

องค์ความรู้ที่ได้จากโครงการบริการทางวิชาการ  
**“คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา”** ในด้านประชาสัมพันธ์  
**กรณีชุมชนเทพลีลา**

ความรู้ด้านแนวคิดทฤษฎี ด้านการประชาสัมพันธ์ที่ได้เรียนรู้ และประยุกต์ใช้จากโครงการ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” ประกอบด้วย

1. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ประชาสัมพันธ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์สาระบันเทิงเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Edutainment for PR)
4. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication)
5. แนวคิดเกี่ยวกับกิจกรรมพิเศษในงานประชาสัมพันธ์ (Event for PR)
6. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะและพฤติกรรม (Knowledge-Attitude-Practice :KAP)
7. แนวคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

**ด้านการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ในการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ**  
**โครงการต้นแบบ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” (กลยุทธ์สาระบันเทิง Edutainment)**

1. **กลุ่มโรงเรียนวัดเทพลีลา** : (กลุ่มเป้าหมายการรณรงค์ : ผู้อำนวยการ ครู และนักเรียน) พบว่า

**ความเหมาะสมของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์แบบสาระบันเทิง (Edutainment)**

การนำกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์แบบสาระบันเทิง (Edutainment) มาใช้กับโครงการต้นแบบ เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์คลองแสนแสบกับกลุ่มโรงเรียนวัดเทพลีลา พบว่ามีความเหมาะสมในระดับดีมาก สามารถกระตุ้นความสนใจและการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายเกิดความจดจำ สนใจใคร่รู้และต้องการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบสาระบันเทิง (Edutainment) วิธีรักษาคงง่าย ๆ โดยการไม่ทิ้งขยะลงคลองแสนแสบ มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดีมาก สามารถเข้าถึงการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี โดยโครงการต้นแบบ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” ดึงดูดความสนใจด้วยรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย สร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้น ด้วย บรรยากาศที่สนุกสนาน เป็นกันเอง ภายใต้ระยะเวลาที่เหมาะสม ประมาณ 2-3 ชั่วโมง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรายละเอียดของกิจกรรมร่วมด้วย ซึ่งควรมีสิ่งจูงใจหรือของรางวัลประกอบการทำกิจกรรม โดยมุ่งเน้นการตอบแทนหรือให้ของรางวัลที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงความภาคภูมิใจที่ได้รับเป็น สำคัญ นอกจากนี้ สถานที่จัดกิจกรรมยังเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง ภายใต้บริบทของรูปแบบการใช้พื้นที่ของแต่ละกิจกรรม อีกทั้ง การสร้างบรรยากาศที่สอดคล้องกับการนำเสนอกิจกรรม เพื่อดึงดูดความสนใจให้เด็กนักเรียนสามารถจดจำ และมีส่วนร่วมได้อย่างทั่วถึงทุกคน จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการกำหนดช่วงเวลาและจำนวนเด็กนักเรียนที่เข้าร่วมได้อย่างเหมาะสม

### ความเหมาะสมต่อรูปแบบกิจกรรม

การนำกลยุทธ์สาระบันเทิง มาประยุกต์ใช้กับรูปแบบกิจกรรมต่างๆ กิจกรรมที่สามารถสร้างความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และสอดแทรกสาระความรู้ แรงคิด กระตุ้นความรู้สึกรักและหวงแหนคลองแสนแสบได้ จะได้รับสนใจและการจดจำเป็นพิเศษ ตามมาด้วย กิจกรรมการทำน้ำหมักชีวภาพ แล้วเทลงคลอง จะนำไปสู่การรู้สึกภาคภูมิใจที่ตนเองได้มีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ เพื่อช่วยกันดูแลหรือแก้ปัญหาได้บ้าง และสุดท้ายกิจกรรมที่เน้นความสนุกสนานเป็นสำคัญ และสอดแทรกสาระแรงคิดความรู้ที่ไม่ชัดเจนนั้น จะส่งผลต่อการจดจำและความพึงพอใจของเด็กนักเรียนน้อยลงตามลำดับ

รูปแบบกิจกรรมที่เน้นกลยุทธ์สาระบันเทิง (Edutainment) สอดแทรกเรื่องราวเนื้อหาเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกสาธารณะในการดูแลรักษาคลองแสนแสบ ผ่านการแสดงบนเวที โดยมีสื่อพิเศษ Mascot น่องคลองใสเป็นส่วนหนึ่งในการผูกเรื่องราว ได้ส่งผลต่อการจดจำและการประทับใจกับนักเรียนที่ได้รับชมได้ดีที่สุด

### ความเหมาะสมต่อสื่อประชาสัมพันธ์

ในส่วนของสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ซึ่งใช้ในโครงการต้นแบบ “คืนคลองสวยใสให้ชุมชนของเรา” มุ่งเน้นรูปแบบสีสันที่น่าสนใจ มีภาพวาด การ์ตูน และข้อความที่กระชับ สื่อความหมายชัดเจน เข้าใจง่าย ด้วยวิธีการง่ายๆ ไม่ทิ้งขยะลงคลอง อีกทั้งจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ก่อนการจัดกิจกรรม ทั้งโปสเตอร์ และสื่อบุคคล เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจก่อนเข้าร่วมกิจกรรม จะส่งผลต่อการรับรู้ของเด็กนักเรียน โดยมีครูผู้สอนคอยเน้นย้ำและผลักดันให้เกิดการสื่อสารได้ นอกจากนี้ การนำของรางวัลหรือสิ่งตอบแทนเพื่อกระตุ้นให้มีส่วนร่วมและดึงดูดความสนใจให้เข้าร่วมกิจกรรมได้เช่นกัน

ส่วนสื่อพิเศษ ตัวนำโชค Mascot น่องคลองใส สามารถสร้างความประทับใจและการจดจำได้เป็นอย่างดี อีกทั้งนำมาสอดแทรกกับกิจกรรมต่าง ๆ อาทิเช่น การแสดงละครเร่ ร่วมใจ คืนความสดใสให้คลองแสนแสบ สอดแทรกเนื้อเรื่องที่มี Mascot น่องคลองใส เป็นหนึ่งในตัวละครของเรื่อง โดยแฝงแง่คิดการปลูกฝังจิตสำนึกสาธารณะในการดูแลรักษาคลองแสนแสบ รู้รักและหวงแหนคลองแสนแสบ ตามกลยุทธ์สาระบันเทิง (Edutainment) ซึ่งได้รับการตอบรับในการกระตุ้นจิตสำนึกดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

**ประสิทธิผลของโครงการต้นแบบ “คืนคลองสวยใสให้ชุมชนของเรา” ในด้านความรู้ ทักษะคิด การตระหนัก และพฤติกรรมในการมีส่วนร่วมสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบ**

### ด้านความรู้ ความเข้าใจ (Knowledge)

เด็กนักเรียน ได้รับรู้พื้นฐานจากโรงเรียนในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ โดยสอดแทรกอยู่ในบทเรียนแต่ละรายวิชา ดังนั้น โครงการต้นแบบดังกล่าว จึงทำหน้าที่ในการต่อยอดความรู้ให้ชัดเจนขึ้น และกระตุ้นให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ที่เด็กนักเรียนสามารถทำได้ด้วยตัวเองด้วยวิธีการง่าย ๆ ไม่ยุ่งยาก เพียงแค่การไม่ทิ้งขยะลงคลอง และการทำน้ำหมักชีวภาพ ก็สามารถช่วยอนุรักษ์คลองแสนแสบได้ ซึ่งถือเป็นการเน้นย้ำความรู้ความเข้าใจเพื่อนำไปปฏิบัติต่อ

## ทัศนคติและการตระหนักรู้

การปลูกฝังทัศนคติและการตระหนักรู้ในการดูแลรักษาคลองแสนแสบ ผ่านกิจกรรมและสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ที่เน้นรูปแบบที่หลากหลาย สนุกสนาน สอดแทรกแง่คิด กระตุ้นความรู้สึกรักและหวงแหนคลองแสนแสบ โดยเชื่อมโยงกับสภาพความเป็นอยู่จริงที่เด็กนักเรียนได้พบเจอกับปัญหาการเน่าเสียของคลองแสนแสบ ทั้งจากบ้าน และโรงเรียน ที่มีที่ตั้งติดริมคลองแสนแสบ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างโรงเรียนวัดเทพศิลา เกิดทัศนคติและการตระหนักรู้ในการมีส่วนร่วมแก้ปัญหาคลองแสนแสบได้อย่างจริงจังมากขึ้น อีกทั้งยังมีความคิด และความคาดหวังที่จะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพน้ำในคลองแสนแสบให้ดีขึ้น นอกจากนี้ นโยบายการดูแลรักษาความสะอาดภายในโรงเรียน ยังเป็นส่วนสำคัญอีกทางหนึ่งในการย้ำเตือนการมีวินัย และตระหนักรู้ในความสะอาดของพื้นที่ใช้สอยที่ต้องดูแลรักษา

## จิตสำนึกสาธารณะและพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

จากประสิทธิผลที่เกิดขึ้นส่งผลอย่างชัดเจนถึงพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาคลองแสนแสบของเด็กนักเรียน โรงเรียนวัดเทพศิลา เกิดการตระหนักรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งตนเองและครอบครัวอาจได้รับผลกระทบได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม จึงนำไปสู่การนำความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากการทำกิจกรรมต่างๆ ไปใช้ในวิถีชีวิตประจำวัน คือ การไม่ทิ้งขยะลงคลองแสนแสบ และการทำน้ำหมักชีวภาพ ถ่ายทอดทัศนคติดังกล่าว ไปยังบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อน ครอบครัว ให้ตระหนักถึงโทษภัยของการไม่ดูแลรักษาคลองแสนแสบ โดยไม่ซ้ำเติมปัญหาให้มากขึ้นจากที่มีอยู่เดิม

## 2. กลุ่มชุมชนเทพศิลา (กลุ่มเป้าหมายการรณรงค์ : ผู้นำชุมชน ชาวบ้านและเครือข่ายสถาบันที่ร่วมรณรงค์)

ความเหมาะสมของกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) ที่ใช้ในโครงการต้นแบบ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา” ในการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ และแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ดังกล่าวสามารถกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาคลองแสนแสบ ซึ่งเป็นการนำประเด็นที่คนในชุมชนรับรู้และเข้าใจเป็นเบื้องต้น ทั้งเรื่องการคัดแยกขยะและปัญหาสุขภาพอันเนื่องมาจากการเน่าเสียของน้ำในคลอง โดยเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ความเกี่ยวข้องระหว่างสุขภาพกับการรักษาความสะอาดของคลองแสนแสบ ที่สามารถกระทำได้อีกทั้งยังเป็นปัญหาที่มีความกังวลใจเป็นพื้นฐาน ดังนั้น การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายชุมชน โดยผ่านผู้นำและเครือข่ายต่างๆ จึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือ และการสานสัมพันธ์ไมตรีกับคนในชุมชน ที่เน้นความสัมพันธ์ส่วนตัวเป็นสำคัญ

อีกทั้ง ช่องทางการสื่อสารของชุมชน เช่น เสียงตามสาย หอกระจายข่าว หรือการบอกปากต่อปาก (Word of Mouth) ไปสิ่งจำเป็นในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ของโครงการฯ อันจะนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมต่างๆ ได้ดี นอกจากนี้ การเสริมแรงจูงใจโดยให้ของรางวัลหรือสิ่งของจูงใจแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ยังสามารถสร้างความสนใจได้

ประสิทธิผลของโครงการต้นแบบ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา ” ในด้านความรู้ ทักษะ การตระหนัก และพฤติกรรมในการมีส่วนร่วมสร้างจิตสำนึกอนุรักษ์คลองแสนแสบ

### ด้านความรู้ ความเข้าใจ (Knowledge)

จากกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) มาประยุกต์ใช้กับกิจกรรมต่างๆ สามารถสร้างความรู้ ความเข้าใจ ที่มีอยู่เดิมของคนในชุมชนให้เพิ่มมากขึ้นได้ ทั้งความรู้เรื่อง การคัดแยกขยะ ที่ถูกต้อง เรื่องสุขภาพที่ดี ถ้าชุมชนดูแลความสะอาดคลองแสนแสบ ซึ่งล้วนจะส่งผลกับมาอย่างผู้พักอาศัยได้ทั้งสิ้น

### ทัศนคติและการตระหนัก

กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมรณรงค์มีความคิด ความรู้สึก รักและหวงแหนคลองแสนแสบ รู้สึกผูกพันว่าคลองแสนแสบเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตและชุมชน อีกทั้ง ตระหนักถึงพิษภัย และโรคร้ายต่างๆ ที่จะมากับขยะในคลองแสนแสบ จนทำให้น้ำเน่าเสีย และเกิดทัศนคติการมีส่วนร่วมในการต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ไขปัญหา นอกจากนี้ยังมีทัศนคติที่ต้องการให้ผู้อื่นหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาแก้ไขปัญหาคลองแสนแสบอย่างจริงจัง และต่อเนื่อง ให้เกิดเป็นรูปธรรมชัดเจน เพื่อผลักดันภาคส่วนอื่นๆ ทั้งโรงงาน อาคารหอพัก ชุมชนอื่นๆ ร่วมมือร่วมใจดูแลรักษาคลองแสนแสบเช่นกัน

### จิตสำนึกสาธารณะและพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

ความรู้ความเข้าใจที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมได้นำไปประยุกต์กับครอบครัว ทั้งในเรื่องของการคัดแยกขยะ เพื่อสร้างรายได้เสริม และการกวาดค้นกับความสะอาดของแหล่งน้ำใกล้บ้าน ทั้งขยะให้เป็นที่ เพื่อป้องกันโรคร้ายจากน้ำเน่าเสีย มีการนำมาปฏิบัติกับตนเองและครอบครัวแล้ว ได้มีการบอกต่อไปยังกลุ่มญาติ เพื่อนฝูงและเพื่อนบ้านใกล้เคียง ให้เกิดการตระหนักในการป้องกันและแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการบริการวิชาการ ในประเด็นการประชาสัมพันธ์รณรงค์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม : กรณีศึกษาคลองแสนแสบ (ชุมชนเทพลิลิต)

เป็นการนำแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (PR Strategy) และ แนวคิดเกี่ยวกับจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม มาใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการบริการวิชาการ

1. ข้อเสนอแนะในการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ รูปแบบสาระบันเทิง (Edutainment) รวมทั้งความเหมาะสมของสื่อ กิจกรรมประชาสัมพันธ์โครงการต้นแบบ “คืนคลองสวยใส ให้ชุมชนของเรา ” ในการรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ

ในการดำเนินงานจัดกิจกรรมต่างๆ ในโครงการรณรงค์สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ มีข้อเสนอแนะที่ควรพิจารณาในการจัดงานไว้ดังนี้

1. การจัดกิจกรรมนอกห้องเรียนเป็นการเสริมสร้างการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงของผู้เรียนได้เป็นอย่างดี มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมกับกิจกรรม
2. การสร้างแรงจูงใจในการจัดกิจกรรมเพื่อให้เด็กนักเรียนเกิดความสนใจและมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ ต้องตระหนักทั้งเรื่องระยะเวลา รูปแบบกิจกรรม สื่อประชาสัมพันธ์
3. ต้องคำนึงถึงจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ต้องได้ทำกิจกรรมอย่างทั่วถึง ครอบคลุมทุกคน
4. สื่อประชาสัมพันธ์ ควรสอดแทรกสาระแง่คิด ประกอบไว้อย่างน่าสนใจ เป็นภาพวาด ภาพการ์ตูน ข้อความสั้นกระชับ เข้าใจง่าย

5. ครอบนำสื่อใหม่ โซเชียลมีเดีย ในรูปแบบ Face book ซึ่งกลุ่มเด็กนักเรียนนิยมติดต่อสื่อสารมาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม

6. ภายหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรม ควรรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของเด็กนักเรียน และชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของกิจกรรมและสาระที่ต้องการสอดแทรกให้กับเด็กนักเรียนได้รับ

7. ครอบครัวของเด็กนักเรียน พ่อแม่ ควรมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมการรณรงค์

8. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาตลอดจนเสนาสทั้งภาครัฐและภาคเอกชน หรือหน่วยงานภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในเรื่องการงบประมาณสนับสนุนกิจกรรมโครงการรณรงค์ให้มีความต่อเนื่องยั่งยืน

**2. ข้อเสนอแนะในการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ รูปแบบการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) รวมทั้งความเหมาะสมของสื่อ กิจกรรมประชาสัมพันธ์โครงการต้นแบบ “คืนคลองสวยใสให้ชุมชนของเรา” ในการรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์คลองแสนแสบ**

1. การรณรงค์ในชุมชนมีความหลากหลายของช่วงวัยในการเข้าร่วมกิจกรรม ดังนั้น จำเป็นต้องมีรูปแบบงานที่แยกกลุ่มทำกิจกรรมต่างๆ แตกต่างกันในแต่ละช่วงวัย

2. ระยะเวลาและสถานที่ในการจัดงานต้องเหมาะสมและสะดวกเดินทางแก่ผู้เข้าร่วม อาจกำหนดรูปแบบงาน ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน เข้าร่วมกิจกรรมได้สะดวก

3. ข้อมูลเข้าใจต้องเข้าใจง่าย สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้

4. ประชาสัมพันธ์เชิงรุก ก่อนการจัดกิจกรรมควรแจ้งข่าวโดยตรงไปยังแต่ละบ้านในชุมชน และการผ่านผู้นำชุมชนและเครือข่าย

5. สื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้ในโครงการ มีความน่าสนใจ มีภาพจริงประกอบ ทำให้เข้าใจง่าย สั้น กระชับ ตรงประเด็น เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายรณรงค์

6. เครือข่ายความร่วมมือในการแก้ไขปัญหา ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

**นำไปสู่ Thepleela Model**