

บทที่ 4

การวิเคราะห์มายาคติที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ สิ่งแวดล้อมขององค์กรปิโตรเลียม

การศึกษาเรื่อง “มายาคติและมุมมองของผู้ใส่ใจสิ่งแวดล้อมต่อภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมขององค์กรปิโตรเลียม” เป็นการทำวิจัยเพื่อหาคำตอบให้กับปัญหาคำถามที่ตั้งไว้ คือ มายาคติที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมขององค์กรธุรกิจด้านปิโตรเลียมมีอะไรบ้าง โดยจะทำการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาโดยวิธีการวิเคราะห์สัญลักษณ์ (Semiological Analysis) ที่ปรากฏของภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ผ่านองค์ประกอบย่อยและองค์รวมของภาพตามแนวทางโครงสร้างนิยม (Structuralism) ของ Roland Barthes จำนวน 4 เรื่อง ดังนี้

1. ภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง “ปลูกป่าไม้ สร้างชีวิต” (2551)
2. ภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง “อนาคต” (2552)
3. ภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง “1 ล้านกล้าถวายพ่อ” (2553)
4. ภาพยนตร์โฆษณา เรื่อง “บันทึกหน้าใหม่” (2553)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษารูปสัญลักษณ์และการนำเสนอเนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาเกี่ยวกับการให้ความหมาย (Meaning) ตามหลักการของสัญศาสตร์และเอกสารอ้างอิงที่เกี่ยวข้องมาประกอบกัน โดยจะนำเสนอผลการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอนและแบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 การสร้างความหมายของภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 2 มายาคติในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมขององค์กรปิโตรเลียม



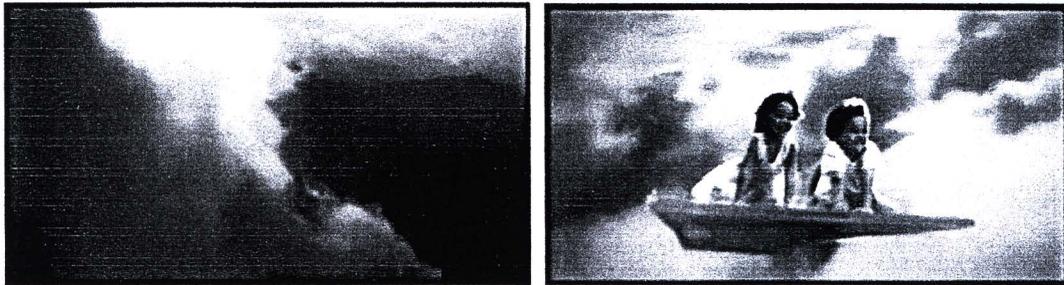
ส่วนที่ 1

การสร้างความหมายของภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมขององค์กรสีเขียว

การวิเคราะห์แบบโครงสร้างนิยม (Structuralism) นั้น เป็นการวิเคราะห์หาความหมายผ่านการอุปมาอุปมัยของความสัมพันธ์ระหว่างส่วนใหญ่กับส่วนย่อย เป็นการศึกษาเรื่องของโครงสร้างในเชิงเปรียบเทียบเพื่อดูถึงชุด/กลุ่มขององค์ประกอบย่อยที่ประกอบขึ้นกันเป็นสรรพสิ่งนั้นๆ มากกว่า ความสัมพันธ์ที่เชื่อมบรรดาองค์ประกอบย่อยเหล่านี้ไว้ด้วยกันคือสิ่งที่เรียกว่า “โครงสร้าง” กล่าวอีกนัยหนึ่ง ประเด็นวิธีการหาความรู้แบบ โครงสร้างนิยมสนใจ มิใช่รายละเอียดขององค์ประกอบย่อย แต่เป็นชุดขององค์ประกอบย่อย ว่ามารวมกันเป็นชุดได้อย่างไร (ไชยรัตน์ เจริญสิน โอปาร, 2545: 107) เพื่อนำไปสู่ความหมายองค์รวมของสิ่งที่จะทำการวิจัย โดยในการวิจัยครั้งนี้ ภาพยนตร์โฆษณาฯ มีองค์ประกอบย่อยที่สามารถทำให้เกิดกระบวนการสร้างความหมายขึ้นมา โดยผู้วิจัยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์องค์ประกอบย่อยก่อนที่จะไปสู่การค้นหาความหมายระดับองค์รวม การวิเคราะห์วิธีการจัดประเภทความหมายโดยใช้วิธีการถ่ายโอนสัญลักษณ์ตัวหนึ่ง ไปสู่อีกตัวหนึ่ง (Metaphor) หรือการแสดงความสัมพันธ์ในลักษณะที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกเอาส่วนย่อยส่วนหนึ่งมาแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด (Metonym) ผ่านการร้อยเรียงเรื่องราวความสัมพันธ์ขององค์ประกอบย่อยต่างๆ แบบกระบวนทัศน์ (Paradigmatic Relations) หรือความสัมพันธ์แบบวากยสัมพันธ์ (Syntagmatic Relations) การใช้การเชื่อมโยงหรือสัมพันธ์บท (Intertextuality) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้าม (Binary Opposition)

1.1 ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “ปลูกป่าไม้ สร้างชีวิต” (2551) ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ภาพยนตร์โฆษณานี้บอกเล่าเรื่องราวถึง โครงการรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR) ด้านสิ่งแวดล้อมต่างๆ ของ ปตท. เริ่มต้นเปิดฉากจากภาพยนตร์โฆษณาด้วยการล่องเวหาฝ่ากลุ่มเมฆของเด็กสองคน ซึ่งกลุ่มเมฆเป็นเสมือนสิ่งที่ยังคลุมเครือและรอคอยการค้นพบ ภาพเบื้องล่างคือแนวเทือกที่เขียวชะอุ่ม ตัดฉาก (CUT) และดึงภาพเข้ามา (ZOOM IN) ที่ภาพเด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิง ซึ่งเด็กเป็นเสมือนตัวแทนของมนุษยชาติ เป็นอนาคต เป็นความเจริญเติบโต และความสดใส ดังนั้น โลกอนาคตจะเป็นอย่างไรนั้นก็ขึ้นกับเด็กในวันนี้เป็นค่านิยมที่อยู่ในสังคมไทย ดังจะเห็นได้จากคำขวัญที่ว่า “เด็กในวันนี้ คือผู้ใหญ่ในวันหน้า”



ภาพที่ 4 : เด็กทั้งสองคนกำลังล่องเวหาฝักกลุ่มเมฆ

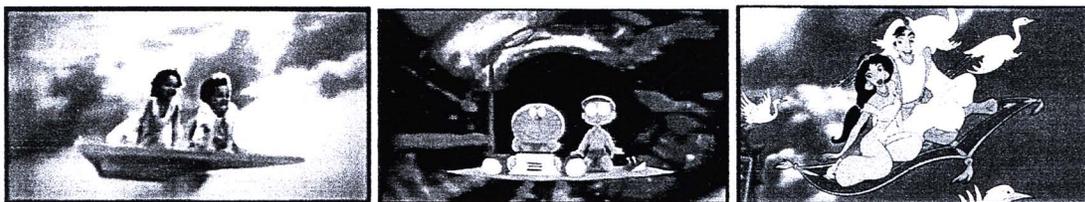
พระราชดำรัสในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ทรงพระราชทานไว้ในโอกาสปีเด็กสากลในปี พ.ศ. 2522 จัดขึ้นโดย องค์การทุนสงเคราะห์เด็กแห่งสหประชาชาติ (United Nations Children Fund หรือ UNICEF) (บุญกร่าง เกิดศุลา, 2523: 1) ความว่า

“...ขอให้ข้าพเจ้ากล่าวปรารภสั้นๆ แก่ท่านทั้งหลาย คงจะไม่เป็นการผิดอย่างใด ที่ข้าพเจ้าจะพูดว่า เด็กเป็นผู้ที่ได้รับช่วงทุกสิ่งทุกอย่างต่อจากผู้ใหญ่ รวมทั้งการรับผิดชอบในการธำรงรักษาความผาสุกสงบของประชากรในโลก...”

และคำกล่าวของพระพรหมมิ่งคลาจารย์ (หลวงปู่ปัญญานันทภิกขุ หรือ ท่านพุทธทาสภิกขุ เจ้าอาวาสวัดชลประทานรังสฤษฎ์) ได้กล่าวไว้ในหนังสือ เด็กจะเป็นผู้สร้างโลกในอนาคต (2539) ความว่า

“...เด็กของเราเป็นอย่างไร โลกในอนาคตจะเป็นอย่างนั้น ฉะนั้น เราสร้างโลกในอนาคตได้ โดยการสร้างเด็กหรือผ่านทางเด็ก ครูสร้างโลกโดยผ่านทางเด็ก ฉะนั้น จงสร้างเด็กให้ดีที่เหมาะสมสำหรับที่จะไปสร้างโลกให้ถูกต้อง ใฝ่ความโลกข้างหน้าจะมีอารยธรรมอย่างไร มีวัฒนธรรมอย่างไร มีคุณธรรมอย่างไร ขึ้นอยู่กับตัวเด็กที่ได้รับไว้อย่างไร...”

เด็กทั้งสองคนกำลังมีความสุขและรู้สึกตื่นเต้นทำทาบกับการนั่งบนแผ่นกระดาษพิเศษสีฟ้าเปรียบเสมือนคลื่นทะเลที่พัดพาเด็กทั้งสองคนล่องลอยและนำพาความผาสุกไปยังดินแดนต่างๆ ซึ่งถ้าสังเกตให้ดีแล้วเราจะพบว่า การดำเนินเรื่องราวของภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ มีการใช้การเชื่อมโยงหรือสัมพันธ์บท (Intertextuality) นั่นคือ แม้ว่าจะเป็นภาพเคลื่อนไหวคนละเรื่องแต่ต่างก็ใช้วิธีการเล่าเรื่องที่คล้ายคลึงกัน คือ การข้ามผ่านช่วงเวลาหนึ่งไปยังอีกช่วงเวลาหนึ่งหรือดินแดนแห่งหนึ่งไปยังดินแดนอีกแห่งหนึ่งที่ดีกว่า



ภาพที่ 5 : แสดงการเชื่อมโยง (Intertextuality) ¹

การถ่ายทอดเรื่องราวผ่านกระดานวิเศษมีหน้าตาคล้ายกับเครื่องเดินทางข้ามเวลา (Time Machine) ของการ์ตูนญี่ปุ่นเรื่อง “โดราเอมอน” (*Doraemon*) ซึ่งนำมาเผยแพร่ทางโทรทัศน์ในประเทศไทยครั้งแรกทางช่อง 9 อ.ส.ม.ท. เมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2525 (a day, 2545: 70) โดยโดราเอมอนจะใช้เครื่องเดินทางข้ามเวลาวิเศษนี้พา “โนบิตะ” ซึ่งเป็นเพื่อนรักไปยังสถานที่ใดก็ได้ ที่โนบิตะปรารถนาต้องการจะไป ไม่ว่าจะเป็นอดีตหรืออนาคต ซึ่งสะท้อนความปรารถนาหนึ่งของมนุษย์ที่ต้องการย้อนเวลากลับไปในอดีตเพื่อเยียวยาปัจจุบันหรือเดินทางไปอนาคตเพื่อสนองความใคร่รู้ชะตาชีวิตในอนาคตกาลข้างหน้า หรือการ์ตูนเจ้าชายเจ้าหญิงแห่งดินแดนภารตะอันโด่งดัง “อะลาดีน” (*Aladdin*) ที่เจ้าชายอะลาดีนเหาะมาพร้อมกับพรมวิเศษเพื่อมารับเจ้าหญิงจัสมินเพื่อพาไปท่องเที่ยวและหลุดพ้นจากดินแดนแห่งพันธนาการ ลอยพาไปหาสมบัติและพาหนีรอดตายกลับมาได้จากการถล่มของถ้ำ มีฉากหนึ่งในเรื่องที่ว่าเจ้าชายพาเจ้าหญิงนั่งพรมวิเศษเหาะลอยไปอย่างมีความสุข ซึ่งในระหว่างที่นั่นอยู่กัน ทั้งสองก็ได้ร้องบทเพลง “โลกใหม่สวยงาม” (*A Whole New World*) โดยมีเนื้อเพลงท่อนสร้อยแปลเป็นภาษาไทยว่า

“...เธอจะพบดินแดนใหม่ งามสดใสร่างสายตา เธอจะรู้จะเห็นได้
ด้วยตาว่าโลกใหม่มันงามอย่างไร เธอจะได้ชมทุกอย่าง ชวนประทับใจไม่รู้คลาย
ลอยสู่ฟ้าเบื้องบนกว้างไกล ไปด้วยพรมแห่งความใฝ่ฝัน ... *A whole new world*
นี่คือโลกใบใหม่แสนเพลินใจ ไม่มีใครขวางเรา จะไปแสนไกล ให้เหมือนดังใจ
ต้องการ *A whole new world* ที่ขอบฟ้าครามสุขล้ำเกินใครตราบดินและฟ้าจะดับ
จะเลื่อนลับไปก็ขอเพียงได้ ได้อยู่คู่เคียงกับเธอ...”

โดยเป็นเสมือนดินแดนในอุดมคติ สอดรับกับเพลงประกอบภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้ “ดินแดนแห่งนั้น” โดยมีเนื้อเพลงว่า

“...เธอบอกว่าอยากเห็น ดินแดนที่สี ห่มฟ้าไม่เคยเปลี่ยน เธอบอกว่าอยาก
เห็น แดนที่ดอกไม้ ไม่มีวันร่วงโรย ที่จะมีสายรุ้งในเมฆฝนที่หยาดมา ทุกชีวิตต่าง
มีรอยยิ้มให้แก่กัน...หลับฝันให้สบาย ฉันจะคอยสร้างฝัน ดินแดนแห่งนั้น จะ
กลายเป็นจริง...”

¹ แหล่งที่มา : <http://www.oknation.net/blog/724room/2009/04/27/entry-1>

http://babsnews.blogspot.com/2010_05_01_archive.html

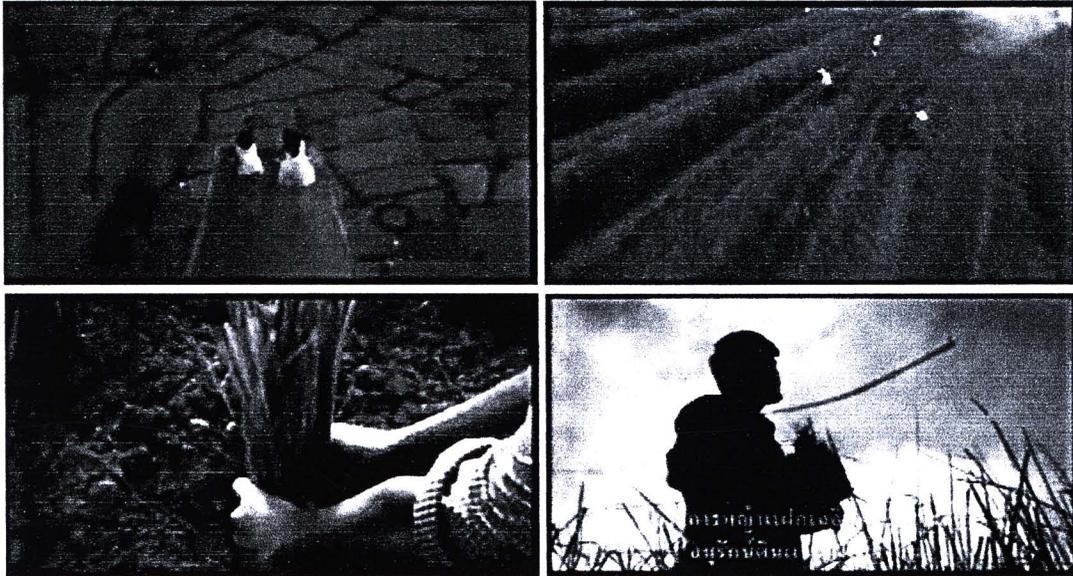
จากความหมายของเพลงนี้ สะท้อนให้เห็นว่า ปตท. เป็นองค์กรกำลังสร้างสังคมที่ต่างไปจากเดิมสู่การเป็นสังคมแห่งการพัฒนาที่ยั่งยืน และจะเป็นองค์กรที่ช่วยเติมเต็มความฝันของประชาชนทุกคนที่จะก้าวไปสู่ความสุขในอุดมคติใน “ดินแดนที่สีฟ้าไม่เคยเปลี่ยน” คือ สีของท้องฟ้าที่จะเป็นสีฟ้าตลอดไป เพราะดวงอาทิตย์จะไม่มีวันลับขอบฟ้า รัศมีของดวงอาทิตย์จะเจิดจ้าช่วงกาลนิรันดร์ โดยดวงอาทิตย์มีความโดยนัยเรื่องของความยิ่งใหญ่ ความอมตะถาวรทางพลังงาน และเป็นเสมือนตราสัญลักษณ์ของ ปตท. และเป็น “แดนที่ดอกไม้ไม่มีวันร่วงโรย” โดยดอกไม้เป็นสัญลักษณ์แทนความสวยงาม ความเบ่งบาน สะท้อนเรื่องความยั่งยืนทางพลังงาน และ “ที่จะมีสายรุ้งในเมฆฝนที่หยาดมา” คือ ความสดใสสวยงาม เปรียบเสมือนบันไดแห่งความสำเร็จ บันไดที่จะพาไปสู่ความสุขสวัสดิ์

หลังจากที่เด็กทั้งสองคนล่องลอยไปบนท้องฟ้าเหนือลำธารท่ามกลางต้นไม้ที่เขียวชะอุ่มในป่าใหญ่นั้น เด็กผู้หญิงก็ชี้ให้เด็กผู้ชายหันไปมองแนวป่าผืนใหญ่ อันเป็นผลสัมฤทธิ์จากการดำเนินงานโครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติฯ 1 ล้านไร่ ของ ปตท. ที่ต้องการจะบอกเล่าว่า บัดนี้ จากพื้นดินที่แห้งแล้ง ต้นกล้า 1 ล้านต้นที่เคยปลูกไว้ในอดีตได้เติบโตสูงตระหง่านเป็นต้นไม้ใหญ่ที่แผ่กิ่งใบให้ร่มเงา



ภาพที่ 6 : เด็กสองคนล่องผ่านโครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติฯ 1 ล้านไร่ ของ ปตท.

จากนั้นเด็กทั้งสองคนก็ล่องผ่านไปยังแนวเขาซึ่งจากมุมมองแบบมองข้ามไหล่ (OVER-SHOULDER SHOT) ของเด็กทั้งสองคนนั้น มีภาพชาวบ้านกำลังปลูกหญ้าแฝกแบบขั้นบันไดตามแนวทางโครงการหญ้าแฝกเฉลิมพระเกียรติ ของ ปตท. เพื่อการอนุรักษ์ดินและน้ำให้ยั่งยืน โดยชาวบ้านที่กำลังปลูกหญ้าแฝกอยู่นั้นก็แหงนหน้าขึ้นไปมองบนท้องฟ้า ก็เห็นเด็กทั้งสองคนล่องลอยบนแผ่นกระดานพิเศษสีฟ้าพาดผ่านข้ามไปเป็นเส้นทะแยงชันบน จากซ้ายไปขวา เหมือนกราฟเส้นทะแยงที่วิ่งสูงชันขึ้น สื่อความหมายถึงความเจริญรุ่งเรือง หรือ แนวโน้มที่ดีขึ้น



ภาพที่ 7 : เด็กสองคนลอยผ่านชาวบ้านที่กำลังปลูกหญ้าแฝกแบบขั้นบันได

จากนั้นภาพก็ตัดมาที่ภาพผู้นำชุมชนกำลังอบรมให้ความรู้ชาวบ้าน ให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ปัญหา ร่วมตัดสินใจ จนเกิดการเรียนรู้ และกำหนดแนวทางในการพัฒนาที่เหมาะสมของตนเอง ของชุมชน ก่อเกิดการดำเนินงานแบบบูรณาการร่วมกันทั้งตำบลเกษตรกรภายใต้โครงการรักษ์ป่า สร้างคน 84 ตำบล วิถีพอเพียง (ไทยโพสต์, 10 ธันวาคม 2550: 4) ท่ามกลางรอยยิ้มพิมพ์ใจของชาวบ้านทุกคน เสมือนเป็นการบ่งบอกเชิงนัยยะว่า ปตท. ได้ดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อความกินดีอยู่ดีของชุมชน ตลอดจนการพัฒนาตนเองและชุมชนอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 8 : ชาวบ้านกำลังอบรมโครงการรักษ์ป่า สร้างคน 84 ตำบล วิถีพอเพียง



ภาพที่ 9 : ชาวบ้านกำลังลงแขกเกี่ยวข้าว

จากนั้นเด็กทั้งสองคนก็บินไปเหนือแนวเทือกเขา ซึ่งเบื้องล่างเป็นทุ่งนาข้าวรวงสีทองที่ชาวบ้านกำลังช่วยกันลงแขกเกี่ยวเกี่ยวเมล็ดข้าว ซึ่งการลงแขกนั้น เป็นประเพณีที่แสดงถึงการร่วมแรงร่วมใจ เพื่อช่วยเหลือทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งให้เสร็จอย่างรวดเร็วทันเวลา โดยไม่มีค่าตอบแทน ปัจจุบัน การลงแขกซึ่งเป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาช้านาน ถือได้ว่ามีส่วนช่วยก่อให้เกิดความรักใคร่สามัคคีในหมู่คณะ ได้เป็นอย่างดีในทางหนึ่งและแสดงถึงความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่แก่ญาติของคนในสังคมไทย (เบญจมาศ แพทอง และคณะ, 2550: 182) แสดงถึงความสามัคคีและความมีน้ำใจต้นน้ำจืดงาม อีกทั้งยังแสดงถึงความอบอุ่นภายในครอบครัวและหมู่บ้าน ซึ่งเด็กทั้งสองคนก็รู้สึกตื่นเต้นที่ได้เห็นและเปล่งเสียงร้องออกมาด้วยความอัศจรรย์ใจในความอุดมสมบูรณ์เหมือน ปตท. ที่เป็นมิตรกับประชาชนที่ร่วมใจกันช่วยพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความมั่นคงทางพลังงาน สังคม และสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วยกัน

ต่อจากนั้น เด็กทั้งสองคนลอยมาผ่านสวนสมุนไพรนานาชนิดในสมเด็จพระเทพรัตนฯ และศูนย์ศึกษาป่าชายเลนสิรินาถราชินี ซึ่งภาพเด็กทั้งสองคนล่องลอยบนแผ่นกระดานวิเศษสีฟ้าพาดผ่านข้ามไปเป็นเส้นทะแยงชันบน จากซ้ายไปขวา เสมือนกราฟเส้นที่วิ่งสูงชันขึ้นได้ฉายซ้ำอีกครั้ง เพื่อเป็นการย้ำสารที่ต้องการจะสื่อสารและเมื่อพระอาทิตย์ใกล้ลับขอบฟ้า และภาพเบื้องล่างที่เด็กผู้หญิงมองลงมานั้น เป็นภาพชาวบ้านกำลังหาปลาในบึง แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ดังชื่อเพลงปลุกใจของไทยที่มีชื่อว่า “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว”



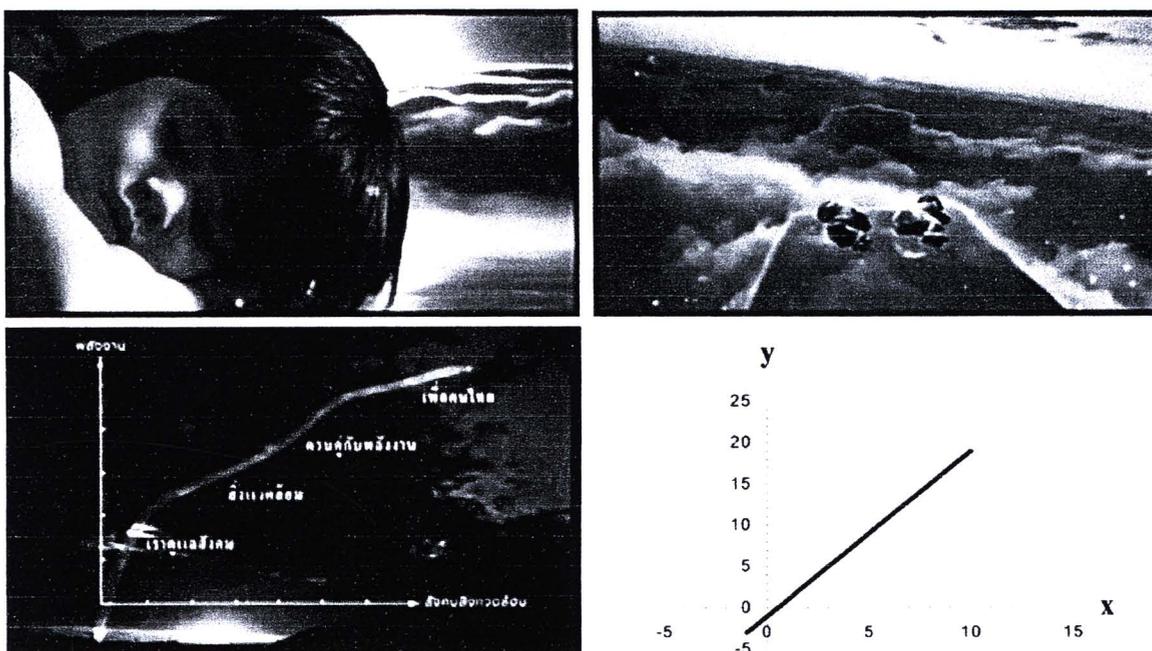
ภาพที่ 10 : สวนสมุนไพรสมเด็จพระเทพรัตนฯ



ภาพที่ 11 : เด็กทั้งสองคนลอยผ่านศูนย์ฯ สิรินาถราชินี

ต่อจากนั้น เด็กทั้งสองคนลอยมาผ่านสวนสมุนไพรมานาชนิดในสมเด็จพระเทพรัตนฯ และศูนย์ศึกษาป้าเขาเลนสิรินาถราชินี ซึ่งภาพเด็กทั้งสองคนล่องลอยบนแผ่นกระดานพิเศษสีฟ้า พาดผ่านข้ามไปเป็นเส้นทะแยงขึ้นบน จากซ้ายไปขวา เหมือนกราฟเส้นที่วิ่งสูงชันขึ้น ได้ฉายซ้ำอีกครั้ง เพื่อเป็นการย้ำสารที่ต้องการจะสื่อสารและเมื่อพระอาทิตย์ใกล้ลับขอบฟ้า และภาพเบื้องล่างที่เด็กผู้หญิงมองลงมานั้น เป็นภาพชาวบ้านกำลังหาปลาในบึง แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ดังชื่อเพลงปลุกใจของไทยที่มีชื่อว่า **“ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว”**

ภาพถัดมาเป็นภาพเด็กทั้งสองคนก็กลับนอนลงบนแท่นกระดานพิเศษสีฟ้าที่ลอยไปยังเส้นขอบฟ้าอย่างสบายใจเป็นแนวเส้นทะแยงขึ้นบนเหมือนกราฟเส้นที่โพล่งขึ้นไปบนแกน X และแกน Y พร้อมข้อความ **“เราดูแลสังคม สิ่งแวดล้อม ควบคู่กับพลังงาน เพื่อคนไทย”** ซึ่งได้มาจากกราฟที่เขียนแทนสมการทางคณิตศาสตร์ที่แสดงแนวความคิดสัมพันธ์และสมการถดถอยเชิงเดียว (Correlation & Simple Regression) ซึ่งในภาพยนตร์โฆษณาฯ ชุดนี้ได้ภาพตัวอย่างคู่ของตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยแสดงออกมาเป็นภาพกราฟเส้นตรง (Linear Graph) หรือรูปแบบของสมการถดถอยเชิงเดียว คือ $y = a + bx$ แสดงถึงความเติบโตที่เพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวของตัวแปร 2 ตัว (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552) ได้แก่ สังคมและสิ่งแวดล้อม (แกน X) และพลังงาน (แกน Y) โดยสื่อความหมายว่า ปตท.ได้ดำเนินธุรกิจทางด้านพลังงานครบวงจรที่เติบโตขึ้นไปควบคู่กับการพัฒนาสังคมและดูแลสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของคนไทย



ภาพที่ 12 : แสดงการเปรียบเทียบระหว่างภาพในโฆษณาและกราฟเส้นสมการถดถอยเชิงเดียว²



ภาพที่ 13 : ตราสัญลักษณ์ ครบรอบ 30 ปี ปตท.

ปิดท้ายด้วยภาพตราสัญลักษณ์ครบรอบปีที่ 30 ของ ปตท. สื่อความหมายถึงความมั่นคงทางพลังงานที่ ปตท. สรรสร้างมาถึง 30 ปี ในภาพใช้รั้วเส้นสามเส้นแทนธงชาติไทยพาดผ่านอ้อมลูกโลก สื่อความหมายโดยนัยถึงความเป็นสากล แสดงถึง ปตท. เป็นที่รู้จักในหลายประเทศและได้รับรางวัลต่างๆ ในเวทีระดับโลก ประหนึ่งจะส่งสารว่า ประชาชนคนไทยได้โปรดสำนึกและรับรู้ไว้ว่า 30 ปีที่ผ่านมา ปตท. ได้กระทำการอันทรงคุณประโยชน์ต่อประเทศไทยมาเพียงใด

โดยสรุปแล้วภาพยนตร์เรื่องนี้ต้องการจะส่งสารใจความสำคัญว่า สังคมไทยในอนาคตนั้นจะเป็นดั่งสังคมในอุดมคติ คือ การมีพลังงานใช้อย่างเพียงพอและมีสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น อันเกิดมาจากการกระทำหรือกิจกรรมของ ปตท. ซึ่งเป็นองค์กรปิโตรเลียมชั้นนำของประเทศในปัจจุบัน ซึ่งดำเนินธุรกิจพลังงานภายใต้ความเชื่อหรือค่านิยมขององค์กรที่ว่า **“พลังงานและสิ่งแวดล้อมต้องพัฒนาควบคู่กันไป”**

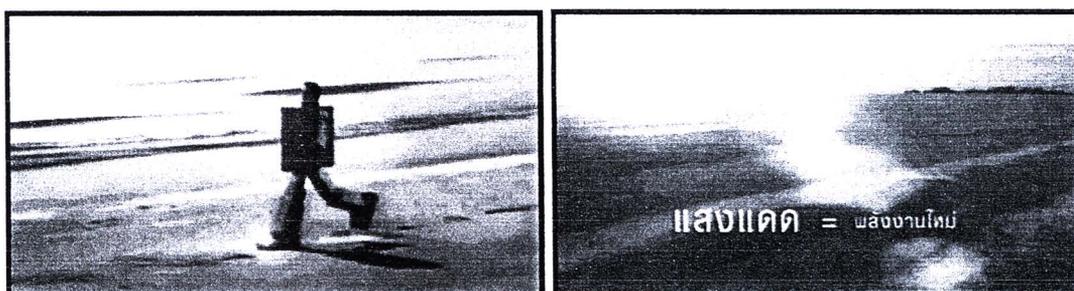
² แหล่งที่มา : <http://cnx.org/content/m17086/latest/?collection=col10561/latest>

ดังกล่าวของ นายอนนต์ สิริแสงทักษิณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) หรือ ปตท.สผ. (อ้างถึงใน National Geographic, ศรวิโรจ วัฒนไพบูลย์, ผู้แปล, 2552: 43) กล่าวว่า

“...ปตท.สผ. ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาสังคมและชุมชน จึงได้มุ่งมั่นทำกิจกรรมด้านการพัฒนาความรู้ และการอนุรักษ์ธรรมชาติ ไปพร้อมกับการดำเนินธุรกิจด้านการสำรวจและผลิตปิโตรเลียม เพราะเชื่อว่าองค์กรจะก้าวไปสู่ความสำเร็จได้ สังคมและธุรกิจต้องเติบโตไปด้วยกัน...”

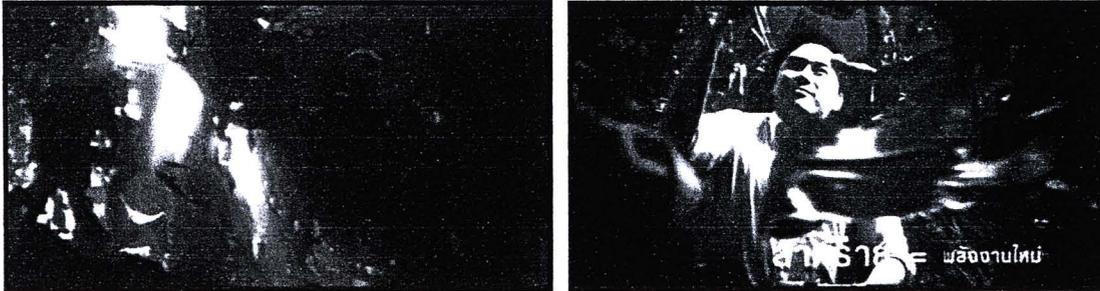
1.2 ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “อนาคต” (2552) ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ท่ามกลางแสงแดดอันเจิดจ้า สิ่งมีชีวิตครึ่งคนครึ่งหุ่นยนต์ โดยมีตัวเป็นหุ่นยนต์แต่ศีรษะเป็นคน (ผู้ชาย) กำลังวิ่งอยู่ริมชายหาด ศีรษะเปรียบเสมือนมันสมองหรือความคิด ทันใดนั้นก็หยุดวิ่งเพื่อรอรับแสงแดดให้แปรเปลี่ยนเป็นพลังงาน ซึ่งแสงแดดเปรียบเสมือนความส่องสว่าง ความสดใส และมีสมการขึ้นมาว่า “แสงแดด = พลังงานใหม่” โดยขนาดตัวอักษรคำว่า พลังงานใหม่ มีขนาดเล็กกว่า แสงแดด เพื่อต้องการสื่อความหมายออกมาว่า ทรัพยากรธรรมชาติที่นำแปรเปลี่ยนเป็นรูปพลังงานนั้นสามารถนำมาผลิตเป็นพลังงานทดแทนได้ส่วนหนึ่งเท่านั้น



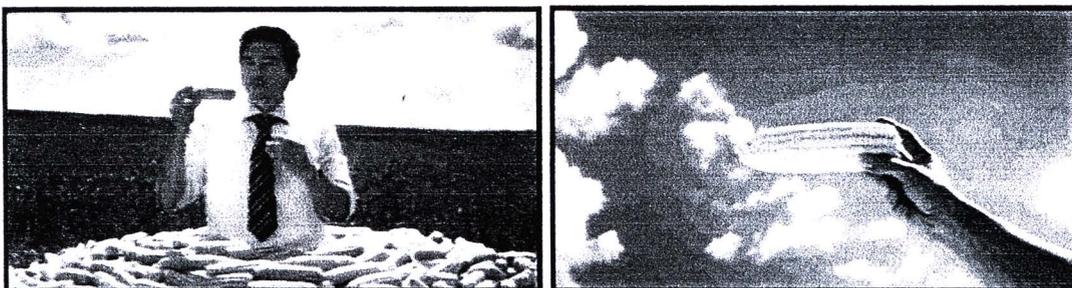
ภาพที่ 14 : ครึ่งคนครึ่งหุ่นยนต์กำลังวิ่งอยู่บนชายหาดท่ามกลางแสงแดดอันเจิดจ้า

จากนั้นภาพได้เลื่อนเข้ามา (FADE IN) มาที่ภาพผู้ชายกำลังดำน้ำ ซึ่งรอบตัวผู้ชายคนนี้เต็มไปด้วยสาหร่ายทะเล เพื่อต้องการจะบอกกับผู้รับสารว่า ปัจจุบันพลังงานความหวังใหม่ของคนไทยทั้งประเทศที่นักวิทยาศาสตร์ให้ความสนใจคือ “สาหร่าย” สิ่งมีชีวิตเซลล์เดียวที่มีคุณค่าอนกอนันต์ ที่สามารถนำมาผลิตเป็นน้ำมันไบโอดีเซล ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ ปตท. ได้สนับสนุนให้กับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี และศูนย์พันธุวิศวกรรมและเทคโนโลยีชีวภาพแห่งชาติ (BIOTEC) ทำการศึกษาวิจัยและพัฒนาการผลิตน้ำมันจากสาหร่าย ตั้งแต่การคัดเลือกสายพันธุ์ การออกแบบระบบเพาะเลี้ยงและการสกัดน้ำมัน (วารสารสื่อพลัง ฉบับที่ 1, 2552, : 46) ซึ่งภาพตอนนี้สามารถสื่อความหมายได้ว่า ปตท. สามารถนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่รอบข้างที่คาดไม่ถึงมาแปรรูปและผลิตเป็นพลังงานใหม่

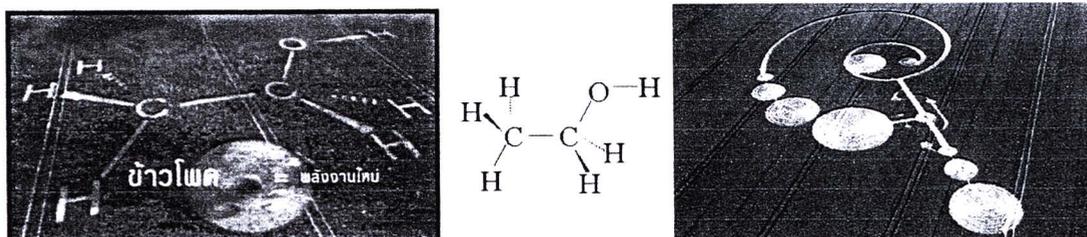


ภาพที่ 15 : ตัวละครกำลังดำเนินเรื่องที่รอบตัวนั้นร้ายล่อมไปด้วยสาหร่าย

จากนั้นภาพก็ตัดมาที่ตัวละครในภาพยนตร์โฆษณากำลังเพิ่งพิจารณาผักข้าวโพด และภาพก็ดึงขยายออกมา (ZOOM OUT) ออกมาเป็นมุมมองแบบไกล (LONG SHOT) แสดงภาพตัวละครยกข้าวโพดขึ้นมา 1 ฟัก เสมือนทองคำแห่งอันมีค่า และตัวละครก็อยู่ในกองข้าวโพดขนาดใหญ่ท่ามกลางทุ่งข้าวโพดที่มีรอยมหัสจรรย์เป็นวงกว้าง เป็นสิ่งมหัศจรรย์ที่มวลมนุษยชาติทั่วโลกทั่วไปรู้จักกันดี นั่นคือ Crop Circle ซึ่งเป็นวงแหวนในไร่ข้าวโพดสร้างความงุนงงให้กับสาธารณชนและนักวิจัยในปัจจุบันเป็นอย่างมาก วงแหวนประหลาดปรากฏขึ้นในทุ่งกว้างแคบข้ามคืนและมีรูปแบบที่หลากหลาย มีทั้งวงแหวนเรียบๆ ไปจนถึงรูปทรงทางคณิตศาสตร์ที่มีความซับซ้อนอย่างน่าประหลาด (เชิญพร คงมา, ผู้แปล, 2553: 61) โดยในภาพยนตร์โฆษณานั้นเป็นรูปสูตรโครงสร้างโมเลกุลทางเคมีของแอลกอฮอล์ประเภทเอทานอล (Ethanol) เป็นสารตั้งต้นในการผลิตน้ำมันไบโอดีเซล เป็นเชื้อเพลิงเหลวที่ได้จากการย่อยสลายแป้งและน้ำตาลด้วยเอนไซม์ สูตรเคมีของเอทานอล คือ C_2H_5OH (สภาผู้แทนราษฎร, คณะกรรมการการพลังงาน, 2545: 28) ซึ่งปตท. ได้สื่อความหมายของความสำเร็จในการแสวงหาพลังงานใหม่จากข้าวโพด ว่าเป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นจากหัวสมองและฝีมือของ ปตท.

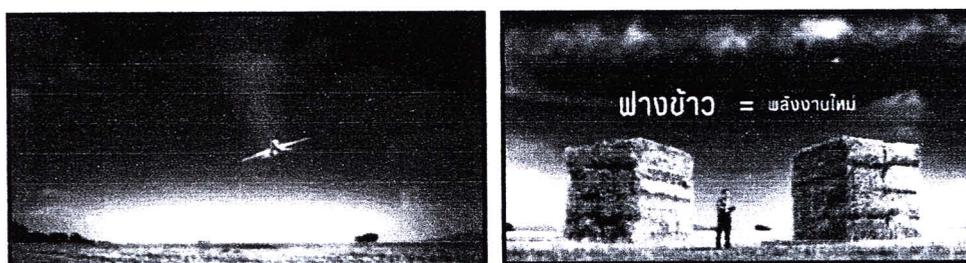


ภาพที่ 16 : ตัวละครอยู่ในกองข้าวโพดขนาดใหญ่ และหยิบชูผักข้าวโพดเหมือนดั่งแท่งทองคำ



ภาพที่ 17 : ภาพเปรียบเทียบภาพโครงสร้างโมเลกุล และ ภาพวงข้าวโพดลุ่มที่เกิดขึ้นจริง³

ตัดฉากมาที่เครื่องบินไอพ่นวิทย์บังคับที่ตัวละครในภาพยนตร์โฆษณากำลังบังคับบินวนอยู่เหนือกองฟางข้าวที่มีลักษณะอัดแน่น นั่นคือ แหล่งพลังงานใหม่ที่สามารถนำมาผลิตเป็นแอลกอฮอล์ประเภทเอทานอลได้เช่นเดียวกับฟางข้าวโพด ซึ่งชีวมวลที่ไม่ได้ใช้ทั้ง ฟางข้าว ใบอ้อย ยอดอ้อย ลำต้นข้าวโพด ล้วนเป็นชีวมวลทางเลือกใหม่ ที่จะเข้ามามีบทบาทอย่างมากในภาวะขาดแคลนพลังงานในอนาคต (กรุงเทพธุรกิจ, ฉบับวันที่ 4 ธันวาคม 2552)



ภาพที่ 18 : เครื่องบินไอพ่นวิทย์บังคับที่ตัวละครเล่นและกองฟางข้าว

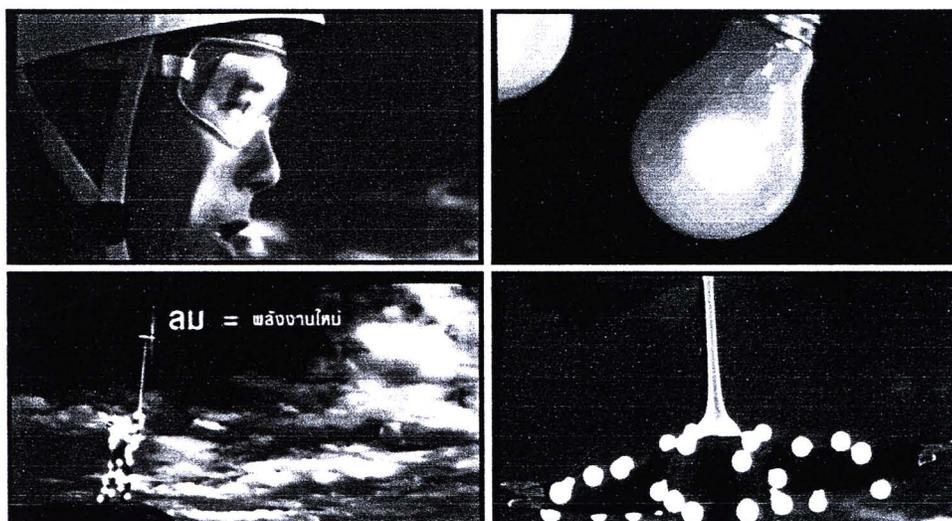
จากนั้นภาพก็จางลง (DISSOLVE) อย่างรวดเร็วมาที่ภาพกังหันลมที่ตัวละครกำลังยื่นด้านแรงลมเพื่อให้อีกกังหันหมุนและเกิดพลังงานกลอันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเป็นพลังงานไฟฟ้า เป็นการยกเรื่องราวของคุณบรรจง ชัยนิกิจ หรือ “มนุษย์กังหันลม” จ.ชลบุรี รู้สึกเสียดายลมที่พัดตลอดปี เขาจึงค้นคว้าเรื่องกังหันลมด้วยตัวเองมาหลายทศวรรษ จนสามารถสร้างกังหันลมที่ผลิตไฟฟ้าได้ตัวละ 2,500 วัตต์ต่อชั่วโมง พอใช้กับหลอดประหยัด 60 วัตต์ 40 หลอดโดยมีต้นทุนการผลิตกังหันอยู่ที่ตัวละ 10,000 บาทเท่านั้น กังหันของเขาจึงช่วยให้เขาประหยัดค่าไฟได้ปีละกว่าหมื่นบาท (วารสารสื่อพลัง ฉบับที่ 2, 2552: 6) และหลอดไฟที่ค่อยๆ สว่างขึ้นนั้นเปรียบเสมือนความหวังของ ปตท. ที่ค่อยๆ ส่องแสงสว่างในการดำเนินงานแสวงหาพลังงานใหม่ทดแทนเพื่อความมั่นคงทางพลังงานของประเทศ และเครื่องบินวิทย์บังคับก็สื่อความหมายโดยนัยว่า ปตท. กำลังควบคุมพลังงานอยู่ในกำมือ และสามารถบังคับทิศทางไปได้ตามที่ใจต้องการ ส่วนกองฟางทั้ง 2 กองนั้น ก็เปรียบเสมือน ศูนย์เอนเนอร์ยีคอมเพล็กซ์ (Energy Complex Center) ตั้งอยู่บนถนนวิภาวดีรังสิต เป็นโครงการที่ประกอบด้วย อาคารสำนักงานระดับเกรดเอจำนวน 2 อาคาร

³ แหล่งที่มา : http://paranormel.blogspot.com/2010_12_01_archive.html

สูง 36 ชั้น และ 25 ชั้น อาคารบริการ 1 อาคาร และอาคารจอดรถ 2 อาคาร มีพื้นที่รวมในโครงการทั้งสิ้น 300,000 ตารางเมตร พื้นที่ทั้งหมดในศูนย์ฯ จะนำมาใช้เป็นที่ตั้งของสำนักงานบริษัทในกลุ่ม ปตท. เช่น บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. เคมิคอล จำกัด (มหาชน) บริษัท ไทยออลย์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับธุรกิจพลังงาน รวมทั้งจะเป็น ที่ตั้งของสำนักงานกระทรวงพลังงาน (กรุงเทพฯธุรกิจ ฉบับวันที่ 5 พฤศจิกายน 2552)



ภาพที่ 19 : อาคารศูนย์เอนเนอร์ยี คอมเพล็กซ์ (Energy Complex Center)⁴

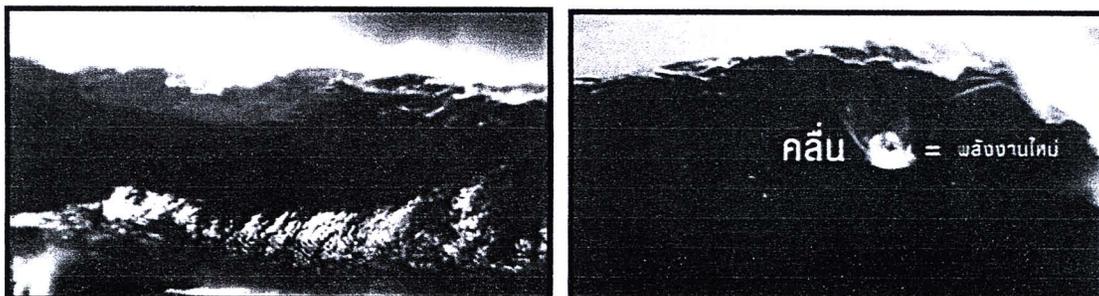


ภาพที่ 20 : ตัวละครยื่นด้านลมเพื่อให้กังหันลมหมุนผลิตกระแสไฟฟ้ามาที่หลอดไฟ

ถัดมา ภาพก็ตัดมาที่ภาพตัวละครกำลังวิ่งตามเกลียวคลื่นอยู่ในลูกบอลกลมใสขนาดใหญ่ สื่อความหมายถึงการเป็นคลื่นลูกใหม่ หมายถึง พนักงานในองค์กร และการผลิตพลังงานไฟฟ้าที่มาจากพลังคลื่นน้ำ ซึ่งเป็นการเก็บเกี่ยวเอาพลังงานที่ลมถ่ายทอดให้กับผิวน้ำในมหาสมุทรเกิดเป็นคลื่นวิ่งเข้าสู่ชายฝั่งและเกาะแก่งต่างๆ เครื่องผลิตไฟฟ้าพลังงานคลื่นจะถูกออกแบบให้ลอยตัวอยู่บนผิวน้ำบริเวณหน้าอ่าวด้านหน้าที่หันเข้าหาคลื่น (แนวหน้า, วันที่ 3 มิถุนายน 2551)

⁴ แหล่งที่มา : <http://www.pixpros.net/forums/showthread.php?t=31652>

ซึ่งพลังงานคลื่นเป็นพลังงานที่สะอาด ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
เปรียบเสมือน ปตท. ที่ดำเนินธุรกิจปิโตรเลียมควบคู่กับการใส่ใจต่อมลภาวะสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 21 : ตัวละครกำลังโต้คลื่นในลูกบอลกลมใส

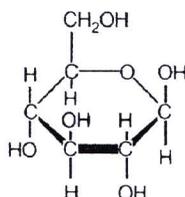
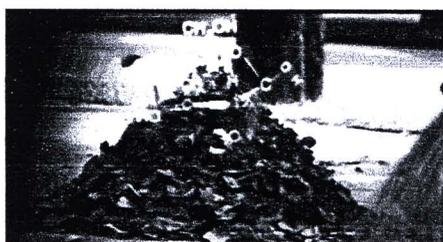
จากนั้นภาพก็ถ่ายออกมา (ZOOM OUT) อย่างเร็วออกมาจากตาของตัวละคร โดย ปตท. ต้องการบอกกับผู้รับสารว่า เรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้น มันมาจากสิ่งทีเรียกว่า “วิสัยทัศน์” ขององค์กร ซึ่ง ปตท. ประกอบธุรกิจก๊าซธรรมชาติ ธุรกิจน้ำมัน ธุรกิจปิโตรเคมีที่เน้นใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นหลักและธุรกิจต่อเนื่องอย่างครบวงจร ปตท. มุ่งมั่นให้ ปตท. เป็นองค์กรที่มีศักยภาพเป็นเลิศ เป็นผู้นำในภูมิภาคมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นธรรม และสร้างผลประโยชน์ตอบแทนที่เหมาะสมแก่ผู้มีส่วนได้เสีย บนหลักการบรรษัทภิบาล และมีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (คู่มือการกำกับดูแลกิจการที่ดีและจรรยาบรรณของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), 2552: 11) ในการเป็นของตัวละครที่พาให้ผู้รับสารเห็นถึงนวัตกรรมทางความคิดของ ปตท. ในการคิดค้นแสวงหาทรัพยากรธรรมชาติที่จะนำมาใช้เป็นพลังงานทดแทนในอนาคต ซึ่งในภาพยนตร์ช่วงนั้น ตัวละครได้มองเห็นเด็กนักเรียนตัวเล็กๆ กำลังเดินข้ามถนน พร้อมกับเสียงแทรก (VOICE OVER) ที่บอกว่า “เรามุ่งมั่นคิดค้นพลังงานแห่งอนาคต... เพื่ออนาคตของไทย” โดยเด็กๆ เหล่านั้นเป็นการย้ำความหมายของการเป็นตัวแทนของอนาคตและเป็นตัวแทนสื่อถึงประชาชนคนไทยทั้งหมด



ภาพที่ 22 : ลูกตาตัวละครที่มองเด็กกำลังข้ามถนน

จากนั้นตัวละครก็เหลือบไปเห็นกองขยะใบไม้แห้งซึ่งมีคนกวาดขยะทำความสะอาดอยู่ระหว่างที่มองกองขยะใบไม้แห้งนั้น สูตรโครงสร้างโมเลกุลของน้ำตาลกลูโคส (Glucose) ก็โผล่ขึ้นมา ซึ่งน้ำตาลกลูโคสนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสิ่งมีชีวิตทุกชนิด เพราะเซลล์ของสิ่งมีชีวิตทุกชนิดใช้กลูโคสเป็นแหล่งพลังงานและสารเผาผลาญ ซึ่งเป็นอนุพันธ์ของคาร์โบไฮเดรต ประเภท

โมโนแซคคาไรด์ (Monosaccharide) ที่เราเรียกว่า น้ำตาลแอลกอฮอล์ (Sugar Alcohol) ชนิดอินโนซิทอล (Inositol) เป็นองค์ประกอบสำคัญของไฟติน (Phytin) ซึ่งพบแพร่หลายในเชื้อไม้ (สิรินธร วิโมกษ์สันถ์ และคณะ, 2521: 195-196) ซึ่งใช้เป็นสารตั้งต้นในการผลิตเป็นเอทานอลเช่นเดียวกับข้าวโพด โดยผ่านกระบวนการหมักขยະอินทรีย์



ภาพที่ 23 : สูตรโครงสร้างโมเลกุลของน้ำตาลกลูโคสที่โผล่ขึ้นมาของขยະใบไม้แห้ง

ในตอนท้ายของภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้ก็เฉลยว่า ตัวละครที่ดำเนินเรื่องมาตั้งแต่ต้นจนจบ นั้น เป็นพนักงานของ ปตท. เพื่อต้องการจะบอกอย่างเป็นนัยยะว่า ทุกสิ่งเกิดขึ้นได้ด้วยมันสมอง และสองมือของพนักงาน ปตท. ทั้งนี้ สมการข้อความต่างๆ ที่ปรากฏขึ้นมา ไม่ว่าจะเป็น “แสงแดด = พลังงานใหม่” หรือ “สายห่วย = พลังงานใหม่” นั้น ถ้าสังเกตให้ดีจะพบได้ว่า คำว่า พลังงานใหม่มีขนาดตัวอักษรเล็กกว่าเสมอ ซึ่งหมายความว่า ทรัพยากรธรรมชาตินั้นๆ สามารถนำมาผลิตเป็นพลังงานได้ส่วนหนึ่งจากทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้ในกระบวนการผลิตเป็นพลังงานทั้งหมด นั่นหมายถึง กระบวนการแปรสภาพจากวัตถุดิบธรรมชาติให้กลายเป็นพลังงาน และสมการปิดฉากตอนท้ายของภาพยนตร์โฆษณาชิ้นนี้มีตราสัญลักษณ์ ปตท. และข้อความว่า ความคิด + ทุกสิ่งรอบตัว = พลังงานที่ยั่งยืน ซึ่งกรอบวงกลมของ “ความคิด” มีขนาดใหญ่กว่า “ทุกสิ่งรอบตัว” เพื่อต้องการจะบอกว่า ความคิดเป็นสิ่งสำคัญมากในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ หากประกอบเข้ากับสิ่งแวดล้อมที่อยู่รอบตัวมนุษย์นั้น ก็จะสามารถนำสิ่งแวดล้อมต่างๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและรักษาสมดุลทางธรรมชาติไว้ได้ โดยพลังงานที่ได้นั้นจะเป็นพลังงานที่ยั่งยืน เกิดความมั่นคงทางพลังงาน คือ มีใช้ไปตลอด ไม่เป็นมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถสร้างสรรค์เองได้ตามวิถีสังคมและวัฒนธรรม วิธีการที่แบบยลวิธีหนึ่งก็คือ การดำเนินชีวิตตามหลักปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” (วิชาการ, 2552 : ออนไลน์) ที่จะเชื่อมโยงวิถีชีวิตของผู้คน สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการเมือง ให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน นอกจากนั้น สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การจัดการความรู้เรื่องการประหยัดพลังงานและการใช้พลังงานอย่างคุ้มค่าและถ่ายทอดเผยแพร่ความรู้ที่นั่นสู่คนไทยพร้อมส่งเสริมให้เกิดการลงมือปฏิบัติอย่างจริงจังจากทุกภาคส่วน เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกเรื่องนี้ให้กลายเป็น “วัฒนธรรม” ของคนทั้งชาติ ยกตัวอย่าง เช่น การปลูกฝังเรื่องการบริโภคแต่สิ่งที่จำเป็น และใช้ประโยชน์จากสิ่งต่างๆ อย่างรู้ค่า ด้วยการให้ความรู้และตระหนักในความจริงของสิ่งเหล่านั้นว่า กว่าที่จะได้มาแต่ละชิ้น เบื้องหลังการผลิตต้องใช้

พลังงานในแต่ละกระบวนการมากเพียงใด เมื่อใช้อย่างคุ้มค่าก็จะนำมาสู่การลดการบริโภคที่ฟุ่มเฟือยลงโดยอัตโนมัติ หรือการจัดเส้นทางทางการเดินรถที่สะดวกเป็นพิษแก่กระบวนการขนส่งมวลชน รวมทั้งการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาระบบการขนส่งมวลชนให้มีประสิทธิภาพยอดเยี่ยม เพื่อดึงดูดให้คนที่รถส่วนตัวมาใช้รถสาธารณะ เป็นต้น ความสำเร็จของแนวคิดนี้ จำเป็นต้องอาศัยการจัดการในระดับนโยบาย จัดปรับแนวคิดและพฤติกรรมของคนให้ไปในทิศทางเดียวกันรวมทั้งการจัดกิจกรรมขององค์กร สถาบันต่างๆ เพื่อกระตุ้นและสนับสนุนให้การใช้พลังงานอย่างคุ้มค่า นี่คือนโยบายของชาติที่คนไทยทุกคนมีส่วนร่วมกันสร้างขึ้นได้ด้วยตนเอง และอีกหนึ่งความหมายโดยนัย คือ วงกลม “ความคิด” เปรียบเสมือนวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายขององค์กร วงกลม “ทุกสิ่งรอบตัว” เปรียบเสมือนพนักงานทั้งองค์กร เครื่องหมายเท่ากับ (=) เป็นสัญลักษณ์แทนด้วยคำว่า “สัมฤทธิ์ผลของการดำเนินงาน” ซึ่งผลของการดำเนินงานคือ พลังงานที่ยั่งยืน ประชาชนคนไทยมีใช้ไปตลอด



ภาพที่ 24 : สมการข้อความสุดท้ายที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์โฆษณาชุด “อนาคต”

จากภาพยนตร์โฆษณาชุด “อนาคต” เราสามารถสรุปใจความสำคัญได้ว่า ปตท. เป็นองค์กรพลังงานปิโตรเลียมที่ยั่งยืนของประเทศ ไม่หยุดยั้งในการคิดค้นนวัตกรรมพลังงานทดแทนใหม่ๆ ซึ่งมาจากสิ่งที่เหลือใช้และทรัพยากรหมุนเวียนในธรรมชาติที่อยู่รอบตัวเรา เพื่อตอบสนองสนองความต้องการพลังงานให้เพียงพอกับคนในประเทศ โดยมีฟันเฟืองกลไกของเครื่องจักรใหญ่ที่สำคัญคือ พนักงาน ปตท. ที่มีศักยภาพบุกเบิกและไม่หยุดคิดพัฒนาเรื่องพลังงานเชิงบูรณาการกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้อนาคตของประเทศไทยเป็นอนาคตที่สดใส ชาวชนรุ่นหลังได้มีพลังงานเหลือพอใช้ มั่นคง และยั่งยืน

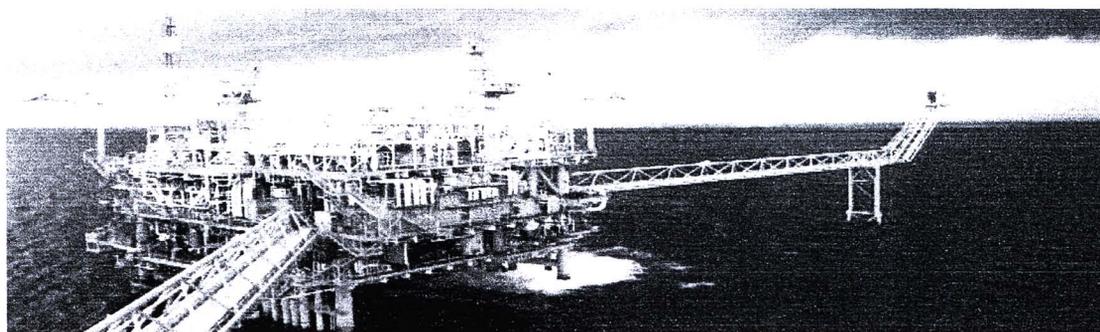
1.3 ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “บันทึกหน้าใหม่” (2553) ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ภาพแรกที่มีมองเห็นได้คือ ภาพสมุดสีเหลืองสี่เหลี่ยม ซึ่งเป็นเสมือนพิพิภรณ์แห่งความดีที่สะสมมา ที่เปิดออกมาเจอภาพท้องฟ้าสีน้ำตาล พื้นดินที่แตกกระแหง เชื่อมโยงไปสู่ความแห้งแล้ง การขาดความอุดมสมบูรณ์ เปิดเผยให้เห็นอดีตของสิ่งแวดล้อมที่แห้งแล้งและสิ้นหวัง แต่ก็ยังคงมีความหวังที่เปล่งรัศมีเจิดจ้า

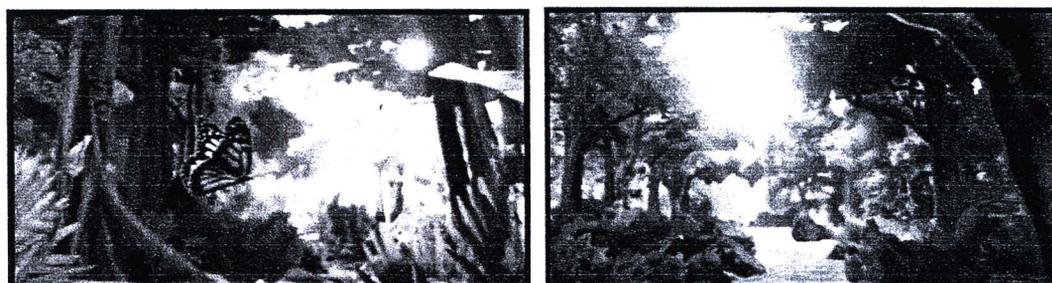


ภาพที่ 25 : พื้นดินอันแห้งแล้งกลับสู่ความอุดมสมบูรณ์

ดวงอาทิตย์ก็มีลักษณะเหมือนตราสัญลักษณ์ ปตท. และชื่อว่า “อาทิตย์” นั้นก็เป็นชื่อโครงการแท่นขุดเจาะน้ำมันตรงบริเวณอ่าวไทย ซึ่งเป็นความภาคภูมิใจของ ปตท. เนื่องจากเป็นแหล่งที่มีแท่นผลิตขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (มติชน, วันที่ 20 กันยายน 2550: 5) กลายเป็นการสื่อความหมายโดยนัยว่า ในความหมดหวังนี้ ปตท. เป็นเสมือนความหวังใหม่ที่จะช่วยให้สังคมดีขึ้น และแสงแดดที่สาบสูญไปนั้น เปรียบเสมือนการนำทางและความหวังของการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม



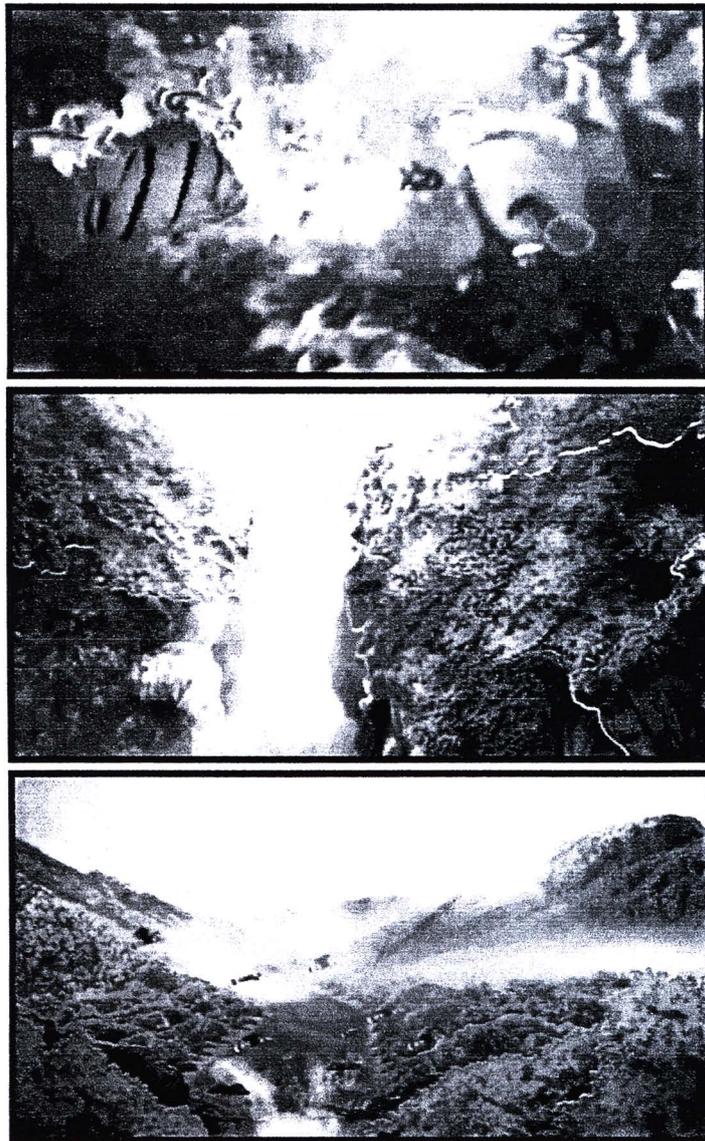
ภาพที่ 26 : โครงการอาทิตย์ แท่นขุดเจาะน้ำมันขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้⁵



ภาพที่ 27 : ผีเสื้อกำลังบินผ่านรัศมีแสงแดดที่สาบสูญไปทั่วผืนป่าและลำธาร

⁵ แหล่งที่มา : <http://worldwide-inspection.com/index.html>

สิ่งหนึ่งที่เป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้เกิดสิ่งมีชีวิตหนึ่งอันเสมือนเป็นความหวัง นั่นคือ ต้นกล้า จากนั้นภาพก็เคลื่อนย้ายมาทางขวา (FOLLOW TRACK RIGHT) มาที่ภาพผืนป่าอันเขียวชะอุ่ม ลำธารที่เคยเหือดแห้งก็กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง เกิดความอุดมสมบูรณ์ทางระบบนิเวศวิทยา ไม่ว่าจะ เป็นสัตว์บกหรือสัตว์น้ำ สำนวนไทยที่น่าจะเหมาะสมกับภาพยนตร์โฆษณาชุดนี้มากที่สุดคือ “ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว” เพราะสะท้อนของความอุดมสมบูรณ์ การกินคืออยู่ดีของบรรดาสัตว์ทั้งหลาย ภาพดวงอาทิตย์ที่ส่องแสงอันเจิดจ้าก็ยังคงลอยตามไปทั่วแห่งหน



ภาพที่ 28 : ใต้ลำธาร และเบื้องบนยอดน้ำตก ขยายให้เป็นป่าที่เขียวอุดมสมบูรณ์

ทั้งหมดนี้ ปตท. ต้องการสื่อสารบอกให้ผู้รับสารได้ทราบถึงผลงานจากการร่วมแรงร่วมใจกันปลูกต้นกล้าครั้งที่แล้วนั้น ก็ผลิดอกออกผลมาให้เห็นเป็นต้นไม้ใหญ่เขียวชะอุ่มที่โอบอุ้มความอุดมสมบูรณ์ของการกินคืออยู่ดีไว้ โดยแสดงมุมมองให้เห็นถึงความสวยงามที่ ปตท. ได้สร้าง

ไว้ให้ชนมองถึง 3 แห่ง ได้แก่ ทั้งได้นำ ทั้งบนผืนดิน และเหนือท้องฟ้า ราวกับสำนวนว่า “สามโลก” อันได้แก่ สวรรค์ โลก และบาดาล โดยเราได้รับสำนวนนี้มาจากวรรณคดีอินเดีย คือ มหาकाพย์รामายณะ ได้กล่าวถึงความงามของนางติโลตตมา ซึ่งงามทุกนางในวรรณคดี ไม่ว่าจะเป็น โมรา กากี วันทอง เพื่อนแพง หรือสีดา จะหานางใดอานุภาพความงามทำให้สามโลกสะท้าน หวั่นไหวเท่ากับนางติโลตตมาเป็น ไม่มีอีกแล้ว นางติโลตตมานั้นกำเนิดจากการปั้นของเทพ วิศวกรรม ก็สำแดงฤทธิ์ รวมเอารัตนนิจากทุกสวรรค์ชั้นฟ้า ความหอมของมาลีทุกชนิด รัศมีดวงอาทิตย์ ศัพท์สังคิตโยหวนทุกกระแสนเสียง สรรพสิ่งทั้งงามเลิศ ที่ได้เห็นและสัมผัส (ไทยรัฐ, วันที่ 22 ตุลาคม 2543) ซึ่งในปัจจุบันเราพบการใช้สำนวนนี้บ่อยมากในความหมายถึงสิ่งที่ดีที่สุด ที่สุดของที่สุดแล้ว หากสิ่งใดมาเปรียบไม่ได้อีกแล้ว ปตท. กำลังจะบอกเราว่า ปตท. ได้สร้างสรรค์คุณค่าความเจริญต่างๆ อย่างทั่วถึง และเป็นสิ่งที่ดีที่สุดที่เกิดขึ้นในสังคมไทย

นอกจากนี้ เสียงบรรยายแทรก (Voice over) ในภาพยนตร์โฆษณาฯ ว่า

“... ณ แผ่นดินแห้งแล้งและสิ้นหวัง กลับมาปาฏิหาริย์เกิดขึ้น โครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ 1 ล้านไร่ของ ปตท. ได้จุดประกายให้เกิดความเปลี่ยนแปลงมากมาย พื้นดินแตกกระแหงกลายเป็นผืนป่าเขียว สายน้ำที่เคยเหือดแห้งกลับไหลริน ชีวิตที่เคยสูญไปได้กลับคืนมา และท้องฟ้าที่เคยหม่นดำก็กลับใสเหมือนเดิม นี่เป็นแรงบันดาลใจให้เราสร้างบันทึกหน้าใหม่อีกครั้ง ปตท. ของเชิญคนไทยรับต้นกล้าฟรีที่ศาลากลางจังหวัดทั่วประเทศ 21-30 มิถุนายนนี้ เพื่อร่วมกันปลูกต้นไม้ 1 ล้านกล้าถวายพ่อ...”

ก็ยังคงบอกเล่าเรื่องราวให้ผู้รับสารคล้อยตามและโน้มน้าวใจเพื่อให้มีส่วนร่วมในการปลูกต้นไม้ตามวัตถุประสงค์ของโครงการฯ คือ การร่วมกันปลูกต้นกล้า 1 ล้านต้นเพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่องค์พระบาทสมเด็จพระบาทเจ้าอยู่หัว และเป็นการแสดงพลังงานแห่งความจงรักภักดีและความร่วมมือร่วมใจของพลังคนไทยทุกหมู่เหล่า รวมใจกันปลูกป่าถวายในหลวง ซึ่งเปรียบความหมายโดยนัยดังพ่อของพสกนิกรชาวไทยทุกคน และแฝงความคิดที่แยบยลไว้ในภาพยนตร์โฆษณาฯ โดยนำประเด็นเรื่องการปลูกเป็นใจความหลัก คล้ายสนองพระราชปณิธานในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2548 ณ ศาลาศิวลาตย์ (<http://www.paraknam.com>) พระองค์ทรงมีพระราชเสาวนีย์อันประทับใจคนไทยทั้งแผ่นดิน ความว่า

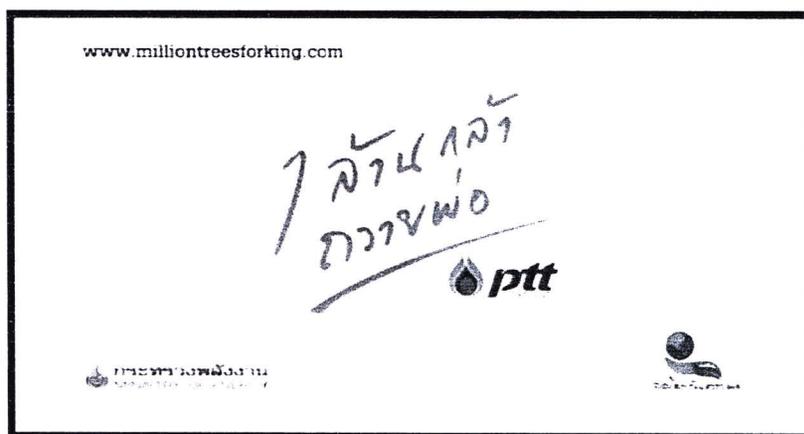
“...ถ้าพระเจ้าอยู่หัวเป็นน้ำ ฉันจะเป็นป่า ป่าที่ถวายความจงรักภักดีต่อหน้า
พระเจ้าอยู่หัวสร้างอ่างเก็บน้ำ ฉันจะสร้างป่า ...”

จากนั้นภาพก็พลิกมาที่ครอบครัวพ่อ แม่ ลูก 2 คน ที่ยืนถือต้นกล้าคนละต้น ซึ่งต้นกล้านั้นมีใบ 4 แฉก มีความหมายโดยนัยประหนึ่งว่าความเขียวขจี ความมีพลัง ความมีชีวิต จะครอบคลุมประเทศไทยไปทั่วทุกทิศ (NEWS : North, East, West, South)



ภาพที่ 29 : ครอบครัวพ่อแม่ลูกกำลังถือต้นกล้าที่มีใบ 4 แฉก

ปิดฉากด้วยข้อความ “1 ล้านกล้าถวายพ่อ” โดยใช้ตัวอักษรแบบตัวเขียนสีเขียวแสดงความ เป็นธรรมชาติ ไม่เหมือนการใช้อักษรแบบตัวพิมพ์ และมีตราสัญลักษณ์ ปตท. อยู่ข้างใต้ข้อความดังกล่าว ซึ่งเป็นข้อความสื่อแนวคิดถึงโครงการลดโลกร้อนถวายพ่อของกระทรวงพลังงาน โดยกำกับการศึกษาของภาพยนตร์โฆษณาฯ เรื่องนี้ ให้อยู่ในกรอบของการปลูกป่า เพื่อทำความดีถวายเป็นพระราชกุศลแด่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และวางตำแหน่งตราสัญลักษณ์ ปตท. อยู่ใต้ตำแหน่งใต้ข้อความ “1 ล้านกล้าถวายพ่อ” นั้น สื่อได้ว่า ปตท. เป็นผู้สนับสนุนโครงการนี้ เพื่อตอกย้ำความหมายที่อยู่ในตราสัญลักษณ์ว่า “พลังงานควบคู่กับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม”



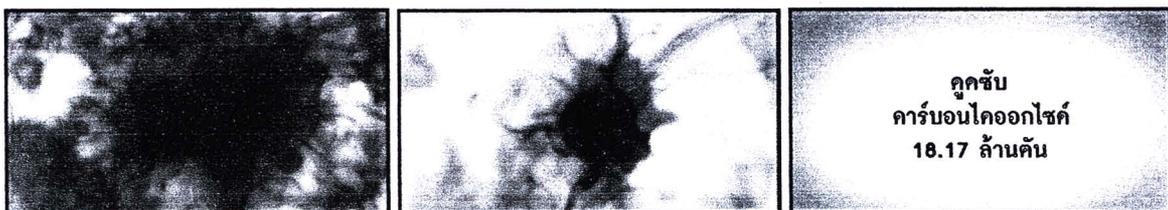
ภาพที่ 30 : ฉากสุดท้ายของภาพยนตร์โฆษณาฯ ชุด “บันทึกหน้าใหม่”

จากภาพยนตร์โฆษณาฯ ชุดนี้ สามารถสรุปประเด็นใจความสำคัญได้ว่า ปตท. แสดงให้เห็นถึงผลสัมฤทธิ์จากโครงการปลูกป่าเฉลิมพระเกียรติ 1 ล้านไร่ของ ปตท. ก่อให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ ทั้งสัตว์ป่าและพืชพรรณไม้นานาชนิด และจะดำเนินการสานต่อปณิธานที่มุ่งมั่นในการ

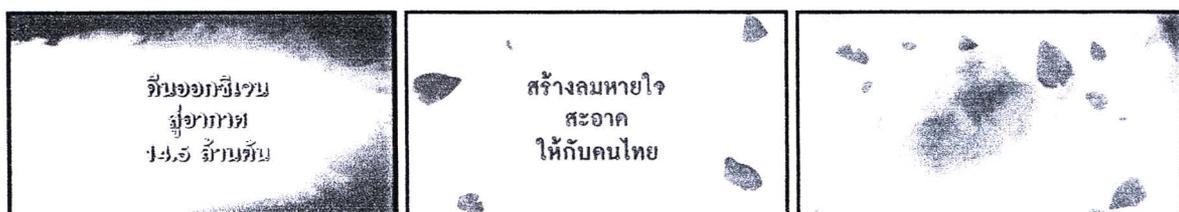
คุณธรรมชาติและระบบนิเวศ เพื่อให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ที่ยั่งยืน และจงใจให้ร่วมกันทำความดี เพื่อถวายเป็นพระราชกุศลแด่ในหลวง

1.4 ภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “หนึ่งล้านกล้าถวายพ่อ” (2553) ของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

เปิดฉากมาที่ภาพพื้นหลังสีเทาที่มีกลุ่มควันดำหนาลอยอยู่ เสมือนเป็นควันของสิ่งที่ไม่ดี กำลังถูกลูกไฟหายไป ปรากฏเป็นข้อความสีดำว่า “**ดูดซับคาร์บอนไดออกไซด์ 18.17 ล้านตัน**” คือ มีบางสิ่งบางอย่างดูดควันสีดำให้จางหายไป ซึ่งสีดำนั้นคนส่วนใหญ่ในสังคมไทยและประชาคมโลกมองว่า เป็นสีแห่งความไม่ดีไม่งาม ความสกปรก ความโศกเศร้า ความลึกลับ ความน่ากลัว ซึ่งการตีความเหล่านี้ ล้วนเป็นทัศนคติด้านลบทั้งสิ้น ทันใดนั้น ไอควันสีขาวก็แทรกกลับพื้นสีเทาให้กลายเป็นสีขาว เพื่อสื่อให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น พร้อมกับข้อความสีขาวว่า “**คืนออกซิเจนสู่อากาศ 14.5 ล้านตัน**” ซึ่งสีขาวเป็นขั้วตรงข้ามกับสีดำ ทั้งในด้านกายภาพและการตีความหมาย สีขาว สื่อความหมายถึง บริสุทธิ์ ใหม่ สดใส สะอาด ร่าเริง โดยมีความหมายนัยยะว่า ปตท. เป็นเสมือนองค์กรที่ช่วยให้สังคมไทยน่าอยู่ขึ้น เพราะช่วยเพิ่มก๊าซออกซิเจนในอากาศ ทำให้อากาศดีขึ้น เป็นผลเมืองดีที่ช่วยทำให้มลพิษลดลง ต่อด้วยข้อความสีเขียวว่า “**สร้างลมหายใจสะอาดให้กับคนไทย**” พร้อมใบไม้สีเขียวลอยขึ้นมาประกอบฉาก สีเขียวนั้นเป็นส่วนหนึ่งของสีใบไม้ ที่ถ่ายทอดความรู้สึกสดชื่น มีชีวิต มีพลัง มีคสามสุขสบายตา ซึ่งเป็นตัวแทนสื่อความคั่นไม้ ป่าไม้ ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ถ้าเป็นสีเขียวเข้มจะทำให้รู้สึกถึงป่าลึก ความอุดมสมบูรณ์ (Chijiwa, 1994: 14) จากนั้น ภาพก็จางลง (DISSOLVE) มาเป็นภาพท้องฟ้า สีฟ้าสดใส สื่อถึงความเจียบสงบ สบาย กว้าง สว่าง



ภาพที่ 31 : ควันสีดำที่สื่อถึงก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ถูกลูกไฟออกไป



ภาพที่ 32 : ควันสีขาวที่เข้ามาจางหมอกควันและสีส้มของใบไม้และท้องฟ้า

โดยจิตวิทยาของสี (Psychology of Color) สีทุกสีย่อมมีอิทธิพลอยู่เหนือจิตใจมนุษย์ทั่วไป ดังนั้น สีกับมนุษย์จึงเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ออก ทุกคนจะรู้สึกในอารมณ์ทันทีเมื่อได้เห็นสี โดยเฉพาะถ้าได้เห็นสีที่ตนชอบเป็นพิเศษ หรือได้เห็นสีที่ตนเองไม่ชอบ เพราะมนุษย์เราทุกคนย่อมมีอารมณ์ โดยแต่ละสีสามารถสื่ออารมณ์และความหมายตามภาพในภาพยนตร์โฆษณาฯ ได้ ดังนี้ (ทวีเดช จีวบาง, 2547: 58-59)

สีขาว	- บริสุทธิ์ ใหม่ สดใส สะอาด ร่าเริง
สีเทา	- ความเศร้า เงียบขรึม แก่ชรา สงบนิ่ง สดใจ
สีดำ	-หนักแน่น มีด โศกเศร้า ลึกลับ ว่างเปล่า
สีดำกับสีขาวอยู่ด้วยกัน	- แสดงอารมณ์ที่ถูกกดดัน
สีเขียว	- ปกติ มีชีวิต มีพลัง มีความสุข บำบัดโรคประสาทได้ดี
สีฟ้า	- ให้ความรู้สึกกว้าง สว่าง

ถัดจากภาพท้องฟ้า นั้น มีต้นไม้ขึ้นเรียงรายข้างล่างภาพ พร้อมข้อความสีขาวปรากฏขึ้นมาว่า **“1 ล้านกล้าถวายพ่อ”** เพื่อบอกให้ผู้รับสารทราบว่า ปตท. กำลังจะริเริ่มโครงการด้านสิ่งแวดล้อมใหม่ ภายใต้โครงการหลักอย่าง **“ลดโลกร้อนถวายพ่อ”** ซึ่งเป็นโครงการของกระทรวงพลังงานที่ประสานให้หน่วยงานในสังกัดร่วมเข้าโครงการ เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่มุ่งพัฒนาและสร้างแรงบันดาลใจให้คนไทยทั้งประเทศ ใช้พลังงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด และลดการสร้างผลกระทบต่อภาวะโลกร้อนอันเป็นปัญหาสำคัญของโลกปัจจุบัน ตามรอยพระจริยวัตรของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยเน้นทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านนวัตกรรม ด้านพลังงานทดแทน ด้านการประสิทธิภาพพลังงาน ด้านการสร้างและถ่ายทอดความรู้แก่ประชาชน และด้านสุดท้ายคือ **“การปลูกป่า”** (<http://www.energy.go.th>)



ภาพที่ 33 : ตอนท้ายของภาพยนตร์โฆษณาชุด **“1 ล้านกล้าถวายพ่อ”**

ทุกก้าวอย่างในการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม ปตท. จึงเปี่ยมด้วยความมุ่งมั่นที่จะสร้างคุณประโยชน์ระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจศาสตร์ ควบคู่การดูแลสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องจริงจัง นอกเหนือจากการจัดหา และส่งเสริมการใช้พลังงานที่มีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลง

สภาพภูมิอากาศน้อยที่สุดแล้ว ความสำเร็จของโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติ 1 ล้านไร่ ยังเป็นแรงบันดาลใจสู่การสร้างบันทึกหน้าใหม่อีกครั้งในโครงการ “1 ล้านกล้า ถวายพ่อ” กิจกรรมปลูกป่าเพื่อลดโลกร้อน ในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ จำนวน 1 ล้านกล้า เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสมหามงคลบรมราชาภิเษกปีที่ 60 เป็นการสืบสานพระราชดำริในด้านการอนุรักษ์ป่าและสิ่งแวดล้อม และสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับประเทศไทย (<http://www.milliontreesforking.com>) สอดรับกับเสียงบรรยายแทรก (VOICE OVER) ที่กล่าวว่า “ครั้งหนึ่ง โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติ 1 ล้านไร่ของ ปตท. ทำให้คาร์บอนไดออกไซด์หายไปจากท้องฟ้า ทำให้ออกซิเจนมากมายเพิ่มขึ้นในอากาศ สร้างลมหายใจชีวิตให้กับคนไทยนับไม่ถ้วน วันนี้... เราจะร่วมกันพลิกฟื้นสิ่งแวดล้อมให้ยั่งยืนอีกครั้ง พบกับโครงการ 1 ล้านกล้าถวายพ่อของ ปตท. เร็วๆ นี้” เป็นการย้ำสาระของสารที่ประกอบกับภาพเคลื่อนไหว เพื่อบอกเล่าถึงผลงานโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติ 1 ล้านไร่ของ ปตท. ว่าได้ช่วยให้อากาศที่เราสูดหายใจเข้าไปนั้นสะอาดและบริสุทธิ์ขึ้น

จากภาพยนตร์โฆษณา ชุดนี้ สามารถสรุปประเด็นใจความสำคัญได้ว่า ปตท. ตระหนักถึงการเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมโลกและบทบาทของบริษัทพลังงานแห่งชาติที่มีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาสภาวะโลกร้อนอัน โดยแสดงผลข้อมูลและตัวเลข (Fact & Figure) ของการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่กำลังทวีความรุนแรงขึ้นในปัจจุบัน โดยการช่วยปลูกต้นไม้เพื่อผลิตก๊าซออกซิเจนเพิ่มขึ้นในอากาศ และน้อมเกล้าฯ น้อมกระหม่อมถวายเพื่อพระราชกุศลแด่ในหลวง และจะต่อยอดโครงการดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง

ส่วนที่ 2

มายาคติในภาพยนตร์โฆษณาการประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อม

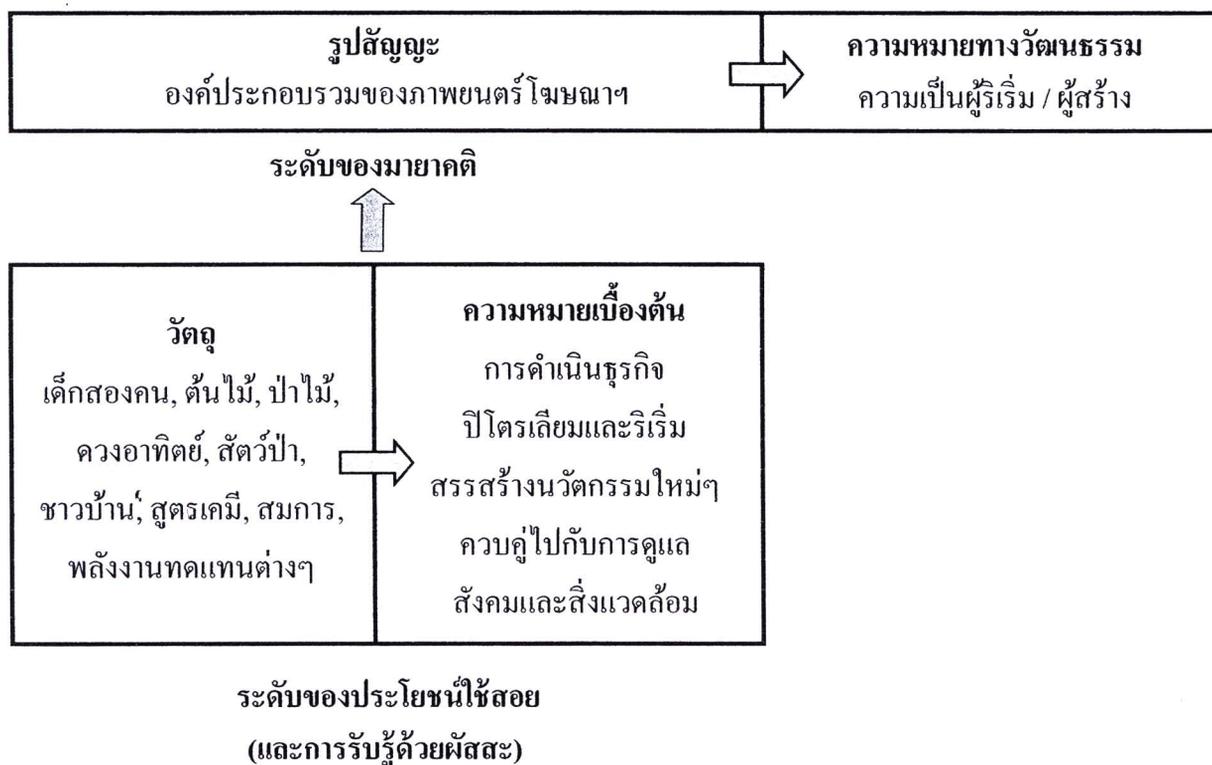
การวิเคราะห์ความหมายแบบของคร่อมในภาพยนตร์โฆษณาชุดต่างๆ ทั้ง 4 เรื่องนั้น สามารถสรุปเป็น “มายาคติต่างๆ ในภาพยนตร์โฆษณาฯ ขององค์กรปิโตรเลียม” ได้ 4 ประเด็น ดังนี้

1. **ความเป็นผู้ริเริ่ม / ผู้สร้าง** หมายถึง การเป็นผู้ริเริ่มสรรหานวัตกรรมทางด้านพลังงานใหม่ๆ และสร้างสรรค์ความสุขให้กับประชาชนคนไทย
2. **ความเป็นผู้นำพาความสุข** หมายถึง การผู้นำพาประชาชนคนไทยไปสู่ความสุข ความอุดมสมบูรณ์แห่งยุคทองของพลังงานที่ยั่งยืน
3. **ความเป็นผู้มีมือใสใจสะอาด / คนดี** หมายถึง การเป็นคนดี บริสุทธิ์ และจริงจังในการดูแลพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมไปควบคู่กับการดำเนินธุรกิจด้านปิโตรเลียม
4. **ความเป็นผู้ยิ่งใหญ่ / ผู้วิเศษ** หมายถึง การเป็นองค์กรชั้นนำด้านพลังงานปิโตรเลียมที่มีชื่อเสียง ยิ่งใหญ่ และเป็นผู้วิเศษที่สามารถเสกสรรสร้างความสุขให้กับประชาชนคนไทย

โดยมายาคติทั้ง 4 ประการนี้ เป็นระบบสื่อความหมายซึ่งมีลักษณะพิเศษตรงที่มันก่อตัวขึ้นบนกระแสดการสื่อความหมายที่มีอยู่ก่อนแล้ว จึงถือได้ว่า มายาคติเป็นระบบสัญลักษณ์ในระดับที่สอง สิ่งที่เป็นหน่วยสัญลักษณ์ (ผลลัพธ์จากการประกอบของรูปสัญลักษณ์กับความหมาย) ในระบบแรก กลายมาเป็นเพียงรูปสัญลักษณ์ในระบบที่สอง ขอย้ำในที่นี้ว่า วัสดุสำหรับสร้างวาทะแห่งมายาคติ (เช่น ภาษา ภาพถ่าย ภาพวาด โปสเตอร์ พิธีกรรม วัตถุ ฯลฯ) ไม่ว่าในเบื้องต้นนั้นจะมีความแตกต่างหลากหลายเพียงใดก็ตาม แต่ครั้งเมื่อถูกจับยึดโดยมายาคติแล้ว ก็จะถูกทอนให้เหลือเป็นเพียงรูปสัญลักษณ์เพื่อสื่อถึงสิ่งอื่นเสมอ (นพพร ประชากุล, คำนำเสนอบทแปล, 2551: 10-11)

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดกระบวนการของมายาคติ (นพพร ประชากุล, คำนำเสนอบทแปล, 2551: 11) มาวิเคราะห์ค้นหามายาคติในภาพยนตร์โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมทั้ง 4 ชุด พบว่าความหมายแบบของคร่อมทั้ง 4 ประการนี้ได้ถูกถ่ายทอดความหมายซ้ำแล้วซ้ำเล่า แต่ถูกกลบเกลื่อนให้ผู้รับสารรับรู้ความหมายได้ในระดับการรับรู้ทั่วไป ซึ่งแท้จริงแล้วเป็นความหมายในระดับวัฒนธรรม (Cultural Connotations) โดยวัตถุในวัฒนธรรมได้พ่วงเอาความสัมพันธ์และการสื่อความหมายเข้ามาในตัวของวัตถุและมีส่วนร่วมในการให้ความหมายกับผู้คนในวัฒนธรรมนั้นๆ และทั้งความหมายโดยนัย 4 ประเด็นสามารถอธิบายได้ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 : ความเป็นผู้ริเริ่ม / ผู้สร้าง



ภาพที่ 34 : แสดงการทำงานของมายาคติ “ความเป็นผู้ริเริ่ม / ผู้สร้าง”

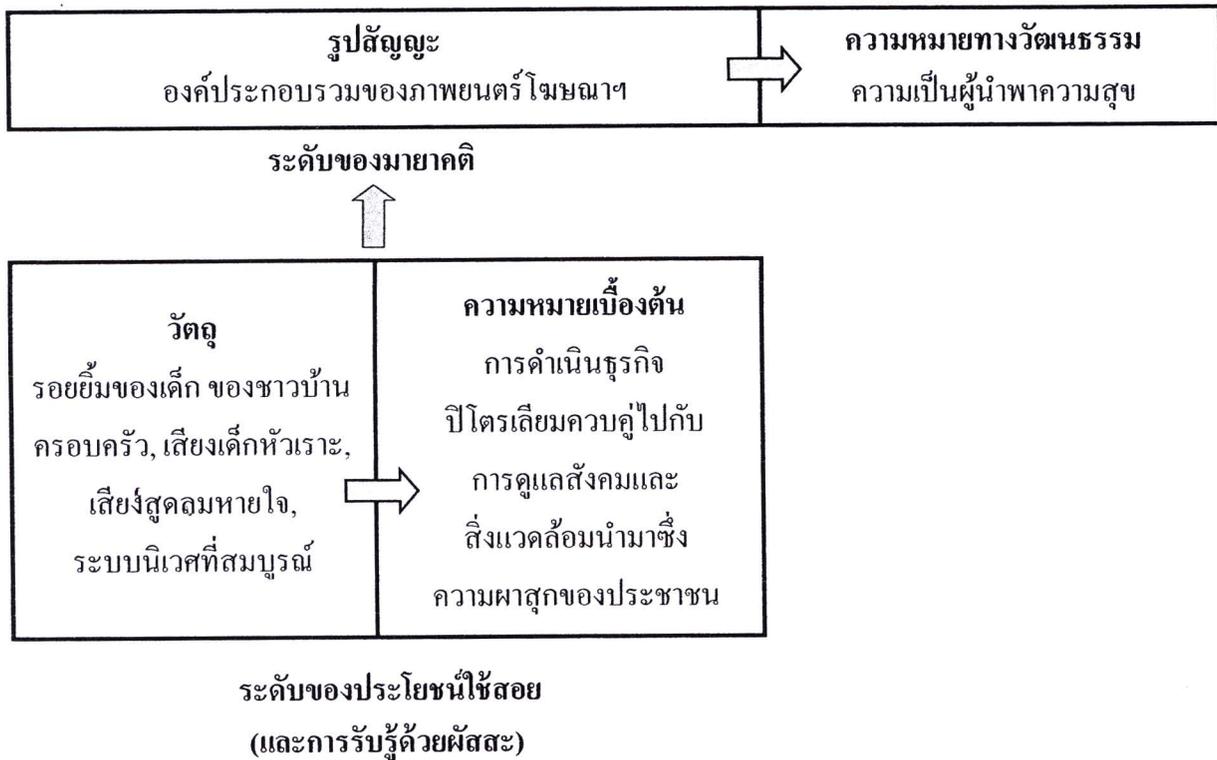
สำหรับเรื่องการเป็นผู้ริเริ่มหรือผู้สร้างนั้น ได้ฝังรากอยู่ในสังคมไทยมาช้านาน ไม่ว่าจะเป็นผู้สร้างความคิดหรือความชั่วนั้น คำว่า “ผู้สร้าง” ยังคงสร้างความหมายเชิงบวกอยู่เสมอ ผ่านความเชื่อในเรื่องของเทพปรกณัมเรื่องของพระพรหมและพระวิษณุกรรมตามความเชื่อของศาสนาพราหมณ์ฮินดู ซึ่งศาสนาพุทธได้รับอิทธิพลมาเช่นกัน ในคติทางพุทธศาสนานั้น พระพรหมเป็นผู้สร้างจักรวาลและมนุษย์ ทรงมีอานุภาพในการลิขิตชะตาชีวิต โดยควบคุมทุกอย่างให้เป็นไปตามเงื่อนไขของกฎแห่งกรรม พระพรหมจึงเป็นผู้คุ้มครองคนดีและลงโทษผู้กระทำความผิด (อรุณศักดิ์ กิ่งมณี, 2551) ส่วนพระวิษณุกรรมนั้น ในตำนานพระพุทธศาสนาเล่าว่า ท่านเป็นผู้สร้างอาศรมให้แก่พระโพธิสัตว์หลายพระองค์ (ก่อนที่จะอุบัติเป็นพระพุทธเจ้า) เป็นผู้สร้างบันไดเงิน บันไดทอง บันไดแก้ว ทอดจากสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ลงมายังโลกมนุษย์ที่เมืองสังกัสสนคร ซึ่งเป็นเส้นทางที่พระพุทธเจ้าใช้เสด็จลงจากสวรรค์ชั้นดาวดึงส์... ผลงานอื่นๆ ของท่านที่สำคัญๆ ได้แก่ เป็นผู้สร้างกรุงลงกาให้แก่ทศกัณฐ์ในเรื่องมหากาพย์รามายณะ สร้างกรุงทวารกาให้แก่พระกฤษณะ (ซึ่งเป็นอวตารปางหนึ่งของพระนารายณ์) ในเรื่องมหากาพย์มหาภารตะ สร้างวิมานให้แก่ พระวรุณ (เทพแห่งน้ำ) และพระยม (เทพแห่งความตาย) สร้างราชรถบุษบกเป็นพาหนะให้แก่ท้าวกุเวร เป็นผู้ปั้นนางติโลตตมา นางฟ้าที่สวยงามนางหนึ่งบนสวรรค์ (สวยงามทำให้พระอินทร์ผู้ปรารถนาเห็นนางติโลตตมาอย่างจุใจ กลายเป็น “ท้าวสหัสขันธ์” มีดวงตา 1,000 ดวง และทำให้พระพรหมผู้

ปรารถนาเห็นนางดิไลดตมาจากทุกด้าน กลายเป็น "ท้าวจตุรพักตร์" มี 4 หน้า ผลงานเด่นอันสุดท้ายที่ใคร่อยากนำเสนอในที่นี้ก็คือ "กรุงเทพมหานคร บวรรัตนโกสินทร์ มหินทรายุธยา มหาดิลกภพ นพรัตนราชธานีบูรีรมย์ อุดมราชนิเวศน์มหาสถาน อมรพิมานอวตารสถิต สักกะทัตติยวิษณุกรรมประสิทธิ์" หมายถึง กรุงเทพมหานคร เมืองแห่งเทวดานั้น พระวิษณุกรรมเป็นผู้สร้าง ตามพระบัญชาของพระอินทร์ จากผลงานสรรค์สร้างที่ปรากฏมากมายนี้เอง เทพองค์นี้จึงได้ชื่อว่า "วิศวกรรมา" ซึ่งมีความหมายตามรูปศัพท์ว่า "ผู้ทำทุกสิ่งทุกอย่าง" (*The Universal Doer*) คือเป็น "นายช่างแห่งจักรวาล" นั่นเอง ชาวไทยได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมและการสืบทอดประเพณีบางอย่างมาจากอินเดีย ซึ่งนับถือว่าพระวิศวกรรมาเป็นเทพแห่งช่าง เป็นผู้สรรสร้าง หรือเป็นผู้ดลบันดาลให้เกิดการสรรค์สร้างประดิษฐกรรมต่าง ๆ ในโลก เราจึงบัญญัติศัพท์ภาษาต่างประเทศ "ENGINEERING" ซึ่งเป็นศาสตร์แห่งช่าง ใช้ในภาษาไทยว่า "วิศวกรรมศาสตร์" หมายถึง "ศาสตร์ที่มีพระวิศวกรรมา (เทวดาแห่งช่าง) เป็นครู" (ชนินทร์ วิสวินธานนท์, 2548) ซึ่งความเชื่อเรื่องการเป็นผู้ริเริ่มหรือผู้สร้างนี้

ถ้าสังเกตเนื้อหาในสารประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์โฆษณาชุด “ปลูกป่าไม่สร้างชีวิต” และ “อนาคต” จะพบว่า ปตท. กำลังสื่อความหมายโดยนัยว่า ตนเองว่าเป็นองค์กรที่สร้างความมั่นคงทางพลังงาน นวัตกรรมใหม่ในการนำสิ่งที่เหลือใช้หรือสิ่งรอบตัวที่ไม่คิดว่าจะสามารถนำมาผลิตเป็นพลังงานได้ ก็สามารถทำได้ และดูแลสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วยเป็นระยะเวลาจนถึง 30 ปี และถ้าสังเกตจากภาพยนตร์โฆษณาฯ ทั้ง 4 ชุดแล้วจะพบได้อีกว่า นอกเหนือจากการสร้างความมั่นคงทางพลังงาน นวัตกรรมใหม่ และสิ่งแวดล้อมแล้ว ปตท. ยังสร้างการ กินดีอยู่ดีให้บังเกิดขึ้นในสังคมไทย การสร้างความสุขในครอบครัวและประชาชนทั่วไป และการสร้างอนาคตของชาติประกอบกับความยั่งยืนทางพลังงาน



ประเด็นที่ 2 : ความเป็นผู้นำพาความสุข



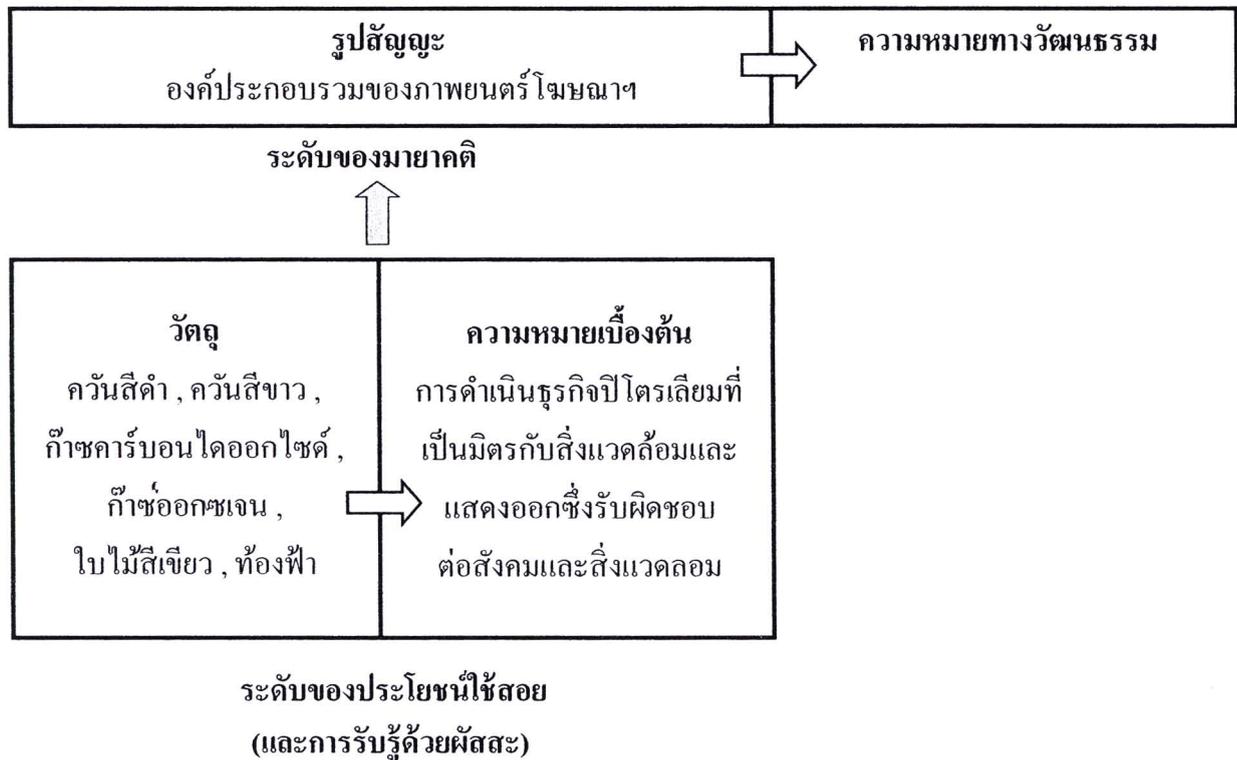
ภาพที่ 35 : แสดงการทำงานของมายาคติ “ความเป็นผู้นำพาความสุข”

ความสุขนั้น เป็นสิ่งที่มนุษย์เราทุกคนต่างโหยหาตลอด ไม่ว่าจะเป็นมนุษย์ชาติพันธุ์ไหนก็ตาม ซึ่งการจะไปสู่ความสุขที่พึงปรารถนาได้นั้น มนุษย์เริ่มจากความเชื่อในเรื่องความสุขว่ามีอยู่จริง และผู้ใดก็ตามที่เป็นผู้นำพาความสุขมาเยือนแก่มวลมนุษย์ทั่วไปได้ นับว่าประเสริฐโดยแท้ ความเชื่ออย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความสุขนั้น คือ การเข้าสู่ยุคหรือดินแดนความสุขในอุดมคติ ความเชื่อในคติทางพระพุทธศาสนาในเรื่องการเข้าสู่ยุคหรือดินแดนความสุขอุดมคติ หรือดินแดนยุคพระศรีอริย โลกจะมีแต่ความสงบสุข และพระศาสนาจะมีความรุ่งเรืองกว่าพระศาสนาในปัจจุบัน จะมีพระอรหันต์มากกว่า และประชาชนจะมีความสุขอย่างยิ่ง ไม่ต้องทำงานทำการก็มีกิน จะไม่มีเรื่องร้อนใจ ทุกคนพอใจในความเป็นอยู่ มนุษย์มาจากผู้มีบุญมาเกิดมีอายุยืนยาวนาน ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์เป็นไปอย่างสร้างสรรค์ ตั้งอยู่บนรากฐานของคุณธรรม ปัญญาสังคมในแง่บวกกัน ตีรันฟันแทง ถักขโมย ผิดชั่วถูกเมีย การหย่าร้างยอมไม่มีเนื่องจากมนุษย์มีคุณธรรม ควบคุมกิเลส ได้แก่ โลภะ โทสะ และโมหะ ไม่ให้กำเริบ (พรเพ็ญ อันตระกูล และ อัจฉราพร กุมทพิสมัย, 2527) ซึ่งความเชื่อเรื่องดินแดนอุดมคตินั้น เป็นความเชื่อสากล กล่าวคือ เป็นสิ่งที่มนุษย์คาดหวังที่จะได้พบแต่ความสุข ไร้ทุกข์ ซึ่งทางฝั่งโลกสังคมตะวันตกก็มีความเชื่อเรื่องนี้เช่นกัน ซึ่งดินแดนนั้นเรียกว่า ยูโทเปีย (Utopia) หรือ สังคมอุดมธรรม ซึ่งเป็นสังคม สถานที่ หรือรัฐแห่งความสมบูรณ์ในอุดมคติ (พจนานุกรม Collins, 2000) โดยสมาชิกของสังคมทุกคนได้รับผลประโยชน์

ทางวัตถุ ไม่ว่าจะเป็นอาหาร เครื่องนุ่งห่ม เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ตลอดจนการศึกษาและการรักษาพยาบาลอย่างทั่วถึงกัน นอกจากนั้นแล้ว ความเท่าเทียมกันของพลเมืองยูโทเปียก็มีให้เห็นอยู่ทั่วไป เพราะไม่มีการแบ่งชั้นวรรณะแต่อย่างใด สตรีก็ได้รับการศึกษาอย่างเดียวกับบุรุษ (สมบัติ จันทรวงศ์, 2551: 238) ซึ่งแสดงให้เห็นผ่านบทเพลง “ดินแดนแห่งนั้น” ในภาพยนตร์โฆษณาฯ ชุด “ปลูกป่าไม่สร้างชีวิต” ที่แทนสีฟ้า เปรียบเสมือนแทนน้ำมันที่นำพาเด็กทั้งสองคน อันสื่อความหมายโดยนัยถึงอนาคตหรือประชาชนคนไทยไปสู่ “ดินแดนแห่งนั้น” ซึ่งเป็นดินแดนที่มีกังมยังยืนทางพลังงานที่จะมีวันขาดแคลนและความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม ทั้งทรัพยากรในดินสินในน้ำ และอากาศธาตุบนท้องฟ้า เป็นคนแดนที่จะสร้างความสมบูรณ์พูนสุขให้ประชาชนคนไทยทั้งมวล

นอกจากนี้ ท่อนเพลงที่ว่า “**ที่จะมีสายรุ้งในเมฆฝนที่หยาดมา ทุกชีวิตต่างมีรอยยิ้มให้แก่กัน**” ในภาพยนตร์โฆษณาฯ ชุด “ปลูกป่าไม่สร้างชีวิต” ในทางคติของพระพุทธศาสนานั้น สายรุ้งเป็นมิมิตรดีแห่งชีวิต บอกถึงเงินและชื่อเสียงที่จะได้รับ รุ้งหรือรุ้งกินน้ำ เป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติแบบหนึ่ง ซึ่งเราสามารถพบเรื่องราวได้ในเรื่องเล่าของวัฒนธรรมต่างๆ ซึ่งล้วนมีทฤษฎีเพื่ออธิบายการเกิดของรุ้งเป็นของตัวเอง และทำให้รุ้งมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันมากมาย เช่น ลิ้นพระอาทิตย์ (The Tongue of the Sun), วิถีแห่งคนตาย (Road of the Death), สะพานสายฝน (Bridge of the Rain), ชายเสื้อแห่งสุริยเทพ (Hem of the Sun-god's Coat), วิถีแห่งเทพสายฟ้า (Road of Thunder God), สะพานระหว่างโลกและสวรรค์ (The Bridge between Heaven and Earth), หน้าต่างสวรรค์ (Window to Heaven), และชนแห่งเทพสายฟ้าหรือพระอินทร์ (The Bow of Indra, God of Thunder) แม้แต่ในคัมภีร์ไบเบิลยังกล่าวว่า รุ้งเป็นข้อสัญญา หรือคำสัญญาของพระเจ้าที่ให้กับสิ่งมีชีวิตทุกชนิดว่า โลกจะไม่ถูกทำลายจากน้ำท่วมอีก (วารสารสื่อพลัง, 2551 ฉบับที่ 1) ซึ่ง ปตท. ต้องการจะชี้สถานะตนเองว่าเป็นองค์กรที่เป็นมิตรผู้เชื่อมความสุขกับประชาชน และระหว่างประชาชนกับสิ่งแวดล้อม

ประเด็นที่ 3 : ความเป็นผู้มีมือใสใจสะอาด / คนดี



ภาพที่ 36 : แสดงการทำงานของมายาคติ “ความเป็นผู้มีมือใสใจสะอาด / คนดี”

ค่านิยมเรื่องของความขาวสะอาดนั้นอยู่คู่สังคมไทยและสังคมโลกมาช้านาน ปรากฏอยู่ในสื่อต่างๆ ที่เราเสพเข้าไปมากมายตั้งแต่เด็กจนโต เรามักจะได้ยินสำนวนไทยที่ว่า “อย่างขาวสะอาด” คือกระทำใดก็ตามที่ปราศจากการคดโกงฉ้อฉล ตัวอย่างเช่น นายกรัฐมนตรีบริหารประเทศอย่างโปร่งใสและขาวสะอาด นักกีฬาคนนี้ได้ชัยชนะอย่างขาวสะอาด เป็นต้น ความหมายของคำว่าขาวสะอาดในกรอบความคิดของคนทั่วไปนั้น เรามักเห็นพ้องต้องกันในความหมายที่แสดงถึงความดี ความบริสุทธิ์ใสซื่อ โดยใช้สีขาวแทนความหมายตามข้างต้น สื่อความหมายไปในเชิงบวก (Positive Meaning) ซึ่งสีขาวในทางทฤษฎีสี ไม่ถือเป็นสีเช่นเดียวกับดำและเทา แต่ให้ความรู้สึกได้ดี สีขาวอยู่ตรงข้ามกับสีดำ เป็นสีคู่กันที่อยู่ห่างกันมากที่สุด สีขาวจะรู้สึกสะอาด ร่าเริง สดใส ใหม่ บริสุทธิ์ เขียววัย ไร้เดียงสา ความจงรักภักดี ปลอดภัย ว่างเหว ความดีงาม พรหมจรรย์ การยอมแพ้ สีขาวมองเห็นได้ในระยะไกล และไม่สามารถจะมองเห็นสีขาวเป็นสีอื่นได้ การใช้สีขาวมากๆ ทำให้ดูจืดชืดไม่น่าสนใจ ใช้สีขาวร่วมกับสีอื่นทำให้ดูสะอาด สดใสนั่น โดยตรงข้ามกับสีดำที่สื่อความหมายไปในเชิงลบ (Negative Meaning) ซึ่งสีดำในทางทฤษฎีสี ไม่ถือเป็นสีเช่นเดียวกับสีเทาและขาว แต่ให้ความรู้สึกได้ ชาวตะวันตกถือว่าเป็นสีแห่งความเศร้า ความตาย (Hurwitz, 1967: 167 อ้างใน สมชาย พรหมสุวรรณ, 2548 : 61) ความกลัว มนุษย์มักจะกลัวความมืด สีดำจึงแทนความลึกลับ ความโหดร้าย จึงมีคำเรียกสีดำในทางไม่คิดต่างๆ

เช่น มือมืด (Black Hand) ธงสีดำของโจรสลัด ข่าวร้าย (Black Tidings) บัญชีดำ (Black List) ฯลฯ สีดำหมายถึงความกักขะ นรก ความอ้างว้างเปล่าเปลี่ยวหนักแน่น ว่างเปล่า มีพลังอันตราย เนื่องจากสีด้ามืดทึบ เมื่อใช้ร่วมกับสีอื่นจะทำให้สีอื่นเด่นชัดขึ้น หากใช้สีดำนอกๆ จะรู้สึกอึดอัดบีบรัด ไม่เป็นสุข สีดำในทุกสังคมส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับกับความตาย ความหายนะ มีความหมายไปในทางที่ไม่ดีมากกว่าดี (สมชาย พรหมสุวรรณ, 2548 : 61)

เราปฏิเสธไม่ได้ว่า สีนั้นมีผลต่อคนเราทั้งในด้านสรีระและด้านจิตใจ เราตอบสนองต่อการเห็นสีโดยธรรมชาติตามสัญชาตญาณ การเรียนรู้ ประสบการณ์ การมองเห็นสีเปรียบเสมือนป้อนข้อมูลให้กับสมองผ่านกระบวนการต่างๆ เกิดการตีความหมายออกมาเป็นความรู้สึกทางด้านจิตใจ อารมณ์ ดังนั้น การเห็นสีของคนเราเชื่อว่ามีผลถึงร่างกายและจิตใจโดยรวมด้วย (พรทวิ พึ่งรัสมิ และ มิตรชูโอะ อิเคดะ, 2551: 15)

Steinen กล่าวว่า สีเป็นตัวที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อมนุษย์ อารมณ์ของเรามักจะเกี่ยวข้องกับโครงสร้างของสีที่ปรากฏในสภาพแวดล้อมรอบตัว ความชอบและความไม่ชอบสีของหรือผู้คนส่วนหนึ่งมาจากอิทธิพลของสี (Steinen, 1977: 54) นักจิตวิทยาทดลองเกี่ยวกับการรับรู้เรื่องสีของมนุษย์พบว่า สีมีพลังปลุกเร้าต่อการตอบสนองมนุษย์ (Emotional Response) สีแต่ละสีให้ความรู้สึกแตกต่างกัน อาจมีความใกล้เคียงกันบ้าง การมองเห็นสีแดงสดใสจะทำให้หัวใจเต้นเร็วขึ้นกว่าปกติและจะรู้สึกร้อน ในขณะที่มองเห็นสีน้ำเงินหัวใจจะเต้นช้าลง และรู้สึกเย็นสงบจนมันได้กลายมาเป็นค่านิยมบางเรื่องในสังคมไทย เช่น ค่านิยมในประเพณีเรื่องการแต่งกาย ซึ่งในประเพณีไทยแต่ดั้งเดิมนั้น นิยมสวมใส่ชุดสีดำในงานอวมงคล เช่น งานศพ ซึ่งเป็นสีของความโศกเศร้า มีความหมายโดยนัยประหนึ่งความมืดมิดแห่งราตรีกาล และแทนความรู้สึกอาลัยที่เกิดขึ้นเมื่อจำต้องพรากจากแสงสว่างและความรื่นรมย์ ซึ่งราวกับว่าความหมายนี้จะเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางและเป็นเหตุผลว่า ทำไมผู้คนในสังคมไทยและบางสังคมในประเทศอื่นๆ มีค่านิยมแต่งชุดสีดำสำหรับการไว้ทุกข์ในงานศพ คนสวมชุดดำคือคนไว้ทุกข์แสดงความโศกเศร้าอาลัยผู้จากไป คนที่ไปงานศพก็สวมชุดดำเพื่อแสดงความเคารพแก่ผู้ที่เสียชีวิต เมื่อสืบเสาะเรื่องการสวมชุดดำไปงานศพหรือไว้ทุกข์ของคนไทย จะเห็นว่าไม่ได้เป็นประเพณีของไทยแต่ดั้งเดิม หนังสือประเพณีเนื่องในการเกิดและประเพณีเนื่องในการตายของเสฐียร โกเศศ (อ้างถึงใน ทีมงานนิตยสารสารคดี, 2536: 89-91) กล่าวไว้ว่า ‘

“คนไทยนุ่งทั้งสีขาวสีดำ และสีอื่นๆ ไปงานศพ เพิ่งจะนิยมเฉพาะสีดำ
ในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงครามนี่เอง”

ต้นเหตุของการแต่งดำที่แท้จริงนั้นน่าจะเป็นความเชื่อที่เกิดจากความกลัวที่มีอยู่ในตัวมนุษย์มานานแล้ว เพียงแต่มนุษย์แต่ละชาติแต่ละเผ่าพันธุ์และแต่ละยุคมีวิถีจัดการกับความกลัวนี้

อย่างไร ความกลัวที่ว่าคือ กลัวญาติวิญญาณของคนตายจะกลับมาและหาร่างอยู่ ผ้าสีดำที่มักเห็นหญิงม่ายฝรั่งแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียนคลุมหน้าในงานศพนั้น ก็ด้วยเหตุผลเดียวกัน คือ กลัววิญญาณสามีจะจำได้ โดยเธอจะคลุมหน้าและแต่งดำไว้ทุกข้ออยู่ 1 ปีเต็ม นักโบราณคดีฝรั่งสันนิษฐานว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องของสีผิว เพราะคนผิวขาวยุคแรกมาตัวด้วยสีดำในงานศพเพื่อแยกความแตกต่างระหว่างคนกับวิญญาณ ทำนองเดียวกันคนแอฟริกันผิวดำบางเผ่าที่ทาตัวด้วยสีขาวยังตรงข้ามกับสีผิวธรรมชาติที่มีอยู่ เป็นการเลียงไม่ให้วิญญาณเห็นและเข้าถึง แม้ในศตวรรษนี้ก็ยังคงพอเห็นการปฏิบัติเช่นนี้ของคนผิวดำ ส่วนคนผิวขาวเปลี่ยนจากการทาสีตามตัวมาเป็นสวมเสื้อสีดำแทน แนวคิดเรื่องชุดดำของคนไทยน่าจะมาจากตะวันตกนี้ด้วย (ทีมงานนิตยสารสารคดี, 2536: 89-91)



ภาพที่ 37 : การแต่งกายชุดสีดำในงานศพของสังคมตะวันตก⁶ และสังคมไทย⁷

ส่วนสีขาวในสังคมไทยนั้น นิยมใช้ในงานมงคลมากกว่า เช่น งานแต่งงาน เรามักจะเห็นเจ้าสาวจะสวมใส่ชุดแต่งงานสีขาวหรือขาวนวล เพื่อสื่อความหมายถึงความบริสุทธิ์ผุดผ่อง การยินยอม (ธงขาว ก็หมายถึง การยอมแพ้) และความสง่าหรูหรา ในขณะที่เจ้าบ่าวจะสวมชุดสีดำ เพื่อให้เจ้าสาวสวยเด่นขึ้น แต่มีความหมายโดยนัย คือ การมีอำนาจเหนือกว่า



ภาพที่ 38 : การแต่งกายชุดของเจ้าบ่าวและเจ้าสาวในงานแต่งงานของชนชาติต่างๆ⁸

⁶ แหล่งที่มา : <http://antzinpantz.com/kns/archives/14919>

⁷ แหล่งที่มา : http://www.moph.go.th/ops/iprg/iprg_new/include/admin_hotnew/show_hotnew.php?idHot_new=12483

⁸ แหล่งที่มา : <http://www.magazine.dee.com/main/magpreview.php?id=2042>

<http://arabweddings.blogspot.com/>

<http://kawinan.blogspot.com/2008/03/africa-wedding-photo.html>

<http://www.altamodabridal.com/blog/page/15>

http://www.dphotographer.co.uk/image/204049/japan_wedding

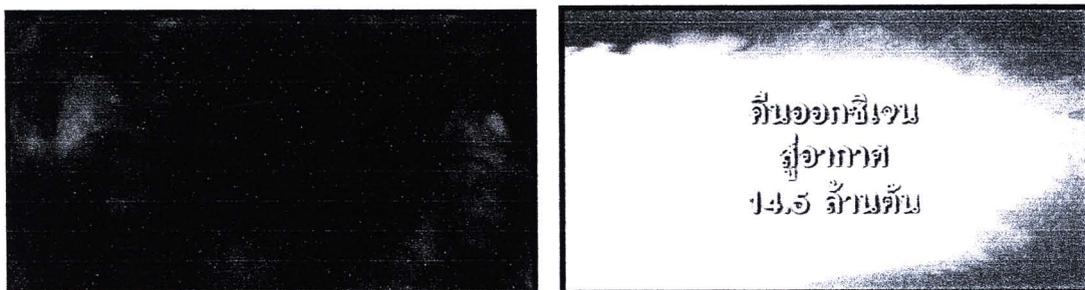
นอกจากนี้ พิธีบรรพชาอุปสมบท (งานบวช) ในสังคมไทย เราจะพบเห็นได้ว่า นาคที่จะเข้าพิธีบวชจะแต่งกายด้วยผ้ากาสีขาว เพื่อสื่อถึงความดั่งงาม สะอาด บริสุทธิ์



ภาพที่ 39 : การแต่งกายนาคในโครงการอุปสมบทหมู่ 999 รูปทั่วประเทศ ถวายพ่อหลวง⁹

จากภาพต่างๆ ข้างต้น เราจะเห็นค่านิยมบางอย่างในสังคมไทยที่ใช้สีเป็นสัญลักษณ์สีขาวแทนด้วยความดี และ สีดำแทนด้วยความไม่ดี ซึ่งค่านิยม (Values) เป็นเรื่องของความคิดเห็นในทางด้านดี (Good) หรือเลว (Bad) ซึ่งเป็นดุลยพินิจส่วนบุคคล (Value Judgement) เป็นตัวแทนการตัดสินใจพื้นฐานว่าการกระทำแบบใด สภาวะสุดท้ายที่มีอยู่แบบใดเป็นที่ต้องการของบุคคลหรือสังคม โดยค่านิยมนั้นบรรจุองค์ประกอบเกี่ยวกับการตัดสินใจพิจารณาที่เป็นความคิดของบุคคลว่าจะอะไรถูกต้อง อะไรดี อะไรเป็นที่ต้องการ (วิเชียร วิทยอุดม, 2551: 47)

ในภาพยนตร์โฆษณาฯ ของ ปตท. เรื่อง “หนึ่งล้านกล้าถวายพ่อ” ก็ได้นำสีดำและสีขาวมาใช้ในการสื่อความหมายแบบคู่ตรงข้าม (Binary Opposition) คือ เมื่อจากเริ่มต้นของภาพภาพยนตร์ โฆษณาเป็นฉากสีดำ สื่อถึงมลพิษ จากถัดมาคือฉากสีขาว สื่อความหมายถึงอากาศที่สะอาดบริสุทธิ์ หรือในภาพยนตร์โฆษณาเรื่อง “บันทึกหน้าใหม่” มีฉากแรกคือผืนดินแห้งแล้งแตกกระแหง สื่อถึงการขาดความอุดมสมบูรณ์ และนำจากป่าไม้เขียวขจีมาไว้ต่อท้าย เพื่อสื่อความหมายถึงความอุดมสมบูรณ์ เป็นต้น



ภาพที่ 40 : การสื่อความหมายแบบคู่ตรงข้ามระหว่าง สีดำ กับ สีขาว

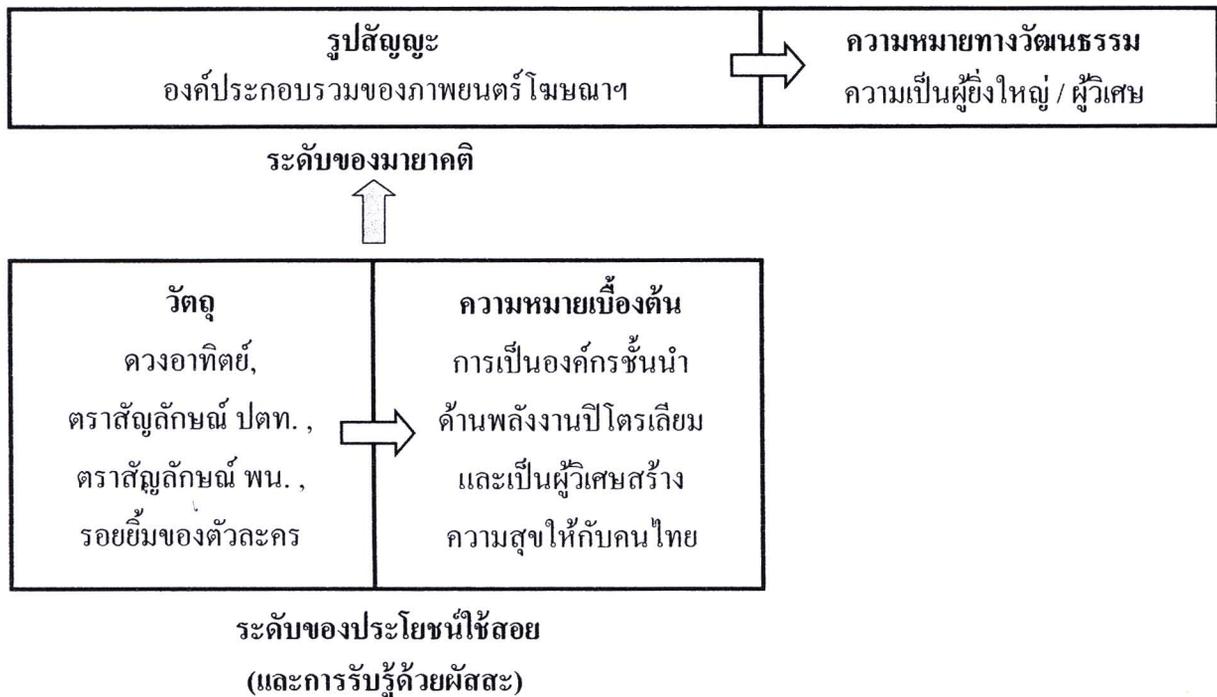
⁹ แหล่งที่มา: http://bankonthainews.blogspot.com/2010_11_01_archive.html



ภาพที่ 41 : การสื่อความหมายแบบคู่ตรงข้ามระหว่าง ฉากแห้งแล้ง และ ป่าเขียวขจี

ทั้งหมดนี้ แสดงให้เห็นถึงพลวัต (Dynamic) การเปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาที่ ปตท. ต้องการจะสื่อสารออกมาว่า ปตท. เป็นพลเมืองดี เป็นคนดีที่ตอบแทนสังคม จิตใจบริสุทธิ์ และจริงจังในการดูแลพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมไปควบคู่กับการดำเนินธุรกิจด้านปิโตรเลียม สร้างสรรค์สิ่งดีงามต่างๆ ให้เกิดขึ้นในสังคมไทย ไม่ว่าจะเป็นอากาศบริสุทธิ์ ระบบนิเวศธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สมบูรณ์ ตลอดจนคุณภาพชีวิตที่ดี การอยู่ดีมีสุขของสัตว์ป่า และการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ สามารถเปลี่ยนจากหน้ามือเป็นหลังมือ สามารถเปลี่ยนอากาศที่เป็นมลพิษให้กลับกลายเป็นอากาศบริสุทธิ์ หรือ ความแห้งแล้งเหือดแห้งแผ่นดินแตกกระแหงกลับมาสู่ผืนป่าที่ชุ่มชื้นและอุดมสมบูรณ์ได้ทันที ซึ่งปรัชญาในการบริหารงานของ ปตท. ต้องบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องคำนึง CG-CSR พูดย่างๆ คือเป็นองค์กรที่เก่งและดี เพราะ ปตท. ไม่ได้มองระยะสั้น เพื่อให้ ปตท. เติบโตไปอย่างยั่งยืน... “เก่ง” และ “ดี” จึงเป็นคำที่ “ประเสริฐ” (นายประเสริฐ บุญสัมพันธ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ ปตท.) ย้ำอยู่ตลอดทุกที่ที่มีโอกาส (สุกัญญา ศุภกิจอำนวย และ คุณยปวีณ กรณพ์แสง, 2552: 157)

ประเด็นที่ 4 : ความเป็นผู้ยิ่งใหญ่ / ผู้วิเศษ



ภาพที่ 42 : แสดงการทำงานของมายาคติ “ความเป็นผู้ยิ่งใหญ่ / ผู้วิเศษ”

หากเราชมโฆษณา ปตท. ทั้ง 4 เรื่องที่ผ่านมาจะพบว่า ปตท. กำลังบอกถึงจุดยืนของตนเองด้วยการเป็นคนดี ผู้นำ และผู้ยิ่งใหญ่ทางพลังงานในประเทศ โดยใช้วงกลมสีแดงในตราสัญลักษณ์ของ ปตท. มาสื่อความหมายถึงพระอาทิตย์ ซึ่งบ่อยครั้งที่เราจะเห็นพระอาทิตย์ในฉากของภาพยนตร์โฆษณา เพราะพระอาทิตย์ นั้นเป็นเสมือนตัวแทนของความยิ่งใหญ่ทางพลังงาน ซึ่งคล้ายกับตราสัญลักษณ์ของ ปตท. ที่มีวงกลมสีแดงตรงกลาง และมีเปลวไฟสีฟ้าโชติช่วงอยู่ด้านข้าง และสื่อถึงแท่นขุดเจาะน้ำมันที่อยู่ท่ามกลางทะเล โดยมีฉากหลังเป็นพระอาทิตย์ มนุษย์ตั้งแต่สมัยดึกดำบรรพ์ ทุกชาติทุกศาสนาจะเห็นคุณค่าของพระอาทิตย์จนนับถือเป็นเทพมานานแล้ว นับตั้งแต่ยุคทอง นักโบราณคดีค้นพบวัตถุที่แสดงถึงดวงอาทิตย์มากมาย ตามลัทธิพราหมณ์ตำนานนพเคราะห์ทางโหราศาสตร์ว่า พระอิศวรได้สร้างพระอาทิตย์ขึ้น ด้วยการเอาราชสีห์ 6 ตัวมาปั่นและห่อด้วยผ้า สีแดง พรหมด้วยน้ำอมฤต เกิดเป็นพระอาทิตย์ มีสีกายแดง วิมานสีแดง ทรงราชสีห์เป็นพาหนะ พระอาทิตย์ของกรีกมีชื่อว่า อพอลโล (Apollo) หรือฟีบัส (Pheobus) พระอาทิตย์ฝรั่งเศสถือว่าเป็นเทพที่สง่างามนัก (ประจักษ์ ประภาพิทยากร, 2552) พระอาทิตย์ตามคติของไทยถือตรงกับวิทยาศาสตร์ คือ ในความจริงนั้นว่า ดวงอาทิตย์เป็นใหญ่ในสุริยระบบ (Solar System) เป็นแกนกลาง ซึ่งมีดาวพระเคราะห์ต่างๆ เป็นบริวาร พระอาทิตย์จะฉายแสงให้ความอบอุ่นให้แก่ดาวพระเคราะห์ทุกดวงจนทั่ว ไม่ว่าจะเป็นดาวดีดาวร้าย (พยุ่ง ตรงสวัสดิ์, 2544: 283) และหากเรายังจำวัยเด็กกันได้ เราถูกคุณครูสอนมาเสมอว่า วันอาทิตย์เป็นวันที่ 1 วันเริ่มต้นของ

สัปดาห์ ซึ่งในทางโหราศาสตร์ไทย พระอาทิตย์ถูกแทนด้วยสัญลักษณ์ ๑ (เลขหนึ่งไทย) สื่อความหมายถึงความเป็นอันดับหนึ่งขององค์กรธุรกิจด้านน้ำมันและปิโตรเคมีครบวงจรของ ปตท. และโครงการอาทิตย์ ซึ่งนับเป็นแท่นผลิตปิโตรเลียมที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก โดยใช้เทคโนโลยีการก่อสร้างแท่นผลิตที่ทันสมัยที่สุดในปัจจุบัน (อุระคินทร์ วิริยะบูรณะ และคณะ, 2511)

นอกจากนี้ การนำคำว่า “พ่อ” ซึ่งมีความหมายโดยนัย หมายถึง พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว อันเป็นที่รักยิ่งของปวงชนชาวไทย ซึ่งปรากฏในภาพยนตร์โฆษณาฯ นั้น ยังเชื่อมโยงสู่ความจงรักภักดี ความยิ่งใหญ่ เพื่อโน้มน้าวใจประชาชนให้ร่วมกันดำเนินงานโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น “โครงการหนึ่งล้านกล้าถวายพ่อ” หรือ “โครงการลดโลกร้อนถวายพ่อ” เป็นต้น ดังที่ชาวโลกได้ประจักษ์ในการปกครองบ้านเมือง และระยะที่พระองค์ทรงครองราชย์ (Guinness Book of Records, 1996) ไว้ว่า

“His Majesty King Bhumibol Adulyadej ascended to the throne on June 9, 1946 and has been as the world's longest-reigning monarch.”

“พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชเสด็จเถลิงถวัลยราชสมบัติ เป็นพระมหากษัตริย์รัชกาลที่ 9 เมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2489 อันจะนับได้ว่าทรงเป็นพระมหากษัตริย์ที่ครองราชย์ยาวนานที่สุดในโลก” (ผู้วิจัยแปล, 2553)

ยิ่งไปกว่านั้น พระองค์ยังทรงสถิติเกี่ยวกับปริญญากิตติมศักดิ์ทางด้านวิชาการต่างๆ (Guinness Book of Records, 1998) ไว้ว่า

“His Majesty King Bhumibol Adulyadej is as the holder of more honorary academic degrees than anyone else in the world.”

“พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชทรงได้รับการถวายปริญญากิตติมศักดิ์ทางด้านวิชาการต่างๆ มากกว่าผู้ใดในโลก” (ผู้วิจัยแปล, 2551)

นอกจากนี้ นิตยสาร Forbes ได้จัดอันดับ “พระราชาวงศ์ที่ร่ำรวยที่สุดในโลก” (The World's Richest Royals) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นระยะเวลา 3 ปีซ้อนแล้วที่พระองค์ทรงได้รับเกียรติในการจัดอันดับให้เป็น “พระมหากษัตริย์ผู้มีพระราชทรัพย์มากที่สุดในโลก” (<http://www.forbes.com>)

การเป็นผู้วิเศษที่สามารถสรรสร้างความสุขให้กับคนไทยได้นั้น เป็นอีกหนึ่งความสามารถขององค์กรปิโตรเลียมที่บ่มเพาะความคิดและฝังทัศนคติเชิงบวกในกับผู้รับสาร ในเรื่องของการ

เป็นผู้วิเศษ (Wizard) หรือเทพเจ้า (Gods) ที่สามารถเสกสรรความสุขและการกินคืออยู่ที่ให้กับคนในสังคมไทย โดยความสุขดังกล่าวนั้นสามารถตีความได้จากเสียงเด็กหัวเราะและรอยยิ้มของตัวละครต่างๆ ในภาพยนตร์โฆษณาฯ และสัญลักษณ์ต่างๆ เช่น ใบไม้ ต้นไม้ โดยให้ความหมายโดยนัยว่า สีเขียว (Green) คือสีแห่งสันติสุข ความเจริญเติบโต ความมีชีวิตชีวา มีพลัง มีความสุข ความซื่อสัตย์ ความรุ่มเย็น ถ้าเป็นสีเขียวเข้มจะทำให้รู้สึกถึงป่าลึก ความอุดมสมบูรณ์ (Chijiwa, 1994: 14) ซึ่ง ปตท. ต้องการจะสื่อสารกับประชาชนว่า ปตท. ได้เสกสรรความสุขและความมั่นคงทางพลังงานควบคู่ไปพร้อมกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนคนไทยทุกคน

มายาคติเกี่ยวกับองค์กรปิโตรเลียมจากการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาฯ

จากความหมายที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์โฆษณาฯ เพื่อการประชาสัมพันธ์สิ่งแวดล้อมของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ทั้ง 4 ประเด็น ได้แก่ “ความเป็นผู้ริเริ่ม/ผู้สร้าง” “ความเป็นผู้นำพาความสุข” “ความเป็นผู้มีมือใสใจสะอาด/คนดี” และ “ความเป็นผู้ยิ่งใหญ่/ผู้วิเศษ” สามารถสร้างมายาคติเกี่ยวกับองค์กรปิโตรเลียมได้ว่า

“องค์กรปิโตรเลียม เป็นผู้ยิ่งใหญ่ เสมือนเทพเจ้า (Gods) ที่มีพลังวิเศษ มีความบริสุทธิ์ ความดี และนำใสใจจริงที่จะสร้างโลกใหม่ สร้างพลังงานทดแทน เพื่อ นำความสุขรุ่งเรืองและความสุขมาสู่สังคมไทย ให้สังคมไทยพ้นจากวิกฤตการณ์ของการขาดแคลนพลังงานในการดำรงชีวิตประจำวัน ดำรงชีวิตท่ามกลางสิ่งแวดล้อมที่ดีและก้าวสู่อนาคตที่ดีขึ้น”