

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์เทคนิคการสร้างความหมายในรายการความรู้ขนาดสั้นทางโทรทัศน์" ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นหลักเกณฑ์พื้นฐานในการศึกษาวิเคราะห์ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องรายการโทรทัศน์ประเภทให้ความรู้ (Educational Programs)
2. แนวคิดเรื่องการจำแนกประเภทของรายการโทรทัศน์
3. แนวคิดเรื่องการออกแบบสารโทรทัศน์
4. แนวคิดเรื่องสื่อมวลชนกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม
5. แนวคิดในการตีความหมายสารด้วยกรอบและวิธีการเชิงสัญญะ (Semiology)

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาได้นำมาเรียบเรียงไว้เป็นรายละเอียดเพื่อการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเรื่องรายการโทรทัศน์ประเภทให้ความรู้ (Educational Programs)

ตามหลักการจัดรายการของบีบีซีของอังกฤษนั้น จะมีการจำแนกรายการออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ตามหลักสากลนิยมที่แพร่หลายไปทั่วโลก ได้แก่

1. รายการประเภทข่าวสาร (Information)
2. รายการประเภทให้การศึกษาหรือให้ความรู้ (Education)
3. รายการประเภทบันเทิง (Entertainment)

สำหรับรายการโทรทัศน์ประเภทให้การศึกษาและความรู้ นั้นเป็นรายการที่กินความหมายกว้าง นับตั้งแต่รายการที่ออกแบบขึ้นเพื่อเป็นสื่อการเรียนการสอนในหลักสูตรการศึกษาโดยตรง รายการที่เป็นบริการทางวิชาความรู้ทั่วไปแก่ประชาชน รายการสารคดีที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม แต่หากจะกำหนดขอบเขตของรายการโทรทัศน์ประเภทความรู้ตามระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ.2518 จะเทียบได้กับรายการประเภท Education ของอังกฤษ หรือที่หลายประเทศอาจเรียกรวมกันว่า Education and Culture เพราะความรู้ต่างๆ ได้รวมเอาความรู้ทางวัฒนธรรมไว้ด้วย (จ่านง รังสิกุล , 2530)

รายการโทรทัศน์ประเภทให้ความรู้หรือรายการเพื่อส่งเสริมความรู้ทางโทรทัศน์ (Educational Television) ของประเทศไทยเรา สามารถแยกออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. รายการสอนโดยตรง (Instructional Television)

รายการประเภทนี้จะเป็นการจัดสอนโดยตรงตามหลักสูตรการเรียนการสอนของสถาบันการศึกษา โดยจะเสนอเป็นชุดๆตามหลักสูตร อาจจะมีการรับรองคุณวุฒิแก่ผู้ที่เรียนสำเร็จด้วยก็ได้หรือที่เห็นบ่อยที่สุด ได้แก่ รายการเพื่อเสริมความรู้ของชุดวิชาในมหาวิทยาลัย เช่น รายการของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช และรายการของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

2. รายการส่งเสริมความรู้หรือให้ความรู้โดยทั่วไป (General Education)

รายการประเภทนี้จะเป็นการให้ความรู้โดยทั่วไปแก่ผู้ชม ซึ่งผู้ชมสามารถเลือกชมได้ตามอัธยาศัย นอกจากนี้เนื้อหาของรายการยังรวมถึงความรู้ทางศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีต่างๆ หรือที่เรียกว่า Cultural Programme ด้วย รายการประเภทนี้จะมีเนื้อหาที่เป็นความรู้ ส่วนวิธีการนำเสนอไม่ได้เฉพาะเจาะจงว่าต้องเป็นรูปแบบใด อาจเป็นสัมภาษณ์ บรรยาย หรือมีรูปแบบของความบันเทิงเข้ามาผสมผสานก็ได้

นอกจากนี้รายการประเภทความรู้อยังมีความหมายหรือแนวทางพิจารณาเกี่ยวข้องกับหัวข้อดังต่อไปนี้ด้วย

1. เป็นรายการที่เกี่ยวข้องในการเพิ่มพูนความรู้แก่ผู้ฟังผู้ชม และความรู้นั้นจะต้องเป็นประโยชน์ในการสร้างสรรค์บุคคลและสังคม
2. เป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับการให้การศึกษาอบรมด้านทักษะที่จำเป็นและเกิดการเรียนรู้ และเกิดความเข้าใจจากผู้ฟังผู้ชม
3. เป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมประสบการณ์ด้านศิลปวัฒนธรรม โดยปลูกฝัง และพัฒนารสนิยมและความซาบซึ้งให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับสาร
4. เป็นรายการที่เสนอเนื้อหาและข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมอันเหมาะสม ฝึกการใช้วิจารณญาณของคน เพื่อให้สามารถหยิบยกเหตุผลและข้อเท็จจริงได้ (อรทัย ศรีสันติสุข, 2530)

2. แนวคิดเรื่องการจำแนกประเภทรายการโทรทัศน์

การจำแนกประเภทของรายการโทรทัศน์มีการแบ่งแยกออกได้เป็นหลายลักษณะ บางกลุ่มอาศัยแนวคิดในการจำแนกประเภทตามแบบของบีบีซีของอังกฤษ บางกลุ่มยึดถือตามแนว

คิดของอเมริกา แต่อย่างไรก็ตามทุกรายการจะมีเกณฑ์ในการแบ่งประเภทของรายการโทรทัศน์ และรายการวิทยุอยู่ 4 ลักษณะคือ (จุมพล รอดคำดี, 2523)

1. การแบ่งประเภทโดยยึดเอาเนื้อหาของรายการ (Content) เป็นหลัก
2. การแบ่งประเภทโดยยึดเอาวิธีการนำเสนอรายการ (Presentation) เป็นหลัก
3. การแบ่งประเภทโดยยึดเอาผู้ชม (Audience) เป็นหลัก
4. การแบ่งประเภทโดยยึดเอาหน้าที่ของสื่อมวลชน (Function) เป็นหลัก

1. การแบ่งประเภทโดยยึดเอาเนื้อหาของรายการ (Content) เป็นหลัก
การแบ่งประเภทรายการในลักษณะนี้จะดูที่ว่าผู้ผลิตรายการมุ่งเสนอเนื้อหาอะไรให้แก่ผู้ชม เช่น เสนอเรื่องฟุตบอล ก็จะเรียกได้ว่ารายการนั้นเป็นรายการประเภทกีฬา

การแบ่งรายการตามประเภทเนื้อหาของรายการนี้ทาง FCC (Federal Communications Commission) หรือคณะกรรมการกลางการสื่อสารแห่งรัฐบาลกลางของประเทศสหรัฐอเมริกาได้กำหนดเอาไว้เป็นแนวทางดังนี้

- รายการเกษตร (Agricultural Programs) ได้แก่ รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการทำไร่นา การประกอบอาชีพทางเกษตรกรรม ราคาสินค้า

- รายการบันเทิง (Entertainment Programs) ได้แก่ รายการทุกชนิดที่มีความมุ่งหมายเพื่อความบันเทิง เช่น ดนตรี ละคร ปกิณกะ ตลก แข่งขันตอบปัญหา

- รายการข่าว (News Programs) ได้แก่ รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับโลก รวมทั้งการรายงานอากาศ การวิเคราะห์

- รายการกีฬา (Sports Programs) ได้แก่ รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกิจกรรมทั้งหลาย ก่อนและหลังเกมกีฬา และระหว่างการแข่งขัน

- รายการการเมือง (Political Programs) ได้แก่ รายการที่เสนอถึงผู้สมัครรับเลือกตั้งดำรงตำแหน่งทางการเมือง หรือรายการที่เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้สมัครรับเลือกตั้ง

2. การแบ่งประเภทโดยยึดเอาวิธีการนำเสนอรายการ (Presentation) เป็นหลัก
การยึดเอาวิธีการนำเสนอรายการเป็นหลักจะดูได้จากรูปแบบและวิธีการเฉพาะของแต่ละรายการ ดังนี้

- รายการสารคดี จะมีรูปแบบการนำเสนอโดยมีเนื้อหาเพียงเรื่องเดียวตั้งแต่เริ่มต้นจนจบรายการ

- รายการนิตยสารทางอากาศ จะมีเนื้อหาหลายเรื่องและมีวิธีการนำเสนอหลายแบบ จะเป็นละคร อกิปราย สัมภาษณ์ อยู่ในรายการเดียวกัน โดยมีแกนกลาง (Theme) ของรายการอยู่ อันหนึ่งเป็นตัวเชื่อมโยงเนื้อหาให้เกิดมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน(Unity) ของรายการขึ้นมา

- รายการรูปแบบพูดคนเดียว (Straight Talk) เป็นรายการที่มีบุคคลมาปรากฏตัวพูดคุยกับผู้ชมเพียงหนึ่งคน ส่วนมากจะมีภาพประกอบเพื่อมิให้เห็นผู้พูด ๆ ตลอดเวลา

- รายการบรรยาย (Narration) เป็นรายการที่นำเสนอโดยการบรรยายล้วนๆ ไม่มีการสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ หรือบทสัมภาษณ์อื่น ๆ มาเสริมในรายการ โดยจะไม่เห็นตัวผู้บรรยาย ตั้งแต่เปิดรายการจนจบรายการ และจะมีภาพที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาประกอบตลอดการบรรยาย

- รายการสัมภาษณ์ (Interviews) เป็นรายการที่มีผู้สัมภาษณ์ถามคำถามและผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้เกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่จะนำเสนอทำการตอบคำถามหรืออธิบายเรื่องราวให้ฟังอย่างเข้าใจ

- รายการสารละคร (Docu-Drama) เป็นรายการที่ผสมผสานรูปแบบสารคดีเข้ากับรูปแบบละคร หรือนำละครมาประกอบรายการที่เสนอสาระบางส่วน มิใช่เสนอเป็นละครทั้งรายการ เช่น ละครนำเรื่อง ละครเป็นตัวอย่าง ละครสรุปประเด็น

3.การแบ่งประเภทโดยยึดเอาผู้ชม (Audience) เป็นหลัก

การจำแนกประเภทรายการลักษณะนี้จะเป็นการนำเสนอรายการตามกลุ่มผู้ชมเป็นหลัก เช่น รายการแม่บ้าน รายการวัยรุ่น รายการเพื่อเกษตรกร เนื้อหาที่นำเสนอจะเป็นการกำหนดไว้กว้างๆว่าควรเป็นเรื่องราวที่เป็นประโยชน์สำหรับคนกลุ่มนั้นเท่านั้น แต่ไม่ได้จำกัดว่าจะต้องเป็นเรื่องกีฬา แฟชั่น หรือสุขภาพอนามัย นอกจากนี้รูปแบบการนำเสนอรายการก็จะไม่แน่ชัด ขึ้นอยู่กับวิธีการที่ผู้ผลิตเลือกนำเสนอ

4.การแบ่งประเภทโดยยึดเอาหน้าที่ของสื่อมวลชน (Function) เป็นหลัก

เป็นการแบ่งลักษณะรายการตามหน้าที่ในการให้บริการของสื่อมวลชน คือ หน้าที่ในการให้ข่าวสารความรู้ หน้าที่ในการให้ความบันเทิง หน้าที่ในการบริการสาธารณะ การแบ่งรายการตามลักษณะนี้จะเป็นการแบ่งอย่างกว้างๆ เช่น รายการข่าว รายการสาระความรู้ รายการบันเทิง

แต่อย่างไรก็ตามการแบ่งรายการตามเกณฑ์ข้างต้นอาจจะไม่ครอบคลุมลักษณะของรายการโทรทัศน์ทั้งหมดในปัจจุบัน เนื่องจากมีหลายรายการที่มีลักษณะผสมผสานกันจนไม่สามารถยึดตามเกณฑ์ได้ เช่น เป็นรายการที่ไม่มีความต่อเนื่อง ไม่มีแกนกลาง แต่มีการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบมาผสมกันไป หรือเป็นรายการที่มีส่วนผสมของสาระและความบันเทิงร่วมกันอย่างที่เราเรียกกันว่ารายการสารบันเทิง(Infotainment) หรือรายการบันเทิงศึกษา(Edutainment) ซึ่งเป็นการพบกันครึ่งทางระหว่างเนื้อหาที่เป็นข่าวสารความเป็นจริง(Information) หรือความรู้และการศึกษา (Education) แต่รูปแบบการนำเสนอเป็นความบันเทิง (Entertainment)

3. แนวคิดเรื่องการออกแบบสารโทรทัศน์

John Morley (1992) กล่าวไว้ว่า ในการส่งสาร (Message) ทุกประเภทจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ส่งสารจะต้องรู้จักกรรมวิธีในการออกแบบสาร (Design Messages) เพื่อให้สารนั้นมีประสิทธิภาพเหมาะสมกับผู้รับสาร และทำให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จลงได้ ซึ่งสิ่งที่จะต้องพิจารณาในการออกแบบสารหรือเนื้อหาทุกประเภทนั้นมีด้วยกัน 6 ประการ คือ

1. เป้าหมายหรือจุดประสงค์ (Goal or Purpose)

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์จะต้องมีการตั้งเป้าหมายหรือจุดประสงค์ในการผลิตรายการ เพราะจุดประสงค์จะเป็นกรอบพื้นฐานในการกำหนดรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอรายการให้อยู่ในแนวทางเดียวกัน และทำให้การเผยแพร่รายการโทรทัศน์นั้นประสบความสำเร็จลงได้

2. ผู้ชม (Audience)

การรู้จักลักษณะของผู้ชมรายการจะทำให้ผู้ผลิตสามารถผลิตรายการได้ตรงตามความต้องการของผู้ชม และสามารถนำเสนอสารที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดหรือทัศนคติของผู้ชมได้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ลักษณะของผู้ชมที่ควรรู้ ได้แก่ สภาพการดำเนินชีวิต เพศ วัย การศึกษา เวลาในการชมรายการ ความต้องการในการชมรายการ เป็นต้น

3. วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม (Behavioral Objectives)

วัตถุประสงค์ประเภทนี้คือ ความมุ่งหมายที่ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต้องการให้ผู้ชมรายการเกิดทัศนคติ หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และผลของการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นไปตามสิ่งที่ผู้ผลิตตั้งใจไว้ เช่น เกิดค่านิยมหรือทัศนคติบางเรื่อง และนำไปสู่การกระทำต่อไป

4. เนื้อหา (Content)

เนื้อหาที่รายการโทรทัศน์จะนำเสนอออกไปสู่ผู้ชมจะมาจากลักษณะผู้ชมรายการและ

วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมที่ผู้ผลิตรายการได้วางไว้ แต่ควรระวังถึงระดับความเข้าใจของผู้ชมรายการ และสร้างสารที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ผู้ชมรายการมีความรู้เพียงพอ

5. กลวิธีการสร้างสรรค์ (Creative Approach)

กลวิธีการสร้างสรรค์คือ การกำหนดแก่นของเรื่อง (Theme) และโครงเรื่อง (Plot) ซึ่งจะเป็นหลักในการกำหนดรายละเอียดของรูปแบบเนื้อหารายการโทรทัศน์ทั้งหมด นอกจากนี้ยังรวมถึงวิธีการนำเสนอ (Presentation Techniques) ตั้งแต่เริ่มจนจบเรื่องด้วย

6. บท (Script)

บทเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่แปรเปลี่ยนมาจากกลวิธีการสร้างสรรค์ และนำไปสู่การวางแผนกระบวนการผลิตให้ทีมงานสามารถทำงานกันได้

แต่เนื่องจากการชมโทรทัศน์ของผู้ชมแต่ละคนจะมีกระบวนการรับรู้ที่ไม่เหมือนกัน และแตกต่างกันไปตามพื้นความรู้ ประสบการณ์ วัย และข้อแตกต่างอื่นๆทางสังคม ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ทุกประเภทจึงต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของผู้ชมว่าจะมีผลกระทบต่อกรรับรู้ (Perception) และการมีปฏิกิริยาโต้ตอบ (Response) ต่อรายการอย่างไร ขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงคุณลักษณะของรายการโทรทัศน์ที่จะนำเสนอด้วย เพื่อให้รายการโทรทัศน์นั้นมีความเหมาะสมกับสื่อโทรทัศน์และเหมาะกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมายด้วย (จุมพล รอดคำดี, 2519)

คุณลักษณะที่สำคัญของรายการโทรทัศน์

จะต้องประกอบไปด้วย

1. การเสนอภาพที่ผู้ชมไม่เคยเห็นมาก่อน (Visual Primacy)

ภาพที่ผู้ชมไม่เคยเห็นมาก่อน หรือได้เห็นเป็นครั้งแรกเป็นสิ่งที่สำคัญมากในแง่ของการสื่อสาร เพราะเป็นภาพที่แปลกใหม่ จะทำให้สมองของผู้ชมจดจำภาพนั้นได้มากกว่าและรวดเร็วกว่าภาพปกติที่เคยเห็นเป็นประจำ หรือเคยมีประสบการณ์มาก่อน และจะจดจำภาพนั้นไว้ในมันสมองไปอีกนาน ดังนั้นภาพที่ปรากฏให้เห็นเป็นครั้งแรกจึงมีความสำคัญมากในการเสนอรายการเนื้อหาของรายการใน 100 % นั้น ถ้าจะให้ได้ผลจริงๆในทางโทรทัศน์ก็ควรเสนอด้วยภาพ 90 % ส่วนอีก 10 % ที่เหลือก็เป็นเสียงคำอธิบายว่า ภาพที่ปรากฏนั้นเป็นอะไร

2. การเสนอภาพที่คุ้นเคยอยู่บ้างแล้ว (Visual Context)

การเสนอภาพที่ตรงกับสิ่งที่ผู้ชมเคยเห็นมาก่อน ย่อมจะมีผลกระทบต่อมากในแง่การจดจำได้ ยิ่งภาพนั้นมีเนื้อหาที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่เขาเคยเห็นหรือประสบมาทั้งทางลบหรือบวก ก็ยิ่งจะทำให้ภาพนั้นมีน้ำหนักและเข้าถึงจิตใจผู้ชมคนนั้นมากขึ้น และภาพที่ยอมรับกันว่าสามารถเข้าถึงจิตใจผู้ชมได้รวดเร็วก็คือ ภาพที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์ทั่วไปนั่นเอง

3. การเพิ่มความเข้มข้นในด้านทัศนคติและความรู้ที่มีอยู่ของผู้ชมให้มากยิ่งขึ้น (Reinforcement)

อิทธิพลของภาพที่ปรากฏจะมีผลต่อผู้ชมมาก ทั้งนี้เพราะถ้าภาพใดก็ตามไปมีผลต่อทัศนคติและความรู้เดิมที่มีอยู่แล้วให้มากยิ่งขึ้น นั่นก็แสดงว่าภาพนั้นมีอิทธิพลมาก แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าความหมายของภาพนั้นอยู่เหนือจากความรู้เดิมของผู้ชม หรือขัดแย้งกับทัศนคติเดิมของเขา ภาพนั้นก็จะมีอิทธิพลน้อยมาก แต่อย่างไรก็ตาม รายการใดที่มีเนื้อหาขัดแย้งกับทัศนคติของผู้ชมอย่างรุนแรง บางทีอาจทำให้เขาโกรธ และซ้ำจะเป็นการย้ำให้เขามั่นใจในความคิดเห็นเดิมของเขามากยิ่งขึ้น ในสภาวะเช่นนี้เปรียบเสมือน "ผลกระทบย้อนกลับ" (Boomerang Effect) มาหาดอกย้ำความเห็นดั้งเดิมของผู้ชมเพิ่มขึ้น

4. ผลต่อเนื้อในเนื้อหาที่เสนอ (Content Relevance)

ในการผลิตรายการโทรทัศน์นั้น เนื้อเรื่องที่น่าเสนอค่อนข้างจะเฉพาะเจาะจงมากกว่าจะเป็นเรื่องทั่วไป ผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องถามตัวเองก่อนการลงมือผลิตว่า ผู้ชมรายการเป้าหมาย (Target Audience) ของตนจะเป็นใคร และจะได้รับแนวคิดที่เสนอไปหรือไม่ นอกจากนี้การออกแบบเนื้อหาที่จะเสนอก็จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณาโดยละเอียด ต้องเสนอเนื้อหาอย่างมีระเบียบ เรียงลำดับตามลำดับความสำคัญ การดำเนินเรื่องควรจะกระชับได้ใจความและเข้าใจง่ายในเวลาอันจำกัด

4. แนวคิดเรื่องสื่อมวลชนกับการสร้างความเป็นจริงทางสังคม

แนวความคิดว่าด้วยการสร้างความเป็นจริงทางสังคมนี้ Alfred Schutz, 1970 (อ้างถึงในจิรวรา อุษยากุล, 2535) ได้ให้ความหมายไว้ว่า

...ชีวิตประจำวันของเราไม่ได้เป็นโลกส่วนตัวของเรา แต่เป็นอัตวิสัยร่วม (Intersubjective) ที่เกิดขึ้นตั้งแต่แรก และเราก็สามารถร่วมรับรู้กับเพื่อนร่วมโลกของเรา ซึ่งแต่ละคนก็มีประสบการณ์และการตีความหมายที่แตกต่างกันออกไป และสภาพที่เราพบว่า ตนเองอยู่ในโลกในขณะใดขณะหนึ่งนั้น เป็นเพียงขอบเขตเล็กๆที่เราได้สร้างขึ้นมานั่นเอง กล่าวโดยสรุปคือ ความหมายและความเข้าใจทั้งหลายของเรานั้นเกิดจากการสื่อสารของเรากับบุคคลอื่น

Berger & Luckman (1966) ได้ให้ความเห็นว่า

... มนุษย์ไม่สามารถรับรู้ "ความจริง" ของโลกภายนอกตัวเขาได้โดยตรง แต่ต้องกระทำผ่าน "ตัวกลาง" คือ ประสาทสัมผัสและกระบวนการรับรู้ทางจิตของมนุษย์ ซึ่งถูกหล่อหลอมโดยกระบวนการทางสังคมมาก่อน...

Adoni & Mane (1984) ได้แบ่งประเภทของความเป็นจริงออกเป็น 3 ลักษณะสรุปได้ดังนี้

1. Objective Social Reality คือ ความจริงที่เราสัมผัสได้ด้วยประสบการณ์ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในโลกภายนอก ซึ่งเราได้เผชิญในฐานะที่เป็นจริง
2. Symbolic Social Reality คือ ความเป็นจริงที่แสดงออกมาในรูปของสัญลักษณ์ เช่น ศิลปะ เอกสาร หรือเนื้อหาในสื่อ ซึ่งความจริงชนิดนี้มีมากมาย สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ ความสามารถของบุคคลในการรับรู้ และแยกแยะสิ่งต่างๆด้วยตนเอง
3. Subjective Social Reality คือ ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในทัศนะของตัวผู้มองเอง นั่นก็คือ ทั้งความจริงที่ได้รับแบบ Objective และ Symbolic มารวมกันเข้ากลายเป็นแบบ Subjective อาจกล่าวได้ว่า ความจริงถูกนำเสนอได้ในรูปของสัญลักษณ์และนำไปสู่จิตสำนึกของแต่ละบุคคล

จากประเภทของความจริงเหล่านี้จึงสามารถสรุปได้ว่า ความหมายของสิ่งต่างๆ สังคม วัฒนธรรม และความเป็นจริง (Reality) ทั้งหมดล้วนเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เพราะความเป็นจริงเหล่านี้มีอยู่มากมาย โดยที่เราไม่อาจหาความแน่นอนชัดเจนจากมันได้ เราจึงต้องสร้าง "โลกแห่งความหมาย" (World of Meanings) ขึ้นมาซึ่งเป็นโลกส่วนที่เราสามารถอธิบายได้ ให้ความหมายได้ และกำหนดแบบแผนได้

กล่าวโดยสรุปคือ โลกแห่งความหมายหรือความรู้ส่วนที่เรารู้นั้นได้มาจากการรับรู้เพียงบางส่วนจากโลกแห่งความเป็นจริง แล้วนำมาสร้างเป็น "คลังแห่งความรู้" (Stock of Knowledge) ของเราขึ้น และที่กล่าวว่ามีมนุษย์เราได้สร้างความเป็นจริงขึ้นนั้น แท้จริงแล้วก็คือ ความเป็นจริงทางสังคมนั่นเอง

สถาบันที่ทำหน้าที่เป็นเสมือน "ตัวกลาง" ที่สร้าง ขยาย และต่อยอดความหมายที่มนุษย์เป็นผู้กำหนดให้กับสรรพสิ่งและสภาวะการณ์ของโลกรอบตัวเรานั้น ก็คือ สื่อมวลชน แต่ความเป็นจริงที่สื่อมวลชนสร้างขึ้นนี้ก็เพียงตัวแทนของโลกแห่งความเป็นจริงเท่านั้น การตอบสนองของคนเราในแง่การเลือกรับรู้ ตีความและจดจำ จึงเป็นพฤติกรรมตอบโต้กับโลกแห่งความหมาย (โลกในเชิงอัตวิสัย) ไม่ใช่โลกแห่งความเป็นจริง (โลกในเชิงวัตถุวิสัย) ซึ่งความเป็นจริงในโลกแห่งความหมายนั้นย่อมที่จะแปรเปลี่ยนตามนิยามความหมายที่ผู้สร้างแต่ละคนจะเป็นผู้กำหนด

หน้าที่ประการหนึ่งของสถาบันสื่อสารมวลชนในฐานะที่เป็นสื่อกลางระหว่างสมาชิกในสังคม (ผู้รับสาร) กับโลกแห่งความเป็นจริง ก็คือ หน้าที่ในการผลิตและแพร่กระจาย "สาร" หรือตัวแทนของสรรพสิ่งหรือสภาวะการณ์ความเป็นจริงของโลกทางสังคมที่แวดล้อมเรา ซึ่งสภาวะการณ์และ

สรรพสิ่งของสังคมในส่วนที่เป็นโลกแห่งความเป็นจริงนี้ บางครั้งก็อยู่นอกเหนือขอบเขตการรับรู้ และการสัมผัสโดยตรงของเรา ในกรณีนี้สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงให้คนเราเกิด ประสบการณ์ทางอ้อมกับโลกแห่งความเป็นจริงนี้ได้ ทั้งที่ไม่ได้มีส่วนเข้าร่วมโดยตรง สารของ สื่อมวลชนจึงนับว่ามีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ และการสร้างความเชื่อเกี่ยวกับสภาพความเป็นจริง ทางสังคมให้เกิดขึ้นกับคนเราเป็นอย่างมาก

แต่ในขณะเดียวกันสื่อมวลชนไม่เพียงเป็นตัวสร้างความเป็นจริงทางสังคมอย่างเปิดกว้าง ให้คนในสังคมได้รับรู้เท่านั้น สื่อมวลชนยังได้ทำการกรองหรือเลือกสภาพความเป็นจริงที่จะมาสู่ คนเราด้วย ดังนั้นหากเนื้อหาของสื่อมวลชนผ่านกระบวนการกลั่นกรองหรือมีกฎเกณฑ์ควบคุมมากขึ้นเท่าไร ความเป็นจริงทางสังคมย่อมที่จะถูกสกัดกั้นบดบังหรือบิดเบือนมากขึ้นเท่านั้น ผลลัพธ์ก็คือ ความเป็นจริงทางสังคมที่สื่อมวลชนนำเสนออาจมิใช่สภาพการณ์แวดล้อมธรรมชาติ ที่เป็นจริงอย่างแท้จริง เช่น การถ่ายทอดภาพขบวนพาเหรดผ่านสื่อโทรทัศน์ กล้องโทรทัศน์ สามารถจับภาพได้ทั้งระยะใกล้ระยะไกล ผู้ชมที่บ้านจึงเห็นเหตุการณ์ต่างๆ ได้ชัดเจนและมีรายละเอียดมากกว่าผู้ที่มาชมด้วยตาของตนเองในสถานที่จริง แม้ว่าโทรทัศน์จะเสนอภาพที่ตื่นเต้น และเข้าใจผิดไปจากพิธีการที่เกิดขึ้นจริง แต่ก็ยังคงถือว่าโทรทัศน์สร้าง "ความเป็นจริง" (เชิงอัต ตวิสัย) ในตัวของมันเอง ซึ่งแท้ที่จริงแล้วเท่ากับเป็นการสร้างภาพนั้นให้เกิดขึ้นในสมองของผู้ชม ไปเลย และบางครั้ง "ความเป็นจริง" ที่สื่อโทรทัศน์สร้างขึ้นอาจมีน้ำหนักมากกว่าความเป็นจริงที่ เกิดขึ้น และบดบังความเป็นจริงที่เที่ยงแท้เสียหมด ในลักษณะนี้จะมีอิทธิพลมากต่อการสร้าง ประชามติหรือการโฆษณาชวนเชื่อ (ขวัญเรือน กิติวัฒน์ , 2530)

5. แนวคิดในการตีความหมายสารด้วยกรอบและวิธีการเชิงสัญลักษณ์ (Semiology)

สัญลักษณ์วิทยาเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการนำเอาตัวสาร (Message) หรือตัวเนื้อหา (Text) ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการสื่อสารมวลชนมาศึกษาวิเคราะห์ โดยฐานของ ตัวทฤษฎีที่นำมาใช้วิเคราะห์เนื้อหาถืออยู่ว่า เนื่องจากกฎต่างๆของภาษาหรือลักษณะอื่นใดก็ตาม ที่ถูกทำขึ้นมาแทน (หรือ "การเข้ารหัส") ถูกกำหนด หรือมีข้อจำกัดโดยโครงสร้างภายในของ วัฒนธรรมดั้งเดิม (รากเดิมของวัฒนธรรม) ดังนั้นตัวเนื้อหาหรือตัวบทที่เลือกมาศึกษา จึง เป็นการเปิดโอกาสให้นามว่า "อ่าน" และตีความได้ ดังนั้นเราจึงสามารถเข้าใจความหมาย หาก เรารู้กฎเกณฑ์ของภาษาและมีความคุ้นเคยดีกับวัฒนธรรม และถึงแม้ว่าแนวทางในการศึกษาเรื่อง นี้จะมีมากมาย แต่เราก็ยังสามารถระบุลักษณะที่สำคัญของทฤษฎีเหล่านี้ได้คือ

ประการแรก ความหมายที่เราตีความออกมาจากตัวเนื้อหาของสื่อมวลชน ไม่จำเป็นต้อง เป็นเช่นเดียวกับกับความตั้งใจของผู้ส่งสาร หรือเป็นความหมายเดียวกันกับที่ผู้รับสารมีอยู่ แต่ ความหมายที่เราตีความนั้น เราถือเป็นความหมายที่ปราศจากอคติ เกิดขึ้นมาจากหลักการของ ระบบสัญลักษณ์ที่ใช้ในการ "เข้ารหัส"

ประการที่สอง แนวการศึกษาไม่ได้เน้นเฉพาะความหมายที่ปรากฏในระดับพื้นผิว หรือความหมายตามตัวหนังสือของเนื้อหาสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ยังให้ความสนใจต่อความหมายที่แอบแฝงหรือความหมายเชิงนัยยะ ซึ่งผู้ส่งสารอาจจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจให้เกิดความหมายดังกล่าวก็ตาม

ประการที่สาม แนวทางการศึกษานี้ไม่ได้จำกัดเฉพาะการวิเคราะห์ภาษาเขียนเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงรูปภาพ ท่าทาง เสียง และเครื่องมือต่างๆที่เป็นทั้งวจนภาษาและอวจนภาษา ซึ่งถูกนำมาใช้ในการสื่อความหมายด้วย

จากการที่ได้กล่าวมา จึงได้มีการนำแนวของวิชาสัญวิทยาภาษาศาสตร์ (Text) ของงานสื่อสารมวลชน อย่างเช่น ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ โฆษณา และงานศิลปะอื่นๆ ซึ่งจะทำให้สามารถเข้าใจความหมายในเนื้อหาของงานเหล่านั้นได้ โดยความหมายที่เราตีความจากตัวบทเนื้อหาสื่อมวลชนไม่จำเป็นต้องเป็นความตั้งใจของผู้ส่งสาร แต่ความหมายที่เราตีความนั้น เราถือว่าเป็นความหมายที่ปราศจากอคติ และไม่ได้มีความหมายที่ปรากฏในระดับพื้นผิวเท่านั้น แต่ยังเป็นความหมายโดยนัยแฝง ซึ่งผู้ส่งสารอาจจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจให้เกิดความหมายดังกล่าวก็ได้

สำหรับแนวคิดในการศึกษาด้านสัญวิทยานั้นได้มีผู้ทำการศึกษาไว้หลายแนว เช่น แนวคิดเชิงสัญวิทยาในยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) และแนวคิดเชิงสัญวิทยายุคสมัยใหม่ (Modernism) ซึ่งในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะใช้แนวคิดของนักวิชาการในยุคสมัยใหม่ อันได้แก่ F.De.Saussure (1857-1913) C.Peirce (1839-1914) และ Roland Barthes (1967)

คำว่า "สัญวิทยา" (Semiology) หรือ (Semiotics) นั้น Ferdinand de Saussure อธิบายความหมายของสัญวิทยาว่า เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยอายตนะ (ประสาทสัมผัสทั้ง 5) และเป็นเครื่องหมายที่คนกลุ่มหนึ่งตกลงใช้ร่วมกัน เรียกว่าเป็นระบบสัญวิทยา (Signs) เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจในตัวบท 3 ประเด็นหลัก คือ

1. ลักษณะโครงสร้างภายในของตัวสาร
2. วิธีการที่ทำให้เกิดความหมาย
3. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวสารกับวัฒนธรรมในลักษณะที่เป็นองค์รวม ซึ่งจะนำไปสู่ความเข้าใจถึงการที่ตัวบทของสื่อมวลชนถูก "อ่าน" หรือ "ถอดรหัส" ได้อย่างไร

Saussure ได้ดัดแปลงสัญวิทยาภาษาศาสตร์ใช้ในการอธิบายศาสตร์แห่งสัญลักษณ์ระหว่างส่วนต่างๆ ของสาร หรือระบบสื่อสารมวลชนที่ถูกจัดเรียงเป็นรูปร่างอยู่ โดยได้แบ่งองค์ประกอบของสัญลักษณ์ออกเป็น 2 ส่วนคือ ตัวหมาย (Signifier) คือ ภาพและเสียง กับตัวหมายถึง (Signified)

คือ แนวคิด (Concept) การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความหมายของคำกับความเป็นจริงทางภาวะวิสัยนี้เรียกว่า “กระบวนการสร้างความหมาย” หรือ “กระบวนการให้ความหมาย” (Signification) ตัวอย่างเช่น เมื่อเราเขียนคำว่า “ม้า” โดยมุ่งที่จะให้ความหมายถึงตัวม้าจริงๆ ตัวอักษรคำว่า “ม้า” ถือเป็นตัวหมาย ส่วนตัวม้าจริงๆ เป็นตัวหมายถึง เหล่านี้เป็นกระบวนการให้ความหมายที่เราสร้างขึ้น

การศึกษาในเชิงสัญวิทยาให้ความสำคัญกับการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง เพื่อดูว่าความหมายถูกสร้างขึ้นและถูกถ่ายทอดออกมาอย่างไร โดยนำเอาตัวบทมาวิเคราะห์เพื่อดูว่าตัวหมายนั้นสร้างความหมายอย่างไร ในการสื่อสารของคนเรานั้นจะมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกิดขึ้นตลอดเวลา การวิเคราะห์ทางสัญวิทยานั้นเราจะไม่คำนึงถึงเนื้อหา เพราะเนื้อหาไม่ได้สร้างความหมายของตัวบท แต่ความสัมพันธ์ของตัวหมายและตัวหมายถึงเป็นตัวสร้างความหมาย (ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531)

เรื่องของกระบวนการสร้างความหมาย (Signification) นั้น Roland Barthes ผู้เป็นศิษย์คนหนึ่งของ Saussure เป็นผู้ศึกษาถึงเรื่องนี้ เขาให้แนวความคิดในการวิเคราะห์ความหมายแฝงที่อยู่ในการติดต่อสื่อสาร โดยหัวใจสำคัญของแนวคิดของ Barthes คือขั้นตอนในการแสดงความหมาย 2 ระดับ คือ ในระดับแรกเป็นระดับที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของความเป็นจริงตามธรรมชาติ คือ การตีความหมายโดยตรง ส่วนในระดับที่สอง เป็นการตีความในระดับที่มีปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง คือ การตีความโดยนัยแฝง

การตีความหมายตรง (Denotation)

Denotation เป็นความหมายขั้นแรกเหมือนที่ Saussure ได้ศึกษา เป็นการอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงในสัญญะนั้น และความสัมพันธ์ของสัญญะกับสิ่งที่กล่าวถึงในความหมายที่ชัดเจนของสัญญะ หรือ คือความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์กับตัวอ้างอิง เช่น ภาพรูปถนนก็แสดงความหมายว่า เป็นถนนสายนั้น หรือคำว่า “Street” ก็คือความหมายของคำว่าถนนชนบทที่มีอาคารบ้านเรือนเรียงรายอยู่สองฟาก แต่ถ้าเราใช้เทคนิคในการถ่ายภาพเข้าช่วย เช่น ใช้ฟิล์มสีถ่ายขณะมีแสงแดดอ่อนๆ ใช้เลนส์กระจก (Filter) ปรับให้ภาพนุ่มขึ้น จะทำให้มองเห็นภาพของถนนสายนั้นเป็นถนนที่อบอุ่นไปด้วยความสุข ความอบอุ่น สะท้อนสังคมที่มีมนุษยธรรม เหมาะสำหรับเด็กๆ ที่จะวิ่งเล่น แต่ถ้าในทางกลับกันใช้เทคนิคการถ่ายภาพอีกรูปแบบหนึ่ง ใช้ฟิล์มขาว-ดำ และกระจกเลนส์ปรับภาพทำให้ภาพดูแข็งกระด้าง จะทำให้ภาพของถนนสายนั้นเป็นทีไรๆ ไม่น่าอยู่ มีแต่ความเยือกเย็น ไม่เป็นมิตร ไม่เหมาะสำหรับเด็กๆ ที่จะวิ่งเล่น ความหมายแรกก็แสดงว่าเป็นถนนสายหนึ่งนั้นเป็นการตีความหมายตรง ในขณะที่ความหมายที่สองที่ให้ความรู้สึกจากการใช้เทคนิคการถ่ายภาพทั้งสองวิธี แสดงความหมายในขั้นที่ 2 ซึ่งเรียกว่าการตีความหมายโดยนัยแฝง

การตีความหมายโดยนัยแฝง (Connotation)

Barthes อธิบายความหมายในชั้นที่ 2 มีอยู่ 3 ประการ ประการแรก คือ การตีความหมายโดยนัยแฝง อธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อสัญลักษณ์กระทบกับความรู้สึกหรืออารมณ์ของผู้รับสารและค่านิยมในวัฒนธรรมของเขา ความหมายในชั้นที่ 2 นี้เกิดขึ้นจากการตีความโดยอัตวิสัย เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับค่านิยมทางวัฒนธรรม ซึ่งมีลักษณะแทนความรู้สึกนึกคิดของผู้สร้างสัญลักษณ์นั้น ความหมายแฝงนี้จะเกิดขึ้นจากการกำหนดรูปแบบของตัวหมาย และถูกควบคุมความหมายโดยการเปลี่ยนตัวหมายหรือสัญลักษณ์ แต่ยังคงมีตัวหมายถึงเอาไว้

Barthes กล่าวว่า ปัจจัยเชิงวิพากษ์ในการตีความหมายโดยนัยแฝงคือ ตัวหมายในชั้นแรก ตัวหมายคือสัญลักษณ์ของการตีความหมายโดยนัยแฝง เช่น ในภาพถนนสายเดียวกัน 2 ภาพ ความคิดฝันของเราเกี่ยวกับถนนสายนั้นออกมาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเทคนิคการถ่ายทำภาพทั้งสองนั้นเป็นตัวหมาย การที่กล้องจับภาพถนนและถ่ายออกมาให้เราเห็นบนแผ่นฟิล์มเป็นการตีความหมายตรง แต่การถ่ายทำโดยใช้เทคนิค แสงสี และอุปกรณ์พิเศษ นำความรู้สึกนึกคิดของคนนั้นเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการถ่ายทำนั้น เป็นการตีความหมายโดยนัยแฝงจากสิ่งที่มนุษย์ทำขึ้น การตีความหมายตรงจึงเป็นภาพที่กล้องถ่ายได้ ถ่ายจริง แต่การตีความหมายโดยนัยแฝงคือ ลักษณะที่ถ่ายนั้นทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดอย่างไร

กระบวนการสร้างความหมายตรงจะมีลักษณะเป็นสากล คือ มีความหมายเดียวกันสำหรับทุกคนและมีลักษณะเป็นสภาวะวิสัย (Objectivity) คือ อ้างอิงขึ้นมาโดยไม่มีการประเมินคุณค่า ส่วนกระบวนการสร้างความหมายแฝงนั้นจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัฒนธรรมในการรับสาร เช่น คำว่า "หัวใจ" มีความหมายเป็นสากลว่า เป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของร่างกายมนุษย์ที่ทำหน้าที่สูบฉีดโลหิต ฯลฯ ดังนั้นความหมายตรงจึงเป็นความหมายของการใช้ภาษา แต่ถ้าเป็นความหมายแฝง ซึ่งเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึงในอีกระดับหนึ่ง คือ หัวใจเป็นสัญลักษณ์ของความรักหรือชีวิตหรือความสำคัญ เป็นต้น ดังนั้นความหมายแฝงจึงหมายถึงการใช้ภาษาให้ความหมายแก่สิ่งหนึ่งนอกเหนือไปจากสิ่งที่มันกล่าวถึง หรือมีความหมายสำหรับทุกคน

จากแนวคิดในการตีความหมายและระบบสัญลักษณ์ดังที่กล่าวมานี้ สามารถนำมาใช้ในการตีความหมายจากเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ได้ เพราะไม่ว่าจะเป็นภาษา ตัวอักษร ภาพ ลายเส้น การเคลื่อนไหว การใช้แสงสี ดนตรี เสียง และเทคนิคพิเศษต่างๆ ในรูปแบบและเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ ทุกสิ่งที่สามารถรับรู้หรือตีความหมายได้จากสิ่งที่ปรากฏบนจอโทรทัศน์ย่อมเป็นการสื่อความหมายทั้งโดยตรงและโดยแฝงให้กับคนดูได้ทั้งสิ้น ดังเช่นตัวอย่างของการนำแนวคิดเรื่องตัวหมายและตัวหมายถึงมาใช้ในการวิเคราะห์การถ่ายภาพ การจัดมุมกล้อง และการตัดต่อ เพื่อให้ได้ความหมายที่แตกต่างกันออกไปดังนี้

ตารางที่ 1 แนวคิดเรื่องความหมายของลักษณะภาพ

ตัวหมาย Shot	ลักษณะของภาพ Definition	ตัวหมายถึง / การสื่อความหมาย
close-up	เฉพาะใบหน้า	ความใกล้ชิดสนิทสนม
medium shot	ครึ่งตัวถึงเกือบเต็มตัว	ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
long shot	ฉากและตัวละครหลายๆตัว	ลักษณะรวมๆทั่วไปหรือบรรยากาศ
full shot	เต็มตัว	แสดงความสัมพันธ์ทางสังคม
tilt down	ถ่ายกวาดแบบกด	การมีอำนาจ,ฐานะที่สูงกว่า
tilt up	ถ่ายกวาดแบบขึ้นขึ้น	ลักษณะที่ต่ำต้อย,อ่อนแอกว่า
zoom in	กล้องเคลื่อนเข้าหาวัตถุ	เน้นบางสิ่งบางอย่าง,การสำรวจ
zoom out	กล้องเคลื่อนออกจากวัตถุ	ความสัมพันธ์กับสังคม,การจากไป
fade in	ภาพค่อยๆขึ้นจากจอว่าง	การเริ่มต้น
fade out	ภาพเลือนออกจนจอว่าง	การสิ้นสุด
cut	เปลี่ยนภาพหนึ่งไปอีกภาพ	เปลี่ยนเหตุการณ์หนึ่งไปเป็นอีก เหตุการณ์
dissolve	เลื่อนไปเป็นอีกภาพหนึ่ง	การเปลี่ยนเหตุการณ์หรือเวลา
wipe	ภาพถูกกวาดออกไปจากจอ	แสดงบทสรุปเรื่องราวหรือเหตุการณ์

มุมกล้อง (Camera angles)

มุมกล้องเป็นปัจจัยหนึ่งในการจัดองค์ประกอบภาพเพื่อให้เกิดการสื่อความหมาย เช่น

ภาพมุมสูง (High-angle shot)

ภาพมุมสูงเป็นภาพของการมองลง โดยทั่วไปแล้วภาพมุมสูงจะเป็นการจับภาพเหนือระดับสายตา เป็นภาพที่รวมพื้นดินเอาไว้เป็นฉากหลังด้วย ดังนั้นจึงทำให้สิ่งที่ถ่ายดูเล็กลง ด้วยคุณค่าความสำคัญ หรือมีลักษณะของการยอมจำนน การอ่อนแอ หรือเกิดความรู้สึกหวาดกลัว (Utz, 1992)

ภาพมุมต่ำ (Low-angle shot)

ภาพมุมต่ำเป็นภาพของการมองขึ้น จึงช่วยเพิ่มความสูงให้กับสิ่งที่ถ่าย ภาพชนิดนี้จะทำให้เกิดความรู้สึกถึงอำนาจ ความน่าเกรงขาม ตลอดจนสามารถสื่อให้เห็นถึงพลัง ความดีใจ เครียด ความตื่นเต้นตามสายตาของกบ (Frog's eyes) ขณะที่จะทำให้ผู้ชมรู้สึกหวาดกลัวหรือถูกคุกคาม

ภาพมุมเอียง (Canted shot)

เป็นภาพที่เบี่ยงเบนออกจากเส้นแนวนอนและแกนตั้ง ใช้สื่อความหมายของการโอนเอนหรือเมา คนที่ตื่นตระหนก คนคิดยา หรือใช้เพื่อจำลองความหายนะของแผ่นดินไหว เรือล่ม จัดว่าเป็นภาพที่แสดงความตึงเครียด และก่อให้เกิดความรู้สึกกระวนกระวาย หรือบางครั้งอาจเพียงเพื่อสร้างความแปลกใหม่หรือกระตุ้นการมองเห็นเท่านั้นก็ได้

ภาพระดับสายตา (Eyes level shot)

ภาพระดับสายตาเป็นภาพที่สายตาของผู้แสดงกับกล้องอยู่ในระดับเดียวกัน โดยส่วนมากใช้เพื่อแสดงออกให้เห็นถึงความเท่าเทียม และเป็นภาพที่ปรากฏให้เห็นเป็นส่วนใหญ่

การเคลื่อนไหวของกล้อง (Camera Movement)

โดยปกติแล้วการเคลื่อนไหวของกล้อง ทำให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการรับรู้ด้วยสายตาของมนุษย์ ซึ่งภาพบางภาพไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า ลักษณะของการเคลื่อนไหวของกล้อง ได้แก่

1. การเคลื่อนไหวของกล้องบนฐาน

เป็นการเคลื่อนไหวที่เคลื่อนเฉพาะตัวกล้อง (Camera) แต่ขาตั้งกล้อง (Tripod) ไม่เคลื่อนที่ไปด้วย ซึ่งได้แก่ การกวาดภาพไปซ้าย-ขวา (Pan) และการกวาดภาพขึ้น-ลง (Tilt)

1.1 การกวาดภาพไปซ้าย-ขวา (Pan)

เป็นการหมุนกล้องไปทั้งตัวตามแนวนอน จากซ้ายไปขวาหรือขวาไปซ้าย ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมีจุดมุ่งหมายดังนี้

- เพื่อติดตามการแสดงออกของสิ่งที่ถ่ายที่เคลื่อนไหวอยู่
- เพื่อเชื่อมสิ่งที่ถ่ายสองสิ่งซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเป็นสำคัญ
- เพื่อแสดงมุมมองของทัศนียภาพของทำเลที่ตั้ง
- เพื่อแสดงการสำรวจหรือค้นหาข้อมูลที่คาดไม่ถึงบางอย่าง
- เพื่อสร้างมุมมองของบุคคลที่มองผ่านสายตา เป็นภาพที่ใช้มองผ่านสายตาของตัวละคร

ส่วน Swish-Pan หรือ Flash-Pan เป็นการกวาดภาพจากซ้ายไปขวาอย่างรวดเร็วมาก ทำให้เกิดภาพในลักษณะพรั่มัว ซึ่งอาจเป็นเครื่องมือในการส่งทอดเปลี่ยนฉาก เวลา ที่ตั้ง

1.2 การกวาดภาพขึ้นลง (Tilt)

เป็นการกระดกกล้องทั้งตัวไปตามแนวตั้ง โดยขาตั้งกล้องอยู่กับที่ ไม่เคลื่อนไปไหน ทั้งนี้การกวาดภาพขึ้น-ลงมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ 3 ประการ คือ

- เพื่อตามการแสดงของสิ่งที่ถ่ายที่กำลังพุ่งขึ้นสูง เช่น การพุ่งตัวของจรวด
- เพื่อเชื่อมสิ่งที่ถ่ายสองสิ่งที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกัน
- เพื่อให้ผู้ชมมีประสบการณ์ร่วมกับการเฝ้าดูของสิ่งที่ทยานขึ้นสู่ท้องฟ้า ตามสายตาของตัวละคร ซึ่งอาจเป็นการแหงนมองดูตึกสูงๆ

การกวาดภาพขึ้น-ลงยังทำให้เกิดความรู้สึกน่าติดตาม หรือสร้างความรู้สึกอยากรู้ อยากเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่ถ่ายนั้น เช่น การกวาดภาพขึ้น-ลงอย่างช้าๆจากปลายเท้าของตัวละครขึ้นไปจนถึงใบหน้าที่กำลังครุ่นคิด

2. การเคลื่อนไหวตัวกล้อง

การเคลื่อนไหวของตัวกล้องเป็นการเคลื่อนย้ายตำแหน่งของกล้อง อย่างเช่น การเคลื่อนที่ของกล้องโดยแบกไว้บนบ่า (Shoulder-Mounted Camera) หรือการใช้มือถือ (Hand-Held Camera Movements) เป็นการเคลื่อนไหวไปตามลักษณะที่เป็นจริงตามสภาพแวดล้อม เพิ่มความรู้สึกที่สมจริงมากขึ้น เป็นวิธีที่ดีในการจำลองความรู้สึกที่ไม่มั่นคงในเชิงจิตวิสัย อารมณ์ที่ล่องลอย หรือคนเมา การเคลื่อนไหวของกล้องในลักษณะนี้ จึงมักจะเป็นการบรรยายเพื่อเป็นตัวแทนการมองผ่านของตัวละครที่เคลื่อนไหวได้เป็นหลัก หรือเป็นภาพที่ติดตามการเคลื่อนไหวของตัวละครโดยตัวผู้ชมเองก็ได้

3. การเคลื่อนไหวของเลนส์

การเคลื่อนไหวของเลนส์เป็นการเคลื่อนไหวที่เกิดจากการเปลี่ยนความยาวโฟกัส ได้แก่

3.1 การซูม

การซูมจะให้ผลทางจิตวิทยาได้มาก เนื่องจากสามารถรวมความสนใจ หรือหันเหความสนใจของผู้ชมไปยังส่วนหนึ่งส่วนใดได้มากขึ้น โดยสามารถแบ่งการซูมออกได้เป็น 2 ชนิดคือ

3.1.1 การซูมเข้า (Zoom-in)

การซูมเข้าเป็นการขยายส่วนหนึ่งส่วนใดของภาพให้มีขนาดใหญ่ขึ้น และลดบริเวณที่กำลังถูกถ่ายให้น้อยลง การซูมเข้าจะสร้างความสนใจในรายละเอียดที่มีความหมายเป็นพิเศษได้อย่างชัดเจน เช่น การซูมเข้าช้าๆ จะหันเหผู้ชมเข้าสู่การแสวงหาข้อมูลหรือการเปิดเรื่อง แต่ถ้าเป็นการซูมเข้าเร็วๆ จะสร้างความตื่นเต้นแก่ผู้ชมได้ ส่วนการซูมเข้าเป็นจังหวะจะก่อให้เกิดความรู้สึกพะวงหน้าพะวงหลัง

3.1.2 การซูมออก (Zoom-out)

การซูมออกเป็นการถอยห่างจากสิ่งที่ถูกถ่ายทุกที และเป็นการขยายอาณาเขตที่ถูก

ถ่ายไว้ทีละเล็กทีละน้อย อาจใช้ในการปิดเรื่อง รวมทั้งยังช่วยเพิ่มความสมจริงมากขึ้น แต่ถ้าเป็นการซูมออกอย่างรวดเร็วจะทำให้เกิดการสั่นคลอนจิตใจผู้ชม

3.2 การเปลี่ยนโฟกัส

การเปลี่ยนโฟกัสของเลนส์จากสิ่งที่อยู่ใกล้ไปสู่สิ่งที่อยู่ไกลกว่า เป็นการเน้นสิ่งที่ถ่ายอันแรกด้วยการโฟกัสเลนส์ให้ภาพชัดเจน แล้วจึงค่อยทำในสิ่งที่ถ่ายอันต่อมาให้ชัดเจนขึ้นมาแทน จึงเป็นการเปลี่ยนจุดสนใจจากสิ่งที่ถ่ายอันเก่าไปสู่สิ่งที่ถ่ายอันใหม่ หรืออาจเป็นการทำให้ภาพตัวละครซึ่งคมชัดอยู่แล้วค่อยๆพร่ามัวไป เป็นการแสดงถึงความฝันหรือความนึกคิด

การตัดต่อ (Editing)

การตัดต่อเป็นกระบวนการเลือกสรร การเรียบเรียง และเชื่อมต่อภาพแต่ละภาพเข้าด้วยกัน และเป็นการส่งทอดเปลี่ยนฉาก ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการสร้างความต่อเนื่องและเชื่อมโยงภาพต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดผลกระทบทางการมองเห็น เช่น

1. การตัดภาพ (Cut)

เป็นการแทนที่ภาพหนึ่งด้วยภาพอีกภาพหนึ่งทันทีทันใด เป็นวิธีการลำดับภาพที่ใช้บ่อยที่สุดเพื่อจุดมุ่งหมาย ดังนี้

- เพื่อสร้างความตื่นเต้น
- เพื่อสร้างความรวดเร็วของภาพ
- เพื่อสร้างความสอดคล้องกับดนตรี

2. การจางภาพหรือเฟด (เข้าหรือออก / Fade in or out)

การเฟดภาพใดๆจะเป็นการเพิ่มระดับความชัดเจน หรือเพิ่มความสว่างของภาพขึ้นทีละน้อยจากเลือนจนชัด หรือในทางตรงกันข้ามก็อาจเป็นการทำให้ภาพค่อยๆจางหายไป จากชัดเจนจนเลือนหายไปจากจอภาพ

3. การทำภาพจางซ้อนหรือดิสโซลฟหรือมิกซ์ (Dissolve or Mix)

การทำภาพจางซ้อนเป็นการส่งทอดเปลี่ยนฉากทีละน้อย จากภาพหนึ่งไปสู่อีกภาพหนึ่ง ด้วยการเฟดภาพหนึ่งออกและเฟดอีกภาพหนึ่งเข้า และมีจังหวะที่คงภาพทั้งสองไว้บนจอภาพเป็นการสื่ออารมณ์ไว้ หรือใช้เพื่อเชื่อมโยงท่าเลที่อยู่ไกลๆเข้าด้วยกัน หรือเป็นการแสดงการเปลี่ยนฉาก

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดในเรื่องสัญญาณที่มีผู้ทำการศึกษาเอาไว้คือ

John Fiske (1982) ได้กล่าวถึงวิธีการศึกษาเชิงสัญวิทยาว่าเป็นการศึกษาในส่วนสำคัญ 3 ส่วนคือ

1. เป็นการศึกษาเรื่องของสัญญาณ (Sign) ซึ่งจะต้องมีลักษณะทางกายภาพ มีความหมายถึงบางสิ่งบางอย่างและสัญญาณนี้จะต้องถูกนำมาใช้และรับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องกับว่าเป็นสัญญาณ (Sign)
2. วัฒนธรรม (Culture) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีสัญญาณ (Sign) และรหัส (Code) เกี่ยวพันกันอยู่ในแต่ละวัฒนธรรม และจะมีความหมายเฉพาะเมื่ออยู่ในวัฒนธรรมนั้นๆ
3. เป็นการศึกษาในเรื่องรหัส (Codes) เป็นรหัสพฤติกรรม (Code of Behavior) และรหัสการให้ความหมาย (Signifying Code) ซึ่งอยู่ในลักษณะของสัญญาณต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในสังคมและวัฒนธรรมนั้นๆ โดยที่รหัสนั้นจะเป็นกฎเกณฑ์ที่คนในสังคมนั้นยอมรับใช้ร่วมกัน

สำหรับรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอสู่ผู้ชมนั้น ก็จำเป็นต้องมีการเข้ารหัสของผู้ส่งสารเช่นกัน เนื่องจากรายการโทรทัศน์เป็นผลผลิตของสื่อสารมวลชนและอยู่ในรูปแบบสัญญาณที่มีรหัสเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตกับผู้รับสาร ซึ่งมีโครงสร้างของรหัสที่ใช้กันในโทรทัศน์ ดังนี้

ระดับความเป็นจริง (Reality)

พื้นฐานความคิดเกี่ยวกับความเป็นจริงนั้นมองว่า "ความเป็นจริง"(Reality) นั้นถูกเข้ารหัสและไม่เคยมีลักษณะแท้เลย ดังนั้นเหตุการณ์และเรื่องราวต่างๆ ที่ถูกนำเสนอทางโทรทัศน์จึงถูกเข้ารหัสเอาไว้แล้วโดยรหัสทางสังคม (Social Code) ไม่ว่าจะเป็นลักษณะการพูด การแต่งกาย การแต่งหน้า รูปร่างหน้าตา กริยาท่าทาง สภาพแวดล้อม ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นรหัสทางสังคม นอกจากนี้ในโครงสร้างของรหัสระดับต่างๆ ยังมีองค์ประกอบของรหัสย่อย การถ่ายทอดแนวคิด หรือการชี้แนะต่างๆ ได้อาศัยรหัสเหล่านี้เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมาย ซึ่งการวิเคราะห์ทางสัญวิทยาพยายามที่จะเปิดเผยให้เห็นถึงระดับชั้นของการเข้ารหัสความหมายที่ถูกผูกขึ้นมาเป็นโครงสร้างในรายการโทรทัศน์ ในส่วนรายละเอียดปลีกย่อยของรหัสมีองค์ประกอบดังนี้

- 1) การคัดเลือกผู้แสดง (Casting) ผู้ร่วมรายการ และผู้ดำเนินรายการต่างๆ เป็นส่วนสำคัญต่อการนำเสนอรายการ เพราะบุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้ถ่ายทอดแนวคิด อุดมการณ์ของรายการเพื่อทำการสื่อสารกับผู้ชมรายการโดยตรง การคัดเลือกบุคคลเหล่านี้จึงจำเป็นต้องเลือกผู้ที่สามารถสื่อสารกับผู้ชมได้ดี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเด็นหัวข้อต่างๆ ที่นำเสนอนั่นเอง

2) ฉากและการแต่งกาย (Setting And Costume)

ฉากและการแต่งกายมีความสำคัญในระบบสัญญาณ โดยสามารถที่จะแสดงถึงรหัสของการนำเสนอในแต่ละครั้งได้ และยังเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทและฐานะทางสังคมได้อย่างชัดเจนว่าผู้ร่วมรายการนั้นได้สวมบทบาทเป็นอะไร ในแต่ละบทบาทนั้นมีความมุ่งหมายเพื่อนำเสนอหรือมีแนวคิดอุดมการณ์เป็นเช่นไร

3) การแสดง (Action)

การแสดงของรายการโทรทัศน์นั้นมีการแสดงสวมบทบาทเพื่อเลียนแบบท่าทางต่างๆ ที่เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล ซึ่งมีตัวตนอยู่จริงในสังคม เพื่อช่วยในการสื่อสารกับผู้ชมรายการให้เข้าใจความหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4) ภาษา (Languages)

ภาษาเป็นส่วนสำคัญในรหัสของการสื่อสาร เพราะเป็นส่วนที่มีนัยยะกับการสื่อความหมายของรายการไปยังผู้ชม ซึ่งอาจแฝงไว้ซึ่งการชี้นำ

แนวคิดเกี่ยวกับสัญญาณวิทยุทั้งหมดเหล่านี้ จะใช้เป็นแนวทางและกรอบในการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เทคนิคการสร้างความหมายในรายการความรู้นาตีสันทางโทรทัศน์ ซึ่งจัดว่าเป็นเนื้อหาของสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง และต้องพยายามที่จะสื่อความหมายไปยังผู้รับสารทั้งความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัยแฝง ซึ่งจะนำเสนอรายละเอียดในการวิเคราะห์ไว้ในบทต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เทคนิคการสร้างความหมายในรายการความรู้นาตีสันทางโทรทัศน์ ได้แก่ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความหมายในเนื้อหาของสื่อมวลชน อันได้แก่

งานของอรยา เอี่ยมชื่น (2536) ศึกษาเรื่อง " การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ (พ.ศ.2533-2534) " เป็นการศึกษาถึงการสร้างความหมายและการสร้างภาพพจน์ในรูปแบบและเนื้อหาของโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ รวมถึงลักษณะการสร้างความต้องการในงานโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อผู้บริโภค จากการศึกษาพบว่า งานโฆษณาทางโทรทัศน์ในช่วงปีพ.ศ. 2533-2534 มีการสร้างลักษณะเด่นตามแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ คือ งานโฆษณาช่วงนั้นให้ความสำคัญกับภาพพจน์มากกว่าประโยชน์ที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ และจากการที่ผู้บริโภคให้คุณค่ากับสัญญาณมากกว่าคุณประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์เอง เลยเป็นแนวทางในการที่ผู้ผลิตนำไปสร้างงานโฆษณาที่กระตุ้นหรือสร้างความต้องการของงานโฆษณาทางโทรทัศน์แก่ผู้บริโภคได้

งานวิจัยเรื่อง "การสร้างความหมายในการจัดฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง สี่แผ่นดิน" ของนิติพัฒน์ วิจิตรภาพ (2537) เป็นการศึกษาถึงกระบวนการสร้างสรรค์ความหมายในการนำเสนอฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากละครโทรทัศน์เรื่อง สี่แผ่นดิน พบว่าการจัดและใช้อุปกรณ์ประกอบฉากในละครโทรทัศน์เป็นกระบวนการสร้างความหมายด้วยการผสมผสานปัจจัยต่างๆ ทั้งอากัปกิริยาของตัวแสดง เสียง มุมกล้องและเทคนิคทางโทรทัศน์ เพื่อช่วยส่งเสริมการนำเสนอของละครให้มีความน่าเชื่อถือ และสามารถสื่อความหมายไปยังผู้ชมได้ตรงตามหน้าที่ของฉาก คือ 1. บ่งบอกถึงยุคสมัย กาลเวลา 2. สร้างอารมณ์ร่วมให้เกิดกับผู้ชม และ 3. ช่วยเสริมบุคลิกของตัวละคร

งานวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์การถ่ายทอดความหมายเรื่องผีในภาพยนตร์ไทยเรื่อง แม่นาคพระโขนง พ.ศ.2521-2532" ของวิชุดา ปานกลาง เป็นการศึกษาถึงรูปแบบการถ่ายทอดความหมายเรื่องผีและเทคนิคทางภาพยนตร์ที่ใช้ในการถ่ายทอดความหมายดังกล่าว โดยใช้แนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ของบ้าน ผี วัด ในสังคมไทย แนวคิดเชิงสัญลักษณ์ และเทคนิคการผลิตภาพยนตร์มาประกอบในการวิเคราะห์ ผลของการวิจัยพบว่า รูปแบบการนำเสนอเรื่อง "ผี" ในภาพยนตร์ที่นำมาศึกษา มีสูตรสำเร็จของภาพยนตร์ประเภทหนังผีไทยในเชิงของพล็อตเรื่อง โดยองค์ประกอบย่อยของเรื่องจะได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและความคิดสร้างสรรค์ของผู้สร้างภาพยนตร์ ส่วนในเชิงแนวคิดที่นำเสนอเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบ้าน ผี และวัด ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการจัดระเบียบทางสังคมนั้น มีพื้นฐานมาอาศัยทางพุทธศาสนาเข้ามาจัดระเบียบสังคมนี้

งานวิจัยทั้งของอรยา เอี่ยมชื่น นิติพัฒน์ วิจิตรภาพ และวิชุดา ปานกลาง จะเป็นประโยชน์ในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการสร้างความหมายในสารโทรทัศน์ประเภทต่างๆซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเรื่อง การสร้างความหมายในรายการความรู้นาตีสันทางโทรทัศน์ในบทต่อไปได้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย