

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้ จะกล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นกรอบ และแนวทางในการวิเคราะห์ การศึกษาเกี่ยวกับการสื่อความหมาย "ความเป็นไทย" ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยผ่านสื่อโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ในช่วงปี พ.ศ. 2530-2537 ผู้วิจัยได้นำแนวคิดหลัก ๆ 2 แนวคิดมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นไทย
2. แนวคิดเรื่องสัญวิทยา (Semiology)

แนวคิดดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้เรียบเรียงสาระสำคัญ โดยสรุปและเสนอ เป็นลำดับดังต่อไปนี้

งานศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งศึกษาถึงการสร้างความหมายของ "ความเป็นไทย" ที่แฝงอยู่ในเนื้อหาของโฆษณา ผู้วิจัยจึงได้นำกรอบแนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นไทยมาเป็นแนวทางในการทำการศึกษาวิจัยในกรณีศึกษานี้ ดังมีรายละเอียดดังนี้คือ

แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นไทย

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (สังคมวิทยาทศน์: 2533) ได้กล่าวถึงลักษณะความเป็นไทยว่า ความเป็นไทยแสดงออกได้หลายรูปแบบ เช่น การพูดและเขียนภาษาไทย แต่งกายอย่างไทย อยู่บ้านไทย กินข้าวและอาหารไทย ไปด้วยไทย ภาพวาดไทย อ่านวรรณคดีไทย กิริยามารยาท ความประพฤติ การวางตัวเล่นหัวอย่างไทย ร้องรำทำเพลงไทย หล่อปล้น แกะสลักแบบไทย ผู้รับแบบไทย หรือทำมาหากินจัดการงาน ปกครองบังคับบัญชาคน และความรู้ความคิดแบบไทย เป็นต้น ซึ่งอาจจะจัดหมวดหมู่ ความเป็นไทยออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. ความเป็นไทยทางวัตถุ
2. ความเป็นไทยทางการกระทำหรือความประพฤติ
3. ความเป็นไทยทางความรู้และความคิด

กล่าวคือ ความเป็นไทย แสดงออกทาง ของไทย ทำอย่างไทย และคิดอย่างไทย ความเป็นไทยจะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อมีกายเป็นไทย มีใจเป็นไทย และมีสิ่งของที่ เป็นไทย

ความเป็นไทย

หากมองไปรอบ ๆ ตัวเราจะเห็นสิ่งของต่าง ๆ มากมายเป็นของแบบไทย ลองไล่สิ่งของใกล้ตัวออกไปก่อนจะเห็นว่า เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของเราเป็นแบบไทยมีจำนวนมาก เช่น ผ้าถุง รองกระเบน ผ้าซิ่น ผ้าสาบ เสื้อทรงกระบอก เสื้อชุดพระราชทาน สร้อยคอ สร้อยข้อมือ ต่างหู เครื่องใช้สำนักงาน เช่น ตู้โต๊ะ ตั้ง เตียง ชุดรับแขก เครื่องใช้ในครัว วนห้องน้ำ โต๊ะเครื่องแป้ง ตัวบ้านทรงไทย ประตู หน้าต่าง จั่ว ผา บันได เครื่องมือ เช่น มีดอีโต้ มีดดาบ ไม้ คราด กระบุง ตะกร้า ไซ ของเล่น เช่น สะบ้า ตะกร้อ ไม้หึ่ง งานศิลปะ เช่น เครื่องปั้นดินเผา สิ่งแกะสลัก สิ่งหล่อหลอม ภาพวาด ลายไทย เพลง เครื่องดนตรี เช่น กลอง ระนาด ตะโพน ฉิ่ง ปี่ ขลุ่ย รวมทั้งเครื่องแต่งกายของนักร้องนักแสดงแบบลิเก โขน หนังใหญ่

สิ่งเหล่านี้เป็นของไทยที่แบบ หรือหน้าที่ ตามวัฒนธรรมไทย ตัววัตถุก็อาจเป็นสิ่งที่มาจากที่ใดก็ได้ ทั้งภายในสังคมหรือมาจากที่อื่น คนไทยนำเอาประดิษฐ์ตามรูปแบบนิยมของคนไทย เช่น คนไทยนำเอาเสื้อผ้ามาประดิษฐ์แบบไทย นาฬิกาหรือไม้มาประดิษฐ์เป็นเครื่องปั้นดินเผา สิ่งแกะสลัก หรือนาฬิกา ทองแดง ทองเหลือง ทองคำ เงิน เพชร พลอย มาประดิษฐ์ตามแบบที่คนไทยปรารถนา จึงเกิดเป็นวัตถุไทยขึ้น วัตถุอาจเป็นวัตถุของชาติใดก็ได้ เมื่อเป็นแบบไทยของไทยแล้ว ก็จะมีคามหมายหรือความสำคัญสำหรับคนไทย เป็นเครื่องแสดงความเป็นไทยทางหนึ่ง ความสำคัญจะเห็นได้ชัดขึ้น เมื่อสิ่งเหล่านี้ถูกทำลาย

ถูกเหยียดหยาม หรือเวลาอยู่ระหว่างคนชาติอื่นหรืออยู่ต่างประเทศ เราจะอยากพูดไทย
อยากกินอาหารไทย อยากแต่งตัวด้วยเครื่องแต่งกายไทย

ความเป็นไทยทางกาย

ความเป็นไทยทางกาย หมายถึง ลักษณะกิริยาท่าทาง การประพฤติปฏิบัติตัว
การพูดจากันที่มีระเบียบประเพณีปฏิบัติสืบต่อกันมา ตัวอย่างกิริยาท่าทาง เช่น ลักษณะการ
ทักทายที่มีอาวุโสน้อยต้องยกมือไหว้ทำความเคารพผู้ใหญ่ เด็กไหว้ผู้ใหญ่ ศิษย์ไหว้ครู ลูก
น้องไหว้เจ้านาย ฆราวาสไหว้พระสงฆ์ เด็กเดินผ่านผู้ใหญ่ต้องก้มหลัง จะหยิบของที่อยู่
เหนือศีรษะผู้ใหญ่ต้องขอโทษก่อน หรือขอให้ผู้ใหญ่เป็นผู้หยิบมาให้ ต้องไม่นั่งสูงกว่าผู้ใหญ่ ต้อง
เคารพยำเกรงผู้ใหญ่หรือผู้ที่มีอาวุโส ตำแหน่งฐานันดรสูง ต้องแสดงความสุภาพอ่อนน้อมต่อ
ครู เป็นต้น เรียกว่า คนไทยมีความรู้สึกเกี่ยวกับที่ต่ำที่สูงอยู่มาก ความรู้สึกเช่นนี้ยังควบคุม
ไปถึงการพูดจาระหว่างกันด้วย เช่น เวลาผู้ใหญ่จะขอบคุณเด็กมักกล่าวแต่เพียงขอใจ เด็ก
ต้องใช้คำว่าขอบคุณ หรือขอบพระคุณต่อผู้ใหญ่ คำขึ้นต้นและลงท้ายจดหมายราชการเป็นอีกตัว
อย่างหนึ่งที่เห็นได้ชัด เพราะได้มีระเบียบกำหนดไว้ชัดเจน ว่าจดหมายถึงบุคคลระดับใด จะ
ต้องขึ้นต้นหรือลงท้ายจดหมายอย่างไร นอกจากนี้ ภาษาพูดระหว่างฆราวาสกับสงฆ์ สามัญ
ชนกับเชื้อพระวงศ์ก็จะมีระเบียบระบุไว้ต่างหาก เช่นกัน

ยิ่งไปกว่านั้น ความเป็นไทยทางกายยังหมายรวมถึง ขนบธรรมเนียมประเพณี
ต่าง ๆ ที่ถือปฏิบัติกันมานานอีกด้วย เช่น ประเพณีเกี่ยวกับการเกิด การบวช การแต่งงาน
โรกนจุก การตาย การขึ้นบ้านใหม่ พิธีแรกนา การทำบุญหรืองานบุญต่าง ๆ พิธีกราบไหว้
สิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือที่เคารพนับถือ เป็นต้น

รวมความว่า กิริยาท่าทาง ความประพฤติ กิริยาวาจา ขนบธรรมเนียมประเพณี
ที่เราถือปฏิบัติตาม ๆ กันมา เป็นการแสดงความเป็นไทยทางกาย ลักษณะการกระทำทาง
กายและวาจาของไทยนั้น มีความเฉพาะตนอยู่ที่ความสุภาพ อ่อนโยน ละมุนละไม สงบ

เสียงยิ้ม รู้จักที่ต่ำที่สูง ความเป็นมิตร การรู้จักผ่อนสั้นผ่อนยาว ไม่แข็งกระด้าง ยิ้มแย้ม ร่า
 เริง รักสนุก รักความอิสระ ไม่เคร่งเครียดจริงจังต่อชีวิตมากนัก สรุปรว่าคนไทยเป็นคนอ่อน
 โยน แต่ไม่อ่อนแอ ความอ่อนนุ่ม สงบเสียงยิ้มอาจกลายเป็นความเข้มแข็ง จุดนี้ให้ทันที่ เมื่อ
 พบกับความไม่เป็นที่มิตร หรือศัตรู ทั้งนี้ไม่ว่าหญิงหรือชาย

ลักษณะเด่นเป็นพิเศษของคนไทย คือ การยิ้ม จนชาวต่างชาติพากันให้สมญาเมือง
 ไทยว่า สยามเมืองยิ้ม คนไทยยิ้มได้ทุกโอกาส ไม่เฉพาะเวลาที่มีสุข แม้ยามทุกข์ยามประสบภัย
 เจ็บปวด การยิ้มของไทยจึงอาจเป็นได้ทั้งมิตรและศัตรู แสดงได้ทั้งความสุขและความทุกข์

ภาพลักษณ์ของสตรีไทยจะปรากฏออกมาเป็นสุภาพสตรีที่มีรูปร่างบอบบาง สุภาพ
 เรียบร้อย ละมุนละไม อ่อนหวานและอ่อนโยน เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ มีจิตใจเป็นมิตร น่าคบ
 เป็นแม่บ้านแม่เรือนที่ดี ส่วนชายไทยก็จะมีภาพลักษณ์เป็นสุภาพบุรุษที่เข้มแข็ง อดทน ปึกป็น
 กล้าแกร่ง มีระเบียบวินัย และมีความเป็นผู้นำที่สุขุมคัมภีรภาพ

ความเป็นไทยทางกายจึงเป็นสิ่งที่มองเห็นได้โดยง่าย เช่นเดียวกับทางวัตถุ
 เป็นลักษณะเด่นเฉพาะอีกด้านหนึ่งของความเป็นไทยอันน่าภาคภูมิใจ

ความเป็นไทยทางใจ

อันที่จริงความเป็นไทยทางกายก็ดี ทางวัตถุก็ดี มีกำเนิดมาจากความเป็นไทย
 ทางใจ คือความรู้ความคิดอย่างไทยทั้งสิ้น กล่าวคือ ความรู้ความคิดอย่างไทยเป็นตัวอย่าง
 แบบ ก่อลักษณะ กำหนดรูปร่างเหล่านั้นขึ้นก่อน แล้วจึงไปกระทำหรือแสดงออกทางกาย และ
 ทางวัตถุอีกทอดหนึ่ง ความเป็นไทยทางใจจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวด หากมีการสูญเสีย
 ความเป็นไทยประการนี้แล้วก็จะ เหมือนกับการสูญเสียความเป็นไทยทั้งหมดทีเดียว

ความเป็นไทยทางใจหรือความรู้ความคิดของไทยนั้นเมื่ออยู่มากมายเหลือคณานับ เช่น ความรู้ความคิด ความสามารถในการปกครองจัดการบ้านเมืองให้มีความร่มเย็น การจัดการหมู่คณะให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย มีความสามัคคีกลมเกลียวมีระเบียบวินัย ความรักในเอกราช ว่ายอมเป็นข้าหรือเมืองขึ้นต่างชาติ สามารถในการผ่อนหนักเป็นเบา ประสานประโยชน์ การกระทำ และความคิด เพื่อดำรงเอกราชของชาติ มีความรู้ความสามารถในการติดต่อสัมพันธ์กับต่างประเทศเพื่อรักษาประโยชน์ของตนเป็นต้น จนสามารถดำรงความเป็นไทยมาตราบนานเท่านานนี้

ในด้านการทำงานหากิน คนไทยก็มีความสามารถในการประกอบหน้าที่การงานตาม ยุคตามสมัย หากเลี้ยงชีพและหมู่คณะมาโดยตลอด จากการทำงาน ทั่วไป การช่าง ไปจนถึง การค้าธุรกิจ อุตสาหกรรมและบริการต่าง ๆ แม้สมัยก่อนจะมีแต่การเกษตรเป็นส่วนใหญ่ แต่ภายหลังก็ได้เพิ่มจำนวนการค้าอุตสาหกรรมและบริการให้มากขึ้น ตามความต้องการของ สังคมสมัยใหม่ สามารถขุดค้นเอาทรัพยากรอันอุดมสมบูรณ์มาเป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิต

ระบบความเชื่อของไทยมีทั้งความเชื่อตามหลักเหตุผลของวิทยาศาสตร์สมัยใหม่ ตามหลักธรรมของพุทธศาสนา คริสตศาสนา อิสลาม และศาสนาอื่น ในแง่นี้การแพทย์และการรักษาสมัยใหม่ เป็นที่นิยมควบคู่กับการแพทย์แผนโบราณ ยาสมุนไพรมีการเล่าเรียนสั่งสอนความรู้ความคิดสมัยใหม่ควบคู่กับหลักธรรมของศาสนา คนไทยใช้หลักวิทยาศาสตร์และหลักธรรมควบคู่กันไป แต่ความเชื่อในเรื่องผีसानางไม้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ การทรงเจ้าเข้าผี ตั้งศาลพระภูมิ ศาลเจ้า ไว้กราบไหว้ร่วมกับเคารพใบ้ถือพระพุทธรูป พระธรรม พระสงฆ์ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์อื่น การผสมผสานในความเชื่อหลายอย่างเช่นนี้ เป็นเหตุผลอย่างหนึ่งที่ทำให้คนไทยไม่เคร่งครัด งามาย ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากนัก

ศิลปะการเล่นการกีฬา เป็นการแสดงออกทางใจไทยอีกด้านหนึ่ง ศิลปะไทยมีความงาม อ่อนไหว ละมุนละไม เป็นของตนเอง เมื่อมีแบบความคิดด้านนี้เข้ามาจาก

สังคมอื่น คนไทยก็รับเข้าไว้ แล้วผสมผสานกับแบบของตน กลายเป็นแบบของตนขึ้นมาอีก เช่น งานศิลปะ สถาปัตยกรรม และนาฏศิลป์ เป็นต้น

ความเป็นไทยทางใจจึงไม่ใช่เพียงการรักษาความอิสระเสรี รักหมุ่รักคณะ เท่านั้น แต่หมายถึงความรู้ ความคิดและความสามารถด้านต่าง ๆ ของไทยที่ตั้งที่ยกตัวอย่างมาด้วย สิ่งเหล่านี้จะฝังรากแน่นอยู่ภายในตัวของคนไทยทุกคน ยากที่จะแยกออกจากกายได้ เมื่อคิดอย่างไทย ก็จะทำอย่างไทย และแสดงกิริยามารยาทอย่างไทยสอดคล้องกันไป หากประติษฐ์คิดค้นสิ่งใดที่เป็นวัตถุออกมา ก็จะกระทำตามความรู้ ความคิดไทย ผลจึงออกมาเป็นวัตถุไทยอีกเช่นกัน ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า ใจเป็นแม่บทของกาย วาจา และวัตถุ

หากจะสรุปให้สั้นลงไปอีก ความเป็นไทยก็จะมีเพียงสองรูป ความเป็นไทยทางรูปธรรมและความเป็นไทยทางนามธรรม โดยรูปธรรมรวมความเป็นไทยทางกายและทางวัตถุเข้าไว้ด้วยกัน ส่วนนามธรรมได้แก่ความมีใจเป็นไทย

จากแนวคิดเรื่องความเป็นไทยดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า ความเป็นไทยมีลักษณะเด่น ๆ อยู่หลายประการด้วยกัน ซึ่งในแคมเปญของรณรงค์สายการบินไทย ได้มีการนำเอาลักษณะเด่นของความเป็นไทยเหล่านี้มาสอดแทรกไว้ ดังนั้นแนวคิดในเรื่องเกี่ยวกับความเป็นไทยนี้ จึงได้นำมาใช้เป็นฐานช่วยในการวิเคราะห์แคมเปญรณรงค์ทั้งสามแคมเปญกรณีศึกษา นี้ เพื่อให้ได้ภาพของความเป็นไทยที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

นอกจากอาศัยแนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นไทย นำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาครั้งนี้แล้ว ปัญหาสำคัญของการถ่ายทอดหรือกระบวนการสื่อความหมายของ "ความเป็นไทย" ให้ปรากฏแก่ความรู้สึกของผู้รับสารนั้น ทฤษฎีที่น่าจะเป็นประโยชน์ก็คือ "สัญวิทยา" ซึ่งเป็นแนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัยแฝงในตัวเนื้อสาร ดังมีรายละเอียดดังนี้คือ

แนวคิดเชิงสัญวิทยา (SEMIOLOGY) และการวิเคราะห์เชิงสัญวิทยา
(SEMIOLOGICAL ANALYSIS)

แนวคิดเรื่อง "สัญญาณ" (Sign)

สัญวิทยา (Semiology) หรือ (Semiotics) นั้น O'Sullivan (1983 : 210, 214) ได้อธิบายและให้คำจำกัดความไว้ว่าเป็นการศึกษาในเรื่องของ สัญญาณ (Sign) รหัส (Codes) และวัฒนธรรมซึ่งเกี่ยวกับการแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่สำคัญของ สัญญาณ และการที่สัญญาณนั้นถูกนำมาใช้ในสังคม

สัญญาณนี้ มีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. จะต้องมิลักษณะทางกายภาพ
2. จะต้องมีความหมายถึงบางสิ่งบางอย่างนอกเหนือจากตัวของมันเอง
3. สัญญาณนี้ จะต้องถูกนำมาใช้และรับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องว่าเป็นสัญญาณ

Ferdinand de Saussure (อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ 2531; 183-184) อธิบายความหมายของสัญญาณว่า เป็นสิ่งที่สัมพันธ์ด้วย อยาตนะ (ประสาทรับสัมผัสทั้ง 5) และเป็นสิ่งที่คนกลุ่มหนึ่งตกลงใช้สิ่งนั้นเป็น เครื่องหมาย (Mark) ถึงอีกสิ่งหนึ่งที่ไม่ได้ปรากฏานสัญญาณนั้น

Saussure แบ่งสัญญาณออกเป็น 2 ส่วนคือ ตัวหมาย (Signifier) กับตัว หมายถึง (Signified) ตัวหมาย คือสิ่งที่ปรากฏให้เห็นเป็นเครื่องหมาย เช่น เมื่อเรา เขียนคำว่า "ม้า" โดยมุ่งที่จะให้หมายถึงตัวม้าจริง ๆ ตัวอักษรคำว่า "ม้า" ถือเป็นตัวหมาย ส่วนตัวม้าจริง ๆ เป็นตัวหมายถึง กระบวนการทั้งหมดนี้เราเรียกว่ากระบวนการสร้างความหมาย (Signification) การศึกษาในเชิงสัญวิทยาให้ความสำคัญกับการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง เพื่อดูว่าความหมายถูกสร้างขึ้นและถูกถ่ายทอดออก

มาอย่างไร โดยนำเอาตัวบท (Text) มาวิเคราะห์เพื่อดูว่าตัวหมายนั้นสร้างความหมายอย่างไร ในการสื่อสารของคนเรานั้นจะมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกิดขึ้นตลอดเวลา การวิเคราะห์ทางสัญวิทยาที่เราจะไม่คำนึงถึงเนื้อหา เพราะเนื้อหาไม่ได้สร้างความหมายของตัวบท แต่ความสัมพันธ์ของตัวหมายและตัวหมายถึงเป็นตัวสร้างความหมาย

กระบวนการสร้างความหมาย (Signification) Roland Barthes ศาสตราจารย์คนหนึ่งของ Saussure (อ้างถึงใน John Fiske, 1982) เป็นคนแรกที่คิดถึงเรื่องนี้ เขาให้แนวความคิดในการวิเคราะห์ความหมายแฝงที่อยู่ในการติดต่อสื่อสาร หัวใจสำคัญของทฤษฎีของ Barthes คือขั้นตอนในการแสดงความหมาย 2 ระดับ คือ ในระดับแรกเป็นระดับที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของความเป็นจริงตามธรรมชาติ คือ การตีความหมายโดยตรง ส่วนในระดับที่สอง เป็นการตีความในระดับที่มีปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง คือ การตีความโดยนัยแฝง

การตีความตามความหมายตรง (Denotation)

Denotation เป็นความหมายขั้นแรกเหมือนที่ Saussure ได้ศึกษาอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมาย (Signifier) กับตัวหมายถึง (Signified) ในลักษณะนั้น และความสัมพันธ์ของสัญญะกับสิ่งที่กล่าวถึงในเป็นความหมายที่ชัดเจนของสัญญะ เช่น ภาพวีรบุรุษถนนก็แสดงความหมายว่า เป็นถนนสายนั้น หรือคำว่า "Street" ก็แสดงความหมายว่าเป็นถนนชนบทที่มีอาคารบ้านเรือนเรียงรายอยู่สองฝาก แต่ถ้าเราใช้เทคนิคในการถ่ายภาพเข้าช่วย เช่น ใช้ฟิล์มสีถ่ายขณะมีแสงแดดอ่อน ๆ ใช้เลนส์กระจกลรับภาพทำให้ภาพนุ่มขึ้น จะทำให้มองเห็นภาพของถนนสายนี้เป็นถนนที่อบอุ่นไปด้วยความสุข ความอบอุ่น สะท้อนสังคมที่มีมนุษยธรรม เหมาะสำหรับเด็ก ๆ ที่จะวิ่งเล่นอยู่บนถนนนี้ แต่ถ้าใช้เทคนิคการถ่ายอีกรูปแบบหนึ่ง ใช้ฟิล์มขาว-ดำและกระจกเลนส์รับภาพทำให้ภาพดูแข็งกระด้าง จะทำให้ภาพของถนนสายนี้เป็นที่ ๆ ไม่น่าอยู่ มีแต่ความเยือกเย็น ไม่เป็นมิตร ไม่มีความอบอุ่นเมตตา ไม่เหมาะสำหรับเด็ก ๆ จะวิ่งเล่น ความหมายแรกจากภาพที่

