

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ภาพถ่าย : จากบันทึกเหตุการณ์สู่การเมืองแห่งความหมาย

“ภาพถ่าย” ถือเป็นเทคโนโลยีทางการสื่อสารอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานและยังคงได้รับการพัฒนาเรื่อยมาอย่างต่อเนื่อง เทคโนโลยีเกี่ยวกับภาพ จัดเป็นศิลปะตั้งแต่สมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์ ในยุคหินเก่า 10,000 ปีก่อนคริสตศักราช โดยเริ่มจากการวาดภาพลงบนผนังถ้ำ (Cave Painting) ของมนุษย์โครมันยอง (Cro-Magnon) ซึ่งถือเป็นมนุษย์พวกแรกที่ถือว่าเป็นมนุษย์ศิลปิน เพราะเป็นพวกที่รู้จักหลบอากาศหนาวเข้าไปอาศัยอยู่ในถ้ำ รู้จักสร้างสรรค์ความสะกดสายตา รู้จักเขียนภาพประสบการณ์ที่ตนรู้ เพื่อต้องการแสดงออกในเรื่องของความเชื่อต่าง ๆ เช่น ความเชื่อเกี่ยวกับความตาย, ความเชื่อเกี่ยวกับความอุดมสมบูรณ์ และความเชื่อเกี่ยวกับความลึกลับ โดยวัสดุที่ใช้วาดภาพเริ่มจากการใช้หินสีหรือสีจากดินขีดเขียน ต่อมาพัฒนาใช้สีจากสิ่งอื่น ๆ เช่น จากเปลือกไม้ ต้นไม้ ดอกไม้ จนพัฒนาคิดค้นหมึกวาดภาพ การใช้สีก็เริ่มต้นจากการใช้สีเพียงสีเดียวค่อย ๆ พัฒนาดัดแปลงมาเป็นกิ่งไม้ ขนนก ดินสอ และพู่กันในที่สุด (รัฐ จันทโรตธ, 2522, น. 53)

เมื่อมนุษย์มีวิวัฒนาการมากขึ้น ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตในด้านต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไป การวาดภาพก็เช่นเดียวกัน ได้พัฒนาจนกลายเป็นเทคโนโลยีภาพถ่ายในที่สุด เทคโนโลยีภาพถ่ายถือกำเนิดขึ้นจากการสังเกตและเรียนรู้จากธรรมชาติรอบตัวในชีวิตประจำวันผสมกับจินตนาการ เพื่อที่จะบันทึกภาพเหตุการณ์บนโลกที่มองเห็นด้วยสายตา (ภูมิภมร ผดุงรัตน์, 2548, น. 53) ความพยายามในการบันทึกภาพนี้เริ่มมาตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 14 ซึ่งถือเป็นความพยายามของสังคมยุโรปในการย้อนกลับไปค้นคว้าวิชาที่ชาวกรีกและชาวโรมันได้สั่งสมไว้ นั่นคือ งานด้านจิตรกรรมด้วยการพยายามเขียนโลกจำลองให้ได้ภาพที่มีมิติใกล้เคียงความจริงมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ จุดนี้เองถือเป็นจุดเริ่มต้นของการคิดค้นเครื่องมือที่สามารถบันทึกภาพที่อยู่เบื้องหน้าไว้ที่เรียกกันว่ากล้องถ่ายภาพในที่สุด

จวบจนปัจจุบัน เทคโนโลยีการถ่ายภาพได้พัฒนาไป จนก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างมากมาย เช่น ความก้าวหน้าของอุปกรณ์ถ่ายภาพที่อำนวยความสะดวกให้ทุกฝ่าย

สามารถเป็นผู้ถ่ายภาพได้ ขณะเดียวกันความเปลี่ยนแปลงทางสังคมก็เป็นแรงขับเคลื่อนให้เทคโนโลยีและกระบวนการทางความคิดก้าวไปข้างหน้าเพื่อตอบสนองซึ่งกันและกัน เช่น การเข้าสู่ยุคข้อมูลข่าวสาร กับการเกิดขึ้นของเทคโนโลยี “ดิจิทัล” ในกล้องถ่ายภาพที่อำนวยความสะดวกช่วยลดขั้นตอนของการผลิตภาพ รับและส่งภาพลงไป แต่สิ่งที่ยังถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการถ่ายภาพที่ไม่สามารถลดทอนลงไปได้ก็คือ ตัวผู้ถ่ายภาพในฐานะผู้รังสรรค์ลงรหัสภาษาและชุดความหมายต่าง ๆ ลงในภาพ (encoder) และตัวภาพถ่ายในฐานะผลลัพธ์ของเครื่องหยุดเวลาที่เรารู้จักว่ากล้องถ่ายภาพ

จากวิวัฒนาการอันยาวนานในเรื่องของภาพ และภาพถ่าย ทำให้สรุปได้ในเบื้องต้นว่าวัตถุประสงค์ของการถ่ายภาพอย่างหนึ่งก็คือ การบันทึกเพื่อเล่าเหตุการณ์ให้แก่บุคคลอื่นที่ไม่ได้ประสบเหตุการณ์นั้นด้วยตนเอง เพราะการถ่ายภาพถือได้ว่าเป็นการบันทึกเหตุการณ์ต่าง ๆ เก็บไว้เป็นหลักฐานแทนหรือร่วมกับตัวอักษร เนื่องจากการเก็บรักษาระบบข้อมูลภายในมนุษย์มีข้อจำกัด กล่าวคือ ถึงแม้ว่ามนุษย์สามารถมองเห็นสิ่งต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี แต่มนุษย์ไม่สามารถเก็บรักษาสิ่งที่มองเห็นได้นาน (Schroeder, 2002, p. 45) ไม่สามารถดูซ้ำได้ตามความต้องการได้อีก ภาพที่มองเห็นก็จะสูญสลายไปในที่สุด ยิ่งไปกว่านั้นความทรงจำยังเป็นของแต่ละบุคคล อยู่ในสวนประสาทของแต่ละบุคคล ที่ผู้อื่นไม่สามารถมองเห็นได้ ดังนั้นมนุษย์จึงค้นหาวิธีการเก็บรักษาภาพด้วยการบันทึกไว้ในวัสดุต่าง ๆ ที่มีความคงทนมากกว่าตัวของมนุษย์เอง และการบันทึกดังกล่าวต้องทำให้ผู้อื่นร่วมมองเห็นภาพนั้นด้วย

จากสิ่งที่กล่าวมานี้ “ภาพถ่าย” สามารถเข้ามาตอบสนองขีดจำกัดในเรื่องของความทรงจำการมองเห็น ของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี ภาพถ่ายยังสามารถสร้างความรู้สึกนึกคิด การรับรู้ร่วมกันระหว่างมนุษย์อีกด้วย (Rojek & Urry, 2000, p. 179) เรียกได้ว่าภาพถ่ายนั้นเป็นสื่อที่สามารถข้ามได้ทั้งพื้นที่และเวลาได้อย่างแท้จริง

นอกจากนี้ภาพถ่ายยังเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่มีความใกล้ชิดกับคนทั่วไป (เช่น ภาพโฆษณาขายสินค้าที่มักจะได้พบได้ในสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งภาพถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะขาดไม่ได้ในการให้รายละเอียดตัวสินค้าและบริการ) ภาพถ่ายเป็นสื่อที่มีลักษณะเข้าได้กับคนทุกเพศทุกวัย และเหมาะกับการสื่อสารบางอย่างที่สื่อในรูปแบบอื่นทำได้ไม่ดีเท่า เช่น ภาพถ่ายของผู้ลงสมัครรับเลือกตั้ง ที่หากฟังแค่ชื่ออาจจะนึกภาพผู้สมัครฯ ไม่ออก เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ภาพถ่าย จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารด้วยภาพ และการสื่อสารด้วยภาพเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อเรามากกว่าช่องทางอื่น ดังคำกล่าวที่ว่า “ภาพหนึ่งภาพมีความหมายมากกว่าพันคำ” คำกล่าวนี้ เป็นคำกล่าวที่แสดงให้เห็นว่า ภาพถ่ายนั้นสามารถพูดแทนหรือประกอบสร้างความเป็นจริง (construction of reality) และกำหนดการรับรู้ของผู้คนได้ นั่นคือ

- ภาพถ่ายสามารถกำหนดให้เห็นสิ่งใด หรือไม่เห็นสิ่งใด จากการจัดวางองค์ประกอบของผู้ถ่ายภาพ ดังนั้นเหตุการณ์หรือสถานที่เดียวกัน ผู้ถ่ายภาพสองคนจึงถ่ายทอดเรื่องราวผ่านทางภาพถ่ายที่แตกต่างออกไปได้

- ภาพถ่ายยังสามารถกำหนดได้อีกว่าจะให้เห็นภาพแค่ไหนและเห็นภาพอย่างไร ภาพถ่ายจึงมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ประทับ และจดจำมากกว่าสื่อประเภทอื่น (เช่น ภาพความสมบูรณ์และสวยงามของปะการังตามชายฝั่งทะเลอันดามันของไทย) ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นได้ดี ดังคำกล่าวที่ว่า “สิบปากว่า ไม่เท่าตาเห็น”

- ภาพถ่ายสามารถก่อให้เกิดอารมณ์ ความรู้สึกต่าง ๆ และสามารถสร้างให้คนเราเกิดจินตนาการต่อไปได้ อันเนื่องมาจากการที่ภาพถ่ายเป็นสื่อที่สามารถสื่อสารได้ด้วยของมันเองได้อย่างรวดเร็ว และไม่เรียกร้องความสามารถในด้านการอ่านเหมือนสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่น ๆ ภาพถ่ายจึงเป็นภาษาสากล ที่คนทุกชาติ ทุกภาษา สามารถเข้าใจได้ตรงกัน ไม่มีขีดจำกัดของความเข้าใจ ไม่เลือกเพศ วัย ชาติ ภาษา

จากคุณลักษณะที่โดดเด่น และหลากหลายของภาพถ่าย ภาพถ่ายจึงถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในทุกวงการ ไม่ว่าจะเป็น วงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการเมือง โดยผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หรือแม้กระทั่ง สื่อใหม่ในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสื่ออิเล็กทรอนิกส์รูปแบบต่าง ๆ

ทั้งนี้ ภาพถ่ายที่ถูกนำเสนอออกมานั้นก็มีหลายประเภท หลายบทบาท แตกต่างกันไปตามจุดประสงค์ในการสื่อสารของผู้ส่งสาร เช่น การใช้ภาพถ่ายในการสื่อความหมายในเอกสารแนะนำตัวผู้สมัครสมาชิกวุฒิสภาเขตกรุงเทพมหานคร การใช้ภาพถ่ายเพื่อการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยว การใช้ภาพถ่ายบุคคลไม่ว่าจะเป็นภาพถ่ายนายแบบ นางแบบ ดารา ตลอดจนบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการต่าง ๆ เพื่อสร้างความบันเทิงให้กับประชาชน หรือการใช้ภาพถ่ายเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ เพื่อแจ้งข่าวสารให้ประชาชนทราบ ทั้งทางสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ

จากบทบาท หน้าที่ ตลอดจนคุณลักษณะของภาพถ่ายข้างต้น อาจสรุปได้ว่า แท้จริงแล้ว “ภาพถ่าย” ก็คือรูปแบบหนึ่งของ “ภาพตัวแทน”¹ (representation) ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่าง “ภาษา” (Language)/กับการสื่อความหมาย ซึ่งแนวทางในการศึกษาเพื่อให้เข้าถึง (approach) ความสัมพันธ์ระหว่างภาษา/กับการสื่อความหมายดังกล่าว (Hall, 1997, pp. 24-26) มีอยู่ด้วยกัน 3 แนวทาง ตามแต่จุดยืนทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบาย คือ

¹ระบบของภาพตัวแทนนั้นเป็นระบบของการสร้างความหมายให้กับวัตถุสิ่งของ แนวคิด ตลอดจนสัญลักษณ์ต่าง ๆ ผ่านทางภาษา

1. ภาพถ่ายหรือสื่อมวลชนทำหน้าที่เสมือนหนึ่งกระจกเงา (Mirror) ที่คอยสะท้อน (Reflective) ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและมีอยู่จริงในสังคมนั้น ๆ
2. ภาพถ่ายหรือสื่อมวลชน เป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเป็นจริงตามเจตจำนงที่ผู้ส่งสารตั้งใจ (Intentional) ที่จะส่งสารไปยังผู้รับสาร กล่าวคือ ภาพถ่ายสามารถสะท้อนไปถึงวิถีคิดของผู้ถ่ายภาพหรือผู้ส่งสารได้ว่า คิดอะไรและสื่อสารอะไร (ภายใต้ กฎ กติกา มารยาทของการสื่อสาร) ไปยังผู้รับสาร
3. ภาพถ่ายหรือสื่อมวลชนทำหน้าที่ในการสร้างความเป็นจริงหรือปรากฏการณ์ขึ้นมา โดยที่ความจริงหรือปรากฏการณ์นั้นอาจไม่มีอยู่จริง แต่เป็นความเป็นจริงหรือปรากฏการณ์ที่ถูกประกอบสร้างขึ้น (Construct) ด้วยกระบวนการสร้างความเป็นจริงจากตัวภาพข่าวหรือสื่อมวลชนนั่นเอง ซึ่งต้องตั้งคำถามต่อไปด้วยว่า ความหมาย ความเป็นจริงที่ถูกประกอบสร้างขึ้นนั้นเป็นอำนาจของใครในการลงรหัสความหมาย

ดังนั้นหากจะกล่าวว่า กระบวนการประกอบสร้างความหมายลงในภาพถ่าย ตลอดจนการบริโภคสื่อภาพถ่ายเป็นรูปแบบการเมืองที่เกิดขึ้น และดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้คนตั้งแต่เกิดจนตาย ก็คงจะไม่คลาดเคลื่อนไปจากข้อเท็จจริงเท่าใดนัก ทั้งนี้รูปแบบทางการเมืองในชีวิตประจำวัน¹ ดังกล่าว เกิดขึ้นได้ตั้งแต่ขั้นตอนของการผลิตภาพถ่าย (การถ่ายภาพ) การแพร่กระจาย ตลอดจนการบริโภคความหมายจากภาพถ่ายนั้น มีความเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (power relations) ที่แสดงออกมาใน 2 ลักษณะ คือ ความสัมพันธ์เชิงอำนาจในแง่ของการครอบงำ และความสัมพันธ์ในเชิงอำนาจด้านการต่อรอง ซึ่งการใช้อำนาจและการต่อรองในเชิงอำนาจดังกล่าวเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นว่า การถ่ายภาพ (กระบวนการผลิตจากผู้เข้ารหัสสาร) และการดูภาพ (การบริโภคความหมายของคนกลุ่มต่าง ๆ) ไม่ได้เป็นเพียงแค่กิจกรรมยามว่างที่เกิดขึ้นมาลอย ๆ อย่งไรก็ตาม และสาร์ตตะแห่งความหมาย ตรงกันข้ามการถ่ายภาพและการดูภาพเป็นกิจกรรมที่ถูกคุมไปด้วยมิติในทางการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเมืองในเรื่องของ “การใช้อำนาจ” จากตัวผู้ถ่าย (ช่างภาพอาชีพ/ช่างภาพสมัครเล่นในฐานะนักท่องเที่ยวน) และ การเมืองในเรื่องของ “การต่อรองเชิงอำนาจ”

¹สมสุข หินวิมาน, 2548, *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*; ขยายความแนวคิดเรื่อง “ชีวิตประจำวัน” ไว้อย่างน่าสนใจว่าตามทัศนะของนักวัฒนธรรมศึกษา ชีวิตประจำวัน ไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นโดยสังคม (socially constructed) ซึ่งต่างจากเดิมที่คนส่วนใหญ่มักมอง ชีวิตประจำวัน ว่าเป็นด้านที่ซ้ำ ๆ (repetitive) ในชีวิตของมนุษย์ จึงทำให้คนส่วนใหญ่มองไม่เห็นมิติทางการเมืองการครอบงำ การต่อสู้ ต่อรอง หรือที่เรียกว่า มิติทางการเมืองที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันได้

จากผู้ถ่ายภาพ/ผู้ดูภาพ ปรากฏให้เห็นผ่านชนิด/ประเภทของภาพถ่ายอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นภาพถ่ายติดบัตร ภาพถ่ายงานแต่งงาน ภาพถ่ายงานเลี้ยงวันเกิด ภาพถ่ายงานรับปริญญา ภาพถ่ายงานศพ ตลอดจนภาพถ่ายกับการท่องเที่ยว อันเป็นหัวข้อหลักที่วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สนใจ

ภาพถ่ายท่องเที่ยว: ความเป็นมาและความสำคัญ

อาจกล่าวได้ว่ากิจกรรมอย่างหนึ่งที่มักจะเกิดควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ก็คือ การถ่ายภาพ ซึ่งบทบาทหน้าที่ที่โดดเด่นของภาพถ่ายที่มีต่อการท่องเที่ยวนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายประการ เช่น บทบาทหน้าที่ของภาพถ่ายท่องเที่ยวในฐานะของบันทึกความทรงจำ, บทบาทของภาพถ่ายท่องเที่ยวในการสร้างความสุข เพลิดเพลิน ความบันเทิง และจรรโลงใจให้กับผู้ที่ได้พบเห็น, ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียด จากงานหรือชีวิตประจำวันที่เหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้า, ทำหน้าที่เปิดประตูไปสู่โลกกว้าง และสำหรับบางคนนั้น ภาพถ่ายท่องเที่ยวทำหน้าที่เสมือนตัวช่วยในการตัดสินใจก่อนเดินทางไปท่องเที่ยว, และอาจรวมไปถึงการใช้ภาพถ่ายท่องเที่ยวในการเดินทางล่วงหน้าทางจินตนาการ, หรือการใช้ภาพถ่ายท่องเที่ยวในการบ่งบอกอัตลักษณ์และชาติพันธุ์ของตน (เช่น อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว, อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวในฐานะเจ้าของประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยว, อัตลักษณ์ของประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว, ฯลฯ) ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจแต่อย่างใด หากภาพถ่ายท่องเที่ยวจะถูกนำเสนอออกมาในหลายมุมมอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแนวคิดอุดมการณ์ตลอดจนรสนิยมของช่างภาพและผู้ถ่ายภาพแต่ละคน

จากคุณลักษณะของภาพถ่ายท่องเที่ยวข้างต้น เป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพถ่ายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เริ่มตั้งแต่การเตรียมตัวก่อนไปเที่ยวด้วยการเปิดรับเนื้อหาและภาพถ่ายที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือการทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อย้อนกลับไปดูข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ณ จุดเริ่มของวิวัฒนาการในเรื่องของการถ่ายภาพ พบว่า

ในด้านหนึ่งการท่องเที่ยวเป็นรูปแบบของการใช้เวลาว่าง (Leisure time) ให้นุคคลปลีกตัวจากชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจออกไปแสวงหาความสำราญ (Hedonistic Tourism) โดยใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวทำหน้าที่เสมือนการให้รางวัลแก่ตนเอง ซึ่งลักษณะเด่นอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวก็คือ การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้ท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะร่วมทำกิจกรรม (Activity Tourism) อื่น ๆ ควบคู่ไปได้

“การเกิดขึ้นของภาพถ่าย¹และการเติบโตขึ้นในเรื่องของการท่องเที่ยวสมัยใหม่²นั้น เกิดขึ้นในระยะเวลาไล่เลี่ยกัน และมีความสัมพันธ์ในลักษณะที่เกื้อหนุนกัน กล่าวคือ ในขณะที่การผลิตคิดค้นและพัฒนาอุปกรณ์ทางการถ่ายภาพได้รับการเผยแพร่จนเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการพัฒนาวัสดุไวแสง (film) การอัดขยายภาพอย่างเป็นล่ำเป็นสัน (mass production of picture postcard) ผลจากการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการถ่ายภาพนั้น ก็ได้ส่งผลให้การท่องเที่ยวเติบโตไปด้วยเช่นกัน (Rojek & Urry, 2000, p. 180)

ด้วยเหตุนี้ภาพถ่ายท่องเที่ยวและการถ่ายภาพท่องเที่ยวจึงเปรียบเสมือนบันทึทางวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้คนทั่วไปได้ทำหน้าที่ในการเขียนบันทึทางประวัติศาสตร์ได้ด้วยความรู้ความสามารถตามศักยภาพของตนเอง หรือเป็นไปตามทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ที่แต่ละคนสั่งสมไว้ ซึ่งการเขียนบันทึทางวัฒนธรรมด้วยทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าว เป็นประเด็นที่น่าสนใจยิ่งว่า ผู้ที่ทำหน้าที่ในการบันทึกภาพถ่ายท่องเที่ยว ในฐานะผู้เข้ารหัสสาร (encoding) ที่มีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) แตกต่างกันระหว่างมืออาชีพด้านการถ่ายภาพ (professional photographer) นักท่องเที่ยวในฐานะผู้ถ่ายภาพ (tourist) และเจ้าของพื้นที่/คนในพื้นที่ (host) จะถ่ายทอดความหมาย ผ่านภาพตัวแทนของภาพถ่ายท่องเที่ยวในแบบต่าง ๆ (ภาพถ่ายวิวทิวทัศน์, ภาพถ่ายพิธีกรรม, ภาพถ่ายวิถีชีวิต และภาพถ่ายโบราณสถาน) ด้วยชุดความหมายใด และที่สำคัญความหมายที่ถูกประกอบสร้างลงในภาพถ่ายท่องเที่ยวในแต่ละประเภทนั้น มีความเหมือนหรือแตกต่างในลักษณะตอรองกันในการเจรจาความหมาย (negotiation of meaning) ในรูปแบบใดบ้าง

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น เป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงข้อเท็จจริงในอีกแง่มุมหนึ่งของการถ่ายภาพได้เป็นอย่างดีว่า ในการถ่ายภาพแต่ละครั้งนั้น บทบาทของผู้ถ่ายภาพหรือช่างภาพนั้นสามารถเทียบได้กับ ผู้ส่งสาร (sender) ในกระบวนการสื่อสาร ที่ถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญไม่ยิ่งหย่อน

¹การถ่ายภาพถือกำเนิดขึ้นในปี ค.ศ. 1893 ในฝรั่งเศสผู้ที่คิดค้นระบบการถ่ายภาพแบบ daguerreotype ได้เป็นคนแรก คือ Louis Daguerre ส่วนในประเทศอังกฤษ Fox Talbot คือ ผู้ที่คิดค้นกระบวนการอัดภาพลงบนกระดาษอัดภาพ

²การเดินทางท่องเที่ยวสมัยใหม่เพื่อเสพความสำราญในสังคมไทยนั้นเกิดขึ้นภายหลังจากที่กลุ่มชนชั้นสูงได้รับอิทธิพลความคิดการท่องเที่ยวแบบตะวันตก (พ.ศ. 2394-2503) ซึ่งหมายถึงการเดินทางเพื่อความสุข ซึ่งบุคคลในราชสำนักและข้าราชการชั้นสูงเป็นกลุ่มแรกที่รับวิถีชีวิตแบบตะวันตกมาปรับใช้ และการท่องเที่ยวไปในจังหวัดต่าง ๆ หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงเกิดขึ้นตั้งแต่กลางพุทธศตวรรษที่ 24 และวิถีชีวิตทางการท่องเที่ยวของชนชั้นสูงจึงแพร่หลายสู่คนทั่วไปในที่สุด พร้อม ๆ กับบทบาทของการท่องเที่ยวที่มีต่อทุกภาคส่วนของสังคมก็เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

ไปกว่าองค์ประกอบทางการสื่อสารด้านอื่น เพราะแท้จริงแล้วผู้ส่งสารมีอำนาจ (power) ในการควบคุมรหัสสาร กล่าวคือ หากไม่มีการเข้ารหัสสารด้วยกระบวนการเลือกสรรจากผู้ส่งสารหรือช่างภาพในการประกอบสร้างความหมาย เช่น การวางแผนการถ่ายภาพ การเลือกมุมกล้อง การจัดวางองค์ประกอบภาพ ฯลฯ แล้ว “ภาพถ่าย” ในฐานะ “ตัวสาร” (message) ก็คงไม่เกิดขึ้น ส่งผลให้กระบวนการสื่อสารขาดตกบกพร่อง กล่าวคือ หากไม่มีตัวสาร ผู้รับสาร (receiver) ก็ไม่สามารถที่จะถอดรหัสสาร ตีความเนื้อหาสารได้ ดังนั้นการศึกษา “ภาพถ่าย” ที่ให้ความสำคัญทั้งในส่วนของผู้ส่งสาร (ผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพกลุ่มต่าง ๆ) “สาร” (ภาพถ่ายท่องเที่ยว) ตลอดจนไปถึง “ผู้รับสาร” (ผู้ดูภาพกลุ่มต่าง ๆ) จึงเป็นอีกด้านหนึ่งทางการศึกษาด้านสื่อ ที่ท้าทายและน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ดี สำหรับในโลกวิชาการแล้ว จากการทบทวนข้อเขียนและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ภาพถ่าย และการสื่อสารกับการท่องเที่ยวของไทย¹ พบว่า โดยภาพรวมของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ “การท่องเที่ยว” นั้น มีอยู่เป็นจำนวนไม่น้อยกว่า 84 เรื่อง และในจำนวน 84 เรื่องดังกล่าว ให้ความสนใจศึกษาในประเด็นของผู้รับสาร (Receiver) กับการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ (จำนวนประมาณ 19 เรื่อง) โดยอาศัยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณในการเข้าสู่ปัญหาของการวิจัย เช่น งานวิจัยของ วิธินี วรรณสกล (2543) เรื่อง การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ, งานวิจัยของ สุชาดา วรรณะมานี (2542) เรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

ส่วนงานวิจัยเกี่ยวกับ “ภาพถ่าย” นั้น พบว่ามีอยู่ประมาณ 15 เรื่อง โดยส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของภาพถ่ายหรือภาพข่าวในหนังสือพิมพ์ (จำนวนประมาณ 6 เรื่อง) ด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณอีกเช่นกัน เช่น งานวิจัยของ มนชนก พัฒนพงศ์ (2537) เรื่อง การนำเสนอข่าวและภาพข่าว “หน้าหนึ่ง” ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยก่อนและหลังยกเลิก พร.42, งานวิจัยของ สุภาณี กอสุวรรณศิริ (2534) เรื่อง การเสนอภาพข่าวของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย เป็นต้น

เมื่อสำรวจงานวิจัยการสื่อสารกับการท่องเที่ยว เพื่อค้นหางานวิจัยที่มีรูปแบบและประเด็นการวิจัยที่คล้ายคลึงกับการวิจัยในครั้งนี้ กลับพบว่า มีอยู่ประมาณ 2 เรื่อง เท่านั้น เช่น งานวิจัยของ พิชญ์สินี แสงขำ (2538) เรื่อง การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวผ่านเนื้อหา (text) ในแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2536-

¹ทำการสำรวจย้อนหลัง 20 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530-2550

2537 เป็นงานวิจัยที่ศึกษาถึงกระบวนการเข้ารหัสสารเพื่อการจูงใจนักท่องเที่ยวของผู้ส่งสารผ่านสื่อแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์กร, ส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของการกำหนดเนื้อหาในสื่อแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์กับโครงการรณรงค์ขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว งานวิจัยของ วิริยา วิฑูรย์สุทธิศิลป์ (2548) เรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์คนชั้นกลางไทยผ่านการเล่าเรื่องในสื่อหนังสือบันทึกการเดินทาง เป็นงานวิจัยที่วิเคราะห์องค์ประกอบของเรื่องเล่า (Narrative) ศึกษากระบวนการประกอบสร้างหรือการนิยามอัตลักษณ์คนชั้นกลางไทยผ่านการเล่าเรื่อง (Narration) รวมถึงการวิเคราะห์ภาพถ่ายในสื่อหนังสือบันทึกการเดินทาง

อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากการทบทวนงานวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้ข้อสรุปในเบื้องต้นอย่างหนึ่งว่า งานวิจัย/ผลงานทางวิชาการของไทยที่ทำการศึกษา ภาพถ่ายท่องเที่ยว ในฐานะภาพตัวแทน (Representation) และการเมืองทางวัฒนธรรม (cultural politics) ยังมีอยู่เป็นจำนวนน้อยมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของผู้ส่งสารซึ่งเหตุผลที่เป็นไปได้มีอยู่หลายประการ เช่น การเข้าถึง (accessibility) ข้อมูลการวิจัยในส่วนของผู้ผลิตในฐานะผู้เข้ารหัสสารนั้นเป็นไปได้ค่อนข้างลำบาก รวมไปถึงการที่ผู้เข้ารหัสสารไม่ยอมให้ข้อมูล ด้วยเกรงว่าอาจมีผลกระทบต่อวิชาชีพและมองว่าเป็นการล่วงละเมิดความเป็นส่วนตัวของตน จึงสร้างกำแพงป้องกันตนเองขึ้นมาและที่สำคัญ จากผลการศึกษาเรื่ององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนของ Tunstall นั้น พบว่า นักวิชาการด้านสื่อมวลชนส่วนใหญ่มักจะได้รับอิทธิพลทางความคิดและเริ่มต้นการศึกษาจากจุดยืนทางวิชาการในสายผลกระทบของสื่อ จึงให้ความสนใจที่จะศึกษาแต่เรื่อง “ผลของสื่อ” (Effect/Impact Study) กับเรื่อง “ผู้รับสาร” (Audience Study) มากกว่า (กาญจนา แก้วเทพ, 2542, น. 114-116)

ในทางตรงกันข้ามสำหรับงานวิจัย/ผลงานทางวิชาการในประเทศที่เกี่ยวข้องกับภาพถ่ายในฐานะภาพตัวแทนแห่งความหมายดังกล่าวกลับเป็นที่ชื่นชอบและนิยมทำกันอย่างแพร่หลายในต่างประเทศ เช่น

ผลงานทางวิชาการ เรื่อง “หนังสือแนะนำเที่ยวบลูไกด์” โดย โรลองด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) เป็นบทวิเคราะห์เชิงวิชาการ ที่ชี้ให้เห็นถึงมายาคติของภาพถ่ายในฐานะภาพตัวแทนในหนังสือแนะนำเที่ยว Guide Bleu (บลูไกด์) (วรรณพิมล อังคศิริสรรพ, 2544, น. 77-81)

ผลงานทางวิชาการ เรื่อง “ภาพถ่ายทรวงเสน่ห์ของผู้สมัคร ส.ส.” โดย โรลองด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) บทวิเคราะห์เชิงวิชาการชิ้นนี้ ชี้ให้เห็นความเชื่อในเรื่องอำนาจของภาพถ่ายในการจูงใจผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพถ่ายของผู้สมัคร ส.ส. ซึ่งถือเป็นมายาคติที่ถูกนำเสนอผ่านภาพตัวแทนรูปแบบหนึ่งนั่นเอง (วรรณพิมล อังคศิริสรรพ, 2544, น. 87-90)

งานวิจัยเกี่ยวกับการประกอบสร้างความหมายภาพถ่ายท่องเที่ยว Lake District ในประเทศอังกฤษ จากมุมมองของช่างภาพต่าง ๆ ซึ่งส่งผลทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวเติบโต และเป็นที่ยึดถืออย่างแพร่หลาย อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้เป็นสิ่งแสดงให้เห็นการต่อสู้กันในเรื่องความหมายระหว่างช่างภาพในฐานะผู้ประกอบสร้างความหมาย และผู้รับสาร รวมถึงพลังอำนาจของภาษาภาพที่ถูกประกอบสร้างจากช่างภาพเหล่านั้น (Rojek & Urry, 2000, pp. 184-194)

แต่ถึงแม้จะมีงานวิจัย/ผลงานทางวิชาการต่างประเทศที่ศึกษาเกี่ยวกับภาพถ่าย การศึกษาภาพถ่ายดังกล่าว โดยส่วนมากยังเป็นการศึกษาภาพถ่ายในแงุ่มที่เกี่ยวข้องกับ ความหมาย (meaning) ในระดับตัวบท (text) เท่านั้น ซึ่งการศึกษาแค่เพียง ความหมาย ยังไม่เพียงพอที่จะเปิดเผยให้เห็นมิติทางด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแงุ่มของต้นทุนทางวัฒนธรรมของผู้เข้ารหัส

ด้วยเหตุผลจากโลกความจริงและโลกวิชาการของภาพถ่ายและการท่องเที่ยวที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องประวัติความเป็นมาของภาพถ่าย คุณลักษณะของภาพ ความสำคัญของภาพถ่ายกับการท่องเที่ยว ความจริงในโลกวิชาการเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับภาพถ่าย และงานวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ตลอดจนมุมมองทางการสื่อสารที่มีต่อการศึกษารายละเอียดภาพถ่าย ผู้วิจัยเห็นว่าในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาพถ่ายท่องเที่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมของผู้ถ่ายภาพในฐานะผู้ลงรหัสสารนั้น เป็นหัวข้อที่น่าสนใจในการศึกษา อีกทั้งหัวข้อดังกล่าวในสังคมไทยยังไม่เคยปรากฏว่ามีการวิจัยมาก่อนแต่อย่างใด ซึ่งถือเป็นเรื่องที่น่าแปลก (เมื่อเทียบกับงานวิจัยของต่างประเทศ) และชวนให้ค้นคว้าหาคำตอบต่อไปว่า เหตุใด เรื่อง “ทุนทางวัฒนธรรม” ซึ่งถือเป็นความรู้ที่สั่งสมอยู่ในตัวของคนเรา ในอันที่จะก่อให้เกิดการกระทำต่าง ๆ ขึ้นในชีวิตประจำวันนั้น จึงถูกหลงลืมหรือมองข้าม ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วในแต่ละวันของชีวิตคนเรานั้น เกี่ยวพันกับเรื่องดังกล่าวอยู่ตลอดเวลา (ทุนทางวัฒนธรรม, ภาพ) ด้วยเหตุนี้การเข้าใจในเรื่องทุนทางวัฒนธรรมผ่านการประกอบสร้างความหมายในภาพถ่ายท่องเที่ยวจากงานวิจัยชิ้นนี้น่าจะเป็นสิ่งที่ช่วยเปิดเผยให้เห็นและเข้าใจถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (การครอบงำ และการต่อรองในเชิงอำนาจ) ที่สลับซับซ้อน (ของกลุ่มผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพท่องเที่ยวต่างกลุ่ม ที่มีทุนทางวัฒนธรรมต่างกัน) ทั้งในด้านที่เปิดเผย (รูปธรรม) และด้านที่ซ่อนเร้น (นามธรรม) ซึ่งดำรงอยู่ในโลกวัฒนธรรมและโลกแห่งการสื่อสารที่มีลักษณะดำรงอยู่ในพื้นที่ชีวิตประจำวันของแต่ละคน (หรือแม้แต่ตัวผู้วิจัยเองที่พอมีทุนทางวัฒนธรรมทางด้านการถ่ายภาพในฐานะมือสมัครเล่นด้านการถ่ายภาพ) อยู่ตลอดเวลาในฐานะการเมืองในชีวิตประจำวัน ที่ยังดำรงอยู่ โดยที่คนส่วนใหญ่อาจมองไม่เห็น มองข้าม หรือถูกละไว้ในฐานที่เข้าใจ (taken for granted)

โดยในท้ายที่สุดแล้ว ผู้วิจัยมีความเชื่อว่า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความสัมพันธ์เชิงอำนาจก็ดี เรื่องของการต่อรองกันในเชิงความหมายผ่านภาพถ่ายท่องเที่ยวในฐานะภาพตัวแทนแห่งความหมายก็ดี จะนำไปสู่ข้อค้นพบที่จะพัฒนาต่อไปเป็นองค์ความรู้ใหม่ ๆ ภายใต้บริบททางการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารการเมืองที่ชี้ให้เห็นได้ว่า แท้จริงแล้วในชีวิตประจำวันของคนเรานั้น ไม่เคยปลอดจากเรื่องของการเมืองแต่อย่างใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเมืองที่อยู่ในโลกของวัฒนธรรม และการสื่อสาร หรือที่เรียกว่า การเมืองเชิงวัฒนธรรมนั้น (cultural politics) ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินเคียงคู่ขนานไปกับการเมืองกระแสหลัก/สถาบันทางการเมืองอยู่ตลอดเวลา

ปัญหานำวิจัย

ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ของกลุ่มผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพที่แตกต่างกัน ระหว่างช่างภาพเชิงสุนทรีย์ ช่างภาพมืออาชีพ นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น มีผลต่อการครอบงำ และการต่อรองเชิงอำนาจอย่างไรในพื้นที่ของภาพถ่ายท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ของผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพท่องเที่ยว กลุ่มต่าง ๆ
2. เพื่อศึกษาถึงการเมืองเรื่องการครอบงำของผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ที่ผ่านการสั่งสมทุนทางวัฒนธรรม
3. เพื่อศึกษาการเมืองเรื่องการต่อรองของผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ที่ผ่านการสั่งสมทุนทางวัฒนธรรม

ขอบเขตของการวิจัย

1. มุ่งศึกษาทุนทางวัฒนธรรมจากกลุ่มตัวอย่างที่ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพ 4 กลุ่ม ที่อยู่ในแวดวงของการผลิตที่แตกต่างกัน ได้แก่ ช่างภาพที่เน้นการถ่ายภาพเชิงสุนทรีย์ (aesthetic photographer) ช่างภาพอาชีพ (professional photographer) ที่ถ่ายภาพในเชิงธุรกิจ ผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพในฐานะนักท่องเที่ยว (tourists) และผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพในฐานะเจ้าของพื้นที่ (host) หรือคนในท้องถิ่น เท่านั้น โดยในแต่ละกลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของ (representative/case)

กลุ่มคนในสังคมที่มีทุนทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยมีความเชื่อว่า กลุ่มคนในสังคมที่แตกต่างกัน ย่อมมีวิถีคิด วิถีการมองโลก การครอบงำและการต่อรองในเชิงอำนาจผ่านขั้นตอนการประกอบสร้างความหมายผ่านภาพถ่ายท่องเที่ยวและการบริโภคภาพถ่ายท่องเที่ยวแตกต่างกัน

2. สำหรับเกณฑ์ในการจัดกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม เพื่อนำมาวิเคราะห์หารูปแบบการครอบงำและการต่อรองในเชิงอำนาจผ่านพื้นที่ของภาพถ่ายเที่ยวนั้น จะใช้เกณฑ์ในการจัดคนทั้ง 4 กลุ่มด้วยเกณฑ์ 2 ข้อ คือ

2.1 เกณฑ์เรื่องความเป็นมืออาชีพ (Professional) กับ ไม่ได้เป็นมืออาชีพ (Non-Professional) ซึ่งจะทำให้ได้กลุ่มตัวแปร 2 กลุ่ม คือ กลุ่มของช่างภาพอาชีพ กับ กลุ่มที่ไม่ใช่ช่างภาพอาชีพ (อันประกอบด้วย นักท่องเที่ยว และคนในพื้นที่/คนในท้องถิ่น) โดยกลุ่มของช่างภาพอาชีพนั้นสามารถแบ่งออกได้อีก 2 กลุ่มย่อย คือ ช่างภาพเชิงสุนทรีย์ กับ ช่างภาพอาชีพ

2.2 เกณฑ์เรื่องของการเป็นนักท่องเที่ยว (Tourists) กับ การเป็นคนในพื้นที่/ท้องถิ่น (Hosts) ซึ่งจะทำให้ได้กลุ่มตัวแปร 2 กลุ่ม คือ กลุ่มคนที่เป็นนักท่องเที่ยวในฐานะคนนอก (ช่างภาพอาชีพ และนักท่องเที่ยวในฐานะคนนอก) กับ กลุ่มคนในพื้นที่/คนในท้องถิ่น ในฐานะคนใน

3. ประเภทของภาพถ่ายท่องเที่ยวที่นำมาใช้เพื่อทำการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ และเพื่อให้เกิดความครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ภาพถ่ายท่องเที่ยวประเภทวิถีทัศน์

4. ภาพถ่ายท่องเที่ยวที่นำมาวิเคราะห์นั้น เป็นได้ทั้งภาพถ่ายที่มาจากฟิล์ม และภาพถ่ายที่ได้มาจากไฟล์ (file) ดิจิตอล

นิยามศัพท์

การเมือง (Politics) ในการวิจัยครั้งนี้ไม่ใชการเมืองในความหมายที่คนส่วนใหญ่เข้าใจ กล่าวคือ ความเข้าใจในเรื่องการเมืองของคนส่วนใหญ่นั้น มองความหมายของ “การเมือง” ในเชิงรัฐศาสตร์/ในเชิงมหภาค (macro-politics) ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจเรื่องการเมืองแต่เพียงว่าการเมืองนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการใช้และควบคุมอำนาจ (Denton & Woodward, 1990, p. 14) ที่รัฐในฐานะผู้ใช้อำนาจ (authority) มีต่อประชาชนพลเมืองในฐานะผู้ถูกใช้อำนาจ แต่ “การเมือง” (politics) ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การเมืองในชีวิตประจำวัน/การเมืองจุลภาค (micro-politics) ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งเป็นการเมืองในลักษณะการใช้อำนาจ/การครอบงำเชิงอำนาจ และการต่อรอง/ต่อสู้เชิงความหมาย (politics of meaning) ที่ปรากฏในชีวิตวัฒนธรรม (Barker, 2002, pp. 176-180) การเมืองในการวิจัยครั้งนี้เป็นการเมืองที่ดำรงอยู่ในแวดวง (fields) กิจกรรมการถ่ายภาพ ของผู้ประกอบสร้างความหมายกลุ่มต่าง ๆ อันได้แก่ ช่างภาพเชิงสุนทรีย์

(aesthetic photographer) ช่างภาพอาชีพ (professional photographer), ผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพในฐานะนักท่องเที่ยว (tourists) และผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพในฐานะเจ้าของพื้นที่ หรือคนในท้องถิ่น (host)) ผ่านภาพถ่ายท่องเที่ยวในฐานะภาพตัวแทน ดังกล่าว ทั้งนี้ในทัศนะของบุรีเยอ การเมืองที่นิยามมาข้างต้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการปะทะกันระหว่างกลุ่มคนในแวดวงต่าง ๆ ผ่านรูปแบบของการครอบงำและการต่อรองเชิงอำนาจ โดยใช้ปัจจัยที่เป็นทุนด้านต่าง ๆ ได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนสัญลักษณ์ในการครอบงำและการต่อรองเชิงอำนาจ

การเมืองในการถ่ายภาพ (politics of photography) หมายถึง การเมืองในชีวิตประจำวัน/การเมืองในระดับจุลภาคที่ปรากฏอยู่ในภาพถ่ายท่องเที่ยว ตั้งแต่ขั้นตอนของการถ่ายภาพ/การประกอบสร้างความหมายในภาพถ่ายท่องเที่ยว จนถึงขั้นตอนของการบริโภคภาพถ่ายท่องเที่ยว/ปฏิกริยาจากการได้ดูภาพถ่ายท่องเที่ยวเหล่านั้น

การครอบงำ (domination) หมายถึง การมีอำนาจที่เหนือกว่า (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525, น. 165) ส่งผลให้เกิดการบังคับ/การจูงใจให้เกิดการคล้อยตาม ปฏิบัติตามทั้งโดยสมัครใจและไม่สมัครใจตามแนวทางของอำนาจนั้น ซึ่งหน่วยการวิเคราะห์ (unit of analysis) เรื่องการครอบงำในงานวิจัยชิ้นนี้นั้นจะดูใน 2 มิติ คือ 1. การครอบงำจากโครงสร้างวิธีคิดวิธีการถ่ายภาพในเชิงศาสตร์และศิลป์ที่มีต่อปัจเจกบุคคลผู้ผลิตภาพถ่ายท่องเที่ยว 2. การครอบงำระหว่างกันของปัจเจกบุคคลผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพในแต่ละกลุ่มแวดวงย่อย โดยที่มาของอำนาจมีด้วยกันหลากหลายที่มา เช่น อำนาจที่มาจากกฎระเบียบ วินัย ข้อบังคับ ฯลฯ ซึ่งการครอบงำในงานวิจัยชิ้นนี้ไม่ได้จำกัดเพียงแค่การครอบงำจากอำนาจรัฐ การครอบงำจากอำนาจกำลัง การครอบงำจากอำนาจของกฎระเบียบ วินัย ข้อบังคับ หรือการครอบงำจากอำนาจทุนของนายทุน เช่น คนที่มีทุนมากจะใช้อำนาจเข้าไปควบคุมหรือจัดการกับคนที่มีทุนน้อยกว่า เท่านั้น แต่การครอบงำในการวิจัยนี้ ยังหมายรวมถึงการเข้าครอบงำของอำนาจที่มาจากความรู้ ที่เข้ามามีบทบาทในการจำกัดและควบคุมอิสรภาพทางความคิด หรือการกระทำ เช่น ถ้าผ่านการเรียนหรืออบรมด้านการถ่ายภาพมา ก็จะทำให้ผู้เรียนมีแนวโน้มที่จะถูกครอบงำ (dominated) จากความรู้ทางด้านการถ่ายภาพมากขึ้น โดยที่อำนาจของความรู้ทางด้านการถ่ายภาพที่เข้ามาครอบงำวิธีคิด ตลอดจนวิธีการประกอบสร้างความเป็นจริง/ใช้ในการเข้ารหัสความหมายชุดต่าง ๆ ลงในภาพถ่ายท่องเที่ยวของกลุ่มช่างภาพซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะดูการครอบงำในมิติต่อไปนี้

- มิติการครอบงำทางด้านเศรษฐกิจ เช่น การมีอุปกรณ์ถ่ายภาพที่ทันสมัย และมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลทำให้เกิดการลอกเลียนแบบของกลุ่มคนชั้นล่างที่ไม่ใช่ช่างภาพ

อาชีพ ต้องไปซื้อหากล้องถ่ายภาพที่มีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า ราคาแพง เพียงเพราะความเชื่อที่ถูกครอบงำว่า เทคโนโลยีการถ่ายภาพที่ดี จะทำให้ภาพถ่ายที่ออกมาดีตามไปด้วย เป็นต้น

- มิติการครอบงำทางด้านจิตสำนึกอุดมการณ์ ตลอดจนวิธีคิดต่างที่กลุ่มผู้ถ่ายภาพใช้ในการประกอบสร้างความหมายลงในภาพถ่ายท่องเที่ยว อันเป็นมิติทางด้านการครอบงำทางความคิดและกรอบวิธีการมองในเรื่องของการถ่ายภาพ/การประกอบสร้างความหมายลงในภาพถ่าย เช่น หลักการถ่ายภาพที่ดีจะต้องคมชัด และเป็นไปตามหลักของการจัดวางองค์ประกอบภาพ เป็นต้น

การต่อรอง (negotiation) หมายถึง การพยายามก้าวข้ามข้อจำกัดทางสังคมหรือโครงสร้างอำนาจต่าง ๆ เพื่อให้มีอิสระที่จะกำหนด/เลือกสิ่งต่าง ๆ ตามที่แต่ละคนต้องการ หรือในอีกความหมายหนึ่งก็คือ “ภาวะที่ไม่รู้สึกผ่อนคลาย” (not-ease) ไม่เงียบ (not-quiet) (Derrida, 2002, p. 11, อ้างถึงใน จารุภา พานิชภักดิ์, 2549, น. 30) ในการวิจัยครั้งนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องของการต่อรองเชิงอำนาจของกลุ่มผู้ถ่ายภาพกลุ่มต่าง ๆ ที่มีทุนทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน โดยการต่อรองเชิงอำนาจดังกล่าวนี้ ทำผ่านกระบวนการ 2 ขั้นตอน คือ

1. การต่อรองเชิงอำนาจผ่านขั้นตอนทางการประกอบสร้างความหมายลงในภาพถ่าย เช่น การถ่ายภาพที่ไม่เน้นความคมชัด ไม่เน้นในเรื่องของการจัดวางองค์ประกอบภาพ

2. การต่อรองเชิงอำนาจผ่านขั้นตอนการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ เช่น เคย ๆ ไม่รู้สึกยินดี ยินร้าย ต่อบรรยายความหมายใหม่ในรายละเอียดปลีกย่อย ในลักษณะข้อยกเว้น และการแสดงออกซึ่งความเห็นคัดค้านต่อต้านความหมายที่ผู้ส่งสารใส่รหัสสาร ภายหลังจากที่มีการแลกเปลี่ยนภาพถ่ายท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มผู้ถ่ายภาพต่างกลุ่มกัน

ภาพตัวแทน (Representation) หมายถึง ภาพที่เป็นความหมายในกระบวนการคิดความรู้สึก ความเชื่อ อุดมการณ์ผ่านกระบวนการสื่อสารและเชื่อมโยงความคิดเห็นนั้นให้เข้ากับโลกแห่งความเป็นจริง หรือจินตนาการ (พรพรรณ สมบูรณ์บัติ, 2549, น. 12) ซึ่งในการศึกษานี้เน้นภาพตัวแทน (representation) หมายถึง ภาพถ่ายวิถีชีวิต ภาพถ่ายพิธีกรรม ภาพถ่ายวิถีชีวิต และภาพถ่ายโบราณสถาน ที่ถูกประกอบสร้างความหมายจากช่างภาพอาชีพ (professional photographer) ผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพในฐานะนักท่องเที่ยว (tourists) และผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพในฐานะเจ้าของพื้นที่ หรือคนในท้องถิ่น (host) โดยพิจารณาจากหลักเกณฑ์ “การเล่าเรื่องผ่านภาพ” และกระบวนการสร้าง “ความหมาย” ดังต่อไปนี้

1. การจัดวางองค์ประกอบภาพ (Composition)

หลักการการจัดวางองค์ประกอบภาพดังกล่าว หมายถึง กระบวนการถ่ายทำภาพให้ได้เรื่องราว ได้อารมณ์ ให้ความรู้สึกและสื่อความหมายตามหลักการในเชิงศาสตร์และศิลป์ด้าน

การถ่ายภาพ เช่น หลักความสมดุล สัดส่วน ความกลมกลืน และความขัดแย้ง กฎ 3 ส่วน มุมกล้อง ระยะห่างของกล้องกับสิ่งที่ถ่าย การซ้ำ ความหลากหลาย การลดหลั่น เอกภาพ

2. การสร้างแก่นเรื่อง (Theme)

ในกรณีของภาพถ่าย หมายถึง ความหมายหลักที่ถูกนำเสนอออกมาผ่านทาง ภาพถ่ายท่องเที่ยว

3. สิ่งต่าง ๆ /วัตถุที่ปรากฏอยู่ในภาพ

ในกรณีของภาพถ่าย หมายถึง คน สัตว์ สิ่งของ วัตถุต่าง ๆ ตลอดจนบริบท พื้นที่ หรือบรรยากาศรอบตัวละคร (คน สัตว์ สิ่งของ วัตถุต่าง ๆ) ที่ปรากฏอยู่ในภาพถ่ายและมีความ เกี่ยวพันกับการเล่าเรื่อง/การสร้างแก่นเรื่อง

ความหมาย หมายถึง การอธิบาย การให้คุณค่า หรือการเล่าเรื่อง รวมถึงการให้ ความสำคัญของสิ่งของ ความคิด ความเชื่อที่ได้รับการประกอบสร้าง ให้สามารถสื่อความและเป็น ที่รับรู้ร่วมกันในสังคมได้ โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ในทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นตัวกำกับ ทั้งนี้ความหมาย ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจมีได้หลากหลายความหมายตามกลุ่มคนที่สร้างหรือให้ความหมาย ซึ่ง ความหมายในงานวิจัยนี้ คือ ความหมายที่สื่อความผ่านภาพถ่ายท่องเที่ยวจากกลุ่มผู้ส่งสารที่ แตกต่างกัน

ช่างภาพอาชีพ (Professional Photographer) หมายถึง ผู้ที่ประกอบวิชาชีพ และ หาเลี้ยงชีวิตด้วยการถ่ายภาพ ซึ่งช่างภาพอาชีพในงานวิจัยนี้ คือ ช่างภาพอาชีพที่ผ่านการสั่งสม ความรู้ด้านการถ่ายภาพ อาจจะใช้วิธีการลงเรียนวิชาการถ่ายภาพ การผ่านการอบรมการถ่ายภาพ ตลอดจนการมีประสบการณ์ทางด้านการถ่ายภาพมาไม่น้อยกว่า 5 ปี โดยช่างภาพอาชีวดังกล่าว จะต้องสังกัดหน่วยงาน บริษัท ห้างร้าน ที่เป็นหลักแหล่งแน่นอน และช่างภาพอาชีวดังกล่าว จะต้องเคยตีพิมพ์/เผยแพร่ผลงานภาพถ่ายท่องเที่ยวผ่านทางสื่อต่าง ๆ ไปยังมวลชนในวงกว้าง (mass distribution) เช่น สื่อนิตยสาร นิตยสาร วารสาร ฯลฯ

ช่างภาพเชิงสุนทรียะ (aesthetic photographer) หมายถึง ช่างภาพในฐานะผู้ประกอบ สร้างความหมายที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของสุนทรียศาสตร์¹/ความงามและสิ่งฟุ้งาม ทั้งในงาน

¹มีความหมายตามรากศัพท์ว่าด้วยเรื่องของความคิดรวบยอดในเรื่อง “ความงาม” การที่จะนิยามว่าความงามคืออะไร ยังไม่เป็นที่ยุติและนับว่าเป็นปัญหาสำคัญของสุนทรียศาสตร์อย่างหนึ่ง ปัญหาที่ว่าความงามคืออะไรนั้น เป็นสิ่งที่ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวใด ๆ ที่จะมาชี้วัดหรือตัดสินให้แน่ชัดได้ ด้วยเหตุนี้ปัญหาในเรื่องของสุนทรียะหรือความงามดังกล่าวจึงเป็นเรื่องของมุมมอง และทัศนะที่แตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล

ศิลปะ ในธรรมชาติ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2532, น. 4) และโดยเฉพาะอย่างยิ่งความงดงามในภาพถ่าย ซึ่งช่างภาพเชิงสุนทรียะในงานวิจัยนี้ คือ ช่างภาพที่ไม่ได้มีรายได้หลักจากถ่ายภาพเชิงสุนทรียะ/ใช้ภาพถ่ายท่องเที่ยวนำมาซึ่งรายได้ในรูปแบบของเงินเดือน เงินประจำตำแหน่ง นอกจากนี้จะต้องเป็นช่างภาพผู้ที่มีใจรักในการเดินทางท่องเที่ยวและมีความซาบซึ้งถึงคุณค่าของการถ่ายภาพ โดยนอกจากจะเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจทางด้านเทคนิค และศิลปะของการถ่ายภาพ แล้ว ยังให้ความสนใจในเรื่องของสุนทรียศาสตร์/ความงาม ความแปลกหูแปลกตา ในการประกอบสร้างความหมายลงในภาพถ่ายท่องเที่ยวตามหลักการของการถ่ายภาพ (หลักการจัดวางองค์ประกอบภาพ หลักองค์ประกอบศิลป์ ฯลฯ) อย่างเคร่งครัด โดยมุ่งหวังให้เกิดความสุข ความรู้สึกพอใจในอารมณ์ที่ได้เห็นและถ่ายภาพท่องเที่ยวเหล่านั้น โดยไม่หวังผลตอบแทนใด ๆ ในรูปของค่าตอบแทน ค่าจ้าง ค่าแรงงาน ในรูปแบบของเงินเดือน เงินประจำ จากการถ่ายภาพท่องเที่ยวในครั้งนั้น และจากการตีพิมพ์เผยแพร่จัดจำหน่ายผลงานดังกล่าว หรือหากมีการตีพิมพ์เผยแพร่จัดจำหน่ายดังกล่าว จะต้องไม่ใช่การตีพิมพ์เผยแพร่ที่มีระยะเวลาของการตีพิมพ์ เผยแพร่จัดจำหน่าย ต่อเนื่องเป็นประจำ เช่น ตีพิมพ์เผยแพร่ทุกเดือน ทุกสัปดาห์ เป็นต้น

นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นอันเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, น. 137) ซึ่งนักท่องเที่ยวในงานวิจัยนี้คือ นักท่องเที่ยวผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพท่องเที่ยวที่ไม่ใช่ช่างภาพเชิงสุนทรียะ ช่างภาพอาชีพ แต่มีนิสัยรักในการเดินทางท่องเที่ยว และมักจะพกพากล้องถ่ายภาพติดตัวเดินทางไปด้วยเสมอ

คนในพื้นที่/คนในท้องถิ่น (Host) หมายถึง คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยววันนั้น ซึ่งคนในพื้นที่/คนในท้องถิ่น ในงานวิจัยนี้ คือ กลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยว ที่อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

ภาพถ่าย (Photograph) หมายถึง การเขียนภาพด้วยแสงลงบนวัสดุรับภาพที่เรียกว่าฟิล์ม (film) ในกล้องถ่ายภาพที่ใช้ระบบฟิล์มเป็นวัสดุบันทึกภาพ หรือ ตัวรับสัญญาณภาพ (CCD) ในกล้องถ่ายภาพดิจิทัล ซึ่งในการศึกษานี้ครั้งนี้ ภาพถ่ายที่ใช้ในการศึกษา คือ ภาพถ่ายท่องเที่ยวทั้งที่บันทึกจากกล้องถ่ายภาพที่ใช้ระบบฟิล์ม และกล้องถ่ายภาพในระบบดิจิทัล ในฐานะภาพ

¹ความซาบซึ้งถึงคุณค่าในการถ่ายภาพดังกล่าว เกิดขึ้นได้จากประสบการณ์ หรือ การศึกษา การอบรม ฝึกฝน จนเป็นความนิยมเยี่ยงทางอุปนิสัยเกิดเป็นรสนิยม (Taste) ขึ้นในตัวของแต่ละบุคคล

ตัวแทนของการประกอบสร้างความหมาย ใน 3 มิติ คือ มิติด้านการผลิต (production) มิติด้านความหมายในภาพถ่าย (text) และมิติด้านการบริโภค (consumption)

ภาพถ่ายท่องเที่ยว หมายถึง ภาพถ่ายที่เกิดจากการเดินทางไปยังถิ่นอื่นที่ไม่ใช่เป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตน ซึ่งภาพถ่ายท่องเที่ยวในงานวิจัยชิ้นนี้ หมายถึง ภาพถ่ายวิวทิวทัศน์ที่ถูกประกอบสร้างความหมายจากกลุ่มช่างภาพเชิงสุนทรีย์ะ ช่างภาพอาชีพ ผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพในฐานะนักท่องเที่ยว และคนในท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี

ทุนทางวัฒนธรรม¹ (Cultural capital) หมายถึง สิ่งที่บุคคลได้รับจากกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม อันกลายเป็นคุณสมบัติติดตัวที่เอื้อให้บุคคลสามารถนำไปเพิ่มพูนมูลค่าของตนได้ เช่น ความรู้ ธรรมเนียม กิริยามารยาท นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงทรัพย์สินต่าง ๆ ที่มีคุณค่าอย่างหนึ่งที่ไม่ใช่คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ แต่มีมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจได้ เช่น งานศิลปะ หนังสือ เอกสารรับรองทางวิชาการ ซึ่ง ทุนทางวัฒนธรรม ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ทุนทางวัฒนธรรมของช่างภาพเชิงสุนทรีย์ะ ช่างภาพอาชีพ ผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพในฐานะนักท่องเที่ยว และคนในพื้นที่/เจ้าของพื้นที่ ซึ่งแนวคิดในเรื่อง “ทุนทางวัฒนธรรม” เป็นหนึ่งในแนวคิดเรื่องทุนทั้ง 4 ชนิด ของ บูร์ดิเยอ ที่ได้แบ่งทุนเอาไว้รวมประกอบไปด้วย ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางสัญลักษณ์

โดยกลยุทธ์การทำงาน (practice) ของทุนทั้ง 3 รูปแบบข้างต้นนี้ สามารถวัดรูปแบบการทำงานได้ใน 3 มิติ คือ

1. มิติด้านการสั่งสมทุน คือ ทุนที่แสดงออกทางร่างกายและจิตใจที่คงทนถาวร เช่น ทุนความรู้ทางการถ่ายภาพ ทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

¹คำว่า “ทุนทางวัฒนธรรม” เป็นอีกคำหนึ่งที่มีผู้ศึกษา ให้นิยามความหมาย ตลอดจนนำแนวคิดในเรื่องดังกล่าวไปปรับใช้อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมไว้อย่างมากมาย เช่น Paul Willis ใช้แนวคิดเรื่องทุนทางวัฒนธรรมในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางประวัติศาสตร์ของการสืบทอดชนชั้นแรงงานจากรุ่นสู่รุ่น, Jean Claude Passeron ใช้แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมเพื่อใช้อธิบายการผลิตซ้ำทางสังคมและวัฒนธรรม หรือ Alvin Gouldner ศาสตราจารย์ด้านสังคมวิทยา แห่งมหาวิทยาลัยวอชิงตัน และนักวิเคราะห์อุดมการณ์ ก็เป็นอีกผู้หนึ่งที่หยิบยกแนวคิดเรื่องทุนทางวัฒนธรรมมาใช้อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคม เช่น ทุนทางวัฒนธรรมกับการเกิดขึ้นของชนชั้นปัญญาชน ทุนทางวัฒนธรรมกับชนชั้นข้าราชการ เป็นต้น แต่สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ใช้นิยามความหมาย “ทุนทางวัฒนธรรม” ตามแนวคิดของปีแอร์ บูร์ดิเยอเป็นหลัก

2. มิติด้านการแปลงรูปทูน (ใช้ทูนในการสร้าง/สำแดงให้เกิดสิ่งที่เป็นรูปธรรม) ออกมาเป็นรูปธรรม คือ การแปลงรูปทูนให้เป็นวัตถุหรือสิ่งของ เช่น งานเขียน หนังสือ พจนานุกรม เครื่องมือเครื่องจักร รวมถึงรูปภาพ ภาพถ่าย โดยการแปลงรูปทูนออกมาเป็นรูปธรรมนั้น มีได้ 2 ลักษณะ คือ การแปลงรูปทูนเป็นรูปธรรมเพื่อสร้างให้เกิดความแตกต่าง (distinction) กับ การแปลงรูปทูนเป็นรูปธรรมที่เกิดจากการเลียนแบบ (imitation)

3. มิติด้านการสร้างความถูกต้องชอบธรรมให้กับทูน (legitimize) ด้วยการอ้างอิงคุณสมบัติของทูนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความถูกต้องชอบธรรมให้เกิดขึ้นกับกลุ่มของตน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ต่อวงวิชาการ (เชิงทฤษฎี)

1. ก่อให้เกิดความตระหนัก และสนใจศึกษาต่อยอดความรู้ในโลกวิชาการเกี่ยวกับการถ่ายภาพและภาพถ่าย ให้มากกว่าที่จะจำกัดอยู่แต่เพียงความรู้ทางด้านเทคนิคการถ่ายภาพ
2. เปิดมุมมอง และชี้ให้เห็นช่องทางใหม่ ๆ ในการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องของภาพถ่าย เช่น การเมืองในภาพถ่าย การถ่ายภาพในแง่มุมมองของผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพ (ช่างภาพเชิงสุนทรียะ ช่างภาพอาชีพ คนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว ฯลฯ) ในฐานะผู้เข้ารหัสสาร, ทูทางวัฒนธรรมกับการถ่ายภาพ, การถ่ายภาพในมิติทางวัฒนธรรมศึกษา เป็นต้น
3. งานวิจัยนี้จะนำไปสู่การเปิดมุมมองทางการสื่อสารในเรื่องการเมืองทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปฏิบัติการย่อยอื่น ๆ ที่ดำเนินอยู่ในชีวิตประจำวัน
4. ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะนำไปปรับใช้ในการเรียนการสอนวิชาถ่ายภาพวารสารศาสตร์ได้
5. สามารถนำข้อค้นพบที่ได้ ขยายฐานวิชาการด้านการสื่อสารไปสู่ศาสตร์แขนงอื่น ๆ นอกเหนือจากด้านวารสารศาสตร์ เช่น สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ มานุษยวิทยา ฯลฯ

ประโยชน์ต่อโลกความจริง

1. ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ และเห็นภาพรวมในกระบวนการประกอบสร้างความหมายในภาพถ่าย ตลอดจนสามารถนำความรู้ ความเข้าใจที่ได้ ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ เช่น หากมองจากจุดยืนของผู้ผลิต การเข้าใจในเรื่องกระบวนการประกอบสร้างความหมาย

ตลอดจนการต่อรองในเชิงความหมาย จะทำให้สารที่ถูกผลิตขึ้นนั้น สื่อสารไปยังกลุ่มผู้รับสารได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะส่ง และผู้รับสารต้องการจะรับ ซึ่งจะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสารได้ และหากมองจากจุดยืนของผู้รับสาร การเข้าใจในเรื่องกระบวนการประกอบสร้างความหมาย ตลอดจนการต่อรองในเชิงความหมาย ด้านหนึ่งเท่ากับเป็นการติดตั้งรหัสในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อให้กับผู้รับสาร โดยที่ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการถอดรหัสความหมาย เพื่อที่จะสามารถวิเคราะห์ วิเคราะห์ และนำสู่การตัดสินใจและประเมินสื่อที่ผู้ส่งสารส่งมาเพื่อมิให้ตกเป็นเหยื่อหรือถูกครอบงำได้ และในท้ายที่สุดการมีความเข้าใจในเรื่องของการประกอบสร้างความหมาย การต่อรองในเชิงความหมายดังกล่าว จะนำไปสู่ การเปิดโอกาสและพื้นที่ในทุกภาคส่วน ได้มีความเสมอภาคเท่าเทียมกัน ในการร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางด้านการสื่อสารความหมายร่วมกัน

2. ก่อให้เกิดการตระหนัก รู้เท่าทันกระบวนการประกอบสร้างความหมายชุดต่าง ๆ ในสื่อภาพถ่าย ในฐานะสื่อเพื่อการบริโภค

3. ทำให้เกิดความเข้าใจ และตระหนักว่า ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารมิได้มีเพียงภาษาถ้อยคำ แต่ยังมีภาษาอื่นอีกมากมายที่เราใช้ในการสื่อสารกันในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการสื่อสารด้วย “ภาษาภาพ” ซึ่งเป็นภาษาที่ทุกคนมีศักยภาพที่จะเรียนรู้และนำมาใช้ประโยชน์ได้ ทั้งในด้านส่งและรับสาร

4. ก่อให้เกิดการตระหนักรู้ และเข้าใจความหมายแฝงที่ปรากฏอยู่ไม่เฉพาะแต่เพียงสื่อภาพถ่ายท่องเที่ยว แต่ยังรวมไปถึงสื่อภาพถ่ายประเภทอื่น ๆ ด้วย

5. ทำให้เกิดความเข้าใจในวิถีคิด ทักษะคติของกลุ่มคนในแต่ละแวดวงที่ถ่ายทอดผ่านสื่อภาพถ่าย