

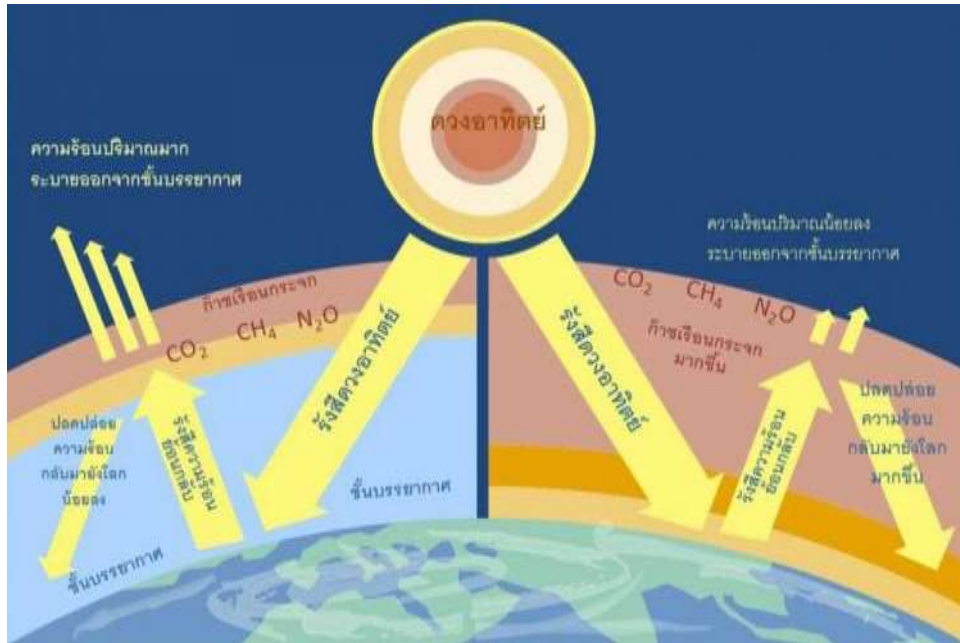
เฟสบุ๊ค กับ การลดก๊าซเรือนกระจก

นางสาวเมธวดี เสรีเสถียรทรัพย์

ศูนย์ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก

องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)

ในปัจจุบันโลกได้เผชิญกับวิกฤตหลายประการ หนึ่งในวิกฤตที่สำคัญ คือ ปัญหาจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและภาวะโลกร้อน ที่มีแนวโน้มว่าจะกลายเป็นสถานการณ์ที่ทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ และส่งผลกระทบต่ออย่างมากมายทั้งในระดับโลก ประเทศ กระทั่งลงมาถึงวิถีชีวิตของทุกคน ยิ่งกว่านั้นยังส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ อันเป็นรากฐานที่มนุษย์ทุกคนต้องพึ่งพาในการดำรงชีวิต เนื่องจากอุณหภูมิที่สูงขึ้นทำให้ฤดูกาลต่างๆ เปลี่ยนแปลงไป สิ่งมีชีวิตที่ไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปได้ ก็จะค่อยๆ ตายลงและอาจสูญพันธุ์ไปในที่สุด สำหรับผลกระทบต่อชีวิตมนุษย์นั้น อุณหภูมิที่เพิ่มสูงขึ้นอาจทำให้บางพื้นที่กลายเป็นทะเลทราย ประชาชนขาดแคลนอาหารและน้ำดื่ม บางพื้นที่ประสบปัญหาน้ำท่วมหนักเนื่องจากฝนตกรุนแรงขึ้น น้ำแข็งขั้วโลกและบ้นยอดเขาสูงละลายทำให้ปริมาณน้ำทะเลเพิ่มสูงขึ้น พื้นที่ชายฝั่งทะเลได้รับผลกระทบโดยตรง อาจทำให้บางพื้นที่จมนหายไปอย่างถาวร เป็นต้น โดยส่วนหนึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจของมนุษย์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ที่ก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและความเข้มข้นของก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศ ไม่ว่าจะเป็นการเผาไหม้เชื้อเพลิงจากถ่านหิน น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติ รวมทั้งการตัดไม้ทำลายป่าทำให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) การทำการเกษตรและการปศุสัตว์ปล่อยก๊าซมีเทน (CH₄) และก๊าซไนตรัสออกไซด์ (N₂O) ควันท่อไอเสียรถยนต์ปล่อยก๊าซโอโซน (O₃) รวมถึงอุตสาหกรรมการผลิตและกระบวนการแปรรูปปล่อยสารในกลุ่มไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) สารในกลุ่มเพอร์ฟลูออโรคาร์บอน (PFCs) ก๊าซซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ (SF₆) และก๊าซไนโตรเจนไตรฟลูออไรด์ (NF₃) ซึ่งก๊าซเหล่านี้เป็นก๊าซที่มีคุณสมบัติในการเก็บกักรังสีความร้อนหรือรังสีอินฟราเรดได้ดีจากดวงอาทิตย์ แล้วกักเก็บรังสีความร้อนนั้นและสะท้อนกลับลงมายังผิวโลก ทำให้อุณหภูมิบนผิวโลกร้อนขึ้นกว่าเดิม เปรียบเสมือนกระจกที่สะท้อนรังสีความร้อนไม่ให้ออกไปจากโลกที่เรียกว่า ปรากฏการณ์เรือนกระจก (Greenhouse Effect) แต่ทุกวันนี้ปริมาณก๊าซเรือนกระจกในชั้นบรรยากาศของโลกนั้นเพิ่มสูงขึ้นมาก พลังงานความร้อนจึงถูกเก็บกักเอาไว้มากเกินไป จนกลายเป็นสาเหตุของภาวะโลกร้อนนั่นเอง ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 การเกิดภาวะโลกร้อน (แอดมิน, 2560)

