

บทที่ 3

การเปิดรับข่าวสารจากโฆษณาบนรถเมล์ให้อนุรักษ์พลังงาน

3.1 การเปิดรับชมภาพยนตร์โฆษณาจากสื่อมวลชน

สังคมในปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเกิดการขยายตัวของสังคมให้เป็นสังคมที่ใหญ่ขึ้น ผู้คนที่อาศัยในสังคมรวมถึงเยาวชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในสังคมก็ได้รับผลการเปลี่ยนแปลงของสังคม และการที่จะทราบถึงเปลี่ยนแปลงของสังคมหรือเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้น ต้องมีการเปิดรับข่าวสาร เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจ เพราะข่าวสารที่ได้รับจะสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตัวเอง รวมถึงการปรับตัวในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม

สื่อมวลชนจึงเข้ามามีบทบาทเพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมากในระยะเวลาอันรวดเร็ว ทำให้เกิดการรับรู้ข่าวสาร และเกิดการติดต่อสื่อสารระหว่างกันเป็นไปได้อย่างความสะดวก

การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ในกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชน การเลือกสื่อที่เหมาะสมนั้นจะทำให้การรณรงค์ประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นที่ค่อนข้างรู้จักรับผิดชอบต่อตัวเอง ดังนั้นในการเลือกใช้สื่อจึงจำเป็นต้องใช้สื่อที่ค่อนข้างให้ผู้รับสื่อได้มีการใช้ความคิด และเป็นสื่อที่ให้ความบันเทิงควบคู่ไปด้วยกัน(อนันต์ธนา อังกินันท์:2527 อ่างในวชิรา รินทร์ศรี:2537)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการ ศึกษาการเปิดรับชมภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ในการรณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงานของ เยาวชน ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง ดังนั้นนอกจากสื่อมวลชนภายในประเทศแล้ว สื่อมวลชนในท้องถิ่นก็มีบทบาทที่สำคัญในการให้ความรู้และข่าวสารแก่เยาวชน เช่นกัน

3.1.1 สื่อมวลชนระดับท้องถิ่น

สื่อมวลชนภายในท้องถิ่นของจังหวัด ลำปางประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ และสื่อภาพยนตร์ แต่เนื่องจากผู้ศึกษาได้ทำการศึกษา แค่สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ ดังนั้นจึงขอล่าถึงเพียง 2 สื่อที่ทำการศึกษา ดังนี้คือ

3.1.1.1 สื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความสำคัญทางด้านการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีผู้ดูเป็นจำนวนมาก และเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อคนทั่วไป ทั้งนี้เพราะผู้รับสารหรือผู้ชมโทรทัศน์สามารถเห็นทั้งภาพและได้ยินเสียงในเวลาเดียวกัน โทรทัศน์ยังสามารถถ่ายทอดไปยังมวลชนทั่วประเทศได้ในสิ่งที่นำเสนอได้พร้อมๆกัน นอกจากนั้นโทรทัศน์ยังเป็นการส่งเสริมการศึกษาซึ่งเป็นการให้ความรู้ทางอ้อม เป็นการส่งเสริมให้เด็กหรือเยาวชนได้มีความคิดตาม และเป็นสื่อที่ใช้ในการส่งเสริมการศึกษาได้อีกทางหนึ่ง

สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอันมากจากผู้ชม และข้อมูลจากการศึกษาพบว่าในกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดดูโทรทัศน์กันทุกคน และในระดับความถี่ที่ดูทุกวันมีผู้ตอบเป็นจำนวนมากที่สุด และในการรับชมโทรทัศน์ในแต่ละช่วงเวลาจะมีระดับของผู้ชมโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน ในช่วงระยะเวลาที่จะมีคนดูโทรทัศน์มากที่สุดคือช่วงเวลา 18.00 - 21.00 น. (อนันต์อนา อังกินันท์ อ่างใน วชิรารินทร์ศรี:2537) และเป็นระยะเวลาที่มีเด็กดูโทรทัศน์มากที่สุดด้วย เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ทุกบ้านรับประทานอาหารเช้า และเป็นเวลาที่พักผ่อน ดังนั้นในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ที่ใช้การโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ ควรใช้ช่วงเวลาในการโฆษณาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

