

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และการสำรวจเอกสาร

แนวคิด ทฤษฎี

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการทางสัญวิทยา เป็นเครื่องมือในการตีความหมายของตัวบทประเภทโฆษณาหาเสียง ซึ่งเป็นสื่อทางการเมืองชนิดหนึ่ง เพื่อวิเคราะห์ความหมายของหน่วยการสื่อสารที่เล็กที่สุดที่เรียกว่า “สัญญาณ” วิธีการทางสัญวิทยา เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้วิเคราะห์สามารถเข้าถึงความหมายในระดับลึกที่สุด ที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ด้วยการอ่านแบบธรรมดา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอทบทวนแนวคิดเรื่องสัญญาณและระบบความหมาย รวมทั้งหน้าที่ของความหมายในการถ่ายทอดอุดมการณ์หรือมายาคติ ดังต่อไปนี้

1. สัญญาณ (Signs)

การศึกษาเรื่องสัญญาณและระบบความหมาย มีจุดเริ่มต้นมาจากนักวิชาการคนสำคัญ 2 คน คือ Ferdinand De Saussure นักภาษาศาสตร์โครงสร้างชาวสวิส และ Charles Sanders Peirce นักปรัชญาชาวอเมริกัน ซึ่งทั้งสองได้ชื่อว่าเป็นผู้บุกเบิกศาสตร์ใหม่ที่เรียกว่าสัญวิทยา¹ หรือสัญศาสตร์ (semiology or semiotics)

ทั้ง Saussure และ Peirce เสนอว่าหน่วยที่เล็กที่สุดของภาษาหรือการสื่อสารก็คือ “สัญญาณ” (signs) โดย Saussure เสนอว่าสัญญาณหนึ่งๆ นั้น ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ “รูปลักษณ์” (signifier หรือ sound image) ซึ่งหมายถึงสิ่งที่แทนสิ่งใดสิ่งหนึ่งและ “ความหมายสัญญาณ” (signified หรือ concept) คือความคิดที่หมายถึงสิ่งนั้นๆ ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างรูปลักษณ์ และความหมายสัญญาณนั้นเป็นความหมายที่คนกำหนดขึ้น (arbitrary) เช่น

¹เนื่องจากคำว่า semiotics และ semiology มีความหมายที่ใกล้เคียงกันมาก โดยคำว่า semiology เป็นคำที่ Ferdinand De Saussure นักภาษาศาสตร์ ชาวสวิส บัญญัติขึ้น ส่วนคำว่า semiotics เป็นคำของ Charles Sanders Peirce นักคิดและนักปรัชญาชาวอเมริกัน ที่เป็นผู้บุกเบิกแนวคิดเรื่องสัญญาณ และให้ความหมายไว้คล้ายๆ กัน ดังนั้น จึงนักวิชาการจึงมักใช้ทั้งสองคำนี้สลับกันในความหมายเดียวกันได้ อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะใช้คำว่า semiotics หรือ สัญวิทยาในภาษาไทย ตลอดทั้งเล่ม

คำว่า “ม้า” ประกอบด้วย “รูปสัญลักษณ์” หรือ signifier คือตัวอักษร สระ และวรรณยุกต์ ที่ประกอบเข้าด้วยกันตามกฎโครงสร้างชุดหนึ่ง และ “ความหมายสัญลักษณ์” ก็หมายถึงความคิดที่สื่อถึง “สิ่งมีชีวิตประเภทสัตว์สี่ขาชนิดหนึ่งที่วิ่งเร็วและแข็งแรง” จะเห็นว่ารูปสัญลักษณ์ของคำว่า “ม้า” ที่ประกอบด้วยอักษร “ม” สระ “า” และวรรณยุกต์ “โท” ในภาษาไทยนั้นๆ เกิดจากรหัสหรือกฎเกณฑ์ทางภาษาที่มนุษย์สร้างขึ้น และได้มีความเหมือนหรือรูปร่างลักษณะที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกับ สัตว์สี่ขาชนิดหนึ่งที่วิ่งเร็วที่เราเรียกว่า “ม้า” แต่อย่างไรก็ตาม

ส่วน Peirce นั้น มีแนวคิดใกล้เคียงกันกับ Saussure โดยอธิบายความหมายของ “สัญลักษณ์” ว่าเป็น สิ่งที่มีความหมายบางอย่างสำหรับคนๆ หนึ่ง ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง (sign is something which stands to somebody for something in some respect or capacity) (Berger, 1991, p. 4) ดังนั้น ในทัศนะของ Peirce ทุกสิ่งทุกอย่างจึงเป็น “สัญลักษณ์” ครอบคลุมถึงการให้ความหมายกับสิ่งนั้น สัญลักษณ์จึงมีอยู่มากมายหลายลักษณะ เช่น สัญลักษณ์ประเภทข้อความหรือคำพูด (words) ภาพ (images) กลิ่น รสชาติ การกระทำ หรือ วัตถุ อย่างไรก็ตาม Peirce แบ่งสัญลักษณ์ออกเป็น 3 ลักษณะคือ

รูปสัญลักษณ์ที่เป็นภาพจำลอง (icon) หมายถึงรูปสัญลักษณ์ที่มีรูปร่างหน้าตาคล้ายหรือเหมือนกับวัตถุที่มีจริงอย่างมากที่สุด (resemblance) เช่น ภาพของบุคคล รูปปั้นของบุคคล เมื่อเห็นก็ “ถอดรหัส” หรือเข้าใจความหมายได้ทันที เช่นภาพถ่ายของผู้สมัครตำแหน่งทางการเมือง หรือแผนที่ ก็ถือเป็นสัญลักษณ์ประเภทภาพจำลอง เช่นกัน

รูปสัญลักษณ์ที่เป็นดัชนี (index) หมายถึง สิ่งที่มีความเกี่ยวโยงกันโดยตรงหรือมีความเชื่อมโยงกันอยู่บ้างกับวัตถุที่มีอยู่จริง เช่น ค้อนไฟ เป็นรูปสัญลักษณ์แบบดัชนีของการจุดไฟ เทอร์โมมิเตอร์ เป็นรูปสัญลักษณ์ที่เป็นดัชนีของการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิ เมื่อเราเห็นก็พอที่จะมองความหมายออก การถอดรหัสดัชนี จึงใช้การคิดหาเหตุผลเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างดัชนี กับวัตถุ ตัวอย่างเช่น ภาพของหอยไอเฟล เป็นดัชนีที่เชื่อมโยงกับเมืองปารีส หรือประเทศฝรั่งเศส

รูปสัญลักษณ์ที่เป็นสัญลักษณ์ (symbols) หมายถึงสัญลักษณ์ที่ไม่มีความเกี่ยวพันอันใดระหว่างตัวสัญลักษณ์กับวัตถุที่มีอยู่จริง หากแต่เป็นความเกี่ยวพันที่เกิดขึ้นจากการตกลงร่วมกัน (convention) ระหว่างผู้ใช้ เช่น ในคำในภาษา หรือตัวเลข เป็นสิ่งที่ไม่ได้มีรูปร่างหน้าตาคล้ายสิ่งที่มีอยู่จริงดังในกรณีของสัญลักษณ์ที่เป็นภาพจำลอง หรือมีความเกี่ยวโยงสัมพันธ์ใดๆ กับวัตถุหรือสิ่งที่มีอยู่จริงดังในกรณีของดัชนี แต่ การที่จะเข้าใจหรือถอดรหัสความหมายของรูปสัญลักษณ์ประเภทสัญลักษณ์ได้ จำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้ของผู้ใช้สัญลักษณ์ประเภทนี้เท่านั้น (กาญจนา แก้วเทพ,

2543, น. 21) ตัวอย่างเช่น ดาวเดวิด หมายถึงชนชาติยิว หรือเครื่องหมายสวัสดิกะ หมายถึง พรรคนาซี หรือพวกสัญลักษณ์ป้ายจราจรต่างๆ ก็เป็นรูปสัญลักษณ์นี้ด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้แนวคิดทฤษฎีสัญลักษณ์ของ Saussure เป็นหลัก เนื่องจากเป็นรากฐานของแนวคิดเรื่องมายาคติของ Barthes ซึ่งเป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่การวิจัยนี้ ใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์

ในดับทประเภทโฆษณาทั้งโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสิ่งพิมพ์นั้น ประกอบไปด้วยองค์ประกอบทางด้านภาพ คำพูด ข้อความ และเสียงเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ในการวิเคราะห์ความหมายดับทประเภทนี้ จึงเกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

ก. สัญลักษณ์ประเภทภาษาหรือคำพูด (linguistic signs) ได้แก่ ประโยคหรือข้อความ คำพูด ทั้งที่เป็นการเขียน และที่เป็นเสียงพูด รวมทั้งเสียงเพลงหรือดนตรี ในดับทประเภทโฆษณา ตัวอย่างของสัญลักษณ์ประเภทภาษาได้แก่ พาดหัว สโลแกน คำขวัญ ข้อความท้าย (endline) เพลง ประกอบ

ข. สัญลักษณ์ประเภทภาพ (visual signs) หมายถึง สัญลักษณ์ที่มีใช้เป็นภาษา (non-linguistic) ได้แก่ ภาพถ่าย ภาพวาด การจัดองค์ประกอบของภาพ การใช้สี แสง

2. การวิเคราะห์ระบบความหมาย (signification)

เมื่อนักสัญวิทยาแยกแยะสัญลักษณ์ต่างๆ ในดับทแล้ว ลำดับต่อไป คือการ วิเคราะห์ ความหมายของสัญลักษณ์เหล่านั้น โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์ว่าประกอบกันขึ้นเป็น โครงสร้างภายใต้กฎเกณฑ์หรือรหัสใด และเนื่องจากการให้ความหมายของสัญลักษณ์เป็น ความหมายที่มนุษย์เป็นผู้กำหนดขึ้นเอง (arbitrary) ดังนั้น ความหมายจึงมีได้หลายระดับตามการ ตีความของบุคคล และตามข้อตกลงหรือกฎเกณฑ์ใดๆ ที่สังคมรับรู้ร่วมกัน ดังต่อไปนี้

2.1 ระดับของความหมาย (order of signification)

Saussure (cited in Bignell, 1997) กล่าวว่า สัญลักษณ์ใดๆ นั้น มีความหมายอยู่ สองระดับคือ ระดับความหมายโดยตรง (denotative meaning) และระดับความหมายโดยนัย (connotative meaning)

2.1.1 ความหมายโดยตรง (denotative meaning) หมายถึงความหมายที่เข้าใจ กันตามตัวอักษรเป็นความหมายที่เข้าใจตรงกันโดยส่วนใหญ่ ตัวอย่างที่ชัดเจนคือความหมายที่ ระบุอยู่ในพจนานุกรม เช่นแม่ หมายถึง สตรีผู้ให้กำเนิดลูก เป็นต้น หรืออีกตัวอย่างหนึ่งคือ จาก ข้อความที่ว่า “นายกรัฐมนตรีคนนี้เป็นนักเรียนนอก” ความหมายโดยตรง ซึ่งเป็นความหมายใน

ระดับที่หนึ่งก็คือ นายกรัฐมนตรีคนนี้ สำเร็จการศึกษาจากสถาบันการศึกษาในต่างประเทศ

2.1.2 ความหมายโดยนัย (connotative meaning) หมายถึง ความหมายทางอ้อมที่เกิดจากข้อตกลงของกลุ่ม หรือเกิดจากประสบการณ์เฉพาะของบุคคล เช่น เวลาพูดถึง “แม่” บางคนอาจจะนึกถึงความอบอุ่น บางคนนึกถึงความเข้มงวด บางคนนึกถึงประสบการณ์อันขมขื่นเพราะเคยถูกแม่ทิ้งไป ระดับความหมายโดยนัย เป็นความหมายที่สะท้อนคุณค่า ที่ผูกติดอยู่กับ สัญลักษณ์นั้นเช่น ข้อความที่ว่า “นายกรัฐมนตรีคนนี้ เป็นนักเรียนนอก” ความหมายระดับโดยนัย ซึ่งเป็นความหมายในระดับที่สองก็คือ “นายกรัฐมนตรีคนนี้ เป็นคนเก่ง มีความสามารถพูดภาษาอังกฤษได้ดี”

2.2 วิธีการวิเคราะห์ความหมาย

ในการวิเคราะห์ความหมายของสัญลักษณ์ทั้งระดับความหมายโดยตรง และ ความหมายโดยนัย นักสัญวิทยาใช้วิธีการวิเคราะห์ 2 วิธีการดังนี้

2.2.1 การวิเคราะห์เชิงโครงสร้างไวยากรณ์ (syntagmatic analysis)

การวิเคราะห์แบบนี้ เป็นการวิเคราะห์โครงสร้างและความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของโครงสร้างในตัวเอง ซึ่งก็ได้แก่สัญลักษณ์ต่างๆ ในตัวเอง การวิเคราะห์แบ่งเป็น 2 วิธีการหลักคือ (Chandler, www.aber.ac.uk/media/Documents/S4B/semiotics.html, 6 มิถุนายน 2548)

2.2.1.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสัญลักษณ์ตามลำดับเวลาการเกิดเหตุการณ์ (chain of events) หรือที่เรียกในภาษาอังกฤษว่า “sequential syntagmatic relationship” เป็นการวิเคราะห์ว่าการเล่าเรื่องเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่างๆ มีลำดับการเกิดอย่างไร (Berger, 1991, p. 13) เป็นการวิเคราะห์ที่เน้นลำดับขั้น หรือช่วงระยะเวลาของการเกิดเหตุการณ์ เช่นในการวิเคราะห์ตัวบทประเภทยกยอหรือรายการโทรทัศน์ จะวิเคราะห์ว่า ภาพฉาก หรือลำดับเหตุการณ์มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างไร