แสดงว่าเป็นถนนสายหนึ่งนั้นเป็นการตีความตามความตรง แต่ความหมายที่สองที่ให้ความรู้สึกจากการใช้เทคนิคการถ่ายภาพทั้งสองวิธี แสดงความหมายในขั้นที่ 2 ซึ่งเรียกว่าการตีความหมายโดยนัยแฝง

การตีความหมายโดยนัยแฝง (Connotation)

Barthes อธิบายว่าความหมายในขั้นที่ 2 มีอยู่ 3 ประการ ประการแรก คือ การตีความหมายโดยนัยแฝง อธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อสัญลักษณ์กระทบกับความรู้สึกหรืออารมณ์ของผู้ใช้สารและค่านิยมในวัฒนธรรมของเขา ความหมายในขั้นที่ 2 นี้เกิดขึ้นจากการตีความโดยอัตตวิสัย และเมื่อผู้ตีความได้รับอิทธิพลจากผู้ให้สารไปพร้อมกับ ๆ ก็จะได้รับจากวัตถุหรือสัญลักษณ์

Barthes กล่าวว่า ปัจจัยเชิงวิพากษ์ในการตีความหมายโดยนัยแฝงคือ ตัวหมายในขั้นแรก ตัวหมายในขั้นแรกคือสัญลักษณ์ของการตีความหมายโดยนัยแฝง ในภาพถนนสายเดียวกัน 2 ภาพ ความคิดของเราเกี่ยวกับถนนสายนั้นออกมาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเทคนิคการถ่ายภาพทั้งสองนั้นเป็นตัวหมาย การที่กล้องจับภาพถนนและถ่ายออกมาให้เราเห็นบนแผ่นฟิล์มเป็นการตีความหมายโดยตรง แต่การถ่ายภาพโดยใช้เทคนิค แสงสีและ อุปกรณ์พิเศษ ให้ความรู้สึกนึกคิดของคนนั้น เข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการถ่ายทำนั้น เป็นการตีความหมายโดยนัยแฝงจากสิ่งที่มนุษย์ทำขึ้น การตีความหมายตรงจึงเป็นอะไรที่กล้องถ่าย แต่การตีความหมายโดยนัยแฝง คือ ลักษณะที่ถ่ายนั้นทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดอย่างไร

เครื่องหมายของเจ้าหน้าที่ในสังคมที่มีการแบ่งชนชั้นก็สามารถแสดงสัญลักษณ์ได้ เครื่องหมายแสดงยศต่าง ๆ ยิ่งมีมากยิ่งแสดงว่าอยู่ในระดับสูง แต่ในสังคมที่ไร้แบ่งชนชั้น เครื่องหมายของเจ้าหน้าที่จะไม่ค่อยแตกต่างจากประชาชนทั่วไป เครื่องหมายของ Castro หรือประธานเหมาจะไม่แตกต่างไปจากประชาชนเท่าใดนัก



การตีความหมายโดยนัยแฝง เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับค่านิยมทางวัฒนธรรม แม้ว่าบ่อยครั้งที่จะแสดงให้เห็นถึงภาพพจน์ เช่น ภาพเด็กที่ถ่ายด้วยกระจกเลนส์ปรับภาพทำให้ภาพมุ่มขึ้น แสดงความรำลึกในอดีต เป็นสัญลักษณ์ของความคลุมเครือไม่ชัดเจนแห่งความทรงจำ แต่เป็นสัญลักษณ์ของความรู้สึกด้วยเช่นกัน แต่การที่จะตีความเช่นนี้เราก็ต้องรู้จุดประสงค์ที่สำคัญของช่างภาพ ไม่ใช่ว่าเป็นภาพที่เกิดขึ้นเพราะขีดจำกัดของเครื่องมือ ถ้าช่างภาพทุกคนถ่ายภาพออกมาโดยใช้กระจกเลนส์ปรับภาพทำให้ภาพมุ่มขึ้นหมด ภาพนั้นก็ไม่ได้แสดงการรำลึกถึงความหลังแต่อย่างใด

เนื่องจากการตีความหมายโดยนัยแฝง เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในระดับอัตวิสัย บ่อยครั้ง เราจึงไม่ได้ตระหนักถึงความหมายที่แฝงอยู่นี้ ภาพถ่ายขาว-ดำ ของถนนที่ใช้กระจกเลนส์ปรับภาพทำให้ภาพมุ่มขึ้น เป็นภาพที่ขาดมนุษยธรรม มักถูกตีความในระดับการตีความตามความหมายตรง เพราะถนนทั่วไปก็เป็นอย่างนี้ ดังนั้น การตีความหมายโดยนัยแฝงจึงมักจะถูกตีความแค่ความจริงในระดับการตีความตามความหมายตรง

นอกจากนี้ การใช้น้ำเสียงในการพูดหรือการเลือกคำที่สามารถบ่งบอกถึงอารมณ์และความรู้สึกของผู้พูดได้ ซึ่งผู้รับสารและผู้ส่งสารจะต้องอยู่ในสังคมและวัฒนธรรมเดียวกันจึงจะสื่อความหมายกันได้ถูกต้อง เช่นเดียวกับโฆษณาที่เน้นความเป็นไทยของการบินไทย กลุ่มเป้าหมายคนไทยจะตีความเกี่ยวกับเรื่องของความเป็นไทยต่าง ๆ ได้อย่างลึกซึ้งตรงกับผู้ส่งสารมากกว่าการตีความของกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดในเรื่องสัญลักษณ์ที่มีผู้ทำการศึกษาคือ

John Fiske (1982 : 43) ได้กล่าวถึงวิธีการศึกษาเชิงสัญลักษณ์ว่าเป็นการศึกษาในส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

1. เป็นการศึกษาในเรื่องของสัญลักษณ์ (Sign) ซึ่งจะต้องมีลักษณะทางกายภาพมีความหมายถึงบางอย่างที่นอกเหนือจากตัวมันเอง และสัญลักษณ์จะต้องถูกนำมาใช้ และ

รับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องว่าเป็นสัญญาณ (Sign)

Pierce ให้ความสำคัญกับสัญญาณ เพราะไม่มีการสื่อสารใดที่เกิดนอกกระบวนการสัญญาณ ซึ่งสัญญาณ (Sign) ต่าง ๆ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ภาพลักษณ์ (Icon) หมายถึง สัญญาณที่มีลักษณะ เป็นภาพหรือเป็นวัตถุที่มองเห็นได้ชัดเจน เช่น ภาพถ่าย ภาพเหมือน แผนที่ ชิ้นงานโฆษณา เป็นต้น

1.2 ดัชนี (Index) หมายถึง สัญญาณที่มีลักษณะ เป็นตัวชี้ให้เห็นอีกสิ่งหนึ่ง เช่น เครื่องหมายที่แสดงยศ ตำแหน่ง จะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความมีอำนาจ

1.3 สัญญลักษณ์ (Symbol) หมายถึง สัญญาณที่มีลักษณะ เกี่ยวกันกับสิ่งที่เป็นกฎ หรือระเบียบหรือสิ่งที่ทุกคนเห็นพ้องต้องกัน เข้าใจเหมือน ๆ กัน เช่น ภาษาตัวเลข หรือภาพในหลวงทุกคนก็เข้าใจเหมือนกันหมดว่าเป็นสิ่งที่ต้องให้ความเคารพ ยกย่องเทิดทูน

ลักษณะสัญญาณ (Sign) ทั้ง 3 ชนิดนี้ ไม่ได้แยกจากกันโดยเด็ดขาด สัญญาณหนึ่ง ๆ อาจประกอบด้วยรูปแบบต่าง ๆ กัน ซึ่งอาจจะเป็นทั้งภาพลักษณ์ ดัชนี และสัญญลักษณ์รวมกันอยู่ก็ได้ เช่น ภาพพระสงฆ์ สามารถจะเป็นได้ทั้งภาพลักษณ์ ก็คือ ภาพเหมือนของพระจริง ๆ ขณะเดียวกันก็เป็นดัชนีคือ เป็นตัวชี้ให้เห็นถึงเป็นตัวแทนของศาสนา และก็เป็นทั้งสัญญลักษณ์ด้วยในแง่ที่ทุกคนต้องให้ความเคารพ นับถือ

2. เป็นการศึกษาในเรื่องรหัส (Code) เป็นรหัสพฤติกรรม (Code of behavior) และรหัสการให้ความหมาย (Signifying Code) ซึ่งอยู่ในลักษณะของสัญญาณต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในสังคมและวัฒนธรรมนั้น ๆ

3. วัฒนธรรม (Culture) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีสัญญาณ (Sign) และรหัส (Code) เกี่ยวพันกันอยู่ในแต่ละวัฒนธรรม และจะมีความหมายเฉพาะเมื่ออยู่ในวัฒนธรรมนั้น ๆ

การนำสัญญาณวิทยา เข้าเป็นกรอบในการศึกษาสื่อมวลชนนี้ นับว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจและได้รับความนิยมนับมากขึ้นในวงการศึกษาสื่อมวลชน โดยเฉพาะในเรื่องของ

การสร้างความสำเร็จว่า ผู้รับสาร หรือกลุ่มเป้าหมายเข้าใจถึงความหมายของตัวบทที่ส่งผ่านทางสื่ออย่างไร ในการศึกษาวิจัยนี้จึงได้ใช้แนวคิดทาง "สัญณะ" โดยผู้วิจัยได้พยายามใช้แนวทางของสัญญาวิทยา มาใช้ในการวิเคราะห์การสื่อความหมาย "ความเป็นไทย" ของสายการบินไทย ที่ปรากฏอยู่ในสื่อโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ ว่ามีลักษณะการสื่อความหมาย การนำเสนอ ทั้งรูปแบบและเนื้อหาออกมาได้อย่างไรบ้าง กลุ่มเป้าหมายของการบินไทยทั้ง 2 กลุ่มคือ กลุ่มคนไทย และ กลุ่มคนต่างชาติ เข้าใจการสื่อความหมายตรงตามกับผู้ส่งสาร ต้องการมากน้อยเพียงใด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่อง "การสร้างสัญณะผ่านโฆษณาทางสื่อมวลชนเพื่อกำหนดสถานภาพของสินค้า" (2534) โดยจันทร์เพ็ญ รุทราชัยวัฒน์ ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบและเนื้อหาของสัญณะผ่านโฆษณามีส่วนในการกำหนดภาพลักษณ์ของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานภาพของสินค้าในเรื่องความทันสมัย คุณภาพของสินค้า เป็นสินค้าดูสวยงามหรูหรา มีรสนิยมดี มีลวดลายให้เลือกลายแบบ มีการคิดค้นศัพท์ที่ซ้ำ เรียกชื่อเฉพาะของสินค้า เป็นสินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการโฆษณา เป็นสินค้าที่มีให้เลือกในหลายระดับราคา การโฆษณาส่วนใหญ่เป็นครอบครัวชาวไร่ และเป็นสินค้าสำหรับครอบครัวใหม่

งานวิจัยนี้เป็นข้อมูลพื้นฐานการวิเคราะห์ภาพโฆษณาที่ใช้แนวคิดเชิงสัญญาวิทยา ซึ่งได้เป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ภาพของความเป็นไทยในสื่อโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ ในกรณีศึกษา

นอกเหนือจากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ยังมีผลงานวิจัยเรื่อง "ลักษณะความเป็นสากลและความเป็นไทยในงานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ พ.ศ. 2534-2535" (2535) โดยชลิดา คุณาลัย ผลของการวิจัยสรุปได้ดังนี้คือ

งานโฆษณาสินค้าระดับโลกทางโทรทัศน์ในประเทศไทยแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบคือ

1. งานโฆษณาที่ใช้นวัตกรรมและยุทธวิธีการสร้างสรรค์ เหมือนกับงานโฆษณาในต่างประเทศ
2. งานโฆษณาที่ใช้นวัตกรรมเหมือนกับงานโฆษณาในต่างประเทศ แต่ใช้ยุทธวิธีการสร้างสรรค์เฉพาะประเทศไทย
3. งานโฆษณาที่ใช้นวัตกรรมและยุทธวิธีการสร้างสรรค์งานโฆษณาเฉพาะในประเทศไทย

งานโฆษณาทั้ง 3 รูปแบบ ต่างก็มีลักษณะความเป็นสากลและความเป็นไทยปรากฏผสมผสานกันอยู่ ซึ่งเห็นได้จากตัวหมายต่าง ๆ ที่บ่งบอกถึงตัวหมายถึงในแง่ของลักษณะความเป็นสากลและความเป็นไทยที่ปรากฏในภาพยนตร์โฆษณา

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นข้อมูลพื้นฐานของการวิเคราะห์การสื่อความหมายของ "ความเป็นไทย" ในสื่อโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ ตลอดจนการศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมและยุทธวิธีการสร้างสรรค์งานโฆษณา

งานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวข้องกับเรื่อง "กลยุทธ์การสื่อความหมาย "ความเป็นไทย" ในชิ้นงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)" โดยผู้วิจัยสามารถนำผลงานเหล่านี้เป็นข้อมูลและเป็นแนวทางในการศึกษาถึง ลักษณะการสื่อความหมาย การนำเสนอ ความเป็นไทย รวมทั้ง การวิเคราะห์ลักษณะรูปแบบและเนื้อหาของงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ในบทต่อไปจะเป็นการกล่าวถึงระเบียบวิธีการวิจัยที่ได้นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยนี้