

## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาวิเคราะห์ รูปแบบ เนื้อหา และการสร้างความหมายของภาพในงานโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ (นิตยสาร) โดยเฉพาะ ซึ่งได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เป็นกรอบนำ และเป็นแนวทางในการวิจัยดังนี้

#### แนวคิดการสร้างสารและการสร้างความหมาย

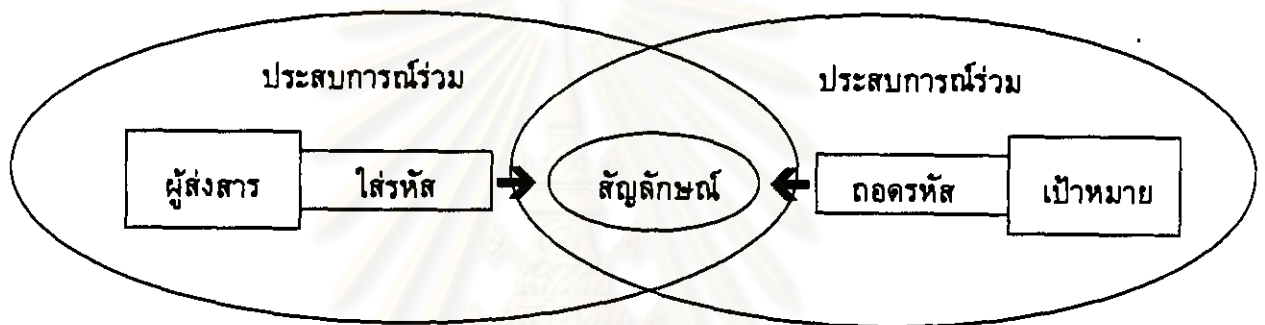
ในการสร้างความหมายสำหรับสารโฆษณา ก็คือวิธีการกำหนดความหมายให้กับสิ่งเร้าในงานโฆษณานั้นเอง การกำหนดความหมายให้แก่สิ่งหนึ่งสิ่งใดในงานโฆษณานั้น อาจก่อให้เกิดเป็นสัญลักษณ์ร่วมกันในสังคม อันเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป เช่น ภาพรถเข็นสำหรับคนป่วย ในโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ของบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต มีความหมายถึงความพิการทุกข์พาลภาพ ความหมายดังกล่าวถูกกำหนดขึ้นในโฆษณาในบริบทของสังคม ที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงของชีวิตจากอุบัติเหตุ หรือความป่วยไข้ของคนเรา สิ่งเร้าหรือภาพรถเข็นจึงมีความหมายตามบริบทของสังคม เพื่อสร้างความหมายให้เกิดขึ้นในใจผู้บริโภค

สัญลักษณ์ร่วมในงานโฆษณานั้น ผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องมีความเข้าใจตรงกันเพื่อที่จะนำไปสู่การสื่อสารที่สมบูรณ์แบบ ผู้ส่งสารต้องทำการเข้ารหัสหรือใส่ความหมายที่ตนต้องการสื่อสารส่งออกมาเป็นรหัสสัญญาณ แล้วส่งสัญญาณไปยังผู้รับสาร ซึ่งเมื่อได้รับสัญญาณแล้วก็จะถอดรหัสตีความหมายออกมา การสื่อสารจะสมบูรณ์แบบได้ก็ต่อเมื่อมีการสื่อสารที่ตรงกัน มีประสบการณ์ร่วมที่ตรงกันนั่นเอง ในส่วนของการเกิดความหมายนี้ สิ่งเร้าต่างๆ จะมีความหมายได้ก็ต่อเมื่อคนเรากำหนดความหมายให้แก่สิ่งเร้า นั้น การกำหนดความหมายให้แก่สิ่งใดสิ่งหนึ่งร่วมกันของคนในสังคม จะมีผลทำให้สิ่งนั้นกลายเป็นสัญลักษณ์ร่วมกันในสังคมนั้นๆ และสัญลักษณ์ร่วมกันนี้เองคือสิ่งที่คนเราใช้ในการสื่อสาร และเมื่อมีการจัดระบบการใช้สัญลักษณ์ มีการวางระเบียบวิธี มีไวยากรณ์ สัญลักษณ์ก็จะวิวัฒนาการมาเป็นภาษา (พนา ทองมีอาคม, 2531: 34)

## ความหมายร่วม

สัญลักษณ์ร่วมคือสิ่งที่คนเราใช้ในการสื่อสาร ดังนั้นความหมายต่างๆที่แทนโดยสัญลักษณ์ร่วมที่คู่สื่อสารใช้ในการสื่อสารระหว่างกัน จึงต้องเป็นความหมายร่วมที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าใจตรงกัน อันจะนำไปสู่การส่งสารที่สมบูรณ์ ดังภาพข้างท้ายนี้ :

ประสบการณ์ร่วมมีผลต่อความหมายร่วม  
(Elements Affecting Shared Meaning)



แผนภูมิที่ 1 แบบจำลองประสบการณ์ร่วมมีผลต่อความหมายร่วม  
แหล่งที่มา: แบบจำลองของ วิลเบอร์ ชรัมป์

กระบวนการสร้างความหมายให้เกิดขึ้นในสารนั้น จากภาพ ผู้ส่งสารทำการเข้ารหัสหรือถอดความหมายที่ต้องการ ส่งออกมาเป็นรหัสสัญญาณ แล้วส่งสัญญาณหรือสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งเมื่อได้รับสารหรือสัญญาณแล้ว ผู้รับสารจะทำการถอดรหัสหรือตีความหมายออกมาเมื่อสัญญาณมีความหมายตรงกัน ย่อมเกิดประสิทธิภาพได้ดีในส่วน of ประสบการณ์ร่วมที่ทั้งสองฝ่ายมีอยู่ตรงกัน

**แนวคิดทฤษฎีการสร้างความหมาย (Signification)**

**แนวคิดเชิงสัญลักษณ์วิทยา (Semiology)**

สัญลักษณ์วิทยา (Semiology) หรือ (Semiotics) นั้น O' Sullivan (1983: 210, 214) ได้อธิบายและให้คำจำกัดความไว้ว่าเป็นการศึกษาในเรื่องของ สัญลักษณ์ (Sign) รหัส (Code)

และวัฒนธรรม (Culture) ซึ่งเกี่ยวกับการแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่สำคัญของสัญญาณและการที่สัญญาณนั้นถูกนำมาใช้ในสังคม

ลักษณะสำคัญ 3 ประการของสัญญาณ คือ :

1. จะต้องมึลักษณะทางกายภาพ
2. จะต้องมีความหมายถึงบางสิ่งบางอย่างนอกเหนือจากตัวมันเอง
3. จะต้องถูกนำมาใช้และรับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องว่าเป็นสัญญาณ

Ferdinand de Saussur นักภาษาศาสตร์ชาวฝรั่งเศส (อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริกาเยะ และกาญจนา แก้วเทพ 2531: 183-184) อธิบายถึงความหมายของสัญญาณว่า เป็นสิ่งซึ่งสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า และเป็นสิ่งที่คนกลุ่มหนึ่งตกลงใช้สิ่งนั้นเป็นเครื่องหมาย (Mark) ถึงอีกสิ่งหนึ่งที่ไม่ได้ปรากฏในสัญญาณนั้น Saussure แบ่งสัญญาณออกเป็นสองส่วนคือ ตัวหมาย (Signifier) กับ ตัวหมายถึง (Signified) ตัวหมาย คือสิ่งที่ปรากฏให้เห็นเป็นเครื่องหมาย เช่น เมื่อเราเขียนคำว่า “นิตยสาร” โดยมุ่งหมายถึงตัวนิตยสารจริงๆ ตัวอักษรคำว่า “นิตยสาร” เป็นตัวหมาย ส่วนรูปเล่มของตัวนิตยสารจริงๆเป็นตัวหมายถึง กระบวนการนี้เรียกว่า กระบวนการสร้างความหมาย (Signification)

การศึกษาในเชิงสัญญาณวิทยา ให้ความสำคัญกับการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง เพื่อดูว่าความหมายถูกสร้างขึ้น และถูกถ่ายทอดออกมาอย่างไร โดยนำตัวบท (Text) มาวิเคราะห์เพื่อดูว่าตัวหมายนั้นสร้างความหมายอย่างไร ในการสื่อสารของคนเรานั้นจะมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกิดขึ้นตลอดเวลา การวิเคราะห์ทางสัญญาณวิทยานั้น เราจะไม่คำนึงถึงเนื้อหา เพราะเนื้อหาไม่ได้สร้างความหมายของตัวบท แต่ความสัมพันธ์ของตัวหมายและตัวหมายถึงเป็นตัวสร้างความหมาย

Roland Barthes ศาสนุศิษย์คนหนึ่งของ Saussure (อ้างถึงใน John Fiske, 1982) เป็นผู้พัฒนาทฤษฎีกระบวนการสร้างความหมายนี้ให้มีมิติมากขึ้น โดยศึกษาถึงลักษณะที่ทำให้เกิดความหมายในระดับพื้นผิวและในระดับลึก เขาให้แนวคิดในการวิเคราะห์ความหมายแฝงที่อยู่ในการติดต่อสื่อสาร หัวใจสำคัญของทฤษฎีของ Barthes คือขั้นตอนในการแสดงความหมาย 2 ระดับ คือในระดับแรกเป็นระดับที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของความเป็นจริงตามธรรมชาติ คือการตีความหมายโดยตรง ส่วนในระดับสองเป็นการตีความในระดับที่มีปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องคือการตีความหมายโดยนัยแฝง

## การสร้างความหมายในระดับแรก

### การตีความหมายโดยตรง (Denotation)

Denotation เป็นความหมายขั้นแรก เหมือนที่ Saussure ได้ศึกษาอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมาย (Signifier) กับตัวหมายถึง (Signified) ในสัญญาะ และความสัมพันธ์ของสัญญาะกับสิ่งที่กล่าวถึงในความหมายที่ชัดเจนของสัญญาะ เช่น คำว่า “แอปเปิ้ล” มีความหมายตรงเป็นความหมายในระดับพื้นผิว คือ ผลไม้ชนิดหนึ่ง ความคิดรวบยอด (Concept) ของ “แอปเปิ้ล” มีความหมายนัยประหวัดนั้น แสดงถึง “ความบริสุทธิ์ของผลไม้ชนิดหนึ่ง” “สุขภาพดี” “รสอร่อย” “เป็นผลไม้ที่ชาตาน (ในคราวของงูเห่า) โดยถูกชาตานออกอุบายยุยงอิฟเอาให้อดัมกิน” เหล่านี้เป็นต้น ความหมายนัยหรือนัยประหวัด เป็นความหมายระดับลึก ซึ่งแต่ละคนจะรู้สึกไม่เหมือนกันหรือไม่เท่ากัน ทั้งนี้เห็นได้ว่า ความหมายนัยเป็นความหมายที่เกิดจากบริบททางสังคม วัฒนธรรม ค่านิยม อคติ ความรู้สึก และประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นหลัก

สังเกตได้ว่า คำ ประโยค หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดอันเดียวกัน อาจให้ความหมายต่อแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป และเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ต่างๆ อีกด้วย การเกิดความหมายนั้นขึ้นอยู่กับอิทธิพลของตัววัตถุกับความเห็นส่วนตัวของผู้ตีความ โดยมีบริบทของสังคม และประสบการณ์อยู่เบื้องหลังการตีความของแต่ละบุคคล

## การสร้างความหมายในระดับที่สอง

### การตีความหมายโดยนัยแฝง (Connotation)

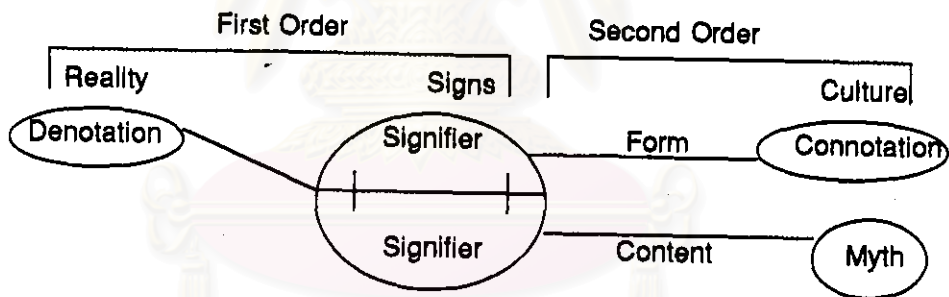
Barthes อธิบายถึงความหมายในขั้นที่ 2 มีอยู่ 3 ประการ ประการแรก คือ การตีความหมายโดยนัยแฝง อธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อสัญญาะกระทบกับความรู้สึก หรืออารมณ์ของผู้ใช้สารและค่านิยมในบริบทของวัฒนธรรมของผู้รับสาร ความหมายในขั้นที่ 2 นี้เกิดขึ้นจากการตีความโดยอัตตวิสัย และเมื่อผู้ตีความได้รับอิทธิพลจากผู้ให้สารไปพร้อมๆ กันกับได้รับจากวัตถุหรือสัญญาะ

Barthes กล่าวว่า ปัจจัยเชิงวิพากษ์ในการตีความหมายโดยนัยแฝงคือ ตัวหมายในขั้นแรก ตัวหมายในขั้นแรกคือ สัญญาะของการตีความหมายโดยนัยแฝง ในภาพถนนสายเดียว

กัน 2 ภาพ ความคิดฝันของเราเกี่ยวกับถนนสายนั้นออกมาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเทคนิค การถ่ายทำภาพทั้งสองนั้นเป็นตัวแทน การที่กล้องจับภาพถนนและถ่ายออกมาให้เราเห็นบนแผ่นฟิล์ม เป็นความหมายโดยตรง แต่การถ่ายทำโดยใช้เทคนิค แสงสี และอุปกรณ์พิเศษ นำความรู้สึกนึกคิดของคนนั้นเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการถ่ายทำนั้น เป็นการตีความหมายโดยนัยแฝงจากสิ่งที่มนุษย์ทำขึ้น การตีความหมายตรงจึงเป็นสิ่งที่กล้องถ่าย แต่การตีความหมายโดยนัยแฝง คือ ลักษณะที่ถ่ายนั้นทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดอย่างไร

การตีความหมายโดยนัยแฝง แต่ละคนจะรู้สึกไม่เหมือนกันหรือไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม วัฒนธรรม ค่านิยม อคติ ความรู้สึกและประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นหลัก

การตีความหมายโดยนัยแฝง และความเชื่อดั้งเดิม เป็นช่องทางสำคัญที่ทำให้สัญญาณให้แสดงถึงความหมายในชั้นที่ 2 ซึ่งเป็นชั้นที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสัญญาณกับผู้ใช้ และวัฒนธรรมของผู้ใช้สัญญาณเป็นอย่างมาก ความสัมพันธ์ดังกล่าวเห็นได้จากแผนภูมิดังนี้



แผนภูมิที่ 2 ระดับการสร้างความหมายของ Barthes ในระดับที่สองระบบสัญญาณของระดับแรกถูกนำเข้าสู่ระบบค่านิยมของวัฒนธรรม (Fiske 1990 : 88)

“มนุษย์มักตัดสินความหมายนัยโดยสังคมมากกว่าโดยส่วนตัว” (John Fisk, 1982 : 52) ทั้งนี้เนื่องจากมนุษย์เรียนรู้จากกันและกันที่จะรับรู้และแสดงความคิดต่อกัน แต่บางทีความหมายนัยก็เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นส่วนบุคคลอยู่มาก เพราะแต่ละบุคคลมีพื้นฐานความคิด อารมณ์ หรืออคติไม่เท่ากัน การศึกษาการสร้างความหมายนั้น ทำให้เข้าใจวิธีการคิด วิเคราะห์และการกำหนดจิตใจ (The Frame of Mind) เพื่อป้องกันการเข้าใจผิด โดยกลวิธีแสดงนัยแห่งความหมายมีหลายทางอันได้แก่ สัญลักษณ์ (Symbols) การอุปมาอุปไมย (Metaphor) การให้ส่วนหนึ่งแทนทั้งหมด (Metonymy) และตัวบ่งชี้ (Index)

## วิธีการสร้างความหมายให้กับกระบวนการสร้างความหมาย

### สัญลักษณ์ (Symbol)

ในปี ค.ศ.1977 Barthes ได้กล่าวถึงทางที่ 3 ของการแสดงความหมายในลำดับขั้นที่ 2 ซึ่งเขาเรียกว่า Symbolic วัตถุจะกลายเป็นสัญลักษณ์เมื่อมันแสดงถึงประเพณีนิยม และให้ความหมายแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รถ Rolls Royce เป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่ง และในบทละครที่ชายหนึ่งถูกบังคับให้ขายรถ Rolls Royce ของเขา ก็เป็นสัญลักษณ์ของความล้มเหลวในธุรกิจ และสูญเสีย ในบทละครเรื่อง Ivan The Terrible “ทอง” ได้ถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ของความร่ำรวย อำนาจ และสถานภาพ

แนวคิดของ Barthes ในเรื่อง Symbolic พัฒนาอย่างเป็นระบบน้อยกว่าแนวคิดเรื่องการตีความหมายโดยนัยแฝง และความเชื่อดั้งเดิม

Peirce เสนอแนวคิดที่ว่า รถ Rolls Royce เป็นดัชนี (Index) ของความร่ำรวย แต่เป็นสัญลักษณ์ของสถานภาพทางสังคมของเจ้าของรถ ทองเป็นดัชนีของความร่ำรวย แต่เป็นสัญลักษณ์ของอำนาจ

วิภา กงกะนันท์ ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า สัญลักษณ์ อย่างง่ายที่สุด เพื่อจะได้ใช้เป็นบันไดขั้นต้นสำหรับก้าวสู่ความหมายที่ยุ่ยากขึ้น ในการศึกษาชั้นสูง ดังนี้

สัญลักษณ์คือสรรพสิ่งใดๆ ที่มีความหมายถึงสิ่งอื่นที่มีคุณสมบัติร่วมกัน หรือเกี่ยวข้องกัน เช่น พระพุทธรูป เป็นสัญลักษณ์ของพุทธศาสนา ไม้กางเขนเป็นสัญลักษณ์ของคริสต์ศาสนา เป็นต้น

สัญลักษณ์ในทางวรรณกรรม (Literature) คือคำที่ใช้แทนสรรพสิ่งต่างๆ ทั้งรูปธรรมและนามธรรม อันมีความหมายนอกเหนือจากความหมายตามตัวอักษร สัญลักษณ์ที่เป็นที่รู้จักกันทั่วไป มีมากทั้งของไทย และของสากล เช่น

แสงสว่าง	เป็นสัญลักษณ์ของ	ปัญญา
ความมืด	“	กิเลส และอวิชชา
แก้ว	“	ความดีงาม

เพชร	“	ความเป็นเลิศหรือแข็งแกร่ง
กา	“	คนชั้นต่ำ
หงส์	“	คนชั้นสูง
ดอกไม้	“	สตรี
ดอกประดู่	“	ทหารเรือ
แมลง	“	บุรุษ
เทวดา	“	ผู้มีอำนาจปราศจากขอบเขต
พระเวสสันดร	“	คนใจกว้าง
น้ำค้าง	“	ความบริสุทธิ์
ฝน	“	ความสดชื่น
นกพิราบ	“	สันติภาพ
หมาจิ้งจอก	“	คนเจ้าเล่ห์
ฤดูใบไม้ผลิ	“	ชีวิตใหม่
ฤดูหนาว	“	ความตาย หรือความทุกข์

การพิจารณาความหมายของสัญลักษณ์นั้น ต้องดูว่าเป็นคำที่ให้ความหมายตรงๆ ตามพจนานุกรม หรือตามความนิยมทั่วไป หรือว่าเป็นสัญลักษณ์ หากเป็นสัญลักษณ์ ก็ต้องพิจารณาว่า ความหมายนั้น ผู้ส่งสาร ต้องการให้ความหมายอะไร ด้วยการใช้สัญลักษณ์ เช่น การสร้างตัวละคร เพื่อเป็นสัญลักษณ์ ได้แก่ คุณย่าเพ็ญเป็นสัญลักษณ์ของคนบ้านนอก ไร่การศึกษา บางครั้งก็สร้างเรื่องทั้งเรื่องขึ้นเป็นสัญลักษณ์ เช่น เรื่อง Jonathan Livingston Seagull ซึ่งนับได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของการแสวงหาความรู้และการต่อสู้ เพื่ออิสรภาพขั้นสูงสุดของมนุษย์ เป็นอิสรภาพที่นำไปสู่ชีวิตที่ดีกว่าและมีความหมายมากกว่าเดิม

#### การอุปมา (Metaphor)

ถ้าเราพูดว่า A ship ploughed through the waves เรากำลังใช้ Metaphor เรากำลังใช้ Action ของ Ploughshare แทน Ship's Bow เรากำลังจะอธิบายถึงสิ่งที่ไม่คุ้นเคยด้วยการใช้สิ่งที่คุ้นเคยแทน (ในที่นี้ถือว่า Ploughshare เป็นสิ่งที่คุ้นเคย แต่ Ship's bow ไม่ใช่สิ่งที่คุ้นเคย)

คุณลักษณะหนึ่งที่เราจะต้องสังเกต คือ การอุปมาใช้กับสิ่งเหมือนและสิ่งที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถใช้แทนที่กันได้ในเชิงเหมือน แต่ก็แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างพอเพียงในเชิงเปรียบเทียบ

ในทางภาษาศาสตร์ วิชา กงกะนันท์ ได้เขียนไว้ใน “วรรณคดีศึกษา” เกี่ยวกับการอุปมาอุปไมย (Metaphor) ไว้ว่า เป็นโวหารที่เปรียบเทียบของสองสิ่งที่ไม่จำเป็นต้องนำมาเปรียบเทียบกันว่า เป็นสิ่งเดียวกันหรือเท่ากันทุกประการ โดยใช้คำ “เป็น” “เท่า” “คือ” ฯลฯ ในการเปรียบเทียบ เช่น

“ถนนและเป็นสังขยา”

“หน้าขาวเป็นน้ำขาว”

“ลูกที่ดำและตีพ่อแม่ชาติหน้าจะเกิดเป็นเปรต ปากเล็กเท่ารูเข็ม มือโตเท่าใบตาล”

(โวหารชาวบ้านในราชบุรี)

“มังกินจี มีปรีชาเฉียบแหลม ปัญญาเป็นเข็ม”

(ราชาธิราช หน้า 213)

“ในความรู้สึกของสุนีย์ ระย้าคือภูเขา ที่ไม่มีวันเปลี่ยน ไม่มีวันเขยื้อน”

(ระย้า หน้า 2116)

### การให้ส่วนหนึ่งแทนส่วนที่ทั้งหมด (Metonymy)

การอุปมาอุปไมย เป็นการสับเปลี่ยนคุณลักษณะของความจริง จากระดับหนึ่งไปสู่อีกระดับหนึ่ง Metonymy เป็นการปฏิบัติงานโดยการเชื่อมโยงความหมายในระดับเดียวกัน คำจำกัดความของ Metonymy คือ การให้ส่วนหนึ่งแทนส่วนทั้งหมด เช่น “The crowned heads of Europe” Jakobson กล่าวว่า Metonymy เป็น Predominant mode ของ Novel ในขณะที่การอุปมาเป็น Predominant mode ของ Poetry การแสดงภาพตัวแทนของความจริงแทนที่ส่วนทั้งหมด เช่น ภาพถนนไม่ได้แทนถนนสายนั้นเท่านั้น แต่ยังเป็น Metonymy ของชีวิตในเมืองนั้นด้วย

การเลือก Metonymy เป็นสิ่งสำคัญอย่างเห็นได้ชัด เพราะจาก Metonymy นั้น เราได้สร้างความจริงที่เหลือซึ่งเราไม่รู้จัก เวลาที่เราดูข่าวโทรทัศน์ เราไม่ได้แสดงเหตุการณ์ของความจริงทั้งหมด เขาฉายให้เราดูบางส่วน แต่เราสร้างภาพพจน์ส่วนที่เหลือเอง

Metonymy เป็นพาหะที่ทรงพลังของ Reality เพราะมันทำงานอย่างเป็นเครื่องบ่งชี้ มันเป็นตัวแทนของส่วนทั้งหมด ที่ใดที่มันต่างไปจากดัชนีธรรมชาติ เช่น ควันแทนไฟ ก็จะต้อง



มีการคัดเลือกอย่างตัดสินใจเข้ามาเกี่ยวข้อง การตัดสินใจในการเลือกจะถูกซ่อนเร้นหรือเพิกเฉย และมีการสร้าง Metonymy ขึ้นมาแสดงดรชนิธรรมชาติ และแสดงให้เห็นถึงความจริงโดยไม่ต้องถาม ภาพยนตร์ขาวทั้งหมดเป็น Metonymy และมีการเลือกอย่างเจาะจง ภาพขาวจะถูกเสนอ ถ้ามันเกี่ยวกับกลุ่มอิทธิพล เป็นขาวดำนลบ เป็นขาวปัจจุบัน หรือเป็นเรื่องแปลก และอีกประการหนึ่งที่ถูกเลือก คือ เกี่ยวกับค่านิยมทางวัฒนธรรม (Cultural values)

วิภา กงกะนันทน์ ศึกษาไว้เกี่ยวกับ Metonymy ว่าคือการเอ่ยถึงสิ่งหนึ่งแต่ให้มีความหมายเป็นอย่างอื่น มีวิธีการใช้หลายวิธี เช่น

1. เอ่ยชื่อคนแต่หมายถึงผลงานของเขา เช่น

“ฉันรู้จักเจ้าฟ้ากุ้งมากกว่าอังคาร กัลยาณพงศ์ ทั้ง ๆ ที่ฉันเป็นคนร่วมสมัยกับอังคาร”

หมายถึง รู้จักกวีนิพนธ์ของเจ้าฟ้ากุ้งมากกว่ากวีนิพนธ์ของอังคาร กัลยาณพงศ์

“ฉันชอบ Beethoven เท่าๆ กับ Mozart”

หมายถึง ฉันชอบดนตรีของ Beethoven เท่าๆ กับของ Mozart

“ถ้าไม่มีนิวตัน ไอน์สไตน์ อาจจะไม่ทันสงครามโลกครั้งที่ 2 ก็ได้”

แปลว่า ถ้าความรู้เรื่องปรากฏการณ์ธรรมชาติต่างๆ ที่นิวตันรวบรวมไว้เป็นทฤษฎี ยังไม่ปรากฏไอน์สไตน์อาจจะเสียเวลาอยู่กับการค้นหาความรู้ขั้นพื้นฐานของวิทยาศาสตร์สมัยใหม่จนไม่มีเวลาพัฒนาความรู้ที่นั้นขึ้นมาจนถึงกับนำไปสร้างระเบิดปรมาณู ทันใช้ในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2

นั่นคือ ผู้พูดหมายถึงผลงานของนิวตัน และผลงานของไอน์สไตน์ มิได้หมายถึงตัวของนักวิทยาศาสตร์ทั้งสองแต่อย่างใด

2. เอ่ยชื่อสถานที่ แต่หมายถึงคนที่อยู่ที่นั่น เช่น

“ไม่มีข่าวจากท่าเหียนขาว”

แปลว่า ไม่มีข่าวจากประธานาธิบดีสหรัฐ

3. เอ่ยชื่อผลิตภัณฑ์หรือวัตถุ เมื่อหมายถึงผลผลิตประเภทเดียวกัน หรือหมายถึงสิ่งอื่น เช่น

“เขาไม่ชอบคูมวยตุ้”

หมายถึง เขาไม่ชอบดูการชกมวยในโทรทัศน์

4. ใช้คำที่ในภาษาธรรมดามีความหมายอย่างหนึ่ง ให้มีความหมายอีกอย่างหนึ่ง ในลักษณะคล้ายสัญลักษณ์ เช่น

“ยิ่งคืนที่ข้าพเจ้ากับวาสิฏฐีผู้ประสบขุมทรัพย์ใหม่ๆ อันเกิดต่อความรักของเรา ยิ่งทวีความที่อยากพบกันมากขึ้นทุกที”

(กามนิต หน้า 54)

ในที่นี้ “ขุมทรัพย์” หมายถึง ความสุข

5. พุดหรือเขียนอย่างหนึ่ง แต่ให้มีความหมายเป็นอย่างอื่น เช่น

“เขาถูกรุมกินโต๊ะ จนลุกไม่ขึ้น”

คำว่า กินโต๊ะ แปลว่า ทำร้าย หรือโจมตี

“นั่นไง มือขวา ของท่านนายกฯ”

“มือขวา” แปลว่า ผู้ที่ทำงานใกล้ชิดและเป็นกำลังสำคัญ

### ความเชื่อดั้งเดิม (Myth)

Barthes กล่าวว่าความหมายประการที่ 2 ที่สัญลักษณ์แสดงในชั้นที่ 2 (Second order) คือผ่านทางความเชื่อดั้งเดิม ในบางครั้งความเชื่อดั้งเดิม หมายถึงความเข้าใจในทางที่ผิด แต่ Barthes คงไม่ได้หมายถึงแง่นี้ แต่คงจะหมายถึงเรื่องเล่าที่อธิบายหรือทำให้เข้าใจธรรมชาติหรือความจริง โดยอาศัยวัฒนธรรม เรื่องเล่าดั้งเดิมมักจะเกี่ยวกับชีวิตและความตาย คนและพระเจ้า ความดีและความชั่วร้าย เรื่องเล่าปัญญาชนมักจะเกี่ยวกับเพศชายหญิง ครอบครัว ความสำเร็จ ตำรวจอังกฤษ และ วิทยาศาสตร์

สำหรับ Barthes ความเชื่อดั้งเดิม คือวิถีคิดทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง เป็นความคิดรวบยอดหรือความเข้าใจในสิ่งนั้น Barthes คิดถึงความเชื่อดั้งเดิมเหมือนลูกโซ่ที่คล้องคอความคิด ดังนั้น ความเชื่อดั้งเดิมที่เป็นประเพณีดั้งเดิมเกี่ยวกับตำรวจอังกฤษ จึงรวมความคิดของความเป็นมิตร ความมั่นใจ ความมั่นคง ความไม่ก้าวร้าว และไม่มีอาวุธ ถ้าการตีความหมายโดยนัยแฝงเป็นการแสดงความหมายในชั้นที่ 2 ของตัวหมาย ความเชื่อดั้งเดิม ก็เป็นการแสดงความหมายในชั้นที่ 2 ของตัวหมายถึง

คุณลักษณะหนึ่งของความเชื่อดั้งเดิมที่ Barthes ย้ำ คือ พลวัต (Dynamism) มันเปลี่ยนแปลง และบางครั้งการเปลี่ยนแปลงก็เป็นอย่างรวดเร็ว เพื่อสนองความต้องการ และค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม

การตีความหมายโดยนัยแฝง และความเชื่อดั้งเดิม เป็นช่องทางสำคัญที่สัญญาะได้ แสดงความหมายในชั้นที่ 2 ซึ่งเป็นชั้นที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสัญญาะกับผู้ให้สัญญาะ หรือวัฒนธรรมอย่างมาก

### ทฤษฎี Interaction โดย Max Black

ทฤษฎี Interaction ของ Max เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงการอุปมาอุปไมยในด้านภาษา (Verbal Metaphor) โดยเฉพาะ ซึ่งมีผู้ศึกษาเรื่องอุปมาอุปไมยใช้ทฤษฎีของ Max เป็นการอ้างอิงเป็นส่วนใหญ่ ทฤษฎีนี้มีความชัดเจนในการอธิบายว่า การอุปมาอุปไมยทำงานอย่างไร สาระและใจความสำคัญของทฤษฎี Interaction นี้ มีดังนี้

1. ข้อความที่เป็นการอุปมาอุปไมยประกอบด้วย Subject สองตัวที่สามารถพิสูจน์ได้ คือ Primary Subject และ Secondary Subject
2. Secondary Subject ถูกพิจารณาในแง่ของ “ระบบ (System)” มากกว่าในแง่ “สิ่งของเดี่ยว (an individual thing)”

Wallace Stevens กล่าวว่า “สังคมคือทะเล” คำว่า “ทะเล” มิได้หมายความว่าถึงทะเลจริงๆ ในแง่วัตถุ แต่เป็นระบบของความสัมพันธ์ที่แสดงความหมายด้วยคำว่า “ทะเล” แต่ Charles Forceville เองก็เสนอความเห็นที่ขัดแย้งกันว่า Primary Subject ก็เป็นระบบ (System) ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้มันก็ไม่ผิดที่ Stevens มองสังคมเป็นระบบหนึ่งของความสัมพันธ์ภาพในสังคม

3. การอุปมาอุปไมยเป็นการกล่าวคำโดยการ “Projecting Upon” ที่ Primary Subject ซึ่งเป็นกลุ่มของ “นัยสัมพันธ์ (Associated Implication)” ประกอบไปด้วยความหมายที่ซับซ้อนซึ่งสามารถทายได้หรือคาดเดาได้ใน Secondary Subject

4. ผู้สร้างประโยคอุปมาอุปไมยมีการเลือก (Select) การย้ำ (Emphasize) การอำพราง (Suppresses) และการรวบรวมคุณลักษณะของ Primary Subject โดยการทำให้ประโยค หรือข้อความมีโครงสร้างที่คล้ายกัน หรือสามารถบ่งบอกได้ในความหมายนัยของ Secondary Subject
5. ในบริบทของข้อความที่มีการอุปมาอุปไมยโดยทั่วไป Subject สองตัวนั้น มีการ “Interact” ในหนทางดังนี้
  - (a) การปรากฏของ Primary Subject ทำให้ผู้รับสารเลือกรับคุณสมบัติบางอย่างของ Secondary Subject
  - (b) ทำให้ผู้รับสารสามารถสร้างความหมายนัยที่มีความซับซ้อนแบบคู่ขนานซึ่งสอดคล้องกับ Primary Subject และ
  - (c) ในทำนองเดียวกัน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบขนานกันใน Secondary Subject

### ประเภทของภาพอุปมาอุปไมย

การแบ่งประเภทของภาพอุปมาอุปไมยตามแนวความคิดของ Charles Forceville สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท (ประเภทที่ 5 เป็นผลการวิจัย) ดังนี้

#### 1. ภาพอุปมาอุปไมยแบบภาพเดียวสื่อความหมาย

(Pictorial Metaphors with one Pictorially present term) (MP1s)

การอุปมาอุปไมยในลักษณะนี้ประกอบด้วยภาพที่เป็น subject ที่ 1 หรือ Primary Subject ปรากฏในหน้าโฆษณาเพียง subject เดียว ในขณะที่ subject ที่ 2 หรือ Secondary Subject ถูกละเว้นไว้ไม่ปรากฏในหน้าโฆษณา แต่ผู้ดูสามารถทำนายหรือคาดเดาและตีความได้ว่า subject ที่ 1 กำลังสื่อถึง ‘สาร’ อะไรใน subject ที่ 2

การตีความจาก subject ที่ 1 ทำให้ผู้ดูรู้ว่าภาพนั้นกำลังบอกคุณลักษณะ (Feature) หรืออรรถประโยชน์ (Proposition Benefits) ของสินค้าและบริการในโฆษณา

การแยกแยะว่า subject ใดเป็น Primary และ Secondary นั้น สามารถรู้ได้จากบริบทของภาพโฆษณา (Pictorial Context) และข้อความโฆษณา (Copy text) ประกอบกันกับลักษณะสำคัญของการอุปมา คือการเข้าใจและการรับรู้ (understanding & perceiving) ว่าเป็นการแทนสิ่งหนึ่งด้วยอีกสิ่งหนึ่งนั่นเอง (Lakoff and Johnson, 1980: 5)

## 2. ภาพอุปมาอุปไมยแบบภาพ 2 ภาพสื่อความหมาย

(Pictorial Metaphor with two pictorially present term) (MP2s)

ภาพอุปมาอุปไมยในลักษณะนี้ประกอบด้วยภาพ 2 ภาพ คือภาพที่เป็น Subject ที่ 1 หรือ Primary Subject และภาพที่เป็น Subject ที่ 2 หรือ Secondary Subject ทั้ง 2 subject ปรากฏให้เห็นในหน้าโฆษณาในลักษณะของการรวมกันหรือผสมผสานกัน เป็นปรากฏการณ์พันทาง (Hybrid Phenomenon) หรือเป็นภาพเดี่ยว (Single Gestalt)

ภาพทั้ง 2 ทำหน้าที่การอุปมาหรือสื่อถึงคุณลักษณะ (Feature) หรืออรรถประโยชน์ (Proposition Benefits) และ Concept ของสินค้าและบริการในโฆษณาเช่นเดียวกับ MP1s

การแยกแยะว่า subject ใดเป็น Primary และ Secondary นั้น สามารถรู้ได้จากบริบททางวิจนะ (Verbal Context) เช่น ข้อความพาดหัว (Headline) พาดหัวรอง (Subhead) และข้อความขยาย (Copy text) เช่นโฆษณาน้ำดื่มตราสิงห์ ประกอบด้วย ภาพขวดน้ำสิงห์ และภาพหยดน้ำค้างผสมรวมกัน สามารถแยกได้ว่า ภาพหยดน้ำค้างเป็น Primary Subject ส่วนขวดน้ำดื่มสิงห์เป็น Subject Subject ทั้งนี้ จากข้อความกำกับว่า “หยดความสะอาด สดชื่น จากธรรมชาติ” การอุปมาจะได้ผลว่า หยดน้ำหรือหยดสะอาดคือน้ำดื่มสิงห์ เป็นต้น

## 3. ภาพเปรียบเทียบ (Pictorial Simile) (Ps)

ในทางภาษาศาสตร์ Simile เป็นโวหารที่เปรียบเทียบของ 2 สิ่งที่ไม่จำเป็นต้องนำมาเปรียบเทียบกันว่าเหมือนกันทีเดียว โดยมากผู้เปรียบเทียบจะใช้การเปรียบเทียบด้วยคำว่า “เหมือน” “คล้าย” “ดูจ” “ดูราว” “ประหนึ่ง” “เพียง” “ดั่ง” “ราวกับ” “เฉก” เป็นต้น แต่ Pictorial Simile เป็นการเปรียบเทียบด้วยภาพ 2 ภาพ เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสิ่งหนึ่งว่าเหมือน, คล้าย หรือเฉกเช่นกับอีกสิ่งหนึ่ง

การแยกแยะว่าภาพใดเป็น Primary และ Secondary Subject นั้น ไม่มีความสำคัญเท่ากับการอุปมาแบบ MP1s และการอุปมาแบบ MP2s ด้วยเหตุที่ภาพทั้งสองถูกนำเสนอและถูกประกอบคู่ให้เห็นในหน้าโฆษณาพร้อมกัน โดยเรียกว่า Pictorial Metaphor 1 (PM1) และ Pictorial Metaphor 2 (PM2) โดยมาก PM1 มักจะเป็นภาพสินค้าหรือบริการ ส่วน PM2 เป็นภาพที่ถูกเปรียบหรืออุปมาถึง ซึ่งทำหน้าที่สื่อให้เห็นถึงคุณลักษณะ (Feature) หรืออรรถประโยชน์ (Proposition Benefits) ของสินค้าและบริการได้ว่า สินค้าที่กำลังโฆษณาอยู่นั้นสื่อถึง 'สาร' อะไร หรือเป็นการสื่อถึง "สารหลัก" (Key Message) ของโฆษณาชิ้นนั้นๆ

ความแตกต่างระหว่าง Ps และ MP1s และ MP2s นั้น อยู่ที่การปรากฏของ Subject ที่ 1 ใน MP1s แต่ Subject ที่ 2 ไม่ปรากฏให้เห็น ส่วน MP2s Subject ทั้ง 2 ตัวปรากฏเป็นภาพผสมผสานรวมกันเป็น Single Gestalt ในหน้าโฆษณา ส่วน Ps นั้น Subject ทั้ง 2 ปรากฏภาพเปรียบเทียบชนิดตัวต่อตัวซึ่งมักจะมีขนาดของภาพหรือสัดส่วนที่เท่าๆกันอย่างชัดเจน

#### 4. วิจนะภาพอุปมาอุปไมย (Verbo-Pictorial Metaphor) (VPMs);

การอุปมาอุปไมยแบบนี้ แตกต่างจาก MP1s, MP2s และ Ps ซึ่งทั้ง 3 แบบแรก ภาพของ Subject ที่ 1 และ Subject ที่ 2 จะปรากฏให้เห็นในหน้าโฆษณา แต่วิจนะภาพอุปมาอุปไมยนี้ ส่วนหนึ่งเป็นข้อความ (Text) หรือภาษา (Verbal) อีกส่วนหนึ่งเป็นภาพ (Pictorial) ส่วนที่เป็นข้อความมักจะเป็นการใช้สำนวนเปรียบเทียบหรือเปรียบเปรยสินค้าหรือบริการกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งในเชิงส่งเสริมกันหรือในเชิงตรงกันข้ามกัน (Paradox)

#### 5. ภาพอุปมาอุปไมยแบบภาพผสมผสาน

(Pictorial Metaphor with Combination Pictorially Present Terms) (MPCs)

การอุปมาอุปไมยแบบนี้ประกอบด้วย ภาพอุปมาอุปไมยแบบหนึ่งผสมผสานกับอีกแบบหนึ่ง หรือเป็นการใช้ภาพอุปมาอุปไมยหลายรูปแบบผสมผสานกันในชิ้นงานโฆษณาเพื่อสื่อ "สารหลัก" (Key Message) หรือบอกรรรถประโยชน์ (Proposition Benefit) ของสินค้าและบริการ เช่นการใช้ภาพอุปมาอุปไมยแบบภาพ 2 ภาพ (MP2s) ร่วมกับแบบภาพเปรียบเทียบ (PS) การตีความจะตีความจาก MP2s ก่อนหลังจากนั้นจึงจะตีความจาก PS อีกทีหนึ่ง ในขั้นนี้การอุปมาอุปไมยเกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์และการตีความหมายมีความกระจ่างชัดเจนยิ่งขึ้น

ตัวเปรียบเทียบของภาพอุปมาอุปไมยนี้มีการสร้างในเชิงที่ให้ผู้รับสารเกิดการตีความที่คล้อยตามความหมายด้านบวก (Positive Meaning) และความหมายด้านลบ (Negative Meaning) แล้วให้ความย้อนกลับอีกทีหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของโฆษณาว่าต้องการให้ผู้รับสารตีความและเกิดความรู้ความเข้าใจอย่างไร



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย