

ผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่ม

ในบทนี้มุ่งที่จะนำเสนอผลการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาการรับรู้ความหมายในเนื้อหาของ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 4 กลุ่มโดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมต่ำและสูงระดับละ 2 กลุ่ม โดยในการเสนอผลการวิจัยจะนำเสนอในเชิงเปรียบเทียบแต่ละประเด็นคำถามในลักษณะ ความเหมือนและความแตกต่างของความคิดเห็น โดยจะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งตามมิติ ของความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมได้ 3 ลักษณะคือ

1. ความสนใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อม

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 ระดับความเกี่ยวข้องมีการติดตามข่าวสิ่งแวดล้อมจากสื่อโทรทัศน์เป็น ส่วนใหญ่ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับความรุนแรงของปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันพบว่า มีความ เห็นสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกันว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันนี้มีความรุนแรง โดยกลุ่ม ตัวอย่างที่อยู่ในระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมสูงได้กล่าวถึงความรุนแรงของปัญหาสิ่งแวดล้อมว่า “อยู่ในขั้นวิกฤติ” และในกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมต่ำเห็นว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมมีความ “รุนแรง” ซึ่งจากผลการวิจัยดังกล่าวจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 ระดับความ เกี่ยวข้องมีการรับรู้ความรุนแรงของปัญหาสิ่งแวดล้อมได้เหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันในระดับความ เข้มของความรุนแรงของปัญหาสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

ในส่วนของสาเหตุหลักที่ทำให้คนเราเกิดความเจ็บป่วยนั้น ในกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความ เกี่ยวข้องสูงกับสิ่งแวดล้อมมีความเห็นว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้คนเราเกิดความ เจ็บป่วยซึ่งยากที่คนเราจะหลีกเลี่ยงปัญหาสิ่งแวดล้อมไปได้ เพราะชีวิตมนุษย์ต้องผูกพันกับสิ่งแวดล้อม ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมต่ำก็จะให้คำตอบในเชิงกลางๆ ว่าทั้งปัญหาสิ่งแวดล้อมและโรคติดต่อมักจะเป็นสาเหตุที่มีความเชื่อมโยงกันโดยไม่ทราบแน่ชัดว่า ปัญหาใดจะเกิดขึ้นก่อนปัญหาใดซึ่งเป็นคำตอบในลักษณะที่ว่า “ไก่เกิดก่อนไข่หรือไข่เกิดก่อนไก่” กันแน่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าระดับความเข้าใจของผลกระทบที่เกิดจากปัญหาสิ่งแวดล้อมมีความ สัมพันธ์กับความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของปัญหาดังเช่นในลักษณะการตอบของกลุ่มตัวอย่างที่ มีระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมต่ำข้างต้น

สำหรับประเด็นคำถามเกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บซึ่งเกิดจากปัญหาสิ่งแวดล้อมกับคนกรุงเทพฯ มากที่สุดนั้นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 ระดับความเกี่ยวพันให้ความเห็นพ้องกันว่าเป็นโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยจากแบบสำรวจที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่ามลพิษทางอากาศเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีความสำคัญมากที่สุด

2. ความตระหนักถึงความสำคัญของประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อม

ในการศึกษาเกี่ยวกับความตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้ตั้งประเด็นปัญหาสิ่งแวดล้อมขึ้นมาเป็นตัวอย่างจำนวน 3 กรณีเพื่อเป็นประเด็นในการซักถามที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

สาเหตุที่ทำให้อุณหภูมิโลกสูงขึ้น

ในกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อมสูงส่วนใหญ่จะนึกถึงอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ที่มีสาร CFC ที่ก่อให้เกิดปฏิกิริยาเรือนกระจกส่งผลให้ชั้นโอโซนบางลงและมีผลในที่สุดคือทำให้โลกร้อนขึ้น แต่ในกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อมต่ำได้กล่าวถึงสาเหตุของการทำให้โลกร้อนขึ้นในลักษณะผสมผสานกันระหว่างหลายสาเหตุเช่นการปล่อยของเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม การตัดไม้ทำลายป่า รวมถึง “ทุกอาชีพมีส่วนทำให้โลกร้อนขึ้น” ซึ่งจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความเกี่ยวพันสูงสามารถระบุชี้ชัดถึงสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาโลกร้อนได้ถูกต้องตรงประเด็นมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวพันต่ำจะให้สาเหตุของปัญหาในลักษณะคลุมเครือ

การขยายผลกระทบของการทิ้งโฟมพลาสติก

ในกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความเกี่ยวพันสูงกับสิ่งแวดล้อมแสดงความเห็นว่าแม้โฟมพลาสติกจะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนำไปทิ้งไว้ เพราะจะมีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบนำไปกำจัดที่อื่นก็ตามแต่ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมย่อมเกิดขึ้นวนเวียนกันอยู่ในประเทศ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นถึงแนวทางออกที่ควรจะต้องแก้ไขปัญหเพิ่มเติมด้วยว่า “อาจให้มีการกำหนดมาตรการบังคับใช้พลาสติกชนิด Recycle ก็จะได้” และยังมีคำถามถึงการแก้ปัญหาที่เกิดจากการใช้โฟมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องว่า “เป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ที่จะจัดการอย่างไรให้ไม่มีมลภาวะ” ซึ่งเป็นที่น่าสังเกตว่าลักษณะการตอบของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อมสูงนั้นจะมองในแง่มุมที่ลึกกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความ

เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมต่ำซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเรียนรู้ว่าการใช้โฟมพลาสติกมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่เห็นว่าในระดับปัจเจกบุคคลแล้ว “การทำแค่ทิ้งลงในถังขยะก็ดีแล้ว”

โดยผลการวิจัยที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวพันสามารถนำมาจำแนกประเด็นได้ตามเกณฑ์ในเรื่องระดับการแก้ไขปัญหามลพิษของ กาญจนา แก้วเทพ (2536) ได้ดังนี้

ระดับการแก้ไขปัญหา	กลุ่มตัวอย่างจากการสนทนากลุ่ม	
	High Involvement	Low Involvement
แก่นิสัยส่วนตัว	ทิ้งให้ลงถังขยะ	ทิ้งให้ลงถังขยะ
มีระบบการจัดการ	เจ้าหน้าที่ของรัฐต้องมีความรับผิดชอบในการจัดการกับขยะ	-
การแก้ไขโครงสร้างทางสังคมและโครงสร้างการผลิต	ออกมาตรการใช้พลาสติกชนิด Recycle	-

กรณีที่สัตว์ป่ากินถุงพลาสติก

ผลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวพันสูงกับสิ่งแวดล้อมมีความเห็นสอดคล้องกันว่าทำให้เกิดความผิดปกติของระบบย่อยอาหารจนถึงกับทำให้สัตว์ป่าเสียชีวิตได้ ซึ่งตรงกับสภาพเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งกับสัตว์ป่าที่อาศัยอยู่ในเขตรวนอุทยานป่าเขาใหญ่ แต่เมื่อถามคำถามเดียวกันกับกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อมต่ำจะให้คำตอบในลักษณะที่ว่า “คงเป็นอันตราย แต่สัตว์ป่าคงรู้และขับสารออกมาเอง” หรือ “สัตว์ป่าจะหาทางเอาถุงออกมาให้ได้ เหมือนกับสุนัขที่บ้านที่เคยกินถุงพลาสติกเข้าไป” ซึ่งจากลักษณะการตอบของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อมต่ำจะเป็นไปในทิศทางที่ไม่แน่ใจถึงผลกระทบในระดับลึกที่จะส่งผลต่อสัตว์ป่าที่อาศัยอยู่ในบริเวณนั้น

โดยจากลักษณะความตระหนักรู้ต่อประเด็นปัญหานี้จะเห็นว่าความตระหนักรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวพันต่ำจะมีลักษณะของความรู้ที่ถูกต้องที่ว่าสัตว์ป่ากินถุงพลาสติกแล้ว “คงจะเป็นอันตราย” แต่เป็นความตระหนักรู้ที่อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวพันสูงจะสามารถชี้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสัตว์ป่าหลังจากกินถุงพลาสติกเข้าไปได้อย่างถูกต้องตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับระดับความตระหนักรู้ของกลุ่มตัว

อย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวพันแล้วนับว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวพันสูงมีความตระหนักรู้ในระดับที่ดีกว่า

3. ความตั้งใจในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ในกรณีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะต้องทำการตัดสินใจเลือกระหว่างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีคุณสมบัติรักษาสิ่งแวดล้อมปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวพันมีความเห็นสอดคล้องกันว่าจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากสารธรรมชาติและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมโดยให้เหตุผลว่าการใช้ผลิตภัณฑ์ที่สกัดจากสารธรรมชาติเป็นสิ่งที่คนไทยคุ้นเคยกันมานานแล้วเช่นการใช้หมักบำรุงผิว เป็นต้น ซึ่งอาจจะเป็นเหตุผลที่สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มว่าในวิถีชีวิตของคนไทยรู้สึกคุ้นเคยกับการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีสารสกัดจากธรรมชาติเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ทำให้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เชื่อต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติน่าจะเป็นไปได้มาก

อย่างไรก็ดีในการให้แสดงความตั้งใจในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับที่ต้องมีการลงทุนลงแรงแล้วกลับปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวพันส่วนใหญ่จะสร้างเงื่อนไขการยอมรับขึ้นมาเป็นตัวกั้นของการตัดสินใจอีกชั้นหนึ่งนอกเหนือจากการคำนึงถึงการรักษาสิ่งแวดล้อม อย่างกรณีการให้จ่ายภาษีเพื่อสิ่งแวดล้อม ในกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อมสูงส่วนใหญ่เต็มใจที่จะสนับสนุนเงินเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมแต่ทั้งนี้นโยบายของรัฐและวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานต้องมีความแน่นอนและชัดเจน รวมทั้งรัฐต้องมีความจริงใจในการเข้าไปแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม แต่ในกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อมต่ำจะมีผู้ที่ยอมที่จะเสียสละทรัพย์เป็นจำนวนน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวพันสูงพร้อมกับสร้างเงื่อนไขในเรื่องของการเงิน ความสะดวกนอกเหนือจากความจริงใจในการทำงานของรัฐ

ในส่วนของประเด็นการแยกขยะก่อนทิ้งนั้น ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวพันให้ความเห็นตรงกันว่าโดยปกติในการทิ้งขยะมักจะไม่แยกขยะออกเป็นขยะเปียกและขยะแห้งเพราะทางรถขนขยะของกรุงเทพมหานครเองเมื่อมารับขยะจากบ้านเรือนก็ยังไม่แยกประเภทขยะออกจากกัน แต่ในการสนทนากลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อมสูงพบว่า มีเพียงคนเดียวที่ให้สัมภาษณ์ว่ามักจะแยกขยะเปียกและขยะแห้งออกจากกันก่อน ที่ทำเช่นนั้นก็เพราะว่าบิดามารดาเป็นคนที่น่าสนใจในสิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงการแสดงพฤติกรรมที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและจะคอยสั่งสอนให้ปฏิบัติเช่นนี้เป็นประจำ ซึ่งลักษณะพฤติกรรมดังกล่าวเป็นการประพฤติปฏิบัติที่เกิดจากการทำตามตัวอย่างที่เห็นอยู่ทุกวัน (Imitation) โดยจะสอดคล้องกับ

ลำดับชั้นของผลกระทบทางการสื่อสารของพวกที่มีระดับความเกี่ยวพันต่ำ ในลักษณะที่จะเริ่มจากการมีความรู้ถึงประโยชน์ในการแยกทิ้งขยะ แต่โดยที่มีอิทธิพลของบิดามารดาเป็นต้นแบบให้ไปสู่ขั้นการปฏิบัติโดยไม่จำเป็นต้องผ่านเข้าขั้นตอนของการก่อให้เกิดทัศนคติต่อการแยกทิ้งขยะ

สำหรับผลการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับระดับความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อมข้างต้นสามารถนำมาสรุปได้ตามตารางดังนี้

มิติของความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อม (Involvement)	ผลการวิจัยจากการสนทนากลุ่ม	
	High Involvement	Low Involvement
1. Interest - ความสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อม - ช่องทางการรับสาร - ปัญหาสิ่งแวดล้อม	- รุนแรง / วิกฤติ - สื่อโทรทัศน์ - มลพิษทางอากาศ	- รุนแรง - สื่อโทรทัศน์ - มลพิษทางอากาศ
2. Concern (ความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อม)	- มีความเข้าใจถึงสาเหตุที่ก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างดีและสามารถเสนอแนวทางแก้ไขได้	- เข้าใจถึงสาเหตุและรู้ทางออกเฉพาะระดับบุคคล ซึ่งอาจจัดได้ว่าเป็นความตระหนักรู้ในระดับปานกลาง
3. Commitment (ความตั้งใจในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)	- เต็มใจที่จะเริ่มกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ตนเองก่อน - ยอมลงทุนทรัพย์แต่ต้องการความจริงจังในการทำงานของรัฐ - ยอมลงทุนทางสติปัญญาโดยการร่วมให้ความคิดเห็น	- เช่นเดียวกัน - ส่วนน้อยยอมรับที่จะลงทุนทรัพย์แต่มีเงื่อนไขหลายประการ : ความสะดวก การเงิน คุณภาพ และความจริงจังในการทำงานของรัฐ - ลงทุนทางสติปัญญาอาจเป็นไปได้หากมีการพัฒนาทางความรู้มากกว่านี้