สื่อโทรทัศน์ในท้องถิ่นของจังหวัดลำปางได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 ลำปางหรือช่อง 11 (สทท 11) ในปัจจุบัน เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาคที่มีบทบาทต่อสังคมในส่วนภูมิภาคทางภาคเหนือ เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ที่ขึ้นอยู่กับกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี สถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 8 ลำปาง ตั้งขึ้นในราวปี พ.ศ. 2501 - พ.ศ.2502 (สุวิทย์ หวังภูษเคนทร์ :2508 อ่างในวชิรา รินทร์ศรี:2537) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเครื่องมือของ รัฐบาลเพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อีกทั้งยังเป็นเพราะสถานีวิทยุโทรทัศน์ช่อง 8 ลำปาง ยังตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมในการเป็น ศูนย์กลางของจังหวัดต่างๆในภาคเหนือ และเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับการขยายงานเพิ่มขึ้นในอนาคต

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 ลำปาง เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์ภายใต้การควบคุมของกรมประชาสัมพันธ์ ดังนั้นจึงต้องรับนโยบายจากกรมประชาสัมพันธ์มาเป็นหลักในการดำเนินงาน และในวันที่ 1 พฤษภาคม 2531 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 (สถานีแม่ข่ายทางกรุงเทพฯ) เริ่มทดลองแพร่ภาพออกอากาศและถ่ายทอดรายการไปยังเครือข่ายกรมประชาสัมพันธ์ในส่วนภูมิภาคตามที่กรมประชาสัมพันธ์มีโครงการขยายบริการไปทั่วประเทศ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 จึงทำหน้าที่เป็นแม่ข่ายให้แก่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาคของกรมประชาสัมพันธ์ รวมทั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 8 หรือช่อง 11 ลำปาง

แผนผังของรายการที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 ลำปาง หรือช่อง 11 ในปัจจุบัน มีการจัดทำแผนผังรายการออกเป็น 3 ประเภท(วชิรา รินทร์ศรี:2537) คือ

- 1) แผนผังรายการจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 (สถานีแม่ข่ายทางกรุงเทพฯ) เป็นแผนผังรายการประจำเดือนที่สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ส่งมาให้กับทางสถานีเครือข่ายที่ลำปาง จะมีรายการที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แม่ข่ายเตรียมไว้เพื่อออกอากาศของทางสถานีเองและเพื่อแพร่ภาพออกอากาศพร้อมกันทั่วประเทศ

- 2) แผนผังรายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 หรือช่อง 11 ลำปาง เป็นแผนผังที่ทางฝ่ายควบคุมรายการเป็นผู้จัดทำ โดยพิจารณาจากแผนผังรายการที่ทางสถานีแม่ข่ายส่งมาให้เป็นหลักในการจัดทำแผนผังรายการ
- 3) แผนผังรายการประจำวัน เป็นแผนผังรายการประจำวันสำหรับการออกอากาศทุกวันของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 หรือช่อง 11 ลำปาง

ลักษณะของรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 หรือ ช่อง 11 ลำปาง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- 1) รายการที่มาจาก การถ่ายทอดจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 (สถานีแม่ข่ายจากกรุงเทพฯ) เป็นรายการที่ถ่ายทอดผ่านสัญญาณไมโครเวฟและสัญญาณดาวเทียม แพร่ภาพในระยะเวลาของสถานีวิทยุโทรทัศน์ทางลำปางแบ่งออกเป็นรายการต่างๆ ดังนี้

รายการข่าวเป็นรายการข่าวที่มาจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 แม่ข่าย เป็นการถ่ายทอดข่าวที่มี 2 ช่วง เนื้อหาข่าวเป็นข่าวจากพระราชสำนัก ข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ และข่าวกีฬา

รายการความรู้และสารคดีเป็นรายการความรู้ที่ถ่ายทอดมาจากสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 แม่ข่าย เป็นรายการอภิปราย รายการสนทนาและภาพยนตร์สารคดี ภาพยนตร์ความรู้เฉพาะเรื่อง

รายการบันเทิงเป็นรายการบันเทิงที่ถ่ายทอดมาจากสถานีแม่ข่ายได้แก่ รายการเพลง

การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จากรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ที่เป็นแม่ข่ายจะไม่มีโฆษณา แต่ทางสถานีลูกข่ายสามารถมีโฆษณาได้ เนื่องจากสถานีแม่ข่ายเป็นสถานีเพื่อการศึกษาจึงไม่สามารถมีโฆษณาได้

