

บทที่ 2

แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย เรื่อง “การเมืองในการถ่ายภาพท่องเที่ยว: การครอบงำและการต่อรองทางวัฒนธรรม”

1. แนวคิดเรื่องทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ
2. แนวคิดเรื่องการเมืองทางวัฒนธรรม (Cultural Politics) และภาพตัวแทน (representation)

2.1 แนวคิดโครงสร้างภาษา ของ เฟร็ดริค เดอ โซซูร์

2.2 แนวคิดเรื่องมายาคติ ของ โรลิ่งส์ บาร์ตส์

2.3 แนวคิดเรื่องอำนาจกับความจริง/ความรู้ ของ มิเชล ฟูโกต์

2.4 แนวคิดเรื่องภาพตัวแทน (representation) ของ สจวร์ต ฮอลล์

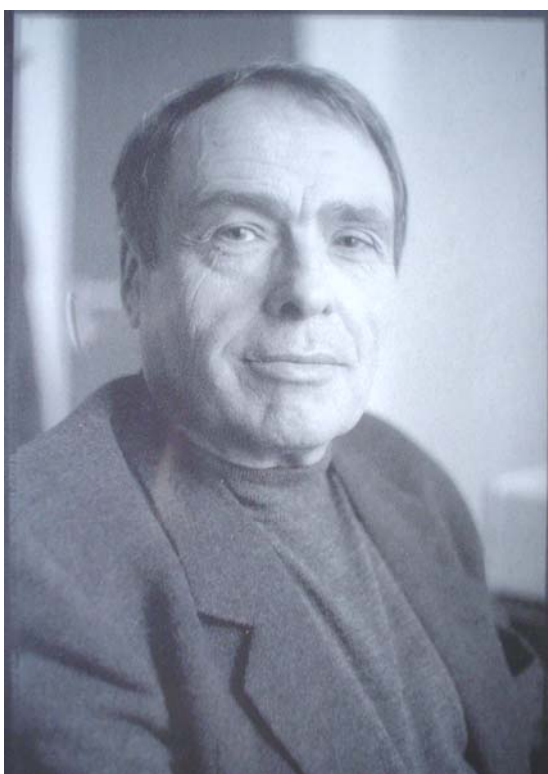
3. แนวคิดเกี่ยวกับการถ่ายภาพ

แนวคิดทั้ง 3 ประการข้างต้นนี้ ผู้วิจัยจะใช้เป็นกรอบของการวิจัย เพื่อศึกษาความหมายในฐานะชุดความคิดเชิงอุดมการณ์ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นจากทุนทางวัฒนธรรมของช่างภาพหรือผู้ถ่ายภาพผ่านทางชุดรหัสความหมายภาพถ่ายท่องเที่ยว

แนวคิดเรื่องทุนทางวัฒนธรรม (Cultural capital)
ของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ

ภาพที่ 2.1

ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu)



ที่มา: *Bourdieu & Culture* (cover), by Derek Robbins, 2000, London: Athenaeum Press.

ภูมิหลังทางความคิดและปริบททางวิชาการ

ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu 1930-2002) เกิดเมื่อวันที่ 1 เมษายน ค.ศ. 1930¹ ที่เมืองดองแก็ง (Denguin) เมืองเล็ก ๆ ในแคว้นเบอาร์น (Béarn) ในพื้นที่ของมณฑลบาตปีเรเน (Departement des Basses-Pyrénées) ทางตะวันออกเฉียงใต้ของประเทศฝรั่งเศส บิดารับราชการเป็นบุรุษไปรษณีย์ แต่อาศัยอยู่ในเขตชนบทซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นชาวนา ซึ่งบูร์ดิเยอก็พอใจที่จะนิยามตนเองว่าเป็นชาวนามากกว่าชนชั้นกระฎุมพี (Robbins, 2000, pp. 2-3)

¹บูร์ดิเยอถึงแก่กรรมในกรุงปารีส เมื่อวันที่ 23 มกราคม ค.ศ. 2002

ในเรื่องของการศึกษานั้นบูร์ดิเยอเริ่มศึกษาที่โรงเรียนมัธยมประจำเมืองโป (Lycée de Pau) จากนั้นผ่านการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาที่โรงเรียนมัธยม หลุยส์-เลอ-กร็องด์ (Lycée Louis-Le-Grand) ต่อมาในปี 1951 เข้าศึกษาที่โรงเรียนฝึกหัดครูชั้นสูง (École Normale Supérieure) ในกรุงปารีส ซึ่งถือเป็นวิทยาลัยครูชั้นนำของประเทศ¹ ที่นี้เป็นที่ที่บูร์ดิเยอศึกษาในสาขาวิชาปรัชญา พร้อม ๆ กับศึกษาวิชาในหลักสูตรของคณะอักษรศาสตร์ในกรุงปารีสไปด้วยในขณะเดียวกัน

บูร์ดิเยอจบการศึกษาในปี 1955 และเข้าสอนวิชาปรัชญาที่โรงเรียนมัธยมมูแล็งส์ (Lycée Moulins) นอกกรุงปารีส ต่อมาในปี 1956 ถูกเกณฑ์ให้ไปเป็นทหารร่วมกับกองทัพฝรั่งเศสในอัลจีเรียเป็นเวลา 2 ปี และจากประสบการณ์การเป็นทหารในอัลจีเรีย² นี้เองเป็นจุดเริ่มต้นให้เขาเดินทางข้ามสาขาวิชาจากปรัชญามาสู่วิทยาศาสตร์ โดยในช่วงที่บูร์ดิเยอเป็นทหารนั้น (Deal & Beal, 2004, p. 61) เขาได้ใช้เวลาส่วนหนึ่งไปสอนหนังสือ และการสอนหนังสือในครั้งนั้นเองที่ทำให้บูร์ดิเยอได้รับรู้ถึงสภาพสังคมที่เป็นผลกระทบมาจากลัทธิการล่าอาณานิคมของฝรั่งเศส (French colonialism) ประกอบกับบริบททางวิชาการของฝรั่งเศสในช่วงนั้น ถือได้ว่าเป็นช่วงกระแสชาลง (ช่วงปี 1970-1980) โดยเฉพาะสาขามานุษยวิทยา เช่น การถูกโจมตีในเรื่องของการตกเป็นเครื่องมือของลัทธิจักรวรรดินิยม ด้วยการใช้ความรู้จากวิชามานุษยวิทยาเพื่อไปครอบงำประเทศที่อ่อนด้อยกว่า, การมองคนพื้นเมืองอย่างดูถูกเหยียดหยาม, สนใจแต่เฉพาะมานุษยวิทยาเชิงสถาบัน โครงสร้าง โดยหลงลืมเรื่อง “คน” เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551, น. 538-540) นอกจากนี้ยังมีลักษณะความขัดแย้ง การปะทะกันทางความคิดระหว่าง สำนักโครงสร้างนิยม (structuralism) ของ Claude Levi-Strauss ที่เชื่อในพลังอำนาจของโครงสร้างเป็นตัวกำหนด และสำนักอัตถิภาวนิยม และมนุษยนิยม (Existentialism/Humanism) ของ Jean-Paul Sartre ที่เชื่อในพลังของปัจเจกเป็นตัวกำหนด ส่งผลก่อให้เกิดการแบ่งฝักแบ่งฝ่ายและจำเป็นต้องเลือกที่จะสังกัดสำนักใดสำนักหนึ่ง

แต่ตัวบูร์ดิเยอเองหาเป็นเช่นนั้นไม่ สิ่งที่บูร์ดิเยอทำนั้น ก็คือ “การฝ่าทางตัน” ด้วยการเสนอความคิดแบบคู่ขนาน (Duality) ที่เชื่อว่า การที่โครงสร้าง (structure) หรือปัจเจก (agency)

¹ที่โรงเรียนฝึกหัดครูชั้นสูงแห่งนี้เองเป็นที่ที่บูร์ดิเยอได้มีโอกาสศึกษาเล่าเรียนกับ หลุยส์ อัลธุสแซร์ (Louis Althusser)

²Sociologie de l' Algérie (The Algerians, 1958) เป็นหนังสือที่ได้รับการตีพิมพ์อย่าง ต่อเนื่องถึง 8 ครั้ง โดยแปลเป็นภาษาอังกฤษในปี 1962 ใช้ชื่อหนังสือว่า The Algerians และยังเป็นปีแรกที่เริ่มผลิตผลงานทางวิชาการอีกด้วย

จะมีอิทธิพลมากกว่ากันนั้น ขึ้นอยู่กับปฏิบัติการ หรือการปฏิบัติ (Practice) ซึ่งต่อมา บูร์ดิเยอได้พัฒนาขึ้นเป็นแนวคิดเรื่อง “ฮาบิทัส” (habitus) ซึ่งจะกล่าวถึงในลำดับต่อไป

ด้วยเหตุนี้ บูร์ดิเยอจึงถูกจัดเป็นนักคิดวิพากษ์การสื่อสารรุ่นใหม่ (neo-critical theory) ที่มีชื่อเสียงอยู่ในครึ่งหลังของคริสต์ศตวรรษที่ 20 โดยตำแหน่งทางวิชาการสูงสุดที่บูร์ดิเยอได้รับคือ ตำแหน่งศาสตราจารย์ในสาขาสังคมวิทยาที่วิทยาลัยแห่งฝรั่งเศส (Professor of Sociology at the College de France) (Milner & Jeff, 2002, p. 86) บูร์ดิเยอจัดเป็นนักสังคมวิทยาที่ให้ความสนใจกับปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมในหลายประเด็น เช่น ปรากฏการณ์ทางการศึกษา โดยมองการศึกษาในแง่ของวัฒนธรรม¹ และเน้นเรื่องของการถ่ายทอดวัฒนธรรมระหว่างชนชั้นผ่านการศึกษา (Robbins, 2000, p. xiii) นอกจากนั้นยังให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องศิลปะด้วยเช่นกัน ดังจะพบได้จากหนังสือ 2-3 เล่ม ที่เกี่ยวกับศิลปะ เรื่องของพีพิธภัณฑ์ศิลปะในยุโรป และนอกจากนั้นยังมีงานเขียนเกี่ยวกับญาณวิทยาของสังคมวิทยาด้วย (สุภาวศ์ จันทวานิช และ รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข, 2549, น. 242)

แนวคิดที่สำคัญ (Basic concepts)

แนวคิดที่สำคัญของปีแอร์ บูร์ดิเยอ ที่มีบทบาทต่อการศึกษาด้านสังคมศาสตร์นั้นมีอยู่ด้วยกันหลายแนวคิด เช่น แนวคิดที่ว่าด้วยการครอบงำ² อำนาจเชิงสัญลักษณ์และการผลิตซ้ำ, แนวคิดที่ว่าด้วยขอบเขตทางพื้นที่ พื้นที่ทางสังคม ชนชั้น รวมถึงแนวคิดที่ว่าด้วยฮาบิทัส การปฏิบัติทุนทางวัฒนธรรม และรสนิยม

โดยในการทบทวนวรรณกรรมครั้งนี้ ผู้วิจัยจะขออธิบายเฉพาะแนวคิดที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษานั้น ซึ่งได้แก่ แนวคิดเรื่องฮาบิทัส (habitus) แนวคิดเรื่องการปฏิบัติ/วัตรปฏิบัติ (practice) แนวคิดเรื่องแวกดง (field) และ แนวคิดเรื่องรสนิยม (taste)

¹Les Heritiers (The Inheritors) ซึ่งมีชื่อจริงว่า Les e'tudiants et la culture ถือเป็นหนังสือที่ทำให้เขามีชื่อเสียง เป็นหนังสือที่อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับวัฒนธรรม โดยมองว่านักศึกษามหาวิทยาลัย เป็นผู้สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมของสังคม

²บูร์ดิเยอเชื่อว่า การครอบงำนั้นมีลักษณะที่ฝังตัวและซ่อนเร้นอยู่ในทุกสถาบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการครอบงำผ่านทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) โดยการครอบงำดังกล่าวเกิดขึ้นตลอดช่วงเวลาของการดำเนินชีวิต

แนวคิดเรื่อง ฮาบิทัส¹ (habitus)

ฮาบิทัส (habitus) เป็นคำที่บูร์ดิเยอนำมาจากภาษาละติน (Oxford Latin Dictionary, 1982, pp. 782-783, อ้างถึงใน สุณีย์ ประสงค์บัณฑิต, 2548, น. 43) ซึ่งตามพจนานุกรมศัพท์ภาษาละตินมีความหมายถึง

1. สภาพการณ์แห่งการดำรงอยู่ของ
 - 1.1 ร่างกาย
 - 1.2 วัตถุสิ่งของต่าง ๆ
 - 1.3 สิ่งที่ไม่ใช่วัตถุหรือสิ่งที่เป็นนามธรรม สภาพเหตุการณ์ ฯลฯ
2. การแสดงออก
 - 2.1 ทางสีหน้า ท่าทาง การวางท่าที่
 - 2.2 ท่าที่ ทักษะคติทางปรัชญา
3. สไตล์ของเสื้อผ้า เครื่องสุขภัณฑ์ เครื่องแต่งกาย ฯลฯ โดยเฉพาะที่เหมาะสมกับชนชั้นและโอกาส
4. ลักษณะทางกายภาพ บุคลิก อุปนิสัย
5. การก่อรูป การสร้าง หรือทำขึ้นในทางกายภาพ โดยเน้นลักษณะที่มองเห็นได้ด้วยเหตุนี้ ความหมายของฮาบิทัส² ที่บูร์ดิเยอ ได้นิยามไว้ในหนังสือ Outline of a Theory of Practice จึงหมายความว่า

“ระบบความโน้มเอียงที่คงทนยาวนาน สามารถปรับเปลี่ยนระดับได้ โดยยังรักษาโครงสร้างเดิมเอาไว้ เป็นทั้งโครงสร้างที่ถูกสร้างขึ้นมา และเป็นทั้งเงื่อนไขล่วงหน้าในการทำหน้าทีเป็นผู้วางโครงสร้าง กล่าวคือ เหมือนเป็นหลักแห่งการก่อกำเนิดและวางโครงสร้างให้แก่การปฏิบัติและการสร้างภาพแทนความจริง ซึ่งอาจถูกทำให้เป็นกฎ และเป็น ผู้วางกฎ อย่างเป็นวัตถุวิสัย โดยที่ไม่ได้เป็นผลมาจากการยอมจำนนต่อกฎเกณฑ์ใด ๆ สามารถปรับตัวไปตามจุดมุ่งหมายของตัวมันเองได้อย่างเป็นวัตถุวิสัย โดยปราศจากการคาดคะเนในการมุ่งไปสู่จุดสิ้นสุดอย่างรู้สำนึก หรือปราศจากการแสดงออกซึ่งการควบคุมให้ทำงานเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมาย ด้วยคุณลักษณะดังกล่าว

¹แนวคิดดังกล่าวถูกนำเสนอครั้งแรกในปี ค.ศ. 1960

²ฮาบิทัส เป็นศัพท์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย ในแวดวงวิชาการจนถึงนักวิชาการรุ่นหลังอย่าง

ฮาบีทัส จึงสามารถบรรเลงเพลงร่วมกันได้ โดยไม่ได้เป็นบทเพลงที่บรรเลงโดยกำกับการของวาทยกร” (Bourdieu, 1977, p. 72, อ้างถึงใน สุณีย์ ประสงค์บัณฑิต, 2548, น. 45)

จากความหมายข้างต้นนี้ สามารถขยายความต่อได้ว่า ฮาบีทัส (สุณีย์ ประสงค์บัณฑิต, 2548, น. 47) เป็นโครงสร้างที่มีความยืดหยุ่น มีลักษณะการทำงานที่เป็นระบบ เป็นโครงสร้างที่มีอยู่ในตัวคน ฮาบีทัสเกิดจากการที่คนมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นหรือสิ่งที่อยู่รอบตัวที่เข้ามาทำให้ร่างกายเกิดการเรียนรู้ ฮาบีทัสจึงเกิดจากการผสมระหว่างสังคมภายนอก (Structure) และธรรมชาติในร่างกายคน (agency) ด้วยเหตุนี้บูร์ดิเยอจึงให้ความสำคัญกับร่างกายของคนในฐานะที่มีบทบาทสำคัญในการเรียนรู้การกระทำ ซึ่งบูร์ดิเยอเรียก โครงสร้างจากการปฏิบัติที่ถือเป็นสิ่งที่อยู่ภายนอกเข้าไปอยู่ภายในร่างกายว่า การหลอมรวมเข้ามาเป็นส่วนของร่างกาย (Embodiment)

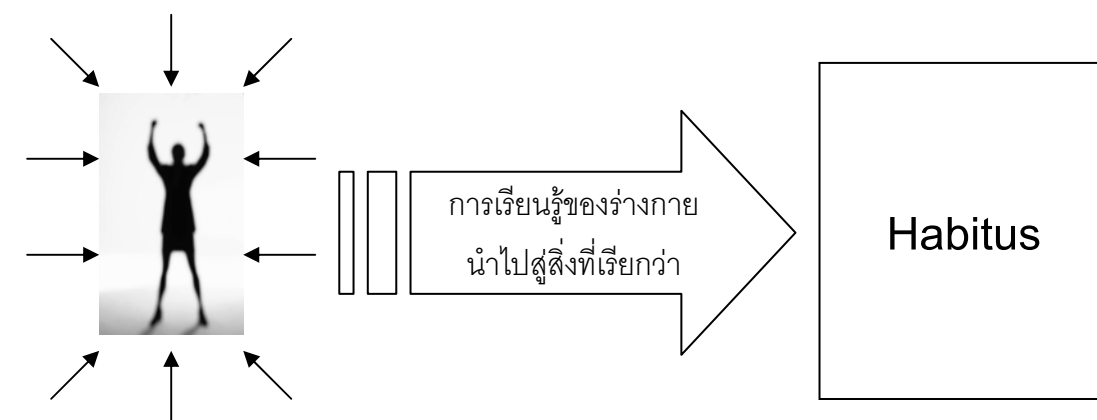
ดังนั้น สิ่งที่ฝังสมอยู่ในโครงสร้างฮาบีทัส สามารถเทียบได้กับความรู้อย่างหนึ่งที่เราเรียกกันว่า ทักษะ ความชำนาญ เป็นความรู้ที่ได้มาจากการประสบการณ์ทางร่างกาย เช่น การเลียนแบบของเด็กจากอากัปกริยาของผู้ใหญ่ทุก ๆ วันอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน, ความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญของช่างภาพในการถ่ายทอดเรื่องราวความหมายลงในภาพถ่าย ที่ได้มาจากการสร้างความคุ้นเคยกับงานที่ต้องสัมผัสอย่างค่อยเป็นค่อยไป จนทำให้เกิดเป็นแบบแผนหรือกฎเกณฑ์ในการสร้างสรรค์งานภาพถ่าย ที่เรียกว่าความชำนาญ โดยที่เขาไม่รู้ตัว (การหลงลืมประสบการณ์ที่ฝังสมมาในอดีต) จนกลายเป็นความเคยชิน และแสดงออกมาได้อย่างแนบเนียนดูราวอย่างเป็นธรรมชาติ

จากคำอธิบายข้างต้น เป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นได้ว่า ส่วนหนึ่ง ฮาบีทัส (สุณีย์ ประสงค์บัณฑิต, 2548, น. 48) ได้มาจากการเรียนรู้ทางร่างกาย โดยมีเงื่อนไขของเวลาที่ยาวนานในการอบรมบ่มเพาะ ซึ่งในท้ายที่สุดแล้วฮาบีทัสก็จะเป็นโครงสร้างที่ดำรงอยู่อย่างคงทนในร่างกาย เป็นเสมือนสิ่งที่ถูกฝังหรือจารึกอยู่ในตัวคน (Embodiment) จนกลายเป็นสิ่งที่เรียกว่า ความโน้มเอียงทางอุปนิสัย (Disposition) ซึ่งจะอยู่ในรูปของอารมณ์ความรู้สึก ความเชื่อ ความศรัทธา แสดงออกให้เห็นด้วยอากัปกริยา (manner) ต่าง ๆ ทางร่างกาย เช่น อากัปกริยา การใช้เสียง แววตา การใช้สายตา ตลอดจนถึงวิถีคิดและวิธีการมองโลกผ่านช่องมองภาพของกล้องถ่ายภาพในช่วงเวลาที่บันทึกภาพ ทั้งนี้อากัปกริยาที่แสดงออกมาให้เห็นทางร่างกายที่เกิดจากโครงสร้างฮาบีทัสนั้นส่งผลในการผลิตซ้ำโครงสร้างของกลุ่มหรือชนชั้นทางสังคมเกิดขึ้น ซึ่งบูร์ดิเยอเรียกว่า การกลายสภาพสู่วัตถุ (objectification) อันเป็นการแสดงออกมาโดยที่ผู้แสดงรู้ตัวบ้างไม่รู้ตัวบ้าง เช่น การผลิตซ้ำรูปแบบ เนื้อหา ตลอดจนความหมายของภาพถ่ายท่องเที่ยวของกลุ่มช่างภาพแนวสารคดี กลุ่มผู้ท่องเที่ยวถ่ายภาพที่ไม่ได้เป็นช่างภาพอาชีพ รวมถึงกลุ่มคนเจ้าของพื้นที่ที่ทำการบันทึกภาพ

กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ความคิดเรื่องฮาปัทส (วิภาส ปรัชญาภรณ์, 2544, น. 19) ถูกนำมาใช้ในการทำความเข้าใจว่า การกระทำของผู้คนในสังคม มิได้เป็นสิ่งที่ถูก “กำหนด” หรือเป็นระเบียบแบบแผนที่แนบชิดจากอำนาจของโครงสร้าง (structure) แน่นอนตายตัว และในขณะเดียวกัน การกระทำทางสังคมก็ไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาอย่างเป็นอัตวิสัย หรือเกิดขึ้นอย่างอิสระตามความปรารถนาของปัจเจก (agency) จนหาระเบียบแบบแผนอะไรไม่ได้ หากแต่การกระทำในทางสังคมของมนุษย์เป็นสิ่งที่มิระเบียบกฎเกณฑ์บางอย่างที่คอยกำกับควบคุมการกระทำในทางสังคมนั้นอยู่ ที่เรียกว่า ฮาปัทส หรือโครงสร้างที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างร่างกายของคนกับโครงสร้างทางสังคม ซึ่งโครงสร้างที่ว่านี้ ไม่ได้เป็นโครงสร้างที่แข็งทื่อตายตัว หรือย่ำอยู่กับที่ หากแต่เป็นโครงสร้างที่ยืดหยุ่นปรับเปลี่ยนระดับ และมีการเพิ่มพูนงอกเงยไปตามประสบการณ์ในการปฏิบัติของแต่ละคนได้ (Transposable) เช่น การถ่ายภาพท่องเที่ยวของกลุ่มคนต่าง ๆ ย่อมมีพัฒนาการตลอดจนมุมมองในการประกอบสร้างความหมายผ่านภาพถ่ายด้วยมุมมองและวิถีคิดที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ กรณีตัวอย่างที่ว่านี้ ในอีกแง่มุมหนึ่งเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่า ความสามารถในการถ่ายภาพหรือกดชัตเตอร์นั้นไม่ได้เป็นความรู้ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ หรือเป็นพรสวรรค์ที่ติดตัวมาแต่กำเนิดที่สามารถกระทำได้โดยไม่ต้องผ่านการฝึกฝนมาก่อน แต่ความเป็นจริงตามแนวคิดของบูร์ดิเยอหาเป็นเช่นนั้นไม่ เพราะหากใช้แนวคิดฮาปัทสของบูร์ดิเยอมาอธิบายการกดชัตเตอร์ถ่ายภาพของกลุ่มคนต่าง ๆ กัน ก็พบว่า ความสามารถในการกดชัตเตอร์ของกลุ่มคนที่อยู่ต่างกลุ่มกันนั้น ย่อมเป็นผลมาจากการเรียนรู้ที่สั่งสมมาเป็นเวลานานก่อนหน้านี้ โดยที่ผู้ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพหรือกดชัตเตอร์ไม่สามารถบอกได้อย่างชัดเจนว่า การนำความรู้ที่ได้จากการสั่งสมดังกล่าวมาปรับใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ นั้น เป็นผลมาจากความรู้ในช่วงใดในอดีตที่ผ่านมา (ซึ่งบูร์ดิเยอเรียกภาวะดังกล่าวว่า “การหลงลืมอดีต” หรือ “การหลงลืมทางประวัติศาสตร์”) โดยแทบไม่รู้ด้วยซ้ำว่า ความรู้ที่สั่งสมมานั้นดำรงอยู่ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของความคิด ความอ่านในชีวิตประจำวัน อยู่ในจิตไร้สำนึก และทำให้เราทำสิ่งต่าง ๆ โดยไม่ต้องคิด

ดังนั้น ผู้ถ่ายภาพที่อยู่ภายใต้โครงสร้างทางสังคมเดียวกัน หรือ สภาพเงื่อนไขทางสังคมอันเดียวกัน จึงมีฮาปัทสที่คล้ายกันมากกว่าคนที่อยู่คนละโครงสร้างกัน ซึ่งหากเป็นเช่นนั้นก็เป็นสิ่งที่สามารถขยายความต่อได้อีกว่า แนวความคิดเรื่องฮาปัทสนั้นมีทั้งระดับปัจเจกบุคคล ระดับกลุ่ม ระดับชนชั้น โดยคนที่อยู่ในกลุ่มหรือชนชั้นเดียวกัน มีฮาปัทสที่คล้ายคลึงกัน ก็น่าจะมีประสบการณ์บางอย่างร่วมกัน และการมีประสบการณ์บางอย่างร่วมกันนี้เอง ก็จะทำให้องค์ความรู้สึกร่วม ตลอดจนค่านิยม ความเชื่อ รูปแบบพฤติกรรม วิธีการดำเนินชีวิต หรือที่เราคุ้นเคยกับคำว่า การมี “รสนิยม” (Taste) ที่คล้ายคลึงกันนั่นเอง

ภาพที่ 2.2
การเกิดขึ้นของ ฮาบิทัส



สิ่งต่าง ๆ ที่เข้ามาในชีวิต
และร่างกายของมนุษย์
ทำให้เกิดการเรียนรู้

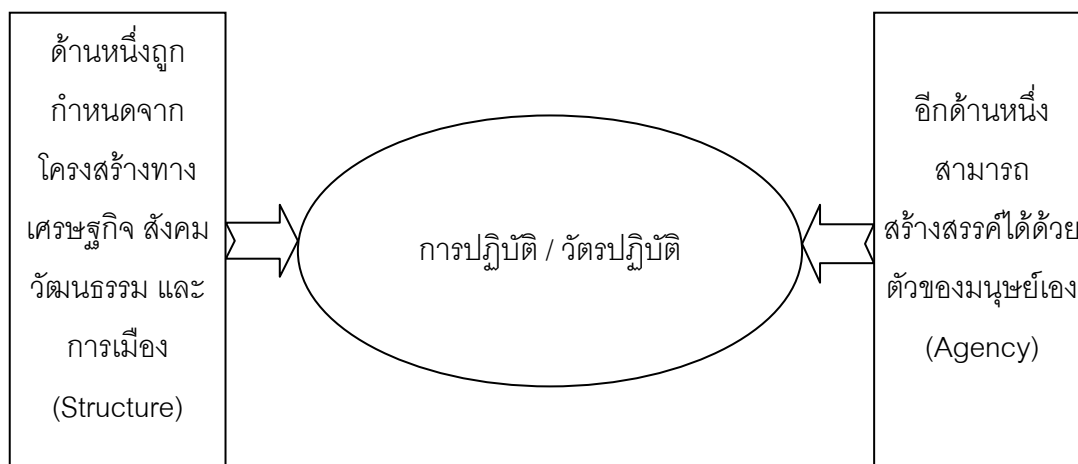
ที่มา: จากการสรุปรวบยอดทางความคิดของผู้วิจัย จากแนวคิดของปีแอร์ บูร์ดิเยอ

แนวคิดเรื่องการปฏิบัติ/วัตรปฏิบัติ (Practice)

แนวคิดเรื่องการปฏิบัติ/วัตรปฏิบัติ นั้น แท้จริงแล้วก็คือ รูปแบบของการใช้อำนาจ (The Exercise of power) หรือสำแดงอำนาจ (Deal & Beal, 2004, p. 63) เป็นเรื่องของการปฏิบัติที่มีความเกี่ยวข้องในเรื่องพลังอำนาจทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มาเป็นตัวกำหนดการกระทำของคนแต่ละคน แนวคิดเรื่องการปฏิบัติ/วัตรปฏิบัติ (Practice) จึงสามารถมองได้ 2 ด้าน โดยด้านหนึ่งนั้นเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดมาจากโครงสร้าง (structure) แต่ในขณะเดียวกันกับที่อีกด้านหนึ่งนั้นเป็นสิ่งที่สามารถสร้างสรรค์ได้ด้วยปัจเจกแต่ละคน (agency)

ดังนั้น เมื่อใดก็ตามที่มีการพูดถึงแนวคิดเรื่องฮาบิทัส จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องพูดถึงเรื่องของการใช้อำนาจหรือการสำแดงอำนาจในเชิงโครงสร้าง (Structure) ที่มีต่อปัจเจก (Agency)/กลุ่มชนชั้นต่าง ๆ และในขณะเดียวกันก็จะเห็นการดิ้นรนต่อสู้ (struggle) ของปัจเจก ด้วยยุทธวิธี (strategies) ต่าง ๆ ผ่านรูปแบบของการกระทำ หรือที่เรียกว่า วัตรปฏิบัติ (Practice) ได้ตอบกลับไปยังอำนาจในเชิงโครงสร้าง โดยการต่อสู้ดิ้นรนดังกล่าวก็เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงต่อการผลิตซ้ำของตน/กลุ่มชนชั้นของตนเอง

ภาพที่ 2.3
แนวคิดเรื่องการปฏิบัติ/วัตรปฏิบัติ



ที่มา: จากการสรุปรวบยอดทางความคิดของผู้วิจัย จากแนวคิดของปีแอร์ บูร์ดิเยอ

แนวคิดเรื่องทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)

“ทุน” สามารถนำไปประกอบสร้างความหมาย ผ่านรูปของคำศัพท์ใหม่ ๆ ได้อย่างมากมาย เช่น ทุนทางเศรษฐกิจ, ทุนทางสังคม, ทุนทางสัญลักษณ์, ทุนมนุษย์, ทุนทางความรู้, ทุนทางปัญญา, ทุนทางทรัพยากร ฯลฯ ซึ่งคำศัพท์ต่าง ๆ ที่มีคำว่า “ทุน” เป็นส่วนประกอบนั้น ในด้านหนึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า “ทุน” สามารถแทรกตัวเข้าไปมีบทบาทในเกือบทุก ๆ วงการก็ว่าได้ ซึ่งบทบาทของ “ทุน” ดังกล่าวถือเป็นคุณลักษณะเด่นอย่างหนึ่งของทุนในแง่ที่ว่า อะไรก็ตามที่จะถือเป็นทุนได้ สิ่งนั้นจะต้องสามารถที่จะขยายตัวของมันเองได้อยู่ตลอดเวลา และเมื่อย้อนกลับไปที่ตรวจสอบหานิยามความหมายของ “ทุน” ที่ได้เคยมีการให้ความหมายไว้ พบว่า มีคำนิยามที่น่าสนใจเกี่ยวกับเรื่องของ “ทุน” ดังต่อไปนี้

“ทุน” (ชนิดา เสี่ยมไพศาลสุข, 2548, น. 112) ในความหมายกว้างที่สุด หมายถึง ทรัพยากรที่สามารถก่อให้เกิดทรัพยากรเพิ่มมากขึ้น โดยอาจจะเป็นเงิน เครื่องจักร เครื่องมือ อาคาร สถานที่ หรือสิ่งอื่น ๆ ที่ไม่ได้นำมาใช้เพื่อบริโภคโดยตรงแต่เพื่อประโยชน์ในการผลิต

“ทุน” หมายถึง ของเดิมหรือเงินเดิมที่มีไว้ ลงไว้ กำหนดไว้ จัดตั้งไว้ เพื่อประโยชน์ให้กองงาม เช่น มีความรู้เป็นทุน มีเงินเป็นทุน (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525, น. 399)

แต่ในทางสังคมวิทยาผู้ที่ให้ความสนใจในเรื่องของ “ทุน” โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ทุนทางเศรษฐกิจ” เอาไว้ค่อนข้างละเอียดและเป็นรูปธรรมครอบคลุมในทุก ๆ มิติมากที่สุดคนหนึ่งเห็นจะได้แก่ คาร์ล มาร์กซ์ (Karl Marx 1818-1883) นักปรัชญาสังคมชาวเยอรมัน ที่ได้ให้ความหมายของ “ทุน” ในแง่ที่เกี่ยวข้องกับชนชั้นทางสังคม โดยมองว่า “ทุน” ในระบบทุนนิยม¹ (capitalism) คือ สิ่งที่สามารถสะสมปริมาณเพื่อเพิ่มมูลค่าได้ (อาจกล่าวได้ว่า “ทุน” ก็คือ อะไรก็ตามที่สามารถขยายตัวมันเองออกไปได้) โดยการสะสมทุนดังกล่าว จะกลายเป็นเครื่องสร้างความแตกต่างทางชนชั้นระหว่างผู้ครอบครองทุน (นายทุน) ซึ่งก็คือ ชนชั้นกระฎุมพี (bourgeoisie) กับผู้ใช้แรงงาน อันได้แก่ ชนชั้นกรรมาชีพ (proletariat) จนอาจกล่าวได้ว่า เบื้องหลังของ “ทุน” นั้น มีเรื่องของ “อำนาจ” เข้ามาเกี่ยวข้อง (ผู้ใดเป็นเจ้าของ “ทุน” ผู้นั้นเป็นเจ้าของ “อำนาจ”) ดังนั้น ผู้ใดก็ตามที่เป็นเจ้าของทุน ผู้นั้นก็สามารถเข้าไปกดขี่ ขูดรีด ครอบงำ เอาจาก “ผู้ที่ไร้ทุน” หรือ “ผู้ที่มีทุนน้อยกว่า” ได้

แนวคิดเกี่ยวกับ “ทุน” ในมิติเศรษฐกิจและการผลิตของ คาร์ล มาร์กซ์ ข้างต้น ได้ก่อให้เกิดคุณูปการแก่นักคิด นักวิชาการรุ่นหลัง ในการต่อยอดความรู้ในเรื่องของ “ทุน” ดังกล่าวตามมามากมาย เช่น นักสังคมวิทยาสายมาร์กซิสต์ที่ชื่อว่า Alvin W. Gouldner ที่ต่อยอดให้ ความสนใจศึกษา ตลอดจนนำแนวคิดในเรื่องของทุนชนิดต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุนทางวัฒนธรรม มาใช้ในการอธิบายสังคมในระดับมหภาคของอเมริกัน (Alvin, 1979, pp. 20-27) ส่วนนักวิชาการอีกคนหนึ่งที่จะขอกกล่าวถึงนั้น ก็คือ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ นั่นเอง

บูร์ดิเยอ จัดเป็นนักวิชาการอีกผู้หนึ่งให้ความสนใจ ต่อยอดการศึกษาในเรื่องของ “ทุน” โดยอาศัยหลักการเดียวกับคาร์ล มาร์กซ์ เพื่อที่จะเปิดเผยและชี้ให้เห็นว่า “ใครเป็นเจ้าของทุน ผู้นั้นเป็นเจ้าของอำนาจ” แต่ความสนใจในเรื่องเกี่ยวกับ “ทุน” ของบูร์ดิเยอ นั้น ไม่ได้หยุดอยู่แค่การศึกษา และวิเคราะห์แต่เฉพาะ “ทุนทางเศรษฐกิจ” อย่างเดียว ตรงกันข้ามบูร์ดิเยอยังให้ความสนใจวิเคราะห์ “ทุน” ในแง่มุมต่าง ๆ โดยเฉพาะ “ทุนทางวัฒนธรรม” (Cultural Capital) ซึ่งบูร์ดิเยอมองว่า ลำพังปัจจัยทางเศรษฐกิจแต่เพียงอย่างเดียว ไม่อาจอธิบายปรากฏการณ์ครอบงำสังคมอย่างเบ็ดเสร็จเด็ดขาดที่เกิดขึ้นได้ เพราะในความเป็นจริง “สังคม” ไม่ได้มีทุนทางเศรษฐกิจเป็นส่วนประกอบแต่เพียงอย่างเดียว สังคมยังมีทุนทางวัฒนธรรมหลอมรวมอยู่ด้วย

¹ระบบทุนนิยมเริ่มมีบทบาทตั้งแต่ช่วงศตวรรษที่ 19 แนวคิดดังกล่าวมีที่มาจากแนวคิดเสรีนิยมและการปฏิวัติอุตสาหกรรม ผลจากระบบทุนนิยมทำให้ชนชั้นกระฎุมพี (พ่อค้า และผู้ประกอบการอาชีพอิสระ) กลายเป็นกลุ่มคนที่ครอบครองทรัพยากรในการผลิตมากที่สุด ส่งผลให้เกิดการเอารัดเอาเปรียบชนชั้นกรรมาชีพ

“ทุน” (Webb, Schirato & Danaher, 2004, p. 22) ตามแนวคิดของบูร์ดิเยอ คือ มรดกที่สืบทอดมาอย่างต่อเนื่องสามารถเปลี่ยนรูปได้ มีลักษณะทั้งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ ในด้านหนึ่ง “ทุน” เป็นปัจจัยที่ใช้ในการกำหนดตำแหน่งแห่งที่ทางสังคม (position) และความเป็นไปได้ของผู้กระทำที่หลากหลายในขอบเขตพื้นที่/แวดวงต่าง ๆ (field) ในขณะที่อีกด้านหนึ่ง เมื่อพิจารณาถึงคำว่า “ทุน” จะพบว่ามีความขอบเขตที่กว้างขวางมาก บูร์ดิเยอ (Allan, 2006, pp. 176-178) จึงแบ่งทุนออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

ทุนทางเศรษฐกิจ (Economic capital) ทุนประเภทนี้ ได้แก่ รายได้ ทรัพย์สิน เงินทอง ความมั่งคั่งที่สะสมเอาไว้ สิ่งของที่มีราคา เช่น ที่ดิน อาคารบ้านเรือน เครื่องเพชรนิลจินดา รถยนต์/ หุ่น ฯลฯ รูปแบบของทุนประเภทนี้โดยส่วนมากมักอยู่ในมิติ/แวดวงด้านเศรษฐกิจ แต่ก็สามารถโยกย้ายไหลไปยังมิติ/แวดวงอื่น ๆ ได้ และที่สำคัญทุนประเภทนี้เป็นรูปแบบทุนที่สามารถคิดคำนวณเป็นปริมาณที่แน่นอนได้และสามารถระบุรูปแบบได้อย่างแน่ชัด เช่น เงินสดในธนาคาร ราคาเครื่องจักร ที่ดิน รวมถึงการเป็นเจ้าของของกล้องและอุปกรณ์ถ่ายภาพที่มีคุณภาพ ฯลฯ

ทุนทางสังคม (Social Capital) ความหมายของทุนสังคมนั้นมี 2 ความหมาย แต่ทั้งสองต่างก็หมายถึง “เครือข่ายทางสังคม” (Network) ทั้งสิ้น เพียงแต่ว่าในความหมายแรก เป็นการมองมาจากตัวโครงสร้างที่มอง “ตัวเครือข่ายจริง ๆ” เช่น โครงสร้างของกลุ่มเพื่อนร่วมโรงเรียน เพื่อนร่วมอาชีพ ฯลฯ ส่วนในความหมายที่สองนั้น เป็นมุมมองมาจาก “ปัจเจกบุคคล” ที่มีเครือข่ายและมองว่าเครือข่ายนั้นเป็นทรัพยากรอย่างหนึ่งของตน เช่น เป็นคนมีเส้นสาย/กว้างขวาง จะทำอะไรก็ง่ายและสะดวก ในความหมายที่สองนี้เองที่เป็นความหมาย “ทุนสังคม” ของบูร์ดิเยอ

บูร์ดิเยอเห็นว่า ทุนทางสังคมนั้นถือเป็นเสมือนทรัพยากรอย่างหนึ่งที่สามารถเอื้ออำนวยประโยชน์ให้ได้ ดังเช่นที่มักมีคำกล่าวที่ว่า “ไม่สำคัญว่ามีผลงานอะไร สำคัญที่ว่าเป็นคนของใคร” มากกว่า และสำหรับทุนสังคมนี้อาจจะกระจายอยู่ตาม field ต่าง ๆ เช่น เพื่อนร่วมรุ่น เพื่อนโรงเรียนเดียวกัน คนหมู่บ้านเดียวกัน คนแซ่เดียวกัน เป็นต้น

ทุนทางสัญลักษณ์ (Symbolic capital) ทุนประเภทนี้ บูร์ดิเยอ หมายถึง “สถานภาพ ชื่อเสียง การได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบข้าง ที่ทำให้เจ้าของทุนเกิดความได้เปรียบหรือเกิดประโยชน์ต่าง ๆ”

ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural capital) บูร์ดิเยอแบ่งรูปแบบย่อยของทุนวัฒนธรรมออกเป็น 3 รูปแบบ คือ

1. ทุนที่ถูกทำให้อยู่ในรูปที่เป็นรูปธรรม (Objectified form) ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบของวัตถุที่ปัจเจกบุคคลครอบครองเป็นเจ้าของ เช่น หนังสือ ซีดี งานเขียน หนังสือ พจนานุกรม อนุสาวรีย์ เครื่องมือ เครื่องจักร รวมถึงภาพถ่าย รูปภาพ ฯลฯ

2. ทูนที่ถูกทำให้เป็นสถาบัน (Institutionalized form) ด้วยวิธีการอ้างอิงถึงคุณสมบัติเริ่มต้นของทูนทางวัฒนธรรมและถูกเข้าใจว่า คือ การรับประกัน โดยแสดงออกในรูปของประกาศนียบัตร หนังสือรับรอง และการสอบ เช่น คุณภาพ/ชื่อเสียงของสถาบันการศึกษา เป็นต้น

3. ทูนที่รวมอยู่ในฮาบิทัส ซึ่งเป็นทูนที่อยู่ในรูปของการแสดงออกของร่างกายและจิตใจที่คงทนถาวร (Embodied form) ทูนประเภทนี้มีปรากฏในรูปของวัฒนธรรม และต้องใช้เวลาในการรวมกันเป็นรูปเป็นร่าง เช่น ความสามารถ/ความรู้ที่จะพูด/ตัดสินใจทางด้านการศิลปะ ที่มีเรื่องของสุนทรียภาพเข้ามาเกี่ยวข้อง การมีบุคลิกที่สง่างาม สามารถวางท่าทางได้อย่างงดงาม ความหมายของ embodied form ที่อยู่ในปัจเจกบุคคลนี้อาจจะมีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า "Habitus"

ด้วยเหตุนี้ความหมายของ “ทูนทางวัฒนธรรม” ตามแนวคิดของบูร์ดิเยอ จึงหมายถึงสิ่งที่บุคคลได้รับจากกระบวนการหล่อหลอมทางสังคม อันกลายเป็นคุณสมบัติติดตัวที่เอื้อให้บุคคลสามารถนำไปเพิ่มพูนมูลค่าของตนได้ เช่น ความรู้ ธรรมเนียม กิริยามารยาท นอกจากนี้ยังหมายถึงทรัพย์สินต่าง ๆ ที่มีคุณค่าอย่างหนึ่งที่ไม่ใช่คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ แต่มีมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจได้ เช่น งานศิลปะ หนังสือ เอกสารรับรองทางวิชาการ (ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข, 2548, น. 113)

ในแง่มุมนี้ “ทูนทางวัฒนธรรม” จึงเป็นเหมือนเครื่องมือให้ทั้งผู้ที่มี “ทูนน้อย¹” หรือคนชั้นล่างไปใช้ในการดิ้นรน ต่อสู้ ต่อรอง กับอำนาจกดขี่ ชูตรีด และครอบงำ ที่มาจากชนชั้นที่มีทูนมากกว่า และในขณะเดียวกันผู้ที่มี “ทูน” หรือคนที่อยู่ในชนชั้นที่สูงกว่า ก็สามารถใช้ ทูน หรือทูนทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่มีอยู่กดขี่ ชูตรีด และครอบงำผู้ที่มีทูนน้อยได้เช่นกัน

แนวคิดเรื่องแวดวง (Field)

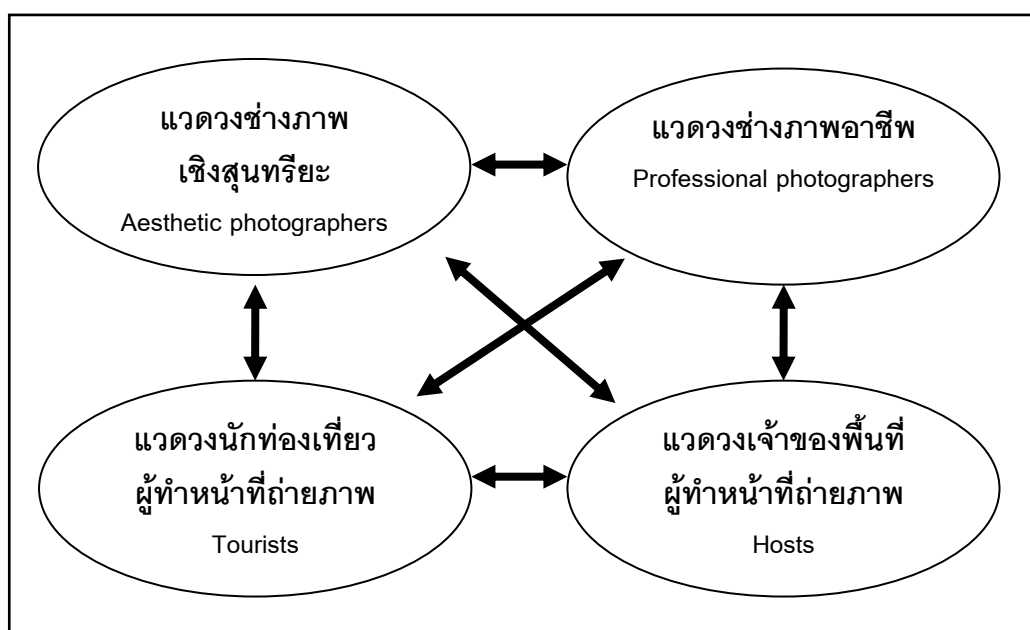
คำว่า “แวดวง” (กาญจนนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551, น. 558-559) นั้น เป็นวิธีการมองสังคมรูปแบบหนึ่งตามความคิดของบูร์ดิเยอ ที่ปฏิเสธการแบ่งสังคมออกเป็นโครงสร้างส่วนล่าง (infrastructure) และโครงสร้างส่วนบน (superstructure) แวดวงตามแนวคิดของบูร์ดิเยอนั้นไม่ได้เป็นพื้นที่หรือสิ่งที่ดำรงอยู่ก่อนในรูปแบบขององค์กร สถาบัน ที่มีลักษณะหยุดนิ่งตายตัว หากแต่ความหมายของแวดวงตามทัศนะของบูร์ดิเยอนั้น หมายถึง พื้นที่ที่ปัจเจกบุคคลเข้ามาใช้ตลอดจนแย่งชิงทรัพยากรหรือทุนชนิดต่าง ๆ เพื่อใช้ในการก่อรูปหรือสร้างความเป็นกลุ่มคนที่มี

¹“ทูนน้อย” ในที่นี้อาจไม่ใช่แค่ทูนน้อยในเชิงปริมาณหากแต่ “ทูนน้อย” ในที่นี้อาจหมายถึงการมีอำนาจในการต่อรองที่น้อยกว่า

ลักษณะเฉพาะกลุ่มของพวกเขาขึ้นมา โดยบูร์ดิเยอเชื่อว่า สังคมหนึ่ง ๆ นั้น ประกอบด้วยแวดวงต่าง ๆ เช่น แวดวงวิชาการ, แวดวงแพทย์, แวดวงกีฬา, แวดวงศิลปะ, แวดวงบันเทิง, ฯลฯ โดยแต่ละแวดวงนั้น มีความเป็นอิสระต่อกัน แต่ในขณะเดียวกันก็มีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) มีการปะทะสังสรรค์ต่อกัน และอาจรวมถึงมีการต่อสู้กันในแต่ละแวดวงย่อย ๆ เหล่านั้นด้วย ดังภาพที่ 2.3

ภาพที่ 2.4

การปะทะสังสรรค์ของแต่ละแวดวงของการถ่ายภาพท่องเที่ยว



ที่มา: จากการสรุปขยายบทความความคิดของผู้วิจัย จากแนวคิดของปีแอร์ บูร์ดิเยอ

จากคำอธิบายข้างต้น จะเห็นได้ว่าประเด็นสำคัญในเรื่องของแวดวง (Field) จะให้ความสำคัญในเรื่องของ พื้นที่/เวที (space/boundary) ของกลุ่มคน/กลุ่มชนชั้นต่าง ๆ เป็นหลักเช่น กลุ่มคนที่อยู่ในแวดวงของช่างภาพเชิงสุนทรียะ, ช่างภาพอาชีพ, กลุ่มคนที่อยู่ในแวดวงนักท่องเที่ยวที่ทำหน้าที่ถ่ายภาพ และกลุ่มคนท้องถิ่นหรือเจ้าของพื้นที่ที่ทำหน้าที่ถ่ายภาพ เป็นต้น

พื้นที่/เวที ของกลุ่มคน/กลุ่มชนชั้นต่าง ๆ ดังกล่าวนั้น ไม่ได้เป็นพื้นที่หรือขอบเขตที่ปิดตาย ตัดขาดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับโลกภายนอก เพราะดังที่กล่าวไว้ในเบื้องต้นแล้วว่า แวดวงต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคมนั้น ด้านหนึ่งมีความเป็นอิสระต่อกัน แต่อีกด้านหนึ่งก็สามารถมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) มีการปะทะสังสรรค์ระหว่างแวดวง (cross-over boundary) เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา และอาจรวมถึงการต่อสู้กันในแต่ละแวดวงย่อย ๆ เหล่านั้นได้อีกด้วย ซึ่งการปะทะสังสรรค์กัน

ระหว่างแวดวงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้น บุรดิเยอเชื่อว่า เป็นไปเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงต่อการผลิตซ้ำ (reproduces) ที่มีรูปแบบและยุทธวิธี (strategies) เฉพาะของกลุ่มคนในแต่ละแวดวง ซึ่งไม่มีใครสามารถคาดเดาผลล่วงหน้าที่จะเกิดขึ้นได้

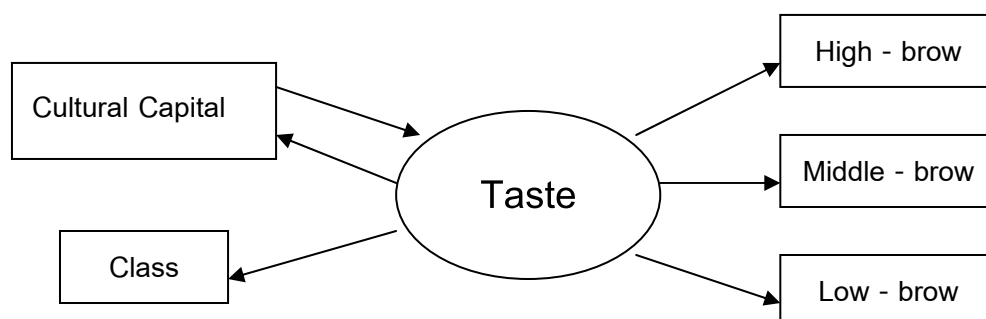
แจกเช่นเดียวกันกับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อสันนิษฐานในเบื้องต้นว่า กลุ่มของผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพท่องเที่ยวในแต่ละแวดวง (กลุ่มของช่างภาพเชิงสุนทรีย์ะ, ช่างภาพอาชีพ, กลุ่มของนักท่องเที่ยว และกลุ่มของเจ้าของพื้นที่) นั้นน่าจะมีรูปแบบและยุทธวิธีที่ใช้ในการผลิต (การถ่ายภาพ) ตลอดจนการถ่ายทอดความหมายผ่านภาพถ่ายที่แตกต่างกันไป แต่ไม่ว่าจะมีรูปแบบและยุทธวิธีใด การกดชัตเตอร์ของผู้ถ่ายภาพในทุก ๆ แวดวงก็ถือเป็นการดิ้นรนต่อสู้ในการผลิตซ้ำความหมาย เพื่อรักษาความมั่นคงต่อการผลิตซ้ำของตน/กลุ่มชนชั้นของตนเอง

แนวคิดเรื่องรสนิยม (Taste)

แท้จริงแล้ว รสนิยม ตามแนวคิดของบุรดิเยอ ก็คือ ผลผลิตของฮาบิทัส ซึ่งจะหมายความว่าเป็นอย่างอื่นไปไม่ได้นอกเสียจาก ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุ เช่น เราจะสร้างวัตถุอะไร ผลิตวัตถุอะไร ครอบครองวัตถุอะไร โดยในสมัยโบราณนั้นการครอบครองวัตถุต่าง ๆ จะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงสถานภาพของตัวเรา แต่ในอีกด้านหนึ่งความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุเหล่านั้น ก็จะมี ความเกี่ยวพันกับเรื่องของอำนาจที่จะได้มาซึ่งการครอบครองวัตถุเหล่านั้นด้วย โดยเฉพาะอำนาจการกระจาย สภาวะที่จะควบคุมจำนวน และหน้าที่หลักของการผลิตหรือรสนิยม นั้น ๆ

ด้วยเหตุนี้ “รสนิยม” จึงไม่ใช่เรื่องของปัจเจกที่จะมีอิสระในการเลือกส่วนตัว หรือเป็นเรื่องของการใช้ชีวิตที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ (by nature) อย่างเดียว แต่รสนิยมเป็นรูปแบบของการดำเนินชีวิตที่มีเรื่องของอำนาจ การขัดเกลาทางสังคม เจือปนไขการดำเนินชีวิต ตลอดจนอุดมการณ์ ชุติต่าง ๆ ของคนเราเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ดังนั้น รสนิยมจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการแบ่งชนชั้น (class) ของคนในสังคม หรือกล่าวในอีกลักษณะหนึ่งได้ว่า แท้จริงแล้ว “รสนิยม” เป็นที่ชุกชอนของชนชั้นนั้นเอง ตัวอย่างรูปธรรมของคำกล่าวข้างต้นก็คือ บทบาทของ “รสนิยม” ที่สำแดงอำนาจผ่านการบริโภค (consumption) ในชีวิตประจำวันของคนเรานั้นเอง

ภาพที่ 2.5
การแบ่งระดับของรสนิยม



ที่มา: จากการสรุปรวบยอดทางความคิดของผู้วิจัย จากแนวคิดของปีแอร์ บูร์ดิเยอ

รสนิยม (Bourdieu, 2000, p. 16) ในงาน *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste* ถูกแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ รสนิยมหลัก (Legitimate), รสนิยมระดับกลาง (middle-brow) และรสนิยมมวลชน (popular) การเกิดช่วงชั้นทางรสนิยมเหล่านี้เป็นรูปแบบของความแตกต่างในการบริโภควัฒนธรรม ซึ่งไม่เพียงสัมพันธ์กับความแตกต่างของทุนทางเศรษฐกิจเท่านั้น หากยังสัมพันธ์กับความแตกต่างของทุนทางวัฒนธรรมด้วย ซึ่งความแตกต่างในด้านการบริโภคทางวัฒนธรรมเป็นประเด็นที่บูร์ดิเยอให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลผลิตทางวัฒนธรรมที่อยู่ในมิติของงานศิลปะ เช่น ดนตรี ภาพเขียน ภาพยนตร์ และภาพถ่าย ซึ่งผลผลิตทางวัฒนธรรมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เต็มไปด้วยรหัส (codes) ที่ถูกสอดใส่ความหมายจากผู้ส่งสารหรือช่างภาพ เพื่อสถาปนาคุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านระบบสัญลักษณ์ (ภาพถ่าย) เพื่อให้เป็นที่ยอมรับและถูกชื่นชมได้ด้วยตัวของภาพถ่ายเอง

แนวคิดเรื่อง “รสนิยม” ที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ด้านหนึ่งเป็นเครื่องบ่งชี้ว่า บูร์ดิเยอไม่ได้เป็นเพียงนักสังคมวิทยาที่สนใจแต่เพียงมิติใดมิติหนึ่งในทางสังคมศาสตร์เท่านั้น ซึ่งเมื่อดูจากงานเขียนต่าง ๆ ของบูร์ดิเยอไม่ว่าจะเป็น *Acts of Resistance*, *The Weight of the World* รวมถึง *On Television* ได้สะท้อนให้เห็นว่าบูร์ดิเยอได้ขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาไปยังสาขาวิชาอื่นด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการสื่อสาร ซึ่งการนำเอาแนวคิดของบูร์ดิเยอมาใช้ในการมองปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแวดวงการสื่อสารนั้น เป็นสิ่งที่ท้าทาย น่าสนใจ และกระทำกันอย่างแพร่หลายในต่างประเทศ แต่สำหรับแวดวงการศึกษาในประเทศไทยงานวิจัยที่นำเอาแนวคิดของบูร์ดิเยอมาปรับใช้ยังมีอยู่น้อยมาก (เช่น งานวิจัยของ พรพรรณราย โสธากิรัตน์ (2543) เรื่องนางนก: การต่อรองทางความหมายในภาพยนตร์ยอดนิยาย, งานวิจัยของ วิภาส ปรัชญาภรณ์ (2544) เรื่อง ช่างไม้:

ความรู้และตัวตน, งานวิจัย ของจริยา ทรัพย์ชาตอนันต์ (2548) เรื่อง ความหมายและการสร้างร่างกายในการเรียนบัลเล่ต์ในสังคมไทย, งานวิจัยของ รุ่งนภา เทพภาพ (2549) เรื่อง คนเร่ขายยาสมุนไพร: ประสบการณ์ชีวิตและกระบวนการสร้าง “ร่าง” และถ้ายังเป็นแวดวงของการสื่อสารของไทยด้วยแล้ว จากการสำรวจในเบื้องต้น แทบจะยังไม่พบบงานวิจัยการสื่อสารเล่มใดที่นำเอาแนวคิดของบูร์ดิเยอมาปรับใช้มากเท่าใดนัก

ด้วยเหตุดังกล่าว การนำแนวคิดของบูร์ดิเยอมาปรับใช้ในการวิเคราะห์ มองปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในทางการสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง โดยการวิจัยในครั้งนี้ได้นำแนวคิดหลัก ๆ ของบูร์ดิเยอ อันได้แก่ แนวคิดเรื่องทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital), แนวคิดเรื่องรสนิยม (Taste), แนวคิดเรื่องการปฏิบัติ/วัตรปฏิบัติ (Practice), และแนวคิดเรื่องแวดวง (Field) มาปรับใช้ในการมองปรากฏการณ์ การถ่ายภาพท่องเที่ยว ที่ถูกประกอบสร้างความหมายจากกลุ่มคนในแวดวงต่าง ๆ (ช่างภาพเชิงสุนทรีย์, ช่างภาพอาชีพ, นักท่องเที่ยวผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพ, เจ้าของพื้นที่ผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพ) ที่มีทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) และรสนิยม (Taste) อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการมีฮาบิทัส (Habitus) ที่แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยมีความเชื่อว่าความแตกต่างกันของสิ่งต่าง ๆ (ทุนทางวัฒนธรรม, รสนิยม, การปฏิบัติ, แวดวง) ตามแนวคิดของบูร์ดิเยอที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะส่งผลทำให้การลงรหัส (code) ความหมาย (meaning) ในภาพถ่ายนั้นแตกต่างกันออกไป ตามสภาพเงื่อนไขในเรื่องของทุนทางวัฒนธรรม ที่ฝังอยู่ในร่างกาย (embodiment) ของคนในแวดวงนั้น ๆ อันเป็นผลมาจากการเรียนรู้ผ่านร่างกายของแต่ละบุคคลและวัตรปฏิบัติ (Practice) สะสมผ่านเวลาและแสดงออกกับปฏิกิริยาออกมา (ทางร่างกาย จิตใจ การกระทำ) ทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว ซึ่งรหัสความหมายที่แตกต่างอันเป็นผลสืบเนื่องจากความแตกต่างกันทางด้านทุน ซึ่งนำไปสู่ความแตกต่างกันทางด้านรสนิยมนี้เอง จะเป็นสิ่งที่ช่วยธำรงรักษาโครงสร้างชนชั้นของกลุ่มผู้ถ่ายภาพแต่ละกลุ่มให้อยู่ต่อไป ผ่านกระบวนการต่อรองกันในเชิงความหมาย (Politics of Meaning) ของช่างภาพหรือผู้ที่ทำหน้าที่ถ่ายภาพในแวดวงต่าง ๆ ว่า การถ่ายภาพของคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมนั้น ด้านหนึ่งมีรูปแบบ หรือกฎเกณฑ์ (การวัดแสง, การปรับระยะชัดของภาพ, การจัดวางองค์ประกอบภาพ) ในการถ่ายภาพเข้ามาเป็นตัวกำหนด แต่การอธิบายความหมายของภาพถ่ายที่เกิดจากกฎเกณฑ์การถ่ายภาพดังกล่าวอย่างเดียวนั้นไม่พอ เนื่องจากแนวทางปฏิบัติจริงของผู้ถ่ายภาพในสังคมนั้น อาจไม่ได้เป็นไปตามกฎเกณฑ์ที่ตายตัวเสมอไป นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่า ผู้ถ่ายภาพในแต่ละแวดวงนั้นย่อมมีวิธีการถ่ายภาพหรือตัวเลือกในการถ่ายภาพด้วยรูปแบบและความหมายที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งในท้ายที่สุดเมื่อนำภาพถ่ายที่ได้จากผู้ถ่ายภาพในแต่ละแวดวง มาทำการถอดรหัสความหมายจากกลุ่มผู้ถ่ายภาพที่อยู่ต่างแวดวงกัน ก็จะทำให้เห็นถึงมิติการครอบงำ การต่อรองในเชิงความหมายหรือที่เราเรียกว่า การเมืองในเรื่องของความหมาย (Politics/struggle of meaning)

ชัดเจนยิ่งขึ้น ตรงจุดนี้เองเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยมีความสนใจและเลือกที่จะศึกษาเกี่ยวกับการครอบงำ การต่อรองในเชิงความหมายของผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพในฐานะผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสาร ผ่านทางช่องทางของสื่อภาพถ่ายท่องเที่ยว

แนวคิดเรื่องการเมืองทางวัฒนธรรม (Cultural Politics) และภาพตัวแทน (Representation)

แต่เดิมเมื่อมีการพูดถึงคำว่า “การเมือง” ความเข้าใจของผู้คนส่วนใหญ่จะเข้าใจตรงกันว่าการเมืองเป็นเรื่องของ “อำนาจ” ที่ดำรงอยู่ในปริบททางการเมือง (รัฐศาสตร์) และทางเศรษฐกิจ (เศรษฐศาสตร์การเมือง) เป็นหลัก หรือที่เราเรียกว่า “การเมือง” ในเชิงรัฐศาสตร์/ในเชิงมหภาค (macro-politics) ที่มองการเมืองแต่เพียงว่า การเมืองนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการใช้และควบคุมอำนาจ (Denton, & Woodward, 1990, p. 14) ที่รัฐในฐานะผู้ใช้อำนาจ (authority) มีต่อประชาชนพลเมืองในฐานะผู้ถูกใช้อำนาจ

จวบจนปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่า พื้นที่ที่ “การเมือง”/“อำนาจ” ดำรงอยู่นั้น ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ปริบททางการเมืองและทางเศรษฐกิจอีกต่อไป หากแต่ว่า ปริบททางการเมือง/อำนาจได้ขยายวงกว้างออกไปสู่พื้นที่ที่ดำรงอยู่ในชีวิตวัฒนธรรม (Barker, 2002, pp. 176-180) และชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วไปอีกด้วย ซึ่งเราเรียกการเมืองในรูปแบบดังกล่าวได้ว่า การเมืองทางวัฒนธรรม (Cultural Politics) หรือเป็นการเมืองในระดับจุลภาค (micro-politics)

แท้จริงแล้วแนวคิดเรื่องการเมืองทางวัฒนธรรม (Cultural Politics) ก็คือ แนวคิดที่เปิดโอกาสให้คนกลุ่มต่าง ๆ ทางสังคม ได้มีโอกาสร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความหมายร่วมกัน (shared meaning) ผ่านพื้นที่ทางการเมืองรูปแบบใหม่ ๆ ที่ไม่ได้จำกัดพื้นที่การใช้อำนาจ/การครอบงำ (dominate) ต่อกัน ต่อกัน (negotiate) ในเชิงอำนาจแค่เพียงในพื้นที่การเมืองกระแสหลัก (ทำเนียบ รัฐสภา) เหมือนที่หลายฝ่ายเข้าใจกัน ซึ่งในความเป็นจริง แนวคิดเรื่องการเมืองทางวัฒนธรรมเป็นแนวคิดหนึ่งของสำนักวัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) ที่ให้ความสำคัญกับพื้นที่ทางการเมืองที่ดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันของคนเรา ที่มักจะถูกละเลยและมองข้าม (taken for granted) โดยสำนักวัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่าในทุก ๆ พื้นที่ล้วนแล้วแต่มีเรื่องทางการเมืองเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยทั้งสิ้น

แนวคิดเรื่องการเมืองทางวัฒนธรรม (During, 2004, p. 405) (Cultural Politics) นั้น ถือเป็นแนวคิดที่มีรากฐานส่วนหนึ่งมาจาก แนวคิดของมาร์กซิสต์อิตาลีเลียนที่ชื่อ อันโตนิโอ กรัมสกี (Antonio Gramsci) ในเรื่องเกี่ยวกับสามัญสำนึก/จิตสำนึกและอุดมการณ์กับการต่อสู้เพื่อรักษา

ผลประโยชน์ทางชนชั้น โดยการตั้งคำถามว่า สามัญสำนึก/จิตสำนึกของคนเรานั้นถูกสร้างขึ้นมาจากอย่างไร โดยใคร บนเงื่อนไขใด ตลอดจนการตั้งคำถามว่า เหตุใดสามัญสำนึก/จิตสำนึกจึงช่วยดำรงรักษาโครงสร้างทางชนชั้นเอาไว้ได้ ซึ่งคำตอบของข้อคำถามดังกล่าวได้ถูกกรัหม์อธิบายด้วยแนวคิดที่เขาได้เสนอขึ้นหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดการครองความเป็นเจ้าด้านอุดมการณ์ (hegemony) และแนวคิดเกี่ยวกับสงครามแย่งชิงพื้นที่ทางอุดมการณ์ (war of position) ซึ่งต่อมาแนวคิดดังกล่าวของมาร์กซิสม์อิตาเลียนผู้นี้ ก็ไหลเข้าสู่โลกวิชาการแขนงต่าง ๆ กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักวัฒนธรรมศึกษาที่ได้นำแนวคิดของกรัหม์ขึ้นมาต่อยอดความรู้และพัฒนาแนวคิดของกรัหม์ซึ่งกลายมาแนวคิดที่นักวิชาการสายวัฒนธรรมศึกษารุ่นหลังเรียกว่าแนวคิดเรื่องการเมืองทางวัฒนธรรม (Cultural Politics) ในที่สุด (สมสุข หินวิมาน, 2548, น. 389-391)

ดังนั้น หัวข้อการศึกษาการเมืองในการถ่ายภาพท่องเที่ยว: การครอบงำและการต่อรองทางวัฒนธรรมในครั้งนี้ จึงถือเป็นการศึกษาในทางการเมืองรูปแบบหนึ่ง ซึ่งก็คือ การเมืองทางวัฒนธรรมที่ทำงานผ่านการประกอบสร้างผ่านสิ่งที่เรียกว่า “ภาพตัวแทน” (Representation) ซึ่งถือเป็นแนวคิดสำคัญอีกแนวคิดหนึ่งของสำนักวัฒนธรรมศึกษา โดยการนำแนวคิดเรื่องภาพตัวแทนมาใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้ก็เพื่อต้องการเปิดเผยให้เห็นถึงการต่อสู้ในเชิงความหมาย (struggle of meaning) ที่ถูกนำเสนอผ่านภาพถ่ายท่องเที่ยว หรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งได้ว่า “การเมืองเรื่องความหมาย” (Politics of meaning) ที่มีความเชื่อโดยพื้นฐานว่า ความจริงเป็นอย่างไรไม่สำคัญเท่ากับว่าสิ่ง ๆ นั้นถูกรับรู้ด้วยความหมายอย่างไร ซึ่งในท้ายที่สุดแล้ว ความหมายที่ถูกรับรู้เหล่านั้นจะมีอำนาจเข้าไปกำหนดความเป็นไปในโลกความเป็นจริงได้อีกด้วย ฟังดูแล้วอาจดูเหมือนเรื่องที่เราเข้าใจได้ง่าย แต่ในทางปฏิบัติจริงแล้ว การทำงานของ “ภาพตัวแทน” ดังกล่าวไม่ได้ง่ายเหมือนอย่างที่หลายฝ่ายเข้าใจกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ การทำงานของภาพตัวแทน (Practice of representation) นั้นมีความสลับซับซ้อน และเป็นกระบวนการทำงานที่เชื่อมโยงกับเรื่องของภาษา (Language) ความหมาย (meaning) ระบบคิด (concept) และเรื่องของ อำนาจ (power) ซึ่งจะได้ชี้ให้เห็นในลำดับต่อไป

ภาพตัวแทน: มโนทัศน์และความหมาย

การที่จะอธิบายมโนทัศน์ภาพตัวแทนได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเข้าใจการอธิบายมโนทัศน์เรื่อง “ภาษา” ก่อนว่า ในแท้ที่จริงนั้น ภาษา (Hall, 1997, p. 1) ก็คือ ระบบเชิงภาพตัวแทนชนิดหนึ่งที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางถ่ายทอด ความคิด ความรู้สึกต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่ท่ามกลางชีวิต วัฒนธรรมของผู้คน

ดังนั้นประเด็นที่สำคัญในเรื่องของภาพตัวแทนจึงอยู่ที่กระบวนการผลิต การประกอบสร้าง การแพร่กระจายและการบริโภคความหมายผ่านทางบริบทภาษาในแต่ละสังคมวัฒนธรรมที่แตกต่างกันออกไป เช่น ภาพตัวแทนแห่งความหมายของคนในแต่ละชนชั้นที่ถูกนำเสนอผ่านทาง

สื่อภาพยนตร์และภาพถ่าย ซึ่งประกอบสร้างอัตลักษณ์ (Identity) ของกลุ่มคนในแต่ละชนชั้น หรือ แม้แต่ภาพตัวแทนแห่งความหมายที่ถูกผลิตด้วยการกดขี่แต่อร์จากช่างภาพและกลุ่มคนในแต่ละ แวดวง (field) ก็เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ของภาพตัวแทน ตลอดจนนัยยะของการเป็น เวทีการต่อรองกันในเชิงความหมาย

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นสิ่งที่บอกเราได้ว่า กระบวนการผลิต การแพร่กระจาย และการบริโภคความหมายผ่านภาพตัวแทนแห่งความหมายนั้น เป็นกระบวนการที่มีลักษณะสลับซับซ้อน และ เวียนว่ายอยู่ในระบบสังคมวัฒนธรรมที่เราดำรงชีวิตอยู่ อีกทั้งยังถือได้ว่าเป็นผลผลิตทางความหมาย ที่เกิดมาจากการบวนการคิด ความเชื่อ ความรู้สึก อุดมการณ์ของคนเราผ่านรูปแบบของการสื่อสาร ด้วยวิธีการเชื่อมโยงความคิดเข้ากับโลกแห่งความเป็นจริงหรือโลกแห่งจินตนาการ การร่วมวัฒนธรรม เดียวกัน ทำให้เรารับรู้ความหมายจากภาพตัวแทนเหมือนกัน ซึ่งการที่ภาพตัวแทนมีความหมายก็ เพราะมีความสอดคล้องกับบรรทัดฐานและคุณค่าที่คงอยู่ในวัฒนธรรมนั้น (วิลาสินี พิพิธกุล, 2544, อ้างถึงใน เจริญวิทย์ จิตติวรารักษ์, 2544, น. 28)

ด้วยเหตุนี้ ภาพตัวแทน จึงถูกนิยามโดยทั่วไปว่า เป็นการประกอบสร้างความหมาย หรือแนวคิด ผ่านภาษาพูด ภาษาเขียน สัญลักษณ์ ภาพ รหัส เพื่อสื่อสารและทำให้เกิดความเข้าใจ ในการอ้างอิงถึงสิ่งต่าง ๆ ในโลกของความเป็นจริง และในโลกของความคิด หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็น การใช้ภาษาเพื่อสร้างความหมายให้กับวัตถุ เหตุการณ์ ผู้คน และช่วยให้เราแสดงออกบอกเล่า ความคิดอันซับซ้อนเพื่อสื่อสารให้ผู้อื่นสามารถเข้าใจได้ ดังนั้น ภาษาจึงเป็นเพียงภาพตัวแทน ความจริง แต่ภาษาไม่ใช่ความจริง และไม่ใช่ของจริง และด้วยเหตุนี้การเสนอภาพตัวแทนจึงเป็น เพียงกระบวนการในการสร้างความหมาย

จากนิยามโดยทั่วไปในเรื่อง “ภาพตัวแทน” ข้างต้น สามารถสรุปรูปแบบการเสนอ ภาพตัวแทน ได้เป็น 2 ระบบที่สำคัญ คือ

1. ระบบที่ทำให้วัตถุผู้คนและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นรูปธรรม เชื่อมโยงกับชุดมโนทัศน์ ภายในสมองของเรา ให้มีความหมายตรงกันเพื่อให้เราสามารถตีความ รับรู้ และจับต้องได้ในโลกที่เป็นจริงอยู่

2. ระบบที่ทำให้สิ่งที่เป็นนามธรรมต่าง ๆ เชื่อมโยงกับชุดมโนทัศน์ภายในสมองของเรา เพื่อให้เราสามารถคิด เข้าใจ และตีความสิ่งที่เป็นนามธรรมต่าง ๆ เหล่านั้นได้อย่างเข้าใจตนเอง

ภาพตัวแทน: มุมมองของสำนักวัฒนธรรมศึกษา

เมื่อมองย้อนกลับไปถึงวิธีการศึกษาเรื่อง “ภาพ” หรือ “ภาพตัวแทน” นั้น ตามวิธีคิด ของนักภาษาศาสตร์ดั้งเดิม อธิบายว่า ภาพคือกระบวนการที่ภาษา/การสื่อสารได้สะท้อน (reflect) ความเป็นจริงของโลกรอบตัวเราออกมา ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวที่ว่า “วรรณกรรม คือ กระกระจกสะท้อน

สังคม” ซึ่งก็หมายความว่า ถ้าสังคมจริง ๆ ในแต่ละยุคสมัยเป็นเช่นไร วรรณกรรมในสมัยนั้น ก็จะสะท้อนความจริงทางสังคมดังกล่าวออกมา เพราะฉะนั้นตามทฤษฎีภาษาศาสตร์แนวภาพสะท้อน (Reflectionism) จึงเชื่อว่า ความจริงเคยมีอยู่หรือมีอยู่แล้ว (The truth is out there) ภาพ/การสื่อสารทำหน้าที่เป็นเพียงกระจกสะท้อนให้เราเห็นความจริงนั้น ๆ ตามแบบที่มันเป็น (วิลสัน พีพิทกุล, 2544, อ้างถึงใน เจริญวิทย์ สุตินวรักษ์, 2544, น. 426) ซึ่งต่างจากมุมมองของสำนักวัฒนธรรมศึกษา ที่ได้รับอิทธิพลจากแนวทางของทฤษฎีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) กลับเชื่อว่า ภาพตัวแทนมิใช่การสะท้อน เลียนแบบ หรือค้นพบ แต่เป็นการประกอบสร้างส่วนเลี้ยวหนึ่งของโลกความเป็นจริง ซึ่งก็คือ แนวคิดเรื่องการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality) โดยมีแนวคิดสำคัญที่เชื่อว่าความจริงทางกายภาพเป็นอย่างไรไม่สำคัญ แต่ภาษา/ภาพสามารถสร้างความหมายให้กับความจริงเหล่านั้นได้ ด้วยเหตุนี้ สำนักวัฒนธรรมศึกษาจึงมักตั้งคำถามต่อสิ่งต่าง ๆ หรือความหมายต่าง ๆ บนโลกนี้ว่า ถูกสร้างภาพขึ้นมาได้อย่างไร และมีความหมายอย่างไร (During, 2004, p. 8) เมื่อผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพถ่ายท่องเที่ยวจากกลุ่มผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพในแวดวงต่าง ๆ นั้นถูกประกอบสร้างขึ้นอย่างไร และมีความหมายเช่นไร

ด้วยเหตุผลที่ว่ามานี้เองส่งผลทำให้ประเด็นเรื่อง “ภาพ” หรือ “ภาพตัวแทน” เป็นหนึ่งในอีกหลาย ๆ ประเด็นที่ทางสำนักวัฒนธรรมศึกษาสนใจ ซึ่งเมื่อสืบค้นกลับไปยังจุดกำเนิดของแนวคิดดังกล่าวตามมิติด้านเวลาแห่งการเกิดขึ้นของแนวคิด “ภาพตัวแทน” ก็จะพบว่า แนวคิดเรื่อง “ภาพตัวแทน” มีจุดกำเนิดที่เริ่มมาจากแนวคิดในเรื่องของ “ภาษา” โดยเริ่มจากการบุกเบิกการศึกษาของเฟร์ดินันด์ เดอ โซซูร์

แนวคิดโครงสร้างภาษา ของ เฟร์ดินันด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure)

เฟร์ดินันด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure, 1854-1913) (Edgar & Sedgwick, 2002, p. 208) นักภาษาศาสตร์ชาวสวิส¹ ผู้วางรากฐานวิชาสัญวิทยา² โซซูร์มองสัญวิทยาว่ามี

¹เฟร์ดินันด์ เดอ โซซูร์ เกิดที่กรุงเจนีวา ในครอบครัวที่เป็นที่รู้จักกันวงวิชาการอย่างกว้างขวางในช่วงทศวรรษที่ 18 เขามีพรสวรรค์ทางด้านภาษาตั้งแต่ในวัยเยาว์ ที่มหาวิทยาลัยเจนีวา เขาไม่ได้ศึกษาเพียงด้านภาษาศาสตร์เท่านั้น แต่เขายังศึกษาศาสตร์ทางด้านเทววิทยา, นิติศาสตร์ และเคมีอีกด้วย

²ผลงานของเขานั้นถูกรวบรวมโดยลูกศิษย์ภายใต้ชื่อ “Course in General Linguistics”

รูปแบบที่สามารถเทียบเคียงได้กับแนวคิดโครงสร้างภาษา หรืออีกนัยหนึ่ง สัญวิทยา (Semiology) ก็คือ ศาสตร์ที่พัฒนาต่อยอดองค์ความรู้มาจากวิชาภาษาศาสตร์ (Linguistics) ที่มีมาก่อนหน้า

โดยรากศัพท์ของ สัญวิทยา (Semiology) นั้นมาจากคำในภาษากรีกว่า “Semio” แปลว่า สัญญา และ logy แปลว่า ศาสตร์/ความรู้ ดังนั้น Semiology จึงแปลได้ว่า science of sign หรือ ศาสตร์แห่งสัญญา นั่นเอง ซึ่งโซซูร์ ให้คำนิยามวิชาสัญวิทยาไว้ว่า “สัญวิทยา เป็นศาสตร์ที่ศึกษา วิถีชีวิต (การเกิด แก่ เจ็บ ตาย) ของสัญญายภายในสังคมที่สัญญานั้นถือกำเนิดขึ้นมา รวมทั้ง แสวงหากฎที่ควบคุมอยู่เบื้องหลัง” (สมสุข หินวิมาน, 2548, น. 343) ซึ่งหากจะพิจารณาต่อไปว่า “สัญญา” คือ อะไร/เป็นอะไรได้บ้าง และมีคุณสมบัติอย่างไร ก็สามารถตอบได้ว่า “ทุกสิ่ง ทุกอย่าง บนโลกใบนี้ เป็นสัญญาได้หมด (ตัวอักษร, ภาพเขียน, ภาพถ่าย, ฯลฯ) ” แต่ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า 1. ของสิ่งนั้น จะต้องมีลักษณะเป็นรูปธรรม จับต้องได้ด้วยอวัยวะสัมผัส 2. ของสิ่งนั้นจะต้อง มีความหมายมากกว่าตัวของมันเอง และ 3. ผู้ใช้สัญญาต้องตระหนักรู้ว่า รูปธรรมของสิ่งนั้น เป็นสัญญา กล่าวคือ ตัวสัญญาต้องเกิดมาจากความตั้งใจที่จะส่งสารหรือสื่อความหมายอะไร บางอย่าง (กาญจนา แก้วเทพ, 2543, น. 1-3)

กล่าวโดยสรุปในเบื้องต้นได้ว่า สิ่งใดที่จะเป็นสัญญา (sign) ได้นั้น จะต้องเป็นสิ่งที่เป็น รูปธรรม (ที่สามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัส) รองรับ หรือที่เรียกว่า “ตัวหมาย” (signifier) กับ สิ่งที่เป็นนามธรรม (มโนทัศน์/มโนภาพ/จินตนาการที่เกิดจากรูปสัญญา) ในการสื่อความหมาย หรือที่ เรียกว่า “ตัวหมายถึง” (signified)

สำหรับกระบวนการสร้างความหมายของสัญญา (Process of signification) มีอยู่ด้วยกัน 3 รูปแบบ คือ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543, น. 24-25)

- กระบวนการเปรียบเทียบในเชิงโครงสร้าง (Structural comparison) หรือการ เทียบสิ่งหนึ่งกับอีกสิ่งหนึ่ง หมายความว่า สัญญาตัวหนึ่งจะมีความหมายได้เมื่อเราเทียบกับอีกสิ่ง หนึ่ง เช่น ประโยคที่บอกว่า “อกหักดีกว่ารักไม่เป็น” สัญญา คือ คำว่า อกหัก กับ คำว่า รักไม่เป็น พอนำมาเทียบก็จะรู้ว่า อกหักดีกว่ารักไม่เป็น

- กระบวนการเทียบความสัมพันธ์ในลักษณะเชิงขั้วตรงข้าม (binary opposition) เช่น เราจะรู้ว่าขาวเป็นอย่างไร เราจะต้องรู้ว่าดำเป็นอย่างไรก่อน เราจะรู้ว่าหน้ามือเป็นอย่างไร เรา จะต้องรู้จักหลังมือก่อนว่าเป็นอย่างไร เราจะรู้ว่าพระเป็นอย่างไร จะต้องรู้จักก่อนว่าผีเป็นอย่างไร

- การศึกษาตัวบทและบริบท (text and context) ถ้าจะเข้าใจความหมาย ต้อง วิเคราะห์บริบทด้วยว่ามันนำไปสู่ความหมายได้อย่างไร เช่น เวลาเราเห็นฝนตก ถ้าเรามองฝน เป็นสัญญา คนในเมืองก็จะให้ความหมายฝนตกอย่างหนึ่ง ส่วนคนชนบทก็จะให้ความหมายกับ

ฝนอีกอย่างหนึ่ง คนชนบทก็จะบอกว่าความอุดมสมบูรณ์มาแล้ว ส่วนคนเมือง ก็จะมีมองว่ารถติด น้ำท่วม

ด้วยเหตุนี้ การทำความเข้าใจในเรื่องของสัญญะตามแนวคิดของโซซูร์ข้างต้นให้กระจ่าง จะต้องทำความเข้าใจและศึกษาประเภทต่าง ๆ ของสัญญะ ไม่ว่าจะเป็นภาษาเขียน ภาษาเสียง ตลอดจนภาษาภาพ (ความหมายที่สื่อผ่านภาพถ่าย) เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการสืบทอดความหมาย (Meaning) รวมถึงวิธีการที่สัญญะเหล่านี้เข้ามาเกี่ยวพันหรือเชื่อมโยงกับผู้ใช้สัญญะ ในฐานะที่สัญญะถือเป็นผลผลิตทางความคิดของมนุษย์ ที่เกิดมาจากการประกอบสร้าง (construct) ของมนุษย์ ดังนั้น การจะทำความเข้าใจสัญญะจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจตัวมนุษย์ผู้สร้างสัญญะนั้นด้วย

นอกจากทำความเข้าใจในตัวสัญญะ ผู้ใช้สัญญะ ความหมายและวิธีการสืบทอดความหมาย ตลอดจนความเกี่ยวพันเชื่อมโยงกับผู้ใช้สัญญะแล้ว ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะขาดเสียมิได้ก็คือ การทำความเข้าใจ รหัส/ระบบ (Code/system) ทั้งนี้เพราะสัญญะไม่ได้เกิดขึ้นมาอย่างไร้จุดหมาย หากแต่การเกิดขึ้นของสัญญะนั้นมีการจัดทำขึ้นอย่างเป็นระบบที่เกาะเกี่ยวกันระหว่างรูปสัญญะ (signifier) และความหมาย (signified) ภายใต้บริบททางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป

กล่าวโดยสรุป การศึกษาเรื่องสัญญะวิทยาตามแนวคิดของโซซูร์นั้น เป็นการศึกษากระบวนการสื่อความหมายที่มนุษย์ในสังคมกระทำต่อกัน ในลักษณะความสัมพันธ์ของโครงสร้างระหว่างระบบสัญลักษณ์ต่าง ๆ รวมไปถึงการประกอบสร้างความหมายผ่านตัวบท (Text) ต่าง ๆ ในบริบททางสังคมนั้น ๆ (หากเปลี่ยนบริบท ความหมายก็จะเปลี่ยนไปด้วย) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดสัญญะวิทยาของโซซูร์มาปรับใช้ในการถอดรหัสความหมายภาพถ่าย (ในฐานะตัวบทชนิดหนึ่ง) ที่ถูกประกอบสร้างมาจากช่างภาพหรือผู้ทำหน้าที่ในการบันทึกภาพกลุ่มต่าง ๆ ว่า ความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา นั้นประกอบไปด้วยรหัส (codes) ความหมายชุดใดบ้าง และที่สำคัญที่จะขาดเสียไม่ได้ก็คือ การถอดรหัสความหมายดังกล่าว นั้น จำเป็นอย่างที่จะต้องใส่ใจถึงบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดความหมายและการสื่อความหมายด้วย และหนึ่งในนักคิดที่มีบทบาทสำคัญต่อการศึกษาในเรื่อง “ความหมาย” โดยเฉพาะความหมายโดยนัย (connotation) ที่แฝงอยู่ในบริบททางสังคม วัฒนธรรม ตลอดจนชีวิตประจำวัน (เช่น ความหมายโดยนัยของหนังสือนำเที่ยว บลูไกด์, ภาพถ่ายทรวงเสน่ห์ของผู้สมัคร ส.ส., ความลึกในโฆษณา, โลกของมวยปล้ำ, ไลน์กับนม, ของเล่น เป็นต้น) ก็คือ Roland Barthes เจ้าของแนวคิดเรื่อง “มายาคติ”

แนวคิดเรื่อง “มายาคติ” (myth) ของ Roland Barthes เป็นแนวคิดที่ขยายตัวออกมาจากภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้างของโซซูร์ โดยบาร์ตส์เน้นความสำคัญไปที่ “ความหมายสัญญะ”

มากกว่า “รูปสัญลักษณ์” และความหมายสัญลักษณ์ที่บาร์ตส์สนใจนี้เอง เป็นความหมายในระดับที่สองที่มักจะซุกซ่อนอุดมการณ์ทางสังคมเอาไว้ หรือกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า ความหมายที่สองนี้เอง เป็นความหมายทางสังคมที่ถูกเติมแต่งเข้าไปจากความหมายทั่ว ๆ ไป โดยที่บาร์ตส์เรียกว่า “มายาคติ” ซึ่งจะได้กล่าวถึงในรายละเอียดต่อไป

แนวคิดเรื่องมายาคติ ของ โรล็องด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes)

Roland Barthes¹ (1915-1980) นักสัญศาสตร์วรรณกรรม² (Literary semiotics) ชาวฝรั่งเศส ผู้ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในกระแสภูมิปัญญาของศตวรรษที่ 20 ในช่วงสิบปีที่เขายังมีชีวิต ได้ดำรงตำแหน่งเป็นศาสตราจารย์ด้านสัญศาสตร์วรรณกรรมคนแรก ประจำ “วิทยาลัยแห่งฝรั่งเศส” (College de France) ซึ่งเป็นเกียรติยศสูงสุดทางวิชาการ นอกจากนี้บาร์ตส์ยังมีส่วนเป็น “อภิมหาซูเปอร์สตาร์แห่งทศวรรษ 1970” โดยได้รับเชิญไปบรรยายตามมหาวิทยาลัยโด่งดังทั่วโลก ส่วนผลงานของเขานั้นได้รับการแปลเป็นภาษาสำคัญ ๆ ทั่วโลก (นพพร ประชากุล, 2544, น. 91)

ความยิ่งใหญ่ของเขาอยู่ที่การบุกเบิกวิชาการแนวใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดเรื่องมายาคติ อันหมายถึงเป็นความคิดแบบรวบยอด (Conceptualisation) ของคนในสังคมต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่ง เป็นความหมายที่เกิดขึ้นจากความเชื่อจนเป็นที่ยอมรับโดยส่วนใหญ่ในวัฒนธรรมของคนในสังคมนั้น ๆ ดังข้อความตอนหนึ่งในบทความเรื่อง “มายาคติวันนี้” ที่ว่า

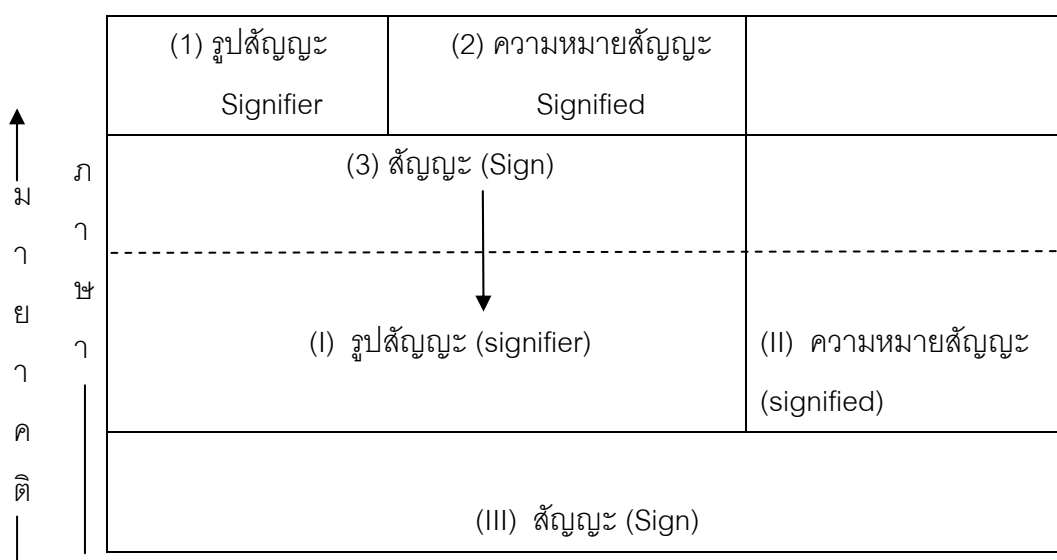
¹โรล็องด์ บาร์ตส์ เกิดเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน ปี ค.ศ. 1915 ที่เมืองแชร์บูร์ก (Cherbourg) (เขาตายด้วยอุบัติเหตุทางรถยนต์ เมื่อวันที่ 23 มีนาคม ปี ค.ศ. 1980) ในครอบครัวชนชั้นกลางระดับล่าง ฐานะไม่ดี บิดาเป็นนายทหารเรือ และเสียชีวิตในระหว่างสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง บาร์ตส์จึงเติบโตขึ้นในความดูแลของมารดาและตายายในเมืองบายอนน์ (Bayonne) ทางภาคตะวันตกเฉียงใต้ของฝรั่งเศส (อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ใน “โรล็องด์ บาร์ตส์ กับสัญศาสตร์วรรณกรรม” โดย นพพร ประชากุล)

²นพพร ประชากุล ให้ความหมายไว้ว่า สัญศาสตร์วรรณกรรม หมายถึง ศาสตร์ที่ศึกษาระบบการสื่อความหมายในงานวรรณกรรม

มายาคติเป็นระบบสื่อความหมายซึ่งมีลักษณะพิเศษตรงที่มันก่อตัวขึ้นบนกระแสดการสื่อความหมายที่มีอยู่ก่อนแล้ว จึงถือได้ว่า มายาคติเป็นระบบสัญลักษณ์ในระดับที่สอง สิ่งที่เป็นหน่วยสัญลักษณ์ (ผลลัพธ์จากการประกอบของรูปสัญลักษณ์กับความหมาย) ในระบบแรก กลายมาเป็นเพียงรูปสัญลักษณ์ในระบบที่สอง ขอย้ำในที่นี้ว่า วัสดุสำหรับสร้างวาทะแห่งมายาคติ เช่น ภาษา ภาพถ่าย ภาพวาด โปสเตอร์ พิธีกรรม วัตถุ ฯลฯ ไม่ว่าในเบื้องต้นนั้นจะมีความแตกต่างหลากหลายเพียงใดก็ตาม แต่ครั้นเมื่อถูกจับยึดโดยมายาคติแล้ว ก็จะถูกทอนให้เหลือเป็นเพียงรูปสัญลักษณ์เพื่อสื่อถึงสิ่งอื่นเสมอ (นพพร ประชากุล, 2544, น. 10-11)

ภาพที่ 2.6

แผนผังการทำงานของมายาคติ



ที่มา: Roland Barthes, 1972, อ้างถึงใน *สัญวิทยา, โครงสร้างนิยม, หลังโครงสร้างนิยม, กับ การศึกษารัฐศาสตร์* (น. 139), โดย ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2545, กรุงเทพฯ: วิชาษา.

จากแผนผังและอรรถาธิบายในเรื่องมายาคติข้างต้น สามารถขยายความแนวคิดของ บาร์ตส์ออกไปได้ว่า แท้จริงแล้วมายาคติเป็นระบบสื่อความหมายซึ่งมีลักษณะพิเศษตรงที่มันก่อตัวขึ้นบนกระแสดการสื่อความหมายที่มีอยู่ก่อนแล้ว จึงถือได้ว่ามายาคติเป็นระบบสัญลักษณ์ในระดับที่สองที่ไม่ได้กำเนิดจากอากาศธาตุ แต่เป็นผลผลิตทางสังคมและวัฒนธรรมของคนกลุ่มหนึ่ง ชนชั้นหนึ่ง หรือหลายกลุ่ม หลายชนชั้น มายาคติสัมพันธ์กับการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมอย่างแน่นแฟ้นใน

ฐานะเป็นบริบททางประวัติศาสตร์ที่กำหนดการดำรงอยู่ของมัน (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2545, น. 7)

คำขยายความข้างต้น เป็นสิ่งสะท้อนทัศนะของบาร์ตส์ในการมองเรื่องความหมายจากสัญญะได้ว่า บาร์ตส์ปฏิเสธแนวคิดในเรื่องของการเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (Naturalness/Essentialism) แต่เชื่อเรื่อง “การเสกสรรปั้นแต่งวัฒนธรรมให้ดูราวกับเป็นธรรมชาติ” (Naturalisation) คือ การที่มนุษย์เข้าไปสร้างวัฒนธรรมขึ้นมาแล้วทำให้มันดูเป็นราวกับธรรมชาติ (กาญจนา แก้วเทพ, 2543, น. 36)

ทั้งนี้การที่จะเสกสรรปั้นวัฒนธรรมให้ดูราวกับเป็นธรรมชาติได้นั้น จะต้องประกอบไปด้วยกระบวนการทำให้เกิดความหมายใน 2 ระดับ

- ระดับแรก คือ ความหมายแบบภววิสัย หรือความหมายโดยตรง (Denotation) คือ ความหมายที่เกิดจากความสัมพันธ์ของรูปสัญญะกับตัวอ้างอิง (ตามแนวคิดของโซซูร์) ที่ปราศจากอคติ ความหมายในระดับแรกนี้เป็นความที่ทุกคนสามารถเข้าใจได้ตรงกันโดยไม่ต้องตีความ เช่น การถ่ายภาพวิวทิวทัศน์ (น้ำตก, ทะเล, สัตว์ป่า) ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

- ระดับที่สอง คือ ความหมายแบบอัตวิสัยหรือความหมายโดยนัย (Connotation) คือ ความหมายที่มีการเข้าไปตีความด้วยอัตวิสัยของผู้ตีความ หรือความหมายที่มีความหมายมากกว่าตัวมันเอง ซึ่งความหมายในระดับนี้เป็นความหมายที่บาร์ตส์เชื่อว่า ไม่มีการใช้สัญญะครั้งใดที่จะมีความหมายชั้นแรกเพียงชั้นเดียว ตรงกันข้ามเมื่อใดก็ตามที่มีการใช้สัญญะ ย่อมเกิดกระบวนการสร้างความหมายในชั้นที่สองตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งความหมายในระดับที่สองที่ถูกตีความนั้นจะแปรเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรม สังคม พื้นฐานค่านิยม วัฒนธรรม ตลอดจน ตัวบุคคลที่แตกต่างกันออกไป เช่น ภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงที่ให้บริการทางเพศ ที่อยู่ใกล้สถานศึกษา และวัดวาอารามต่าง ๆ เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้จึงสรุปได้ว่า แนวคิดเรื่องมายาคติของบาร์ตส์ก็คือ แนวคิดที่ว่าด้วยการสรุปรวบยอดทางความคิดของคนในสังคมต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (เช่น ความสำเร็จคือสิ่งที่อยู่สูงสุดของมนุษย์, ตำรวจ คือ ผู้พิทักษ์สันติราษฎร์ แต่สิ่งที่สำคัญก็คือ ที่ใดมีมายาคติของสังคมอยู่ที่นั่นจะมีมายาคติที่ต่อต้านสังคมนั้น (Counter myth) อยู่เสมอ และที่สำคัญการสรุปรวบยอดทางความคิดของคนในสังคมต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งดังกล่าว จะเป็นตัวเปิดเผยให้เห็นอุดมการณ์ทางความคิดที่อยู่เบื้องหลังการประกอบสร้างความหมายที่แต่ละสังคมประกอบสร้างขึ้นมา (มายาคติของสังคม) และเนื่องจากแต่ละสังคมมีโครงสร้างทางความคิดเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันจึงส่งผลทำให้ความหมายของสัญญะหนึ่งไม่จำเป็นต้องมีความหมายเดียวที่แน่นอนตายตัว โดยไม่มีการ

เปลี่ยนแปลง ตรงกันข้ามความหมายของสัญญาณแต่ละตัวจะมีความหมายได้นั้นขึ้นอยู่กับกรอบ
สร้างความหมายในแต่ละช่วงเวลาและแต่ละระบบทางวัฒนธรรม

กล่าวโดยสรุป แนวคิดเรื่องมายาคติ/สัญวิทยาเชิงโครงสร้างของโรลองด์ บาร์ตส์ นั้น
มุ่งศึกษาองค์ประกอบต่าง ๆ ในตัวบท (text) เพื่อหาโครงสร้างหลักที่เป็นตัวกำหนดความสัมพันธ์
ขององค์ประกอบต่าง ๆ โดยตั้งอยู่บนฐานความคิดที่ว่า คนทุกคนตกอยู่ภายใต้โครงสร้างที่ถูกกำหนด
เอาไว้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ปัจเจกไม่มีอำนาจในการกำหนดความหมาย ซึ่งฐานความคิด
ดังกล่าวถือเป็นจุดอ่อนที่ละเลยอำนาจของปัจเจกที่สามารถเข้าไปต่อสู้อย่างตรงต่อกับโครงสร้างดังกล่าวได้
เช่นกัน เพราะฉะนั้นต่อมาจึงมีนักวิชาการบางคนได้เห็นถึงจุดอ่อนดังกล่าวเหล่านั้น จึงพยายามที่จะ
ขยายขยายแนวคิดในเรื่องดังกล่าวออกไปซึ่งเขาผู้นั้น ก็คือ มิเชล ฟูกูเกต์ (Michel Foucault) เจ้าของ
แนวคิดเรื่อง “วาทกรรม” (discourse) ผู้ที่ได้ชื่อว่าเข้าไปอุดช่องว่างวิธีคิดสัญวิทยาแบบโครงสร้าง
นิยม โดยสิ่งที่ฟูกูเกต์สนใจศึกษา คือ อำนาจเล็ก ๆ (micro power) ที่แผ่ซ่านอยู่ภายในโครงสร้าง
แทน จุดมุ่งเน้นของฟูกูเกต์จึงไม่ใช่เรื่องของภาษาอีกต่อไป หากแต่เป็นเรื่อง อำนาจ และ ความจริง/
ความรู้ โดยฟูกูเกต์สนใจว่า อะไรเป็นตัวกำหนดและควบคุมให้คนในแต่ละยุคแต่ละสมัยมีวิธีคิด พูด
และกระทำการต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ซึ่งในท้ายที่สุดแล้วฟูกูเกต์พบว่าการผลิตความหมายต่าง ๆ ให้กับ
สรรพสิ่งแล้วทำให้ความหมายเหล่านั้นกลายเป็นความรู้/ความจริงขึ้นมา คือ ตัวกำหนดภาคปฏิบัติการ
ต่าง ๆ ของสังคม ซึ่งอำนาจของภาษาในแนวทางนี้เรียกว่า “วาทกรรม” นั่นเอง ฟูกูเกต์จึงได้ชื่อว่าเป็น
ผู้ขยายแนวคิดในเรื่อง “ภาษา” ไปสู่ “วาทกรรม” ซึ่งจะได้กล่าวถึงในลำดับถัดไป

แนวคิดเรื่องอำนาจกับความจริง/ความรู้ ของ มิเชล ฟูกูเกต์ (Michel Foucault)

หนึ่งในนักทฤษฎีวิพากษ์รุ่นใหม่ (Neo-critical theory) แห่งศตวรรษที่ 20 ที่ไม่อาจ
มองข้ามแนวคิดของเขาไปได้ ก็คือ นักวิชาการชาวฝรั่งเศสที่ชื่อ มิเชล ฟูกูเกต์ (Michel Foucault
1922-1984) เจ้าของแนวคิดเรื่อง “อำนาจ” (power) อันเลื่องชื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แนวคิดในเรื่อง
“อำนาจ” (power) และ “ความรู้” (knowledge) กับ “การก่อรูปทางวาทกรรม” (Discursive formation)
หรือถ้าจะให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ก็คือ อำนาจกับความรู้ในการสร้างความจริงนั่นเอง

สำหรับแนวคิดของฟูกูเกต์ที่นำมาใช้เป็นกรอบในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แนวคิดใน
เรื่อง “อำนาจ” (power) และ “ความรู้” (knowledge) กับ “การก่อรูปทางวาทกรรม” (Discursive
formation) หรืออำนาจแห่งความจริง ที่สำแดงผ่านภาษา ซึ่งมีรายละเอียดโดยสังเขปดังนี้

นักทฤษฎีสายมาร์กซิสต์ดั้งเดิมวิเคราะห์เรื่อง “อำนาจ” ว่า อำนาจมักรวมศูนย์อยู่ที่ทุน
หรือกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งก็คือ “ทุน” คือ แหล่งที่มาของอำนาจ แต่แนวคิดเรื่อง “อำนาจ” ของ ฟูกูเกต์นั้น

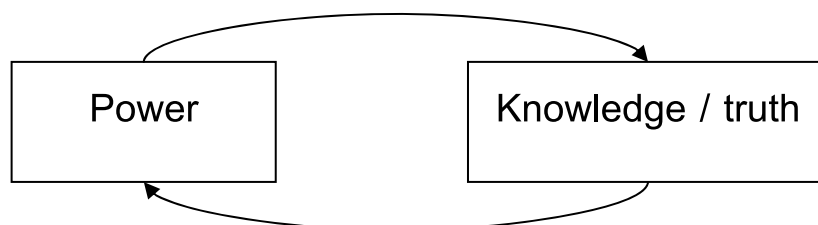
ถูกทำให้กระจายตัวไปตามที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโรงพยาบาลจิตเวช คลินิก โรงเรียน โรงภาพยนตร์ ที่ทำงาน ที่บ้าน ครอบครัว ร่างกาย เพศสภาพ เช่น ในเรื่องของ “ร่างกาย” และ “เพศสภาพ” ในสังคมปัจจุบันนับตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 16 เป็นต้นมา กล่าวได้ว่า ไม่เคยมียุคสมัยใดที่ร่างกายของมนุษย์ตกอยู่ภายใต้วาทกรรมว่าด้วยเพศสภาพ จากการถูกครอบงำโดยความรู้ที่เป็นวิทยาศาสตร์ว่าอะไรคือธรรมชาติทางเพศ และความประพฤติทางเพศที่เหมาะสม ซึ่งสำหรับฟูโกต์แล้วเรื่องเพศคือ “สิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อน กระทั่งเราพูดถึงมัน” ซึ่งหมายความว่ามนุษย์เป็นผู้ประกอบสร้าง (construct) เรื่องเพศขึ้นมา และถ้ากลุ่มคนที่มีอำนาจต้องการพูดถึงเรื่องเพศให้ออกมาเป็นอย่างไร เรื่องของเพศก็จะออกมาเป็นอย่างนั้น หากเป็นอย่างอื่นก็จะถือว่า “ผิด” (จันทิมา ปัทมธรรมกุล, 2549, น. 16) หรือแม้แต่ในแวดวงของการถ่ายภาพ และการท่องเที่ยว ถ้าเราไม่ใช่ผู้ใช้อำนาจ เช่น การจ้องมอง (gaze) ผู้อื่น (ผ่านกล้องถ่ายภาพ) ก็ถือเป็นรูปแบบการใช้อำนาจชนิดหนึ่ง¹ เราก็เป็นผู้ถูกใช้อำนาจ (เช่น การถูกจ้องมองจากผู้อื่นผ่านทางเทคโนโลยีกล้องถ่ายภาพ) ซึ่งรูปแบบของการใช้ “อำนาจ” ตามแนวคิดของฟูโกต์ดังกล่าว เป็นไปได้ทั้งในลักษณะที่เปิดเผย และซ่อนเร้นอย่างแนบเนียน (ในลักษณะที่ถูกฟอกขาว คือ กระบวนการทำให้กลายเป็นความจริง เป็นสัจจะ เป็นความรู้ จนดูราวกับไม่ได้ใช้ “อำนาจ”) ขึ้นอยู่กับว่าเราจะมองออกหรือไม่

ด้วยเหตุนี้จึงสรุปได้ในเบื้องต้นว่า “อำนาจ” เป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากชีวิตทางสังคม (social life) ของมนุษย์ได้ “เราทุกคนล้วนอยู่ในวังวนของอำนาจ” ไม่ทางใดก็ทางหนึ่งเสมอ (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551, น. 500-501) โดยเฉพาะอย่างยิ่งวังวนของ “อำนาจ” กับ “ความรู้/ความจริง” ซึ่งต่างเป็นสิ่งที่ส่งเสริมเติมเต็มให้กันและกัน กล่าวคือ สิ่งไหนเป็นความรู้/ความจริง จะมีอำนาจเป็นตัวช่วย (อำนาจ จะเป็นตัวบอกว่าสิ่งใดบ้างเป็นความรู้) ซึ่งในที่สุดแล้วเราก็จะคุ้นเคยกันในวลีที่ว่า “ความรู้/ความจริง คือ อำนาจ (รูปแบบหนึ่ง)” (Knowledge/truth is the power) ซึ่งใครก็ตามที่มีความรู้ หรือสถาปนาความจริงได้ คนผู้นั้นก็ถือได้ว่ามีอำนาจ (I got the power) (ความรู้และความจริงนำไปสู่การมีอำนาจ) (สมสุข หินวิมาน, 2543, น. 7)

¹อ่านเพิ่มเติมรายละเอียดได้ใน สมสุข หินวิมาน, (สิงหาคม 2543), การเห็น การมอง การจ้อง การชำเลื่อง และการสื่อสารแห่งมนุษย์, *นิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 5(1).

ภาพที่ 2.7

การเสริมเติมเต็มซึ่งกันและกันระหว่างอำนาจ (power)
กับ ความรู้/ความจริง (knowledge/truth)



ที่มา: จากการสรุปรวบยอดทางความคิดของผู้วิจัย จากแนวคิดของมิเชล ฟูโกต์

ด้วยเหตุนี้ดังที่ได้เกริ่นนำไว้ในเบื้องต้น จึงกล่าวได้ว่า อำนาจกับความรู้/ความจริงนั้น สามารถใช้ในการสร้างความจริงกับความรู้ให้เกิดขึ้นได้ เช่น ความรู้ของผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพ (ความรู้ทางด้านเทคนิคการถ่ายภาพ เช่น การตั้งค่ารูรับแสง, การตั้งความเร็วของชัตเตอร์, การเลือกใช้เลนส์, การจัดวางองค์ประกอบภาพ ฯลฯ ผสมเข้ากับความสามารถในการถ่ายทอดความหมายต่าง ๆ ลงในภาพถ่าย) ในการประกอบสร้างความหมายชุดต่าง ๆ ลงในภาพถ่าย ซึ่งความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นจากผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพนั้นอาจเป็นความหมายที่เกิดจากเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริง หรือเป็นความลงที่ช่างภาพประกอบสร้างขึ้นเองจากความรู้ที่ช่างภาพมีก็ได้ ตัวอย่างที่ยกขึ้นมาจึงเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นได้เป็นอย่างดีว่า แนวความคิดของฟูโกต์ในเรื่อง อำนาจ กับความรู้ นั้น แท้จริงแล้ว “ความรู้/ความหมาย ก็คือ สิ่งที่ (ความจริง) ผู้มีอำนาจต้องการให้รู้” นั่นเอง

ฉะนั้น จึงไม่ใช่เรื่องน่าแปลกแต่อย่างใดกับคำกล่าวของฟูโกต์ที่ว่า คนทุกคนล้วนตกอยู่ภายใต้วาทกรรม สุดแต่แต่ว่าจะตกอยู่ภายใต้วาทกรรมชุดใดบ้าง มนุษย์พูด คิด และกระทำการต่าง ๆ ภายใต้วาทกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเสมอ ซึ่งความรู้/ความจริง ที่วาทกรรมสร้างขึ้นนั้นจะกลายมาเป็นตัวกำหนดกรอบการกระทำ และตำแหน่งแห่งที่ให้กับผู้คนในสังคม (subject positions) ซึ่งจะกำหนดกรอบการปฏิบัติต่อตัวเองและผู้อื่น เช่น อะไรให้ทำได้/ไม่ได้ พูดได้/พูดไม่ได้ ใครบ้างที่พูดได้/ใครบ้างที่พูดไม่ได้ เป็นต้น

มองในแง่นี้ วาทกรรมจึงเปรียบได้กับระบบภาพตัวแทนที่คอยกำหนดความสัมพันธ์ภายในสังคม โดยที่แต่ละสังคมจะมีวาทกรรมหรือภาพตัวแทนหลายชุด แต่ละชุดจะมีการต่อสู้ต่อรองกัน ส่งผลทำให้ความหมาย ความรู้ ความจริง ไม่หยุดนิ่ง ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์เชิงอำนาจในแต่ละช่วง อย่างไรก็ตามฟูโกต์ยังเสริมอีกว่า อำนาจไม่ได้มีลักษณะรวมศูนย์ เพราะที่ใดมีอำนาจ

ที่นั่นย่อมมีการต่อต้าน และถึงแม้ในทุก ๆ ที่ที่มีอำนาจ (อันหมายถึงการตกอยู่ภายใต้อำนาจของ วาทกรรม/subject of discourse) บ้างเจกในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของวาทกรรม (subject in discourse) ก็มีอำนาจที่จะต่อต้าน ต่อรองอำนาจภายใต้โครงสร้างนั้นได้

ฉะนั้น แนวคิดของฟูโกต์ในเรื่อง อำนาจการสร้างความจริงกับความรู้ดังกล่าวข้างต้น จึงเป็นการเผยให้เห็นถึงอำนาจที่อยู่รอบด้าน ทุกทิศทุกทาง ไม่จำกัดอยู่แค่อำนาจตามแบบวาทกรรม หลักที่ให้ความสนใจแต่อำนาจรัฐ อำนาจกษัตริย์หรือผู้นำประเทศเท่านั้น และเมื่อพิจารณาจาก แนวคิดของฟูโกต์ในเรื่องของอำนาจตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้วก็จะพบว่า ในด้านหนึ่งแนวคิดในเรื่องอำนาจของฟูโกต์นั้นมีส่วนที่คล้ายคลึงกับวิธีคิดของนักวัฒนธรรมศึกษาที่มีต่อภาพตัวแทน ที่มองว่าความหมายไม่ได้เป็นสิ่งที่ถูกยึดติดแน่นอยู่กับที่ แต่ความหมายเป็นสิ่งที่แปรเปลี่ยนได้ ตามเจตจำนงของผู้ส่งสารต้องการ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวที่ว่าจะได้กล่าวถึงในเรื่อง “ภาพตัวแทน” ในมุมมองของฮอลล์ในลำดับถัดไป

แนวคิดเรื่องภาพตัวแทน (representation) ของ สจวร์ต ฮอลล์

ภาพตัวแทนในนิยามความหมายของ สจวร์ต ฮอลล์ (Hall, 1997, อ้างถึงใน เจริญวิทย์ จิตติวรารักษ์, 2544, น. 28) นั้น หมายถึง ผลผลิตแห่งความหมายของภาพในใจคนเรา โดยมีภาษา เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่าง ๆ (Things) แนวคิด (Concepts) และระบบสัญลักษณ์ (Signs) ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวถือเป็นหัวใจหลักของการให้ความหมายแก่สิ่งต่าง ๆ ในโลกความจริง ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของ ผู้คน เหตุการณ์ หรือความคิดที่เป็นนามธรรม และกระบวนการที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของทั้ง 3 สิ่งเข้าด้วยกัน เรียกว่า ภาพตัวแทน (Representation) ซึ่งเมื่อนำนิยามของภาพตัวแทนมาปรับใช้ทางด้านการสื่อความหมายทางการสื่อสาร ก็จะพบแนวทางหรือจุดยืนในการมองในเรื่องของความหมายดังกล่าว ใน 3 ลักษณะ คือ (Hall, 1997, pp. 24-26)

1. แนวทางวิเคราะห์แบบภาพสะท้อน (Reflective approach) (แนวสะท้อนความจริง) วางอยู่บนสมมติฐานว่า ภาพตัวแทนเป็นเสมือนกระจก (mirror) ที่สะท้อนความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่ดำรงอยู่ในโลกแห่งความจริง ซึ่งความหมายที่แท้จริงนั้น ดำรงอยู่ก่อนแล้วบนโลก

2. แนวทางวิเคราะห์เจตจำนงของผู้ส่งสาร (Intentionalist approach) เป็นแนวทางที่มองตรงกันข้ามกับแนวทางแรก คือ มองว่าผู้พูดหรือผู้เขียนเป็นผู้สร้างความหมายขึ้นมาจากข้อเท็จจริงที่มีอยู่ ภาษาจึงเป็นสิ่งที่บอกเจตจำนงของผู้สร้าง (ความจริงมีอยู่ แต่มองจากจุดยืนของผู้พูด ผู้เขียน หรือผู้ส่งสาร)

3. แนวทางวิเคราะห์แบบการประกอบสร้างผ่านภาษา (Constructionist approach) วางอยู่บนสมมติฐานที่ว่า ภาพตัวแทนเป็นเพียงประดิษฐกรรมที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อกำหนดความหมายให้กับสิ่งต่าง ๆ เพราะการรับรู้โลกของมนุษย์ไม่ได้รับรู้โดยตรงไปตรงมา หากแต่มนุษย์เป็นผู้สร้างความหมายผ่านระบบทางวัฒนธรรมหรือระบบของภาษาอันนำไปสู่การกำหนดเงื่อนไขความเข้าใจในโลกแห่งความจริง แนวทางการศึกษานี้ให้ความสำคัญและเน้นย้ำถึงกระบวนการสร้างความจริงเพื่อต่อยอดความเชื่อมโยงระหว่าง “อำนาจ” กับ “ความหมาย” และต้องการชี้ให้เห็นว่า อำนาจ คือเงื่อนไขที่กำหนดความหมาย อำนาจจึงเป็นเงื่อนไขที่สำคัญในการเข้าใจความจริง

แต่อย่างไรก็ตาม แนวทางหรือจุดยืนในการมองเรื่องความหมายผ่านภาพตัวแทนที่ตรงกับนิยามความหมายเรื่อง “ภาพตัวแทน” ที่ฮอลล์ให้ไว้มากที่สุดคือ แนวทางวิเคราะห์แบบการประกอบสร้างผ่านภาษา (Constructionist approach) กล่าวคือ ฮอลล์ปฏิเสธวิธีคิดของนักภาษาศาสตร์ยุคก่อนที่เชื่อว่า ความหมาย (meaning) หรือ ความเป็นจริง (reality) มีอยู่ โดยเขากล่าวว่า แท้จริงแล้วไม่เคยมีสิ่งที่เราเรียกว่า ความเป็นจริง เกิดขึ้น จนกว่าจะมีผู้ที่ประกอบสร้าง (construct) ความเป็นจริงนั้นขึ้นมา (ด้วยเหตุนี้การศึกษาเรื่องภาพตัวแทนตามจุดยืนของวัฒนธรรมศึกษา จึงให้ความสนใจศึกษาทั้งระดับของการเข้ารหัสและการถอดรหัส (Encoding/Decoding) และการสื่อสาร ก็คือ กระบวนการที่มนุษย์แต่ละคนใช้เพื่อประกอบสร้างความเป็นจริง (ที่ไม่จำเป็นต้องเป็นความจริงในชุดเดียวกัน) ซึ่งก็คือกระบวนการเข้ารหัสสาร เพื่อสร้างความหมายชุดต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารนั่นเอง (สมสุข หินวิมาน, 2548, น. 400)

ด้วยเหตุนี้ รหัส (code) จึงเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญและไม่อาจละเลยไปได้ในการวิจัยครั้งนี้ ทั้งนี้เพราะ รหัส นอกจากจะเป็นกรอบแห่งความแน่นอนในการจัดวางโครงสร้างทางสังคมของความหมาย (Frame of certainty) แล้ว (Bernstein, 1973, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2542, น. 93) รหัสยังเป็นแบบแผนขั้นสูงที่ซับซ้อนของความสัมพันธ์ระหว่างสัญญาณต่าง ๆ (Highly complex pattern of association of signs) ที่ทำหน้าที่เป็นโครงสร้างในหัวสมองของเรา และจะทำงานในการรับรู้และตีความเมื่อเราเปิดรับสัญญาณต่าง ๆ (Berger, 1982, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2542, น. 93)

ดังนั้นการวิเคราะห์รหัสจะทำให้เกิดความเข้าใจในเจตจำนงของผู้ส่งสารหรือผู้ถ่ายภาพในแต่ละแวดวงหรือกลุ่มทางวัฒนธรรมได้ว่า รหัส (code) ชุดใด ที่ถูกใช้/สำแดง (exercise) ลงในการประกอบสร้างความหมายลงในภาพถ่ายท้องที่เฉพาะแต่ละครั้ง และในขณะเดียวกันก็จะทำให้เข้าใจรูปแบบการต่อรองเชิงอำนาจของผู้รับสารในฐานะของผู้ถอดรหัสสารด้วยว่า ผู้รับสารที่อยู่ต่างกลุ่มทางสังคม (field) มีแนวโน้มที่จะ “อ่าน” (ถอดรหัส) ความหมายที่บรรจุอยู่ในภาพถ่ายท้องที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งหากผู้รับสารส่วนใหญ่ตีความหรือถอดรหัสความหมาย

ตามที่คุณส่งสารส่งมา ก็แสดงว่าความหมายที่คุณส่งสารส่งมานั้นมีอำนาจในการครอบงำความคิดของผู้คนในสังคม และในทางตรงกันข้ามหากผู้รับสารส่วนใหญ่ตีความหรือถอดรหัสความหมายไม่เป็นไปตามความหมายที่คุณส่งสารส่งมา ก็แสดงว่าคุณรับสารมีการต่อรองความหมาย/ต่อรองเชิงอำนาจของคุณส่งสาร ซึ่งรูปแบบของการแสดงออกดังกล่าวนั้น แท้จริงก็คือ รูปแบบของการเมืองเชิงวัฒนธรรมที่สามารถเกิดขึ้น และดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันของเราทุกคนอยู่ตลอดเวลาอันเอง

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยชิ้นนี้ ได้นำเอาแนวคิดต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น แนวคิดเรื่อง “ฮาบิทัส”, “การปฏิบัติ/วัตรปฏิบัติ”, “ทุนทางวัฒนธรรม”, “เวดดวง”, “รสนิยม” ของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) แนวคิดเรื่อง “ภาพตัวแทน” ของสำนักวัฒนธรรมศึกษา แนวคิดเรื่องอำนาจกับความจริง แนวคิดเกี่ยวกับการเข้ารหัสสาร/ถอดรหัสสาร ตลอดจนแนวคิดในเรื่องเกี่ยวกับการถ่ายภาพและภาพถ่ายท่องเที่ยว มาเชื่อมต่อย่อยเรียงเพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการหาคำอธิบายตลอดจนตอบข้อสงสัยตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่ได้ตั้งไว้ โดยมองกระบวนการถ่ายภาพท่องเที่ยวว่า แท้จริงแล้ว การถ่ายภาพท่องเที่ยว ก็คือ อำนาจของผู้รู้/ผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพ ในการประกอบสร้างความหมายชุดต่าง ๆ จากสิ่งต่าง ๆ ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมภายใต้บริบทของการท่องเที่ยว ผ่านสื่อภาพถ่ายในฐานะที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่าง ๆ (Things) แนวคิด (Concepts) และระบบสัญลักษณ์ต่าง ๆ ของผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพ โดยความหมายที่ถูกประกอบสร้าง (constructed) ขึ้นมานั้นอาจเป็นชุดของความหมายที่เหมือนหรือแตกต่าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ลงรหัสสารหรือผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพว่า เขาเหล่านั้นมีต้นทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) อันเป็นผลมาจากวัตรปฏิบัติ (Practice) ในชีวิตประจำวันของเขาเหล่านั้นอย่างไร

แนวคิดเกี่ยวกับการถ่ายภาพ

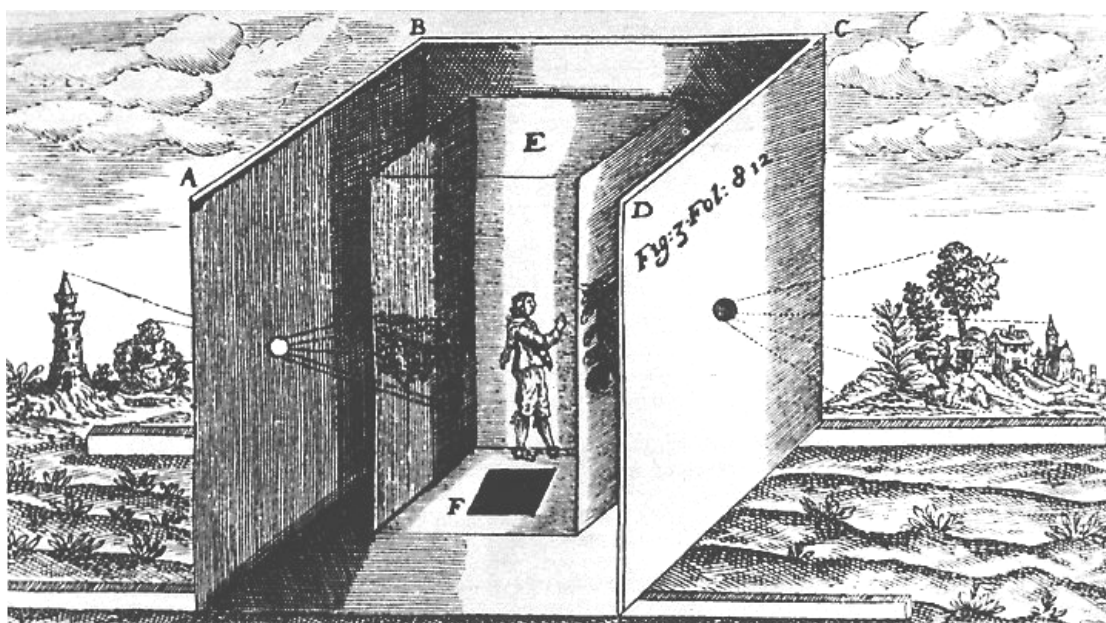
วิวัฒนาการการถ่ายภาพโดยสังเขป

ในโลกปัจจุบัน คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า ภาพถ่ายเป็นการสื่อสารที่มีความสำคัญที่สุดของโลกยุคหลังสมัยใหม่ (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2549, น. คำนำ) เหมือนอย่างเช่นในอดีต (ในยุคหินเก่า 10,000 ปีก่อนคริสตศักราช) ที่ภาพถ่ายได้เคยทำหน้าที่บันทึกความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดตลอดจนความเป็นอยู่ของผู้คนในทุกยุคทุกสมัย ๆ มาแล้ว ดังคำกล่าวที่ว่า “ภาพหนึ่งภาพ แทนคำพูดนับพันคำ” หรือสุภาษิตไทยที่ว่า “สิบปากว่าไม่เท่าตาเห็น” ล้วนแต่เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารด้วยภาพถ่ายได้เป็นอย่างดี

จากหลักฐานบันทึกทางประวัติศาสตร์ (วารินทร์ รัชมีพรหม, 2529, น. 3) ไม่มีใครทราบแน่ชัดว่าผู้ใดเป็นผู้คิดค้นเครื่องมือในการบันทึกภาพด้วยแสงเป็นคนแรกและเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อใด จึงมีแต่เพียงเรื่องเล่าต่าง ๆ นานา เช่น ในศตวรรษที่ 10 ได้มีชาวอาหรับผู้หนึ่ง ชื่อ อัลฮาเซน (Alhazen) แห่งเมือง บัสซารา (Basra) ได้ตื่นขึ้นมาในเช้าวันหนึ่งในเต็นท์ของเขา ซึ่งมีรูเล็ก ๆ บนผนังเต็นท์ และปรากฏมีภาพกลุ่มของบุคคลบนผนังอีกด้านหนึ่งของเต็นท์ที่ลำแสงส่องลอดรูเล็ก ๆ นั้นไปตกอยู่ ต่อมาเขาได้ใช้รูเล็ก ๆ ที่เต็นท์ของเขาไว้สังเกตการณ์สุริยุปราคาด้วย (รูเล็กบนผนังเต็นท์จึงทำหน้าที่เปรียบเสมือนเลนส์อย่างหยาบ)

อริสโตเติล (Aristotle) ก็ได้กล่าวถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไว้ด้วยเช่นกัน และได้เรียกภาพที่เกิดขึ้นจากรูเล็ก ๆ นี้ว่า ภาพจากรูเข็ม (Pinhole Image) ต่อมาได้มีผู้สร้างกล้องถ่ายภาพแบบง่าย ที่เรียกว่า กล้องรูเข็ม (Pinhole Camera) ขึ้น ซึ่งลักษณะการเกิดภาพจากรูเข็มนั้น เป็นเรื่อง que ทุกคนเข้าใจได้ไม่ยาก เนื่องจากวัตถุทุกอย่างที่เรามองเห็นได้นั้น จะสะท้อนแสงหรือเปล่งแสงออกมาในทุกทิศทาง โดยลำแสงนั้นจะเดินทางเป็นเส้นตรง ถ้ามีกล่องสี่เหลี่ยมที่มีรูเล็ก ๆ หนึ่งไปทางวัตถุที่มีแสงสะท้อนออกมา ลำแสงจากทุกจุดของวัตถุนั้น จะเดินทางเป็นเส้นตรงผ่านรูเล็กที่กล่องนั้นไปฉายตกลงบนผนังด้านในของกล่องที่อยู่ตรงข้ามกับรูเล็กที่ให้แสงผ่าน ซึ่งจุดเล็ก ๆ ของแสงที่เดินทางมาจะประกอบกันเป็นภาพขึ้น เราเรียกภาพนี้ว่าภาพจากรูเข็ม ภาพจากรูเข็มนี้นี้จะไม่คมชัด เนื่องจากไม่อยู่ในระยะชัด (Focus) และจะมีลักษณะหัวกลับและกลับซ้ายขวา และด้วยเหตุนี้เองกล้องรูเข็มดังกล่าว จึงได้ชื่อว่าเป็นกล้องถ่ายภาพตัวแรกของโลก (Hirsch, 2000, p. 4) .

ภาพที่ 2.8
กล้องรูเข็มในสมัยแรก



Camera obscura. Athanasius Kircher, *Ars magna*, 2nd ed., 1671

ที่มา: *Camera obscura*, สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2550, จาก [http:// www.neatorama.com/ images/2006-08/kircher-camera-obscura.gif](http://www.neatorama.com/images/2006-08/kircher-camera-obscura.gif)

ต่อมาในปี ค.ศ. 1568 ดาเนียโล บาร์บาโร (Danielo Barbaro) แห่งเมืองปาตัว (Padua) ชาวอิตาลี ได้แนะนำการใช้เลนส์ในที่รูรับแสง เพื่อให้ได้ภาพที่ชัดเจนขึ้น หลังจากนั้นก็มีผู้ประดิษฐ์ กล้องรูเข็ม ให้มีสภาพใช้งานในการถ่ายภาพได้ดีขึ้น แต่ส่วนใหญ่ยังใช้เพื่อการลอกภาพเท่านั้น

จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1837 ซึ่งถือได้ว่าเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของการเปลี่ยนผ่านจาก เทคโนโลยีการวาดภาพไปสู่เทคโนโลยีของการถ่ายภาพอย่างแท้จริง (Schirato & Jen, 2004, p. 54) โดยชาวฝรั่งเศสชื่อ หลุยส์ ดาแกร์ (Louis Jacques Mande' Daguerre) (รังสรรค์ ศิริชู, 2530, น. 8) ประสบความสำเร็จในการถ่ายภาพ ด้วยแผ่นทองแดงเคลือบสารไวแสง สามารถรับแสงเร็วขึ้น และ ทำให้ภาพคงสภาพได้ถาวร โดยเรียกกระบวนการที่ค้นพบว่า Daguerre'otype และในปี 1840 ชาวอังกฤษชื่อ ฟ็อกซ์ ทอล บอท (William Henry Fox Talbot) ก็ค้นพบการสร้างภาพได้เร็วขึ้น ทั้งเนกาทีฟและโพสิทีฟ เรียกว่ากระบวนการ Colotype สามารถผลิตภาพเดียวกันได้หลายภาพ จากเนกาทีฟต้นฉบับเดียว ซึ่งเป็นพื้นฐานการถ่ายภาพในสมัยปัจจุบัน ส่วนกระบวนการ Daguerre' otype กลับเป็นที่รู้จักกันทั่วไปมากกว่าและมีการเปิดห้องถ่ายภาพ บริการรับถ่ายภาพ

ให้กับครอบครัวทั่วไปในยุคนั้นเป็นครั้งแรกด้วย โดยผู้เป็นแบบต้องนั่งนิ่ง ๆ พิงเสา ให้ศีรษะอยู่ใน
ง่ามยึดนิ่งนานหลายนาที (Clarke, 1997, p. 15)

ภาพที่ 2.9

หลุยส์ ดาแกร์ และ ฟ็อกซ์ ทอล บอท

หลุยส์ ดาแกร์



ฟ็อกซ์ ทอล บอท



ที่มา: (ซ้าย) *Louis Jacques Mande DAGUERRE*, สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2551, จาก
http://www.acmi.net.au/AIC/daguerre_jbsabatier_1844_s.jpg

(ขวา) *William Henry Fox Talbot*, สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2551, จาก
<http://www.nndb.com/people/397/000098103/talbot-1-sized.jpg>

ในปี ค.ศ. 1851 มีการเริ่มต้นยุคใหม่ของการถ่ายภาพขึ้นอีก โดยปฏิมากรชาวอังกฤษ
ชื่อ เฟรเดอริก อาร์เชอร์ (Frederick Scott Archer) ได้ค้นพบกระบวนการถ่ายภาพด้วยเพลทเปียก
เรียกว่า Collodion Process ซึ่งใช้เวลารับแสงเร็วกว่าวิธีการก่อน ๆ มาก โดยใช้กระจกเคลือบน้ำยา
ผสมสารไวแสง แล้วถ่ายภาพในขณะที่กระจกยังเปียกชื้นอยู่ทันที จากนั้นก็ล้างน้ำยาสร้างภาพ
และน้ำยาคงสภาพทันทีด้วย ได้เป็นเนกาตีฟที่มีคุณภาพดีมากอัดเป็นภาพโพสิทีฟได้มากเท่าที่
ต้องการ แต่ขั้นตอนการถ่ายภาพค่อนข้างยุ่งยาก โดยต้องเตรียมเพลทที่ละลายภาพทุกครั้ง และต้อง
ล้างเพลททันทีที่ถ่ายภาพแล้ว ทำให้ช่างภาพที่ต้องออกไปถ่ายนอกสถานที่ ต้องขนสัมภาระติดตัว

ไปมาก ทั้งเต็นท์ใหญ่ใช้เป็นห้องมืด และน้ำยาสารพัดอย่าง กระบวนการนี้นิยมใช้ถ่ายภาพกันทั่วไปนานกว่า 30 ปี และยังคงใช้ในการถ่ายทำบล็อกแม่พิมพ์อยู่ด้วย

ขั้นตอนยุ่งยากสำหรับช่างภาพเริ่มหมดไป เมื่อมีการคิดทำเพลทแห้งขึ้นในปี ค.ศ. 1871 โดยด็อกเตอร์ริชาร์ด แมดดอกซ์ (Dr. Richard Leach Maddox) แต่ยังไม่เป็นที่นิยมใช้ เพราะรับแสงช้ากว่าเพลทเปียก Collodion มาก จนปรับปรุงให้รับแสงได้ไวขึ้น

ในปี ค.ศ. 1878 มีบริษัทในประเทศอังกฤษถึง 4 แห่ง ผลิตเพลทแห้งเคลือบเยลาติน ออกจำหน่ายเป็นจำนวนมาก สามารถเก็บได้นานและรับแสงได้เร็วในเวลาไม่ถึงวินาที จากนั้นก็มีโรงงานอีกหลายแห่งในหลายประเทศ ผลิตและพัฒนาจนกลายมาเป็นฟิล์ม¹ ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน

จากประวัติการคิดค้นและพัฒนาในเรื่องของภาพถ่ายและการถ่ายภาพโดยสังเขปข้างต้นนี้ ทำให้ได้ข้อสรุปที่น่าสนใจ 2 ประการ คือ ประการแรก จากประวัติและความเป็นมาของภาพถ่ายและการถ่ายภาพทำให้พอที่จะอนุมานได้ว่า กลุ่มบุคคลที่เข้ามายึดกุมพื้นที่ในเรื่องของภาพถ่ายและการถ่ายภาพนั้น เริ่มต้นจากกลุ่มของคนชั้นกลาง ที่มีทุนความรู้ (ความรู้ทางด้านศิลปะ ความรู้ทางด้านเคมี) มีการศึกษา (well educated) และมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ค่อนข้างดีก่อน จากนั้นเรื่องของการถ่ายภาพและภาพถ่ายจึงค่อยแพร่หลายสู่ชนชั้นล่างและคนทั่วไปในที่สุด

ส่วนข้อสรุปประการที่สอง เกิดจากช่วงรอยเปลี่ยนผ่านจากศิลปะการวาดภาพไปสู่การเทคโนโลยีการถ่ายภาพ ที่ทำให้สรุปได้ว่า แม้จุดกำเนิดของภาพถ่ายและการถ่ายภาพจะมีที่มาจากกรวาดซึ่งเป็นเรื่องในทางศิลปะ (art) ล้วน ๆ แต่เรื่องของภาพถ่ายและการถ่ายภาพนั้น หาเป็นเช่นนั้นไม่ เพราะจากวิวัฒนาการของการประดิษฐ์คิดค้นด้านอุปกรณ์ถ่ายภาพ การคิดค้นสูตรน้ำยาเคมีที่ใช้ในการสร้างภาพ ฯลฯ ทำให้เรื่องภาพถ่ายและการถ่ายภาพเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวพันกับเรื่องของเทคโนโลยี (technical knowledge) อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งหากจะมองภาพถ่ายและการถ่ายภาพว่าเทคโนโลยีทางการสื่อสารชนิดหนึ่งก็คงจะไม่คลาดเคลื่อนไปจากข้อเท็จจริงนัก เหตุผลที่กล่าวเช่นนั้น เพราะคุณสมบัติข้อหนึ่งของเทคโนโลยี ก็คือ มันจะต้องมีการพัฒนา ปรับปรุง ตัวของมันเองให้ก้าวล้ำนำสมัยอยู่ตลอดเวลา ภาพถ่ายและการถ่ายภาพก็เช่นเดียวกัน

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเข้ามาของระบบการถ่ายภาพแบบดิจิทัลที่ใช้ตัวเลข 0 กับ 1 เป็นรหัสในการทำงาน ทำให้การถ่ายภาพไม่เป็นเรื่องที่ยุ่งยาก ซับซ้อนอีกต่อไป เช่น กดชัตเตอร์แล้วดูภาพที่ถ่ายได้ทันที หากไม่พอใจภาพที่ถ่ายก็สามารถลบทิ้งได้ ช่วยลดขั้นตอนการผลิตภาพ

¹ฟิล์มเป็นอุปกรณ์สำคัญใช้บันทึกภาพเหตุการณ์ต่าง ๆ ฟิล์มมีโครงสร้างพื้นฐานประกอบด้วยแผ่นพื้นรองรับที่ทำด้วยวัสดุโปร่งใสเซลลิวโลส แอซิเทท และโพลีเอสเตอร์ ฉาบเคลือบสารไวแสงไว้ด้วยชั้นเยลาตินผสมผลึกไวแสงเกล็ดเล็ก ๆ

(การล้างฟิล์ม การขยายภาพ การสแกนภาพ) ไม่ต้องใช้ฟิล์มทำให้ประหยัดในส่วนของคุณค่าฟิล์ม อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้คนทุกเพศทุกวัยได้ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร (ถ่ายภาพได้ด้วยกล้องดิจิทัล ในฐานะผู้เข้ารหัสสาร) ในกระบวนการสื่อสารได้อีกด้วย การเข้ามาของระบบดิจิทัลดังกล่าวถือได้ว่าส่งผลต่อวงการภาพถ่ายและการถ่ายภาพเป็นอย่างมาก (ต่อสิต กลีบบัว, 2547, น. 63)

ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการถ่ายภาพที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่องเป็นรูปธรรมนี้เอง ส่งผลให้ความสนใจของผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมพุ่งความสนใจไปที่กระบวนการผลิตภาพถ่าย² (focus on production) (เช่น จะตั้งค่ารูรับแสงเท่าใด จึงจะได้ภาพที่ไม่มีมืดหรือสว่างจนเกินไป จะต้องเลือกใช้ทางยาวโฟกัสของเลนส์เท่าใด สำหรับถ่ายภาพบุคคล ฯลฯ) มากกว่าที่จะให้ความสนใจในเรื่องของคุณสมบัติ/เอกลักษณ์ของสื่อภาพถ่าย ตลอดจนการลงรหัสความหมาย (code) ชุดต่าง ๆ ซึ่งมีความสำคัญไม่แพ้กัน

แนวคิดเรื่องการถ่ายภาพท่องเที่ยว

เมื่อการถ่ายภาพได้กลายมาเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของชนชั้นกลางที่เกิดควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว ก็ยิ่งทำให้เห็นว่า คุณูปการของการถ่ายภาพและภาพถ่ายที่มีต่อการท่องเที่ยวนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายประการ เช่น การถ่ายภาพและภาพถ่ายท่องเที่ยวเป็นสื่อที่ทำหน้าที่เปิดประตูไปสู่โลกกว้าง ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยพบเห็น หรือไปมาก่อน เปรียบเสมือนการเดินทางล่วงหน้าทางจินตนาการ เพื่อปลดปล่อยมนุษย์ออกจากชีวิตที่หมกมุ่นอยู่กับงานชั่วขณะไปสู่สถานที่ท่องเที่ยว

¹ กล้องดิจิทัล เป็นการถ่ายภาพระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีส่วนประกอบหลัก ๆ เช่นเดียวกับกล้องธรรมดา คือ มีตัวกล้อง (Body) เลนส์ (Lens) รูรับแสง (Aperture) ชัตเตอร์ (Shutter) ช่องมองภาพ (Viewfinder) ที่ปรับระยะชัด (Focusing Ring) บันทึกภาพลงบนฟิล์มดิจิทัลแทนการบันทึกลงบนฟิล์มแบบเดิม โดยระบบการทำงานของกล้องก็ยังคงเหมือนกล้องธรรมดา คือ ใช้เลนส์รับภาพที่เกิดจากการสะท้อนแสงของวัตถุ เพื่อบันทึกลงบนหน่วยบันทึกในฟิล์มดิจิทัล การถ่ายภาพแบบดิจิทัล เริ่มต้นอย่างเห็นได้ชัดในปี พ.ศ. 2535 ภาพในระบบดิจิทัล สามารถแก้ไข ตัดต่อภาพได้โดยอาศัยคอมพิวเตอร์ ทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ปัจจุบันมีกล้องถ่ายภาพดิจิทัลมากมายหลายยี่ห้อทั้งในตลาดของผู้ใช้ทั่วไป (Home Use) และตลาดของมืออาชีพ (Professional) เช่น KODAK FUJI NIKON CANON ฯลฯ

² ดังจะเห็นได้จากการที่สถาบันอุดมศึกษาที่มีการเรียนการสอนวิชาการถ่ายภาพแทบทุกสถาบัน ให้ความสำคัญกับความรู้เชิงเทคนิคในการถ่ายภาพ (learning how to take pictures)

ต่าง ๆ ที่ปรากฏในภาพถ่าย โดยที่นักท่องเที่ยวอาจไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว
นั้น ๆ หรือหากเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แล้ว พบกับความผิดหวังอันเนื่องมาจากของจริง
(สถานที่ท่องเที่ยวที่เดินทางไป) ไม่เหมือนกับภาพถ่าย (ที่ปรากฏอยู่ตามสื่อต่าง ๆ ด้วยฝีมือของ
ช่างภาพมืออาชีพที่มีความงดงามเกินจริง) ภาพถ่ายก็ยังสามารถทำหน้าที่ปลอบใจ พร้อมให้
ความหวังแก่นักท่องเที่ยวว่า สักวันหนึ่งเมื่อมีโอกาสได้ย้อนกลับไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้นอีกครั้ง
คงจะสมหวังตามที่ภาพถ่ายบันทึกไว้ เรียกได้ว่า ภาพถ่ายเข้ามามีบทบาทในการกำหนดความ
เป็นไปในชีวิตของผู้คน (photography has become a way of structuring our lives) ในสังคม
เพราะอย่างน้อยภาพถ่ายท่องเที่ยวก็มีส่วนกระตุ้นให้ผู้คนรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญของ
แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยที่นักท่องเที่ยวอาจหลงลืม หรือไม่เคยเห็นคุณค่าของสถานที่เหล่านั้น
เพราะเป็นสิ่งที่คุ้นเคยอยู่ในชีวิตประจำวัน (Sontag, 1977, p. 89, quoted in Schroeder, 2002,
p. 67)

นอกจากนี้การถ่ายภาพและภาพถ่ายท่องเที่ยวยังทำหน้าที่เป็นเหมือนสมุดบันทึก
ทางอารมณ์ ความรู้สึกต่าง ๆ ของผู้ที่ได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังที่ต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าว
ของ Coleman ที่พูดถึงการทำหน้าที่ของภาพถ่ายว่า แท้จริงแล้วบทบาทหน้าที่ของภาพถ่ายก็คือ
การทำให้ทุกสิ่งทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นรูปธรรม (ทัศนียภาพ วิถีชีวิต ทัศน โบราณสถาน โบราณวัตถุ)
หรือนามธรรม (อารมณ์ ความรู้สึก ความประทับใจ ความสนุกสนาน ฯลฯ) ได้ปรากฏขึ้นแก่สายตา
(the real work of photography is “making things look, deciding how a thing should appear in
an image”) (Coleman, 1998, p. 57, quoted in Schroeder, 2002, p. 70) ภาพถ่ายจึงเปรียบเสมือน
สมุดบันทึกแห่งชีวิตของผู้คน (ภาพเด็กทารกแรกเกิด ภาพถ่ายครอบครัว ภาพเลี้ยงฉลองวันเกิด
ภาพรับปริญญา ภาพงานแต่งงาน ภาพงานศพ ฯลฯ) ที่สามารถย้อนกลับมาชื่นชม และสัมผัสกับ
เหตุการณ์แห่งชีวิตที่ถูกบันทึกไว้ได้ตลอดเวลา ซึ่งรูปแบบการทำหน้าที่ของภาพถ่ายดังกล่าวใน
ด้านหนึ่งมีความคล้ายคลึงกับการทำหน้าที่เป็นบันทึกทางประวัติศาสตร์ แต่ในส่วนที่ต่างนั้น
การถ่ายภาพกับการบันทึกประวัติศาสตร์ต่างกันตรงที่ว่า อะไรก็ตามที่ได้ขึ้นชื่อว่าเป็นบันทึกทาง
ประวัติศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงอาจทำได้ยากลำบาก (โดยเฉพาะเงื่อนไขของเวลาและการยอมรับ
ของคนในสังคม) แต่ถ้าเป็นการถ่ายภาพแล้ว ไม่ว่าจะเป็นใคร ก็สามารถบันทึก เปลี่ยนแปลง
ตลอดจนสร้างสรรค์ประวัติศาสตร์ด้วยกล้องถ่ายรูปได้ทั้งสิ้น โดยนัยนี้จึงอาจกล่าวได้ว่า การ
ถ่ายภาพทำให้เกิดการขยายเส้นขอบฟ้าทางความรู้ออกไปได้อย่างมากมาย โดยไม่ตกอยู่ภายใต้
เงื่อนไขของพื้นที่และเวลา

ภาพถ่ายและการถ่ายภาพจึงจัดเป็นสื่อและกิจกรรมที่สามารถข้ามพื้นที่และเวลา
(time and space) ได้อย่างน่าอัศจรรย์ เช่น ความรู้สึกประทับใจในภาพถ่ายท่องเที่ยวยังคงเกิดขึ้น

ได้เสมอ แม้เวลาจะล่วงเลยผ่านไปกี่เดือนกี่ปี อารมณ์ ตลอดจนความรู้สึกร่วมของผู้ที่ได้เห็นภาพถ่ายเหล่านั้น ยังคงสดใหม่อยู่ตลอดเวลา (Schroeder, 2002, p. 81) สิ่งทีกล่าวนี้นี้ล้วนแล้วแต่แสดงให้เห็นถึงผลที่เกิดขึ้นตามมาจากคุณลักษณะของภาพถ่ายทั้งสิ้น ซึ่งมุมมองที่มีต่อการถ่ายภาพและภาพถ่ายในทัศนะของผู้คนแต่ละกลุ่มอาชีพก็อาจจะแตกต่างกันไป เช่น เหล่าบรรดานักแสดงหรือดารา ก็จะมองภาพถ่ายและการถ่ายภาพว่าเป็นเครื่องมือในเปิดเผยตัวตน (self-expression) ของพวกเขาต่อสังคมภายนอก แต่หากเป็นแม่บ้านหรือคนทั่วไปในสังคมก็จะมองภาพถ่ายและการถ่ายภาพว่าเป็นสิ่งที่ทำให้คนในครอบครัวเกิดความสนิทสนมกลมเกลียว ได้กลับมาอยู่พร้อมหน้าพร้อมตากัน (family togetherness) อีกครั้ง เรียกได้ว่าการถ่ายภาพ/ภาพถ่ายนั้น ในด้านหนึ่งสามารถทำหน้าที่ในการธำรงรักษาค่านิยม (values) ความรู้สึกนึกคิด (ideas) อัตลักษณ์ (identities) ตลอดจนความสัมพันธ์ (relations) ของคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมเอาไว้ และที่สำคัญสำหรับมุมมองที่มีต่อภาพถ่ายและการถ่ายภาพท่องเที่ยวในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เปิดกว้างและกินความรวมไปถึงความหมายในเชิงวัฒนธรรมที่ว่า การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการถ่ายภาพนั้น คือ รูปแบบวัฒนธรรมร่วมสมัย (contemporary culture) ของสังคมมนุษย์ที่สะท้อนให้เห็นถึงแบบแผนของการดำรงชีวิต รูปแบบการใช้เวลาว่าง (leisure time) ตลอดจนแบบแผนการบริโภค (consumption) สิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นการบริโภคสินค้าอุปโภค บริโภค และที่สำคัญการบริโภคความหมายหรือเสพสัญลักษณ์ของสิ่งต่าง ๆ ผ่านการจ้องมอง/จ้องดู (gaze) ผ่านมุมมองและวิธีคิดของนักท่องเที่ยว ผู้เดินทาง ตลอดจนช่างภาพและผู้ที่ทำหน้าที่ถ่ายภาพซึ่ง John Urry (1990, อ้างถึงใน ภัทรพงศ์ คงวิจิตร, 2543, น. 12-13) เรียกว่า “การบริโภคด้วยสายตา” โดยการบริโภคดีังกล่าวนั้น จะนำมาซึ่งการสะท้อนให้เห็นถึงรสนิยม (tastes) ค่านิยม (values) และรูปแบบการใช้ชีวิตของมนุษย์ (lifestyle) ในสังคมสมัยใหม่ (Bennett, 2006, pp. 140-141) (modern society) ซึ่ง Urry ได้ขยายความในเรื่องของการท่องเที่ยวและการถ่ายภาพออกไปอย่างน่าสนใจว่า แท้จริงแล้วการที่คนเราตัดสินใจท่องเที่ยวที่นั่น เหตุผลด้านหนึ่งก็คือ ความต้องการบริโภคสินค้า (consuming goods) และบริการ (services) ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สามารถเข้ามาตอบสนองความต้องการดังกล่าวให้กับชีวิตที่ซ้ำซากจำเจของกลุ่มคนต่าง ๆ ในสังคมได้เป็นอย่างดี (Urry, 2002, p. 1) และหนึ่งในกิจกรรมแห่งการบริโภคที่เกิดขึ้นควบคู่กับการเดินทางท่องเที่ยวอยู่เสมอ สิ่งนั้นก็คือ “การบริโภคทางสายตา” (visual consumption) หรือ การจ้องดู (gaze)

โดยตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือ เวลาเราเดินทางท่องเที่ยวไปต่างถิ่น เราคงไม่อาจปฏิเสธได้ว่า เรามักจะจ้องดู (gaze) ภูมิประเทศ สิ่งแวดล้อม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ฯลฯ ที่แปลกตาจากพื้นที่ที่เราเคยอยู่ เคยเห็นในชีวิตประจำวัน ซึ่งโดยธรรมชาติของมนุษย์โดยทั่ว ๆ ไปนั้น มักจะจ้องดูในสิ่งที่ตนสนใจและอยากรู้อยากเห็น (interest and curiosity) อยู่เสมอ ซึ่งการจ้องดูของมนุษย์

เรานั้น ในบางครั้งก็อาจมีเงื่อนไขทางสังคมหรือมีเรื่องของอำนาจมาเป็นตัวกำหนดให้กับสิ่งที่เรา
 จ้องดู ตลอดจนไปถึงวิธีการจ้องด้วย

ประเด็นในเรื่องของการจ้องดู จึงเป็นประเด็นที่มีเรื่องของอำนาจ เงื่อนไข/กติกาท่าง
 สังคมในแต่ละยุคแต่ละสมัย ตลอดจนกลุ่มทางสังคมต่าง ๆ เป็นสิ่งที่คอยกำกับการจ้องมองอยู่
 ด้วยเสมอ ซึ่งการจ้องดูของคนในแต่ละสังคมก็จะมีรูปแบบและพัฒนาการที่แตกต่างกันออกไป

ด้วยเหตุนี้เอง การถ่ายภาพท่องเที่ยวในฐานะ รูปแบบของการจ้องดู (gaze) อย่างหนึ่ง
 ของนักท่องเที่ยวที่อยู่ต่างกลุ่มทางสังคม/แวดวง (fields) จึงเป็นที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยวเหล่านั้น
 จ้องดูสถานที่ท่องเที่ยวด้วยเงื่อนไขทางสังคมใด อย่างไร และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนักท่องเที่ยว
 ใช้การจ้องดูผ่านอุปกรณ์ที่เรียกว่า กล้องถ่ายภาพ (camera) และทำการกดชัตเตอร์ถ่ายภาพ ภาพถ่าย
 ท่องเที่ยวที่ได้ออกมานั้นจะมีความหมายไปในทิศทางใด เหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ในแต่ละกลุ่ม
 นักท่องเที่ยวและผู้ที่ทำหน้าที่ถ่ายภาพที่อยู่ต่างกลุ่มทางสังคม (มองในมุมนี้ การจ้องดู (gaze) ก็
 คือ การประกอบสร้างความหมายผ่านสัญญาณ (signs) ที่เป็นภาพถ่ายท่องเที่ยวนั่นเอง)

หากจะกล่าวว่าการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการถ่ายภาพนั้นเป็นกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ซึ่งกัน
 และกันก็คงจะไม่ผิดนัก เพราะการถือกำเนิดขึ้นของเทคโนโลยีกล้องถ่ายภาพนั้น มีอิทธิพลอย่าง
 มากต่อการกำหนดกรอบความคิด การมองโลก กล่าวคือ ภาพถ่ายได้เข้ามากำหนดประสบการณ์
 ในด้านต่าง ๆ ของมนุษย์ เช่น ภาพถ่ายเป็นสิ่งที่มากำหนดการเห็นของมนุษย์ต่อสิ่งต่าง ๆ ว่าจะให้
 เห็นอย่างไร เห็นอะไร รวมถึงวิธีคิดในเรื่องอัตลักษณ์ ฯลฯ (Photography shapes experience: it
 guides how people see, what they see, things look, how they think about their own identity and
 that of others...) ตลอดจนการประกอบสร้างความจริงชุดต่าง ๆ กับการท่องเที่ยวขึ้นมากมาย
 เรียกได้ว่า การถ่ายภาพได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตผู้คน (Photography has become a
 way of life) ในการประกอบสร้างความจริงชุดต่าง ๆ ขึ้นโดยปริยาย (Schroeder, 2002, p. 67)
 จนบางครั้งผู้คนในสังคมไม่สามารถที่จะแยกแยะได้ว่า ความเป็นจริงชุดใดเป็นความจริงที่แท้จริง
 ความเป็นจริงชุดใดเป็นสิ่งที่การถ่ายภาพ/ภาพถ่ายได้ทำหน้าที่ประกอบสร้างความจริงชุดต่าง ๆ
 ขึ้นมา

เหตุการณ์ดังกล่าวถือเป็นปรากฏการณ์ในโลกความเป็นจริงที่แสดงให้เห็นถึงผลพวง
 (consequence) ต่าง ๆ ที่เกิดตามมาจากกาเกิดขึ้นของเทคโนโลยีถ่ายภาพและภาพถ่าย ที่สะท้อน
 ให้เห็นศักยภาพและอิทธิพลทางการสื่อสารของเครื่องมือการสื่อสารชนิดนี้ (การถ่ายภาพและภาพถ่าย)
 ได้เป็นอย่างดี

ด้วยเหตุนี้ การถ่ายภาพจึงเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารชนิดหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทสำคัญไม่
 เพียงแค่เฉพาะในสังคมบรรพกาล แต่การถ่ายภาพและภาพถ่ายนั้นยังคงมีบทบาทสำคัญในสังคม

ยุคเทคโนโลยีข่าวสารในฐานะส่วนหนึ่งของชีวิต (Way of Life) ที่ทุกคนจะต้องพบเห็นและสัมผัส¹ อยู่ตลอดเวลา เหมือนดังวลีที่ว่า ในสังคมปัจจุบัน มนุษย์ทุกคนล้วนตกอยู่ภายใต้วัฒนธรรมแห่งการมอง หรือวัฒนธรรมแห่งการจ้องดู (Visual Culture/gaze culture) ด้วยกันทั้งสิ้น ไม่เป็นผู้จ้องดู ก็เป็นผู้ถูกจ้อง

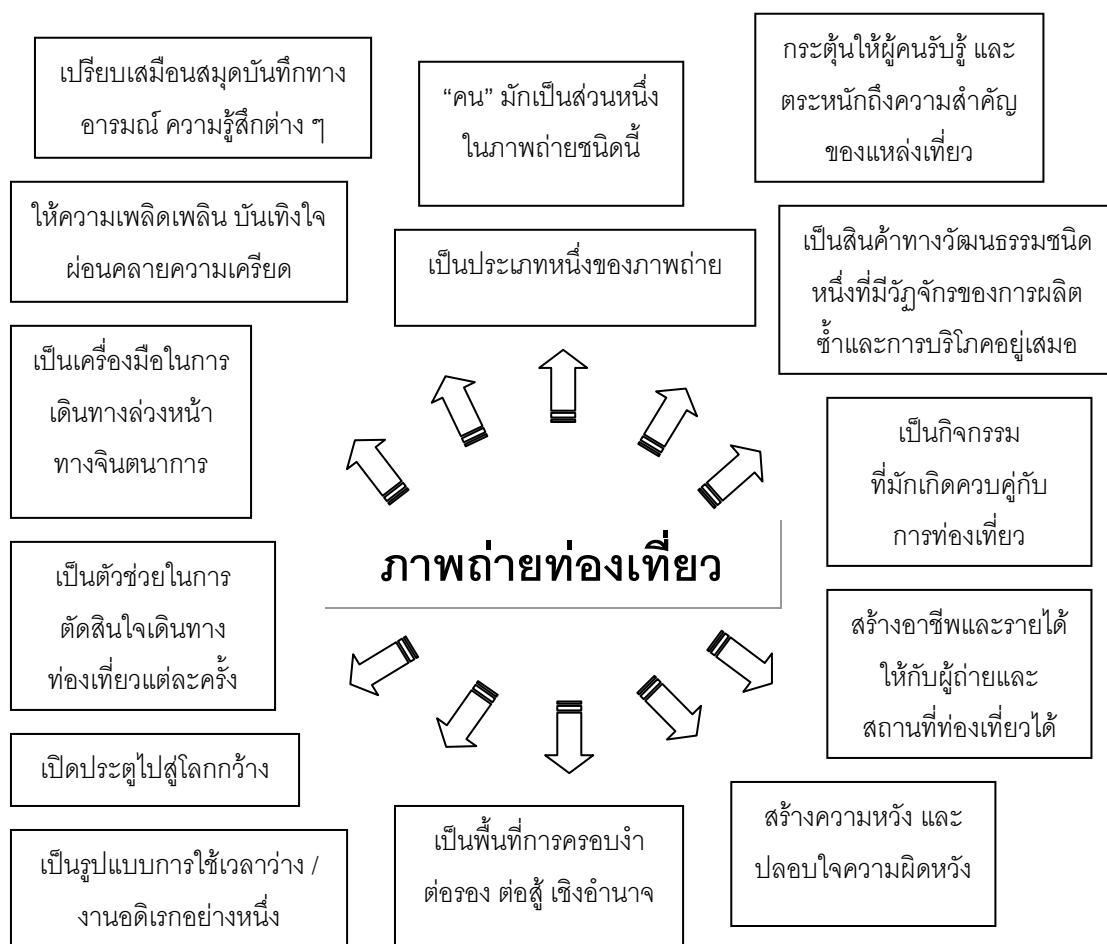
ทั้งนี้ หากให้คนแต่ละกลุ่มมาประกอบสร้างความหมายลงในภาพถ่าย แต่ละคน แต่ละอาชีพ ที่มีรูปแบบการใช้ชีวิต (lifestyles) หรือมีทุนทางวัฒนธรรม ย่อมจะมีแนวโน้มที่จะประกอบสร้างความหมายลงในภาพถ่ายท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปด้วย และความแตกต่างหลากหลายทางความคิดและความหมายที่ถูกสื่อผ่านภาพถ่ายนี้เอง ส่งผลทำให้ภาพถ่ายทำหน้าที่สารหล่อลื่นทางสังคม (social lubricant) ที่ทำให้คนทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้น ได้มีโอกาสพบปะ ตลอดจนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ความหมายซึ่งกันและกัน การถ่ายภาพจึงเปรียบเสมือนการสานสัมพันธ์ทางการทูต โดยมีภาพถ่ายทำหน้าที่ทูตสัมพันธ์ไมตรีที่นำกลุ่มคนแต่ละคน ในแต่ละกลุ่มทางสังคมได้มีโอกาสพบปะและมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน (interact) นั่นเอง

จากบทบาทของภาพถ่ายมีต่อการท่องเที่ยวตามที่ได้อธิบายมาข้างต้นนี้ หากจะลองสรุปคุณลักษณะ/เอกลักษณ์ของภาพถ่ายท่องเที่ยวที่มีต่อโลกความเป็นจริงและโลกของการสื่อสารในรูปของภาพ ก็สามารถสรุปได้ตามภาพดังต่อไปนี้

¹ให้ลองนึกถึงชีวิตประจำวันของแต่ละคน ตั้งแต่ตื่นลืมตาขึ้นมา ก็จะพบว่า เราทุกคนล้วนเปิดรับ/หรือตกอยู่ภายใต้วัฒนธรรมของสื่อที่เป็นภาพ (Visual Culture) แทบทั้งสิ้น (ยกเว้นผู้พิการทางสายตา) ไม่ว่าจะเป็นภาพบนกล่องข้าวของเครื่องใช้ สบู่ ยาสีฟัน ผงซักฟอก ภาพบนหน้าหนังสือพิมพ์ ภาพจากโทรทัศน์ ภาพจากใบปิดภาพยนตร์ ภาพนิ่งตามหน้าเว็บเพจ (Webpage) เป็นต้น

ภาพที่ 2.10

คุณลักษณะ/เอกลักษณ์ของภาพถ่ายท่องเที่ยว



ที่มา: จากการสรุปรวบรวมความคิดเห็นของผู้วิจัย จากแนวคิดเกี่ยวกับการถ่ายภาพ

จากคุณลักษณะ/เอกลักษณ์ของภาพถ่ายท่องเที่ยวที่สรุปมาข้าง ทำให้เห็นสถานภาพตลอดจนบทบาทและหน้าที่ของภาพถ่ายท่องเที่ยวได้ในพื้นที่ที่หลากหลาย เช่น บทบาทและหน้าที่ของภาพถ่ายท่องเที่ยวที่มีต่อปัจเจก บทบาทและหน้าที่ของภาพถ่ายท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนรวม บทบาทหน้าที่ของภาพถ่ายท่องเที่ยวที่มีต่อชีวิตประจำวัน บทบาทหน้าที่ของภาพถ่ายท่องเที่ยวที่มีต่อพื้นที่สาธารณะ หรือแม้กระทั่งบทบาทหน้าที่ของภาพถ่ายท่องเที่ยวในฐานะพื้นที่ทางการเมือง ชนิดหนึ่งที่ผู้คนส่วนใหญ่อาจมองข้ามหรือมองไม่เห็นความสัมพันธ์ในทางการเมืองของพื้นที่ดังกล่าว ก็เป็นอีกบทบาทหนึ่งของการถ่ายภาพท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยสนใจและตั้งคำถามกับพื้นที่ดังกล่าวว่า แท้จริงแล้วการถ่ายภาพท่องเที่ยวนั้นจัดเป็นรูปแบบของพื้นที่หรือการสื่อสารในทางการเมืองได้หรือไม่อย่างไร

ภาพถ่ายท่องเที่ยว: การเข้ารหัสความหมาย

ตามที่ได้เกริ่นไว้ในตอนต้นแล้วว่า การเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับการถ่ายภาพนั้นเป็นกิจกรรมที่มักจะเกิดขึ้นควบคู่กันไปเสมอ และหากเปรียบเทียบการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรูปแบบของการบริโภคูปแบบหนึ่งของมนุษย์แล้ว ก็อาจจะพออนุมานได้ว่า ภาพถ่ายท่องเที่ยวนั้นเปรียบได้กับสินค้าอุปโภคบริโภคที่จะขาด/ละทิ้งไปไม่ได้ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง (a camera you'll never outgrow/have a camera will travel) เช่นกัน จนกลายเป็นประโยคที่พูดติดปากกันว่า ท่องเที่ยวเพื่อการถ่ายภาพ (Travel for the Photographer) นั่นเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่า ภาพถ่ายท่องเที่ยวในฐานะสื่อของคนชั้นกลางชนิดหนึ่งนั้น มีบทบาทหน้าที่มากกว่าสื่อที่ทำหน้าที่เพียงในการบันทึกความทรงจำ จนหลาย ๆ ครั้งเกิดการตั้งคำถามขึ้นว่า เหตุใดนักท่องเที่ยวจึงใช้เวลาไปกับการถ่ายรูปกันอย่างมากมาย ซึ่งมีความเป็นไปได้ของคำตอบในข้อคำถามดังกล่าวมากมาย เช่น อาจเป็นเพราะภาพถ่ายท่องเที่ยวทำหน้าที่เปิดโลกทัศน์ผ่านทางสายตาของคนเรา ไปในที่ที่แปลกใหม่ ซึ่งไม่ใช่พื้นที่ของชีวิตประจำวันที่เต็มไปด้วยความซ้ำซากจำเจ อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้เราใช้ภาพถ่ายท่องเที่ยวเหล่านี้เป็นเครื่องมือในการสานสายสัมพันธ์หรือเข้าถึงคนกลุ่มต่าง ๆ ได้อย่างแนบเนียนและเป็นธรรมชาติ โดยไม่รู้สึกละอายกับการได้ไปพบปะกับวัตถุสิ่งของหรือผู้คนแปลกหน้าที่เราไม่คุ้นเคยแต่ประการใด

ภาพถ่าย/การถ่ายภาพท่องเที่ยวเป็นรูปแบบของกิจกรรมที่เปิดเผยพื้นที่รูปแบบใหม่ให้นักท่องเที่ยว/ผู้ถ่ายภาพ ได้มีโอกาสร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากโลกภายนอก/สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา และที่สำคัญภาพถ่ายท่องเที่ยวยังเป็นพื้นที่ที่สะท้อนให้ความเป็นมา เป็นไป ความเป็นตัวตน/อัตลักษณ์ตลอดจนรูปแบบการใช้ชีวิต ผ่านสิ่งที่ (ได้กล่าวมาแล้วก่อนหน้านี้) เรียกว่า รสนิยมและต้นทุนทางวัฒนธรรมของคนหลากหลายเชื้อชาติ หลากหลายภาษา ได้อย่างดีเยี่ยม ภาพถ่ายท่องเที่ยวจึงจัดเป็นสื่อที่มีความเป็นสากล (cosmopolitan) ทันสมัย ร่วมสมัย และเข้าถึงได้ในทุกพื้นที่ ทุกกลุ่มคนอย่างไม่ต้องสงสัย ซึ่งการเข้าถึงได้ในวงกว้างทั้งในแง่ของมิติด้านเวลาและสถานที่นี้เอง จะเป็นสิ่งที่ทำให้เราเห็นวิถีคิดของคนกลุ่มต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความหมาย และในขณะเดียวกัน ภาพถ่ายท่องเที่ยวที่มาจากการบันทึกของคนที่อยู่ในบริบททางสังคม และทุนทางวัฒนธรรมที่ต่างกันก็ย่อมมีวิถีคิด ตลอดจนการสื่อความหมายที่ต่างไปด้วย ซึ่งการจะเข้าใจถึงความหมายในภาพถ่ายท่องเที่ยวที่มาจากกลุ่มคนที่มีความหลากหลายกันในทางทุนทางวัฒนธรรมนั้น จำเป็นที่จะต้องมีความเข้าใจในเรื่องของ การวิเคราะห์ความหมาย ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องมือในการเข้าไปถอดรหัสความหมาย อันจะมาซึ่งการแสดงให้เห็นถึงรูปแบบของการต่อสู้ ต่อบรองในเชิงอำนาจของคนกลุ่มต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่ในการถ่ายภาพท่องเที่ยวนั่นเอง

การวิเคราะห์ความหมายในภาพถ่ายท่องเที่ยวในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงเป็นการวิเคราะห์การสร้าง ความหมายจากผู้ส่งสารในฐานะนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ ซึ่งการสร้าง ความหมายของ ผู้ส่งสารกลุ่มนี้ไม่ได้ยึดรูปแบบที่ตายตัวตามหลักทัศนศิลป์¹ เหมือนอย่าง ที่ช่างภาพอาชีพยึดถือกัน นั้นหมายความว่า ผู้ส่งสารอาจไม่จำเป็นต้องใช้เกณฑ์การประกอบสร้าง ความหมายเหมือนดัง ช่างภาพอาชีพใช้กัน ดังนั้นผู้ส่งสารจึงมีอิสระในการประกอบสร้าง ความหมายโดยไม่ขึ้นกับเกณฑ์ใด ๆ แต่ความเป็นอิสระดังกล่าว นั้น เมื่อประกอบสร้างเป็นความหมายผ่านภาพถ่ายออกมาแล้ว อาจไม่สามารถที่จะสื่อความหมายใด ๆ ออกมาได้ หรืออาจสื่อความหมายได้ไม่กระจ่างชัดเท่าการ ประกอบสร้าง ความหมายที่มาจากช่างภาพอาชีพ หรืออาจไม่สื่อความหมายเลย

ดังนั้นหากจะวิเคราะห์ทัศนความหมายของภาพถ่ายท่องเที่ยวที่เกิดจากการประกอบ สร้างความหมายของคนกลุ่มนี้ (นักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่) จึงอาจจำเป็นต้องใช้เกณฑ์ในเรื่อง ของการเล่าเรื่อง² (Narration) มาปรับประยุกต์ใช้เป็นเกณฑ์ช่วยถอดรหัสความหมาย (มหาวิทยาลัย เชียงคืน, 2544) ภาพถ่ายท่องเที่ยว โดยจะพิจารณาแค่เพียง 3 มิติ คือ

1. การจัดวางองค์ประกอบภาพ (Composition) หลักการจัดวางองค์ประกอบภาพ ดังกล่าว หมายถึง กระบวนการถ่ายทำภาพให้ได้เรื่องราว ได้อารมณ์ ให้ความรู้สึกและสื่อความหมาย ตามหลักการในเชิงศาสตร์และศิลป์ด้านการถ่ายภาพ เช่น หลักความสมดุล สัดส่วน ความกลมกลืน และความขัดแย้ง กฎ 3 ส่วน มุมกล้อง ระยะห่างของกล้องกับสิ่งที่ถ่าย การซ้ำ ความหลากหลาย การลดหลั่น เอกภาพ

2. การสร้างแก่นเรื่อง (Theme) ในกรณีของภาพถ่าย หมายถึง ความหมายหลักที่ถูก นำเสนอออกมาผ่านทางภาพถ่ายท่องเที่ยว

3. สิ่งต่าง ๆ /วัตถุที่ปรากฏอยู่ในภาพ ในกรณีของภาพถ่าย หมายถึง คน สัตว์ สิ่งของ วัตถุต่าง ๆ ตลอดจนบริบท พื้นที่ หรือบรรยากาศรอบตัวละคร (คน สัตว์ สิ่งของ วัตถุต่าง ๆ) ที่ ปรากฏอยู่ในภาพถ่ายและมีความเกี่ยวข้องกับการเล่าเรื่อง/การสร้างแก่นเรื่อง

¹หลักทัศนศิลป์ คือ หลักการทางศิลป์ที่ให้ความสำคัญเรื่องของ องค์ประกอบศิลป์ (elements of art) หลักการออกแบบ (principles of design) และการจัดองค์ประกอบ (composition)

²เกณฑ์การเล่าเรื่องโดยทั่ว ๆ ไปที่ใช้ในการวิเคราะห์ภาพยนตร์ นวนิยาย รวมถึงการเล่าเรื่อง เกือบทุกชนิดไปมักประกอบไปด้วย โครงเรื่อง ความขัดแย้ง ตัวละคร แก่นความคิด ฉาก สัญลักษณ์ ต่าง ๆ จุดยืนในการเล่าเรื่อง

โดยในท้ายที่สุด จากเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์/ถอดรหัสความหมายภาพถ่ายท่องเที่ยวข้างต้นนั้น หากจะกล่าวว่า เรื่องของการถ่ายภาพท่องเที่ยวเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ก็คงจะไม่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงเท่าใดนัก วลีที่ว่า “การถ่ายภาพท่องเที่ยวเป็นศาสตร์” นั้นหมายถึง ผู้ที่จะทำการถ่ายภาพท่องเที่ยวจะต้องมีพื้นฐานความรู้ ตลอดจนเข้าใจวิธีการผลิตภาพถ่าย หรือที่เรียกว่า “ความรู้ในทางเทคนิค” เช่น การมีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์ถ่ายภาพ¹ เพื่อที่จะได้เลือกใช้อุปกรณ์ให้เหมาะสม กับสภาพทางภูมิศาสตร์ของการท่องเที่ยว ตลอดจนสถานการณ์ การถ่ายภาพ เพื่อให้ได้ภาพถ่ายท่องเที่ยวตามที่ต้องการ (กมล ฉายาวัฒน์, 2530, น. 11) ซึ่งเมื่อมีความรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์ที่จะใช้ในการถ่ายภาพท่องเที่ยวแล้ว ก็ควรจะสามารถที่จะใช้กล้องและอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ (ทำความเข้าใจกับกล้องถ่ายภาพ) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกล้องถ่ายภาพรุ่นใหม่ เช่น การเกิดขึ้นของกล้องถ่ายภาพในระบบดิจิทัล ที่ถือได้ว่าเป็นเทคโนโลยีการถ่ายภาพล่าสุดที่อยู่ในกระแสความนิยมของตลาดผู้ใช้ทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นช่างภาพอาชีพ ช่างภาพสมัครเล่น บุคคลธรรมดาทั่วไปทั้งชายและหญิงที่มีใจรักในการถ่ายภาพ หรือแม้กระทั่งผู้ที่ไม่มีพื้นฐานในการถ่ายภาพมาก่อนก็สามารถเรียนรู้และสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายภาพในฐานะผู้เช่ารหัสสารได้

ส่วนวลีที่ว่า “การถ่ายภาพท่องเที่ยวเป็นศิลป์” นั้น หมายถึง นอกจากผู้ถ่ายภาพท่องเที่ยวจะต้องมีพื้นฐานความรู้ในเชิงเทคนิค² บ้างพอสมควรตามที่กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ในหลาย ๆ ครั้ง การถ่ายภาพท่องเที่ยวยังต้องอาศัยทักษะ ตลอดจนประสบการณ์ลองผิดลองถูกไปพร้อม ๆ กัน รวมไปถึงพื้นฐานความรู้ทางการสื่อสาร เรียกได้ว่า เป็นขั้นตอนของการนำความรู้ทางเทคนิคนั้นมาปรับประยุกต์ใช้ในสถานการณ์หรือพื้นที่ท่องเที่ยว เพื่อที่จะสามารถบอกเรื่องราว/สื่อความหมายให้กับผู้รับสาร ตลอดจนผู้ที่ได้พบเห็นภาพถ่ายเหล่านั้น โดยเมื่อเทียบกับกระบวนการสื่อสาร ก็คือกระบวนการประกอบสร้างความจริง/ความหมายลงในภาพถ่ายท่องเที่ยวนั่นเอง

แต่อย่างไรก็ตาม สำหรับคนบางกลุ่มแล้วอาจไม่จำเป็นที่จะต้องใช้ทั้งความรู้ทั้งในเชิงเทคนิคและความรู้ตลอดจนประสบการณ์ทางด้านการสื่อสาร ก็สามารถประกอบสร้าง ความหมาย

¹ ความรู้ที่เกี่ยวกับอุปกรณ์ถ่ายภาพในที่นี้ กินความรวมถึง การรู้หลักการตั้งหน้ากล้อง/ การเลือกค่ารูรับแสง, การตั้งความไวชัตเตอร์, การปรับระยะชัด (focus), การเลือกใช้เลนส์, การมีความรู้และเข้าใจในเรื่องของแสงและอุณหภูมิสีของแสง, การเลือกใช้อุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ในการถ่ายภาพ เช่น การเลือกใช้ขาตั้งกล้อง, การเลือกใช้แว่นกรองแสง

² ความรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์ที่จะใช้ในการถ่ายภาพ เช่น จะเลือกใช้กล้องชนิด เลนส์ที่มีมุมรับภาพเท่าใด ตลอดจนความรู้ในการใช้และควบคุมอุปกรณ์เหล่านั้น เช่น จะตั้งค่าความไวชัตเตอร์เท่าไรจึงจะทำให้ภาพที่ได้ไม่หยุดนิ่ง มีความเคลื่อนไหว เป็นต้น

ชุดต่าง ๆ ขึ้นมาได้ ดังเช่นการวิจัยในครั้งที่จะทำการศึกษานักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ ซึ่งคน 2 กลุ่มดังกล่าว อาจไม่มีความจำเป็นที่ต้องมีความรู้เกี่ยวกับกล้องถ่ายภาพ และความรู้ด้านการสื่อสารหรือประสบการณ์ด้านการประกอบวิชาชีพถ่ายภาพแต่อย่างใด ก็สามารถที่จะประกอบสร้างความหมาย/ถ่ายภาพได้ ทั้งนี้ที่เป็นเช่นนั้น เพราะ ด้านหนึ่งเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีกล้องถ่ายภาพที่อำนวยความสะดวกให้กับคนทุกเพศทุกวัยสามารถถ่ายภาพได้ (เหมือนดังคำโฆษณากล้องถ่ายภาพยี่ห้อ Kodak ที่โปรยหว่านว่า เพียงแค่นี้เราไว้กดชัตเตอร์เท่านั้น กลไกของกล้องถ่ายภาพจะจัดการที่เหลือให้คุณเอง) ส่วนอีกด้านหนึ่งนั้น อาจเกิดจากการเลียนแบบจากคลังข้อมูลภาพที่คนเหล่านั้นเคยพบเห็น (อิทธิพลจากสื่อต่าง ๆ ที่มีผลก่อรูปทางความคิด) จนกลายเป็นความรู้ความทรงจำที่ติดตัวผู้ถ่ายภาพคนนั้น

แต่ไม่ว่าจะเป็นแบบไหนความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นจากกลุ่มคนที่ต่างกลุ่มทางสังคมกันนั้น ผู้วิจัยเชื่อว่าจะต้องมีความหมายที่แตกต่างกันออกไปอย่างแน่นอน ดังจะได้พิสูจน์ให้เห็นในส่วนต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนข้อเขียนและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับภาพถ่าย การท่องเที่ยวและการสื่อสารกับการท่องเที่ยว เพื่อสำรวจดูว่ามีใครเคยศึกษาถึงเรื่องดังกล่าวหรือไม่ ศึกษาอย่างไร ประเด็นใด และวิธีการในการศึกษาใด ซึ่งจากการทบทวนดังกล่าวย้อนหลังเป็นเวลา 20 ปี (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530-2550) สามารถนำมาอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับภาพถ่าย

จากการทบทวนวรรณกรรมในครั้งนี้ พบว่า งานวิจัยด้านการสื่อสารของไทย ที่เกี่ยวข้องกับ “ภาพถ่าย” มีจำนวนไม่มากนัก เมื่อเทียบกับงานวิจัยในสื่อวิทยุกระจายเสียง, วิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ ทั้ง ๆ ที่การเรียน การสอนในคณะนิเทศศาสตร์/วารสารศาสตร์ในสถาบันอุดมศึกษาเกือบทุกแห่งของประเทศไทย ล้วนแล้วแต่ให้ความสำคัญ โดยการจัดให้มีการเรียนการสอนวิชาเกี่ยวกับภาพถ่ายและการถ่ายภาพแทบทั้งสิ้น แต่เหตุใดการศึกษาค้นคว้าวิจัยทางด้านภาพถ่ายจึงกลับไม่ได้ได้รับความสนใจ และไม่ปรากฏให้เห็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาภาพถ่ายกับความหมายด้วยแล้ว ถือได้ว่ายังมีอยู่เป็นจำนวนน้อยมากในสังคมไทย

เหตุผลของข้อค้นพบข้างต้นที่น่าจะเป็นไปได้มีอยู่ด้วยกันหลายประการ เช่น จากคุณลักษณะโดดเด่นในเรื่องการเข้าถึงผู้รับสารได้จำนวนมากในระยะเวลาที่รวดเร็วของสื่อกระแสหลัก (วิทยุกระจายเสียง, วิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์) ทั้ง 3 ข้างต้นนั้น ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบได้ในวงกว้างและเป็นรูปธรรมชัดเจนกว่าสื่อทางเลือกอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้เองจึงมีผู้ให้ความสนใจศึกษาในตัวสื่อดังกล่าว (วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์) อย่างสม่ำเสมอด้วยปริมาณและความถี่ที่มากกว่าอย่างเห็นได้ชัด

ทั้งนี้หากมองในมิติทางประวัติศาสตร์ของสื่อต่าง ๆ ก็พบว่า แท้จริงแล้วสื่อ “ภาพถ่าย” นั้น เป็นสื่อที่เกิดขึ้นมาก่อน สื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์¹ ที่เรารู้จักกันในชื่อของ “ภาษาภาพ” ซึ่งถือเป็นรูปแบบของการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุดที่เคยมีมา (Feininger, 1962, p. 3) (และยังถือได้ว่าสื่อ “ภาพถ่าย” นั้น เป็นสื่อที่ดำรงอยู่ในชีวิตประจำวัน (daily life) ของคนร่วมสมัย ตั้งแต่ลืมตาขึ้นมากในแต่ละวัน เช่น ภาพถ่ายตามหน้าหนังสือหนังสือพิมพ์, ภาพถ่ายของสินค้าอุปโภคบริโภค, ภาพถ่ายตามแผ่นป้ายตามท้องถนน เป็นต้น) แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่า ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ “ภาพถ่าย” มีอยู่อย่างจำกัด (เช่น ทฤษฎีการถ่ายภาพ, ทฤษฎีการจัดวางองค์ประกอบภาพ, ทฤษฎีสี เป็นต้น) ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นทฤษฎีในเชิงเทคนิคเกี่ยวกับการถ่ายภาพทั้งสิ้น) ซึ่งตามทัศนะของผู้วิจัยนั้นสันนิษฐานว่า การที่ภาพถ่ายถูกหลงลืมและมองข้ามนั้น สาเหตุน่าจะมาจากสาเหตุ 2-3 ประการ คือ

1. ด้วยความที่สื่อภาพถ่ายได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตของคนเรา จึงทำให้เรามองข้ามการศึกษา “ภาพถ่าย” ในฐานะของสิ่งที่ “คุ้นเคย” ซึ่งอาการดังกล่าวมักจะเกิดขึ้นได้เสมอ ดังคำกล่าวที่ว่า “ใกล้เกลือกินด่าง”

2. ด้วยความที่สื่อภาพถ่ายนั้น มีรูปแบบการเสฟสื่อในแบบ “ปัจเจกบุคคล” (individual) มากกว่าการเสฟสื่อแบบ “มวลชน” (mass) ในสื่อวิทยุกระจายเสียง, วิทยุโทรทัศน์ จึงส่งผลทำให้ความสนใจศึกษา ภาพถ่าย จำกัดวงอยู่เพียงแค่ระดับปัจเจก และเป็นปัจเจกเฉพาะที่มีความสนใจและใจรักเกี่ยวกับภาพถ่ายเท่านั้น ซึ่งต่างจากสื่อวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ที่เข้าถึง (reach) และมีอิทธิพลต่อผู้รับสารได้ในวงกว้าง และรวดเร็วกว่าสื่อ “ภาพถ่าย” จึงส่งผลทำให้มีผู้สนใจและให้ความสำคัญกับการศึกษาค้นคว้ามากกว่า

¹ภาพถ่ายบนแผ่นโลหะเกิดขึ้นครั้งแรก ในปี ค.ศ. 1827 ส่วนคลื่นวิทยุนั้นพิสกซ์พบเมื่อปี ค.ศ. 1888

3. สืบเนื่องจากข้อ 2 เมื่อมีผู้ศึกษาน้อยจึงทำให้องค์ความรู้ที่จะนำมาใช้อธิบายปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับ “ภาพถ่าย” นั้น น้อยตามลงไปด้วย ซึ่งองค์ความรู้ที่จะนำมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับ “ภาพถ่าย” นั้น เรียกได้ว่า ต้องเป็นองค์ความรู้เฉพาะด้าน ทั้งนี้เมื่อองค์ความรู้เฉพาะด้านดังกล่าวมีอยู่น้อย ก็ยังเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งต่อการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ตามไปด้วย

จากสภาพการณ์ดังกล่าว จึงส่งผลทำให้องค์ความรู้ทางด้านการถ่ายภาพในทางสังคมศาสตร์นั้น ยังคงค่อนข้างอยู่ในวงจำกัดและส่งผลทำให้ปริมาณการศึกษา “ภาพถ่าย” ในแง่มุมต่าง ๆ ในทางสังคมศาสตร์ยังมีเป็นจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสิ่งพิมพ์ตามที่เกริ่นนำไว้ข้างต้น

ข้อค้นพบอีกประการหนึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมในครั้งนี้ก็คือนงานวิจัย “ภาพถ่าย” ที่พบในแวดวงวิชาการเมืองไทยนั้น ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในด้านบทบาทและหน้าที่ของภาพถ่ายที่ปรากฏอยู่ตามสื่อต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับโฆษณา จุลสาร (ตัวอย่างงานวิจัยดังกล่าว เช่น งานวิจัยเรื่องบทบาทของภาพถ่ายเพื่อการโฆษณาส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย โดย รัฐพล ไชยรัตน์ (2536); การนำเสนอข่าวและภาพข่าว “หน้าหนึ่ง” ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ก่อนและหลังยกเลิก พร.42 โดย มนชนก พัฒนพงศ์ (2537) เป็นต้น) มากกว่าการศึกษา “ภาพถ่าย” ในรูปแบบของการสื่อความหมาย (meaning) การตีความหมาย หรือถอดรหัส (code) ความหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ความหมาย” ที่นำไปสู่การสะท้อนให้เห็นถึงบริบททางสังคมวัฒนธรรม อุดมการณ์ ความคิด ค่านิยม ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยยังมีไม่มากนัก

ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการศึกษาวิจัยทางด้านการสื่อสารตลอดช่วงระยะเวลา 40 กว่าปีที่ศาสตร์ทางด้านการสื่อสารถือกำเนิดขึ้นมานั้น ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลและตกอยู่ภายใต้วิธีการเข้าถึงความรู้แบบวัตถุนิยม (objective) หรืออีกนัยหนึ่งอยู่ภายใต้อิทธิพลของแนวคิดสังคมศาสตร์เชิงปฏิฐานนิยม (Positivism) ที่ถือได้ว่าเป็นแนวคิดที่ทรงอิทธิพลต่อการศึกษาทางด้านวิทยาศาสตร์และสังคมศาสตร์เรื่อยมา

ด้วยเหตุนี้การศึกษารูปแบบและหน้าที่ (Function) ของ “ภาพถ่าย” ในรูปแบบของการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่สามารถเจนนับประเด็นที่ต้องการศึกษาออกมาเป็นตัวเลขนับได้ จึงได้รับความสนใจ ส่งผลให้มีจำนวนของงานวิจัยที่มากกว่าการศึกษา “ภาพถ่าย” ในแง่ของการตีความหมาย ที่มุ่งทำความเข้าใจการถ่ายภาพในฐานะของปรากฏการณ์ทางสังคมชนิดหนึ่ง

ในส่วนของการศึกษาปฏิกิริยาของ “ผู้รับสาร” ที่มีต่อ “ภาพถ่าย” พบว่า มีอยู่บ้าง เช่น ทศนคติของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อการเสนอภาพข่าวที่หมิ่นเหม่ทางศีลธรรมบนหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน (สมบุญ ธิษยาบรรณกุล, 2541) และการศึกษา หน่วยประกอบของภาพ

ข่าวก็พาต่อการรับรู้ของผู้รับสาร (พรหมพงษ์ แก้วดวงเด่น, 2547) แต่ส่วนใหญ่ก็เป็นปฏิกริยาของ “ผู้รับสาร” ที่มีต่อ “ภาพถ่าย” ที่ปรากฏในสื่อหนังสือพิมพ์เป็นส่วนใหญ่ ส่วนการศึกษา “ผู้ส่งสาร” ในฐานะผู้รังสรรค์ “ภาพถ่าย” นั้น พบว่า มีผู้ทำการศึกษาเพียงคนเดียวเท่านั้น คืองานวิจัยของ วิโรจน์ ศรีหิรัญ (2541) เรื่องจิตสำนึกทางวารสารศาสตร์ และการตัดสินใจเชิงจริยธรรมของช่างภาพ หนังสือพิมพ์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารนั้น การศึกษาในตัวผู้ส่งสารนั้นจัดได้ว่าเป็นการศึกษาที่เข้าถึงข้อมูลได้ลำบาก ถ้าผู้ศึกษาไม่ได้เป็นคนในวิชาชีพหรือมีความเกี่ยวพันกันกับผู้ส่งสารในฐานะผู้เข้ารหัสสารแล้ว การได้ข้อมูลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้ส่งสารค่อนข้างเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก

ภาพรวมจากข้อค้นพบ หลังจากทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับ “ภาพถ่าย”¹ ช่างต้นชี้ให้เห็นว่า ถึงแม้จะมีผู้สนใจและให้ความสำคัญกับการศึกษา “ภาพถ่าย” อยู่บ้างในสังคมไทย แต่รูปแบบการศึกษา “ภาพถ่าย” ดังกล่าวยังไม่ค่อยมีความหลากหลายทางด้านรูปแบบของภาพถ่ายและความหมายของภาพถ่ายมากนัก กล่าวคือ ประเด็นที่มุ่งหาคำตอบนั้น มีอยู่เพียงไม่กี่ประเด็น และโดยส่วนใหญ่ศึกษา “ภาพถ่าย” ในฐานะของภาพประกอบ (Illustration) ตามสื่อต่าง ๆ มากกว่า (ทั้งนี้เป็นเพราะการศึกษาภาพถ่ายในแนวทางดังกล่าวนี้สามารถหยิบยืมเอาแนวคิดทฤษฎีที่อยู่มาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ได้ง่ายกว่า เช่น แนวคิดเกี่ยวกับภาพข่าวในหนังสือพิมพ์) ซึ่งการศึกษา “ภาพถ่าย” ในฐานะภาพประกอบก็มีลักษณะกระจุกตัวอยู่กับสื่อเพียงไม่กี่ประเภทเท่านั้น ไม่กระจายตัว และยังมีจำนวนน้อย ซึ่งข้อค้นพบในส่วนงานศึกษาที่เกี่ยวกับภาพถ่ายที่อภิปรายมาทั้งหมดนี้นับได้ว่ามีประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัยในการขยายความรู้ในโลกวิชาการเกี่ยวกับภาพถ่ายให้มากกว่าที่เป็นอยู่ที่ยังจำกัดอยู่แค่เพียงความรู้ทางด้านเทคนิค อีกทั้งยังเป็นการเปิดมุมมองและชี้ให้เห็นช่องทางใหม่ ๆ ในการวิจัยเกี่ยวกับภาพถ่าย ได้อีกมากมายหลายประเด็น เช่น การศึกษาผู้ส่งสารในฐานะผู้เข้ารหัสสารผ่านภาพถ่ายด้วยชุดแนวคิดทฤษฎีทางสังคมศาสตร์อื่น ๆ (ที่ไม่ได้จำกัดแค่แนวคิดทฤษฎีกระแสหลัก เช่น แนวคิดทฤษฎีสำนักร่วมวัฒนธรรมศึกษา แนวคิดทฤษฎีสำนักร่วมวิพากษ์), การศึกษารหัส (code) ความหมายที่แฝงอยู่ในภาพถ่าย เป็นต้น

¹สามารถจัดกลุ่มงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพถ่ายได้ 6 กลุ่ม คือ 1. งานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของภาพถ่ายหรือภาพข่าวในหนังสือพิมพ์ (ศึกษา Function) 2. งานวิจัยที่ศึกษาผู้รับสารที่มีต่อการนำเสนอภาพถ่ายหรือภาพข่าวในหนังสือพิมพ์ (ศึกษาตัว Receiver) 3. งานวิจัยเกี่ยวกับความหมายของภาพถ่าย (ศึกษาตัว Message) 4. งานวิจัยที่ศึกษาช่างภาพในฐานะผู้ส่งสาร 5. งานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของภาพถ่ายเพื่อการโฆษณา 6. งานวิจัยที่ศึกษาภาพถ่ายและผู้รับสารซึ่งสามารถหาอ่านรายละเอียดเกี่ยวกับงานวิจัยภาพถ่ายในแต่ละกลุ่มฯ ได้จากภาคผนวก

งานศึกษาที่เกี่ยวกับการสื่อสารกับการท่องเที่ยว

โดยภาพรวมจากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกับการท่องเที่ยวของไทย พบว่า งานวิจัยการท่องเที่ยวในแง่มุมเชิงวารสารศาสตร์นั้น มีอยู่เป็นจำนวนไม่น้อยกว่า 40 เรื่อง ซึ่งเมื่อนำมาจัดเข้ากลุ่มตามเกณฑ์ในเรื่องขององค์ประกอบการสื่อสาร (SMCR) และเกณฑ์ในเรื่องของความใกล้เคียงของประเด็นที่ต้องการศึกษาในครั้ง ก็จะได้กลุ่มงานวิจัยการสื่อสารกับการท่องเที่ยวดังรายชื่อต่อไปนี้

1. งานวิจัยการสื่อสารกับการท่องเที่ยวในส่วนของผู้ส่งสาร (จำนวน 1 เรื่อง) (ศึกษา Sender) เช่น การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวผ่านเนื้อหาในแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2536-2537 โดย พิชญ์สินี แสงขำ (2538)
2. งานวิจัยการสื่อสารกับการท่องเที่ยวในส่วนของตัวสาร (จำนวน 3 เรื่อง) (ศึกษา Message) เช่น การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของการโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดย วิไลสา สิ้นสิริ (2542)
3. งานวิจัยการสื่อสารกับการท่องเที่ยวในส่วนของช่องทางการสื่อสาร (จำนวน 5 เรื่อง) (ศึกษา Channel) เช่น การศึกษาอัตลักษณ์คนชั้นกลางไทยผ่านการเล่าเรื่องในสื่อหนังสือบันทึกการเดินทาง โดย วิริยา วิฑูรย์สุทธิศิลป์ (2548)
4. งานวิจัยการสื่อสารกับการท่องเที่ยวในส่วนของผู้รับสาร (จำนวน 19 เรื่อง) (ศึกษา Receiver) เช่น การเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและยุโรปตะวันตกที่มีต่อประเทศไทย โดย จุฑาภา ตาดพริ้ง (2546)
5. งานวิจัยการสื่อสารกับการท่องเที่ยวในมิติเชิงประวัติศาสตร์ (จำนวน 1 เรื่อง) เช่น วัฒนธรรมการท่องเที่ยวของคนไทย พ.ศ. 2394-2544 โดย ปิ่นเพชร จำปา (2545)
6. งานวิจัยการสื่อสารกับการท่องเที่ยวในมิติเชิงพื้นที่และความหมาย (จำนวน 2 เรื่อง) เช่น พื้นที่และความหมายของการท่องเที่ยวในเมืองหลวงพระบาง โดย ภัทรพงศ์ คงวิจิตร (2543)
7. งานวิจัยการสื่อสารกับการท่องเที่ยวในมิติเชิงกลยุทธ์และนโยบาย (จำนวน 7 เรื่อง) เช่น กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) ภายหลังเกิดเหตุวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกา 11 กันยายน พ.ศ. 2544 โดย บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์ (2546)
8. งานวิจัยการสื่อสารกับการท่องเที่ยวในด้านการประเมิน (จำนวน 2 เรื่อง) เช่น การประเมินผลการใช้สื่อของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) ในตลาดญี่ปุ่น โดย ละเอียด ศิลาน้อย (2534)

แต่หากถามว่างานวิจัยการสื่อสารกับการท่องเที่ยว ที่มีรูปแบบและประเด็นการวิจัยที่คล้ายคลึงกับการเขียนวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ มีบ้างหรือไม่ พบว่า มีอยู่ประมาณ 2 เรื่องเท่านั้น ได้แก่ งานวิจัยของ พิชญ์สินี แสงขำ (2538) เรื่อง การสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวผ่านเนื้อหา (text) ในแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2536-2537 เป็นงานวิจัยที่ศึกษาถึงกระบวนการเข้ารหัสสารเพื่อการจูงใจนักท่องเที่ยวของผู้ส่งสารผ่านสื่อแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ขององค์กร ส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของการกำหนดเนื้อหาในสื่อแผ่นพับเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์กับโครงการรณรงค์ขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว, งานวิจัยของ วิริยา วิฑูรย์สุฤทธิศิลป์ (2548) เรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์คนชั้นกลางไทยผ่านการเล่าเรื่องในสื่อหนังสือบันทึกการเดินทาง เป็นงานวิจัยที่วิเคราะห์องค์ประกอบของเรื่องเล่า (Narrative) ศึกษากระบวนการประกอบสร้างหรือการนิยามอัตลักษณ์คนชั้นกลางไทยผ่านการเล่าเรื่อง (Narration) รวมถึงการวิเคราะห์ภาพถ่ายในสื่อหนังสือบันทึกการเดินทาง

ส่วนงานวิจัยต่างประเทศที่เข้าข่ายใกล้เคียงกับการศึกษาของผู้วิจัยในครั้งนี้ ในเบื้องต้น พบว่า มีอยู่ประมาณ 3 เรื่อง ได้แก่

งานของ โรลันด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) เรื่อง “หนังสือนำเที่ยวบลูไกด์” ที่ชี้ให้เห็นถึงมายาคติของภาพถ่ายในฐานะภาพตัวแทนในหนังสือนำเที่ยว Guide Bleu (บลูไกด์) (วรรณพิมล อังคศิริสรรพ, 2544, น. 77-81)

นอกจากงานของ โรลันด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) ในเรื่องดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีเรื่อง “ภาพถ่ายทรงแสนนซ์ของผู้สมัคร ส.ส.” ที่ชี้ให้เห็นความเชื่อในเรื่องอำนาจของภาพถ่ายในการจูงใจผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพถ่ายของผู้สมัคร ส.ส. ซึ่งถือเป็นมายาคติที่ถูกนำเสนอผ่านภาพตัวแทนรูปแบบหนึ่ง (วรรณพิมล อังคศิริสรรพ, 2544, น. 87-90)

งานวิจัยของ Carol Rojek and John Urry (2000, pp. 184-194) ที่ชี้ให้เห็นถึงการต่อสู้ต่อรองความหมายของช่างภาพผ่านภาพถ่ายท่องเที่ยว Lake District ในประเทศอังกฤษ จากมุมมองของช่างภาพต่าง ๆ ซึ่งส่งผลอย่างมากต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากการทบทวนงานวิจัยทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้ข้อสรุปในเบื้องต้นอย่างหนึ่งว่า ยังไม่มีงานวิจัยของไทยชิ้นใดที่ทำการศึกษา ภาพถ่ายท่องเที่ยว ในฐานะการเมืองเชิงวัฒนธรรมผ่านภาพตัวแทน (Representation) อันเป็นผลผลิตจากการประกอบสร้างความหมาย (construction of meaning) ที่มีที่มาจากช่างภาพหรือผู้ทำหน้าที่ถ่ายภาพในแต่ละแคว้น (field) ที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ที่แตกต่างกันในฐานะของผู้ส่งรหัสสาร (encoder) แต่อย่างใด ด้วยเหตุนี้ การศึกษาในเรื่องดังกล่าวจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายและน่าสนใจเป็น

อย่างยิ่ง โดยผู้วิจัยมีความเชื่อว่า การศึกษาในเรื่องดังกล่าว จะเป็นการจุดประกายให้เกิดการเห็นคุณค่าและสนใจศึกษาในเรื่องของภาพถ่าย และการสื่อสาร ที่ถือเป็นผลผลิตและปรากฏการณ์ทางด้านการสื่อสารที่มีความสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551, น. 1)