



การสื่อความหมาย “จิตวิญญาณความเป็นครู” ที่สะท้อนผ่านวิดีโอ เพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟเว่น

SIGNIFICATION OF “THE SPIRITUALITY OF TEACHERS” REFLECTED IN SOCIAL PROMOTION VIDEO OF 7-ELEVEN

ญวัฒน์ เจียมจิตวานิชย์. วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

ฌชรต อิมณะรัญ. วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

Thanawat Jiamjitvanich. College of Communication Arts, Rangsit University.

Nacharata Aimnaran. College of Communication Arts, Rangsit University.

Email : Thanawat.j64@rsu.ac.th, nacharata.a@rsu.ac.th

Received: 20 March 2023 ; Revised: 24 March 2023 ; Accepted: 5 May 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อให้เข้าใจถึงการประกอบสร้าง
ความหมายเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครูที่สะท้อนผ่านวิดีโอเพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟ
เว่นและ (2) เพื่อให้เข้าใจถึงองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ที่มีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมาย
โดยแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการเข้าสู่วิเคราะห์ปัญหานี้ประกอบด้วยแนวคิดเรื่อง
ความเป็นครู แนวทางการศึกษาเชิงสัญลักษณ์วิทยา แนวการวิเคราะห์ภาษาภาพเชิงเทคนิค แนวคิดและ
ทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์องค์กร และแนวคิดการตลาดเพื่อความยั่งยืน โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล
ชิ้นงานวิดีโอในระหว่างวันที่ 1-15 เมษายน พ.ศ. 2565 เพื่อนำมาวิเคราะห์ตีความ และทำการสัมภาษณ์
กลุ่มเป้าหมายจำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ครูระดับมัธยมศึกษา อาจารย์ในระดับอุดมศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า (1) การประกอบสร้างความหมายเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครูที่สะท้อน
ผ่านวิดีโอได้แก่การใช้ภาพเพื่อการอุปมา อุปลักษณ์ ปฏิพจน์ การสร้างความเป็นคู่ตรงข้าม การใช้สัญลักษณ์ภาพ
อวัจนภาษาผ่านการแสดงออกทางสีหน้าและท่าทาง ความหมายแฝงจากภาษาภาพเชิงเทคนิค
การยุบรวมความหมายมิติด้านเวลา การเปลี่ยนจังหวะดนตรีในจุด Turning point การใช้เทคนิคเสียงก้อง
การใช้เพลง และบทสวดไหว้ครูประกอบวิดีโอเพื่อการสื่อความหมาย (2) องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ของ
งานวิดีโอที่มีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ การสร้างเรื่องราวจากเหตุการณ์จริง การใช้
สัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นครูได้โดดเด่น การใช้แสงในการสื่อความหมาย การใช้เสียงดนตรีและเสียงเพลงประกอบ
การนำเสนอเนื้อหาเชิงอารมณ์ เทคนิคการเล่าเรื่องให้ชวนติดตาม การสื่อความหมายในเชิงเปรียบเทียบ

คำสำคัญ : การประกอบสร้างความหมาย, จิตวิญญาณความเป็นครู, วิดีโอเพื่อการส่งเสริมสังคม,
วิดีโอออนไลน์, องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์

Abstract

This is a qualitative research. The objective of this research is (1) to understand the signification of the spirituality of teachers reflected in social promotion video of 7-Eleven and (2) to understand creative elements with the power to communicate with the target audiences. The concepts and theories used as guidelines for approaching the research problems consisted of teacher concepts, semiotic study approaches, technical visual language together with the concept and theories about corporate image and sustainability marketing. The researcher collected data from the video work from 1 to 15 April 2022 for the analysis of the text, and from the interview with 4 target groups consisted of secondary school and university students, teachers and lecturers.

The research findings revealed that (1) the construction of the meaning of the teacher's spirituality was reflected through the video including the use of images for simile, metaphors, paradox, the creation of binary opposition, use of visual symbol, and nonverbal language through facial expressions and gestures, the connotation of technical visual language, implosion of meaning, the change in the rhythm of the music at the turning point, the use of the echo technique, and the use of songs and chants to convey the meaning of the video. (2) The creative elements of video work with the power to communicate with the target groups comprise the creation of stories from real events, the use of symbols to convey outstanding teachers, the use of light to convey the meaning, the use of music and background music, the emotional content, and the presentation with the storytelling techniques to persuade comparative interpretation.

Keywords : Signification, Spirituality of Teachers, Social Promotion Video, Online Videos, Creative Elements

บทนำ

พระราโชวาทของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในพิธีพระราชทานปริญญาบัตรแก่ผู้สำเร็จการศึกษาจากวิทยาลัยครู ความตอนหนึ่งว่า "...อาชีพรูถือว่าสำคัญอย่างยิ่ง เพราะครูมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศให้เจริญมั่นคง และก่อนที่จะพัฒนานบ้านเมืองให้เจริญได้นั้น จะต้องพัฒนาคน ซึ่งก็ได้แก่เยาวชนของชาติ เสียก่อน เพื่อให้เยาวชนเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีคุณค่าสมบูรณ์ทุกด้าน จึงจะสามารถช่วยกันสร้างความเจริญให้แก่ชาติต่อไปได้" (Udomrak, 2016) จากพระราโชวาทดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของวิชาชีพครู เพราะประเทศชาติจะมีความเจริญมั่นคงอยู่ได้ก็ต่อเมื่อประชาชนในชาติได้รับการพัฒนาอย่างถูกต้อง ซึ่งการพัฒนาคนจำเป็นต้องมีระบบการศึกษาที่ดีและระบบการศึกษาจะดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก็จำเป็นต้องมีครูที่มีคุณภาพที่เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาให้แก่ เยาวชนของชาติ ให้เติบโตอย่างมีคุณค่าและสมบูรณ์ทุกด้าน เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาสังคมตลอดจนประเทศชาติต่อไปได้ นอกจากนี้ ครูยังเป็นปัจจัยสำคัญในหลาย ๆ ด้าน โดยพระราชดำรัสสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในการพระราชทานรางวัลสมเด็จพระเจ้าฟ้ามหจักรี ความตอนหนึ่งว่า "...ครู คือ ปัจจัยสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ครู คือ มนุษย์ที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้เด็กนักเรียนที่จะพัฒนาคุณลักษณะของตนเอง และสร้างค่านิยมต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นไม่มีเทคโนโลยีใด ๆ สามารถมาแทนที่ครูได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว นั่นคือว่าทำไมครูที่ดีจึงสามารถเปลี่ยนแปลงชีวิตลูกศิษย์ได้ ด้วยการพัฒนาพวกเขาให้เป็นพลเมืองที่ดีและมีความสามารถ ทั้งในระดับชาติและระดับเป็นพลเมืองของโลกด้วย..." (รางวัลสมเด็จพระเจ้าฟ้ามหจักรี, 2563)

จิตวิญญาณความเป็นครู เป็นพฤติกรรมที่สำคัญของบุคคลที่มีบทบาท หรือหน้าที่การเป็นครูหรือบุคคลผู้มีความรัก ความศรัทธาในวิชาชีพ มีจิตใจมุ่งมั่น ตั้งใจปฏิบัติหน้าที่ของตน การพัฒนาดตนเอง มีความคิดสร้างสรรค์ ทนต่อเหตุการณ์ รักและศรัทธาในวิชาชีพครู มีความเสียสละ มีคุณธรรม จริยธรรม พร้อมจะถ่ายทอดความรู้ให้แก่ศิษย์ มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาเด็กและเยาวชน และประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ศิษย์และสังคม (พระครูสังฆรักษ์จักรกฤษณ์ ฐิริปญโญ, พระครูโสภณพุทธิศาสตร์, พระครูโสภาสนนทกิตฺติ, สมศักดิ์ บุญปู, และพีรวัฒน์ ชัยสุข, 2562) โดยบุคคลที่มีจิตวิญญาณความเป็นครูนั้นย่อมเป็นครูที่แท้จริง ตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร พระราชทานแก่ครูอาวุโส ความตอนหนึ่งว่า “...ครูที่แท้จริงนั้นต้องเป็นผู้ทำแต่ความดีคือต้องหมั่นขยันและ อุตสาหะพากเพียรต้องเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และเสียสละ ต้องหนักแน่นอดทน และอดกลั้นสำรวมระวังความประพฤติปฏิบัติของตน ให้อยู่ในระเบียบแบบแผนที่ดีงามรวมทั้งต้องซื่อสัตย์ รักษาความจริงใจวางใจเป็นกลางไม่ปล่อยไปตามอำนาจอคติ...” (ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, ม.ป.ป.) โดยจิตวิญญาณความเป็นครูถูกนำมาใช้เป็น ประเด็นในการสร้างสรรค์งานวิดิทัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคม เพื่อเป็นแสดงออกในความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมขององค์กร หรือ Corporate Social Responsibility (CSR) ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

กิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร ผ่านวิดิทัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมที่เผยแพร่ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) เป็นการปรับตัวเข้าสู่ยุคการสื่อสารแบบใหม่หรือยุคดิจิทัลที่มีระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ ในการติดต่อ สื่อสาร ด้านธุรกิจหรือเพื่อความบันเทิง และยังเป็นช่องทางในการเผยแพร่สื่อด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เพื่อให้มีภาพลักษณ์องค์กรที่ดี

เซเว่นอีเลฟเว่น (7-Eleven) เป็นเครื่องหมายการค้า ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2531โดยบริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์โดยประกอบธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้เครื่องหมายการค้า “7-Eleven” ในประเทศไทย นอกจากนี้ยังประกอบธุรกิจต่าง ๆ ที่เป็นการสนับสนุนธุรกิจหลัก และเซเว่นอีเลฟเว่น ร่วมพัฒนาและส่งเสริมสังคมในด้านการศึกษา โดยจัดตั้งวิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ เป็นสถานศึกษา โดยมีเจตนารมณ์ “เพื่อช่วยพัฒนาสังคมและประเทศชาติในด้านการศึกษา” ในระยะแรกของการก่อตั้งมีวิสัยทัศน์ “เป็นสถาบันการศึกษาชั้นนำในการผลิตบุคลากร” (วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์, ม.ป.ป.) และเซเว่นอีเลฟเว่น ได้จัดทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร ด้านการส่งเสริมสังคม ในเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครู การเชิดชูพระคุณครู โดยได้นำเสนอผ่านสื่อวิดิทัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคม ที่เผยแพร่บนแพลตฟอร์มยูทูบผ่านช่องบัญชียูทูบชื่อ “7ElevenThailand” ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึงปี พ.ศ. 2565 จำนวน 12 ชิ้นงาน ซึ่งได้รับการรับชมโดยเฉลี่ย 5,006,648 ครั้งต่อวิดิทัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคม (ข้อมูลวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2566)

ดังนั้นผู้วิจัยมีความเห็นว่าการความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร หรือการเสริมสร้างสังคมหรือธรรมชาติให้ดียิ่งขึ้นและการส่งเสริมเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครูเป็นสิ่งที่สำคัญ ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่าปัจจุบันยังไม่มีงานวิจัยใดที่นำเสนอประเด็นการสื่อความหมายเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครูผ่านสื่อวิดิทัศน์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาวิดิทัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟเว่นในการสื่อความหมาย “จิตวิญญาณความเป็นครู” เพื่อให้มีความเข้าใจถึงการประกอบสร้างความหมายเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครู และเพื่อศึกษาให้เข้าใจถึงองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ของงานวิดิทัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมที่นำเสนอเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครู

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อให้เข้าใจถึงการประกอบสร้างความหมายเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครูที่สะท้อนผ่านวาททัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟเว่น
- 2) เพื่อให้เข้าใจถึงองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ของงานวาททัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟเว่นที่นำเสนอเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครูที่มีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมาย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยใช้แนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล 1) แนวคิดเรื่องความเป็นครูเป็นกรอบแนวคิดในการกำหนดประเด็นแก่นเรื่องเกี่ยวกับการสื่อความหมายจิตวิญญาณความเป็นครูในงานวาททัศน์ 2) แนวทางการศึกษาเชิงสัญลักษณ์วิทยา ในประเด็นการวิเคราะห์วิธีการสื่อความหมายเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครูผ่านรหัส สัญลักษณ์ในงานวาททัศน์ 3) แนวการวิเคราะห์ภาษาภาพเชิงเทคนิค ในประเด็นการวิเคราะห์ตัวบทเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ 4) แนวคิดภาพลักษณ์องค์กรเป็นแนวทางในการเข้าสู่ปัญหาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อความหมายด้านจิตวิญญาณความเป็นครูในงานวาททัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมและเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับเซเว่นอีเลฟเว่น 5) แนวคิดการตลาดเพื่อความยั่งยืน เป็นแนวทางในการเข้าสู่ปัญหาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อความหมาย จิตวิญญาณความเป็นครูในงานวาททัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟเว่น ซึ่งเป็นรูปแบบของกิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการตลาดเพื่อความยั่งยืนในเรื่องคุณธรรมและจริยธรรมความเป็นครูให้กับสังคมไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) วาททัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟเว่น 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เข้าใจถึงองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ของงานวาททัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟเว่นที่นำเสนอเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครูที่มีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมาย โดยแหล่งข้อมูลประกอบด้วย 1) ชิ้นงานวาททัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟเว่นที่นำเสนอเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครูโดยการดาวน์โหลดผ่าน www.youtube.com โดยเลือกวาททัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟเว่นที่นำเสนอเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครูที่เผยแพร่ตั้งแต่ปี พ.ศ.2566-2565 จำนวน 8 ชิ้นงาน 2) ข้อมูลประเภทบุคคลศึกษาผู้บริโภที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 20 คน ที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ดังนี้ เคยใช้บริการเซเว่นอีเลฟเว่นอย่างน้อย 3 ครั้งต่อสัปดาห์ และเป็นผู้ที่เคยรับชมวาททัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟเว่นชุด “จิตวิญญาณความเป็นครู” และสามารถจดจำเนื้อหาได้อย่างน้อย 2 เรื่อง โดยเป็นนักเรียน นักศึกษาในระดับมัธยมศึกษา อาจารย์ในระดับอุดมศึกษา กลุ่มละ 5 คนเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับเนื้อหาในงานวาททัศน์โดยตรง และในส่วนของกรวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์แบบอุปนัยและนำเสนอผลการศึกษาแบบพรรณนาวิเคราะห์ และการตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านวิธีการโดยนักวิชาการผู้ร่วมวิจัย (peer debriefing) ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านงานสื่อสารด้วยภาพจำนวน 3 คนทั้งนี้ใช้กระบวนการตรวจสอบยืนยันการตีความ (Verification) ตามกระบวนการค้นปรากฏการณ์นิยม (Phenomenological paradigm) โดยยกข้อสนับสนุน (Warrants) ผู้ประเด็นข้อสรุปจากการประยุกต์ใช้ทฤษฎีและคำอ้างอิงจากการสัมภาษณ์

สรุปผลการวิจัย

1) การประกอบสร้างความหมายเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครูที่สะท้อนผ่านวิถีทัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟเว่น ได้แก่

