

# กลมายาแห่งสื่อ (ใหม่) ภายใต้โลกยุคดิจิทัล Myth of (New) Media under the Digital Era World

อนุสรณ์ พงษ์ไพบูลย์\*

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Anusorn Pongpaibool\*

Faculty of Management Science, Suan Dusit University

## บทคัดย่อ

การถ่ายภาพเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ซึ่งผนวกศาสตร์ไว้หลากหลายแขนง อาทิเช่น วิทยาศาสตร์ ศิลปศาสตร์ทั้งในลักษณะของศิลปะบริสุทธิ์และศิลปะประยุกต์ รวมถึงนิเทศศาสตร์ นอกจากนั้นการสร้างสรรคภาพถ่ายจึงต้องสอดประสานแนวคิดต่างๆ เหล่านี้ให้เกิดความสมดุล เพื่อให้ภาพที่จากผู้ถ่ายภาพนั้นเป็นภาพที่สร้างสรรค แต่ยังคงซึ่งความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งที่ผู้ถ่ายภาพต้องการ การสร้างภาพถ่าย ณ ปัจจุบัน มีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้นเหตุเพราะเทคโนโลยีทางการถ่ายภาพมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วทำให้ภาพถ่ายเกิดการประกอบสร้างความหมายมากขึ้น สามารถโน้มน้าวชักจูงใจ หรือเชื่อมโยงตามวัตถุประสงค์ของผู้ที่อยู่เบื้องหลังภาพถ่ายมากขึ้น สัญญะซึ่งในที่นี้หมายรวมถึงการสร้าง ความหมายเชิงสัญลักษณ์ให้ปรากฏในภาพถ่าย มีความแยบยล แฟร์ดินอนด์ เดอ โซส์ซูร์ กล่าวถึง สัญญะว่า “สัญญะ” เป็นระบบของสัญลักษณ์ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทั้งด้านความหมายและโครงสร้าง อันหมายถึงตัวแสดง (Sound-Image) และตัวหมาย (Concept) อีกทั้งแนวความคิดของชาร์ลส์ ซอนเดอร์ส เพียร์ซ ที่แปลรูปลักษณะของการนำเสนอสัญญะเชิง Icon Index และ Symbol ซึ่งขึ้นอยู่กับความใกล้เคียงของความจริงที่ปรากฏ ความหมายที่เกิดขึ้นมีทั้งทางตรงทางอ้อมอันถูกสอดแทรกให้เห็นในภาพถ่ายมากขึ้นจนราวกับดูเหมือนเป็นความจริง คล้ายคลึงกับแนวคิดเชิงมายาคติ (Myth) ของโรลิ่งด์ บาร์ธส์ ซึ่งให้ความหมายเชิงสัญญะในลักษณะของการประกอบสร้างความหมายที่เป็นมากกว่าความหมายที่เป็นอยู่ตามสภาพ สื่อ (ใหม่) หรือที่เราเรียกรวมว่า “โลกยุคดิจิทัล” กำลังสร้างแนวคิดแห่งความหมายนั้นภายใต้ภาพถ่าย ทั้งในเชิงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการมองภาพโดยตรง ผลกระทบที่เกิดขึ้นภายหลังจากการมองภาพนั้นสิ้นสุด และผลกระทบที่ผ่านการประกอบสร้างขึ้นใหม่ทำให้การสร้างสรรคภาพถ่ายไม่เพียงแต่สร้างรูปแบบ หรือรูปลักษณะของการสื่อสารเท่านั้น

\* ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)  
e-mail: stu\_eau@yahoo.com

หากแต่ภาพถ่ายในสังคมดิจิทัลมีสิ่งที่น่าสนใจ หรือมีความหมายแฝงอยู่ แต่สิ่งต่างๆ เหล่านั้นผู้มองภาพสามารถรับรู้และสัมผัสได้ ตลอดจนสามารถสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์สำหรับก้าวต่อไปของการสื่อสาร

**คำสำคัญ:** มายาคติ ภาพถ่าย โลกยุคดิจิทัล ความจริงเสมือน

## Abstract

Taking a picture is both science and art, combining several fields of sciences such as science – pure arts as well as applied arts including public communication and mass communications. Also, the taken – picture creation has to be in line with various ideas for the balance of many taken – pictures, and such taken – pictures must be creative together with remaining any kind of meaning of the taken – pictures as wanted by photographers. The taken – picture producing of today is very easy and quick because the technology of the picture – taking equipment is rapidly developed, so a lot of the taken – pictures have a large number of meanings and can more influence or connect the goals of those who are behind the taken – pictures. The term “symbol” here means the creation of symbolic meaning in the taken – pictures properly. Ferdinand de Saussure speaks of the symbol that the symbol is the system of sign linking with both the meaning and the structure – sound – image and concept. Besides Charles Sander Pierce’ opinion over the presentation of the symbol in the form of icon index and symbol depends of the nearness and the distance of manifest reality. The appearing meaning that may be direct and indirect to be put into the taken – pictures is so numerous that the aforesaid meaning is true like Roland Barthes’ myth, giving the meaning of the symbol in the form of constructing as well as creating the real meaning of the taken – pictures rather than the meaning as its status quo. (New) Medium or generally well - known “Digital Era World” is leading to the concept of the meanings under the taken – pictures directly and indirectly while looking at those taken – pictures and after doing so. Not only is the digital era world creative for new pictures and communicative with other structures, but also there is something hidden in the taken – pictures in the digital society or the hidden meaning is maintained; however, what is above – mentioned can be acknowledged and touched by those who look at the taken – pictures, and they are able to create the meaning in the form of the symbol for the next step of communication.

**Keywords:** Myth, Photograph, The Digital Era World, Virtual Reality

## บทนำ

หลายต่อหลายครั้งที่เราในฐานะผู้รับสารจะพยายามต่อสู้ขัดขืนกับอำนาจ อำนาจที่เกิดขึ้นในระหว่างทางของเรื่องราว (สาร) ซึ่งอาจ หมายถึง สิ่งที่เกิด หรือถูกผลิตขึ้นมาจากผู้ส่งสาร หรือถูกแปรเปลี่ยนไปตามผู้ผลิต แต่นั่นมิได้หมายความว่า สารที่ผู้รับกำลังรับมาสู่สถานะของจิตเจ้านั้นจะปราศจากกลไกทางการสื่อสารเสียทีเดียว หากแต่การสื่อสารดังกล่าวจะยังคงเป็นกลไก อันเป็นระบบที่แบบยลของผู้ส่งสาร และผู้ส่งสารนั่นเองที่กำลังเริ่มกลไก หรือกระบวนการ หรือระบบที่สร้างขึ้นมาจากอำนาจที่มีอยู่ และผันกลายเป็นสารที่มองเห็นและจับต้องได้ ภายใต้เทคโนโลยีสมัยใหม่ทำให้สิ่งต่างๆ รอบตัวเกิดภาวะใหม่อันหมายถึง “กลมายา” ที่กำลังอุบัติ และเกิดขึ้นในโลกของ “ความเป็นจริงเสมือน หรือโลกยุคดิจิทัล”

**สื่อ (ใหม่)** ในความหมายทั่วไปหากเรากำลังกล่าวถึงสื่อใหม่นั้น เราอาจต้องกลับมาถามตัวเองว่า มีเกณฑ์อันใดที่ใช้ในการแบ่งแยกกระหว่างสื่อใหม่และสื่อเก่า หากเราเริ่มจากการใช้เกณฑ์ยุค หรือสมัยของสื่อเรากำลังมองเห็นสื่อที่มีหน้าตาหลากหลาย มีหน้าตาที่พัฒนามากขึ้น รูปแบบและ/หรือวิธีการใช้ของสื่อเริ่มมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นตามลักษณะของการพัฒนาการ แต่หากเราพิจารณาถึงรูปแบบ หรือคุณลักษณะของการรับรู้ในสารผ่านสื่อ เราอาจมองเห็นถึงความแตกต่างในการรับรู้ นั่น กล่าวคือ สื่อซึ่งผ่านการรับรู้ด้วยการมอง หรือสื่อซึ่งผ่านการรับรู้ด้วยการได้ยิน และสื่อซึ่งผ่านการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งสอง (การมองและการได้ยิน) นอกจากนั้นสื่อยังถูกแปรเปลี่ยนและเปลี่ยนแปลงไปในอีกหลากหลายรูปแบบ อันขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางการสื่อสาร ณ ขณะนั้น กระนั้นก็ตามยังมิได้หมายความว่า การจัดแยก หรือจัดแบ่งประเภทของสื่อจะสิ้นสุดเพียงเท่านั้นหากแต่การจัดแบ่งด้วยกลไกดังกล่าวเป็นเพียงเบื้องต้นในการเตรียมสื่อและสารให้พร้อมตามแต่ภารกิจ และการใช้งานของผู้ที่ต้องการจะส่งสาร ตลอดจนพฤติกรรมของการรับสารผ่านสื่อของผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมาย

**สื่อ (ใหม่)** กำลังถูกสังคมและสถานะแวดล้อมกดดันให้จัดรูป หรือระเบียบเสียใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับการใช้งาน ฉะนั้นสื่อจึงจำเป็นต้องสร้างตัวตนให้เกิดขึ้นอย่างชัดเจนในสังคมปัจจุบัน อย่างไรก็ตามสิ่งที่ยังคงตามติดสื่อเสมือนเงาตามตัวไม่ปาน ก็คือ *อำนาจที่ยังแฝง และคงอยู่*

อำนาจที่ปรากฏมาพร้อมกับสื่อ นั้นไม่เพียงแต่ทรงอิทธิพลในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของสารแล้ว แต่ยังส่งอิทธิพลนั้นไปยังสภาพแวดล้อมใกล้เคียงตลอดเวลาและสม่ำเสมอ แต่ใครจะใช้อำนาจที่มีอยู่นั้นไปในทิศทางใด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและพร้อมกลั่นกรองสารเหล่านั้นตามความต้องการ

ณ บรรทัดนี้เราอาจได้คำตอบแล้วว่า สื่อ (ใหม่) ที่เรากำลังกล่าวถึงนั้น มีลักษณะรูปร่าง หรือตัวตนเป็นเช่นใด ซึ่งเราอาจหมายถึง สื่อที่กำลังเข้ามามีบทบาทในสังคมสมัยใหม่ หรือสื่อที่กำลังเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อตอบรับหรือขนานรับกับสภาพสังคมในขณะหรือเวลานั้น หรืออาจหมายถึงสื่อที่กำลังเข้ามามีอิทธิพลในลักษณะหรือรูปแบบใดๆ กับกลุ่มผู้รับสารที่อาจรู้เท่าหรือไม่รู้เท่าทันสื่อ ซึ่งอาจอยู่ในสังคมเมืองหรือแม้แต่สังคมชนบทที่ห่างไกล... ???

### ภาพถ่ายสู่ภาพถ่าย

ในบรรดาสื่ออันหลากหลาย เราอาจไม่ปฏิเสธได้ว่า “ภาพถ่าย” นั้นยังคงส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสารได้อย่างดีกว่า 150 ปีที่ผ่านมา คำกล่าวนี้อย่างคงศักดิ์สิทธิ์ “ภาพถ่ายหนึ่งภาพ สามารถแทนคำพูดได้หลายพันคำ” และภาพถ่ายกำลังเข้ามาเกี่ยวข้องกับได้อย่างไรและเพราะเหตุใด เมื่อย้อนกลับไปในหลักของการถ่ายภาพหรือความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการถ่ายภาพ...

กล้องถ่ายภาพ คือ อุปกรณ์อย่างหนึ่งในการบันทึกแสง หรือการบันทึกความทรงจำ มีส่วนประกอบอย่างน้อย 2 ส่วนด้วยกัน กล่าวคือ 1. ห้องบันทึกแสงหรือห้องมืดห้องเล็กๆ หรือที่ผู้ถ่ายภาพรู้จักกันในชื่อว่า “ตัวกล้อง (Body)” และ 2. ตัวกลางที่เป็นเสมือนทางเดินหรือสิ่งที่ช่วยให้แสงที่เกิดจากการสะท้อนของวัตถุหรือแบบ เดินทางมารวมตัวเพื่อให้เกิดภาพตามที่ต้องการ ซึ่งหมายถึง “ชุดเลนส์ (lens)”

ฉะนั้นเมื่อเราบันทึกแสงด้วยกล้องถ่ายภาพ นั้นหมายถึง ผู้ถ่ายภาพกำลังบันทึกแสงที่สะท้อนมาจากวัตถุหรือแบบอันเกิดมาจากแหล่งกำเนิดแสง ฉายแสงไปตกกระทบยังวัตถุหรือแบบ หลังจากนั้นพื้นผิวของวัตถุหรือแบบจะสะท้อนแสงบางส่วนและดูดซับแสงบางส่วนไว้ แสงที่เกิดจากการสะท้อนจะเดินทางผ่านอนุของบรรยากาศไปยังเลนส์ของกล้องถ่ายภาพ เลนส์ของกล้องถ่ายภาพจะทำหน้าที่รวมแสง หรือจัดการแสงสะท้อนนั้นให้ตกกระทบไปยังฉาก ซึ่งในที่นี้หมายถึง “ฟิล์ม (Film)” และเมื่อผู้ถ่ายภาพกดชัตเตอร์กลไกของกล้องถ่ายภาพก็จะทำงานประสานกันอย่างกลมกลืน จนในที่สุดแสงสะท้อนเหล่านั้นก็จะถูกบันทึก

ดังนั้นการถ่ายภาพจึงเป็นกลไกหรือวิธีการในการบันทึกแสงอย่างหนึ่งที่มีมนุษย์กำลังเอาชนะธรรมชาติ โดยการหยุดการเคลื่อนไหวของสรรพสิ่ง ให้ภาพอยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 24 x 36 มิลลิเมตร (โดยประมาณ) กลไกของการบันทึกแสง (ในที่นี้) เกิดจากการสร้างความสัมพันธ์ขององค์ประกอบ 4 ประการ เข้าด้วยกันคือ 1. ความเร็วชัตเตอร์ 2. หน้ากล้อง 3. ทางยาวโฟกัส และ 4. ผู้ถ่ายภาพ ความเร็วชัตเตอร์ และหน้ากล้องจะเป็นตัวแปรหลักหรือเป็นตัวกำหนดหรือควบคุมปริมาณของแสงให้เข้ามายังฟิล์มมากหรือน้อย กล่าวคือ

1. ความเร็วชัตเตอร์ (Shutter Speed) จะสามารถกำหนดลักษณะการเคลื่อนไหวของวัตถุ หรือแบบที่ผู้ถ่ายภาพต้องการบันทึกให้มีลักษณะเคลื่อนไหวแบบเคลื่อนไหว หรือเคลื่อนไหวแบบหยุดนิ่ง หรือหยุดนิ่งแบบหยุดนิ่ง

2. หน้ากล้องหรือช่องรับแสง (Aperture) เป็นกลไกของกล้องถ่ายภาพอีกเช่นกัน ซึ่งนอกจากจะทำหน้าที่ในการกำหนดปริมาณแสงสำหรับการบันทึกภาพแล้ว ยังสามารถสร้างช่วงความชัดของแบบ หรือวัตถุในภาพให้มีช่วงความชัดที่มีความแตกต่างกัน

ซึ่งองค์ประกอบทั้งสองประการนั้นจะต้องถูกสร้างขึ้น และถูกใช้งานให้เกิดความเหมาะสมในการบันทึกภาพของผู้ถ่ายภาพ

3. ทางยาวโฟกัส (Focal Length) เป็นกลไกซึ่งอยู่ภายในกระบอกเลนส์ อันทำหน้าที่เป็นเสมือนมุมมองของผู้ถ่ายภาพขณะถ่ายภาพ โดยการเคลื่อนของชิ้นเลนส์ภายใต้วงแหวนบนตัวเลนส์ และอาจกล่าว

ได้ว่าทางยาวโฟกัสนั้นสามารถกำหนดมุมมองของภาพให้กว้างขึ้น หรือแคบลงตามความต้องการของผู้ถ่ายภาพ ที่ต้องการนำเสนอ อันสามารถส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกที่เกิดขึ้นของภาพถ่าย และ

4. ผู้ถ่ายภาพ (Photographer) องค์ประกอบสุดท้ายของการบันทึกภาพที่มีความสำคัญมากกว่า กลไกใดๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการบันทึกภาพ เหตุเพราะการนำเสนอภาพถ่ายของผู้ถ่ายภาพไปยังผู้รับชม (ผู้รับสาร) นั้น ผู้ถ่ายภาพจะต้องสามารถสร้างแนวคิดและจินตนาการให้เกิดขึ้นเป็นภาพปรากฏในสมอง หรือจิตใจก่อนการกดชัตเตอร์

การเลือกความเร็วชัตเตอร์ การใช้หน้ากล้อง และการเปลี่ยนแปลงทางยาวโฟกัสโดยผู้ถ่ายภาพ นั้นเองที่จะสามารถทำให้ภาพซึ่งบันทึก ณ เวลาเดียวกัน สถานที่ และสภาพแวดล้อมแห่งเดียวกัน องค์ประกอบของภาพอย่างเดียวกันให้มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง จึงไม่น่าแปลกใจเลยว่าทำไมภาพถ่าย (อันเป็นภาพถ่าย) นั้น จะสามารถส่งอิทธิพลเหนือบุคคลหรือผู้รับสารได้อย่างแรงกล้า **เสมือนประหนึ่ง การใช้อำนาจในการจัดวางกระบวนการความคิดของบุคคลในขณะชมภาพถ่าย**

การสร้างสรรคภาพถ่ายของผู้ถ่ายภาพจึงเป็นการสร้างจินตนาการจากสามัญสำนึกที่ตรงไปตรงมา ตามที่สายตามองเห็น ตามลักษณะของแสง ตามสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในความเป็นจริง หากแต่จะสร้าง จินตนาการ นั้นๆ ให้ผุดออกไปจากคุณลักษณะเดิมจึงเป็นสิ่งที่ค่อนข้างยาก ซึ่งนั่นมิใช่หมายความว่าทำไม่ได้ เสียทีเดียว แต่มันขึ้นตอนที่ค่อนข้างยุ่งยากสลับซับซ้อน อันหมายถึงการปฏิบัติการภายในห้องมืด เพื่อแก้ไข ตกแต่งฟิล์มที่บันทึกแสง

**ปรากฏการณ์ดังกล่าว คือ ปรากฏการณ์ย้อนหลังไปเมื่อประมาณเกือบสิบปีที่ผ่านมา... ???**

ณ ยุคแห่งโลกไร้พรหมแดน ยุคแห่งสังคม หรือชุมชนเครือข่าย กำลังสร้างแนวความคิดใหม่ในเชิง ของการบันทึกภาพ อันเป็นการบันทึกภาพที่มาแทนที่การบันทึกภาพ หรือการบันทึกแสงในรูปแบบดั้งเดิม ซึ่งอยู่ในลักษณะของสัญญาณ “ดิจิตอล”

ภาพถ่ายสู่ภาพถ่าย... ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเครือข่ายที่ทุกสิ่งทุกอย่างสามารถแก้ไข เปลี่ยนแปร และเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาทุกสถานที่และทุกสถานการณ์... !!!

หากทำความเข้าใจอย่างหยาบๆ ภาพดิจิตอลเป็นเพียงการนำชิ้นสี่เหลี่ยมเล็กๆ ซึ่งเรียกว่า “พิกเซล (Pixel)” มาเรียงประกอบกันเป็นรูปร่าง อาจเป็นเหมือนการใช้แผ่นในการแปลอักษร ความละเอียด ของชิ้นพิกเซลเป็นตัวแปรหนึ่งที่จะบ่งบอกถึงความละเอียด หรือความคมชัดของภาพ เมื่อภาพนั้นถูกขยาย ให้ใหญ่ขึ้นหรือผ่านการบีบอัด กลไกของการถ่ายภาพระบบดิจิตอลนั้นยังคงทำหน้าที่คล้ายคลึงกับการถ่ายภาพ ในลักษณะของฟิล์ม เพียงแต่กล้องถ่ายภาพระบบดิจิตอลจะมีชุดของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มาร่วมประมวล สัญญาณ หรือทำหน้าที่แปลงสัญญาณจากอนาล็อกเป็นสัญญาณดิจิตอล ซึ่งทำงานคล้ายคลึงกับหน่วย ประมวลผลกลางของเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งเรียกว่า “CCD (Charge Coupled Device) หรือ CMOS (Complementary Metal Oxide Semiconductor) Image Sensor” ทำหน้าที่ประมวลผลแสงสีของแหล่ง กำเนิดแสง (แสงสีแดง แสงสีเขียว และแสงสีน้ำเงิน หรือ RGB) ภายหลังจากการประมวลผลจึงผ่านผล เหล่านั้นไปเก็บไว้ในหน่วยความจำ

ภาพที่ถูกบันทึกจะเก็บในสภาพของดิจิทัลที่มีลักษณะหรือสกุลต่างๆ กัน เช่น \*.jpg \*.tif หรือ RAW เป็นต้น และไฟล์ดิจิทัลนี้เองที่เราสามารถนำไปผ่านกระบวนการในการผลิตในคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ภาพที่ได้มานั้นเป็นภาพที่เสมือนจริง (ภาพตามการบันทึกจริงๆ) หรือตามแต่จินตนาการของผู้ถ่ายภาพ ซึ่งในที่นี้อาจหมายถึง ผู้ปฏิบัติการภายใต้โปรแกรมประยุกต์สำหรับตกแต่งภาพที่มีอยู่มากมายในท้องตลาดทั่วไป การสร้างสรรค์ภาพดิจิทัลเหล่านี้สามารถสร้างสรรค์ได้ตามแต่ความต้องการอันหลากหลาย สามารถสร้างภาพตามสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันออกไป สามารถสร้างอารมณ์ ความรู้สึก มุมมอง ทัศนคติ ความเชื่อ ความคิด และจินตนาการไม่มีที่สิ้นสุด

**การพัฒนา...** กำลังสร้างจินตนาการหรือสามัญสำนึกแห่งแสงในการถ่ายภาพ อันเป็นสัญญาณโอนาล็อกไปสู่การบันทึกแสงในรูปแบบของสัญญาณระบบดิจิทัล ซึ่งเป็นระบบการสร้างภาพเสมือนภาพเสมือนจริง หรือภาพลักษณะ ให้เกิดขึ้นมาแทนที่ภายใต้กลไก หรือการพัฒนาทางวิทยาศาสตร์ที่เรียกว่า “เทคโนโลยี”



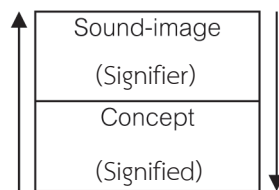
ภาพที่ 1 ภาพถ่ายแสดงสัญลักษณ์แห่งความหมายของภาพภูมิ

### สัญญาณวิทยา

แฟร์ดินองด์ เดอ โซสซัวร์ (Ferdinand de Saussure) นักวิชาการด้านภาษาศาสตร์ชาวสวิส อธิบายถึง สัญญาณว่า “สัญญาณ เป็นระบบของสัญลักษณ์ (System of Sign) ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทั้งด้านความหมาย และโครงสร้าง อันหมายถึง ตัวแสดง (Sound-Image) และตัวหมาย (Concept)” อ้างถึงใน Hawkes (2003)

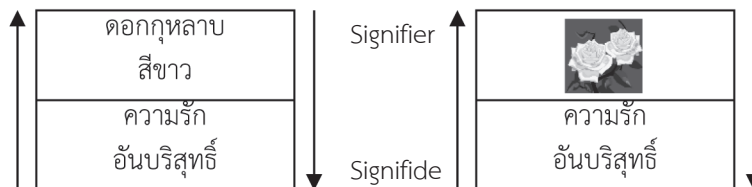
ฉะนั้นจะเห็นได้ว่า การสร้างความหมายย่อมเกิดจากผู้สร้างความหมาย และความหมายต่างๆ เหล่านั้นถูกถ่ายทอดไปยังส่วนของสังคมที่เป็นอยู่ในขณะนั้น คำถามจึงอยู่ที่ว่า... ความหมายต่างๆ เหล่านั้น เกิดขึ้นมา หรือถูกสถาปนา และมีการถ่ายทอดหรือแปรเปลี่ยนออกไปอย่างไร

อีกประการหนึ่งที่โซส์ซูร์ให้ความสนใจและให้ความสำคัญก็คือ มุมมอง และความสัมพันธ์ของ สัญญะใน 2 ลักษณะ อันได้แก่ วัตถุหรือตัวแสดง (Signifier or Sound-Image) กับตัวหมาย (Signified or Concept) เมื่อนำคุณลักษณะตามแนวทางของโซส์ซูร์มาเทียบเคียงกับการถ่ายภาพจะเห็นได้ว่า การสร้างภาพถ่ายโดยผ่านมุมมองของผู้ถ่ายภาพมักมีสิ่งซ่อนเร้นแอบแฝงอยู่ในภาพถ่ายเหล่านั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้ที่มองภาพถ่ายอย่างชื่นชมที่จะต้องพยายามถอดรหัสดังกล่าวออกมา ซึ่งเป็นรหัสที่เกิดขึ้นตาม ธรรมชาติ ตามครรลองของผู้สร้างภาพถ่าย อันนำมาสู่ความจรรโลงใจในที่สุด



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ของตัวแสดงและตัวหมาย

แต่อย่างไรก็ตามยังมีผู้ถ่ายภาพอีกจำนวนไม่น้อยนักที่พยายามนำกลไกของการสร้างมายามาสู่ภาพถ่ายเพื่อนำมาซึ่งผลประโยชน์ หรือผลกำไรทางธุรกิจของตน จนมองข้ามสัญญาณที่เกิดขึ้นอันแท้จริงของภาพถ่ายนั้นๆ



ภาพที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่าง Sound-image และ Concept ของคำว่า “ดอกกุหลาบสีขาว”

จากการศึกษาเกี่ยวกับการแบ่งแยกสิ่งปรากฏหรือผลกระทบที่เกิดขึ้นในภาพถ่าย โดยผ่านการมองภาพถ่ายของแต่ละบุคคล ผลที่เกิดขึ้นนั้นอาจแบ่งลักษณะของการศึกษาออกเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. การแปลความหมายของผู้มองภาพสามารถแปลความหมายที่ถูกถ่ายทอดจากผู้ถ่ายภาพไปยังผู้มองภาพอย่างไร
2. ความรู้สึกหรือผลตอบรับอย่างไรบ้างที่เกิดขึ้นภาพหลังจากการมองภาพถ่าย
3. มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไรจากการมองภาพของผู้มองภาพในส่วนของเนื้อหา หรือเรื่องราวในภาพถ่ายนั้นๆ และสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นเป็นเจตนาของผู้ถ่ายภาพหรือไม่ อย่างไร

ชาร์ลส์ ซอนเดอร์ส เพียร์ซ (Charles Sander Pierce as cited in Deledalle, 2000) นักปรัชญา ชาวอเมริกา ได้จัดแบ่งสัญลักษณ์ออกเป็น 3 ชนิด ได้แก่...

1. Icon หมายถึง ภาพเหมือนที่ถุ่กนำมาแสดงแทนของจริง อันมีความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์กับวัตถุ หรือตัวแสดง (Signifier) กับตัวหมาย (Signified) ที่ใกล้เคียงกัน เช่น รูปภาพ รูปปั้น เป็นต้น
2. Index หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์กับวัตถุ หรือตัวแสดง (Signifier) กับตัวหมาย (Signified) ในระดับปานกลาง เช่น เสียงสุนัขเห่า กรรโชกเสียงดัง แสดงให้เราทราบว่า มีสิ่งผิดปกติเกิดขึ้นอาจเป็นโจรหรือขโมย การได้ยินเสียงไซเรนของรถพยาบาลอาจแสดงได้ว่ากำลังมีอุบัติเหตุ เป็นต้น
3. Symbol หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์กับวัตถุ หรือตัวแสดง (Signifier) กับตัวหมาย (Signified) ในระยะที่ห่างกัน เช่น ดอกบัวเป็นการแสดงถึงพระพุทธศาสนา ดอกกุหลาบสีแดงอาจแสดงถึงความรักที่อมตะ เป็นต้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการสร้างภาพถ่ายขึ้นมาเพียงหนึ่งภาพนั้น ผู้ถ่ายภาพอาจกำลังสร้างสัญลักษณ์บางอย่างให้เกิดขึ้น ไม่ว่าจะด้วยระบบอนาล็อกหรือดิจิทัล แต่ในมุมมองอีกลักษณะหนึ่ง เพียร์ซกลับเพ่งมองไปยังรูปแบบของสัญลักษณ์สามประการด้วยกันอันเกี่ยวข้องกับกระบวนการถอดรหัสความหมาย ดังแสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รูปลักษณะของสัญลักษณ์

|                              | icon           | index                       | symbol                               |
|------------------------------|----------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| ลักษณะของความหมาย            | ความคล้ายคลึง  | การเชื่อมโยงเหตุผล          | ข้อตกลงร่วมกัน                       |
| ตัวอย่าง                     | รูปภาพ รูปปั้น | ไฟ ควีนไฟ                   | ลักษณะของตัวอักษร<br>อันประกอบเป็นคำ |
| กระบวนการถอดรหัส<br>ความหมาย | การมองเห็นได้  | การคิดหาเหตุผล<br>เชื่อมโยง | การเรียนรู้                          |

หรืออาจยกตัวอย่างเป็นภาพรวมได้ ดังนี้... “ภาพถ่าย” ของช่างในป่า เป็น Icon ที่แสดงถึงช่างที่มีตัวตนอยู่จริงในธรรมชาติ... “เสียงช้างร้อง” เป็น Index ที่แสดงถึงการมีอยู่ของตัวตนของช้าง... ส่วนคำว่า “ช้างป่า” เป็น Symbol ที่แสดงถึง “ช่างที่มีตัวตนอยู่จริง” เป็นต้น

นอกจากโซ่สูตร และเพียร์ซแล้วยังมีนักวิชาการสายวิพากษ์อีกท่านหนึ่ง ซึ่งก็คือ โรลันด์ บาร์ธส์ (Roland Barthes) ที่เข้ามาอธิบายแนวความคิดของสัญลักษณ์ ซึ่งได้กล่าวถึง ความหมายที่แฝงเร้นในกระบวนการเชิงสัญลักษณ์ โดยอธิบายแยกประเภทของการวิเคราะห์ระดับของความหมายออกเป็น 2 ประการ กล่าวคือ

1. ความหมายโดยตรง (Denotative Meaning) ซึ่งเป็นความหมายที่ถูกสร้างขึ้นจากบุคคลผู้ซึ่งสร้างความหมาย และความหมายที่เกิดขึ้นนั้นสามารถเข้าใจความหมายได้ตรงกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ผู้ใช้ความหมายนั้นสามารถเข้าใจได้ตรงตามตัวอักษร ซึ่งความหมายดังกล่าวจัดอยู่ในลักษณะของการอธิบาย หรือพรรณนา (Descriptive Level) โดยลักษณะของความหมายนั้นอาจปรากฏ หรือสรุปความหมายอยู่ในพจนานุกรม

2. ความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) ลักษณะของความหมาย จะอยู่ในลักษณะของการสร้างความหมายอันอาจเป็นความหมายเฉพาะของกลุ่มหรือส่วนบุคคล ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างความหมายนั้นๆ ให้ปรากฏ อาจไม่ถูกต้องตรงตามพจนานุกรมเสียทีเดียว แต่มีความเข้าใจตรงกัน

นอกจากนั้นยังเป็นการสร้างความหมายในขณะที่กลุ่มบุคคลมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยอาจนำความหมายที่มีอยู่เดิมมาแทรกอารมณ์ ความรู้สึกที่เกิดขึ้น ณ ขณะเวลาที่ความหมายนั้นกำลังถูกสร้างขึ้น อันอาจหมายถึง การนำคุณค่าหรือแนวความคิดทางสังคม และวัฒนธรรมเข้ามามีส่วนในการสร้างความหมายใหม่

ซึ่งในการวิเคราะห์ลักษณะแห่งความหมายโดยนัยนี้ บาร์ธส์ได้ให้ความสนใจไปยังความหมายในขั้นที่สองอันแสดงออกมาในรูปของสัญลักษณ์ที่มีความหมายมากกว่าความหมายที่คงอยู่ และในขั้นของความหมายนี้ อาจรวมถึงกระบวนการของความคิดรวบยอด และแนวทางแห่งอุดมการณ์ที่ความหมายนั้นแสดงอยู่ภายใต้บริบทแห่งสังคม หากจะเปรียบภาพถ่ายที่เรากำลังอ้างถึง ผู้ถ่ายภาพกำลังแสดงความหมายภายในภาพถ่ายในลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใด

บาร์ธส์ (Barthes, 1972) เรียกความหมายในขั้นที่สองนี้ว่า “มายาคติ (Myth)” ซึ่งสามารถแสดงออกเป็นแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 4 การสร้างมายาคติ (Myth)

ดังนั้นความหมายที่ถูกประกอบสร้างดังกล่าวจึงเป็นเสมือนกรอบแห่งมายาที่มนุษย์บรรจงสรรสร้างขึ้นมาทดแทนหรือมาใช้ในการสภาวะการณ์ใดๆ ภาพถ่ายจึงอาจเป็นเสมือนลักษณะแห่งความหมายแฝงหรือความหมายโดยนัย ซึ่งมีผู้ถ่ายภาพใช้คุณลักษณะหรือคุณสมบัติขององค์ประกอบทางการถ่ายภาพข้างต้นดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นเป็นตัวแปรในการสร้างความหมายผ่านภาพถ่ายที่เกิดขึ้น จึงมีต้องสงสัยเลยว่าภาพถ่ายสามารถแทนคำพูดของบุคคลได้อย่างไร

### กลมายาแห่งสื่อ(ใหม่) ภายใต้โลกยุคดิจิทัล

ในสภาวะของการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาของสื่อในยุคปัจจุบัน อันหมายถึง “ยุคดิจิทัล” เราอาจต้องยอมรับว่าในยุคแห่งข้อมูลข่าวสารภายใต้สังคมเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์กำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในชีวิตประจำวัน จนบางครั้งในขณะที่เราอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง เราอาจกำลังหมกมุ่นหรือหลงระเหิดเข้าไปในระบบไซเบอร์สเปซอย่างไม่รู้ตัว จริงอยู่ลักษณะโครงสร้างของสังคมดังกล่าวเป็นสังคมเกิดจากการสั่งสม และเกิดการพัฒนาประสบการณ์เพื่อนำพาสิ่งทีอุบัติขึ้นไหลล้นไปในโลกเสมือน จึงเป็นมูลเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้มายาคติเติบโตและทำงานอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าผู้ผลิตสารนั้นจะผลิตสารขึ้นภายใต้บริบทของสังคมอย่างไร มายาคติที่ก่อร่างสร้างตัวก็จะพยายามสรรสร้างตัวเองให้ก่อเกิดขึ้นอย่างเท่าทัน

การผลิตภาพถ่าย ณ ปัจจุบันเริ่มใช้เทคโนโลยีต่างๆ ที่เกิดขึ้น อาจเพียงเพื่อผลทางการค้าหรืออาจเพียงเพื่อการต่อรองทางสังคมที่ผู้ผลิตสารนั้นอยู่ แต่อย่างไรก็ตามการพยายามผลิตสารเหล่านั้นอาจนำมาซึ่งความสูญเสียโดยที่ผู้ผลิตอาจตั้งใจหรือไม่ก็ตาม

กระบวนการสร้างภาพมายาของผู้ถ่ายภาพ ซึ่งในที่นี้ขอเรียกว่า “ผู้ผลิต” ถูกลักษณะของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ สร้างกรอบซึ่งแนวความคิดอันเป็นมูลเหตุเดิมขยายไปยังโลกเสมือนจริง ผลักดันภาพถ่ายหรือสาร จากการประกอบสร้างความหมายของตนเองส่งผ่านไปยังผู้ชมภาพ (ผู้รับสาร) ก่อให้เกิดมายาคติอันแฝงด้วยความหมายเชิงนัยหรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า... จากกระบวนการคิดภายในตัวบุคคลถูกถ่ายทอดหรือส่งผ่านสิ่งต่างๆ เหล่านั้น ออกเป็นรูปธรรมที่เห็นชัดเจน ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีวิธีการอันแยบยล สัญญาแห่งมายาคติจึงก่อตัวไปในเวลาเดียวกัน และจะเริ่มทำงานตามทิศทาง

จากภาพรวมของแนวคิดเชิงสัญญาและความสัมพันธ์ในการผลิตภาพถ่ายที่เป็นภาพถ่ายในระบบดิจิทัลที่กำลังมีอิทธิพลหรือกำลังก่อร่างสร้างแนวทางแห่งอำนาจของการใช้สารของผู้ผลิต ซึ่งพอจะแยกผลกระทบที่เกิดขึ้นออกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน กล่าวคือ

1. ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการมองภาพโดยตรง
2. ผลกระทบที่เกิดขึ้นภายหลังจากการมองภาพนั้นสิ้นสุด และ
3. ผลกระทบที่ผ่านการประกอบสร้างขึ้นมาใหม่

โดยจะขออธิบายแยกย่อยแต่ละส่วน ดังนี้

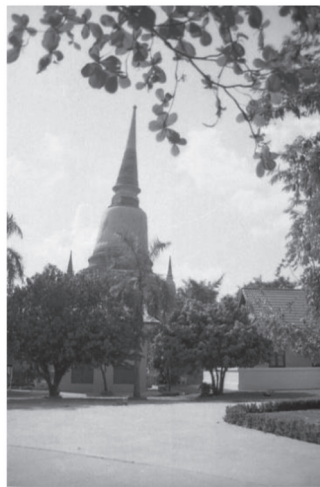
### 1. ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการมองภาพโดยตรง

ภายหลังที่ผู้ผลิตทำการผลิตภาพถ่ายพร้อมนำเสนอออกสู่สายตาของสาธารณะ เมื่อผู้มองดูภาพถ่ายเหล่านั้นสัมผัสในภาพถ่าย ผู้มองดูภาพถ่ายจะใช้แนวทางแห่งประสบการณ์ที่ได้เรียนรู้มาจากอดีต เข้าร่วมพิจารณาภาพถ่าย ในกรณีนี้ผู้มองดูภาพถ่ายอาจเริ่มตีความจากเทคนิคหรือวิธีการถ่ายภาพ ซึ่งเป็นพื้นฐานที่ผู้มองภาพถ่ายทุกคนจะมอง อาทิเช่น การใช้ความเร็วชัตเตอร์ หน้ากล้อง ทางยาวโฟกัส เป็นต้น

แต่หากผู้มองภาพนั้นไม่ต้องการเข้าใจในรายละเอียดของเทคนิคดังกล่าวข้างต้น ผู้มองภาพคงเพียงพยายามตีความภาพหรือคงมองเห็นเพียงความสวยงามของภาพเท่านั้น คงละเลยนัยยะที่ปรากฏในภาพถ่ายหรืออาจกล่าวว่าผู้มองภาพไม่ได้ตีความในความหมายแฝง

จากภาพจะเห็นได้ว่าการตีความหมายในที่นี้ ผู้มองภาพคงมองเห็นเพียงภาพของเจดีย์ไม่มีนัยสิ่งใดแอบแฝง มีการจัดองค์ประกอบภาพด้วยการจัดวางตามรูปแบบสัดส่วนของภาพฉากหน้า จุดสนใจ และฉากหลัง มุมมองของภาพตรงตามสายตา และความรู้สึกที่เกิดขึ้น เส้นนำสายตาเชื่อมโยงสายตาจากกรอบภาพไปยังจุดที่ไกลออกไป แสงเงาปรกติ การตัดกันของแสงค่อนข้างน้อย ความเปรียบต่างที่เกิดขึ้น และมองเห็นในภาพค่อนข้างน้อยเช่นกัน

จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้มองภาพผ่านกระบวนการมองภาพในเชิงสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเดียวกับ Icon ความสัมพันธ์ระหว่างเจดีย์ที่เป็นองค์จริง และภาพถ่ายมีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกันจนเกือบเป็นเนื้อเดียวกัน โดยผ่านประสาทสัมผัส คือ ตาหรือการมอง



ภาพที่ 5 ภาพที่เกิดขึ้นจากการมองภาพโดยตรง

## 2. ผลกระทบที่เกิดขึ้นภายหลังจากการมองภาพนั้นสิ้นสุด

ผลกระทบที่เกิดขึ้นในลักษณะเช่นนี้เป็นผลกระทบที่ผู้มองภาพรับสัมผัสการมองภาพแล้วเกิดแนวความคิดผสมผสานกับแนวความคิดของตนเอง และเก็บไว้ในจิตใจ สิ่งที่เกิดขึ้นภายหลังนี้เป็นผลกระทบที่มีตัวแปรทางด้านภาพถ่าย ประสบการณ์ และความเป็นส่วนบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้อง

หากเป็นการจัดแบ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นในกรณีดังกล่าวจะเป็นที่เกิดขึ้นที่มีระยะในการแสดงออกซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นในระยะเวลาที่นานออกไปกว่าปกติ เปรียบเช่นเดียวกับการจัดแบ่งแยกสื่อออกเป็น Hot Media และ Cool Media

จากภาพเจดีย์ข้างต้นผู้มองภาพกำลังพิจารณาและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างวัตถุ (เจดีย์) กับความนึกคิดส่วนบุคคลเพื่อสร้างเป็นความหมาย เช่น ศาสนา อดีตที่เจริญรุ่งเรือง หรืออาจหมายถึงร่องรอยอารยธรรมที่แปรเปลี่ยน ซึ่งสัญลักษณ์ดังกล่าวถูกสร้างขึ้นมาจากการมองเห็น และจิตใจภายในของผู้มองภาพ โดยความหมายของสัญลักษณ์ดังกล่าว ผู้ผลิตสารอาจผลิตขึ้นมาจากภูมิหลังที่มองจากสายตาและความรู้สึกนึกคิด

ฉะนั้นการตีความหมายหรือการถอดรหัสของภาพถ่ายในเชิงตัวแปรแห่งสัญลักษณ์หรือกรอบแห่งรหัสใดๆ จึงเป็นเสมือนมายาคติขั้นต้นที่ผู้รับสารหรือผู้มองดูภาพรับและสัมผัส

## 3. ผลกระทบที่ผ่านการประกอบสร้างขึ้นใหม่

การสร้าง ความหมายในลักษณะการประกอบสร้างขึ้นใหม่นั้น เป็นอีกลักษณะของการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นเสมือนมายาคติขั้นที่สองอันเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตสารพยายามสร้างความหมายให้เกิดขึ้นใหม่ภายใต้บริบทช่วงใดๆ แห่งสังคม การประกอบสร้างความหมายใหม่นี้อาจขึ้นอยู่กับตัวบุคคล ผู้ผลิตสารเป็นผู้สร้างกรอบหรือบทสรุปแห่งแนวความคิดรวบยอด ซึ่งผู้มองดูภาพหรือชมภาพถ่ายนั้นต้องใช้ความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ที่มีอยู่ของตนเองในการสร้างความเข้าใจในความหมายให้ตรงตามความต้องการของผู้ผลิตสาร

จากภาพเจดีย์ดังกล่าวเช่นกัน ความหมายในเชิงสัญลักษณ์หรือความหมายในเชิงมายาคตินั้น อาจหมายถึง ความสงบ เยือกเย็น การล่มสลายของอารยธรรมหรือความเป็นชาติ เมื่อผู้รับสารพยายามค้นหาและประกอบสร้างความหมายที่ซ่อนอยู่ภายในภาพ เมื่อเทียบเคียงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตเป็นสำคัญ

ดังนั้นผู้ผลิตจะเป็นเสมือนกลไกหนึ่งในการถ่ายทอดความหมายที่สำคัญ เหตุเพราะความหมายจะคงอยู่หรือทำงานอาจขึ้นอยู่กับผู้ประกอบสร้างความหมายนั้น

ภายใต้สังคมเครือข่ายผู้ผลิตภาพต่างพยายามที่จะผลิตภาพตามแต่ความต้องการที่เกิดขึ้นในระหว่างที่เป็นผู้ผลิตสาร และจากเรื่องราวต่างๆ ข้างต้นจะเห็นได้ว่าในกระบวนการผลิต ผู้ผลิตสามารถที่จะนำภาพถ่ายมาสร้างเป็นมายาคติ อันนำไปสู่พฤติกรรมแห่งความรุนแรงที่เกิดขึ้นโดยปราศจากความรับผิดชอบ



ภาพที่ 6 ภาพที่ผ่านการประกอบสร้างความหมายขึ้นใหม่

สังคมเครือข่ายเป็นสังคมของการเปิดกว้างทางแนวความคิดระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร และจากแนวความคิดของสังคมเครือข่ายหรือยุคของข้อมูลสารสนเทศอันประกอบไปด้วย 1. ปัจจัยทางการผลิต 2. ปัจจัยการบริโภค 3. ปัจจัยแห่งประสบการณ์ และ 4. ปัจจัยแห่งอำนาจ

แนวความคิดขั้นพื้นฐานนี้เองที่ทำให้การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมีระบบ ระเบียบแบบแผนใหม่ เพื่อนำไปสู่กลไกอันทันสมัยและสลับซับซ้อนมากยิ่งขึ้น จนทำให้ชนบทเดิมถูกกลืนไหล่นั้นแปรเปลี่ยน ภาพถ่ายธรรมดาๆ จะไม่ใช่ภาพถ่ายธรรมดาๆ อีกต่อไป แต่ภาพถ่ายที่เกิดขึ้นจะสร้างการดำเนินไปในลักษณะของวัฏจักรอย่างไม่หยุดนิ่ง ไหลไปบนในโลกเสมือน จนผู้รับสารไม่สามารถแยกแยะออกได้เลยว่า ภาพถ่ายที่ปรากฏแก่สายตาเป็นภาพที่เกิดขึ้นจริงบนพื้นฐานแห่งความเป็นจริงหรือเป็นภาพที่เกิดจากการเสกสรรปั้นแต่งให้มองเห็นเป็นภาพที่เป็นเสมือนจริงหรือราวประจักษ์ว่าเป็นของจริง

จากแนวความคิดของแฟร์ดินอนด์ เดอ โซส์ซูร์ ชาร์ลส์ ซอนเดอร์ส เพียร์ซ และโรลิ่งด์ บาร์ธส์ อาจทำให้เรามองเห็นลักษณะหรือแนวทางแห่งการนำเสนอภาพเสมือนในโลกเสมือน ซึ่งเป็นเพียงมายาที่เกิดขึ้นของผู้ผลิต โดยใช้จุดเด่นแห่งเทคโนโลยีเครื่องมือในการสร้างสรรค์และต่อรอง ภาวะที่เกิดขึ้นจะยังคงสร้างความสัมพันธ์ในองค์ประกอบเดิมของกระบวนการทางการสื่อสาร อันได้แก่ แหล่งสาร (A Source) กระบวนการในการเข้ารหัส (A Process of Encoding) สาร (A Message) ช่องทางการสื่อสาร (A Channel) กระบวนการในการถอดรหัส (A Processing of Decoding) ผู้รับสาร (A Receiver) ผลตอบกลับ (The Potential of Feedback) หรือผลกระทบ (The Impact) และสิ่งรบกวน (The Chance of Noise) ซึ่งทั้งหมดนั้นยังอยู่ภายใต้การควบคุมของผู้ผลิตสารเป็นสำคัญ แต่การเข้าถึงของข้อมูลกลับเป็นภาวะอำนาจของผู้รับสารเป็นสำคัญ จึงไม่น่าแปลกใจเลยว่าเพราะเหตุใดข้อมูลข่าวสารที่ผ่านสังคมออนไลน์จึงมีการผ่านและไหลเวียนไปในระบอบอย่างรวดเร็ว โดยปราศจากกรอบของแนวทางที่ควรจะเป็น ภาพถ่ายเพียงหนึ่งภาพที่อยู่ในกระบวนการอาจจะสร้างแรงกระทบกระเทือนได้มากมายอย่างที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในเทคโนโลยีการสื่อสารแบบดั้งเดิมโดยผ่านสื่อกระแสหลัก

ณ จุดนี้อาจทำให้เราหวนกลับไประลึกถึงคำกล่าวที่เป็นอมตะของมาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan) ที่ว่า “The Medium is the Message” อันเป็นปรากฏการณ์ที่ก้าวเหนือกาลเวลา

ภาพถ่ายเป็นเสมือนระบบหนึ่งหรือกลไกหนึ่งในการสื่อสาร สามารถถ่ายทอดความคิดจินตนาการหรือแม้แต่ความเชื่อค่านิยมให้เกิดขึ้นในตัวบุคคลหรือแม้แต่สังคมหรือชุมชนได้ ซึ่งในกระบวนการทางการสื่อสารด้วยภาพ ภาพถ่ายอาจกำลังทำหน้าที่หนึ่งในระบบวากยสัมพันธ์ (Syntax) ซึ่งแต่เดิมภาพถ่ายเป็นเครื่องมือในการบันทึกแสง จึงเป็นคุณลักษณะของภาพถ่ายอยู่เองที่ไม่สามารถสร้างข้อมูลอันเป็นเท็จได้ (the Camera in Not Lie) แต่ ณ ปัจจุบันภายใต้ระบบดิจิทัลหรือยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร โปรแกรมประยุกต์อันหลากหลายสามารถสร้างภาพถ่ายให้ก้าวเลยจินตนาการออกไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

ระบบดิจิทัล และ/หรือ World Wide Web เป็นโลกแห่งข้อมูลข่าวสาร ที่ข่าวสารนั้นไม่มีวันหยุดหรือสิ้นสุด ผู้รับสารทุกคนสามารถผันตัวเองเป็นผู้ผลิตสาร การนำเสนอข้อมูล (Upload) และการเข้าถึงข้อมูล (Download) สามารถกระทำได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา และทุกสถานการณ์ จึงไม่ใช่เรื่องที่น่าตระหนกกว่า กลุ่มผู้บริโภคนิยมส่วนใหญ่หรืออาจเรียกว่ากลุ่มหัวก้าวหน้าสมัยใหม่หรือกลุ่มระบบดิจิทัล จะทำการสร้างสรรค์ตลอดเวลาผ่านระบบเครือข่าย แต่อาจเป็นเรื่องน่าตระหนกกว่า ผู้ผลิตสารเหล่านั้นกำลังผลิตสารโดยมี สื่อ (ใหม่) ภายใต้กลมายา เป็นเครื่องมือในการแสวงหาประโยชน์และอำนาจส่วนตัว

สื่อ (ใหม่) ภายใต้กลมายา กำลังทำหน้าที่โดยมีระบบดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการผลิตทุกส่วนในกระบวนการล้วนแล้วแต่มีอุปกรณ์ (Hardware) และโปรแกรมประยุกต์ (Software) มาร่วมจัดการภายในระบบ ซึ่งจุดนี้เองโลกจะเป็นเสมือนแหล่งเรียนรู้เพื่อการสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ การสร้างความสอดคล้องกลมกลืนของสังคมและวัฒนธรรม การสร้างความเข้าใจ และแตกต่างในคุณลักษณะของความเป็นชาติ ท้องถิ่น และนานาชาติเริ่มเป็นลูกผสมมากขึ้น อันขึ้นอยู่กับการผสมผสานสิ่งต่างๆ เหล่านั้นเกิดภาวะเหมาะสมหรือสมดุลมากน้อยเพียงใด ซึ่งสิ่งนี้อาจขึ้นอยู่กับคุณธรรมและจริยธรรมของผู้ผลิตเป็นสำคัญ ความสามารถในการร่วมสร้างความรับผิดชอบนั้น อาจต้องใช้เวลาและเวลาดังกล่าวอาจกำลังหมดหรือหมด เหตุเพราะโลกหรือชุมชนหรือสังคมเครือข่ายกำลังสร้างปรากฏการณ์เหนือกาลเวลา

ภายใต้รูปแบบการสื่อสารที่เกิดขึ้น ณ โลกปัจจุบันเป็นการสื่อสารที่สร้างความเข้าใจร่วมกันเป็นการแบ่งปันความหมายจากประสบการณ์และการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล การสร้างปรากฏการณ์ที่เกิดจากความเป็นจริงแห่งสามัญสำนึกและอารมณ์ อันนำไปสู่การตัดสินใจที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต หากเปรียบกับการซื้อ-ขายสินค้า และ/หรือบริการ ภาพถ่ายที่เกิดขึ้นจากการมองเห็นอาจนำมาสู่การตัดสินใจซื้อ อาจมีเหตุมาจากอารมณ์มาก่อน และสามารถมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใดๆ ของมนุษย์ อันอาจนำมาซึ่งความน่าเชื่อถือในอนาคต

ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้รับข้อความเชื่อในข้อความนั้น ซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับช่องทางการสื่อสารที่ไร้พรมแดน เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของที่ชัดเจน ความน่าเชื่อถือจึงเข้ามามีบทบาทเป็นตัวที่สื่อถึงความถูกต้อง และความไว้วางใจได้ของข้อมูลที่นำเสนอบนเครือข่าย (Teppaboot, 2013)

อารมณ์ของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็น อารมณ์อันแสดงถึงความกลัว อารมณ์อันแสดงถึงความเกลียดชัง อารมณ์อันแสดงถึงความแปลกใจ อารมณ์อันแสดงถึงความโศกเศร้าเสียใจ อารมณ์อันแสดงถึงความสุข และ อารมณ์อันแสดงถึงความโกรธ ล้วนแล้วแต่ถูกแสดงออกมาในลักษณะที่แตกต่างกันอย่างมีเอกลักษณ์ และ หากเมื่อใดผู้ส่งสารสามารถเข้าใจในอารมณ์ ความรู้สึกเหล่านั้นได้เมื่อใด ณ เวลานั้นผู้รับสารจะกลายกลับ เป็นเครื่องมือในกระบวนการทางการสื่อสารที่กำลังจะเกิดขึ้น

**ภาพถ่าย** ซึ่งเป็นตัวแปรหลักในการสื่อสารของผู้ถ่ายภาพที่พยายามจะสรรสร้าง และสร้างสรรค์ อารมณ์ ความรู้สึก และจินตนาการ ให้เกิดขึ้นภายในจิตใจของผู้มองภาพ ย่อมแสวงหาคุณลักษณะของ อารมณ์ดังกล่าวมาครอบงำความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ และจินตนาการของผู้มองภาพ เพื่อผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น และเมื่อเทคโนโลยีดิจิทัลหรือยุคดิจิทัลเข้ามามีบทบาท และอิทธิพลต่อการสื่อสารมากเท่าใด นั้นหมายความว่า การเข้ามาของเทคโนโลยีนั้นกำลังสร้างหรือมีอิทธิพลในตัวสารมากเท่านั้น การเห็นภาพ ของบุคคลธรรมดาๆ อาจกลับกลายเป็นภาพของบุคคลท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่น่าสสาร น่าเห็นอก เห็นใจ หรือจากภาพของบุคคลธรรมดาๆ อาจกลับกลายเป็นภาพแห่งความโศกเศร้า หยดน้ำตา แห่ง ความสงสาร อาจกลับกลายเป็นหยดน้ำตาแห่งความเกลียดชังก็อาจเป็นได้นั้นหมายความว่า... **“กลมายา” ของโลกแห่งภาพถ่าย ภายใต้ยุคเทคโนโลยีดิจิทัลกำลังทำงาน... มายาคติที่เกิดขึ้นจากผู้ถ่ายภาพ ก็กำลังทำงานเช่นเดียวกัน**



**ภาพที่ 7** ภาพที่ผ่านการประกอบสร้างอารมณ์และความรู้สึก

ผู้รับสารหรือผู้มองภาพหรือผู้บริโภคอาจกำลังติดอยู่ในวังวนของมายาคติเหล่านี้ เมื่อมายาคติ ทุกอย่างเริ่มทำงาน การผลิตที่มุ่งสู่ผู้บริโภค จึงกลับกลายเป็นการผลิตที่มุ่งสู่ผลสำเร็จหรือผลกำไรของผู้ผลิต เช่นเดิม ผู้บริโภคย่อมถอยกลับสู่พื้นฐานที่เคยยืนอยู่ นั่นก็คือ “เครื่องมือของผู้ผลิต”

ณ เวลานั้น หากเรากลับมามองกลไกทางการสื่อสารด้วยภาพ การสร้างภาพถ่ายให้เกิดขึ้นใน จิตใจของกลุ่มเป้าหมายไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของการสื่อสารทั่วไปของบุคคล (การสื่อสารระหว่างบุคคล) การสื่อสารทางการตลาด (ผู้ผลิตกับผู้บริโภค) หรือแม้แต่การสื่อสารการเมือง (ผู้ควบคุมอำนาจหรือ ผู้ปกครองกับประชาชน หรือผู้ถูกปกครอง) เราจะพอมองเห็นภาพของนัยยะทางการสื่อสารเหล่านั้น

ภายใต้สถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลง การต่อสู้แข่งขันทางการตลาด การต่อสู้แข่งขันทางการเมือง การช่วงชิงเข้าไปสู่ใจหรือการยึดครองพื้นที่ในจิตใจของผู้บริโภค หรือกลุ่มเป้าหมายย่อมหมายถึงชัยชนะที่ยั่งยืนและยาวนาน และเป็นชัยชนะอันยิ่งใหญ่ที่ทุกฝ่ายปรารถนา การสร้างกระแส การโฆษณาชวนเชื่อ การโน้มน้าวจิตใจด้วยภาพถ่ายย่อมเป็นเครื่องมือที่ง่ายและน่าสนใจ เหตุเพราะผู้ส่งสารสามารถกระทำการใดๆ หรือปฏิบัติการใดๆ ในภาพที่นำมาใช้เป็นมาตา และภาพถ่ายนั้นมีคุณสมบัติที่สามารถเข้าครอบครองพื้นที่ได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุม เมื่อใดก็ตามที่ผู้ครองอำนาจใช้เครื่องมือทางการสื่อสารด้วยภาพในลักษณะต่างๆ อันเป็นภาพที่แสดงออกทางอารมณ์ด้านที่ต้องการ เช่น ด้านความสุข ผู้มองภาพก็จะสามารถรับสัมผัสความสุขเหล่านั้นได้ แต่เมื่อใดผู้สร้างภาพพยายามสร้างภาพด้านการแสดงออกซึ่งความเกลียดชัง มองภาพก็จะสามารถรับสัมผัสอารมณ์นั้นได้เช่นกัน

## บทสรุป

ณ บรรทัดนี้เราลองพิจารณาสื่อทั้งหลายที่อยู่รอบข้าง สื่อที่ใช้ภาพถ่ายในการสื่อความหมาย สื่อที่ใช้ภาพถ่ายเป็นเครื่องมือต่อรอง ระหว่างผู้ส่งสารกับการรับรู้ของผู้รับสารหรือผู้มองภาพ เราอาจเห็นถึงการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาการของสื่อเหล่านั้น มิเพียงแต่สื่อสิ่งพิมพ์แต่อาจหมายรวมถึงสื่อทางการแพร่กระจายสัญญาณ เช่น วิทยุโทรทัศน์ ก็มีแนวโน้มในการใช้ภาพถ่ายในการสื่อความหมายทางด้านอารมณ์ความรู้สึกเช่นกัน เป็นต้น

และเมื่อมีเหตุการณ์คลอใจ เช่น วิกฤติของภาวะน้ำเอ่อล้น เราจะเห็นได้ว่า ภาพถ่ายที่เกิดขึ้นผ่านหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออื่นๆ ทั้งหลายที่นำภาพถ่ายมารวมใช้ประโยชน์นั้น จะมีการสร้างมุมมองการสื่อความหมาย ภายใต้กลายาทั้งสิ้น เป็นต้น กลายาที่เกิดขึ้นนั้นอาจแบ่งออกเป็น 2 นัยยะ กล่าวคือ

นัยยะแรก... ภาพถ่ายเหล่านั้นกำลังปฏิบัติงานหรือหน้าที่ด้วยตัวของตัวเอง การแสดงมุมมองและ/หรือลักษณะของภาพจากมุมมองของผู้ถ่ายภาพอย่างยุติธรรม ยุติธรรมสำหรับผู้มองดูภาพ การนำเสนอเรื่องราวที่ถูกต้องตามครรลอง ภาพถ่ายทำหน้าที่ที่ตนเองเป็น การสื่อความหมายด้วยภาพสมบูรณ์ด้วยการเป็นภาพถ่าย

นัยยะที่สอง... ภาพถ่ายเหล่านั้นกำลังแสดง “มายาคติ หรือกลายา” แก่ผู้มองดูภาพ ภาพถ่ายเหล่านั้นกำลังแสสร้งทำหน้าที่ที่ตนเองเป็น มิใช่ด้วยภาพถ่ายเอง แต่เป็นด้วยผู้นำภาพถ่ายเหล่านั้นไปร่วมปฏิบัติการในลักษณะกลไกแก่ผู้มองดูภาพ ภาพที่เกิดขึ้นจากกลไกจึงเป็นภาพที่แสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึกได้มากกว่าปกติที่ควรจะเป็น มุมมองที่แปลกแหวกแนวที่สามารถสร้างขึ้นได้ในทุกกรณี ประจวบกับความต้องการในเชิงประโยชน์จากการใช้การมอง จึงสร้างให้ภาพถ่ายนัยยะนี้เกิด “กลายา” ที่มากกว่า “กลายาปกติ”

ภาพถ่ายทั้งสองนัยยะที่กำลังปฏิบัติหน้าที่อยู่ ณ เวลานี้ หากเราหรือผู้มองภาพหรือผู้บริโภคหรือประชาชน ไม่สามารถรู้เท่าทันหมายความว่า “เรา กำลังตกอยู่ในกลายา ภายใต้สื่อ (ใหม่)” นั่นเอง

ณ อนุแห่งกาลเวลานี้ความร่วมมือรับผิดชอบดังกล่าวอาจต้องเริ่มปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น กลไกของรัฐหรือแม้แต่กลไกของสังคม ชุมชนอาจต้องเข้ามาตระหนักถึงภาระอันใหญ่หลวงนี้ การสร้าง การผลิตซ้ำ การสร้างอำนาจนำโดยผู้ผลิต การสร้างจุดเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ซึ่งกำลังกลับกลายเป็นผู้บริโภควัตถุนิยมมากขึ้นตลอดเวลา กลไกที่สัมพันธ์สอดคล้องกันนั้นต้องอาศัยปัจจัยและความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่จะร่วมกันสรรหาแนวทางที่ตอบรับหรือสนองตอบต่อทุกฝ่ายได้อย่างสมดุลเสมือนการร่วมกันหาจุดร่วมกันนั่นเอง

จากบทความที่กล่าวมาอาจมีคำถามเกิดขึ้นในใจว่า เพราะเหตุใดผู้เขียนจึงมีเพียงภาพถ่ายเพียงสองภาพ และสองภาพนั้นเป็นภาพเดียวกันมานำเสนอ และเป็นเพียงภาพถ่ายธรรมดาๆ ทั้งที่ในความเป็นจริงน่าจะมีภาพมากกว่าหนึ่งภาพ นี่เองที่อาจตอบคำถามได้ว่า นี่เป็นเพียง *กลมายา และจินตนาการ* ดังนั้น การพยายามสรรสร้างสื่อใหม่จึงมิใช่เรื่องแปลก แต่การที่สมาชิกในสังคมจะร่วมกันนำพาเทคโนโลยีอันทันสมัย และการก้าวทันเทคโนโลยีดังกล่าวจึงเป็นส่วนที่สำคัญมากกว่า อย่าให้ “กลมายา” ที่กำลังเกิดขึ้น มาแทนที่ “ภาวะแห่งจิตใจอันสวยงาม” คงเป็นสิ่งเพียงพอ... ขอพลัง และอำนาจ จงสถิตอยู่ทุกอนุแห่งความคิด จิตใจ และวิญญาณ

## References

- Barthes, R. (1964). *Elements of Semiology*. Retrieved September 16, 2011, from <http://www.marxists.org>.
- Barthes, R. (1972). *Mythologies*. New York: The Noonday Press.
- Buchler, J. (1995). *Philosophical Writings of Peirce*. New York: Dover Publications, Inc.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Copeland, C. (2010). *Photography in Crisis. Afterimage*, 38(3), 21.
- Deledalle, G. (2000). *Charles S. Peirce's Philosophy of Signs: Essays in Comparative Semiotic*. Indiana: Indiana University Press.
- Dominick, J. (n.a.) *The Dynamics of Mass Communications Media in the Digital Age*. 8<sup>th</sup> ed. New York: McGraw-Hill.
- Griffiths. (n.a.) *M. A Semiotic Analysis of Diesel Print Ads*. (n.p.)
- Harris, C. (n.a.) *Photographic Perception: The Myth of the Thousand Words*.
- Kaewthap, K. (2001). *Media and Cultural Studies*. Bangkok: Adison Press Product Co., Ltd. (in Thai)

- Kanpai, K. (2008). *Psychology of Communication*. Bangkok: Rianboon-karnpim (1998). (in Thai)
- Langrehr, D. (2011). *From a Semiotic Perspective: Inference Formation and the Critical Comprehension of Television Advertising*. Retrieved September 27, 2011, from <http://www.readingonline.org>.
- Levey, M. (1992). *The 35 mm Film Source Book*. Boston London: Focal Press.
- McDonald, R. (2004). *Narrative and the "Gift of Vision": The Photography of Jack Spencer* *Southern Quarterly*, 42 (4), 52.
- McLuhan, M. (2006). *Understanding Media*. New York: Routledge.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's Mass Communication Theory*. 5<sup>th</sup> ed. London: Sage.
- O'Halloran et al. (2009). *DIGITAL SEMIOTICS*. 10<sup>th</sup> ed. 22-26.
- Saussure, F. de. (1959). *Course in General Linguistics*. New York: The Philosophical Library Inc.
- Sonia, M. et al. (2011). *The Semiotic Method from Signs of Life in the USA*. Boston: Bedford/St. Martin's. Retrieved September 27, 2011, from <http://courses.wcupa.edu>.
- Teppaboot, V. (2013). Credibility-Enhancing Communication Framework for Rajabhat Universities' Website. *SDU research Journal Humanities and Social Sciences*, 9 (2), 187-198. (in Thai)
- Terence, H. (2003). *Structuralism and Semiotics*. New York: Routledge.

## ผู้เขียน

นายอนุสรณ์ พงษ์ไพบูลย์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนนครราชสีมา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

e-mail: [stu\\_eau@yahoo.com](mailto:stu_eau@yahoo.com)