2.2.1.2 วิธีที่สองคือการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสัญลักษณ์ต่างๆ ในเชิงพื้นที่ (spatial syntagmatic relationship) ส่วนมากใช้ในการวิเคราะห์ตัวบทประเภทยกยอ โดยวิเคราะห์โครงสร้างการจัดวางพื้นที่ ระยะห่าง ตำแหน่ง ของสัญลักษณ์ประเภทภาพวาด ภาพถ่าย เช่น อยู่บน-ล่าง ด้านหน้า-ด้านหลัง ซ้าย-ขวา ใกล้-ไกล ใน-นอก ตะวันออก-ตะวันตก เป็นต้น ซึ่งการวิเคราะห์การจัดวางสัญลักษณ์ จะทำให้ทราบความหมายที่อยู่ลึกลงไปในตัวบทนั้นได้ ในการนำหลักการวิเคราะห์ดังกล่าวไปวิเคราะห์ชิ้นงานโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ โดยวิเคราะห์ในด้านการจัดวางตำแหน่งของข้อความ ภาพ และสัญลักษณ์ต่างๆ ในโฆษณา ตัวอย่างเช่น โฆษณาสิ่งพิมพ์ที่มีการจัดวางภาพของผู้แสดงแบบที่เป็นสตรี ให้อยู่ในตำแหน่งที่ต่ำกว่าผู้แสดงแบบที่เป็นเพศชาย

สื่อความหมายถึงการกดขี่และความไม่เสมอภาคทางเพศ หรืออีกตัวอย่างหนึ่งคือ ในตัวบทประเภทภาพที่แสดงการจัดวางสัญลักษณ์ในแนวตั้ง สัญลักษณ์ที่อยู่ข้างบน จะสื่อความหมายของความ เป็น “อุดมคติ” ในขณะที่สัญลักษณ์ที่อยู่ด้านล่าง จะสื่อความหมายของความ “สมจริง”

2.2.2 การวิเคราะห์เชิงคติทัศน์ (paradigmatic analysis) ในขณะที่การวิเคราะห์เชิงโครงสร้างไวยากรณ์ เป็นการวิเคราะห์ โครงสร้างและความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของโครงสร้างในระดับพื้นผิวภายนอก (surface structure) ของตัวบท แต่การวิเคราะห์เชิงคติทัศน์ จะเป็นการวิเคราะห์ลึกลงไปถึงคติทัศน์ (paradigm) ที่ซ่อนอยู่ภายใต้ เนื้อหาที่แสดงออกให้เห็นชัดเจนของตัวบท ผู้วิเคราะห์จะมุ่งแสวงหาสิ่งที่ขาดหายไป (the absences) เพื่ออธิบายว่า เพราะเหตุใดรูปสัญลักษณ์ตัวใดตัวหนึ่งจึงถูกใช้ในการสื่อความหมาย แทนที่จะเป็นรูปสัญลักษณ์อีกตัวหนึ่ง ประโยชน์ของการวิเคราะห์ลักษณะนี้ ก็คือ ทำให้ทราบว่า การที่รูปสัญลักษณ์รูปหนึ่งถูกใช้หรือไม่ถูกใช้ เป็นไปเพื่อสนองผลประโยชน์ของผู้ใด ทั้งนี้ การวิเคราะห์ดังกล่าว มีรากฐานมาจากตรรกะที่ว่า ความหมายของสัญลักษณ์ เกิดขึ้นได้ จากสิ่งที่ไม่ใช่ตัวมันนั่นเอง (Signs take values within the linguistic system from what they are not.) เช่น สีดำ มีความหมายเป็นสีดำ ก็เพราะว่า มีสีขาว หรือความยากจน มีความหมายเช่นนั้น เพราะมีคำว่า ความร่ำรวย

การวิเคราะห์เชิงคติทัศน์ จึงเป็นการค้นหาความหมายโดยตรง และความหมายโดยนัย ของรูปสัญลักษณ์แต่ละตัว ผ่านการเลือกรูปสัญลักษณ์หนึ่งแทนที่จะเป็นอีกรูปสัญลักษณ์หนึ่ง และการค้นหาคติทัศน์ ที่เป็นรากของความคิดที่ซ่อนอยู่ภายใต้การเลือกรูปสัญลักษณ์นั้น โดยใช้การเปรียบเทียบรูปสัญลักษณ์ที่ใช้ในตัวบทกับรูปสัญลักษณ์ที่ไม่ได้ถูกนำมาใช้ ซึ่งในการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิเคราะห์อาจใช้วิธีการที่เรียกว่าการทดสอบด้วยการทดสอบการทดแทนความหมาย หรือ “commutation test” หมายถึงการแทนที่รูปสัญลักษณ์ในตัวบทด้วยอีกรูปสัญลักษณ์หนึ่ง เพื่อดูว่าการแทนที่นั้น จะมีผลทำให้ความหมายเปลี่ยนไปหรือไม่ ทั้งนี้ โดยส่วนใหญ่แล้ว มักจะใช้การแทนที่ด้วยคู่ตรงข้าม (binary oppositions) เช่น การแทนที่รูปสัญลักษณ์ภาพระยะใกล้ (close up) ด้วย ภาพระยะไกล (long shot) เพื่อดูว่าความหมายของภาพในโฆษณาจะเปลี่ยนไปหรือไม่ เช่น ภาพระยะใกล้ของใบหน้าตัวแสดง จะสื่อความรู้สึกใกล้ชิดและเป็นเสมือนพวกเดียวกัน ในขณะที่ ภาพระยะไกล จะสื่อความห่างเหิน หรือการแทนที่ตัวแสดงเพศชาย ด้วยตัวแสดงเพศหญิง หากความหมายของภาพนั้นเปลี่ยนไป เช่นในภาพโฆษณาเครื่องครัว หากแทนที่ภาพผู้หญิงที่กำลังทำอาหาร เป็นเพศชาย แล้วความหมายของภาพนั้นเปลี่ยนไป แสดงว่าภาพนั้น มีความหมายที่สื่อถึงมายาคติและอุดมการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเพศสภาพ เช่น อุดมการณ์มิถิลาธิปไตย เป็นต้น

วิธีการวิเคราะห์ความหมายของสัญลักษณ์ใน 2 ระดับที่กล่าวมาข้างต้น จึงเป็นวิธีการในการเข้าสู่ประเด็นปัญหา เพื่อค้นหาความหมายในระดับต่างๆ ไม่ว่าจะในระดับที่หนึ่ง ระดับที่สอง และระดับที่สามหรือมายาคติ ของสัญลักษณ์ต่างๆ ในตัวบทประเภทโฆษณาได้เป็นอย่างดี อันจะนำไปสู่การทำความเข้าใจภาพแห่งมายาคติและอุดมการณ์ที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังได้ดียิ่งขึ้นต่อไป

2.3 การวิเคราะห์หน้าที่ (function) ของระบบความหมายในการสร้างและถ่ายทอดมายาคติ และอุดมการณ์

จากความรู้ในเรื่องของระบบสัญลักษณ์และความหมาย นำไปสู่การวิเคราะห์มายาคติ และอุดมการณ์ อันเป็นเป้าหมายหลักในการศึกษาคำนี้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอทบทวนแนวคิดเรื่องมายาคติ และอุดมการณ์ ดังต่อไปนี้

2.3.1 แนวคิดเรื่องมายาคติ (Myths) และ อุดมการณ์ (Ideology)

มายาคติ และอุดมการณ์ เป็นแนวคิดสำคัญในการศึกษาด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษาของสำนักวัฒนธรรมศึกษาในประเทศอังกฤษ (British Cultural Studies) ด้วยอิทธิพลของแนวคิดมาร์กซิสต์ ทั้งแนวคิดเรื่องมายาคติ และอุดมการณ์ จึงเน้นเรื่องชนชั้น (class) โดยทั้งสองแนวคิดเสนอว่ามายาคติ และอุดมการณ์ เป็นเครื่องมือของชนชั้นนายทุนที่ใช้ในการรักษาผลประโยชน์ของชนชั้นตนเอง อย่างไรก็ตาม แนวคิดทั้งสองมีจุดแตกต่างที่สำคัญอยู่บ้าง แต่ก็ยังมีการเชื่อมโยงกัน ซึ่งในการวิเคราะห์ครั้งนี้ จะนำทั้งสองแนวคิดมาใช้ในการรอบความคิดหลัก ผู้วิจัยจึงขอทบทวนแนวคิดหลักเรื่องมายาคติ และอุดมการณ์ ดังต่อไปนี้

แนวคิดแรกคือ “มายาคติ” นั้น เป็น แนวคิดของนักสัญวิทยาและวิจารณ์สังคมชาวฝรั่งเศสคือ Roland Barthes ผู้นำทฤษฎีสัญวิทยาของ Saussure ไปพัฒนาต่อเพื่ออธิบายความหมายของวัฒนธรรมชนชั้นนายทุน

จากแนวคิดของ Saussure เรื่องระดับของความหมายโดยตรง และความหมายโดยนัยนั้น Roland Barthes อธิบายต่อไปว่า ความหมายในระดับแรกและระดับที่สองทำงานร่วมกันเพื่อสร้าง “ความหมายในระดับที่สาม” หรือ “มายาคติ” อันหมายถึงความหมายที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับปฏิบัติและมองว่าเป็นสิ่งที่ เป็นความจริงแท้โดยธรรมชาติ Barthes ได้นำแนวคิดนี้ไปวิพากษ์กิจกรรมทางวัฒนธรรมของสังคมฝรั่งเศสมากมาย อาทิ การรับประทานอาหาร การดื่มไวน์ การไปเที่ยวพักร้อน การใช้ผงซักฟอก การดูกีฬามวยปล้ำ หน้าปกนิตยสารข่าว โฆษณาสินค้าอุปโภค บริโภคต่างๆ ไปจนถึงกิจกรรมและสื่อทางการเมือง เช่นภาพถ่ายหาเสียงของนักการเมือง (วรรณพิมล อังคสิริสรรพ, 2547)

การวิพากษ์สังคมและวัฒนธรรมของ Barthes ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดมาร์กซิสต์ โดยเขาได้เสนอว่าชนชั้นนายทุน (bourgeois) ได้สร้าง “มายาคติ” หรือวัฒนธรรมต่างๆ ขึ้นมา เพื่อรับใช้อุดมการณ์ และผลประโยชน์ของชนชั้นตนเอง เพื่อให้วัฒนธรรมเหล่านั้น ดูเสมือนเป็น “ความจริงแท้” (truth) ที่เป็นธรรมชาติในสายตาของคนในสังคม (Barthes, 1974) ตัวอย่างของ มายาคติ ที่เป็นกลายเป็นอุดมการณ์หลักในวัฒนธรรมตะวันตก มีอาทิ มายาคติความเป็น “วิทยาศาสตร์” “ความมีเหตุผล” “ความถูกต้อง” “ความยุติธรรม” และ “ความเป็นกลาง” ซึ่งมายาคติเหล่านี้ เป็นสิ่งที่เราพบเห็นอยู่เสมอๆ ในชีวิตประจำวัน ทั้งในวงการวิทยาศาสตร์ กฎหมาย การเมือง การปกครอง สื่อมวลชน ธุรกิจ เศรษฐกิจ จนทำให้เราเข้าใจว่าคุณค่าเหล่านั้น คือความจริงแท้ ที่เป็นธรรมชาติ เพราะมายาคติเหล่านี้ มีพลังในการที่จะบดบังความหมายที่แท้จริงของ ตัวมันเอง จนทำให้คนทั่วไปไม่สามารถมองเห็นได้ว่ามายาคตินั้น ถูกสร้างขึ้นจากการสร้าง ความหมายของสัญลักษณ์อย่างไร เช่น มายาคติของสังคมที่มีการปกครองในระบบประชาธิปไตย แบบเสรีนิยมตะวันตกเชื่อว่า “เสียงส่วนใหญ่ หมายถึงความเป็นประชาธิปไตยอย่างแท้จริง” ทั้งๆ ที่โดยเนื้อแท้ของหลักคิดประชาธิปไตยนั้น เสียงส่วนน้อยก็มีความสำคัญในทางการเมืองการ ปกครองของสังคมด้วยเช่นกัน แต่การรับรู้ หรือความเข้าใจของคนส่วนใหญ่ในสังคมกลับถูกบดบัง ด้วย “มายาคติ” ที่มีรากฐานมาจากอุดมการณ์หลัก (dominant ideology) ที่เชิดชูคุณค่าของ “เสียงส่วนใหญ่” เท่านั้น

ดังนั้น การวิเคราะห์มายาคติด้วยวิธีการทางสัญวิทยาในแนวทางของ Barthes จึงเป็นการ “แยกย่อย” สัญลักษณ์ และระบบของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในตัวตน โดยมีเป้าหมายเพื่อค้นหา ระบบคุณค่า ทักษะคติ ความเชื่อที่ถูกเชิดชู ในขณะที่ ระบบคุณค่า ทักษะคติ และความเชื่อในระบบ อื่นถูกกดทับ หรือปิดบังเอาไว้ และมุ่งวิพากษ์ไปที่การต่อสู้ระหว่างชนชั้นตามหลักการของ แนวคิดมาร์กซิสต์เป็นสำคัญ

ในการวิเคราะห์มายาคตินั้น Barthes เริ่มจากการวิเคราะห์ความหมายโดยตรงที่ Barthes เรียกว่าเป็นความหมายในระดับที่หนึ่ง จากนั้น จึงวิเคราะห์ความหมายในระดับที่สอง หรือระดับความหมายโดยนัย และต่อมาจึงวิเคราะห์ความหมายระดับที่สามหรือ ระดับ “มายาคติ” ซึ่งในการวิเคราะห์ความหมายในระดับที่สามนี้ ผู้วิเคราะห์จะต้องมีข้อมูลเชิงบริบททาง ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาอธิบายความหมายที่สะท้อนมโนทัศน์ทาง วัฒนธรรมอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความเชื่อ หรือการให้คุณค่า

Barthes ยกตัวอย่างมายาคติว่าด้วยไวน์และนมในสังคมฝรั่งเศส เขาวิจารณ์ว่า ประชาชาติฝรั่งเศสถือว่า ไวน์คือประติษฐกรรมที่เป็นสมบัติเฉพาะของชนชาติตน ตามแนวคิดของ มาร์กซ์ ไวน์ก็คือสินค้าที่มีประโยชน์ใช้สอยและมี “คุณค่าเชิงแลกเปลี่ยน” (exchange value)

ดังนั้นในความหมายระดับความหมายโดยตรงหรือความหมายระดับแรก ไวน์คือเครื่องดื่มมีนเมา ชนิดหนึ่งที่ทำให้ความรื่นรมย์เปลิดเพลินแก่ผู้ดื่ม ส่วนในความหมายระดับความหมายโดยนัยหรือความหมายระดับที่สอง ไวน์คือเครื่องหมายอย่างหนึ่งของสังคม การดื่มไวน์คือกิจกรรมสังคมที่มีหน้าที่ในการเชื่อมโยงคนฝรั่งเศสเข้าด้วยกัน และสร้างความรู้สึกร่วมกันของความเป็น “ชาติ” ฝรั่งเศส

Barthes วิเคราะห์ต่อไปในระดับที่สาม หรือระดับมายาคติว่า เมื่อดูผิวเผิน ไวน์ไม่มีความเกี่ยวข้องกับอะไรกับการเมือง แต่หากวิเคราะห์ให้ถึงความหมายที่อยู่ลึกที่สุดแล้ว การผลิตไวน์มีความเกี่ยวข้องอย่างลึกซึ้งกับ ระบบทุนนิยมของฝรั่งเศส เริ่มตั้งแต่เจ้าของโรงหมักไวน์ ไปจนถึงนายทุนไร่องุ่นในอัลจีเรีย ดินแดนอาณานิคมของฝรั่งเศส ที่ชนพื้นเมืองมุสลิม ถูกแย่งที่ดินทำกินเอาไปปลูกองุ่น ซึ่งเป็นพืชที่ไม่มีค่า จำเป็นต่อการบริโภคของพวกเขาแต่อย่างใด ในขณะที่ชาวอัลจีเรียไม่มีแม้แต่ขนมปังจะรับประทาน (Gane and Gane, 2004, p. 50)

อีกตัวอย่างหนึ่งของการวิเคราะห์มายาคติด้วยวิธีสัญวิทยาของ Barthes ได้แก่ การวิเคราะห์ภาพปกนิตยสาร Paris - Match ฉบับเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1955 ซึ่งเป็นภาพทหารหนุ่มผิวดำแต่งเครื่องแบบทหารฝรั่งเศสกำลังแสดงท่าทางทำความเคารพด้วยดวงตาที่เบิกกว้าง จ้องมองไปที่ธงชาติฝรั่งเศส Barthes ตั้งคำถามว่า ภาพนี้ในฐานะที่เป็นสัญลักษณ์ สื่อความหมายอะไรแก่เขาบ้าง นอกเหนือไปจากความหมายในระดับแรกหรือความหมายโดยอรรถที่เป็นผลมาจากการอธิบายภาพ หรือจากการดูภาพโดยทั่วๆ ไป

ภาพที่ 2.1

ภาพหน้าปกนิตยสาร Paris-Match ฉบับที่ 326 มิถุนายน 1955



ที่มา: Chandler, "Semiotics for beginners," <<http://www.aber.ac.uk>>, มกราคม 2548.

จากภาพหน้าปกนิตยสาร Paris- Match ฉบับนี้ Barthes ได้วิเคราะห์ความหมาย 3 ระดับคือ ในระดับที่หนึ่ง คือระดับความหมายโดยตรงจากรูปสัญลักษณ์ (signifier) คือ ภาพทหารผิวดำคนหนึ่งกำลังทำความเคารพธงชาติฝรั่งเศส ความหมายระดับที่สอง คือความหมายโดยนัยจากความหมายสัญลักษณ์ (signified) คือการผสมผสานความเป็น ฝรั่งเศสเข้ากับทหาร และ ความหมายระดับที่สาม คือความหมายในระดับวัฒนธรรม หรือมายาคติ หรืออุดมการณ์ (mythic or ideological level) ก็คือความหมายที่ว่าประเทศฝรั่งเศสเป็นจักรวรรดิที่ยิ่งใหญ่ ทุกคนในชาติไม่ว่าจะเชื้อชาติใด ต่างก็รับใช้ธงชาติผืนเดียวกันนี้ ความหมายนี้ เป็นการบิดเบือนเบี่ยงเบนความเลวร้ายของลัทธิล่าอาณานิคมด้วยการให้อดีดผู้ที่เคยตกเป็นอาณานิคมหันมาแสดงความจงรักภักดีต่อเจ้าอาณานิคมผ่านภาพชายผิวดำในเครื่องแบบทหารฝรั่งเศสเต็มยศ

Barthes กล่าวว่า เพื่อที่จะทำความเข้าใจอุดมการณ์หรือความหมายในระดับที่สามหรือมายาคติได้ เราจำเป็นต้องพิจารณาภาพนี้ ในบริบทที่ใหญ่ขึ้น เช่นเป็นภาพที่ปรากฏที่ไหนเมื่อไร ในกรณีนี้ เป็นภาพที่ปรากฏบนหน้าปกนิตยสาร Paris-Match ซึ่งเป็นนิตยสารแนวอนุรักษ์นิยม และในบริบทของสังคมฝรั่งเศสขณะนั้น จักรวรรดิฝรั่งเศสกำลังอยู่ในภาวะล่มสลาย มีการถกเถียงกันว่าควรจะปลดปล่อยอาณานิคมอัลจีเรียให้เป็นเอกราชหรือไม่ ซึ่งภาพบนนิตยสาร Paris - Match ฉบับนี้ ก็สื่อความหมายถึงการเข้าข้างฝ่ายที่ไม่ต้องการให้ปลดปล่อย และซูลัทธิล่าอาณานิคมอย่างแข็งขันนั่นเอง (ไซยรัตน์ เจริญสินโอฟาร์, 2545, น. 139-147)

จากแนวคิดเรื่อง มายาคติ ของ Barthes จะเห็นว่าในทัศนะของ Barthes นั้น มายาคติ มีพลังอำนาจ ที่สร้างความเป็นธรรมชาติให้กับวัฒนธรรมที่ชนชั้นนายทุนได้ประดิษฐ์ขึ้นเป็นอย่างมาก ซึ่งเทียบได้กับการถ่ายทอด “ความสำนึกอันจอมปลอม” (false consciousness) ของทฤษฎีมาร์กซิสต์แบบดั้งเดิม ที่ทำหน้าที่ในการสนับสนุนผลประโยชน์ของชนชั้นที่มีอำนาจ โดยเฉพาะ

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาแนวคิดของ Althusser นักคิดมาร์กซิสต์ใหม่ หรือรุ่นที่สอง คำว่าอุดมการณ์หรือ Ideology แตกต่างจากความหมายในทัศนะดั้งเดิมของมาร์กซ์คือ สำหรับ Althusser นั้น อุดมการณ์ มิได้ เป็นเพียง “ความสำนึกอันจอมปลอม” ที่ชนชั้นนายทุนสร้างขึ้นเพื่อครอบงำชนชั้นแรงงานเท่านั้นแต่ แต่แท้จริงแล้ว อุดมการณ์คือเป็นภาพที่คนจินตนาการความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับสังคมรอบตัวที่คนๆ นั้นดำรงอยู่ (Heck cited in Hall et al. (ed.) 1996, p. 122) อุดมการณ์เป็นสิ่งที่ฝังรากลึกอยู่ในคนทุกกลุ่ม ทุกชนชั้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ในทัศนะของ Althusser อุดมการณ์มิได้เป็นผลมาจากอำนาจทางเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียวดังที่ทฤษฎีมาร์กซิสต์แบบดั้งเดิมเชื่อแต่อย่างใด เพราะอุดมการณ์คือ “โครงสร้างที่ฝังรากลึกอยู่ในวิถีคิดและการดำเนินชีวิตของชนทุกชั้น และชนชั้นเหล่านั้น ก็ยอมรับและยึดมั่นใน

อุดมการณ์นั้น โดยไม่รู้ตัว” เช่น การที่ผู้หญิงใส่รองเท้าส้นสูง ไม่ใช่เป็นเพราะผู้หญิงคนนั้น ถูกครอบงำโดยอิทธิพลจากความคิดภายนอกของผู้ชายซึ่งเป็นกลุ่มสังคมที่มีอำนาจเหนือกว่าผู้หญิง แต่ที่ใส่รองเท้าส้นสูง ก็เพราะผู้หญิงนั้นยอมรับ และจินตนาการถึงการดำรงอยู่ของตนเองในแง่ความสัมพันธ์กับผู้อื่น กล่าวอีกนัยหนึ่ง ผู้หญิงมองตนเองด้วยสายตาของผู้ชาย ดังนั้น ผู้หญิงจึงเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของปฏิบัติการอุดมการณ์ปิตาธิปไตยอย่างเต็มอกเต็มใจโดยที่ผู้หญิงไม่รู้ตัว เพราะการสวมรองเท้าส้นสูง เป็นการเน้นสิ่งที่เพศชายพึงพอใจ เช่น เน้นรูปร่างทรวดทรงของสะโพก ต้นขา และหน้าอก แม้การยอมรับอุดมการณ์การใส่รองเท้าส้นสูงมาปฏิบัติ จะต้องทำให้ผู้หญิงเสียผลประโยชน์คือ เดินไม่สะดวก หรือเมื่อยก็ตาม (Fiske, 1990)

อุดมการณ์ ในความหมายของ Althusser คือจินตนาการแห่งภาพที่เป็นมายาคติที่ทำหน้าที่กำหนดวิธีการรับรู้ของคนที่มีต่อสังคมและสรรพสิ่งรอบๆ ตัว เช่น การที่เพศหญิง ยอมรับรับรู้ เข้าใจว่า เพศหญิงต้องทำหน้าที่ในการเป็นแม่บ้าน ดูแลลูกและครอบครัว ในขณะที่เพศชายเป็นผู้ทำงานที่แท้จริง คือเลี้ยงดูครอบครัวนั้น เป็นภาพจินตนาการที่เกิดขึ้น จากการทำงานของอุดมการณ์หลักที่เพศชายเป็นใหญ่ หรือปิตาธิปไตย (patriarchy) อันเป็น อุดมการณ์หลัก (dominant ideology) ที่ผู้หญิงรับรู้และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในปฏิบัติการของภาพอุดมการณ์นั้น ก็เพราะเพศหญิงถูกหล่อหลอมขึ้นมาโดยชุดของรหัสการรับรู้และตีความหมายที่สังคมกำหนด

เมื่อนำแนวคิดเรื่อง มายาคติของ Barthes มาเชื่อมโยงเข้าด้วยกันกับแนวคิดเรื่อง อุดมการณ์แล้ว จะพบว่า รหัสการรับรู้หรือการตีความหมายที่เป็นไปตามอุดมการณ์ที่ว่านี้ ก็คือ “มายาคติ” เพราะเป็น รหัสการรับรู้หรือการตีความหมายที่ครองความเป็นเจ้า (hegemonic หรือ dominant) อาจกล่าวได้ว่ามายาคติเป็นการสื่อสารถึงความจริงทางสังคมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อสนับสนุนอุดมการณ์บางอย่าง (Bignell, 1997) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งเป็น “วาทศิลป์ของอุดมการณ์” (rhetoric of ideology) (Fiske, 1995) นั่นเอง

การที่ มายาคติสามารถครองอำนาจได้ เพราะมายาคตินั้น มีพลังทำให้อุดมการณ์นั้น กลายเป็นเรื่อง “ธรรมชาติ” ดังนั้น บางสิ่งบางอย่างจึงแลดูเป็นธรรมชาติ ทั้งๆ ที่มันเป็นสิ่งที่ถูกประดิษฐ์ขึ้น เช่น มายาคติที่ว่า “ธรรมชาติของผู้หญิง คือ เป็นผู้ดูแลลูก เป็นแม่บ้าน ดูแลลูกสามี เป็นเพศที่อ่อนแอ แต่อ่อนโยน” ด้วยมายาคติดังกล่าว เมื่อเด็กหญิงเติบโตขึ้น เธอก็จะตีความหมายบทบาทของตนเองว่า ผู้หญิงจะต้องแม่บ้าน เป็นภรรยา ดูแลครอบครัว โดยไม่ได้ตระหนักถึงว่า บทบาทของเธอที่ถูกกำหนดโดยมายาคตินั้น เป็นไปเพื่อรับใช้ผลประโยชน์เพศชายที่เป็นผู้มีอำนาจในสังคมปิตาธิปไตย

อุดมการณ์ในฐานะที่เป็นการปฏิบัติการ (practice) จึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่มีขอบเขตจำกัด แต่จะเข้าถึงทุกส่วนของชีวิตคนในสังคม อุดมการณ์มีพลังอำนาจในการทำให้

ชนชั้นที่มีอำนาจและชนชั้นได้ปกครองเข้าร่วมกระบวนการอุดมการณ์นั้นอย่างเต็มอกเต็มใจแม้ว่าการเข้าร่วมนั้น จะขัดกับผลประโยชน์ตัวเองก็ตาม ดังนั้น คนเราไม่มีทางที่จะหนีพ้นอุดมการณ์ไปได้ แม้ประสบการณ์ ในความเป็นจริงที่ได้สัมผัส มาจะขัดกับอุดมการณ์หลักนั้นก็ตาม วิธีการเดียวที่คนเราจะเข้าใจตัวเอง สภาพสังคม และเหตุการณ์ต่างๆ ได้ก็ต้องด้วยการยอมรับปฏิบัติ อุดมการณ์หลักนั้น

Veron (Heck cited in Hall et al, 1996, p. 124) นำความคิดเรื่องอุดมการณ์ของ Althusser มาอธิบายต่อในมิติของสัญวิทยาว่า แท้จริงแล้ว อุดมการณ์ ก็คือ ชุดโครงสร้างของรหัสความคิด วิธีในการมองโลกของคน ดังนั้น การที่จะ “อ่าน” หรือตีความหมายอุดมการณ์นั้น สามารถกระทำได้ด้วยการค้นหาโครงสร้างของความหมายที่แฝงเร้นอยู่ในตัวบท เพื่อให้เข้าใจ กลไก กฎเกณฑ์ การจัดโครงสร้างของภาษา หรือสารนั้น ว่ามีการจัดระบบอย่างไร โดยมุ่งไปที่ ความหมายโดยนัยที่เป็นความหมายที่สังคมส่วนใหญ่เชื่อ ซึ่งก็คือ “มายาคติ” นั้นเอง

หากมองการต่อสู้ทางชนชั้นในทัศนะของ Althusser การล้มล้างอำนาจของชนชั้นผู้มีอำนาจ จะเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยาก เพราะ Althusser เชื่อว่า อุดมการณ์ที่เป็นสิ่งที่แทรกซึมอยู่ใน โครงสร้างภายในของสังคมและปัจเจกชน แต่ด้วยแนวคิดมาร์กซิสต์ใหม่อีกแนวหนึ่งคือแนวคิด เรื่องการครองความเป็นเจ้า (hegemony) ของ Gramsci นั้น เปิดโอกาสให้มีการต่อสู้ทาง อุดมการณ์ระหว่างชนชั้นได้ ซึ่งแนวคิดนี้ได้มีอิทธิพลต่อนักวิเคราะห์วัฒนธรรมและสังคมวิทยา คนสำคัญของสำนักวัฒนธรรมศึกษาแห่งประเทศอังกฤษ คือ Stuart Hall ผู้ให้ความสนใจศึกษา การรับสารของผู้รับสารในฐานะที่เป็นการตีความหมายสาร โดย Hall ได้เสนอแนวคิดเรื่อง “การเข้ารหัส และการถอดรหัส” (encoding and decoding) ไว้ ซึ่งผู้วิจัย ขอนำเสนอโดยสังเขป ดังต่อไปนี้

3. การตีความหมายตามแนวคิดการเข้ารหัส-การถอดรหัส

นักคิดสำนักมาร์กซิสต์รุ่นที่สองอีกคนหนึ่งคือ Antonio Gramsci ได้เปิดโอกาสให้กับ การต่อต้านและการต่อสู้ระหว่างชนชั้นในปฏิบัติการที่ Gramsci เรียกว่า “สงครามชิงพื้นที่” (War of Positions) ในทัศนะของ Gramsci ชนชั้นที่มีอำนาจ ไม่สามารถครองความเป็นเจ้า (hegemony) ได้ตลอดไป เพราะในสังคมมีการต่อสู้เพื่อแย่งชิงพื้นที่ทางอุดมการณ์จากกลุ่ม ต่างๆ อยู่ตลอดเวลา ดังนั้น จึงมีปฏิบัติการที่เรียกว่า “การต่อต้านอุดมการณ์หลัก” อยู่ในสังคม

จากแนวคิดของ Gramsci นักวิชาการอีกคนหนึ่งคือ Stuart Hall (1996) นักสังคม วิทยาชาวอังกฤษ ได้นำไปพัฒนาเป็นแนวคิดเรื่องการตีความหมายสารในการสื่อสารมวลชน ใน

กระบวนการสื่อสารที่ Hall เรียกว่าเป็น กระบวนการเข้ารหัส และถอดรหัส (encoding และ decoding) Hall มองว่า กระบวนการสื่อสารโดยเฉพาะในการสื่อสารมวลชนนั้น คือกระบวนการให้ความหมายด้วยรหัส (signifying practices) ที่ให้ความสำคัญที่ “รหัส” หรือ code อันเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับแนวคิดของสัญวิทยาที่ว่าสัญณะต่างๆ ประกอบเข้าด้วยกันภายใต้กฎเกณฑ์ทางโครงสร้างชุดหนึ่งเรียกว่า รหัส ดังนั้น กระบวนการสื่อสาร จึงประกอบด้วยการที่ผู้ส่งสาร “เข้ารหัส” หรือ สร้าง หรือผลิต ตัวบท หรือ สารอย่างหนึ่งขึ้นมา ส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งจะเป็นผู้ “ถอดรหัส” สารนั้น

อย่างไรก็ตาม ซึ่งผู้รับสารนั้น จะ “ตีความ” หรือ “ถอดรหัสโดยใช้ ชุดรหัสชุดเดียวกันกับผู้ส่งสาร หรืออาจใช้รหัสคนละชุดก็ได้ ขึ้นอยู่กับกลุ่มทางสังคมที่ผู้รับสารนั้นสังกัดอยู่ ดังนั้น การถอดรหัส หรือ “reading” ของผู้รับสาร จึงอาจเกิดขึ้นได้ 3 รูปแบบ รูปแบบที่หนึ่งคือ การถอดรหัสหรืออ่านแบบอุดมการณ์หลัก ซึ่งเป็นการตีความหมายที่ตรงกับที่ผู้ส่งสารต้องการ (preferred reading) รูปแบบที่สองคือ การอ่านแบบต่อรองความหมายใหม่ (negotiated reading) ที่ผู้รับสารใช้รหัสชุดเดียวกันกับผู้ส่งสารในบางส่วน แต่บางครั้ง ผู้รับสารนั้น ก็มีการต่อต้านและเปลี่ยนแปลงสารนั้น เพื่อแสดงจุดยืนหรือความคิด ประสบการณ์ หรือความสนใจของตนเอง

รูปแบบการอ่านหรือตีความในแบบที่สาม เป็นการตีความแบบต่อต้าน (oppositional reading หรือ counter-hegemonic) ที่ผู้รับสารสังกัดอยู่ในกลุ่มทางสังคมที่อยู่ตรงข้ามกับรหัสที่เป็นรหัสชุดหลักของสังคม ผู้รับสารเข้าใจสารที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อ แต่ในการตีความ จะไม่ใช่รหัสชุดเดียวกันกับผู้ส่งสาร และปฏิเสธการตีความในทิศทางที่ผู้รับสารต้องการ แต่จะตีความในทิศทางอื่นที่แตกต่างออกไป เช่น ในกรณีที่ผู้รับสารดูโฆษณาหาเสียงของพรรคการเมืองที่ตนไม่ได้อเลือก หรือไม่ชอบ จะตีความหมายในทิศทางตรงข้ามกับความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการ เป็นต้น

แนวคิดเรื่องมายาคติ อุดมการณ์ และการเข้ารหัส-ถอดรหัส เป็นแนวคิดหลัก 3 ประการ ที่มีความเชื่อมโยงกัน แม้ว่าอาจดูเหมือนว่ามีความขัดแย้งกันอยู่บ้าง กล่าวคือ มายาคติคือความหมายโดยนัยที่ถูกชนชั้นนำสถาปนาให้กลายเป็นความหมายหลักของสังคม เพื่อเป็นเครื่องมือในการรักษาผลประโยชน์ของชนชั้นตน ซึ่งไม่ต่างอะไรจากอุดมการณ์ ที่ชนชั้นล่างหรือชนชั้นใต้ปกครองยอมรับและร่วมเป็นส่วนหนึ่งของปฏิบัติการกับชนชั้นที่มีอำนาจหรือชนชั้นปกครองอย่างเต็มอกเต็มใจ อย่างไรก็ตาม แนวคิดวิพากษ์ในอีกแง่มุมหนึ่ง คือแนวคิดการต่อสู้แย่งชิงพื้นที่ทางอุดมการณ์ของ Gramsci และแนวคิดการตีความหมายที่ให้ความสำคัญกับตัวผู้รับสารที่มีบทบาทและความเป็นตัวของตัวเองมากขึ้นจากแนวคิดเรื่องการเข้ารหัส-ถอดรหัสของ Stuart Hall ก็ได้เปิดมิติใหม่ให้กับการตีความหมายที่มีได้หลายแบบ โดยที่ชนชั้นใต้ปกครอง อาจ

มิได้ร่วมที่จะเป็นส่วนหนึ่งของปฏิบัติการแห่งอุดมการณ์หรือมายาคตินั้นเสมอไปก็ได้

ในการศึกษาครั้งนี้ จะนำแนวคิดทั้ง 3 แนวคิดนี้ มาเป็นหนึ่งในกรอบคิดในการเข้าสู่ปัญหาการศึกษาความหมายของโฆษณาหาเสียงของพรรคไทยรักไทย เพื่อค้นหาความหมายแห่งมายาคติ และอุดมการณ์ ผ่านการอ่านหรือการศึกษา 3 รูปแบบ เพื่อพิสูจน์ว่า โอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงสังคมหรือต่อต้านการครอบงำทางความคิด วัฒนธรรม และอุดมการณ์ นั้น มีอยู่จริงหรือไม่

4. การสำรวจเอกสาร

จากการสำรวจเอกสารพบว่า การศึกษาความหมายในเชิงอุดมการณ์หรือมายาคติของการสื่อสารทางการเมืองนั้น ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในเชิงตีความ (interpretative) โดยเป็นการตีความด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และวิธีการทางประวัติศาสตร์ ซึ่งการวิจัยที่ผ่านมาแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ การศึกษาตัวบทประเภทภาษาที่เป็นถ้อยคำ (verbal language) การศึกษาตัวบทประเภทสัญลักษณ์ซึ่งเป็นภาษาที่ไม่ใช่ถ้อยคำ (non-verbal language)

4.1 การศึกษาความหมายทางการเมืองของตัวบทประเภทภาษาที่เป็นวจนภาษา

(verbal language)

การวิจัยในกลุ่มนี้ ส่วนใหญ่เป็นการวิเคราะห์ความหมายของวรรณกรรมและแบบเรียน เพื่อค้นหาความหมายเชิงอุดมการณ์ คุณค่า หรือค่านิยม ที่แฝงอยู่ในตัวบทเหล่านั้น โดยใช้การวิเคราะห์ความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัย ประกอบการเชื่อมโยงกับบริบทแวดล้อมในทางประวัติศาสตร์การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

ยุคสมัยของวรรณกรรมที่มีผู้สนใจศึกษามากเป็นพิเศษ ได้แก่วรรณกรรมในสมัยรัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 6 อันเป็นช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองอย่างเด่นชัดและมีการผลิตวรรณกรรมประเภทต่างๆ ขึ้นเป็นจำนวนมาก ผลการศึกษาในภาพรวมของการวิจัยในกลุ่มการตีความหมายทางการเมืองของวรรณกรรมและแบบเรียน สรุปได้ว่า วรรณกรรมและแบบเรียน เป็นเครื่องมือหรือกลไกสำคัญในการถ่ายทอดอุดมการณ์ทางการเมือง การปกครอง วัฒนธรรมของชนชั้นที่เป็นผู้ผลิตวรรณกรรมนั้น ซึ่งก็ได้แก่ชนชั้นนำที่มีอำนาจปกครองในแต่ละยุคสมัย ตัวอย่างเช่น นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2525) ศึกษาความหมายของวรรณกรรมในเชิงวัฒนธรรม โดยเชื่อมโยงกับบริบททางเศรษฐกิจการเมืองในยุครัตนโกสินทร์ตอนต้น ที่ระบบเศรษฐกิจอยู่ในมือของชนชั้นกระฎุมพี ซึ่งเป็นชนชั้นใหม่ที่กำลังขยายตัวในสังคมสยามยุคนั้น นิธิ พบว่า