รายการเพื่อการศึกษาเป็นรายการเพื่อการศึกษาจะเป็นรายการของสถาบันต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช มหาวิทยาลัยรามคำแหงและกระทรวงศึกษาธิการ ทางสถานีลูกข่ายจะต้องถ่ายทอดตามนโยบายของกรมประชาสัมพันธ์

- 2) รายการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 หรือช่อง 11 ลำปาง เป็นรายการที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 8 หรือ ช่อง 11 ลำปางเป็นผู้จัดทำผังรายการเอง ดังนี้คือ

รายการข่าว คือข่าวท้องถิ่น ซึ่งออกอากาศในเวลา 17.30 - 18.00 น. เป็นรายการข่าวที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 8 หรือ ช่อง 11 ลำปางผลิตเองทุกชั้นตอน

รายการความรู้สารถดี แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะคือ

- รายการความรู้และสารถดีของหน่วยงานราชการที่ส่งมาจากส่วนกลาง เป็นเทปโทรทัศน์
- รายการความรู้ที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 11 ลำปางได้ผลิตรายการ ร่วมกับหน่วยงานในส่วนภูมิภาค
- รายการความรู้ที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 11 ลำปางได้ผลิตร่วมกับ ชมรมและสมาคมต่างๆในจังหวัดลำปาง

รายการบันเทิง แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะดังนี้คือ

- รายการที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ลำปางให้ เอกชนเช่า เช่นรายการเพลงเงินล้านของโรงเรียนดนตรีวาทินี
- รายการบันเทิงที่ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ลำปาง ผลิตร่วมกับหน่วยงานเอกชนในท้องถิ่น เช่นร่วมกับชมรมอนุรักษ์ วัฒนธรรม ผลิตรายการซอพื้นเมือง

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์เป็นโฆษณาจากรายการบันเทิงและรายการที่สถานีทางลำปาง ให้เช่าเวลา ส่วนรายการประชาสัมพันธ์ เป็นรายการที่มาจากหน่วยงานราชการส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เช่น รายการที่มาจาก 3 เหล่าทัพ คือ กองทัพบก กองทัพเรือ และกองทัพอากาศและรายการประชาสัมพันธ์จังหวัดในส่วนภูมิภาค เป็นต้น

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 หรือช่อง 11 ลำปางตั้งอยู่ริมถนนพหลโยธิน ตรงหลักกิโลเมตร ที่ 719 ตำบลหัวเวียง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง (ผดุง พงษ์พานิช, 2508อ้างในวชิรา ริทธิ์ศรี:2537)

การดำเนินงานในการแพร่ภาพออกอากาศของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 8 หรือ ช่อง 11ลำปางได้ทำการแพร่ภาพออกอากาศในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ภาคเช้าเวลา 05.30 - 10.15 น. ภาคค่ำเวลา 16.00 - 24.00 น.วันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 05.30 - 24.00 น.มีการแพร่ภาพครอบคลุมพื้นที่ 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน คือ จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน จังหวัดพะเยา และจังหวัดแม่ฮ่องสอน

3.1.1.2 สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ในท้องถิ่น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ และสิ่งพิมพ์โปสเตอร์ที่ติดอยู่ตามบอร์ดของสถานศึกษา โรงพยาบาล หรือตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ

สื่อทางด้านสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีลักษณะเป็นการโฆษณาที่มุ่งตรงไปสู่เป้าหมายจนถึงตัว เป็นสื่อที่สามารถติดต่อไปยังประชาชนโดยตรง ได้หลายกลุ่ม หลายด้าน แล้วแต่จะเลือกกลุ่มเป้าหมายเพื่อถ่าย

ทอดความรู้อื่นๆ เข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย วัตถุประสงค์ ตลอดจนความรู้อื่นๆ รวมไปถึงการปลูกฝังค่านิยม ไปสู่ประชาชน กลุ่มต่างๆ

ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์ มีหลักขั้นตอนการทำคือ ในการเลือกใช้ข้อความควรจะเป็นภาษาที่เข้าใจง่าย และกลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจในความหมายของภาษาที่ต้องการสื่อ และสร้างความสนใจของผู้อ่านด้วยภาพประกอบ และใช้สีที่ดึงดูดใจ(อนันตธนา อังกินันท์ :2527อ้างใน วชิรา รินทร์ศรี : 2537) เพราะในการทำสื่อสิ่งพิมพ์ในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์นั้น ภาพเป็นสิ่งที่สร้างความเชื่อมั่นได้มากกว่าตัวหนังสือ และภาพที่มีสีสันจะสร้างความสนใจได้มากกว่าภาพขาวดำ