เพราะฉะนั้นการปรับตัวต่อผลกระทบและการลดก๊าซเรือนกระจก จึงเป็นเรื่องจำเป็นของทุกภาคส่วนในการหาหนทางแก้ไขวิกฤตที่เกิดขึ้นเพื่อบรรเทาปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยผลักดันให้มีการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากกิจกรรมการดำรงชีวิตของมนุษย์ให้ต่ำที่สุด เช่น การลดการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิล การเลือกใช้เทคโนโลยีหรือการพัฒนาเทคโนโลยีให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หันมาใช้พลังงานหมุนเวียนให้มากที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ รวมถึงการเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับสังคมจากการปลูกป่า เป็นต้น เนื่องจากภาวะโลกร้อนเป็นปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้รับความสนใจอย่างมากในปัจจุบัน ดังนั้นเพื่อให้ง่ายต่อการสื่อสารโดยทั่วไปและสื่อต่างๆ ตลอดจนองค์กรหน่วยงานทั้งในภาครัฐและเอกชนได้ประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรม หรือการดำเนินการที่ช่วยลดก๊าซเรือนกระจกเพื่อลดสาเหตุของภาวะโลกร้อน โดยมีเป้าหมายในการลดโลกร้อนกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งส่วนมากจะเน้นไปที่การลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ทั้งในทางตรงและทางอ้อม

อย่างไรก็ตามการเลือกใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์มีความสำคัญ ตัวอย่างในกรณี เช่น ถ้าเป็นบุคคลภายในองค์กรอาจใช้เสียงตามสาย ประกาศข่าว จดหมายข่าว แต่ถ้าเป็นประชาชนทั่วไป สื่อประชาสัมพันธ์จะต้องเผยแพร่ข้อมูลได้ในวงกว้าง เช่น วิทยู โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 หนังสือพิมพ์ทั่วไปในประเทศไทย (สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตสุพรรณบุรี, 2553)

ในสมัยโบราณมนุษย์สื่อสารข้อมูลด้วยวิธีการที่ไม่ซับซ้อนนัก เช่น ปากเปล่า ม้าเร็ว นกพิราบสื่อสารจดหมาย โทรเลข และโทรศัพท์ ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนการสื่อสารข้อมูลเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย หรือที่เรียกว่า สื่อดั้งเดิม ซึ่งเป็นสื่อที่เริ่มขึ้นมาในยุคต้นๆ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงประชาชนผู้รับสารได้คราวละมากๆ เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ผู้รับสารได้รับสารเพียงทางเดียว โดยประชาชนหรือผู้บริโภคสื่อไม่สามารถตอบโต้ หรือแสดงความคิดเห็นลงไปนในสื่อได้เลย ซึ่งช่องทางการกระจายข่าวสารค่อนข้างแคบ สามารถโฆษณาได้เฉพาะบางกลุ่ม ไม่สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายได้ 100% และการส่งข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์เป็นไปได้ช้า แล้วส่งสารได้ช่องทางเดียวไม่มีการตอบกลับของผู้บริโภค และต้องลงทุนมากขึ้น หากต้องการขยายขนาดการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

ข้อจำกัดของหนังสือพิมพ์ (ระจอกข้าว, 2551)

1. ไม่สามารถเข้าถึงผู้อ่านที่อ่านหนังสือไม่ออก หรือผู้สูงอายุที่สายตาไม่ดี
2. ผู้อ่านอ่านครั้งเดียวแล้วจะทิ้งไป ประชาชนไม่นิยมเก็บหนังสือพิมพ์ไว้เป็นเวลานาน
3. มีช่วงอายุที่สั้น เมื่อคนอ่านเพียงครั้งเดียวแล้วก็จะผ่านไป เพราะข่าวต่างๆ มีผ่านเข้ามาทุกวัน
4. ผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะอ่านเพียงบางเรื่องหรือบางคอลัมน์ที่เขาเกี่ยวข้องหรือสนใจเท่านั้น
5. ไม่มีสีสันทันหรือภาพสีที่สวยงามสะดุดตาชวนอ่าน

ข้อจำกัดของนิตยสาร (ระจอกข้าว, 2551)

1. การจัดจำหน่ายและเผยแพร่ค่อนข้างน้อย เพราะอยู่ในวงจำกัดเฉพาะกลุ่ม
2. ขาดความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ เพราะอาจออกเป็นรายเดือนหรือรายปักษ์
3. มีราคาแพง ประชาชนบางกลุ่มอาจไม่สามารถซื้อหรือจับจ่ายได้

จากนั้น เมื่อเข้าสู่ยุคที่มีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์มีการปรับเปลี่ยนเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น หรือที่เรียกว่า สื่อใหม่ ซึ่งเป็นการทำให้ผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็ใครที่อยู่ทั้ทุกมุมโลกสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน อันเป็นการกระจายข่าวสารไปได้ทุกสารทิศ เช่น โปรแกรมพูดคุย (Chat Programs) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ Email) และเว็บบอร์ด (Webboard) จวบจนถึงปัจจุบัน การบริโภคข้อมูลจากสื่อของผู้คนได้เปลี่ยนไป โดยส่วนใหญ่มีแนวโน้มใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์มากขึ้น ซึ่งเป็นสื่อที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย เป็นต้นว่า หากต้องการซื้อสินค้าสักหนึ่งชิ้น ผู้บริโภคอาจไม่เริ่มต้นหาข้อมูลโฆษณาจากหนังสือพิมพ์ หรือนิตยสาร แต่หันไปหาข้อมูลที่ต้องการในสื่อออนไลน์แทน เพราะนอกจากจะได้ข้อมูลสินค้าแล้ว ยังได้ทราบความคิดเห็นที่หลากหลายเกี่ยวกับตัวสินค้าจากกลุ่มคนต่างๆ และไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทางไกลๆ จากบ้านไปจนถึงเดินทางไปกลับเพื่อมาซื้อสินค้าด้วยตนเอง เพราะอาจจะใช้เวลานานเป็นครึ่งวันหรืออาจเต็มวัน อย่างไรก็ตาม สื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่มีความแตกต่างกัน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบสื่อดั้งเดิมกับสื่อใหม่

สื่อดั้งเดิม (Traditional Mass Media)	สื่อใหม่ (New Media)
เน้นตอบสนองชุมชนจำกัด (Geographically Constrained) ถูกผลักดันให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด การหาส่วนแบ่งตลาดจากผู้รับสารในท้องถิ่น	ไม่สนใจระยะไกล (Distance Insensitive) ถูกผลักดันให้ตอบสนองความต้องการ ความสนใจ ไม่สนใจความไกลไกลของผู้ใช้งาน จำเพาะเจาะจงหัวข้อ
องค์กรหลายระดับชั้น (Hierarchical) ข่าวสารข้อมูลผ่านระดับชั้นแนวตั้งของผู้เฝ้าประตู ข่าวสารและคัดเลือกข่าวโดยมืออาชีพ	กระจายแนวราบ (Flattened) ข่าวสารข้อมูลมีศักยภาพที่จะแพร่กระจายแนวราบ โดยไม่ใช่มืออาชีพไปยังกลุ่ม ลักษณะคล้ายกัน
มุ่งทิศทางเดียว (Unidirectional) การแพร่กระจายของข่าวสารข้อมูลเป็นแบบทางเดียว มีผลสะท้อนกลับชัดเจน	เชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive) ผลสะท้อนกลับ ทันทีทันใด ไม่มีการตรวจสอบแก้ไข การอภิปรายโต้แย้งมีมากกว่าการตรวจแก้และแสดงความคิดเห็น
ข้อจำกัดด้านพื้นที่/เวลา (Space/Time Constrained) หนังสือพิมพ์ จำกัดจำนวนพื้นที่ ส่วนวิทยุ-ทีวี จำกัดด้วยเวลา	ไร้ขีดจำกัดพื้นที่และเวลา (Less Space/Time Constrained) ข่าวสารข้อมูลอยู่ในรูปดิจิทัล ระบบไฮเปอร์เท็กซ์ให้ข้อมูลไม่จำกัด
นำเสนอโดยนักสื่อสารมวลชน (Professional Communicators) นักวารสารศาสตร์ ผู้สื่อข่าว ผู้เชี่ยวชาญ ได้คุณภาพ ตรงกับงานสื่อสารมวลชนแบบเดิม	นำเสนอโดยมือสมัครเล่น (Amateur/Non-professional) ใครก็ได้มีทรัพยากรที่จำเป็นพร้อมก็เสนอผลงานบนเว็บไซต์ได้ รวมทั้งมือสมัครเล่น

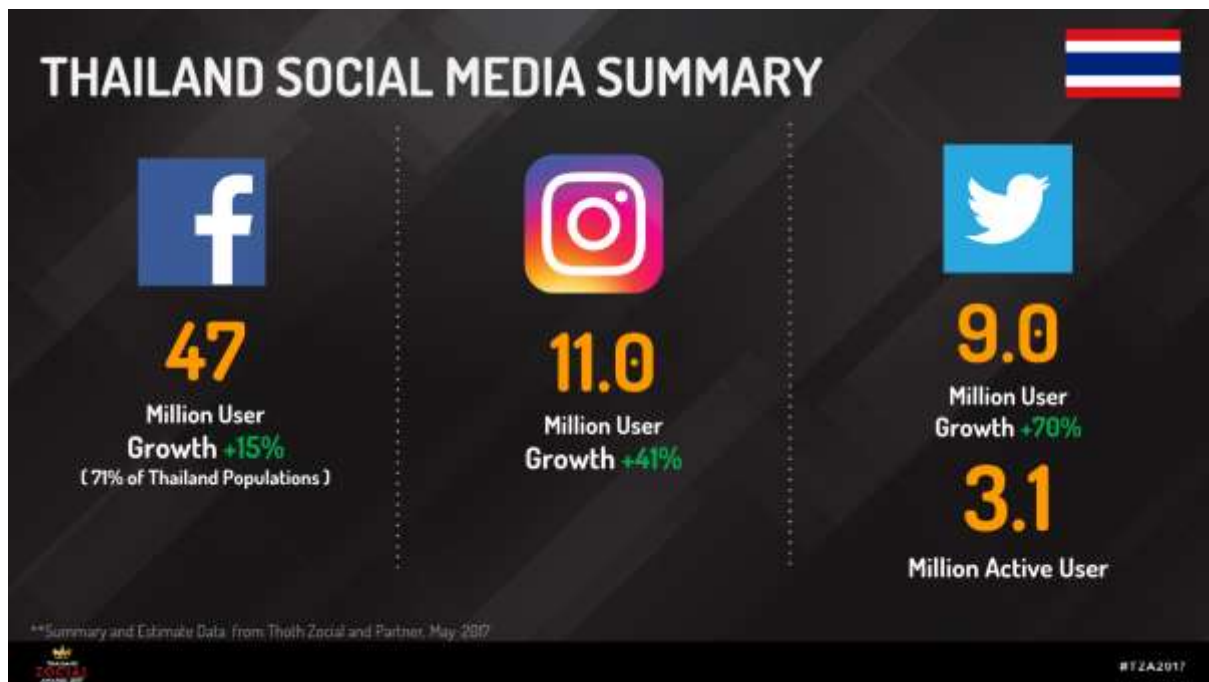
ชนิกานต์ สิงหะ และคณะ (2556)

สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่างๆ ที่ใช้กันบ่อยๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing) (พิชิต, 2554)

เครือข่ายสังคมออนไลน์ คือ เว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนทั้งที่รู้จักมาก่อน หรือรู้จักภายหลังทางออนไลน์ ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละแห่ง มีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป แต่ส่วนประกอบหลักที่มีเหมือนกัน คือ โปรไฟล์ (Profiles – เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชี) การเชื่อมต่อ (Connecting – เพื่อสร้างเพื่อนกับคนที่รู้จักและไม่รู้จักทางออนไลน์) และการส่งข้อความ (Messaging – อาจเป็นข้อความส่วนตัว หรือข้อความสาธารณะ) เป็นต้น โดยมีเฟซบุ๊ก (Facebook – <https://www.facebook.com>) เป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน

ในปัจจุบัน ผู้คนเริ่มหันมาใช้สื่อสังคมออนไลน์แทนสื่อแบบเดิมๆ กันมากขึ้น ในการสื่อสารข้อมูลถึงกัน ซึ่งในช่วงเริ่มแรก การใช้สื่อสังคมออนไลน์ มักใช้ในลักษณะของงานอดิเรกสื่อสารกันระหว่างตนเองกับคนรู้จักใกล้ชิดตัว จากนั้น ได้มีการขยายการประยุกต์ใช้สู่ภาคธุรกิจ ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้คนอย่างกว้างขวาง

พเนิน อัครวิภาส (2560) กล่าวว่า สำหรับในประเทศไทย ได้มีการสำรวจโดยบริษัท โธส โซเชียล จำกัด พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมอันดับ 1 คือ เฟซบุ๊ก ซึ่งมียอดผู้ใช้งาน 47 ล้านบัญชี เติบโตจากปีก่อน 15% หรือคิดเป็น 71% ของประชากรไทยทั้งประเทศ ดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 จำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย (พเนิน อัครวิภาส, 2560)

สาเหตุสำคัญที่ทำให้สื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กได้รับความนิยมขึ้นเรื่อยๆ มาจากการใช้งานที่ง่าย เข้าถึงกลุ่มคนได้รวดเร็ว มีการแสดงความคิดเห็นไปมา สามารถทำให้ประชาชนทั่วไปได้เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศและแนวทางในการลดก๊าซเรือนกระจกได้มากขึ้น และสื่อที่นำมาแบ่งปันมีลักษณะหลากหลาย รวมทั้งการพัฒนาตลอดเวลาของเทคโนโลยีการสื่อสารและอินเทอร์เน็ต ทำให้มีแนวโน้มค่อนข้างชัดเจนว่า สื่อสังคมออนไลน์ จะเป็นสื่อหลักของผู้คนในโลกอนาคตอย่างแท้จริง

