วารสารนิเทศศาสตรปริทัศน์ ปีที่ 30 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2569)

[วชิรวิชญ์ กฤษณ์ หน้า 267 - 282]

การอุปมาแนวเหนือจริงในการรณรงค์เพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง

Surrealistic Metaphors in Campaigns to Drive Marine Environmental and Coastal Resource Issues

วชิรวิชญ์ อัคราวิสิฐพล. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

กฤษณ์ ทองเลิศ. *วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.*

Wachiravich Akkaravisitpol. *College of Communication Arts. Rangsit University.*

Grit Thonglert. *College of Communication Arts. Rangsit University.*

Email: wachiravich.a@rsu.ac.th, grit.t@rsu.ac.th

Received: 8 August 2025; Revised: 2 October 2025; Accepted: 3 October 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างความหมาย องค์ประกอบสร้างสรรค์ แก่นจินตนาการ และแนวทางการใช้องค์ประกอบสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับแก่นจินตนาการดังกล่าว โดยวิเคราะห์ภาพรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงซึ่งเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ระหว่างปี พ.ศ.2558-2567 เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิเคราะห์ภาพ จำนวน 15 ภาพ การสัมภาษณ์กรองการรับรู้จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 คน การสนทนากลุ่มกับนักศึกษาระดับอุดมศึกษา จำนวน 24 คน จาก 4 สถาบัน

ผลการวิจัยพบว่า การสร้างความหมายในภาพเหนือจริงมี 8 ประการหลัก ได้แก่ การสร้างคำใหม่ การใช้โวหารภาพพจน์ อุปมาอุปไมย บุคลาธิษฐานเชิงภาพ สัมพันธบท แสงไร้ทิศทาง โทนสีเกินจริง และการขาดมิติของระยะและความลึก ส่วนองค์ประกอบสร้างสรรค์มี 7 องค์ประกอบ คือ การเปลี่ยนรูปสัญญะ การยุบรวมความหมาย การกระตุ้นอารมณ์ผ่านเนื้อหาความสูญเสีย การใช้อุปมา การสร้างสัมพันธบท การเชื่อมโยงเหตุผลของพฤติกรรม และการสร้างความหมายแฝง นอกจากนี้ ยังพบแก่นจินตนาการหลัก 5 ประเด็น ได้แก่ การปรับตัวของสิ่งมีชีวิต ปัญหามลพิษ ความตายและหายนะ ประสบการณ์ส่วนบุคคล และกิจกรรมรณรงค์ โดยพบแนวทางการใช้องค์ประกอบสร้างสรรค์ให้เหมาะกับแก่นจินตนาการได้ เช่น การเปลี่ยนรูปสัญญะเหมาะกับประเด็นการปรับตัวของสิ่งมีชีวิต การกระตุ้นอารมณ์ผ่านเนื้อหาความสูญเสียเหมาะกับประเด็นมลพิษและความตาย การยุบรวมความหมายเหมาะกับประเด็นกิจกรรมรณรงค์ เป็นต้น

คำสำคัญ : การอุปมาแนวเหนือจริง, การรณรงค์, การขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง, การประกอบสร้างความหมาย, แก่นจินตนาการ

Abstract

This study aims to explore the construction of meaning, creative elements, core imagination, and guidelines for aligning creative elements with core imagination in campaign images that employ Surrealist metaphors, disseminated via online media between 2015-2024. A mixed-methods approach was used, including textual analysis of 15 images, repertory grid interviews with 15 experts, focus group with 24 university students from 4 universities.

The findings reveal key aspects of meaning construction, including the creation of new terms, use of figurative imagery, pictorial metaphors, visual personification, intertextuality, directionless lighting, hyperreal color tones, and absence of spatial dimension and depth. Seven main creative elements emerged: transformation of signs, implosion of meaning, emotional arousal through loss-related content, pictorial metaphors, intertextuality, linking reasoning to behavior, and creation of implicit meaning. Five core imagination themes were identified: adaptation of living organisms, environmental pollution issues, death and catastrophe, personal experiences, and campaign activities. The study also proposes guidelines for applying creative elements to these themes. For example, transformation of signs aligns with adaptation of living organisms; emotional arousal through loss-related content suits environmental pollution issues and death and catastrophe; intertextuality corresponds with personal experiences; and implosion of meaning supports campaign activities.

Keywords : Surrealist Metaphors, Campaign, Marine Environmental and Coastal Resource Issues, Meaning Construction, Fantasy Theme

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทะเลและมหาสมุทรเป็นระบบนิเวศที่หล่อเลี้ยงโลกทั้งในเชิงกายภาพและจิตวิญญาณของมนุษยชาติ การดำรงอยู่ของสิ่งมีชีวิต รวมถึงคุณภาพชีวิตของมนุษย์ โดยมีบทบาทสำคัญทั้งในฐานะระบบควบคุมสภาพอากาศ แหล่งอาหาร และที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตนับล้านสายพันธุ์ (พิสุทธิ์ เพียรมนกุล และรัฐพล เจียวิริยบุญญา, 2562) อย่างไรก็ตาม วิวัฒนาการทางเทคโนโลยีและเศรษฐกิจได้ผลักดันให้มนุษย์แสวงหาผลประโยชน์จากธรรมชาติอย่างไม่สมดุล และสร้างภาวะเสื่อมโทรมในระบบนิเวศทางทะเลและชายฝั่งจนก่อให้เกิดวิกฤตการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก สะท้อนถึงการขาด “นิเวศสำนึก” ที่ตระหนักต่อความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และธรรมชาติในเชิงองค์รวม (เนื่องน้อย บุณยเนตร, 2537) ซึ่งเสนอให้มนุษย์ตระหนักถึงความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยกันระหว่างตนกับโลกธรรมชาติ โดยไม่แบ่งแยกมนุษย์ออกจากระบบนิเวศ (Holistic View) แต่ให้เห็นว่าแต่ละองค์ประกอบของธรรมชาติล้วนเป็นส่วนหนึ่งของความสมดุลและมีคุณค่าในตนเอง การละเลยมิติทางนิเวศสำนึกนี้จึงถือเป็นต้นเหตุสำคัญของวิกฤติสิ่งแวดล้อม การทำลายธรรมชาติเทียบเท่ากับการทำลายตนเองในระยะยาว ซึ่งขัดกับเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่มุ่งเน้นความสมดุลระหว่างมนุษย์และสิ่งแวดล้อม

องค์การสหประชาชาติได้เสนอวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ในปี พ.ศ. 2558 โดยมีเป้าหมายที่ 14 คือ “อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเล และทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน” ขณะที่รายงานของ World Economic Forum (2022) ย้ำเตือนว่า วิกฤติทรัพยากรธรรมชาติและการล้มเหลวในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศคือความเสี่ยงระดับต้น ๆ ของมนุษยชาติ นอกจากนี้ เลขาธิการสหประชาชาติยังได้เตือนว่าโลกในปัจจุบันได้เข้าสู่ภาวะ “โลกเดือด (Global Boiling)” ซึ่งเกิดจากกิจกรรมของมนุษย์ที่เร่งภาวะโลกร้อนอย่างรุนแรง เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน การขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมให้เกิดความตระหนักรู้และส่งเสริมพฤติกรรมการมีส่วนร่วมจึงถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืน การสร้างจินตนาการให้เป็นรูปธรรมในการรณรงค์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการใช้เทคนิคทางศิลปะที่สามารถสร้างความสนใจ โน้มน้าวใจ และกระตุ้นให้ผู้คนตอบสนองต่อเป้าหมายของการรณรงค์