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาการรับรู้ความหมายของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

ความเข้าใจและการตีความหมายของภาพโฆษณา

กลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวข้องมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของการโฆษณาเป็นไปในแนวเดียวกันว่าภาพโฆษณาดังกล่าวต้องการสื่อความหมายให้คนไทยมีความตระหนักต่อการรักษาสถานที่ท่องเที่ยวที่เปรียบเสมือน “สิ่งล้ำค่า” มี “ความสวยงาม” แต่ถ้าหากคนไทยที่เข้าไปเที่ยวตามสถานที่ต่างๆแล้วนำขยะไปทิ้งก็เท่ากับเป็นการทำลายความสวยงามของโบราณวัตถุและธรรมชาติที่แวดล้อมสถานที่ท่องเที่ยวของชาติ

นอกจากนั้นในกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมสูงยังได้โยงความสัมพันธ์ของภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่มีแหล่งกำเนิดมาจากธรรมชาติและวัฒนธรรมของมนุษย์โดยให้ความหมายที่เน้นถึงความมี “คุณค่า” ในแง่ของความสวยงามและความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ซึ่งต่างจากสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเช่น ขยะ ก็จะไปทำลายความสวยงามของธรรมชาติและความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ รวมทั้งยังเป็นภัยกับมนุษย์ด้วยกันเองอีกซึ่งเป็นการตีความหมายในระดับนัย (Connotation) ส่วนในกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมต่ำจะเข้าใจความหมายของภาพโฆษณาว่าต้องการสื่อถึงคนไทยโดยตรงให้ตระหนักถึงการไม่ทำลายสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นสมบัติของชาติ ซึ่งเป็นการตีความหมายตามสารอวัจนภาษา ที่ปรากฏในสื่อโฆษณาอย่างตรงไปตรงมาในลักษณะ Denotation หรือความหมายโดยอรรถ

การอธิบายความหมายของสิ่งที่ตรงข้ามเป็นรายคู่ (Binary Opposition)

- ประเด็นของการยกย่องกับการทำลาย

กลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวข้องมีความเห็นตรงกันว่าภาพโฆษณาดังกล่าวสื่อความหมายถึงประเด็นการยกย่องโดยคัดเลือกเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการประกาศยกย่องมานำเสนอและได้แสดงถึงความขัดแย้งกับภาพของขยะที่จะสร้างปัญหามลภาวะและความไม่สวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเท่ากับเป็นการทำลายด้วยน้ำมือของคนไทย

- ประเด็นของภาพขนาดใหญ่กับภาพขนาดเล็ก

กลุ่มตัวอย่างที่มาจากกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมสูงมองเห็นว่าภาพของขยะขนาดใหญ่ทำให้เกิดความรู้สึกกลัวว่าจะจะเป็นสิ่งที่ทำลายธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งใช้

สเกลที่มีขนาดเล็กกว่าภาพของเศษขยะซึ่งเป็นความสามารถในการตีความหมายในระดับนัย (Connotation) ทั้งนี้การที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกกลัวเช่นนี้น่าจะมาจากประสิทธิภาพของการใช้จุดเข้าใจที่เป็นการสร้างภาพความน่าเกลียดของขยะขนาดใหญ่ แต่ในกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมต่ำกลับมองภาพขนาดใหญ่ของขยะที่สื่อความหมายถึงปริมาณขยะที่จะถูกสะสมทำให้สถานที่ท่องเที่ยวลดความสวยงามลงได้ ซึ่งเป็นการตีความหมายในระดับอรรถ (Denotation) เพราะจากการสัมภาษณ์นักสร้างสรรค์ภาพโฆษณาชุดนี้ถึงความตั้งใจที่ใช้สเกลของภาพแตกต่างกันนั้นก็เพื่อต้องการที่จะสื่อความหมายของการกระทำของนักท่องเที่ยวที่ทำกับสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ ดังที่ถอดบทสัมภาษณ์ถึงแรงจูงใจที่ใช้สเกลของภาพในลักษณะนี้ว่า

“อยากให้เกิดความรู้สึกว่าคุณจะใช้เกาะนี้เป็นเพียงที่ทิ้งบูหรี่หรือ / ภาพของขวดแตกที่ตกอยู่ตามน้ำตกก็เช่นเดียวกันที่ต้องการให้รู้สึกถึงของมีคมที่ถูกทิ้งไว้” (คุณมนตรีรัตน์ บันฑุกัมพล, สัมภาษณ์)

จากผลการวิจัยในประเด็นประสิทธิภาพของการใช้จุดเข้าใจในเชิงลบ (Negative Appeal) ในเนื้อหาสามารถกระตุ้นเร้าความรู้สึกให้กลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมสูงได้นั้น ผลที่ได้ดังกล่าวมีความแตกต่างจากข้ออธิบายของ Kotler (1989) ที่พบว่าการใช้เนื้อหาสาระที่กระตุ้นเร้าด้วยความกลัวมักจะมีประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจได้ดีกับกลุ่มเป้าหมายที่ยังไม่มีความตระหนักมากนักกับประเด็นปัญหาที่กำลังทำการรณรงค์และจะไม่มีผลกระทบอันใดเลยกับกลุ่มที่มีความตระหนักดีอยู่แล้วกับประเด็นปัญหา

- ประเด็นของการนำเสนอภาพสีกระด้ากระด้างของสตูโปโบราณและขวดพลาสติกเป็นโคลน

กลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวข้องสามารถเข้าใจความหมายของการใช้สีกระด้ากระด้างของสตูโปโบราณซึ่งแสดงให้เห็นถึงความมีอายุอันยาวนานบ่งบอกถึงควมมีคุณค่าที่ควรหวงแหนรักษาไว้ แต่สีกระด้ากระด้างของขวดพลาสติกกลับกลายเป็นสิ่งที่ไม่มีความสำคัญอะไรเลย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างท่านหนึ่งได้ให้ความเห็นที่ลึกซึ้งว่า “สีกระด้ากระด้างของสตูโปโบราณบ่งบอกถึงความเก่าแก่และอายุยืนยาว ถ้าคนไทยไม่รักษาก็จะพังทลายไปก่อนขวดพลาสติกซึ่งกว่าจะสลายตัวได้ก็ต้องอาศัยเวลาหลายสิบปี” ซึ่งเป็นการให้ความหมายโดยโยงความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท (Text) และ บริบท (Context) ซึ่งเมื่อมีสีกระด้ากระด้าง (Text) ไปปรากฏบนสตูโปโบราณในสมัยอยุธยา (Context) ก็จะทำให้ความหมายของการยกย่องว่าเป็นสิ่งที่มีความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์

ซึ่งต่างจากสื่อกระดาษที่ปรากฏบนขวดพลาสติกที่ให้ความหมายถึงสิ่งของเหลือใช้ที่ถูกทิ้งขว้าง

การสะท้อนสภาพความเป็นจริงของปัญหาสิ่งแวดล้อม

ภาพโฆษณาแต่ละภาพจะแสดงถึงความตั้งใจที่จะสะท้อนสภาพความเป็นจริงของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากความมั่งคั่งของคนไทยซึ่งแต่ละประเด็นได้นำไปใช้เป็นคำถามสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแล้วปรากฏผลดังนี้

- ฝูงพลาสติกกับปะการัง

กลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวพันแสดงความคิดเห็นถึงผลกระทบของการมีสิ่งแปลกปลอมเช่น ฝูงพลาสติกใต้ท้องทะเล ได้เหมือนกันว่าจะทำให้สูญเสียความสมดุลของระบบนิเวศวิทยาทำให้ปะการังซึ่งเป็นแหล่งอาหารของสิ่งมีชีวิตถูกทำลายลง รวมทั้งสูญเสียความสวยงามของใต้ท้องทะเล

- ขวดแตกกับต้นไม้

กลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวพันเห็นพ้องกันว่าภาพของขวดแตกที่มีความแหลมคมจะเป็นอันตรายกับมนุษย์และสัตว์ป่าโดยตรงซึ่งเป็นการตีความหมายในระดับอรรถ (Denotation) เท่านั้น

ประสิทธิภาพของงานโฆษณา

กลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวพันเห็นเหมือนกันว่าภาพโฆษณาชุดดังกล่าวช่วยกระตุ้นจิตสำนึกให้รู้สึกห่วงแหนธรรมชาติและโบราณสถานของชาติทำให้เกิดความรู้สึกว่า “ครั้งต่อไปถ้าไปเที่ยว ก็จะต้องระวัง” ซึ่งนับว่าเป็นกลยุทธ์ที่ใช้ได้ดีกับการสร้างจิตสำนึกของผู้รับสาร

นอกจากนั้น จุดเร้าใจที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่านำเสนอได้ดีคือการเสนอความขัดแย้งโดยการเลือกใช้ภาพมาเปรียบเทียบกันในสัดส่วนของภาพที่แตกต่างกัน รวมทั้งลายเส้นของภาพที่ให้ความรู้สึกของสภาพขณะที่เหมือนจริงอย่างไรในภาพโฆษณาชุด “ ความภูมิใจ ” ซึ่งใช้ภาพของก้นบุหรี่ที่อยู่ในสภาพหักงอกำลังถูกปักลงบนพื้นหาดทรายซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ความหมายแบบ Metonymy ในลักษณะของการนำสิ่งที่เห็นอยู่ (ภาพของก้นบุหรี่บนชายหาดทราย) ไปโยงความสัมพันธ์กับสิ่งที่รู้จักกันโดยทั่วไป (อาจจะเป็นภาชนะเขี่ยบุหรี่)

แรงจูงใจที่จะเข้าร่วมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

เหตุผลที่เป็นแรงผลักดันในการเข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองระดับความเกี่ยวพันมาจากการให้ความสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัญหาร่วมกันและมนุษย์เองก็ต้องอยู่กับปัญหาสิ่งแวดล้อมไปอีกนานและปัญหาสิ่งแวดล้อมก็อาจจะย้อนกลับมามีผลกระทบต่อตนเอง (The Fear of Threat) ดังนั้นทางแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมจึงควรเริ่มกิจกรรมการอนุรักษ์ในระดับปัจเจกบุคคลเสียก่อน อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อมสูงยังแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าเมื่อตนเองมีการพัฒนาความรู้ที่สามารถนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมแล้ว ก็อาจจะเข้าร่วมในเวทีแสดงความคิดเห็นก็ได้ แต่ในกลุ่ม ตัวอย่างที่มีความเกี่ยวพันกับสิ่งแวดล้อมต่ำมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาตนเองก่อน และหากจะให้ไปชักชวนบุคคลอื่นให้ร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมคงต้องดูปัจจัยแวดล้อมเสียก่อน เช่น ความสัมพันธ์ใกล้ชิดหรือไม่ เพราะเกรงว่าจะไม่ยอมรับการชี้แนะ

จากผลการวิจัยในส่วนของการรับรู้ความหมายของเนื้อหาสารในสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ชุดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ตามตารางดังนี้

มิติของการรับรู้	ผลการวิจัยจากการสนทนากลุ่ม	
	High Involvement	Low Involvement
ความเข้าใจในความหมายของภาพ	- เข้าใจในวัตถุประสงค์ของภาพโฆษณาที่ต้องการจะกระตุ้นจิตสำนึกของคนไทยให้รักษาสิ่งแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	- เช่นเดียวกัน
การให้ความหมายของสิ่งที่ตรงกันข้าม (Binary Opposition)		
- การยกย่องกับการทำลาย	- ความสวยงาม/ความเก่าแก่ตรงข้ามกับความสกปรก	- เช่นเดียวกัน
- ภาพขนาดใหญ่และเล็ก	- รู้สึกกลัวว่าเป็นการกระทำที่ทำลาย	- รู้สึกถึงปริมาณขยะที่ล้นสมไว้ในสถานที่ท่องเที่ยว
- สีกระดากต่าง	- ความเก่าแก่ของสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า ตรงข้ามกับขวดพลาสติกที่ย่อยสลายได้ยากอยู่คงทนเหมือนกันแต่ไม่มีคุณค่า	- เช่นเดียวกัน

มิติของการรับรู้	ผลการวิจัยจากการสนทนากลุ่ม	
	High Involvement	Low Involvement
-การสะท้อนภาพความเป็นจริงของปัญหา - ถูงพลาสติกกับปะการัง - ขวดแตกกับต้นไม้	- ทำลายระบบนิเวศและความสวยงาม - อันตรายเป็นมนุษย์และสัตว์	- เช่นเดียวกัน - เช่นเดียวกัน
ประสิทธิภาพของงานโฆษณา	- สามารถกระตุ้นจิตสำนึก	- เช่นเดียวกัน
แรงจูงใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์	- กลัวผลกระทบของปัญหาสิ่งแวดล้อมจะเกิดขึ้นกับตนเอง	- เช่นเดียวกัน