

บทที่ 1

บทนำ

กระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจในช่วง 40 ปีที่ผ่านมา ไม่เพียงทำให้ทรัพยากรธรรมชาติถูกใช้หมดเปลืองไปอย่างมหาศาล จนทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมและปัญหามลภาวะขึ้นทั่วไปเท่านั้น แต่ยังทำให้เกิดกลุ่มทางสังคมที่สัมพันธ์กับทรัพยากรอย่างหลากหลายอีกด้วย การเกิดกลุ่มทางสังคมที่มีความต้องการใช้ทรัพยากรเพื่อเป้าหมายที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย ได้กลายเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวเพื่อช่วงชิงสิทธิในการใช้ทรัพยากรตามมา ในบริบทที่สังคมไทยได้ก้าวสู่การเป็นสังคมข่าวสาร สื่อมวลชนกลายเป็นเวทีของการช่วงชิงความชอบธรรมในการใช้ทรัพยากรระหว่างกลุ่มต่างๆ อย่างชัดเจน จึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาว่า ในสถานการณ์ที่มีความขัดแย้งในการใช้ทรัพยากรอย่างมากเช่นในปัจจุบัน กลุ่มต่างๆ ในสังคมได้ใช้สื่อมวลชนเป็นเวทีของการช่วงชิงอำนาจในการควบคุมทรัพยากรอย่างไร โดยงานศึกษานี้จะศึกษากระบวนการนิยามความหมายสิ่งแวดล้อมในโฆษณาโทรทัศน์ ในฐานะวาทกรรมครอบงำที่รัฐมุ่งชี้นำกำกับกรเข้าใจความจริงในเรื่องทิศทางการจัดการสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำไปสู่การโต้แย้งจากสังคมในขณะต่อมา

1.1 ความสำคัญของประเด็นปัญหาในการศึกษา

ปัญหาสิ่งแวดล้อมได้กลายเป็นปัญหาทางสังคมการเมืองในปัจจุบัน เนื่องจากกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจในช่วง 40 ปีที่ผ่านมา ได้ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม และก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงและการกระจายทรัพยากรอย่างชัดเจน ดังจะเห็นได้ว่ากระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจ ทำให้ภาคเมืองเข้าถึงและได้รับประโยชน์จากทรัพยากรในท้องถิ่นได้มากขึ้น ขณะที่ท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจน้อยกว่า แต่กลับต้องแบกรับผลกระทบจากความเสื่อมโทรมของทรัพยากรมากกว่า เงื่อนไขต่างๆ เหล่านี้ทำให้เกิดขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ (the New Social Movements) ในเรื่องสิ่งแวดล้อม ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ แม้คนทุกกลุ่มในสังคมจะอ้างถึงความสำคัญของ “สิ่งแวดล้อม” แต่การให้ความหมายและคุณค่าแก่สิ่งแวดล้อม การวิเคราะห์ปัญหาสิ่งแวดล้อม ตลอดจนข้อเสนอในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม กลับแตกต่างกันอย่างหลากหลาย วิธีคิดที่แตกต่างกันดังกล่าว ทำให้มีการตอบสนองต่อนโยบายการจัดการทรัพยากรในลักษณะที่แตกต่างกันด้วย (Hirsch 1997:15-33)

ในขณะที่รัฐเห็นว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมแก้ไขได้โดยการเพิ่มอำนาจรัฐในการควบคุมทรัพยากร เช่น การออกกฎหมายที่เข้มงวดมากขึ้น การเพิ่มเจ้าหน้าที่ควบคุมและกำกับให้เป็นไป

ตามกฎหมายให้มากขึ้น กลุ่มธุรกิจเอกชนกลับเห็นว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมแก้ไขได้โดยใช้กลไกตลาด โดยเชื่อว่าการสร้างแรงจูงใจด้านราคา จะทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมตามมา มาตรการด้านราคาควบคุม ได้ถูกอ้างว่าจะทำให้ผู้บริโภคใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและคุ้มค่ามากขึ้น

แนวคิดในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมของภาครัฐและธุรกิจเอกชน มีความเหมือนกันตรงที่ต่างก็เห็นว่าเทคโนโลยีเป็นคำตอบของปัญหาสิ่งแวดล้อม ทั้งรัฐและภาคธุรกิจเอกชนจึงรณรงค์ผ่านสื่อมวลชนทุกแขนง ให้มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร การใช้สื่อมวลชนเป็นเวทีซึ่งความเข้าใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม ปรากฏชัดเจนตั้งแต่มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติพ.ศ. 2535 และมีการประกาศให้ผู้ก่อมลพิษ ต้องจ่ายค่าความเสียหายทางด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่รัฐ

ผู้ศึกษาได้สำรวจแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีการรณรงค์ผ่านโฆษณาโทรทัศน์จำนวนมาก พบว่าการนิยามความหมายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในโฆษณาโทรทัศน์ มุ่งสร้างความเข้าใจในเรื่องการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด แต่มิได้ให้ความสำคัญกับมิติทางด้านความยั่งยืนของนิเวศและความเป็นธรรมทางสังคมในการใช้ทรัพยากร

การที่สื่อโทรทัศน์ถูกครอบงำด้วยอำนาจรัฐและพลังงาน ทำให้โทรทัศน์กลายเป็นเวทีในการผลิตวาทกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของรัฐและทุนโดยตรง ขณะที่กลุ่มด้อยอำนาจในสังคม โดยเฉพาะคนในท้องถิ่น ไม่สามารถเข้าถึงสื่อโทรทัศน์ คนเหล่านี้ได้หันไปใช้หนังสือพิมพ์เป็นเวทีในการสร้างวาทกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตอบโต้วาทกรรมการอนุรักษ์ของรัฐ (Siryuvusak 1994 :27-37) ความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงสื่อมวลชน จึงทำให้การนิยามความหมายแก่สิ่งแวดล้อมนิยมในสื่อต่างๆ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ ผู้ศึกษายังสำรวจพบว่า กระบวนการผลิตพลังงานไฟฟ้าภายใต้การผลักดันของรัฐ ได้กลายเป็นหัวใจของการโต้แย้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากรัฐและภาคเมืองต้องการใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้รัฐอ้างความจำเป็นในการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อช่วงชิงทรัพยากรในท้องถิ่นไปใช้เป็นปัจจัยการผลิตไฟฟ้ามากขึ้น ขณะที่การพัฒนาไฟฟ้าได้เพิ่มแรงกดดันให้กับระบบนิเวศ และให้ชุมชนท้องถิ่นสูญเสียสิทธิในการใช้ทรัพยากรมากขึ้นเรื่อยๆ กระบวนการผลิตไฟฟ้าของรัฐ จึงสร้างข้อโต้แย้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน ในบริบททางสังคมที่มีความขัดแย้งในเรื่องการใช้ทรัพยากรดังกล่าว คนกลุ่มต่างๆ ในสังคมที่ได้รับประโยชน์ ตลอดจนเสียประโยชน์จากกระบวนการพัฒนาแตกต่างกัน ได้เคลื่อนไหวเพื่อนิยามสิ่งแวดล้อมนิยมในเวทีสื่อมวลชนมากขึ้น เพื่อช่วงชิงความชอบธรรมในการใช้ทรัพยากร

รัฐมีอิทธิพลเหนือสื่อโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน ได้ใช้สื่อสร้างวาทกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านโฆษณาโทรทัศน์จำนวนมาก (ปิยรัตน์ อ่องลอด 2536 สุจิตรา รัตนกรข 2533) แม้ว่าโฆษณาโทรทัศน์จะเป็นสื่อที่คนส่วนใหญ่ดูเพื่อความบันเทิง แต่ในช่วงเกือบ 10 ปีที่ผ่านมา โฆษณาโทรทัศน์กลับถูกใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความชอบธรรมให้แก่กระบวนการผลิตไฟฟ้าของรัฐอย่างชัดเจน จากเงื่อนไขดังกล่าว โฆษณาจึงเป็นกลไกทางการเมืองที่มีอิทธิพลต่อผู้ดูมากที่สุด เนื่องจากคนส่วนใหญ่ยังไม่ได้ตระหนักว่า โฆษณาได้กลายเป็นเครื่องมือทางอุดมการณ์ จึงไม่ได้ดูโฆษณาในเชิงวิเคราะห์ รัฐจึงสามารถใช้โฆษณาชี้นำความเข้าใจของสาธารณะในเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยนำเอาข้อวิตกกังวลของสาธารณะในเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อม มาผสมผสานกับความคาดหวังของสังคมในเรื่องทางออกของปัญหาสิ่งแวดล้อม แล้วสร้างความจริงเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมขึ้นมาใหม่

การศึกษานี้จะให้ความสนใจเกี่ยวกับกระบวนการนิยามความหมายสิ่งแวดล้อมนิยม ในโฆษณาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของรัฐ เพื่อทำความเข้าใจว่ารัฐใช้โฆษณาเป็นเครื่องมือเผยแพร่อุดมการณ์อะไร อุดมการณ์ในโฆษณาได้สร้างเงื่อนไขต่อการเข้าใจการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างไร นอกจากนี้ ยังมีเป้าหมายในการตรวจสอบว่า แนวคิดที่ถูกสร้างขึ้นในโฆษณาแตกต่างจากแนวคิดสิ่งแวดล้อมนิยมของคนกลุ่มอื่นๆ ในสังคมอย่างไร

งานศึกษานี้ตั้งอยู่บนสมมติฐานว่า การสร้างภาพแทนความจริงในสื่อโฆษณา เป็นการนิยามความหมายสิ่งแวดล้อมนิยม เพื่อควบคุมและกำกับชี้นำความเข้าใจในเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม โฆษณาถือเป็นเครื่องมือทางอุดมการณ์ของรัฐ ซึ่งสร้างเงื่อนไขในทางปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมตามแนวทางที่รัฐชี้นำ อย่างไรก็ตาม การที่โฆษณายเป็นเพียงภาพที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนความจริง หากใช้ตัวความจริงไม่ งานศึกษาจึงต้องการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างแนวคิดสิ่งแวดล้อมนิยมในโฆษณากับแนวคิดสิ่งแวดล้อมนิยมอื่นๆ ในบริบททางสังคม จะช่วยให้ความเข้าใจถึงเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการนิยามความหมายสิ่งแวดล้อมนิยมแตกต่างกัน อันนำไปสู่การวางเงื่อนไขในทางปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อม

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาว่า กระบวนการสร้างภาพความจริงเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยมในโฆษณาสร้างความเข้าใจสิ่งแวดล้อมนิยมในลักษณะใด

1.2.2 เพื่อศึกษาว่า ภายใต้บริบททางสังคมที่มีความขัดแย้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยมอย่างหลากหลายนั้น กระบวนการสร้างภาพในโฆษณา เกิดขึ้นบนเงื่อนไขอะไร

- 1.2.3 เพื่อศึกษาว่า ภาพที่ถูกสร้างขึ้นในโฆษณา แสดงถึงข้อโต้แย้งทางความคิดในเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยมอย่างไร

1.3 ทบทวนงานศึกษาและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งตามแนวคิดได้ 2 แนวคิดที่มีความสัมพันธ์กัน ดังนี้

1.3.1 การเมืองของภาพแทนความจริง

การสร้างภาพแทนความจริง (Representation) คือการนิยามความหมาย (Meaning) หรือแนวคิด (Concept) ผ่านภาษาพูด ภาษาเขียน สัญลักษณ์ ภาพ รหัส หรือเสียง เพื่อสื่อความหมาย และช่วยให้เกิดความเข้าใจในการอ้างถึงสิ่งต่างๆ ในโลก ทั้งในโลกของความเป็นจริง และในโลกของความคิด

การศึกษาระบบการสร้างภาพแทนความจริง แบ่งออกเป็น 3 แนวการศึกษา ได้แก่

แนวการศึกษาแบบที่หนึ่ง วางอยู่บนสมมติฐานว่า ภาพแทนความจริงเป็นเสมือนกระจกที่สะท้อนความหมายสิ่งต่างๆ ที่ดำรงอยู่ในโลกแห่งความจริง (The Reflexive Approach) แนวคิดนี้มุ่งค้นหาว่าโฆษณาสื่อความหมายอะไร ความหมายนั้นมีอิทธิพลต่อผู้ดูอย่างไร

ตัวอย่างงานศึกษาแนวนี้ ได้แก่ งานศึกษาของนักวิชาการด้านการตลาด เช่น ดร. เสรี วงศ์มณฑา และมณูญ แสงหิรัญ ซึ่งศึกษาสื่อโฆษณามนสมมติฐานว่า โฆษณาเป็นเครื่องมือในการบอกข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ โฆษณาจึงช่วยกระจายข่าวเกี่ยวกับสินค้า กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตสามารถพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกมาขายได้อยู่เสมอ โฆษณาจึงเป็นกลไกในการกระตุ้นการผลิตและการตลาดมหภาค และช่วยคำนวณความอยู่รอดของระบบทุนนิยม (เสรี วงศ์มณฑา 2528:28-38 มณูญ แสงหิรัญ 2522:3)

งานศึกษาของสุจิตรา รัตนกรกช เป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของงานศึกษาโฆษณาในฐานะกระจกสะท้อนความจริงทางสังคม ซึ่งมีสมมติฐานว่า โฆษณาชี้ถึงปัญหาและทางออกของปัญหาสิ่งแวดล้อมตามความเป็นจริง โฆษณาจึงเป็นสื่อที่ช่วยแก้ปัญหาสังแวดล้อมและสังคม(สุจิตรา 2533) งานศึกษาของนักการตลาดผู้บุกเบิกความคิดในเรื่องโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อม อ้างว่า โฆษณาปลุกฝังจิตสำนึกทางสังคมในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้ผลิต ที่ต้องการขยายช่องทางการขายตลาดแนวใหม่ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2538ก.)

แนวการศึกษารูปแบบที่สอง วางอยู่บนสมมติฐานว่า โฆษณาเป็นสิ่งที่บ่งบอกเจตจำนงของผู้สร้าง (The Intentional Approach) แนวคิดนี้จึงสนใจการตีความสารในโฆษณา เพราะเชื่อว่าผู้

สร้างโฆษณาที่มีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนในการสื่อสาร แนวการศึกษาวิธีนี้ ทำให้เกิดข้อวิพากษ์ โฆษณามากมาย เช่น โฆษณาเป็นเครื่องมือในการครอบงำผู้บริโภค เพราะโฆษณาเข้าไปกำหนดทิศทางการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน ทำให้ผู้บริโภคตกอยู่ภายใต้การครอบงำของโฆษณา (นิธิ เอียวศรีวงศ์ 2537:91-111) รองริน วรรณฤณี อธิบายว่า โฆษณาทำให้ผู้บริโภคสูญเสียอำนาจในการตัดสินใจ เพราะการสร้างภาพพจน์ในโฆษณา ทำให้ผู้บริโภคหลงเชื่อภาพพจน์มากกว่าความจริง (รองริน วรรณฤณี 2533:31) ฟริจ็อบ คาปรา วิพากษ์ว่าโฆษณาสร้างอุปสงค์เทียม ส่งเสริมลัทธิบูชาสินค้า ซึ่งเป็นต้นเหตุแห่งการทำลายล้างระบบนิเวศ (Capra 1983:243-262)

แนวการศึกษารูปแบบที่สาม วางอยู่บนสมมติฐานว่า ภาพแทนความจริงในโฆษณา เป็นเพียงประดิษฐกรรมที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อกำหนดความหมายให้แก่สิ่งต่างๆ อันนำไปสู่การกำหนดเงื่อนไขความเข้าใจโลกแห่งความจริง (The Constructionist Approach) แม้การศึกษาแนวนี้ จะเห็นว่า ภาพแทนความจริงเป็นเพียงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสื่อความหมายโลกทางวัตถุ แต่มิได้หมายความว่าแนวคิดนี้ปฏิเสธความมีอยู่จริงของโลกทางวัตถุ หรือปฏิเสธความหมายของโลกวัตถุ แต่การที่แนวการศึกษานี้เน้นย้ำถึงกระบวนการสร้างความจริง ก็เพื่อตอกย้ำถึงความเชื่อมโยงระหว่าง “อำนาจ” กับ “ความหมาย” และต้องการชี้ให้เห็นว่า อำนาจคือเงื่อนไขที่กำหนดความหมาย อำนาจจึงเป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการรับรู้และเข้าใจความจริง

แนวการศึกษาซึ่งเชื่อว่า ภาพแทนความจริงเป็นผลจากการสร้างมี 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่หนึ่ง ได้แก่ แนวการศึกษาที่เรียกว่า “สัญวิทยา” หรือ “สัญศาสตร์” (The Semiology) แนวการศึกษานี้วิเคราะห์สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อค้นหาว่าสัญลักษณ์ทำหน้าที่สื่อความหมายทางสังคมอย่างไร แนวคิดนี้พัฒนามาจากแนวคิดของนักภาษาศาสตร์ชาวสวิส คือ Ferdinand de Saussure ที่เชื่อว่าภาษาเป็นระบบของสัญลักษณ์ (System of Sign) ที่สังคมสร้างความเข้าใจสิ่งต่างๆ จากการเปรียบเทียบความหมายของสิ่งนั้นกับสิ่งที่มีความหมายตรงข้าม บางครั้งมีผู้จัดให้แนวการศึกษานี้เป็นพวกเดียวกับสำนักโครงสร้างนิยม (Structuralism) เนื่องจากเห็นว่าศึกษาระบบความสัมพันธ์เชิงนิเสธ และให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์โครงสร้างของสัญลักษณ์ โดยใช้เทคนิคในการตีความแบบต่างๆ เพื่อค้นหากฎเกณฑ์ที่กำหนดโครงสร้างของความหมาย และเนื่องจากสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่นำไปสื่อความหมาย ต้องเป็นสัญลักษณ์ที่เข้าใจร่วมกันในสังคม วัฒนธรรมจึงทำหน้าที่ควบคุมกฎเกณฑ์ในการตีความสัญลักษณ์อีกทีหนึ่ง ในทฤษฎีของนักสัญวิทยา จึงเชื่อว่าการศึกษารูปแบบโครงสร้างของความหมาย จะทำให้เข้าใจกฎเกณฑ์ที่ควบคุมการเข้าใจความจริงของสังคม

ในหนังสือ “Hidden Myth” Verda Leymore ได้เสนอความคิดว่า โครงสร้างความหมายในโฆษณา ไม่แตกต่างไปจากโครงสร้างความหมายที่ปรากฏในปรัมปรานิยาย (Myth) กล่าวคือเป็น

การนำเสนอปัญหา ควบคู่ไปกับการให้คำมั่นสัญญาในการแก้ปัญหา กระบวนการสร้างปมปัญหา และคลี่คลายปมปัญหา ทำให้ข้อเสนอนี้ในขณะนั้นมีความหมายต่อการแก้ปัญหาของคนในสังคม บริโภค โฆษณาจึงเป็นมายาภาพในสังคมสมัยใหม่ (Leiss, Kline and Jhally 1990:213-214)

