

บทความสังเคราะห์งานวิจัย

“ความรู้เท่าทันสื่อประเภทข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของคนในเมืองใหญ่:

ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านความรู้คิด”

.....

อ.ดร.ดวงแก้ว เจริญสวัสดิ์กิจ

สาขาสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

ผลงานนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนวิจัยคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2563

ประเทศไทยมีความเสี่ยงด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอยู่ในลำดับที่ 9 ของโลกจากการจัดอันดับประเทศที่มีความเสี่ยงในระยะยาวจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเมื่อปี 2561 (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ 2563) อย่างไรก็ตามเนื้อหาข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศช่วงปี 2011-2013 ในหนังสือพิมพ์ กลับเป็นข่าวที่นำเสนอประเด็นการปรับตัวเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเพียง 224 ชิ้นข่าวหรือร้อยละ 11.60 ของจำนวนข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทั้งหมดที่พบในหนังสือพิมพ์รายวัน (จารุวรรณ เกษมทรัพย์ 2559) นอกจากนั้นสื่อมวลชนมักใช้แหล่งข่าวที่เป็นนักการเมืองและเจ้าหน้าที่ของรัฐและแฝงไว้ด้วยวาทกรรมชาตินิยม (nationalism discourse) วาทกรรมเศรษฐกิจพอเพียง (sufficiency economy discourse) และวาทกรรมการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainability development discourse) ในเนื้อหาข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ดังนั้นข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจึงถูกนำไปเชื่อมโยงกับวาทกรรมเหล่านี้เพื่อสนับสนุนความชอบธรรมในการบริหารจัดการด้านพลังงานของรัฐ มากกว่าจะมุ่งนำเสนอข้อเท็จจริงเชิงวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมรวมทั้งผลกระทบในเชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ประเทศไทย นอกจากนั้นการสื่อสารขององค์กรธุรกิจด้านการรับผิดชอบต่อสังคมกลับสร้างผลกระทบให้เกิดปัญหา “greenwashing” ซึ่งในที่นี้อาจใช้ภาษาไทยได้ว่า “การฟอกเขียว” ผ่านการสื่อสารโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ขององค์กรธุรกิจ (Alves 2009; Baum 2012; Jones 2019)

การวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งศึกษาว่าผู้บริโภคข่าวนั้นมีความรู้เท่าทันสื่อประเภทข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมากน้อยเพียงใด และปัจจัยใดบ้างที่มีส่วนส่งเสริมให้เกิดความรู้เท่าทันสื่อขึ้น โดยอาศัยกรอบแนวคิดความรู้เท่าทันสื่อในมิติความรู้คิด (Potter, 2004) และกลุ่มทฤษฎีเชิงวิพากษ์ด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองของการผลิตข่าว (political-economy of news production) การวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ

(survey research) แบบเก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (cross – sectional study) ในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 557 คน เป็นคนวัยทำงาน อายุ 20-60 ปี ในกรุงเทพมหานคร และมีระดับการศึกษา เทียบเท่าและสูงกว่าปริญญาตรี เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาพบว่าแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับสื่อประเภทข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับมาก แต่กลับมีทักษะรู้เท่าทันสื่อประเภทข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับต่ำ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางสูง และมีความตระหนักเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศระดับปานกลาง โดยตระหนักเรื่องความเสี่ยงทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสูงที่สุด แต่มีความตระหนักในประเด็นความเสี่ยงทางสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นกับท้องถิ่นน้อยที่สุด ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples T-Test) การวิเคราะห์ค่าความแปรปรวน (ANOVA) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ที่ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าความตระหนักเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทักษะรู้เท่าทันสื่อประเภทข่าวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในระดับปานกลาง ($R=0.490204$) ส่วนความรู้เรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับหลายตัวแปร ได้แก่ ความตระหนักเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความรู้เกี่ยวกับสื่อประเภทข่าวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และทักษะรู้เท่าทันสื่อประเภทข่าวด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำทั้งหมด ($R=0.177308$, $R=0.151289202$, $R=0.18465452$) ทั้งนี้ผู้วิจัยยังพบว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษา รายได้ส่วนตัวต่อเดือน และวิถีชีวิตของกลุ่มตัวอย่างเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับความรู้เรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ส่วนเพศและอายุนั้นไม่มีความสัมพันธ์ทางสถิติกับปัจจัยอื่น ผลการวิจัยพบว่าผู้ที่มีวิถีชีวิตนอกเมืองจะมีทั้งความรู้เรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และทักษะรู้เท่าทันสื่อประเภทข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มากกว่าผู้ที่มีวิถีชีวิตในเมือง นอกจากนี้ผู้ที่มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือนต่ำกว่าจะมีระดับความตระหนักเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศมากกว่าผู้ที่มีรายได้สูงกว่า ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะทำให้ผู้รับสารมีทักษะรู้เท่าทันสื่อที่ใช้การได้ในภาคปฏิบัติก็คือความตระหนักเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศซึ่งผู้รับสารที่มีวิถีชีวิตในเมืองต้องสามารถเชื่อมโยงความเสี่ยงดังกล่าวกับบริบทในท้องถิ่นและชีวิตประจำวันของตนเอง ส่วนความรู้เรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความรู้เกี่ยวกับสื่อนั้นเป็นสองปัจจัยรองที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคข่าวการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศกลุ่มวัยทำงานที่มีวิถีชีวิตในเมืองใหญ่รู้เท่าทันวาทกรรมและอุดมการณ์ทางสิ่งแวดล้อมในข่าวได้เช่นกัน

