การวิเคราะห์สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี

The Analysis on the Ecotourism Promoting Media Produced by the Concerned Agengies in Suphanburi Province.

พงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ

ชาญ เดชอัศวนง

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๗

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่อง : การวิเคราะห์สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี

ผู้วิจัย : นายพงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ
นายชาญ เดชอัศวนง

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาและวิธีการสื่อความหมายในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้ทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวความคิดด้านการท่องเที่ยวร่วมกับวิเคราะห์เชิงลึกกับปรากฏการณ์ในพื้นที่ศึกษามาเป็นกรอบในการวิจัย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะจากสื่อทั้ง 5 ประเภทที่เลือกมาเป็นกลุ่มศึกษา ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 2 ประการ คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และวิถีเกษตรกรรม ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่สถานที่ท่องเที่ยว สำหรับวิธีการสื่อความหมายในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวปรากฏให้เห็นใน 4 รูปแบบ คือ การสื่อสารเชิงกระบวนทัศน์ที่เกิดจากการใช้องค์ประอบย่อยๆ มาสื่อความหมาย การใช้ส่วนย่อยแทนส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นการนำเอาภาพหรือสัญลักษณ์บางส่วนมาใช้แทนความหมายทั้งหมด การสร้างคู่ตรงข้ามซึ่งเป็นการใช้คู่ความหมายที่แตกต่างกันระหว่างสิ่งสองอย่าง และการสร้างสัมพันธบทโดยการนำเอาร่องรอยของสัญญะเก่ามาสร้างคุณค่าในบริบทใหม่เพื่อให้เกิดความหมายใหม่ขึ้นมา

คำสำคัญ : สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, สัญญะ

Title : The Analysis on the Ecotourism Promoting Media Produced by the Concerned Agengies in Suphanburi Province.

Author : Mr. Pongkit Phalalert

Mr. Chan Dejasvanong

Abstract

This research was aimed at analyzing the content and method of communication the embedded in ecotourism promoting media produced by the concerned agencies in Suphanburi province utilizing semiotics and concepts concerning tourism along with the in-depth analysis on the phenomena in the areas under study as the research framework. The researchers focused on analyzing the meaning of signs apparent in the 5 types of media chosen as the study objects. The findings reveal that the contents embedded in the tourism promoting media had contained 2 main factors – variety of tourist attractions and agricultural way of life. Both were related to tourism in an interesting way, particularly the use of media for publicizing tourist attractions. Communicative methods apparent in the tourism promoting media came up in 4 modes – paradigmatic communication resulting from using small parts to simultaneously communicate, metonymic communication using certain part to represent the whole, binary opposition to communicate the meaning of two exclusively different things, and, intertextuality-based communication through which the cues of old signs were used to build up value in the new context.

Keywords : Ecotourism Promoting Media, Sign

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัย เรื่อง **“การวิเคราะห์สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี”** ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากความช่วยเหลือของเพื่อนๆ และญาติพี่น้องที่คอยให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอดระยะเวลาของการทำงาน โดยเฉพาะบุคคลในครอบครัวไม่ว่าจะเป็นคุณพ่อ-คุณแม่ รวมทั้งน้องขวัญลูกสาวอันเป็นที่รักยิ่ง ขอขอบคุณท่านอรรถการ สัตยพาณิชย์ คณบดีคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่ช่วยกรุณาให้ข้อแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการเก็บข้อมูลในภาคสนาม ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์สามารถ ศรีจำนงค์ จากจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้สร้างแรงบันดาลใจดีๆ ให้กับผู้วิจัยมาอย่างสม่ำเสมอ และเหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่ได้ให้การสนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์นี้คงจะมีประโยชน์ต่อแนวทางการศึกษาหาความรู้ในแวดวงวิชาการด้านการสื่อสารตลอดจนด้านการท่องเที่ยวต่อไป

พงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ
ชาญ เดชอัศวนง
นักวิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
Abstract	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญภาพ	(6)
สารบัญตาราง	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	2
ของเขตของการวิจัย	3
นิยามศัพท์	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับจังหวัดสุพรรณบุรี	5
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	9
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ	14
ทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวคิดโครงสร้างนิยม	16
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	36
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	40
แหล่งข้อมูลและพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย	40
ประเภทของแหล่งข้อมูล	41
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	42
การวิเคราะห์ข้อมูล	44
การนำเสนอข้อมูล	45

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	46
สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี	46
ผลการวิเคราะห์สัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	49
สรุปเนื้อหา/คุณค่าความหมายในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	68
วิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	72
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	77
สรุปผลการวิจัย	77
อภิปรายผลการวิจัย	79
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	82
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	82
บรรณานุกรม	84
ภาคผนวก	88
ประวัติผู้วิจัย	103

สารบัญภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	องค์ประกอบและความหมายของสัญญะ	20
2	ความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะกับความหมายของสัญญะ	21
3	ความหมายที่เกิดจากความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้าม	30
4	การเปรียบเทียบความหมายแบบอุปมาอุปมัย	35
5	ตราสัญลักษณ์จังหวัดสุพรรณบุรี	47
6	ภาพถ่ายนายบรรหาร ศิลปอาชา อดีตนายกรัฐมนตรีประเทศไทย	49
7	ภาพถ่ายนายบุญชู จันทร์สุวรรณ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี	51
8	คู่มือท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี	53
9	วารสารเที่ยวภาคกลาง ฉบับเดือนมกราคม-มีนาคม 2558	55
10	หน้าเว็บไซต์สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี	57
11	หน้าเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี	59
12	ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	62
13	แผนที่ท่องเที่ยว	63
14	โปรแกรมผ่านอุปกรณ์การสื่อสารเคลื่อนที่	65
15	เนื้อหาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี	67

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	การวิเคราะห์สัญญะนายบรรหาร ศิลปอาชา	50
2	การวิเคราะห์สัญญะนายบุญชู จันทร์สุวรรณ	52
3	การวิเคราะห์สัญญะหนังสือคู่มือท่องเที่ยว	54
4	การวิเคราะห์สัญญะวารสารท่องเที่ยว	56
5	การวิเคราะห์สัญญะเว็บไซต์สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี	58
6	การวิเคราะห์สัญญะเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี	60
7	การวิเคราะห์สัญญะเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี	62
8	การวิเคราะห์สัญญะแผนที่ท่องเที่ยว	64
9	การวิเคราะห์สัญญะโปรแกรมผ่านอุปกรณ์การสื่อสารเคลื่อนที่	66
10	สัญญะเกี่ยวกับความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	69
11	สัญญะเกี่ยวกับวิถีเกษตรกรรม	70
12	รูปแบบการใช้สัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	73
13	การใช้สัมพันธ์บทในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	75

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาการท่องเที่ยวถือว่าเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทความสำคัญอย่างมากกับภาคเศรษฐกิจของประเทศไทย และนับวันจะยิ่งเจริญเติบโตกลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้เข้าประเทศได้อย่างมหาศาล อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาการนำเข้าเครื่องจักรหรือวัตถุดิบจากต่างประเทศ อาศัยทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งเป็นที่รับทราบกันดีว่ารายได้จากการท่องเที่ยวสามารถสร้างตัวเลขของสัดส่วนในผลผลิตมวลรวมประชาชาติ หรือที่เรียกว่า GDP ให้กับประเทศไทยสูงขึ้นมาอย่างต่อเนื่องทำให้เป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวก็ก่อให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการค้า การลงทุนต่างๆ มากมายซึ่งได้ส่งผลที่ดีต่อธุรกิจอื่นๆ ที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น อาหาร การบริการ การเดินทางขนส่ง การโฆษณาการตลาด ฯลฯ ด้วยเหตุนี้รัฐบาลในทุกๆ สมัยจึงได้ประคบประหงมกับธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไม่แพ้การผลิตในภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ ทั้งนี้นโยบายของรัฐบาลที่หลายยุคหลายสมัยที่ผ่านมาล้วนแล้วแต่พยายามทุกวิถีทางที่จะเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวโดยการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเยือนและใช้จ่ายมากขึ้น มีการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติใหม่ๆ มากขึ้นเพื่อรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจากนานาประเทศ มีการเร่งโหมประโคมโดยการใช้สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมและสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของไทย โดยเฉพาะ **“การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” (Ecotourism)** ที่ถือว่าเป็นจุดขายที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ใช้เชิญชวนให้คนมาท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นการสร้างกระแสใหม่ที่ทำให้เกิดการนำเอาคำคำนี้ไปใช้ในเชิงพาณิชย์อย่างแพร่หลายเพื่อจูงใจลูกค้า(มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, 2554:12-15,58)

สำหรับประเทศไทยนับเป็นดินแดนที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวเสมอมา และเป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่าเนื้อหาหรือสิ่งที่ใช้เป็นกลยุทธ์ในการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชม ก็คือ ความสวยงามและหลากหลายของระบบนิเวศตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ได้กระจายอยู่ในทุกภูมิภาคของประเทศไทย ซึ่งผลพวงจากการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่งผลให้มีการลงทุนทุ่มเงินงบประมาณจำนวนมากเพื่อใช้ในการผลิตสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะภูมิภาคภาคกลางของประเทศไทยที่อุดมไปด้วยระบบนิเวศวิทยาทางธรรมชาติอันทรงคุณค่าและงดงาม ผสมผสานกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอันแฝงเร้นไปด้วยเสน่ห์เป็นจุดขายที่ใช้ดึงดูดผู้คนก็ยังคงเป็นสิ่งที่ได้เปรียบอยู่เสมอ (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552 : 3-4)

นโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่รัฐบาลได้พยายามส่งเสริมให้การท่องเที่ยวกลายเป็นรากฐานสำคัญทางเศรษฐกิจของสังคมในปัจจุบันได้ส่งผลกระทบต่อแวดวงธุรกิจและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะประเด็นทางด้านการสื่อสาร มีการโหมลงโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทย โดยเน้นชูนโยบายหรือจุดขายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นหลัก เช่น กรณีที่โรงแรมประเภทหรูหราที่พยายามโฆษณาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการเชิญชวนลูกค้าที่มาพักในภายใต้บรรยากาศท่ามกลางป่าเขาลำเนาไพรผ่านการใช้ภาษาภาพและข้อความที่แสดงถึงระบบนิเวศที่สวยงาม (มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, 2554:58) จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้หากจะวิเคราะห์ภายใต้แนวคิดทางด้านการสื่อความหมาย ตัวเนื้อหาที่รับรู้โดยการผ่านสื่อนั้น นัยหนึ่ง ก็คือ **“สัญญะ” (Sign)** อย่างหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาให้ที่มีความหมายอันลึกซึ้ง สามารถที่จะสื่อความหมายอันแยบยลได้เหมือนกับรูปแบบการสื่อสารอื่นๆ ได้เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะคุณค่าความหมายที่ได้สอดแทรกไว้ในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศล้วนแล้วแต่สะท้อนให้เห็นถึงแง่มุมดีๆ อันเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นเอาไว้ได้อย่างน่าสนใจ เนื้อหาที่สร้างขึ้นจากสัญญะดังที่กล่าวมานั้นหากจะวิเคราะห์ผ่านแนวคิดด้านการท่องเที่ยวก็ยิ่งจะมีคุณค่าให้ได้ค้นหาและติดตามเป็นอย่างยิ่ง

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นพื้นที่ราบลุ่มภาคกลางที่เต็มไปด้วยร่องรอยทางประวัติศาสตร์อันทรงคุณค่าแก่การท่องเที่ยว มีประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมที่น่าสนใจ และมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำคัญๆ ปรากฏอยู่หลายแห่ง ซึ่งก็ล้วนแล้วแต่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี สมกับดังคำขวัญที่ว่า **“เมืองยุทธหัตถี วรรณคดีขึ้นชื่อ เลื่องลือพระเครื่อง รุ่งเรืองเกษตรกรรม สูงล้ำประวัติศาสตร์ แหล่งปราชญ์ศิลปิน ภาษาถิ่นชวนฟัง”** ทั้งนี้จากปรากฏการณ์ที่กล่าวมาหากจะมองภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวและแนวคิดด้านการสื่อสาร ชุมชนหรือท้องถิ่นดั้งเดิมที่มีร่องรอยทางประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนานเช่นจังหวัดสุพรรณบุรี นับว่าเป็นประเด็นที่ควรค่าแก่การศึกษาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในมิติของการสื่อสาร ทั้งนี้เพื่อที่จะทำความเข้าใจให้ได้อย่างถ่องแท้ว่าท้องถิ่นที่ใช้ฐานรากทางระบบนิเวศมาเป็น **“จุดขาย”** (Selling Point) ด้านการท่องเที่ยวนั้นมีกระบวนการสร้างความหมายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวไว้อย่างไร ทั้งในแง่ของการบรรจุเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอของสื่อ

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ 2 ประการ สำคัญๆ คือ

2.1 เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี

2.1 เพื่อวิเคราะห์วิธีการสื่อความหมายในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี

3. ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิง “วัฒนธรรมศึกษา” (Cultural Studies) ที่มุ่งเน้นไปการทำความเข้าใจกับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี เท่านั้น โดยกระบวนการวิจัยจะดำเนินอยู่ภายใต้กรอบคิดด้านการสื่อสารและแนวคิดภายใต้ทฤษฎีสัญญะวิทยา (Semiotic) สำหรับประเด็นการวิเคราะห์จะอยู่ที่เนื้อหาและรูปแบบของสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นหลัก ซึ่งเมื่อพิจารณาตามหลักการของแนวความคิดสัญญะวิทยาพบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากแนวคิดดังกล่าวมองว่าสรรพสิ่งในสังคมที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นล้วนแล้วแต่มีคุณค่าความหมายแฝงเร้นให้ศึกษาทั้งอยู่ทั้งสิ้น ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรม เสื้อผ้าอาภรณ์ รวมทั้งสื่อ และ ฯลฯ การวิเคราะห์ความหมายเพื่อให้ได้มาถึงปรากฏการณ์เชิงลึกนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ กาญจนา แก้วเทพ (2554:39) ได้กล่าวไว้ทำนองเดียวกันว่า ตัวบทหรือสิ่งใดๆ ที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นโดยปกติแล้วจะมีคุณค่าความหมายปรากฏอยู่ในตัวมันเอง และความหมายดังกล่าวนี้ก็จะมีโครงสร้างทางภาษาบรรจุอยู่เพื่อใช้เป็นกฎเกณฑ์ในการสื่อความหมายให้ได้รับรู้และเข้าใจกัน เหมือนอย่างกรณีสินค้าในสังคมสมัยใหม่ที่ตัวสินค้าได้บรรจุเนื้อหาบางอย่างเอาไว้เพื่อใช้สื่อสารกับผู้บริโภค เช่น รถยนต์อาจไม่มีความหมายเพียงแค่เป็นเพียงพาหนะเท่านั้นหากแต่ยังหมายถึงความหรูหราและทันสมัยอีกด้วย ดังนั้น จากประเด็นที่กล่าวมาจึงกลายมาเป็นที่มาหรือกรอบของงานวิจัยเรื่องนี้ที่ผู้วิจัยได้พยายามที่จะค้นหาว่าในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นมีนัยความหมายลึกๆ อะไรที่ซ่อนเร้นอยู่ และขณะเดียวกันความหมายแฝงเหล่านั้นได้สะท้อนหรือเชื่อมโยงให้เห็นถึงปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างไร

ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้ อยู่ในช่วงเดือนตุลาคม 2556 - กันยายน 2557

ขอบเขตด้านสถานที่

ผู้วิจัยได้เจาะจงเลือก (Selective Sampling) จังหวัดสุพรรณบุรีมาเป็นพื้นที่ศึกษาโดยมุ่งเน้น (Approach) ไปที่สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จัดทำขึ้นจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งภาครัฐและเอกชน

4. นิยามศัพท์

การสื่อสารเชิงสัญญะ หมายถึง รูปแบบของการสื่อสารชนิดหนึ่งที่สามารถรับรู้ความหมายร่วมกันได้เช่นเดียวกับการใช้ภาษาในการสื่อสาร สัญญะจะมีความหมายที่ละเอียดอ่อนและลึกซึ้งเกินกว่าคนทั่วไปจะเข้าใจได้โดยง่าย และมักจะมีความหมายแฝงเร้นอยู่เสมอ ในการทำความเข้า

ใจถึงสัญญะหรือความหมายที่มีความซับซ่อนได้นั้นเราจะต้องอาศัยการตีความผ่านโสตประสาททั้งห้าของมนุษย์จึงจะเกิดความเข้าใจในความหมายนั้นได้อย่างถ่องแท้

สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง ตัวกลางที่บรรจุเนื้อหาและสาระต่างๆ ที่เป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ รวมทั้งศิลวัฒนธรรมที่น่าสนใจอื่นๆ ซึ่งตัวสื่ออาจจะมีรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกันออกไป อาทิ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออีเล็กทรอนิกส์ ฯลฯ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ผู้รับผิดชอบในด้านเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหน่วยงานจากภาคราชการ รัฐวิสาหกิจ เอกชน ตลอดจนสถานประกอบการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ความพยายามในการทำความเข้าใจกับประเด็นของงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งจะสามารถขยายพรมแดนของความรู้ไปสู่สหวิทยาการได้อย่างขว้างขวาง ทั้งในศาสตร์ทางด้านของสื่อและการท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้สามารถแยกแยะให้เห็นเป็นประเด็นๆ ได้ ดังนี้

5.1 เกิดความเข้าใจที่ลุ่มลึกมากขึ้นเกี่ยวกับการบูรณาการด้านการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งปรากฏการณ์ที่ถูกค้นพบขึ้นจะช่วยเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวให้เติบโตและมีความยั่งยืนได้

5.2 ผลจากการวิจัยจะนำไปใช้ปรับปรุงและพัฒนานโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อไป โดยเฉพาะการสร้างมูลค่า (Value) เพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ศักยภาพของสื่อเป็นกลไกในการพัฒนา

5.3 ข้อสรุปของการวิจัยสามารถใช้เป็นแนวทางในการผลิตและพัฒนาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพต่อไป

5.4 ผลดีที่เกิดขึ้นจะก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ต่อไป โดยเฉพาะการหมุนเวียนของเงินที่ใช้จ่ายไปในด้านเกี่ยวกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายในการผลิตสื่อของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ซึ่งจะทำให้มีการกระจายรายได้ไปในชุมชนท้องถิ่นตามมา

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมด นับได้ว่าเป็นคุณาประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการดำเนินงานวิจัย ครั้งนี้

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นความเพียรพยายามในการทำความเข้าใจถึงบทบาทของสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี ในการทบทวนวรรณกรรมสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้ มีเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับประเด็นการวิจัยอยู่หลายส่วน ดังที่จะสรุปแยกแยะออกให้เห็นได้ คือ

1. ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับจังหวัดสุพรรณบุรี
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ
4. ทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวคิดโครงสร้างนิยม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจังหวัดสุพรรณบุรี

การทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์เชิงลึกผ่านการวิเคราะห์สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เบื้องต้นมีเนื้อหาสำคัญที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งในที่นี้พอที่จะสรุปแยกแยะให้เห็นได้ ดังนี้

1.1 ประวัติความเป็นมา

สุพรรณบุรีเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย เป็นดินแดนประวัติศาสตร์เก่าแก่แห่งหนึ่งที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 2,500 ปี มีการขุดค้นพบหลักฐานสำคัญมากมายที่แสดงให้เห็นถึงการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์สมัยก่อนประวัติศาสตร์ อาทิ เครื่องมือขัดหิน ลูกปัด เครื่องประดับโลหะ รวมทั้งเครื่องปั้นดินเผารูปทรงต่างๆ ที่กระจัดกระจายอยู่ทั่วจังหวัด ร่องรอยหลักฐานที่ได้ถูกค้นพบขึ้นในทางโบราณคดีได้สรุปว่า สุพรรณบุรีเคยมีมนุษย์เข้ามาอาศัยตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ โดยกลุ่มคนเหล่านั้นได้เร่ร่อนแบบหาของป่า ล่าสวัตว์ และเริ่มทำมาหากินด้วยการทำการเกษตรตามพื้นที่บริเวณราบลุ่มของพื้นที่สูงและภูเขา ต่อมาได้รับอารยธรรมจากสังคมภายนอกที่ได้เริ่มเผยแพร่เข้ามาสู่ภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ส่งผลให้สุพรรณบุรีค่อยๆ เติบโตขึ้น มีการแลกเปลี่ยนค้าขายกับชนชาติต่างๆ ขณะเดียวกันหลักฐานประเภทโบราณสถานที่เป็นศิลปะทวารวดีก็ปรากฏอยู่เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะบริเวณเมืองอู่ทองถือว่ามีความเจริญรุ่งเรืองทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเมืองหนึ่งในแถบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา จัดเป็นแหล่งอารยธรรมโบราณทรงคุณค่าที่เป็นสิ่งบ่งชี้ให้เห็นถึงความเจริญรุ่งเรืองทางศิลปะและศาสนาของจังหวัดสุพรรณบุรีได้เป็นอย่างดี (คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ, 2544:33-35)

ในด้านการศึกสงครามเมืองสุพรรณบุรีจัดได้ว่าเป็นเมืองหน้าด่านที่สำคัญของกรุงศรีอยุธยาด้านตะวันตก ตามประวัติศาสตร์ไทยสู้รบกับพม่ามาอย่างยาวนาน รวมถึง 33 ครั้ง เป็นการรบติดพันใกล้เมืองหลวง โดยมีจังหวัดสุพรรณเป็นสมรภูมิเลือดถึง 6 ครั้งใหญ่ๆ ชาวสุพรรณเป็นผู้สืบสายเลือดนักรบโดยแท้ การรบที่ดุเดือดและเป็นเกียรติประวัติอันยาวนานแห่งสงครามไทยรบกับพม่า คือสงครามยุทธหัตถีระหว่างสมเด็จพระนเรศวรมหาราชและพระมหาอุปราชาที่ดอนเจดีย์ เป็นการประกาศอิสรภาพจากพม่าโดยเด็ดขาด ต่อมาในราว พ.ศ. 700 - 800 อาณาจักรสุวรรณภูมิ ซึ่งมีเมืองนครปฐมเป็นราชธานี ต้องตกเป็นเมืองเอกของจินละ (เขมร) ต่อมาราว พ.ศ. 1113 พวกไทยเมืองละโว้ได้กู้อิสรภาพสาเร็จ อาณาจักรสุวรรณภูมิโบราณนี้ได้กลับมีความเจริญรุ่งเรืองอีกวาระหนึ่ง และมีชื่อใหม่ว่า **“อาณาจักรทวารวดี”** ในสมัยนั้น เมืองอู่ทอง (สุพรรณบุรี) มีความจะเจริญเป็นปึกแผ่นพอสมควร แต่ก็มีบางส่วนหักพังไปเสียไปบ้างตามสภาพ สำหรับเมืองสุพรรณบุรีที่สร้างขึ้นในสมัยอู่ทองตั้งอยู่ทางฝั่งขวาของแม่น้าสุพรรณบุรี (ท่าจีน) ยังมีคูและกาแพงเมืองปรากฏอยู่จนกระทั่งทุกวันนี้ แต่ตัวเมืองในปัจจุบันตั้งอยู่ที่ตาบลท่าพี่เลี้ยงทางฝั่งซ้ายของแม่น้า สันนิษฐานว่าคงย้ายมาเมื่อสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์เพราะในสมัยกรุงธนบุรีมีศึกพม่าเข้ามาประชิดติดพันไม่มีเวลาว่างที่จะทรงคิดในเรื่องการสร้างบ้านเมืองใหม่ขึ้น(สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี, 2557:5-7)

ปัจจุบันจังหวัดสุพรรณบุรีมีความเจริญกาวหน้าทั้งทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ เป็นจังหวัดหนึ่งในเขตภาคกลางด้านทิศตะวันตกของประเทศไทย มีพื้นที่ประมาณ 5,358 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่บนพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำสุพรรณบุรีไหลผ่านตามแนวยาวของจังหวัดจากเหนือจรดใต้ ซึ่งอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 107 กิโลเมตร และทางรถไฟประมาณ 142 กิโลเมตร มีคำขวัญประจำจังหวัด คือ **“เมืองยุทธหัตถี วรรณคดีขึ้นชื่อ เลื่องลือพระเครื่อง รุ่งเรืองเกษตรกรรม สูงล้ำประวัติศาสตร์ แหล่งปราชญ์ศิลปิน ภาษาถิ่นชวนฟัง”** จังหวัดสุพรรณบุรีมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดจังหวัดอุทัยธานีและชัยนาท

ทิศตะวันออก ติดจังหวัดสิงห์บุรีอ่างทองและพระนครศรีอยุธยา

ทิศใต้ ติดจังหวัดนครปฐมและกาญจนบุรี

ทิศตะวันตก ติดจังหวัดกาญจนบุรีและอุทัยธานี

จากข้อมูลที่กล่าวมาในข้างต้น นับเป็นเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงจังหวัดสุพรรณบุรีในเบื้งต้น ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าในบริบทของงานวิจัยในลำดับต่อไป

1.2 การเมืองการปกครอง

สุพรรณบุรี เป็นจังหวัดที่มีการบริหารงานโดยแบ่งส่วนราชการออกเป็น 2 ส่วน ที่สำคัญ คือ 1.) การบริหารราชการส่วนภูมิภาค มีแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอสองพี่น้อง อำเภอสามชุก อำเภอด่านช้าง อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอหนองหญ้าไซ อำเภอศรีประจันต์ อำเภออู่ทอง อำเภอเดิมบางนางบวช และอำเภอบางปลาม้า และมีการแบ่งเป็น

41 เทศบาล 85 อบต. 110 ตำบล 1,008 หมู่บ้าน 28 ชุมชน และ 2.) การบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีการแบ่งเขตการปกครองออกเป็นองค์การบริหารส่วนจังหวัด จำนวน 1 แห่ง เทศบาลเมือง จำนวน 2 แห่ง เทศบาลตาบล จำนวน 43 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตาบล จำนวน 81 แห่ง สำหรับประชากรจากข้อมูลและสถิติประชากรตามทะเบียนราษฎร ณ เดือน มีนาคม 2557 จังหวัดสุพรรณบุรีมีประชากรทั้งสิ้น 847,801 คนเป็นชาย 410,538 คน (คิดเป็น 48%) หญิง 437,263 คน (คิดเป็น 52%) เฉลี่ยเป็นชาย:หญิงในอัตรา 1:1 มีจำนวนบ้านรวม 279,426 หลังคาเรือน ทั้งนี้ประชากรส่วนใหญ่ ของจังหวัดสุพรรณบุรีประมาณร้อยละ 70 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งก็สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ทั่วไปที่มีลักษณะเป็นที่ราบลุ่มเหมาะแก่การปลูกข้าว พืชไร่ ไม้ผล ไม้ยืนต้น ไม้ดอก ไม้ประดับ และพืชผักต่างๆ (สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี, 2557:19,29)

1.3 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

จังหวัดสุพรรณบุรีมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในด้านของการมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ ซึ่งในที่นี้สามารถแยกแยะให้เห็นได้ คือ

1.3.1 สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

“บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ” นับเป็นแหล่งท่องเทียวที่เป็นบึงน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 2,700 ไร่ อยู่ห่างจากตัวเมืองจังหวัดสุพรรณบุรีประมาณ 64 กิโลเมตร บึงฉวากมีพื้นที่ติดต่อกับอำเภอหันคา จังหวัดชัยนาทและอำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนที่อยู่ในเขตอำเภอเดิมบางนางบวชมีพื้นที่ประมาณ 1,700 ไร่ บึงฉวากได้รับประกาศให้เป็นเขตห้ามล่าสัตว์มาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2526 และในปี พ.ศ. 2541 ได้รับการจัดให้เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับชาติ ตามอนุสัญญาแรมซาร์ที่ประเทศไทยเป็นภาคี ภายในพื้นที่ค่อนข้างมีความหลากหลายของพันธุ์พืชและสัตว์ต่างๆ ที่อาศัยรวมอยู่ในระบบนิเวศที่มีพื้นที่ราบลุ่ม พื้นที่ลุ่มชื้นแฉะ พื้นที่ฉ่ำน้ำ มีน้ำท่วม น้ำขัง พื้นที่พรุ พื้นที่แหล่งน้ำ ทั้งที่เกิดเองตามธรรมชาติและที่มนุษย์สร้าง ทั้งที่มีน้ำขังหรือน้ำท่วมถาวรหรือชั่วคราว ทั้งแหล่งน้ำนิ่งและน้ำไหล แหล่งน้ำจืด น้ำกร่อยและน้ำเค็ม รวมไปถึงชายฝั่งทะเลและทะเลในบริเวณซึ่งเมื่อน้ำลดต่ำสุด น้ำลึกไม่เกิน 6 เมตร ซึ่งบึงฉวากเข้าข่ายลักษณะดังกล่าว คือเป็นบึงน้ำจืดที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีความลึกเฉลี่ยประมาณ 1 – 3 เมตร

“อุทยานแห่งชาติพุเตย” จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ตั้งอยู่ในอำเภอด่านช้าง พื้นที่แหล่งนี้ปกคลุมไปด้วยพื้นที่ป่าไม้ที่ยังคงมีความสมบูรณ์มากแห่งหนึ่งของเมืองสุพรรณ ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ เดินทางมาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีความงดงามของเหล่าธรรมชาติ ได้แก่ ป่าเขา น้ำตก ไอหมอก ความหนาวเย็น และวิถีชีวิตของชนชาวกะเหรี่ยง นอกจากนี้บยังมีสถานที่ท่องเที่ยงอื่นๆ เช่น **“ศูนย์พันธุ์พืชเพาะเลี้ยง”** อำเภออู่ทอง ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงการเกษตร **“อุทยานมัจฉา”** วัดป่าพฤกษ์ อำเภอบางปลาม้า **“ตลาดสามชุก”** อำเภอสามชุกที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับตลาดเก่าและวิถีชีวิตริมน้ำที่หาชมยาก รวมทั้ง **“เขื่อนกระเสียว”** แหล่งกักเก็บน้ำสำคัญต่อระบบชลประทานก็เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

จากข้อมูลที่กล่าวมาในข้างต้น นับเป็นการแสดงให้เห็นถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติสำคัญๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรี ลำดับต่อไปจะขอนำเสนอถึงเนื้อหาในด้านแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานและสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปะวัฒนธรรม ซึ่งก็มีบทบาทสำคัญอีกเช่นเดียวกัน

1.3.2 สถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณสถานและศิลปะวัฒนธรรม

เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า จังหวัดสุพรรณบุรีคือพื้นที่ที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะความเกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา ดังจะพบเห็นได้ว่ามีวัดอยู่เป็นจำนวนมาก ผู้คนส่วนใหญ่นิยมเข้าวัดทำบุญ วัดจึงเปรียบเสมือนที่พึ่งทางจิตใจที่มีความผูกพันกับคนเมืองสุพรรณมาตั้งแต่ในอดีต สุพรรณบุรีมี **“วัดป่าเลไลยก์วรวิหาร”** ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่ขึ้นชื่อและเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีของนักท่องเที่ยว ภายในเป็นที่ประดิษฐาน **“หลวงพ่อโต”** ที่ชาวสุพรรณฯ และบุคคลทั่วไป ให้ความเคารพนับถือ และที่สำคัญยังมี **“วัดไผ่โรงวัว”** อำเภอสองพี่น้องที่มี **“พระพุทธโคดม”** เป็นพระพุทธรูปโลหะสำริดองค์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยตั้งอยู่ ในแต่ละวันจะมีนักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ เดินทางมาเที่ยวชมและสัมผัสกับสังเวชนียสถาน คือ สถานที่ที่พระพุทธเจ้าประสูติ ตรัสรู้ ปฐมเทศนา และปรินิพาน นอกจากนี้ยังมีวัดทับกระดาน วัดบ้านกร่าง วัดแค วัดพระนอน และวัดอื่นๆ ที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอีกเป็นจำนวนมากที่กระจัดกระจายอยู่ตามอำเภอต่างๆ ในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งก็สอดคล้องกับที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552:56-60) ได้ระบุไว้ในทำนองว่า สุพรรณบุรีเป็นเมืองที่มีเสน่ห์อยู่ ติดกับแม่น้ำท่าจีนลุ่มน้ำที่อุดมสมบูรณ์เปรียบเสมือนอู่ข้าวอู่น้ำ มีมรดกทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ โดยเฉพาะตลาดเรือนไม้ขนาดใหญ่ที่ปลูกยาวเป็นแถวติดกันถือเป็นสถาปัตยกรรมที่คงความเป็นเอกลักษณ์ที่คอยเชื้อเชิญให้ผู้มาเยือนได้เดินทางมาเที่ยวชมเสมอ ซึ่งนั่นก็คือ ตลาดศรีประจันต์ ตลาดสามชุก (ตลาด 100 ปี) และตลาดเก้าห้อง

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุที่สำคัญในด้านศิลปะวัฒนธรรมอีกเป็นจำนวนมากที่ล้วนแล้วแต่คงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นสุพรรณฯ ไว้ได้เป็นอย่างดี อาทิ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชาวนาไทย พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอู่ทอง พิพิธภัณฑ์ลูกหลานพันธุ์มังกร ที่ได้รวบรวมวัตถุศิลป์อันมีค่าในอดีตไว้ให้คนรุ่นหลังได้ศึกษา ซึ่งภายในได้จัดแสดงเรื่องราวความเป็นมาของชาวสุพรรณบุรีเอาไว้อย่างน่าสนใจ และที่สำคัญยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวิถีชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนดั้งเดิมเป็นสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวอีกหลายต่อหลายแห่ง ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นชุมชนตลาดเก่า อย่างตลาดสามชุก ตลาดเก้าห้อง ตลาดเก่าย่านศรีประจันต์ที่มีภาพวิถีชีวิตของผู้คนริมน้ำเป็นเสน่ห์ดึงดูดการท่องเที่ยว นอกจากนี้จังหวัดสุพรรณบุรียังมีร่องรอยวัฒนธรรมเก่าแก่ให้ได้เรียนรู้และสัมผัสอีกมากมาย อาทิ พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์ที่สร้างขึ้นเพื่อเคารพและเชิดชูสมเด็จพระนเรศวรมหาราชที่ทรงมีชัยชนะเหนือกษัตริย์ประเทศพม่าเมื่อปี พ.ศ. 2495 สำหรับในส่วนของแหล่งเรียนรู้จะมีหมู่บ้านอนุรักษณ์ความไทยหรือบ้านควายที่ตั้งอยู่บริเวณริมถนนทางหลวหมายเลข 340 เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการความเป็นพื้นบ้านได้มาสัมผัส นอกเหนือจากนี้ยังมีสวนเฉลิม

ภัทรราชินี หอคอยบรรหาร-แจ่มใส และ ฯลฯ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจซึ่งนักท่องเที่ยวทั่วไปสามารถเดินทางมาได้อย่างสะดวกสบาย

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวนับเป็นนับเป็นกิจกรรมที่อยู่คู่กับสังคมมนุษย์มานาน มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน ในที่นี้จะขอสรุปให้เห็นข้อมูลสำคัญ ๆ ดังนี้

2.1 ปฐมบทก่อนที่จะมาเป็นการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว(Tourism) เป็นกิจกรรมที่อยู่คู่กับสังคมมนุษย์มาอย่างยาวนาน โดยในสมัยดึกดำบรรพ์ผู้คนในยุคนั้นไม่มีถิ่นฐานที่มั่นคงถาวร มักจะชอบเดินทางเร่ร่อนไปตามที่ต่าง ๆ เพื่อหาแสวงหาอาหารที่อุดมสมบูรณ์และเพื่อชีวิตที่ปลอดภัยจากการรุกรานของเหล่าศัตรูจำจึงต้องอพยพจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง อย่างกรณีของชนเผ่าอะบาริจินส์ในทวีปออสเตรเลียและชนเผ่าเบดูอินในแอฟริกาก็พบหลักฐานที่ยืนยันว่ามีการดำเนินชีวิตที่ร่อนเร่พเนจรเช่นกัน ทั้งนี้ก็เพื่อความอยู่รอด ขณะเดียวกันหากจะพิจารณาในมุมมองของหลักจิตวิทยาก็จะมีคำตอบว่ามนุษย์นั้นโดยธรรมชาติแล้วมักจะมีนิสัยที่ชอบท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ที่ตนเองอยากรู้อยากเห็น เพื่อแสวงหาสิ่งที่ดีกว่า หรือหาประสบการณ์ใหม่ ๆ (นิศา ชัชกุล, 2555:13)

อดิศร ศักดิ์สูง(2556:4-5) ได้สรุปถึงการท่องเที่ยวโดยได้นิยามความหมายมาจาก Internation Association of Scientific Exports in Tourism ว่าเป็นการเดินทางชั่วคราว เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ และไม่เป็นการเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ ซึ่งก็มีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกับที่ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542:5) ได้นิยามความหมายของ **“การท่องเที่ยว”** ไว้อย่างน่าฟัง ซึ่งในที่นี้สรุปความได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินการพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ ดังนี้

1.) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

2.) เดินทางด้วยความสมัครใจ

3.) การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหา รายได้ทั้งนี้เหตุผลสำคัญของการท่องเที่ยวคือ การไปศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนชาติอื่น ทั้งนี้แนวคิดดังกล่าวมีความสอดคล้องกับที่ นิศา ชัชกุล (2555:2) ที่ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวซึ่งเป็นข้อสรุปจากสหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หรือ IUOTO ว่าการท่องเที่ยวจะต้องดำเนินการภายใต้เงื่อนไขตามหลักสากล คือ 1) ต้องเป็นการเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3) ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

วิวัฒนาการของการท่องเที่ยวได้ค่อย ๆ แปรผันไปตามยุคสมัยของสังคม แต่สำหรับการท่องเที่ยวในยุคดั้งเดิมนั้น ปรากฏขึ้นในลักษณะของการเดินทางของคนบางกลุ่มในสังคม เช่น

ชนชั้นสูง เจ้าขุนมูลนาย นักบวช นักรบ เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มักจะมี **“เวลาว่าง”** จากภารกิจประจำวัน อีกทั้งยังมีรายได้ที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคนโดยทั่วไปจึงสามารถเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ได้ อย่างเช่นกรณีของชาวกรีกโบราณได้ขึ้นชื่อว่าเป็นนักเดินทางไปยังที่ต่างๆ มากมาย ทำให้พบเห็นและติดต่อกับผู้คนที่หลากหลาย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ภาษาและเงินตราของชาวกรีกเป็นที่รู้จักกันอย่างขว้างขวาง ต่อมาการท่องเที่ยวได้มีความเจริญรุ่งเรืองมากขึ้น ประกอบกับมีความพร้อมของเส้นทางคมนาคมมากขึ้นจึงทำให้ผู้คนจากที่ต่างๆ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสำราญใจให้กับชีวิตมากขึ้น ซึ่งนั่นก็รวมถึงการมีร้านค้าขายของที่ระลึก ที่พัก มัคคุเทศก์ และธุรกิจอื่นๆ เกิดขึ้นเพื่อสนองตอบต่อนักท่องเที่ยวจวบจนกลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบและบทบาทต่อสังคมในวงกว้างเป็นอย่างมาก(ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2553:3,4)

จากการประมวลข้อมูลดังที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีมานาน โดยเริ่มตั้งแต่มนุษย์ในยุคโบราณที่มักเร่ร่อนพเนจรไปยังสถานที่ต่างๆ ขณะเดียวกันก็เพื่อหลบหลีกภัยจากศัตรูต่างๆ ที่จะเข้ามาทำร้าย นอกจากนี้หากจะวิเคราะห์ตามหลักจิตวิทยาก็อาจจะมองได้ว่าธรรมชาติของมนุษย์เป็นผู้ที่อยากรู้อยากเห็นและมักจะชอบความสนุกสนานและการผจญภัย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มนุษย์อยากเดินทางไปยังที่ต่างๆ เพื่อสนองตอบต่อความอยากรู้อยากเห็นและความต้องการของตนเองเสมอ สำหรับในประเทศไทยการท่องเที่ยวในยุคเริ่มต้นมักจะถูกจำกัดอยู่ในเฉพาะผู้มียศถาบรรดาศักดิ์ พ่อค้า และผู้มีอันจะกิน โดยหนังสือการท่องเที่ยวที่ผลิตขึ้นเป็นคู่มือการท่องเที่ยวมาจากหนังสือ **“ไกลบ้าน”** และพระราชนิพนธ์ของสมเด็จกรมพระยาดำรงราชานุภาพ เรื่อง “จดหมายเหตุประภาสต้น” (นิศา ชัชกุล, 2553:29) และต่อมาการท่องเที่ยวก็ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ จนกระทั่งปี พ.ศ. 2479 ประเทศไทยจึงเริ่มมีการใช้คำว่า **“การท่องเที่ยว”** อย่างเป็นทางการ ดังจะเห็นจากกระทรวงพาณิชย์ได้จัดตั้ง “แผนส่งเสริมพาณิชย์และการท่องเที่ยวขึ้น” และประมาณ พ.ศ.2492 สำนักนายกรัฐมนตรีได้มีการโอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมาอยู่ในความดูแลของกรมโฆษณาการ นับตั้งแต่นั้นมาคำว่า “การท่องเที่ยว” ก็ไม่ได้มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า “ไปเที่ยว” หรือ “เที่ยว” อีกต่อไป หากแต่จะมีความหมายเป็นงานอย่างหนึ่งโดยเฉพาะเป็นการปฏิบัติงานที่เป็นระบบจนเรียกได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ชนิดหนึ่งให้กับประเทศ (โครงการวิถีทรรศน์, 2540: 4-5)

ขณะเดียวกันวัฒนธรรมการเดินทางท่องเที่ยวในแบบต่างๆ กลายมาเป็นรากฐานสำคัญของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน รัฐบาลหลายประเทศมีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวให้เป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับประเทศ สำหรับรัฐบาลไทยประกาศให้ปี พ.ศ. 2541-2542 เป็นปีท่องเที่ยวไทยหรือที่เรียกว่า Amazing Thailand 1998-1999 อีกครั้ง (หลังจากที่เคยประกาศใช้มาก่อนหน้านี้ ซึ่งครั้งนั้นมีขึ้นในปี พ.ศ. 2530 อันเป็นปี “ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย” หรือ “Visit Thailand Year”) นับเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของการบริหารอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในความนิยมของนักท่อง

เที่ยวชาวต่างประเทศ และเป็นการดึงดูดให้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น พักอยู่นานวัน รวมทั้งใช้จ่ายเงินมากขึ้น นอกจากนี้การขยายตัวของการคมนาคม ก็ได้เป็นปัจจัยที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตขึ้น สำหรับประเทศไทยยังคงเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และกลายเป็นรสนิยมของชนชั้นกลางไหม่ที่ต้องการแสวงหาค่านิยมที่แตกต่างไปจากคนอื่นๆ ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้ชอบการท่องเที่ยวแบบพื้นบ้าน เพื่อไปชมความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ตลอดจนการดำเนินชีวิตที่เกื้อกูลกันระหว่างคนกับธรรมชาติ (โขมสี แสนจิตต์, 2548:233)

ปรากฏการณ์ด้านการท่องเที่ยวนอกจากจะถูกมองว่าเป็นกิจกรรมเพื่อสร้างความสำราญและเบิกบานใจแล้ว การท่องเที่ยวยังถือได้ว่าเป็นระบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่มีผู้ซื้อผู้ขายอย่างชัดเจน ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) การบริหารการท่องเที่ยว (Tourism Service) และประการสุดท้าย คือ การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market) นอกจากนี้ยังมีปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ อีก เช่น ระบบเศรษฐกิจ สังคม โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ระบบนิเวศ วัฒนธรรม ฯลฯ นับเป็นองค์ประกอบเสริมที่จะทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวมีความหลากหลายและแตกต่างกันอย่างน่าสนใจ ถ้าในส่วนของทรัพยากรการท่องเที่ยวก็จะหมายถึงธรรมชาติที่สวยงาม มีความร่มรื่นน่าพักผ่อนหย่อนใจ แต่ถ้าเป็นกรณีทรัพยากรทางด้านประวัติศาสตร์ก็จะหมายถึงสถานที่ที่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุ ตลอดจนสิ่งที่ทรงคุณค่าที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น อาทิ อุทยานประวัติศาสตร์ เมืองโบราณ พระราชวัง รวมทั้งแหล่งโบราณคดีต่างๆ นอกจากนี้ยังมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปะวัฒนธรรมและกิจกรรมอื่นๆ ที่เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งเป็นจุดสนใจให้คนเดินทางมาท่องเที่ยว(สถาบันคลังสมองของชาติ, 2552:7-8) สอดคล้องกับที่ ภัทรพร ทิมแดง และวินัย ปัญจขจรศักดิ์ (2554:99) ที่ได้กล่าวไว้ในผลงานการวิจัยทางด้านการท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้สามารถสรุปได้ คือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาประเทศไทยต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ การเรียนรู้ การพักผ่อน และการซื้อสินค้าท่องที่ยว ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและมีการบอกต่อ ซึ่งจะสร้างผลดีให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

สำหรับประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาและมีฐานะเป็นตลาดการท่องเที่ยวราคาถูกที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากสนใจเดินทางมาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง และแม้ว่าปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศกำลังประสบปัญหาภาวะตกต่ำก็ตาม ในแต่ละปีประเทศไทยได้มีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวชาติต่างๆ เป็นจำนวนมาก ในขณะเดียวกันประเทศเพื่อนบ้านมียอดนักท่องเที่ยวติดลบแสดงให้เห็นถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวไทยเหนือกว่าประเทศเพื่อนบ้าน จากคำกล่าวข้างต้นเป็นภาพสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาคนี้ และเหตุที่การท่องเที่ยวทำเงินให้กับภาครัฐและเอกชนมาอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามมาอย่างมากมายทั้งในด้านของการบริการ การค้าขาย เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจการนำเที่ยว รวมทั้งธุรกิจการขายของพื้นเมืองและของที่ระลึกต่างๆ ซึ่งผลดีคือทำให้เกิดการ

หมุนเวียนของเงินทุนและการกระจายรายได้ และประเทศไทยนั้นถือว่าประสบความสำเร็จมาโดยตลอดในช่วง 20 ปี ทั้งนี้เนื่องจากว่าสิ่งที่ประเทศไทยใช้เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชม ก็คือ ต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีชีวิต ธรรมชาติที่สวยงาม รวมทั้งเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ท้องถิ่นที่ทรงคุณค่าและแฝงเร้นไปด้วยเอกลักษณ์ ปัจจัยทั้งสามสิ่งนี้นับเป็นความหลากหลายที่เป็นเสน่ห์ดึงดูดให้คนจากที่ต่างๆ เดินทางมาเที่ยวชมประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง (วีระพันธุ์ ชินวัตร, 2554: 80-81)

จากข้อมูลที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทความสำคัญต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ลำดับต่อไปจะขอนำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีประเด็นเรื่องของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นเนื้อหาสำคัญ ซึ่งในที่นี้จะขอนำเสนอให้เห็นภาพพอสังเขป ดังนี้

2.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นับว่าเป็นอีกมิติหนึ่งของวัฒนธรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อพิจารณาจากประวัติศาสตร์ของสังคมไทยดั้งเดิมดูแล้ว พบว่าผู้คนส่วนใหญ่นั้นได้อาศัยและใช้ชีวิตอยู่ตามชุมชนริมน้ำที่แวดล้อมไปด้วยธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ลำคลอง และคูต่างๆ เพื่อใช้พึ่งพิงในการเพาะปลูกและทำการเกษตรอื่นๆ ต่อมาบ้านเมืองมีการพัฒนามากขึ้น รวมทั้งมีการขยายเส้นทางการคมนาคมเพิ่มเติม การดำรงชีวิตความเป็นอยู่ก็เปลี่ยนไป ผู้คนก็เริ่มมีความหลากหลายกันมากยิ่งขึ้น ประกอบกับมีการแลกเปลี่ยนซื้อขายสิ่งของซึ่งกันและกัน ทั้งจากภายในและภายนอกชุมชนเอง ต่อมาก็พัฒนาจนกลายมาเป็นแหล่งซื้อขายทางเศรษฐกิจที่เรียกว่า **“ตลาด”** ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะประกอบไปด้วยร้านรวงและบ้านช่องที่อยู่อาศัย ทำการค้าขายสิ่งของเครื่องใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันทั่วไป มีบรรดาพ่อค้าแม่ค้าจากหลายถิ่นเข้ามาขายสินค้า ชุมชนใดใช้การคมนาคมทางบกในการติดต่อหรือไปมาหาสู่กันก็จะเรียกว่า ตลาดบก ส่วนถ้าชุมชนนั้นใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นเส้นทางการสัญจรไปมาก็จะเรียกว่า **“ตลาดน้ำ”** ซึ่งการเปิดค้าขายก็อาจจะอยู่ในแพหรือในเรือ (สำนักพิมพ์เมืองโบราณ, 2537:6-8)

อดิศร ศักดิ์สูง(2556:211) ได้แสดงทัศนะถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้อย่างน่าสนใจโดยในที่นี้สามารถสรุปให้เห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซาบซึ้งกับความงาม ความยิ่งใหญ่ของคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ทั้งในด้านของความเป็นธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านโบราณสถานต่างๆ โดยกิจกรรมทั้งหมดต้องอยู่บนพื้นฐานของการ **“สร้างจิตสำนึก”** ในด้านของการ **“อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม”** ไม่ให้ถูกทำลายหรือถูกกระทบให้ด้อยคุณค่าลงไป โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องเน้นไปที่ผู้ที่การให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ได้ตระหนักในการรักษ์และหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ทรงคุณค่าต่อไป

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีรูปแบบที่หลากหลายและมีลักษณะที่เป็นตลาดเจาะจง (Nice Marketing) โดยทั่วไปถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดเด่นด้านนิเวศที่น่าสนใจก็สามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ อย่างกรณี การท่องเที่ยวตลาดน้ำ ถูกจัดอยู่ในกลุ่มของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีความเกี่ยวเนื่องและเชื่อมโยงกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม (จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์, 2554:120) ความเด่นชัดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ประจักษ์แก่คนทั่วไป คือ นักท่องเที่ยวที่มาเยือนมุ่งหวังเพื่อการศึกษาและซึมซับสุนทรีย์จากแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองได้สัมผัสมา โดยลักษณะของการท่องเที่ยวจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะความบริสุทธิ์ของวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่ปราศจากการปรุงแต่ง ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการเดินทางที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรียนรู้ ชื่นชม โดยได้กำหนดเงื่อนไขดังต่อไปนี้ คือ 1) เป็นการเดินทางจากที่อาศัยปกติไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งเป็นการชั่วคราว 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือเป็นการหารายได้ (ประชิด สกุณะพัฒน์ และคณะ, 2554 : 66-68)

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำคัญๆ มากมาย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวใน **“ท้องถิ่น”** (Local Tourism) ก็นับว่ามีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศนอกเหนือไปจากระดับมหภาค โดยในส่วนของท้องถิ่นนั้น แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีลักษณะที่เป็นชุมชนชนบทแบบดั้งเดิม บางแหล่งอยู่ใกล้ชิดอยู่แหล่งน้ำซึ่งมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่น่าสนใจเป็นจุดขาย และมีการเข้าถึงที่สะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ ไม่ไกลจากศูนย์กลางมากนัก ซึ่งปกติทั่วไป แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะได้รับความสนใจจากนักท่อเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่น ตลาดน้ำหรือชุมชนเก่าแก่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดใขจิตใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกันก็เป็นการกระจายรายได้ไปสู่ผู้คนในท้องถิ่นด้วยเช่นเดียวกัน (สถาบันคลังสมองของชาติ, 2552:20)

ด้วยเหตุที่การท่องเที่ยวในท้องถิ่นค่อยๆ ได้รับความนิยมในหมู่ของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวประกอบกับการเดินทางได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ในหลายๆ ชุมชนจึงมีนโยบายในการส่งเสริมและอนุรักษ์การท่องเที่ยว โดยเน้นเอาคนในชุมชนเองเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เช่นในกรณีที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการถ่ายโอนภารกิจด้าน **“การส่งเสริมการท่องเที่ยว”** ในท้องถิ่นมาจากส่วนกลาง โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกในท้องถิ่นได้ร่วมกันวางแผนด้านการท่องเที่ยว การปรับปรุง ตลอดจนการดูแลบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งบริหารจัดการเกี่ยวกับการทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาเที่ยวชม ขณะ

เดียวกันก็ยังมีนโยบายในการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ของตนเองที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ไม่เปลี่ยนแปลงมาเป็นจุดสนใจเพื่อดึงดูดให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสและเที่ยวชม (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552:76-78) และด้วยเหตุที่การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับประเทศ จึงทำให้ภาคส่วนต่างๆ หันมาทำการโหมประชาสัมพันธ์และโฆษณาเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จะช่วยนำเงินตราเข้ามาพัฒนาประเทศ ทั้งนี้ถึงขนาดมีการรณรงค์ปลุกจิตสำนึกให้ชุมชนท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมตระหนักในคุณค่าของโบราณสถาน ธรรมชาติ และวิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งผลงานศิลปะแขนงต่างๆ เพื่อร่วมกันสืบสานเป็นมรดกให้เยาวชนได้เรียนรู้ตั้งแต่ยังเด็ก ซึ่งจะส่งผลให้เยาวชนเหล่านั้นได้รู้ซึ้งถึงคุณค่าวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น (ระภีพัฒน์ ขุนผดง, 2556:13)

จากปรากฏการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้อาศัยรากฐานทางวัฒนธรรมไทยเป็นปัจจัยในการดึงดูดการท่องเที่ยว ส่งผลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่นเริ่มตระหนักและให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมโดยเน้นไปที่การบริหารและจัดการจากคนในชุมชนเอง ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับที่ ประมาณ เทพสงเคราะห์(2553: 8) ที่ได้กล่าวไว้ในทำนองเดียวกันว่า การท่องเที่ยวโดยมีสมาชิกในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและพร้อมใจกันบอกเล่าเรื่องราวดีๆ ที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของชุมชนตัวเองนับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมให้ดำรงอยู่รุ่นสู่รุ่น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิทัศน์ที่สวยงามของแต่ละท้องถิ่นจะเป็นสิ่งที่สามารถเอื้อต่อกิจการด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง และจากแนวคิดดังกล่าวนี้เองที่หน่วยงานในหลายๆ ภาคส่วนของสังคมได้หันมาตระหนักและเร็งเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่ระดับชุมชน ดังที่ สำนักสิ่งแวดล้อม (2556:30) ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันซึ่งก็เป็นการสอดรับกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเช่นกัน ซึ่งในที่นี้สรุปความได้ว่า การปรับตัวให้มีวิถีชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการสร้างรูปแบบการจัดการทรัพยากรที่เป็นธรรมและยั่งยืน เช่น การใช้สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องผลิตขึ้นจากกระบวนการและเทคโนโลยีที่ใส่ใจถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิต รวมทั้งการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชนเพื่อสร้างความน่าอยู่และสมดุลของระบบนิเวศ ซึ่งทั้งหมดถือว่าเป็นสิ่งที่สังคมโลกได้ให้ความสำคัญ

2.3 แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

“สื่อ” (Media) นับว่าเป็นสิ่งที่มีอยู่ทั่วไปในสังคม และมักจะสอดแทรกอยู่ในวิถีการดำรงชีวิตของผู้คนจนยากที่จะแยกออกจากกันได้โดยง่าย สำหรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจัดเป็น **“การส่งเสริมการตลาด” (Promotion)** ประเภทหนึ่งที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงข้อมูลด้านต่างๆ ระหว่างผู้ส่งข่าวกับผู้รับข่าวสารเพื่อให้ได้รับรู้ข้อมูลตามที่ต้องการ ทั้งนี้ จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์ (2554:162) ได้กล่าวสรุปถึงวัตถุประสงค์ของสื่อไว้เอาไว้อย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะสื่อ

ส่งเสริมการตลาด ดังนี้

1.) เป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลทางการตลาดระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารหรือผู้ซื้อ

2.) เตือนความทรงจำ แจ้งข่าวสาร และจูงใจให้เกิดการใช้สินค้าหรือบริการ ซึ่งจะก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อในเวลาต่อมา

3.) อาจใช้บุคคลหรือเครื่องมือการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเรียกว่าส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด(Promotion Mix) ได้

ปรากฏการณ์ของการใช้สื่อรณรงค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวถือเป็นนโบบายหลักของรัฐบาลมาแทบทุกยุคทุกสมัย เนื่องจากสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศอย่างมหาศาล และนับวันจะยิ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ สำหรับในประเทศไทยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนับเป็นอีกกระแสหนึ่งที่ภาคส่วนต่างๆ ได้ให้ความสำคัญ โดยลักษณะหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยว ก็คือ การเดินทางไปสัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวบ้านแบบดั้งเดิม มีความพยายามในการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้าพักโฮมเสตย์ (Homestay) ซึ่งทำให้เกิดรายได้ต่างๆ ตามมาทั้งในด้านการขนส่ง การขายของที่ระลึก ฯลฯ และด้วยเหตุที่การท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ จึงทำให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนอยากเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการใช้สื่อส่งการการท่องเที่ยวในทุกๆ รูปแบบทั้งนี้โดยมีพื้นฐานความเชื่อที่ว่า การท่องเที่ยวจะสามารถกระจายรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นได้ (มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด,2554:26)

สำหรับบทบาทของสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบทั้งการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ซึ่งทั้งหมดเป็นการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อให้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์รับรู้ถึงผู้บริโภคอย่างชัดเจนและถูกต้อง มีการอาศัยสื่อเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูล ในมุมมองของการสื่อสารการตลาดหรือนักโฆษณามองว่า การทำโฆษณาเสมือนเป็นการสร้างมูลค่าให้กับตลาดสินค้าในระยาว และยังเป็นการสร้าง **“แรงกระตุ้น”** ให้ลูกค้าหรือผู้บริโภคจดจำสินค้าหรือบริการได้โดยมีการนำเอาสื่อต่างๆ มาใช้เป็นช่องทางการสื่อสาร ซึ่งในที่นี้ นิศา ชัชกุล (2555:336-370) ได้กล่าวถึงการใช้รูปแบบของ **“สื่อโฆษณา”** ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

1. แผ่นป้ายโฆษณา
2. สิ่งพิมพ์ที่มีการเผยแพร่ตามวาระหรือช่วงเวลา
3. หนังสือพิมพ์ (รายวัน)
4. วารสารรายสัปดาห์
5. วารสารรายเดือน
6. ภาพยนตร์
7. วิทยุ
8. โทรทัศน์

9. การสื่อสารโดยวิธีโจษจัน(Buzz) คือ การใช้การบอกต่อๆ กันโดยใช้สื่อบุคคล

10. แผ่นพับ

นอกจากนี้แนวทางของการใช้สื่อเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาในข้างต้นแล้วยังมีสื่อในลักษณะอื่นๆ อีกที่น่าสนใจในการสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับผู้รับสาร โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้แนวคิดทางด้านการตลาดสมัยใหม่มาใช้เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น โดยการให้ความสำคัญกับทุกๆ มิติของการสื่อสาร ทั้งจากการใช้สื่อแบบดั้งเดิมและการใช้สื่อสมัยใหม่อย่างดิจิตอลมาร์เก็ตติ้งเพื่อพยายามสร้างช่องทางการสื่อสาร **"ใหม่ๆ"** ให้กับผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่สด แปลก และใหม่ เป็นการสื่อสารสองทางแบบทันใจ (Real Time) ซึ่งผู้บริโภคสามารถเปิดรับข้อมูลตลอดจนมัลติมีเดียอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็วทันใจด้วยอุปกรณ์ทันสมัยอย่างเช่น สมาร์ทโฟนและแทบเล็ตบนโลกออนไลน์ ต่างจากผู้บริโภคในอดีตที่เคยเป็นผู้รับสารทางเดียว แต่ขณะนี้กลายมาเป็นผู้ส่งสารที่ทรงอิทธิพลเพียงปลายนิ้วมือคลิก สามารถเปิดพื้นที่สื่อได้อย่างกว้างมากขึ้นเพียงเสี่ยววินาทีเนื้อหาทั้งหลายสามารถกระจายไปยังกลุ่มคนนับล้านล้านคน ทุกๆ อย่างถูกเชื่อมโยงเข้าสู่การสร้างประสบการณ์ด้วยความแยบยลและกลมกลืนไปกับตัวสินค้า ทั้งนี้ผู้บริโภคอาจจะไม่รู้ตัวเลยว่า เนื้อหาหรือข้อมูลที่แฝงฝังอยู่ในตัวสินค้าได้ค่อยๆ หยั่งรากลึกกลายเป็นเนื้อเดียวกันระหว่างแบรนด์ ผลิตภัณฑ์ และผู้บริโภค ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้ถูกหลอมรวมเป็นส่วนหนึ่งในวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนไปโดยปริยาย สิ่งที่นักการตลาดได้พยายามทำก็คือ การบริหารและจัดการอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้การผสมผสานระหว่างเนื้อหาผสานกับความคิดสร้างสรรค์และความเชี่ยวชาญเทคโนโลยี (อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล, 2554:16-18)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนับเป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นเนื้อหาหลักที่มีความสำคัญกับกรอบประเด็นการวิจัย โดยในลำดับต่อไปจะขอนำเสนอเนื้อหาด้านทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวคิดเกี่ยวกับสื่อ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

3. ทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวคิดเกี่ยวกับสื่อ

ทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวความคิดโครงสร้างนิยม นับเป็นกรอบแนวความคิดหลักในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการวิเคราะห์ความหมายที่เกิดจากปรากฏการณ์ทางสังคม โดยในที่นี้ผู้วิจัยได้พยายามรวบรวมเนื้อหาสำคัญๆ ไว้ ดังนี้

4.1 จุดเริ่มต้นของทฤษฎีสัญญะวิทยา

แนวทางการศึกษาปรากฏกาณ์ทางสังคม โดยอาศัยศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องของสัญญะวิทยา(Semiology) หรือสัญญศาสตร์ (Semiotic) ทั้งนี้คำสองคำนี้ถือว่าเป็นคำคำเดียวกัน มาจากรากศัพท์ในภาษากรีกที่แปลว่า สัญญะ (Sign) หรือศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบของความหมายที่ได้ถูกสร้างขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นอะไรก็ได้ที่อยู่รอบตัวเรา เช่น ภาษา เครื่องหมาย สัญญาณ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้แทนความหมายของอีกสิ่งหนึ่ง อย่างกรณี ป้ายจราจร หรือสัญญาณไฟเขียวไฟแดง

ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่ใครเห็นแล้วก็ต้องเข้าใจความหมายนั้นได้ทันทีว่าหมายถึงอะไร การรับรู้ความหมายของสัญญะนี้ นับเป็นกระบวนการทางสมองของมนุษย์ที่เกิดจากเชื่อมโยงระหว่างภาพที่เห็น (สิ่งที่เป็นกายภาพ เช่น ตัวอักษร เสียง ภาพ) กับมโนทัศน์หรือความคิดรวบยอดของคนนั้นๆ ซึ่งได้จากการมอง(เห็น) เช่น เมื่อเห็น คำว่า นก หรือ Bird ก็รับรู้ความหมายได้ทันที่ว่าหมายถึง สัตว์ชนิดหนึ่งที่มีปีกและสามารถบินได้ และประเด็นที่น่าสนใจ ก็คือ การสร้างและรับรู้ความหมายอันเกิดจากสัญญะนี้ไม่ได้ถูกจำกัดแต่เฉพาะแวดวงในภาษาศาสตร์เพียงเท่านั้น หากแต่ยังได้ครอบคลุมไปถึงเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นด้วย เช่น รหัสมอรส์ ภาษาเบรลล์ สิ่งประดิษฐ์ รวมทั้งในแวดวงนักสื่อสารการตลาดมืออาชีพที่ต่างได้พยายามสร้างคุณค่าความหมายที่ต้องการลงไปในตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์ด้วยการโฆษณาให้กลุ่มลูกค้าเข้าใจ ทั้งหมดที่กล่าวมานี้ล้วนแต่เป็นส่วนหนึ่งของสัญญะที่บ่งบอกถึงคุณค่าของผู้ใช้หรือผู้ครอบครอง หรือแม้แต่บ่งชี้ถึงสถานะทางสังคมได้ เช่น ความร่ำรวย การมีรสนิยมสมัยใหม่ ฯลฯ (ธีรยุทธ บุญมี, 2551: 3 และนับทอง ทองใบ, 2553: 5)

โรล็องค์ บาร์ตส์ (1915-1980) เป็นนักภาษาศาสตร์ชาวฝรั่งเศสที่มีความสนใจในเรื่องเกี่ยวกับการสร้างสัญญะเพื่อใช้ในการสื่อความหมาย 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)

ในอีกมุมหนึ่งเกี่ยวกับเรื่องของภาษาที่น่าสนใจ ก็คือ รากฐานหรือต้นกำเนิดของแนวความคิดโครงสร้างนิยมมาจากองค์ความรู้ทางด้านภาษาศาสตร์ ซึ่งมีนักวิชาการในสาขาชื่อ F.de Saussure (1915) เป็นผู้พัฒนาแนวคิดนี้ โดยคำว่า **“โครงสร้าง” (Structure)** ที่ใช้กันในภาษาศาสตร์นั้น หมายถึงกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่ความหมายถูกสร้างขึ้นมาให้สามารถสื่อสารเข้าใจร่วมกันได้ ซึ่งอาจเกิดจากการนำเอาองค์ประกอบย่อยๆ มาผสมผสานตามแบบแผนหรือกฎเกณฑ์ทางภาษาอย่าง เช่น ในการแสดงละคร ก็จะมีผู้แสดง ฉาก ดนตรีประกอบ เสียงพูด เทคนิคการจัดแสง ตัวแสดง ฯลฯ มารวมกันอย่างมีแบบแผนที่แน่นอนและชัดเจน การประกอบสร้างความหมายขึ้นมานี้ไม่ได้ปรากฏอยู่ในแวดวงวรรณกรรมเพียงเท่านั้น หากแต่ยังได้ปรากฏตัวให้เห็นอยู่ในทุกสิ่งทุกอย่างเช่น กรณีประโยคในภาษาไทย ประธานจะต้องมาก่อนกริยา หรือ การสร้างหนังผีแม่นาคก็จะต้องมีฉากกลางคืน ต้องมีเสียงหมาหอน เพื่อสร้างบรรยากาศของความน่ากลัว แล้วจากนั้นผีแม่นาคจึงจะปรากฏตัว (กาญจนา แก้วเทพ, 2547: 398)

สำหรับในเชิงภาษาศาสตร์ซึ่งได้ให้ความสนใจกับเรื่องของความหมาย มีมุมมองพื้นฐานว่าผู้ที่จะประดิษฐ์หรือสร้างความหมายได้ดีจะต้องมีความเข้าใจที่ลึกซึ้งในด้านของโครงสร้างทางภาษาก่อน โดยเฉพาะระบบสัญญะหรือแนวความคิดโครงสร้างนิยม (Structuralism) ซึ่งมีความเชื่อพื้นฐานว่า สัญญะหรือระบบภาษาทุกภาษาจะมีไวยากรณ์ร่วมกันอยู่ เมื่อเราเข้าใจไวยากรณ์เหล่านั้น เราก็จะเข้าใจและสามารถใช้ความหมายของสัญญะต่างๆ ได้ดีขึ้น เช่น คำที่ใช้เรียกชื่อสีเหลืองในภาษาไทยมีอยู่หลายคำด้วยกัน บางคนใช้คำว่า เหลืองอ๋อย บางคนใช้คำว่า เหลืองอำพัน ซึ่งก็ให้ระดับความหมายที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นหน้าที่ของนักสัญศาสตร์หรือโครงสร้างนิยมจะต้องศึกษาปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมหนึ่งๆ ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์รายการบันเทิง การออกแบบงานโฆษณา การแสดงดนตรี การละเล่นพื้นบ้าน งานสังสรรค์ การตกแต่งร้านค้า ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อค้นหาความหมายในเชิงลึกของปรากฏการณ์นั้นๆ ว่ามีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสิ่งใดบ้าง ขณะเดียวกันคุณค่าความหมายเหล่านั้นที่เกิดขึ้นถูกสร้างขึ้นมาด้วยวิธีการอย่างไร (ธีรยุทธ บุญมี, 2551:11-12)

ในการประยุกต์ใช้แนวคิดโครงสร้างนิยมมาใช้ในการศึกษาสื่อหรือปรากฏการณ์ทางสังคม รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่มนุษย์ได้ร่วมกันสร้างขึ้น มีพื้นฐานความเชื่อว่า **“สังคม”** คือ ระบบที่เกิดจากกลไกการทำหน้าที่ของส่วนต่างๆ ร่วมกันเกี่ยวข้องกัน มีโครงสร้างที่อยู่ภายในซ่อนอยู่เพื่อรักษาระบบของการทำงานให้สามารถดำเนินต่อไปได้ นักคิดที่อยู่ในแวดวงนี้จึงมองว่าสังคม คือส่วนต่างๆ ของโครงสร้างที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงเข้าหากัน แต่สังคมก็จะมีโครงสร้างเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและความสัมพันธ์ของคนที่อยู่ร่วมกันให้ดำรงความเป็นสถาบันสังคมเอาไว้ สำหรับแนวคิดที่มีความพยายามในการทำความเข้าใจกับโครงสร้างของสังคมในระดับที่ลึกเริ่มขึ้น เริ่มมาจาก F.de Saussure ซึ่งเป็นนักภาษาศาสตร์ชาวสวิตเซอร์แลนด์ที่มีความเชี่ยวชาญในระบบของภาษา โดยเขาได้มองว่า ภาษาที่เราใช้พูดและเขียนกันเป็นสิ่งที่มีอยู่ในระบบหรือมีโครงสร้างอยู่ภายในไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นลอยๆ โดยไม่มีที่มาที่ไป และในขณะเดียวกันก็มีระดับของภาษา ส่วนนี้ เดอโซสซูร์ ได้แบ่งระดับของภาษาของออกเป็นสองระดับด้วยกัน ระดับแรก เรียกว่า “ภาษา” (Langue) คือ ส่วนที่เป็นโครงสร้างหรือกฎเกณฑ์ที่เป็นไวยากรณ์ที่ทำหน้าที่ในการสร้างระบบความหมาย เช่น ถ้าเอ่ยถึงโครงสร้างเบื้องต้นของภาษาที่เป็นประโยค คือ จะต้องมีประธาน กริยา และกรรม เป็นองค์ประกอบหลักที่ขาดไม่ได้ ส่วนระดับที่สอง เรียกว่า “คำพูด”(Parole) เป็นส่วนที่เป็นกระบวนการเปล่งเสียง หรือ ถ้อยคำ ในภาษาของมนุษย์ที่ใช้อยู่จึงสองส่วนประกอบนี้เสมอ ซึ่งทั้งหมดจะมีโครงสร้างหรือกลไกซ่อนอยู่ภายในโดยที่มนุษย์ไม่ทันรู้ตัวเพราะเป็นโครงสร้างที่อยู่ในระดับลึกลงไป (สุภางค์ จันทราวานิช, 2551:145-146)

ส่วนนักวิชาการทางด้านสังคมศาสตร์ที่ได้ให้ความสนใจในการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างของสังคม โดยมีมุมมองในเรื่องเกี่ยวกับสัญญะว่าเป็นหลักการที่ถูกประยุกต์มาจากแนวคิดสำนัก **“โครงสร้างนิยม”** (Structuralism) ที่ถูกพัฒนามาจากการวิเคราะห์ทางด้านภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้าง โดยมองว่าวิธีการที่ความหมายถูกสร้างขึ้นมาให้สามารถสื่อสารเป็นที่เข้าใจได้ภายใต้

บริบททางสังคมหนึ่งๆ ได้นั้นจะต้องมีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนเช่นเดียวกับลักษณะทางด้านภาษาศาสตร์ทั่วไปที่มักจะมี **"ไวยากรณ์"** เป็นองค์ประกอบในการควบคุมความหมายนั้นๆ เช่นเดียวกันกับอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2541:192-193) ที่มีแนวคิดว่า การศึกษาระบบความหมายจากตัวบทหรือตัวงานภายใต้กรอบแนวความคิดสัญญะวิทยานั้นมีที่มาจากวิชาภาษาศาสตร์ และต่อมาได้พัฒนาเป็นทฤษฎีโครงสร้างนิยมที่ได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษกับระบบความหมายที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นทั้งในทางกายภาพและทางสังคม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ สิ่งที่สามารถสื่อสารได้ทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับสัญญะทั้งสิ้น

สำหรับการใช้มุมมองเชิงโครงสร้างนิยมมาทำความเข้าใจกับผลผลิตทางวัฒนธรรมต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น ก็เป็นที่ประจักษ์ชัดของคนทั่วไป ซึ่งในที่นี้รวมทั้งการศึกษาและวิเคราะห์ผล งานด้านศิลปะด้วย เช่นในกรณี การวิเคราะห์ผลงานทางด้านศิลปะ ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ผ่านการรับรู้ด้วยสายตา หากผู้อ่านงานศิลปะมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับไวยากรณ์ของผลงานนั้นๆ ก็จะช่วยทำให้ผู้อ่านสามารถการรับรู้ถึงสุทรียศิลป์ในงานศิลปะได้อย่างถ่องแท้ เช่นเดียวกันกับระบบของภาษาพูดภาพภาษาเขียนที่ใช้องค์ประกอบทางวรรณศิลป์เป็นสิ่งสร้างความไพเราะและความสวยงามในการใช้ภาษา แต่ในงานศิลปะอาจจะถูกถ่ายทอดด้วยการใช้เนื้อสี ลายเส้น พื้นผิว แสงเงา ตลอดจนเทคนิคต่างๆ เพื่อให้งานมีคุณค่าความหมายขึ้นมา

จากแนวความคิดดังที่กล่าวมาในข้างต้น ประเด็นในเรื่องของการสื่อความหมายนั้นโครงสร้างนับว่ามีส่วนช่วยในการวางกฎเกณฑ์เป็นอย่างมาก และในลำดับต่อมาได้พัฒนาไปสู่แนวทางการศึกษาเชิงสัญญะวิทยาซึ่งก็มีพื้นฐานมาจากความคิดเชิงโครงสร้างนิยมที่ได้ประยุกต์และปฏิบัติกันมา ในลำดับต่อไปจะเป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับองค์ประกอบของสัญญะ

4.2 องค์ประกอบของสัญญะ

ปัจจุบันสัญญะนับว่ามีบทบาทและมีความเกี่ยวข้องกับสังคมมนุษย์มากขึ้นทุกที โดยในโลกยุคข้อมูลข่าวสารที่กระจายตัวอยู่ในทุกๆ ภาคส่วนของสังคม กระบวนการสร้างความหมายจากสัญญะได้ถูกประยุกต์ใช้ในทุกๆ แวดวง โดยเฉพาะใน **"สื่อ"** ที่บรรดานักโฆษณาและนักสื่อสารการตลาดมืออาชีพได้พยายามใส่รหัสหรือข้อมูลบางอย่างลงไปในตัวสินค้าเพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มของผู้ใช้ ทั้งนี้เพื่อที่จะชักชวนให้เกิดการ "ซื้อ" หรือ "บริโภค" ในสินค้าที่ผลิตขึ้น เช่น การโฆษณาขายสินค้าเกี่ยวผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพที่ผู้ผลิตได้ใส่เนื้อหาที่ว่า คนเราโดยปกติแล้วมักจะมีปัญหาด้านสุขภาพที่อ่อนแอลงทุกที และไม่มีวันที่จะกลับมาเหมือนเดิมได้อีกต่อไป นอกเสียจากการหันมาบริโภค **"อาหารเสริม"** แทน ซึ่งจะช่วยมทำให้เรามีสุขภาพที่ดี มีสมองที่ฉลาดขึ้น และไม่หลงไม่ลืม หรือแม้กระทั่งแต่ "ผอม" ได้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องอดอาหารหรือออกกำลังกาย การประกอบสร้างความหมายในลักษณะเช่นนี้นับเป็นการบรรจุรหัสความหมายลงไปในตัวสินค้าและผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้โดยมีกลยุทธ์การสื่อสารที่แยบยลในการทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นและคล้อยตามได้ในที่สุด (นิษฐา หรุ่นเกษม, 2554:30-31)

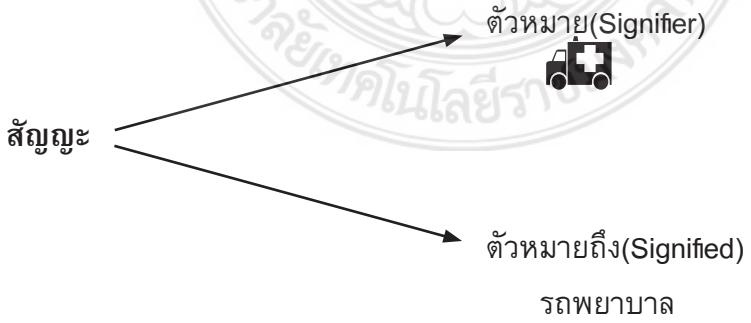
การศึกษาในเชิงสัญญะวิทยาเป็นแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อความหมาย ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วเป็นศาสตร์ที่มีความละเอียดอ่อนลึกซึ้ง ปรากฏการณ์บางอย่างหรือสัญญะบางประเภทไม่สามารถอธิบายด้วยคำพูดได้อย่างละเอียดลึกซึ้ง ต้องอาศัยบริบททางสังคมวัฒนธรรมมาใช้ในการอ่านหรือตีความจึงจะสามารถเข้าใจความหมายนั้นได้ ทั้งนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2543: 2-3) ได้สรุปถึงคุณสมบัติสำคัญของสัญญะไว้ 3 ประการ คือ

1.) มีลักษณะเป็นรูปธรรม สามารถรับรู้ได้โดยใช้โสตประสาททั้ง 5

2.) มีความหมายมากกว่าตัวมันเอง

3.) ผู้ใช้สัญญะต้องตระหนักว่า รูปธรรมดังกล่าวเป็นสัญญะ

สำหรับคุณสมบัติทั้งสามประการนั้น นับว่าเป็นสิ่งที่มนุษย์รับรู้กันโดยทั่วไปอยู่แล้ว เช่น ในกรณีเมื่อเห็นเพื่อนกับมาจากการแข่งขันกีฬา แล้วชูสองนิ้วเป็นรูปตัว V เพื่อแสดงความหมายว่าชนะการแข่งขัน ซึ่งนั่นก็คือ **“สัญญะ”** แล้ว แนวความคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ นับทอง ทองใบ (2553:56) ที่ได้ใช้แนวความคิดเชิงสัญญะวิทยามาเป็นกรอบในการศึกษาและวิจารณ์ภาพยนตร์ เพื่อต้องการที่จะค้นหาความหมายอันซ่อนเร้นที่อยู่ในภาพยนตร์ โดยในเบื้องต้นได้กล่าวถึง **“สัญญะ”** ว่าการเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นอาจจะเป็นสัญลักษณ์หรือสิ่งใดก็ได้ที่เพื่อใช้แทนของจริงในตัวบท (Text) หนึ่งๆ ซึ่งตัวสัญญะเองต้องมีลักษณะทางกายภาพ และต้องมีการอ้างอิงไปถึงสิ่งอื่นนอกเหนือไปจากตัวมันเอง ขณะเดียวกันสัญญะนี้จะต้องถูกนำมาใช้และรับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดว่านี่คือสัญญะ ยกตัวอย่างเช่น ในพิธีศพของคนไทยทั่วไป ผู้ที่จะมาร่วมงานจะต้องปฏิบัติตนโดยการสวมใส่เสื้อผ้าสีดำหรือสีขาว เท่านั้น ในที่นี้ดำหรือสีขาวก็คือ สัญญะ (สิ่งที่เห็นทางกายภาพ เช่น สี) ที่ทุกคนในสังคมทราบดีว่า มันคือ สีของเครื่องแต่งกายที่ใช้ในงานศพ สำหรับในเชิงสัญญะวิทยาแล้ว สิ่งนี้ถูกเรียกว่า **“ตัวหมาย”** (Signifier) ส่วนความหมายที่ได้ เรียกว่า **“ตัวหมายถึง”** (Signified) คือความคิดรวบยอดของสัญญะที่ผู้อ่านหรือผู้รับสารนึกถึง



แผนภาพที่ 1 องค์ประกอบและความหมายของสัญญะ

สำหรับ สุภางค์ จันทวานิช (2551:218-219) ได้ศึกษาถึงองค์ประกอบของสัญญะตามแนวทางของ โรล็อง บาร์ตส์ (1915-1980) ไว้อย่างน่าสนใจ ซึ่งในที่นี้สรุปความได้ว่า สัญญะ คือ หน่วยของการสื่อความหมายที่มีองค์ประกอบด้วยกัน 2 ส่วนที่สำคัญ ๆ คือ สิ่งที่เราใช้เรียกหรือเขียนก็คือ รูปของสัญญะ (Signifier) ในที่นี้อาจจะเป็นคำพูดหรือหรือภาษาเขียนก็ได้กับสิ่งที่สื่อความหมายออกมาหรือความหมายสัญญะ(Signified) โดยบาร์ตส์ได้กล่าวว่า สิ่งที่เรียกหรือเขียนกับสิ่งที่สื่อความหมายออกมาเป็น กระบวนการทางสัญญะ(Sign) ที่เกิดจากการเชื่อมโยงความคิด(Concept) เข้ากับภาพ (Image) ทั้งนี้กระบวนการ สร้างสัญญะขึ้นมาใช้เพื่อสื่อความหมายทางวัฒนธรรมได้ปรากฏให้เห็นในสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพนางร้ายในละครโทรทัศน์ ภาพสินค้าแบรนด์เนมที่นักแสดงสวมใส่เพื่อต้องการที่จะแสดงให้ตนดูดี สำหรับในกรณีนี้ บาร์ตส์ เรียกว่า **“มายาคติ”**

รูปสัญญะ ⟶ ความหมายสัญญะ ⟶ สัญญะ

แผนภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะกับความหมายของสัญญะ

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าความหมายของสัญญะจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องอาศัยโสตประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ในการรับรู้ความหมายร่วมกัน ซึ่งมีตัวหมายหรือรูปของสัญญะแสดงให้เห็นก่อน จากนั้นจึงเป็นเรื่องของการรับรู้ความหมายหรือภาพในความคิดที่มีอยู่ในระบบการรับรู้ของแต่ละคน ซึ่งอาจจะรับรู้หรือตีความหมายของข้อมูลเหล่านั้นได้แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับความรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เช่น เห็นคนแต่งตัวสีดำ บางคนอาจมองว่าต้องไปงานศพมาแต่ในขณะที่อีกคนกลับมองว่าการสวมใส่ชุดสีดำเป็นเรื่องของความชอบตามแฟชั่นทั่วไป

4.3 ความหมายและระดับความหมายของสัญญะ

การถ่ายทอดความหมายเชิงสัญญะเป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องของการสื่อสาร โดยธรรมชาติแล้วจะปรากฏตัวให้เห็นผ่านรูปของสัญญะ ซึ่งสามารถจับต้องได้โดยอาศัยโสตประสาททั้ง 5 ของมนุษย์ในการสัมผัส สำหรับการจำแนกความหมายของสัญญะเพื่อทำความเข้าใจกับระดับความหมายของสัญญะเองนับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับกระบวนการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตามได้มีนักวิชาการทางด้านสังคมวิทยาในประเทศไทยหลายคนที่ได้ศึกษาเรื่องราวเกี่ยวกับสัญญะ ในที่นี้จะขอนำเอาแนวความคิดของ ธีรยุทธ บุญมี (2551:112-113) ที่ได้จากการสรุปเอาแนวความคิดของ เดอ โซซูรส์ ซึ่งได้กล่าวถึงระดับความหมายของสัญญะไว้ 2 ประเภท คือ

1. ความหมายโดยตรง (Denotative Meaning) เป็นความหมายขั้นแรก ที่เป็นความสัมพันธ์ขั้นพื้นฐานระหว่างสัญญะกับตัวอ้างอิง ลักษณะของความหมายที่ได้นี้จะเป็นความหมายแบบตรงไปตรงมา เช่น **“รถยนต์”** มีความหมายว่าเป็นยานพาหนะชนิดหนึ่งที่มีเครื่องยนต์สามารถเคลื่อนตัวพาคนหรือผู้โดยสารไปไหนมาไหนได้โดยที่ไม่ต้องเดิน หรือ ในกรณี **“บ้าน”** มีความหมาย

ว่าเป็นที่อยู่อาศัยพักพิง หลบแดดหลบฝน ซึ่งเป็นความหมายทางกายภาพ

2. ความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) เป็นความหมายขั้นที่สอง ซึ่งให้ความหมายที่ลึกซึ้ง กินใจ เกินกว่าความหมายในขั้นแรก ความหมายในระดับนี้จะมีนัยความหมายที่ลุ่มลึก แฝงเร้นไปด้วยความหมายทางสังคมหรือเป็นความหมายที่เป็นข้อตกลงของแต่ละสังคม ความหมายนี้จะแปรผันไปตามวัฒนธรรมของแต่ละสังคม เช่น **"รถยนต์"** หรือ **"บ้าน"** อาจจะหมายถึง ความหรูหรา ราคาแพง ความมีรสนิยม หรือดูแตกต่างจากคนอื่น ซึ่งความหมายที่ได้นี้จะดูมีความแตกต่างจากความหมายโดยตรงที่มองว่าเป็นเพียงยานพาหนะ หรือเป็นที่พักอาศัยเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ทั้งนี้ยังหมายความถึงอื่นๆ ด้วย

สำหรับประเด็นความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความหมายของสัญญะ ที่นักสัญญะวิทยาได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมากก็คือ ความหมายโดยนัยซึ่งเป็นความหมายทางวัฒนธรรมที่แฝงฝังอยู่ในปรากฏการณ์ต่างๆ เป็นความหมายในเชิงลึก โดยผู้อ่านควาหมายหรือผู้ศึกษาจะต้องวิเคราะห์สัญญะที่ได้โดยผูกโยงเข้ากับค่านิยมหรือความเชื่อทางสังคมจึงจะช่วยให้สามารถเข้าถึงความหมายนั้นๆ ได้ ซึ่งปกติแล้วสัญญะจะประกอบไปด้วยความหมายโดยตรงและความหมายโดยนัยเสมอ เช่น สัญญะในด้านวิทยาศาสตร์จะมีสัดส่วนของความหมายในขั้นแรกสูงกว่าความหมายโดยนัย ในขณะที่สัญญะด้านศิลปะจะมีสัดส่วนที่ตรงข้ามกัน คือ มีความหมายโดยนัยมากกว่า (กาญจนา แก้วเทพ, 2543: 34-35) อย่างไรก็ตามหากจะวิเคราะห์ความหมายที่ซ่อนเร้นอยู่ในปรากฏการณ์ทางสังคมโดยใช้กรอบแนวคิดของสัญญะวิทยามาใช้ในกระบวนการค้นหาความหมายเชิงลึกซึ่งมีปรากฏการณ์ทางสังคมต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเราให้ศึกษามากมาย เป็นต้นว่า แผ่นพับโฆษณาบ้านจัดสรรที่ได้ซุกซ่อนความหมายแฝงบางอย่างลงไป หรือกรณีป้ายโฆษณาหาเสียงของนักการเมืองที่มีการใช้ภาพถ่ายของผู้สมัครสวมใส่ชุดเครื่องแบบทหารเต็มยศยืนอยู่เบื้องหลังครอบครัวของเขา ล้อมรอบด้วยลูกๆ ซึ่งเป็นสัญญะที่แสดงออกถึง ชายชาตินักรบผู้กล้าหาญ เป็นผู้มีเกียรติ และรักครอบครัว (สุภางค์ จันทวานิช, 2551:223-224)

จากข้อมูลดังที่กล่าวมาประเด็นที่เป็นจุดเน้น ก็คือ การแสดงระดับของความหมายที่ได้จากการทำความเข้าใจสัญญะนั้น นับเป็นเรื่องที่ทั้งเข้าใจง่ายและเข้าใจยากในเวลาเดียวกัน ขึ้นอยู่กับบริบทและผู้ทำความเข้าใจว่าจะต้องการนิยามให้มันมีความหมายอยู่ในระดับใด สัญญะอาจจะเป็นได้ทั้งเหตุการณ์ กิจกรรม หรือ ฯลฯ นอกจากนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2553:27-29) ยังได้กล่าวเพิ่มเติมถึงลักษณะการจำแนกประเภทของสัญญะตามแนวทางของ Peirce (1859-1914) ไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

1. รูปเหมือน (Icon) เป็นสัญญะที่มีรูปร่างหน้าตาคล้ายคลึงหรือเหมือนกับวัตถุ เช่น ภาพถ่าย ภาพวาด รูปปั้น ฯลฯ ซึ่งพบเห็นได้ทั่วไปในสังคม ไม่ต้องอาศัยการตีความในเชิงลึกก็สามารถจะเข้าใจความหมายนั้นๆ ได้

2. ดัชนี (Index) เป็นสัญญะที่มีความเกี่ยวเนื่องโดยตรงกับวัตถุที่มีอยู่จริง เป็น

สัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่บ่งชี้ให้เห็นถึงอีกสิ่งหนึ่ง เช่น เมื่อพบเห็น “รอยเท้าสัตว์” บางชนิดที่ประทับลงบนพื้นดิน เราจะนึกถึงหมีหรือเสือ ในการถอดรหัสของดัชนีนั้นจะต้องคิดหาเหตุผลเชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างดัชนีกับวัตถุ

3. สัญลักษณ์ (Symbol) คือ สัญญะที่ไม่มีความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงอันใดระหว่างตัวสัญญะกับวัตถุที่มีอยู่จริง หากแต่ความเกี่ยวเนื่องที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากข้อตกลงร่วมกันของคนในสังคม และจะต้องมีการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อที่จะเข้าใจความหมายนั้นได้ เช่น ป้ายจราจร สัญญาณเตือนภัยต่างๆ ที่มีใช้อยู่ทั่วไปในสังคม ทั้งนี้ในการถอดรหัสเพื่อทำความเข้าใจความหมายของสัญลักษณ์ในลักษณะนี้จำต้องมีการเรียนรู้สัญญะนั้นๆ อย่างเพียงพอจึงจะรับรู้ความหมายได้ ทั้งนี้มีสัญลักษณ์หลายอย่างถูกใช้จนแพร่หลายและหลายคนทั่วโลกเห็นแล้วเข้าใจได้

สำหรับการทำความเข้าใจกับความหมายและประเภทของสัญญะ จะช่วยให้ผู้อ่านสัญญะและผู้ที่ใช้สัญญะมีความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสัญญะ ซึ่งในที่นี้ก็คือ รูปแบบการสื่อสารชนิดหนึ่งที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นให้มีความหมายทั้งในเชิงความหมายแบบขั้นแรกและความหมายในเชิงลึก โดยความพิเศษของมนุษย์ก็คือ ความสามารถที่จะใช้สิ่งต่างๆ เหล่านี้มาสื่อสารความหมาย ความรู้สึกนึกคิดได้อย่างหลากหลาย ทั้งจากสีหน้า อารมณ์ การแต่งกาย อากัปกริยา หรือ อื่นๆ เช่น ควันไฟ การแสดงดนตรี ศิลปะภาพถ่าย รวมทั้งเรื่องเล่า ตำนาน นิทาน บทกลอน คติประจำใจ ฯลฯ ก็สามารถสื่อความหมายได้เช่นเดียวกับเครื่องมือการสื่อสารต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง หรือแม้แต่ในสื่อสังคมออนไลน์สมัยใหม่ที่ต้องอาศัยอุปกรณ์การสื่อสารเคลื่อนที่ก็ต้องอาศัยกระบวนการสร้างความหมายขึ้นมาใช้เพื่อสื่อกับผู้ชมเช่นกัน โดยลักษณะของกระบวนการสร้างความหมายนี้ผู้สร้างหรือผู้ผลิตอาจจะมีการใช้สัญลักษณะทางภาพ และสัญลักษณ์ทางเสียง เช่น การใช้มุมกล้อง เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพ รวมทั้งเทคนิคการใส่เสียงพิเศษต่างๆ ให้กับภาพ เพื่อสื่ออารมณ์ของตัวละครและเรื่องราวให้ดำเนินไปตามเจตนารมณ์ของผู้สร้าง โดยเฉพาะงานทางด้านภาพยนตร์และโทรทัศน์มีการใช้สัญลักษณ์พิเศษเพื่อสื่อความหมาย เช่น นางเอกสวมใส่ชุดสีขาวตลอดทั้งเรื่อง ทั้งที่ในบางตอนเธอได้ถูกข่มขืนจนชีวิตตกไปเป็นโสเภณีจำเป็น แล้วก็ตาม นั่นหมายความว่าผู้กำกับต้องการสื่อสารไปยังคนดูว่าความบริสุทธิ์ของเธอนั้นไม่จำเป็นที่จะต้องมาแสดงออกให้เห็นเพียงแต่ภาพลักษณ์ภายนอกเท่านั้น หากแต่อยู่ที่จิตใจอันดีงามของเธอต่างหาก(นับทอง ทองใบ, 2553: 50 และธีรยุทธ บุญมี, 2551: 55)

ดังที่กล่าวมาในข้างต้นจะเห็นว่า ความละเอียดอ่อนและลึกซึ้งของความหมายที่ได้จากการใช้สัญญะดังที่กล่าวมานั้น มีรูปแบบที่เป็นการใช้สัญลักษณ์ ดัชนี หรือแม้แต่รูปเหมือน ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับการก่อตัวของความหมายแทบทั้งสิ้น โดยเฉพาะในการสร้างและการถอดรหัสความหมายของสัญญะ ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วจะอยู่ในบริบทของการสื่อสารที่มักจะมีองค์ประกอบของ **“รหัส”** (Code) เป็นตัวกำกับเพื่อให้ความหมายสามารถสื่อสารขึ้นมาได้ตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร และในขณะเดียวกันในแต่ละสังคมก็จะมีรหัสที่สร้างขึ้น

แตกต่างกันออกไป เช่นเดียวกันกับระบบภาษาที่มีอยู่มากมายหลายชนิดในโลก สิ่งที่น่าสนใจก็คือ ผู้ที่จะเข้าใจในความหมายของรหัสนั้นได้จะต้องมีการเรียนและมีประสบการณ์ร่วมกันจึงจะสามารถเข้าใจความหมายนั้นได้อย่างถ่องแท้ หรืออีกนัยหนึ่ง ก็คือ **"พูดภาษาเดียวกัน"** นั่นเอง

4.4 รหัสแห่งความหมาย

ในกระบวนการสร้างความหมายเชิงสัญญะเพื่อให้สามารถสื่อสารร่วมกันได้นั้น ในแนวทางการวิเคราะห์สัญญะจะเริ่มต้นจากการค้นหาความหมายของตัวบท (Text) หนึ่งๆ ที่จะถูกอ่านความหมายออกมาในแบบใดนั้น จำเป็นต้องสัมพันธ์และขึ้นอยู่กับบริบท (Context) ทางสังคมและวัฒนธรรมที่ตัวบทนั้นๆ เกิดขึ้นมา เช่น **"หมู"** อาจจะมีความหมายว่า **"เป็นอาหารชนิดหนึ่ง"** แต่ในวัฒนธรรมมุสลิมมีความหมายว่าเป็นอาหารไม่ได้ ส่วนในวัฒนธรรมจีนจะมีความหมายว่า **"เป็นของหมั้น"** ที่ใช้ในพิธีแต่งงาน เป็นต้น ทั้งนี้ในการรับรู้ความหมายตามแนวทางของสัญญะวิทยานั้น โดยธรรมชาติแล้วจะไม่มีคู่มือการแปลหรือพจนานุกรมมาให้เพื่อเปิดดูความหมายของคำแปลเหล่านั้น ผู้อ่านสัญญะจะต้องสร้างคู่มือการแปลของตนขึ้นมาเองโดยใช้บริบททางสังคมและวัฒนธรรมนั้นๆ มาช่วยในการตีความสิ่งที่ตนเองได้สัมผัสจากอาตยนะทั้ง 5 เช่น รูปภาพ เสียง หรือการสัมผัสอย่างอื่นๆ ที่ทำให้เรานึกถึง(Refer) วัตถุหรือความเป็นจริงขึ้นมา เช่น เมื่อมองดูภาพหรือเครื่องหมาย ☏ ตามพื้นที่สาธารณะทุกคนก็จะทราบถึงทันทีว่าหมายถึง **"โทรศัพท์"** ซึ่งในการรับรู้ความหมายของสัญญะโดยการใช้คำพูดหรือภาษาเขียนนี้จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของผู้ที่อ่านสัญญะ เช่นกรณี คนในกรุงเทพฯ พบเห็นแหล่งน้ำที่มารวมอยู่กันมากๆ ก็อาจจะเรียกว่าคลอง แม่น้ำ ทะเลสาป แต่สำหรับคนในต่างจังหวัด อาจจะเป็น ห้วย หนอง คลอง บึง ฯลฯ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547:401-402)

สำหรับการวิเคราะห์สื่อโดยใช้กรอบ **"รหัสความหมาย"** นั้น สามารถนำไปใช้ได้กับสื่อทุกๆ แขนง ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวอย่างภาพยนตร์ โทรทัศน์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์สมัยใหม่ต่างๆ ที่เกิดจากการประกอบสร้างของมนุษย์ โดยสิ่งที่เห็นอาจจะเป็นภาพ เสียง กราฟิก ฯลฯ ที่ปรากฏในสื่อนั้นๆ นับเป็นใส่ **"รหัสความหมาย"** ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสารที่จะต้องทำการใส่รหัส - ถอดรหัสความหมายที่ได้จากสื่อ ถือว่าเป็นกระบวนการสื่อสารอย่างหนึ่งที่ผ่านการเลือกสัญลักษณ์ รหัส ไวยากรณ์ในการการนำเสนอ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่จะขาดเสียไม่ได้ เช่น ในกรณีของภาพถ่ายจะมีการถ่ายทอดเรื่องราวลงไปในถาพ ผู้ถ่ายก็จะต้องแต่งแต้มเนื้อหาต่างๆ ลงไปพร้อมกับวิธีการถ่ายทอดความงดงามผ่านกระบวนการจัดแสง การจัดฉาก การเลือกใช้มุมมองในการสื่อความหมาย รวมทั้งเทคนิคการถ่ายภาพ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นรูปแบบที่ช่างภาพหรือผู้ส่งสารต้องการสื่อความหมายบางอย่างให้ผู้ชม **"อ่าน"** ด้วยกระบวนการมองเห็น ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นและสร้างความสนใจให้กับผู้รับสาร โดยเฉพาะภาพนิ่งที่โดยธรรมชาติแล้วเป็นได้ทั้งข่าวสาร บันเทิง และความทรงจำที่ดีอย่างหนึ่งที่คนในสังคมมักจะเลือกใช้ในการบรรจุเรื่องราวต่างๆ เพื่อสื่อความหมาย

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” (Eecoding)** และ **“การถอดรหัส” (Decoding)** เพื่อทำความเข้าใจกับความหมายทางสังคมที่มักจะปรากฏตัวให้เห็นจากการใช้ระบบสัญลักษณ์ต่างๆ ในทางการสื่อสาร เช่น ในภาพยนตร์มักจะเห็นการใส่รหัสประเภทของภาพยนตร์ไว้อย่างชัดเจน เช่น ถ้าเป็นภาพยนตร์ตลกมักจะเริ่มต้นด้วยองค์ประกอบฉากที่มีสีสันฉูดฉาด แบบการ์ตูน ดูไม่ค่อยสมจริง หรือไม่เป็นระเบียบ แต่ถ้าเป็นภาพยนตร์แนวบู๊ (Action) อย่างกรณีของ เจมส์ บอนด์ มักจะเริ่มต้นด้วยฉากที่ปฏิบัติการเสี่ยงตายของพระเอก ตามด้วยการไล่ล่า และการผจญภัยด้วยฉากที่ตื่นตาตื่นใจ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อเข้ารหัสให้ผู้ชมสามารถเข้าใจว่าเป็นภาพยนตร์ประเภทใดได้อย่างรวดเร็ว

การรับรู้ความหมายของสัญญะองค์ประกอบที่เป็นผลมาจากกระบวนการสื่อสารระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสาร โดยความหมายที่อยู่ในตัวสารนั้นเกิดจากระบบของการประกอบสร้างสัญญะ (Construction of Sign) จากทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทั้งหมด ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นผู้รับสารและผู้ส่งสาร ซึ่งถ้าหากจะพิจารณาภายใต้องค์ประกอบของการสื่อสารจะเริ่มจากผู้ส่งสารใช้ระบบสัญญะต่างๆ มาสร้างเนื้อหาหรือใส่ความหมาย (Encoding) เพื่อสื่อไปยังผู้รับสาร จากนั้นผู้รับสารก็จะต้องใช้ประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับระบบสัญญะนั้นๆ (ใช้รหัสชุดเดียวกัน) มาอ่านหรือตีความเพื่อทำความเข้าใจในเนื้อหาที่ได้ (Dencoding) ทั้งนี้การตีความเนื้อหาเพื่อที่จะทำความเข้าความหมายจากตัวสารนี้ บางกรณีผู้รับสารอาจจะรับรู้ความหมายได้ไม่ตรงตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารก็อาจจะเป็นไปได้ เช่น ภาพยนตร์ของบริษัทสร้างภาพยนตร์จากต่างประเทศที่มีวัฒนธรรมความเชื่ออย่างหนึ่งจะถูกกองเซ็นเซอร์ห้ามฉายในอีกประเทศหนึ่งซึ่งที่มีลักษณะทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน อย่างเช่นในกรณีภาพยนตร์ เรื่อง Anna and the King ที่บริษัทผู้สร้างและทีมงานจากต่างประเทศไม่มีความรู้ทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับสถาบันพระมหากษัตริย์ที่เพียงพอ จึงทำให้กระบวนการสร้างเนื้อหาสำคัญๆ ในภาพยนตร์ผิดเพี้ยนไปจากการรับรู้ของคนไทยในประเทศเป็นอย่างมาก (กาญจนา แก้วเทพ, 2553: 22-24)

อย่างไรก็ตามสิ่งที่นักสัญญะวิทยาได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ก็คือ แนวความคิดเชิงโครงสร้างนิยมที่มีความพยายามที่จะทำความเข้าใจถึงการวิเคราะห์โครงสร้างผลงานต่างๆ ที่มนุษย์เป็นผู้สร้าง เช่น วรรณกรรมคลาสสิค นวนิยาย ภาพยนตร์ร่วมสมัยที่ผู้ผลิตมีการวางโครงเรื่องหรือเหตุการณ์ที่เป็นตัวเดินเรื่องในภาพยนตร์อย่างไร เช่น ใช้พระเอกเป็นตัวเดินเรื่อง หรือใช้

เหตุการณ์เป็นตัวเดินเรื่อง และ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้เรียกว่า **“ไวยากรณ์”** ซึ่งเป็นโครงสร้างที่คอยกำกับในการนำเสนอเรื่องราวทั้งหมด เช่น ภาพยนตร์แนวผจญภัยจะมีโครงเรื่องที่พระเอกจะต้องเดินทางไปในดินแดนที่ห่างไกล เสี่ยงกับอันตราย หรือถูกกลุ่มคนร้ายโจมตีด้วยวิธีการต่างๆ นาๆ จนสุดท้ายพระเอกก็สามารถเอาชนะกลุ่มคนร้ายได้ในที่สุด ไวยากรณ์ของเรื่องในลักษณะนี้มีความสอดคลองกับวรรณกรรม เรื่องเล่า หรือตำนานดั้งเดิมที่พบเห็นได้ในอดีตซึ่งก็จะมีแบบแผนความสัมพันธ์ของตัวละคร โครงเรื่อง ฯลฯ ปรากฏให้เห็นโดยอาจจะอยู่ในรูปของรหัสที่ซ่อนอยู่ในตัวบท (Text) นั้นๆ ดังนั้นถ้าหากผู้อ่านสามารถค้นหาวิธีการสร้างความหมายแฝงได้ก็จะเข้าใจในลำดับคุณค่าของสิ่งต่างๆ ได้ ซึ่งกระบวนการทั้งหมดถูกสร้างขึ้นมาภายใต้แบบแผนของระบบของภาษาที่เป็นเครื่องมือการสร้างความสัมพันธ์เชิงอำนาจ หรือที่เรียกว่า **“วาทกรรม”** (สุภางค์ จันทวานิช, 2551: 230-231) แนวความคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ กฤษดา เกิดดี (2547: 10) ที่ได้ศึกษาเชิงลึกประวัติศาสตร์ภาพยนตร์โดยใช้กรอบแนวความคิดเชิงสัญญะของ อุมแบร์โต เอโค ซึ่งเขาได้เน้นย้ำให้เห็นว่ากระบวนการสร้างภาพยนตร์ ผลงานศิลปะ งานวรรณกรรม และงานสื่อสารมวลชน รวมทั้งผลผลิตทางวัฒนธรรมประเภทต่างๆ ล้วนแล้วแต่เป็นการ **“สร้าง”** หรือ **“ปรุงแต่ง”** จากแบบแผนหรือโครงเรื่องเก่าๆ จากผู้ที่เคยสร้างมาก่อนแทบทั้งสิ้น ซึ่งก็มีด้วยกันหลายลักษณะ เช่น สร้างต่อ (Reteke) สร้างใหม่ (Remake) เป็นต้น

วิธีการทำความเข้าใจกับสัญญะเพื่อเข้าถึงความหมายหรือองค์ประกอบของสัญญะย่อยๆ ในกระบวนการสื่อสารผู้ที่เกี่ยวข้องต้องพิจารณาถึงขั้นตอนของการเข้ารหัสและถอดรหัสที่ทำหน้าที่ในการควบคุมการสื่อความหมายของสัญญะในรูปแบบต่างๆ ซึ่งในลำดับต่อไปจะขอนำเอาความคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2547: 401-402) ได้ได้กล่าวสรุปถึงการเข้ารหัสและการถอดรหัสไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

1. การเข้ารหัส (Eecoding) ถือว่าเป็นขั้นตอนแรกของการสร้างความหมายให้เกิดขึ้นตามเจตนารมณ์ของผู้รับสาร ซึ่งโดยปกติแล้วจะเริ่มต้นจากขั้นตอนของการใส่รหัส โดยรหัสความหมายนี้จะถูกกำหนดมาจากอุดมการณ์ของผู้ผลิตเอง เช่น ถ้าเป็นช่องรายการโทรทัศน์ของรัฐบาลจะมีรหัสอย่างหนึ่งก็คือ การไม่สร้างความแตกแยกในสังคม ซึ่งในทางปฏิบัติก็อาจจะเป็นเลือกภาพที่ดูแล้วไม่ก่อให้เกิดความรุนแรง ไม่ชี้นำสังคม ฯลฯ

2. การถอดรหัส (Decoding) เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารจะต้องทำความเข้าใจกับความหมายของสารที่อยู่ในตัวเนื้อหา ซึ่งโดยปกติปฏิกิริยาของผู้รับสารนั้นจะมีลักษณะของการถอดรหัสอยู่สองแบบด้วยกัน คือ ถ้าผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายของสารนั้นได้ก็จะรู้เรื่อง ก็จะให้ความหมายกับสารนั้น กับอีกปฏิกิริยาหนึ่ง ก็คือ ถ้าผู้รับสารเกิดถอดรหัสสารนั้นไม่ได้ ก็จะส่งผลให้เนื้อหาสารนั้นไม่สามารถสร้างความหมายให้เกิดขึ้นได้ กรณีนี้จะเป็นเพียงแค่การเปิดรับ(Exposure) เท่านั้น เช่น ในกรณีที่พบเห็นได้ทั่วไป คือ การโฆษณาขายสินค้าวัยรุ่นบางเรื่อง เมื่อให้คุณปู่ คุณย่า ดูแล้วไม่สื่อความหมายใดๆ เลย ก็มีให้พบเห็นมากมายในสังคมทั่วไป

ขณะเดียวกัน กาญจนา แก้วเทพ ยังชี้ให้เห็นว่าการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายตามแนวทางของสัญญะวิทยาไม่จำเป็นที่จะต้องศึกษาเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นการเฉพาะ ทุกสิ่งทุกอย่างสามารถศึกษาได้หมด และสิ่งที่เราศึกษามักจะเรียกว่า **"ตัวบท"** ทั้งนี้หลักการศึกษาตัวบทหนึ่งๆ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดูความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะย่อยๆ ในตัวบทนั้นๆ ประกอบด้วย จึงจะเข้าใจความหมายนั้นได้ ยกตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์งานโฆษณาสินค้าประเภทหรูหรามักจะมีภาพของชายหนุ่ม-หญิงสาวสวมใส่เสื้อผ้า เครื่องประดับที่มีราคาแพง และใช้ชีวิตอยู่ในสังคมชั้นสูง รวมทั้งขับขี่รถยนต์ยี่ห้อดังจากต่างประเทศ ฯลฯ ทั้งนี้สัญญะย่อยๆ ต่างๆ เหล่านั้นล้วนแล้วแต่มีความหมายแฝงเร้นอยู่ทั้งสิ้น ซึ่งในที่นี้ ก็คือ ภาพของการใช้ชีวิตตามแบบอย่างของคนรวย มีฐานะ

4.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ

สื่อ นับเป็นสัญญะอย่างหนึ่งที่มีความน่าสนใจ โดยเฉพาะประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องความหมายหรือความเข้าใจที่เกิดขึ้น เนื่องจากมีองค์ประกอบด้านการใช้ภาษาหรือไวยการณ์ที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ สกนธ์ ภู่งามดี (2547:15) ได้กล่าวถึง ความหมายของ **"สื่อ"** ไว้อย่างที่น่าสนใจในหนังสื่อเรื่อง การวางแผนในงานโฆษณา สรุปความได้ว่า สื่อ คือ ตัวกลางหรือช่องทางเพื่อให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่ต้นทางกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่อยู่ปลายทางได้เดินทางถึงกัน โดยสิ่งที่อยู่ต้นทางอาจจะเป็นข้อภาพ ตัวอักษร สัญลักษณ์ เสียงดนตรี หรือแม้แต่อากัปกิริยาตลอดจนท่าทางของผู้ส่งสารที่ส่งไปยังสิ่งที่อยู่ปลาย มีผลต่อการสร้างการรับรู้ความเข้าใจสารเป็นอย่างมาก เช่น กรณี การส่งข้อความผ่านแอ๊ฟพรีเคชั่นในโลกออนไลน์ มีการใช้เสียงเพลงผสมผสานกับภาพกราฟิกประเภทการ์ตูนเพื่อสร้างอารมณ์และบรรยากาศต่างๆ ตามที่ต้องการ นอกเหนือไปจากการส่งข้อความเพียงอย่างเดียว

หลักการใช้สื่อเพื่อสื่อสารกันในชีวิตประจำวันเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัวในสังคมมนุษย์ ซึ่งมีอยู่อย่างหลากหลายรูปแบบโดยเริ่มตั้งแต่การสื่อสารระหว่างบุคคลไปจนถึงการสื่อสารมวลชน การสื่อสารทุกประเภทต้องผ่านตัวกลางหรือสื่อในการถ่ายทอดข้อมูลต่างๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ในอดีตที่เป็นสังคมดั้งเดิมหากเราจะสื่อสารกันโดยไม่มีสื่ออาจจะต้องใช้ระยะเวลานานจึงจะติดต่อกันได้ แต่ในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารของประเทศได้เจริญรุดหน้าไปมากส่งผลให้ภายในเวลาไม่ถึง 1 นาที เราก็สามารถรับข้อมูลข่าวสารจากที่เกิดขึ้นจากทั่วทุกมุมโลกได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เหมือนย่อโลกให้เล็กลงได้ด้วยอานุภาพแห่งสื่อ สื่อจึงมีประโยชน์ต่อหน่วยงาน องค์กร รวมทั้งมีคุณาประโยชน์ต่อประชาชนทุกเพศทุกวัย ทั้งนี้ อรุณรัตน์ ชินวรณ์ (2553:65) ได้กล่าวถึงการแบ่งประเภทของสื่อเอาไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

1.) สื่อบุคคล
2.) สื่อสิ่งพิมพ์
3.) สิ่ออิเล็กทรอนิกส์
4.) สื่อเฉพาะกิจ
5.) สื่อใหม่

ทั้งนี้สื่อดังที่กล่าวมาทั้งหมดล้วนแล้วแต่มีบทบาทและความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์หน่วยงานและองค์กรทั้งสิ้น ดังนั้น เมื่อหากจะใช้สื่อจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเรียนรู้ถึงคุณสมบัติของสื่อแต่ละประเภทให้ได้อย่างถ่องแท้จึงจะสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางในการวิเคราะห์สื่อ นับเป็นสิ่งที่นักสัญญศาสตร์ได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากโดยธรรมชาติของสารที่ถูกบรรจุตัวสารหรือสื่อนั้นได้แฝงเร้นไปด้วยรหัส(Code) ที่มีนัยความหมายอันลึกซึ้งเป็นอย่างมาก เช่น สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์จะมีการสอดแทรกความหมายโดยนัยไว้ในเนื้อหาเพื่อให้ผู้รับสารได้ขบคิดหรือเชื่อมโยงไปสู่ความหมายที่แท้จริง

4.6 แนวทางการวิเคราะห์สัญญะ

ความหมายที่เกิดขึ้นจากกระบวนการทางสัญญะ นับว่าเป็นเรื่องที่มีความละเอียดอ่อน ลึกซึ้ง และมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับแนวความคิดทางด้านภาษาศาสตร์ ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นระบบภาษาที่ใช้เป็นกฎเกณฑ์ในการสร้างความหมายขึ้นมา สำหรับแนวทางการวิเคราะห์สัญญะ ผู้วิจัยได้อาศัยกรอบการวิเคราะห์สัญญะของนักวิชาการไทยหลายท่านที่มีความเชี่ยวชาญในด้านของสัญญะ ในเบื้องต้นนี้จะขอใช้กรอบแนวทางการความคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2543: 112-117) ที่ได้นำเอาแนวความคิดของนักสัญญะวิทยามาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาพอให้เห็นสังเขป ดังนี้

4.6.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Relation)

การค้นหาความหมายเชิงสัญญะเพื่อทำความเข้าใจกับนัยความหมายแฝงนั้น ในเชิงการวิเคราะห์ทางด้านภาษาศาสตร์ได้มีมุมมองว่า ความหมายที่เกิดขึ้นทุกอย่างมีส่วนประกอบมาจากส่วนย่อย เช่นในกรณีของภาษาไทย **“ประโยค”** จะมีองค์ประกอบมาจาก **“คำ”** หรือส่วนย่อยๆ ที่มาผสมรวมตัวกันจนทำให้สามารถสื่อความหมายตามที่ต้องการได้ เช่น

ประโยคที่ 1 : พี่ แตะ น้อง
ประโยคที่ 2 : น้อง แตะ พี่

จากตัวอย่างประโยคจะเป็นว่า ทั้งสองประโยคจะมีคำว่า “พี่” “แตะ” และ “น้อง” เหมือนกัน เป็นองค์ประกอบย่อยเหมือนกัน แต่ถ้าเรามีการจัดลำดับใหม่ไปเป็นรูปประโยคที่สอง คือ น้อง แตะ พี่ ความหมายที่ได้จะกลับกันทันที ปรากฏการณ์ในลักษณะเช่นนี้เป็นความสัมพันธ์ด้านลำดับ(Order Relation) ซึ่งผลของการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์นี้จะทำให้ความหมายเปลี่ยนไปจากเดิม หรือในบางกรณี ถ้ามีการจัดเรียงหรือจัดวางรูปประโยคผิดความหมายที่สื่อออกมาก็จะผิดเพี้ยนไปด้วย 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 หน้าที่ของนักวิเคราะห์สัญญะ คือ การเข้าไปค้นหาแบบแผนหรือโครงสร้างความหมายดังกล่าวเพื่อที่จะทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของมนุษย์ที่เกิดจากความสามารถทางการใช้ภาษาของมนุษย์เอง นักภาษาศาสตร์ต้องอธิบายให้ได้ว่ากระบวนการค้นหาความหมายต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างและถ่ายทอดขึ้นมาถูกกำหนดหรือกำกับโดยภาษาอย่างไร มีรูปแบบการเข้ารหัสและถอดรหัสอย่างไร และทั้งหมดนี้ก็คือ **“ลัทธิโครงสร้างนิยม”** ที่มองว่าการเกิดขึ้นของความหมายนั้นเป็นระบบของสัญญะที่นำมาถอดและเข้ารหัสทางภาษานั่งเอง (ธีรยุทธ บุญมี, 2551:87-88)

ประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัญญะเพิ่มเติม ก็คือ แนวความคิดเกี่ยวเรื่องของคำและประโยคในทางด้านภาษาศาสตร์ดังที่กล่าวมานี้สามารถนำไปใช้อธิบายเรื่องของการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ได้ โดยเฉพาะในเชิงภาษาศาสตร์ลักษณะของภาษาจะ **“ดิ้น”** และจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยพื้นฐานแล้วอย่างความหมายจากสัญญะที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่าง “คำ” กับสิ่งที่เรียกว่า **“ความหมาย”** นั้นจะไม่ตายตัวเสมอไป ขึ้นอยู่กับกาลเวลาและบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป เช่น ในแวดวงยานยนต์ สมรรถนะของรถยนต์ชั้นดีเมื่อ 20 ปีที่แล้ว อาจจะไม่มีความหมายเลยถ้าถูกเปรียบเทียบกับรถยนต์ที่ผลิตในยุคปัจจุบันที่สมรรถนะค่อยข้างจะเหนือกว่าทุกๆ ด้าน และนี่คือตัวอย่างสายสัมพันธ์ของคำกับสิ่งที่เรียกว่าความหมายซึ่งเป็นความสัมพันธ์แบบไม่แน่นอนและตายตัวเสมอไป ทั้งนี้นักภาษาศาสตร์อย่าง โซซูร์ ได้นิยามความแตกต่างของความหมายเหล่านี้ว่ามีทั้งที่ไม่ขึ้นและขึ้นอยู่กับช่วงเวลา ลักษณะแรกเรียกว่า Synchrony แบบนี้ไม่คำนึงถึงช่วงเวลา ส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงตามช่วงเวลาเรียกว่า Diachrony อย่างไรก็ตามทั้งสองแบบนี้นักภาษาศาสตร์ได้พยายามวิเคราะห์ว่ามีโครงสร้างอะไรบ้างที่เหมือนกันในภาษาที่ต่างยุคสมัยกันและใช้ทดแทนกันได้โดยที่ไม่มีการเปลี่ยนความหมาย รวมทั้งการศึกษาในแง่ของคำและประโยคที่ใช้กันในภาษาด้วย (สุภางค์ จันทวานิช, 2551:147-148)

ลำดับต่อไปจะเป็นการวิเคราห์ความหมายที่เป็นคู่ความสัมพันธ์แบบตรงข้าม ซึ่งถือว่าแนวความคิดของมนุษย์ที่มักจะใช้ในกิจกรรมทางด้านการสื่อสารเสมอๆ โดยเฉพาะในชีวิตประจำวันที่ผู้คนมักจะคุ้นเคยและรู้จักมาเป็นอย่างดี ซึ่งในที่นี้สามารถนำเสนอหลักการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

4.6.2 การวิเคราะห์คู่ความสัมพันธ์แบบตรงข้าม (Birary Opposition)

นอกเหนือไปจากหลักการวิเคราะห์ในข้างต้นแล้ว ยังมีประเด็นที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งก็คือ ความหมายที่ได้จากสัญญะนั้นจะมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นก็ต่อเมื่อถูกนำไปเปรียบเทียบกับสัญญะตัวอื่นที่อยู่ในระบบ แนวความคิดนี้มีความสอดคล้องอย่างมากับที่ ธีรยุทธ บุญมี (2551:94-95) ที่ได้กล่าวถึงความหมายหรือคุณค่าของสัญญะจะมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับสัญญะตัวอื่นๆ เช่น การที่บอกว่าสมชายเป็นคนเรียนเก่ง จึงไม่ได้หมายความว่าสมชายเก่งเสมอไป ต้องนำไปเปรียบเทียบกับคนอื่นๆ ด้วย หรืออย่างกรณี ราคาที่ดินแถวจังหวัดสุพรรณบุรี มีราคาสูงถึงตารางวาละ 1 ล้านบาท อาจจะฟังดูไม่มีความหมายเท่าไหร่ แต่ถ้าบอกว่ามันอยู่ในช่วงภาวะทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2600 ที่ขณะนั้นประเทศไทยกำลังประสบปัญหาค่าเงินเฟ้อจนข้าวแกงมีราคาจานละ 30,000 บาท และเมื่อเป็นดังนั้นราคาที่ดินตารางวาละ 10 ล้านบาท ก็ถือว่าถูกมากเกินไปเสียด้วยซ้ำ ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าการนำเสนอความหมายโดยนำไปเปรียบเทียบจนเห็นคู่ความสัมพันธ์ที่เป็นคุณสมบัติตรงข้ามจะเป็นวิธีการที่สื่อความหมายได้ชัดเจนมากที่สุด หลักการวิเคราะห์ดังกล่าวนี้มักจะถูกนำมาใช้ในการสร้างเรื่องราวในภาพยนตร์ ละคร นิทาน นวนิยาย ฯลฯ ที่ผู้สร้างมักจะเชิดชูตัวละครให้มีลักษณะที่ตรงข้ามกัน เช่น ตัวละครที่เป็นพระเอกให้เป็นคนดี ดูน่าศรัทธา ส่วนผู้ร้ายเป็นคนเลวดูต่ำช้า ส่วนในขณะที่สร้างภาพนางเอกให้เป็นผู้ที่มีความประพฤติดี เรียบร้อย และสร้างตัวอิจฉาให้สร้างให้มีบุคลิกนิสัยที่ตรงข้ามกับนางเอก กล่าวคือ มีความอิจฉาริษยา ปากจัด ฯลฯ ทั้งนี้หากอาศัยแนวความคิดดังกล่าวจะทำให้เห็นภาพของความหมายได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้นดังตัวอย่างที่จะนำเสนอ ต่อไปนี้

แผนภาพที่ 3 ความหมายที่เกิดจากความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้าม

สำหรับการทำความเข้าใจกับความหมายโดยอาศัยวิธีการเปรียบเทียบกับอีกสิ่งหนึ่งที่มีลักษณะตรงข้ามกัน เป็นโครงสร้างวิธีคิดของมนุษย์ที่มักจะมีกรอบคิดเชิงเปรียบเทียบระหว่างคำหรือความหมายตรงข้ามกันอยู่แล้ว ซึ่งวิธีการดังกล่าวนี้ได้ปรากฏให้เห็นจากผลงานการสร้างสรรค์ของมนุษย์เองที่มักจะแสดงออกมาในรูปแบบของศิลปะ วรรณกรรม ละคร ภาพยนตร์ เรื่องเล่า นวนิยาย สื่อพื้นบ้าน ฯลฯ เช่น ในงานภาพยนตร์ถ้าต้องการสร้างให้ผู้ชมเห็นว่าพระเอกเป็นคนดี ชอบช่วยเหลือสังคม ผดุงความยุติธรรม ก็ต้องสร้างผู้ร้ายให้มีบุคลิกที่ตรงข้ามกัน คือ เป็น

คนประพฤติชั่ว มีนิสัยเอาเปรียบสังคม ชอบรังแกผู้ที่อ่อนแอกว่า ฯลฯ ซึ่งลักษณะการนำเนื้อหาแบบนี้จะช่วยให้ความแตกต่างกันอย่างชัดเจน และดูเหมือนเป็นสูตรตายตัวที่ผู้ผลิตงานโทรทัศน์ต่างๆ ได้ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินเรื่องราว ซึ่งก็จะต้องส่งต่อให้กับนักแสดงได้รับรู้ว่าตนเองจะต้องมีบุคลิกอย่างไรเพื่อที่จะทำให้มีสัญญะของการเป็นคนดี-เลว เพื่อมาประกอบสร้างความหมายให้ผู้ชมได้เข้าใจ(นับทอง ทองใบ, 2553: 59)

ลักษณะของการสร้างความหมายจากความสัมพันธ์ของคู่ตรงข้ามจนกลายเป็นความสัมพันธ์ของคู่ขัดแย้ง (Opposition) เป็นปรากฏการณ์ที่อยู่คู่กับโลกมานานจนกลายมาเป็นคู่ของความหมายที่คนทั่วไปก็สามารถรับรู้ได้เป็นอย่างดี การคิดแบบแบบคู่ตรงข้ามหรือขัดแย้งนี้เป็นลักษณะเด่นของมนุษย์มาตั้งแต่โบราณ ขณะเดียวกันมันก็ถูกถ่ายทอดผ่านให้เห็นจากโครงเรื่องของภาพยนตร์ ละคร เรื่องเล่า หรือแม้แต่ในนวนิยายที่มักจะมีขั้วของความขัดแย้งเป็นประเด็นในการนำเสนอเรื่องราวเพื่อให้คนดูได้รับรู้และติดตามชม โดยใช้แนวคิดในเรื่องของฟ้าสูง - แผ่นดินต่ำ, หรือ ทำดีขึ้นสวรรค์ - ทำชั่วลงนรก ซึ่งลักษณะของความหมายที่เกิดจากความสัมพันธ์ของคู่ขัดแย้งนี้อาจจะถูกถ่ายทอดให้เห็นผ่านตัวละครหรือเหตุการณ์ต่างๆ ของเรื่อง อย่างกรณี พระเอกมักจะถูกวางบุคลิกให้เป็นคนดี พูดจามีเหตุมีผล ส่วนผู้ร้ายมักจะมีบุคลิกหรือพฤติกรรมที่ตรงข้ามกันอย่างชัดเจน เช่น มีบุคลิกเป็นคนหยามกระด้าง ไม่ค่อยใช้เหตุผล ชอบความรุนแรงรวมทั้งมีประพฤติกระทำชั่ว ดังนั้นในการสร้างความหมายนี้จึงต้องมีการใส่รหัสทางภาษาเข้าไป เช่น บทพูด เทคนิคการจัดแสง การใช้มุมกล้อง เทคนิคการตัดต่อ และ ฯลฯ (ธีรยุทธ บุญมี, 2551: 107-108)

จากข้อมูลที่กล่าวมาในข้างต้น ช่วยสะท้อนให้เห็นว่าการนิยามความหมายให้กับสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวของมนุษย์ เกิดจากระบบวิธีคิดและคุณสมบัติเฉพาะตัวที่มีอยู่ในตัวของมนุษย์ทุกคน ในลำดับต่อไปจะเน้นไปที่การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง **“ตัวบท”** กับ **“บริบท”** ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการตีความและการรับรู้ความหมายของผู้ใช้สัญญะโดยตรง

4.6.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง “ตัวบท”(Text) กับ “บริบท”(Context)

เป็นการวิเคราะห์สัมพันธบท (Intertextuality) เพื่อให้ผู้อ่านสัญญะมีความเข้าใจในความหมายที่เกิดจากสัญญะมากยิ่งขึ้น การค้นหาความหมายที่ซ่อนเร้นจากตัวบทซึ่งในที่นี้อาจจะเป็นอะไรก็ได้ที่เราต้องการจะศึกษา สิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมากก็คือ การตีความตัวบทภายใต้บริบทนั้นๆ ทั้งนี้เนื่องจากว่าความหมายไม่ได้อยู่ที่ตัวสัญญะเท่านั้น หากแต่ความหมายจะเกิดขึ้นภายใต้บริบทที่สัญญะตัวนั้นๆ ดำรงอยู่ เช่นกรณี ชุมชนทางภาคอีสานของประเทศไทยเมื่อเห็นฝนตกหนักมีเมฆและฟ้าร้อง อาจจะคิดว่าเป็นผลมาจากภูตผี หรือไม่ก็เกิดจากสิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติ ในทางตรงข้ามกับกลุ่มนักวิทยาศาสตร์ที่มองปรากฏการณ์ในลักษณะนี้ว่าเป็นเพียงปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เกิดจากผิวน้ำในมหาสมุทรระเหยกลายเป็นไอน้ำ ควบแน่นเป็นละอองน้ำในอากาศรวมตัวกันเป็นเมฆและเกิดฝนตกลงมาในที่สุด จะเห็นได้ว่าในเรื่องเดียวกันการอ่านตัวบทและการแปลความหมายก็จะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ ฯลฯ ที่แต่ละบุคคล

มีความแตกต่างกันออกไป ดังเช่นที่ชุมชนบนที่สูงที่เป็นแหล่งอาศัยของชาวเขา ผู้ชายวัยรุ่นมักนิยมพกพาวิทยุทรานซิสเตอร์ขนาดใหญ่เพื่อแสดงถึงความโดดเด่น นำสมัย แต่ในขณะที่หนุ่มๆ ในเมืองอาจจะพกพาโทรศัพท์แบบเคลื่อนที่ซึ่งสามารถฟังเพลงผ่านอินเตอร์เน็ตได้ เป็นต้น

สำหรับในประเทศไทยแนวทางการศึกษาวรรณกรรม สื่อ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นโดยอาศัยหลักการอ่านความหมายเชิงสัญญะวิทยาเป็นเครื่องมือในการค้นหาความหมายในระดับโครงสร้างที่อยู่ลึกลงไป ซึ่งมีนักวิชาการแนววัฒนธรรมศึกษาได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยนักวิชาการกลุ่มนี้มองว่า การศึกษาตัวบททุกประเภทไม่ว่าจะเป็นทัศนศิลป์หรือวาทศิลป์ต้องนำตัวบทมาศึกษาในลักษณะของกระบวนการ (Textuality) โดยแนวทางการศึกษาจะต้องผสมผสานเป็นลักษณะของ **“สหวิทยาการ”** ที่ขยายพรมแดนความรู้ไปสู่การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งกับสิ่งที่เป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมของมนุษย์ ซึ่งปัจจุบันมิได้จำกัดอยู่แต่ในแวดวงวรรณกรรมหรือภาษาศาสตร์เท่านั้น หากแต่รวมไปถึงการศึกษางานสร้างสรรค์อื่นๆ อย่างเช่นกรณี ภาพยนตร์ วรรณกรรม ศิลปะ สื่อดิจิตอลสมัยใหม่ รวมถึงสิ่งต่างๆ ที่จัดอยู่ในกระแสของวัฒนธรรมทางสายตา หรือ **“ทัศนวัฒนธรรม”** (Visual Culture) อื่นๆ เช่น ละคร ศิลปะ ภาพถ่าย สถาปัตยกรรม แฟชั่น กิจกรรมทางการตลาด การเมือง-การปกครอง รวมทั้งวัฒนธรรมที่อยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การแต่งกาย การท่องเที่ยว ฯลฯ ทั้งนี้วิธีวิทยาตามแนวทาง **“วัฒนธรรมศึกษา”** (Cultural Studies) จะเป็นสิ่งที่หล่อเลี้ยงและเป็นต้นกำเนิดของสาขาวิชาใหม่ๆ จำนวนมาก เป็นต้นว่าการศึกษาเกี่ยวกับภาพยนตร์ศึกษา (Film Studies) สตรีศึกษา (Women Studies) ทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory) และอื่นๆ (นัทธนัย ประสานนาม, 2551:19-21)

จากข้อมูลที่กล่าวมาในข้างต้น แสดงให้เห็นว่าแนวทางการวิเคราะห์สัญญะนั้นมีแนวทางในการศึกษาค่อนข้างชัดเจน รวมทั้งเป็นศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับศาสตร์สาขาต่างๆมากมาย โดยเฉพาะวัฒนธรรมศึกษาซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่คล้ายกันนั่นก็คือ การเน้นไปที่การวิเคราะห์ตัวบททุกๆ อย่างที่ปรากฏอยู่ในสังคม อย่างไรก็ตามในการวิเคราะห์สัญญะยังมีหลักและวิธีการอื่นๆ ที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งในที่นี้จะได้นำเสนอต่อไปให้เห็น ดังนี้

4.6.4 การวิเคราะห์วากยสัมพันธ์(Syntagmatic)และเชิงกระบวนทัศน์(Paradigmatic)

ลำดับต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์ความหมายโดยจะใช้กรอบความคิดทางด้านภาษาศาสตร์เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจสัญญะ ซึ่งในที่นี้จะขอนำเอาแนวความคิดของนักวิชาการอย่าง กาญจนา แก้วเทพ (2553: 46-49) นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนที่ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับสัญญะมานาน ซึ่งได้สรุปและจำแนกแนวทางการวิเคราะห์สัญญะไว้สองแนวทาง คือ

1.) การวิเคราะห์เชิงวากยสัมพันธ์ หรือที่เรียกว่า Syntagmatic เป็นวิธีการประกอบสัญญะย่อยๆ เข้าด้วยกันตามลำดับขั้นตอน(Sequence) เพื่อให้ได้ความหมายตามที่ต้องการ

ตัวอย่างที่สังเกตได้ง่ายๆ ก็คือ สิ่งที่เราคุ้นเคยอยู่ในชีวิตประจำวันอย่างกรณีเรื่องของภาษาไทยจะมีรหัสหรือโครงสร้างของการประกอบประโยคโดยการนำเอาคำประเภทต่างๆ มาจัดเรียงกันไปตามลำดับขั้นเพื่อให้เป็นประโยคที่สื่อสารกันได้ เช่น

	ประธาน	กริยา	กรรม
ตัวอย่าง	เขา	ตบ	เธอ

ความหมายที่เกิดขึ้นจากการสร้างประโยคดังตัวอย่างข้างต้นนี้ เกิดจากการนำเอาคำย่อยต่างๆ มาผสมผสานหรือจัดเรียงกันไปตามลำดับที่ต้องการจะมีกฎเกณฑ์ทางภาษาเป็นกรอบในการควบคุมที่ค่อนข้างชัดเจน ถ้าในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงลำดับหรือขั้นตอน เช่น อาจจะมีการสลับตำแหน่งของคำหรือรหัสก็จะส่งผลต่อความหมายที่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปดังนี้

	ประธาน	กริยา	กรรม
ตัวอย่าง	เธอ	ตบ	เขา

จากหลักการในข้างต้น ถ้าเราลองไปประยุกต์ใช้ในกรณีที่เป็นคำในภาษาอังกฤษจะมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะหากมีการสลับตำแหน่งหรือลำดับขั้นตอนผิด ความหมายก็จะมีความผิดเพี้ยนไปด้วย เช่น

ตัวอย่าง	d	o	g
	g	o	d

การจัดลำดับสัญญะในข้างต้นนี้ โดยใช้องค์ประกอบย่อยๆ มาจัดเรียงเสียใหม่ความหมายที่ได้ก็จะแตกต่างกันออกไป แนวความคิดดังกล่าวนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือเทียบเคียงกับวงการสื่อสารมวลชนได้ในเรื่องของการจัดเรียงลำดับตอนหรือช่วงเวลา ยกตัวอย่างเช่น การถ่ายทอดรายการโทรทัศน์จะมีลักษณะของการจัดเรียงลำดับตอนหรือเนื้อหาแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับรูปแบบของแต่ละสถานี เช่น บางสถานีจะเอารายการข่าวมาก่อนรายการบันเทิง และถ้าเป็นข่าวก็จะเอาข่าวหนัก หรือข่าวคุณภาพ (Hard News) มาก่อนข่าวเบา (Soft News) เสมอ ทั้งนี้เพื่อจัดลำดับความสำคัญและคุณค่าของข่าวที่นำเสนอ ในทางกลับกันบางสถานีอาจจะเลือกนำเสนอข่าวบันเทิงมาก่อนก็ย่อมแสดงให้เห็นว่าให้ความหมายกับรายการประเภทนี้มากกว่า เช่นเดียวกันกับการจัดโต๊ะในการประชุม ประธานก็มักจะนั่งหัวโต๊ะซึ่งถือว่าเป็นคนสำคัญ ส่วนในลำดับต่อไปก็จะเป็นรองประธานหรือผู้บริหารที่มีความสำคัญรองลงมาซึ่งก็จะต้องนั่งไล่เรียงกันไปจนถึงอันดับสุดท้าย

หรือในกรณีของภาพยนตร์พระเอก-นางเอกจะต้องมีบทบาทหรือเป็นตัวดำเนินเรื่องราวมากกว่าผู้ร้ายหรือตัวละครอื่นๆ (นับทอง ทองใบ, 2553: 60)

จากที่กล่าวมาในข้างต้นจะเห็นว่าความหมายที่เกิดจากการจัดเรียงลำดับหรือช่วงของสัญญะสามารถนำมาใช้สื่อสารเป็นโครงสร้างเชิงประโยค หรือถ้อยคำได้นั้นจะต้องมีเงื่อนไขและกฎเกณฑ์ทางภาษาเป็นตัวควบคุมเพื่อให้สามารถถ่ายทอดความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ผู้อ่านสัญญะจึงจะต้องมีการเรียนรู้เกี่ยวกับรหัสหรือสัญญะย่อยๆ เหล่านั้นควบคู่ไปกับทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ทั้งนี้เพื่อที่จะเข้าใจและใช้สัญญะนั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ฉะนั้นในมุมมองของสัญญะวิทยาแล้วแนวทางการศึกษาเชิงสัญญะจึงไม่ได้ถูกจำกัดแต่เฉพาะแวดวงภาษาศาสตร์เพียงเท่านั้น หากแต่ได้ขยับขยายขอบเขตการศึกษาไปสู่วรรณกรรม นวนิยาย นาฏกรรม แฟชั่น ดนตรี วิถีการดำรงชีวิต ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดนับเป็นทักษะและความสามารถของมนุษย์ที่เกิดจากการใช้สัญญะอย่างเป็นระบบจนทำให้เกิดความหมายที่ทับซ้อนขึ้นมาได้ (ธีรยุทธ บุญมี, 2551: 99)

2.) การวิเคราะห์เชิงกระบวนทัศน์ หรือที่เรียกว่า Paradigmatic เป็นความสัมพันธ์อีกรูปแบบหนึ่งของสัญญะ ซึ่งเกิดจากชุดของสัญญะในชุดหนึ่งที่มีความหมายเหมือนกัน (Set of Sign) โดยที่สัญญะย่อยๆ (Unit) แต่ละตัวอยู่ในกระบวนทัศน์ หรือ Paradigm เดียวกัน ยกตัวอย่างง่ายๆ คือ ชุดอาหารอาหารไทยภาคกลาง จะประกอบไปด้วย ข้าวสวย น้ำพริก ปลาทู และต้มจืด ซึ่งทั้งหมดนี้ต่างแสดงความเป็น อาหารไทยภาคกลาง เป็นต้น

สรุปข้อมูลดังที่กล่าวมาในข้างต้น จะเห็นว่า Paradigmatic จะเป็นเรื่องความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกชุดของกระบวนทัศน์ เช่น การเลือกเมนูอาหารคาว อาหารหวาน และผลไม้ก็จะมีรายการอาหารหลักๆ ของแต่ละประเภทให้เลือกสรรกัน และจะไม่นำมาปะปนกัน เช่น ไม่เอารายการอาหารคาวไปไว้ในรายการอาหารหวาน ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วคนทั่วไปมักจะมีกลไกในการวิเคราะห์ความหมายในลักษณะของกระบวนทัศน์ติดตัวอยู่แล้ว จนอาจจะกลายเป็นการรับรู้ของสังคมกันโดยทั่วไป เช่น ถ้าพูดถึงกระบวนทัศน์ของความเป็น **“ผู้หญิง”** ก็จะต้องทำให้นึกถึงเรื่องเกี่ยวกับความสวยความงาม ความอ่อนโยน ฯลฯ เป็นองค์ประกอบที่แสดงถึงความเป็นผู้หญิง หรือในกรณี ถ้าพูดถึงความทันสมัยในเรื่องการใช้ชีวิต หลายคนอาจจะมองไปที่การได้มีรถยนต์รุ่นใหม่ๆ ขับขี่ อาศัยอยู่คอนโดมิเนียมราคาแพง และต้องใช้โทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนที่สามารถเชื่อมต่อโลกของอินเตอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น

ลำดับต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์ความหมายในอีกลักษณะหนึ่งที่มักจะปรากฏให้เห็นในเชิงสัญญะวิทยา ซึ่งในที่นี้ก็คือ Metaphor และ Metonymy

4.6.5 การวิเคราะห์แบบ Metaphor และ Metonymy

1.) การวิเคราะห์แบบ Metaphor เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายโดยอาศัยความ

สัมพันธ์ระหว่างสัญญะสองตัวที่คล้ายคลึงกันและนำมาถ่ายทอดความหมายด้วยวิธี**"เปรียบเทียบอุปมาอุปมัย"** เพื่อช่วยในการหาความหมายจากรูปธรรมไปสู่นามธรรม ถ้าเป็นในภาษาไทยอาจจะเป็นประโยคหรือวลีที่ทำให้เกิดการก้าวกระโดดจากความหมายหนึ่งไปสู่อีกความหมายหนึ่ง หรือจากภาพหนึ่งไปเป็นอีกภาพหนึ่ง เช่น ประโยคที่บอกว่า ความรักหอมหวานเหมือนดอกกุหลาบ เร็วอย่างกับลิง ดำเป็นตอตะโก สิ่งที่น่าสนใจก็คือ การนิยามความหมายในลักษณะดังกล่าวนี้ถือว่าเป็นการก้าวกระโดดจากความหมายหนึ่งไปยังอีกความหมายหนึ่งนั้น นับเป็นการถ่ายโอนความหมายโดยเลือกเอาสัญญะ 2 ตัวมาวางคู่กัน (Associate) โดยที่สัญญะตัวหนึ่งมีความหมายที่รับรู้กันโดยทั่วไปอยู่แล้ว อีกสัญญะหนึ่งยังไม่รู้ความหมาย แต่เมื่อนำมาเข้าคู่กันแล้วความหมายที่เกิดจากสัญญะตัวแรกก็จะถูกถ่ายโอนมายังสัญญะตัวหลังได้ในทันที เป็นการอ้างอิงระหว่างสัญญะตัวแรกกับสัญญะตัวที่สอง ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจในความหมายนั้นได้ในที่สุด (กาญจนา แก้วเทพ, 2553: 42 และธีรยุทธ บุญมี, 1551: 224)

แผนภาพที่ 4 การเปรียบเทียบความหมายแบบอุปมาอุปมัย

จากประโยคข้างต้นในเรื่องของ Metaphor แสดงให้เห็นว่าการถ่ายโอนความหมายจากสัญญะที่ 1 คือ เทพบุตรนั่นจะต้องมีความหมายในเชิงว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถสูงส่ง เพียบพร้อมไปด้วยคุณสมบัติต่างๆ ที่มีมากกว่าบุคคลธรรมดาทั่วไป ไปสู่สัญญะที่ 2 คือ นักฟุตบอลไทย ดังนั้นเมื่อผู้ถึงประโยคนี้จะสื่อความหมายที่แสดงให้เห็นว่า "นักฟุตบอลไทย"(สัญญะที่ 2) เป็นบุคคลที่มีความสามารถสูงส่ง เก่งกาจ เหมาะสมแก่การยกย่องให้เป็น "เทพบุตร"ซึ่งในที่นี้เป็นสัญญะตัวที่ 1 ที่ผู้พูดต้องการสื่อความหมายให้เห็น ทั้งนี้โดยเอาภาพของความเป็นเทพบุตรมาเข้าจับคู่เพื่อให้สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนและรวดเร็วขึ้น ซึ่งลักษณะการเปรียบเทียบแบบอุปมาอุปมัยนี้จะพบเห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน อย่างคำหรือวลีต่างๆ เช่น ขาวหยิ่งหยวกกล้วย พูดอย่างมะนาวไม่มีน้ำ ทนอย่างกับแรด ดำเป็นตอตะโก เป็นต้น

2.) การวิเคราะห์แบบ Metonymy เป็นลักษณะของการถ่ายทอดความหมายโดยอาศัยความสัมพันธ์ของสัญญะที่เป็นส่วนย่อย (Part) มายืนหรือแสดงแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด (Whole) การสร้างความหมายด้วยวิธีการใช้ส่วนย่อยแทนส่วนใหญ่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป เช่น การนำเอารูปถ้วยกาแฟที่สร้างเป็นภาพกราฟิค(ส่วนย่อย)แทนความหมายของเครื่องดื่ม(ส่วนใหญ่)

หรือในกรณีนำธงชาติมาเป็นตัวแทนความหมายของความรักชาติและความสามัคคี ส่วนในแวดวงการเมืองการสื่อสารแบบ Metonymy ได้ปรากฏให้เห็นอย่างในการรณรงค์หาเสียงที่พรรคการเมืองบางพรรคได้นำเอาภาพถ่ายบุคคลสำคัญอย่างภาพของนายปรีดีย์ พนมยงค์ อดีตนายกรัฐมนตรีของไทยมาใช้เพื่อเป็นภาพที่แสดงความเป็นประชาธิปไตย (พงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ, 2553:35)

ลักษณะของการสื่อความหมายโดยอาศัยวิธีการ Metonymy เป็นการเรียงรูปภาษาที่ใช้เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระสัญญะกับตัวความหมายโดยอาศัยการเกี่ยวเนื่องของรูปทรง สี ตำแหน่งองค์กร ตลอดจนลักษณะทางกายภาพ และ ฯลฯ เช่น กรณีเอาวัตถุมาแทนผู้ใช้หรือสถาบันที่เกี่ยวข้อง ยกตัวอย่างที่ชัดเจน คือ "ตึกไทยคู่ฟ้า" แทนความหมาย **"รัฐบาลไทย"** รองเท้า **"ท็อปบู๊ต"** แทนความหมาย **"ทหาร"** หรือในกรณีการนำเอาสถานที่หรือเหตุการณ์ อย่าง **"เลือดนองธรรมศาสตร์"** แทนความหมายเหตุการ **"6 ตุลาคม"** ก็ปรากฏให้พบเห็นได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ลักษณะการสร้างภาพตัวแทนยังนำเอามาประยุกต์ใช้ในการเรียงภาพถ่ายหรือภาพยนตร์ในลักษณะของเรียงรูปหรือลดรูป - เพิ่มรูป (Visual Metonymy Visual Synecdoch) เช่น การใช้ภาพระยะใกล้ หรือ Clos Up เพื่อให้เห็นบางส่วนหรือเสี้ยวเดียวแทนทั้งหมด ส่วนในงานโฆษณาจะนิยมใช้การตัดภาพบางส่วนเพื่อให้ผู้ชมสามารถเกิดจินตนาการหรือเติมเต็มบางส่วนที่ขาดหายไปด้วยตนเอง ทั้งนี้ทั้งนั้นก็เพื่อเพิ่มความต้องการและความปรารถนาของผู้ซื้อให้เกิดขึ้น ส่วนในงานด้านสื่อสารมวลชนมักจะพบเห็นได้เสมอในสื่อต่างๆ ที่มีการนำเอากราฟิกหรือภาพบางภาพมาใช้เป็นตัวแทนของเรื่องราวทั้งหมด เช่น โปสเตอร์หนัง บัตรเข้าชมคอนเสิร์ต หรือในกรณีที่เป็นงานวรรณกรรมบางประเภทจะนำเอาความคิดของคนชั้นกลางมาเป็นตัวแทนของคนทั้งประเทศก็เคยปรากฏให้เห็น (ธีรยุทธ บุญมี, 2551: 226-228)

ในการทบทวนวรรณกรรมดังที่กล่าวมาข้างต้น นับว่าเป็นเนื้อหาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งกับการทำความเข้าใจถึงประเด็นการวิจัยในครั้งนี้ ขณะเดียวกันก็จะส่งผลให้การมองปรากฏการณ์ในพื้นที่ศึกษามีความลุ่มลึกและชัดเจนมากยิ่งขึ้นต่อไป

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้พยายามสืบค้นเอกสารในเชิงวิชาการที่มีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับประเด็นการวิจัย ซึ่งในที่นี้สามารถนำมาสรุปรวบรวมได้ ดังต่อไปนี้

กนกวรรณ เขม้นงาน (2557:บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ การพัฒนาและประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช และเพื่อประเมินผลการออกแบบบสื่อสิ่งพิมพ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ออกแบบใหม่ โดยใช้กลุ่มสนทนาเก็บข้อมูลผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ร่วมกับการสัมภาษณ์รายบุคคลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก อาทิ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ นักท่องเที่ยว ฯลฯ ผลจากการศึกษา พบว่า 1.) สื่อสิ่งพิมพ์ควรมีการออกแบบใหม่โดยเน้นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ

2.) ควรมีขนาดเล็กกระทัดรัดพกพาสะดวก 3.) มีการจัดวางองค์ประกอบของปกควรเป็นภาพถ่ายวัดพระมหาธาตุวรวิหารเป็นองค์ประกอบหลัก 4.) ขนาดของตัวอักษรควรมีขนาดประมาณ 14-16 Point รูปแบบตัวอักษรของหัวข้อและเนื้อความต้องมีความแตกต่างกัน 5.) การจัดวางภาพถ่ายควรมีรูป แบบที่แปลกใหม่และเปลี่ยนมุมมองของภาพให้ดูแปลกตา และ 6.) ควรเลือกใช้สีที่มีความสดใสและหลากหลาย สะดุดตา เพื่อเพิ่มความน่าสนใจแก่ผู้อ่าน ส่วนการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ พบว่า 1.) ขนาดรูปเล่มกะทัดรัด ตัวอักษรมีความชัดเจนและภาพถ่ายจัดวางได้อย่างเหมาะสมสวยงาม 2.) ด้านความพึงพอใจ พบว่า มีรูปแบบที่สวยงามเหมาะสมกับการอ่าน เลือกใช้สีและกราฟิกที่น่าสนใจแก่ผู้อ่าน 3.) ด้านการสื่อความหมาย พบว่า มีระบบการจัดแบ่งข้อมูลที่เหมาะสม แบ่งแยกประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวได้ชัดเจน ซึ่งข้อค้นพบจากการวิจัยจะส่งผลให้การออกแบบและผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเกิดประสิทธิภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

พงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ และชาญ เดชอัศวนง (2557 : 109-110) ได้ทำวิจัยเรื่อง การนำเสนอภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาความเป็นท้องถิ่นและวิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะเกี่ยวกับภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชน โดยกระบวนการวิจัยได้อาศัยแนวคิดทฤษฎีสัญญะวิทยา (Semiotic) และแนวคิดด้านการท่องเที่ยวมาเป็นกรอบในการศึกษาปรากฏการณ์เชิงลึกเพื่อทำความเข้าใจถึงสินค้าเชิงวัฒนธรรมที่อยู่ภายใต้บริบทของการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ภาพความเป็นท้องถิ่นในสินค้าวัฒนธรรมมีเนื้อหาปรากฏให้เห็น 3 ประการที่สำคัญ คือ 1.) ความเป็นธรรมชาติ ซึ่งมีชีวิตที่ผูกกันกับสายน้ำ การไม่พึ่งพิงเทคโนโลยี และการรักในคุณค่าของต้นไม้เป็นแนวคิดในการสื่อความหมาย 2.) วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม อันประกอบไปความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายและงานหัตถศิลป์ และ 3.) วัฒนธรรมกระแสนิยม โดยมีแนวคิดเกี่ยวกับการนำเอาของเก่ามาสร้างใหม่ และความหลากหลายมานำเสนอไว้ในสินค้า สำหรับวิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะที่แสดงผ่านแนวคิดสำคัญๆ นั้น พบว่ามีรูปแบบอยู่ 3 ประการ คือ 1.) การสื่อสารเชิงกระบวนทัศน์ (Paradigmatic) ที่เกิดจากการใช้ชุดขององค์ประกอบย่อยๆ มาสื่อความหมาย 2.) การใช้สัมพันธบท(Intertextuality) ซึ่งเป็นวิธีการนำเอาร่องรอยของตัวบทเก่ามาสร้างเป็นคุณค่าในความหมายใหม่ และ 3.) การสร้างคู่ตรงข้าม หรือขั้วแห่งแตกต่างมาสร้างเป็นภาพในอุดมคติระหว่างสังคมเมืองกับสังคมท้องถิ่น ทั้งนี้ข้อค้นพบจากการวิจัยทั้งหมดจะช่วยขยายมุมมองและแง่มุมใหม่ๆ เกี่ยวกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่ถูกสะท้อนให้เห็นจากสินค้าท้องถิ่นต่างๆ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะส่งผลให้สามารถพัฒนาต่อยอดเป็นจุดดึงดูดการท่องเที่ยวไทยได้อย่างยั่งยืนต่อไป

พงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ และชาญ เดชอัศวนง(2554 : บทคัดย่อ) ได้ทำวิจัยเรื่อง บทบาทการใช้สื่อพื้นบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดเก้าห้อง อ.บางปลาม้ จ. สุพรรณบุรี

มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทการใช้สื่อพื้นบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และเพื่อแสวงหาแนวทางในการใช้สื่อในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้โดยใช้แนวความคิดทางด้านสัญญะวิทยาและแนวคิดด้านวัฒนธรรมการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า สื่อพื้นบ้านมีเนื้อหาที่เป็นการ แสดงออกถึงคุณค่าความหมายเชิงสัญญะอยู่ 3 ประการ คือ ประการแรก ร่องรอยทางประวัติศาสตร์ อันได้แก่ โบราณสถาน - โบราณวัตถุ เช่น หอดูโจร และตำนานที่สืบทอดกันมา ซึ่งสะท้อนให้เห็นจากเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ของชุมชน ประการที่สอง คือ คุณค่าวัฒนธรรมที่ไม่เปลี่ยนแปลง ได้แก่ วิถีการผลิตแบบดั้งเดิม รวมทั้งสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ และประการสุดท้าย คือคุณค่าทางสังคม ซึ่งถูกถ่ายทอดให้เห็นจากลักษณะความสัมพันธ์ของสองวัฒนธรรมไทย-จีน และการยึดถือจารีตประเพณีที่ดีของสังคมที่มีมาอย่างช้านาน ทั้งหมดคือแนวความคิดที่ปรากฏให้เห็นจากการวิเคราะห์สัญญะในสื่อพื้นบ้าน ส่วนรูปแบบการสื่อความหมายหรือการนำเสนอสัญญะในสื่อพื้นบ้านนั้น พบว่า ใช้การสื่อความหมายโดยนัยเป็นหลัก โดยในการทำความเข้าใจนั้นจะต้องอาศัยการตีความข้อมูลเชิงลึกร่วมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมจึงจะสามารถเข้าใจความหมายได้อย่างถ่องแท้ นอกจากนี้ประเด็นเรื่องของความหมายที่ปรากฏยังพบว่ามีการใช้องค์ประกอบของสัญญะย่อยๆ มาสร้างเป็นความหมายหรือแนวความคิดที่ต้องการจะสื่อสารด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ประเด็นที่น่าสนใจ ก็คือ คุณค่าความหมายต่างๆ ที่เกิดจากสัญญะในสื่อพื้นบ้านแห่งนี้มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยที่สำคัญเป็นอย่างมาก

ปฐมาพร เนตินันทน์ (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) ของดอมินิค ริง และแนวคิดกระบวนการสื่อสารตราสินค้า(Brand Communication Process) เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ผลการศึกษาพบประเด็นที่น่าสนใจคือ พรรคการเมืองทั้งสองพรรคมีขั้นตอนในกระบวนการสื่อสารตราสินค้าสอดคล้องกับแนวความคิดด้านการตลาดและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารตราสินค้าเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันทั้งสองพรรคมีขั้นตอนของการใช้กระบวนการสื่อสารตราสินค้าคล้ายคลึงกัน และเมื่อศึกษาเปรียบเทียบพบว่า ในการนำเอาแนวความคิดการตลาดเพื่อการเมืองมาใช้ พรรคการเมืองได้มีความตระหนักถึงความสำคัญของแนวความคิดการตลาดเพื่อการเมือง และแนวความคิดกระบวนการสื่อสารตราสินค้า แต่พรรคไทยรักไทยจะเน้นกลยุทธ์ในแต่ละกระบวนการมากกว่าพรรคประชาธิปัตย์

ภาวิณี บุริมปรัชญ์ (2551:1) ได้วิจัยเรื่อง การสื่อสารและการมีส่วนร่วมของ

ประชาชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน อ.สามโคก จ.ปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการส่งเสริมและการจัดการการท่องเที่ยว และศึกษาการใช้สื่อต่างๆ รวมทั้งการมีส่วนร่วมของประชาชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า จ.ปทุมธานี มีศักยภาพและความโดดเด่นในเรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นมา และความเก่าแก่ของประวัติศาสตร์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่น่าสนใจ มีความงดงามทางจารีตประเพณี ซึ่งทั้งหมดนับว่าเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันประชาชนในท้องถิ่นก็มีส่วนร่วมกันสร้างความเข้มแข็งในด้านของการท่องเที่ยว ส่งผลให้การท่องเที่ยวในพื้นที่มีความยั่งยืนต่อไป

ทศพร กรกิจ(2551: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง การสร้างความน่าสะพึงกลัวในหนังผีอเมริกัน เกาหลี และไทย โดยใช้แนวการวิเคราะห์ตัวบทจากแผ่นวิดีทัศน์ที่เป็นหนังผีจำนวนทั้งสิ้น 50 เรื่อง ที่ได้เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ในช่วงปี พ.ศ. 2542 - 2551 ผลการวิจัยพบว่า สิ่งที่ทำให้เกิดความน่าสะพรึงกลัวในหนังผีอเมริกัน เกาหลี และไทย นั้นประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบหลักๆ คือ 1) ตัวละครผี โดยในตัวละครผีในหนังอเมริกันมักจะเป็นผีที่เชื่อมโยงกับความเชื่อเรื่องการต่อต้านพระคริสต์ศาสนา ส่วนตัวละครเกาหลีมักจะเป็นผีสาวที่ได้รับอิทธิพลมาจากผีในประเทศญี่ปุ่น สำหรับตัวละครผีไทยจะมีทั้งที่เป็นผีในลักษณะแบบดั้งเดิมแต่ถูกรื้อถอนความหมายและผ่านการตีความใหม่กับผีที่ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมอื่นเข้ามาผสมผสาน 2) รหัสจะแบ่งออกเป็นรหัสทั่วไปและรหัสทางวัฒนธรรมที่มักจะเกี่ยวข้องกับศาสนา ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนวิถีชีวิตของคนในสังคม และ 3) ความสัมพันธ์ของภาพและเสียง ซึ่งภาพยนตร์ทั้งสามชาติมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ทั้งนี้เนื่องจากภาพและเสียงจัดเป็นภาษาสากลที่ไม่ว่าใครดูหรือฟังแล้วก็จะเข้าใจความหมายได้ตรงกัน

จากผลการวิจัยดังที่กล่าวมาในข้างต้น แสดงให้เห็นว่าแนวทางการศึกษาความหมายเกี่ยวกับสัญญะนั้นเป็นประเด็นที่มีความละเอียดอ่อน ลึกซึ้ง และก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าวิธีวิทยาอื่นๆ ในทางสังคมศาสตร์ ขณะเดียวกันก็แนวทางการศึกษาในด้านสัญญะวิทยาก็นับว่าเป็นอีกแนวความคิดหนึ่งที่จะสามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมได้ โดยเฉพาะในเรื่องของอุดมการณ์ที่มนุษย์ที่ได้สร้างและถ่ายทอดผ่านระบบสัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่มีนัยแฝงเร้นให้น่าค้นหาแทบทั้งสิ้น

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจกับเนื้อหาของสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับประเด็นทางสังคมใดบ้าง โดยเฉพาะความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในสื่อซึ่งล้วนแล้วแต่มีนัยความหมายแฝงเร้นไว้ให้ได้ศึกษาแทบทั้งสิ้น และเพื่อให้การดำเนินงานวิจัยเรื่องนี้สามารถตอบโจทย์การวิจัยในประเด็นเรื่องของความหมาย (Meaning) ได้อย่างชัดเจนและมีความลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ขอนำเอาศาสตร์เกี่ยวกับสัญญะมาเป็นวิธีวิทยา(Methodology) ร่วมกับแนวความคิดด้านสื่อมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้

1. แหล่งข้อมูลและพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ เป็นการดำเนินงานภายใต้กรอบทฤษฎีสัญญะวิทยา โดยกระบวนการวิจัยจะให้ความสำคัญอย่างมากกับการวิเคราะห์ตัวบท (Text) ซึ่งในที่นี้ คือ สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สำหรับแหล่งข้อมูลและพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เริ่มมาจากการสำรวจปรากฏการณ์ภาคสนาม (Field Work) เพื่อค้นหาประเด็นด้านบทบาทของสื่อในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นหลัก ในเบื้องต้นผลจากการสำรวจพบว่า จังหวัดสุพรรณบุรีมีหน่วยงานที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากภายในจังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำคัญๆ ปรากฏอยู่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีรูปแบบการใช้สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเฉพาะสื่อที่จัดทำขึ้นล้วนแล้วแต่มีนัยที่มีคุณค่าและเนื้อหาให้ได้ทำความเข้าใจเป็นอย่างยิ่ง มีคุณค่าทางด้านสังคมและวัฒนธรรมให้ได้ตระหนักคิด ทั้งนี้หากจะพิจารณาภายใต้มิติของการสื่อสารปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นก็ถือว่ามีนัยความหมายต่างๆ ที่น่าสนใจในการทำความเข้าใจถึงแก่นแท้ (Core) ที่ฝังอยู่ในสื่อเหล่านั้นว่าแท้ที่จริงแล้วมีสิ่งใดซุกซ่อนอยู่

จากข้อเท็จจริงดังที่กล่าวมาในข้างต้น เมื่อนำมาประมวลและวิเคราะห์เข้าด้วยกันภายใต้กรอบแนวความคิดสัญญะวิทยาและมุมมองด้านสื่อส่งผลให้ผู้วิจัยเกิดมีความสนใจที่จะวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดสุพรรณบุรีโดยผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ และด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงได้ตัดสินใจคัดเลือกพื้นที่ศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง (Selective Sampling) โดยจะศึกษาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรีเพื่อที่จะค้นหาถึงคุณค่าความหมายต่างๆ ของสื่อที่ศึกษาว่าปรากฏให้เห็นเป็นอย่างไร โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวกับเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดสุพรรณบุรี

จากการประมวลปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นภายใต้กรอบแนวความคิดทั้งหมดดังที่กล่าวมา จังหวัดสุพรรณบุรีแห่งนี้จึงถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญกับประเด็นการวิจัยเป็นอย่างมาก และในลำดับต่อไปผู้วิจัยจะขอนำเสนอถึงแหล่งข้อมูลที่จะใช้ในการจัดเก็บดังรายละเอียดต่อไปนี้

2. ประเภทของแหล่งข้อมูล

งานวิจัยเรื่องนี้ มีแหล่งข้อมูลสำคัญที่จะใช้หลักการศึกษาเชิงสัญญะมาทำความเข้าใจ คือ สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยผู้วิจัยได้มุ่งเน้น (Approach) ไปที่กระบวนการวิเคราะห์ **“สื่อ”** ที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง พร้อมกันนี้ได้ศึกษาปรากฏการณ์ในภาคสนามควบคู่ไปกับการวิเคราะห์สัญญะที่ปรากฏให้เห็นจากสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหลัก ทั้งนี้เพื่อมุ่งตอบโจทย์วิจัยในประเด็นเกี่ยวกับเนื้อหาภายในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.1. ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ในงานวิจัยเรื่องนี้ **“สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ”** ถือว่าเป็นข้อมูลหลักที่งานวิจัยเรื่องนี้ได้ให้ความสำคัญในการวิเคราห์เนื้อหาเป็นอย่างมาก สำหรับการคัดเลือกสื่อที่จะนำมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดในการแบ่งประเภทของสื่อจากนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน อย่าง อรุณรัตน์ ชินวรณ์ (2553:21-22) ซึ่งได้แบ่งประเภทของสื่อประชาสัมพันธ์ไว้ 5 ประเภทสำคัญ ๆ ดังนี้

1.) สื่อบุคคล (Personal Media)

2.) สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media)

3.) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media)

4.) สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

5.) สื่อใหม่ (New Media)

จากประเภทของสื่อดังที่กล่าวมาในข้างต้น ผู้วิจัยจะอาศัยแนวคิดทฤษฎีสัญญะวิทยามาเป็นกรอบในการวิเคราะห์สื่อทั้ง 5 ประเภท โดยในเบื้องต้นจะพิจารณาถึงธรรมชาติและคุณสมบัติพื้นฐานของสื่อแต่ละประเภทว่าจะมีรหัสหรือสัญญะแสดงให้เห็นในลักษณะใด

2.2 ข้อมูลด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี

เนื่องจากการวิเคราะห์สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ปรากฏให้เห็นผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรีในครั้งนี้ ค่อนข้างมีความหลาหหลายของหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้นเพื่อให้ครอบคลุมผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการแบ่งประเภทของหน่วยงานดังมีรายละเอียด ดังนี้

1.) หน่วยงานภาคราชการ

2.) หน่วยงานภาครัฐวิสาหกิจ

3.) หน่วยงานภาคเอกชน

2.3 ข้อมูลเอกสาร

สำหรับแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ในที่นี้ถือเป็นแหล่งข้อมูลรองที่จะนำมาใช้ประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การสรุปผลการวิจัยที่มีความชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยได้ศึกษาและสืบค้นถึงแหล่งข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับการวิจัยในทุกๆ ประเด็น เช่น หนังสือ แผ่นพับ โปสเตอร์ และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ อันเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยงเชิงนิเวศ โดยจะใช้เป็นประกอบเป็นแนวทางในการทำความเข้าใจถึงปรากฏการณ์เกี่ยวกับการใช้สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกิดขึ้นในจังหวัดสุพรรณบุรี

2.4 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ในการเก็บข้อมูลเชิงลึกเพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจน ผู้วิจัยได้อาศัยแหล่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง (Stakeholder) กับประเด็นการวิจัย ได้แก่ บุคคลที่เกี่ยวข้องจากภาคส่วนต่างๆ มาพิจารณาประกอบกับข้อมูลจากการลงพื้นที่จริง ทั้งนี้เพื่อที่จะใช้ยืนยันและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาปรากฏการณ์

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สำหรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจะเน้นไปที่การวิเคราะห์ตัวสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เลือกมาเป็นกลุ่มศึกษา ผู้วิจัยจะใช้แนวความคิดเชิงสัญญะวิทยาและแนวคิดทางด้านสื่อมาเป็นกรอบคิด จากนั้นได้ออกแบบเครื่องมือวิจัยสำหรับวิเคราะห์สัญญะ โดยในที่นี้ได้ประยุกต์เอา **“แบบวิเคราะห์สัญญะ”** ที่สร้างขึ้นมาใช้เป็นเครื่องมือในการถอดรหัสความหมายเชิงสัญญะ ขณะเดียวกันผู้วิจัยก็จะทำหน้าที่เป็นเครื่องมือวิจัยไปในขณะเดียวกันด้วย ทั้งนี้เพื่อที่จะตีความหมายที่ได้จากการวิเคราะห์ ซึ่งในประเด็นนี้นับว่ามีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ นิศา ชูโต (2551:132) ที่ได้กล่าวถึงวิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพไว้อย่างน่าสนใจสรุปความได้ว่า การทำวิจัยเชิงคุณภาพการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการที่ดำเนินงานไปพร้อมๆ กัน และนักวิจัยก็คือ **“เครื่องมือวิจัย”** ที่มีความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยขอนำเสนอถึงขั้นตอนสำคัญๆ ในการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

3.1.1. รวบรวมเอกสาร วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาใช้เป็นฐานคิดในการวางโครงสร้าง (Structure) เพื่อเป็นแนวทางการวิเคราะห์สัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

3.1.2. ออกแบบและสร้างเครื่องมือวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบและพัฒนา **“แบบวิเคราะห์สัญญะ”** ขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือการวิจัยโดยอาศัยแนวความคิดเชิงสัญญะวิทยาของโรล็อง บาร์ตส์ (1915-1980) มาประยุกต์ใช้ในการสร้างแบบวิเคราะห์สัญญะ ดังต่อไปนี้

1.) แบบวิเคราะห์องค์ประกอบของสัญญะ ซึ่งประกอบไปด้วย สัญญะ (Sign) รูปสัญญะ (Signifier) และความหมายของสัญญะ (Signified)

2.) แบบวิเคราะห์ความหมายโดยตรง (Denotative Meaning) และความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) โดยในที่นี้จะพิจารณาตีความหมายภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวและแนวความคิดสังคมสมัยใหม่ เท่านั้น

3.) แบบวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Relation) เป็นการพิจารณาจากคู่ความสัมพันธ์แบบตรงข้าม (Birary Opposition) แบบวากยสัมพันธ์ (Syntagmatic) และแบบเชิงกระบวนทัศน์ (Paradigmatic) รวมทั้งการวิเคราะห์ Metaphor และ Metonymy สำหรับการวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะนั้นจะอยู่ในกรอบประเด็นคำถามที่ว่าเนื้อหาและรูปแบบของสื่อมีลักษณะเป็นอย่างไร

3.1.3. บันทึกและจัดเก็บข้อมูลที่ได้จากสังเกตร่วมกับการตรวจสอบผลการวิเคราะห์สินค้าวัฒนธรรมโดยเทียบเคียงกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่างๆ พร้อมกันนี้ได้บันทึกภาพถ่ายประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นจะนำผลการวิเคราะห์มาประมวลเข้าด้วยกัน

3.1.4. สรุปผลการวิเคราะห์และทำการลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ออกเป็นประเด็นต่างๆ เพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นกลุ่มเป็นก้อน โดยพยายามเฟ้นหาจุดเน้น (Approach) อันที่จะทำให้นำไปสู่การตอบโจทย์วิจัยให้ได้ลุ่มลึกมากที่สุด

3.2 ข้อมูลหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ในเบื้องต้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อค้นหาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ปรากฏในแต่ละหน่วยงาน โดยในเบื้องต้นได้มุ่งเน้นไปที่หน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท เขตภาคกลาง หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ รวมทั้งภาคเอกชนต่างๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรีที่มีความเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในของจังหวัด

3.3 ข้อมูลประเภทเอกสาร

ในการเก็บรวมรวมข้อมูลประเภทเอกสาร ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และจัดเก็บข้อมูลไปในขณะเดียวกัน ซึ่งในเบื้องต้นได้สำรวจเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ โปสเตอร์ เว็บไซต์ และสื่อประชาสัมพันธ์อื่นๆ รวมทั้งข่าวและข้อมูลจากนักสือพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับประเด็นการวิจัยทั้งหมด สำหรับการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจะใช้ทฤษฎีสัญญะวิทยาแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมาใช้เป็นกรอบคิกแบบกว้างๆ ในการทำความเข้าใจถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น จากนั้นจะบันทึกข้อมูลทั้งหมดโดยแยกออกเป็นประเด็นๆ เพื่อให้ง่ายต่อการประกอบวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

3.4 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคล

การวิจัยเรื่องนี้ จะใช้การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ “**บุคคลหลัก”** (Key Informance) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย ได้แก่ผู้นำองค์กรและบุคคลที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยจะใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อหลักๆ ที่จะใช้เป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบกว้างๆ ไว้ก่อนล่วงหน้า ส่วนลักษณะคำถามจะเป็นแบบปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาส

ให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้สนทนาแลกเปลี่ยนกับผู้วิจัยได้อย่างเป็นธรรมชาติ โดยคำถามที่จะใช้ในการซักถามนั้นผู้วิจัยได้คำนึงถึงโจทย์วิจัยเป็นหลัก ขณะเดียวกันก็จะมีการปรับแนวคำถามให้มีลุ่มลึกและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่วิจัยมากขึ้น นอกจากนี้ยังใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมด้วยเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในชุมชน

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น นับเป็นวิธีดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลในการทำงานวิจัยครั้งนี้ ในลำดับต่อไปจะขอกล่าวถึงการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นเด็นที่มีความสำคัญอย่างมากในการทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากงานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้หลักการเชิงทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยผลการสรุปจะแสดงให้เห็นถึงความชัดเจนของข้อมูลอันเกิดจากความสัมพันธ์และเชื่อมโยงของประเด็นที่ศึกษาต่างๆ ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยสามารถแยกแยะให้เห็นได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1. หลังจากที่เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะนำกลับมาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในทันที โดยทำการเชื่อมโยงและตรวจสอบความสัมพันธ์กับประเด็นคำถามการวิจัย

4.2 การวิเคราะห์สัญญะที่ปรากฏผ่านให้เห็นจากสื่อนั้น ผู้วิจัยได้ใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มาทำความเข้าใจกับตัวสื่อที่เลือกมาเป็นกลุ่มศึกษา ซึ่งได้เน้นไปที่การวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะโดยใช้การสังเกตมาเป็นเครื่องมือในการอ่านและตีความข้อมูล อันได้แก่ ตัวหมาย (Signifier) กับตัวหมายถึง (Signified) นอกจากนั้นยังได้ใช้หลักการทางสัญญะวิทยามาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ความหมายในเชิงลึกเพื่อค้นหาคุณค่าและเนื้อหาต่อไป

4.3 ตัวเนื้อหาของความหมายหรือข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมานำมาสรุปแจกแจงพร้อมกับจำแนกออกเป็นประเด็นต่างๆ โดยข้อมูลจากการวิเคราะห์จะต้องสามารถตอบโจทย์ของการวิจัยได้อย่างครอบคลุม โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าและความหมายต่างๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์สัญญะ

4.4 ข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเรื่องนี้ จะตั้งอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดทางด้านการสื่อสารเป็นหลัก และจะถูกนำมาสรุปเชื่อมโยงกับปรากฏการณ์ทางสังคมทั้งในมิติทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และ ฯลฯ ซึ่งผู้วิจัยจะพรรณนาให้เห็นถึงความหมายของสัญญะเหล่านั้นว่ามีคุณค่าทางสังคมอย่างไรซ่อนอยู่และมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไร โดยจะต้องนำมาสรุปและเชื่อมโยงกับวรรณกรรม งานวิจัย ตลอดจนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่างๆ จากนั้นจึงนำมาพัฒนาเป็นข้อสรุปของการวิจัยในลักษณะการเขียนสรุปแบบ **“อุปนัย” (Inductive)** หรือ อีกนัยหนึ่ง ก็คือการปะติดปะต่อเรื่องราวต่างๆ เข้าด้วยกันจนเป็นหัวข้อหรือประเด็นหลัก นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ตรวจสอบความถูกต้องและแม่นยำของข้อมูลโดยทำการเทียบเคียงกับผลการวิจัยในงานลักษณะอื่นๆ ที่มี

ความใกล้เคียงกัน ขณะเดียวกันหากยังพบว่ามีประเด็นใดที่ยังไม่สมบูรณ์และไม่ชัดเจนผู้วิจัยจะย้อนกลับไปเก็บข้อมูลใหม่เป็นระยะๆ สุดท้ายจะนำข้อสรุปทั้งหมดมานำเสนอในรูปแบบของการเขียนบรรยายหรือพรรณนาเป็นหลัก

5 การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลในงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกประเภท (Categories) เนื้อหาออกเป็นหมวดหมู่และประเด็นต่างๆ พร้อมกับนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์(Analytical Description) ซึ่งเป็นการบรรยายและอรรถาธิบายให้เห็นลักษณะของการตีความและแปลความหมายในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นโดยมีการจำแนกหมวดหมู่อย่างเป็นระบบ และพร้อมกันนี้ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่นำเสนอโดยทำการเชื่อมโยงกับแนวความคิดความที่เกี่ยวข้องต่างๆ อาทิ การสื่อสารเชิงสัญญะ แนวคิดเกี่ยวกับสื่อ ฯลฯ รวมทั้งข้อค้นพบที่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดแบ่งเนื้อหาที่สำคัญๆ ดังนี้

บทที่ 4 เป็นการนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเริ่มตั้งแต่ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของสถานการณ์การใช้สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งทั้งหมดถือเป็นประเด็นในการวิเคราะห์ความหมายทั้งสิ้น การแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเน้นไปที่เนื้อหาของสัญญะที่ปรากฏใน **“สื่อ”** เป็นหลัก ร่วมกับการนำเสนอข้อมูลจากการสังเกตแบบวิเคราะห์สัญญะที่ได้จัดทำขึ้น โดยจะใช้การนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในลักษณะของตารางประกอบคำบรรยายเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของความหมายและสัญญะต่างๆ ที่ได้ทำการวิเคราะห์

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการทำในการทำวิจัย ในบทนี้จะเป็นการนำเอาความคิดทั้งหมดที่ได้จากการศึกษามาประมวลผลการวิจัยเข้าด้วยกัน โดยเนื้อหาที่ได้จากข้อสรุปนั้นผู้วิจัยจะนำมาเทียบเคียงและเชื่อมโยงกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นทฤษฎี ผลงานวิจัย หนังสื่อ ตลอดจนความคิดความเชื่อและค่านิยมทางสังคมต่างๆ ทั้งในมิติของการสื่อสารและมุมมองทางด้านการท่องเที่ยว

จากการข้อมูลดังที่กล่าวมาทั้งหมด จัดเป็นการแสดงให้เห็นถึงเนื้อหาและขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัยเรื่องนี้ตั้งแต่แรกจนกระทั่งถึงผลสรุปการวิจัย

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การรายงานผลการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผลของการวิเคราะห์สัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยได้ใช้การพรรณนาข้อมูลร่วมกับการนำเสนอผลการวิเคราะห์สัญญะในรูปแบบของตารางการวิเคราะห์ความหมายที่ได้จัดทำขึ้น ในการนี้ผู้วิจัยจะขอจัดแบ่งเนื้อหาที่สำคัญ ออกเป็นตอนๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตอนที่ 3 สรุปเนื้อหา/คุณค่าความหมายในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตอนที่ 4 วิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะของสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ตอนที่ 1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี

การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเชิงสัญญะ นับว่าเป็นประเด็นหลักของการดำเนินการวิจัยในเรื่องนี้ ในเบื้องต้นนี้จะขอนำเสนอปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี ต่อไปนี้

1.1. จังหวัดสุพรรณบุรีในบทบาทของเวทีการท่องเที่ยวไทย

จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นเมืองที่มีที่ตั้งอยู่ใกล้กับกรุงเทพฯ เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ ทั้งทางด้านศิลปะวัฒนธรรมและความสวยงามทางธรรมชาติ ในแต่ละปีจะมีผู้คนจากที่ต่างๆ เดินทางมาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวที่กระจายตัวอยู่ภายในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง สมกับดังคำขวัญที่ว่า **“เมืองยุทธหัตถี วรรณคดีขึ้นชื่อ เลื่องลือพระเครื่อง รุ่งเรืองเกษตรกรรม สูงล้ำประวัติศาสตร์ แหล่งปราชญ์ศิลปิน ภาษาถิ่นชวนฟัง”** ด้วยเหตุนี้เองการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีจึงมักจะถูกหยิบยกจากรัฐบาลมาแทบทุกสมัยให้เป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในเขตภาคกลางที่อยู่ใกล้กับกรุงเทพฯ มาโดยตลอด และในปี 2558 ประเทศไทยจัดรณรงค์ให้มี **“ท่องเที่ยววิถีไทย”** ขึ้น โดยจังหวัดสุพรรณบุรีนับเป็นหนึ่งใน 19 จังหวัดภาคกลางที่มีเอกลักษณ์ทางด้านวิถีชีวิตเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวได้อย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะชีวิตริมสองฝั่งคลองหรือริมน้ำที่มีบ้านเรือนของผู้คนอาศัยอยู่อย่างพึ่งพิงกับธรรมชาติ นับเป็นเสน่ห์ทางประเพณีวัฒนธรรมที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีสินค้าที่ระลึก (OTOP) ที่ดี เด่น และดังของจังหวัดเป็นเหมือนฑูตทางวัฒรธรรมที่คอยสร้างสีสันให้กับผู้มาเยือนเสมอ เช่น ขนมไทยต่างๆ ที่มีความละเอียดประณีตเหมาะแก่การซื้อหาไปฝากครอบครัวและบุคคลทั่วไป

แผนภาพที่ 5 ตราสัญลักษณ์จังหวัดสุพรรณบุรี

สำหรับการจัดโครงการรณรงค์เพื่อให้คนเดินทางมาเที่ยวจังหวัดสุรรณบุรีนั้น ในเบื้องต้นพบว่า ส่วนใหญ่รัฐบาลโดยหน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท) จะเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานจัดงาน โดยร่วมกับองค์กรภาคเอกชนรวมทั้งสถานประกอบการต่างๆ พร้อมใจกันจัดงาน ซึ่งก็มีหลากหลายรูปแบบทั้งจัดขึ้นที่จังหวัดเองกับที่ส่วนกลาง เช่น กรุงเทพฯ

1.2. การใช้สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่า การท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีค่อนข้างมีความหลากหลาย ขณะเดียวกันก็มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ อยู่เป็นจำนวนมากที่กระจัดกระจายไปยังเขตพื้นที่ของจังหวัด แต่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งมีรูปแบบที่มีความเกี่ยวข้องกับความเป็นธรรมชาติและวิถีชีวิตนั้น ในเบื้องต้นพบว่ามีจำนวนที่ไม่มากนัก ซึ่งส่วนใหญ่จะปรากฏขึ้นโดยมีลักษณะที่สอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเชิงนิเวศ เช่น บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติ ศูนย์พันธุ์พืชเพาะเลี้ยง ตลาดเก่า ฯลฯ ทั้งนี้ผู้ที่ทำหน้าที่ในการจัดทำสื่อนั้นจะมีด้วยกันใน 3 ลักษณะ คือ

1.) หน่วยงานภาคราชการ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เป็นราชการ

2.) หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทั้งในส่วนกลางและในเขตพื้นที่ภาคกลาง

3.) หน่วยงานเอกชน ในที่นี้ได้แก่ สถานประกอบการต่างๆ เช่น ห้างร้าน สถานบริการและ ฯลฯ ที่ดำเนินธุรกิจในจังหวัดสุพรรณบุรี

สำหรับรูปแบบของสื่อที่ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากการลงพื้นที่พบว่า มีลักษณะที่หลากหลายขึ้นอยู่กับแหล่งท่องเที่ยวหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะเป็นผู้ดำเนินการในการจัดทำ ซึ่งมีสื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา (Cutout) วิทยุ สื่ออิเลกทรอนิกส์ต่างๆ รวมทั้งสื่อบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่รู้จักในระดับท้องถิ่นและประเทศ ทั้งนี้เนื้อหาส่วนใหญ่มักจะชูประเด็นหรือจุดขายที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ อย่างตรงไปตรงมา เช่นกาณี การใช้ภาพถ่ายของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ มานำเสนอในลักษณะเชิญชวนให้คนเดินทางมาท่องเที่ยว และมักจะลงท้ายด้วยการแสดงตราสัญลักษณ์ของหน่วยงานนั้น ทั้งนี้ก็เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่พบเห็นได้จดจำ

จากข้อมูลที่กล่าวมาในข้างต้นทั้งหมด นับเป็นการนำเสนอให้เห็นถึงบริบทของสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้ถูกจัดทำขึ้นจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ภายในจังหวัดสุพรรณบุรี ลำดับต่อไปจะขอนำเสนอผลการวิเคราะห์สื่อ ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญต่อประเด็นการวิจัยเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นระบบความหมายที่มีความซับซ้อนและละเอียดอ่อน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จะนำเสนอในลำดับต่อไปนี้ ผู้วิจัยได้อาศัยแบบวิเคราะห์ที่ได้ออกแบบและพัฒนาขึ้นโดยอาศัยแนวความคิดสัญญะวิทยา มาเป็นกรอบในการตีความข้อมูลซึ่งอยู่ในรูปของสัญญะ ในเบื้องต้นได้ใช้แบบวิเคราะห์องค์ประกอบของสัญญะ (Sign) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างรูปสัญญะ (Signifier) และความหมายของสัญญะ (Signified) โดยกระบวนการวิเคราะห์ดังกล่าวจะใช้หลักการวิเคราะห์ความหมายโดยตรง(Denotative Meaning) และความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) มาเป็นวิธีในการตีความ (Interpretation) สัญญะต่างๆ จากนั้นจะสรุปความหมายที่ได้ออกเป็นประเด็นๆ พร้อมกับสรุปและรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบการพรรณนาตามประเภทของสื่อที่ได้วิเคราะห์

1. สื่อบุคคล

สื่อบุคคลนับเป็นสื่อพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยผลจากการศึกษาปรากฏการณ์ในพื้นที่ พบว่า สื่อบุคคลที่เป็นที่รู้จักและมีบทบาทสำคัญนั้นจะเป็นนักการเมืองและผู้บริหารสำคัญๆ ที่อยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งในที่นี้สามารถนำเสนอให้เห็นได้ ดังนี้

1.1 นายบรรหาร ศิลปอาชา

แผนภาพที่ 6 ภาพถ่ายนายบรรหาร ศิลปอาชา อดีตนายกรัฐมนตรีประเทศไทย

นายบรรหาร ศิลปอาชา จัดเป็นสื่อบุคคลที่ค่อนข้างมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ทั้งที่เป็นเชิงนิเวศและทั่วไป โดยบทบาทของนายบรรหารจัดอยู่ในกลุ่มบุคคลที่มีชื่อเสียง(นักการเมือง)ซึ่งนับได้ว่าเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปเป็นอย่างดี เนื่องจากในอดีตเคยเป็นผู้ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย(นายกรัฐมนตรีคนที่ 21) มาแล้ว และเป็นเคยเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดสุพรรณบุรีมาอย่างยาวนานถึง 11 สมัย ถือเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงและบุคคลสำคัญระดับชาติ ซึ่งปัจจุบันนายบรรหารยังเป็นหัวหน้าพรรคชาติไทยพัฒนาอยู่ อีกทั้งยังมีเครือข่ายการเมืองในระดับท้องถิ่นอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ในการทำกิจกรรมใดๆ ทางการเมืองหรือในส่วนของภาคราชการของนายบรรหารมักเป็นที่สนใจของคนทั่วไป รวมกระทั่งในแวดวงสื่อสารมวลชนก็มักจะเป็นข่าวปรากฏอยู่เสมอๆ ดังเช่นในกรณีการได้รับเชิญไปเปิดงานการกุศลหรือร่วมเป็นเกียรติในงานต่างๆ ก็จะมีผู้คนให้ความสนใจและมักจะเป็นประเด็นในการรับรู้ของคนทั่วไปเป็นจำนวนมาก

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สัญญะนายบรรหาร ศิลปอาชา

รูปสัญญะ(Sign)	ตัวหมาย(Signifier)	ตัวหมายถึง(Signified)
	- นายบรรหาร ศิลปอาชา	- นักการเมืองที่ประสบความสำเร็จ มีคนนับหน้าถือตาสูง - เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นผู้มีอำนาจ - สามารถสร้างศรัทธาให้คนคล้อยตามได้
	- นายกรัฐมนตรีคนที่ 21	- มีความเก่งกล้า และเป็นผู้มีเกียรติสูงสุด เป็นผู้มีอำนาจ คนในสังคมนับหน้าถือตา
	- การปรากฏตัวในงานต่างๆ หรือในสื่อต่างๆ	- ถือเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือหน่วยงานนั้นๆ ไปโดยปริยาย
	- การพูดหรือริเริ่มโครงการต่างๆ	- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะขานรับ นับเป็นการกลจักรสำคัญที่จะทำให้งานสำเร็จ
	- การลงพื้นที่ต่างๆ	- แสดงถึงความจริงจัง มุมานะ ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรรคต่างๆ

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า นายบรรหาร ศิลปอาชา เป็นบุคคลที่ทรงอิทพลซึ่งสามารถสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นได้ เป็นสื่อบุคคลที่ใช้เรียกร้องความสนใจจากสังคมได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเคยดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีและตำแหน่งสำคัญๆ ทางการเมืองมาอย่างต่อเนื่อง ส่ง

ผลให้ภาพลักษณ์ของนายบรรหารเป็นที่ประจักษ์ของคนในสังคมทั่วไป ด้วยเหตุนี้งานหรือโครงการต่างๆ ที่มีนายบรรหารเข้ามาเกี่ยวข้องมักจะได้รับความสนใจจากคนในสังคม จึงนับเป็นสื่อได้อย่างหนึ่งที่เหมือนเป็นตัวกลางในการสื่อสารข้อมูลเพื่อสร้างการรับรู้ที่ดีให้เกิดขึ้น ทั้งนี้โดยอาศัยกลไกของบุคคลที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จเป็นเวทีในการกระจายข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ โดยเฉพาะหากหน่วยงานใดประสงค์ที่จะประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ก็มักจะเรียนเชิญนายบรรหารเข้าร่วมเป็นประธานหรือกิจกรรมนั้นๆ ซึ่งก็มักจะได้รับความสนใจและความร่วมมือจากหน่วยงานและบุคคลทั่วไปเป็นอย่างดี เนื่องจากภาพนายบรรหารเหมือนเป็นผู้มีอำนาจบารมี(คนต้องเกรงใจ) ดังจะพบเห็นได้จากเมื่อทางจังหวัดมีงานหรือประเพณีสำคัญๆ มักจะเรียนเชิญนายบรรหารมาร่วมเป็นประธานเปิดอยู่เสมอ ขณะเดียวกันในด้านของสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ในเนื้อหาก็จะมีภาพถ่ายและข้อความที่เป็นข่าวสารความเคลื่อนไหวของนายบรรหารปรากฏอยู่ด้วยเสมอๆ โดยเฉพาะคนในพื้นที่จะมีความคุ้นเคยเป็นอย่างดี

แผนภาพที่ 7 ภาพถ่ายนายบุญชู จันทร์สุวรรณ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี

1.2 นายบุญชู จันทร์สุวรรณ

สื่อบุคคลที่เป็นคนสำคัญอีกคนหนึ่ง คือ นายบุญชู จันทร์สุวรรณ มีตำแหน่งเป็นนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสุพรรณบุรี (อบจ.) คนปัจจุบัน ซึ่งบุคคลท่านนี้นับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมากในด้านการบริหารงานราชการเงินงบประมาณแผ่นดิน เนื่องจากตามบทบาทหน้าที่แล้วเป็นผู้บริหารของหน่วยงานราชการที่ดูแลรับผิดชอบโครงการต่าง ๆ ที่เป็นโครงสร้างการบริหารงานแผ่นดิน ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นงานด้านการศึกษา การท่องเที่ยว การกีฬา รวมทั้งภารกิจด้านการเสริมสร้างและพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยเน้นไปที่การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เกิดความสมดุล ซึ่งมีกิจกรรมดด้านการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์อย่างหนึ่งของจังหวัด โดยเฉพาะการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างเช่นกรณีบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติฯ ที่นายบุญชูและ อบจ. ได้พยายามอนุรักษ์ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความหลากหลายทางพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ท่านผู้นี้ยังดำเนินการจัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำและทรัพยากรทางธรรมชาติในจังหวัดสุพรรณบุรีอีกมากมาย

ในการทำหน้าที่จากภารกิจตามบทบาทหน้าที่ นับว่านายบุญชู จันทร์สุวรรณ เป็นสื่อบุคคลที่ได้ทำหน้าที่ทูตการท่องเที่ยวไปในตัวด้วย เนื่องจากได้มีส่วนผลักดันให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัด

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สัญญะนายบุญชู จันทร์สุวรรณ

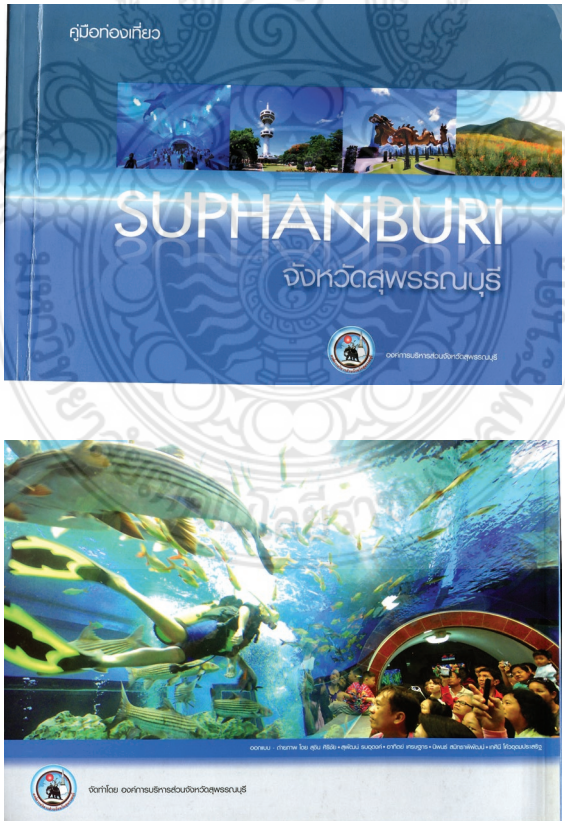
รูปสัญญะ(Sign)	ตัวหมาย(Signifier)	ตัวหมายถึง(Signified)
	- นายบุญชู จันทร์สุวรรณ	- นักการเมืองท้องถิ่นที่เป็นที่รู้จักของคน - เป็นผู้บริหาร อบจ. มีบทบาทสำคัญ
	- นักการเมืองที่มีชื่อเสียง	- เป็นผู้มีเกียรติประวัติสูงส่ง และเป็นผู้ที่มีคนนับหน้าถือตา
	- การปรากฏตัวในงานต่าง ๆ หรือในสื่อต่าง ๆ	- ถือเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือหน่วยงานนั้น ๆ ไปโดยปริยาย
	- นักบริหารท้องถิ่น	- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะให้ความร่วมมือร่วมใจในการปฏิบัติหน้าที่
	- การลงพื้นที่ต่าง ๆ	- แสดงถึงความจริงจัง มุมานะ ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรรคต่าง ๆ

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า นายบุญชู จันทร์สุวรรณ เป็นนักการเมืองระดับท้องถิ่นที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการสานต่อโครงการต่างๆ เนื่องจากเป็นนายก อบจ. สุพรรณบุรี ซึ่งโดยตำแหน่งแล้วต้องทำหน้าที่ผลักดันและบริหารงานในหน้าที่ให้สำเร็จลุล่วง นายบุญชูมักปรากฏตัวในงานสำคัญต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และมักจะได้รับเกียรติให้เป็นประธานเปิดงานที่ทางท้องถิ่นได้จัดให้มีขึ้น ซึ่งก็เป็นที่คุ้นเคยของคนในท้องถิ่นเป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เป็นที่รู้จักของคนในสังคมเสมอมา อีกทั้งในการปฏิบัติหน้าที่ทั้งในราชการและส่วนตัวจึงเป็นที่สนใจหรืออยู่ใน **“กระแสสังคม”** ของสื่ออยู่เสมอๆ โดยเฉพาะสื่อท้องถิ่นเองก็มักจะนำเสนอข่าวสารของนายบุญชูอย่างสม่ำเสมอ ฉนั้นในที่นี้นายบุญชู จันทร์สุวรรณ จึงเปรียมเสมือนสื่อบุคคลที่ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยว

2. สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์นับได้ว่ามีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากการศึกษาพบว่า มีข้อมูลที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเนื้อหาที่เกิดจากความหมายเชิงสัญญะจากตัวสื่อมีรูปแบบที่หลากหลาย ซึ่งในที่นี้สามารถนำเสนอให้เห็นได้ ดังนี้

2.1 หนังสือคู่มือท่องเที่ยว



แผนภาพที่ 8 คู่มือท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

หนังสือคู่มือท่องเที่ยว คือสื่อสิ่งพิมพ์ที่ค่อนข้างมีความโดดเด่นเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถบรรจุเนื้อหาข้อมูลที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรีได้เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะภาพถ่ายที่แสดงให้เห็นสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นั้น พบว่า มีความสวยงามประณีต ออกแบบและจัดพิมพ์ขึ้นด้วยกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ พร้อมลงรายละเอียดข้อความที่สั้นกระทัดรัดเป็นประโยชน์ต่อการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป โดยตัวเล่มถูกจัดพิมพ์ด้วยระบบสี่สีบนกระดาษอาร์ตมัน ทำให้ดูมีสีสันที่สะดุดตา น่าอ่าน เหมาะสมแก่การให้รายละเอียดในการค้นหาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งทางผู้จัดทำได้แบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนๆ เพื่อง่ายต่อการค้นหา

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สัญญะหนังสือคู่มือท่องเที่ยว

รูปสัญญะ(Sign)	ตัวหมาย(Signifier)	ตัวหมายถึง(Signified)
	- ภาพทุ่งนาสีเขียวขจี	- ความเป็นธรรมชาติ ความสมบูรณ์พูลผล เป็นพื้นที่ที่เป็นอู่ข้าวอู่น้ำ
	- ภาพแม่น้ำที่ล้อมรอบเรือนไทยโบราณ	- ความร่มรื่นและวิถีชีวิตที่ใกล้ชิดธรรมชาติ
	- ภาพคนให้อาหารกระบือ	- วิถีชีวิตที่ดั้งเดิมเก่าแก่ของคนท้องถิ่น - ความเอื้ออาทรระหว่างคนกับสัตว์ - เสน่ห์ในวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์
	- ภาพคนกำลังมองดูสัตว์น้ำอาศัยอยู่อย่างหลากหลาย	- ความสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกันของสรรพชีวิต - มาเที่ยวที่นี้แล้วได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติหรือธรรมชาติอยู่แค่เอื้อม
	- ภาพฝูงปลาและสัตว์น้ำที่อยู่รวมกัน	- ระบบนิเวศทางน้ำที่เป็นธรรมชาติ - ความสวยงามของโลกใต้น้ำ
	- ภาพทุ่งดอกไม้ที่กว้างใหญ่	- ความงดงามและสีสันที่ยิ่งใหญ่ - ความน่าจดจำ
	- ภาพกราฟิกโทนสีเขียว	- โยงถึงความร่มรื่น และธรรมชาติ
	- ตัวอักษรแบบไม่มีหัวและดูไม่แข็งกระด้าง	- รู้สึกผ่อนคลาย สบายๆ บรรยากาศที่ไม่เป็นทางการมากนัก

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า รูปสัญญะที่ปรากฏให้เห็นจากคู่มือท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี นั้น มีจุดเน้นไปที่ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ ดังจะพบเห็นได้จากภาพทุ่งนาสีเขียว ภาพบ้านทรงไทยที่ถูกล้อมรอบด้วยแม่น้ำและความร่มรื่นของต้นไม้ ดอกไม้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นไทยหรือวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นที่อาศัยใกล้ชิดกับธรรมชาติรอบๆ ตัว ส่วนภาพสัตว์ที่เป็นกระบือแล้วมีคนเลี้ยงเอาอาหารไปให้กิน แสดงถึงชีวิตที่มีความโอบอ้อมอารีของคนไทยที่มักจะมีสัตว์เลี้ยงไว้ใช้งานเสมอ สื่อถึงความผูกพันระหว่างคนกับสัตว์ได้เป็นอย่างดี ส่วนความหมายที่สื่อถึงระบบนิเวศใต้น้ำ ก็คือ ภาพใต้น้ำที่เต็มไปด้วยสัตว์น้ำนานาชนิดอาศัยอยู่รวมกัน มองดูแล้วเป็นความสวยงามได้อย่างหนึ่ง ซึ่งทั้งหมดที่ปรากฏให้เห็นนั้น นักท่องเที่ยวที่สนใจจะมาเที่ยวชมสามารถเดินทางมาชมได้อย่างในระยะใกล้ชิด ทั้งนี้โดยมีภาพผู้คนที่กำลังยืนมองดูเป็นตัวหมายที่บ่งบอกถึงการสัมผัสกับธรรมชาติได้อย่างใกล้ชิด

สำหรับในส่วนของการใช้ภาพและการออกแบบคู่มือท่องเที่ยวนั้น พบว่า ผู้ผลิตมีกระบวนการจัดทำที่สวยงาม เน้นการใช้ภาพถ่ายจริงที่ผ่านการจัดวางมุมกล้อง แสงเงา ฯลฯ มาเป็นอย่างดี ในขณะที่การใช้ตัวอักษร(Font) และกราฟิกต่างๆ เช่น โทนสี ก็ล้วนแล้วแต่มีความสอดคล้องกับแนวคิดของหนังสือที่ต้องการสื่อสารข้อมูลด้านความเป็นธรรมชาติ ซึ่งในที่นี้จะเห็นว่ามีการใช้โทนสีเขียวเป็นภาพพื้นของหนังสือ

2.2 วารสารเที่ยวภาคกลาง

วารสารเที่ยวภาคกลางนับเป็นสื่อสิ่งพิมพ์อีกประเภทหนึ่งที่ถือได้ว่าเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทรงคุณค่าต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีประสิทธิภาพในการใช้เผยแพร่ข้อมูลและข่าวสารได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นฉบับเดือนมกราคม-มีนาคม 2558 จัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แผนภาพที่ 9 วารสารเที่ยวภาคกลาง ฉบับเดือนมกราคม-มีนาคม 2558

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สัญญะวารสารท่องเที่ยว

รูปสัญญะ(Sign)	ตัวหมาย(Signifier)	ตัวหมายถึง(Signified)
	- ภาพชาวนาปลูกข้าว	- วิถีแห่งการทำการเกษตร - ชีวิตที่ต้องพึ่งพาตนเองและธรรมชาติ
	- ภาพคนให้อาหารกระบือ	- วิถีชีวิตที่เรียบง่าย - การเป็นสังคมเกษตรกรรม - ความเอื้ออาทรระหว่างคนกับสัตว์
	- ภาพสวนพืชและผักในแปลงที่มีหลากหลายชนิด	- ความสมบูรณ์ของวิถีท้องถิ่น - วิถีแห่งธรรมชาติไม่ฟุ้มเฟื้อ - ความหลากหลายของพันธุ์พืช
	- ภาพกราฟิกโทนสีเขียว	- โยงถึงความร่มรื่น และธรรมชาติ
	- ข้อความ“เกษตร สุพรรณ”	- ตอบย้ำว่าเมืองสุพรรณบุรีโดดเด่นด้านการทำการเกษตร(ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์)
	- ตัวอักษรแบบไม่มีหัวและดูไม่แข็งกระด้าง	- รู้สึกผ่อนคลาย สบายๆ บรรยากาศที่ไม่เป็นทางการมากนัก
	- หัวข้อที่บอกชื่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	- บอกถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่เด่นๆ เพื่อชักชวนให้คนเดินทางมาท่องเที่ยว
	- ชื่อและตราสัญลักษณ์	- บอกกล่าวว่าใครเป็นผู้รับผิดชอบงาน

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า รูปสัญญะที่ปรากฏจากตัวหมายต่างๆ ในวารสารท่องเที่ยว นั้น ส่วนใหญ่จะมีภาพถ่ายต้นไม้ ผัก และพืชสวนสำคัญๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเจริญสมบูรณ์ของสภาพแวดล้อมในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีซึ่งมีภูมิอากาศดีเหมาะแก่การเพาะปลูก โดยเฉพาะภาพชาวนากำลังดำนาปลูกข้าวเป็นการสื่อถึงการเป็น **“อู่ข้าวอู่น้ำ”** ส่วนภาพคนที่กำลังให้อาหารกระบือได้บ่งบอกถึงการดำรงชีวิตที่ต้องอาศัยการพึ่งพาสัตว์แทนการใช้เครื่องจักรกล ทำให้สื่อถึงการดำเนินชีวิตอยู่แบบพึ่งพิงธรรมชาติไม่ฟุ้มเฟื้อ

สำหรับในส่วนของการใช้ภาพและการใช้ข้อความนั้น พบว่า ผู้ผลิตมีกระบวนการสื่อสารโดยใช้ภาพจริงเป็นหลัก และเน้นการใช้สีของกราฟิกเป็นสีเขียวเพื่อตอกย้ำให้เห็นถึงความเป็นธรรมชาติ ซึ่งก็สอดคล้องกันเป็นอย่างมาก

3. สื่ออิเลกทรอนิกส์

สื่ออิเลกทรอนิกส์นับเป็นสื่ออีกประเภทหนึ่งที่หน่วยงานในจังหวัดสุพรรณบุรีได้นำมาใช้เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวภายในจังหวัด มีเนื้อหาที่โดดเด่นน่าสนใจ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

3.1 เว็บไซต์สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรรบุรี

รูปแบบการใช้สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี การประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์จัดได้ว่ามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากต่อการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เชิญชวนให้คนเดินทางมาสัมผัส โดยเฉพาะเว็บไซต์ของสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรรบุรี (www.suphan.biz) ซึ่งภายในมีเนื้อหาที่เป็นภาพถ่ายและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก มีการออกแบบและจัดทำอย่างสวยงามและน่าสนใจ

แผนภาพที่ 10 หน้าเว็บไซต์สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์สัญญะเว็บไซต์สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

รูปสัญญะ(Sign)	ตัวหมาย(Signifier)	ตัวหมายถึง(Signified)
	- ภาพทุ่งกระเจียว	- ความสวยงามของดอกไม้(ธรรมชาติ) - บรรยากาศที่ชวนให้มาท่องเที่ยว
	- ภาพทุ่งทานตะวันและภาพดอกไม้นานาชนิด	- ความงดงามของธรรมชาติ - สีสันที่เต็มไปด้วยความสุข - ความหลากหลายของเหล่าแมกไม้
	- ภาพครอบครัวเดินเล่นในสวนดอกไม้ ใบหน้ายิ้มแย้ม	- ช่วงเวลาของความสุขที่ได้มาสัมผัส - การสัมผัสกับความงดงามของสถานที่ - สุพรรณบุรีเป็นดินแดนที่สวยงามและน่าอยู่ น่าเที่ยว ฯลฯ
	- กราฟิกที่ใช้โทนสีเขียวและสีสบายๆตา	- สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ - สื่อถึงบรรยากาศที่ดูอบอุ่น เย็นตา
	- ข้อความที่แสดงรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	- การให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว - การเชื้อเชิญให้คนอยากมาท่องเที่ยว
	- ตราสัญลักษณ์ของผู้จัดทำ	- เน้นชื่อเสียงเพื่อให้สังคมได้รู้จัก - บอกให้รู้ว่าใครเป็นผู้สร้างสรรค์ผลงาน

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ความหมายที่เกิดจากตัวหมายหรือรูปสัญญะในเว็บไซต์ อันประกอบไปด้วยภาพทุ่งกระเจียว สวนไม้ดอกไม้ประดับที่มีสีสันสวยงาม ฯลฯ นั้นเป็นการแสดงออกให้เห็นถึงความรื่นรมณ์สดใส ซึ่งเต็มไปด้วยบรรยากาศแห่งการเดินทางมาท่องเที่ยวและพักผ่อนหรือใช้ชีวิต ณ ดินแดงแห่งนี้ (สุพรรณบุรี) ทั้งนี้โดยมีภาพถ่ายจากดอกไม้นานาชนิดเป็นตัวหมายที่บ่งบอกถึงความงดงาม ในขณะที่กราฟิกซึ่งได้ถูกออกแบบโดยใช้โทนสีเขียวที่แสดงออกหมายความเป็นธรรมชาติมาช่วยส่งเสริมความหมายให้มีความชัดเจนขึ้น ดูแล้วให้ความรู้สึกที่สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่นเดียวกับการใช้ข้อความตัวอักษรที่มีลักษณะไม่เป็นทางการเกินไปมาสื่อความหมายที่ให้บรรยากาศแบบผ่อนคลายเป็นกันเอง

การสร้างความหมายดังที่กล่าวมาในข้างต้น นับเป็นส่วนหนึ่งของสื่ออิเลกทรอนิกส์ที่ปรากฏให้เห็นในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งนับได้ว่ามีคุณค่าความหมายที่พยายามได้เชิญชวนให้คนมาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนี้

3.2 เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี

การเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีผ่านอินเตอร์เน็ตจัดได้ว่ามีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยว อีกทั้งโดยธรรมชาติของตัวสื่อยังสามารถนำเสนอข้อมูลที่เป็นภาพถ่ายและกราฟิกได้เป็นอย่างดี ดูแล้วให้บรรยากาศของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี(www.tatsuphan.net) ที่ได้ออกแบบและผลิตขึ้นด้วยความประณีต ดูน่าเชื่อถือ ภานในเนื้อหามีการใช้ภาพถ่ายจริงของแหล่งท่องเที่ยวมานำเสนอพร้อมกับข้อความรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เพื่ออำนวยประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม การเดินทาง แหล่งซื้อของฝากก็มีให้บริการ

แผนภาพที่ 11 หน้าเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์สัญญะเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี

รูปสัญญะ(Sign)	ตัวหมาย(Signifier)	ตัวหมายถึง(Signified)
	- ภาพแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	- สถานที่ท่องเที่ยวที่เด่นๆ และสำคัญ - ความงดงามของถานที่ท่องเที่ยว
	- ภาพนักท่องเที่ยวเดินชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	- เป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว - ความนิยมชมชอบของผู้คนที่มาเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในสุพรรณบุรี
	- กราฟิกที่ใช้โทนสีเขียวและสีสบายๆตา	- สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ - สื่อถึงบรรยากาศที่ดูอบอุ่น เย็น ร่มรื่น
	- ภาพเป็ดว่ายน้ำที่หน้าบ้านทรงไทย	- ความผูกพันระหว่างคนกับสัตว์ - วิถีชีวิตในชนบทไทยที่ดูเรียบง่าย
	- ภาพคนที่กางเต้นนอนในป่าที่สมบูรณ์	- ผืนป่าที่ยังคงอุดมสมบูรณ์อยู่มาก - นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับธรรมชาติได้อย่างใกล้ชิดมากๆ
	- ภาพวิวทิวทัศน์มุมสูง	- ธรรมชาติที่งดงาม และน้อยคนที่จะเข้ามาสัมผัสบรรยากาศแบบนี้ได้
	- ภาพวิถีชีวิตชาวเขา	- ความเป็นชนบทที่ปกคลุมไปด้วยแหล่งธรรมชาติบนพื้นที่สูง(คนกับป่า)
	- ภาพต้นไม้ขนาดใหญ่	- ความยืนยาวของทรัพยากรทางธรรมชาติ
	- ภาพรถยนต์ที่จอดตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	- ความเจริญทางคมนาคมภายในจังหวัด - ชีวิตที่สะดวกสบาย และรวดเร็ว
	- ภาพสรรพสัตว์ต่างๆ เช่น ผีเสื้อ นก ฯลฯ	- ความสมบูรณ์ของระบบนิเวศทางธรรมชาติ
	- ข้อความที่แสดงรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	- การให้บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว - การเชื้อเชิญให้คนอยากมาท่องเที่ยว

จากตารางแสดงสัญญะในเว็บไซต์ข้างต้น บ่งชี้ให้เห็นว่าสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ปรากฏในเว็บไซต์นั้น ได้พยายามสื่อถึงความโดดเด่นและสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีธรรมชาติเป็นจุดขายหรือดึงดูดการท่องเที่ยว อาทิ ภาพความงดงามของบ้านทรงไทยริมน้ำ ภาพนักท่องเที่ยวที่บึงฉวาก รวมทั้งภาพบบรรยากาศพระอาทิตย์กำลังตกดินที่เกิดขึ้นที่อุทยานแห่งชาติพุเตย ภาพถ่ายต่างๆ เหล่านี้นับเป็นตัวหมายสำคัญที่สื่อถึงการเป็นดินแดนที่สวยงาม เต็มไปด้วยความร่มรื่น(บนพื้นที่สูง) เหมาะแก่การเดินทางมาใช้ชีวิตท่องเที่ยวและพักผ่อนกับครอบครัว เพื่อนๆ เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสีสันแห่งความสดชื่นที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติซึ่งปราศจากขยะและมลพิษล้วนแล้วแต่เป็นตัวหมายที่แสดงถึงความร่มเย็นน่าอยู่ของเมืองสุพรรณบุรีได้เป็นอย่างดี ส่วนภาพสัตว์ต่างๆ ที่อยู่อาศัยอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวนั้นบอกถึงความเป็นธรรมชาติที่เต็มไปด้วยความสมบูรณ์ของระบบนิเวศแห่งนี้เช่นกัน ในขณะที่ภาพท้องทะเลของหมอกซึ่งอยู่บนที่สูงเป็นตัวหมายที่สื่อถึงชุมชนบนพื้นที่สูงตระหง่าน(ห่างไกลตัวเมือง) เป็นดินแดนที่น้อยคนนักที่จะมาสัมผัสได้

ส่วนภาพที่แสดงออกถึงการเป็นพื้นที่ที่มีความเจริญทางด้านเส้นเศรษฐกิจและคมนาคม ก็คือ ภาพรถยนต์เก๋งที่ขึ้นไปจอดถึงบริเวณพื้นที่พักแรมซึ่งอยู่บนพื้นที่สูงบ่งชี้ถึงความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนี้ เนื่องจากมีถนนสำหรับให้รถวิ่ง(ไม่ทุรกันดาร) โดยอาจทำให้มองได้ว่านักท่องเที่ยวสามารถเดินทางแบบไปเช้า-กลับเย็นได้ หรือนัยหนึ่งเป็นการบอกกล่าวว่าสุพรรณบุรีเป็นดินแดนที่เต็มไปด้วยความธรรมชาติที่หายาก แต่ก็ไม่ได้อยู่ไกลเกินที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาได้ ดังนั้นความหมายต่างๆ ที่ปรากฏในสื่อดังที่กล่าวมานี้ จึงประกอบขึ้นมาในลักษณะเชิญชวนและสร้างความเชื่อมั่นว่าสุพรรณบุรีเป็นดินแดนที่น่าเดินทางมาสัมผัส โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติ(บนที่สูง)และวิถีชีวิตของผู้คนต่างถิ่น

จากข้อมูลดังที่กล่าวมา นับว่าเป็นการถอดรหัสความหมายจากเว็บไซต์ ซึ่งส่งผลให้เกิดการรับรู้ข้อมูลที่เป็นความหมายแฝงได้เป็นอย่างดี

4. สื่อเฉพาะกิจ

การเผยแพร่เนื้อหาด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจนับเป็นอีกบทบาทหนึ่งที่มีส่วนช่วยให้การประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น มีรูปแบบที่ค่อนข้างหลากหลายและน่าสนใจ ซึ่งสามารถแจ้งข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อเฉพาะกิจต่างๆ ที่ได้ถูกจัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อสารข้อมูลที่เป็นกิจกรรมหรืองานที่ทางจังหวัดจัดทำขึ้นในช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ ทั้งนี้จะขอนำเสนอการวิเคราะห์สัญญะของสื่อเฉพาะกิจดังตารางต่อไปนี้

4.1 ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่

ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่นับเป็นสื่ออีกเฉพาะกิจอีกประเภทหนึ่งที่ค่อนข้างได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวและผู้ที่สนใจทั่วไป โดยเนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารข้อมูลในลักษณะบอกกล่าวหรือแจ้งเตือนเกี่ยวกับการจัดงานต่างๆ ที่หน่วยงานในจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นผู้จัดขึ้นมีการสร้างจุดเน้นโดยการใช้ภาพถ่ายขนาดใหญ่กับข้อความที่มีดีแดงเพื่อดึงดูดสายตาของคน ในการออกแบบมีความสะดุดตาแก่ผู้พบเห็นเป็นอย่างมาก

แผนภาพที่ 12 ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์สัญญะเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี

รูปสัญญะ(Sign)	ตัวหมาย(Signifier)	ตัวหมายถึง(Signified)
	- ภาพทุ่งดอกไม้สีสันสวยงาม	- ความยิ่งใหญ่ที่น่าตื่นตาตื่นใจ - ความงดงามที่น่าประทับใจ
	- “เชิญเที่ยวชม”	- การเชิญชวนให้มาท่องเที่ยว
	- ตราสัญลักษณ์หน่วยงานที่ร่วมจัดงาน	- การบอกกล่าวให้สังคมรู้ว่ามีหน่วยงานที่รับผิดชอบ(การประชาสัมพันธ์)
	- “สวนสวรรค์สุพรรณฯ”	- ย้ำให้เห็นถึงสถานที่จัดงาน ว่าอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรี

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า เนื้อหาที่ปรากฏให้เห็นในสื่อป้ายโฆษณาได้พยายามสื่อถึงภาพความยิ่งใหญ่ของทุ่งดอกไม้(กระเจียว) ที่ดูกว้างใหญ่ไฟศาล สีสันของตัวดอกไม้แสดงถึงความงดงามของธรรมชาติ ทำให้ความรู้สึกอยากไปเที่ยว มีการใช้ภาพในระยะใกล้เพื่อดึงดูดให้ผู้คนสนใจ และเมื่อมองดูโดยรวมทำให้สื่อถึงดินแดนที่เต็มไปด้วยธรรมชาติของดอกไม้ เหมาะแก่การเกินทางมาเที่ยวชมและสัมผัสกับความงดงามที่จังหวัดสุพรรณบุรี โดยเฉพาะตัวหมายที่เป็นข้อความขนาดใหญ่ที่พิมพ์ชื่อของแหล่งท่องเที่ยวพร้อมกับระบุวันที่จัดงานนับได้ว่าเป็นการช่วยตอกย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ว่าคือสถานที่ไหน อีกด้วยว่าจะมีงานเกิดขึ้นเมื่อใดและที่ไหน

ส่วนข้อมูลสำคัญที่เป็นตราสัญลักษณ์ (Logo) ของหน่วยงานราชการต่างๆ เป็นย้ำเตือนให้ผู้ที่รับสื่อประเภทนี้รู้ว่าใครเป็นคณะผู้จัดทำงานในครั้งนี้บ้าง โดยตราสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ปรากฏอยู่ในส่วนท้ายนั้นนับเป็นการประสัมพันธ์ให้กับสังคมได้รับรู้ไปในตัว ทั้งนี้เนื่องจากสัญลักษณ์เหล่านั้นคือตัวแทนของหน่วยงานราชการ นั่นเอง

สำหรับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศลำดับต่อไป ผู้วิจัยจะขอนำเอาแผนที่ท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้ถือเป็นสื่อเฉพาะกิจอีกประเภทหนึ่งที่น่าสนใจ

4.2 แผนที่ท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 13 แผนที่ท่องเที่ยว

แผนที่ท่องเที่ยวที่ได้ถูกจัดทำขึ้นนี้ มีสถานประกอบการหรือห้างร้านเป็นผู้สนับสนุนเงินทุนงบประมาณในการออกแบบและจัดทำ ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้บอกตำแหน่งของสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ ภายในตัวจังหวัดสุพรรณบุรีให้กับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวชมยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้ได้รับรู้กันโดยทั่วไป ตัวแผนที่นี้มีขนาดที่เล็กกระทัดรัดพกพาได้สะดวก ซึ่งภายในประกอบไปด้วยภาพถ่ายและข้อมูลสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด มีการออกแบบโดยนำเอากราฟิกมาใช้สร้างสรรค์ผลงานทำให้ผู้อ่านเกิดความน่าสนใจในการมอง

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์สัญญะแผนที่ท่องเที่ยว

รูปสัญญะ(Sign)	ตัวหมาย(Signifier)	ตัวหมายถึง(Signified)
	- ภาพแหล่งท่องเที่ยวที่เด่นและสำคัญ	- ความหลากหลาย - ความโดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์ - แหล่งวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า
	- ใช้การ์ตูนแทนของจริง	- การสร้างความดึงดูดใจให้ผู้อ่าน - ความน่ารักดูผ่อนคลายไม่เป็นทางการไป
	- ตราสัญลักษณ์ของร้านค้าหรือ Logo	- การประชาสัมพันธ์องค์กร - การเน้นย้ำถึงตราสินค้า(Brand)
	- ข้อความรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ	- ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่มีประโยชน์
	- กราฟิกโทนสีเขียว	- ดูเป็นธรรมชาติให้ความรู้สึกผ่อนคลาย
	- ภาพสินค้าต่างๆ	- เป็นการแฝงการโฆษณาร้านค้าไปในตัว
	- ขนาดเล็กกระทัดรัด	- สะดวกแก่การพกพาติดตัวไปในที่ต่างๆ

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า สัญญะที่ปรากฏให้เห็นจากแผนที่ท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้จัดได้ว่าเป็นสื่อเฉพาะกิจประเภทหนึ่งที่มีบทบาทต่อการใช้บอกข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีองค์ประกอบหลักอยู่ที่ภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ พร้อมกับข้อความกำกับถือเป็นตัวหมายที่สื่อถึงความโดดเด่นและสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ที่มีอยู่อย่างหลากหลาย แสดงถึงความมั่งคั่งของแหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนมาก โดยเฉพาะหากสถานที่ใดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็จะมีการ

ใช้กราฟิกโทนสีเขียวเพื่อสื่อถึงความร่มรื่น ดูสบายตาเป็นภาพพื้น ส่วนการรับรู้ความหมายรอง คือ ตัวหมายที่เป็นตรายี่ห้อ(Brand) ที่ได้แสดงอยู่ในส่วนปกหน้า-หลัง นัยหนึ่งก็เพื่อสื่อความหมายไปยังนักท่องเที่ยวเพื่อการโฆษณาร้านให้ได้รับรู้ ส่วนขนาดของสื่อที่มีลักษณะเล็กกระทัดรัดมีนัยถึงความสะดวกสบายในการพกพา(เหมาะแก่พกติดตัวสำหรับเดินทาง)และตราสัญลักษณ์เปรียบเสมือนตัวแทนหน่วยงานหรือร้านค้า ดังนั้นเมื่อพบเห็นตราสัญลักษณ์ก็เท่ากับว่าลูกค้าได้สัมผัสกับร้านค้า

จากข้อมูลดังที่กล่าวในข้างต้น นับเป็นการถอดรหัสความหมายเชิงสัญญะในสื่อเฉพาะกิจ ลำดับต่อไปจะขอนำเสนอผลการวิเคราะห์สัญญะในสื่อใหม่ ดังมีรายละเอียดที่สำคัญ ๆ ต่อไปนี้

5. สื่อใหม่

ปรากฏการณ์ของสื่อใหม่ นับเป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างมากต่อสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในที่นี้ผู้วิจัยสามารถแยกแยะเนื้อหาที่เกี่ยวข้องได้ ดังนี้

5.1 โปรแกรมผ่านอุปกรณ์การสื่อสารเคลื่อนที่(Mobile Application)

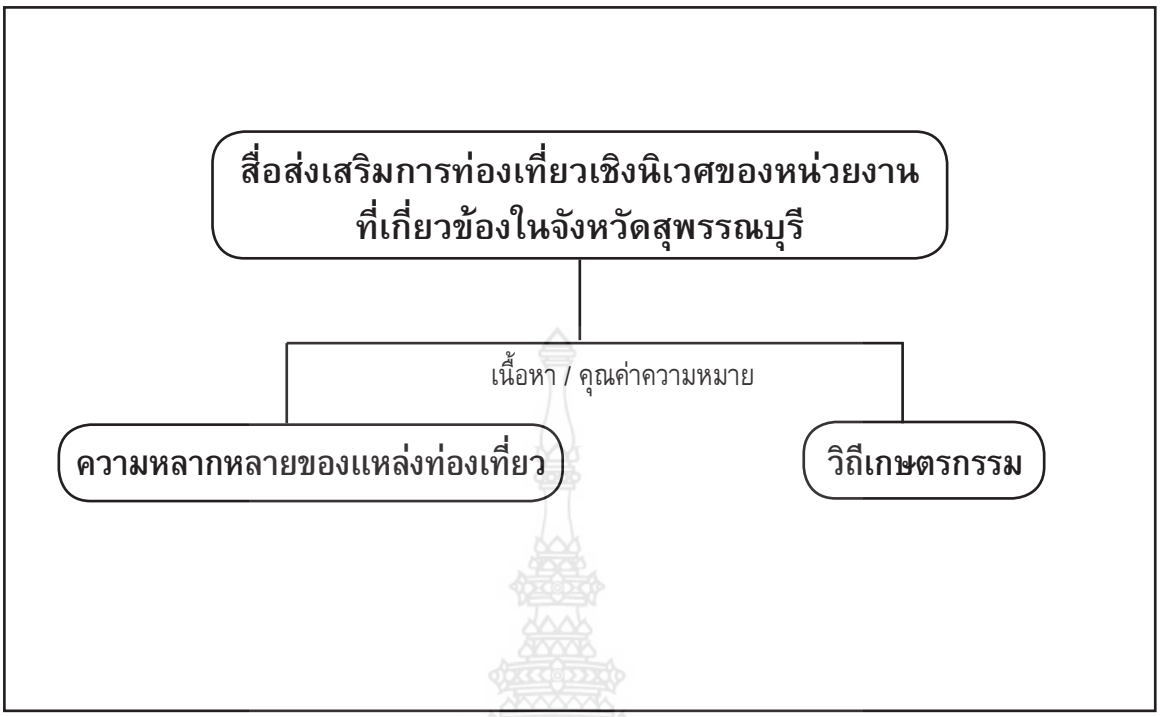
จากการเจริญเติบโตของการสื่อสารผ่านเครือข่ายข้อมูลออนไลน์ในปัจจุบัน ส่งผลให้มีสื่อใหม่(New Media) เกิดขึ้นมากมาย โดยหนึ่งในหลาย ๆ สื่อใหม่ ก็คือ การใช้โปรแกรมผ่านอุปกรณ์การสื่อสารเคลื่อนที่ หรือ **“ซอฟต์แวร์แอฟพลิเคชั่น”** ซึ่งเป็นโปรแกรมการสื่อสารรูปแบบหนึ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้งานบนโทรศัพท์มือถือหรือแทบเล็ต ส่งผลให้การติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นไปด้วยความรวดเร็วทั้งภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหว และเสียง ทั้งนี้ซอฟต์แวร์แอฟพลิเคชั่นที่ทางจังหวัดสุพรรณบุรีได้จัดทำขึ้นนี้มีชื่อว่า Suphanburi สร้างขึ้นด้วยจุดประสงค์หลักเพื่อประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ เนื้อหาภายในประกอบไปด้วยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในเชิงการท่องเที่ยว เช่น แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก ฯลฯ

แผนภาพที่ 14 โปรแกรมผ่านอุปกรณ์การสื่อสารเคลื่อนที่

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์สัญญะโปรแกรมผ่านอุปกรณ์การสื่อสารเคลื่อนที่

รูปสัญญะ(Sign)	ตัวหมาย(Signifier)	ตัวหมายถึง(Signified)
	- ภาพพื้นหญ้าสีเขียวที่ใช้เป็นภาพพื้น	- ความเขียวขจี ร่มรื่น สบายตา - ความเป็นธรรมชาติ
	- ภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	- ความหลากหลาย - ความเด่น ความสำคัญของสถานที่นั้นๆ
	- ภาพอินโฟรกราฟิก	- การสร้างความดึงดูดใจให้ผู้อ่าน - ง่ายต่อความเข้าใจ จดจำได้ง่าย
	- ตราสัญลักษณ์ของร้านค้าหรือ Logo	- การประชาสัมพันธ์องค์กร - การเน้นย้ำถึงตราสินค้า(Brand)
	- ข้อความรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ	- ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่มีประโยชน์
	- กราฟิกโทนสีเขียว	- ดูเป็นธรรมชาติให้ความรู้สึกผ่อนคลาย
	- การใช้งานที่เน้นการโต้ตอบ (Interactive) และสร้างชุมชนออนไลน์	- ดูแปลกใหม่ กำลังเป็นที่นิยมในสังคม - ความทันสมัย - วัฒนธรรมการสื่อสารของคนยุคใหม่

จากตารางการวิเคราะห์สัญญะโปรแกรมผ่านอุปกรณ์การสื่อสารเคลื่อนที่ แสดงให้เห็นว่า การใช้แอฟพริเคชั่นผ่านเครือข่ายอุปกรณ์การสื่อสารเคลื่อนที่ได้สื่อให้เห็นถึงความทันสมัย เป็นไปตามสังคมโลกที่เน้นเทคโนโลยีทางด้านการสื่อสาร นับเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารที่อยู่บนพื้นฐานของเทคโนโลยีทางด้านดิจิตอล ตัวหมายที่สื่อถึงความเป็นสมัยใหม่ ในที่นี้ คือ ลักษณะการใช้งานซึ่งโดยปกติแล้วต้องผ่านโทรศัพท์มือถือ(Mobile Phone) ที่รองรับระบบการทำงานของโปรแกรม(ส่วนใหญ่มีราคาแพง) ในขณะที่การออกแบบมีการใช้ภาพอินโฟรกราฟิก(Infographics) ทำให้ดูมีความทันสมัยขึ้น สามารถสร้างการจดจำที่ดีให้เกิดขึ้นได้เมื่อมองดู โดยเฉพาะช่วยแบ่งแยกประเภทของเนื้อหาต่างๆ ได้อย่างชัดเจน โดยโทนสีเขียวเป็นตัวหมายที่สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ ซึ่งก็สอดคล้องกับแนวความคิดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มักจะเน้นการออกแบบและใช้ภาพที่มีความเป็นธรรมชาติเป็นตัวสื่อสารกับผู้ชม



แผนภาพที่ 15 เนื้อหาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 3 สรุปเนื้อหา/คุณค่าความหมายในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากกระบวนการวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เลือกมาเป็นกลุ่มศึกษานั้น ทำให้เกิดข้อค้นพบที่กลายเป็นประเด็นที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเนื้อหาหรือคุณค่าที่ได้แฝงเร้นอยู่ในสื่อแต่ละประเภทนั้นได้สะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดของการท่องเที่ยวที่ได้ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นประเด็นให้น่าขบคิดและติดตามเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อ ลำดับต่อไปผู้วิจัยจะรวบรวมและสรุปเนื้อหาทั้งหมดออกเป็นประเด็นๆ โดยจะใช้การพรรณนาข้อมูลเพื่อให้เห็นข้อเท็จจริงที่ถูกค้นพบ ทั้งนี้จะมุ่งตอบโจทย์วิจัยที่ว่า เนื้อหาในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับประเด็นอะไรบ้าง ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว

ในการวิเคราะห์สัญญะที่ได้ดำเนินการในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า **“ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว”** คือ เนื้อหาหรือประเด็นหลักที่ได้ถูกค้นพบจากการ ถอดรหัสความหมายเชิงสัญญะในตัวสื่อ โดยมีองค์ประกอบสำคัญๆ หลายประการด้วยกันที่ได้สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว อาทิ ภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งทั้งหมดถูกนำเสนอไว้ในรูปแบบของการสื่อสารที่เน้นการรับรู้จากการมอง หรือ Visual Communication ดังจะพบเห็นจากตัวภาพถ่ายที่สวยงาม ประณีต และมีความโดดเด่นเป็นพิเศษ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ได้กระจายไปยังอำเภอต่างๆ ในจังหวัด

จากความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนมาก พร้อมทั้งได้ถูกนำเสนอไว้ในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทต่างๆ ย่อมแสดงให้เห็นว่าพื้นที่ในจังหวัดสุพรรณบุรีเต็มไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีความสวยงาม และเหมาะสมกับการเดินทางมาสัมผัสและใช้ชีวิตท่องเที่ยวหรือพักผ่อนในวันที่ว่างเว้นจากการงาน ดังนั้น ภาพที่ปรากฏจึงต้องดูมีความหลากหลาย ทั้งนี้เพื่อสื่อให้ผู้คนทั่วไปตลอดจนนักท่องเที่ยวได้รับรู้ว่าจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นดินแดนที่มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่มากมายหลายประเภทซึ่งได้กระจัดกระจายตัวอยู่ตามพื้นที่สำคัญๆ ของจังหวัด ขณะเดียวกันในแต่ละแห่งก็มีความสวยงามและคงความมีเสน่ห์ที่เป็นเอกลักษณ์ชวนให้มาเที่ยวชม โดยเฉพาะจุดขายอันเกิดจากความพิถีพิถันของภาพถ่ายที่งดงามของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจให้ผู้คนได้มาท่องเที่ยวในที่สุด

ตารางที่ 10 สัญญะเกี่ยวกับความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว

เนื้อหา	องค์ประกอบของสัญญะ	ความหมายของสัญญะ
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	- ภาพบึงฉวาก - ภาพบ้านควาย - ภาพทุ่งดอกกระเจียว ฯลฯ	- จังหวัดสุพรรณบุรีอุดมไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ มากมาย - คุณค่าในวัฒนธรรมและประเพณีที่ดีงาม - ความงดงามที่น่าประทับใจ - เอกลักษณ์เฉพาะตัว
	- กราฟิกที่แบ่งกั้นสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น กรอบและสีสันที่เป็นเส้นแบ่ง	- ดูว่ามีเนื้อหาหรือสถานที่ท่องเที่ยวมาก - แบ่งแยกเพื่อให้รู้ว่ามีหลายสถานที่ด้วยกัน - ช่วยจัดระบบข้อมูลให้เป็นระเบียบ น่ามอง
	- ภาพลายเส้นต่างๆ	- การเน้นหรือการสร้างความน่าสนใจ
	- หัวข้อ ชื่อแหล่งท่องเที่ยว	- จุดเน้นที่แสดงถึงความสำคัญ
	- อินโฟรกราฟิกต่างๆ ที่แทนสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	- แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีหลากหลายประเภท
	- ข้อความต่างๆ	- ข้อมูลรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ
	- ตราสัญลักษณ์ต่างๆ	- แสดงหน่วยงานที่รับผิดชอบ

จากตารางในข้างต้น แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบของความหลากหลาย คือ ประเด็นหลักของการสื่อสารที่จะช่วยตอกย้ำให้เห็นถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งในเชิงกายภาพและในมิติทางสังคมของจังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งนี้จะได้ได้ว่ามีสัญญะที่เกิดจากภาพถ่ายที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เป็นตัวหลักในการสื่อสาร ผสมผสานกับภาพอินโฟรกราฟิกที่มีลักษณะเฉพาะตัวทำหน้าที่สื่อถึงความหลากหลายเช่นกัน โดยในที่นี้บ่งบอกถึงการเป็นแหล่งท่องเที่ยวในระบบนิเวศทางน้ำและแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทัศนียภาพความงามของท้องทุ่งต่างๆ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่มีเอกลักษณ์และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดทั้งสิ้น ในขณะที่การออกแบบทางด้านกราฟิก ได้แก่ การใช้ตัวอักษร ฯลฯ ก็สะท้อนบุคลิกของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ได้อย่างลงตัว เช่น การนำเอาสีเขียวมาทำเป็นภาพพื้นเพื่อบอกถึงความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติ ทั้งนี้เมื่อมองดูก็จะรู้สึกถึงบรรยากาศแห่งความร่มรื่นที่สวยงาม และเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรีได้อย่างชัดเจน

จากข้อสรุปดังที่กล่าวมาในข้างต้น นับเป็นการแสดงถึงความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และจัดได้ว่ามีความโดดเด่นที่สามารถเรียกร้องความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

2. วิถีเกษตรกรรม

รูปแบบของวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรม นับเป็นอีกเนื้อหาหนึ่งที่ถูกซ่อนเร้นอยู่ในตัวสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยในที่นี้ได้แสดงออกให้เห็นผ่านสัญญะหลายๆ ประเภท เช่น ภาพวิถีการดำรงชีวิตของผู้คนที่ประกอบอาชีพทำการเกษตร(ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์) ภาพทุ่งนาสีเขียวที่เต็มไปด้วยความสมบูรณ์ของพันธุ์พืชนานาชนิด แปลงพันธุ์พืชต่างๆ ที่อยู่ในสวน รวมทั้งภาพของ **“คน”** และ **“สัตว์เลี้ยง”** ที่อาศัยกันอยู่อย่างเกื้อกูลกัน ดังจะพบเห็นได้จากภาพชาวนาในชนบทกำลังป้อนหญ้าให้แก่กระบือ หรือภาพเป็ดที่กำลังว่ายน้ำในคลองหน้าบ้าน ภาพดังกล่าวนี้เป็นการยืนยันให้เห็นถึงการใช้ชีวิตอยู่บนพื้นฐานของอาชีพเกษตรกรรมที่เน้นการพึ่งพิงระหว่างคนกับธรรมชาติรอบๆ ตัวเป็นปัจจัยในการดำรงชีพ

ตารางที่ 11 สัญญะเกี่ยวกับวิถีเกษตรกรรม

เนื้อหา	องค์ประกอบของสัญญะ	ความหมายของสัญญะ
วิถีเกษตรกรรม	- ภาพท้องทุ่งนาสีเขียว	- ดินแดนแห่งการทำการเกษตร
	- ภาพชาวนาให้หญ้าแก่กระบือ	- ความใกล้ชิดระหว่างคนกับสัตว์ใช้แรงงาน - ชีวิตที่พึ่งพาและเกื้อกูลกัน
	- ภาพผักสวนครัวหลายๆ ชนิด	- การพึ่งพาธรรมชาติ สมถะ
	- ภาพเป็ดว่ายน้ำอยู่ในแม่น้ำด้านหลังเป็นบ้านทรงไทย	- ชีวิตชนบทที่รายล้อมไปด้วยธรรมชาติ - ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสัตว์
	- ภาพคนดำน้ำให้อาหารปลาที่เต็มไปด้วยนิเวศธรรมชาติ	- สัมผัสกับธรรมชาติใต้ท้องทะเลแบบใกล้ชิด - ความสวยงามของระบบนิเวศทางธรรมชาติ
	- ภาพชุมชนริมแม่น้ำ	- การพึ่งพิงและใกล้ชิดธรรมชาติ
	- ภาพวิถีชีวิตของชาวเขา	- ใกล้ชิดกับธรรมชาติ(บนที่สูง)

จากตารางในข้างต้น แสดงให้เห็นว่า การมีรูปแบบวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรมซึ่งถือว่าเป็นแบบแผนการดำรงชีวิตของคนไทยมาก่อนที่มีสภาพความเป็นอยู่อันเรียบง่ายและมักจะเน้นการพึ่งพิงธรรมชาติรอบๆ ตัวเป็นเครื่องหล่อเลี้ยงชีวิต โดยเฉพาะการปลูกข้าว เลี้ยงสัตว์ และการทำสวน-ทำไร่ ซึ่งจะใช้แรงงานของคน(แทนการใช้เครื่องจักรกล) เป็นหลัก มีการใช้เทคโนโลยีที่ค่อนข้างน้อย ในที่นี้มีสัญญะที่เป็นภาพถ่ายอันแสดงให้เห็นแนวคิดดังที่กล่าวมา คือ ภาพถ่ายชุมชนริมแม่น้ำ ภาพทุ่งนาสีเขียว ภาพคน(ชาวนา)กำลังให้อาหารกระบือที่ด้านหลังเป็นนาข้าว ฯลฯ แสดงถึงคุณค่าของความเป็นวิถีเกษตรกรรม ซึ่งได้แก่ การปลูกข้าว การทำไร่-ทำสวน ภาพเหล่านี้นับเป็นภาพตัวแทนที่บ่งบอกถึงวิถีการใช้ชีวิตที่ผูกติดกับการทำการเกษตร ส่วนภาพชีวิตของสัตว์เลี้ยงที่เป็นเป็ดกำลังว่ายน้ำอยู่ในคลองหน้าบ้านทรงไทย(ไม้สักหลังใหญ่) ซึ่งบริเวณรอบๆ เต็มไปด้วยดอกไม้และพันธุ์พืชนานาชนิดที่ปลูกรวมๆ กันแบบธรรมชาติบ่งบอกถึงความเป็นชนบทไทยที่เน้นการเป็นอยู่แบบเรียบง่าย(ปลูกพักปลูกพืชกินเอง) เน้นการพึ่งพาธรรมชาติรอบๆ ตัว ขณะเดียวกันก็จะนิยมใช้แรงงานของครัวเรือนแทนการใช้เครื่องจักรขนาดใหญ่มาทำการผลิต โดยผู้คนเหล่านี้มักจะนิยมตั้งบ้านเรือนอยู่ใกล้ชิดกับแหล่งน้ำเพื่อใช้ในการอุปโภคและบริโภค แตกต่างจากสภาพวิถีชีวิตของคนในเมืองหลวงที่มักจะมีการดำรงชีพด้วยการพึ่งพิงการใช้เทคโนโลยีมาช่วยอำนวยความสะดวกต่างๆ ดังนั้นความหมายที่เกิดมาจากเนื้อหาในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงมีกลิ่นอายของวัฒนธรรมความเป็นชนบทไทยดั้งเดิมที่ได้ยึด **“วิถีการเกษตร”** เป็นปัจจัยในการดำรงชีพ

จากข้อมูลที่เกิดจากการสรุปผลดังที่กล่าวมาทั้งหมด แสดงให้เห็นถึงเนื้อหาที่ซ่อนเร้นอยู่ในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่ามีองค์ประกอบที่มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและวิถีเกษตรกรรม ซึ่งทั้งสองสิ่งนี้ถือว่าเป็นบริบทหนึ่งที่ปรากฏให้เห็นในสังคมท้องถิ่นทั่วไปที่ยังคงเป็นสังคมของผู้คนที่มีชีวิตแบบไม่รีบเร่งมากนัก

ตอนที่ 4 วิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากข้อสรุปเกี่ยวกับเนื้อหาในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังที่กล่าวมา นับเป็นข้อค้นพบที่เป็นประเด็นอันน่าสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะคุณค่าความหมายที่เกิดจากสัญญะในสื่อได้สะท้อนให้เห็นถึงมุมมองของสังคมในด้านเกี่ยวกับวิธีคิดและปรัชญาที่เป็นอุดมคติต่างๆ ที่ได้ถูกถ่ายทอดผ่านสัญญะ ลำดับต่อไปจะขอเสนอถึงรูปแบบหรือวิธีการสื่อสารที่ปรากฏในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งในที่นี้จะสรุปและแยกแยะให้เห็นได้เป็นประเด็นๆ ดังนี้

1.) สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรีมีการสื่อสารโดยใช้สัญญะมาเป็นองค์ประกอบในสื่อแต่ละประเภท ทั้งนี้เพื่อโน้มน้าวจิตใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่รับสื่อให้ได้รู้สึก **"อยากมาเที่ยว"** จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวให้ได้เลือกไปเที่ยวชมอยู่เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้โดยมีการสร้างเนื้อหาการท่องเที่ยวผ่านสัญญะสำคัญๆ ได้แก่ การใช้ภาพถ่ายและอินโฟรกราฟิกต่างๆ ที่ถูกสร้างสรรค์มาจากกระบวนการผลิตสื่อในแต่ละประเภท ซึ่งในการสร้างการรับรู้ความหมายนั้นมีทั้งที่เกิดจากการสื่อสารกันแบบตรงไปตรงมา และการใช้การสื่อสารแบบความนัยมาเป็นแบบแผนในการสื่อสาร เช่น การนำเอากราฟิก สี รูปแบบตัวอักษร รวมทั้งลักษณะของภาพถ่ายที่ให้ความหมายเชิงลึกมาสื่อความหมายด้วย

2.) มีการนำเอาภาพถ่ายจริงมาใช้เป็นกลไลหลักในการสื่อความหมายร่วมกับการใช้สัญญะต่างๆ ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น กรณี การนำเอาภาพทัศนียภาพบ้านเรือนไทยที่แวดล้อมไปด้วยความร่มรื่นของเหล่าแมกไม้มาใช้ร่วมกับภาพพื้นที่เป็นกราฟิกโทนสีเขียวเพื่อใช้บอกเรื่องราวของความสงบร่มเย็นในสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเมื่อนำมาผสมผสานกันอย่างกลมกลืนตามกระบวนการผลิตของสื่อนั้นๆ แล้วจะช่วยทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกผ่อนคลายและก็อยากมาเที่ยวที่จังหวัดสุพรรณบุรีในที่สุด ซึ่งนับว่าเป็นกลยุทธ์ด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ

3.) รูปแบบหรือวิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏในสื่อนั้น มีการผสมผสานกันอย่างเหมาะสม คือ มีการใช้สัญญะที่เป็นสัญลักษณ์ทางสังคมมาช่วยสื่อความหมายให้ชัดเจนมากขึ้น เช่นกรณี การใช้ภาพกราฟิกที่เป็นแบบลายเส้น(Vector) หรือที่เรียกว่าอินโฟรกราฟิกมาแทนความหมายประเภทของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (แทนที่จะใช้ภาพถ่ายจริง) ซึ่งช่วยส่งเสริมให้แยกแยะประเภทของข้อมูลได้รวดเร็วขึ้น อีกทั้งยังดูมีความทันสมัยและอยู่ในกระแสของการสื่อสารในสังคมโลกออนไลน์อีกด้วย

ลำดับต่อไปผู้วิจัยจะขอสรุปและแยกแยะถึงวิธีการสื่อความหมายในรูปแบบของตารางประกอบการบรรยาย โดยได้จัดแบ่งตามเนื้อหาจากข้อค้นพบที่สำคัญๆ 2 ประการด้วยกัน คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและวิถีเกษตรกรรม ซึ่งทั้งสององค์ประกอบนี้มีรูปแบบของการสื่อความหมายเชิงสัญญะ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 12 รูปแบบการใช้สัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เนื้อหา/แนวคิด	วิธีการใช้สัญญะมาสร้างความหมาย			
	การใช้กระบวนทัศน์	ส่วนย่อยแทนส่วนใหญ่	การสร้างคู่ตรงข้าม	การใช้สัมพันธบท
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	- นำเสนอภาพชุดของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ รวมกันเป็นชุดไม่ปะปนกัน เพื่อสร้างเนื้อหาการท่องเที่ยวแบบเฉพาะตัว - ใช้ภาพลำคลอง พืชไร่ บ้านทรงไทยริมน้ำ ฯลฯ แสดงถึงธรรมชาติและวิถีชีวิตที่หลากหลาย	- ใช้กราฟิกต่างๆ เป็นสีเขียวสื่อถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติในจังหวัด - ภาพนายบรรหาร ศิลป-อาชาแทนจังหวัดสุพรรณฯ - ภาพรูปปั้นควายสื่อถึงหมู่บ้านอนุรักษ์ณ์ควายไทย (แหล่งท่องเที่ยวที่เชิดชูสัตว์ใช้แรงงานของสังคมไทย)	- นำภาพวิถีชีวิตชาวเขาบนที่สูงที่แวดล้อมไปด้วยป่าเขาเปรียบกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางขึ้นไปชมดอยสูงโดยใช้รถยนต์ - ภาพสภาพบ้านริมแม่น้ำที่แวดล้อมไปด้วยแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ (ซึ่งต่างจากสภาพวิถีชีวิตของคนเมืองหลวง)	- สร้างถนนซีเม็นต์ในหมู่บ้านควายไทยในท่ามกลางสิ่งก่อสร้างที่เป็นแบบไทยแท้ๆ เช่น เรือนไทยโบราณที่มีคลองล้อมรอบ - ภาพนักท่องเที่ยวนั่งเกวียนเทียมวัววิ่งไปตามถนนกรีตที่สร้างเสร็จใหม่ๆ ในหมู่บ้าน
วิถีเกษตรกรรม	- นำภาพชาวนาป้อนหญ้าควาย และภาพคนปลูกข้าวสื่อ ภาพพืชไร่ต่างๆ สื่อถึงการเป็นเมืองแห่งเกษตรกรรม(อู่ข้าว อู่น้ำ)	- ภาพนาข้าวสีเหลืองแทนความสมบูรณ์ของที่ดิน ซึ่งหมายถึงเมืองเกษตรกรรมที่มีความอุดมสมบูรณ์มาก	- ภาพทุ่งกระเจียวขนาดใหญ่ที่ใช้แสดงถึงอาณาเขตอันกว้างใหญ่ของเมืองสุพรรณบุรี ต่างจากที่ดินในกรุงเทพฯ ที่มีแต่ตึกและจับจองเป็นเจ้าของยากมาก(ราคาแพง)	- ภาพนักท่องเที่ยวซื้ออาหารเม็ดมาเพื่อโยนให้ปลาที่ไม่ได้อยู่อย่างเป็นธรรมชาติ(บ่อเลี้ยง)

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า รูปแบบการสื่อสารโดยใช้สัญญะมาเป็นองค์ประกอบในการสื่อเนื้อหานั้น มีความน่าสนใจและลึกซึ้งแยบยลเป็นอย่างมากต้องอาศัยกระบวนการตีความที่ลุ่มลึกจึงจะสามารถทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งในเบื้องต้นนี้จะขอนำเสนอถึงวิธีการสื่อความหมายสำคัญๆ ภายใต้บริบทของแนวคิดที่ได้ถูกค้นพบ ดังนี้

1.) การใช้กระบวนทัศน์

การใช้สัญญะมาสร้างความหมายในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในที่นี้พบว่ามีการนำเอาภาพถ่ายชุดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ มานำเสนอรวมๆ กัน 2-3 ภาพ บ้างหรือจำนวน 3-5 ภาพ เพื่อเล่าหรือบอกเรื่องราวสำคัญๆ ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ โดยในภาพชุดที่ได้นำเสนอจะต้องสื่อสารไปในทิศทางเดียวกันและช่วยส่งเสริมการเล่าเรื่องในแนวคิดนั้นๆ ได้อย่างลงตัว ซึ่งภาพแต่ละภาพจะช่วยกันส่งเสริมความหมายให้ปรากฏเด่นชัดมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันก็ครอบคลุมเนื้อหาหรือประเด็นที่ต้องการที่จะสื่อสารด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างกรณี กระบวนทัศน์ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวจะมีการนำเสนอภาพถ่ายของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ในลักษณะที่มีหลายๆ มุม ทั้งมุมกว้างและแคบ รวมทั้งมีการเลือกใช้ภาพบรรยากาศภายในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมุมสวยๆ

เด่นๆ มานำเสนอ รวมกัน 2-3 ภาพ ซึ่งเมื่อดูแล้วก็จะพบว่าภาพถ่ายที่ปรากฏจะไม่มีภาพจากที่อื่นๆ นำมาปะปนกันเด็ดขาด เช่นเดียวกับแนวคิดวิถีเกษตรที่ประกอบด้วยภาพชุดที่แสดงให้เห็นถึงภาพบรรยากาศของการทำการเกษตร โดยในที่นี้จะประกอบไปด้วยภาพถ่ายชาวนากำลังป้อนหญ้าควาย ภาพการปลูกพืชและผักสวนครัว รวมทั้งภาพที่แสดงให้เห็นถึงท้องนาที่เต็มไปด้วยรวงข้าวสีเหลืองอร่ามสื่อความหมายถึงวิถีชีวิตแบบเกษตรกรรม ทั้งนี้ความหายจากสัญญะดังที่กล่าวมานี้จะช่วยโยงความคิดหรือความรู้สึกคนดูไปสู่ความเป็นธรรมชาติตามมาในที่สุด

นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบของการออกแบบที่ช่วยเสริมสร้างความหมายให้เป็นในในทิศทางเดียวกัน ซึ่งในที่นี้ ก็คือ การนำเอาชุดของข้อความตัวอักษร สี และกราฟิก ฯลฯ ที่มีลักษณะสอดคล้องกับเนื้อหาที่ต้องการสื่อมาใช้ตอกย้ำความหมายของสารให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

2.) ส่วนย่อยแทนส่วนใหญ่

การใช้สัญญะสื่อความหมายในลักษณะการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ปรากฏพบเห็นค่อนข้างมากในสื่อ โดยมีรูปแบบ ก็คือ เมื่อเห็นรูปสัญญะนั้นแม้นว่าเพียงแค่หนึ่งเดียวหรือแค่ส่วนหนึ่งหรือส่วนย่อยเล็กๆ ก็สามารถที่จะเข้าใจความหมายโดยรวมทั้งหมดได้ในทันที ทั้งนี้การใช้ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นกับการสร้างภาพตัวแทน เช่น เมื่อพบเห็นกราฟิกสีเขียวในหนังสือคู่มือท่องเที่ยวก็เข้าใจได้ทันทีว่าหมายถึงความเป็นธรรมชาติ หรือถ้าในกรณีเป็นการใช้ภาพถ่าย ก็จะพบว่า มีการใช้ภาพชาวนาขณะกำลังป้อนหญ้าควายสื่อถึงความเป็นชนบทไทย ดังนั้น เมื่อพบเห็นภาพนี้เพียงภาพเดียวก็จะทำให้นึกถึงมโนทัศน์ของความเป็นการทำการเกษตรได้ในที่สุด ซึ่งจะหมายถึงรูปแบบการดำรงชีวิตในสังคมชนบทที่ชีวิตมักจะแวดล้อมไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติมากกว่าชีวิตของคนเมืองหลวง เช่นเดียวกันกับถ้าพบเห็นภาพนายบรรหาร ศิลปอาชา ก็จะหมายถึงจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นต้น

3.) การสร้างคู่ตรงข้าม

รูปแบบการใช้สัญญะมาสร้างคู่ตรงข้ามนั้น ในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวปรากฏให้เห็นออกมาเป็นลักษณะของคู่เปรียบเทียบคู่ความหมายแบบตรงข้ามกัน ซึ่งเกิดจากเมื่อรับรู้ความหมายของสัญญะตัวใดตัวหนึ่งแล้วก็จะรับรู้ถึงสัญญะหรือภาพตรงข้ามได้ไปโดยปริยาย เหมือนเป็นการเปรียบเทียบให้เห็นคู่ต่าง เช่นในที่นี้จะพบเห็นว่า มีการใช้ภาพวิถีชีวิตของชาวเขาในคู่มือท่องเที่ยวเพื่อสื่อถึงวัฒนธรรมการดำรงชีวิตที่แตกต่างจากคนทั่วไป(นักท่องเที่ยว) ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวมองดูภาพหรือเนื้อหาดังกล่าวก็จะทำให้เห็นบริบทความแตกต่างกันได้ในทันที เช่น ชาวเขา(แวดล้อมไปด้วยความเป็นธรรมชาติ เน้นการใช้แรงงานตัวเองเป็นหลัก) นักท่องเที่ยว(อาศัยอยู่ในตึกราที่เป็นคอนกรีต และพึ่งพาเทคโนโลยีมาก) นับเป็นการสร้างคู่แห่งความแตกต่างที่เด่นชัด โดยเฉพาะภาพในอุดมคติที่เป็นตัวแทนระหว่างนักท่องเที่ยว(สังคมเมือง) กับคนท้องถิ่น(สังคมชนบท) ซึ่งปรากฏการณ์เช่นนี้ก็จัดว่าอยู่ในกระแสของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวซึ่งโดยปกติทั่วไปคน

ก็มักชื่นชอบที่จะเดินทางไปเที่ยวหรือชมวิถีชีวิตของผู้คนต่างถิ่นที่แตกต่างจากตัวเอง

จะเห็นได้ว่า การสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีผ่านการใช้สื่อประเด็นเรื่องของความแตกต่างทางวัฒนธรรมยังคงเป็นจุดสนใจที่ใช้เชิญชวนให้คนมาท่องเที่ยว ดังจะพบเห็นได้จากสัญญะที่แสดงออกมาผ่านสื่อประเภทต่างๆ

4.) การใช้สัมพันธบท

การสื่อสารโดยการใช้สัญญะมาสร้างสัมพันธบทปรากฏให้เห็นในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีการสื่อความหมายในลักษณะอื่นๆ เนื่องจากการสื่อความหมายด้วยวิธีนี้ต้องอาศัยกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง **“ตัวบท”** กับ **“บริบท”** เข้าด้วยกันจึงจะเกิดเป็นสัมพันธบทขึ้นได้ โดยในเบื้องต้นเกิดจากการหยิบยืมเอารูปหรือชุดของสัญญะในบริบทเดิมมาใช้ในบริบทใหม่เพื่อทำให้เกิดความหมายใหม่ขึ้นมา แต่ความหมายใหม่ที่เกิดขึ้นนี้ยังคงมีกลิ่นอายของความหมายเดิมที่เกิดจากสัญญะตัวเก่าด้วย ในที่นี้ ก็คือ การสร้างแนวคิดความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่มีการนำเอาภาพนักท่องเที่ยวซึ่งกำลังนั่งเกวียนไม้ที่เทียมด้วยวัววิ่งไปตามถนนคอนกรีตที่สร้างเสร็จใหม่ๆ ในหมู่บ้าน ซึ่งสองข้างทางเต็มไปด้วยร้านขายของต่างๆ ทั้งนี้จากปรากฏการณ์ดังกล่าวสามารถแสดงการใช้สัมพันธบท ได้ ดังนี้

ตารางที่ 13 การใช้สัมพันธ์บทในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เนื้อหา/แนวคิด	วิธีการสร้างสัมพันธ์เพื่อสื่อความหมาย		ความหมายที่ต้องการสื่อ
	ร่องรอยของสัญญะเก่า	สัญญะหรือสิ่งที่สร้างใหม่	
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว	- ภาพบ้านทรงไทยโบราณที่แวดล้อมไปด้วยพันธุ์ไม้ต่างๆ และมีเป็ดว่ายน้ำอยู่ในคลอง - ภาพนักท่องเที่ยวนั่งเกวียนไม้ที่เทียมวัววิ่งไปตามหมู่บ้านโดยคนขี่เกวียนใส่เสื้อแบบทำนา	- ถนนคอนกรีตอย่างดีพร้อมกับสองข้างได้นำเอาร้านค้าสะดวกซื้อมาไว้บริการนักท่องเที่ยว - มีถนนลาดยางพร้อมกับมีบริการร่มกันแดดไว้ให้นักท่องเที่ยวใช้ - รถจักยานยนต์รุ่นใหม่ๆ วิ่งปะปนอยู่บนถนนกับเกวียน	- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เข้าถึงวิถีชุมชนดั้งเดิมได้อย่างใกล้ชิดและมีความสะดวกสบายและดูหลากหลาย
วิถีเกษตรกรรม	- ภาพแม่น้ำ-ลำคลอง ที่มีอยู่ตามธรรมชาติ - ภาพภูเขา ป่าไม้ และวิถีชีวิตชาวเขาบนพื้นที่สูง	- จุดขายอาหารสัตว์(ปลา) ซึ่งเป็นอาหารเม็ดที่ตั้งอยู่ใกล้ๆ กับสถานที่ท่องเที่ยวทางน้ำต่างๆ - รถยนต์ที่จอดอยู่บนถนนตัดใหม่ที่ทำขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เดินทางขึ้นมาเที่ยวบนพื้นที่สูงๆ	- การท่องเที่ยววิถีเกษตรที่ได้สัมผัสกับธรรมชาติอย่างใกล้ชิด และง่ายดายสะดวกรวดเร็วเป็นอย่างมาก

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่า รูปแบบการใช้สัญญะมาสร้างความหมายในเชิงสัมพันธภาพ นั้น มีองค์ประกอบที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะ 2 ตัว คือ สัญญะตัวบทเก่ากับสัญญะตัวบทใหม่ ซึ่งจากกรณีนี้จะเห็นว่า ภายใต้เนื้อหาวิถีเกษตรกรรมมีการใช้ภาพแม่น้ำ-ลำคลอง ตลอดจนภูเขา ฯลฯ เพื่อสื่อถึงความเป็นธรรมชาติและบริบทของความเป็นชนบทไทยที่ผู้คนส่วนใหญ่ได้ยึดอาชีพทำการเกษตรเป็นปัจจัยในการดำรงชีพ ส่วนสัญญะตัวใหม่หรือสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ในที่นี้ ก็คือ ภาพนักท่องเที่ยวที่ถูกถ่ายโดยเห็นถนนลาดยางที่สร้างขึ้นพร้อมกับจุดบริการนักท่องเที่ยวเพื่อชมวิวทิวทัศน์ต่างๆ รวมทั้งร้านค้าที่กระจายตัวอยู่ภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำคัญๆ ที่คอยให้บริหารแก่นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ(สะดวกสบายเหมือนอยู่ในเมือง) ทั้งนี้เรามักจะพบเห็นว่าการให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสกับความเป็นธรรมชาตินั้นในโลกของความเป็นจริงนั้นล้วนแล้วแต่ต้องอยู่บนพื้นฐานของความสะดวกสบายเป็นประการสำคัญ ดังเช่นปรากฏการณ์ที่กล่าวมาในข้างนั้น

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมด นับเป็นการแสดงให้เห็นถึงเนื้อหาเกี่ยวกับมโนทัศน์และวิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังที่กล่าวมาในข้างต้น ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจที่ถ่องแท้ในประเด็นต่างๆ ที่ได้ถูกซ่อนเร้นไว้ได้เป็นอย่างดี

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง **"การวิเคราะห์สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี"** ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งเพื่อทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์เชิงลึกเกี่ยวกับวิธีการสื่อความหมายของสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่ามีรูปแบบเป็นอย่างไร โดยกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลได้อาศัยทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวคิดด้านการท่องเที่ยวมาเป็นกรอบแนวความคิดการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 5 ประเภท มาทำการวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะ ซึ่งในที่นี้สามารถสรุปและแยกแยะให้เห็นได้ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นสำคัญที่เป็นข้อค้นพบการวิจัยซึ่งมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับมิติด้านสื่อและมุมมองทางด้านการท่องเที่ยวอย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะความหมายที่สะท้อนให้เห็นจากสัญญะในสื่อนั้น มีร่องรอยที่แฝงเร้นไปด้วยคุณค่าทางสังคมที่น่าจดจำ ซึ่งผู้วิจัยจะขอสรุปเนื้อหาที่ได้ออกเป็นประเด็นสำคัญๆ คือ

ประเด็นแรก เนื้อหาหรือประเด็นความหมายในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า มีทั้งสิ้น 2 ประการด้วยกัน คือ ประการแรก **"ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว"** ประการที่สอง **"วิถีเกษตรกรรม"** ซึ่งแนวความคิดทั้งสองดังที่กล่าวมานี้เกิดจากกระบวนการใช้องค์ประกอบของสัญญะมาสื่อความหมายในลักษณะที่ต้องการเชิญชวนให้คนเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีเพื่อมาสัมผัสกับดินแดนที่เต็มไปด้วยความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจต่างๆ รวมทั้งวัฒนธรรมการใช้ชีวิตที่ยังคงพึ่งพิงกับการทำการเกษตรอยู่ ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้นับว่าเป็นแง่มุมที่สะท้อนให้เห็นถึงบริบทของจังหวัดสุพรรณบุรีได้เป็นอย่างดี สมกับดังคำขวัญบางตอนที่ว่า **"รุ่งเรืองเกษตรกรรม สูงล้ำประวัติศาสตร์"**

ประเด็นที่สอง แนวความคิดที่ปรากฏให้เห็นจากสัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น ล้วนแล้วแต่ถูกสร้างขึ้นมาจากรูปของสัญญะทั้งสิ้น ซึ่งเน้นไปทางด้านการสื่อสารโดยการมองเห็นทางสายตา(Visual Communication) เป็นส่วนใหญ่ และภาพถ่ายถือว่าเป็นสัญญะหลักที่ถูกนำมาใช้มากที่สุดในทุกๆ สื่อที่ได้ทำการวิเคราะห์ โดยลักษณะของภาพที่ถูกนำมาใช้มักจะมีเนื้อหาหรือสัญญะสอดแทรกเอาไว้ในภาพด้วยเสมอๆ อาทิ ภาพบรรยากาศของท้องทุ่งจังหวัดสุพรรณบุรีที่ผู้ผลิตใช้ภาพนาข้าวที่มีสีเขียวสดแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ หรืออีกนัยหนึ่ง คือ การมีที่ดินที่มีความสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก ในขณะที่ใช้ภาพบ้านเรือนไทยไม้สักหลังใหญ่ที่แวดล้อมไปด้วยพันธุ์พืชนานาชนิด รวมทั้งมีแหล่งน้ำล้อมรอบสื่อถึง

ความร่มรื่นในวิถีชีวิตของผู้คนที่มีความใกล้ชิดและผูกพันกับธรรมชาติเป็นอย่างดี มีความเป็นอยู่ที่เรียงง่าย โดยเฉพาะภาพควายไทยกับชาวนาที่กำลังปลูกข้าวมักจะปรากฏในสื่อประเภทต่างๆ ค่อนข้างมากเสมือนว่าเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงการเป็นดินแดนที่มีความมั่งคั่งทางการเกษตร นั้นเอง ซึ่งนั่นก็นับว่าสอดคล้องกับจุดเด่นของจังหวัดสุพรรณบุรีที่มักจะชูจุดเด่นด้านภูมิประเทศที่มีความร่มรื่นเหมาะแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าเดินทางมาสัมผัส

สำหรับในส่วนของการตีความหมายเพื่อทำความเข้าใจถึงภาพถ่ายหรือรูปของสัญญะนั้น พบว่า มีการสื่อความความหมายโดยอรรถแบบตรงไปตรงมากับการสื่อความหมายโดยนัย ซึ่งต้องอาศัยการอ่านความหมายเชิงซ้อนจึงจะสามารถเข้าใจความหมายที่แท้จริงได้ เช่น เมื่อต้องการสื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นดินแดนที่เต็มไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำคัญๆ ผู้ผลิตก็จะต้องใช้ภาพถ่ายของบึงฉวากมาสื่อความหมาย พร้อมกับข้อความที่เชิญชวนให้คนเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเฉพาะเนื้อหาภายในมักจะแสดงให้เห็นภาพเกี่ยวกับระบบนิเวศทางน้ำที่มีสิ่งมีชีวิตต่างๆ เช่น พืชและสัตว์น้ำอาศัยรวมกันอยู่

ประเด็นที่สาม วิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความหลากหลายของการใช้สัญญะ ดังที่จะสรุปให้เห็นได้ดังนี้

1.) การสื่อสารเชิงกระบวนทัศน์ เป็นการสื่อสารที่อาศัยการนำเอาชุดความหมายย่อยๆ หรือเล็กๆ มารวมกันเป็นแนวความคิดหลักขึ้นมา เช่น การนำเสนอภาพชุดของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ผู้ผลิตจะใช้ภาพถ่ายในมุมต่างๆ มานำเสนอไว้ในแบบแผนการสื่อสาร ทั้งนี้เพื่อสร้างพลังให้กับเนื้อหาที่ต้องการสื่อนั่นเอง

2.) การใช้ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่ ในที่นี้จะปรากฏให้เห็นในรูปแบบของภาพหรือกราฟิกต่างๆ ที่เป็นเพียงบางส่วนของส่วนใหญ่ทั้งหมด เช่น ในกรณีภาพชาวนากำลังป้อนหญ้าให้กระบือ(ส่วนเล็กๆ เพียงส่วนเดียว) สื่อถึงการดำรงชีวิตทางการเกษตร(ส่วนใหญ่) หรืออย่างในกรณีภาพถ่ายของนายบรรหาร ศิลปอาชา ที่มักจะถูกนำมาใช้แทนความหมายถึงจังหวัดสุพรรรบุรี เป็นต้น

3.) การใช้ปรากฏการณ์ของ **“คู่ตรงข้าม”** หรือ **“คู่แห่งความแตกต่าง”** มาเป็นแบบแผนในการสื่อความหมาย โดยรูปแบบนั้นเกิดจาการรับรู้ความหมายของสัญญะตัวใดตัวหนึ่งก่อนจากนั้นจึงจะรับรู้สัญญะหรือภาพในมโนทัศน์ที่ตรงข้ามกันได้ไปโดยปริยาย เช่น ในหนังสื่อคู่มือท่องเที่ยวมีการนำเอาภาพวิถีชีวิตของชาวเขาที่อาศัยอยู่บนพื้นที่สูงในจังหวัดสุพรรณบุรีมาสื่อถึงวัฒนธรรมที่ดูแตกต่างไปจากสังคมนักท่องเที่ยว ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวมองดูภาพหรือเนื้อหาดังกล่าวก็จะทำให้เห็นภาพบริบทของความแตกต่างได้ในทันที เช่น เมื่อเห็นภาพชาวเขา(แวดล้อมไปด้วยความเป็นธรรมชาติ เน้นการใช้แรงงานตัวเองเป็นหลัก) นักท่องเที่ยว(อาศัยอยู่ในเมืองที่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย)

4.) การใช้สัมพันธบท ซึ่งเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความแยลยลในการสื่อสารเป็นอย่างมาก โดยมีองค์ประกอบที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะ 2 ตัว ด้วยกัน คือ สัญญะจากตัวบทเก่ากับสัญญะตัวบทใหม่เข้าด้วยกัน เช่น แนวคิดเกี่ยวกับวิถีเกษตรกรรมมีการนำเอาร่องรอยสัญญะเก่าอย่างแม่น้ำ-ลำคลอง ตลอดจนภูเขา ฯลฯ ในที่นี้ถือว่าเป็นธรรมชาติซึ่งแสดงให้เห็นบริบทของชนบทไทยได้เป็นอย่างดี ส่วนสัญญะตัวใหม่หรือสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ในที่นี้ ก็คือ ภาพนักท่องเที่ยวที่ถูกถ่ายโดยเห็นถนนลาดยางที่สร้างขึ้นพร้อมกับจุดบริการนักท่องเที่ยวเพื่อชมวิวทิวทัศน์ต่างๆ รวมทั้งมีร้านค้าคอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นสัญญะหรือสิ่งที่สร้างขึ้นมาใหม่ ทั้งนี้เมื่อนำมารวมกันแล้วจะทำให้สื่อความหมายถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถเข้าถึงวิถีชีวิตชนบทไทยแบบดั้งเดิมได้อย่างใกล้ชิดและได้รับความสะดวกสบายด้วย(จากถนนหนทางที่ทำขึ้นมาใหม่)

ประเด็นที่สี่ เนื้อหาที่ถูกค้นพบภายใต้การวิเคราะห์สัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งได้แก่ ความหลาหลายของแหล่งท่องเที่ยวกับวิถีเกษตรกรรม นับว่ามีความสอดคล้องกับสภาพอัตลักษณ์ของจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะประเด็นของความสวยงามและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีการเป็นดินแดนที่เหมือนเป็นอู่ข้าวอู่น้ำที่ปรากฏให้เห็นอีก ซึ่งนั่นย่อมแสดงให้เห็นว่าสื่อได้ทำหน้าที่ในการสะท้อนภาพความเป็นจริงบางอย่างให้สังคมได้รับรู้

จากข้อมูลที่กล่าวมาโดยสรุปทั้งหมด จัดได้ว่าเป็นการแสดงให้เห็นถึงข้อค้นพบจากการวิจัย ในลำดับต่อไปจะเป็นการอภิปรายผลการวิจัย

2. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลสรุปการวิจัยทั้งหมดดังที่กล่าวมา ทำให้เกิดข้อค้นพบที่เป็นประโยชน์และน่าสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเนื้อหาที่ปรากฏให้เห็นจากสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมทั้งวิธีการถ่ายทอดความหมายเชิงสัญญะ ซึ่งส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ลำดับต่อไปจะขอนำเสนอถึงผลการอภิปราย ดังต่อไปนี้

ประเด็นแรก เนื้อหาหรือคุณค่าความหมายที่เกิดจากการวิจัยเรื่องนี้ อันได้แก่ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวกับวิถีเกษตรกรรม ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้เมื่อพิจารณาดูแล้วจะพบว่า คือจุดเน้นสำคัญที่การท่องเที่ยวได้พยายามใช้เป็น **“ประเด็น” (Issue)** ในการเชิญชวนให้คนเดินทางมาท่องเที่ยวทั้งในระดับมหภาคไปจนถึงการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นเพื่อดึงรายได้เข้าสู่ภาคส่วนต่างๆ ของสังคม ดังที่ พัทธ์ธีรา วงษ์อัศวกรณ์ (2558, หน้า 8) ได้รายงานถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวเอาไว้อย่างน่าสนใจ สรุปสาระได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นเหมือน **“เสาหลัก”** ที่ค้ำพยุงเศรษฐกิจของไทย และรัฐบาลได้พยายามกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจในประเทศให้เข้มแข็ง โดยเน้นการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคมากขึ้น จากจังหวัดใหญ่สู่จังหวัดรองและจากตัวเมืองสู่ชุมชน ทั้งนี้ถึงขนาดมีการวางแผนโดยนำเอาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้ามาอยู่

ภายใต้ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ซึ่งมาตรการทั้งหมดถือว่าเป็นการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Destination) ที่สามารถแข่งขันกับกับนานาประเทศได้อย่างยั่งยืน

และจากข้อมูลดังที่กล่าวมา ทำให้มองเชื่อมโยงไปได้ว่าประเด็นเรื่องของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีจุดเน้นด้านความงามและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวยังคงเป็นสินค้าที่ตลาดการท่องเที่ยวต้องการ เนื่องจากสามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ ด้วยเหตุนี้ชุมชนท้องถิ่นต่างๆ จึงได้พยายามเลือกเฟ้นจุดขายทางวัฒนธรรมของตนเองให้เป็นที่ต้องตาต้องใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการสร้างรายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยวให้กระจายไปสู่ชุมชนหรือท้องถิ่นของตนเองต่อไป

ประเด็นที่สอง วิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏให้สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาดูแล้วจะพบว่า มีรูปแบบที่มีความสอดคล้องกับการผลิตสื่อในแวดวงสื่อสารมวลชนทั่วๆ ไปที่ผู้ผลิตได้พยายามโน้มน้าวจิตใจเพื่อให้ผู้รับสารเกิดความตระหนักและเข้าใจในเนื้อหาที่ต้องการจะสื่อ ซึ่งอาจจะพัฒนาต่อไปเป็นการให้ความร่วมมือร่วมใจในที่สุด ทั้งนี้ในทำนองเดียวกันกับสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ได้สื่อสารข้อมูลไปยังนักท่องเที่ยวเพื่อเชิญชวนให้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี ดังนั้น วิธีการสื่อความหมายจึงต้องมีกลวิธีในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งหนึ่งในหลายๆ รูปแบบของการสื่อสาร ก็คือ **“การสร้างสัญญะ”**ให้ทำหน้าที่เป็นกลไกในการสื่อ **“เนื้อหา”** ตลอดจนความหมายแฝงต่างๆ ที่ผู้ผลิตต้องการสอดแทรกลงไปในตัวเนื้อหา ดังเช่นในกรณีของสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีการใช้ **“ภาพถ่าย”** เป็นสัญญะหลักในการทำหน้าที่สื่อความหมายโดยเน้นไปที่การสร้างภาพบรรยากาศที่เต็มไปด้วยอารมณ์และความรู้สึกของภาพที่เกิดจากตัวเรื่องราวของภาพเองรวมทั้งลักษณะของการถ่ายที่นำเอาหลักการทางศิลปะมาใช้ในการจัดวางภาพ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการตีความหมายจากภาพแล้วจึงจะค่อยๆ ซึมซับความเข้าใจเนื้อหาในที่สุด ซึ่งจุดนี้แสดงให้เห็นว่าคุณค่าของภาพถ่ายมีบทบาทความสำคัญอย่างมากต่อการรับรู้ของคนทั่วไป ปรากฏการณ์เช่นนี้สอดคล้องอย่างมากกับ ณัฐพล ใยไพโรจน์(2558:148) ที่ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนในเรื่องเกี่ยวกับหลักของการสื่อสารในสังคมยุคปัจจุบันในทำนองที่ว่า การใช้ภาพเพื่อมาสื่อสารนั้นจะช่วยให้คนอ่านสามารถจดจำเนื้อหาได้ดีกว่าใช้ข้อความ ทั้งนี้ เนื่องจากร้อยละ 90 ของข้อมูลที่สมองประมวลผลออกมาจะเป็นรูปภาพ ในขณะเดียวกันสมองก็สามารถประมวลผลข้อมูลที่เป็นรูปภาพได้รวดเร็วกว่าข้อความตัวอักษรถึง 60,000 เท่า

ประเด็นที่สาม นอกเหนือจากการใช้ภาพในการสื่อสารข้อมูลแล้ว ในส่วนของรูปแบบการสื่อความหมายที่ปรากฏในสื่อยังมีแบบแผนของการสื่อสารที่ค่อนข้างชัดเจน โดยเฉพาะประเด็นการสร้างความหมายที่ได้นำเอาชุดกระบวนทัศน์ หรือ Paradigmatic มาเป็นแนวคิดหลักในการสื่อสาร ดังเช่นกรณี เนื้อหาวิถีการเกษตรที่มีการนำเอาชุดของสัญญะย่อยๆ ได้แก่ ภาพบรรยากาศท้องทุ่งสีเขียว ภาพชาวนากับควาย หรือ แม้แต่กราฟิกที่เน้นโทนสีเขียว(สื่อถึงธรรมชาติ)

มาใช้สร้างความหมายของแนวความคิดการทำการเกษตร ซึ่งสัญญะที่ได้นำมาใช้ประกอบทั้งหมดจัดว่าอยู่ภายใต้กระบวนทัศน์เดียวกัน สอดคล้องกับหลักการสื่อความหมายในงานโทรทัศน์ ละครหรือภาพยนตร์ ที่ทาง กำจร หลุยยะพงศ์ (2556:35) ได้ระบุไว้ในหนังสือด้านการผลิตภาพยนตร์ที่ยึดหลักตามแนวความคิดทฤษฎีสัญญะวิทยาไว้ในทำนองที่น่าสนใจว่า ในการสร้างชุดความหมายเกี่ยวกับสิ่งใดก็ตามเพื่อให้ประกอบเป็นแนวคิดเดียวกันจะต้องเลือกความหมายในหมวดหมู่ของสัญญะนั้นๆ หรือเกี่ยวข้องกัน เช่นในชุดของ **“สัญญะพระเอก”** จะต้องประกอบไปด้วยสัญญะที่แสดงออกถึงความเป็นสุภาพบุรุษ ชอบช่วยเหลือสังคม และดำเนินชีวิตที่ไม่ยุ่งกับสิ่งผิดกฎหมาย ฯลฯ และหากจะต้องการสร้างสัญญะผู้ร้ายผู้ผลิตก็จะต้องสร้างสัญญะที่ตรงกันข้ามกับบุคลิกของพระเอก คือ เป็นคนชั่ว ชอบรังแกผู้หญิงหรือเอาเปรียบสังคม และมักจะอยู่ในวังวนของการทำสิ่งผิดกฎหมาย เป็นต้น

จากข้อสรุปในข้างต้น เมื่อนำมาพิจารณาเทียบเคียงกับวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวโดยใช้ตรรกของการสื่อสารเชิงกระบวนทัศน์มาเปรียบเทียบกันจะช่วยทำให้เห็นปรากฏการณ์ความแตกต่างได้อย่างชัดเจนระหว่างสังคมท้องถิ่น(ความเป็นชนบทไทย) กับนักท่องเที่ยว(ความเป็นสังคมเมือง) ซึ่งโดยสภาพทางธรรมชาติแล้วจะมีรูปแบบวิถีชีวิตที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง เช่น วัฒนธรรมของคนท้องถิ่นมักจะมีความใกล้ชิดกับธรรมชาติ ผู้คนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำการเกษตร และมักจะใช้แรงงานของตนเองเป็นปัจจัยในการผลิต แตกต่างจากสังคมหรือนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่จะดำรงชีพอยู่ในเมืองอาศัยอยู่ในตึกคอนกรีตที่อาจจะไม่ได้อยู่ใกล้ชิดกับแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติมากนัก อีกทั้งคนกลุ่มนี้ยังมีวิถีชีวิตที่รีบเร่งและจะเน้นการพึ่งพิงการใช้เทคโนโลยีมากกว่าคนในท้องถิ่น ทั้งนี้ประเด็นดังกล่าวนี้เองได้สะท้อนให้เห็นมุมมองทฤษฎีสัญญะวิทยาที่ได้กล่าวถึงกระบวนการสร้างความหมายผ่านผลงานวรรณกรรมและแวดวงด้านสื่อสารมวลชนต่างๆ เช่น ภาพยนตร์ ละคร ฯลฯ ที่ผู้ผลิตได้พยายามใส่เนื้อหาหรือความหมายลงไปในสื่อโดยใช้ชุดกระบวนทัศน์มาเป็นแบบแผนในการสื่อสารกับผู้ชม และในขณะเดียวกันก็สร้างสัญญะย่อยๆ หรือชุดกระบวนทัศน์แบบคู่ตรงข้ามขึ้นมาเพื่อใช้ในการดำเนินเรื่องเพื่อเปรียบเทียบกันเสมอ โดยเฉพาะประเด็นที่ว่าด้วยเรื่องของความดี-ความชั่ว ความมั่งมี-ความจน หรือแม้นกระทั่งแต่ความเป็นสมัยใหม่-ความเป็นดั้งเดิม เป็นต้น

จากข้อมูลดังที่กล่าวมาในข้างต้น นับเป็นการนำเสนอให้เห็นถึงผลการอภิปรายข้อมูลที่เกิดจากความเชื่อมโยงประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน ซึ่งได้สะท้อนให้เห็นบทบาทความสำคัญของประเด็นการวิจัยในเรื่องนี้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏขึ้นจากสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ถูกจัดทำขึ้นเพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชม

3. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การทำวิจัยเรื่องนี้ เป็นความพยายามในการค้นหาคุณค่าความหมายจากปรากฏการณ์ของสัญญะผ่านสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวความคิดทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวคิดทางด้านการท่องเที่ยวมาเป็นกรอบในการศึกษา ผลสรุปของการวิจัยทำให้เกิดข้อค้นพบที่ทรงคุณค่าต่อแวดวงวิชาการเป็นอย่างมาก ซึ่งในที่นี้จะขอสรุปถึงข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังนี้

ประเด็นแรก จากข้อสรุปการวิจัย ได้ก่อให้เกิดมุมมองใหม่ๆ เกี่ยวกับการทำความเข้าใจถึงสังคมแห่งการสื่อสารที่แวดล้อมไปด้วยระบบของสัญลักษณ์ต่างๆ ที่สังคมได้สร้างสรรค์ขึ้นและมีหลายสิ่งที่จะต้องอาศัยกระบวนการเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจกับภาษาและกลไกทางด้านการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะใช้ชีวิตได้อย่างเป็นปกติสุขและสามารถดำรงอยู่ในสังคมได้อย่างเข้าอกเข้าใจกัน ดังนั้น นักการสื่อสารทั้งหลายจึงควรเฝ้าตระหนักถึงผลของการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อให้เข้าใจสังคมมนุษย์ได้อย่างถ่องแท้

ประเด็นที่สอง แนวความคิดที่ได้ตกผลึกจนกลายมาเป็นคุณค่าทางสังคมดีๆ ให้ได้ให้ยึดถือและปฏิบัติ เช่น วัฒนธรรมการทำการเกษตรที่สามารถใช้เป็นจุดดึงดูดการท่องเที่ยวได้ นับเป็นคุณาประโยชน์ต่อคนรุ่นหลังที่จะต้องเรียนรู้และรู้จักการประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความกลมกลืนกับวิถีการดำรงชีวิตของตนเองในปัจจุบัน

ประเด็นที่สาม ข้อค้นพบจากผลการวิจัยเรื่องนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ โดยเฉพาะการสร้างอัตลักษณ์ให้แหล่งท่องเที่ยวด้วยวิธีการใช้ **“สัญญะ”** มาเป็นองค์ประกอบในการสื่อความหมายแฝงต่างๆ ซึ่งจะช่วยทำให้เนื้อหามีความลุ่มลึกและกินใจผู้อ่านมากขึ้น

จากข้อเสนอแนะทั้งหมดดังที่กล่าวมาในข้างต้น จะช่วยทำให้สาธารณชนที่มีความสนใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องต่างๆ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานของตนเองเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อไปได้ในอนาคต

4. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแนะประเด็นที่น่าสนใจดังสรุปและแยกแยะได้ คือ

ประเด็นแรก ควรมีการทำวิจัยแบบเจาะลึกลงไปในสื่อวัฒนธรรม-ประเพณีที่สำคัญในท้องถิ่นด้วย เนื่องจากว่าเป็นแหล่งรวมอุดมคติที่ทรงคุณค่าของสังคม ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมตลอดจนอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นต่างๆ ที่กำลังจะเลือนหาย ประเด็นเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ต้องใช้กระบวนการทางวิจัยมาค้นหาความหมายเพื่อให้ได้คำตอบแทบทั้งสิ้น โดยเฉพาะการทำวิจัยเชิงคุณภาพจะช่วยให้ค้นพบแง่มุมที่มีความลุ่มลึกและสามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ทาง

วัฒนธรรมและสังคมได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะสถานการณ์ทางด้านการเมือง สื่อสารมวลชน รวมทั้งความขัดแย้งต่างๆ ที่เกิดขึ้น

ประเด็นที่สอง ควรขยายการทำวิจัยไปสู่สื่อใหม่ (New Media) รวมทั้งการสื่อสารผ่านระบบการตลาดแบบดิจิตอลในมิติใหม่ๆ เนื่องจากว่าเป็นรูปแบบหรือช่องทางการสื่อสารที่กำลังเป็นที่สนใจของสังคมในปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้เกิดมุมมองใหม่ๆ ในการบูรณาการองค์ความรู้แขนงต่างๆ เข้าด้วยกัน

ประเด็นสุดท้าย พยายามตั้งคำถามและสร้างโจทย์วิจัยโดยใช้แนวความคิดเชิงสัญญะวิทยามาเป็นกรอบคิดในการวิจัยเพื่อที่จะทำให้ประเด็นวิจัยมีความลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะประเด็นที่เป็นความหมายแฝงต่างๆ ในสังคมที่ยังไม่ได้รับการคลี่คลายหรือหาทางออกเป็นต้น

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมดตั้งแต่แรก นับเป็นการนำเสนอให้เห็นถึงสาระสำคัญของงานวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งผู้วิจัยคาดหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเนื้อหาของงานวิจัยฉบับนี้จะช่วยส่งเสริมให้บุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ในสังคมได้นำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนางานที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กนกวรรณ เขม้นงาน. 2557. **การวิเคราะห์ การพัฒนา และการประเมินผลการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช.** กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กาญจนา แก้วเทพ. 2553. **แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา.** กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ . 2549 ก. “สื่อพื้นบ้าน : อาสารับสารสร้างสุขภาพ.” ใน **สื่อพื้นบ้าน ขานรับงานสุขภาพ.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. น. 2 - 68.

กาญจนา แก้วเทพ . 2549 ข. **ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เอดิสันเพรสโปรดักส์.

กาญจนา แก้วเทพ . 2547. **สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : บริษัทโอเชี่ยน บุ๊คมาร์ท จำกัด.

กาญจนา แก้วเทพ . 2543. “ความเรียงว่าด้วย สัญญะวิทยา กับสื่อสารมวลชน.” ใน **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่.** กรุงเทพฯ : น. 1 - 89.

กาญจนา แก้วเทพ. 2554. “ใบเบิกทางของการศึกษาสื่อวัตถุพื้นบ้าน.” ใน **สื่อพื้นบ้านในสายตานิเทศศาสตร์.** กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์ จำกัด. น. 246 - 344.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558, มกราคม-มีนาคม). “เกษตร สุพพรณ,” **เที่ยวภาคกลาง.** 17 : 90-93.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2552. **คู่มือการท่องเที่ยว ๑๕ ตลาดบก ๑๖ ตลาดน้ำ.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : กองข่าวสารการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

กำจร หลุยยะพงศ์. 2556. **ภาพยนตร์กับการประกอบสร้างสังคม ผู้คน ประวัติศาสตร์ และชาติ.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

โขมสี แสนจิตต์. 2548. “การปรับตัวของสล่าพื้นบ้าน ในบริบทของการท่องเที่ยว.” ใน **เพลง ดนตรี ปริศนา ผ้าทอ ภูมิปัญญาทางด้านการละเล่นและการช่าง.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : โอ เอส พริ้นติ้งเฮ้าส์. น. 224 - 245.

ณัฐพล ใยไพโรจน์. 2558. **Digital Marketing:Concept & Case Study.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : บริษัท ไอดีซี พรีเมียร์ จำกัด.

ทศพร กรกิจ. 2551. “การสร้างความน่าสะพรึงกลัวในหนังผี อเมริกัน เกาหลี และไทย.” ใน **วารสารนิเทศศาสตร์,** ฉบับที่ 3 ปีที่ 26. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. น. 1 - 26.

ทัศนีย์ บุญนาค. 2546. **กระจกส่องสื่อ.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : บริษัท เนชั่นบุคส์อินเตอร์เนชั่นแนลจำกัด.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. 2552. **บทบาทขององค์กรปกครองท้องถิ่น กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนฐานเศรษฐกิจพอเพียง.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : สถาบันพระปกเกล้า.

ธีรยุทธ บุญมี. 2551. **การปฏิวัติสัญศาสตร์ของโซซูร์ เส้นทางสู่โพสต์โมเดอร์นิสม์.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : บริษัท เคล็ดไทย จำกัด.

นัทธนัย ประสานนาม. 2551. **โดยนัยนี้ อีกนัยหนึ่ง.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

นับทอง ทองใบ. 2553. **ศิลปวิจารณ์รายการวิทยุโทรทัศน์.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

นิศา ชัชกุล. 2555. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.

นิศา ชูโต. 2551. **การวิจัยเชิงคุณภาพ.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : บริษัทพริ้นโพร จำกัด.

นิษฐา หรุ่นเกษม . 2554. “รู้เท่าทันสื่อ : แนวคิดและทฤษฎี.” ใน **รู้เท่าทันสื่อ รวบบทความแนวคิดทฤษฎี เทคนิค และประสบการณ์รู้เท่าทันสื่อ .** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ปิ่นโตพับลิชชิ่ง. น. 23 - 49.

ปฐมาพร เนตินันทน์. 2552. “กระบวนการสื่อสารตราสินค้าของพรรคการเมืองไทย.” ใน **วารสารศาสตร์บทคัดย่องานวิจัยและวิทยานิพนธ์ ปี 2551, ฉบับที่ 1 ปีที่ 3.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. น. 41 - 42.

ประชิด สกุณะพัฒน์ และคณะ. 2554. **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงดาว.

ประมาณ เทพสงเคราะห์. 2553. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว ชีวิตบนเส้นทางวิจัยการท่องเที่ยวโดยชุมชน.** พิมพ์ครั้งแรก. สงขลา : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสงขลา.

พงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ และชาญ เดชอัศวนง. 2557. **การนำเสนอภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

พงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ และชาญ เดชอัศวนง. 2554. **บทบาทการใช้สื่อพื้นบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดเก้าห้อง อ. บางปลาม้า จ. สุพรรณบุรี.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

พัทธ์ธีรา วงษ์อัศวกรณ์. (2558, กันยายน 1). **ปรับยุทธศาสตร์ท่องเที่ยว “58-60 ตั้งเป้าโกยรายได้ 2.5 ล้านล้าน.** ข่าวสด, หน้า 8.

ภัทรพร ทิมแดง และวินัย ปัญจขจรศักดิ์. 2555. **โมเดลการตลาดประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.** วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ปีที่ 11 ฉบับที่ 1. หน้า 98 - 111.

ภาวิณี บุริมปรัชญ์. 2551. **การใช้สื่อและการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ใน อ. สามโคก จ. ปทุมธานี.** กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกริก.

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด. 2554. **การท่องเที่ยวจากนโยบายสู่รากหญ้า.** พิมพ์ครั้งแรก. เชียงใหม่ : ล็อคอินดีไซน์เวิร์ด.

เมืองโบราณ, สำนักพิมพ์. 2537. **ตลาดน้ำ : ย่านชุมชนริมน้ำในสังคมเมืองสยาม.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : ศรีบุญอุตสาหกรรมการพิมพ์.

วิถีทรรศน์, โครงการ. 2540. "บทนำ." ใน **วิถีไทย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง. น. 3-4.

วีระพันธุ์ ชินวัตร. 2554. "เก็บตกย่านถิ่นกะดีจีน... ท่องเที่ยวชุมชน สู่ชุมชน..." ใน **เที่ยวย้อนยุค ย่านถิ่น กะดีจีน ริมเจ้าพระยา มรดกวัฒนธรรม สามศาสนา สี่ความเชื่อ.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. น. 78-81.

ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ. 2557. "การสร้างความหมายบนจอโทรทัศน์" ใน **ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. น. 310-318.

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. 2553. **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** พิมพ์ครั้งแรก. ขอนแก่น : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สกนธ์ ภู่งามดี. 2547. **พื้นฐานการออกแบบกราฟิก.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : บริษัทบุ๊คพอยท์ จำกัด.

สถาบันคลังสมองของชาติ. 2552. **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน,** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุพรรณบุรี, สำนักงาน. 2557. **แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี 2557-2560.** สุพรรณบุรี. กระทรวงมหาดไทย.

สุภางค์ จันทวานิช. 2551. **ทฤษฎีสังคมวิทยา.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อดิศร ศักดิ์สูง. 2556. **ประวัติศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย.** พิมพ์ครั้งที่ 2. สงขลา : บริษัท นำศิลป์โฆษณา จำกัด,

อรุณรัตน์ ชินวรณ์ . 2553. **สื่อประชาสัมพันธ์ (PUBLIC RELATIONS MEDIA).** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ.

อุดม เชยกีวงศ์. 2552. **วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ ตลาดน้ำ.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ภูมิปัญญาสร้างสรรค์.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. 2541. “สื่อมวลชนกับการเป็นเวทีกลางของการต่อสู้ทางการเมืองและวัฒนธรรม” ใน **วิกฤติสื่อมวลชน.** กรุงเทพฯ : โครงการวิถีทรรศน์. น. 192-214.

อุไรพร ชลสิริรุ่งสกุล. 2554. **Digital Marketing : ไอเดียลัดปฏิวัติการตลาด.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

Berer, A.A. 1982. **Media Analysis Techniqes**. N.p.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบวิเคราะห์สัญญะ

1. ตารางวิเคราะห์องค์ประกอบของสัญญะ

รูปสัญญะ(Sign)	ตัวหมาย(Signifier)	ตัวหมายถึง(Signified)	
		ความหมายโดยอรรถ	ความหมายโดยนัย

2. แบบถอดรหัสสัญญะเป็นโครงสร้างเนื้อหา

เนื้อหา/แนวความคิด	รูปสัญญะ	ความหมายของสัญญะ

3. แบบวิเคราะห์วิธีการสื่อความหมายเชิงกระบวนทัศน์

กระบวนทัศน์	ชุดของกระบวนทัศน์	รหัส/สัญญะย่อย ๆ

4. แบบวิเคราะห์การใช้สัมพันธบทในการสื่อความหมาย

ลักษณะ	รูปแบบการใช้สัมพันธบทในการสื่อความหมาย		ความหมายที่ต้องการสื่อ
	ร่องรอยของสัญญะเก่า	สัญญะหรือสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่	

5. แบบวิเคราะห์วิธีการสื่อความหมายของคู่ตรงข้าม

6. แบบสัญญะคู่ตรงข้ามระหว่างสังคมเมืองกับสังคมท้องถิ่น

สัญญะ	ผลของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น	
	สังคมเมือง	สังคมท้องถิ่น

7. ตารางสรุปการใช้สัญญะในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เนื้อหา/แนวคิด	วิธีการใช้สัญญะมาสร้างความหมาย			
	การใช้กระบวนทัศน์	ส่วนย่อยแทนส่วนใหญ่	การสร้างคู่ตรงข้าม	การใช้สัมพันธบท

ภาคผนวก ข แนวคำถามในการสัมภาษณ์

ตัวอย่างแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์บุคคล

วัตถุประสงค์ : ใช้ประกอบในการทำความเข้าใจถึงปรากฏการณ์จริงในพื้นที่ศึกษาเพื่อที่จะนำไปสู่ประเด็นการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ดังนั้น การเก็บข้อมูลในส่วนนี้จึง **"ไม่ใช่"** เป็นเครื่องมือวิจัยหลัก หากแต่เป็นเพียงการเก็บข้อมูลชั้นต้นที่ได้รับจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย เช่น เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสถานประกอบการภาคเอกชน รวมทั้งนักท่องเที่ยวต่างๆ

แนวคำถาม

1. ใครเป็นผู้รับผิดชอบในการผลิตสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

2. รูปแบบของสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีอะไรบ้างและใครเป็นผู้ผลิต

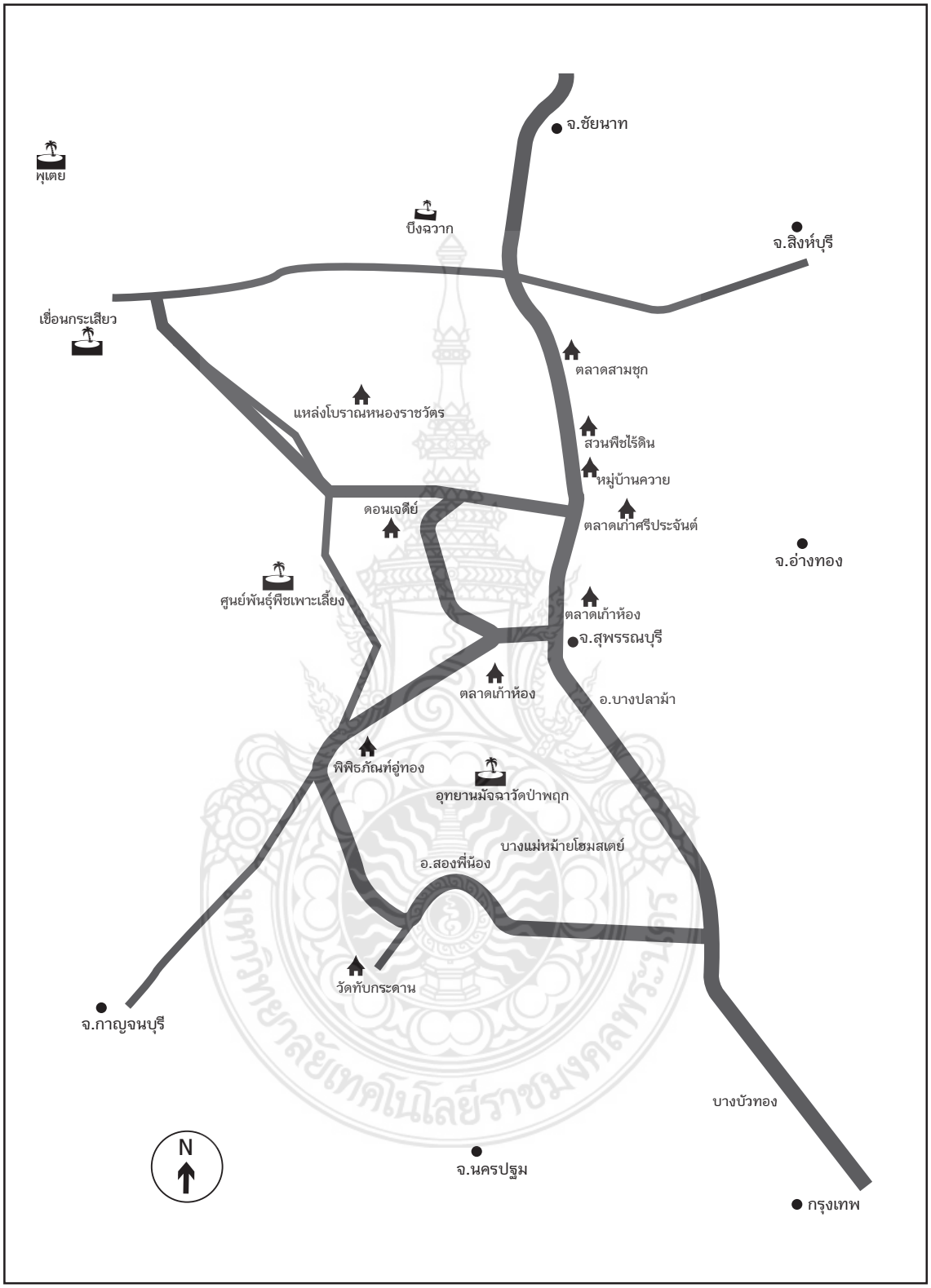
3. เนื้อหาในสื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีลักษณะเป็นอย่างไร

4. นักท่องเที่ยวสนใจแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบไหน

5. สิ่งที่เด่นๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรีคืออะไร และอยู่ที่ไหนบ้าง

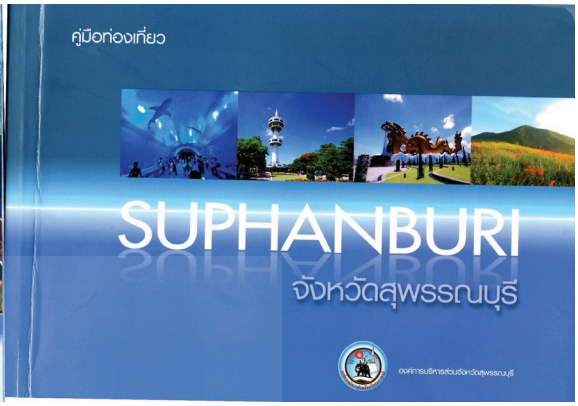
ทั้งนี้ในการสัมภาษณ์บุคคลผู้วิจัยจะใช้โครงสร้างคำถามที่ได้จัดเตรียมมาไว้ล่วงหน้ากับกลุ่มบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องและเป็นผู้รู้ (Key Informant) ในเรื่องนั้นๆ อย่างแท้จริง โดยแนวคำถามดังกล่าวจะมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับบริบทของการสัมภาษณ์ ทั้งนี้จะใช้เครื่องบันทึกเสียงและกล้องถ่ายภาพมาเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ร่วมด้วย และใช้ผู้ช่วยนักวิจัยมาจดบันทึกข้อมูลตลอดการสัมภาษณ์

ภาคผนวก ค แผนที่จังหวัดสุพรรณบุรี



แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี

ภาคผนวก ง สื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ


คู่มือท่องเที่ยว
SUPHANBURI
จังหวัดสุพรรณบุรี

ekaChai
เอกชัย
แผนที่ท่องเที่ยว
เมืองสุพรรณบุรี
I SUPHANBURI

สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อเฉพาะกิจต่าง ๆ

วารสารส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สื่อใหม่หรือโปรแกรมผ่านอุปกรณ์การสื่อสารเคลื่อนที่

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล : นายพงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ
วัน เดือน ปีเกิด : 12 มกราคม พ.ศ. 2513
ภูมิลำเนาเดิม : จังหวัดสุพรรณบุรี
ตำแหน่งปัจจุบัน : อาจารย์
สังกัด : คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
โทรศัพท์ 02-282-9009-15 ต่อ 6854
E-Mail : palalert@gmail.com
การศึกษา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต(นิเทศศาสตร์) มหาวิทยาลัยแม่โจ้ (2544)
ผลงานวิจัยที่ผ่านมา : 1. การถ่ายทอดแนวความคิดความเชื่อผ่านการใช้ภาพถ่ายตกแต่งบ้าน กรณีศึกษาบ้านบางสะแก อ. สองพี่น้อง จ. สุพรรณบุรี
2. บทบาทการใช้สื่อพื้นบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดเก้าห้อง อ. บางปลาม้า จ. สุพรรณบุรี
3. การนำเสนอภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม

ชื่อ - นามสกุล : นายชาญ เดชอัศวนง
วัน เดือน ปีเกิด : 30 ตุลาคม พ.ศ. 2511
ภูมิลำเนาเดิม : กรุงเทพฯ
ตำแหน่งปัจจุบัน : อาจารย์
สังกัด : คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
โทรศัพท์ 02-282-9009-15 ต่อ 6850
E-Mail : j_yads@yahoo.com
การศึกษา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ผลงานวิจัยที่ผ่านมา : 1. การสื่อสารทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่ผลมีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ
2. พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ค (Facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
3. การนำเสนอภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม