

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความตระหนักของเยาวชนในการอนุรักษ์พลังงาน เมื่อมีการรับชมโฆษณาณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสองรวมทั้งศึกษาถึงระดับความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนที่เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จากโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัยและลำปางกัลยาณี จำนวน 314คน เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน ข้อมูลในการเปิดรับชมโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน ข้อมูลเกี่ยวกับความตระหนักเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน และข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของเยาวชนต่อโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows สถิติที่ใช้ได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติการวิเคราะห์ความผันแปรแบบทางเดียว (One way Analysis Of Variance: ANOVA) และ Chi-square ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความตระหนักต่อชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนของเยาวชนในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดลำปาง สามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) เยาวชนส่วนใหญ่มีความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานหลังจากเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากโฆษณารณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสองในระดับปานกลาง
- 2) เยาวชนมีระดับความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากชิ้นงานโฆษณาณรงค์ให้อุรักษ์พลังงาน จากสื่อมวลชน ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่ ไปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์ ในระดับมาก

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 เยาวชนมีความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน

จากผลการวิจัยพบว่าเยาวชนกลุ่มที่ศึกษามีความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาในระดับมาก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ในวัยช่วงที่มีความอยากรู้อยากเห็นพร้อมที่จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้ใหม่ และในรูปแบบการนำเสนอของสื่อมวลชนมีการนำเสนอที่สร้างจุดดึงดูดใจให้น่าสนใจ

การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้นุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังहारสองเป็นโฆษณาที่มีเนื้อหาในการให้ความรู้ ความเข้าใจในการประหยัดพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานโดยเผยแพร่ทางสื่อมวลชนในรูปแบบของโฆษณา โดยกระบวนการการผลิตชิ้นงานโฆษณาแล้ว สามารถผลิตชิ้นงานโฆษณาออกมาได้ในหลากหลายรูปแบบ สามารถสร้างความสนใจและความดึงดูดใจได้เป็นอย่างดี

เป้าหมายของการรณรงค์ประชาสัมพันธ์คือการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน โดยการโน้มน้าวใจให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม

นอกเหนือจากนี้ยังพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ อารยา ศุภุทธมงคล(2534)ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า รูปแบบของข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ประชาชนเปิดรับมากที่สุดคือโฆษณาทางโทรทัศน์ และงานของพิมลพรรณ สุทธิวงศ์ (2536)ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน กับการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชนในระดับปานกลางและรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชนในระดับสูง

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน การเผยแพร่ข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นมีความสำคัญมาก เพราะสามารถเผยแพร่ข่าวสารได้อย่างทั่วถึงและเข้าไปยังกลุ่มคนหมู่มาก ทำให้เกิดการรับทราบข่าวสารพร้อมกัน และในการใช้เครื่องมือในการสื่อสารก็มีส่วนทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความสนใจในสารที่ต้องการเผยแพร่ เช่นการใช้สื่อโทรทัศน์จะได้รับความนิยมจากเด็กมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียงอีกทั้งยังมีการเคลื่อนไหว จากการสำรวจของ Nielsen (อ้างในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ) พบว่าช่วงอายุที่เด็กนิยมดู โทรทัศน์สูงสุดคือ ช่วงก่อนวัยรุ่นหรือวัยรุ่นตอนต้น (อายุ12-14ปี) จะเห็นได้ว่าเด็กในวัยนี้มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์เป็นอย่างมาก

และในการศึกษายังพบว่าเยาวชนที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากโฆษณารณรงค์ให้นุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างกันทำให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน ต่างกัน และในงานวิจัยของลดาวัลย์ พอใจ ในเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช(2536) พบว่า พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานในระดับต่ำ และ

อารยา ศุพุทธมงคล ในเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสิ่ง แวดล้อมโทรทัศน์ของ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร (2534)พบว่า ประชาชนที่เปิดรับและสนใจโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจะ มีความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมและมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการแก้ไข ป้องกัน และ รักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

5.2.2 เยาวชนเกิดความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์พลังงาน

จากผลการวิจัยที่ต่อเนื่องมาจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน ของเยาวชน พบว่า เยาวชนมีระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานในระดับ ปานกลาง และจากสมมุติฐานพบว่า เยาวชนมีระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์ พลังงานต่างกันทำให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.05

สำหรับงานวิจัยที่มีส่วนคล้ายคลึงกันคือ การศึกษาการรับข่าวสารการณรงค์เพื่อการไม่ สูบบุหรี่ของเยาวชน:ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกชมรมเยาวชนปอดสะอาดมูลนิธิหมอบ้าน ของ สุชาดา เมธิดานุรักษ์ (2536) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ในระดับสูง และในเรื่อง พฤติกรรมการ เปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก ของ สุวารีย์ วงศ์วัฒนา (2535) พบว่าความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความ สัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ผลการศึกษาของ ลดาวัลย์ พอใจ ในเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมี ส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ จังวัตนครคีรีธรรมราช พบว่าความรู้ เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานในระดับต่ำ

จากการศึกษาพบว่าระดับความรู้และความตระหนักจะมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ปัจจัยในด้านต่างๆ เช่นระดับความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร ความเข้าใจในเนื้อหาและข้อความที่ ต้องการสื่อ เนื่องจากแต่ละคนจะมีพื้นฐานของระดับความรู้ที่แตกต่างกัน ทำให้การตีความหมายของการ จากการดู การอ่าน และการฟังที่แตกต่างกันไป มีผลทำให้เกิดการรับรู้สารไม่เหมือนกัน

โฆษณารณรงค์ให้นุรักษ์พลังงาน ของโครงการรวมพลังหารสอง เป็นการรณรงค์ให้ประชาชน เกิดความตระหนัก และมีพฤติกรรมในการอนุรักษ์พลังงาน เป็นความรู้ความเข้าใจที่ต้องมีการเผยแพร่ โดยผ่านทางสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ

เนื่องจากการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลทางสื่อมวลชนเป็นนวัตกรรมทางการศึกษาอย่างหนึ่งมี วัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง ในการยอมรับนวัตกรรมของแต่ละบุคคลนั้นจะมีระดับในการ ยอมรับที่ต่างกัน จึงทำให้เกิดกลุ่มบุคคลที่มีความแตกต่างกันในสังคม

นอกจากนั้นในการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ทางสื่อมวลชน ยังทำให้เกิดกระบวนการขัดเกลาทางสังคมขึ้น เป็นกระบวนการที่ทำให้แต่ละบุคคลมีบุคลิกหรือพฤติกรรมเป็นไปตามที่สังคมต้องการ โดยเฉพาะในกลุ่มของวัยรุ่นนิตินิยมของสื่อมวลชน เช่นสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์หรือภาพยนตร์ ได้เข้ามามีบทบาทกับวัยรุ่นในปัจจุบันเป็นอย่างมาก

จากการศึกษาพบว่าเมื่อเยาวชนมีการรับรู้ข่าวสารการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนที่ได้นำเสนอเกี่ยวกับวิธีการประหยัดพลังงาน และในเรื่องพลังงาน ทำให้เยาวชนเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานขึ้น ในระดับปานกลาง

จะเห็นได้ว่าเมื่อเยาวชนเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงานเกิดการตีความในเนื้อหาและเกิดความเข้าใจจะทำให้เยาวชนมีความรู้ในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน แต่เนื่องจากปัจจัยในแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันทำให้เกิดความรู้ในระดับที่ต่างกัน

ความตระหนักเป็นพฤติกรรมทางอารมณ์หรือความรู้สึกซึ่งเกือบจะคล้ายความรู้ ความรู้เป็นข้อเท็จจริงที่เกิดจากประสบการณ์ ในไตร่ตรอง การหาเหตุผล แต่ความตระหนักเกิดจากการได้รับประสบการณ์ หรือได้รับมาโดยไม่ได้ตั้งใจ ดังนั้นความรู้หรือการศึกษาจึงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตระหนักนั่นเอง เพราะฉะนั้นเยาวชนที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องการอนุรักษ์พลังงานจึงเกิดความตระหนักและมีในระดับที่แตกต่างกันไป

5.2.3 ความเข้าใจในข่าวสารของเยาวชนเมื่อเปิดรับข่าวสารในการรณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน

การเผยแพร่ข่าวสารในการรณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงาน โดยผ่านสื่อมวลชนชนิดต่างๆ เป็นการเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับสารที่เป็นประชาชนในสังคม หรือกลุ่มมวลชนที่มีจำนวนมาก และในกลุ่ม มวลชนที่มีเป็นจำนวนมากย่อมมีความแตกต่างกัน อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา หรือการอยู่อาศัยในที่ต่างๆกัน จึงทำให้เกิดความแตกต่างในความเข้าใจและมีการตีความข่าวสารที่ได้รับไม่เหมือนกัน

ในการศึกษาครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนที่เรียนอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ซึ่งอยู่ในกลุ่มเด็กที่มีอายุน้อย ดังนั้นความสามารถในการตีความในเนื้อหาหรือข้อความที่ได้รับจึงมีไม่เท่ากับผู้ใหญ่ที่มีระดับคุณวุฒิที่สูงกว่า

จากการศึกษาพบว่าการใช้คำ ข้อความที่เป็นภาษาอังกฤษ หรือใช้คำที่เข้าใจเฉพาะกลุ่มทำให้ผู้รับสารเกิดความไม่เข้าใจ และเกิดการตีความ ในเนื้อหาที่นำเสนอคาดเคลื่อนไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการนำเสนอ อย่างเช่นในคำว่า "Car pool "

คาร์พูล (Car pool) เป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่มีรถยนต์ส่วนตัว และมีการจัดการในการใช้น้ำมันอย่างประหยัด โดยการใช้รถคันเดียวกับเพื่อนร่วมงานที่อยู่บ้านใกล้กัน หรือมีการเดินทางไปในเส้นทางเดียวกัน วิธีการนี้อาจจะมีการผลัดเปลี่ยนรถกันในแต่ละวัน หรือถ้าใช้รถของคนใดคนหนึ่งก็ช่วยกันออกเงินค่าน้ำมันซึ่งวิธีนี้เป็นการช่วยอนุรักษ์พลังงานวิธีหนึ่ง

จากแบบสอบถามในคำถามถึงวิธีการคาร์พูล (Carpool) พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างจะตอบคำถามในข้อนี้ผิดมากที่สุด ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างยังเป็นเด็กและยังเรียนอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จึงทำให้ความสามารถในการแปลความหมายและตีความยังมีน้อย จึงทำให้เกิดความไม่เข้าใจในเรื่องนี้ มีผลทำให้เด็กเกิดความรับรู้ข่าวสารในการรณรงค์ให้ใช้วิธีคาร์พูล (Car pool) น้อยกว่าในเรื่องอื่น

5.2.4 สื่อมวลชนแต่ละชนิดมีคุณสมบัติในการสื่อสารที่แตกต่างกัน

สื่อโปสเตอร์

จากการศึกษาพบว่า สื่อแต่ละชนิดมีคุณสมบัติในการสื่อสารที่แตกต่างกัน และสื่อโปสเตอร์ สื่อสิ่งพิมพ์อีกประเภทหนึ่ง แต่จะมีคุณสมบัติที่แตกต่างจากสื่อหนังสือพิมพ์ เนื่องจากในการนำเสนอเมื่อนำโปสเตอร์ไปติดตามสถานที่ต่างๆ ถ้าภาพในโปสเตอร์มีความน่าสนใจจึงจะมีการดึงดูดให้กลุ่มตัวอย่างเข้าไปดูและอ่านข้อความในโปสเตอร์ ทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้จากสารที่นำเสนอ

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า เมื่อเยาวชนมีระดับความสนใจในการเปิดรับสื่อโปสเตอร์ในระดับที่ต่างกัน มีผลทำให้เกิดความตระหนักในระดับที่ต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากเมื่อเยาวชนมีความสนใจในภาพจากโปสเตอร์แล้ว จะทำให้เยาวชนเกิดความสนใจที่จะเข้าไปอ่านและเกิดความรู้ในระดับที่มากหรือน้อยแตกต่างกัน และปัจจัยภายในบุคคลของแต่ละคนจะมีความแตกต่างกัน ทำให้ความรู้ที่ได้มีระดับที่ต่างกัน เป็นผลทำให้เกิดความตระหนักในระดับที่ต่างกัน และสื่อโปสเตอร์มี คุณสมบัติดังนี้คือ โปสเตอร์เป็นสื่อที่มีบทบาทต่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกที่ สื่อสารกับผู้รับสารได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา และมีลักษณะดังนี้คือ สื่อโปสเตอร์มีลักษณะเป็นแผ่นโดดๆซึ่งสามารถนำไปติดในที่ใดก็ได้ มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้ละเอียดพอสมควร สามารถออกแบบ และพิมพ์ให้มีสีสันที่สวยงาม และเป็นสื่อที่มีการผลิตเป็นจำนวนมาก

สื่อสิ่งพิมพ์ประเภท หนังสือพิมพ์

สื่อหนังสือพิมพ์มีข้อจำกัดในการนำเสนอข้อมูล เนื่องจากเป็นสื่อมีการใช้พื้นที่ในการโฆษณามากมีโฆษณาต่างๆ หลายประเภทสินค้าในหนังสือเล่มเดียว จึงทำให้เกิดการเปรียบเทียบและมีการแข่งขันกันในการนำเสนอทำให้ผู้รับสารมีโอกาสที่จะถูกมองข้ามสูง ถ้ามีการนำเสนอในรูปแบบที่ไม่น่าสนใจ

ดังนั้นการลงภาพในหนังสือพิมพ์จึงมีความสำคัญมาก ถ้าภาพไม่มีความน่าสนใจหรือน่าดึงดูดใจมากพอ ก็อาจจะทำให้ผู้รับสารไม่สนใจที่จะอ่านข้อความในงานโฆษณานั้นๆ ได้

จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า เมื่อเยาวชนมีระดับความสนใจในการเปิดรับโฆษณาจากสื่อหนังสือพิมพ์ในระดับที่ต่างกัน มีผลทำให้เกิดความตระหนักที่ไม่ต่างกัน เพราะเยาวชนไม่ได้รับความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์พลังงานในสื่อหนังสือพิมพ์ หรือได้รับในระดับที่น้อย จึงทำให้เกิดความตระหนักในระดับที่น้อยหรือไม่เกิดความตระหนักเลย

สื่อโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์จะเป็นสื่อที่ได้เปรียบกว่าสื่อชนิดอื่น เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอได้ทั้งภาพและเสียง รวมถึงเป็นภาพที่มีการเคลื่อนไหวและมีสีสันสะดุดตา ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในการเปิดรับชมมากกว่าสื่อชนิดอื่น

จากการศึกษาพบว่า เมื่อเนื้อหาในโฆษณามีความน่าสนใจและทำให้เยาวชนมีการเปิดรับชมโฆษณาในระดับที่ต่างกัน จะมีผลทำให้เกิดความตระหนักในระดับที่ต่างกัน และการที่เนื้อเรื่องมีการนำเสนอที่เข้าใจง่าย เมื่อเยาวชนดูและมีความเข้าใจในเนื้อเรื่องในระดับที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดความตระหนักในระดับที่ต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจาก ถ้าโฆษณามีเนื้อหาที่มีความน่าสนใจและมีเนื้อเรื่องที่เข้าใจง่ายก็จะทำให้เยาวชนเกิดความเข้าใจและรับรู้ถึงข้อมูลที่โฆษณานำเสนอ แต่ทั้งนี้ก็ยังขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้รับสารด้วย ดังนั้นเยาวชนที่มีระดับความสนใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในระดับที่ต่างกัน ก็จะทำให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานในระดับที่ ต่างกัน

ดังนั้นในการเลือกใช้สื่อในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ต้องมีการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสม โดยพิจารณาจากจำนวนของสื่อที่เราใช้โดยพิจารณาว่าจะใช้สื่อชนิดใดบ้างและชิ้นงานของมีความเหมาะสมในการใช้สื่อชนิดใดบ้าง รวมถึงงบประมาณและระยะเวลาที่ทำการประชาสัมพันธ์

5.2.5 ปัญหาการนำเสนอโฆษณารณรงค์ให้การอนุรักษ์พลังงานทางสื่อมวลชน

- 1) จากการศึกษพบว่า โฆษณารณรงค์ในการอนุรักษ์พลังงานมีการแพร่ภาพทางสื่อโทรทัศน์ในระยะเวลาที่ไม่ต่อเนื่องกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในการเช่าซื้อเวลาจากสื่อที่มีราคาค่อนข้างแพง จากปัญหาดังที่กล่าวมานี้ ทำให้กลุ่มผู้รับสารเกิดการขาดช่วงในการรับสาร ทำให้เกิดการลืมเลือน เนื่องจากไม่มีการกระตุ้นความทรงจำอย่างต่อเนื่อง
- 2) โฆษณาที่นำเสนอในบางเรื่องมีเนื้อหาที่เข้าใจยาก ทำให้ผู้รับสารเข้าใจไม่ตรงกับสิ่งที่สื่อต้องการนำเสนอ
- 3) การนำเสนอสารจากสื่อมวลชนเป็นการสื่อสารทางเดียว ไม่สามารถรับรู้ผลหรือปฏิกิริยาที่ตอบรับได้ในทันที ทำให้ไม่สามารถทราบผลที่แท้จริงได้

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

- 1) สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับเยาวชนมากที่สุด ทั้งในด้านการเปิดรับและการได้รับความเชื่อถือจากเยาวชน ดังนั้น ถ้ามีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความรู้และเป็นประโยชน์ต่อเยาวชน การใช้สื่อโทรทัศน์จะเป็นสื่อที่ทำให้เกิดประสิทธิภาพสูง และสามารถตอบสนองต่อความสนใจของเยาวชนด้วย
- 2) การรณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้นุรักษ์พลังงาน ควรมีความถี่ในการเผยแพร่ข่าวสารในการอนุรักษ์พลังงาน หรือมีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประหยัดพลังงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนผู้รับข่าวสารเกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานเพิ่มมากขึ้น
- 3) ในส่วนเนื้อหาหรือข้อความที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานโดยสื่อมวลชนชนิดต่าง ๆ นั้น ควรใช้ข้อความที่เข้าใจได้ง่ายในทุกๆกลุ่มข้อผู้รับสาร เนื่องจากเนื้อหาและข้อความที่ได้เผยแพร่ไปตามสื่อต่าง ๆ นั้นมีกลุ่มผู้รับสารเป็นจำนวนมากที่ได้รับทราบถึงเนื้อหาและข้อความที่ได้นำเสนอ และในกลุ่มผู้รับสารก็จะมี ความแตกต่างกันในด้าน อายุ การศึกษา ฉะนั้นการตีความทางด้านเนื้อหาและข้อความจึงมีความแตกต่างกัน ดังนั้นในการนำเสนอเนื้อหาและข้อความควรคำนึงถึงกลุ่มเยาวชนที่เป็นกลุ่มหนึ่งที่ได้เปิดรับข่าวสารด้วย
- 4) จากการศึกษาพบว่า ในสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งในประเภทหนังสือพิมพ์และไปสเตอร์ ถ้ามีการนำเสนอภาพให้มีความน่าสนใจ ก็จะสามารถดึงดูดให้เยาวชนเกิดความสนใจในการที่จะเปิดรับข้อมูลจากสื่อ นั้น

5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

- 1) ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรไม่แตกต่างกันในช่วงอายุ ระดับการศึกษา จึงควรมีการศึกษาเปรียบเทียบเพิ่มเติมกับกลุ่มประชากรในวัยต่างๆ
- 2) ควรมีการศึกษาในสื่อประเภทอื่นๆ ที่เสนอข้อมูลเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน
- 3) ควรทำการศึกษาเพิ่มเติม โดยการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสังเกตพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างด้วย