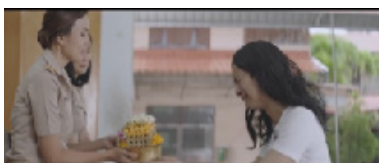
1.1) การใช้ภาพเพื่อการอุปมาเป็นการเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่งที่มีลักษณะเด่นร่วมกันและใช้คำที่มีความหมายว่าเหมือนหรือคล้ายเป็นคำแสดงการเปรียบเทียบเพื่อแสดงให้เห็นว่าเหมือนอย่างไร การประกอบสร้างความหมายเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครู เช่น การอุปมาครูกับเรือจ้าง การอุปมาเด็กกับข้าวเปลือกที่ครูต้องขัดเกลากการอุปมาไม้กั้นกับคุณภาพชีวิตที่ไผ่สูงไผ่ดีการอุปมาชีวิตกับไม้ท่อนหนึ่งทีครูจะต้องขัดเกลากการอุปมาไม้ทีกับชีวิตที่ไม่ดี ซึ่งจากการอุปมาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึง ความเมตตา ความรักและการเป็นแบบอย่างที่ดีและแสดงให้เห็นถึงจิตวิญญาณความเป็นครู

1.2) การใช้ภาพเพื่อการอุปลักษณ์ เป็นการเปรียบเทียบสิ่งหนึ่งเป็นอีกสิ่งหนึ่งเป็นการเปรียบเทียบที่ไม่กล่าวตรง ๆ มีความลึกซึ้งกว่าอุปมาใช้การกล่าวเป็นนัยโดยเปรียบเทียบโดยเอาลักษณะที่สำคัญของสิ่งที่ต้องการเปรียบเทียบมาเปรียบเทียบกันโดยไม่ต้องมีคำเชื่อมโยงมักใช้คำว่าคือหรือเป็น เช่น การอุปลักษณ์ครูกับแม่คนที่สองการอุปลักษณ์ครูกับดวงประทีปการอุปลักษณ์วัดขึ้นกับการศึกษาซึ่งจากการอุปลักษณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึง ความพยายาม ความมุ่งมั่น ความรัก ความเอาใจใส่และแสดงให้เห็นถึงจิตวิญญาณความเป็นครู

1.3) การใช้ภาพเพื่อการปฏิพจน์เป็นการใช้ถ้อยคำที่มีความหมายตรงกันข้ามหรือขัดแย้งกันมากล่าวร่วมกันได้อย่างเข้ากันกลมกลืนกัน เช่น เสียงที่เงียบสนิทในโลกของเด็กที่บกพร่องทางการได้ยินกับการที่ครูกลับได้ยินเสียงในจิตใจของเด็ก ๆ ซึ่งการสร้าง ความหมายที่มีความย้อนแย้งผ่านโวหาร ซึ่งจากการปฏิพจน์ดังกล่าวแสดงให้เห็นถึง ความพยายาม ความมุ่งมั่น ความรัก ความเอาใจใส่ และแสดงให้เห็นถึงจิตวิญญาณความเป็นครู

1.4) การสร้างความเป็นคู่ตรงข้ามเป็นคำต่าง ๆ ที่เกิดความหมายเมื่อไปสัมพันธ์กับคำอื่น ๆ ที่มีความหมายต่างกัน หรือตรงกันข้ามกันและผู้รับสารจะเข้าใจถึงความเป็นคู่ตรงข้ามได้ เมื่อเข้าใจถึงสิ่งที่ตรงข้ามของคำนั้น เช่น ถูกกับผิด ขาวกับดำ หรือจากในวิถีทัศน์ เช่น ความท้อแท้ของเด็ก กับ การให้ความหวังของครู ชีวิตที่ตกต่ำกับชีวิตที่สูงขึ้น (ชีวิตที่ดี) ชีวิตที่ลำบากกับการมอบทุนการศึกษา (การขจัดความลำบาก) ความมืดมิด (ผู้พิการทางสายตา) กับ แสงสว่างนำทางด้านความรู้ ความประพฤติไม่ดีกับ ความประพฤติที่ดี ซึ่งจากการสร้างความเป็นคู่ตรงข้ามดังกล่าวแสดงให้เห็นถึง ความรัก ความเมตตา ความเสียสละ ความผูกพัน ความหนักแน่น และการเป็นแบบอย่างที่ดี และแสดงให้เห็นถึงจิตวิญญาณความเป็นครู

1.5) การใช้สัญลักษณ์ภาพการใช้สัญลักษณ์ภาพ คือ การสื่อความหมายของสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้มีความหมายแทนของจริงหรือตัวจริงในดวบทและในบริบทหนึ่ง ๆ เช่น พานไหว้ครู พวงดอกไม้ประดิษฐ์หรือพวงมาลัยที่แสดงถึงความเคารพและเป็นการแสดงถึงมุทิตาจิตต่อผู้มีพระคุณและชุดข้าราชการครูที่แสดงถึงบทบาทหน้าที่ซึ่งจากการใช้สัญลักษณ์ภาพดังกล่าวแสดงให้เห็นถึง ความผูกพันหรือความเป็นแบบอย่างที่ดีและแสดงให้เห็นถึงจิตวิญญาณความเป็นครูดังตัวอย่างสัญลักษณ์พวงมาลัยจากรูปนักเรียนไหว้ครูด้วยพวงมาลัย ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 นักเรียนไหว้ครูด้วยพวงพวงมาลัย
ที่มา : 7Eleven Thailand, 2018

1.6) อวัจนภาษาผ่านการแสดงออกทางสีหน้าและท่าทางเป็นการสื่อสารโดยไม่ใช้ถ้อยคำ ทั้งที่เป็นภาษาพูดและภาษาเขียนเป็นภาษาที่ใช้สื่อสารกัน โดยใช้ท่ากบฏิริยา ท่าทาง น้ำเสียง สีหน้า สายตา หรือวัตถุหรือการใช้สัญญาณต่าง ๆ หรือแสดงออกทางด้านอื่นที่สามารถรับรู้สื่อสารกันได้และผู้รับสารสามารถสื่อความหมายได้ ซึ่งจากอวัจนภาษาผ่านการแสดงออกทางสีหน้าและท่าทางดังกล่าวแสดงให้เห็นถึง ความรัก ความเมตตา ความเสียสละ ความผูกพัน ความหนักแน่น และการเป็นแบบอย่างที่ดีและแสดงให้เห็นถึงจิตวิญญาณความเป็นครู ดังตัวอย่างอวัจนภาษาผ่านการแสดงออกทางสีหน้าและท่าทาง การร้องไห้จากลูกนักเรียนไ้ครูด้วยพวงมาลัย ดังรูปที่ 1

1.7) การยุบรวมความหมายมิติด้านเวลา (Implosion of Meaning) เป็นการสื่อสารเนื้อหาผ่านรูปแบบการติดต่อโดยการสลับภาพขาวดำไปมากับภาพสี เพื่อทำให้เกิดความหมายเกี่ยวกับการย่อระยะเวลาที่มีมาอย่างยาวนาน เช่น การทำหน้าที่ของครูซึ่งการยุบรวมความหมายมิติด้านเวลาดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงมิติเวลาที่ยาวนานที่ครูมีความหนักแน่นในอุดมการณ์ และความรักในวิชาชีพครู

1.8) การเปลี่ยนจังหวะดนตรีในจุด Turning Point เป็นการเปลี่ยนจังหวะดนตรีในขณะหนึ่ง ๆ หรือจากหนึ่ง ๆ เพื่อสื่อความหมายหรือบริบทสภาพแวดล้อมในการเปลี่ยนแปลงขณะหนึ่งและเพื่อเป็นการเปลี่ยนจังหวะอารมณ์ของผู้ชมในขณะหนึ่ง เช่น ฉากที่ครูสอนนักเรียนหรือฉากที่ครูช่วยเหลือเด็ก ซึ่งการเปลี่ยนจังหวะดนตรีในจุด Turning point แสดงให้เห็นถึงการตอกย้ำความหมายของการกระทำที่ยิ่งใหญ่ของครูที่มี ความรัก ความเมตตา ความเสียสละหรือการเป็นแบบอย่างที่ดี

1.9) การใช้เทคนิคเสียงก้อง (Echo) เป็นเสียงในความคิด หรือเสียงในจิตใจของตัวละครหนึ่ง ๆ ที่ไม่ได้กล่าวออกมาเพื่อสื่อความหมายถึงความคิดหรือผู้สร้างสรรค์เนื้อหาหรือผลงานต้องการจะสื่อถึง เช่น ฉากที่ครูอ่านจดหมายหรือเสียงที่ดังก้องอยู่ในใจ เสียงความคิดของตัวละคร ซึ่งการใช้เทคนิคเสียงก้องดังกล่าวทำให้เกิดภาพในความคิดที่เชื่อมโยงกับ ความเสียสละ การเป็นแบบอย่างที่ดี และแสดงให้เห็นถึงจิตวิญญาณความเป็นครู

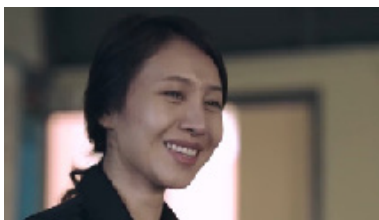
1.10) การใช้บทสวดไหว้ครูประกอบวีดิทัศน์เพื่อสื่อความหมาย เป็นการใช้บทสวดที่แสดงถึงความเคารพ ความมุทิตาจิต ความมีพระคุณความยิ่งใหญ่ของการทำหน้าที่ครูหรือเพื่อสื่อความหมายถึงความกตัญญูที่ศิษย์แสดงออกต่อครูโดยมีภาพเหตุการณ์เกี่ยวกับการไหว้ครูโดยใช้บทสวดปาณาจรซึ่งการใช้บทสวดในพิธีไหว้ครูประกอบวีดิทัศน์เพื่อสื่อความหมายดังกล่าวอันเป็นการตอกย้ำความหมายเกี่ยวกับความสัมพันธ์เกี่ยวกับครูกับศิษย์ และเป็นแบบอย่างที่ดี

1.11) การใช้เพลงประกอบวีดิทัศน์เพื่อสื่อความหมาย เป็นการใช้เพลงที่แสดงถึง ความมีพระคุณความยิ่งใหญ่ของการทำหน้าที่ครูที่มีการประกอบสร้าง ความหมายเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครู เช่น เพลงคนดีไม่มีวันตาย ซึ่งจากการใช้เพลงประกอบวีดิทัศน์เพื่อสื่อความหมายดังกล่าวแสดงให้เห็นถึง ความรัก ความเมตตา ความเสียสละ ความมุ่งมั่นในอุดมการณ์ความเป็นครู

1.12) การนำเสนอตราโลโก้ทางการค้า เป็นการนำเสนอตราโลโก้ทางการค้าขององค์กร เซเวนอีเลฟเว่น ในท้ายสุดของวีดิทัศน์พร้อมกับแคปชั่นของโครงการ เช่น “เชิดชูพระคุณครู” “เชิดชูครูผู้ให้” เพื่อเป็นแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานวีดิทัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมของปภัต ฯ ไปขององค์กร ในโครงการเชิดชูพระคุณครู และเพื่อแสดงให้เห็นถึงการแสดงออกของทางองค์กรในด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร และเพื่อเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรตามหลักการพัฒนาองค์กรเพื่อความยั่งยืน

1.13) ความหมายแฝงจากภาษาภาพเชิงเทคนิค ผลการวิจัยพบว่ามีการใช้ความหมายแฝงจากภาษาภาพเชิงเทคนิคที่มีการประกอบสร้างความหมายเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครู ดังนี้

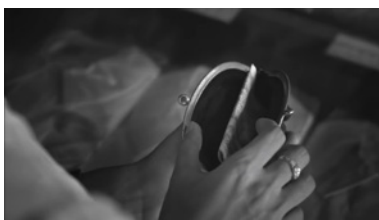
1.13.1) การใช้ภาพมุมต่ำ เป็นมุมที่ต่ำกว่าระดับสายตาของตัวละครแล้วเงยกล้องขึ้นหรือประมาณ 70 องศา ทำให้เกิดผลทางด้านความรู้สึกจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกถึง ความมั่นคง น่าเกรงขาม ทรงพลังอำนาจความเป็นวีรบุรุษซึ่งจากงานวิดิทัศน์จะใช้กับตัวละคร ครู อาจารย์ ซึ่งการใช้เทคนิคดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเป็นวีรบุรุษ ผู้ชี้ทางสว่าง ความยิ่งใหญ่ ความสูงส่ง ความหนักแน่น ความเป็นที่พึ่งพา ความมั่นคง ผู้มีพระคุณ ดังตัวอย่างการใช้ภาพมุมต่ำกับรูปครูญาดา ยิ้มเมื่อเห็นนักเรียนใช้ภาษามือจนประสบความสำเร็จ (รูปที่ 2) ที่แสดงให้เห็นถึงความหนักแน่น ความสำเร็จ



รูปที่ 2 ครูญาดา ยิ้มเมื่อเห็นนักเรียนใช้ภาษามือจนประสบความสำเร็จ

ที่มา : 7Eleven Thailand, 2022

1.13.2) การใช้ภาพมุมสูงเป็นมุมสูงกล้องอยู่ด้านบนหรือวางไว้บนเครน (Crane) ถ่ายลงมา หรือประมาณ 45 องศา เป็นมุมมองที่เห็นตัวละคร หรือวัตถุอยู่ต่ำกว่า ใช้แสดงแทนสายตามองไปเบื้องล่างที่พื้นถ้าใช้กับตัวละครจะให้ความรู้สึกต่ำต้อย ไร้อำนาจ ไร้ศักดิ์ศรี ไม่มีความสำคัญ ซึ่งจากงานวิดิทัศน์จะใช้กับตัวละครและสิ่งของเช่น เด็กนักเรียน นักศึกษา เยาวชน เงินซึ่งการใช้เทคนิคดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงปัญหาอุปสรรค ความขาดแคลน ดังตัวอย่างการใช้ภาพมุมสูง ของรูปเงินในกระเป๋า (รูปที่ 3)



รูปที่ 3 เงินในกระเป๋า

ที่มา : 7Eleven Thailand, 2016

1.13.3) การจัดแสงแบบโลว์คีย์ (Low Key) เป็นการจัดแสงในโทนมืดเน้นแสงสว่างเพียงบางจุดบรรยากาศโดยรวมจะดูมืดมนมาก หม่นมัว ทึมทึบเพื่อสร้างความตึงต้าน่าค้นหาหรือใช้สื่อถึงด้านมืด อุปสรรค ปัญหาของตัวละคร ซึ่งจากงานวิดิทัศน์จะใช้กับเด็กนักเรียน นักศึกษา เยาวชนซึ่งการใช้เทคนิคดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความหม่นหมอง ปัญหา อุปสรรค ความกลัว ความต่ำต้อย

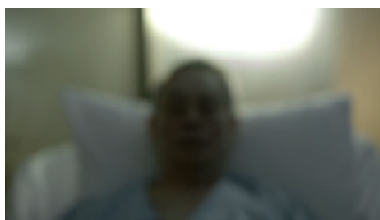
1.13.4) การจัดแสงแบบไฮคีย์ (High Key) เป็นการจัดแสงในโทนสว่างซึ่งจะทำให้บรรยากาศของภาพที่ดูสบายบางเบา สดชื่นแจ่มใส ส่วนของเงา หรือความมืดทึมจะมีแต่เพียงน้อย ซึ่งจากงานวิดิทัศน์จะใช้กับครู อาจารย์ เด็กนักเรียน เยาวชนซึ่งการใช้เทคนิคดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงอุปสรรคหรือปัญหา ได้ผ่านพ้น หรือการเริ่มต้นใหม่ ความภาคภูมิใจ แสงนำทางชีวิต

1.13.5) การใช้เทคนิค Zoom in เป็นการเปลี่ยนขนาดของวัตถุให้ใหญ่ขึ้น เพื่อเน้นการให้ความสำคัญ หรือเพื่อสื่อความหมายถึงความยิ่งใหญ่ ความเปี่ยมล้น ซึ่งจากงานวิดิทัศน์จะใช้กับภาพครู ซึ่งการใช้เทคนิคดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความใหญ่ ความยิ่งใหญ่ ความหนักแน่นในวิชาชีพหรือครูอาจารย์ที่มีความสำคัญ

1.13.6) การใช้ภาพ Close up (CU) เป็นการถ่ายภาพระยะใกล้ หรือให้เห็นส่วนละเอียดต่าง ๆ ชัดเจนยิ่งขึ้นใช้เพื่อการเน้นการสื่อความหมายและตอกย้ำให้มีความสำคัญซึ่งจากงานวิดิทัศน์จะใช้กับภาพครูซึ่งการใช้เทคนิคดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความแน่วแน่มั่นและการทำงานที่ทุ่มเทด้วยจิตวิญญาณความเป็นครู หรือจิตใจอันมุ่งมั่นในอุดมการณ์วิชาชีพครู

1.13.7) การลำดับภาพสลับเหตุการณ์ในอดีตกับปัจจุบันเป็นการลำดับภาพสลับเหตุการณ์ไปมาซึ่งจากงานวิดิทัศน์จะใช้กับภาพการทำงานหน้าที่ของครู หรือผู้มีพระคุณ เพื่อเชื่อมโยงเหตุการณ์ซึ่งการใช้เทคนิคดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความมีพระคุณการระลึกถึง

1.13.8) การใช้เทคนิค Out of Focus และ Zoom out เป็นการเบลภาพและเปลี่ยนขนาดของวัตถุให้เล็กลงอย่างช้า ๆ เพื่อใช้กับภาพเหตุการณ์ที่ต้องการสื่อความหมายถึงห่างออกไป ความไม่ชัดเจนซึ่งจากงานวิดิทัศน์จะใช้กับภาพครู ซึ่งการใช้เทคนิคดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความเสียสละและการจากไปของครู ดังตัวอย่างรูปการจากไปของอาจารย์หมอ (เสียชีวิต) (รูปที่ 4)



รูปที่ 4 การจากไปของอาจารย์หมอ (เสียชีวิต)

ที่มา : 7Eleven Thailand, 2015

1.13.9) การใช้ภาพขาวดำเพื่อสื่อถึงอดีตเป็นการใช้ภาพสีขาวดำในการสื่อสารถึงเนื้อหาเพื่อเป็นการสื่อความหมายถึงเรื่องราวในอดีตที่เกี่ยวข้องซึ่งจากงานวิดิทัศน์จะใช้กับการทำหน้าที่ของครู ที่มีระยะเวลายาวนานถึงชั่วชีวิตเนื้อหาภาพจะสื่อถึงการสั่งสมความดีที่ครูได้ทำหน้าที่ด้วยความมุ่งมั่นมาอย่างซึ่งแสดงให้เห็นถึง อุดมการณ์ที่มั่นคงเป็นระยะเวลานาน และแสดงให้เห็นถึงจิตวิญญาณความเป็นครู

2) องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ของงานวิดิทัศน์เพื่อการส่งเสริมสังคมของเซเว่นอีเลฟเว่นที่นำเสนอเรื่องจิตวิญญาณความเป็นครูที่มีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมาย

2.1) การสร้างเรื่องราวจากเหตุการณ์จริงเป็นการสร้างเค้าโครงเรื่องให้ใกล้เคียงกับเรื่องจริงมากที่สุด เนื่องจากผู้สร้างสรรค์เนื้อหาหรือผลงานต้องการจะสื่อให้ผู้ชมเห็นถึงความเป็นจริงของเรื่องราวต่าง ๆ โดยอาจมีการเพิ่มตัวละครหรือฉากบางฉากเพื่อให้เนื้อเรื่องน่าสนใจยิ่งขึ้นหรือเพื่อเพิ่มอรรถรสและเป็นจุดเชื่อมโยงถึงเค้าโครงเรื่องจริงโดยส่วนใหญ่แล้วเรื่องราวที่สร้างมาจากเรื่องจริงมักจะสื่อให้ผู้ชมรู้ตั้งแต่ต้นเรื่องว่า “สร้างจากเค้าโครงเรื่องจริง” หรือ “ดัดแปลงมาจากเค้าโครงเรื่องจริง” และจะมีการอ้างอิงที่มาจากชีวิตจริงที่เกิดขึ้นจริงและมักจะเป็นหนึ่งเกี่ยวกับ โศกนาฏกรรม อาชญากรรม สงคราม กีฬา เรื่องราวชีวิตของคนหนึ่งและประวัติศาสตร์หรืออดีตในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งความเป็นเรื่องจริงเหล่านี้จะทำให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อเรื่องมากขึ้นด้วยและยังทำให้เป็นจุดที่น่าดึงดูดน่าสนใจ น่าติดตาม มีอารมณ์คล้อยตาม มีความกินใจมากกว่าเรื่องสมมุติขึ้นมาจะเห็นได้ว่าการสร้างเรื่องราวของวิดิทัศน์จากเหตุการณ์จริงนั้นเป็นการเพื่อเพิ่มอรรถรสหรือให้ความรู้สึกร่วมและเป็นจุดเชื่อมโยงถึงเค้าโครงเรื่องจริงให้กับผู้รับสารและทำให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อเรื่องมากขึ้นและเป็นจุดที่น่าสนใจและน่าติดตามต่อไป

2.2) การใช้สัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นครูได้โดดเด่น เพื่อสื่อความหมายแฝงแทนภาษาพูดด้านจิตวิญญาณความเป็นครูผ่านสัญลักษณ์สิ่งของโดยจะมีความเกี่ยวข้องกับอาชีพครู อาจารย์ หรือผู้ที่ให้ความรู้อบรมสั่งสอนหรือเป็นผู้มีพระคุณ เช่น อักษรเบรลล์ ที่สื่อความหมายถึงความพยายามของครู ความรักในวิชาชีพครู บัตรประจำตัวผู้บริจาคร่างกายที่สื่อความหมายถึงความเสียสละ ความรัก ความมีเมตตา ความเชื่อมั่นความศรัทธาในวิชาชีพครู พานไหว้ครูและพวงมาลัยที่สื่อความหมายถึงประเพณีของวัฒนธรรมไทยความอ่อนน้อมถ่อมตนการแสดงมุทิตาจิตการแสดงความรัก ความกตัญญู ความผูกพัน และคู่มือภาษามือ ที่สื่อความหมายถึง ความพยายาม จะเห็นได้ว่าการใช้สัญลักษณ์เพื่อการสื่อถึงความเป็นครูได้โดดเด่นนั้นเป็นการสื่อความหมายแฝงจากสัญลักษณ์ภาพแทนภาษาพูดและเป็นจุดเชื่อมโยงทางความคิดของผู้รับสารให้รับรู้ถึงการสื่อความหมายจากสัญลักษณ์ภาพประกอบเนื้อเรื่องและเกิดความน่าสนใจน่าติดตามต่อไป

2.3) การใช้แสงในการสื่อความหมาย เพื่อสื่อความหมายและปรับเปลี่ยนอารมณ์หรือบรรยากาศของเรื่อง หรือความรู้สึกร่วมกับเนื้อเรื่องของผู้รับสาร เช่น การจัดแสงแบบโลว์คีย์ (Low Key) ที่สื่อความหมายถึง อุปสรรค ปัญหา ความเศร้า ความกลัว ความตั้งใจ และการจัดแสงแบบไฮคีย์ (High Key) ที่สื่อความหมายถึง แสงนำทางแสงแห่งการเริ่มต้น ความบริสุทธิ์ ความสะอาดสะอาดอัน หรืออุปสรรคได้ผ่านพ้นจะเห็นได้ว่าการใช้แสงในการสื่อความหมายนั้นเป็นการสื่อความหมายแฝงจากแสง และเป็นการปรับอารมณ์ของผู้รับสารให้มีความรู้สึกร่วมไปกับเนื้อเรื่องในขณะหนึ่ง

2.4) การใช้เสียงดนตรีและเสียงเพลงประกอบบรรยากาศตามท้องเรื่อง เพื่อเป็นการสร้างหรือเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนอารมณ์ หรือบรรยากาศของเรื่อง หรือความรู้สึกร่วมความคล้อยตามกับเนื้อเรื่องให้กับผู้รับสารให้มากยิ่งขึ้น เช่น เสียงดนตรีเร็วที่สนุกที่สื่อถึงความสนุกสนาน การลื่น ทำให้ผู้รับสารเกิดความน่าติดตามความน่าสนใจไปกับเนื้อเรื่องและบรรยากาศขณะนั้นหรือเสียงดนตรีช้าและดังที่สื่อถึงความยิ่งใหญ่ ความซาบซึ้งในพระคุณ ความซึ้งใจหรือเสียงดนตรีช้าที่สื่อถึงความโศกเศร้า ความเสียใจหรือเสียงเพลงที่มีเนื้อร้องเกี่ยวกับครู อาจารย์ ผู้อบรมสั่งสอน หรือผู้มีพระคุณ เช่น เพลงคนดีไม่มีวันตายเพลงพระคุณที่สามที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความระลึกถึง ความภูมิใจ ความเคารพ ความซาบซึ้งหรือทำให้ผู้รับสารเกิดอาการขนลุกทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกและอารมณ์ร่วมกับเนื้อเรื่องได้มากยิ่งขึ้นจะเห็นได้ว่าการใช้เสียงดนตรีและเสียงเพลงประกอบบรรยากาศตามท้องเรื่องนั้นเป็นการสร้างและเพิ่มและปรับอารมณ์และความรู้สึกมีส่วนร่วมความคล้อยตามหรือการสร้างความเข้าใจในเนื้อเรื่องของผู้รับสารที่มากยิ่งขึ้น

2.5) การนำเสนอเนื้อหาเชิงอารมณ์ (Emotional Content) เพื่อกระตุ้นอารมณ์ของผู้รับสารให้มีความรู้สึกร่วมไปกับเนื้อหาของวีดิทัศน์ที่สื่อความหมายด้านจิตวิญญาณความเป็นครู เช่น อารมณ์ของความประทับใจ ความสุขใจ ความอึ้งอัม昧ใจ ความภูมิใจ ความปลื้มปิติ ความซาบซึ้งใจจากการมุ่งมั่นทุ่มเท การเสียสละ ความพยายาม การดูแลเอาใจใส่ การยินดีการเป็นแบบอย่างที่ดี และการมอบความรัก ความเมตตาและโอกาสกับนักศึกษาหรือการฝ่าฟันอุปสรรคหรืออารมณ์ของความหมดหวัง ความท้อแท้ จากการไม่มีเงิน การร้องไห้เสียใจซึ่งเนื้อหาเชิงอารมณ์เหล่านี้เป็นสิ่งที่กระตุ้นอารมณ์ของผู้รับสารเป็นอย่างมากจะเห็นได้ถึงการนำเสนอเนื้อหาเชิงอารมณ์นั้นเป็นการกระตุ้นอารมณ์ของผู้รับสารให้ได้รับอารมณ์ที่หลากหลายและเพื่อให้ผู้รับสารมีความรู้สึกร่วมไปกับเรื่อง

2.6) เทคนิคการเล่าเรื่องให้ชวนติดตามเป็นการเล่าเรื่องตามรูปแบบต่าง ๆ เช่น การสลับภาพเหตุการณ์ไปมาการเล่าภาพเหตุการณ์ในอดีตผ่านภาพสไลด์ขาวดำหรือการเริ่มเรื่องโดยการตั้งคำถามหรือการตั้งข้อสงสัยให้ หรือการจบแบบหักมุมเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความสงสัยและอยากรู้และชวนให้น่าสนใจ น่าติดตามจะเห็นได้ว่าเทคนิคการเล่าเรื่องให้ชวนติดตามนั้นเป็นการเล่าเรื่องผ่านรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความสงสัยและอยากรู้และชวนให้น่าสนใจ น่าติดตาม

2.7) การสื่อความหมายในเชิงเปรียบเทียบเป็นการเปรียบเทียบให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจถึงเนื้อหามากขึ้นและลึกซึ้งขึ้นโดยการเปรียบเทียบเชิงอุปมาและอุปลักษณ์ เช่น การอุปมาเด็กกับข้าวเปลือก การอุปมาเด็กกับไม้ท่อนหนึ่ง การอุปมาครูกับเรือจ้าง การอุปลักษณ์ครูกับแม่คนที่สอง การอุปลักษณ์ครูกับดวงประทีปการอุปลักษณ์เด็กกับคนในครอบครัวการอุปลักษณ์นักเรียนกับลูกคนหนึ่งจะเห็นได้ว่าการสื่อความหมายในเชิงเปรียบเทียบในการสื่อความหมายนั้นเป็นเปรียบเทียบเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจถึงเนื้อหาให้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

1) การใช้ถ้อยคำสำนวนโวหารภาพพจน์ จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่ามีการใช้ถ้อยคำสำนวนโวหารภาพพจน์ที่เป็นองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์งานวิดิทัศน์และมีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายที่ทำให้ผู้รับสารเกิดมโนภาพเกิดจินตนาการถ่ายทอดอารมณ์หรือมีความรู้สึกร่วม ได้แก่ การอุปมา การอุปลักษณ์ การปฏิพจน์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีพลังทางการสื่อสารและผู้วิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณชรด อัมมะธัญ (2564) ที่ได้ศึกษาวิจัยองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์วีดิทัศน์เพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวและกล่าวถึงวิธีการนำเสนอวีดิทัศน์ด้วยการใช้เทคนิคพิเศษในการอุปมาเชิงภาพเพื่อสื่อความหมาย

2) การนำเสนอเนื้อหาเชิงอารมณ์ จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าการนำเสนอเนื้อหาเชิงอารมณ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างสรรค์งานวิดิทัศน์และมีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างมากที่จะทำให้ผู้รับสารให้มีความรู้สึกและความรู้สึกร่วมไปกับวิดิทัศน์หรือยังทำให้วิดิทัศน์มีความน่าสนใจและน่าติดตามซึ่งการนำเสนอเนื้อหาเชิงอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณความเป็นครู ผู้วิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัชดา พลเยี่ยม และลักษณา คล้ายแก้ว (2563) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ทำให้วีดิทัศน์วีดิโอเพื่อการโฆษณาได้รับความนิยมบนสังคมออนไลน์ และกล่าวถึงการนำเสนอเรื่องราวด้วยกลวิธีในการเล่าเรื่องประกอบกับความตลกขบขันและเสียงดนตรีเป็นการสื่อสารกับผู้บริโภคด้วยการสร้างอารมณ์สนุกสนาน เพื่อช่วยให้การเล่าเรื่องเป็นไปอย่างน่าสนใจและน่าติดตามและผู้วิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อติษฐ์ เมธยาภิรมย์ (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการเล่าเรื่องผ่านภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมระหว่าง พ.ศ. 2558 – 2560 ที่มีผลการวิจัยภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมส่วนใหญ่จะใช้กลวิธีจุดดึงดูดใจด้านอารมณ์เชิงบวก และเชิงลบ โดยใช้จุดดึงดูดใจด้านเหตุผลร่วมทางด้านอารมณ์ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอเนื้อหาเชิงอารมณ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างสรรค์งานวิดิทัศน์และมีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างมาก

3) การสร้างความเป็นคู่ตรงข้ามจากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าการสร้างความเป็นคู่ตรงข้ามนั้นเป็นองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ที่จะสื่อสารให้ผู้รับสารเข้าใจได้มากขึ้นและเข้าใจการสื่อความหมายได้ดียิ่งขึ้นเมื่อมีการเปรียบเทียบคำคู่ตรงข้ามอีกสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นไปตามแนวทางการศึกษาเชิงสัญลักษณ์วิทยาตั้งที่ โชษฐ (กาญจนา แก้วเทพ, 2542 อ้างถึงใน พิรตณย์ บุญมา, 2560) ได้เสนอว่าการสร้างความเป็นคู่ตรงข้ามเป็นการหาแบบแผนที่ซ่อนเร้นของคู่ตรงข้ามและสร้างความหมายขึ้นมาทั้งนี้เนื่องมาจากข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความหมาย หากปราศจากความแตกต่างหรือความเป็นคู่ตรงข้ามความหมายก็กลายเป็นสิ่งที่ไม่มีมีความหมาย

4) อวัจนภาษาผ่านการแสดงออกทางสีหน้าและท่าทางจากการศึกษาผู้วิจัยพบว่ามีการใช้อวัจนภาษาซึ่งเป็นองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ที่สำคัญแทนการสื่อสารจากถ้อยคำ ทั้งที่เป็นภาษาพูดและภาษาเขียนที่ใช้สื่อสารกัน เพื่อสื่อสารและสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์จากการเชื่อมโยงทางความคิดในเชิงสัญลักษณ์หรือสัญลักษณ์ของผู้รับสาร ซึ่งอวัจนภาษาผ่านการแสดงออกทางสีหน้าและท่าทางในวิดิทัศน์โดยการสื่อสารผ่าน อากัปกริยา ท่าทาง น้ำเสียง สีหน้า สายตาหรือวัตถุแทนอวัจนภาษาที่แสดงให้เห็นถึง ความรัก ความเมตตา ความเสียสละ ความหนักแน่น หรือจิตวิญญาณความเป็นครูซึ่งเป็นไปตามแนวคิดสัญลักษณ์วิทยาตั้งที่ กาญจนา แก้วเทพ (2553) ที่ได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของรหัส Restricted Code ที่เนื้อหาสารนั้นมักจะคาดเดาได้

ความหมายมีลักษณะตรงไปตรงมาและจะขึ้นอยู่กับปฏิสัมพันธ์กับรหัสของอวัจนภาษาหรือจะมีอวัจนภาษาเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่เสมอที่จะแสดงให้เห็นสัญลักษณ์ที่เป็นรูปธรรมมีลักษณะเฉพาะเจาะจงและจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ทางวัฒนธรรม

5) การใช้สัญลักษณ์ภาพที่สื่อความเป็นครูได้โดดเด่นจากการศึกษาผู้วิจัยพบว่ามีการใช้สัญลักษณ์ภาพที่เป็นองค์ประกอบหลักทางการสร้างสรรค์ที่มีความสำคัญและมีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างมาก โดยในวิถีทัศน์การส่งเสริมสังคมมีการใช้สัญลักษณ์ภาพที่สื่อความหมายด้านจิตวิญญาณความเป็นครูอย่างมาก เพื่อสื่อความหมายให้กับผู้รับสารได้ดีความรหัสนั้น ๆ ผ่านของสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาในตัวบท หรือบริบทหนึ่ง ๆ เพื่อให้มีความหมาย หรือภาพวัตถุ สัญลักษณ์ และเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งและเกิดความเชื่อมโยงทางความคิด ซึ่งผู้วิจัยพบที่มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของกฤษณ์ ทองเลิศและณชรัต อิมณะธัญ (2564) ในระบบสัญลักษณ์ทางการสื่อสารมีทั้งระบบสัญลักษณ์มีอยู่โดยธรรมชาติโดยได้รับการจัดระบบผ่านรหัสภาษาภาพและสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นเองแล้วนำเสนอผ่านระบบการเรียนรู้ทางสังคม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Combe, Greenland, and Crowther (2003) ที่พบว่าการเน้นสัญลักษณ์เพื่อให้ผู้รับสารตีความหรือเชื่อมโยงมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการโฆษณา และช่วยเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแบรนด์ได้

6) การนำเสนอตราโลโก้ทางการค้า เป็นหนึ่งในองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ของคลิปปริทัศน์ที่พบเห็นในตอนท้ายสุดของวีดิทัศน์ทุกคลิปปพร้อมทั้งแคปชั่นของโครงการเพื่อแสดงให้เห็นถึงการแสดงออกในด้านการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร และเพื่อเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรตามหลักการพัฒนาองค์กรเพื่อความยั่งยืน ซึ่งผู้วิจัยพบที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวรพร คำจับ (2562) ซึ่งเสนอว่าการสร้างกิจกรรมการช่วยเหลือสังคม CSR สามารถกระทำปรับเปลี่ยนเป็นผ่านดิจิทัลได้เป็น DSR (digital social responsibility) ที่เป็นการแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมผ่านเครื่องมือดิจิทัล หรือสื่อออนไลน์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้และผู้วิจัยพบที่มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของจามจุรี ырรอง (2559) ที่ได้กล่าวว่าภาพยนตร์โฆษณาประเด็นวันครูของเซเว่นอีเลฟเว่นไม่มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองต่อตราสินค้าอาจเป็นเพราะเนื้อหาในภาพยนตร์โฆษณาที่ไม่สามารถสร้างความเชื่อมโยงกับตราสินค้าหรือลักษณะผลิตภัณฑ์ของเซเว่นอีเลฟเว่นที่คือสินค้าสะดวกซื้อได้และในการดำเนินเรื่องในภาพยนตร์โฆษณาทุกเรื่องไม่ได้มีการสอดแทรกตัวผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าเซเว่นอีเลฟเว่นซึ่งผู้รับชมอาจกำลังอยู่ในระหว่างการคิด ประมวลผลอารมณ์ หรือซาบซึ้งกับภาพยนตร์โฆษณาอยู่และอาจไม่ได้ใส่ใจตราสินค้าที่ขึ้นมาภายหลังตอนจบเรื่องแล้ว

7) ความหมายแฝงจากภาษาภาพเชิงเทคนิคจากการศึกษาผู้วิจัยพบว่ามีการใช้ความหมายแฝงจากภาษาภาพเชิงเทคนิคที่เป็นองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ที่สำคัญและมีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายโดยการใช้เทคนิคจากภาพเพื่อสื่อความหมายและมีผลต่อจิตวิทยาการรับรู้ของผู้รับสาร ได้แก่ การใช้ภาพมุมต่ำ การใช้ภาพมุมสูง การจัดแสงแบบโลว์คีย์ (Low Key) การจัดแสงแบบไฮคีย์ (High Key) การใช้เทคนิค Zoom in, Close up (CU), Out of Focus และ Zoom out การใช้ภาพสีขาวดำ การลำดับภาพสลับเหตุการณ์ในอดีตกับปัจจุบัน หรือการยุบรวมความหมายมิติด้านเวลา (Implosion of Meaning) ซึ่งจากการใช้เทคนิคดังกล่าวจะทำให้ผู้รับสารได้รับการสื่อความหมายตามเทคนิคเฉพาะ เช่น ความสูงส่ง ปัญหาอุปสรรค ความตื่นเต้น ความเศร้า ความลุ้นระทึก ความภูมิใจ ฯลฯ ซึ่งผู้วิจัยพบที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดภาษาภาพเชิงเทคนิคดังที่ Lacey (2009) เสนอว่าการวิเคราะห์ภาษาภาพเชิงเทคนิคที่เทคนิคภาพต่าง ๆ ย่อมมีผลต่อจิตวิทยาการรับรู้ของผู้ชมในระดับหนึ่ง

8) การสร้างเรื่องราวจากเหตุการณ์จริงจากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าการสร้างเรื่องราวจากเหตุการณ์จริงหรือใกล้เคียงกับเรื่องจริงมากที่สุดที่มีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างมากและเป็นจุดเชื่อมโยงที่จะทำให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อเรื่องมากขึ้นด้วยซึ่งผู้วิจัยพบที่มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณชรต อัมณะรัฐ (2564) ที่ได้ศึกษาวิจัยองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์วีล๊อคเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวที่กล่าวถึงเนื้อหาในรูปแบบและวิธีการนำเสนอวีล๊อคเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากผู้รับสารที่มีแก่นเนื้อหาในรูปแบบวีล๊อคไม่มีแบบแผนตายตัวซึ่งคงไว้ซึ่งความจริงของเนื้อหาแต่มีการสร้างเหตุการณ์ให้เกินจริง

9) การใช้เสียงเพลง ดนตรี บทสวดไหว้ครูประกอบวีดิทัศน์เพื่อสื่อความหมายจากการศึกษาผู้วิจัยพบพบการใช้เสียงเพลง ดนตรี บทสวดไหว้ครูประกอบวีดิทัศน์เพื่อสื่อความหมายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทางการสร้างสรรค์และมีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายในการสื่อความหมายหรือเปลี่ยนอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสารในขณะหนึ่ง ซึ่งผู้วิจัยพบที่มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิรณีย์ บุญมา (2560) ที่กล่าวถึงจากการวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาพบว่า เพลงประกอบจะสื่อถึงความหมายที่แตกต่างกันออกไปโดยขึ้นอยู่กับว่าภาพยนตร์โฆษณาดังกล่าวต้องการสื่อสารอะไรกับผู้รับสารและผู้วิจัยพบที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณชรต อัมณะรัฐ (2564) ที่ได้ศึกษาวิจัยองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์วีล๊อคเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวและกล่าวถึงกลุ่มองค์ประกอบด้านเสียงที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์วีล๊อคได้แก่ เสียงบรรยาย เสียงดนตรี เสียงบรรยากาศเสียงประกอบในการสื่อความหมายให้กับผู้รับสาร

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) ควรมีการศึกษาผ่านสื่ออื่น ๆ ที่มีการนำเสนอเกี่ยวกับการสื่อความหมายด้านจิตวิญญาณความเป็นครู เช่น หนังสือ การจัดกิจกรรม นิทรรศการ การรณรงค์ ฯลฯ เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ใดบ้างที่มีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมาย

2) ควรเพิ่มกลุ่มเป้าหมายที่มีความความสัมพันธ์ หรือมีความเกี่ยวข้อง หรือมีความเชี่ยวชาญกับเนื้อหาในงานวีดิทัศน์ที่มากขึ้น เช่น ผู้สร้างสรรค์ผลงานวีดิทัศน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านโฆษณา ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ใดบ้างที่มีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายและได้ข้อมูลที่มีความหลากหลาย และเพื่อเพิ่มการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation)

3) ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยควรตั้งคำถามในการสัมภาษณ์แบบเชิงคัดค้าน (Devil's Advocate) เพื่อให้ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ครุ่นคิดถึงอีกมุมหนึ่งของประเด็น และไม่ตอบคำถามไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะทำให้ข้อมูลที่ได้รับมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับนักวิชาชีพ

1) นักวิชาชีพหรือนักสร้างสรรค์งานวีดิทัศน์ควรนำองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ของภาพเสียงของการสื่อความหมายด้านจิตวิญญาณความเป็นครูไปประยุกต์และปรับใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานด้านจิตวิญญาณครูเพื่อให้มีการสื่อสารและสร้างความเชื่อมโยงให้กับผู้รับสารได้ดียิ่งขึ้น

2) นักวิชาชีพหรือนักสร้างสรรค์งานวีดิทัศน์ควรนำรูปแบบสัญลักษณ์ที่มีพลังทางการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายด้านจิตวิญญาณความเป็นครูไปประยุกต์และปรับใช้ในการสื่อความหมายและสร้างสรรค์ผลงานด้านจิตวิญญาณครูเพื่อให้มีการสื่อสารและสร้างความเชื่อมโยงให้กับผู้รับสารได้ดียิ่งขึ้น

3) นักวิชาชีพ หรือนักสร้างสรรค์งานวิทัศน์ควรมีองค์ประกอบทางการสร้างสรรค์ที่มีพลังทางการสื่อสาร ต่อกลุ่มเป้าหมายได้แก่ การสร้างเรื่องราวจากเหตุการณ์จริงการใช้สัญลักษณ์ และการใช้แสงเพื่อสื่อความหมาย และการใช้เสียงดนตรีหรือบทสวดประกอบหรือการนำเสนอเนื้อหาเชิงอารมณ์หรือการใช้เทคนิคเล่าเรื่องให้ ชวนติดตาม และการใช้ความหมายในเชิงเปรียบเทียบ มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานวิทัศน์ เพื่อการส่งเสริมสังคม ด้านจิตวิญญาณความเป็นครู

บรรณานุกรม

- กฤษณ์ ทองเลิศ, และณชรัต อิมณะรัฐ. (2564). การประกอบสร้างมโนทัศน์เรื่อง “สุวรรณภูมิ” ที่สะท้อน ผ่านงานสารคดีทางสื่อออนไลน์. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 25(2), 7-22.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในการสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- จามจุรี ยรรยง. (2559). *การตอบสนองของผู้บริโภคต่อภาพยนตร์โฆษณาเกี่ยวกับครูของ 7-Eleven* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5807010284_7150_5096.pdf
- ณชรัต อิมณะรัฐ. (2564). องค์ประกอบทางการสร้างสรรค์วิทัศน์เพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยว. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 25(1), 96-109.
- นฤกต วันตะเมธ. (2561). *การตลาดเพื่อความยั่งยืน : Sustainability Marketing*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระครูสังฆรักษ์จักรกฤษณ์ ฐิริปัญโญ, พระครูโสมภณพุทธศาสตร์, พระครูโสมภณนันทกิตติ, สมศักดิ์ บุญปู, และ พีรวัฒน์ ชัยสุข. (2562). จิตวิญญาณความเป็นครูมีอาชีพ. *วารสารมหาจุฬา นาคทรรค*, 6(1), 31-37.
- พีรณีย์ บุญมา. (2560). *การวิเคราะห์สัญลักษณ์ของนักกีฬาในภาพยนตร์โฆษณา*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3152/1/phiradon_bunm.pdf
- รัญดา พลเยี่ยม, และลักษณะ คล้ายแก้ว. (2563). ปัจจัยที่ทำให้ไวรัลวิดีโอเพื่อการโฆษณาได้รับความนิยมบนสังคมออนไลน์. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 5(2), 59-66.
- รางวัลสมเด็จพระเจ้าฟ้ามหาจักรี. (2563). พระราชดำรัสพิธีพระราชทานรางวัลสมเด็จพระเจ้าฟ้ามหาจักรีเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม 2562 ครั้งที่ 3. <https://www.pmca.or.th/thai/?p=6542>
- วราพร ดำจับ. (2562). รูปแบบการสื่อสารความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในยุค 4.0. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี*, 5(2), 44-56.
- วิทยาลัยเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์. (ม.ป.ป.). *ประวัติความเป็นมา*. <https://www.panyapiwat.ac.th/history/>
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *วันครู*. https://www.nectec.or.th/thailand/thai_teacher.html
- อดิษฐ์ เมธยาภิรมย์. (2561). *การเล่าเรื่องผ่านภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมระหว่าง พ.ศ. 2558 – 2560* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1600058417.pdf>

- Combe, I., Greenland S., & Crowther, D. (2003). The Semiology of Changing Brand Image. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 5(1), 1-21. doi:10.1108/14715200380001277
- Lacey, N. (2009). *Image and representation key concepts in media studies*. London: Macmillan Press Ltd.
- Udomrak, S. (2016, November 28). ความสำคัญกับนิยามคำว่าครู 02 [Web log message]. <https://www.gotoknow.org/posts/619339>
- 7Eleven Thailand. (2015, January 13). อาจารย์ใหญ่ ครูผู้ให้ (The Everlasting Teacher) [Video]. YouTube.<https://youtu.be/Fc8CaO0LgXA>
- 7Eleven Thailand. (2016, January 12). เชิดชูพระคุณครู [Video]. YouTube. <https://youtu.be/kktv5MWRmpY>
- 7Eleven Thailand. (2018, January 14). โรงเรียนปลายข้าว [Video]. YouTube.<https://youtu.be/HuG-OiNRToE>
- 7Eleven Thailand. (2022, January 14). ครู...โลกเจียบ [Video]. YouTube. <https://youtu.be/8n6ocbjrZw8>