

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นความเพียรพยายามที่จะทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ของการใช้สื่อ  
พื้นบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการทบทวนวรรณกรรมสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้มีเนื้อหาที่มีความ  
เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับแนวความคิดในด้านต่างๆ ทั้งในมิติที่ว่าด้วยเรื่องของกรอบทฤษฎีและบริบทของ  
ข้อมูลการศึกษา ซึ่งในที่นี้สามารถแยกแยะออกเป็นประเด็นๆ ได้ ดังนี้

1. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม
2. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
4. ทฤษฎีสัญญาวิทยาและแนวคิดโครงสร้างนิยม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม

การศึกษาปรากฏการณ์ด้านสื่อพื้นบ้านในครั้งนี้ มีบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่เป็น  
ประเด็นเกี่ยวข้องกับสื่อพื้นบ้าน ก็คือ แนวคิดท้องถิ่นนิยม (Localism) ซึ่งในที่นี้พอที่จะสรุปให้เห็นได้ดังมี  
รายละเอียด ต่อไปนี้

##### 1.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม

เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า คำว่า “ท้องถิ่น” มักจะมีความหมายที่ค่อนข้างหลากหลาย  
ส่วนใหญ่ในทางภูมิศาสตร์ท้องถิ่นจะมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างออกไป ขึ้นอยู่กับ  
สภาพภูมิประเทศที่มีความสูงต่ำของพื้นที่ องค์ประกอบของดิน ความชื้น อุณหภูมิ บรรยากาศความร้อน  
หนาว ฯลฯ ที่ประกอบกันเป็นโครงสร้างของระบบนิเวศน์ในสถานที่แห่งนั้นๆ เช่น ภาคเหนือมีภูมิประเทศ  
เป็นพื้นที่สูงชัน ส่วนใหญ่มีภูเขาและป่าไม้ อากาศหนาวเย็น ส่วนภาคกลางเป็นที่ราบลุ่ม มีแหล่งน้ำค่อนข้าง  
มาก เหมาะแก่การเพาะปลูก การแบ่งในลักษณะนี้จะเป็นการแบ่งตามเงื่อนไขทางภูมิศาสตร์ ส่วนลักษณะ  
การแบ่งทางประวัติศาสตร์และการจัดการตามการปกครองของส่วนราชการ เช่น กระทรวงมหาดไทยจะ  
พิจารณาจากวัฒนธรรมและแบบแผนการดำเนินชีวิตของคนในแต่ละภูมิภาคออกเป็นท้องถิ่นต่างๆ อาทิ  
ท้องถิ่นล้านนา ท้องถิ่นอีสาน ท้องถิ่นใต้ ฯลฯ ทั้งนี้โดยในแต่ละท้องถิ่นก็จะมีลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่าง  
กันออกไปขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของสถานที่นั้นๆ ขณะเดียวกันความหมายของ  
คำว่าท้องถิ่นยังสามารถแยกย่อยออกเป็นจังหวัด อำเภอ ตำบล และหมู่บ้านได้อีก นอกจากนี้มาในระยะ

หลังแควตงนักวิชาการบางกลุ่มยังจะใช้ลุ่มน้ำมาเป็นเครื่องบ่งชี้ความเป็นท้องถิ่นอีกด้วย เช่น ในกรณีเขตท้องถิ่นลุ่มแม่น้ำท่าจีน เขตวัฒนธรรมไทย-ลาว หรือในแควตงวิชาการอื่นๆ ก็มีให้เห็นได้ทั่วไป อย่างการสัมมนาเกี่ยวกับชนบนพื้นที่สูงหรือชาติพันธุ์ที่หน่วยงานทางภาคเหนือจัดขึ้น(อภิขยา นิเวศน์และจารุณี กาญจะโนสถ, 2550 : 2-3)

สำหรับประเทศไทย แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นได้เริ่มก่อตัวขึ้นอย่างชัดเจนในช่วงหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 ที่ประเทศได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ทั้งนี้เนื่องจากกระแสแห่งโลกยุคโลกาภิวัตน์ค่อยๆ คืบคลานเข้าสู่สังคมทุนนิยมซึ่งที่ผ่านมาประเทศไทยก็ถือว่าเป็นหนึ่งในหลายๆ ประเทศที่ต้องประสบกับสภาวะการณเช่นนี้ ความเป็นสมัยใหม่ได้ปกคลุม “สังคมเมือง” โดยเฉพาะความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ได้สร้างวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองให้เป็นผู้มีความก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ในขณะที่ “ท้องถิ่น” สามารถดำรงตนอยู่ได้อย่างเป็นปกติสุข เพราะเนื่องจากอยู่ห่างไกลจากวัฒนธรรมบริโภคนิยมของสังคมเมือง และด้วยเหตุนี้เองที่กระแสการพัฒนาท้องถิ่นได้รับความสนใจจากหลายๆ ภาคส่วนที่มีความต้องการให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับการปกป้องดูแลโดยการให้ชุมชนเองมีส่วนในการบริหารและจัดการเรื่องต่างๆ ในชุมชนเองได้ตามความเหมาะสม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบร่วมกันคิดร่วมกันทำ โดยลดบทบาทการทำหน้าที่ของส่วนกลางหรือรัฐลง จากเดิมที่เคยดูแลควบคุมก็เปลี่ยนมาให้การสนับสนุนและสร้างกลไกในการส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นให้รู้จักการพัฒนาที่เหมาะสมและยั่งยืนต่อไป (กุลวิชญ์ สำแดงเดช, 2551 : 27)

บทบาทหนึ่งที่เกี่ยวข้องในเรื่องการบริหารและจัดการท้องถิ่น ก็คือ องค์กรท้องถิ่นที่จัดตั้งขึ้นโดยมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนนั้นๆ เอง เช่น การบริหารจัดการทรัพยากรด้านต่างๆ อาทิ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และ ฯลฯ ที่ชุมชนท้องถิ่นได้มีผู้แทนเป็นคณะกรรมการในการร่วมกันคิดและวางแผนในการทำงานเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญก้าวหน้า ยกตัวอย่างคือ การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้สมาชิกองค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) มีการดำเนินงานที่ชัดเจนทั้งในด้านแผนงาน การจัดสรรทรัพยากรต่างๆ มีส่วนร่วมมือกันกำหนดยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ท้องถิ่นร่วมกัน นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการสร้าง “ประชาคม” ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นเพื่อสร้างกฎเกณฑ์และข้อบังคับที่จะนำไปสู่แนวปฏิบัติร่วมกันในชุมชน ขณะเดียวกันยังต้องมีการสร้างเครือข่ายและประสานงานเชื่อมโยงกับภาคีต่างๆ ทั้งจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน (อุดม เขยแก้ว, 2554 : 242)

จากเนื้อหาที่กล่าวมาได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นท้องถิ่น ซึ่งถือว่าเป็นปรากฏการณ์เบื้องต้นที่มีความสำคัญและเกี่ยวเนื่องกับประเด็นการวิจัย และในลำดับต่อไปจะกล่าวถึงความเป็นท้องถิ่นในบริบทของกระแสโลกาภิวัตน์ว่ามีบทบาทต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างไรบ้าง โดยเฉพาะในมุมมองของสังคมสมัยใหม่ที่เต็มไปด้วยวิถีแห่งการบริโภคนิยม

## 1.2 ความเป็นท้องถิ่นในบริบทของกระแสโลกาภิวัตน์

เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่าในสังคมสมัยใหม่ “ความเป็นท้องถิ่น” ไม่ได้ถูกแยกตัวออกมาเดี่ยวๆ อย่างที่เคยเป็นเมื่อในอดีตอีกต่อไปแล้ว ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโดยรวมของประเทศส่งผลให้เมืองและท้องถิ่นยากจะแยกออกจากกันโดยสิ้นเชิงได้ โดยภายใต้บริบทของกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งนั่นก็คือ กระบวนการที่ประชากรของโลกถูกล้อมรวมเข้าด้วยกันเป็นสังคมเดียวกัน กลายเป็นชุมชนโลกที่บรรดาสมาชิกของสังคมสามารถติดต่อสื่อสารกันได้ด้วยความเร็วผ่านเทคโนโลยีที่นำสมัย ผิดกับในอดีตสักเมื่อ 20-30 ปีที่แล้วเป็นอย่างมาก ปรากฏการณ์นี้เกิดจากแรงของอิทธิพลร่วมทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี การเมือง ซึ่งเป็นการก้าวข้ามอำนาจความเป็นรัฐและพรมแดนของรัฐไปสู่ความผูกขาดขอบเขตทั่วโลก ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวไม่ใช่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว หากแต่ได้แทรกซึมในทุกๆ มิติของสังคม ไม่เว้นแม้แต่ความเป็นท้องถิ่นที่มีรากฐานมาจากทรัพยากรทางธรรมชาติ ตลอดจนภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษได้สั่งสมมาตั้งแต่ในอดีต (บุญยิ่ง ประทุม, 2551:1-2)

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2546:208) นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนได้แสดงทัศนะของสังคมในยุคโลกาภิวัตน์กับความเป็นท้องถิ่นไว้อย่างน่าสนใจว่า กระบวนการดังกล่าวเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างโลก(Global) กับท้องถิ่น(Local) ผนวกรวมตัวกันโดยมีเศรษฐกิจไร้พรมแดนเป็นตัวผลักดันให้เข้าสู่กระแสวัตถุนิยมและลัทธิบริโภคนิยม ทั้งนี้โดยมีกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางการแพร่กระจายค่านิยมของการบริโภคไปสู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างรวดเร็วและรุนแรง เช่น เด็กวัยรุ่นต่างจังหวัดยอมกระโดดกัญญาหมายบางอย่าง(ค้ายาบ้า)เพื่อแลกกับการนำเงินที่ได้ไปซื้อโทรศัพท์มือถือหรือนำไปซื้อรถจักรยานยนต์เพื่อการเที่ยวเตร่เพียงอย่างเดียว ขณะเดียวกันประเด็นเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นก็นับว่าได้รับผลกระทบจากการเจริญเติบโตของระบบทุนนิยมด้วยเช่นเดียวกัน แนวคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับที่ ศิริพร ภักดีผาสุข (2548 : 33-35) ที่ได้กล่าวถึงความเป็นท้องถิ่นภายใต้บริบทของกระแสสังคมสมัยใหม่ ซึ่งในที่นี้สรุปได้ว่าการไหลบ่าของกระแสโลกาภิวัตน์ที่ค่อยๆ ทับถมเข้าสู่สังคมไทยอย่างช้าๆ ทำให้หลายคนหวั่นเกรงกันว่า “ความเป็นหนึ่งเดียวในระดับสากล” จะลบเลือน “อัตลักษณ์ท้องถิ่น” ไปจนหมดสิ้น ดังนั้นแล้วกระบวนการอนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่นจึงเริ่มเป็นประเด็นที่สังคมในทุกๆ ภาคส่วนต้องทบทวนกันอย่างจริงจัง ทั้งนี้เพื่อที่จะรักษา “ตัวตน” และเพื่อต่อต้านกระแสโลกาภิวัตน์อันเชี่ยวกราก ทั้งๆ ที่ก่อนหน้านี้มีเพียงไม่กี่คนที่จะโหยหาอดีตหรือหวงแหนความเป็นท้องถิ่นของไทย ซึ่งนับเป็นวาทกรรมกระแสหลักของสังคมไทยที่ว่าด้วยเรื่องของ ความเป็นท้องถิ่น ทั้งนี้โดยการจุดมโนทัศน์ที่ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของโลกาภิวัตน์หรือนัยหนึ่งก็คือ เป็นวัฒนธรรมโลก นั่นเอง

จากแนวความดังที่กล่าวมาทั้งหมด ได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นท้องถิ่นในบริบทของสังคมโลกาภิวัตน์ และยากที่จะแยกออกจากกันได้โดยสิ้นเชิง ในขณะที่ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ขยับเข้าสู่บริบทของการบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรม ซึ่งได้เปิดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามา

สัมพันธ์กับคุณค่าและความหมายจากการบริโภค “สัญญาณ” หรือ Sign-Value ที่สร้างขึ้น ด้วยเหตุนี้เรามักจะพบเห็น การเปิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยชูนโยบายถึงความเป็นท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้เลือกไปกันตามความสมัครใจ เช่น การท่องเที่ยวตลาดน้ำ ชุมชนเก่า วัดเก่า ฯลฯ ซึ่งในประเด็นนี้มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงอย่างมากกับที่กรณีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ผลิตหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เด่นๆ ในประเทศไทยให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก พร้อมกับได้พยายามนำเสนอให้เห็นถึงคุณค่าของวัฒนธรรมดั้งเดิมเหล่านั้นซึ่งล้วนแล้วแต่มีเอกลักษณ์อันน่าสนใจทั้งสิ้น ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของเครื่องใช้ วิถีชีวิต และ ฯลฯ (ยุทธพงษ์ สืบศักดิ์วงศ์, 2548 : 177)

จากข้อมูลดังกล่าวมาในข้างต้น จะเห็นได้ว่าในสังคมสมัยใหม่ภาพของความเป็นท้องถิ่นนับว่าเป็นสิ่งที่ค่อนข้างดึงดูดความสนใจต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะประเด็นเรื่องของวัฒนธรรมประเพณีไทยนั้นเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีของคนทั่วไป

## 2. แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน

สำหรับแนวความคิดเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน นับเป็นโครงสร้างหลักของงานวิจัยเรื่องนี้ เนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่จะใช้ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อค้นหาคุณค่าความหมายในลำดับต่อไป ในที่นี้มีประเด็นที่น่าสนใจพอที่จะสรุปให้เห็นได้ ดังนี้

### 2.1 ธรรมชาติทั่วไปของสื่อพื้นบ้าน

เป็นที่รับทราบกันโดยทั่วไปว่า สิ่งที่เราเรียกว่า “สื่อ” (Media) นั้น มิได้ติดตัวมาตั้งแต่เกิด เช่นเดียวกับกับ ความหมาย(Meaning) ก็ไม่ได้เกิดขึ้นเองมาตามธรรมชาติ หากแต่เป็นสิ่งที่มนุษย์ได้สร้างหรือกำหนดบทบาทขึ้นมาแทบทั้งสิ้น โดยเฉพาะสื่อ ซึ่งในเบื้องต้นทุกคนในสังคมต้องตระหนักก่อนว่า มันคือสื่อ และหน้าที่ของสื่อโดยพื้นฐานก็คือ การเชื่อมโยงคนสองคนให้เข้ามารู้จักสัมพันธ์กัน ในแวดวงวิชาการด้านสื่อสารมวลชน สื่อ นับเป็นตัวกลางหรือพาหะที่เป็นเครื่องหล่อหลอมเนื้อหา/ความหมายบางอย่าง เช่น ซอดอกไม้มือที่ชายหนุ่มมอบให้แก่หญิงคนรัก เพื่อแสดงความรักความห่วงใยแก่กัน ซอดอกไม้นั้นจะกลายมาเป็นสัญลักษณ์หรือสื่อแสดงแทนความผูกพันทันที ฉะนั้นในเบื้องต้นแล้วสื่อต้องมีคุณสมบัติอย่างน้อย 2 ประการที่สำคัญ คือ ประการแรก สื่อทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างคนเข้าด้วยกัน และประการที่สอง สื่อต้องทำหน้าที่ในการหล่อหลอมสารหรือเนื้อหาบางอย่างจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร (กาญจนา แก้วเทพ, 2549ก:29)

สกนธ์ ภูงามดี (2547:15) ได้กล่าวถึงความหมายของ “สื่อ” ไว้อย่างที่น่าสนใจในหนังสือเรื่อง การวางแผนในงานโฆษณา สรุปความได้ว่า สื่อ คือ ตัวกลางหรือช่องทางเพื่อให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่ต้นทางกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่ปลายทางได้เดินทางถึงกัน โดยสิ่งที่อยู่ต้นทางอาจจะเป็นข้อความ ตัวอักษร หรือแม้แต่กิริยาท่าทางไปยังสิ่งที่อยู่ปลายทางโดยผ่านตัวกลาง ซึ่งในที่นี้เราเรียกว่าสื่อนั่นเอง

สำหรับคำว่า “พื้นที่บ้าน” (Area Based) มีนัยหมายถึง การกำเนิดเจริญเติบโตขึ้นมาในแต่ละพื้นที่ และถ้าเราไปรวมกับคำว่าสื่อเป็น สื่อพื้นที่บ้านก็就会有ความหมายไปในทิศทางว่า เป็นสื่อที่ถือกำเนิดขึ้นและใช้สอยกันอยู่ในแต่ละพื้นที่ ลักษณะที่สำคัญพื้นฐานทั่วไปของสื่อพื้นที่บ้านเหมือนกับเหรียญสองด้าน หรือ ทวิลักษณ์ กล่าวคือ ในด้านหนึ่งจะมีคุณสมบัติร่วมกับที่อื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น การสวมใส่กระโปรงของหญิงสาวชาวม้งที่จะใส่กระโปรงแบบมีจีบรอบตัว ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับผู้หญิงทั่วไปสวมใส่อยู่ แต่ในเวลาเดียวกันกระโปรงของหญิงสาวชาวม้งก็จะมี “กรรมวิธีการผลิตและระดับประดา” สัญลักษณ์บางอย่างลงไปที่ทำให้เป็น “เอกลักษณ์เฉพาะ” ทำให้ผู้พบเห็นรู้และเข้าใจทันทีว่ามีใช้เป็นเครื่องใช้สำหรับหญิงสาวโดยทั่วไป (กาญจนา แก้วเทพ, 2549ก:35)

ทุกวันนี้ถ้าพูดถึง “สื่อพื้นที่บ้าน” (Folk Media) หลายคนคงนึกถึงสื่อที่เกิดขึ้นและใช้สอยกันในชุมชนท้องถิ่นที่มีกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อนมากนัก สามารถใช้วัสดุในท้องถิ่นที่มีอยู่มาประยุกต์ใช้ในการผลิตและจัดทำได้ โดยปกติแล้วสื่อพื้นที่บ้านนี้เป็นสื่อที่เกิดขึ้นมาก่อนสื่อสมัยใหม่ และเป็นสื่อที่ถูกใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารของคนในชุมชน ตัวสื่อพื้นที่บ้านนั้นค่อนข้างมีความหลากหลายและความจำกัดในแง่ของประเภทของสื่อหรือแหล่งกำเนิดของสื่อเอง ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งกำเนิดของสื่อพื้นที่บ้านมีลักษณะเป็นการกระจายตัว (Decentralized) ที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับในแต่ละท้องถิ่น (Localized) ที่ตัวสื่อต่างๆ ถือกำเนิดขึ้นมา แต่ในขณะที่สื่อมวลชนนั้นมีกลุ่มของผู้ผลิตที่เป็นแบบ “ศูนย์รวม” (Centralized) และมีโครงสร้างที่เป็นมาตรฐานค่อนข้างชัดเจนมากกว่า เช่น สื่อภาพยนตร์ก็จะมีกระบวนการผลิต การผลิต กระบวนการผลิต และหลังการผลิตที่จะต้องใช้บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านรวมทั้งเครื่องมือและเทคโนโลยีในการผลิต (สุชาติ พงศ์กิตติวิบูลย์, 2554 : 141)

## 2.2 ประเภทของสื่อพื้นที่บ้าน

สำหรับการทำความเข้าใจกับสื่อพื้นที่บ้านในแง่ของการจัดแบ่งประเภทนั้น มีแนวคิดพื้นฐานที่ผู้วิจัยจะขอแนะนำเสนอโดยการอาศัยกรอบทฤษฎีของ B.Seal (1989) ที่ว่าด้วยเรื่องของปฐมบทของการศึกษาสื่อพื้นที่บ้านเป็นแนวทางในการศึกษาทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ดังกล่าว ทั้งนี้โดยมี กาญจนา แก้วเทพ (2549ก:38-39) นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนที่มีความเชี่ยวชาญด้านการศึกษาสื่อพื้นที่บ้านมาเป็นแม่แบบในการศึกษา ในลำดับต่อไปผู้วิจัยจะขอหยิบยกเอาแนวความคิดเกี่ยวกับการแบ่งประเภทของสื่อพื้นที่บ้านมาแนะนำ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.) สื่อที่เป็นวจนภาษา (Verbal Form) สื่อประเภทนี้มีขอบเขตที่กว้างขวาง ส่วนใหญ่มักจะอยู่ในรูปของภาษาพูดและภาษาเขียน อีกทั้งยังสามารถพบเห็นได้ทั่วไป เช่น คำพูดคำจาของคน ภาษิต บทกลอน เพลงพื้นบ้าน เรื่องเล่า หรือแม้แต่ตำนานต่างๆ ที่มีการเก็บรวบรวมไว้ เป็นต้น

2.) สื่อที่เป็นพฤติกรรม (Behavior Form) สื่อประเภทนี้ปรากฏให้เห็นได้ทั่วไป เช่น วิถีชีวิตของผู้คน วัฒนธรรมประเพณี เครื่องแต่งกาย งานเฉลิมฉลอง ตลอดจนการเล่นพื้นเมืองต่างๆ

3.) สื่อที่เป็นวัตถุ (Material Form) เช่น สิ่งของเครื่องใช้และอุปกรณ์ต่างๆ เช่น งานฝีมือของตกแต่งบ้าน งานประดิษฐ์เสื้อผ้าของใช้ สิ่งประดิษฐ์ต่างๆ

4.) สื่อที่เป็นอวจนภาษา (Non-Verbal Form) สื่อประเภทนี้ได้แก่ การแสดงอากัปกิริยา การจัดสถานที่ ลักษณะท่าทางของคน การจัดระยะห่าง การวาดภาพหรือเขียนตัวอักษร งานศิลปะ ฯลฯ

นอกจากนี้ประเด็นที่มีความน่าสนใจเกี่ยวกับสื่อพื้นบ้าน ก็คือ ตัวสื่อเหล่านั้นสามารถหาได้จากท้องถิ่นเอง ซึ่งอาจจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป สื่อประเภทนี้มักมีความคุ้นเคยกับคนในชุมชนเป็นอย่างดีเนื่องจากเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ตัวกับผู้คนในสังคม โดยเฉพาะในท้องถิ่นสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ สามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นสื่อพื้นบ้านได้ เช่น ของที่ระลึกที่ขายให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อนำกลับไป อย่างสินค้าประเภทไม้สักแกะสลักที่ผ่านกระบวนการผลิตที่สวยงามประณีต เนื้อไม้มีความละเอียด นับเป็นการสร้างมูลค่าให้กับตัวสินค้า ซึ่งจากกรณีนี้ ไม้สักธรรมดาๆ ก็ได้มีความหมายเพียงเป็นแค้ไม้ที่ใช้สอยเท่านั้น หากแต่ได้เปลี่ยนเป็น “สัญลักษณ์” ของความมั่งคั่ง อำนาจ และบารมีของผู้ครอบครองได้ เช่นเดียวกันไม้มงคลต่างๆ ที่ยังแผ่ร่นไปด้วยโชคกลางของขลัง (โฆมสี แสนจิตต์, 2548:231)

### 2.3 หน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน

ประเด็นที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งในการศึกษาสื่อพื้นบ้านนั้น ก็คือ การพิจารณาการทำหน้าที่ของสื่อพื้นบ้าน ซึ่งก็เหมือนกับสื่อประเภทต่างๆ ที่ขึ้นชื่อว่าเป็นสื่อแล้วนั้นก็ย่อมจะต้องทำหน้าที่ด้วยเช่นเดียวกัน และในที่นี้จะขอนำเอารากฐานความคิดจากทฤษฎีหน้าที่นิยม (Functionalism) ซึ่งมองว่าสื่อต่างๆ ประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้น ก็คือ “สื่อของสังคม” ที่ต้องมีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบต่อสังคมเช่นเดียวกับสื่อกระแสหลัก นักวิชาการอย่าง กาญจนา แก้วเทพ (2549ข:445-446) ได้สรุปหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านต่อสังคมไว้ดังนี้

- 1.) แจ้งข่าวสาร
- 2.) ให้การศึกษา
- 3.) ให้ความบันเทิง
- 4.) ประสานความสัมพันธ์ของคนในสังคม

จากการทำหน้าที่ของสื่อตามหลักการในข้างต้นนั้น ส่งผลให้เกิดความเข้าใจพื้นฐานที่ว่า บทบาทการทำหน้าที่ของสื่อพื้นบ้านก็มีลักษณะคล้ายกับสื่อสารมวลชนทั่วไปที่ต้องทำหน้าที่หลักต่อสังคมและประเทศชาติ ขณะเดียวกันตัวสื่อพื้นบ้านก็ยังแสดงออกถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้น กระแสการรื้อฟื้นวัฒนธรรมท้องถิ่นในสังคมไทยจึงค่อยๆ เติบโตควบคู่มา กับสภาวะทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ที่ได้เปิดพื้นที่ให้กับสื่อพื้นบ้านในการแสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้สังคมภายนอกได้รับรู้ เช่น กรณี การผลิต-การบริโภคสินค้าวัฒนธรรม รวมทั้งการผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยว ที่บรรดาตัวสื่อสินค้า

ทั้งหลายเป็น“ตัวสัญลักษณ์”(Signifier) ที่สามารถสร้างความหมายหรือตัวตนให้กับผู้ที่ครอบครองได้เหมือนกับสินวัฒนธรรมอื่นๆ (ปราโมทย์ ภัคดีณรงค์, 2548 : 213)

จากข้อมูลดังกล่าวมาทั้งหมด เป็นการนำเสนอให้เห็นถึงธรรมชาติของสื่อพื้นบ้าน รวมทั้งมุมมองของนักวิชาการที่ได้ศึกษาค้นคว้า และในลำดับต่อไปจะเป็นการนำเสนอถึงแนวความคิดสัญลักษณ์วิทยา ซึ่งเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องของการสร้างความหมายที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะจะใช้เป็นแนวทางในการค้นหาความหมายหรือสัญลักษณ์ในเชิงลึกต่อไป

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

#### 3.1 ปฐมบทเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ปัจจุบัน“การท่องเที่ยว” หรือ “วัฒนธรรมการท่องเที่ยว” มีเรื่องที่มีมานานตั้งแต่สมัยโบราณกาลจนกระทั่งปัจจุบัน อาจจะกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวไม่สามารถจะแยกแยะออกจากสังคมมนุษย์ได้ McIntoen and Goeldner (1984: 112-113, อ้างในวิถิทรศน์, 2540:8) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไว้อย่างน่าสนใจ ซึ่งในที่นี้สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวก็คือ การเดินทางไปในที่ใดๆ เพื่อสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ ขณะเดียวกันก็เป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของกลุ่มคนต่างๆ ด้วย ทั้งนี้การท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน ซึ่งจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542:5) ได้นิยามความหมายของ “การท่องเที่ยว” ไว้อย่างน่าฟัง ซึ่งในที่นี้สรุปความได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน การพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ ดังนี้

- 1.) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2.) เดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3.) การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหา รายได้ ทั้งนี้

เหตุผลสำคัญของการท่องเที่ยวคือ การไปศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนชาติอื่น

ในการเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์ในยุคเริ่มต้น ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการเดินทางของเหล่าทหารและกองทัพของพวกเขา พ่อค้า ตลอดจนผู้แทนรัฐบาลในอดีต ซึ่งมีความจำเป็นเพื่อการติดต่อคมนาคมระหว่างรัฐบาลกลางกับอาณานิคมต่างๆ ที่อยู่ห่างกันออกไป ประกอบกับในระยะเริ่มแรกของสังคมมนุษย์ นับเป็นกลุ่มชนที่ต้องร่อนเร่พเนจรไปในที่ต่างๆ ทั้งนี้ก็เพื่อจาริกและแสวงหาสถานที่ที่เป็นแหล่งอาหารและที่อยู่อาศัย ขณะเดียวกันก็เพื่อหลบหลีกภัยจากศัตรูต่างๆ ที่จะเข้ามาทำร้าย หากวิเคราะห์ตามหลักจิตวิทยาซึ่งถือว่าธรรมชาติของมนุษย์เป็นผู้ที่อยากรู้อยากเห็นและมักจะชอบความสนุกสนานและการผจญภัย ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมาจึงทำให้มนุษย์อยากเดินทางไปยังที่ต่างๆ เพื่อสนองต่อความอยากรู้อยากเห็นและความต้องการของตนเองเสมอ

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าอย่างชัดเจนว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการเดินทางไปยังที่ต่างๆ ทั้งนี้เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆให้กับตัวเอง สำหรับในประเทศไทยใช้คำว่า “ไปเที่ยว” ซึ่งในเริ่มต้นมีความหมายทั่วไปว่า การเดินทางไปไหนต่อไหนทั้งใกล้และไกลเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2479 จึงเริ่มมีการใช้คำว่า “การท่องเที่ยว” อย่างเป็นทางการ ดังจะเห็นจากกระทรวงพาณิชย์ได้จัดตั้ง “แผนส่งเสริมพาณิชย์และการท่องเที่ยวขึ้น” และประมาณ พ.ศ. 2492 สำนักนายกรัฐมนตรีได้มีการโอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมาอยู่ในความดูแลของกรมโฆษณาการ นับตั้งแต่นั้นมาคำว่า “การท่องเที่ยว” ก็ไม่ได้มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า “ไปเที่ยว” หรือ “เที่ยว” อีกต่อไป หากแต่จะมีความหมายเป็นงานอย่างหนึ่งโดยเฉพาะเป็นการปฏิบัติงานที่เป็นระบบจนเรียกได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ชนิดหนึ่งให้กับประเทศ (โครงการวิถึทรรศน์, 2540: 4-5)

ขณะเดียวกันวัฒนธรรมการเดินทางท่องเที่ยวในแบบต่างๆ กลายมาเป็นรากฐานสำคัญของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน รัฐบาลหลายประเทศมีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวให้เป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับประเทศ สำหรับรัฐบาลไทยประกาศให้ปี พ.ศ. 2541-2542 เป็นปีท่องเที่ยวไทย หรือที่เรียกว่า Amazing Thailand 1998-1999 อีกครั้ง (หลังจากที่เคยประกาศใช้มาก่อนหน้านี้ ซึ่งครั้งนั้นมีขึ้นในปี พ.ศ. 2530 อันเป็นปี “ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย” หรือ “Visit Thailand Year”) นับเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของการบริหารอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในความนิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และเป็นการดึงดูดให้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น พักอยู่นานวัน รวมทั้งใช้จ่ายเงินมากขึ้น นอกจากนี้การขยายตัวของกรมคมนาคม ก็ได้เป็นปัจจัยที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตขึ้น สำหรับประเทศไทยยังคงเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และกลายเป็นรสนิยมของชนชั้นกลางใหม่ที่ต้องการแสวงหาค่านิยมที่แตกต่างไปจากคนอื่น ๆ ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้ชอบการท่องเที่ยวแบบพินบ้าน เพื่อไปชมความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ตลอดจนการดำเนินชีวิตที่เกื้อกูลกันระหว่างคนกับธรรมชาติ (โฆมสี แสนจิตต์, 2548:233)

ปัจจุบันเป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่า การท่องเที่ยวเป็นระบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีผู้ซื้อผู้ขายอย่างชัดเจน ซึ่งได้อยู่ภายใต้องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) การบริหารการท่องเที่ยว (Tourism Service) และประการสุดท้าย คือ การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ อีก เช่น ระบบเศรษฐกิจ สังคม โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ระบบนิเวศ วัฒนธรรม ฯลฯ เป็นองค์ประกอบเสริมที่จะทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย และแตกต่างกัน ถ้าในส่วนของทรัพยากรการท่องเที่ยวก็จะหมายถึงธรรมชาติที่สวยงาม แต่ถ้าเป็นกรณีทรัพยากรทางด้านประวัติศาสตร์ก็จะหมายถึงโบราณสถาน โบราณวัตถุ ตลอดจนสิ่งที่ทรงคุณค่าที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น อาทิ อุทยานประวัติศาสตร์ เมืองโบราณ พระราชวัง แหล่งโบราณคดีต่างๆ นอกจากนี้ยังมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและกิจกรรมอื่นๆ ที่เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนที่มีความเป็นเอกลักษณ์เป็นจุดสนใจให้คนเดินทางมาท่องเที่ยว(สถาบันคลังสมองของชาติ, 2552:7-8)



สำหรับประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาและมีฐานะเป็นตลาดการท่องเที่ยว ราคาถูกที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากสนใจเดินทางมาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง และแม้ว่าปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศกำลังประสบปัญหาภาวะตกต่ำก็ตาม ในแต่ละปีประเทศไทยได้มีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวชาติต่างๆ เป็นจำนวนมาก ในขณะที่เดียวกันประเทศเพื่อนบ้านมียอดนักท่องเที่ยวติดลบ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวไทยเหนือกว่าประเทศเพื่อนบ้าน จากคำกล่าวข้างต้นเป็นภาพสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาคนี้ และเหตุที่การท่องเที่ยวทำเงินให้กับภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามมาอย่างมากมาย ทั้งในด้านการบริการ การค้าขาย เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจการนำเที่ยว รวมทั้งธุรกิจการขายของพื้นเมืองและของที่ระลึกต่างๆ ซึ่งผลดีคือทำให้เกิดการหมุนเวียนของเงินทุนและการกระจายรายได้ และประเทศไทยนั้นถือว่าประสบความสำเร็จมาโดยตลอดในช่วง 20 ปี ทั้งนี้เนื่องจากว่าสิ่งที่ประเทศไทยใช้เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชม ก็คือ ต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีชีวิต ธรรมชาติที่สวยงาม รวมทั้งเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่ทรงคุณค่าและแฝงเร้นไปด้วยเอกลักษณ์ ปัจจัยทั้งสามสิ่งนี้นับเป็นความหลากหลายที่เป็นเสน่ห์ดึงดูดใจคนจากที่ต่างๆ เดินทางมาเที่ยวชมประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง (วีระพันธุ์ ชินวัตร, 2554: 80-81)

จากข้อมูลดังกล่าวมาจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทความสำคัญต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ลำดับต่อไปจะขอเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ที่มีประเด็นเรื่องของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นเนื้อหาสำคัญ ซึ่งในที่นี้จะขอเสนอให้เห็นภาพพอสังเขป ดังนี้

### 3.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ นับว่าเป็นอีกมิติหนึ่งของวัฒนธรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อพิจารณาจากประวัติศาสตร์ของสังคมไทยดั้งเดิมดูแล้ว พบว่าผู้คนส่วนใหญ่นั้นได้อาศัยและใช้ชีวิตอยู่ตามชุมชนริมน้ำอันแวดล้อมไปด้วยธรรมชาติ นิยมตั้งบ้านเรือนใกล้กับแหล่งน้ำ เช่น แม่น้ำ ลำคลอง เพื่อใช้พึ่งพิงในการเพาะปลูก ต่อมาบ้านเมืองมีการพัฒนามากขึ้น รวมทั้งมีการขยายเส้นทางการคมนาคมเพิ่มเติม การดำรงชีวิตความเป็นอยู่ก็เปลี่ยนไป ผู้คนก็เริ่มมีความหลากหลายกันมากยิ่งขึ้น ประกอบกับมีการแลกเปลี่ยนซื้อขายสิ่งของซึ่งกันและกัน ทั้งจากภายในและภายนอกชุมชน จนกลายมาเป็นแหล่งซื้อขายทางเศรษฐกิจที่เรียกว่า “ตลาด” ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะประกอบไปด้วยร้านรวงและบ้านช่องที่อยู่อาศัย ทำการค้าขายสิ่งของเครื่องใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันทั่วไป มีบรรดาพ่อค้าแม่ค้าจากหลายถิ่นเข้ามาขายสินค้า ชุมชนใดใช้การคมนาคมทางบกในการติดต่อหรือไปมาหาสู่กันก็จะเรียกว่า ตลาดบก ส่วนถ้าชุมชนนั้นใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นเส้นทางการสัญจรไปมา ก็จะเรียกว่า “ตลาดน้ำ” ซึ่งการเปิดค้าขายก็อาจจะอยู่ในแพหรือในเรือ (สำนักพิมพ์เมืองโบราณ, 2537:6-8)

ในส่วนการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ถูกจัดอยู่ในกลุ่มของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีความเกี่ยวเนื่องและเชื่อมโยงกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมุ่งหวังเพื่อการศึกษาและซึมซับสุนทรีย์จากแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองได้สัมผัสมา โดยลักษณะของการท่องเที่ยวจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะความบริสุทธิ์ของวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่ปราศจากการปรุงแต่ง ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการเดินทางที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรียนรู้ ชื่นชม โดยได้กำหนดเงื่อนไขดังต่อไปนี้ คือ 1) เป็นการเดินทางจากที่อาศัยปกติไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งเป็นการชั่วคราว 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือเป็นการหารายได้ (อุดม เขยกิจวงศ์และคณะ, 2554 : 66-68)

สำหรับการท่องเที่ยวใน “ท้องถิ่น” (Local Tourism) ก็นับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศนอกเหนือไปจากระดับมหภาค โดยในส่วนของท้องถิ่นนั้น แหล่งท่องเที่ยวก็จะมีลักษณะที่เป็นชุมชนชนบทแบบดั้งเดิม ซึ่งมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่น่าสนใจเป็นจุดขาย และมีการเข้าถึงที่สะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ ไม่ไกลจากศูนย์กลางมากนัก แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะได้รับความสะดวกจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวใดมีกิจกรรมการมีส่วนร่วมในการเล่นและการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมของชุมชนด้วยแล้ว ผู้มาเยือนก็จะได้รับบรรณรสและสามารถสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเหล่านั้นได้เป็นอย่างดี นับเป็นความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน ขณะเดียวกันก็เป็นการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นด้วยเช่นเดียวกัน (สถาบันคลังสมองของชาติ, 2552:20)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวในท้องถิ่นค่อยๆ ได้รับความนิยมในหมู่ของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวประกอบกับการเดินทางได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ในหลายๆ ชุมชนจึงมีนโยบายในการส่งเสริมและอนุรักษ์การท่องเที่ยว โดยเน้นเอาคนในชุมชนเองเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เช่นในกรณีที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการถ่ายโอนภารกิจด้าน “การส่งเสริมการท่องเที่ยว” ในท้องถิ่นมาจากส่วนกลาง โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกในท้องถิ่นได้ร่วมกันวางแผนด้านการท่องเที่ยว การปรับปรุง ตลอดจนการดูแลบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งบริหารจัดการเกี่ยวกับการทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาเที่ยวชม ขณะเดียวกันก็ยังมีนโยบายในการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ของตนเองที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ไม่เปลี่ยนแปลงมาเป็นจุดสนใจเพื่อดึงดูดให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสและเที่ยวชม (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552:76-78)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดเป็นการฉายภาพให้เห็นถึงบริบทของการท่องเที่ยวที่อาศัยวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นจุดดึงดูดความสนใจในการท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละพื้นที่ก็จะมีเสน่ห์ที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม นับเป็นความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ลำดับต่อไปจะขอนำเสนอถึงทฤษฎีสัญญาวิทยาและแนวคิดเชิงโครงสร้างนิยมที่จะนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้

#### 4. ทฤษฎีสัญญาวิทยาและแนวคิดโครงสร้างนิยม

ทฤษฎีสัญญาวิทยาและแนวความคิดโครงสร้างนิยม นับเป็นกรอบแนวความคิดหลักในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการวิเคราะห์ความหมายที่เกิดจากปรากฏการณ์ทางสังคม โดยในที่นี้ผู้วิจัยได้พยายามรวบรวมเนื้อหาสำคัญๆ ไว้ ดังนี้

##### 4.1 จุดเริ่มต้นของทฤษฎีสัญญาวิทยาและแนวคิดโครงสร้างนิยม

แนวทางการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคม โดยอาศัยศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องของสัญญาวิทยา (Semiology) หรือสัญศาสตร์ (Semiotics) ทั้งนี้คำสองคำนี้ถือว่าเป็นคำคำเดียวกัน มาจากรากศัพท์ในภาษากรีกที่แปลว่า สัญญา (Sign) หรือศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบของความหมายที่ได้ถูกสร้างขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นอย่างใดก็ได้ที่อยู่รอบตัวเรา เช่น ภาษา เครื่องหมาย สัญญาณ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้แทนความหมายของอีกสิ่งหนึ่ง อย่างกรณี ป้ายจราจร หรือสัญญาณไฟเขียวไฟแดงซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่ใครเห็นแล้วก็ต้องเข้าใจความหมายนั้นได้ทันทีว่าหมายถึงอะไร การรับรู้ความหมายของสัญญานี้ นับเป็นกระบวนการทางสมองของมนุษย์ที่เกิดจากเชื่อมโยงระหว่างภาพที่เห็น(สิ่งที่เป็นกายภาพ เช่น ตัวอักษร เสียง ภาพ) กับมโนทัศน์หรือความคิดรวบยอดของคนนั้นๆ ซึ่งได้จากการมองเห็น) เช่น เมื่อเห็น คำว่า นก หรือ Bird ก็รับรู้ความหมายได้ทันทีว่าหมายถึง สัตว์ชนิดหนึ่งที่มีปีกและสามารถบินได้ การสร้างและรับรู้ความหมายอันเกิดจากสัญญานี้ไม่ได้ถูกจำกัดแต่เฉพาะแวดวงภาษาศาสตร์เพียงเท่านั้น หากแต่ยังได้ครอบคลุมไปถึงเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นด้วย เช่น รหัสมอร์ส ภาษาเบรลล์ สิ่งประดิษฐ์ รวมทั้งในแวดวงนักสื่อสารการตลาดมืออาชีพที่ต่างได้พยายามสร้างคุณค่าความหมายที่ต้องการลงไปในตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้วยการโฆษณาให้กลุ่มลูกค้าเข้าใจ ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ล้วนแต่เป็นส่วนหนึ่งของสัญญานที่บ่งบอกถึงคุณค่าของผู้ใช้ ตลอดจนสถานะทางสังคม เช่น ความร่ำรวย หรือรสนิยมสมัยใหม่ (ธีรยุทธ บุญมี, 2551: 3 และนับทอง ทองใบ, 2553: 5)

โรลิ่งค์ บาร์ตส์ (1915-1980) เป็นนักภาษาศาสตร์ชาวฝรั่งเศสที่มีความสนใจในเรื่องเกี่ยวกับการสร้างสัญญานเพื่อใช้ในการสื่อความหมาย โดยมีมุมมองพื้นฐานที่ว่าสิ่งต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้สื่อความหมายเป็นผลที่เกิดมาจากกระบวนการทางภาษาศาสตร์ ซึ่งมีกฎเกณฑ์ทางด้านภาษาคอยเป็นเครื่องมือในการสร้างความหมายขึ้นมา เช่น ในภาษาจะมีไวยากรณ์ (Grammar) เป็นหลักการในการประกอบสร้างความหมายขึ้นมา ผู้ที่จะเข้าใจความหมายนั้นได้จะต้องอาศัยการเรียนรู้และประสบการณ์ในการตีความจึงจะเข้าใจความหมายนั้นได้ ซึ่งลักษณะของตัวภาษานี้จะเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงความคิด (Concept)

เข้ากับภาพ(Image) เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน เช่น การรับรู้ความหมายของคำว่า “ความมืด” ได้ก็ต่อเมื่อในโลกนี้มี “ความสว่าง” อยู่นั่นเอง หรือการที่จะเข้าใจความหมายของคำว่า “จน” ได้ก็ต่อเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับคำว่า “รวย” เสียก่อนจึงจะเข้าใจความหมายของความจนได้ (สุภางค์ จันทวานิช, 2551:219-223)

ต้นกำเนิดของแนวความคิดโครงสร้างนิยมมาจากองค์ความรู้ทางด้านภาษาศาสตร์ ซึ่งมีนักวิชาการในสาขาชื่อ F.de Saussure (1915) เป็นผู้พัฒนาแนวคิดนี้ โดยคำว่า “โครงสร้าง” (Structure) ที่ใช้กันในภาษาศาสตร์นั้น หมายถึงกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ความหมายถูกสร้างขึ้นมาให้สามารถสื่อสารเข้าใจร่วมกันได้ ซึ่งอาจเกิดจากการนำเอาองค์ประกอบย่อยๆ มาผสมผสานตามแบบแผนหรือกฎเกณฑ์ทางภาษาอย่าง เช่น ในการแสดงละคร ก็จะมีผู้แสดง ฉาก ดนตรีประกอบ เสียงพูด เทคนิคการจัดแสง ฯลฯ มารวมกันอย่างมีแบบแผนที่แน่นอนและชัดเจน การประกอบสร้างความหมายขึ้นมาไม่ได้ปรากฏอยู่ในแวดวงวรรณกรรมเพียงเท่านั้น หากแต่ยังได้ปรากฏตัวให้เห็นอยู่ในทุกสิ่งทุกอย่างเช่น กรณีประโยคในภาษาไทย ประธานจะต้องมาก่อนกริยา หรือ การสร้างหนังสือเล่มแรกก็ต้องมีฉากกลางคืน ต้องมีเสียงหมาหอนเพื่อสร้างบรรยากาศของความน่ากลัว แล้วจากนั้นผีแมนาคจึงจะปรากฏตัว (กาญจนา แก้วเทพ, 2547: 398)

สำหรับในเชิงภาษาศาสตร์ซึ่งได้ให้ความสนใจกับเรื่องของความหมาย มิ้มมองพื้นฐานว่าผู้ที่ประดิษฐ์หรือสร้างความหมายได้ดีจะต้องมีความเข้าใจที่ลึกซึ้งในด้านของโครงสร้างทางภาษาก่อน โดยเฉพาะระบบสัญลักษณ์หรือแนวความคิดโครงสร้างนิยม (Structuralism) ซึ่งมีความเชื่อพื้นฐานว่า สัญลักษณ์หรือระบบภาษาทุกภาษาจะมีไวยากรณ์ร่วมกันอยู่ เมื่อเราเข้าใจไวยากรณ์เหล่านั้น เราก็จะเข้าใจและสามารถใช้ความหมายของสัญลักษณ์ต่างๆ ได้ดีขึ้น เช่น คำที่ใช้เรียกชื่อสีเหลืองในภาษาไทยมีอยู่หลายคำด้วยกัน บางคนใช้คำว่า เหลืองอ้อย บางคนใช้คำว่า เหลืองอำพัน ซึ่งก็ให้ระดับความหมายที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นหน้าที่ของนักสัญศาสตร์หรือโครงสร้างนิยมจะต้องศึกษาปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมหนึ่งๆ ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์รายการบันเทิง การออกแบบงานโฆษณา การแสดงดนตรี การละเล่นพื้นบ้าน งานปาร์ตี้ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อค้นหาความหมายในเชิงลึกของปรากฏการณ์นั้นๆ ให้มีความชัดเจนขึ้น รวมทั้งเพื่อเข้าใจกฎเกณฑ์ทางภาษานั้นด้วย (ธีรยุทธ บุญมี, 2551:11-12)

ในการประยุกต์ใช้แนวคิดโครงสร้างนิยมมาใช้ในการศึกษาสื่อหรือปรากฏการณ์ทางสังคม รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่มนุษย์ได้ร่วมกันสร้างขึ้น มีพื้นฐานความเชื่อว่า “สังคม” คือ ระบบที่เกิดจากกลไกการทำงานที่ของส่วนต่างๆ ร่วมกันเกี่ยวข้องกัน มีโครงสร้างที่อยู่ภายในซ่อนอยู่เพื่อรักษาระบบของการทำงานให้สามารถดำเนินต่อไปได้ นักคิดที่อยู่ในแวดวงนี้จึงมองว่าสังคม คือส่วนต่างๆ ของโครงสร้างที่สัมพันธ์เชื่อมโยงเข้าหากัน แต่สังคมก็จะมีโครงสร้างเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและความสัมพันธ์ของคนให้ดำรงความเป็นสถาบันสังคมเอาไว้ สำหรับแนวคิดที่มีความพยายามในการทำความเข้าใจกับโครงสร้างของสังคมในระดับที่ลึกเริ่มขึ้น เริ่มมาจาก F.de Saussure ซึ่งเป็นนักภาษาศาสตร์ชาวสวิสเซอร์แลนด์ที่มี

ความเชี่ยวชาญในระบบของภาษา โดยเขาได้มองว่า ภาษาที่เราใช้พูดและเขียนกันเป็นสิ่งที่มียู่ในระบบ หรือมีโครงสร้างอยู่ภายใน ไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นลอยๆ โดยไม่มีที่มาที่ไป และในขณะเดียวกันก็มีระดับของ ภาษา ส่วนนี้ เดอโซซัวร์ ได้แบ่งระดับของภาษาของออกเป็นสองระดับด้วยกัน ระดับแรก เรียกว่า “ภาษา” (Langue) คือ ส่วนที่เป็นโครงสร้างหรือกฎเกณฑ์ที่เป็นไวยากรณ์ที่ทำหน้าที่ในการสร้างระบบความหมาย เช่น ถ้าเอ่ยถึงโครงสร้างเบื้องต้นของภาษาที่เป็นประโยค คือ จะต้องมีการประธาน กริยา และกรรม เป็นองค์ ประกอบหลักที่ขาดไม่ได้ ส่วนระดับที่สอง เรียกว่า “คำพูด”(Parole) เป็นส่วนที่เป็นกระบวนการเปล่ง เสียง หรือ ถ้อยคำ ในภาษาของมนุษย์ที่ใช้อยู่จึงสองส่วนประกอบนี้เสมอ ซึ่งทั้งหมดจะมีโครงสร้างซ่อนอยู่ ภายในโดยที่มนุษย์ไม่ทันรู้ตัวเพราะเป็นโครงสร้างที่อยู่ในระดับลึกลงไป (สุภางค์ จันทรวานิช, 2551:145-146)

ส่วนนักวิชาการทางด้านสังคมศาสตร์ ที่ได้ให้ความสนใจในการวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง อย่าง ซึ่งมีมุมมองในเรื่องเกี่ยวกับสัญญาว่าเป็นหลักการที่ถูกประยุกต์มาจากแนวคิดสำนัก “โครงสร้าง นิยม”(Structuralism) ที่ถูกพัฒนามาจากการวิเคราะห์ทางด้านภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้าง โดยมองว่า วิธีการที่ความหมายถูกสร้างขึ้นมาให้สามารถสื่อสารเป็นที่เข้าใจได้ภายใต้บริบททางสังคมหนึ่งๆ ได้นั้นจะต้องมีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนเช่นเดียวกับลักษณะทางด้านภาษาศาสตร์ทั่วไปที่มักจะมี “ไวยากรณ์” เป็นองค์ ประกอบในการควบคุมความหมายนั้นๆ เช่นเดียวกันกับ อุลลรตันน์ ศิริวุศักดิ์ (2541:192-193) ที่มีแนวคิด ว่า การศึกษาระบบความหมายจากตัวบทหรือตัวงานภายใต้กรอบแนวคิดสัญญาวิทยานั้นมีที่มาจาก วิชาภาษาศาสตร์ และต่อมาได้พัฒนาเป็นทฤษฎีโครงสร้างนิยมที่ได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษกับระบบความ หมายที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นทั้งในทางกายภาพและทางสังคม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ สิ่งที่สามารถสื่อสาร ได้ทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับสัญญาทั้งสิ้น

สำหรับการใช้มุมมองเชิงโครงสร้างนิยมมาทำความเข้าใจกับผลผลิตทางวัฒนธรรมต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น ก็เป็นที่ประจักษ์ชัดของคนทั่วไป ซึ่งในที่นี้รวมทั้งการศึกษาและวิเคราะห์ผล งานด้าน ศิลปะด้วย เช่นในกรณี การวิเคราะห์ผลงานทางด้านศิลปะ ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ผ่านการรับรู้ด้วยสายตา หากผู้อ่านงานศิลปะมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับไวยากรณ์ของผลงานนั้นๆ ก็จะช่วยทำให้ผู้อ่านสามารถการ รับรู้ถึงสุนทรียศิลป์ในงานศิลปะได้อย่างถ่องแท้ เช่นเดียวกันกับระบบของภาษาพูดภาษาเขียนที่ใช้องค์ ประกอบทางวรรณศิลป์เป็นสิ่งสร้างความไพเราะและความสวยงามให้การสื่อสาร แต่ในงานศิลปะอาจ จะถูกถ่ายทอดด้วยการใช้เนื้อสี ลายเส้น พื้นผิว แสงเงา ตลอดจนเทคนิคต่างๆ เพื่อให้งานมีคุณค่าและ ความหมายขึ้นมา (ทศนีย์ บุญนาค, 2546:156)

จากแนวความคิดดังที่กล่าวมาในข้างต้น ประเด็นในเรื่องของการสื่อความหมายนั้น โครงสร้างนับว่ามีส่วนช่วยในการวางกฎเกณฑ์เป็นอย่างมาก และในลำดับต่อมาได้พัฒนาไปสู่แนวทางการ ศึกษาเชิงสัญญาวิทยาซึ่งก็มีพื้นฐานมาจากความคิดเชิงโครงสร้างนิยมที่ได้ประยุกต์และปฏิบัติกันมา ใน ลำดับต่อไปจะเป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์ประกอบของสัญญา

#### 4.2 องค์ประกอบของสัญญา

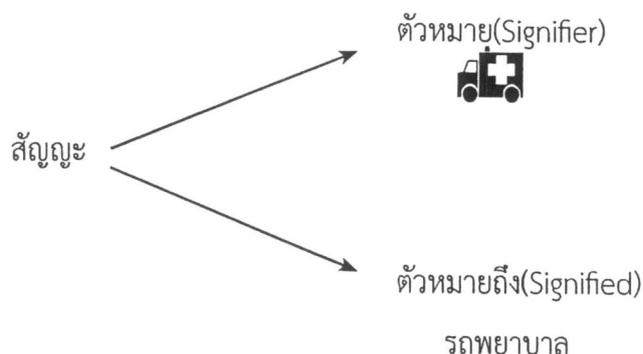
ปัจจุบันสัญญานับว่ามีบทบาทและมีความเกี่ยวข้องกับสังคมมนุษย์มากขึ้นทุกที โดยในโลกยุคข้อมูลข่าวสารที่กระจายตัวอยู่ในทุกๆ ภาคส่วนของสังคม กระบวนการสร้างความหมายจากสัญญาได้ถูกประยุกต์ใช้ในทุกๆ แวดวง โดยเฉพาะใน “สื่อ” ที่บรรดานักโฆษณาและนักสื่อสารการตลาดมืออาชีพได้พยายามใส่รหัสหรือข้อมูลบางอย่างลงในตัวสินค้าเพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มของผู้ใช้ ทั้งนี้เพื่อที่จะชักชวนให้เกิดการ “ซื้อ” หรือ “บริโภค” ในสินค้าที่ผลิตขึ้น เช่น การโฆษณาขายสินค้าเกี่ยวผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพที่ผู้ผลิตได้ใส่เนื้อหาที่ว่า คนเราโดยปกติแล้วมักจะมีปัญหาด้านสุขภาพที่อ่อนแอลงทุกที และไม่มีวันที่จะกลับมาเหมือนเดิมได้อีกต่อไป นอกเสียจากการหันมาบริโภค “อาหารเสริม” แทน ซึ่งจะช่วยให้เรามีสุขภาพที่ดี มีสมองที่ฉลาดขึ้น และไม่หลงไม่ลืม หรือแม้กระทั่งแต่ “ผอม” ได้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องอดอาหารหรือออกกำลังกาย การประกอบสร้างความหมายในลักษณะเช่นนี้นับเป็นการบรรจุรหัสความหมายลงในตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้โดยมีกลยุทธ์การสื่อสารที่แยบยลในการทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นและคล้อยตามได้ในที่สุด (นิษฐา หรุ่นเกษม, 2554:30-31)

การศึกษาในเชิงสัญญวิทยาเป็นแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อความหมาย ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วเป็นศาสตร์ที่มีความละเอียดอ่อนลึกซึ้ง ปรัชญาการณบางอย่างหรือสัญญะบางประเภทไม่สามารถอธิบายด้วยคำพูดได้อย่างละเอียดลึกซึ้ง ต้องอาศัยบริบททางสังคมวัฒนธรรมมาใช้ในการอ่านหรือตีความจึงจะสามารถเข้าใจความหมายนั้นได้ ทั้งนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2543: 2-3) ได้สรุปถึงคุณสมบัติสำคัญของสัญญาไว้ 3 ประการ คือ

- 1.) มีลักษณะเป็นรูปธรรม สามารถรับรู้ได้โดยใช้โสตประสาททั้ง 5
- 2.) มีความหมายมากกว่าตัวมันเอง
- 3.) ผู้ใช้สัญญาต้องตระหนักว่า รูปธรรมดังกล่าวเป็นสัญญา

สำหรับคุณสมบัติทั้งสามประการนั้น นับว่าเป็นสิ่งที่มนุษย์รับรู้กันโดยทั่วไปอยู่แล้ว เช่น ในกรณีเมื่อเห็นเพื่อนกลับมาจากการแข่งขันกีฬา แล้วชูสองนิ้วเป็นรูปตัว V เพื่อแสดงความหมายว่าชนะการแข่งขัน ซึ่งนั่นก็คือ “สัญญา” แล้ว แนวความคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ นับทองทองใบ(2553:56) ที่ได้ใช้แนวความคิดเชิงสัญญวิทยาเป็นกรอบในการศึกษาและวิจารณ์ภาพยนตร์ เพื่อต้องการที่จะค้นหาความหมายอันซ่อนเร้นที่อยู่ในภาพยนตร์ โดยในเบื้องต้นได้กล่าวถึง “สัญญา” ว่าการเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นอาจจะเป็นสัญลักษณ์หรือสิ่งใดก็ได้ที่เพื่อใช้แทนของจริง ในตัวบท (Text) หนึ่งๆ ซึ่งตัวสัญญาเองต้องมีลักษณะทางกายภาพ และต้องมีการอ้างอิงไปถึงสิ่งอื่นนอกเหนือไปจากตัวมันเอง ขณะเดียวกันสัญญานี้จะต้องถูกนำมาใช้และรับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดว่านี่คือสัญญา ยกตัวอย่างเช่น ในงานศพของคนไทย ผู้ที่จะมาร่วมงานจะต้องสวมใส่เสื้อผ้าสีดำหรือสีขาว เท่านั้น ในที่นี้ดำหรือสีขาวก็คือสัญญา (สิ่งที่เห็นทางกายภาพ เช่น สี) ที่ทุกคนในสังคมทราบดีว่า มันคือ สีของเครื่องแต่งกายที่ใช้ในงานศพ สำหรับในเชิงสัญญวิทยาแล้ว สิ่งนี้ถูกเรียกว่า “ตัวหมาย” (Signifier) ส่วนความหมายที่ได้ เรียกว่า

“ตัวหมายถึง” (Signified) คือความคิดรวบยอดของสัญญาณที่ผู้อ่านหรือผู้รับสารนึกถึง



แผนภาพที่ 1 สัญญาณและความหมายของสัญญาณ

สำหรับ สุกงาค์ จันทวานิช (2551:218-219) ได้ศึกษาถึงองค์ประกอบของสัญญาณตามแนวทางของ โรลิ่ง บาร์ตส์ (1915-1980) ไว้อย่างน่าสนใจ ซึ่งในที่นี้สรุปความได้ว่า สัญญาณ คือ หน่วยของการสื่อความหมายที่มีองค์ประกอบด้วยกัน 2 ส่วนที่สำคัญๆ คือ สิ่งที่เราใช้เรียกหรือเขียน ก็คือ รูปของสัญญาณ (Signifier) ในที่นี้อาจจะเป็นคำพูดหรือหรือภาษาเขียนก็ได้กับสิ่งที่สื่อความหมายออกมาหรือความหมายสัญญาณ (Signified) โดยบาร์ตส์ได้กล่าวว่า สิ่งที่เราใช้เรียกหรือเขียนกับสิ่งที่สื่อความหมายออกมาเป็น กระบวนการทางสัญญาณ (Sign) ที่เกิดจากการเชื่อมโยงความคิด (Concept) เข้ากับภาพ (Image) ทั้งนี้กระบวนการ สร้างสัญญาณขึ้นมาใช้เพื่อสื่อความหมายทางวัฒนธรรมได้ปรากฏให้เห็นในสื่อต่างๆ เช่น ภาพนางร้ายในละครโทรทัศน์ ภาพสินค้าแบรนด์เนมที่นักแสดงสวมใส่เพื่อต้องการที่จะแสดงให้ตนดูดี สำหรับในกรณีนี้ บาร์ตส์ เรียกว่า “มายาคติ”

รูปสัญญาณ → ความหมายสัญญาณ → สัญญาณ

แผนภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสัญญาณกับความหมายของสัญญาณ

สิ่งที่เกิดขึ้นจะเห็นได้ว่าคุณภาพของสัญญาณจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องอาศัยสัณฐานศาสตร์สัมพันธ์ทั้ง 5 ของมนุษย์ในการรับรู้ความหมายร่วมกัน ซึ่งมีตัวหมายถึงหรือรูปของสัญญาณแสดงให้เห็นก่อน จากนั้นจึงเป็นเรื่องของการรับรู้ความหมายหรือภาพในความคิดที่มีอยู่ในระบบการรับรู้ของแต่ละคน

#### 4.3 ความหมายและระดับความหมายของสัญญาณ

การถ่ายทอดความหมายเชิงสัญญาณเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องของการสื่อสาร โดยธรรมชาติแล้วจะปรากฏตัวให้เห็นผ่านรูปของสัญญาณ ซึ่งสามารถจับต้องได้โดยอาศัยสัณฐานศาสตร์ทั้ง 5 ของ



มนุษย์ในการสัมผัส สำหรับการจำแนกความหมายของสัญลักษณ์เพื่อทำความเข้าใจกับระดับความหมายของสัญลักษณ์นับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับกระบวนการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามได้มีนักวิชาการทางด้านสังคมวิทยาในประเทศไทยหลายคนที่ได้ศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับสัญลักษณ์ ในที่นี้จะขอนำเอาแนวความคิดของ อีริคฮุท บุนยุมี่ (2551:112-113) ที่ได้จากการสรุปเอาแนวความคิดของ เดอ โซซูร์ส ซึ่งได้กล่าวถึงระดับความหมายของสัญลักษณ์ไว้ 2 ประเภท คือ

1. ความหมายโดยตรง (Denotative Meaning) เป็นความหมายขั้นแรก ที่เป็นความสัมพันธ์ขั้นพื้นฐานระหว่างสัญลักษณ์กับตัวอ้างอิง ลักษณะของความหมายที่ได้นี้จะมีความหมายแบบตรงไปตรงมา เช่น “รถยนต์” มีความหมายว่าเป็นยานพาหนะชนิดหนึ่งที่มีเครื่องยนต์สามารถเคลื่อนตัวพาคนหรือผู้โดยสารไปไหนมาไหนได้โดยไม่ต้องเดิน หรือ ในกรณี “บ้าน” มีความหมายว่า เป็นที่อยู่อาศัยพักพิง หลบแดดหลบฝน ซึ่งเป็นความหมายทางกายภาพ

2. ความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) เป็นความหมายขั้นที่สอง ซึ่งให้ความหมายที่ลึกซึ้ง กินใจ เกินกว่าความหมายในขั้นแรก ความหมายในระดับนี้จะมีนัยความหมายที่ลุ่มลึก แฝงเร้นไปด้วยความหมายทางสังคมหรือเป็นความหมายที่เป็นข้อตกลงของแต่ละสังคม ความหมายนี้จะแปรผันไปตามวัฒนธรรมของแต่ละสังคม เช่น “รถยนต์” หรือ “บ้าน” อาจหมายถึง ความหรูหรา ราคาแพง ความมีรสนิยม หรือดูแตกต่างจากคนอื่น ซึ่งความหมายที่ได้นี้จะดูมีความแตกต่างจากความหมายโดยตรงที่มองว่าเป็นเพียงยานพาหนะ หรือเป็นที่พักอาศัยเพียงอย่างเดียว

สำหรับประเด็นความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความหมายของสัญลักษณ์ ที่นักสัญลักษณ์วิทยาได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมากก็คือ ความหมายโดยนัยซึ่งเป็นความหมายทางวัฒนธรรมที่แฝงฝังอยู่ในปรากฏการณ์ต่างๆ เป็นความหมายในเชิงลึก โดยผู้อ่านความหมายหรือผู้ศึกษาจะต้องวิเคราะห์สัญลักษณ์ที่ได้โดยผูกโยงเข้ากับค่านิยมหรือความเชื่อทางสังคมจึงจะช่วยให้สามารถเข้าถึงความหมายนั้นๆ ได้ ซึ่งปกติแล้วสัญลักษณ์จะประกอบไปด้วยความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัยเสมอ เช่น สัญลักษณ์ในด้านวิทยาศาสตร์จะมีสัดส่วนของความหมายในขั้นแรกสูงกว่าความหมายโดยนัย ในขณะที่สัญลักษณ์ด้านศิลปะจะมีสัดส่วนที่ตรงข้ามกัน คือ มีความหมายโดยนัยมากกว่า (กาญจนา แก้วเทพ, 2543: 34-35) อย่างไรก็ตามหากจะวิเคราะห์ความหมายที่ซ่อนเร้นอยู่ในปรากฏการณ์ทางสังคมโดยใช้กรอบแนวคิดของสัญลักษณ์วิทยามาใช้ในกระบวนการค้นหาความหมายเชิงลึกซึ่งมีปรากฏการณ์ทางสังคมต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเราให้ศึกษามากมาย เป็นต้นว่า แผ่นพับโฆษณาบ้านจัดสรรที่ได้ซุกซ่อนความหมายแฝงบางอย่างลงไป หรือกรณีป้ายโฆษณาหาเสียงของนักการเมืองที่มีการใช้ภาพถ่ายของผู้สมัครสวมใส่ชุดเครื่องแบบทหารเต็มยศยืนอยู่เบื้องหลังครอบครัวของเขา ล้อมรอบด้วยลูกๆ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงออกถึง ชายชาตินักรบผู้กล้าหาญเป็นผู้มีเกียรติ และรักครอบครัว (สุภางค์ จันทวานิช, 2551:223-224)

จากข้อมูลดังที่กล่าวมาประเด็นที่เป็นจุดเน้น ก็คือ การแสดงระดับของความหมายที่ได้จากการทำความเข้าใจสัญลักษณ์นั้น นับเป็นเรื่องที่ทั้งเข้าใจง่ายและเข้าใจยากในเวลาเดียวกัน ขึ้นอยู่กับ

บริบทและผู้ทำความเข้าใจว่าจะต้องการนิยามให้มันมีความหมายอยู่ในระดับใด สัญญาอาจจะเป็นได้ทั้ง เหตุการณ์ กิจกรรม หรือ ฯลฯ นอกจากนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2553:27-29) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมถึงลักษณะ การจำแนกประเภทของสัญญาตามแนวทางของ Peirce (1859-1914) ไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

1. รูปเหมือน (Icon) เป็นสัญญาที่มีรูปร่างหน้าตาคล้ายคลึงหรือเหมือนกับวัตถุ เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด รูปปั้น ฯลฯ ซึ่งพบเห็นได้ทั่วไปในสังคม ไม่ต้องอาศัยการตีความในเชิงลึกก็สามารถจะ เข้าใจความหมายนั้นๆ ได้

2. ดัชนี (Index) เป็นสัญญาที่มีความเกี่ยวเนื่องโดยตรงกับวัตถุที่มีอยู่จริง เป็นสัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายที่บ่งชี้ให้เห็นถึงอีกสิ่งหนึ่ง เช่น เมื่อพบเห็น “รอยเท้าสัตว์” บางชนิดที่ประทับลงบนพื้นดิน เราจะนึกถึงหมีหรือเสือ ในการถอดรหัสของดัชนีนั้นจะต้องคิดหาเหตุผลเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงเหตุผล ระหว่างดัชนีกับวัตถุ

3. สัญลักษณ์ (Symbol) คือ สัญญาที่ไม่มีความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงอันใดระหว่างตัว สัญญากับวัตถุที่มีอยู่จริง หากแต่ความเกี่ยวเนื่องที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากข้อตกลงร่วมกันของคนในสังคม และ จะต้องมีการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อที่จะเข้าใจความหมายนั้นๆ ได้ เช่น ป้ายจราจร สัญลักษณ์เตือนภัยต่างๆ ที่มีใช้ อยู่ทั่วไปในสังคม ทั้งนี้ในการถอดรหัสเพื่อทำความเข้าใจความหมายของสัญลักษณ์ในลักษณะนี้จำเป็นต้องมี การเรียนรู้สัญญานั้นๆ อย่างเพียงพอจึงจะรับรู้ความหมายได้

สำหรับการทำความเข้าใจกับความหมายและประเภทของสัญญา จะช่วยให้ผู้อ่าน สัญญาและผู้ที่ใช้สัญญามีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสัญญา ซึ่งในที่นี้ก็คือ รูปแบบการสื่อสารชนิดหนึ่ง ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นให้มีความหมายทั้งในเชิงความหมายแบบขั้นแรกและความหมายในเชิงลึก โดยความ พิเศษของมนุษย์ก็คือ ความสามารถที่จะใช้สิ่งต่างๆ เหล่านี้มาสื่อสารความหมาย ความรู้สึกนึกคิดได้อย่าง หลากหลาย ทั้งจากสีหน้า อารมณ์ การแต่งกาย อากัปกริยา หรือ อื่นๆ เช่น ควันทไฟ การแสดงดนตรี ศิลปะ ภาพถ่าย รวมทั้งเรื่องเล่า ตำนาน นิทาน บทกลอน คติประจำใจ ฯลฯ ก็สามารถสื่อความหมายได้เช่นเดียวกับ เครื่องมือการสื่อสารต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อ โทรทัศน์และ วิทยุกระจายเสียง ซึ่งก็ต้องอาศัยกระบวนการสร้างความหมายขึ้นมาใช้เพื่อสื่อกับผู้ชม โดยลักษณะของ กระบวนการสร้างความหมายนี้ผู้สร้าง(ผู้กำกับ) อาจจะมีการใช้สัญลักษณ์ทางภาพ และสัญลักษณ์ทาง เสียง เช่น การใช้มุมกล้อง เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพ รวมทั้งเทคนิคการใส่เสียงพิเศษต่างๆ ให้กับ ภาพ เพื่อสื่ออารมณ์ของตัวละครและเรื่องราวให้ดำเนินไปตามเจตนารมณ์ของผู้สร้าง โดยเฉพาะงานทาง ด้านภาพยนตร์และโทรทัศน์มีการใช้สัญลักษณ์พิเศษเพื่อสื่อความหมาย เช่น นางเอกสวมใส่ชุดสีขาวตลอด ทั้งเรื่อง ทั้งที่ในบางตอนเธอได้ถูกข่มขืนจนชีวิตตกไปเป็นโสเภณีจำเป็น แล้วยก็ตาม นั่นหมายความว่าผู้ กำกับต้องการสื่อสารไปยังคนดูว่าความบริสุทธิ์ของเธอนั้นไม่จำเป็นที่จะต้องมาแสดงออกให้เห็นเพียงแต่ ภาพลักษณ์ภายนอกเท่านั้น หากแต่อยู่ที่จิตใจอันดีงามของเธอต่างหาก(นับทอง ทองใบ, 2553: 50 และ ธีรยุทธ บุญมี, 2551: 55)

ดังที่กล่าวมาในข้างต้นจะเห็นว่า ความละเอียดอ่อนและลึกซึ้งของความหมายที่ได้จากการใช้สัญลักษณ์ดังกล่าวมานั้น มีรูปแบบที่เป็นการใช้สัญลักษณ์ ดั้งเดิม หรือแม้แต่รูปแบบอื่น ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับการก่อตัวของความหมายแทบทั้งสิ้น โดยเฉพาะในการสร้างและการถอดรหัสความหมายของสัญลักษณ์ ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วจะอยู่ในบริบทของการสื่อสารที่มักจะมีองค์ประกอบของ “รหัส” (Code) เป็นสิ่งสำคัญในสร้างความหมายขึ้นมาให้สามารถสื่อสารร่วมกันได้ และในขณะเดียวกันในแต่ละสังคมก็จะมีรหัสที่สร้างขึ้นแตกต่างกันออกไป เช่นเดียวกันกับระบบภาษาที่มีอยู่มากมายหลายชนิดในโลก สิ่งที่น่าสนใจก็คือผู้ที่เข้าใจในความหมายของรหัสนั้นได้จะต้องมีการเรียนและมีประสบการณ์ร่วมกันจึงจะสามารถเข้าใจความหมายนั้นได้อย่างถ่องแท้

#### 4.4 รหัสแห่งความหมาย

ในกระบวนการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์เพื่อให้สามารถสื่อสารร่วมกันได้นั้น ในแนวทางการวิเคราะห์สัญลักษณ์จะเริ่มต้นจากการค้นหาความหมายของตัวบท (Text) หนึ่งๆ ที่จะถูกอ่านความหมายออกมาในแบบใดนั้น จำเป็นต้องสัมพันธ์และขึ้นอยู่กับบริบท (Context) ทางสังคมและวัฒนธรรมที่ตัวบทนั้นๆ เกิดขึ้นมา เช่น “หมู” อาจจะมีความหมายว่า “เป็นอาหารชนิดหนึ่ง” แต่ในวัฒนธรรมมุสลิมมีความหมายว่าเป็นอาหารไม่ได้ ส่วนในวัฒนธรรมจีนจะมีความหมายว่า “เป็นของหมั่น” ที่ใช้ในพิธีแต่งงาน เป็นต้น ทั้งนี้ในการรับรู้ความหมายตามแนวทางของสัญลักษณ์วิทยา นั้น โดยธรรมชาติแล้วจะไม่มีคู่มือการแปลหรือพจนานุกรมมาให้เพื่อเปิดดูความหมายของคำแปลเหล่านั้น ผู้อ่านสัญลักษณ์จะต้องสร้างคู่มือการแปลของตนขึ้นมาเองโดยใช้บริบททางสังคมและวัฒนธรรมนั้นๆ มาช่วยในการตีความสิ่งที่ตนเองได้สัมผัสจากอาตยณะทั้ง 5 เช่น รูปภาพ เสียง หรือการสัมผัสอย่างอื่นๆ ที่ทำให้เรานึกถึง (Refer) วัตถุหรือความเป็นจริงขึ้นมา เช่น เมื่อมองรูปภาพหรือเครื่องหมาย  ตามพื้นที่สาธารณะทุกคนก็จะทราบถึงทันทีว่าหมายถึง “โทรศัพท์” ซึ่งในการรับรู้ความหมายของสัญลักษณ์โดยการใช้คำพูดหรือภาษาเขียนนี้จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของผู้ที่อ่านสัญลักษณ์ เช่นกรณี คนในกรุงเทพฯ พบเห็นแหล่งน้ำที่มารวมอยู่กันมากๆ ก็อาจจะเรียกว่าคลอง แม่น้ำ ทะเลสาบ แต่สำหรับคนในต่างจังหวัด อาจจะเป็น ห้วย หนอง คลอง บึง ฯลฯ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547:401-402)

สำหรับการวิเคราะห์สื่อโดยเน้นไปที่ “รหัสความหมาย” สามารถนำไปใช้ได้กับสื่อทุกๆ แขนง ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวอย่างภาพยนตร์ โทรทัศน์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ที่เกิดจากการประกอบสร้างของมนุษย์ โดยสิ่งที่เห็นอาจจะเป็นภาพ เสียง กราฟิก ฯลฯ ที่ปรากฏในสื่อเหล่านั้น นับเป็นได้ “รหัสความหมาย” ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสารที่จะต้องทำการใส่รหัส - ถอดรหัสความหมายที่ได้จากสื่อ ถือว่าเป็นกระบวนการสื่อสารอย่างหนึ่งที่ผ่านการเลือกสัญลักษณ์รหัส ไวยากรณ์ การนำเสนอ ฯลฯ เช่น ในกรณีของภาพถ่ายจะมีการถ่ายทอดเรื่องราวซึ่งแต่งแต้มไปด้วยแสงเงาของชีวิตและธรรมชาติ การจัดฉาก การเลือกใช้มุมมองในการสื่อความหมาย รวมทั้งเทคนิคการ

ถ่ายภาพ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นรูปแบบที่ช่างภาพหรือผู้ส่งสารต้องการสื่อความหมายบางอย่างให้ผู้ชม “อ่าน” ด้วยกระบวนการมองเห็น ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นและสร้างความสนใจให้กับผู้รับสาร โดยเฉพาะภาพนิ่งที่โดยธรรมชาติแล้วเป็นได้ทั้งข่าวสาร บันเทิง และความทรงจำที่ตืออย่างหนึ่งที่คนในสังคมมักจะเลือกใช้ในการบรรจุเรื่องราวต่างๆ เพื่อสื่อความหมาย (ทัศนีย์ บุณนาค, 2546:150-151)

ธีรยุทธ บุญมี (2551:185-186) ได้ศึกษาองค์ประกอบของการสื่อสารตามแนวทางของ โรมัน จาคอบสัน(1960) ที่ได้กล่าวถึงกระบวนการสื่อความหมาย ดังความสรุปได้ว่า วงจรการสื่อสาร(Communication Circuit) ประกอบด้วย สาร (Message) ฝ่ายส่งสาร (Addresser)ฝ่ายรับสาร(Addressee) บริบท (Context) หน้าที่อ้างอิง (Referential) ลักษณะความสัมพันธ์และเชื่อมโยง(Contact) และรหัส(Code) ที่เป็นกฎเกณฑ์โครงสร้างค่านิยมซึ่งจะแฝงอยู่ในกระบวนการสื่อสาร โดยอาจจะอยู่ในส่วนองค์ประกอบใดก็ได้ ทั้งนี้ในการศึกษาความหมายของภาษาภายใต้แนวความคิดโครงสร้างนิยม มีนักการสื่อสารอย่าง S.Hall (1980:28) ได้ให้ความสำคัญอย่างมากกับ “การเข้ารหัส” (Encoding) และ “การถอดรหัส” (Decoding) เพื่อทำความเข้าใจกับความหมายทางสังคมที่มักจะปรากฏตัวให้เห็นจากการใช้ระบบสัญลักษณ์ต่างๆ ในทางการสื่อสาร เช่น ในภาพยนตร์มักจะเห็นการใส่รหัสประเภทของภาพยนตร์ไว้อย่างชัดเจน เช่น ถ้าเป็นภาพยนตร์ตลกมักจะเริ่มต้นด้วยองค์ประกอบฉากที่มีสีสันฉูดฉาด แบบการ์ตูน ดูไม่ค่อยสมจริง หรือไม่เป็นระเบียบ แต่ถ้าเป็นภาพยนตร์แนวบู๊ (Action) อย่างกรณีของ เจมส์ บอนด์ มักจะเริ่มต้นด้วยฉากที่ปฏิบัติการเสี่ยงตายของพระเอก ตามด้วยการไล่ล่า และการผจญภัยด้วยฉากที่ตื่นเต้นตื่นใจ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อเข้ารหัสให้ผู้ชมสามารถเข้าใจว่าเป็นภาพยนตร์ประเภทใดได้อย่างรวดเร็ว

การรับรู้ความหมายของสัญลักษณ์องค์ประกอบที่เป็นผลมาจากกระบวนการสื่อสารระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสาร โดยความหมายที่อยู่ในตัวสารนั้นเกิดจากระบบของการประกอบสร้างสัญลักษณ์(Construction of Sign) จากทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทั้งหมด ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นผู้รับสารและผู้ส่งสาร ซึ่งถ้าหากจะพิจารณาภายใต้องค์ประกอบของการสื่อสารจะเริ่มจากผู้ส่งสารใช้ระบบสัญลักษณ์ต่างๆ มาสร้างเนื้อหาหรือใส่ความหมาย(Encoding) เพื่อสื่อไปยังผู้รับสาร จากนั้นผู้รับสารก็จะต้องใช้ประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับระบบสัญลักษณ์นั้นๆ(ใช้รหัสชุดเดียวกัน) มาอ่านหรือตีความเพื่อทำความเข้าใจในเนื้อหาที่ได้(Decoding) ทั้งนี้การตีความเนื้อหาเพื่อที่จะทำความเข้าใจความหมายจากตัวสารนี้ บางกรณีผู้รับสารอาจจะรับรู้ความหมายได้ไม่ตรงตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารก็อาจจะเป็นไปได้ เช่น ภาพยนตร์ของบริษัทสร้างภาพยนตร์จากต่างประเทศที่มีวัฒนธรรมความเชื่ออย่างหนึ่งจะถูกกองเซ็นเซอร์ห้ามฉายในอีกประเทศหนึ่งซึ่งที่มีลักษณะทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน อย่างเช่นในกรณีภาพยนตร์ เรื่อง Anna and the King ที่บริษัทผู้สร้างจากต่างประเทศไม่มีความรู้ทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ที่เพียงพอจึงทำให้กระบวนการสร้างเนื้อหาสำคัญๆ ในภาพยนตร์ผิดเพี้ยนไปจากการรับรู้ของคนไทยในประเทศเป็นอย่างมาก (กาญจนา แก้วเทพ, 2553: 22-24)

อย่างไรก็ตามสิ่งที่นักสัญวิทยาได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ก็คือ แนวความคิดเชิงโครงสร้างนิยมที่มีความพยายามที่จะทำความเข้าใจถึงการวิเคราะห์โครงสร้างผลงานต่างๆ ที่มนุษย์เป็นผู้สร้าง เช่น วรรณกรรมคลาสสิก นวนิยาย ภาพยนตร์ร่วมสมัยที่ผู้ผลิตมีการวางโครงเรื่องหรือเหตุการณ์ที่เป็นตัวเดินเรื่องในภาพยนตร์อย่างไร เช่น ใช้พระเอกเป็นตัวเดินเรื่อง หรือใช้เหตุการณ์เป็นตัวเดินเรื่อง และ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เรียกว่า “ไวยากรณ์” ซึ่งเป็นโครงสร้างที่คอยกำกับในการนำเสนอเรื่องราวทั้งหมด เช่น ภาพยนตร์แนวผจญภัยจะมีโครงเรื่องที่พระเอกจะต้องเดินทางไปในดินแดนที่ห่างไกล เสี่ยงกับอันตรายหรือถูกกลุ่มคนร้ายโจมตีด้วยวิธีการต่างๆ นานา จนสุดท้ายพระเอกก็สามารถเอาชนะกลุ่มคนร้ายได้ในที่สุด ไวยากรณ์ของเรื่องในลักษณะนี้มีความสอดคล้องกับวรรณกรรม เรื่องเล่า หรือตำนานดั้งเดิมที่พบเห็นได้ในอดีตซึ่งก็จะมีแบบแผนความสัมพันธ์ของตัวละคร โครงเรื่อง ฯลฯ ปรากฏให้เห็นโดยอาจจะอยู่ในรูปของรหัสที่ซ่อนอยู่ในตัวบท (Text) นั้นๆ ดังนั้นถ้าหากผู้อ่านสามารถค้นหาวิธีการสร้างความหมายแฝงได้ก็จะเข้าใจในลำดับคุณค่าของสิ่งต่างๆ ได้ ซึ่งกระบวนการทั้งหมดถูกสร้างขึ้นมาจากภายใต้แบบแผนของระบบของภาษาที่เป็นเครื่องมือการสร้างความสัมพันธ์เชิงอำนาจ หรือที่เรียกว่า “วาทกรรม” (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2551: 230-231) แนวความคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ กฤษดา เกิดดี(2547: 10) ที่ได้ศึกษาเชิงลึกประวัติศาสตร์ภาพยนตร์โดยใช้กรอบแนวความคิดเชิงสัญวิทยาของ อุมแบร์โต เอโค ซึ่งเขาได้เน้นย้ำให้เห็นว่ากระบวนการสร้างภาพยนตร์ ผลงานศิลปะ งานวรรณกรรม และงานสื่อสารมวลชน รวมทั้งผลผลิตทางวัฒนธรรมประเภทต่างๆ ล้วนแล้วแต่เป็นการ “สร้าง” หรือ “ปรุงแต่ง” จากแบบแผนหรือโครงเรื่องเก่าๆ จากผู้ที่เคยสร้างมาก่อนแทบทั้งสิ้น ซึ่งก็มีด้วยกันหลายลักษณะ เช่น สร้างต่อ (Reteke) สร้างใหม่ (Remake) เป็นต้น

วิธีการทำความเข้าใจกับสัญวิทยาเพื่อเข้าถึงความหมายหรือองค์ประกอบของสัญวิทยาย่อยๆ ในกระบวนการสื่อสารผู้ที่เกี่ยวข้องต้องพิจารณาถึงขั้นตอนของการเข้ารหัสและถอดรหัสที่ทำหน้าที่ในการควบคุมการสื่อความหมายของสัญวิทยาในรูปแบบต่างๆ ซึ่งในลำดับต่อไปจะขอเสนอเอาความคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2547: 401-402) ได้ได้กล่าวสรุปถึงการเข้ารหัสและการถอดรหัสไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

1. การเข้ารหัส (Eecoding) ถือว่าเป็นขั้นตอนแรกของการสร้างความหมายให้เกิดขึ้นตามเจตนาของผู้รับสาร ซึ่งโดยปกติแล้วจะเริ่มต้นจากขั้นตอนของการใส่รหัส โดยรหัสความหมายนี้จะถูกกำหนดมาจากอุดมการณ์ของผู้ผลิตเอง เช่น ถ้าเป็นช่องรายการโทรทัศน์ของรัฐบาล จะมีรหัสอย่างหนึ่งก็คือ การไม่สร้างความแตกแยกในสังคม ซึ่งในทางปฏิบัติก็อาจจะเป็นเลือกภาพที่ดูแล้วไม่ก่อให้เกิดความรุนแรง ไม่ชี้นำสังคม ฯลฯ

2. การถอดรหัส (Decoding) เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารจะต้องทำความเข้าใจกับความหมายของสารที่อยู่ในตัวเนื้อหา ซึ่งโดยปกติปฏิกิริยาของผู้รับสารนั้นจะมีลักษณะของการถอดรหัสอยู่สองแบบด้วยกัน คือ ถ้าผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายของสารนั้นได้ก็จะรู้เรื่อง ก็จะทำให้ความหมายกับสารนั้น กับอีกปฏิกิริยาหนึ่งก็คือ ถ้าผู้รับสารเกิดถอดรหัสสารนั้นไม่ได้ ก็จะส่งผลให้เนื้อหาสารนั้นไม่สามารถ

สร้างความหมายให้เกิดขึ้นได้ กรณีนี้จะเป็นเพียงแค่การเปิดรับ(Exposure) เท่านั้น เช่น ในกรณีที่พบเห็นได้ทั่วไป คือ การโฆษณาขายสินค้าวัยรุ่นบางเรื่อง เมื่อให้คุณปู่ คุณย่า ดูแล้วไม่สื่อความหมายใดๆ เลย ก็มีให้เห็นมากมายในสังคมทั่วไป

ขณะเดียวกัน กาญจนา แก้วเทพ ยังชี้ให้เห็นว่าการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายตามแนวทางของสัญวิทยาวิทยา การศึกษา “ตัวบท” หนึ่งๆ จำเป็นที่จะต้องดูความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะย่อยๆ ในตัวบทนั้นๆ จึงจะเข้าใจความหมายนั้นได้ ยกตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์งานโฆษณาสินค้าประเภทหรูหรา มักจะมีภาพของชายหนุ่ม-หญิงสาวสวมใส่เสื้อผ้า เครื่องประดับที่มีราคาแพง และใช้ชีวิตอยู่ในสังคมชั้นสูง รวมทั้งขับซีรี่ย์ยนต์ยี่ห้อดังจากต่างประเทศ ฯลฯ ทั้งนี้สัญญะย่อยๆ เหล่านี้จะนำผู้ชมไปสู่ภาพตัวแทนของการใช้ชีวิตตามแบบอย่างของคนรวย มีฐานะ

#### 4.5 แนวทางการวิเคราะห์สัญญะ : ความหมาย

ความหมายที่เกิดขึ้นจากกระบวนการทางสัญญะ นับว่าเป็นเรื่องที่มีความละเอียดอ่อนลึกซึ้ง และมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับแนวความคิดทางด้านภาษาศาสตร์ ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นระบบภาษาที่ใช้เป็นกฎเกณฑ์ในการสร้างความหมายขึ้นมา สำหรับแนวทางการวิเคราะห์สัญญะ ผู้วิจัยได้อาศัยกรอบการวิเคราะห์สัญญะของนักวิชาการไทยหลายท่านที่มีความเชี่ยวชาญในด้านของสัญญะ ในเบื้องต้นนี้จะขอใช้กรอบแนวทางการความคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2543: 112-117) ที่ได้นำเอาแนวความคิดของนักสัญวิทยาวิทยามาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาพอให้เห็นสังเขป ดังนี้

##### 4.5.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Relation)

การค้นหาคำความหมายเชิงสัญญะเพื่อทำความเข้าใจกับนัยความหมายแฝงนั้น ในเชิงการวิเคราะห์ทางด้านภาษาศาสตร์ได้มีมุมมองว่า ความหมายที่เกิดขึ้นทุกอย่างมีส่วนประกอบมาจากส่วนย่อย เช่นในกรณีของภาษาไทย “ประโยค” จะมีองค์ประกอบมาจาก “คำ” หรือส่วนย่อยๆ ที่มาผสมรวมตัวกันจนทำให้สามารถสื่อความหมายตามที่ต้องการได้ เช่น

ประโยคที่ 1 : พี่ ตะ น้อง

ประโยคที่ 2 : น้อง ตะ พี่

จากตัวอย่างประโยคจะเป็นว่า ทั้งสองประโยคจะมีคำว่า “พี่” “ตะ” และ “น้อง” เหมือนกัน เป็นองค์ประกอบย่อยเหมือนกัน แต่ถ้าเรามีการจัดลำดับใหม่ไปเป็นรูปประโยคที่สอง คือ น้อง ตะ พี่ ความหมายที่ได้จะกลับกันทันที ปรากฏการณ์ในลักษณะเช่นนี้เป็นความสัมพันธ์ด้านลำดับ(Order Relation) ซึ่งผลของการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์นี้จะทำให้ความหมายเปลี่ยนไปจากเดิม หรือในบาง

กรณี ถ้ามีการจัดเรียงหรือจัดวางรูปประโยคมีความหมายที่สื่อออกมา ก็จะผิดเพี้ยนไปด้วย เช่น

ประโยคที่ 1 : ยานี้กินแล้ว แข็งแรงดี

ประโยคที่ 2 : ยานี้กินแล้วแข็ง แรงดี

หรือ

ประโยคที่ 1 : ห้ามผู้หญิง นุ่งกางเกงใน ที่ทำงาน

ประโยคที่ 2 : ห้ามผู้หญิง นุ่งกางเกง ในที่ทำงาน

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการจัดลำดับความสำคัญของส่วนย่อยต่างๆ ต่างก็มีกฎเกณฑ์ทางด้านภาษาศาสตร์กำกับไว้ เช่น ภาษาไทยจะมีพยัญชนะทั้งหมด 44 ตัว มีสระ 21 รูป ให้เราสามารถประกอบสร้างความหมายขึ้นมาใช้สื่อสารกันได้ ดังนั้น หน้าที่ของนักวิเคราะห์สัญญาะคือ การเข้าไปค้นหาแบบแผนหรือโครงสร้างความหมายดังกล่าวเพื่อที่จะทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของมนุษย์ที่เกิดจากความสามารถทางการใช้ภาษาของมนุษย์เอง นักภาษาศาสตร์ต้องอธิบายให้ได้ว่ากระบวนการค้นหาความหมายต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างและถ่ายทอดขึ้นมาถูกกำหนดหรือกำกับโดยภาษาอย่างไร มีรูปแบบการเข้ารหัสและถอดรหัสอย่างไร และทั้งหมดนี้ก็คือ “ลัทธิโครงสร้างนิยม” ที่มองว่าการเกิดขึ้นของความหมายนั้นเป็นระบบของสัญญาะที่นำมาถอดและเข้ารหัสทางภาษานิ่งเอง (ธีรยุทธ บุญมี, 2551:87-88)

ประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัญญาะเพิ่มเติม ก็คือ แนวความคิดเกี่ยวเรื่องของคำและประโยคในทางด้านภาษาศาสตร์ดังที่กล่าวมานี้สามารถนำไปใช้อธิบายเรื่องของการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ได้ โดยเฉพาะในเชิงภาษาศาสตร์ลักษณะของภาษาจะ “ดิ่ง” และจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยพื้นฐานแล้วอย่างความหมายจากสัญญาะที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่าง “คำ” กับสิ่งที่เรียกว่า “ความหมาย” นั้นจะไม่ตายตัวเสมอไป ขึ้นอยู่กับกาลเวลาและบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป เช่น ในแวดวงยานยนต์ สมรรถนะของรถยนต์คันดีเมื่อ 20 ปีที่แล้ว อาจจะไม่มีความหมายเลยถ้าถูกเปรียบเทียบกับรถยนต์ที่ผลิตในยุคปัจจุบันที่สมรรถนะค่อนข้างจะเหนือกว่าทุกๆ ด้าน และนี่คือตัวอย่างสายสัมพันธ์ของคำกับสิ่งที่เรียกว่าความหมายซึ่งเป็นความสัมพันธ์แบบไม่แน่นอนและตายตัวเสมอไป ทั้งนี้ นักภาษาศาสตร์อย่าง โซซูร์ ได้นิยามความแตกต่างของความหมายเหล่านี้ว่ามีทั้งที่ไม่ขึ้นและขึ้นอยู่กับช่วงเวลา ลักษณะแรกเรียกว่า Synchrony แบบนี้ไม่คำนึงถึงช่วงเวลา ส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงตามช่วงเวลา เรียกว่า Diachrony อย่างไรก็ตามทั้งสองแบบนี้ นักภาษาศาสตร์ได้พยายามวิเคราะห์ว่ามีโครงสร้างอะไรบ้างที่เหมือนกันในภาษาที่ต่างยุคสมัยกัน และใช้ทดแทนกันได้โดยที่ไม่มีการเปลี่ยนความหมาย รวมทั้งการศึกษาในแง่ของคำและประโยคที่ใช้กันในภาษาด้วย (สุภางค์ จันทวานิช, 2551:147-148)

ลำดับต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์ความหมายที่เป็นคู่ความสัมพันธ์แบบตรงข้าม ซึ่งถือว่า

แนวความคิดของมนุษย์ที่มักจะใช้ในกิจกรรมทางด้านการสื่อสารเสมอๆ ซึ่งในที่นี้สามารถนำเสนอหลักการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

#### 4.5.2 การวิเคราะห์คู่ความสัมพันธ์แบบตรงข้าม (Binary Opposition)

นอกเหนือไปจากหลักการวิเคราะห์ในข้างต้นแล้ว ยังมีประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งก็คือ ความหมายที่ได้จากสัญญะนั้นจะมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นก็ต่อเมื่อถูกนำไปเปรียบเทียบกับสัญญะตัวอื่นที่อยู่ในระบบ แนวความคิดนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ ซีรยุทธ บุญมี (2551:94-95) ที่ได้กล่าวถึงความหมายหรือคุณค่าของสัญญะจะมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับสัญญะตัวอื่นๆ เช่น การที่บอกว่าสมชายเป็นคนเรียนเก่ง จึงไม่ได้หมายความว่าสมชายเก่งเสมอไป ต้องนำไปเปรียบเทียบกับคนอื่นๆ ด้วย หรืออย่างกรณี ราคาที่ดินแถวจังหวัดสุพรรณบุรี มีราคาสูงถึงตารางวาละ 1 ล้านบาท อาจจะฟังดูไม่มีความหมายเท่าไร แต่ถ้าบอกว่ามันอยู่ในช่วงภาวะทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2600 ที่ขณะนั้นประเทศไทยกำลังประสบปัญหาค่าเงินเฟ้อจนข้าวแกงมีราคาจานละ 30,000 บาท และเมื่อเป็นดังนั้นราคาที่ดินตารางวาละ 10 ล้านบาท ก็ถือว่าถูกมากเกินไปเสียด้วยซ้ำ ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอความหมายโดยนำไปเปรียบเทียบกับเห็นคู่ความสัมพันธ์ที่เป็นคุณสมบัติตรงข้ามจะเป็นวิธีการที่สื่อความหมายได้ชัดเจนมากที่สุด หลักการวิเคราะห์ดังกล่าวนี้มักจะถูกนำมาใช้ในการสร้างเรื่องราวในภาพยนตร์ ละคร นิทาน นวนิยาย ฯลฯ ที่ผู้สร้างมักจะเชิดชูตัวละครให้มีลักษณะที่ตรงข้ามกัน เช่น ตัวละครที่เป็นพระเอกให้เป็นคนดีดูน่าศรัทธา ส่วนผู้ร้ายเป็นคนเลวดูต่ำช้า ส่วนในขณะที่สร้างภาพนางเอกให้เป็นผู้ที่มีความประพฤติดี เรียบร้อย และสร้างตัวอิจฉาให้สร้างให้มีบุคลิกนิสัยที่ตรงข้ามกับนางเอก กล่าวคือ มีความอิจฉาริษยา ปากจัด ฯลฯ ทั้งนี้หากอาศัยแนวความคิดดังกล่าวจะทำให้เห็นภาพของความหมายได้อย่างชัดเจน ดังตัวอย่างที่จะนำเสนอ ต่อไปนี้



แผนภาพที่ 3 ความหมายที่เกิดจากความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้าม

สำหรับการทำความเข้าใจกับความหมายโดยอาศัยวิธีการเปรียบเทียบกับอีกสิ่งหนึ่งที่มีลักษณะตรงข้ามกัน เป็นโครงสร้างวิธีคิดของมนุษย์ที่มักจะมีกรอบคิดเชิงเปรียบเทียบระหว่างคำหรือความหมายตรงข้ามกันอยู่แล้ว ซึ่งวิธีการดังกล่าวนี้ได้ปรากฏให้เห็นจากผลงานการสร้างสรรคของมนุษย์เองที่มัก

จะแสดงออกมาในรูปแบบของศิลปะ วรรณกรรม ละคร ภาพยนตร์ เรื่องเล่า นวนิยาย สื่อพื้นบ้าน ฯลฯ เช่น ในงานภาพยนตร์ถ้าต้องการสร้างให้ผู้ชมเห็นว่าพระเอกเป็นคนดี ชอบช่วยเหลือสังคม ผดุงความยุติธรรม ก็ต้องสร้างผู้ร้ายให้มีบุคลิกที่ตรงข้ามกัน คือ เป็นคนประพฤติชั่ว มีนิสัยเอาเปรียบสังคม ชอบรังแกผู้ที่อ่อนแอกว่า ฯลฯ ซึ่งลักษณะการนำเนื้อหาแบบนี้จะช่วยให้ความแตกต่างกันอย่างชัดเจน และในขณะเดียวกันก็ส่งผลต่อการสื่อความหมายของผู้สร้าง-ผู้กำกับที่ต้องการจะให้เนื้อเรื่องดำเนินไปตามที่ตนต้องการ ทั้งนี้ก็จะมีชุดของสัญลักษณ์ที่ว่าด้วยเรื่องของการเป็นคนดี-เลว ย่อยๆ มาประกอบสร้างความหมายเพื่อสื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ (นับทอง ทองใบ, 2553: 59)

ลักษณะของการสร้างความหมายจากความสัมพันธ์ของคู่ตรงข้ามจนกลายเป็นความสัมพันธ์ของคู่ขัดแย้ง (Opposition) เป็นปรากฏการณ์ที่อยู่คู่กับโลกมานานจนกลายเป็นคู่ของความหมายที่คนทั่วไปก็สามารถรับรู้ได้เป็นอย่างดี การคิดแบบแบบคู่ตรงข้ามหรือขัดแย้งนี้เป็นลักษณะเด่นของมนุษย์มาตั้งแต่โบราณ ขณะเดียวกันมันก็ถูกถ่ายทอดผ่านให้เห็นจากโครงเรื่องของภาพยนตร์ ละคร เรื่องเล่า หรือแม้แต่ในนวนิยายที่มักจะมีขั้วของความขัดแย้งเป็นประเด็นในการนำเสนอเรื่องราวให้คนดูได้รับรู้และติดตาม เช่น แนวคิดในเรื่องของฟ้าสูง - แผ่นดินต่ำ, ทำดีขึ้นสวรรค์ - ทำชั่วลงนรก ซึ่งลักษณะของความหมายที่เกิดจากความสัมพันธ์ของคู่ขัดแย้งนี้อาจจะถูกถ่ายทอดให้เห็นผ่านตัวละครหรือเหตุการณ์ต่างๆ ของเรื่อง อย่างกรณี พระเอกมักจะถูกวางบุคลิกให้เป็นคนดี พุดจามีเหตุมีผล ส่วนผู้ร้ายมักจะมีบุคลิกหรือพฤติกรรมที่ตรงข้ามกันอย่างชัดเจน เช่น มีบุคลิกเป็นคนหยามกระด้าง ไม่ค่อยใช้เหตุผล ชอบความรุนแรงรวมทั้งมีประพฤติก่อทำชั่ว ดังนั้นในการสร้างความหมายนี้จึงต้องมีการใส่รหัสทางภาษาเข้าไป เช่น บทพูด เทคนิคการจัดแสง การใส่ดนตรี และ ฯลฯ (ธีรยุทธ บุญมี, 2551: 107-108)

จากข้อมูลทีกล่าวมาในข้างต้น ช่วยสะท้อนให้เห็นว่าการนิยามความหมายให้กับสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวของมนุษย์ เกิดจากระบบวิถีคิดและคุณสมบัติเฉพาะตัวที่มีอยู่ในตัวของมนุษย์ทุกคน ในลำดับต่อไปจะเน้นไปที่การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง “ตัวบท” กับ “บริบท” ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการตีความและการรับรู้ความหมายของผู้ใช้สัญลักษณ์โดยตรง

#### 4.5.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง “ตัวบท”(Text) กับ “บริบท”(Context)

เพื่อให้ผู้อ่านสัญลักษณ์มีความเข้าใจในความหมายที่เกิดจากสัญลักษณ์มากยิ่งขึ้น การค้นหาความหมายที่ซ่อนเร้นจากตัวบทซึ่งในที่นี้อาจจะเป็นอะไรก็ได้ที่เราต้องการจะศึกษา สิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมากก็คือ การตีความตัวบทภายใต้บริบทนั้นๆ ทั้งนี้เนื่องจากว่าความหมายไม่ได้อยู่ที่ตัวสัญลักษณ์เท่านั้น หากแต่ความหมายจะเกิดขึ้นภายใต้บริบทที่สัญลักษณ์ตัวนั้นๆ ดำรงอยู่ เช่นกรณี ชุมชนทางภาคอีสานของประเทศไทยเมื่อเห็นฝนตกหนักมีเมฆและฟ้าร้อง อาจจะเป็นผลมาจากฤดูฝน หรือไม่ก็เกิดจากสิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติ ในทางตรงข้ามกับกลุ่มนักวิทยาศาสตร์ที่มองปรากฏการณ์ในลักษณะนี้ว่าเป็นเพียงปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เกิดจากผิวน้ำในมหาสมุทรระเหยกลายเป็นไอน้ำ ควบแน่นเป็นละอองน้ำ

ในอากาศรวมตัวกันเป็นเมฆและเกิดฝนตกลงมาในที่สุด จะเห็นได้ว่าในเรื่องเดียวกันการอ่านตัวบทและการแปลความก็จะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ ฯลฯ ที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกันกับชุมชนบนที่สูงที่เป็นแหล่งอาศัยของชาวเขา ผู้ชายวัยรุ่นมักนิยมพกพาวิทยุทรานซิสเตอร์ขนาดใหญ่เพื่อแสดงถึงความโดดเด่น นำสมัย แต่ในขณะที่หนุ่มๆ ในเมืองอาจจะพกพาเครื่องเล่นเพลงแบบเอ็มพีสาม แทน เป็นต้น

สำหรับในประเทศไทยแนวทางการศึกษาวรรณกรรม สื่อ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นโดยอาศัยหลักการอ่านความหมายเชิงสัญลักษณ์วิทยาเป็นเครื่องมือในการค้นหาความหมายในระดับโครงสร้างที่อยู่ลึกลงไป ซึ่งมีนักวิชาการแนววัฒนธรรมศึกษาได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยนักวิชาการกลุ่มนี้มองว่า การศึกษาตัวบททุกประเภทไม่ว่าจะเป็นทัศนศิลป์หรือวาทศิลป์ต้องนำตัวบทมาศึกษาในลักษณะของกระบวนการ (Textuality) โดยแนวทางการศึกษาจะต้องผสมผสานเป็นลักษณะของ “สหวิทยาการ” ที่ขยายพรมแดนความรู้ไปสู่การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งกับสิ่งที่เป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมของมนุษย์ ซึ่งปัจจุบันมิได้จำกัดอยู่แต่ในแวดวงวรรณกรรมหรือภาษาศาสตร์เท่านั้น หากแต่รวมไปถึงการศึกษางานสร้างสรรค์อย่าง ภาพยนตร์ วรรณกรรม และสิ่งที่อยู่ในวัฒนธรรมทางสายตาหรือ “ทัศนวัฒนธรรม” (Visual Culture) อื่นๆ เช่น ละคร ศิลปะ ภาพถ่าย สถาปัตยกรรม แฟชั่น กิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งวัฒนธรรมที่อยู่ในชีวิตประจำวัน ฯลฯ ทั้งนี้วิธีวิทยาตามแนวทาง “วัฒนธรรมศึกษา” (Cultural Studies) จะเป็นสิ่งที่หล่อเลี้ยงและเป็นต้นกำเนิดของสาขาวิชาใหม่ๆ จำนวนมาก เป็นต้นว่าการศึกษเกี่ยวกับภาพยนตร์ศึกษา (Film Studies) สตรีศึกษา (Women Studies) ทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory) และอื่นๆ (นัทธนัย ประสานนาม, 2551:19-21)

จากข้อมูลที่กล่าวมาในข้างต้น แสดงให้เห็นว่าแนวทางการวิเคราะห์สัญลักษณ์นั้นมีแนวทางในการศึกษาค่อนข้างชัดเจน รวมทั้งเป็นศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับศาสตร์สาขาต่างๆ มากมาย โดยเฉพาะวัฒนธรรมศึกษาซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่คล้ายกันนั่นก็คือ การเน้นไปที่การวิเคราะห์ตัวบทต่างๆ อย่างที่ปรากฏอยู่ในสังคม อย่างไรก็ตามในการวิเคราะห์สัญลักษณ์ยังมีหลักและวิธีการอื่นๆ ที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งในที่นี้จะได้นำเสนอต่อไปให้เห็นดังนี้

#### 4.5.4 การวิเคราะห์วากยสัมพันธ์(Syntagmatic)และเชิงกระบวนทัศน์(Paradigmatic)

ลำดับต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์ความหมายโดยจะใช้กรอบความคิดทางด้านภาษาศาสตร์เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจสัญลักษณ์ ซึ่งในที่นี้จะขอนำเอาแนวความคิดของนักวิชาการอย่าง กัญญา แก้วเทพ (2553: 46-49) ที่ได้จำแนกแนวทางการวิเคราะห์สัญลักษณ์ไว้สองแนวทาง คือ

- 1.) การวิเคราะห์เชิงวากยสัมพันธ์ หรือที่เรียกว่า Syntagmatic เป็นวิธีการประกอบสัญลักษณ์ย่อยๆ เข้าด้วยกันตามลำดับขั้นตอน(Sequence) เพื่อให้ได้ความหมายตามที่ต้องการ ตัวอย่างที่สังเกตได้ง่ายๆ ก็คือ สิ่งที่เราคุ้นเคยอยู่ในชีวิตประจำวันอย่างกรณีเรื่องของภาษาไทยจะมีรหัสหรือ

โครงสร้างของการประกอบประโยคโดยการนำเอาคำประเภทต่างๆ มาจัดเรียงกันไปตามลำดับชั้นเพื่อให้เป็นประโยคที่สื่อสารกันได้ เช่น

	ประธาน	กริยา	กรรม
ตัวอย่าง	เขา	ตอบ	เธอ

ความหมายที่เกิดขึ้นจากการสร้างประโยคดังตัวอย่างข้างต้นนี้ เกิดจากการนำเอาคำย่อยต่างๆ มาผสมผสานหรือจัดเรียงกันไปตามลำดับที่ความต้องการจะมีกฎเกณฑ์ทางภาษาเป็นกรอบในการควบคุมที่ค่อนข้างชัดเจน ถ้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงลำดับหรือชั้นตอน เช่น อาจจะมีการสลับตำแหน่งของคำหรือรหัสก็จะส่งผลต่อความหมายที่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปดังนี้

	ประธาน	กริยา	กรรม
ตัวอย่าง	เธอ	ตอบ	เขา

จากหลักการในข้างต้น ถ้าเราลองไปประยุกต์ใช้ในกรณีที่เป็นคำในภาษาอังกฤษจะมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะหากมีการสลับตำแหน่งหรือลำดับชั้นตอนผิด ความหมายก็就会有ความผิดเพี้ยนไปด้วย เช่น

ตัวอย่าง	d	o	g
	g	o	d

การจัดลำดับสัญญาณในข้างต้นนี้ โดยใช้ข้อประกอบย่อยๆ มาจัดเรียงเสียใหม่ความหมายที่ได้ก็จะแตกต่างกันออกไป แนวความคิดดังกล่าวนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือเทียบเคียงกับวงการสื่อสารมวลชนได้ในเรื่องของการจัดเรียงลำดับตอนหรือช่วงเวลา ยกตัวอย่างเช่น การถ่ายทอดรายการโทรทัศน์จะมีลักษณะของการจัดเรียงลำดับตอนหรือเนื้อหาแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับรูปแบบของแต่ละสถานี เช่น บางสถานีจะเอารายการข่าวมาก่อนรายการบันเทิง และถ้าเป็นข่าวก็จะเอาข่าวหนัก หรือข่าวคุณภาพ (Hard News) มาก่อนข่าวเบา (Soft News) เสมอ ทั้งนี้เพื่อจัดลำดับความสำคัญและคุณค่าของข่าวที่นำเสนอ ในทางกลับกันบางสถานีอาจจะเลือกนำเสนอข่าวบันเทิงมาก่อนก็ย่อมแสดงให้เห็นว่าให้ความสำคัญกับรายการประเภทนี้มากกว่า เช่นเดียวกับ การจัดโต๊ะในการประชุม ประธานก็มักจะนั่งหัวโต๊ะซึ่งถือว่าเป็นคนสำคัญ ส่วนในลำดับต่อไปก็จะเป็นรองประธานหรือผู้บริหารที่มีความสำคัญรองลงมา ซึ่งก็จะต้องนั่งไล่เรียงกันไปจนถึงอันดับสุดท้าย (นับทอง ทองใบ, 253: 60)

จากที่กล่าวมาในข้างต้นจะเห็นว่าความหมายที่เกิดจากการจัดเรียงลำดับหรือช่วงของสัญลักษณ์สามารถนำมาใช้สื่อสารเป็นโครงสร้างเชิงประโยค หรือถ้อยคำได้นั้นจะต้องมีเงื่อนไขและกฎเกณฑ์ทางภาษาเป็นตัวควบคุมเพื่อให้สามารถถ่ายทอดความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ผู้อ่านสัญลักษณ์จึงจะต้องมีการเรียนรู้เกี่ยวกับรหัสหรือสัญลักษณ์ย่อยๆ เหล่านั้นควบคู่ไปกับทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ทั้งนี้เพื่อที่จะเข้าใจและใช้สัญลักษณ์นั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ฉะนั้นในมุมมองของสัญลักษณ์วิทยาแล้วแนวทางการศึกษาเชิงสัญลักษณ์จึงไม่ได้ถูกจำกัดแต่เฉพาะแวดวงภาษาศาสตร์เพียงเท่านั้น หากแต่ได้ขยายขอบเขตการศึกษาไปสู่วรรณกรรม นวนิยาย นาฏกรรม แฟชั่น ดนตรี วิถีการดำรงชีวิต ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดนับเป็นทักษะและความสามารถของมนุษย์ที่เกิดจากการใช้สัญลักษณ์อย่างเป็นระบบจนทำให้เกิดความหมายที่ทับซ้อนขึ้นมาได้ (ธีรยุทธ บุญมี, 2551: 99)

2.) การวิเคราะห์เชิงกระบวนทัศน์ หรือที่เรียกว่า Paradigmatic เป็นความสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่งของสัญลักษณ์ ซึ่งเกิดจากชุดของสัญลักษณ์ในชุดหนึ่งที่มีความหมายเหมือนกัน (Set of Sign) โดยที่สัญลักษณ์ย่อยๆ (Unit) แต่ละตัวอยู่ในกระบวนทัศน์ หรือ Paradigm เดียวกัน ยกตัวอย่างง่ายๆ คือ ชุดอาหารอาหารไทยภาคกลาง จะประกอบไปด้วย ข้าวสวย น้ำพริก ปลาหู และต้มจืด ซึ่งทั้งหมดนี้ต่างแสดงความเป็นอาหารไทยภาคกลาง เป็นต้น

สรุปข้อมูลดังที่กล่าวมาในข้างต้น จะเห็นว่า Paradigmatic จะเป็นเรื่องความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชุดของกระบวนทัศน์ เช่น การเลือกเมนูอาหารคาว อาหารหวาน และผลไม้ ก็จะมีรายการอาหารหลักๆ ของแต่ละประเภทให้เลือกสรรกัน และจะไม่นำมาปะปนกัน เช่น ไม่เอารายการอาหารคาวไปไว้ในรายการอาหารหวาน ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วคนทั่วไปมักจะมักกลไกในการวิเคราะห์ความหมายในลักษณะของกระบวนทัศน์ติดตัวอยู่แล้ว จนอาจจะกลายเป็นการรับรู้ของสังคมกันโดยทั่วไป เช่น ถ้าพูดถึงกระบวนทัศน์ของความเป็น “ผู้หญิง” ก็จะมีเรื่องเกี่ยวกับ ความสวยความงาม ความอ่อนโยน ฯลฯ เป็นองค์ประกอบที่แสดงถึงความเป็นผู้หญิง หรือในกรณี ถ้าพูดถึงความทันสมัยในเรื่องการใช้ชีวิต หลายคนอาจจะมองไปที่การได้มีรถยนต์รุ่นใหม่ๆ หรือโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ตโฟนใช้ เป็นต้น

ลำดับต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์ความหมายในอีกลักษณะหนึ่งซึ่งมักจะปรากฏให้เห็นในเชิงสัญลักษณ์วิทยา ซึ่งในที่นี้ก็คือ Metaphor และ Metonymy

#### 4.4.5 การวิเคราะห์แบบ Metaphor และ Metonymy

1.) การวิเคราะห์แบบ Metaphor เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายโดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์สองตัวที่คล้ายคลึงกันและนำมาถ่ายทอดความหมายด้วยวิธี “เปรียบเทียบอุปมาอุปไมย” เพื่อช่วยในการหาความหมายจากรูปธรรมไปสู่นามธรรม ถ้าเป็นในภาษาไทยอาจจะเป็นประโยคหรือวลีที่ทำให้เกิดการก้าวกระโดดจากความหมายหนึ่งไปสู่อีกความหมายหนึ่ง หรือจากภาพหนึ่งไปเป็นอีกภาพหนึ่ง เช่น ประโยคที่บอกว่า ความรักหอมหวานเหมือนดอกกุหลาบ เร็วอย่างกับลิ่ง ดำเป็นตอตะโก สิ่งที่น่า



ลักษณะของการสื่อความหมายโดยอาศัยวิธีการ Metonymy เป็นการเรียงรูปภาษาที่ใช้เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์กับตัวความหมายโดยอาศัยการเกี่ยวเนื่องของรูปทรง สี ตำแหน่ง องค์ประกอบ ตลอดจนลักษณะทางกายภาพ และ ฯลฯ เช่น กรณีเอาวัตถุมาแทนผู้ใช้หรือสถาบันที่เกี่ยวข้อง ยกตัวอย่างที่ชัดเจน คือ “ตึกไทยคู่ฟ้า” แทนความหมาย “รัฐบาลไทย” รองเท้า “ที่อปู้ต” แทนความหมาย “ทหาร” หรือในกรณีการนำเอาสถานที่หรือเหตุการณ์ อย่าง “เดือนธันวาคม” แทนความหมาย “6 ตุลาคม” ก็ปรากฏให้พบเห็นได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังนำเอามาประยุกต์ใช้ในการเรียงภาพถ่ายหรือภาพยนตร์ ในลักษณะของเรียงรูป ลดรูป - เพิ่มรูป (Visual Metonymy Visual Synecdoch) เช่น การใช้ภาพระยะใกล้ หรือ Clos Up เพื่อให้เห็นบางส่วนแทนทั้งหมด ส่วนในงานโฆษณาจะนิยมใช้การตัดภาพบางส่วน เพื่อให้ผู้ชมสามารถเกิดจินตนาการหรือเติมเต็มบางส่วนที่ขาดหายไปด้วยตนเอง ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความต้องการและความปรารถนาของผู้ซื้อให้เกิดขึ้น ส่วนในงานด้านสื่อสารมวลชนมักจะพบเห็นในสื่อต่างๆ ที่มีการนำเอาภาพบางภาพมาใช้เป็นตัวแทนของเรื่องราวทั้งหมด เช่น โปสเตอร์หนัง บัตรเข้าชมคอนเสิร์ต หรือในกรณีที่เป็นงานวรรณกรรมบางประเภทจะนำเอาความคิดของคนชั้นกลางมาแทนคนทั้งประเทศ (อิริยัท บุษมี, 2551: 226-228)

ในการทบทวนวรรณกรรมดังที่กล่าวมาข้างต้น นับว่าเป็นเนื้อหาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งกับการทำความเข้าใจถึงประเด็นการวิจัยในครั้งนี้ ขณะเดียวกันก็จะส่งผลให้การมองปรากฏการณ์ในพื้นที่ศึกษามีความลุ่มลึกและชัดเจนมากยิ่งขึ้นต่อไป

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้พยายามสืบค้นเอกสารในเชิงวิชาการที่มีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับประเด็นการวิจัย ซึ่งในที่นี้สามารถนำมาสรุปรวบรวมได้ ดังต่อไปนี้

มริสสา ล่ามกิจจา (2549: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่ององค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยของรัฐบาลและเอกชน ผลการวิจัยพบว่าเว็บไซต์ของรัฐบาลมีองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์หลักคือ ชื่อสถาบันภาษาไทยและอังกฤษ ตราสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นการแสดงความหมายโดยอรรถที่สื่อความหมายถึงความเป็นมหาวิทยาลัยนั้นๆ องค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์นี้มักจะอยู่ในส่วนหน้าของเว็บไซต์ ส่วนองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์อื่นๆ อย่างเช่น ต้นไม้ประจํามหาวิทยาลัย อาคารที่เป็นสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย จะปรากฏอยู่ในส่วนของเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อสื่อความหมายโดยนัยของมหาวิทยาลัยนั้นๆ ส่วนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชนมีองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์หลักคือ ชื่อสถาบันภาษาไทยและอังกฤษ ตราสัญลักษณ์ เช่นเดียวกับของรัฐบาลซึ่งเป็นการสื่อความหมายโดยอรรถของมหาวิทยาลัยนั้น และมีความหมายโดยนัยที่สื่อถึงความหมายของปณิธาน หรือคำขวัญของมหาวิทยาลัยนั้นๆ มีภาพอาคารที่เป็นสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ภาพเกี่ยวกับความสำเร็จของนักศึกษาที่เป็นรูปแบบของภาพเคลื่อนไหว ซึ่งทั้งหมดอยู่ใน

ส่วนหน้าของเว็บไซต์ ส่วนโทนสีจะใช้สีของมหาวิทยาลัยเป็นหลักแต่ก็มีสีอื่น ๆ เข้ามาผสมผสานเป็นองค์ประกอบเพื่อให้ดูสวยงาม สะดุดตา และน่าสนใจยิ่งขึ้น ในส่วนความแตกต่างขององค์ประกอบเว็บไซต์ของทั้งสองมหาวิทยาลัยพบว่า มหาวิทยาลัยเอกชนมีองค์ประกอบเชิงสัญลักษณ์ที่มีรายละเอียดและซับซ้อนมากกว่ามหาวิทยาลัยรัฐบาล ทั้งในด้านของการใช้โทนสี การเลือกภาพที่อยู่ในองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อย ซึ่งทำให้หน้าเว็บมีความสวยงามและน่าสนใจมากกว่าหน้าของมหาวิทยาลัยรัฐบาล

กิตติ คงตุก(2550:บทคัดย่อ) ได้ทำวิจัยเรื่อง เพลงทยอยใน 3 ชั้น ในมุมมองของสัญลักษณ์วิทยา ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้กรอบแนวคิดสัญลักษณ์วิทยาเป็นเครื่องมือในการสะท้อนภาพความหมายของคีตกวี ว่าดนตรีไทยมีกลวิธีในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อสื่อความหมายให้ผู้ฟังรับรู้ได้อย่างไร ผลการวิจัยพบว่า เพลงทยอยใน 3 ชั้นที่เดิมมักนำไปใช้ประกอบการแสดงโน้ตละครในอารมณโศกเคลื่อนที่นั้น มีการใช้สัญลักษณ์เพื่อสื่อความหมายโดยแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับความหมายโดยตรงเป็นลักษณะที่มุ่งแสดงความสัมพันธ์เชิงดนตรีผ่านการสะท้อนให้เห็นถึงที่มาที่ไป และยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางด้านการสื่อความหมายของเพลงทยอยใน 2 ชั้นเอาไว้ได้ ส่วนในระดับความหมายแฝงเกิดจากการที่สังคมได้ใส่ความหมายด้านวัฒนธรรมทับลงไปในความหมายเบื้องต้นหรือขั้นแรก จนสามารถเกิดความหมายในระดับที่สองตามมา ซึ่งเป็นการสะท้อนค่านิยมการจัดระดับความสามารถและสถานภาพของนักดนตรีผู้ประพันธ์เพลง รวมไปถึงรสนิยมและการให้คุณค่างานศิลปะของผู้คนในสังคมด้วย ประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมก็คือ การสื่อความหมายทั้งสองระดับนั้นเกิดขึ้นได้เพราะปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดกฎเกณฑ์กระบวนการคิดสร้างสรรค์และการรับรู้ความหมายของคนในสังคม หรือถ้าอีกนัยหนึ่งก็คือ ความหมายที่ปรากฏขึ้นนั้นเป็นผลมาจากระบบของวัฒนธรรมที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นมาใช้ นั่นเอง

ฐิติวัฒน์ นงนุช(2550: 269-299) ได้วิจัยเรื่อง สัญลักษณ์แห่งสถานที่ กรณีศึกษาชุมชนชาวจีนย่านตลาดน้ำ กรุงเทพฯ โดยใช้แนวความคิดปรากฏการณ์ศาสตร์และสัญลักษณ์วิทยาเป็นกรอบในการศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อขยายขอบเขตความเข้าใจทางปรากฏการณ์เกี่ยวกับการเมือง ที่ว่าง และสถาปัตยกรรม ผลการวิจัยพบว่า สัมผัสการรับรู้สถานที่เกิดจากองค์ประกอบทางกายภาพที่สำคัญ 5 ประการคือ 1) ร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังคงเหลืออยู่ 2) วิถีชีวิตในรูปแบบพุทธของชาวจีน 3) การซ้อนทับของกิจกรรมในสถานที่เดียวกันอย่างแยกไม่ออก 4) ผู้คนเชื้อสายจีน และ 5) สัญลักษณ์ทางพิธีกรรมความเชื่อ ตลอดจนสถาปัตยกรรมและภาษาที่ใช้สื่อสารกัน นอกจากนี้ยังมีข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับอาคารและที่ว่างในย่านตลาดน้ำซึ่งพบว่า สัมผัสการรับรู้สถานที่นั้นเกิดจากสัญลักษณ์ที่สำคัญสี่ประการ คือ ผู้คนที่อยู่อาศัย ระบบที่ว่างที่ยังมีความหมายทางสัญลักษณ์ รวมทั้งพิธีกรรมที่สืบทอดมาจากความเชื่อดั้งเดิม นอกจากนี้ยังมีรูปแบบทางเศรษฐกิจสังคม ทั้งนี้สัญลักษณ์ทั้งหมดนี้นำไปสู่การตีความและสร้างความหมายให้เกิดขึ้นในชุมชนซึ่งก็เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่แน่นอนของคนในชุมชนที่ได้ใช้ชีวิตร่วมกันมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน

สุริยา สมุทรคุปต์ และคณะ(2550: 12-14) ได้วิจัยเรื่องระหัดวิดน้ำลำตะคอง : สัญลักษณ์ของเทคโนโลยีพลังน้ำพื้นบ้าน โดยพิจารณาระหัดวิดน้ำในฐานะที่เป็น “สัญลักษณ์” สำคัญของปรากฏการณ์ทางสังคม ผลการวิจัยพบว่า ระหัดวิดน้ำเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สั่นไหวและกินความหมายที่ครอบคลุมวิถีชีวิต และชุมชนลุ่มน้ำลำตะคองที่หลากหลาย เป็นตัวอย่างสำคัญของการต่อสู้ดิ้นรนเพื่อนิยามการพัฒนาหรือจัดการกับทรัพยากรลุ่มน้ำที่ชาวบ้านรายย่อยและคนธรรมดาสามัญมักถูกเบียดขับให้กลายมาเป็นคนจนหรือคนชายขอบ ทั้งๆ ที่ระหัดวิดน้ำที่ครั้งหนึ่งเคยมีบทบาทสำคัญต่อสภาพวิถีการดำรงชีวิตของชาวบ้านมาตั้งแต่บรรพบุรุษ แต่มาในขณะนี้ต้องกลายมาเป็นสัญลักษณ์แห่งมายาคติของสินค้าสมัยใหม่ที่หลุดลอยไปจากรากฐานเดิมของชุมชนอย่างสิ้นเชิง

ภาวิณี บุริมปรัชญ์ (2551:1) ได้วิจัยเรื่อง การสื่อสารและการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน อ.สามโคก จ.ปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการส่งเสริมและการจัดการการท่องเที่ยว และศึกษาการใช้สื่อต่างๆ รวมทั้งการมีส่วนร่วมของประชาชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า จ.ปทุมธานี มีศักยภาพและความโดดเด่นในเรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นมา และความเก่าแก่ของประวัติศาสตร์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่น่าสนใจ มีความงามทางจารีตประเพณี ซึ่งทั้งหมดนับว่าเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันประชาชนในท้องถิ่นก็มีส่วนร่วมกันสร้างความเข้มแข็งในด้านของการท่องเที่ยว ส่งผลให้การท่องเที่ยวในพื้นที่มีความยั่งยืนต่อไป

ทศพร กรกิจ(2551: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง การสร้างความน่าสะพรึงกลัวในหนังสืออเมริกันเกาหลี และไทย โดยใช้แนวการวิเคราะห์ตัวบทจากแผ่นวีดิทัศน์ที่เป็นหนังสือจำนวนทั้งสิ้น 50 เรื่อง ที่ได้ฉายในโรงภาพยนตร์ในช่วงปี พ.ศ. 2542 - 2551 ผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความน่าสะพรึงกลัวในหนังสืออเมริกัน เกาหลี และไทย นั้นประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบหลักๆ คือ 1) ตัวละครผี โดยในตัวละครผีในหนังสืออเมริกันมักจะเป็นผีที่เชื่อมโยงกับความเชื่อเรื่องการต่อต้านพระคริสต์ศาสนา ส่วนตัวละครเกาหลีมักจะเป็นผีสาวที่ได้รับอิทธิพลมาจากผีในประเทศญี่ปุ่น สำหรับตัวละครผีไทยจะมีทั้งที่เป็นผีในลักษณะแบบดั้งเดิมแต่ถูกรื้อถอนความหมายและผ่านการตีความใหม่กับผีที่ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมอื่นเข้ามาผสมผสาน 2) รหัสจะแบ่งออกเป็นรหัสทั่วไปและรหัสทางวัฒนธรรมที่มักจะเกี่ยวข้องกับศาสนา ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนวิถีชีวิตของคนในสังคม และ 3) ความสัมพันธ์ของภาพและเสียง ซึ่งภาพยนตร์ทั้งสามชาติมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ทั้งนี้เนื่องจากภาพและเสียงจัดเป็นภาษาสากลที่ไม่ว่าใครดูหรือฟังแล้วก็จะเข้าใจความหมายได้ตรงกัน

ปฐมมาพร เนตินันท์ (2552: 41-42) ได้วิจัยเรื่อง กระบวนการสื่อสารตราสินค้าของพรรคการเมืองไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสื่อสารตราสินค้าของพรรคการเมืองไทย รวมทั้งเพื่อศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการสื่อสารตราสินค้าของพรรคการเมืองไทย 2 พรรค คือ พรรคไทยรักไทย และพรรคประชาธิปัตย์ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research)ที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะสื่อที่เผยแพร่ข้อมูลตามลำดับเวลา เช่น จากข่าวรายวัน รายสามวัน รายสัปดาห์ รวมทั้งสิ้น 25 ฉบับ ในช่วงของการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งทั่วไป ทั้งนี้โดยใช้แนวความคิดการตลาดเพื่อการเมือง (Political Marketing) ของดอมินิก ริง และแนวคิดกระบวนการสื่อสารตราสินค้า(Brand Communication Process) เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ผลการศึกษาพบประเด็นที่น่าสนใจคือ พรรคการเมืองทั้งสองพรรคมีขั้นตอนในกระบวนการสื่อสารตราสินค้าสอดคล้องกับแนวความคิดด้านการตลาดและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารตราสินค้าเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันทั้งสองพรรคมีขั้นตอนของการใช้กระบวนการสื่อสารตราสินค้าคล้ายคลึงกัน และเมื่อศึกษาเปรียบเทียบพบว่า ในการนำเอาแนวความคิดการตลาดเพื่อการเมืองมาใช้ พรรคการเมืองได้มีความตระหนักถึงความสำคัญของแนวความคิดการตลาดเพื่อการเมือง และแนวความคิดกระบวนการสื่อสารตราสินค้า แต่พรรคไทยรักไทยจะเน้นกลยุทธ์ในแต่ละกระบวนการมากกว่าพรรคประชาธิปัตย์

พงศ์กฤษฎี พลเลิศ (2553: 87-91) ได้ทำวิจัยเรื่อง การถ่ายทอดแนวความคิดความเชื่อ ผ่านการใช้ภาพถ่ายตกแต่งบ้าน กรณีศึกษาบ้านบางสะแก อ. สองพี่น้อง จ. สุพรรณบุรี โดยใช้ทฤษฎีสัญญาวิทยาและแนวความคิดเชิงโครงสร้างนิยมมาเป็นการศึกษาเพื่อค้นหาคุณค่าความหมายของภาพถ่ายตกแต่งบ้านว่ามีแนวความคิดความเชื่ออะไรปรากฏให้เห็น ผลจากการวิจัยพบว่าภาพถ่ายตกแต่งบ้านมีแนวความคิดความเชื่อปรากฏให้เห็นใน 3 ลักษณะ คือ 1) คุณค่าทางสังคม อันได้แก่ ความรักและเทิดทูนในสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ และการประพฤติตามจารีตประเพณีของสังคม 2) ความสัมพันธ์ทางสังคม ได้แก่ ความรักและศรัทธาในบรรพบุรุษ และ 3) คือ แนวความคิดเกี่ยวกับการนำเสนอตัวเอง ซึ่งมีภาพความสำเร็จในชีวิต และการนิยมในยศถาบรรดาศักดิ์ เป็นเนื้อหาที่แฝงเร้นอยู่ในภาพถ่ายตกแต่งบ้าน สำหรับวิธีการนำเสนอ นั้น พบว่า ความหมายที่เกิดจากภาพถ่ายจะมีสัญลักษณ์ต่างๆ เป็นองค์ประกอบในการสร้างความหมาย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นความหมายโดยนัย นอกจากนี้ประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติม ก็คือ การรับรู้ความหมายของสัญลักษณ์ต่างๆ เหล่านั้นจะมีการใช้รูปแบบการสื่อความหมายในหลายๆ ลักษณะ เช่น การเปรียบเทียบอุปมาอุปมัย การใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ และการใช้ชุดของสัญลักษณ์สื่อความหมายในกระบวนการทัศนเดียวกัน รวมทั้งยังพบว่าแต่ละแนวความคิดความเชื่อที่ปรากฏให้เห็นผ่านการใช้ภาพถ่ายตกแต่งบ้านมีการหยิบยืมสัญลักษณ์ในบริบทอื่นมาใช้ในการสื่อความหมายภายใต้อีกบริบทหนึ่งด้วย ซึ่งนั่นย่อมแสดงให้เห็นว่าความหมายต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากการใช้ชุดของสัญลักษณ์ย่อยๆ มาประกอบสร้างกันขึ้นมาเพื่อให้มันสามารถถ่ายทอดความหมายตามที่ต้องการ

จากผลการวิจัยดังกล่าวมาในข้างต้น แสดงให้เห็นว่าแนวทางการศึกษาความหมายเกี่ยวกับสัญญาะนั้นเป็นประเด็นที่มีความละเอียดอ่อน ลึกซึ้ง และก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าวิธีวิทยาอื่นๆ ในทางสังคมศาสตร์ ขณะเดียวกันก็แนวทางการศึกษาในด้านสัญญาวิทยาก็นับว่าเป็นวิธีวิทยาหนึ่งที่สามารถจะอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นได้ โดยเฉพาะในเรื่องของความหมายที่มนุษย์ที่ได้สร้างและถ่ายทอดผ่านระบบสัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่มีนัยให้นำค้นหาเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นงานวิจัยเรื่องนี้จึงได้มีความเพียรพยายามในการทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์เชิงสัญญาที่มักจะซ่อนตัวอยู่สังคม