วรรณกรรมในช่วงเวลาดังกล่าว สอดแทรกค่านิยมของชนชั้นกรรมพีไว้อย่างชัดเจน ซึ่งค่านิยมเหล่านั้น ถูกถ่ายทอดทั้งในหมู่ชนชั้นกรรมพีด้วยกันเอง และสู่ชนชั้นเบื้องล่างผ่านวรรณกรรม ได้แก่ ค่านิยมเกี่ยวกับความเป็นเมือง ค่านิยมทางเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับอาชีพพ่อค้า วาณิช จากที่เดิมระบบเศรษฐกิจในสมัยอยุธยา จะมีศูนย์รวมอยู่ที่สถาบันกษัตริย์เป็นสำคัญ รวมทั้งค่านิยมความเสมอภาคระหว่างชนชั้น และชายหญิง ค่านิยมสัจนิยม และมนุษยนิยม เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แม้งานของนิธิจะชี้ให้เห็นว่า วรรณกรรมในยุครัตนโกสินทร์ตอนต้น จะแฝงด้วยอุดมการณ์ หรือค่านิยมของชนชั้นกรรมพี แต่การศึกษาเรื่องอื่นๆ ในเรื่องความหมายทางการเมืองของวรรณกรรมในยุครัตนโกสินทร์ตอนต้น ให้ผลสรุปที่ตรงกันว่าสถาบันกษัตริย์ยังคงใช้วรรณกรรม เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดอุดมการณ์การเมืองเพื่อรองรับความมั่นคงและความชอบธรรมของสถาบันกษัตริย์ ดังเช่นในการค้นพบของ สุรพงษ์ โสภนะเสถียร (2525) ที่ศึกษาความหมายทางการเมืองของบทพระราชนิพนธ์เรื่องรามเกียรติ์ในรัชกาลที่ 1 โดยใช้การตีความหน่วยการวิเคราะห์คือ ตัวละคร คำพูดของตัวละคร การกระทำของตัวละคร ความสัมพันธ์ระหว่างตัวละคร การศึกษาพบว่าบทพระราชนิพนธ์ เรื่องรามเกียรติ์แฝงแนวความคิดเรื่องชนชั้น ครอบครัวยุทธศาสตร์ การศึกษา ศาสนาและศีลธรรม รวมทั้งแนวคิดในทางการเมือง ได้แก่ ระบบการเมือง บทบาทของพระมหากษัตริย์ ความชอบธรรมของพระมหากษัตริย์ ความหมายของรัฐและอาณาจักร เป็นต้น

การวิจัยอีกหลายเรื่องที่เป็นการศึกษาบทพระราชนิพนธ์ หรือวรรณกรรมอื่นๆ ในสมัยรัชกาลที่ 1 ให้ผลสรุปที่สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุรพงษ์ ในแง่ที่ว่า วรรณกรรมเป็นเครื่องมือสำคัญของชนชั้นปกครองในการถ่ายทอดอุดมการณ์ที่ค้ำจุนอำนาจทางการเมือง เช่น วรรณกรรมประเภทตำราพิชัยสงครามในสมัยรัชกาลที่ 1 สอดแทรกเนื้อหาในการส่งเสริมประสิทธิภาพของทหาร และส่งเสริมความมั่นคงของการปกครอง และราชบัลลังก์ การรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ความมั่นคงของชาติด้านการทหาร และเศรษฐกิจ ขณะเดียวกัน วรรณกรรมยังสอดแทรกเนื้อหาที่ชี้แนะให้ พระมหากษัตริย์และผู้ปกครองตั้งอยู่ในทศพิธราชธรรม และปลูกฝังความจงรักภักดี และซื่อสัตย์ต่อพระมหากษัตริย์ และมีพรหมวิหารต่อประชาชน (บำรุง สุวรรณรัตน์, 2520) ในลักษณะเดียวกัน เรื่องราชาธิราช ที่รัชกาลที่ 1 โปรดฯ ให้เรียบเรียงขึ้นใหม่ ก็เป็นสื่อที่มีความหมายในเชิงจริยปรัชญาทางการเมือง และจริยปรัชญาที่เกื้อหนุนต่อการเมือง โดยมีความหมายสื่อถึงธรรมจรรยาของผู้ปกครอง ในด้านต่างๆ เช่นความชอบธรรม พิธีกรรมและธรรมเนียม การบริหารราชการ บทบาทของข้าราชการ สถาบันสังคม ศาสนา สถาบันสตรี เป็นต้น (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, 2535)

นอกจากการศึกษาความหมายทางการเมืองในวรรณกรรม อันเป็นสื่อในทางวัฒนธรรมของไทยในยุคที่การศึกษาในระบบสมัยใหม่ยังไม่ได้ถือกำเนิดขึ้นแล้วนั้น นักวิชาการหลายท่านได้สนใจศึกษาความหมายทางการเมืองในแบบเรียน ผลการศึกษาสรุปได้ว่า เนื้อหาสาระของแบบเรียนในแต่ละยุคสมัยถ่ายทอดอุดมการณ์ ความรู้ ความคิด ความเชื่อ และค่านิยมทางการเมืองของชนชั้นนำหรือชนชั้นปกครองในช่วงเวลานั้น ตัวอย่างเช่น เนื้อหาสาระของแบบเรียนหลวงในสมัยรัชกาลที่ 5 ปลุกฝังแนวคิดรัฐประชาชาติ และความสูงส่งและความอยู่เหนือสถาบันอื่นของสถาบันพระมหากษัตริย์ (สุมินทร์ จุฑาทงกูร, 2529) ในขณะที่ แบบเรียนยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองจนถึงสมัยจอมพลป. พิบูลสงคราม คือช่วงปี พ.ศ. 2475 – 2487 อันเป็นช่วงเริ่มต้นของการปกครองแบบใหม่ในระบบประชาธิปไตย มีเนื้อหาสาระรองรับการปกครองแบบใหม่ คือการกล่อมเกล่าให้เป็นพลเมืองดีตาม ระบบประชาธิปไตย และการกล่อมเกล่าให้เข้าใจและเลื่อมใสในระบบประชาธิปไตย (ปวีณา วงษ์มี, 2543) เป็นต้น

การวิจัยอีกกลุ่มหนึ่งที่ศึกษาความหมายทางการเมืองของของตัวบทประเภทภาษาที่เป็นถ้อยคำ (verbal language) เป็นการวิเคราะห์ในมิติของการใช้ภาษาในทางการเมืองของนักการเมืองในยุคสมัยใหม่ ทั้งที่เป็นการใช้ภาษาในการสื่อสารเพื่อการเลือกตั้ง และการสื่อสารทั่วไปในกิจกรรมทางการเมือง งานในกลุ่มแบ่งออกได้เป็น 2 แนวทางใหญ่ๆ แนวทางแรกคือ การวิเคราะห์ที่เรียกว่า “Political Syntactic” เป็นการศึกษาของนักภาษาศาสตร์ ที่มุ่งศึกษาในด้านตรรกและความสัมพันธ์ทางไวยากรณ์ (syntactic) โดยเฉพาะการพูด การปราศรัย (ธัญญา พิรัชย์แพทย์, 2531, สุดาดวง เกิดโมฬี, 2537, จันทิมา เอี่ยมานนท์, 2539, ศุภธิดา เพ็ญสมบุญรณ์ 2541, อภิญญา คำยา, 2541 และ อุษา พฤทธิชัยวิบูลย์, 2544) รวมทั้งการศึกษาสำนวน โวหาร หรือวาทศิลป์ของภาษาทางการเมือง ในยุคสมัยของพรรคไทยรักไทย โดยพิจารณาในมิติของอำนาจ และความหมายแฝงทางการเมือง งานในกลุ่มนี้ ได้แก่ เรื่อง “ภาษา อำนาจ และการเมือง” ของ วิโรจน์ อรุณมานะกุล (2548) และ “คำย่อ มลิสึ ลุกกวาดสี่ฝสานยาพิษ” ของอนันต์ เหล่าเลิศวรกุล (2548)

“ภาษา อำนาจ และการเมือง” เป็นการวิเคราะห์ในเชิงของการใช้สำนวนโวหารในทางภาษาเพื่อสร้างความหมายแห่งอุดมการณ์ของรัฐบาลพรรคไทยรักไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัว พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร เอง โดยวิเคราะห์ว่า พ.ต.ท. ทักษิณ มีกลวิธีในการเลือกใช้คำพูดเพื่อเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของตน เช่น กล่าววาทะงานเพื่อประชาชน เพื่อคนจน และสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อฝ่ายตรงข้าม เช่นทำงานเชิงซ้ำ ไม่ทันโลก การใช้ภาษาของพ.ต.ท. ทักษิณ และรัฐบาลไทยรักไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ เน้นย้ำการ “คิดใหม่ ทำใหม่” ซึ่งแท้จริงเป็นเพียงการ “ให้ป้ายชื่อ” กับนโยบายเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อสร้างภาพให้ดูเป็นนโยบายใหม่ เช่น โครงการ OTOP

SME หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้วยวิธีนี้ ภาษา จึงถูกนำมาใช้ เพื่อร่วมสร้างการรับรู้ว่ามีกิจกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้น ตลอดเวลาในรัฐบาลพรรคไทยรักไทย วัตถุประสงค์อีกประการหนึ่ง คือ การใช้ภาษาเพื่อการโฆษณา ซึ่งวิโรจน์อธิบายว่าหมายถึง การทำให้นโยบายต่างๆ เป็นที่จดจำ และกล่าวถึง ด้วยภาษาโฆษณา ที่สั้น กระชับ จดจำง่าย เพื่อให้ติดปากคนส่วนใหญ่

วัตถุประสงค์อีกประการหนึ่งคือ ใช้ภาษาเพื่อเบี่ยงเบน ประเด็น ด้วยการใช้ถ้อยคำ เช่น เบี่ยงเบนประเด็นจากปัญหาถูกโจมตีเรื่องคอร์รัปชัน เป็นเรื่องของปัญหาการทุจริตของข้าราชการประจำไป การลดน้ำหนักคำวิจารณ์ ด้วยการใช้อวาทะเพื่อแบ่งแยกคนอื่น เช่น ใช้คำว่า “ขาประจำ” เรียกผู้ที่วิพากษ์วิจารณ์การทำงานของตนด้วยและ ทำประเด็นให้เป็นเรื่องของการไม่ชอบเป็นการส่วนตัว การเลือกใช้ถ้อยคำเพื่อสื่อความหมายที่รัฐบาลต้องการ เช่น ใช้คำว่า “หารือ” ไม่ใช่ “เจรจา” เมื่อรัฐบาลต้องการจะเปิดการเจรจากับกลุ่มเบอร์ซาตู เพื่อเลี้ยงครหาว่า รัฐบาลไปยกระดับฐานะและให้ความสำคัญกับกลุ่มนี้ การใช้ภาษาเพื่อบิดเบือนความเข้าใจของสาธารณชน เช่น การใช้สโลแกนว่า “ลดอำนาจรัฐ เพิ่มอำนาจประชาชน” ในการออกนโยบายใหม่ คืองบประมาณ SML เพื่อสร้างความหมายว่า รัฐบาลได้ให้ “อำนาจ” แก่ประชาชนมากขึ้น

การวิเคราะห์สำนวนภาษา ของพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร โดยอนันต์ เหล่าเลิศวรกุล เป็นการวิเคราะห์อวาทะ ของพ.ต.ท.ทักษิณ ในรายการวิทยุ “นายกทักษิณฯ พบประชาชน” มาวิเคราะห์ความหมายที่แฝงอยู่ในถ้อยคำนั้นโดยนำข้อเท็จจริงจากบริบทภายนอกมาอธิบาย ประกอบการวิเคราะห์ เพื่อชี้ให้เห็นว่า ความหมายที่อยู่ในถ้อยคำเหล่านั้น เป็นความหมายที่ถูกสร้างขึ้นด้วยอำนาจของภาษา และไม่ใช่สิ่งที่เป็นจริง ตัวอย่างเช่นคำพูดที่ว่า “ต้องเอาคนจบปริญญาเอกมาไม่เกิน 10 ปี มารวมดมสมองในการวางยุทธศาสตร์พัฒนาประเทศชาติ เพราะคนเหล่านี้ ความรู้ยังสดอยู่” อนันต์ ได้แสดงให้เห็นว่า ความหมายในถ้อยคำนั้น ให้คุณค่ากับการศึกษาในระดับปริญญาเอกว่ามีความสำคัญมากต่อการพัฒนาประเทศ และการเน้นที่ “จบมาไม่เกิน 10 ปี” และ “ยังสดอยู่” เป็นการสร้างความหมายว่าผู้ที่จบมาใหม่ๆ นั้น จะเก่งกว่าผู้ที่ไม่สำเร็จการศึกษามากแล้ว ทั้งที่ในวงการวิชาการรู้ดีว่า บัณฑิตจบใหม่ ย่อมไม่อาจเทียบได้กับนักวิจัยที่มีประสบการณ์และคร่ำหวอดในการศึกษาเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นเวลานาน จนเป็นผู้เชี่ยวชาญ

ส่วนการศึกษาอีกแนวทางหนึ่ง เป็นแนวทางที่นักรัฐศาสตร์และนักวิชาการด้านสื่อสารการเมืองสนใจศึกษาได้แก่ การวิเคราะห์การใช้ภาษาและการสื่อความหมายหรือ “political semantic” ตัวอย่างงานที่เป็นการบุกเบิกการวิจัยในด้านนี้ ได้แก่ ชัยอนันต์ สมุทวณิช และกนก วงษ์ตระหง่าน (2525) ซึ่งเป็นการศึกษาภาษาในด้าน political semantic ด้วยวิธีการวิเคราะห์คำสำคัญ (key words) คำขวัญ (slogans) และลัทธิ (doctrines) โดยพิจารณาว่า

สิ่งเหล่านี้ เป็นที่เข้าใจอย่างไร คำต่างๆ มีความหมายต่อบุคคล หรือกลุ่มบุคคลเหมือนกัน หรือต่างกันหรือไม่ ทั้งนี้ การวิเคราะห์ Political Semantic แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ลักษณะคือ วิเคราะห์วัตถุประสงค์ของผู้พูด (ความหมายจากด้านผู้พูด) และวิเคราะห์ท่วงทำนอง (style) ในการใช้ภาษา

ชัยอนันต์ และกนก ได้เลือกวิเคราะห์การใช้ภาษาในการเมืองไทย โดยผ่านกลไกของรัฐบาล ที่มีอำนาจการปกครองอยู่แล้ว โดยวิเคราะห์ภาษาที่ใช้ในแถลงการณ์ของคณะปฏิวัติ-รัฐประหาร 11 ฉบับ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงปริมาณ ควบคู่กับการตีความหมายโดยเชื่อมโยงกับบริบททางการเมืองในช่วงเวลาที่มีการประกาศแถลงการณ์เหล่านั้น ประเด็นการวิเคราะห์แบ่งออกเป็นสี่ด้านคือ การอ้างถึงสถาบันทางการเมือง การเชื่อมโยงสถาบันทางการเมืองกับสภาพการณ์หรือบทบาทต่างๆ สำนวนภาษาและการใช้คำ การเปรียบเทียบ และแบบฉบับของคำ ทั้งนี้ เพื่อแสดงให้เห็นว่าในแต่ละเหตุการณ์ทางการเมือง หรือประเด็นทางการเมือง มีการใช้ภาษาอย่างไร มีสัญลักษณ์ใด หรือคุณค่าใด และสภาพการณ์ใดบ้างที่ได้รับการหยิบยกขึ้นมา กล่าวถึง

ผลการศึกษา พบว่าประกาศของคณะปฏิวัติ-รัฐประหาร ตลอดจนคำแถลงนโยบายของรัฐบาลที่มาจากการปฏิวัติ-รัฐประหาร มี “แบบฉบับ” หรือ “pattern” ของการประกาศเจตนารมณ์ การอ้างถึงสถาบันต่างๆ และการเชื่อมโยงสถาบันการเมืองกับสภาพการณ์หรือบทบาทต่างๆ ของสถาบันเหล่านั้นที่คล้ายกันมาก เช่น อ้างถึงความจำเป็นที่จะต้องปฏิวัติ-รัฐประหารด้วยเหตุผลเดียวกันคือ “ถ้าจะดำเนินการตามวิถีทางรัฐธรรมนูญ ย่อมไม่ทันต่อเหตุการณ์ จึงจำเป็นต้องยึดอำนาจการปกครอง” นอกจากนี้ ภาษาที่ใช้ในการเขียน ก็เป็นการลอกกันมาจากประกาศคณะปฏิวัติชุดก่อนๆ โดยอาจมีการแต่งเติมเสริมต่อ เปลี่ยนคำนาม หรือสลับลำดับของประโยค ส่วนความแตกต่างระหว่างคำประกาศของคณะปฏิวัติ-รัฐประหาร กับคำแถลงนโยบายของรัฐบาลที่มาจากการยึดอำนาจ ก็คือ ภาษาในคำประกาศจะเป็นลักษณะภาษาชาวบ้าน ส่วนคำแถลงนโยบายเป็นภาษาราชการ ข้อค้นพบที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การให้ความหมายคำว่า “ประชาธิปไตย” ได้ถูกปรับเปลี่ยนด้วยข้ออ้างต่างๆ ส่อให้เห็นความจำเป็นของรัฐบาลที่ได้อำนาจมาอย่างไม่ชอบธรรมในการแปรเปลี่ยนหลักคิดที่เป็นแหล่งที่มาของความชอบธรรม ให้เข้ากับผลประโยชน์ทางอำนาจ ผ่านความหมายใหม่คือ “ประชาธิปไตยแบบไทยๆ”

อิทธิพลของแนวคิดเรื่องวาทกรรม และภาษากับอำนาจ ส่งผลให้มีการวิจัยที่เป็น การวิเคราะห์การใช้ภาษาเป็นเครื่องมือทางอำนาจ ตัวอย่างของงานในกลุ่มนี้ ได้แก่ การวิจัยการสื่อสารการเมืองเชิงตีความในยุคพรรคไทยรักไทย เรื่อง “วาทกรรมวิเคราะห์รายการนายกฯ ทักษิณ คุยกับประชาชน และรายการชวนออนไลน์” ของ รัตนาวดี สำราญสุข (2002) ผู้วิจัยใช้

วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา และการศึกษาวาทกรรม การวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงเจาะลึก พบว่า วาทกรรมที่เกิดขึ้น ประกอบด้วยสถานภาพ บทบาท สิทธิ อำนาจ อุดมการณ์ การครองความเป็นใหญ่ และการแบ่งชิงพื้นที่ รูปแบบวาทะที่ปรากฏในรายการนายกทักษิณคุยกับประชาชน ส่วนใหญ่เป็นวาทะที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย ค่านิยม คุณธรรม จริยธรรม ในขณะที่รายการชวนออนไลน์ เป็นรูปแบบวาทะที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง มากที่สุด

การวิเคราะห์วาทกรรมของพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร อีกเรื่องหนึ่งคือ “Thaksin’s Political Discourse” ของ McCargo (2005) เป็นการวิเคราะห์ในภาพรวมภายใต้กรอบคิดเรื่องอำนาจของภาษาเช่นเดียวกับกลุ่มนักวิชาการสาขาอักษรศาสตร์อย่างอนันต์ และวิโรจน์ McCargo วิพากษ์การใช้ภาษา และการสื่อสารของพ.ต.ท. ทักษิณ โดยเชื่อมโยงกับสภาพวัฒนธรรมคนไทยในเรื่องการเมือง และผู้นำทางการเมือง

McCargo สรุปว่า พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร พยายามใช้เทคนิคด้านภาษาในการสื่อสารเพื่อรักษาอำนาจและสร้างความชอบธรรมให้กับแนวทางการบริหารของตนเอง ตามแนวทางของนักการเมืองมืออาชีพในต่างประเทศอย่าง บิล คลินตัน และโทนี่ แบลร์ แต่ปัญหาสำคัญคือ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ขาดความสามารถในด้านทักษะการสื่อสารที่จำเป็นสำหรับผู้ที่จะเป็นนักการเมืองที่ดี พ.ต.ท. ทักษิณ จึงต้องใช้วิธีการสื่อสารแบบทางเดียว ซึ่งเป็นหนทางที่จะปกป้องความเป็นตัวตนที่แท้จริงของตนเองไว้ได้ ส่วนประเด็น (theme) ในการสื่อสารของพ.ต.ท. ทักษิณ ได้แก่ เรื่อง “ตำนานความสำเร็จในชีวิตของตัวเองในฐานะที่เป็นตัวอย่างให้แก่ ประชาชนได้ปฏิบัติตาม” “การเชิดชูภูมิปัญญาตะวันตก” ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมความเป็น “ชาตินิยม” และการใช้โวหารแห่ง “สัญญาประชาคม” เพื่อสื่อนโยบายประชานิยม นอกจากนี้ ลักษณะการสื่อสารของพ.ต.ท. ทักษิณ ยังเป็นการสื่อสารแบบ “พ่อปกครองลูก” (paternalistic) ซึ่ง McCargo อธิบายว่าสอดคล้องกับลักษณะวัฒนธรรมคนไทยที่มองผู้ปกครองในฐานะ “ผู้คุ้มครอง” (McCargo, 2005, p. 173)

4.2 การศึกษาความหมายทางการเมืองของตัวบทประเภทภาษาที่เป็นสัญลักษณ์หรืออวัจนภาษา (non-verbal language)

การศึกษาคความหมายทางการเมือง ที่ก้าวพ้นจากปริมณฑลของภาษาด้อยคำใน ตัวบทประภทวรรณกรรมและแบบเรียน ไปสู่ภาษาที่เป็น “ภาพ” หรือ non - verbal language น่าจะมีจุดเริ่มต้นที่การศึกษาของสมบัติ จันทร์วงศ์ (2525) ที่ศึกษาความหมายของตราไปรษณียากร ตั้งแต่สมัยแรกเริ่มมีตราไปรษณียากรเป็นครั้งแรกในสยาม (พ.ศ. 2426) จนถึงปีพ.ศ. 2524 โดยศึกษาสัญลักษณ์ของชาติที่ปรากฏอยู่บนตราไปรษณียากรว่าในแต่ละยุคสมัยมีความแตกต่างกันอย่างไร วัตถุประสงค์ในการใช้สัญลักษณ์นั้นที่นอกเหนือจากกิจการไปรษณีย์คืออะไร

รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ของชาติบนตราไปรษณียากรกับสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศในยุคสมัยต่างๆ สมบัติ ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา โดยถือเอาภาพหรือสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนตราไปรษณียากรแต่ละดวงในแต่ละชุด เป็นหน่วยของเนื้อหาที่จะวิเคราะห์ ซึ่งหมายรวมถึงสัญลักษณ์ หรือเครื่องหมาย คำขวัญต่างๆ คำพูด หรือถ้อยคำประโยคยาวๆ และภาพเหตุการณ์หรือสถานที่ต่างๆ ในตราไปรษณียากร โดยจะมีการเทียบเคียงกับข้อมูลทางประวัติศาสตร์ สังคม และการเมือง ของแต่ละยุคสมัย ประกอบการวิเคราะห์ด้วย

ผลการศึกษาพบว่า ตราไปรษณียากรที่สื่อความหมายในทางการเมืองอย่างเด่นชัดมีอยู่ 2 ช่วงเวลาคือช่วงเวลาในสมัยสมบูรณาญาสิทธิราชย์ และหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองจนถึงสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยในช่วงที่ที่หนึ่งนั้น ความหมายในตราไปรษณียากรจะเน้นไปที่การรองรับหรือส่งเสริมความสำคัญของพระมหากษัตริย์ และสื่อถึงพระราชอำนาจหรือพระบารมี ส่วนในช่วงที่สอง ตราไปรษณียากร จะทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ทางการเมืองในการส่งเสริมระบอบประชาธิปไตย และเชิดชูหรือสนับสนุนนโยบายหรือการกระทำของรัฐบาลในสมัยนั้น

จากจุดเริ่มต้นที่การศึกษาความหมายทางการเมืองในเชิงสัญลักษณ์ในตราไปรษณีย์ของสมบัติ จันทรวงศ์ (2525) มานิตย์ นवलละออ (2533) ได้เปิดประเด็นการศึกษาความหมายของสัญลักษณ์ในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น โดยวิเคราะห์วิเคราะห์หน้าที่ (function) ของสัญลักษณ์ทางการเมืองที่เป็นรูปธรรม และนามธรรม กรอบการวิจัยของมานิตย์ อยู่ในแนวทางของคตินิทัศน์หน้าที่นิยม (functionalism) ที่เน้นศึกษาไปที่ผู้สร้างสัญลักษณ์ ลักษณะการใช้สัญลักษณ์ ผู้ที่เป็นเป้าหมายของการสื่อสารสัญลักษณ์ และผลที่เกิดขึ้นจากการใช้สัญลักษณ์ในการถ่ายทอดหรือหล่อหลอมความคิดความเชื่อที่สนับสนุนและสร้างความชอบธรรมในการปกครองให้กับผู้ปกครอง

ทั้งนี้ มานิตย์ได้เลือกศึกษาสัญลักษณ์ทางการเมืองในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม อันเป็นช่วงเวลาของการต่อสู้ทางอุดมการณ์การเมืองระหว่างระบอบการปกครองแบบใหม่ กับระบอบเก่าหรือกลุ่มนิยมเจ้า ซึ่งการต่อสู้นั้น มิได้จำกัดเฉพาะการต่อสู้แบบซึ่งหน้าในรัฐสภา แต่เป็นการต่อสู้แบบแอบแฝง ผ่านการใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมายหรือกล่อมเกลาคใจประชาชน การวิเคราะห์ความหมายของสัญลักษณ์ทางการเมืองของมานิตย์ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ สัญลักษณ์เชิงอุดมการณ์รัฐธรรมนูญนิยม สัญลักษณ์เชิงอุดมการณ์ชาตินิยม สัญลักษณ์เชิงความเป็นชาติสมัยใหม่ และสัญลักษณ์เชิงบารมีหรือความชอบธรรมส่วนบุคคลของผู้นำคือจอมพล ป. พิบูลสงคราม วิธีการศึกษาใช้การตีความหมายทั้งความหมายโดยตรงและโดยนัย และเชื่อมโยงเข้ากับบริบททางการเมือง และศึกษาจากเอกสารทางประวัติศาสตร์

ผลการศึกษาพบว่า รัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้สร้างสัญลักษณ์ทั้งที่เป็น รูปธรรมและนามธรรมขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อเป็นกลไกในการปลูกฝังอุดมการณ์ทางการเมือง อาทิ ในส่วนของสัญลักษณ์เพื่อเชิดชูอุดมการณ์รัฐธรรมนูญนิยม ได้แก่ การกำหนดวันสำคัญคือ วันรัฐธรรมนูญ วันชาติ การจัดรัฐพิธีเช่นพิธีเฉลิมฉลองรัฐธรรมนูญ กิจกรรมการประกวดละคร บทเพลง และกวี ปาฐกถาและสุนทรพจน์ที่เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ นอกจากนี้ ยังมีสัญลักษณ์ ประเภทสิ่งก่อสร้าง คือ อนุสาวรีย์หลักสี่ อนุสาวรีย์ประชาธิปไตย รัฐธรรมนูญจำลอง การเปลี่ยน ชื่อประเทศ จาก “สยาม” เป็น “ไทย” และสัญลักษณ์ที่ส่งเสริมอุดมการณ์ชาตินิยม ได้แก่ การ เคารพธงชาติ การเรียกร่องดินแดนจากฝรั่งเศสและสงครามอินโดจีน สัญลักษณ์อุดมการณ์ ความเป็นสมัยใหม่ เช่นการใช้ภาษา การแต่งกายของประชาชน การยกเลิกประเพณีดั้งเดิม นอกจากการปลูกฝังอุดมการณ์รัฐธรรมนูญนิยม ชาตินิยม และความเป็นสมัยใหม่แล้ว การใช้ สัญลักษณ์ทางการเมืองของจอมพล ป. พิบูลสงคราม ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างบารมีหรือ ความชอบธรรมส่วนบุคคลของตนเอง เช่น การใช้สัญลักษณ์ปีเกิดคือ รูปไก่และสีเขียวเป็น สัญลักษณ์ประจำตัวประดับตามบริเวณรั้วและประตูทำเนียบสามัคคีชัย พิธีกรรมเสริมบารมีผ่าน ลัทธิเชื้อผู้นำ การเคารพรูปของผู้นำในโรงละคร และโรงมหรสพ คำขวัญ บทเพลงสดุดีผู้นำ ฯลฯ

การศึกษาของมานิตย์ ได้ให้ภาพที่ชัดเจนว่า สัญลักษณ์คือเครื่องมือที่สำคัญในการ ถ่ายทอดอุดมการณ์และความเชื่อทางการเมือง ที่ค้ำจุนระบอบการปกครองระบอบไคระบอบหนึ่ง ให้ดำรงอยู่ได้ ซึ่งการถ่ายทอดอุดมการณ์บางอย่างก็ประสบความสำเร็จดียิ่ง บางอย่างก็ไม่ ประสบความสำเร็จนัก

การศึกษาความหมายของสัญลักษณ์ทางการเมืองได้พัฒนาไปสู่การวิเคราะห์ใน ระดับสัญลักษณ์ในงานของนิติ เชื้อสถาปนาศิริ (2544) เรื่อง “ความหมายทางการเมืองของลักษณะ ทางสถาปัตยกรรมของอาคารราชการไทย: ศึกษากรณีศาลากลางจังหวัด” นิติ ได้ใช้กรอบการ วิเคราะห์ความหมายด้วยวิธีสัญวิทยา ศึกษาลักษณะทางสถาปัตยกรรมในฐานะที่เป็น “ตัวบท” ในการวิเคราะห์ เชื่อมโยงเข้ากับบริบททางการเมืองและประวัติศาสตร์ในแต่ละยุคสมัย รวมทั้งการ วิเคราะห์ภูมิหลังของ “ผู้แต่งบท” หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและก่อสร้างศาลากลางจังหวัด เพื่อถอดความหมายในระดับมาภาคติของสิ่งก่อสร้างประเภทศาลากลางจังหวัด

การวิเคราะห์ของนิติ เป็นการวิเคราะห์ในระดับสัญลักษณ์ซึ่งเป็นหน่วยความหมายที่เล็ก ที่สุดของสัญลักษณ์คือลักษณะทางสถาปัตยกรรมของศาลากลางจังหวัดของไทยในยุคสมัยต่างๆ นิติ ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ช่วงเวลา ด้วยกัน คือช่วงเวลาก่อนการปฏิรูปการปกครอง พ.ศ. 2435 ช่วงเวลาหลังการปฏิรูปการ ปกครอง พ.ศ. 2435 – พ.ศ. 2474 ช่วงเวลาหลังการ

เปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 – พ.ศ. 2522 และช่วงสุดท้ายคือช่วงที่รัฐนำแนวคิดเรื่อง “ศูนย์ราชการ” มาปรับใช้ตั้งแต่ พ.ศ. 2523 – ปัจจุบัน

ผลการวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งของนิติ ได้ถอดความหมายที่เป็นมายาคติที่แฝงอยู่ใน ลักษณะสถาปัตยกรรมของอาคารศาลากลางแต่ละยุคสมัยให้เห็นเป็นรูปธรรมเด่นชัด ตัวอย่างเช่น ลักษณะสถาปัตยกรรมของอาคารศาลากลางจังหวัดในช่วงเวลาหลังการปฏิรูปการปกครองจนถึง ก่อนการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครอง (พ.ศ. 2435 – พ.ศ. 2474) สื่อความหมายมายาคติของ อำนาจที่เข้มแข็งของสถาบันกษัตริย์ คือ การเปลี่ยนจากการใช้รูปตราในอาคาร ที่เดิมในสมัยก่อน การปฏิรูปการปกครอง ใช้เป็นรูปเหรียญรัชกาลที่ 4 มีพระมหามงกุฏ กับรูปช้างเผือกอยู่ในวงจักร มาเป็นพระลัญจกรประจำแผ่นดิน หรือ “ตราอาร์ม” และในเวลาต่อมารัชกาลที่ 5 ทรงโปรดฯ ให้ เปลี่ยนเป็น “ตราครุฑพ่าห์” แทน ความหมายเชิงสัญลักษณ์ของการเปลี่ยนรูปตราดังกล่าวก็คือ ต้องการสื่อความหมายไปยังประชาชนและกลุ่มอำนาจเดิมในหัวเมืองต่างๆ ถึงความเป็น “หมู่เหล่าเดียวกัน” อันเกิดจากการที่อยู่ใน “แผ่นดินเดียวกัน” และมี “พระมหากษัตริย์องค์ เดียวกัน” นอกจากนี้ การเลือกออกแบบอาคารที่เป็นสถาปัตยกรรมสไตล์ตะวันตก มีสัญลักษณ์ ของความมีอารยธรรม และเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมแก่ชาวสยามให้พร้อมที่จะเริ่มปฏิบัติสิ่งใหม่ๆ ในด้านวิถีชีวิตประจำวัน และรูปแบบการปกครองการบริหารบ้านเมืองอย่างใหม่ๆ รวมทั้งการ ยืนยันถึงผลสำเร็จในปัจจุบันและที่จะได้รับในอนาคต หากหัวเมืองยินยอมที่จะรับเอาการอยู่ใน แผ่นดินเดียวกัน มีกษัตริย์องค์เดียวกัน อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์สัญลักษณ์ของลักษณะ สถาปัตยกรรมที่สร้างในสมัยหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ได้พบความหมายที่ เปลี่ยนไปก็คือ ลักษณะสถาปัตยกรรมของอาคารที่แม้จะอิงความเป็นตะวันตก แต่ก็ได้ปรับเปลี่ยน ให้มีความเป็นไทยเข้าไปด้วย บ่งบอกถึงความเข้มแข็งของระบบราชการไทย โดยผนึกเอา ความหมายของผู้ที่มีสถานะเหนือกว่าคือสถาบันกษัตริย์มาเป็นความหมายเชิงอำนาจของระบบ ราชการผ่านการใช้สัญลักษณ์ตราครุฑ

การศึกษาความหมายทางการเมืองของสัญลักษณ์ของมานิตย์ และการศึกษา ความหมายเชิงมายาคติในอาคารศาลากลางจังหวัดของนิติ ทำให้เห็นได้ว่า การศึกษา ความหมายทางการเมืองนั้นมีได้หลายมิติ ขึ้นอยู่กับกรอบที่จะใช้ในการตีความหมายนั้น โดย การศึกษาของทั้งสองท่านนี้ แม้จะเป็นการวิเคราะห์ด้วยวิธีการและคติทัศน์ที่แตกต่างกัน ที่ให้ ผลสรุปที่สอดคล้องกันว่าการถ่ายทอดอุดมการณ์ คุณค่า หรือค่านิยมต่างๆ จากชนชั้นปกครอง ไปสู่ประชาชนนั้น สามารถกระทำได้ด้วยวิธีการทางสัญลักษณ์ที่เป็นรูปธรรม เช่น วัตถุ กิจกรรม ทางวัฒนธรรม ประเพณี วิธีการดำรงชีวิต จนทำให้อุดมการณ์ ค่านิยม เหล่านั้นกลายสภาพเป็น

ความจริงแท้ที่รับรู้กันทั่วไปในสังคมว่าเป็นสิ่งที่ เป็นปกติ หรือธรรมชาติ ความหมายที่แท้จริงที่ซ่อน อยู่ภายในนั้น ถูกกลบมิดซิดไว้ด้วยรูปลักษณ์ของสัญญาภายนอกที่ประดิษฐ์ขึ้นอย่างแยบคาย

การศึกษาตัวบทที่ไม่ใช่ถ้อยคำอีกเรื่องหนึ่ง ที่เป็นการศึกษาสื่อการเมืองสมัยใหม่คือ การวิจัยของกิงทอง มหาพรไพศาล (2546) ซึ่งจากการสำรวจที่ผ่านมา น่าจะเป็นการวิจัย เชิงตีความหมายสื่อหาเสียงเลือกตั้งยุคใหม่เพียงเรื่องเดียว ที่เป็นการตีความหมายของภาษา ประเภทภาพ ด้วยวิธีสัญวิทยา กิงทอง ได้ศึกษาความหมายภาพถ่ายและข้อความในสื่อแนะนำ ตัวของผู้สมัครรับเลือกตั้งเป็นสมาชิกวุฒิสภาปี 2543 ประกอบการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้สมัคร สมาชิกวุฒิสภาและบุคคลที่เกี่ยวข้อง และศึกษาข้อมูลประเภทเอกสารสิ่งพิมพ์เพิ่มเติม ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ภาพถ่ายและข้อความได้สื่อความหมายในเรื่องต่างๆ เช่นประสบการณ์ใน การทำงาน การศึกษา ครอบครัว ศาสนา ผลงานในอดีต ตัวอย่างเช่นผู้สมัครที่เป็นอดีตข้าราชการ จะนำเสนอความหมายในเรื่องการปรนนิบัติราชการมาด้วยดี ผู้แสดงความยุติธรรม ผู้ทรงภูมิ และ ครอบครัวแสนสุข อย่างไรก็ตาม การวิจัยของกิงทองเป็นเพียงการตีความหมายในระดับ ความหมายโดยตรงและโดยนัยในระดับที่หนึ่งและระดับที่สองของสัญญา ยังมีได้ก้าวข้ามไปถึงขั้น ของการวิเคราะห์ความหมายในระดับที่สาม อันเป็นความหมายระดับวัฒนธรรม หรือมายาคติ

5. การวิจัยในต่างประเทศ

ในต่างประเทศ พบว่ามีความสนใจศึกษาความหมายของสื่อการเมืองในเชิง อุดมการณ์ หรือมายาคติอยู่บ้างพอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาการสื่อสารการเมือง เลือกลงในต่างประเทศ แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ ด้วยกัน กลุ่มแรกเป็นการศึกษาในเชิงวัฒนธรรม ศึกษา (Cultural Studies) เป็นการศึกษาในมุมมองของ Roland Barthes โดยใช้การวิเคราะห์ ด้วยวิธีสัญวิทยา และกลุ่มที่สองเป็นการศึกษาความหมายในเชิงการพรรณนา (descriptive) โดยใช้วิธีวิทยาการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เป็นหลัก

การวิจัยในกลุ่มแรกที่เป็นการศึกษาในเชิงวัฒนธรรมศึกษาในฟากของนักวิชาการ ฝั่งยุโรป ส่วนใหญ่พบว่า สื่อหาเสียงทางการเมืองของนักการเมือง คือกระบวนการทางสัญลักษณ์ ที่สามารถอ่านได้ในระดับของมายาคติหรืออุดมการณ์ และสื่อหาเสียงเหล่านี้ คือเครื่องมือของ การถ่ายทอดอุดมการณ์บางอย่างให้แก่ประชาชนผ่านระบบการให้ความหมายที่แยบยล งานของ Wernick (1991) ได้วิเคราะห์ “มายาคติ” ความหมายและอุดมการณ์ทางการเมืองและระบอบ ทุนนิยมอเมริกัน ในสื่อโปสเตอร์หาเสียงของพรรคโซลิดาริตีของประเทศโปแลนด์ในยุคล่มสลาย ของพรรคสังคมนิยม โดยใช้การวิเคราะห์ตามแนวคิดมายาคติและอุดมการณ์ตามหลักสัญวิทยา

Wernick ได้ชี้ให้เห็นว่าการตลาดการเมืองหรือการเมืองแบบส่งเสริมการตลาด (Promotional Politics) ในแบบการเมืองแบบทุนนิยมอเมริกันได้แผ่ขยายอิทธิพลสู่สังคมคอมมิวนิสต์ของโปแลนด์ และนำการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองมาสู่ประเทศ นั้นในที่สุด

ในการวิเคราะห์ดังกล่าว Wernick ได้แยกแยะองค์ประกอบของสัญญาณแต่ละอย่างในโปสเตอร์หาเสียง ซึ่งประกอบด้วยสัญญาณประเภทภาพ และสัญญาณประเภทข้อความ โปสเตอร์ดังกล่าว เป็นภาพ “นายอำเภอ” อเมริกันยุคทองตะวันตกที่กำลังเดินจะไป “ดวล” กับผู้ร้ายในมือที่ควรจะเป็นปืนของนายอำเภอผู้นั้น กลับถือ “บัตรเลือกตั้ง” เพื่อเป็นอาวุธในการต่อสู้กับฝ่ายตรงข้าม Wernick ได้วิเคราะห์สัญญาณต่างๆ ในภาพ โดยใช้หลักคู่ตรงข้าม (binary oppositions) และพบว่าว่า สัญญาณ “นายอำเภอ” สื่อความหมายถึงพรรคโซลิดาริตี ซึ่งมีความหมายระดับที่สองหรือความหมายโดยนัยคือเป็น “พระเอก” ที่จะปราบผู้ร้าย คือ “พรรคคู่แข่ง” ด้วยอาวุธ คือ “บัตรเลือกตั้ง” อันมีความหมายคือการไปใช้สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง ในขณะที่เดียวกัน ในความหมายระดับที่สาม พระเอก หรือพรรคโซลิดาริตี ก็สื่อความหมายแห่ง “มายาคติ” ของความเป็นทุนนิยมแบบอเมริกัน ในขณะที่ การเลือกตั้ง คือสัญญาณแห่ง การต่อสู้ และอาวุธที่จะนำไปสู่ชัยชนะ ไม่ใช่การใช้กำลังหรือกระบอกปืนอย่างที่ระบอบการปกครองแบบเก่าเคยใช้มาก่อน แต่เป็น “การออกเสียงเลือกตั้ง” ที่จะนำไปสู่ชัยชนะของประชาชน อาวุธในการต่อสู้ในที่นี้คือ อำนาจอธิปไตยของมหาชน

การเลือกใช้สัญญาณแห่ง ความอวยตะวันตกแบบอเมริกันในโปสเตอร์ชิ้นนี้ ยังสื่อความหมายถึง อุดมการณ์เสรีนิยม ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีที่เป็นคุณลักษณะสำคัญของสังคมยุคบุกเบิกของอเมริกา นอกจากนี้ Wernick ยังวิเคราะห์ความหมายคู่ตรงข้ามของสัญญาณอื่นๆ เช่น “การกระทำ” กับ “คำพูด” “ความเป็นชายชาติวีร” กับ “ความอ่อนแอ” หรือ “ความเป็นหญิง” เป็นต้น ที่สื่อความหมายในทางการเมืองด้วย

การศึกษาเรื่อง “Enduring Image of War: Myth and Ideology in a Newsweek Cover” ของ Jack Lule (1991) เป็นการวิเคราะห์ความหมายในระดับมายาคติ และอุดมการณ์ของภาพหน้าปกนิตยสาร Newsweek ที่เป็นภาพทหารสหรัฐอเมริกา ที่ไปรบในสงครามอ่าวเปอร์เซีย การศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการวิเคราะห์ 3 ระดับ คือ ระดับความหมายของภาษา (language messages) เป็นการวิเคราะห์ความหมายของพาดหัวและการบรรยายภาพในหน้าปก ระดับที่สอง เป็นการวิเคราะห์ความหมายโดยตรงของภาพ (denoted messages) และระดับที่สาม เป็นการวิเคราะห์ความหมายโดยนัยของภาพ (connoted images) ทั้งนี้ มุ่งวิเคราะห์ในกรอบ 3 ประเด็น คือ ประเด็นเรื่อง ผลของสงครามต่อมนุษย์ บทบาทที่เปลี่ยนไปของสื่อมวลชน และการกล่อมเกลาคูณการณสงคราม

ผลการศึกษพบว่า ภาพหน้าปกดังกล่าว สะท้อนให้เห็นมายาคติและอุดมการณ์แบบอเมริกันที่มุ่งกระตุ้นตนเองให้ก้าวสู่ความขัดแย้งและสงคราม ด้วยการเล่าเรื่องความยากลำบากของทหารอเมริกันที่ถูกจับเป็นเชลย (captivity narration) ผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยก็ได้โยงให้เห็นว่าลักษณะการถ่ายทอดมายาคติและอุดมการณ์แบบนี้ มีในประวัติศาสตร์อเมริกันมาตั้งแต่ยุคบุกเบิกและการยุคต่อสู้ระหว่างคนขาวและอินเดียนแดง

การวิจัยมายาคติในสื่อหาเสียงของนักการเมืองในกลุ่มที่สอง เป็นการวิจัยของนักวิชาการในสหรัฐอเมริกา ที่ศึกษาเนื้อหาสาระของสื่อหาเสียง โดยเฉพาะภาพยนตร์โฆษณาของนักการเมือง งานของ Edwards and Smith (in Kaid et al., 2003) เรื่อง “Myth and Anti-Myth in Presidential Campaign Films 2000” วิเคราะห์เนื้อหาของภาพยนตร์หาเสียง (campaign films) ของผู้สมัครชิงตำแหน่งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ใน ค.ศ. 2000 จำนวน 2 คน คือ George W. Bush และ Al Gore

ในการศึกษาของ Edwards and Smith นี้ แนวคิดเรื่อง “มายาคติ” หรือ myth แตกต่างจากแนวคิดเรื่องมายาคติของ Barthes อยู่บ้าง กล่าวคือ มายาคติในที่นี้ จะหมายถึงลักษณะเฉพาะของประธานาธิบดีในสายตา หรือใน อุดมคติของประชาชนอเมริกันทั่วไป Edwards and Smith พบว่า ภาพมายาคติที่นำเสนอในการภาพยนตร์หาเสียงเลือกตั้งของ Bush และ Gore นั้น ได้เปลี่ยนไปจากมายาคติของนักการเมืองในสมัยก่อนหน้านั้น ที่ผู้นำประเทศจะต้อง “ยิ่งใหญ่ มีอำนาจ สูงส่ง และเข้มแข็ง” อันเป็นมายาคติที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมที่มีการแบ่งระดับชั้นทางสังคม (hierarchical culture) ของอเมริกา แต่ด้วยสภาพสังคมอเมริกันที่เปลี่ยนไป สื่อหาเสียงของประธานาธิบดีในยุคใหม่ จึงไม่สามารถนำเสนอภาพมายาคติแบบเดิมๆ ได้แล้ว แต่จะต้องละทิ้งภาพมายาคติแบบเก่าๆ ที่เน้นบทบาทการเป็นผู้นำที่เข้มแข็งและยิ่งใหญ่ไปสู่ ภาพมายาคติที่เน้น “บุคลิกภาพที่อบอุ่น เป็นมิตร และภาพของความเป็นครอบครัวแสนสุข” แทน ซึ่งเป็นลักษณะตรงกันข้าม (anti-myth) กับมายาคติแบบดั้งเดิม ทั้งนี้ Edwards and Smith ได้อธิบายว่า ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่แสดงว่า สังคมอเมริกันในยุคนี้ ต้องการประธานาธิบดีในอุดมคติแบบใหม่ที่มีภาพลักษณ์ แตกต่างไปจากมายาคติแบบเดิมๆ ซึ่งส่วนหนึ่ง อาจจะเป็นผลมาจากปรากฏการณ์เหตุการณ์อุทกภัยทางเพศของประธานาธิบดี บิล คลินตัน ที่ทำให้ความรู้สึก และความคาดหวังของประชาชนชาวอเมริกันที่มีต่อผู้นำของประเทศเปลี่ยนแปลงไป

จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า ในประเทศไทย การศึกษาความหมายทางการเมืองในสื่อหรือตัวบทต่างๆ นั้น ส่วนใหญ่เป็นการตีความหมายด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบกับวิธีการวิจัยทางประวัติศาสตร์ เพื่อค้นหาความหมายแฝงด้าน

อุดมการณ์ ความเชื่อ ความคิด คุณค่า หรือค่านิยมในทางการเมือง ประเภทของตัวบทที่ศึกษา ส่วนใหญ่ เป็นตัวบทประเภทภาษาที่เป็นถ้อยคำคือ วรรณกรรม บทเรียน คำประกาศ คำแถลง นโยบาย ในขณะที่การศึกษาบางส่วนซึ่งมีไม่มากนัก เป็นการวิเคราะห์ความหมายของภาษาที่ไม่ใช่ภาษาถ้อยคำ (non-verbal language) แต่เป็นภาษาภาพ (visual) อาทิ ความหมายทางการเมืองของตราไปรษณียากร ความหมายของสัญลักษณ์ที่เป็นวัตถุ เช่น อนุสาวรีย์ หรือกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่นการกำหนดวันชาติ วันรัฐธรรมนูญ การใช้ตราสัญลักษณ์ในสื่อต่างๆ การเปิดประเด็นใหม่ของการวิเคราะห์ความหมายของสัญลักษณ์ประเภทสิ่งก่อสร้างอย่างศาลากลางจังหวัดด้วยวิธีการสัญวิทยา ได้ทำให้ขอบเขตของการศึกษาเชิงตีความหมายกว้างและลึกยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ การศึกษาความหมายทางการเมืองในมิติของภาษา ในฐานะที่เป็นเครื่องมือสร้างความจริง และถ่ายทอดอุดมการณ์ ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ก็เป็นอีกวิธีการศึกษาที่ทรงพลังในการขุดค้นความหมายที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใต้เปลือกนอกที่ฉาบด้วยความไพเราะของถ้อยคำ

อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่ผ่านมาทั้งหมด ยังไม่มีงานใดที่เป็นการศึกษาสื่อหรือตัวบทที่เป็นทั้งภาษาที่เป็นถ้อยคำ (verbal) และภาษาที่เป็นภาพ (non-verbal หรือ visual) รวมกันอยู่ในตัวบทเดียวกัน ยกเว้นการศึกษาคำความหมายของตราไปรษณียากร ของสมบัติ จันทรวงศ์ (2525) ที่มีภาษาที่เป็นถ้อยคำประกอบอยู่เป็นส่วนน้อยกับภาษาภาพ ผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาความหมายของตัวบทประเภทโฆษณาหาเสียง อันเป็นสื่อทางการเมืองที่เต็มไปด้วยการใช้สัญลักษณ์ประเภทต่างๆ ทั้งประเภทถ้อยคำ ภาษา และประเภทภาพ ที่ผ่านการสร้างสรรค์ด้วยศิลปะแห่งการโน้มน้าวใจที่แยบคายและพิถีพิถัน เพื่อค้นหาความหมายเชิงอุดมการณ์หรือมายาคติที่ซ่อนอยู่ภายใต้สัญลักษณ์เหล่านั้น

ข้อสังเกตสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่สะท้อนผ่านผลการศึกษาที่ได้พบทวนมาทั้งหมดชี้ให้เห็นว่า สื่อหรือตัวบทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวบทที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียน สัญลักษณ์ หรือวัตถุสิ่งก่อสร้างใดๆ ก็ตาม ได้ทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ในการเป็นเครื่องมือสื่อหรือถ่ายทอดอุดมการณ์ของชนชั้นปกครอง หรือชนชั้นนำไปสู่ประชาชน พุดอีกนัยหนึ่งก็คือ ยังเป็นการวิเคราะห์ที่มองในมิติเดียว คือมิติจากบนลงมาล่าง นั่นก็คือ การสื่อสารจากชนชั้นปกครองลงมาสู่ชนชั้นได้ปกครอง การตีความหมาย หรือการ “อ่าน” ตัวบทนั้น เป็นการอ่านในมิติที่สื่อหรือตัวบทนั้น สามารถถ่ายทอดอุดมการณ์ หรือมายาคติได้อย่างครบถ้วน ปราศจากการตีความ หรือการอ่านอย่างโต้แย้งหรือต่อรองความหมายใดๆ จากข้อสังเกตนี้ ผู้วิจัยจึงตั้งประเด็นคำถามเพิ่มเติมอีกประการหนึ่งในการศึกษา คือ การตีความหมายเชิงอุดมการณ์หรือมายาคติ ที่แฝงอยู่ในโฆษณาหาเสียงของพรรคไทยรักไทย นั้น สามารถตีความหมายในมิติที่เป็นการถ่ายทอดอุดมการณ์จากชนชั้น

ปกครองไปสู่ประชาชนได้เพียงความหมายเดียว หรือสามารถตีความในความหมายอื่นที่อาจเป็นการโต้แย้ง หรือต่อต้านได้หรือไม่

กรอบความคิดในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งวิเคราะห์ใน 3 ประเด็นหลักได้แก่

1. สัญญาะ
2. ระบบความหมายของสัญญาะ และ
3. หน้าที่ของความหมายในการถ่ายทอดมายาคติ (Myths) และ อุดมการณ์ (Ideology) ในประเด็น ระบบคุณค่า ความคิด ความเชื่อ และอุดมการณ์ทางการเมือง โดยในการวิเคราะห์ จะเชื่อมโยงกับบริบทแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทางสังคมและการเมืองของไทย ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้วางกรอบความคิดในการศึกษาไว้ดังนี้

3.1 แยกย่อยสัญญาะ (signs) ในโฆษณาหาเสียงของพรรคไทยรักไทย

- สัญญาะ ประเภทภาษา (Linguistic signs)
- สัญญาะประเภทภาพ (visual signs)

3.2 วิเคราะห์ระบบความหมาย (meaning)

- ความหมายโดยตรง (Denotation)
- ความหมายโดยนัย (Connotation)

โดยการวิเคราะห์ความหมายทั้งสองประเภทนี้ จะใช้การวิเคราะห์ในสองมิติ

ดังนี้

- ความหมายเชิงคติทัศน์ (paradigmatic)
- ความหมายเชิงโครงสร้างไวยากรณ์ (syntagmatic)

3.3 วิเคราะห์หน้าที่ (Function) ของความหมายแห่งมายาคติ (Myths) และ อุดมการณ์ (Ideology) โดยใช้กรอบการวิเคราะห์ความหมาย ตามแนวคิด “เข้ารหัส - ถอดรหัส” ของ Stuart Hall