หากมองย้อนกลับไปในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาเมื่อพูดถึงคำว่า “เครือข่ายสังคมที่เต็มไปด้วยกลุ่มวัยรุ่นที่ทำกิจกรรมติดต่อสื่อสาร พูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลด้านความบันเทิง หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เน้นไปที่การกระจายตัว “ความเป็นเมือง” ไปยังพื้นที่ต่างๆ อย่างทั่วถึง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทั้งด้านการคมนาคมขนส่ง การค้าและบริการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการสื่อสารที่ก้าวไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เราสามารถเข้าถึงบริการด้านข้อมูล ข่าวสาร และการติดต่อสื่อสารในยุคการเชื่อมต่อไร้สายผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศจะรุนแรงมากยิ่งขึ้นเป็นทวีคูณ หากมนุษยชนโลกใบนี้ไม่ใส่ใจกับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะภูมิอากาศ ยังคงปล่อยก๊าซเรือนกระจกในอัตราที่เป็นอยู่และมากขึ้นกว่านี้ จนทำให้สภาวะโลกร้อนเข้าสู่วิกฤต เกิดภัยพิบัติที่รุนแรงกว่าในปัจจุบันหลายเท่าตัวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในประวัติศาสตร์บนทุกภูมิภาคของโลก ดังนั้น วันนี้นี่สิ่งที่ทุกคนทำได้ คือ เรียนรู้ ร่วมกันป้องกันและแก้ไข ก่อนหายนะสุดท้ายจะมาเยือน (บัณฑิต, 2550)

ทั้งนี้ องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก. ก็ได้เผยแพร่บทความที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ก๊าซเรือนกระจก โดยหัวข้อประกอบด้วย อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ข้อมูลปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกรายสาขา ข้อมูลก๊าซเรือนกระจกระดับเมือง ตลาดคาร์บอนและคาร์บอนฟุตพริ้นท์ การวิเคราะห์ทางการเงินและการลงทุนด้านการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และภูมิสารสนเทศกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมถึงข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับก๊าซเรือนกระจก ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้เฟซบุ๊กชื่อ ศูนย์ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก (@ghginfo) เพื่อให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจและเห็นความสำคัญของสถานการณ์ก๊าซเรือนกระจกในปัจจุบันและอย่างต่อเนื่อง ดังรูปที่ 4 และได้จัดกิจกรรมโพสต์รูปภาพวิถีสดโลกร้อนด้วยตัวเรา พร้อมคำบรรยายใต้ภาพ บนเฟซบุ๊ก ดังรูปที่ 5



รูปที่ 4 บทความและข่าวสารบนเฟซบุ๊กของศูนย์ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ออก.
(องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน), 2560)



รูปที่ 5 กิจกรรมโพสต์รูปภาพวิถีลดโลกร้อนด้วยตัวเรา พร้อมคำบรรยายใต้ภาพ
บนเฟซบุ๊กของศูนย์ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก ออก. (องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน), 2560)

เอกสารอ้างอิง

กระจอกข้าว. “การใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<http://oknation.nationtv.tv/blog/index.php> สืบค้น 31 พฤษภาคม 2560.

ชนิกานต์ สิงหะ และคณะ. “สื่อดั้งเดิม สื่อใหม่ ความแตกต่างระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้

จาก: <https://www.slideshare.net/tangmosingha/1-44586259> สืบค้น 31 พฤษภาคม 2560.

บัณฑิต คงอินทร์. รุก-รับ “โลกร้อน” ก่อนโลกหายนะ. กรุงเทพฯ : มติชน, 2550.

พเนิน อัครวิภาส. “Social Media Movement.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:

<https://thailandzocialawards.com> สืบค้น 24 เมษายน 2560.

พิชิต วิจิตรบุญยรักษ์. “สื่อสังคมออนไลน์: สื่อแห่งอนาคต.” นักบริหาร 31, 4 (2554): 99-103.

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตสุพรรณบุรี. “บทที่ 7 การใช้ภาษาในการโฆษณา และประชาสัมพันธ์.” [ออนไลน์].

เข้าถึงได้จาก: <http://www.ipesp.ac.th/learning/thai/chapter7-5.html> สืบค้น 24 เมษายน 2560.

องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน). “ศูนย์ข้อมูลก๊าซเรือนกระจก.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้

จาก: <https://www.facebook.com/ghginfo> สืบค้น 24 เมษายน 2560.

แอดมิน. “สาเหตุสำคัญที่โลกตกอยู่ในภาวะโลกร้อน.” [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: [http://climate-justice-](http://climate-justice-action.org)

[action.org](http://climate-justice-action.org) สืบค้น 24 เมษายน 2560.