นักทฤษฎีที่พัฒนาวิธีการศึกษาสัญศาสตร์ในเวลาต่อมา เป็นนักทฤษฎีในสำนักหลังโครงสร้างนิยม (Post-Structuralism) เช่น Roland Barthes และ Jacques Derrida เสนอความเห็นที่ก้าวหน้าไปกว่านักทฤษฎีสำนักโครงสร้างนิยม ว่า ภาพแทนความจริงเป็นที่มาของกระบวนการสร้างความรู้ทางสังคม จึงควรวิเคราะห์ระบบภาพแทนความจริงในฐานะตัวบท (Text) เชื่อมโยงกับบริบททางสังคม (Context) เพื่อทำความเข้าใจว่า กระบวนการสร้างภาพแทนความจริงเกิดขึ้นเพื่ออะไร

ในงานศึกษาเรื่อง “Mythologies” Roland Barthes ได้สาธิตวิธีการใช้สัญลักษณ์ทางภาษา สร้างมายาคติทางสังคม โดยวิธีการที่เรียกว่า “การเปิดโปงมายาคติ” (Demythification) เขาได้ชี้ให้เห็นว่า การสร้างความหมายเชิงมายาคติเกี่ยวข้องกับการสร้างความจริง ในแง่ที่ว่ามายาคติถูกสร้างขึ้นด้วยเทคนิควิธีที่ทำให้ดูเป็นธรรมชาติ ทำให้เกิดความเชื่อในหมู่ผู้ดูว่า มายาคติเป็นสิ่งที่สมเหตุผล และเป็นตัวแทนความจริง ทั้งนี้เพื่อให้แนวคิดที่นำเสนอ ไม่ถูกตั้งคำถามถึงเป้าหมายที่มันถูกสร้างขึ้นมา (Barthes 1981:109-130)

ประชา สุวิธานนท์ ใช้วิธีการทางสัญศาสตร์ วิเคราะห์โฆษณาเรื่องหนึ่งซึ่งใช้นวัตกรรมอนุรักษสิ่งแวดล้อม เพื่ออธิบายการซื้อเกาะของชนชั้นกลาง เขาได้ชี้ให้เห็นว่า หากวิเคราะห์ในระดับเรื่องเล่า (as Narrative) หรือดูความเชื่อมโยงของสัญลักษณ์ที่ถูกนำมาใช้ตามลำดับการนำเสนอของผู้สร้าง จะพบว่าคนชั้นกลางไม่ต้องการให้มีความเปลี่ยนแปลงกับเกาะ เพราะอยากอนุรักษไว้อย่างเดิม แต่หากวิเคราะห์ในระดับสัมพันธ์ภาพ (as Intertextuality) หรือวิเคราะห์ว่ารูปแบบที่นำมาสื่อความหมาย มีความหมายอย่างไรในโครงสร้างความหมาย จะพบว่าพล็อตเรื่องดำเนินไปบนปมขัดแย้งระหว่าง “อุดมการณ์อนุรักษ” ซึ่งมีชายหนุ่มกับหญิงสาวคนชั้นกลางเป็นตัวแทน กับ “อุดมการณ์ทำลาย” ซึ่งมีนักธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวเป็นตัวแทน ซึ่งการวิเคราะห์ในระดับนี้สื่อความเข้าใจว่า “อุดมการณ์อนุรักษอยู่เหนือการทำลาย” (ประชา สุวิธานนท์ 2539:2-181)

งานศึกษาของ กำจร หลุยยะพงศ์ เรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอความเป็นชายในโฆษณาเบียร์สิงห์” พบว่ากระบวนการสร้างภาพ “ความเป็นชาย” ผ่านโฆษณา ได้สร้างอัตลักษณ์ “นักอนุรักษ” ขึ้นมาเพื่อแทนนักดื่มเบียร์ กระบวนการเดียวกัน ได้สร้างภาพผู้ชายยุคเกษตรกรรมให้กลายเป็น “นักล่า” การสร้างอัตลักษณ์ให้กับนักดื่มเบียร์ จึงกระทำบนพื้นฐานของการสร้างความเป็นอื่น (Otherness) ให้กับชายในสังคมเกษตรกรรม (กำจร หลุยยะพงศ์ 2539:141-152)

แนวการศึกษาที่เชื่อว่า ภาพแทนความจริงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อสื่อความหมายโลกทางวัตถุอีกกลุ่มหนึ่ง ได้แก่แนวการศึกษาที่เรียกว่า “The Discursive Approach” แนวการศึกษานี้ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่าง “อำนาจ” กับ “ความหมาย” เพื่ออธิบายถึงกระบวนการสร้างภาพแทนความจริงกับนัยยะทางการเมืองที่เกิดขึ้น

ความคิดในการศึกษาอำนาจกับการสร้างความจริง เกิดขึ้นท่ามกลางกลุ่มนักปรัชญาและนักคิดในยุคหลังสมัยใหม่ (Post-Modernism) เช่น Wittgenstien, Heidegger และ Dewey ได้วิพากษ์วิธีการแสวงหาความรู้ (Epistemology) ที่นิยมกระทำกันในยุคทันสมัย (Modernism) ว่า เป็นวิธีการแสวงหาความรู้ที่ตั้งอยู่บนความสมจริงในการอธิบาย อาศัยการสังเกตและการให้เหตุผลอธิบายโลกวัตถุ ตามวิธีการแสวงหาความรู้แบบประจักษ์นิยม (Empiricism) แต่วิธีการแสวงหาความรู้ดังกล่าว กลับไม่ช่วยให้เข้าถึงความจริงได้ เพราะละเลยมิติทางอำนาจ ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดการแบ่งแยกว่าอะไรคือความจริง และอะไรไม่ใช่ความจริง ตลอดจนถึงอะไรคือความรู้ และอะไรไม่ใช่ความรู้

ข้อวิพากษ์ของ Richard Rorty ในหนังสือ “Philosophy and the Mirror of Nature” (1979) ว่า อำนาจของทฤษฎีในยุคสมัยใหม่ ทำให้เกิดการแบ่งแยกว่าอะไรเป็นความจริง และอะไรไม่ใช่ความจริง ทั้งที่วิธีการแสวงหาความรู้ในยุคดังกล่าว ขึ้นอยู่กับกระบวนการสร้างความสมเหตุสมผลให้การอธิบายภาพแทนความจริง (Rabinow 1986:234-241)

ในบทความเรื่อง “The Subject and Power” Michel Foucault (1982:208-226) ชี้ว่านับตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 16 เป็นต้นมา รัฐสร้างอำนาจด้วยกระบวนการทำให้พลเมืองกลายเป็นปัจเจก (Individualization) โดยการใช้กลไกเชิงอำนาจสมัยใหม่ ควบคุมการเข้าถึงความจริง เพื่อควบคุมวิจารณ์ญาณและการตัดสินใจของปัจเจก โดยการให้คำมั่นสัญญาว่ารัฐจะให้หลักประกันด้านเสรีภาพให้แก่ปัจเจก ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการมีสุขภาพที่ดี การมีชีวิตที่ดี การกินดีอยู่ดี การมีความสุขของร่างกาย การมีความปลอดภัย เสรีภาพในการคิดและตัดสินใจ ฯลฯ การทำให้มนุษย์กลายเป็นปัจเจก ทำให้มนุษย์กลายเป็นหน่วยที่ถูกควบคุม ถูกจัดการ ถูกทำให้สยบยอม และมีฐานะพึ่งพิง อำนาจของรัฐจึงแทรกซึมลงสู่ความคิดของปัจเจก และการตัดสินใจของปัจเจกได้อย่างลึกซึ้ง

การให้ความสำคัญกับอำนาจที่สร้างความจริง ทำให้นักวิชาการยุคหลังสมัยใหม่เสนอว่าในการเข้าถึงความจริงนั้น ต้องปฏิเสธวิธีการแสวงหาความรู้แบบเดิม และหันมาพัฒนาวิธีการอื่นๆ เช่น การแสวงหาความรู้โดยการตีความ (Hermeneutics) ในหนังสือ “Language Truth and Reason” Ian Hacking ตั้งคำถามกับเงื่อนไขทางประวัติศาสตร์ที่สร้างความถูก/ผิด ตั้งคำถามกับเงื่อนไขที่ทำให้การตีความถูก/ผิดเป็นไปได้ อำนาจในการสร้างหลักฐานทางประวัติศาสตร์ จึงเป็นเงื่อนไขใน

การเข้าใจความจริง ส่วน Pual Rabinow ตั้งคำถามกับผู้ศึกษาหาความจริง เนื่องจากเขาเห็นว่า ผู้ศึกษาหาความจริงเป็นผู้ตัดสินว่าข้อเท็จจริงใดเป็นจริง และข้อเท็จจริงใดเป็นเท็จ ทั้งยังเป็นผู้ให้เหตุผลว่า สิ่งทีกล่าวอ้างมีความเป็นกลางอีกด้วย อำนาจของผู้ศึกษาจึงเป็นเงื่อนไขในการกำหนดความจริง

ในหนังสือ “Discourse on Language” พูโก้ตั้งคำถามถึงที่มาของ “อำนาจ” ที่สร้างความจริง ในหนังสือ “The Order of Thing” เขาได้ชี้ถึงแรงบันดาลใจที่ทำให้เกิดการสร้างภาพแทนความจริงว่า เกิดจากความปรารถนาที่ผู้สร้างภาพ ต้องการให้ภาพแทนความจริงที่ถูกสร้างขึ้น เป็นตัวแทนความรู้ และเป็นสิ่งที่ปราศจากข้อสงสัย เพื่อสถาปนาตัวผู้สร้างภาพให้เป็นผู้มีอำนาจ เขาจึงเสนอสมมติฐานในการศึกษาความจริง 3 ข้อ คือ หนึ่ง-ความจริงเป็นระบบความเข้าใจที่เกิดจากกระบวนการสร้างและกฎเกณฑ์ที่เผยแพร่ความจริง ไม่มีความจริงใดเกิดขึ้นเองโดยไม่มีเหตุสร้าง ขึ้น สอง-ความจริงเชื่อมโยงกับระบบอำนาจที่สร้างและรักษาความจริง และเกิดจากความพยายามในการใช้อำนาจสร้างและยืนยันความจริงให้แผ่กว้างออกไป สาม-ปริมาตรของอำนาจที่สร้างความจริง มิได้จำกัดอยู่ที่สถาบันทางสังคม แต่อยู่ที่กระบวนการสร้างภาพ “คนอื่น” และ “ความเป็นอื่น” ให้กับสิ่งต่างๆ ในโลกของความจริง (Rabinow 1986:234-241)

ตัวอย่างงานศึกษาแนว Discursive Approach ในสังคมไทย ได้แก่ งานศึกษาของ เกษียร เตชะพีระ ซึ่งวิเคราะห์ภาพยนตร์โฆษณาเรื่องเดียวกับที่ประชา สุวีรานนท์ ได้วิเคราะห์ไปแล้ว เกษียรพบว่า กระบวนการสร้างตัวตนแทนนักอนุรักษ์ชนชั้นกลาง ได้ทำให้เกิดการสร้างภาพชาวเกาะที่มีลักษณะไร้เดียงสา พุดจาไม่รู้เรื่อง และไม่สามารถบอกความต้องการของตน ซึ่งเป็นการสร้างภาพความเป็นอื่นให้แก่ชาวเกาะ (เกษียร เตชะพีระ 2539ช :8) กระบวนการนี้ ยังสถาปนาสัมพันธภาพเชิงอำนาจระหว่างเมืองกับชนบท เนื่องจากโฆษณาทำให้ชาวเมืองบอกความต้องการของตนได้ ชาวเมืองจึงมีความชอบธรรมในการอ้างสิทธิเหนือทรัพยากร ในขณะที่ชาวเกาะตกเป็นฝ่ายเสียเปรียบ เพราะไม่สามารถอ้างสิทธิเหนือทรัพยากรได้ ในทรรศนะของเกษียร โฆษณาจึงเป็นเทคนิคทางอำนาจ ที่ทำให้เมืองมีอำนาจครอบงำชนบท (เกษียร เตชะพีระ 2539ค)

งานศึกษาของยุคติ มุกดาวิจิตร (2538) เรื่อง “การก่อตัวของกระแสวัฒนธรรมชุมชนในสังคมไทย” อธิบายว่า แนวคิดวัฒนธรรมชุมชน เกิดจากกระบวนการสร้างภาพวัฒนธรรมชุมชน ผ่านงานเขียนที่ให้คำอธิบายถึงวิถีชีวิตชาวบ้านในชนบท ในลักษณะที่เน้นว่า ชาวบ้านมีศักยภาพในการปรับตัวต่อแรงกดดันทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ในประวัติศาสตร์ของการเปลี่ยนแปลงสังคมชนบทไปสู่ระบอบทุนนิยมในช่วงปี พ.ศ. 2520-2537 งานเขียนวัฒนธรรมชุมชนจึงมีฐานะเท่ากับ “วาทกรรม” ที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อตอบโต้วาทกรรมการพัฒนากระแสหลัก ซึ่งให้คำอธิบายว่าชาวบ้านอ่อนแอและต้องพึ่งพิงการพัฒนาจากภายนอก เป้าหมายของการสร้างภาพ

วัฒนธรรมชุมชน จึงเป็นการสร้างพื้นที่ให้กับชนบทในการต่อรองกับระบบราชการ เพื่อเรียกร้อง การมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาที่มีฐานความคิดจากชนบท ยุคนี้ได้วิพากษ์แนวคิดวัฒนธรรม ชุมชนว่า เป็นความพยายามสร้างภาพความเป็นอุดมคติที่หยุดนิ่งให้กับชนบท เพื่อให้ชนบท กลายเป็นอื่น และตกอยู่ภายใต้การครอบงำของนักพัฒนาผู้สร้างภาพวัฒนธรรมชุมชนขึ้นมา

กาญจนา แก้วเทพ วิจารณ์แนวการวิเคราะห์ของยุคนี้ว่า เป็นการวิเคราะห์กระบวนการ สร้างภาพ “วัฒนธรรมชุมชน” ในลักษณะที่หยุดนิ่ง เนื่องจากในทวศนะของกาญจนา ยุคนี้ได้ มองวัฒนธรรมชุมชนในฐานะเครื่องมือทางอุดมการณ์ ที่ถูกสร้างขึ้นอย่างมีพลวัต เพื่อขับเคลื่อน กับวิถีคิดในการพัฒนากระแสหลักที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน (กาญจนา แก้วเทพ 2539:130-141)

งานศึกษาในแนวที่มุ่งอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจกับการสร้างภาพแทนความจริง ขึ้นที่เด่นมาก ได้แก่ งานศึกษาเรื่อง “สงครามอนุสาวรีย์กับรัฐไทย” ของ นิธิ เชี่ยวสรีวงศ์ (2538ก. :89-124)ซึ่งศึกษากระบวนการสร้างประวัติศาสตร์ชาติไทย ผ่านการสร้างอนุสาวรีย์ของรัฐ สมบูรณาญาสิทธิราชย์กับอนุสาวรีย์ของรัฐไทย โดยรัฐทั้งสองแบบใช้อนุสาวรีย์เขียนประวัติ ศาสตร์ เนื่องจากอนุสาวรีย์เป็นที่รวมของระบบสัญลักษณ์ ศิลปะ ภูมิ สถาปัตยกรรม และพิธีกรรม ซึ่ง บ่งชี้สารที่ผู้สร้างต้องการสื่อกับสังคมได้อย่างลึกซึ้ง ธงชัย วินิจจะกุล (2538:23-25) ได้วิจารณ์งาน ศึกษาชิ้นนี้ว่า การที่นิธิไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลครอบงำของประวัติศาสตร์ที่ถูกสร้างขึ้นผ่าน อนุสาวรีย์ แต่กลับตีความอนุสาวรีย์จากมุมกลับ และตอบโต้วิถีคิดที่ผู้สร้างต้องการจะบอก (Deconstructionist Approach) เป็นวิธีการศึกษาภาพแทนความจริงที่จำเป็นในปัจจุบัน เพราะทำให้ ผู้ตีความสารยังคงเป็นอิสระจากสารที่มุ่งครอบงำ และสามารถเข้าถึงความจริงได้มากขึ้น

งานศึกษาเรื่อง “ประวัติศาสตร์การสร้างตัวตน” ซึ่งเป็นงานศึกษากระบวนการสร้างภาพ แทนความจริงที่เด่นมากอีกชิ้นหนึ่งของธงชัย ได้แสดงให้เห็นว่า ภูมิศาสตร์ก็ไม่แตกต่างจาก อนุสาวรีย์ เพราะเป็นที่รวมของระบบสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสื่อความหมาย แต่หาได้เป็นสิ่ง เดียวกับความจริงไม่ เนื่องจากความหมายของภูมิศาสตร์ขึ้นอยู่กับกำหนดยานิยาม และขึ้นอยู่กับ วิถีการอ่านความหมายของสังคมแต่ละยุคสมัย เช่น ภูมิศาสตร์ประเทศศักดิ์สิทธิ์ (Sacred Topography) หมายถึง ระบบคิดที่แสดงถึงความเชื่อในเรื่องเส้นทางแสวงบุญประจำชีวิตและ การสะเดาะเคราะห์ของชาวพุทธในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตามคติ โบราณก่อนการเข้ามาของพุทธศาสนา ส่วนภูมิศาสตร์พุทธตำนาน เป็นภูมิประเทศศักดิ์สิทธิ์อีก อย่างหนึ่ง ที่นิยามมโนภาพพื้นที่ด้วยความรู้ตามพุทธตำนาน ทำให้ความเชื่อต่อของดินแดน เป็น การแสดงออกของความเชื่อต่อทางศาสนา จะเห็นได้ว่า ภูมิศาสตร์ทั้งสองแบบไม่สนใจว่า ตำแหน่งแห่งที่จะเป็นจริงตามผิวโลกหรือไม่ แต่สังคมยุคนั้นก็เข้าใจความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้ กันในบริบทของความรู้

การเปลี่ยนแปลงความหมายของภูมิศาสตร์ มิได้เกิดจากการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ทางกายภาพเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกิดจากการทำให้ระบบคิดของภูมิศาสตร์ชนิดหนึ่ง เข้าแทนที่ระบบคิดของภูมิศาสตร์อีกชนิดหนึ่งด้วย ดังที่การสร้างแผนที่เพื่อแทนภูมิศาสตร์สมัยใหม่ และให้แผนที่กำหนดเขตแดนแทนตัวตนทางภูมิศาสตร์ในผิวโลก ทำให้แผนที่ซึ่งไม่มีคุณสมบัติตามความจริงที่มันเป็นตัวแทนอยู่ กลายเป็นกรรมวิธีในการนิยามความจริงว่าจะไร้อยู่ตรงไหน แผนที่จึงเป็นเทคโนโลยีชนิดหนึ่ง ที่สถาปนาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์

ด้วยเหตุที่แผนที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแทนความจริงของภูมิศาสตร์ในผิวโลก แผนที่จึงสร้างความจริงชนิดใหม่ขึ้นมาอย่างมากมาย และได้กลายเป็นแม่บทในการสร้างตัวตนของประเทศสยาม แผนที่ได้สร้างประวัติศาสตร์สยาม อันนำไปสู่การปลูกเร้ากระแสชาตินิยม และการปฏิรูประบบการปกครองหัวเมืองในเวลาต่อมา การนิยามความหมายภูมิศาสตร์สมัยใหม่โดยใช้แผนที่เป็นเครื่องมือ จึงเป็นเทคนิคทางอำนาจที่ทำให้ความหมายของระบบคิดชุดหนึ่งเข้าเบียดขับและแทนที่ระบบคิดชุดเดิมที่เคยเชื่อกัน (ธงชัย 2530:129-182)

1.3.2 ความขัดแย้งของสิ่งแวดล้อมนิยม

สิ่งแวดล้อมนิยม (Environmentalism) เป็นมโนทัศน์เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นผลมาจากกระบวนการสร้างทางสังคม ดังนั้นจึงมีความเปลี่ยนแปลงไปตามเงื่อนไขเชิงนิเวศ เศรษฐกิจ การเมืองที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงเวลาต่างๆ ในงานศึกษาเรื่อง "Environment and Environmentalism in Thailand : Material and Ideological Bases" Philip Hirsch สำนวนพัฒนาการสิ่งแวดล้อมนิยมในสังคมไทย พบว่าคนกลุ่มต่างๆ ในสังคมไทย ให้ความสำคัญต่อความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงทางด้านกายภาพกระทบต่อคนกลุ่มต่างๆ ในสังคมอย่างไม่เท่าเทียมกัน และการได้ประโยชน์หรือเสียประโยชน์จากความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ในบริบทของการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัย ทำให้กลุ่มอำนาจและกลุ่มด้อยอำนาจเข้าถึงทรัพยากรได้ไม่เท่าเทียมกัน นอกจากนี้ ในทฤษฎีของ Hirsch สิ่งแวดล้อมนิยมยังแตกต่างกัน เนื่องจากการที่เมืองมีฐานทรัพยากรน้อย แต่ได้รับประโยชน์จากทรัพยากรมาก ขณะที่ชนบทมีฐานทรัพยากรมาก แต่ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาทรัพยากรน้อย (Hirsch 1997: 15-33)

จากการสำรวจเบื้องต้น ผู้วิจัยพบว่า วิธีคิดในเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยม มีดังนี้

สิ่งแวดล้อมนิยมที่ให้ความสำคัญแก่นิเวศวิทยาเป็นใหญ่ (Ecological Determinism) เป็นแนวคิดที่แพร่หลายในช่วงปีค.ศ. 1950-1960 ซึ่งให้คำอธิบายว่า เศรษฐกิจการเมืองและสังคมตลอดจนวัฒนธรรม ล้วนขึ้นอยู่กับการดำรงอยู่ของธรรมชาติ มนุษย์จึงต้องยึดกฎเกณฑ์ของธรรมชาติ

ชาติเป็นหลัก (Milton 1993:1-4) เช่น Barry Commoner ผู้เสนอทฤษฎีพื้นฐานทางนิเวศวิทยา (Young 1993) มาซาโนบุ ฟูกุโอกะ ผู้เสนอแนวคิดในเรื่องเกษตรธรรมชาติ กลุ่มนิเวศวิทยาแนวลึก (Deep Ecology) กลุ่มจริยศาสตร์เชิงนิเวศ (Environmental Ethics) ซึ่งเสนอความคิดว่า การดำรงอยู่ของมนุษย์จะต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตในเรื่องความยั่งยืนของระบบนิเวศ (ปริษา เปี่ยมพงศ์สาสนต์ 2534:123-126) Vandana Shiva ผู้เสนอทฤษฎีที่ว่าชีวภาพเป็นอุดมคติในการดำเนินชีวิต (Essentialist Ecofeminism)

กลุ่มมาร์กซิกสตีใหม่สำนักเศรษฐศาสตร์สีเขียว (Ecological Economics) วิพากษ์วิธีคิดที่ยึดนิเวศวิทยาเป็นใหญ่ว่า ไม่ตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างระบบสังคมกับระบบนิเวศของสิ่งมีชีวิตอื่น ซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ทำให้มนุษย์กลายเป็นผู้กำหนดความอยู่รอดของระบบนิเวศ (Martinez-Alier 1995:70-83) นักคิดในสำนักนิเวศสังคมนิยม (Eco-Socialism) วิพากษ์วิธีคิดที่ยึดความสำคัญของนิเวศเป็นใหญ่ว่า เป็นความคิดที่พยายามแบ่งแยกมนุษย์ออกจากธรรมชาติ และกีดกันมนุษย์ออกจากการเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศ ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจว่า การสร้างสวัสดิความยั่งยืนของระบบนิเวศ สามารถกระทำได้โดยละเลยการสร้าง ความมั่นคงทางสังคม (Pepper 1993)

สิ่งแวดล้อมนิยมที่ให้ความสำคัญแก่วัฒนธรรมเป็นใหญ่ (Cultural Determinism) เป็นแนวคิดที่แพร่หลายในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเสนอความคิดว่า วัฒนธรรมเป็นเครื่องบ่งชี้ว่าคนควรจะใช้ทรัพยากรอย่างไร แนวคิดนี้ถูกวิพากษ์จากกลุ่มอื่นว่า มองวัฒนธรรมอย่างตายตัวเกินไป ทั้งที่โลกสมัยใหม่มีการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรมอย่างกว้างขวาง (Milton 1993:1-4)

นักคิดในสำนักเศรษฐศาสตร์สีเขียว วิพากษ์วิธีคิดที่ถือเอานิเวศวิทยาเป็นใหญ่และแนวคิดที่ถือเอาวัฒนธรรมเป็นใหญ่ว่า เป็นสิ่งแวดล้อมนิยมแบบคนรวย เนื่องจากอธิบายปัญหาสิ่งแวดล้อมว่าเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงคุณค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเรื่องของการชาติจิตสำนึก และแยกส่วนเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรม ทั้งที่พฤติกรรมการบริโภคของคนรวย ซึ่งเป็นไปเพื่อสนองตอบความต้องการ ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสูง ขณะที่การใช้ทรัพยากรของคนจน ซึ่งเป็นไปเพื่อสนองตอบการดำรงชีพ สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า

แนวคิดเศรษฐศาสตร์สีเขียว ได้เสนอกรอบความคิดในการวิเคราะห์ปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยเสนอให้มองปัญหาสิ่งแวดล้อมว่าเป็นผลจากระบบการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจ ที่สร้างความไม่เป็นธรรมในการกระจายทรัพยากรสู่สังคม การแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมจึงต้องแก้ที่กลไกทางเศรษฐกิจ ซึ่งเปิดช่องให้คนบางกลุ่มใช้ทรัพยากรอย่างหมดเปลือง ขณะที่คนบางกลุ่มต้องแบกรับปัญหาความยากจน รวมถึงปัญหามลภาวะ จากมุมมองนี้ แนวทางการแก้ปัญหาจึงเน้นการสร้างอำนาจต่อรอง และควบคุมการใช้ทรัพยากรให้มีความเป็นธรรมมากขึ้น (Martinez-Alier 1995:70-84)

ความขัดแย้งในการเข้าถึงและใช้ทรัพยากรระหว่างคนกลุ่มต่างๆ ทำให้ข้อเรียกร้องของคนกลุ่มต่างๆ ในเรื่องแนวทางแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมมีความแตกต่างกัน ดังจะเห็นได้ว่าบางกลุ่มต้องการให้ปฏิรูประบบ แต่บางกลุ่มต้องการปฏิวัติระบบ ความขัดแย้งดังกล่าว ทำให้เกิดการสร้างวาทกรรมสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อความเข้าใจของปัจเจก เพื่อผลักดันการวางนโยบายระดับชาติ และสร้างข้อตกลงร่วมระดับนานาชาติ อันเป็นกระบวนการปรับสัมพันธภาพเชิงอำนาจในการควบคุมทรัพยากรจากที่เป็นอยู่เดิมนั่นเอง

วาทกรรมสิ่งแวดล้อม ได้กลายเป็นเงื่อนไขในการปรับสัมพันธภาพเชิงอำนาจในการควบคุมทรัพยากรในสังคมไทยมาโดยตลอด ดังปรากฏในงานศึกษาเรื่อง “Muang and Pa : Elite View of Nature in a Changing Thailand.” ของ Philip Stott ซึ่งสำรวจพัฒนาการความคิดเกี่ยวกับ “ป่า” ในสังคมไทย พบว่า “ป่า” มีความหมายแปรเปลี่ยนไปอย่างหลากหลาย เช่น ก่อนการเกิดรัฐชาติ “ป่า” หมายถึง “ดินแดนนารยะ” หรือดินแดนดิบทิวที่อยู่ภายใต้อำนาจเถื่อน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งเป็นดินแดนนอกอำนาจควบคุมของเมือง ต่อมาชนชั้นนำไทยได้สร้างวัดป่าเป็นสะพานเชื่อมระหว่างเมืองกับป่า ทำให้เมืองสามารถผนวกป่าเข้ามาอยู่ภายใต้อำนาจเมือง ส่วน “เถื่อน” ซึ่งเคยอยู่คู่กับป่ามาตลอด ถูกแยกออกจากป่า และถูกนิยามให้มีความหมายเท่ากับ “ชนบท” ซึ่งหมายถึง ดินแดนที่อ่อนแอและต้องได้รับการพัฒนาจากเมือง “ป่า” ยังถูกนิยามทำให้หมายถึง “ธรรมชาติ” (Nature) ซึ่งหมายถึง ดินแดนที่ถูกจัดระเบียบ มีความงดงามและมีคุณค่าใหม่ตามหลักวิธีคิดของเมือง (Stott 1991:142-152)

การศึกษากระบวนการสร้างวาทกรรมว่าด้วยสิ่งแวดล้อม จึงช่วยให้เข้าใจถึงเงื่อนไขที่ทำให้เกิดสิ่งแวดล้อมนิยมแตกต่างกันในสังคม เพราะวาทกรรมเป็นผลจากความพยายามในการใช้อำนาจเพื่อสร้างความหมาย เพื่อกำหนดการรับรู้ความจริงของสังคม และผลักดันการปฏิบัติให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม การศึกษาวาทกรรมควบคู่ไปกับปฏิบัติการทางวาทกรรม ช่วยให้เข้าใจได้มากขึ้นว่า ความหมายถูกสร้างขึ้นเพื่อหนุนเสริมแนวคิดใด และตอบโต้แนวคิดใด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ความจริงที่ถูกสร้างขึ้นสร้างอำนาจให้แก่ใคร และลดทอนอำนาจของใคร การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของวาทกรรม ยังช่วยให้เข้าใจถึงเครือข่ายทางอำนาจ ที่กำหนดการรับรู้ความจริงในเรื่องต่างๆ ดังเช่น งานศึกษาเรื่อง “ป่าชุมชนในประเทศไทย : แนวทางการพัฒนา” ของ จลาตชาย รมิตานนท์ อานันท์ กาญจนพันธ์ และสัณฐิตา กาญจนพันธ์ (2536:3-204) แสดงให้เห็นว่า วาทกรรม “ป่าชุมชน” เกิดจากความพยายามในการนิยาม “ป่า” โดยชุมชน เพื่อปกป้องอุดมการณ์และอำนาจของชุมชนในการจัดการทรัพยากร เนื่องจากป่าชุมชนเป็นระบบความรู้ที่ปกป้องความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตของคนในป่ากับป่า และแสดงให้เห็นถึงความคิดเรื่องสิทธิในการจัดการทรัพยากรของคนในสังคมบ้านป่า ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ชุมชนมีวิถีคิดในการจัดจำแนกป่าหลาย

ประเภท และความคิดเรื่องสิทธิในทรัพยากรก็มีความซับซ้อนตามวิธีการจัดจำแนกประเภท ทรัพยากรด้วย ส่งผลให้รูปแบบการจัดการทรัพยากรมีความหลากหลายตามไปด้วย นอกจากนี้ วิศวนาการในการให้ความหมายแก่ “ป่าชุมชน” ยังแสดงให้เห็นถึง “ความเป็นชุมชน” ที่เปลี่ยนแปลงไปในบริบททางเศรษฐกิจ การเมือง สังคมต่างๆ ความเป็นชุมชนที่สะท้อนผ่านอุดมการณ์ป่า ชุมชนจึงแสดงถึงศักยภาพในการปรับตัวของชุมชน เพื่อรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ และเพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้งระหว่างชุมชนกับภายนอก

งานศึกษาเรื่อง “Thamma-chat : Activist Monks and Competing Discourses of Nature and Nation in Northeastern Thailand.” ของ Jim Tayler (1997:37-52) ซึ่งให้เห็นว่า การสร้างความหมายของวาทกรรม “นิเวศธรรม” (Eco-Dhammic) บนพื้นฐานการตีความปรัชญาพุทธศาสนาที่เน้น “การค้นหาวิถีแห่งจิตวิญญาณ การใช้ชีวิตที่เรียบง่าย ความพึงพอใจในชีวิตที่กลมกลืนกับธรรมชาติ” ทำให้วาทกรรมนิเวศธรรมสร้างพลังทางสังคมให้กับชาวบ้านผู้เสียประโยชน์จากการพัฒนา เนื่องจากวาทกรรมนิเวศธรรมมุ่งตอบโต้แนวคิดการพัฒนาซึ่งเน้นความเติบโตทางวัตถุ พระประจักษ์ คุตจิตโต ได้ใช้วาทกรรมนิเวศธรรมตอบโต้แนวคิดการพัฒนาของรัฐ วาทกรรมของพระประจักษ์นัยทางการเมืองสูง เนื่องจากในด้านหนึ่งเรียกร้องการกระจายอำนาจในการจัดการ ทรัพยากร และในอีกด้านหนึ่ง สนับสนุนการเมืองนอกกระบวนที่เน้นการรวมกลุ่มของท้องถิ่น

งานศึกษาเรื่อง “ความจริงในเรื่องเขื่อน : บทศึกษาการปฏิบัติการทางวาทกรรมในสังคมไทย” ของ กิติพร ใจบุญ (2538) อธิบายว่า เขื่อนเป็นวาทกรรมในสังคมไทย เพราะรัฐและกลุ่มทุน ได้ให้ความหมาย “เขื่อน” เป็นสัญลักษณ์ในการพัฒนาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2510 เป็นต้นมา ขณะที่นักวิชาการ นักศึกษาและนักพัฒนาจำนวนหนึ่ง ได้ให้ความหมาย “เขื่อน” เป็นสัญลักษณ์ของการทำลาย ความหมายของเขื่อนจึงขึ้นอยู่กับการให้ความหมายที่แปรเปลี่ยนไปในบริบททางสังคม

งานศึกษาของ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ เรื่อง “Environmental Discourses in the Thai Media” ซึ่งว่าสื่อมวลชนได้กลายเป็นเวทีของการโต้เถียงของวาทกรรมสิ่งแวดล้อม เนื่องจากรัฐได้สร้างวาทกรรมการพัฒนา ส่วนกลุ่มที่เคลื่อนไหวทางด้านสิ่งแวดล้อมจากชนบท ได้สร้างวาทกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อตอบโต้กับวาทกรรมการพัฒนาของรัฐ ในเงื่อนไขที่บริบททางสังคมได้แปรเปลี่ยนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน รัฐได้สร้างวาทกรรมการอนุรักษ์ขึ้นมาจำนวนมาก เพื่อตอบโต้วาทกรรมต่อต้านการพัฒนาโดยรัฐ ทำให้วาทกรรมการอนุรักษ์ กลายเป็นวาทกรรมหลักที่ครอบงำสื่อมวลชน (Siriyuvasak 1994:27-37)

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์ (2534 และ 2536) วิเคราะห์ปัญหาสิ่งแวดล้อมจากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง บนสมมติฐานว่าสิ่งแวดล้อมนิยมเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงวิถีการผลิตและการบริโภค แต่ในการเสนอทางออกในการแก้ปัญหา กลับเสนอให้มีศีลธรรม ซึ่งเป็นข้อเสนอแบบ

ปรัชญาหลังวัตถุนิยม ที่ถูกวิพากษ์จากกลุ่มเศรษฐศาสตร์สีเขียวว่า ไม่สามารถแก้ปัญหาโครงสร้างที่ทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมในการเข้าถึงและการกระจายทรัพยากรได้จริง

1.4 กรอบคิดในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ให้ความสนใจกับกระบวนการสร้างภาพเพื่อบริหารความหมายสิ่งแวดล้อมนิยมในสังคมไทย โดยมีพื้นฐานความคิดว่า สิ่งแวดล้อมนิยมเป็นผลจากกระบวนการสร้างความหมายทางสังคม เพื่อสถาปนาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และสิ่งแวดล้อม อันเป็นการวางเงื่อนไขในทางปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมในระยะต่อมา สิ่งแวดล้อมนิยมจึงมิใช่ในทัศนที่หยุดนิ่งตายตัว แต่เป็นมโนทัศน์ที่เคลื่อนไหว เนื่องจากการปะทะกับมโนทัศน์อื่นๆ ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย จนสามารถสถาปนาความหมายเหนือมโนทัศน์อื่น และเข้าแทนที่หรือตีเกินมโนทัศน์อื่นๆ ในขณะเวลาหนึ่ง ทั้งนี้ ในขณะเวลาต่อมา มโนทัศน์อื่นก็จะเข้าท้าทายโต้แย้งและแย้งซึ่งความน่าเชื่อถือไป

งานวิจัยชิ้นนี้ อาศัยแนวคิดที่เกี่ยวข้อง 2 แนวคิด คือ หนึ่ง แนวคิดในเรื่องการเมืองของการสร้างภาพแทนความจริง เป็นแนวคิดหลัก และ สอง แนวคิดเรื่องความขัดแย้งในวิถีคิดเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยม เป็นแนวคิดรอง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีสมมติฐานว่า โฆษณาเป็นเครื่องมือทางอุดมการณ์ และกระบวนการนิยามความหมายสิ่งแวดล้อมนิยมในโฆษณา เป็นปฏิบัติการทางการเมือง (Political Act) หรือการกระทำต่อกลุ่มทางสังคมโดยใช้ภาษาและระบบสัญลักษณ์เป็นเครื่องมือ โดยผู้ใช้สัญลักษณ์รู้ถึงความหมาย และอำนาจในการสื่อความหมายของสัญลักษณ์ และเลือกที่จะใช้สัญลักษณ์เพื่อสร้างผลในการรับรู้ทางสังคม เพื่อหวังผลทางการเมืองจากการความรู้ทางสังคมในเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม ภาพที่ถูกสร้างขึ้นในโฆษณา จึงมิได้เป็นไปเพื่อสื่อความจริงที่ดำรงอยู่แล้วอย่างเปิดเผย แต่เป็นการสถาปนาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และธรรมชาติ เพื่อสร้างมโนทัศน์ชุดใหม่ อันจะนำไปสู่การวางเงื่อนไขในทางปฏิบัติต่อธรรมชาติ ผ่านกลไกรัฐ การจัดการ พฤติกรรม และชีวิตทางสังคมรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะในรูปแบบนโยบาย แผน กฎหมาย การรณรงค์ การศึกษา การสื่อสารมวลชน ฯลฯ กระบวนการสร้างภาพเพื่อบริหารความหมายสิ่งแวดล้อมนิยมในโฆษณา จึงเป็นเทคโนโลยีทางอำนาจ (Technology of Powers) เพื่อสถาปนาสัมพันธ์ภาพเชิงอำนาจในการจัดการทรัพยากร

วิทยานิพนธ์นี้ใช้แนวคิด 3 แนวคิด ได้แก่ การถอดรหัสของสัญลักษณ์ วาทกรรมวิเคราะห์ และวิถีคิดที่ขัดแย้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยม เพื่อตอบคำถามในการศึกษา โดยจะใช้แนวคิดการถอดรหัสของสัญลักษณ์ ซึ่งได้แก่การตีความหมายสัญลักษณ์ในโฆษณา เพื่อค้นหาความเป็นมาความคิดในกระบวนการนิยามความหมายสิ่งแวดล้อมนิยมในโฆษณา (Deconstructionist Approach) เพื่อตอบ

คำถามข้อที่หนึ่งในการวิจัยว่า โฆษณาสร้างภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความหมายในลักษณะใด จากนั้นจึงจะให้แนวคิดวาทกรรมวิเคราะห์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการนิยามความหมายสิ่งแวดล้อมนิยมในโฆษณา กับเงื่อนไขในบริบททางสังคมที่ทำให้เกิดกระบวนการสร้างความหมายในโฆษณา เพื่อตอบคำถามข้อที่สองว่า กระบวนการสร้างความหมายในโฆษณา ภายใต้บริบททางสังคมที่มีความขัดแย้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างหลากหลายนั้น เกิดขึ้นจากเงื่อนไขใด จากนั้นจึงให้แนวคิดวิธีคิดที่ขัดแย้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยม เพื่อตอบคำถามว่าความหมายของความคิดสิ่งแวดล้อมนิยมที่ถูกสร้างขึ้นในโฆษณา แสดงถึงวิธีคิดในเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยมที่แตกต่างจากแนวคิดสิ่งแวดล้อมนิยมแบบอื่นๆ อย่างไร

1.5 นิยามศัพท์ที่สำคัญ

ในวิทยานิพนธ์นี้ใช้คำศัพท์เชิงทฤษฎีจำนวนหนึ่งบ่อยครั้ง ซึ่งอาจจะคล้ายคลึงหรือแตกต่างจากการใช้คำศัพท์เหล่านี้ในงานศึกษาอื่นๆ จึงรวบรวมคำศัพท์ต่างๆ ที่มีการใช้บ่อย และให้ความหมายไว้ในที่เดียวกัน เพื่อความสะดวกในการทำความเข้าใจความหมาย ดังนี้

วาทกรรม เป็นปฏิบัติการของการนิยามความหมายให้แก่สิ่งต่างๆ ในสังคม ซึ่งมีใช่เป็นแค่การให้ความหมายธรรมดาๆ เพื่อสื่อความเข้าใจถึงสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่เองตามธรรมชาติ ให้คนในสังคมได้เข้าใจตรงกัน แต่เป็นการสื่อความหมาย โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ซึ่งเป็นการกำหนดความสัมพันธ์ทางสังคมตามความประสงค์ของผู้นิยามความหมาย โดยอาศัยกลไกต่างๆ หลายรูปแบบ เพื่อให้สิ่งที่ถูกนิยามความหมายกลายเป็นความรู้ ความจริง และความชอบธรรม ที่ดำรงคงอยู่และเป็นที่ยอมรับของสังคมวงกว้าง

ลัทธิบูชาสินค้า (Commodity Fetishism) ตั้งอยู่บนพื้นฐานของแนวคิด Fetishism ซึ่งเป็นความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งของ คติความเชื่อ และความสัมพันธ์ทางสังคม ที่บิดเบือนไปจากความสัมพันธ์ที่เป็นจริงจนกลายเป็นมายาคติ เช่น การมองมนุษย์เป็นแค่แรงงานที่เป็นปัจจัยการผลิตของระบบทุน ทั้งที่มนุษย์มีคุณค่าเท่าเทียมกันและมีพลังสร้างสรรค์ ลัทธิบูชาสินค้าจึงเป็นความเข้าใจว่า สินค้าเป็นสิ่งที่มืออยู่เองโดยธรรมชาติ เปรียบเสมือนสิ่งมีชีวิตไม่แตกต่างจากมนุษย์ ทั้งที่สินค้าเป็นเพียงสิ่งของที่เกิดจากการผลิตของมนุษย์ เพื่อตอบสนองความจำเป็นในการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันเป็นสังคม ความเข้าใจที่บิดเบือนว่าสินค้ามีชีวิตของมันเอง และมองว่าให้สินค้าเป็นตัวบงการกระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มพูนกำไรอย่างไม่สิ้นสุด ทำให้สินค้ากลายเป็นเครื่องชีวิตตัดสินคุณค่าความเป็นคน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ทำให้สังคมตกอยู่ในภาวะคับข้องและแปลกแยกขัดแย้งในตัวเองอย่างลึกซึ้ง

ทุนทางสังคม เป็นผลของกระบวนการสร้างสรรค์ทางสังคม เพื่อสร้างผลผลิตที่มีมนุษย์ร่วมกันเป็นเจ้าของ อันจะนำไปสู่หลักประกันให้แก่ความมั่นคงของการดำรงอยู่ร่วมกันเป็นสังคมของมนุษย์ โดยการสร้างความรู้ กฎเกณฑ์ และองค์กรขึ้นมา เพื่อจัดความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ และความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ ส่วนทุนทางวัฒนธรรม เป็นแง่มุมด้านคุณค่าและอุดมการณ์ของทุนทางสังคม เช่น อุดมการณ์แห่งความอุดมสมบูรณ์ในสังคมเกษตรกรรม ความคิดในเรื่องจริยธรรมแห่งการยังชีพ หลักการตอบแทนกัน หลักการใช้ประโยชน์ร่วมกัน อุดมการณ์ในเรื่องบุญในพุทธศาสนา ความคิดในเรื่องความเป็นธรรมทางสังคม ความคิดแบบมนุษยธรรมเสรี เป็นต้น

1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้เกิดความเข้าใจว่า สิ่งแวดล้อมนิยมเป็นมโนทัศน์ที่มีความซับซ้อนและเคลื่อนไหว เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการสร้างความหมายทางสังคม อันนำไปสู่การสถาปนาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม และความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ในลักษณะต่างๆ

1.5.2 ทำให้เกิดความเข้าใจว่า กระบวนการนิยามความหมายสิ่งแวดล้อมนิยมในโฆษณาเป็นผลมาจากความขัดแย้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยมที่มีอยู่ในบริบททางสังคม

1.5.3 ทำให้เข้าใจว่า การนิยามความหมายสิ่งแวดล้อมนิยมอย่างหลากหลาย เป็นความพยายามในการกำหนดสิทธิในการจัดการทรัพยากร เพื่อปรับความสัมพันธ์เชิงอำนาจในการเข้าถึงและใช้ทรัพยากร

1.7 ขอบเขตและวิธีการศึกษา

1.7.1 พื้นที่ศึกษา ได้แก่

หนึ่ง โฆษณาโทรทัศน์ที่อ้างถึงการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลิตโดยหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบด้านพลังงาน ได้แก่ สำนักงานนโยบายพลังงานแห่งชาติ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย สำนักงานจัดการด้านการใช้ไฟฟ้า ทั้งนี้ เพื่อศึกษาว่า หน่วยงานของรัฐใช้โฆษณาเป็นเครื่องมือสร้างความหมายทางอุดมการณ์อย่างไร

สอง บริบททางสังคม เป็นเงื่อนไขที่กำหนดกระบวนการสร้างภาพในโฆษณา ทั้งนี้ จะศึกษาทั้งบริบททางสังคมที่ปรากฏในสื่อมวลชนและในขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม

สาม ความคิดเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยามที่แตกต่างกันในสังคม ทั้งนี้เพื่อค้นหารูปแบบของความคิดสิ่งแวดล้อมนิยามที่มีอยู่ในสังคมไทย

1.7.2 หน่วยในการวิเคราะห์

การศึกษานี้ เป็นการศึกษากระบวนการนิยามความหมายแก่สิ่งแวดล้อมนิยาม เพื่อช่วงชิงอำนาจในการควบคุมทรัพยากร ดังนั้นหน่วยการวิเคราะห์ จึงได้แก่

หนึ่ง ความหมายในโฆษณา ประกอบด้วยวิธีคิดเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมนิยามของรัฐ และข้อโต้แย้งวิธีคิดของรัฐโดยกลุ่มต่างๆ ในสังคม

สอง บริบททางสังคมในเรื่องความขัดแย้งของสิ่งแวดล้อมนิยาม ได้แก่ ความเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างอำนาจในการจัดการทรัพยากร ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิทธิในการใช้ทรัพยากรของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคม ในระยะเวลาต่างๆ

สาม ความคิดในเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยามของกลุ่มต่างๆ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 3 ประการ คือ หนึ่ง เนื้อหาของอุดมการณ์ สอง การให้คุณค่าแก่สิ่งแวดล้อม สาม การสถาปนาความสัมพันธ์ระหว่างคนกลุ่มต่างๆ ในเรื่องสิทธิเหนือทรัพยากร

1.7.3 วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ

ระดับแรก การถอดความหมายของสัญญาะ สำหรับข้อมูลประเภทโฆษณาโทรทัศน์ เพื่อทำความเข้าใจถึงความหมายของสิ่งแวดล้อมนิยามที่ถูกสร้างขึ้นในโฆษณา ว่ามีความแตกต่างจากสิ่งแวดล้อมนิยามที่แสดงออกในบริบททางสังคมอย่างไร

ระดับที่สอง การวิเคราะห์ความขัดแย้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยาม สำหรับข้อมูลบริบททางสังคมที่มีการแสดงออกของสิ่งแวดล้อมนิยามอย่างหลากหลาย โดยจะวิเคราะห์ว่า มีการโต้แย้งในประเด็นต่างๆ ในสื่อและในขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมอย่างไร

1.7.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะวิเคราะห์ความหมายที่ถูกสร้างขึ้นในโฆษณา โดยวิธีการถอดรหัสสัญญาะ เพื่อทำความเข้าใจว่าโฆษณาส่งความหมายสิ่งแวดล้อมนิยามอย่างไร และความหมายสิ่งแวดล้อมนิยามในโฆษณาคืออย่างไร จากนั้นจะวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างความหมายของสิ่งแวดล้อมนิยามในโฆษณากับความขัดแย้งทางความคิดเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยามในบริบททางสังคม เพื่อทำความเข้าใจว่าโฆษณาส่งความหมายสิ่งแวดล้อมนิยามในเงื่อนไขใด จากนั้น จึงวิเคราะห์ความขัด

แย่งระหว่างวิธีคิดที่นำเสนอสิ่งแวดล่อมนิยมในโฆษณา กับสิ่งแวดล่อมนิยมในสื่ออื่นๆ เพื่อทำ
ความเข้าใจถึงแรงจูงใจในการผลิตความหมายในโฆษณา

1.8 ระยะเวลาในการศึกษา

มิถุนายน 2540 - กันยายน 2541	ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง
ตุลาคม 2540 - กุมภาพันธ์ 2541	เขียนและสอบโครงร่างวิทยานิพนธ์
มีนาคม 2541 - ธันวาคม 2541	เก็บรวบรวมข้อมูลและประเมินผล
มกราคม 2542 - มกราคม 2543	วิเคราะห์ผลการศึกษาและเขียนรายงาน
กุมภาพันธ์ 2543	ส่งรายงาน

1.9 การนำเสนอเนื้อหาวิทยานิพนธ์

บทที่ 1 เป็นบทนำที่กล่าวถึงปัญหาและความสำคัญของประเด็นปัญหาในการศึกษา เพื่อ
ศึกษาว่าในบริบททางสังคมซึ่งรัฐได้ขยายอำนาจรัฐเพื่อนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ในกระบวนการ
การผลิตไฟฟ้าเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดความขัดแย้งในการเข้าถึงทรัพยากรระหว่างกลุ่มต่างๆ ในสังคม
อย่างไร ความขัดแย้งในการเข้าถึงทรัพยากรดังกล่าว ทำให้คนกลุ่มต่างๆ ในสังคมนิยามความ
หมายเกี่ยวกับสิ่งแวดล่อมอย่างไร โดยศึกษาผ่านกระบวนการนิยามความหมายสิ่งแวดล่อมนิยม
ในโฆษณาเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล่อมของรัฐ ซึ่งเป็นการสร้างความจริงเกี่ยวกับทิศทางการจัดการ
สิ่งแวดล่อมในวัฒนธรรมมหาชน รวมทั้งศึกษาว่าแนวคิดที่ถูกสร้างขึ้นในโฆษณา แตกต่างจาก
แนวคิดสิ่งแวดล่อมนิยมอื่นๆ ในบริบททางสังคมอย่างไร จากนั้นได้ระบุวัตถุประสงค์ในการศึกษา
และทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องใน 2 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดเรื่องการเมืองเรื่องการสร้าง
ภาพแทนความจริง และแนวคิดเรื่องความขัดแย้งในเรื่องสิ่งแวดล่อมนิยม จากนั้นจึงได้นำมาเชื่อมโยง
เป็นกรอบความคิดในการวิจัย ซึ่งให้น้ำหนักแก่แนวคิดเรื่องการเมืองเรื่องการสร้างภาพแทน
ความจริงเป็นหลัก และแนวคิดเรื่องความขัดแย้งในเรื่องสิ่งแวดล่อมนิยมเป็นแนวคิดรอง เพื่อใช้ในการ
การวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมายสิ่งแวดล่อมนิยมในโฆษณาเพื่อการอนุรักษ์ของรัฐ

บทที่ 2 ศึกษาพัฒนาการความคิดของสิ่งแวดล่อมนิยมในสังคมไทย เพื่อแสดงถึงเงื่อนไข
ที่ทำให้เกิดความแตกต่างของมโนทัศน์เรื่องสิ่งแวดล่อมนิยมในสังคมไทยในช่วงเวลาต่างๆ และนัย
ความแตกต่างระหว่างสิ่งแวดล่อมนิยมแบบต่างๆ โดยทำการจำแนกจุดเปลี่ยนของพัฒนาการทาง
ความคิดสิ่งแวดล่อมนิยมใน 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่หนึ่ง เป็นการวิเคราะห์ถึงสิ่งแวดล่อมนิยมที่มี

อยู่เดิมในสังคมไทย จนถึงยุคของการปรับคำอธิบายสิ่งแวดล้อมจากหลักความเชื่อที่อิงอยู่กับหลัก จารีตประเพณี มาสู่คำอธิบายสิ่งแวดล้อมจากหลักการเชิงวิทยาศาสตร์ ระยะที่สอง เป็นการ วิเคราะห์ถึงสิ่งแวดล้อมนิยมที่มีอยู่ ในยุคของการปรับคำอธิบายสิ่งแวดล้อมนิยมบนหลักการเชิง วิทยาศาสตร์มาใช้สร้างประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ ระยะที่สาม เป็นการวิเคราะห์ถึงสิ่งแวดล้อมนิยมที่ มีอยู่ในยุคของการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งมีการปะทะระหว่างสิ่งแวดล้อมนิยมบนหลักการเชิง วิทยาศาสตร์ กับสิ่งแวดล้อมนิยมบนหลักจารีตประเพณี

บทที่ 3 ศึกษากระบวนการนิยามความหมายวาทกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในบริบท ของการเร่งรัดพัฒนาไฟฟ้า ซึ่งรัฐได้รวมศูนย์การจัดการทรัพยากรดิน น้ำ ป่า เพื่อให้ในกระบวนการ ผลิตไฟฟ้า ตอบสนองความเติบโตของภาคเมือง ทำให้ชุมชนท้องถิ่นถูกริดลอนสิทธิในการใช้ ทรัพยากรที่มีอยู่เดิม และทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมไปอย่างรวดเร็ว เมื่อสังคมไทยรับอิทธิพล ความคิดในเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยมจากตะวันตกเข้ามา พร้อมกับกระแสความคิดเรื่องการพัฒนาที่ ยั่งยืน จึงส่งผลให้กระบวนการผลิตไฟฟ้าถูกตั้งคำถามจากกลุ่มต่างๆ ในสังคมอย่างหลากหลาย ทั้งในแง่ของผลกระทบทางด้านนิเวศ ความไม่เป็นธรรมทางสังคม และการทำลายความมั่นคงทาง ด้านสังคม ผลจากการตั้งคำถามของสังคมจากมุมมองต่างๆ ทำให้รัฐปรับตัวสร้างวาทกรรมการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในหลายลักษณะ เพื่อสร้างความเข้าใจแก่สาธารณชนว่า การผลิตไฟฟ้าและ การใช้ทรัพยากรในเชิงเศรษฐกิจ สามารถดำเนินควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างไม่ขัด แย้งกันเอง

บทที่ 4 ในบทนี้ จะเป็นการศึกษามายาคติของกระบวนการทำให้เป็นสินค้าในโฆษณา เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อทำความเข้าใจถึงแนวคิดสิ่งแวดล้อมนิยมของรัฐ ซึ่งกระทำผ่าน 3 กระบวนการ ได้แก่ หนึ่ง กระบวนการทำให้ธรรมชาติเป็นสินค้า ซึ่งเป็นการนิยามความหมายธรรม ชาติเป็นทุนทางเศรษฐกิจ สอง กระบวนการทำให้เทคโนโลยีเป็นสินค้า ซึ่งเป็นการนิยามเงื่อนไขใน การใช้ทรัพยากร สาม กระบวนการทำให้คุณค่าทางสังคมเป็นสินค้า ซึ่งเป็นการสร้างความชอบ ธรรมให้แก่การใช้ทรัพยากรในเชิงเศรษฐกิจอย่างประหยัด การศึกษาพบว่า โฆษณาได้สร้างความ เข้าใจที่เป็นมายาคติว่า เนื่องจากความพยายามของรัฐในการแปรอุดมการณ์สิ่งแวดล้อมนิยมให้ เป็นสินค้า ทำให้ธรรมชาติซึ่งเป็นตัวแทนของความสัมพันธ์ทางสังคมอันหลากหลาย กลายเป็น วัตถุที่มีความหมายเชิงเดียว นอกจากนี้ กระบวนการดังกล่าวยังเป็นมายาคติ เนื่องจากทำให้รัฐมี อำนาจในการกำหนดความจริงเกี่ยวกับการจัดการสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ ลดทอนพลังทางสังคมให้ กลายเป็นเพียงผู้บริโภคที่ไร้อำนาจ ซึ่งตกอยู่ภายใต้การชี้นำกำกับโดยรัฐ

บทที่ 5 ในบทนี้ จะเป็นการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น จากการสร้างความชอบธรรมให้แก่ การกีดกันส่วนรวมจากการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยจะวิเคราะห์ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น จากการที่รัฐได้นำเอาแนวคิดคุณธรรมเชิงเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นการให้เหตุผลทางการเมืองในโฆษณา มาสร้างความชอบธรรมให้แก่การเข้าถึงทรัพยากรของรัฐและทุนในกระบวนการผลิตไฟฟ้า ซึ่งทำให้รัฐสามารถใช้อำนาจรัฐเข้าถึงทรัพยากรในท้องถิ่นได้มากขึ้น ขณะเดียวกัน ก็ทำให้รัฐสามารถกีดกันคนกลุ่มอื่นๆ ในสังคมจากการเข้าถึงทรัพยากรได้ด้วย แนวคิดดังกล่าวจึงก่อให้เกิดความขัดแย้งในการจัดการทรัพยากรมากขึ้น ดังปรากฏในรูปแบบต่างๆ เช่น ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อช่วงชิงความหมายของธรรมชาติ ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อต่อต้านการกีดกันการมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตไฟฟ้า และขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อช่วงชิงพื้นที่สาธารณะ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงวิถีคิดในเรื่องสิ่งแวดล้อมนิยมที่หลากหลายและเคลื่อนไหวในสังคม

บทที่ 6 สรุปผลการศึกษา เป็นการสรุปผลการศึกษาใน 3 ประเด็น ได้แก่ ข้อค้นพบของการศึกษา การโต้แย้งทางทฤษฎี และข้อเสนอแนะต่อการพัฒนา