โปสเตอร์เป็นสื่อที่มีบทบาทต่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมากทั้งนี้เพราะโปสเตอร์เป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้สะดวกและกว้างขวาง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกพื้นที่ สื่อสารกับผู้รับสารได้ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา ในการออกแบบสามารถสร้างสรรค์รูปแบบภาพประกอบ ได้อย่างอิสระและสวยงาม สร้างความเข้าใจหรือโน้มน้าวความรู้สึกได้อย่างเต็มที่ ลักษณะเฉพาะของโปสเตอร์สามารถนำเสนอข้อมูลรายละเอียดได้มากพอสมควร ผลิตง่าย ใช้สะดวก ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์จึงนิยมใช้สื่อโปสเตอร์ในการเผยแพร่ข่าวสาร

องค์ประกอบลักษณะของสื่อโปสเตอร์อย่างกว้างมีดังนี้ คือ สื่อโปสเตอร์ต้องมีลักษณะเป็นแผ่น โดด ๆ ซึ่งสามารถนำไปปะติดบนพื้นผิวใดก็ได้ โปสเตอร์เป็นสื่อที่ต้องมีข้อความประกอบเสมอ และปิดไว้ในที่สาธารณะ และเป็นสื่อที่มีการผลิตเป็นจำนวนมาก

การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทโปสเตอร์นั้นเป็นสื่อหนึ่งที่สร้างความสนใจในกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น เนื่องจากผู้ที่อยู่ในวัยนี้ เป็นวัยที่ถ้าชอบสิ่งใดแล้วก็จะทำในสิ่งนั้น การทำโปสเตอร์ที่มีภาพที่น่าสนใจ และมีข้อความที่เข้าใจง่ายก็จะสร้างความสนใจให้กลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างมาก

สื่อสิ่งพิมพ์อีกชนิดที่นิยมนำมาใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์คือหนังสือพิมพ์ ในการผลิตสื่อหนังสือพิมพ์เป็นกระบวนการนำปัจจัยนำเข้าหรือวัตถุดิบ ซึ่งหมายถึง ข่าว บทความ สารคดี ภาพ โฆษณาและข้อเขียนอื่นๆที่นำเสนอทางหน้าหนังสือพิมพ์

ในการผลิตหนังสือพิมพ์มีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ วัตถุประสงค์เชิงหน้าที่สื่อมวลชน(การผลิตหนังสือพิมพ์:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช :2530)แบ่งออกได้ดังนี้คือ

- 1) หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์ ดูแลผลประโยชน์ของสังคมซึ่งต้องรายงานข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ประชาชนได้รับทราบ
- 2) หนังสือพิมพ์เป็นสื่อกลางระหว่างองค์กรในสังคม จะต้องรายงานข้อเท็จจริงอย่างเป็นธรรม รวมทั้งให้ความกระจ่างกับเหตุการณ์หรือปัญหาที่สับสนให้ประชาชนได้เข้าใจง่ายขึ้น
- 3) หนังสือพิมพ์เป็นผู้สืบทอดค่านิยม ทศนคติ ความเชื่อถือ รวมทั้งมรดกของสังคมไปสู่รุ่นต่อไป และวัตถุประสงค์เชิงภาระหน้าที่เฉพาะกลุ่ม คือทำหน้าที่เพื่อเป็นสื่อการ

ประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล ในการปกครองระบอบประชาธิปไตย ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนและรัฐบาลเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นในการสร้างความเข้าใจระหว่างประชาชนและรัฐบาลนั้น จึงจำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์โดยอาศัยสื่อมวลชนแขนงต่างๆ วัตถุประสงค์ข้อต่อไปคือเพื่อเป็นสื่อการโฆษณาของธุรกิจเอกชน หรือเป็นสื่อกลางเพื่อเสนอสินค้าให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสซื้อหรือเลือกซื้อและวัตถุประสงค์ข้อสุดท้าย คือเพื่อเป็นสื่อในการพัฒนาประเทศคือการมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างมีระบบ

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่ผ่านหนังสือพิมพ์ จะมีลักษณะ ดังนี้คือ สื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่นำข่าวสารไปถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารได้กว้างขวาง และรวดเร็ว ฉับไว ในการส่งข่าวสาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์จะส่งผลอย่างมีประสิทธิภาพอย่างมาก และข้อดีของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผ่านหนังสือพิมพ์ ก็คือ ข้อมูลจะแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีการนำเสนอทุกวัน ผู้รับสารสามารถเลือกเวลาอ่านได้ และสามารถอ่านย้อนไปมาได้ นอกจากนี้ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือผู้รับสารได้ง่ายและในการนำเสนอข้อมูลยังสามารถสร้างสรรค์ได้ง่ายอีกด้วย แต่ในขณะเดียวกันสื่อสิ่งพิมพ์ก็ยังมีข้อจำกัดดังนี้คือ ข้อจำกัดเกี่ยวกับกระดาษที่ใช้พิมพ์ ระบบการพิมพ์ถ้าขาดความคมชัด ข้อจำกัดในเรื่องสีสันทัน จึงทำให้ดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ไม่มากนัก นอกจากนี้สื่อสิ่งพิมพ์ส่วนใหญ่อ่านแล้วทิ้ง ทำให้ไม่ช่วยย้ำความทรงจำ ยกเว้นจะมีการนำเสนอแบบต่อเนื่อง การแข่งขัน การเปรียบเทียบ และถูกเปรียบเทียบจะมีสูง เนื่องจากมีหลายโฆษณาในหน้าเดียวกัน

หนังสือพิมพ์ในจังหวัดลำปาง มีทั้งหมด 4 ฉบับ คือ หนังสือพิมพ์เอกราช หนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ หนังสือพิมพ์คนเมืองเหนือ และหนังสือพิมพ์สื่อล้านนา ซึ่งแต่ละฉบับมีลักษณะดังนี้คือหนังสือพิมพ์ ลานนาโพสต์ และคนเมืองเหนือ จะเป็นหนังสือพิมพ์ขนาดใหญ่ (Broad sheet of standard) จะเป็นหนังสือพิมพ์ที่พบทั่วไป หนังสือพิมพ์ในระดับประเทศที่มีขนาดใหญ่ได้แก่ สยามรัฐ มติชน ไทยรัฐ เดลินิวส์ เดลินิวส์ แนวนหน้า บ้านเมืองและข่าวสด เป็นต้น

ในการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับนั้นจะขึ้นอยู่กับสปอนเซอร์ ที่จะนำผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามาลงในหน้าหนังสือพิมพ์ ทั้งนี้สปอนเซอร์ต้องจ่ายเงินให้กับหนังสือพิมพ์เป็นการซื้อพื้นที่ในหน้าหนังสือพิมพ์ ในแต่ละหน้าก็จะมีราคาแตกต่างกันไป

ส่วนอีกสองฉบับเป็นหนังสือพิมพ์ขนาดเล็ก (Tabloid) มีขนาดประมาณ 11 นิ้วครึ่ง ยาว 14 นิ้วครึ่ง เช่นหนังสือพิมพ์ Student weekly

หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น ในลำปางจะมี 3 ฉบับที่ได้เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ สภาพเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ภายในจังหวัด ส่วนอีกหนึ่งฉบับจะเป็นหนังสือสำหรับแจกภายในมีเนื้อหาสำหรับโฆษณาสินค้า หรือบริการเพียงอย่างเดียว และมีเนื้อหาและบทความเกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน

ดังนั้นหนังสือพิมพ์ในท้องถิ่นจึงมีโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานลงเพียงบางฉบับเท่านั้น ทั้งนี้ อาจจะเป็นเพราะเรื่องสปอนเซอร์ในการนำโฆษณามาลง เพราะโฆษณารณรงค์ให้ประหยัดพลังงานของ โครงการรวมพลังหารสอง เป็นของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ ที่ต้องจ่ายเงินซื้อ เวลาหรือพื้นที่ในการนำโฆษณารณรงค์ของโครงการรวมพลังหารสองมาลงในสื่อต่างๆ และ สื่อมวลชน ระดับประเทศสามารถกระจาย และถ่ายทอดเข้าถึงถึงมวลชนในประเทศได้อย่างทันทีและทั่วถึง แต่สื่อ ระดับท้องถิ่นเป็นสื่อเฉพาะคนในท้องถิ่น ถ้ามีการนำโฆษณาหรือบทความมาลงในสื่อเจ้าของสื่อจะเป็นผู้ นำมาเสนอให้ประชาชนรับทราบเองไม่เกี่ยวกับค่าสปอนเซอร์ในการนำโฆษณามาลงในสื่อเหล่านั้น

ส่วนสื่ออื่นได้แก่ สื่อวิทยุ และสื่อภาพยนตร์ ก็มีเหตุผลเดียวกันคือในการนำโฆษณารณรงค์ ประชาสัมพันธ์ของโครงการรวมพลังหารสอง มานำเสนอให้ประชาชนได้รับทราบนั้นขึ้นอยู่กับนโยบาย และเจ้าของสื่อชนิดนั้นๆในแต่ละท้องถิ่น

การสื่อสารระหว่างบุคคลก็เป็นอีกสื่อหนึ่งที่เกิดขึ้นภายในท้องถิ่น เพื่อเป็นการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ รวมถึงการถ่ายทอดคุณธรรมระหว่างกัน การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารอย่างน้อยสองคนหรือเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่ม เล็กๆ(พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช :2534) ในการศึกษาพบว่าในเรื่องของ ความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน "รวมพลังหารสอง" แล้วพบว่าเยาวชนได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันถึงปัญหาเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานระหว่างเพื่อน รวมไปถึงระหว่างบุคคลภายในบ้าน ดังนั้นการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเป็นอีกสื่อหนึ่ง ที่มีความสำคัญในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นที่จะนำไปสู่การปฏิบัติได้ต่อไป

สื่ออีกชนิดที่เข้ามามีบทบาทคือ อินเทอร์เน็ต (Internet)เป็นการสื่อสารรูปแบบใหม่ที่ผสมผสาน กันอย่างลงตัว(Harmony) ระหว่างเทคโนโลยี(Technology)และศิลปะ(Art)และความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)ทำให้เกิดสื่อหลากหลายในเครื่องมือชิ้นเดียว(ศักดิ์ วดีศิริศักดิ์: 2540) และเป็นสื่อที่ประชาชน สามารถเข้าไปหาข้อมูลที่เราต้องการได้เอง

3.1.2 สื่อมวลชนระดับประเทศ

สื่อมวลชนระดับประเทศของประเทศไทยได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และ สื่อ ภาพยนตร์ สื่อโทรทัศน์ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ช่องต่างๆ ได้แก่ ช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง9 ช่อง 11 และ itv ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ ได้แก่หนังสือพิมพ์ ต่างๆ เช่นสยามรัฐ มติชน ไทยรัฐ เดลินิวส์ เดลินิวส์ แนวนหน้า บ้านเมืองและข่าวสด เป็นต้น

ในการลงโฆษณารณรงค์ของโครงการรวมพลังหารสองของสื่อต่างๆในระดับประเทศ จะลง โฆษณาได้ง่ายเพราะเจ้าของชิ้นงานหรือผู้ผลิตอยู่ในกรุงเทพและการลงโฆษณาในสื่อมวลชนระดับ

ประเทศสามารถที่จะนำเสนอเรื่องราว ความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์พลังงานให้ประชาชนทั่วประเทศ เข้าใจได้ โดยที่ไม่เจาะจงไปจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง

ดังนั้นในการรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน ของโครงการรวมพลังสองของเยาวชน เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสื่อระดับท้องถิ่นและสื่อระดับประเทศแล้ว โอกาสที่เยาวชนจะเปิดรับจากสื่อมวลชนระดับประเทศจึงเป็นไปได้มากกว่าการเปิดรับสื่อในท้องถิ่น เพราะหน่วยงานที่จัดทำโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ รวมพลังสอง มีสำนักอยู่ที่กรุงเทพซึ่งเป็นศูนย์กลางของประเทศ รวมถึงสื่อมวลชนในแขนงต่างๆ ก็มีศูนย์กลางอยู่ที่กรุงเทพเช่นกัน ดังนั้นการลงโฆษณา ในสื่อในระดับประเทศ จึงเป็นการสะดวกกว่า ดังนั้นสื่อมวลชนในระดับประเทศจึงเป็นสื่อที่มีความเหมาะสมในการถ่ายทอดข่าวสารให้ไปสู่ประชาชนทั่วประเทศได้ดีกว่าสื่อในระดับท้องถิ่น

3.2 โฆษณาประชาสัมพันธ์ในการรณรงค์ให้นุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังสองทางสื่อมวลชน

ภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์ที่ใช้ในการศึกษามีดังนี้คือชุดแหล่ง เทพโพธิ์งาม, ชุดกุมารทอง, ชุด อานั่ง ป.ปลา และชุด คาร์พูล สะพานควาย

— ภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ ชุด แหล่ง เทพ โพธิ์งาม

เป็นภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาในการชักชวนให้ผู้ชมประหยัดพลังงานในด้านต่างๆ รวมทั้งแนะนำวิธีการที่ถูกต้องในการใช้พลังงานอย่างประหยัด โดยการใช้นักแสดงที่ผู้ชมทั่วไปรู้จักอยู่แล้ว คือ คุณเทพ โพธิ์งาม ในการนำเสนอในลักษณะของเพลงแหล่ โดยใช้คำสัมผัสคล้องจองและสอดแทรกความตลกในการดึงดูดความสนใจ และมี คุณเทพ โพธิ์งามเป็นคนเดินเรื่อง ซึ่งมีภาพลักษณ์ของความเป็นตลกอยู่แล้ว การใช้เทคนิคการใช้ภาพให้เห็นจริงเพื่อให้ผู้ชมได้เห็นภาพอย่างชัดเจนโดยไม่ต้องใช้ความคิดหรือจินตนาการมากนัก จึงทำให้ภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ดูง่าย เข้าใจได้ทันที เบาสบาย ได้รับความรู้ ทำให้ภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ชุดนี้ได้รับความสนใจและสามารถดึงดูด ผู้ชมและกลุ่มเป้าหมายในการนำเสนอได้เป็นอย่างดี

— ภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ ชุด กุมารทอง

โฆษณาชุดนี้จะใช้ความขำขันเป็นหลัก โดยเนื้อหาและภาพที่ใช้ค่อนข้างจะเกินจริง แต่ยังคงอยู่ในเรื่องราวที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนไทยที่คุ้นเคย เช่น การใช้เด็กที่แต่งตัวเป็นเด็กไทยในยุคก่อน ใช้เทคนิคการนำเสนอข้อมูลโดยใช้เพลงการละเล่นพื้นบ้านของเด็กไทยที่คุ้นหูเป็นอย่างดีง่ายต่อการจดจำ ในเนื้อเรื่องในตอนแรกที่ใช้ภาพเป็นสื่อให้เห็นถึงการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่าง

สิ้นเปลืองของนักแสดง และต่อจากนั้นก็ยังมีกลุ่มเด็กที่แต่งตัวเป็นเด็กไทยในยุคก่อนปรากฏตัวขึ้นเพื่อที่จะมาบอกและย้ำเตือนให้เห็นถึงคุณค่าของ พลังงานไฟฟ้าและพลังงานที่สูญเสียไปจากการผลิตพลังงานไฟฟ้า โดยในช่วงที่บอกข้อมูลเหล่านี้ได้มีการใช้เทคนิคให้เด็กกลุ่มนี้มีอิทธิฤทธิ์ต่างๆ ที่ทำให้นักแสดงเกิดความกลัว และทำให้ผู้ชมเกิดความขบขันในตัวนักแสดงเอง และปิดท้ายที่โฆษณาจะเฉลยจุดประสงค์ที่แท้จริงที่โฆษณานี้ต้องการที่จะบอกคือ พลังงานมาจากทรัพยากรที่มีค่า ทุกคนควรช่วยกันประหยัด

— ภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ ชุด อาเม้ง ป.ปลา

ภาพยนตร์โฆษณานี้เป็นชุดที่สร้างความฮือฮาและทำให้เกิดความสนใจในเนื้อหาการโฆษณาที่เกี่ยวกับการรณรงค์โครงการรวมพลังหาร 2 ของผู้ชมได้มากชุดหนึ่ง โดยเฉพาะเด็กๆ เมื่อได้รับชมโฆษณานี้แล้วจะสามารถท้วงข้อความโฆษณาที่ผู้โฆษณาต้องการที่จะสื่อออกมาได้ ไม่ว่าจะท้วงได้ทั้งหมดหรือได้เพียงบางส่วน ซึ่งก็นับว่าเป็นผลตอบรับที่ดีที่ทำให้เกิดการจดจำได้ ทั้งนี้เพราะโฆษณานี้ได้ใช้ "บทอาชยาน" ซึ่งเป็นวิธีการท้วงจำที่คุ้นเคยดีสำหรับเด็กไทยเป็นเทคนิคในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการให้เห็นถึงคุณค่าของพลังงานที่ได้มาในแต่ละชนิด เป็นการตอกย้ำถึงคุณค่าของพลังงานที่คนทั่วไปมักจะมองข้ามและให้ความสำคัญ

โดยเนื้อหาและการคัดเลือกนักแสดงที่ลงตัวทำให้อาเม้ง ป.ปลาที่เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปที่ได้รับชมโฆษณานี้ บทสนทนาที่เปิดเรื่องให้ผู้ชมรู้สึกไม่พอใจในพฤติกรรมของคนที่ยกย่องกินขวางไม่เห็นถึงคุณค่าของพลังงานที่เสียไปโดยเปล่าประโยชน์อย่างอาเม้งซึ่งเป็นคนที่มีเงินมีอำนาจและไม่มีใครกล้าขัด จนกระทั่งถึงการหักมุมในตอนจบของเรื่องที่ได้สอดแทรกวัฒนธรรมของคนเอเชียในเรื่องของการให้ความเคารพเชื่อญาติผู้ใหญ่ด้วยการที่อาเม้งถูกทำโทษในการกระทำของตัวเองและถูกสอนให้รู้ถึงคุณค่าของพลังงานโดยแม่ของอาเม้งเองและได้ให้อาเม้งท้วงบทอาชยานดังกล่าว ในส่วนของผู้ชมเองก็เกิดความรู้สึกที่สะใจกับการถูกลงโทษของอาเม้งพร้อมกับได้รับข้อมูลนั้นพร้อมอาเม้งด้วยเช่นกัน จึงนับเป็นโฆษณาที่ทำให้เกิดบทอาชยานขึ้นอีกบทหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมทั่วไปโดยเฉพาะเด็กๆ ได้จดจำและสามารถท้วงติงได้

— ภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์ ชุด คาร์พูล สะพานควาย

การดำเนินเรื่องของโฆษณานี้มีความโดดเด่นน่าสนใจตรงที่มีความใกล้เคียงกับชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมายที่โฆษณาต้องการนำเสนอ เป็นเรื่องของการดำเนินชีวิตประจำวันของคนกลุ่มหนึ่งที่อยู่ในเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร ที่ต้องมีการโดยสารรถประจำทางหรือรถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางแต่ละวัน โดยเนื้อหาของโฆษณาได้สร้างกระแสให้รู้สึกว่า ไม่ใช่เรื่องแปลกใหม่ ใครชนใครก็ได้ และน่าจะสร้างให้เป็น วัฒนธรรมที่ดี เหมาะกับปัจจุบัน คือ

การที่คนที่อาศัยอยู่ในละแวกเดียวกันหรือใช้เส้นทางในการเดินทางเดียวกันหันมาใช้รถคันเดียวเดินทางไปด้วยกัน เพื่อเป็นการประหยัดน้ำมัน อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้คนในสังคมนั้นเกิดการเชื่อเพื่อเชื่อแก่ซึ่งกันและกันอีกด้วย

เนื้อหาและภาพที่นำเสนอไม่ได้หือหวาหรือใช้เทคนิคที่เกินจริงเหมือนชุดอื่นๆ แต่ก็ยังคงสอดแทรกมุขตลกให้ผู้ชมได้มยิ้มหรือหัวเราะกับพฤติกรรมของตัวละคร เป็นการนำเสนอภาพที่ชัดเจน ง่ายต่อการที่ผู้ชมจะเข้าใจในการที่จะปฏิบัติตาม

3.1.3.2 จากสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทโปสเตอร์มีดังนี้คือ ชุดคาร์พูล 2 ชุด

3.1.3.3 จากสื่อสิ่งพิมพ์ประเภท หนังสือพิมพ์ มีดังนี้ คือชุดคาร์พูล (Car pool) ชุดแม่บ้าน และรวมวิธีประหยัดพลังงาน

การใช้สื่อมวลชนแต่ละชนิดก็จะมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันไป และในการรณรงค์โฆษณานั้นการใช้สื่อมวลชนก็เป็นสิ่งที่จำเป็นหลีกเลี่ยงไม่ได้ และสื่อแต่ละชนิดที่นำไปใช้ในการรณรงค์โฆษณาก็ไม่จำเป็นที่จะต้องใช้สื่อทั้งหมดในระยะเวลาเดียวกัน เช่น ในช่วงระยะเวลาเปิดตัวในช่วงแรก อาจใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร ในระยะต่อมาอาจใช้สื่ออื่น เช่น วิทยุ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งนี้ในการเลือกใช้สื่อก็ขึ้นอยู่กับงบประมาณในการรณรงค์โฆษณาด้วย เพราะสื่อมวลชนแต่ละชนิดจะมีราคาที่เขาซื้อเวลาในสื่อที่ต่างกันไป