“ภาพ” เป็นหนึ่งในรูปแบบการสื่อสารในการรณรงค์ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในโลกยุคปัจจุบันที่มีการไหลเวียนของข้อมูลอย่างรวดเร็ว ภาพหนึ่งภาพสามารถถ่ายทอดความรู้สึก ความคิด หรือประสบการณ์ได้อย่างลึกซึ้งโดยไม่ต้องพึ่งพาคำพูด กล่าวได้ว่า “ภาพทุกภาพล้วนมีศักยภาพที่จะสื่อความหมายได้หลากหลาย” ความหมายของภาพไม่ได้ถูกกำหนดไว้ตายตัว หากแต่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารแต่ละคนตีความได้ต่างกันตามบริบทส่วนบุคคล สังคม และวัฒนธรรม (Barthes, 1977) โดยเฉพาะภาพที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริง ซึ่งมีลักษณะแปลกประหลาด ผิดธรรมชาติ หรือยากต่อการอธิบายด้วยตรรกะ ยิ่งสามารถเปิดพื้นที่ให้กับจินตนาการและอารมณ์ ทำให้ผู้รับสารมีโอกาส “ตีความ” มากกว่ารับสารเพียงอย่างเดียว (Ruzzoli et al., 2020)

การอุปมาแนวเหนือจริงจึงกลายเป็นเครื่องมือเชิงสร้างสรรค์ในการรณรงค์สิ่งแวดล้อม เพราะสามารถสร้างสัญญะที่หลุดพ้นจากเหตุผลและตรรกะแบบดั้งเดิม สื่อสารสารที่อยู่ในระดับอารมณ์และจินตนาการ ซึ่งเป็นการ “เปลี่ยนความรู้สึก” ก่อน “เปลี่ยนความคิด” เพื่อให้เกิด “การเปลี่ยนพฤติกรรม” อย่างแท้จริง (Hedges, 1983)

งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริง (Surrealist Metaphor) ในการรณรงค์เพื่อขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจการประกอบสร้างความหมายและองค์ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสาร ตลอดจนการรับรู้แก่นจินตนาการของผู้รับสาร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการสื่อสารที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนประเด็นดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อให้เข้าใจการประกอบสร้างความหมายของการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง

2.เพื่อให้เข้าใจองค์ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสารในการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงในมุมมองของนักวิชาชีพ นักวิชาการ และผู้มีบทบาทด้านนโยบายสิ่งแวดล้อม

3.เพื่อให้เข้าใจการรับรู้แก่นจินตนาการในการตีความของผู้รับสารที่มีต่อการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง

4.เพื่อให้ทราบถึงแนวทางการใช้องค์ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับแก่นจินตนาการของผู้รับสาร

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษา ดังนี้

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารรณรงค์ ว่าด้วยกระบวนการใช้กลยุทธ์และเครื่องมือสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนัก โน้มน้าว และเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย

2.แนวคิดเกี่ยวกับศิลปะแนวเหนือจริง โดยเน้นการดึงพลังจากการถ่ายทอดผ่านภาพที่แปลกประหลาดและเหนือจริง เพื่อกระตุ้นจินตนาการและความรู้สึกของผู้รับสาร

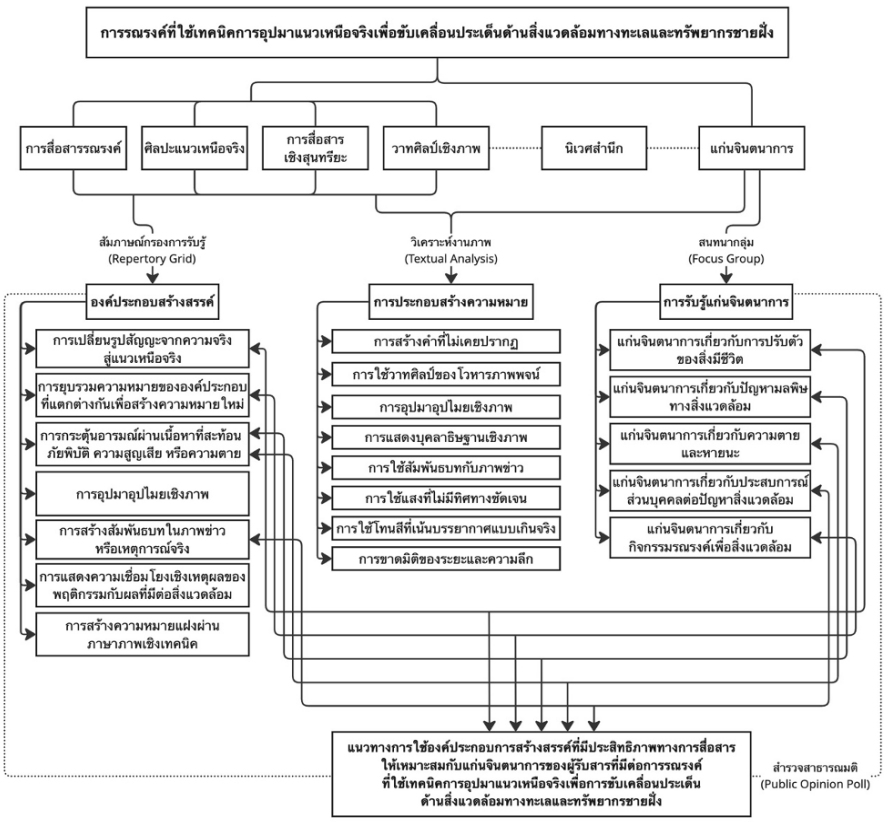
3.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเชิงสุนทรียะ ว่าด้วยการใช้ “ความงาม” และ “อารมณ์” เป็นสื่อกลางเพื่อสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียศาสตร์ที่มีผลต่อการรับรู้และการตีความของผู้รับสารผ่านสัญญะและภาพเชิงศิลป์

4.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวาทศิลป์เชิงภาพ ว่าด้วยการอธิบายการโน้มน้าวผ่านสิ่งที่มองเห็น โดยใช้ภาพและสัญญะเป็นเครื่องมือสร้างความหมาย กระตุ้นการตีความ และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร

5.แนวคิดเกี่ยวกับแก่นจินตนาการ ใช้อธิบายวิธีการที่ผู้รับสารสร้างจินตนาการและความหมายร่วม เพื่อสื่อความหมาย อารมณ์ และแรงจูงใจในการกระทำที่สัมพันธ์กับปัญหาสิ่งแวดล้อม

6.แนวคิดเกี่ยวกับนิเวศสำนึก โดยเน้นการตระหนักถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ และปลูกฝังความรับผิดชอบเชิงจริยธรรม เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมที่ยั่งยืนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยไว้ตามแผนภาพ ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีวิทยาการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ศึกษาชิ้นงานภาพรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง ซึ่งเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ โดยผู้วิจัยค้นหาจากเครื่องมือสืบค้นข้อมูล (Search Engine) “www.google.com” โดยใช้คำค้นหาคำว่า “environmental ad campaign” และ “environmental ad” ที่มีการค้นหาตามค่าที่ดีที่สุด (top search) ขอบเขตของระยะเวลาในการศึกษาเนื้อหาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558-2567 รวมระยะเวลา 10 ปี ทั้งนี้ เนื่องจากองค์การสหประชาชาติได้เสนอวาระการพัฒนาระดับโลกคือการร่วมกันบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นมา โดยคัดเลือกชิ้นงานที่ตรงตามเนื้อหา จำนวน 30 ชิ้นงาน แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ (Peer Review) จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบและพิจารณาคัดเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนด จนได้ชิ้นงานที่เหมาะสมจำนวน 15 ชิ้น ตามหลักเกณฑ์การสัมภาษณ์กรองการรับรู้ (Repertory Grid) ซึ่งถือว่าเพียงพอเนื่องจากข้อมูลเข้าสู่ภาวะอิ่มตัว สำหรับการศึกษาการประกอบสร้างความหมาย โดยการวิเคราะห์ชิ้นงานภาพ (Textual Analysis) นอกจากนี้ยังศึกษาองค์ประกอบสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสาร โดยใช้การสัมภาษณ์กรองการรับรู้ (Repertory Grid) กับนักวิชาชีพด้านโฆษณา นักวิชาการด้านการสื่อสารหรือการออกแบบ และผู้มีบทบาทด้านนโยบายสิ่งแวดล้อม จำนวน 15 คน สำหรับการศึกษาการรับรู้แก่นจินตนาการในการตีความของผู้รับสาร และแนวทางการใช้องค์ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับแก่นจินตนาการของผู้รับสาร ใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับนักศึกษาจำนวน 4 กลุ่ม จาก 4 สถาบัน กลุ่มละ 6 คน รวมทั้งหมด 24 คน

สรุปผลการวิจัย

1. การประกอบสร้างความหมายของการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง

ผู้วิจัยพบว่า องค์ประกอบหลักในการประกอบสร้างความหมายของการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่งมี 8 องค์ประกอบ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 การสร้างคำที่ไม่เคยปรากฏในบัญชีศัพท์บัญญัติของพจนานุกรม เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสื่อสารที่ช่วยสร้างความสงสัยและความอยากรู้ของผู้ฟัง ซึ่งกระตุ้นการตระหนักรู้ในการอนุรักษ์ คำใหม่มักเกิดจากการนำคำสองคำมาผสมกัน (คำสนธิ) ทำให้สื่อสารแนวคิดซับซ้อนได้อย่างกะทัดรัด และทำหน้าที่เป็น “จุดดึงดูดประหลาด” ที่ช่วยดึงดูดความสนใจและลดความจำเจ ในเชิงภาษาศาสตร์ การไม่มีคำศัพท์ในระบบพจนานุกรม อาจแปลว่าสิ่งนั้นยัง “ไม่มีอยู่จริง” การสร้างคำใหม่ที่ได้รับการยอมรับในสังคมยังช่วยให้สิ่งนั้น “มีอยู่จริง” ในระบบความคิดของมนุษย์ เช่น เช่น การใช้คำว่า “Pocean” ซึ่งเป็นคำสนธิระหว่าง “Plastic” (พลาสติก) กับ “Ocean” (มหาสมุทร) คำนี้แม้จะไม่ได้อยู่ในบัญชีศัพท์บัญญัติทางภาษา แต่ก็สามารถเข้าใจได้ทันทีในบริบทของปัญหามลพิษพลาสติกในทะเล การสร้างคำลักษณะนี้จึงช่วยให้เกิดการจดจำง่าย สร้างอัตลักษณ์ให้กับการรณรงค์ และกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดคำถามเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม

1.2 การใช้วาทศิลป์ของโวหารภาพพจน์ (Figures of Speech) เป็นกลวิธีทางภาษาที่ช่วยทำให้การสื่อสารมีความชัดเจนและน่าสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการรณรงค์เกี่ยวกับประเด็นสิ่งแวดล้อม โวหารภาพพจน์ที่พบบ่อย ได้แก่ อุปลักษณ์ (Metaphor) คือ การเปรียบเทียบโดยตรงระหว่างสิ่งสองสิ่งหรือมากกว่า ซึ่งมีลักษณะที่แตกต่างกันแต่สามารถเชื่อมโยงกันได้ โดยไม่ใช้คำเชื่อมอุปลักษณ์ช่วยเปลี่ยนประเด็นปัญหาที่อาจดูห่างไกล

ให้กลายเป็นเรื่องใกล้ตัวและจับต้องได้ อติพจน์ (Hyperbole) คือ การใช้ถ้อยคำเกินเลยความจริงเพื่อเน้นความสำคัญ ช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากข้อความหรือภาพที่เกินจริงจะดึงดูดสายตาและสะเทือนอารมณ์ บุคลาธิษฐาน (Personification) เป็นโวหารที่พรรณนาสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นสัตว์ สิ่งของ ธรรมชาติ ความคิด หรือสิ่งนามธรรม ราวกับว่ามีลักษณะเป็นมนุษย์ เช่น การทำให้ถุงพลาสติกดูเหมือนมีชีวิตราวกับเป็นปลากระเบน ซึ่งช่วยทำให้ปัญหาสิ่งแวดล้อมดูใกล้ตัวและจับต้องได้มากขึ้น และปฏิทรรศน์ (Paradox) คือ วิธีการนำเสนอข้อความที่มีความขัดแย้งกัน โดยอาศัยความตรงกันข้ามระหว่างข้อความ เพื่อชี้ให้เห็นความขัดแย้งในความคิดหรือพฤติกรรมของผู้คน ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการทบทวนและตระหนักรู้ในประเด็นที่ต้องการสื่อ

1.3 การอุปมาอุปไมยเชิงภาพ (Pictorial Metaphor) เป็นเทคนิคที่ใช้ภาพเปรียบเทียบแนวคิดนามธรรมเพื่อช่วยให้แนวคิดที่ซับซ้อนเข้าใจง่ายขึ้น ภาพเหล่านี้กระตุ้นอารมณ์และจินตนาการของผู้รับสารโดยตรง โดยมักผสมผสานวัตถุที่ดูขัดแย้งกันเพื่อสร้างความประหลาดใจและกระตุ้นให้เกิดการ เช่น กระป๋องเครื่องดื่มที่แทนสิ่งที่เกิดขึ้นจริง คือ ขยะในทะเล โดยส่วนล่างของกระป๋องถูกดัดแปลงให้เป็นระเบิดมือ ซึ่งเป็นสัญญะเปรียบเสมือนภัยอันตรายที่ซ่อนอยู่ ในการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคนี้ มักเปรียบเทียบกับสิ่งที่ผู้รับสารรู้จักดีอยู่แล้ว โดยสัญญะหรือเครื่องหมายที่นำมาเปรียบเทียบ อาจไม่ได้มีความหมายสัมพันธ์โดยตรงกับสิ่งที่ต้องการสื่อสาร

1.4 การแสดงบุคลาธิษฐานเชิงภาพ (Pictorial Personification) คือการทำให้วัตถุหรือธรรมชาติที่ไม่มีชีวิตดูเหมือนมีชีวิตหรือมีอารมณ์แบบมนุษย์ เทคนิคนี้ช่วยกระตุ้นให้ผู้ชมรู้สึกเห็นใจและเข้าใจปัญหาสิ่งแวดล้อมได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้เกิดเชื่อมโยงทางอารมณ์และความผูกพัน นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการอนุรักษ์ ดังตัวอย่าง



รูปที่ 2 Stop Plastic Horror
ที่มา: Boomerang Communication, 2024

ภาพ “Stop Plastic Horror” โดย Bomerang Communication ที่เผยแพร่ในปี ค.ศ. 2024 ซึ่งถ่ายทอดผลกระทบของขยะพลาสติกในมหาสมุทร ผ่านภาพปลาที่มีลักษณะคล้ายสัตว์ประหลาดซึ่งประกอบขึ้นจากขยะพลาสติก ชิ้นงานนี้เป็นการรณรงค์ที่สะท้อนผลกระทบของขยะพลาสติกในทะเล โดยใช้เทคนิคการแสดงบุคลาธิษฐานเชิงภาพ ซึ่งเป็นการทำให้วัตถุไม่มีชีวิตแสดงออกถึงบุคลิกหรือพฤติกรรมคล้ายมนุษย์ (Lakoff & Johnson, 1980) เพื่อกระตุ้นอารมณ์และสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม

1.5 การใช้สัมพันธบท (Intertextuality) ระหว่างการรณรงค์กับภาพข่าว เป็นการเชื่อมโยงเนื้อหาในสื่อการรณรงค์กับภาพข่าวจริงที่ผู้รับสารคุ้นเคย เพื่อเพิ่มความลึกซึ้งและพลังในการสื่อสาร ภาพข่าวจริงที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์จริงจะช่วยกระตุ้นอารมณ์ร่วมและความตระหนักรู้ ทำให้ผู้รับสารจดจำสารได้ดีขึ้นและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเชิงอนุรักษ์อย่างมีประสิทธิภาพ ดังตัวอย่าง



รูปที่ 3 Every Year Pollution Kills More than 100,000 Marine Creatures
ที่มา: World Wildlife Fund, 2019



รูปที่ 4 ซากวาฬบรูด้าเกยตื้นตายที่เกาะราชาใหญ่ พบขยะถ้วยพลาสติกในลำไส้
ที่มา: บริษัท เนชั่น กรุ๊ป (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน), 2565

รูปที่ 2 ภาพ “Every Year Pollution Kills More than 100,000 Marine Creatures” เผยแพร่โดย World Wildlife Fund (WWF) ในปี ค.ศ. 2019 แสดงวาฬเกยตื้นรูปร่างคล้ายขวดพลาสติกขนาดใหญ่ มีผู้คนรายล้อมด้วยสีหน้าเคร่งเครียด สื่อถึงผลกระทบร้ายแรงจากขยะพลาสติกในทะเล ซึ่งภาพเหตุการณ์วาฬเกยตื้นที่มีขยะพลาสติกเต็มท้องนี้ เป็นภาพจำในสังคม ดังรูปที่ 3 ซึ่งเป็นภาพข่าวเหตุการณ์การพบซากวาฬบรูด้าเกยตื้นตายที่เกาะราชา จังหวัดภูเก็ต ศูนย์วิจัยฯ พบถ้วยพลาสติกในลำไส้เล็กส่วนกลาง สันนิษฐานเป็นสาเหตุลำไส้อุดตันทำให้วาฬเสียชีวิต (บริษัท เนชั่น กรุ๊ป (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน), 2565)

1.6 การใช้แสงที่ไม่มีทิศทางชัดเจน (Non-directional light) เป็นการสร้างภาพที่มีบรรยากาศแปลกแยกและกำกวม เพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความสงสัยและตั้งคำถาม แสงที่ไม่มีทิศทางทำหน้าที่เป็นสัญญะที่สะท้อนถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ไม่ชัดเจน และมีผลกระทบทางอารมณ์คล้ายกับโลกแห่งความฝัน ทำให้ผู้ชมรู้สึกถึงความไม่สมบูรณ์ของธรรมชาติและความซับซ้อนของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมและจินตนาการร่วมกันในการหาทางแก้ไข

1.7 การใช้โทนสีที่เน้นบรรยากาศแบบเกินจริง (Hyperreal) เป็นการใช้สีที่สดใส จัดจ้าน และผิดแปลกจากธรรมชาติ เพื่อสร้างบรรยากาศเหนือจริงและดึงดูดสายตา โทนสีเกินจริงนี้ช่วยเน้นความขัดแย้งระหว่าง “ธรรมชาติที่ควรเป็น” กับ “ธรรมชาติที่ถูกทำลาย” ทำให้ผู้รับสารตระหนักถึงความผิดปกติในสิ่งแวดล้อมและกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกอย่างรุนแรง

1.8 การขาดมิติของระยะ (Flatness of Depth) และความลึก (Depth) เป็นการนำเสนอภาพในรูปแบบแบนราบที่ขาดการเน้นระยะใกล้-ไกล เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีอิสระในการตีความ เทคนิคนี้สะท้อนถึงการสูญเสียประสบการณ์ร่วมกับธรรมชาติที่ถูกทำลาย และตั้งคำถามเชิงปรัชญาเกี่ยวกับความจริงในโลกปัจจุบัน นำไปสู่การคิดเชิงวิพากษ์และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

2. องค์ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสารในการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสารในการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง มี 7 องค์ประกอบ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 การเปลี่ยนรูปสัญญะ (Sign Transformation) จากความจริง (Realistic) สู่แนวเหนือจริง (Surreal) เป็นการเปลี่ยนสิ่งคุ้นตาให้แปลกประหลาดเพื่อกระตุ้นอารมณ์และความสนใจ ช่วยสื่อถึงความรุนแรงของปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยไม่ต้องอาศัยคำอธิบายที่ซับซ้อน และจุดประกายให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในวงกว้าง

2.2 การยุบรวมความหมาย (Implosion of Meaning) ขององค์ประกอบที่แตกต่างหรือขัดแย้งกันเข้าไว้ด้วยกันเพื่อสร้างความหมายใหม่ เป็นการรวมองค์ประกอบที่แตกต่างหรือขัดแย้งกันเพื่อสร้างความหมายใหม่ เทคนิคนี้มีประสิทธิภาพในการสื่อสารเพราะสามารถเชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมของผู้รับสารพร้อมทั้งเปิดโอกาสให้เกิดการตีความที่หลากหลายและลึกซึ้ง

2.3 การกระตุ้นอารมณ์ผ่านเนื้อหาที่สะท้อนภัยพิบัติ ความสูญเสีย หรือความตาย เป็นกลยุทธ์ที่สร้างแรงกระทบทางจิตใจอย่างลึกซึ้ง การเชื่อมโยงทางอารมณ์ผ่านภาพความเจ็บปวดหรือความเปราะบางของสิ่งแวดล้อมจะช่วยกระตุ้นการตระหนักรู้ที่ลึกซึ้งกว่าการนำเสนอข้อมูลเชิงข้อเท็จจริง

2.4 การอุปมาอุปไมยเชิงภาพ (Pictorial Metaphor) เป็นเทคนิคที่สร้างความขัดแย้งทางสายตาเพื่อดึงดูดความสนใจ ภาพที่ใช้เทคนิคนี้สามารถถ่ายทอดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่ซ่อนอยู่ได้อย่างลุ่มลึกโดยไม่ต้องพึ่งคำอธิบายที่ซับซ้อน และยังส่งเสริมการคิดเชิงวิพากษ์ การมีส่วนร่วม และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระยะยาว

2.5 การสร้างสัมพันธบท (Intertextuality) ในภาพข่าวหรือเหตุการณ์จริง มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงความเป็นจริงกับการสื่อสารเชิงเหนือจริง ทำให้การรณรงค์มีความน่าเชื่อถือและกระตุ้นอารมณ์ร่วม การผสานภาพจริงกับการสร้างสรรค์เชิงเหนือจริงจะช่วยเพิ่มพลังในการสื่อสารและโน้มน้าวพฤติกรรมของผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.6 การแสดงความเชื่อมโยงเชิงเหตุผลของพฤติกรรมกับผลที่มีต่อสิ่งแวดล้อม การสื่อสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับผลกระทบของปัญหาระบบนิเวศจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการรณรงค์ การสร้างประสบการณ์ร่วมผ่านความทุกข์ของสิ่งมีชีวิตที่ได้รับผลกระทบจะช่วยกระตุ้นความเห็นอกเห็นใจและการตระหนักรู้ และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

2.7 การสร้างความหมายแฝงผ่านภาษาภาพเชิงเทคนิค เป็นกลวิธีที่ช่วยให้ผู้ชมตีความหมายเชิงลึกได้หลากหลายมิติ มีความสำคัญในการกระตุ้นจินตนาการและความรู้สึก สร้างความตระหนักรู้ พร้อมกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน โดยมีอยู่ 5 ประการหลัก ได้แก่ 1) ความเหนือจริงที่เกิดจากการจัดวางสิ่งที่ไม่สัมพันธ์กันในบริบทธรรมชาติ (Juxtaposition) 2) ทิศทางการออกแบบวัตถุในภาพ (Visual Direction) เพื่อควบคุมสายตาผู้ชม 3) การใช้แสงจากด้านบนสาดลงมา 4) การนำเสนอมุมมองใต้น้ำ (Point of view) และ 5) การใช้เทคนิคภาพลวงตา (Illusion)

3. การรับรู้แก่นจินตนาการในการตีความของผู้รับสารที่มีต่อการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง

ผู้วิจัยได้พบว่า การรับรู้แก่นจินตนาการในการตีความของผู้รับสารที่มีต่อการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่งมี 5 ประเด็นหลักที่สำคัญ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 แก่นจินตนาการเกี่ยวกับการปรับตัวของสิ่งมีชีวิต ผู้รับสารตีความภาพสิ่งมีชีวิตที่ต้องปรับตัวอย่างผิดเพี้ยน เช่น ปลาที่มีส่วนประกอบของพลาสติก ว่าเป็นการยอมจำนนเพื่อความอยู่รอด ไม่ใช่วิวัฒนาการเชิงบวก ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกผิดหวังและตระหนักถึงวิกฤตสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การเรียกร้องให้มนุษย์หยุดทำลายธรรมชาติ

3.2 แก่นจินตนาการเกี่ยวกับปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อม การใช้ภาพเปรียบเทียบเชิงเหนือจริง เช่น ขวดพลาสติกเป็นระเบิด ทำให้ผู้รับสารตระหนักว่ามลพิษไม่ใช่แค่การทำลายธรรมชาติ แต่เป็นการทำลายตัวมนุษย์เองด้วย ภาพเหล่านี้กระตุ้นความรู้สึกรับผิดชอบและความเร่งด่วนในการแก้ไขปัญหามลพิษอย่างยั่งยืน

3.3 แก่นจินตนาการเกี่ยวกับความตายและหายนะ ผู้รับสารตีความภาพสัตว์ทะเลที่ดูสงบแต่แฝงร่องรอยความตายว่าเป็นหายนะที่เงียบงันและการล่มสลายของระบบนิเวศ ภาพเหล่านี้กระตุ้นความรู้สึกผิดและสำนึกในบทบาทของมนุษย์ ทำให้ความตายขยายความหมายสู่ความวิบัติทางคุณค่าทางศีลธรรมของมนุษย์

3.4 แก่นจินตนาการเกี่ยวกับประสบการณ์ส่วนบุคคลต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ผู้รับสารเชื่อมโยงความหมายของภาพรณรงค์กับประสบการณ์ชีวิตจริงที่เคยเจอ เช่น การเห็นขยะหรือสัตว์ทะเลที่ได้รับผลกระทบ การเชื่อมโยงนี้สร้างความรู้สึกผิด เสียใจ และสะเทือนใจลึกซึ้ง ทำให้ปัญหาสิ่งแวดล้อมกลายเป็นเรื่องส่วนตัว และส่งเสริมจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมในระดับภายในอย่างแท้จริง

3.5 แก่นจินตนาการเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม การรณรงค์แนวเหนือจริงยังเป็นแรงขับเคลื่อนให้เกิดการลงมือทำจริงผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เทคนิคนี้เปลี่ยนพลังความรู้สึกเป็นการเปลี่ยนแปลงในชีวิตประจำวัน และเป็นต้นแบบรณรงค์ที่สร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้อย่างสร้างสรรค์

4. แนวทางการใช้องค์ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับแก่นจินตนาการของผู้รับสารที่มีต่อการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง

ผู้วิจัยได้พบว่า แนวทางการใช้องค์ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสารกับแก่นจินตนาการของผู้รับสารที่มีต่อการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่งมี 5 แนวทาง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.1 แก่นจินตนาการเกี่ยวกับการปรับตัวของสิ่งมีชีวิต องค์ประกอบที่เหมาะสมคือ การเปลี่ยนรูปสัญญะ (Sign Transformation) จากความจริง (Realistic) สู่แนวเหนือจริง (Surreal) ซึ่งเป็นกระบวนการบิดเบือนหรือผสมผสานสัญญะจากสิ่งที่รับรู้ได้จริงในโลกความเป็นจริงให้กลายเป็นภาพเหนือจริง ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือวิพากษ์สังคมเชิงนิเวศนิยมผ่านภาพที่สะเทือนอารมณ์

4.2 แก่นจินตนาการเกี่ยวกับปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบที่เหมาะสมคือ การกระตุ้นอารมณ์ผ่านเนื้อหาที่สะท้อนภัยพิบัติ ความสูญเสีย หรือความตาย เป็นกลวิธีที่สามารถเข้าถึงจิตสำนึกของผู้ชมได้อย่างรวดเร็วและลึกซึ้ง วิธีนี้ไม่เพียงแต่กระตุ้นความรู้สึกเศร้า ตกใจ หรือความรู้สึกผิดในฐานะผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังช่วยสร้างการตระหนักรู้และแรงจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

4.3 แก่นจินตนาการเกี่ยวกับความตายและหายนะ องค์ประกอบที่เหมาะสมคือ การกระตุ้นอารมณ์ผ่านเนื้อหาที่สะท้อนภัยพิบัติ ความสูญเสีย หรือความตาย โดยเฉพาะเมื่อใช้ภาพที่สามารถปลุกเร้าเศร้า สะเทือนใจ หรือความรู้สึกผิดในระดับอารมณ์พื้นฐานของมนุษย์ องค์ประกอบนี้ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างการรับรู้ แต่ยังสามารถโน้มน้าวให้เกิดการตระหนักรู้และขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 แก่นจินตนาการเกี่ยวกับประสบการณ์ส่วนบุคคลต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบที่เหมาะสมคือ การสร้างสัมพันธบท (Intertextuality) ในภาพข่าวหรือเหตุการณ์จริง เนื่องจากการเชื่อมโยงการสื่อสารกับประสบการณ์จริงของแต่ละบุคคลจะสร้างพลังการรับรู้ที่ลึกซึ้งและเข้าถึงอารมณ์ ทำให้เรื่องสิ่งแวดล้อมกลายเป็นประสบการณ์ส่วนตัวที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ และกระตุ้นความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับปัญหาสิ่งแวดล้อมได้อย่างเข้มข้น

4.5 แก่นจินตนาการเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบที่เหมาะสมคือ การยุบรวมความหมาย (Implosion of Meaning) ขององค์ประกอบที่แตกต่างหรือขัดแย้งกันเข้าไว้ด้วยกันเพื่อสร้างความหมายใหม่ ซึ่งเป็นการนำองค์ประกอบที่มีความหมายแตกต่างมาผสมผสานกันเพื่อสร้างความหมายใหม่มีพลังในการสื่อสารทางอารมณ์และกระตุ้นความคิด ช่วยตั้งคำถามต่อบรรทัดฐานทางสังคมและเพิ่มความตระหนักรู้ในปัญหาสิ่งแวดล้อมที่อาจถูกมองข้าม ซึ่งสอดคล้องกับแก่นจินตนาการของการรณรงค์สิ่งแวดล้อมในยุคปัจจุบันอย่างเฉียบคมและมีประสิทธิภาพในการสื่อสาร

อภิปรายผลการวิจัย

1. การประกอบสร้างความหมายของการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง

การรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาเชิงเหนือจริงเป็นกระบวนการสร้างความหมายที่มีองค์ประกอบหลัก 8 ประการ ได้แก่ การสร้างคำที่ไม่เคยปรากฏในบัญชีศัพท์บัญญัติของพจนานุกรม เพื่อขยายขอบเขตภาษาในการสื่อสารสิ่งใหม่และกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Breton (1930, 1972) ที่ว่า ภาษาไม่เพียงสะท้อนความจริงเท่านั้น แต่ยังสร้างความจริงใหม่ได้ การสร้างคำใหม่จึงเปรียบเสมือนการเล่นแร่แปรธาตุของคำที่ปลุกพลังจินตนาการและสร้างภาพความเป็นจริงใหม่แก่ผู้รับสาร นอกจากนี้ การใช้วาทศิลป์ของโวหารภาพพจน์ (Figures of Speech) เช่น อติพจน์ (hyperbole) เพื่อเน้นความรุนแรงของประเด็นและกระตุ้นความตระหนัก สอดคล้องกับ Charteris-Black (2005) ที่เน้นบทบาทของโวหารในการกระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกในประเด็นสังคมและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการใช้การอุปมาอุปไมยเชิงภาพ (Pictorial Metaphor) ซึ่งนำภาพหรือองค์ประกอบภาพมาแทนแนวคิดนามธรรม ช่วยให้เข้าใจประเด็นซับซ้อนได้ง่ายขึ้น ดังที่ Forceville (2008) มองว่าเป็นกลไกจับคู่สิ่งคุ้นเคยกับนามธรรมเพื่อการตีความที่ลึกซึ้ง รวมถึงการการแสดงบุคลาธิษฐานเชิงภาพ (Pictorial Personification) ที่ทำให้สิ่งไม่มีชีวิตแสดงลักษณะมนุษย์ เพื่อสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์และเพิ่มความชัดเจนของสาร สอดคล้องกับ Lakoff and Johnson (1980) ที่อธิบายว่า ภาษาภาพพจน์เป็นโครงสร้างพื้นฐานในการเข้าใจโลก

องค์ประกอบสำคัญอีกประการคือ การใช้สัมพันธบท (Intertextuality) ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างภาพเหนือจริงกับภาพข่าวหรือเหตุการณ์ที่ผู้รับสารคุ้นเคย ทำให้เพิ่มความเชื่อมโยงและน่าเชื่อถือของสาร (Gergen, 2009) นอกจากนี้ การใช้แสงที่ไม่มีทิศทางชัดเจน (Non-directional light) การใช้โทนสีที่เน้นบรรยากาศแบบเกินจริง (Hyperreal) การขาดมิติของระยะ (Flatness of Depth) และความลึก (Depth) ยังช่วยสร้างบรรยากาศกำกวม กระตุ้นความสงสัย และเปิดพื้นที่ตีความลึกขึ้น สอดคล้องกับ Barthes (1977) ที่เสนอว่า ภาพทำหน้าที่เป็นรหัสวัฒนธรรมเปิดโอกาสตีความหลายมิติ โดยเทคนิคเหล่านี้ยังกระตุ้นอารมณ์และสร้างแรงจูงใจในการเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ Jackson (2000) และเนื่องน้อย บุยเนตร (2537) ที่เน้นการกระตุ้นความรู้สึกสูญเสียธรรมชาติเพื่อสร้างนิเวศสำนึกและเปลี่ยนพฤติกรรม

2. องค์ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสารในการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง

องค์ประกอบที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารด้วยเทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่ การเปลี่ยนรูปสัญญะ (Sign Transformation) จากความจริง (Realistic) สู่แนวเหนือจริง (Surreal) โดยบิดเบือนรูปลักษณ์ของสิ่งที่คุ้นเคยให้ดูแปลกตา ซึ่งช่วยสร้างความตระหนักและกระตุ้นการรับรู้ปัญหาสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับคำอธิบายของ Hibbitt (2020) ที่อธิบายว่า กลวิธีนี้กระตุ้นอารมณ์และตั้งคำถามต่อสิ่งที่เห็น ช่วยให้การสื่อสารก้าวข้ามข้อจำกัดของความเป็นจริงและจุดประกายการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อการอนุรักษ์ นอกจากนี้ การยุบรวมความหมาย (Implosion of Meaning) ขององค์ประกอบที่แตกต่างหรือขัดแย้งกันเข้าไว้ด้วยกันเพื่อสร้างความหมายใหม่ ซึ่งเชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร เปิดโอกาสการตีความที่หลากหลายและลึกซึ้ง ตามแนวคิดของ Freud (1900 อ้างถึงใน มนัสชัย รัตนบุรี, 2557) ที่อธิบายว่า ศิลปะแนวเหนือจริงเป็นพื้นที่ของความคิดอิสระและการเข้าถึงจิตไร้สำนึก อีกทั้งการกระตุ้นอารมณ์ผ่านเนื้อหาที่สะท้อนภัยพิบัติ ความสูญเสีย หรือความตาย ซึ่งสร้างผลกระทบทางจิตใจรุนแรงและชัดเจน โดย Rubin (1978) อธิบายว่า การกระตุ้นอารมณ์เชิงลึกส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากกว่าการให้ข้อมูลอย่างเดียว ต่อมา การอุปมาอุปไมยเชิงภาพ (Pictorial Metaphor) เพื่อสร้างความขัดแย้งทางสายตา ดึงดูดความสนใจ ท้าทายกรอบความเข้าใจเดิม และเปิดโอกาสตีความความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ตามที่ Barthes (1977) ได้อธิบายว่า ภาพแบบนี้สื่อผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้ลุ่มลึกโดยไม่ต้องพึ่งพาคำอธิบาย และ Balakian (1965) ที่อธิบายว่า การอุปมาในศิลปะแนวเหนือจริงเป็นการแปลงวัตถุให้กลายเป็นสิ่งอื่นโดยสมบูรณ์

นอกจากนี้ การสร้างสัมพันธบท (Intertextuality) จากภาพข่าวหรือเหตุการณ์จริง ช่วยเชื่อมโยงโลกความจริงกับการสื่อสารเชิงอุปมาแนวเหนือจริง เพิ่มความน่าเชื่อถือ กระตุ้นอารมณ์ร่วม และลดความห่างไกลของเนื้อหาต่อความเป็นจริง ขณะเดียวกัน การแสดงความเชื่อมโยงเชิงเหตุผลของพฤติกรรมกับผลที่มีต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อเพิ่มพลังโน้มน้าวใจผ่านการอธิบายอย่างมีระบบ โดยเทคนิคการอุปมาเหนือจริงช่วยสร้างความแปลกใหม่ ดึงดูดความสนใจ และการจดจำได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่หากขาดการเชื่อมโยงกับชีวิตมนุษย์อาจสูญเสียพลังโน้มน้าวใจ สอดคล้องกับ Rogers and Storey (2001) ที่เน้นว่าการรณรงค์ต้องมีเป้าหมายชัดเจนและเชื่อมโยงข้อมูลกับค่านิยมสาธารณะอย่างเป็นระบบ สุดท้าย การสร้างความหมายแฝงผ่านภาษาภาพเชิงเทคนิคซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นจินตนาการ ความรู้สึกและการมีส่วนร่วม นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers and Storey (2001) ที่เน้นการออกแบบสารเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในวงกว้าง

3. การรับรู้แก่นจินตนาการในการตีความของผู้รับสารที่มีต่อการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง

การรับรู้แก่นจินตนาการในการตีความของผู้รับสารที่มีต่อการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง มี 5 ประเด็นหลักที่สำคัญ ได้แก่ แก่นจินตนาการเกี่ยวกับการปรับตัวของสิ่งมีชีวิต ซึ่งปรากฏผ่านการแทนค่าทางภาพ เช่น สัตว์ทะเลที่มีขยะพลาสติกแทนอวัยวะ สื่อถึงการปรับตัวอย่างผิดธรรมชาติจากผลกระทบของมนุษย์ โดยเทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเช่นนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Jackson (2000) ที่อธิบายว่า เทคนิคนี้ช่วยทำให้ผู้ชมตั้งคำถามต่อความปกติของโลกที่คุ้นเคย และเชื่อมโยงกับความบิดเบี้ยวของธรรมชาติที่เกิดจากมนุษย์ได้อย่างลึกซึ้ง ประการที่สอง คือ แก่นจินตนาการเกี่ยวกับปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งมักนำเสนอผ่านการอุปมาอุปไมยเชิงภาพ (Pictorial Metaphor) ที่รวมสิ่งไม่เข้ากัน เช่น ขยะกับสิ่งมีชีวิตในท้องทะเล สร้างความขัดแย้งทางสายตาที่สะท้อนความไม่สมดุลของระบบนิเวศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Forceville (2008) ที่อธิบายว่า ภาพอุปมาแบบเหนือจริงเป็นกลไกทางการสื่อสารที่มีพลังในการนำเสนอแนวคิดนามธรรมให้กลายเป็นสิ่งที่สัมผัสได้ผ่านอารมณ์และจินตนาการ

นอกจากนี้ ยังมีแก่นจินตนาการเกี่ยวกับความตายและหายนะ ผ่านภาพสัตว์ทะเลตาย ซากสิ่งมีชีวิต หรือบรรยากาศที่สิ้นหวัง ซึ่งสามารถสร้างแรงกระแทกทางอารมณ์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสอดคล้องกับ Rubin (1978) ที่อธิบายว่า ศิลปะแนวเหนือจริงสามารถเข้าถึงจิตไร้สำนึก แก่นแท้ทางอารมณ์ที่ลึกซึ้ง และปรัชญาของ Freud (1900 อ้างถึงใน มนัสชัย รัตนบุรี, 2557) ที่อธิบายว่า ภาพความตายหรือภัยพิบัติคือการกระตุ้นการรับรู้ในระดับที่เหนือไปจากเหตุผลปกติ ขณะเดียวกัน แก่นจินตนาการเกี่ยวกับประสบการณ์ส่วนบุคคลต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม สะท้อนผ่านภาพที่เปิดพื้นที่ให้ผู้ชมได้เชื่อมโยงกับความทรงจำ เช่น ขยะพลาสติกบนชายหาด สัตว์ทะเลที่ตายจากขยะ หรือวาฬเกยตื้น เพื่อกระตุ้นความรู้สึกผิด โศกเศร้า หรือความรับผิดชอบ ซึ่ง Gergen (2009) ได้อธิบายว่า การตีความผ่านประสบการณ์ส่วนบุคคลเป็นวิธีการสร้างความหมายทางสังคมที่ลึกซึ้งและนำไปสู่พฤติกรรมเปลี่ยนแปลงได้จริง สุดท้าย แก่นจินตนาการเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม สะท้อนว่าเทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงไม่ได้มีเพียงหน้าที่ปลุกเร้าอารมณ์หรือให้ข้อมูลเท่านั้น แต่ยังเป็นแรงผลักดันที่สร้างแรงบันดาลใจให้เกิดการลงมือทำอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers and Storey (2001) ที่อธิบายว่า การรณรงค์เป็นกระบวนการที่มีเป้าหมายชัดเจนเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและค่านิยมในระดับบุคคลและสังคม โดยเทคนิคดังกล่าวช่วยขยายขอบเขตการสื่อสารไปสู่การสร้างแรงบันดาลใจและจูงใจการกระทำจริง

4. แนวทางการใช้องค์ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับแก่นจินตนาการของผู้รับสารที่มีต่อการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง

แนวทางการใช้องค์ประกอบการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพทางการสื่อสารให้เหมาะสมกับแก่นจินตนาการของผู้รับสารในการรณรงค์ที่ใช้เทคนิคการอุปมาแนวเหนือจริงเพื่อขับเคลื่อนประเด็นสิ่งแวดล้อมทางทะเลและทรัพยากรชายฝั่ง มี 5 แนวทาง ได้แก่ องค์ประกอบที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดสำหรับแก่นจินตนาการเกี่ยวกับการปรับตัวของสิ่งมีชีวิต คือ การเปลี่ยนรูปสัญญะ (Sign Transformation) จากความจริง (Realistic) สู่แนวเหนือจริง (Surreal) ซึ่งเป็นกระบวนการบิดเบือนหรือผสมผสานสัญญะจากโลกจริงเป็นภาพเหนือจริงที่สะเทือนอารมณ์ กระตุ้นการรับรู้และวิพากษ์ลึกซึ้ง สอดคล้องกับแนวคิดศิลปะแนวเหนือจริงที่ดึงพลังจากจิตไร้สำนึกอย่างอิสระ ปราศจากข้อจำกัดทางเหตุผลและสังคม (กำจร สุนพงษ์ศรี, 2554) พร้อมตั้งคำถามเชิงปรัชญาต่อธรรมชาติ

และบทบาทมนุษย์ในระบบนิเวศ และตรงกับแนวคิดนิเวศสำนึก (Ecological Consciousness) ที่เน้นความเชื่อมโยงและสมดุลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติในระบบนิเวศเดียวกัน (มิ่งมนัสชน จังหาร และปรัชญ์ วีสเพ็ญ, 2564) ขณะเดียวกัน องค์ประกอบที่เหมาะสมกับแก่นจินตนาการเกี่ยวกับปัญหามลพิษทางสิ่งแวดล้อม คือ การกระตุ้นอารมณ์ผ่านเนื้อหาสะท้อนภัยพิบัติ ความสูญเสีย หรือความตาย ซึ่งเข้าถึงจิตสำนึกลึกซึ้ง กระตุ้นความรู้สึกผิด ความเศร้า และเร่งเร้าการมีส่วนร่วมแก้ไขสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับศิลปะแนวเหนือจริงที่ได้รับอิทธิพลจากทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของ Freud (1900 อ้างถึงใน มนัสชัย รัตนบุรี, 2557) ที่เน้นดึงอารมณ์จากจิตไร้สำนึก และแนวคิดนิเวศสำนึกที่ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศและผลกระทบของพฤติกรรมมนุษย์ (เนื่องน้อย บุยเนตร, 2537)

ในส่วนของแก่นจินตนาการเกี่ยวกับความตายและหายนะ องค์ประกอบที่เหมาะสมคือ การกระตุ้นอารมณ์ด้วยเนื้อหาสะท้อนภัยพิบัติและความสูญเสีย ซึ่งใช้ภาพปลุกเร้าอารมณ์เศร้า สะเทือนใจ และความรู้สึกผิด ไม่เพียงแต่สร้างการรับรู้เท่านั้น แต่ยังโน้มน้าวให้เกิดการตระหนักรู้และเปลี่ยนพฤติกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับทฤษฎีศิลปะแนวเหนือจริงที่ปลดปล่อยจินตนาการจากข้อจำกัดเหตุผล เปิดโอกาสให้จิตไร้สำนึกและความฝันถ่ายทอดความรู้สึกลึกซึ้ง (Freud, 1900 อ้างถึงใน มนัสชัย รัตนบุรี, 2557) และแนวคิดของ Pezzullo (2017) ที่อธิบายว่า ศิลปะเป็นเครื่องมือสื่อสารรณรงค์ที่มีประสิทธิภาพ บูรณาการภาพและวาทศิลป์เชิงภาพเพื่อเสริมการมีส่วนร่วมกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ส่วนแก่นจินตนาการเกี่ยวกับประสบการณ์ส่วนบุคคลต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบที่เหมาะสมคือ การสร้างสัมพันธบท (Intertextuality) ในภาพข่าวหรือเหตุการณ์จริง เนื่องจากการเชื่อมโยงกับประสบการณ์จริงของสังคมและแต่ละบุคคลจะสร้างพลังรับรู้และเข้าถึงอารมณ์ได้มากกว่าข้อเท็จจริงล้วน ๆ โดยการเปรียบเทียบประสบการณ์ใกล้ตัวกับสถานการณ์สิ่งแวดล้อมช่วยให้ผู้รับสารระลึกถึงและเชื่อมโยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Bormann (1986) ที่อธิบายว่า แก่นจินตนาการเกิดจากการแบ่งปันประสบการณ์ร่วมผ่านสัญญะและภาพเหนือจริง เพื่อสร้างความหมายและค่านิยมร่วมกัน รวมถึงแนวคิดนิเวศสำนึกที่เน้นความเชื่อมโยงระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ทำให้ผู้รับสารตระหนักบทบาทตนในระบบนิเวศและเห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อม (เนื่องน้อย บุญเนตร, 2537) สุดท้าย สำหรับแก่นจินตนาการเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ การยุบรวมความหมาย (Implosion of Meaning) ขององค์ประกอบที่แตกต่างหรือขัดแย้งกันเข้าไว้ด้วยกันเพื่อสร้างความหมายใหม่ โดยนำองค์ประกอบที่มีความหมายแตกต่างหรือขัดแย้งมาผสมผสานเพื่อสร้างความหมายใหม่ ช่วยสื่อสารทางอารมณ์และกระตุ้นความคิด ตีความบรรทัดฐานสังคม พร้อมเพิ่มความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับแนวคิดศิลปะแนวเหนือจริงที่ใช้ภาพและสัญญะไม่สมจริงกระตุ้นจินตนาการและตั้งคำถาม (Freud, 1900 อ้างถึงใน มนัสชัย รัตนบุรี, 2557) รวมถึงแนวคิดการสื่อสารเชิงสุนทรียะที่สร้างประสบการณ์ทางอารมณ์และส่งเสริมการรับรู้ปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างลึกซึ้ง (ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ และคณะ, 2543)

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาวิธีการโน้มน้าวใจรูปแบบอื่น ๆ ที่มีพลังในการโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเกิดความตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม ที่น่าจะมีผลต่อแนวโน้มของพฤติกรรมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการและนักวิจัยด้านการสื่อสารในการพัฒนากรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี และต่อนักโฆษณาหรือผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบกลยุทธ์สื่อรณรงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ควรศึกษาผลกระทบของสื่อรณรงค์แนวเหนือจริงต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติด้านสิ่งแวดล้อมในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้องค์กรด้านสิ่งแวดล้อมและผู้กำหนดนโยบายมีข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับใช้วางแผนและกำหนดทิศทางการสื่อสารสาธารณะอย่างยั่งยืน

3. ควรขยายการศึกษาสู่บริบทวัฒนธรรมและกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในการรับรู้และตีความสื่อรณรงค์แนวเหนือจริง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรรณรงค์และผู้ผลิตสื่อที่ต้องการปรับใช้กลวิธีสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับสารในแต่ละบริบท

บรรณานุกรม

กำจร สุนพงษ์ศรี. (2554). *ศิลปะสมัยใหม่* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ และคณะ. (2543). *นิเทศศาสตร์กับเรื่องเล่าและการเล่าเรื่อง: วิเคราะห์การศึกษาจินตคดี-จินตทัศน์ในสื่อร่วมสมัย.* กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เนื่องน้อย บุณยเนตร. (2537). *จริยศาสตร์สภาวะแวดล้อม: โลกทัศน์ในพุทธปรัชญากับปรัชญาตะวันตก.* กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บริษัท เนชั่น กรุ๊ป (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน). (2565). *ซากวาฬบรูด้าเกยตื้นตาย เกาะราชาใหญ่ เจอ "ขยะถ้วยพลาสติก" ในลำไส้.* https://www.springne ws.co.th/keep-the-world/831699

พิสุทธิ์ เพียรมนกุล, และรัฐพล เจียวิริยบุญญา. (2560, ธันวาคม). *การอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเล และทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืน.* MBA Magazine Online. https://mbamagazine.net/index.php/intelligent/env-4-0/item/512-2017-12-12-07-27-25

มนัสชัย รัตนบุรี. (2557). *ทัศนียภาพในโลกอุดมคติ* (Unpublished Master's thesis). สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, กรุงเทพฯ.

มิ่งมนัสชน จังหาร และปรัชญ์ วีสเพ็ญ. (2564). นิเวศสำนึกในวรรณกรรมเยาวชน เรื่อง ลูกยางกลางห้วย ของ คามิน คมนีย์. *วารสารวิชาการวิวิธวรรณสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 5(3), 153-170.

Balakian, A. (1965). *Surrealism: The road to the absolute*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Barthes, R. (1977). *Image, music, text.* London, England: Fontana Press.

Boomerang Communication. (2024). *Stop Plastic Horror* [Image]. https://www. adsoftheworld.com/campaigns/stop-plastic-horror

Bormann, E. G. (1986). Symbolic convergence theory and communication in group decision making. In B. Dervin & M. J. Voigt (Eds.), Progress in communication sciences (Vol. 7, pp. 1-30). Norwood, NJ: Ablex.

Breton, A. (1972). Manifestoes of surrealism (R. Seaver, & H. R. Lane, Trans.). Ann Arbor, MI: University of Michigan Press. (Original work published 1930)

Charteris-Black, J. (2005). *Politicians and rhetoric: The persuasive power of metaphor*. Basingstoke, England: Palgrave Macmillan.

Forceville, C. (2008). *Pictorial metaphor in advertising*. New York, NY: Routledge.

Gergen, K. J. (2009). *An invitation to social construction* (2nd ed.). London, England: Sage Publications.

Hedges, I. (1983). *Languages of revolt: Dada and surrealist literature and film*. Durham, NC: Duke University Press.

Hibbitt, F. (2020). *Surrealism: Between dream and reality.* https://www.art thought.org/articles/surrealism-dream-and-reality

Jackson, B. G. (2000). A fantasy theme analysis of Peter Senge's learning organization. *Journal of Applied Behavioral Science,* 36(2), 193-209.

Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by.* Chicago, IL: University of Chicago Press.

Pezzullo, P. C. (2017). *Environmental communication and cultural politics.* New York, NY: Routledge.

Rogers, E. M., & Storey, J. D. (2001). *Communication campaigns* (3rd ed.). London, England: Sage Publications.

Rubin, W. S. (1978). *Dada, surrealism, and their heritage.* New York, NY: The Museum of Modern Art.

Ruzzoli, M., Torralba, M., Fernández, L. M., Marco-Pallarés, J., & Soto-Faraco, S. (2020). From cognitive control to visual incongruity: Conflict detection in surrealistic images. *PLOS ONE,* 15(6), e0233625.

World Economic Forum. (2019). *Pollution of the Seawater* [Image]. https://www.pinterest.com/pin/37668395634607 6042/

World Economic Forum. (2022). *The global risks report 2022* (17th ed.). https://www.weforum.org/reports/global-risks-report-2022