “ความภูมิใจ” และชุด “No Problem”
2. สปอตวิทยุ จำนวน 3 สปอต
3. สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาจำนวน 4 ชุด ได้แก่ ชุดความภูมิใจ ชุดสิ่งมีค่า ชุดมรดก และชุดสมบัติ

จากลักษณะการดำเนินงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนนับว่ามีบทบาทในการรณรงค์โดยเปรียบเสมือนสะพานเชื่อมที่ช่วยแพร่กระจายและถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสื่อมวลชนแต่ละประเภทก็อาจมีคุณสมบัติในการถ่ายทอดข่าวสารแตกต่างกันไป ดังเช่น สื่อวิทยุกระจายเสียง จะมีคุณสมบัติที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงกว่า และให้เนื้อหาสาระที่กว้างกว่ารวมทั้งโอกาสที่จะได้รับความสนใจจะมีมากกว่าทั้งนี้เพราะมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงมากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ

ในการวิจัยนี้ ได้เลือกศึกษาเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาจำนวน 4 ชุดดังกล่าวข้างต้นซึ่งได้สื่อความหมายถึงสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นสถานที่โบราณ ทะเล ภูเขา ที่ถูกปกคลุมไปด้วยเศษขยะและวัสดุเหลือใช้ต่างๆ ของนักท่องเที่ยวอันสะท้อนให้เห็นถึงนิสัยที่มักง่ายของคนไทย นอกจากนี้ยังมีข้อความที่ใช้อุดหนุนใจทางด้านอารมณ์ (Emotional Appeal) ที่สื่อความหมายของการเชิญชวนให้ร่วมกันปกป้องมรดกไทยด้วยการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก ซึ่งสื่อดังกล่าวมีความน่าสนใจที่จะนำมาใช้เป็นกรณีศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษานิเทศศาสตร์ในมหาวิทยาลัยของรัฐ ในสังกัดทบวงมหาวิทยาลัย

เหตุผลที่การวิจัยครั้งนี้ได้ให้ความสนใจที่จะศึกษาปฏิบัติการตอบสนองต่อกระบวนการสื่อความหมายผ่านเนื้อหาสาระดังกล่าวของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ก็เนื่องมาจากการที่บุคคลเหล่านี้เป็นผู้ที่มีโอกาสออกไปปฏิบัติหน้าที่ในฐานะสื่อมวลชนในสังคมซึ่งต้องมีบทบาทหน้าที่ร่วมรับผิดชอบอย่างสำคัญในการช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติด้วยการแสดงออกซึ่งการให้การศึกษา (To educate) หรือการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนมากที่สุด รองลงมาคือการแสดงบทบาทในการให้ข่าวสาร (To inform) โดยการทำหน้าที่เสมือนยามในการระแวดระวังและเตือนภัยอันอาจเกิดขึ้นกับทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยการหยิบยกประเด็นปัญหาด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติมานำเสนอให้กับผู้อ่าน นอกจากนี้ยังมีบทบาทอย่างสำคัญในการเสนอแนะ หรือชักจูงใจ (To persuade) โดยการแสดงความคิดเห็นผ่านการตีความ อธิบายความ หรือ วิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับประเด็นปัญหาในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ หรือการที่พยายามชักจูงใจให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกหวงแหน และ ต้องการที่จะปกป้องทรัพยากรธรรมชาติไว้ให้ยาวนานที่สุด รวมทั้งการมีหน้าที่ในการกระตุ้นเร้าและระดมสรรพกำลังให้เกิดความเคลื่อนไหวในสังคม (Mobilization) ทั้งนี้ด้วยการให้แนวทางการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคลและสังคม เพื่อให้มีพฤติกรรมอันเหมาะสมโดยการไม่พยายามทำลายทรัพยากรธรรมชาติหรือมีการทำลายธรรมชาติให้น้อยที่สุด (สุชาติดา มิตรรามัญ, 2538 : 144)

อย่างไรก็ดี หากเราพิจารณาในมุมกลับว่าถ้าสื่อมวลชนไม่ได้ตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ของตนเองในส่วนของช่วยเป็นกระบอกเสียงในเรื่องของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างครบถ้วนแล้ว หรือการผลิตสร้างสรรค์ผลงานออกสู่สายตาประชาชนเป็นเพียงแค่การเข้าไปตาม “กระแส” เพื่อให้ “ขายได้” (สุชาติดา มิตรามัญ, 2538 : 146) เท่านั้น บทบาทของสื่อมวลชนในฐานะฐานันดรที่ 4 ของสังคมก็คงไม่มีความหมายต่อสาธารณชนเท่าใดนัก และสภาพอันสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศก็จะถูกกลืนหายอย่างค่อยเป็นค่อยไปจนในที่สุดก็คงเหลือไว้แต่ความทรงจำในภาพความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับคนรุ่นหลังเท่านั้น

กรณีตัวอย่างที่ชัดเจนของการแสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับประเด็นปัญหาการก่อสร้างโรงไฟฟ้าพลังความร้อนจากขยะ จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการวิจัยของพัชรมณี เย็นมันคง (2539) ในประเด็นข่าวสารที่มีการนำเสนอต่อผู้รับสาร 2 แหล่งคือ สื่อบุคคลและ สื่อมวลชนนั้นพบว่าลักษณะการให้ข้อมูลของทั้ง 2 แหล่งกลับมีความแตกต่างกัน โดยสื่อบุคคลมุ่งที่จะนำเสนอปัญหามลพิษที่อาจจะเกิดขึ้นจากโครงการโดยการส่งผลกระทบต่อด้านคุณภาพชีวิตและต่อสิ่งแวดล้อมของผู้รับสารในพื้นที่ ในขณะที่สื่อมวลชนกลับเน้นหนักในด้านของการรายงานข่าวมากกว่าการพยายามชี้แนะถึงวิธีการแก้ไขปัญหาในการจัดการกับขยะ ซึ่งในสภาพความเป็นจริงแล้วข่าวสารที่ผู้รับสารในพื้นที่เลือกสรรและต้องการมากที่สุดก็คือปัญหาของผลที่เกิดติดตามมาจากมลพิษที่ได้รับจากโครงการดังกล่าว

จากเหตุการณ์ดังกล่าวได้ชี้ให้เห็นว่าการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนต่อประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมนั้นยังไม่ครบถ้วนเท่าที่ควร ซึ่งในอันที่จริงสื่อมวลชนจะต้องมีการแสดงออกทางบทบาทในหลายๆ หน้าที่ควบคู่กันไป มิใช่แสดงออกเพียงด้านใดด้านหนึ่งเท่านั้น ทั้งนี้บทบาทของสื่อมวลชนในอนาคตจะยิ่งมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น เมื่อวงการสื่อมวลชนจะต้องเผชิญหน้ากับเทคโนโลยีของสื่อสมัยใหม่ (New Media) ที่มีอิทธิพลทำให้กระบวนการสื่อสารต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ประชาชนที่เป็นผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกบริโภคสื่อและเลือกข้อมูลข่าวสาร ดังนั้น สื่อมวลชนจึงจำเป็นต้องมีความรู้ในทุกๆ เรื่องมากกว่าประชาชนโดยทั่วไป เนื่องจากต้องมีการรายงานข้อเท็จจริงและมีการวิเคราะห์ที่น่าเชื่อถือ เพื่อเป็นการชี้ทิศทางในเรื่องต่างๆ ให้กับประชาชนทั่วไป (สุกัญญา สุตบรรทัด, 2540) ด้วยเหตุนี้ ในการวิจัยนี้จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษานิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ และการสื่อสารมวลชนเป็นอย่างยิ่ง

สำหรับเป้าหมายของการรณรงค์โดยทั่วไปแล้วส่วนใหญ่จะมุ่งที่การเปลี่ยนแปลงทางด้านความคิด ทศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายให้อยู่ในทิศทางที่พึงประสงค์เป็นสำคัญ การรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ก็เช่นเดียวกันที่มุ่งหวังที่จะสร้างจิตสำนึกของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่คงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและมีการรักษาความสะอาดเรียบร้อยของสถานที่ให้สมกับเป็นสิ่งที่เชิดหน้าชูตาของประเทศที่ได้รับการกล่าวขานว่าเป็นแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวระดับโลก แต่เนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม (Involvement with the Environment) ของบุคคลย่อมมีระดับมากน้อยแตกต่างกัน ซึ่งในทางจิตวิทยาถือว่าเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Fishbein and Ajzen, 1975 : 5) ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการสร้างผลกระทบในระดับของการรับรู้ของบุคคลผู้รับสารให้มีความแตกต่างกันออกไป

ดังนั้น จึงมีความน่าสนใจที่จะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับของความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมของนิสิตนักศึกษานิเทศศาสตร์และการรับรู้ความหมายของเนื้อหาสารในสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อนักวางแผนการสื่อสารในอันที่จะได้ทราบถึงความสัมพันธ์ของระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมกับการรับรู้ของนิสิตนักศึกษานิเทศศาสตร์ซึ่งทำให้เกิดผลดีต่อการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวที่จะออกไปทำหน้าที่ในฐานะนักสื่อสารมวลชนในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

ปัญหานำการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความเกี่ยวข้องกับระดับของความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม อย่างไร
2. ระดับของความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความหมายของเนื้อหาสารในแคมเปญการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับระดับของความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมของนิสิตนักศึกษานิเทศศาสตร์
2. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมของนิสิตนักศึกษานิเทศศาสตร์และการรับรู้ความหมายของเนื้อหาสารในแคมเปญการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาเฉพาะนิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 2 ถึงปีที่ 4 ของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ คณะวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

2. ศึกษาความหมายของเนื้อหาสารจากสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาของแคมเปญชุดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เฉพาะที่สร้างสรรค์ผลงานโดยบริษัทโอเบอร์เนท (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 4 ชุด ได้แก่ ชุดมรดก ชุดสมบัติ ชุดสิ่งล้ำค่า และชุดความภูมิใจ

สมมติฐานการวิจัย

เพศ ชั้นปีการศึกษา ระดับการศึกษาและอาชีพของพ่อ แม่ และผู้ปกครอง รวมทั้งรายได้ของครอบครัว มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับระดับของความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมของนิสิตนักศึกษานิเทศศาสตร์

นิยามคำศัพท์

1. ความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม หมายถึง ระดับความสนใจที่มีต่อประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจากเห็นว่าสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตของคนในสังคมและความตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งมีความตั้งใจที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
2. การรับรู้ หมายถึง การให้ความหมายและความเข้าใจในเนื้อหาสารที่เผยแพร่ในการรณรงค์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไปในทิศทางที่มีทัศนคติและพฤติกรรมในการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
3. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง แนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่จะต้องควบคู่ไปกับการอนุรักษ์โดยมีประเด็นสำคัญในการสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของชาติโดยการไม่ทิ้งขยะไม่ว่าจะเป็นกระป๋อง ขวดน้ำ ถุงบรรจุอาหารสำเร็จรูป หรือเศษวัสดุเหลือใช้ใดๆ ที่มีผลต่อการทำลายสิ่งแวดล้อมรอบๆ สถานที่ท่องเที่ยว
4. สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นภายใต้แคมเปญชุด “การอนุรักษ์” เพื่อใช้ในการเผยแพร่รณรงค์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งจัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยสื่อที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ชุดสมบัติ ชุดความภาคภูมิใจ ชุดมรดก และชุดสิ่งล้ำค่า

5. นิสิตนักศึกษานิเทศศาสตร์ หมายถึง นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 2 ถึงปีที่ 4 ของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และคณะวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
6. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของนิสิตนักศึกษานิเทศศาสตร์ได้แก่ เพศ ชั้นปีการศึกษา ระดับการศึกษาและอาชีพของพ่อ แม่ และผู้ปกครอง และรายได้ของครอบครัว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อชี้ให้เห็นถึงผลการตอบสนองในการรับรู้เนื้อหาของสารของนักท่องเที่ยงที่มีระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมต่างกัน
2. เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อมเห็นถึงความสำคัญของการวางกลยุทธ์สารในการรณรงค์กับกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน