# การนำเสนอภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม

# The Presentation of Locality Through Cultural Commodities of Klong Lat Mayom Floating Market Community

พงศ์กฤษฎ์ พละเลิศ
ชาญ เดชอัศวนง

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ประจำปี พ.ศ. 2556
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

# การนำเสนอภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม

# The Presentation of Locality Through Cultural Commodities of Klong Lat Mayom Floating Market Community

พงศ์กฤษฎ์ พละเลิศ
ชาญ เดชอัศวนง

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ประจำปี พ.ศ. 2556
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

**ชื่อเรื่อง** : การนำเสนอภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม

**ผู้วิจัย** : นายพงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ
นายชาญ เดชอัศวนง

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาความเป็นท้องถิ่นและวิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะเกี่ยวกับภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยมุ่งเน้นไปที่กระบวนการวิเคราะห์ความหมายจากตัวสินค้าท่องเที่ยวตามกรอบแนวคิดของทฤษฎีสัญญะวิทยา (Semiotic) ร่วมกับการเก็บข้อมูลเชิงลึกในปรากฏการณ์จริงเพื่อทำความเข้าใจถึงบริบทต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย 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) ที่เกิดจากการใช้ชุดขององค์ประอบย่อยๆ มาสื่อความหมาย 2.) การใช้สัมพันธบท(Intertextuality) โดยการนำเอาร่องรอยของตัวบทเก่ามาสร้างเป็นคุณค่าในความหมายใหม่ และ 3.) การสร้างคู่ตรงข้าม หรือขั้วแห่งแตกต่างซึ่งทำให้เห็นภาพของสังคมเมืองกับสังคมท้องถิ่นจัดเจนขึ้น ทั้งนี้ข้อค้นพบจากการวิจัยจะช่วยขยายมุมมอง ใหม่ๆ เกี่ยวกับการใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นมาเป็นปัจจัยในการส่งเสริมศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้พัฒนาอย่างมีความยั่งยืนต่อไปได้

**Title** : The Presentation of Locality Through Cultural Commodities of Klong Lat Mayom Floating Market Community

**Author** : Mr. Pongkit Phalalert

Mr. Chan Dejasvanong

## Abstract

This research was to analyze the content of locality and method to symbolically communicate locality through cultural commodities focusing on the process of analyzing the meaning from the tourist commodities of Klong Lat Mayom floating community along the framework basing on semiotic theories and the in-depth information collection in the real phenomena to understand the contexts related to the research issues. The findings reveal that the locality reflected in the cultural commodities had 3 content issues, namely, 1) naturalism of life associated with water without dependency on technology and the love in the value of trees as the component, 2) traditional way of life which was simple with handicraft as the prime livelihood, and, 3) in-trend culture by which the reconstruction of old things and diversity were presented on the commodities. Symbolic communication was done through 3 forms, namely, 1) paradigmatic communication which was the results of using the parts to communicate, 2) intertextuality by using clues of old things to create value with the new meaning, and, 3) construction of opposites or bipolarity to clearly differentiate between urban and rural societies. The research findings could expand the perspective on the use of local culture as the factor to enhance the capacity of tourism to assure its development and sustainability.

# กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัย เรื่อง “การนำเสนอภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม” ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากความช่วยเหลือของเพื่อนๆ และญาติพี่น้องที่คอยให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอดระยะเวลาของการทำงาน โดยเฉพาะบุคคลในครอบครัวไม่ว่าจะเป็นคุณพ่อ-คุณแม่ และน้องชาย รวมทั้งน้องขวัญลูกสาวอันเป็นที่รักยิ่ง ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์วิมลพรรณ อาภาเวท คณบดีคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่กรุณาให้ข้อแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการเก็บข้อมูลในภาคสนาม ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์สามารถ ศรีจำนงค์ จากจังหวัดเชียงใหม่ที่ได้สร้างแรงบันดาลใจดีๆ ให้กับผู้วิจัยมาอย่างสม่ำเสมอ และเหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่ได้ให้การสนับสนุนทุนวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์นี้คงจะมีประโยชน์ต่อแนวทางการศึกษาหาความรู้ในแวดวงวิชาการด้านการสื่อสารและการท่องเที่ยวสืบต่อไป

พงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ
ชาญ เดชอัศวนง
นักวิจัย

# สารบัญ


| | หน้า |
|---|---|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ก |
| Abstract | ข |
| กิตติกรรมประกาศ | ค |
| สารบัญ | ง |
| สารบัญตาราง | จ |
| สารบัญภาพ | ฉ |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| วัตถุประสงค์การวิจัย | 3 |
| ของเขตของการวิจัย | 3 |
| นิยามศัพท์ | 4 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 5 |
| บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 6 |
| แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม | 6 |
| แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว | 9 |
| แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำ | 14 |
| ทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวคิดโครงสร้างนิยม | 17 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 36 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย | 41 |
| แหล่งข้อมูลและพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย | 41 |
| ประเภทของแหล่งข้อมูล | 42 |
| วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล | 44 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล | 46 |
| การนำเสนอข้อมูล | 47 |

# สารบัญ(ต่อ)


| | หน้า |
|---|---|
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 49 |
| ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม | 49 |
| ผลการวิเคราะห์สัญญะที่ปรากฏในสินค้าวัฒนธรรม | 54 |
| เนื้อหา/คุณค่าความหมายของสินค้าวัฒนธรรม | 77 |
| วิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะในสินค้าวัฒนธรรม | 93 |
| บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | 107 |
| สรุปผลการวิจัย | 107 |
| อภิปรายผลการวิจัย | 101 |
| ข้อเสนอแนะจากการวิจัย | 114 |
| ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป | 115 |
| บรรณานุกรม | 117 |
| ภาคผนวก | 121 |
| ประวัติผู้วิจัย | 133 |

# สารบัญตาราง


| ตารางที่ | | หน้า |
|---|---|---|
| 1 | การวิเคราะห์สัญญะอาหาร(ปลาเผา) | 55 |
| 2 | การวิเคราะห์สัญญะอาหาร(ขนมไทย) | 56 |
| 3 | การวิเคราะห์สัญญะเสื้อผ้า | 57 |
| 4 | การวิเคราะห์สัญญะของตกแต่งบ้าน | 58 |
| 5 | การวิเคราะห์สัญญะที่อยู่อาศัย | 60 |
| 6 | การวิเคราะห์สัญญะสิ่งปลูกสร้าง | 61 |
| 7 | การวิเคราะห์สัญญะเครื่องมือ | 63 |
| 8 | การวิเคราะห์สัญญะเครื่องมือทางสุขภาพ | 64 |
| 9 | การวิเคราะห์สัญญะอาวุธ | 65 |
| 10 | การวิเคราะห์สัญญะเครื่องมือตกแต่งความงาม | 66 |
| 11 | การวิเคราะห์สัญญะเครื่องจักรกล | 67 |
| 12 | การวิเคราะห์สัญญะเครื่องมือ/อุปกรณ์ชิ้นเล็กๆ | 69 |
| 13 | การวิเคราะห์สัญญะหนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์ | 70 |
| 14 | การวิเคราะห์สัญญะพาหนะ | 72 |
| 15 | การวิเคราะห์สัญญะอุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง | 73 |
| 16 | การวิเคราะห์สัญญะอุปกรณ์ไฟฟ้า | 75 |
| 17 | การวิเคราะห์สัญญะเครื่องมือทำอาหาร | 76 |
| 18 | สัญญะเกี่ยวกับชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ | 78 |
| 19 | สัญญะเกี่ยวกับการไม่พึ่งพิงเทคโนโลยี | 80 |
| 20 | สัญญะเกี่ยวกับการรักในคุณค่าของต้นไม้ | 82 |
| 21 | สัญญะเกี่ยวกับความเป็นอยู่แบบเรียบง่าย | 84 |
| 22 | สัญญะเกี่ยวกับการใช้มือทำ | 86 |
| 23 | สัญญะเกี่ยวกับการนำของเก่ามาสร้างใหม่ | 88 |
| 24 | สัญญะเกี่ยวกับความหลากหลาย | 90 |
| 25 | กระบวนทัศน์ของความเป็นธรรมชาติ | 95 |
| 26 | กระบวนทัศน์ของวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม | 97 |
| 27 | กระบวนทัศน์ของวัฒนธรรมกระแสนิยม | 99 |
| 28 | รูปแบบการใช้สัมพันธบทเกี่ยวกับความเป็นธรรมชาติ | 101 |
| 29 | รูปแบบการใช้สัมพันธบทเกี่ยวกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม | 102 |

# สารบัญตาราง(ต่อ)


| ตารางที่ | | หน้า |
|---|---|---|
| 30 | รูปแบบการใช้สัมพันธบทเกี่ยวกับวัฒนธรรมกระแสนิยม | 103 |
| 31 | ความแตกต่างของปรากฏการณ์ระหว่างสังคมเมืองและสังคมท้องถิ่น | 105 |

# สารบัญภาพ


| แผนภาพที่ | | หน้า |
|---|---|---|
| 1 | องค์ประกอบและความหมายของสัญญะ | 21 |
| 2 | ความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะกับความหมายของสัญญะ | 22 |
| 3 | ความหมายที่เกิดจากความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้าม | 30 |
| 4 | การเปรียบเทียบความหมายแบบอุปมาอุปมัย | 35 |
| 5 | ภาพความเป็นท้องถิ่นในสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม | 92 |
| 6 | เปรียบเทียบความแตกต่างแบบคู่ตรงข้ามระหว่างสังคมเมืองกับสังคมท้องถิ่น | 104 |


มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

# บทที่ 1
# บทนำ

## 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนับว่าเป็นกิจกรรมที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันก็ถือว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศมาโดยตลอด สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมด้านเกี่ยวกับการท่องเที่ยวถือว่าเป็นธุรกิจที่นำเงินตราเข้าประเทศได้อย่างมหาศาล โดยเฉพาะวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) ส่วนใหญ่มักจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเสมอมา ผลพวงจากการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ในแวดวงสาขาวิชาชีพต่างๆ มากมาย มีการลงทุนทุ่มเงินงบประมาณเพื่อใช้จ่ายในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้กับภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมาอย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันก็มีการขับเคลื่อนกลไกเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวร่วมกับภาคีต่างๆ ซึ่งจุดเน้นหนึ่งที่ใช้เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวชม ก็คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนที่อยู่อาศัย รวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ซึ่งภูมิประเทศในประเทศไทยมักจะได้เปรียบ ทั้งนี้เนื่องจากมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงาม รวมทั้งอัธยาศัยไมตรีของคนไทยที่มักจะมีความยิ้มแย้มโอบอ้อมอารีกับผู้มาเยือนเสมอ และด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้วิถีชีวิตของคนไทยกลายเป็นสิ่งดึงดูดในวัฒนธรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีสินค้าทางวัฒนธรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจและเป็นที่ชื่นชอบสำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของตัวสินค้า ของที่ระลึก และการให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่อาศัยความเป็นท้องถิ่นเป็นจุดดึงดูดความสนใจ เช่น กรณีการท่องเที่ยวตลาดน้ำที่มักจะชูภาพเกี่ยวกับวิถีชีวิตของผู้คนริมน้ำที่ดูเรียบง่าย และอาหารการกินที่เน้นไปทางธรรมชาติซึ่งในสังคมปัจจุบันหารับประทานได้ยากเป็นจุดเชิญชวนให้คนเดินทางมาท่องเที่ยว (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552 : 3-4)

ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแห่งหนึ่งที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นจำนวนมาก นับเป็นตลาดน้ำที่ตั้งอยู่กลางใจเมืองกรุงเทพฯ ทำให้สามารถเดินทางมาเที่ยวชมได้อย่างสะดวกสบาย เนื่องจากอยู่ไม่ไกลจากตัวเมือง ตลาดแห่งนี้ยังมีเส้นทางสัญจรทางน้ำให้ผู้คนในชุมชนได้เดินทางไปมาหาสู่กันตัวตลาดและสภาพวิถีโดยรอบค่อนข้างมีความร่มรื่นเหมาะแก่การท่องเที่ยวและพักผ่อน จุดเด่นของตลาดแห่ง ก็คือ ความสวยงามของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่ประกอบไปด้วยคู - คลองซึ่งเชื่อมต่อกัน ผู้คนยังมีการสัญจรกันทางน้ำควบคู่ไปกับการใช้ถนน ซึ่งแต่เดิมทีเป็นตลาดที่ชาวบ้านใช้ค้าขายและแลกเปลี่ยนสินค้าทางการเกษตรในลักษณะที่ใครมีอะไรก็จะมาเอามาขายกัน จากนั้น

ได้ค่อยๆ เติบโตกลายเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปว่าเป็นตลาดสีเขียวซึ่งมีจุดเน้นที่ **"ความเป็นธรรมชาติ"** โดยมีทั้งตลาดบกและตลาดน้ำเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งภายในตลาดจะมีสินค้าของชาวชุมชนมาวางขายอย่างเป็นกันเอง เช่น ผัก ผลไม้ ตลอดจนอาหารไทยโบราณต่างๆ นอกจากนี้ยังมีสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับความเป็นธรรมชาติเป็นสีสันดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อและสัมผัส ทั้งนี้จุดเด่นของตลาดแห่งนี้ ก็คือ เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วจะพบกับบรรยากาศเก่าๆ แบบย้อนยุคเหมือนเป็นตลาดโบราณที่ทรงคุณค่าของความเป็นอดีต ร่องรอยหนึ่งที่ปรากฏชัดเจน คือ ตัวร้านค้าจะใช้วัสดุที่ทำมาจากธรรมชาติเป็นวัตถุดิบหลักในการสร้างและตกแต่งร้านค้าเพื่อให้เข้ากับบรรยากาศของตลาดเก่า โดยมีการใช้ใบจากมามุงเป็นหลังคาร้านและโต๊ะ-เก้าอี้ที่ทำด้วยไม้ไผ่ ฯลฯ ภาพบรรยากาศที่ดูเรียบง่ายและให้ความรู้สึกของความเป็นอดีตเหล่านี้ถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสกับวิถีดั้งเดิมของความเป็นท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในสังคมสมัยใหม่ที่การท่องเที่ยวแบบย้อนยุคได้กลายมาเป็นกระแสที่อยู่ในความสนใจของตลาดการท่องเที่ยว แนวความคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552 : 74-75) ที่ได้ระบุไว้ในทำนองเดียวกันว่ารูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เผชิญหรือมาสัมผัสกับบรรยากาศย้อนยุคแบบเก่าๆ ในลักษณะของวัฒนธรรมท้องถิ่นดั้งเดิมไม่ว่าจะเป็นจากวิถีชีวิตริมน้ำของผู้คนที่มีความผูกพันกับระบบนิเวศทางธรรมชาติรอบๆ ตัว ประเพณีและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนนับเป็นสีสันที่ช่วยสร้างบรรยากาศของการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

จากปรากฏการณ์ดังที่กล่าวมา หากมองภายใต้บริบทของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวชุมชนนับเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีระบบนิเวศและลักษณะของความเป็นท้องถิ่นปรากฏให้เห็นในท่ามกลางของกระแสการท่องเที่ยวที่เน้นไปที่การใช้รากฐานของชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งมีความเป็นอัตลักษณ์ (Identity) จะเป็นกลไลในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างพื้นที่ทางสังคมของชุมชนให้กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ในที่สุด จากประเด็นดังที่กล่าวมาในข้างต้นนี้นับว่ามีความสอดคล้องกับที่ มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด (2554:58,60) ที่ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวไว้อย่างน่าฟังในทำนองว่า ชุมชนท้องถิ่นที่มีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ มีวิถีที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมประเพณีของไทยคือทุนวัฒนธรรมที่เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญในด้านการท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะนี้นัยหนึ่ง ก็คือการใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ตามธรรชาติของท้องถิ่นนั้นๆ มาเป็นปัจจัยการผลิตที่ยืนอยู่บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่ได้กลายมาเป็นกระแสใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ขณะเดียวกันหากมองในมิติของการสื่อสารตัวสินค้าและการบริการต่างๆ เหล่านั้น นัยหนึ่ง ก็คือ **"สินค้าวัฒนธรรม"** ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้นๆ ทั้งในมิติทางกายภาพที่จับต้องได้จากบรรดาข้าวปลาอาหารและบริบททางสังคมที่เป็นจารีตปฏิบัติ เช่น วิถีของผู้คนริมน้ำซึ่งแวดล้อมไปด้วยธรรมชาติที่ดูร่มรื่น สบายตา ฯลฯ ทั้งนี้หากจะวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นตัวสินค้าและการให้บริการด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั้งหมดที่กล่าวมา ก็

คือ ร่องรอยวัฒนธรรมดั้งเดิมที่สามารถใช้เป็น **"จุดขาย"** (Selling Point) ให้กับการท่องเที่ยว เช่น เดียวกับสินค้าท่องเที่ยวจากแหล่งอื่นๆ ที่แฝงเร้นไปด้วยคุณค่าทางวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสหรือนำกลับไปเป็นประสบการณ์ผ่านตัวสินค้านั้นๆ ซึ่งทั้งหมดต่างมีปมหรือนัยความหมายทั้งสิ้น โดยเฉพาะชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากเมืองหลวงมากนักแต่มีความเป็นธรรมชาติปรากฏให้เห็น หนึ่งในนั้น ก็คือ มีแม่น้ำ-ลำคลอง ตลอดจนผักและพืชสวนจากไร่ของชุมชนที่นำมาวางขายกันแบบกันเอง รวมทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมาสัมผัสกับความธรรมชาติได้อย่างใกล้ชิด อาทิ การขี่ม้า การนั่งเรือชมวิถีปฏิบัติของผู้คนริมน้ำที่เต็มไปด้วยความเรียบง่ายและร่มรื่นของสองฝากฝั่งคลอง สิ่งที่เกิดขึ้นนี้ถือเป็นการนำเอา **"วัฒนธรรมดั้งเดิม"** หรือความเป็นท้องถิ่นที่ยังคงมีความใกล้ชิดกับธรรมชาติมาเป็นเนื้อหา (Content) ที่สอดแทรกไว้ในสินค้าท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้มีฐานะเป็นสินค้าวัฒนธรรม ทั้งนี้หากมองภายใต้หลักการสื่อสารเชิง **"สัญญะ"** ภาพที่ปรากฏให้เห็นผ่านตัวสินค้าวัฒนธรรมต่างๆ นั้น ล้วนแล้วแต่มีสัญญะซึ่งเต็มไปด้วยความหมายอันลึกซึ้งซุกซ่อนอยู่ และท้าทายให้ได้ค้นหา ดังนั้นจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมดนี้จึงเป็นที่มาของประเด็นการวิจัยในเรื่องนี้ที่ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสังเกตพร้อมกับเพียรพยายามที่จะพิสูจน์ว่าแท้ที่จริงแล้ว **"ภาพของความเป็นท้องถิ่นที่สะท้อนให้เห็นผ่านสินค้าวัฒนธรรม"** นั้น มีคุณค่าทางสังคมอะไรซุกซ่อนอยู่ และในขณะเดียวกันในมิติของการสื่อความหมายภาพความเป็นท้องถิ่นเหล่านั้นมีวิธีการสื่อหรือสื่อความหมายในเชิงสัญญะให้เห็นเป็นอย่างไร

**2. วัตถุประสงค์การวิจัย**

การวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ 2 ประการ สำคัญๆ คือ

2.1 เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาความเป็นท้องถิ่นในสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม

2.2 เพื่อวิเคราะห์วิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะในสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม

**3. ขอบเขตของการวิจัย**

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิง "วัฒนธรรมศึกษา" (Cultural Studies) ที่มุ่งเน้นไปที่แนวทางการทำความเข้าใจกับการวิเคราะห์สินค้าวัฒนธรรมที่ปรากฏให้เห็นในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมเท่านั้น โดยจะใช้หลักการสื่อสารเชิงสัญญะเป็นกรอบการวิจัยเพื่อที่จะค้นหาภาพความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏให้เห็นผ่านสินค้าวัฒนธรรมต่างๆ ซึ่งประเด็นการวิเคราะห์ข้อมูลจะอยู่ในบริบทของการท่องเที่ยวและกรอบคิดในด้านการสื่อสารเป็นหลัก ทั้งนี้จากประมวลแนวคิดภายใต้ทฤษฎีสัญญะวิทยา (Semiotic) ที่ได้ให้ความสำคัญกับประเด็นการวิเคราะห์ความหมายต่างๆ ที่มีอยู่ในสังคม

อาทิ สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เสื้อผ้าอาภรณ์ รถยนต์ ฯลฯ ล้วนแล้วแต่มีคุณค่าความหมายแฝงฝังให้ศึกษาอยู่ทั้งสิ้น ปรากฏที่เกิดขึ้นนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ กาญจนา แก้วเทพ (2554:39) ได้กล่าวไว้ทำนองเดียวกันว่า ตัวบทหรือสิ่งใดๆ ที่ถูกสร้างขึ้นมานั้นโดยปกติแล้วจะมีความหมายและโครงสร้างทางภาษาบรรจุอยู่ไว้เพื่อใช้เป็นกฎเกณฑ์ในการสื่อความหมายให้ได้รับรู้และเข้าใจกัน เหมือนอย่างกรณีสินค้าในสังคมสมัยใหม่ที่ตัวสินค้าได้บรรจุเนื้อหาบางอย่างเอาไว้เพื่อใช้สื่อสารกับผู้บริโภค เช่น แหวนแต่งงานอาจหมายถึงตัวแทนความรักหรือคำมั่นสัญญาใจที่คู่รักมอบให้กัน หรือการซื้อรถยนต์ขับไม่ใช่เพียงมองว่าเป็นแค่พาหนะเท่านั้นหากแต่ยังสะท้อนถึงความหรูหราอีกด้วย ทั้งนี้การวิเคราะห์ความหมายซึ่งเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่มนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้นนี้จะช่วยสะท้อนให้เห็นภาพของ **“โครงสร้างวิธีคิด”** ของคนในสังคมได้ในที่สุด ดังนั้น จากประเด็นที่กล่าวมาจึงกลายมาเป็นที่มาหรือกรอบของงานวิจัยเรื่องนี้ ที่ผู้วิจัยได้พยายามที่จะค้นหาว่า สัญญะของสินค้าวัฒนธรรมที่ว่าด้วยเรื่องของความเป็นท้องถิ่นนั้นมีรูปแบบและลักษณะปรากฏให้เห็นเป็นอย่างไร มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นใดบ้างในสังคม ขณะเดียวกันภาพความเป็นท้องถิ่นเหล่านั้นมีวิธีการสื่อความหมายและเชื่อมโยงกับบริบทการท่องเที่ยวอย่างไร สำหรับวิธีวิทยา (Methodology) ในงานวิจัยเรื่องนี้จะใช้แนวความคิดเชิงสัญญะมาเป็นกรอบในการวิจัยร่วมกับการศึกษาปรากฏการณ์เชิงลึกในภาคสนาม (Field Research) ทั้งนี้เพื่อทำความเข้าใจกับประเด็นของการวิจัยทั้งหมด

ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้ อยู่ในช่วงเดือนตุลาคม 2555 - กันยายน 2556

ขอบเขตด้านสถานที่

การดำเนินการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้เจาะจงเลือกศึกษาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม แขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ มาเป็นพื้นที่ศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากชุมชนแห่งนี้มีร่องรอยและปรากฏการณ์ของความเป็นท้องถิ่นที่น่าสนใจและสอดคล้องกับประเด็นการวิจัยเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็น **“ตลาดน้ำ”** ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองกรุงเทพฯ แต่แฝงไปด้วยคุณค่าทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะบริบทของชุมชนที่แวดล้อมไปด้วยความเป็นธรรมชาติ สำหรับงานวิจัยครั้งนี้จะเลือกศึกษาเฉพาะชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตตลิ่งชันเท่านั้น โดยประเด็นการศึกษาจะครอบคลุมพื้นที่ในส่วนของตลาดบกและตลาดน้ำเป็นหลัก ขณะเดียวกันก็จะศึกษาถึงสภาพวิถีชีวิตของชุมชนโดยรอบๆ ทั้งในมิติทางกายภาพและทางสังคม รวมทั้งในประเด็นต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการวิจัย

**4. นิยามศัพท์**

การสื่อสารเชิงสัญญะ หมายถึง รูปแบบของการสื่อสารชนิดหนึ่งที่สามารถรับรู้ความ

หมายร่วมกันได้เช่นเดียวกับการใช้ภาษาในการสื่อสาร สัญญะจะมีความหมายที่ละเอียดอ่อนและลึกซึ้งเกินกว่าคนทั่วไปจะเข้าใจได้โดยง่าย และมักจะมีความหมายแฝงเร้นอยู่เสมอ ในการทำความเข้าใจถึงสัญญะหรือความหมายที่มีความซับซ่อนได้นั้นเราจะต้องอาศัยการตีความผ่านโสตประสาททั้งห้าของมนุษย์จึงจะเกิดความเข้าใจในความหมายนั้นได้อย่างถ่องแท้

สินค้าวัฒนธรรม หมายถึง สิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ที่มีจำหน่ายและเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัส เช่น สินค้าที่ระลึก อาหาร-เครื่องดื่ม สถาปัตยกรรม และการกิจกรรมที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว อาทิ การล่องเรือ การขี่ม้า รวมทั้งสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ที่มีส่วนส่งเสริมต่อกิจกรรมด้านการขายสินค้าและบริการ ฯลฯ

**5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

ความพยายามในการทำความเข้าใจกับประเด็นของงานวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งมุ่งเน้นไปที่ภาพความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏในสินค้าท่องเที่ยว ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งจะสามารถขยายพรมแดนของความรู้ไปสู่เนื้อหาทางด้านวิชาการในสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้เป็นอย่างดีทั้งในด้านศาสตร์การสื่อสารและการท่องเที่ยวซึ่งปัจจุบันกำลังเป็นที่สนใจของคนทั่วไป ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คาดหวังว่าผลของการวิจัยจะสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ได้ ดังนี้

5.1 มีความเข้าใจที่ลุ่มลึกมากขึ้นเกี่ยวกับภาพของความเป็นท้องถิ่นซึ่งมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับบริบทของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ ถือว่าเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่ใช้เป็นจุดดึงดูดจิตใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวชม ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจะช่วยเป็นแนวทางในการส่งเสริมให้ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ นำไปพัฒนาศักยภาพด้านการการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองให้สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้

5.2 ผลจากการวิจัยจะนำไปใช้ปรับปรุงและพัฒนานโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งและเติบโตต่อไป โดยเฉพาะการสร้างมูลค่า (Value) เพิ่มให้กับสินค้าและบริการที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนต่อไป

5.3 ข้อสรุปของการวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับความเป็นท้องถิ่น จะช่วยทำให้เยาวชนและคนรุ่นใหม่มีความเข้าอกเข้าใจในวิถีจารีตปฏิบัติของคนในที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นมากขึ้น รู้ในคุณค่าของวัฒนธรรมดั้งเดิม ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการใช้ชีวิตร่วมกันอย่างสันติสุขต่อไป

5.4 ข้อค้นพบของการวิจัยจะก่อให้เกิดประเด็นการทำวิจัยที่มุ่งเน้นไปที่การสืบค้นข้อมูลที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านต่างๆ เพื่อค้นหาปรัชญาที่ดีงามและทรงคุณค่าให้สังคมได้ยึดถือและน้อมนำไปปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาประเพณีที่ดีงามของสังคมต่อไป

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่นว่ากระบวนการวิจัยที่ได้ดำเนินการมาอย่างรัดกุมและรอบคอบมาตั้งแต่แรกนี้จะช่วยทำให้สามารถค้นหาคำตอบที่ประเด็นทางการวิจัยได้เป็นอย่างดี ซึ่งก็จะทำให้มีประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการและมุมมองด้านการท่องเที่ยวต่อไป

# บทที่ 2
# เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นความเพียรพยายามในการทำความเข้าใจับภาพของความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏให้เห็นผ่านสินค้าวัฒนธรรมซึ่งในที่นี้มีสถานะเป็นสินค้าท่องเที่ยว ในการทบทวนวรรณกรรมสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้ มีเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับประเด็นการวิจัยอยู่หลายส่วน ดังที่พอจะสรุปแยกแยะออกให้เห็นได้ คือ

1. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำ
4. ทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวคิดโครงสร้างนิยม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม

การศึกษาปรากฏการณ์เชิงลึกเกี่ยวกับความหมายในสินค้าวัฒนธรรมครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นไปที่ภาพความเป็นท้องถิ่นที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวสินค้าท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นถือว่าเป็นเนื้อหาที่มีความสำคัญกับประเด็นการวิจัยเป็นอย่างมาก เนื่องจากจะทำให้เห็นภาพของปรากฏการณ์ชัดเจนขึ้น ลำดับต่อไปจะขอนำเสนอถึงแนวคิดท้องถิ่นนิยม (Localism) ดังนี้

### 1.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับท้องถิ่นนิยม

โดยปกติทั่วไป คำว่า **“ท้องถิ่น”** มักจะมีความหมายที่ค่อนข้างหลากหลาย ส่วนใหญ่ในทางภูมิศาสตร์ท้องถิ่นจะมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างออกกันไป ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิประเทศที่มีความสูงต่ำของพื้นที่ องค์ประกอบของดิน ความชื้น อุณหภูมิ บรรยากาศความร้อนหนาว ฯลฯ ที่ประกอบกันเป็นโครงสร้างของระบบนิเวศน์ในสถานที่แห่งนั้นๆ เช่น ภาคเหนือมีภูมิประเทศเป็นพื้นที่สูงชัน ส่วนใหญ่มีภูเขาและป่าไม้ อากาศหนาวเย็น ส่วนภาคกลางเป็นที่ราบลุ่มมีแหล่งน้ำค่อนข้างมาก เหมาะแก่การเพาะปลูก การแบ่งในลักษณะนี้จะเป็นการแบ่งตามเงื่อนไขทางภูมิศาสตร์ ส่วนลักษณะการแบ่งทางประวัติศาสตร์และการจัดการตามการปกครองของส่วนราชการ เช่น กระทรวงมหาดไทยจะพิจารณาจากวัฒนธรรมและแบบแผนการดำเนินชีวิตของคนในแต่ละภูมิภาคออกเป็นท้องถิ่นต่างๆ อาทิ ท้องถิ่นล้านนา ท้องถิ่นอีสาน ท้องถิ่นใต้ ฯลฯ ทั้งนี้โดยในแต่ละท้องถิ่นก็จะมีลักษณะเฉพาะที่มีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของสถานที่นั้นๆ ขณะเดียวกันความหมายของคำว่าท้องถิ่นยังสามารถแยกย่อยออกเป็นจังหวัด อำเภอ ตำบล และหมู่บ้านได้อีก นอกจากนี้ประเด็นเกี่ยวกับท้องถิ่นยังมีการจัดแบ่งออกตามลักษณะ

ของภูมิประเทศอีก คือ มีการใช้ลุ่มน้ำมาเป็นเครื่องบ่งชี้ความเป็นท้องถิ่น อย่างกรณีลุ่มแม่น้ำภาคกลางตอนล่าง เป็นต้น

สำหรับประเทศไทย แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นได้เริ่มก่อตัวขึ้นอย่างชัดเจนในช่วงหลังเกิดวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 ที่ประเทศได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ทั้งนี้เนื่องจากกระแสแห่งโลกยุคโลกาภิวัตน์ค่อยๆ คืบคลานเข้าสู่สังคมทุนนิยมซึ่งที่ผ่านมาประเทศไทยก็ถือว่าเป็นหนึ่งในหลายๆ ประเทศที่ต้องประสบกับสภาวะการณ์เช่นนี้ ความเป็นสมัยใหม่ได้ปกคลุม **"สังคมเมือง"** โดยเฉพาะความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ได้สร้างวิถีการดำเนินชีวิตของคนเมืองให้เป็นผู้มีความก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ในขณะที่ **"ท้องถิ่น"** สามารถดำรงตนอยู่ได้อย่างเป็นปกติสุข เพราะเนื่องจากอยู่ห่างไกลจากวัฒนธรรมบริโภคนิยมของสังคมเมือง และด้วยเหตุนี้เองที่กระแสการพัฒนาท้องถิ่นได้รับความสนใจจากหลายๆ ภาคส่วนที่มีความต้องการให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับการปกป้องดูแลโดยการให้ชุมชนเองมีส่วนในการบริหารและจัดการเรื่องต่างๆ ในชุมชนเองได้ตามความเหมาะสม ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบร่วมกันคิดร่วมกันทำโดยลดบทบาทการทำหน้าที่ของส่วนกลางหรือรัฐลง จากเดิมที่เคยดูแลควบคุมก็เปลี่ยนมาให้การสนับสนุนและสร้างกลไกในการส่งเสริมชุมชนท้องถิ่นให้รู้จักการพัฒนาที่เหมาะสมและยั่งยืนต่อไป (กุลวิชญ์ สำแดงเดช, 2551 : 27)

บทบาทหนึ่งที่เกี่ยวข้องในเรื่องการบริหารและจัดการท้องถิ่น ก็คือ องค์กรท้องถิ่นที่จัดตั้งขึ้นโดยมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนนั้นๆ เอง เช่น การบริหารจัดการทรัพยากรด้านต่างๆ อาทิ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และ ฯลฯ ที่ชุมชนท้องถิ่นได้มีผู้แทนเป็นคณะกรรมการในการร่วมกันคิดและวางแผนในการทำงานเพื่อพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญก้าวหน้า ยกตัวอย่างคือ การกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้สมาชิกองค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) มีการดำเนินงานที่ชัดเจนทั้งในด้านแผนงาน การจัดสรรทรัพยากรต่างๆ มีส่วนร่วมมือกันกำหนดยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ท้องถิ่นร่วมกัน นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการสร้าง **"ประชาคม"** ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นเพื่อสร้างกฎเกณฑ์และข้อบังคับที่จะนำไปสู่แนวปฏิบัติร่วมกันในชุมชน ขณะเดียวกันยังต้องมีการสร้างเครือข่ายและประสานงานเชื่อมโยงกับภาคีต่างๆ ทั้งจากหน่วยงานของรัฐและเอกชน (อุดม เชยกีวงศ์, 2554 : 242)

จากเนื้อหาที่กล่าวมาได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นท้องถิ่น ซึ่งถือว่าเป็นปรากฏการณ์เบื้องต้นที่มีความสำคัญและเกี่ยวเนื่องกับประเด็นการวิจัย และในลำดับต่อไปจะขอกล่าวถึงความเป็นท้องถิ่นในบริบทของกระแสโลกาภิวัตน์ว่ามีบทบาทต่อวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างไรบ้าง โดยเฉพาะในมุมมองของสังคมสมัยใหม่ที่เต็มไปด้วยวิถีแห่งการบริโภคนิยม

1.2 ความเป็นท้องถิ่นในบริบทของกระแสโลกาภิวัตน์

เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่าในสังคมสมัยใหม่ **"ความเป็นท้องถิ่น"** ไม่ได้ถูกแยกตัวออกมาเดี่ยวๆ อย่างที่เคยเป็นเมื่อในอดีตอีกต่อไปแล้ว ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและ

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโดยรวมของประเทศส่งผลให้เมืองและท้องถิ่นยากจะแยกออกจากกันโดยสิ้นเชิงได้ โดยภายใต้บริบทของกระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งนั่นก็คือ กระบวนการที่ประชากรของโลกถูกหลอมรวมเข้าด้วยกันเป็นสังคมเดียวกัน กลายเป็นชุมชนโลกที่บรรดาสมาชิกของสังคมสามารถติอต่อสื่อสารกันได้ด้วยความรวมเร็วผ่านเทคโนโลยีที่นำสมัย ผิดกับในอดีตสักเมื่อ 20-30 ปีที่แล้วเป็นอย่างมาก ปรากฏการณ์นี้เกิดจากแรงของอิทธิพลร่วมทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี การเมือง ซึ่งเป็นการก้าวข้ามอำนาจความเป็นรัฐและพรมแดนของรัฐไปสู่ความผูกขาดขอบเขตทั่วโลก ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวไม่ใช่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว หากแต่ได้แทรกซึมในทุกๆ มิติของสังคม ไม่เว้นแม้แต่ความเป็นท้องถิ่นที่มีรากฐานมาจากทรัพยากรทางธรรมชาติ ตลอดจนภูมิปัญญาที่บรรพบุรุษได้สั่งสมมาตั้งแต่ในอดีต (บุญยิ่ง ประทุม, 2551:1-2)

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2546:208) นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนได้แสดงทัศนะของสังคมในยุคโลกาภิวัตน์กับความเป็นท้องถิ่นไว้อย่างน่าสนใจว่า กระบวนการดังกล่าวเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างโลก(Global) กับท้องถิ่น(Local) ผนวกรวมตัวกันโดยมีเศรษฐกิจไร้พรมแดนเป็นตัวผลักดันให้เข้าสู่กระแสวัตถุนิยมและลัทธิบริโภคนิยม ทั้งนี้โดยมีกรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางการแพร่กระจายค่านิยมของการบริโภคไปสู่ชุมชนทั้งถิ่นอย่างรวดเร็วและรุนแรง เช่น เด็กวัยรุ่นต่างจังหวัดยอมกระผิดกฎหมายบางอย่าง(ค้ายาบ้า)เพื่อแลกกับการนำเงินที่ได้ไปซื้อโทรศัพท์มือถือหรือนำไปซื้อรถจักรยานยนต์เพื่อการเที่ยวเตร่เพียงอย่างเดียว ขณะเดียวกันประเด็นเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นก็นับว่าได้รับผลกระทบจากการเจริญเติบโตของระบบทุนนิยมด้วยเช่นเดียวกัน แนวคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับที่ ศิริพร ภักดีผาสุข (2548 : 33-35) ที่ได้กล่าวถึงความเป็นท้องถิ่นภายใต้บริบทของกระแสสังคมสมัยใหม่ ซึ่งในที่นี้สรุปได้ว่า การไหลบ่าของกระแสโลกาภิวัฒน์ที่ค่อยๆ ทับถมเข้าสู่สังคมไทยอย่างช้าๆ ทำให้หลายคนหวั่นเกรงกันว่า “ความเป็นหนึ่งเดียวในระดับสากล” จะลบเลือน “อัตลักษณ์ท้องถิ่น” ไปจนหมดสิ้น ดังนั้นแล้วกระบวนการอนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่นจึงเริ่มเป็นประเด็นที่สังคมในทุกๆ ภาคส่วนต้องทบทวนกันอย่างจริงจัง ทั้งนี้เพื่อที่จะรักษา “ตัวตน” และเพื่อต่อต้านกระแสโลกาภิวัตน์อันเชี่ยวกราก ทั้งๆ ที่ก่อนหน้านี้มีเพียงไม่กี่คนที่จะโหยหาอดีตหรือหวงแหนความเป็นท้องถิ่นของไทย ซึ่งนับเป็นวาทกรรมกระแสหลักของสังคมไทยที่ว่าด้วยเรื่องของความเป็นท้องถิ่น ทั้งนี้โดยการจุดมโนทัศน์ที่ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของโลกาภิวัตน์หรือนัยหนึ่งก็คือ เป็นวัฒนธรรมโลก นั่นเอง

จากแนวความดังที่กล่าวมาทั้งหมด ได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นท้องถิ่นในบริบทของสังคมโลกาภิวัตน์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากจะแยกออกจากกันโดยสิ้นเชิง เนื่องจากท้องถิ่นไม่ได้ดำรงตนเองอยู่อย่างโดดเดี่ยวทุกๆ มิติมีความสัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องกันอย่างเป็นระบบ ในขณะที่ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ท้องถิ่นได้ขยับเข้าสู่บริบทของการบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรม ซึ่งได้เปิดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสกับคุณค่าและความหมายจากการบริโภค **“สัญญะ”** หรือ Sign-Value ที่สร้างขึ้น ด้วยเหตุนี้เรามักจะพบเห็น การเปิดแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยชูนโยบาย

ถึงความเป็นท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้เลือกไปกันตามความสมัครใจ เช่น การท่องเที่ยวตลาดน้ำ ชุมชนเก่า ฯลฯ ซึ่งในประเด็นนี้มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงอย่างมากกับที่กรณีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ผลิตหนังสือแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เด่นๆ ในประเทศไทยให้นักท่องเที่ยวได้รู้จัก พร้อมกับได้พยายามนำเสนอให้เห็นถึงคุณค่าของวัฒนธรรมดั้งเดิมเหล่านั้นซึ่งล้วนแล้วแต่มีเอกลักษณ์อันน่าสนใจทั้งสิ้น ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของเครื่องใช้ วิถีชีวิต และ ฯลฯ (ยุทธพงษ์ สืบศักดิ์วงศ์, 2548 : 177)

จากข้อมูลที่กล่าวมาในข้างต้น จะเห็นได้ว่าในสังคมสมัยใหม่ภาพของความเป็นท้องถิ่นนับว่าเป็นสิ่งที่ค่อนข้างดึงดูดความสนใจต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะประเด็นเรื่องของวัฒนธรรมประเพณีไทยนั้นเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีของคนทั่วไป

**2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว**

การท่องเที่ยวนับเป็นแนวความคิดหนึ่งที่งานวิจัยเรื่องนี้ได้ให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นบริบทที่มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย โดยในที่นี้ได้นำเสนอข้อมูลออกเป็นประเด็นๆ ได้ ดังนี้

2.1 ปฐมบทก่อนที่จะมาเป็นการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว(Tourism) เป็นกิจกรรมที่อยู่คู่กับสังคมมนุษย์มาอย่างยาวนาน โดยในสมัยดึกดำบรรพ์ผู้คนในยุคนั้นไม่มีถิ่นฐานที่มั่นคงถาวร มักจะชอบเดินทางเร่ร่อนไปตามที่ต่างๆ เพื่อหาแสวงหาอาหารที่อุดมสมบูรณ์และเพื่อชีวิตที่ปลอดภัยจากการรุกรานของเหล่าศัตรูจำจึงต้องอพยพจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง อย่างกรณีของชนเผ่าอะบาริจินส์ในทวีปออสเตรเลียและชนเผ่าเบดูอินในแอฟริกาก็พบหลักฐานที่ยืนยันว่ามีการดำเนินชีวิตที่ร่อนเร่พเนจรเช่นกัน ทั้งนี้ก็เพื่อความอยู่รอด ขณะเดียวกันหากจะพิจารณาในมุมมองของหลักจิตวิทยาก็จะมีคำตอบว่ามนุษย์นั้นโดยธรรมชาติแล้วมักจะมีนิสัยที่ชอบท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ ที่ตนเองอยากรู้อยากเห็น เพื่อแสวงหาสิ่งที่ดีกว่า หรือหาประสบการณ์ใหม่ๆ (นิศา ชัชกุล, 2555:13)

วิวัฒนาการของการท่องเที่ยวได้ค่อยๆ แปรผันไปตามยุคสมัยของสังคม แต่สำหรับการท่องเที่ยวในยุคดั้งเดิมนั้น ปรากฏขึ้นในลักษณะของการเดินทางของคนบางกลุ่มในสังคม เช่น ชนชั้นสูง เจ้าขุนมูลนาย นักบวช นักรบ เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มักจะมี **“เวลาว่าง”** จากภารกิจประจำวัน อีกทั้งยังมีรายได้ที่ค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับคนโดยทั่วไปจึงสามารถเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ได้ อย่างเช่นกรณีของชาวกรีกโบราณได้ขึ้นชื่อว่าเป็นนักเดินทางไปยังที่ต่างๆ มากมาย ทำให้พบเห็นและติดต่อกับผู้คนที่หลากหลาย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ภาษาและเงินตราของชาวกรีกเป็นที่รู้จักกันอย่างขว้างขวาง ต่อมาการท่องเที่ยวได้มีความเจริญรุ่งเรืองมากขึ้น ประกอบกับมีความพร้อมของเส้นทางคมนาคมมากขึ้นจึงทำให้ผู้คนจากที่ต่างๆ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อสร้างความสำราญใจให้กับชีวิตมากขึ้น ซึ่งนั่นก็รวมถึงการมีร้านค้าขายของที่ระลึก ที่พัก มุคคุเทศก์ และ

ธุรกิจอื่นๆ เกิดขึ้นเพื่อสนองตอบต่อนักท่องเที่ยวจวบจนกลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบและบทบาทต่อสังคมในวงกว้างเป็นอย่างมาก(ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2553:3,4)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542:5) ได้นิยามความหมายของ **"การท่องเที่ยว"** ไว้อย่างน่าฟัง ซึ่งในที่นี้สรุปความได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน การพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ ดังนี้

1.) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว

2.) เดินทางด้วยความสมัครใจ

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

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 รัฐบาลหลายประเทศมีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการ

ท่องเที่ยวให้เป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับประเทศ สำหรับรัฐบาลไทยประกาศให้ปี พ.ศ. 2541-2542 เป็นปีท่องเที่ยวไทยหรือที่เรียกว่า Amazing Thailand 1998-1999 อีกครั้ง (หลังจากที่เคยประกาศใช้มาก่อนหน้านี้ ซึ่งครั้งนั้นมีขึ้นในปี พ.ศ. 2530 อันเป็นปี “ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย” หรือ “Visit Thailand Year”) นับเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของการบริหารอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในความนิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 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 เหล่านี้จะเป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และมีการบอกต่อ ซึ่งจะสร้างผลดีให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

สำหรับประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาและมีฐานะเป็นตลาดการท่องเที่ยวราคาถูกที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากสนใจเดินทางมาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง และแม้ว่าปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศกำลังประสบปัญหาภาวะตกต่ำก็ตาม ในแต่ละปีประเทศไทยได้มีโอกาสต้อนรับ

นักท่องเที่ยวชาติต่างๆ เป็นจำนวนมาก ในขณะเดียวกันประเทศเพื่อนบ้านมียอดนักท่องเที่ยวติดลบ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวไทยเหนือกว่าประเทศเพื่อนบ้าน จากคำกล่าวข้างต้นเป็นภาพสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาคนี้ และเหตุที่การท่องเที่ยวทำเงินให้กับภาครัฐและเอกชนมาอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามมาอย่างมากมายทั้งในด้านของการบริการ การค้าขาย เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจการนำเที่ยว รวมทั้งธุรกิจการขายของพื้นเมืองและของที่ระลึกต่างๆ ซึ่งผลดีคือทำให้เกิดการหมุนเวียนของเงินทุนและการกระจายรายได้ และประเทศไทยนั้นถือว่าประสบความสำเร็จมาโดยตลอดในช่วง 20 ปี ทั้งนี้เนื่องจากว่าสิ่งที่ประเทศไทยใช้เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชม ก็คือ ต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีชีวิต ธรรมชาติที่สวยงาม รวมทั้งเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่ทรงคุณค่าและแฝงเร้นไปด้วยเอกลักษณ์ ปัจจัยทั้งสามสิ่งนี้นับเป็นความหลากหลายที่เป็นเสน่ห์ดึงดูดให้คนจากที่ต่างๆ เดินทางมาเที่ยวชมประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง (วีระพันธุ์ ชินวัตร, 2554: 80-81)

จากข้อมูลที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทความสำคัญต่อสังคมและเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ลำดับต่อไปจะขอนำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีประเด็นเรื่องของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นเนื้อหาสำคัญ ซึ่งในที่นี้จะขอนำเสนอให้เห็นภาพพอสังเขป ดังนี้

2.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นับว่าเป็นอีกมิติหนึ่งของวัฒนธรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเมื่อพิจารณาจากประวัติศาสตร์ของสังคมไทยดั้งเดิมดูแล้ว พบว่าผู้คนส่วนใหญ่นั้นได้อาศัยและใช้ชีวิตอยู่ตามชุมชน ริมน้ำอันแวดล้อมไปด้วยธรรมชาติ นิยมตั้งบ้านเรือนใกล้กับแหล่งน้ำ เช่น แม่น้ำ ลำคลอง เพื่อใช้พึ่งพิงในการเพาะปลูก ต่อมาบ้านเมืองมีการพัฒนามากขึ้น รวมทั้งมีการขยายเส้นทางการคมนาคมเพิ่มเติม การดำรงชีวิตความเป็นอยู่ก็เปลี่ยนไป ผู้คนก็เริ่มมีความหลากหลายกันมากยิ่งขึ้น ประกอบกับมีการแลกเปลี่ยนซื้อขายสิ่งของซึ่งกันและกัน ทั้งจากภายในและภายนอกชุมชน จนกลายมาเป็นแหล่งซื้อขายทางเศรษฐกิจที่เรียกว่า “ตลาด” ซึ่งโดยทั่วไปแล้วจะประกอบไปด้วยร้านรวงและบ้านช่องที่อยู่อาศัย ทำการค้าขายสิ่งของเครื่องใช้เพื่อการอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันทั่วไป มีบรรดาพ่อค้าแม่ค้าจากหลายถิ่นเข้ามาขายสินค้า ชุมชนใดใช้การคมนาคมทางบกในการติดต่อหรือไปมาหาสู่กันก็จะเรียกว่า ตลาดบก ส่วนถ้าชุมชนนั้นใช้การคมนาคมทางน้ำเป็นเส้นทางการสัญจรไปมาก็จะเรียกว่า **“ตลาดน้ำ”** ซึ่งการเปิดค้าขายก็อาจจะอยู่ในแพหรือในเรือ (สำนักพิมพ์เมืองโบราณ, 2537:6-8)

ในส่วนการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ถูกจัดอยู่ในกลุ่มของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมที่

มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีความเกี่ยวเนื่องและเชื่อมโยงกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมุ่งหวังเพื่อการศึกษาและซึมซับสุนทรีย์จากแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองได้สัมผัสมา โดยลักษณะของการท่องเที่ยวจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องต่างๆ ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะความบริสุทธิ์ของวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่ปราศจากการปรุงแต่ง ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการเดินทางที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขในสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรียนรู้ ชื่นชม โดยได้กำหนดเงื่อนไขดังต่อไปนี้ คือ 1) เป็นการเดินทางจากที่อาศัยปกติไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งเป็นการชั่วคราว 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือเป็นการหารายได้ (ประชิด สกุณะพัฒน์ และคณะ, 2554 : 66-68)

สำหรับการท่องเที่ยวใน **“ท้องถิ่น”** (Local Tourism) ก็นับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศนอกเหนือไปจากระดับมหภาค โดยในส่วนของท้องถิ่นนั้น แหล่งท่องเที่ยวก็จะมีลักษณะที่เป็นชุมชนชนบทแบบดั้งเดิม ซึ่งมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่น่าสนใจเป็นจุดขาย และมีการเข้าถึงที่สะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ ไม่ไกลจากศูนย์กลางมากนัก แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะได้รับความสนใจจากนักท่อเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวใดมีกิจกรรมการมีส่วนร่วมในการละเล่นและการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมของชุมชนด้วยแล้ว ผู้มาเยือนก็จะได้รับอรรถรสและสามารถสัมผัสกับวัฒนธรรมท้องถิ่นเหล่านั้นได้เป็นอย่างดี นับเป็นความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน ขณะเดียวกันก็เป็นการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นด้วยเช่นเดียวกัน (สถาบันคลังสมองของชาติ, 2552:20)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวในท้องถิ่นค่อยๆ ได้รับความนิยมในหมู่ของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวประกอบกับการเดินทางได้รับความสะดวกสบายมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ในหลายๆ ชุมชนจึงมีนโยบายในการส่งเสริมและอนุรักษ์การท่องเที่ยว โดยเน้นเอาคนในชุมชนเองเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เช่นในกรณีที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการถ่ายโอนภารกิจด้าน **“การส่งเสริมการท่องเที่ยว”** ในท้องถิ่นมาจากส่วนกลาง โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกในท้องถิ่นได้ร่วมกันวางแผนด้านการท่องเที่ยว การปรับปรุง ตลอดจนการดูแลบำรุงรักษาสถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งบริหารจัดการเกี่ยวกับการทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาเที่ยวชม ขณะเดียวกันก็ยังมีนโยบายในการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ของตนเองที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ไม่เปลี่ยนแปลงมาเป็นจุดสนใจเพื่อดึงดูดให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสและเที่ยวชม (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552:76-78) และด้วยเหตุที่การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับประเทศ จึงทำให้ภาคส่วนต่างๆ หันมาทำการโหมประชาสัมพันธ์และโฆษณาเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จะช่วยนำ

เงินตราเข้ามาพัฒนาประเทศ ทั้งนี้ถึงขนาดมีการรณรงค์ปลุกจิตสำนึกให้ชุมชนท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมตระหนักในคุณค่าของโบราณสถาน ธรรมชาติ และวิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งผลงานศิลปะแขนงต่างๆ เพื่อร่วมกันสืบสานเป็นมรดกให้เยาวชนได้เรียนรู้ตั้งแต่ยังเด็ก ซึ่งจะส่งผลให้เยาวชนเหล่านั้นได้รู้ซึ้งถึงคุณค่าวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น (ระภีพัฒน์ ขุนผดง, 2556:13)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนับเป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบริบทของการท่องเที่ยว โดยเริ่มตั้งแต่แนวคิดพื้นฐานจนมาถึงเนื้อหาที่เป็นอุตสาหกรรมทางด้านการท่องเที่ยว ลำดับต่อไปจะเป็นการกล่าวถึงเนื้อหาของตลาดน้ำ ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จะขาดเสียไม่ได้

**3. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำ**

การท่องเที่ยวตลาดน้ำนับเป็นอีกมิติหนึ่งที่มีความสำคัญสำหรับการทำวิจัยเรื่องนี้ เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมกับกรอบประเด็นการศึกษา โดยในที่นี้จะขอนำเสนอข้อมูลที่ได้แยกแยะออกเป็นหมวดหมู่ ดังนี้

3.1 ตลาดน้ำกับความวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนไทย

ถ้าเอ่ยถึง **“ตลาดน้ำ”** นอกจากจะเป็นสถานที่ซื้อ-ขาย แลกเปลี่ยนสินค้าหรือในปัจจุบันได้กลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวให้คนเดินทางมาเที่ยวชมกัน ตลาดน้ำยังเป็นชุมชนทางสังคมอย่างหนึ่งที่ได้มีความผูกพันกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนไทยมาอย่างช้านาน โดยมีการจารึกไว้เป็นประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัย หรือแม้แต่กรุงศรีอยุธยาก็ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าคนไทยสมัยก่อนได้มีการตั้งบ้านเรือนอยู่ริมแม่น้ำลำคลองและมีการสัญจรกันทางน้ำเป็นหลัก มีการต่อแพเพื่อทำการค้าขายกันในเรือ ทั้งนี้ตลาดน้ำในยุคนั้นมีการใช้ชื่อเรียกว่า **“ตลาดเรือ”** ซึ่งมีการซื้อขายสินค้าที่จำเป็นต่างๆ เช่น น้ำมัน เสื้อผ้า ภาชนะ เครื่องบวชพระ ฯลฯการเติบโตของตลาดน้ำได้ค่อยๆ พัฒนาไปตามสภาพของแม่น้ำลำคลองที่ได้กระจายตัวไปตามแหล่งชุมชนใหญ่ๆ โดยเฉพาะในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ผู้คนได้นิยมทำการค้าขายกันในเรือ มีการสร้างแพขายสินค้ากันอย่างหลากหลาย เช่น ตลาดน้ำที่เป็นที่รู้จักชื่อเสียงเป็นอย่างดี ก็คือ ตลาดย่านคลองบางปะกอก ย่านคลองมหานาค วัดไทร ฯลฯ (อุดม เชยกีวงศ์, 2552:11)

ตลาดน้ำ หรือแหล่งชุมชนที่เกิดจากการรวมตัวกันของคนในสังคม นัยหนึ่งก็คือสายเลือดเส้นใหญ่ที่ได้หล่อเลี้ยงชีวิตของผู้คนริมน้ำให้ได้อาศัยใช้จับจ่ายซื้อข้าวซื้อของ นับได้ว่าเป็นความผูกพันกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยเป็นอย่างมาก แนวคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ กองบรรณาธิการ (2555:137) ซึ่งเป็นหนังสือด้านการท่องเที่ยวได้ระบุไว้อย่างชัดเจนในทำนองเดียวกันว่า สังคมไทยในอดีตผู้คนส่วนใหญ่มีการคมนาคมกันทางน้ำเป็นหลัก ตามบริเวณริมฝั่งแม่น้ำลำคลองในชุมชนต่างๆ โดยเฉพาะที่ราบลุ่มภาคกลางมักจะเป็นแหล่งรวมตัวกันของแม่น้ำสำคัญๆ หลายสาย และครั้นเมื่อมีชุมชนก็ต้องมี **“ตลาด”** สำหรับซื้อ-ขาย สินค้ากัน จนกระทั่ง

กลายมาเป็นตลาดน้ำที่มีความผูกกันกับวิถีปฏิบัติของคนในสมัยนั้น

จากข้อมูลที่กล่าวมาในข้างต้น ได้แสดงให้เห็นถึงชีวิตและความผูกพันระหว่างคนกับตลาดน้ำว่ามีความสัมพันธ์ค่อนข้างแนบแน่นและยาวนาน ลำดับต่อไปจะขอนำเสนอถึงตลาดน้ำที่ได้ถูกลดบทบาทลง ซึ่งนับเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญอีกประการหนึ่งอันจะขาดเสียมิได้สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้

3.2 ความเสื่อมถอดของตลาดน้ำ

เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่าตลาดน้ำค่อนข้างมีบทบาทกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยมาอย่างยาวนาน มีความเกี่ยวข้องทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของผู้คนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ โดยเฉพาะประเทศไทยในเขตพื้นที่ราบลุ่มภาคกลางต่างมีสายน้ำเป็นเส้นหล่อเลี้ยงชีวิตสืบเนื่องมาหลายชั่วคน ครั้นเมื่อการคมนาคมมีความเจริญมากขึ้น ประเทศไทยได้มีการพัฒนาเส้นทางสัญจรทางบก ถนนหนทางจึงเริ่มเข้ามามีบทบาทต่อการเดินทางของผู้คนมากขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2486 ประเทศไทยได้มีการเปิดสะพานปรีดีธำรง ซึ่งขณะนั้นถือเป็นสะพานคอนกรีตที่แข็งแรงใช้สำหรับการข้ามแม่น้ำป่าสักเข้าเกาะเมืองในอยุธยา พร้อมกับมีการเปิดเส้นทางหลวงสายอยุธยา-วังน้อย เพื่อเชื่อมการเดินทางระหว่างสายพยลโยธินกับเกาะเมือง ทำให้การติดต่อและเดินทางระหว่างกรุงเทพฯ กับเกาะเมืองมีความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งจากปรากฏการณ์นี้เองได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตไปจนถึงลักษณะการค้าขายของผู้คนในเกาะเมือง และนับตั้งแต่นั้นมาบทบาทของการคมนาคมทางน้ำ รวมทั้งตลาดน้ำก็ได้ค่อยๆ ถูกลดบทบาทความสำคัญลงมาตามกลไลของการพัฒนาประเทศ บรรดาเจ้าของแพต่างๆ ได้อพยพขึ้นบกเพื่อทำการค้าขายสินค้าของตนเองแทนการค้าขายในตลาดน้ำ จุดนี้เองที่ตลาดน้ำเริ่มดูเงียบเหงาและไม่คึกคักเท่าที่ควร สุดท้ายก็ค่อยๆ เสื่อมความนิยมลงไป (อุดม เชยกีวงศ์, 2552:14, 21)

การถูกลดบทบาทลงของตลาดน้ำอันมีสาเหตุมาจากการสร้างถนนหนทางขึ้นใช้จนกระทั่งทำให้ตลาดน้ำดูหมดความสำคัญไป มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับที่ สมัย สุทธิธรรม (2539:21) นักสารคดีร่วมสมัยของประเทศไทยที่ได้กล่าวถึงความล่มสลายของตลาดน้ำไว้อย่างน่าสนใจ สรุปความได้ว่า สาเหตุก็เนื่องจากการคมนาคมทางน้ำมีความเจริญมากขึ้น ผู้คนเริ่มนิยมใช้ถนนในการสัญจรมากกว่าเส้นทางน้ำ ทำให้ได้รับความสะดวกสบาย ขณะเดียวกันระบบการขนส่งสินค้าต่างๆ ก็เริ่มที่จะเปลี่ยนมาใช้รถยนต์หรือรถไฟแทนการขนส่งทางเรือซึ่งนับวันจะกลายเป็นอดีตไป ด้วยเหตุนี้จึงทำให้บรรดาตลาดน้ำทั้งหลายต่างซบเซาและเลิกกิจการไปในที่สุด อย่างกรณีที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไป ก็คือ ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดน้ำมหานาค เป็นต้น

จากข้อมูลที่กล่าวมาในข้างต้น นับเป็นการทำความเข้าใจถึงบริบทของตลาดน้ำที่ครั้งหนึ่งเคยรุ่งเรืองและต่างมีบทบาทกับวิถีชีวิตของคนไทย ลำดับต่อไปจะเป็นเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงปฐมบทของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ นับเป็นอีกมิติหนึ่งที่มีความสำคัญโดยตรงกับประเด็นของงานวิจัยเรื่องนี้

3.3 การท่องเที่ยวตลาดน้ำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยว **"ตลาดน้ำ"** เริ่มได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมากขึ้นตามลำดับ โดยเฉพาะประเทศไทยมีภูมิประเทศที่สวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติอันหลายหลาย ขณะเดียวกันก็คงความมีเสน่ห์จากบรรดาคูคลองต่างๆ ที่ได้แยกตัวมาจากแม่น้ำสายหลักเป็นสิ่งดึงดูดสายตาจากนักท่องเที่ยว ทรัพยากรเหล่านี้ได้ก่อให้เกิดเส้นทางสายวัฒนธรรมของชุมชนริมน้ำที่เต็มไปด้วยสีสันและเรื่องราวของความผูกพันระหว่างคนกับสายน้ำ รวมทั้งประวัติศาสตร์ที่น่าจดจำต่างๆ หลายชุมชนมีวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวทำหน้าที่เป็นฑูตทางด้านการท่องเที่ยว เช่น คลองลัดมะยม หรือคลองต่างๆ ที่เป็นแหล่งทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่ได้นำเอาของกินของใช้และผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นเองจากท้องถิ่นมาเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อเชิญชวนให้คนเดินทางมาเที่ยวชม(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552:73-74)

รูปแบบการท่องเที่ยวตลาดน้ำมีพัฒนาการมาจากการที่มีชุมชนตั้งบ้านเรือนอยู่บริเวณริมน้ำ หรือตามคูคลองต่างๆ และเมื่อมีชุมชนก็ต้องมีตลาดสำหรับซื้อขายสินค้าตามมา ครั้นเมื่อมีการสร้างถนนขึ้นใช้กันมากขึ้น บทบาทของตลาดน้ำก็เริ่มที่จะลดน้อยลงไป จากเดิมที่เคยคึกคักก็ค่อยๆ เงียบเหงาลงตามกาลเวลา เหลือเป็นเพียงตำนานไว้ให้กล่าวขานกันไป แต่ปัจจุบันนี้ตลาดน้ำเริ่มที่จะกลับมามีสีสันและความคึกคักอีกครั้งจากกระแสของการท่องเที่ยว ซึ่งผู้คนต่างที่จะโหยหาความเป็นอดีตที่เคยผ่านมา และอยากจะสัมผัสกับบรรดาของโบราณหรือของหายากทั้งหลายด้วยประสบการณ์ของตนเอง ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นการขี่ช้าง นั่งเกวียน ฯลฯ ก็เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นแล้วตลาดน้ำหรือตลาดโบราณที่ดูมีบรรยากาศแบบย้อนยุคจึงได้กลับมามีบทบาทหรือมีชีวิตชีวาให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกันอีกครั้งหนึ่ง (กองบรรณาธิการ, 2555: 137)

สำหรับการท่องเที่ยวตลาดน้ำในปัจจุบัน ค่อนข้างได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากกรณีที่ประเทศไทยได้เริ่มให้มีการปรับปรุงระบบเศรษฐกิจให้ดีขึ้น โดยการใช้แผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) ที่เน้นจากระบบการค้าย่อยมาเป็นการค้าสากล ซึ่งรัฐบาลเองก็ได้พุ่งไปที่ประเด็นด้านการผลิตเพื่อการส่งออกเพื่อขยายฐานตลาดให้กว้างมากขึ้น และในจุดนี้เองที่ภาคทางด้านการเกษตรที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติ เช่น แม่น้ำลำคลองถูกเปลี่ยนให้มีบทบาทเป็นสิ่งที่สร้างเสน่ห์ดึงผู้คนต่างถิ่นต่างวัฒนธรรมเดินทางเข้ามาสัมผัสกับสิ่งสวยๆ งามๆ ที่แต่เดิมเคยถูกใช้ในภาคการผลิตให้มาสนองตอบทางด้านการท่องเที่ยวแทน ด้วยเหตุนี้เองผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวได้ตระหนักและเล็งเห็นคุณประโยชน์จากการนำเอาวิถีธรรมชาติที่งดงามมาประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นจุดขายให้กับการท่องเที่ยว ดังนั้นแล้วตลาดน้ำจึงได้ถูกแปรเปลี่ยนมาสนองตอบต่อกิจการด้านการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการดึงเอาเม็ดเงินจำนวนมหาศาลเข้าประเทศ (อุดม เชยกีวงศ์, 2552: 24)

การปรากฏตัวของตลาดน้ำในบริบทของการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันค่อนเติบโตและ

ประสบความสำเร็จ ประการหนึ่งมาจากการที่สังคมไทยมีรากวัฒนธรรมที่ยาวนานและมีความโดดเด่นทางด้านศิลปะอันงดงามและหลายหลาย ประกอบกับมีการจัดการด้านการบริหารจากคนในชุมชนเอง ซึ่งแนวคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับที่ ประมาณ เทพสงเคราะห์(2553: 8) ที่ได้กล่าวไว้ในทำนองเดียวกันว่า การท่องเที่ยวโดยมีสมาชิกในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและพร้อมใจกันบอกเล่าเรื่องราวดีๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนตัวเองนับเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมให้ดำรงอยู่รุ่นสู่รุ่น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิทัศน์ที่สวยงามของแต่ละท้องถิ่นจะเป็นสิ่งที่สามารถเอื้อต่อกิจการด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง และจากแนวคิดดังกล่าวนี้เองที่หน่วยงานในหลายๆ ภาคส่วนของสังคมได้หันมาตระหนักและเร็งเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น โดยเริ่มตั้งแต่ระดับชุมชน ดังที่ สำนักสิ่งแวดล้อม (2556:30) ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันซึ่งก็เป็นการสอดรับกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเช่นกัน ซึ่งในที่นี้สรุปความได้ว่า การปรับตัวให้มีวิถีชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยการสร้างรูปแบบการจัดการทรัพยากรที่เป็นธรรมและยั่งยืน เช่น การใช้สินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คือ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องผลิตขึ้นจากกระบวนการและเทคโนโลยีที่ใส่ใจถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิต รวมทั้งการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในชุมชนเพื่อสร้างความน่าอยู่และสมดุลของระบบนิเวศ ก็เป็นสิ่งที่สำคัญในโลกปัจจุบัน

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมด นับเป็นการประมวลองค์ความรู้ในด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำซึ่งได้นำเสนอข้อมูลที่เป็นสาระเกี่ยวกับจุดเริ่มต้นของตลาดน้ำจวบจนมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในปัจจุบัน

**4. ทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวคิดโครงสร้างนิยม**

ทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวความคิดโครงสร้างนิยม นับเป็นกรอบแนวความคิดหลักในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับกระบวนการวิเคราะห์ความหมายที่เกิดจากปรากฏการณ์ทางสังคม โดยในที่นี้ผู้วิจัยได้พยายามรวบรวมเนื้อหาสำคัญๆ ไว้ ดังนี้

4.1 จุดเริ่มต้นของทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวคิดโครงสร้างนิยม

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 ซึ่งได้

จากการมอง(เห็น) เช่น เมื่อเห็น คำว่า นก หรือ Bird ก็รับรู้ความหมายได้ทันที่ว่าหมายถึง สัตว์ชนิดหนึ่งที่มีปีกและสามารถบินได้ การสร้างและรับรู้ความหมายอันเกิดจากสัญญะนี้ไม่ได้ถูกจำกัดแต่เฉพาะแวดวงภาษาศาสตร์เพียงเท่านั้น 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)

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

สำหรับในเชิงภาษาศาสตร์ซึ่งได้ให้ความสนใจกับเรื่องของความหมาย มีมุมมองพื้นฐานว่าผู้ที่จะประดิษฐ์หรือสร้างความหมายได้ดีจะต้องมีความเข้าใจที่ลึกซึ้งในด้านของโครงสร้างทางภาษาก่อน โดยเฉพาะระบบสัญญะหรือแนวความคิดโครงสร้างนิยม (Structuralism) ซึ่งมีความเชื่อพื้นฐานว่า สัญญะหรือระบบภาษาทุกภาษาจะมีไวยากรณ์ร่วมกันอยู่ เมื่อเราเข้าใจไวยากรณ์เหล่า

นั้น เราก็จะเข้าใจและสามารถใช้ความหมายของสัญญะต่างๆ ได้ดีขึ้น เช่น คำที่ใช้เรียกชื่อสีเหลืองในภาษาไทยมีอยู่หลายคำด้วยกัน บางคนใช้คำว่า เหลืองอ๋อย บางคนใช้คำว่า เหลืองอำพัน ซึ่งก็ให้ระดับความหมายที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นหน้าที่ของนักสัญศาสตร์หรือโครงสร้างนิยมจะต้องศึกษาปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมหนึ่งๆ ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์รายการบันเทิง การออกแบบงานโฆษณา การแสดงดนตรี การละเล่นพื้นบ้าน งานปาร์ตี้ ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อค้นหาความหมายในเชิงลึกของปรากฏการณ์นั้นๆ ให้มีความชัดเจนขึ้น รวมทั้งเพื่อเข้าใจกฎเกณฑ์ทางภาษานั้นด้วย (ธีรยุทธ บุญมี, 2551:11-12)

ในการประยุกต์ใช้แนวคิดโครงสร้างนิยมมาใช้ในการศึกษาสื่อหรือปรากฏการณ์ทางสังคม รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่มนุษย์ได้ร่วมกันสร้างขึ้น มีพื้นฐานความเชื่อว่า “สังคม” คือ ระบบที่เกิดจากกลไกการทำหน้าที่ของส่วนต่างๆ ร่วมกันเกี่ยวข้องกัน มีโครงสร้างที่อยู่ภายในซ่อนอยู่เพื่อรักษาระบบของการทำงานให้สามารถดำเนินต่อไปได้ นักคิดที่อยู่ในแวดวงนี้จึงมองว่าสังคม คือส่วนต่างๆ ของโครงสร้างที่สัมพันธ์เชื่อมโยงเข้าหากัน แต่สังคมก็จะมีโครงสร้างเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและความสัมพันธ์ของคนให้ดำรงความเป็นสถาบันสังคมเอาไว้ สำหรับแนวคิดที่มีความพยายามในการทำความเข้าใจกับโครงสร้างของสังคมในระดับที่ลึกเริ่มขึ้น เริ่มมาจาก F.de Saussure ซึ่งเป็นนักภาษาศาสตร์ชาวสวิตเซอร์แลนด์ที่มีความเชี่ยวชาญในระบบของภาษา โดยเขาได้มองว่า ภาษาที่เราใช้พูดและเขียนกันเป็นสิ่งที่มีอยู่ในระบบหรือมีโครงสร้างอยู่ภายใน ไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นลอยๆ 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 ซึ่งทั้งหมดจะมีโครงสร้างซ่อนอยู่ภายในโดยที่มนุษย์ไม่ทันรู้ตัวเพราะเป็นโครงสร้างที่อยู่ในระดับลึกลงไป (สุภางค์ จันทราวานิช, 2551:145-146)

ส่วนนักวิชาการทางด้านสังคมศาสตร์ที่ได้ให้ความสนใจในการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างของสังคม โดยมีมุมมองในเรื่องเกี่ยวกับสัญญะว่าเป็นหลักการที่ถูกประยุกต์มาจากแนวคิดสำนัก **“โครงสร้างนิยม”** (Structuralism) ที่ถูกพัฒนามาจากการวิเคราะห์ทางด้านภาษาศาสตร์เชิงโครงสร้าง โดยมองว่าวิธีการที่ความหมายถูกสร้างขึ้นมาให้สามารถสื่อสารเป็นที่เข้าใจได้ภายใต้บริบททางสังคมหนึ่งๆ ได้นั้นจะต้องมีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนเช่นเดียวกับลักษณะทางด้านภาษาศาสตร์ทั่วไปที่มักจะมี **“ไวยากรณ์”** เป็นองค์ประกอบในการควบคุมความหมายนั้นๆ เช่นเดียวกันกับอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2541:192-193) ที่มีแนวคิดว่า การศึกษาระบบความหมายจากตัวบทหรือตัวงานภายใต้กรอบแนวความคิดสัญญะวิทยานั้นมีที่มาจากวิชาภาษาศาสตร์ และต่อมาได้พัฒนาเป็นทฤษฎีโครงสร้างนิยมที่ได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษกับระบบความหมายที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นทั้งในทาง

กายภาพและทางสังคม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ สิ่งที่สามารถสื่อสารได้ทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับสัญญะทั้งสิ้น

สำหรับการใช้มุมมองเชิงโครงสร้างนิยมมาทำความเข้าใจกับผลผลิตทางวัฒนธรรมต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น ก็เป็นที่ประจักษ์ชัดของคนทั่วไป ซึ่งในที่นี้รวมทั้งการศึกษาและวิเคราะห์ผล งานด้านศิลปะด้วย เช่นในกรณี การวิเคราะห์ผลงานทางด้านศิลปะ ซึ่งเป็นการสื่อสารที่ผ่านการรับรู้ด้วยสายตา หากผู้อ่านงานศิลปะมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับไวยากรณ์ของผลงานนั้นๆ ก็จะช่วยทำให้ผู้อ่านสามารถการรับรู้ถึงสุทรียศิลป์ในงานศิลปะได้อย่างถ่องแท้ เช่นเดียวกันกับระบบของภาษาพูดภาพภาษาเขียนที่ใช้องค์ประกอบทางวรรณศิลป์เป็นสิ่งสร้างความไพเราะและความสวยงามให้กับการสื่อสาร แต่ในงานศิลปะอาจจะถูกถ่ายทอดด้วยการใช้เนื้อสี ลายเส้น พื้นผิว แสงเงา ตลอดจนเทคนิคต่างๆ เพื่อให้งานมีคุณค่าและความหมายขึ้นมา (ทัศนีย์ บุญนาค, 2546:156)

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)

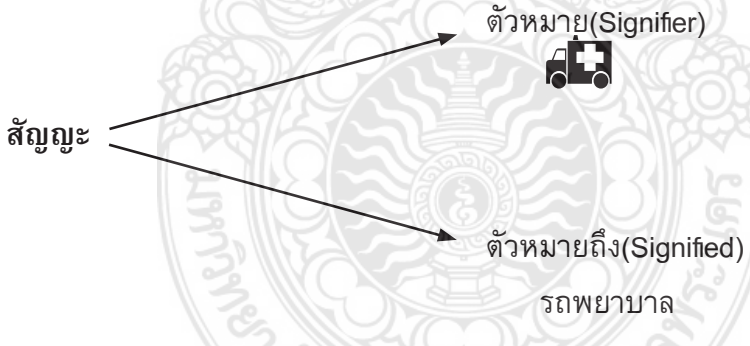
การศึกษาในเชิงสัญญะวิทยาเป็นแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการสื่อความหมาย ซึ่งโดยธรรมชาติแล้วเป็นศาสตร์ที่มีความละเอียดอ่อนลึกซึ้ง ปรากฏการณ์บางอย่างหรือสัญญะบางประเภทไม่สามารถอธิบายด้วยคำพูดได้อย่างละเอียดลึกซึ้ง ต้องอาศัยบริบททางสังคมวัฒนธรรมมาใช้ในการอ่านหรือตีความจึงจะสามารถเข้าใจความหมายนั้นได้ ทั้งนี้ 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 ในงานศพของคนไทย ผู้ที่จะมาร่วมงานจะต้องสวมใส่เสื้อผ้าสีดำหรือสีขาว 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 คือหน่วยของการสื่อความหมายที่มีองค์ประกอบด้วยกัน 2 ส่วนที่สำคัญๆ คือ สิ่งที่เราใช้เรียกหรือเขียนก็คือ รูปของสัญญะ (Signifier) ในที่นี้อาจจะเป็นคำพูดหรือหรือภาษาเขียนก็ได้กับสิ่งที่สื่อความหมายออกมาหรือความหมายสัญญะ(Signified) โดยบาร์ตส์ได้กล่าวว่า สิ่งที่เรียกหรือเขียนกับสิ่งที่สื่อความหมายออกมาเป็น กระบวนการทางสัญญะ(Sign) ที่เกิดจากการเชื่อมโยงความคิด(Concept) เข้ากับ

ภาพ (Image) ทั้งนี้กระบวนการ สร้างสัญญะขึ้นมาใช้เพื่อสื่อความหมายทางวัฒนธรรมได้ปรากฏให้เห็นในสื่อต่างๆ เช่น ภาพนางร้ายในละครโทรทัศน์ ภาพสินค้าแบรนด์เนมที่นักแสดงสวมใส่เพื่อต้องการที่จะแสดงให้ตนดูดี สำหรับในกรณีนี้ บาร์ตส์ เรียกว่า **"มายาคติ"**

รูปสัญญะ ⟶ ความหมายสัญญะ ⟶ สัญญะ

แผนภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะกับความหมายของสัญญะ

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าความหมายของสัญญะจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องอาศัยโสตประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ในการรับรู้ความหมายร่วมกัน ซึ่งมีตัวหมายหรือรูปของสัญญะแสดงให้เห็นก่อน จากนั้นจึงเป็นเรื่องของการรับรู้ความหมายหรือภาพในความคิดที่มีอยู่ในระบบการรับรู้ของแต่ละคน

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" มีความหมายว่าเป็นที่อยู่อาศัยพักพิง หลบแดดหลบฝน ซึ่งเป็นความหมายทางกายภาพ

2. ความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) เป็นความหมายขั้นที่สอง ซึ่งให้ความหมายที่ลึกซึ้ง กินใจ เกินกว่าความหมายในขั้นแรก ความหมายในระดับนี้จะมีนัยความหมายที่ลุ่มลึก แฝงเร้นไปด้วยความหมายทางสังคมหรือเป็นความหมายที่เป็นข้อตกลงของแต่ละสังคม ความหมายนี้จะแปรผันไปตามวัฒนธรรมของแต่ละสังคม เช่น "รถยนต์" หรือ "บ้าน" อาจจะหมายถึงความหรูหรา ราคาแพง ความมีรสนิยม หรือดูแตกต่างจากคนอื่น ซึ่งความหมายที่ได้นี้จะดูมีความแตกต่างจากความหมายโดยตรงที่มองว่าเป็นเพียงยานพาหนะ หรือเป็นที่พักอาศัยเพียงอย่างเดียว

สำหรับประเด็นความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความหมายของสัญญะ ที่นักสัญญะวิทยา

ได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมากก็คือ 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 เป็นสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่บ่งชี้ให้เห็นถึงอีกสิ่งหนึ่ง 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 สื่อ โทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง ซึ่งก็ต้องอาศัยกระบวนการสร้างความหมายขึ้นมาใช้เพื่อสื่อกับผู้ชม โดยลักษณะของกระบวนการสร้างความหมายนี้ผู้สร้าง(ผู้กำกับ) อาจจะมีการใช้สัญลักษณะทางภาพ 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) เป็นสิ่งสำคัญในสร้างความหมายขึ้นมาให้สามารถสื่อสารร่วมกันได้ และในขณะเดียวกันในแต่ละสังคมก็จะมีรหัสที่สร้างขึ้นแตกต่างกันออกไป เช่นเดียวกันกับระบบภาษาที่มีอยู่มากมายหลายชนิดในโลก สิ่งที่น่าสนใจก็คือผู้ที่จะเข้าใจในความหมายของรหัสนั้นได้จะต้องมีการเรียนและมีประสบการณ์ร่วมกันจึงจะสามารถเข้าใจความหมายนั้นได้อย่างถ่องแท้

4.4 รหัสแห่งความหมาย

ในกระบวนการสร้างความหมายเชิงสัญญะเพื่อให้สามารถสื่อสารร่วมกันได้นั้น ในแนวทางการวิเคราะห์สัญญะจะเริ่มต้นจากการค้นหาความหมายของตัวบท (Text) หนึ่งๆ ที่จะถูกอ่านความหมายออกมาในแบบใดนั้น จำเป็นต้องสัมพันธ์และขึ้นอยู่กับบริบท (Context)ทางสังคมและวัฒนธรรมที่ตัวบทนั้นๆ เกิดขึ้นมา เช่น “หมู” อาจจะมีความหมายว่า “เป็นอาหารชนิดหนึ่ง” แต่

ในวัฒนธรรมมุสลิมมีความหมายว่าเป็นอาหารไม่ได้ ส่วนในวัฒนธรรมจีนจะมีความหมายว่า “เป็นของหมั้น” ที่ใช้ในพิธีแต่งงาน เป็นต้น ทั้งนี้ในการรับรู้ความหมายตามแนวทางของสัญญะวิทยานั้น โดยธรรมชาติแล้วจะไม่มีคู่มือการแปลหรือพจนานุกรมมาให้เพื่อเปิดดูความหมายของคำแปลเหล่านั้น ผู้อ่านสัญญะจะต้องสร้างคู่มือการแปลของตนขึ้นมาเองโดยใช้บริบททางสังคมและวัฒนธรรมนั้นๆ มาช่วยในการตีความสิ่งที่ตนเองได้สัมผัสจากอาตยนะทั้ง 5 เช่น รูปภาพ เสียง หรือการสัมผัสอย่างอื่นๆ ที่ทำให้เรานึกถึง( Refer) วัตถุหรือความเป็นจริงขึ้นมา เช่น เมื่อมองดูภาพหรือเครื่องหมาย ☏ ตามพื้นที่สาธารณะทุกคนก็จะทราบถึงทันทีว่าหมายถึง “ โทรศัพท์ ” ซึ่งในการรับรู้ความหมายของสัญญะโดยการใช้คำพูดหรือภาษาเขียนนี้จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของผู้ที่อ่านสัญญะ เช่นกรณี คนในกรุงเทพฯ พบเห็นแหล่งน้ำที่มารวมอยู่กันมากๆ ก็อาจจะเรียกว่า คลอง แม่น้ำ ทะเลสาป แต่สำหรับคนในต่างจังหวัด อาจจะเป็น ห้วย หนอง คลอง บึง ฯลฯ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547:401-402)

สำหรับการวิเคราะห์สื่อโดยเน้นไปที่ **“รหัสความหมาย”** สามารถนำไปใช้ได้กับสื่อทุกๆ แขนง ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวอย่างภาพยนตร์ โทรทัศน์ หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ที่เกิดจากการประกอบสร้างของมนุษย์ โดยสิ่งที่เห็นอาจจะเป็นภาพ เสียง กราฟิก ฯลฯ ที่ปรากฏในสื่อนั้นๆ นับเป็นใส่ “รหัสความหมาย” ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้รับสารกับผู้ส่งสารที่จะต้องทำการใส่รหัส - ถอดรหัสความหมายที่ได้จากสื่อ ถือว่าเป็นกระบวนการสื่อสารอย่างหนึ่งที่ผ่านการเลือกสัญลักษณ์ รหัส ไวยากรณ์ การนำเสนอ ฯลฯ เช่น ในกรณีของภาพถ่ายจะมีการถ่ายทอดเรื่องราวซึ่งแต่งแต้มไปด้วยแสงเงาของชีวิตและธรรมชาติ การจัดฉาก การเลือกใช้มุมมองในการสื่อความหมาย รวมทั้งเทคนิคการถ่ายภาพ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นรูปแบบที่ช่างภาพหรือผู้ส่งสารต้องการสื่อความหมายบางอย่างให้ผู้ชม “อ่าน” ด้วยกระบวนการมองเห็น ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นและสร้างความสนใจให้กับผู้รับสาร โดยเฉพาะภาพนิ่งที่โดยธรรมชาติแล้วเป็นได้ทั้งข่าวสารบันเทิง และความทรงจำที่ดีอย่างหนึ่งที่คนในสังคมมักจะเลือกใช้ในการบรรจุเรื่องราวต่างๆ เพื่อสื่อความหมาย (ทัศนีย์ บุนนาค, 2546:150-151)

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) ที่เป็นกฎเกณฑ์โครงสร้างค่านิยมซึ่งจะแฝงอยู่ในกระบวนการสื่อสารโดยอาจจะอยู่ในส่วนองค์ประกอบใดก็ได้ ทั้งนี้ในการศึกษาความหมายของภาษาภายใต้แนวความคิดโครงสร้างนิยม มีนักการสื่อสารอย่าง S.Hall (1980:28) ได้ให้ความสำคัญอย่างมากกับ “การเข้ารหัส” (Eecoding) และ “การถอดรหัส” (Decoding) เพื่อทำความเข้าใจกับความหมายทางสังคมที่มักจะปรากฏตัวให้เห็นจากการใช้ระบบสัญลักษณ์ต่างๆ ในทางการสื่อสาร เช่น ในภาพยนตร์มักจะเห็น

การใส่รหัสประเภทของภาพยนตร์ไว้อย่างชัดเจน เช่น ถ้าเป็นภาพยนตร์ตลกมักจะเริ่มต้นด้วยองค์ประกอบฉากที่มีสีสันฉูดฉาด แบบการ์ตูน ดูไม่ค่อยสมจริง หรือไม่เป็นระเบียบ แต่ถ้าเป็นภาพยนตร์แนวบู๊ (Action) อย่างกรณีของ เจมส์ บอนด์ มักจะเริ่มต้นด้วยฉากที่ปฏิบัติการเสี่ยงตายของพระเอกตามด้วยการไล่ล่า 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 หรือใช้เหตุการณ์เป็นตัวเดินเรื่อง 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) แนว

ความคิดดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ 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 ถ้าเป็นช่องรายการโทรทัศน์ของรัฐบาล จะมีรหัสอย่างหนึ่งก็คือ การไม่สร้างความแตกแยกในสังคม ซึ่งในทางปฏิบัติก็อาจจะเป็นเลือกภาพที่ดูแล้วไม่ก่อให้เกิดความรุนแรง ไม่ชี้นำสังคม ฯลฯ

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

ขณะเดียวกัน กาญจนา แก้วเทพ ยังชี้ให้เห็นว่าการทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายตามแนวทางของสัญญะวิทยา การศึกษา "ตัวบท" หนึ่งๆ จำเป็นที่จะต้องดูความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะย่อยๆ ในตัวบทนั้นๆ จึงจะเข้าใจความหมายนั้นได้ ยกตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์งานโฆษณาสินค้าประเภทหรูหรามักจะมีภาพของชายหนุ่ม-หญิงสาวสวมใส่เสื้อผ้า เครื่องประดับที่มีราคาแพง และใช้ชีวิตอยู่ในสังคมชั้นสูง รวมทั้งขับขี่รถยนต์ยี่ห้อดังจากต่างประเทศ ฯลฯ ทั้งนี้สัญญะย่อยๆ เหล่านี้จะนำผู้ชมไปสู่ภาพตัวแทนของการใช้ชีวิตตามแบบอย่างของคนรวย มีฐานะ

4.5 แนวทางการวิเคราะห์สัญญะ : ความหมาย

ความหมายที่เกิดขึ้นจากกระบวนการทางสัญญะ นับว่าเป็นเรื่องที่มีความละเอียด

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

4.5.1 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 หน้าที่ของนักวิเคราะห์สัญญะคือ การเข้าไปค้นหาแบบแผนหรือโครงสร้างความหมายดังกล่าวเพื่อที่จะทำความเข้าใจกับ

ปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของมนุษย์ที่เกิดจากความสามารถทางการใช้ภาษาของมนุษย์เอง 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 ซึ่งในที่นี้สามารถนำเสนอหลักการวิเคราะห์ ได้ดังนี้

4.5.2 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 ที่ขณะนั้นประเทศไทยกำลังประสบปัญหาค่าเงินเฟ้อ

จนข้าวแกงมีราคาจานละ 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 ทั้งนี้หากอาศัยแนวความคิดดังกล่าวจะทำให้เห็นภาพของความหมายได้อย่างชัดเจน ดังตัวอย่างที่จะนำเสนอ ต่อไปนี้

แผนภาพที่ 3 ความหมายที่เกิดจากความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้าม

สำหรับการทำความเข้าใจกับความหมายโดยอาศัยวิธีการเปรียบเทียบกับอีกสิ่งหนึ่งที่มีลักษณะตรงข้ามกัน เป็นโครงสร้างวิธีคิดของมนุษย์ที่มักจะมีกรอบคิดเชิงเปรียบเทียบระหว่างคำหรือความหมายตรงข้ามกันอยู่แล้ว ซึ่งวิธีการดังกล่าวนี้ได้ปรากฏให้เห็นจากผลงานการสร้างสรรค์ของมนุษย์เองที่มักจะแสดงออกมาในรูปแบบของศิลปะ วรรณกรรม ละคร ภาพยนตร์ เรื่องเล่า นวนิยาย สื่อพื้นบ้าน ฯลฯ เช่น ในงานภาพยนตร์ถ้าต้องการสร้างให้ผู้ชมเห็นว่าพระเอกเป็นคนดี ชอบช่วยเหลือสังคม ผดุงความยุติธรรม ก็ต้องสร้างผู้ร้ายให้มีบุคลิกที่ตรงข้ามกัน คือ เป็นคนประพฤติชั่ว มีนิสัยเอาเปรียบสังคม ชอบรังแกผู้ที่อ่อนแอกว่า ฯลฯ ซึ่งลักษณะการนำเนื้อหาแบบนี้จะช่วยให้ความแตกต่างกันอย่างชัดเจน และในขณะเดียวกันก็ส่งผลต่อการสื่อความหมายของผู้สร้าง-ผู้กำกับที่ต้องการจะให้เนื้อเรื่องดำเนินไปตามที่ตนต้องการ ทั้งนี้ก็จะมีชุดของสัญญะที่ว่าด้วยเรื่องของการเป็นคนดี-เลว ย่อย ๆ มาประกอบสร้างความหมายเพื่อสื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ (นับทอง ทองใบ, 2553: 59)

ลักษณะของการสร้างความหมายจากความสัมพันธ์ของคู่ตรงข้ามจนกลายเป็นความสัมพันธ์ของคู่ขัดแย้ง (Opposition) เป็นปรากฏการณ์ที่อยู่คู่กับโลกมานานจนกลายมาเป็นคู่ของความหมายที่คนทั่วไปก็สามารถรับรู้ได้เป็นอย่างดี การคิดแบบแบบคู่ตรงข้ามหรือขัดแย้งนี้เป็นลักษณะเด่นของมนุษย์มาตั้งแต่โบราณ ขณะเดียวกันมันก็ถูกถ่ายทอดผ่านให้เห็นจากโครงเรื่องของภาพยนตร์ ละคร เรื่องเล่า หรือแม้แต่ในนวนิยายที่มักจะมีขั้วของความขัดแย้งเป็นประเด็นในการนำ

เสนอเรื่องราวเพื่อให้คนดูได้รับรู้และติดตามชม 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

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

เป็นการวิเคราะห์สัมพันธบท (Intertextuality) เพื่อให้ผู้อ่านสัญญะมีความเข้าใจในความหมายที่เกิดจากสัญญะมากยิ่งขึ้น การค้นหาความหมายที่ซ่อนเร้นจากตัวบทซึ่งในที่นี้อาจจะเป็นอะไรก็ได้ที่เราต้องการจะศึกษา สิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมากก็คือ การตีความตัวบทภายใต้บริบทนั้นๆ ทั้งนี้เนื่องจากว่าความหมายไม่ได้อยู่ที่ตัวสัญญะเท่านั้น หากแต่ความหมายจะเกิดขึ้นภายใต้บริบทที่สัญญะตัวนั้นๆ ดำรงอยู่ เช่นกรณี ชุมชนทางภาคอีสานของประเทศไทยเมื่อเห็นฝนตกหนักมีเมฆและฟ้าร้อง อาจจะคิดว่าเป็นผลมาจากภูตผี หรือไม่ก็เกิดจากสิ่งที่อยู่เหนือธรรมชาติ ในทางตรงข้ามกับกลุ่มนักวิทยาศาสตร์ที่มองปรากฏการณ์ในลักษณะนี้ว่าเป็นเพียงปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่เกิดจากผิวน้ำในมหาสมุทรระเหยกลายเป็นไอน้ำ ควบแน่นเป็นละอองน้ำในอากาศรวมตัวกันเป็นเมฆและเกิดฝนตกลงมาในที่สุด จะเห็นได้ว่าในเรื่องเดียวกันการอ่านตัวบทและการแปลความก็จะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ ฯลฯ ที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกันกับชุมชนบนที่สูงที่เป็นแหล่งอาศัยของชาวเขา ผู้ชายวัยรุ่นมักนิยมพกพาวิทยุทรานซิสเตอร์ขนาดใหญ่เพื่อแสดงถึงความโดดเด่น นำสมัย แต่ในขณะที่หนุ่มๆ ในเมืองอาจจะพกพาเครื่องเล่นเพลงแบบเอ็มพีสามแทน เป็นต้น

สำหรับในประเทศไทยแนวทางการศึกษาวรรณกรรม สื่อ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นโดยอาศัยหลักการอ่านความหมายเชิงสัญญะวิทยาเป็นเครื่องมือในการค้นหาความหมายในระดับโครงสร้างที่อยู่ลึกลงไป ซึ่งมีนักวิชาการแนววัฒนธรรมศึกษาได้ให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยนักวิชาการกลุ่มนี้มองว่า การศึกษาตัวบททุกประเภทไม่ว่าจะเป็นทัศนศิลป์หรือวาทศิลป์ต้องนำตัวบทมาศึกษาในลักษณะของกระบวนการ (Textuality) โดยแนวทางการศึกษาจะต้องผสมผสานเป็นลักษณะของ **“สหวิทยาการ”** ที่ขยายพรมแดนความรู้ไปสู่การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง

กับสิ่งที่เป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมของมนุษย์ ซึ่งปัจจุบันมิได้จำกัดอยู่แต่ในแวดวงวรรณกรรมหรือภาษาศาสตร์เท่านั้น หากแต่รวมไปถึงการศึกษางานสร้างสรรค์อย่าง ภาพยนตร์ วรรณกรรม สื่อใหม่ และสิ่งที่อยู่ในวัฒนธรรมทางสายตาหรือ “ทัศนวัฒนธรรม” (Visual Culture) อื่นๆ เช่น ละคร ศิลปะ ภาพถ่าย สถาปัตยกรรม แฟชั่น กิจกรรมทางการตลาด การเมือง-การปกครอง รวมทั้งวัฒนธรรมที่อยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การกิน การนอน ฯลฯ ทั้งนี้วิธีวิทยาตามแนวทาง “วัฒนธรรมศึกษา” (Cultural Studies) จะเป็นสิ่งที่หล่อเลี้ยงและเป็นต้นกำเนิดของสาขาวิชาใหม่ๆ จำนวนมาก เป็นต้น ว่าการศึกษาเกี่ยวกับภาพยนตร์ศึกษา (Film Studies) สตรีศึกษา (Women Studies) ทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory) และอื่นๆ (นัทธนัย ประสานนาม, 2551:19-21)

จากข้อมูลที่กล่าวมาในข้างต้น แสดงให้เห็นว่าแนวทางการวิเคราะห์สัญญะนั้นมีแนวทางในการศึกษาค่อนข้างชัดเจน รวมทั้งเป็นศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับศาสตร์สาขาต่างๆมากมาย โดยเฉพาะวัฒนธรรมศึกษาซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่คล้ายกันนั่นก็คือ การเน้นไปที่การวิเคราะห์ตัวบททุกๆ อย่างที่ปรากฏอยู่ในสังคม อย่างไรก็ตามในการวิเคราะห์สัญญะยังมีหลักและวิธีการอื่นๆ ที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งในที่นี้จะได้นำเสนอต่อไปให้เห็น ดังนี้

4.5.4 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 หรือโทรศัพท์มือถือแบบสมาร์ทโฟนซึ่งกำลังเป็นที่นิยม เป็นต้น

ลำดับต่อไปจะเป็นการวิเคราะห์ความหมายในอีกลักษณะหนึ่งที่มักจะปรากฏให้เห็นในเชิงสัญญะวิทยา ซึ่งในที่นี้ก็คือ Metaphor และ Metonymy

4.4.5 การวิเคราะห์แบบ Metaphor และ Metonymy

1.) การวิเคราะห์แบบ Metaphor เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายโดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะสองตัวที่คล้ายคลึงกันและนำมาถ่ายทอดความหมายด้วยวิธี**“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 เทพบุตรนั่นจะต้องมีควาหมายในเชิงว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถสูงส่ง 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" แทนความหมาย "6 ตุลาคม" ก็ปรากฏให้พบเห็นได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังนำเอามาประยุกต์ใช้ในการเรียง

ภาพถ่ายหรือภาพยนตร์ในลักษณะของเรียงรูป ลดรูป - เพิ่มรูป (Visual Metonymy Visual Synecdoch) เช่น การใช้ภาพระยะใกล้ หรือ Clos Up เพื่อให้เห็นบางส่วนหรือเสี้ยวเดียวแทนทั้งหมด ส่วนในงานโฆษณาจะนิยมใช้การตัดภาพบางส่วน เพื่อให้ผู้ชมสามารถเกิดจินตนาการหรือเติมเต็มบางส่วนที่ขาดหายไปด้วยตนเอง ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความต้องการและความปรารถนาของผู้ซื้อให้เกิดขึ้น ส่วนในงานด้านสื่อสารมวลชนมักจะพบเห็นในสื่อต่างๆ ที่มีการนำเอาภาพบางภาพมาใช้เป็นตัวแทนของเรื่องราวทั้งหมด เช่น โปสเตอร์หนัง บัตรเข้าชมคอนเสิร์ต หรือในกรณีที่เป็นงานวรรณกรรมบางประเภทจะนำเอาความคิดของคนชั้นกลางมาแทนคนทั้งประเทศ (ธีรยุทธ บุญมี, 2551: 226-228)

ในการทบทวนวรรณกรรมดังที่กล่าวมาข้างต้น นับว่าเป็นเนื้อหาที่มีความสำคัญอย่างยิ่งกับการทำความเข้าใจถึงประเด็นการวิจัยในครั้งนี้ ขณะเดียวกันก็จะส่งผลให้การมองปรากฏการณ์ในพื้นที่ศึกษามีความลุ่มลึกและชัดเจนมากยิ่งขึ้นต่อไป

**5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**

งานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้พยายามสืบค้นเอกสารในเชิงวิชาการที่มีความเกี่ยวข้องและสอดคล้องกับประเด็นการวิจัย ซึ่งในที่นี้สามารถนำมาสรุปรวบรวมได้ ดังต่อไปนี้

มริสสา ล่ามกิจจา (2549: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่ององค์ประกอบเชิงสัญญะที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงสัญญะที่ปรากฏบนเว็บไซต์มหาวิทยาลัยของรัฐบาลและเอกชน ผลการวิจัยพบว่าเว็บไซต์ของรัฐบาลมีองค์ประกอบเชิงสัญญะหลักคือ ชื่อสถาบันภาษาไทยและอังกฤษ ตราสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นการแสดงความหมายโดยอรรถที่สื่อความหมายถึงความเป็นมหาวิทยาลัยนั้นๆ องค์ประกอบเชิงสัญญะหลักนี้มักจะอยู่ในส่วนหน้าของเว็บไซต์ ส่วนองค์ประกอบเชิงสัญญะอื่นๆ อย่างเช่น ต้นไม้ประจำมหาวิทยาลัย อาคารที่เป็นสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยจะปรากฏอยู่ในส่วนของเนื้อหาของเว็บไซต์เพื่อสื่อความหมายโดยนัยของมหาวิทยาลัยนั้นๆ ส่วนเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยเอกชนมีองค์ประกอบเชิงสัญญะหลัก คือ ชื่อสถาบันภาษาไทยและอังกฤษ ตราสัญลักษณ์ เช่นเดียวกันกับของรัฐบาลที่สื่อนัยถึงความหมายของปณิธานหรือคำขวัญของมหาวิทยาลัยนั้นๆ มีภาพอาคารที่เป็นสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ภาพเกี่ยวกับความสำเร็จของนักศึกษาที่เป็นรูปแบบของภาพเคลื่อนไหว ซึ่งทั้งหมดอยู่ในส่วนหน้าของเว็บไซต์ส่วนโทนสีจะใช้สีของมหาวิทยาลัยเป็นหลักแต่ก็มีสื่ออื่นๆ เข้ามาผสมผสานเป็นองค์ประกอบเพื่อให้ดูสวยงาม สะดุดตา และน่าสนใจยิ่งขึ้น ในส่วนความแตกต่างขององค์ประกอบเว็บไซต์ของทั้งสองมหาวิทยาลัยพบว่า มหาวิทยาลัยเอกชนมีองค์ประกอบเชิงสัญญะที่มีรายละเอียดและซับซ้อนมากกว่ามหาวิทยาลัยรัฐบาล ทั้งในด้านของการใช้โทนสี การเลือกภาพที่อยู่ในองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อย ซึ่งทำให้หน้าเว็บมีความสวยงามและน่าสนใจมากกว่าหน้าของมหาวิทยาลัยรัฐบาล

กิตติ คงตุก(2550:บทคัดย่อ) ได้ทำวิจัยเรื่อง เพลงทยอยใน 3 ชั้น ในมุมมองของสัญญะวิทยา ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้กรอบแนวความคิดสัญญะวิทยามาเป็นเครื่องมือในการสะท้อนภาพความหมายของคีตกวี ว่าดนตรีไทยมีกลวิธีในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อสื่อความหมายให้ผู้ฟังรับรู้ได้อย่างไร ผลการวิจัยพบว่า เพลงทยอยใน 3 ชั้นที่เดิมมักนำไปใช้ประกอบการแสดงในโขน ละครในอารมณ์โศกเคลื่อนที่นั้น มีการใช้สัญญะเพื่อสื่อความหมายโดยแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับความหมายโดยตรงเป็นลักษณะที่มุ่งแสดงความสัมพันธ์เชิงดนตรีผ่านการสะท้อนให้เห็นถึงที่มาที่ไป และยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางด้านการสื่อความหมายของเพลงทยอยใน 2 ชั้นเอาไว้ได้ ส่วนในระดับความหมายแฝงเกิดจากการที่สังคมได้ใส่ความหมายด้านวัฒนธรรมทับลงไปในความหมายเบื้องต้นหรือขั้นแรก จนสามารถเกิดความหมายในระดับที่สองตามมา ซึ่งเป็นการสะท้อนค่านิยมการจัดระดับความสามารถและสถานภาพของนักดนตรีผู้ประพันธ์เพลง รวมไปถึงรสนิยมและการให้คุณค่างานศิลปะของผู้คนในสังคมด้วย ประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมก็คือ การสื่อความหมายทั้งสองระดับนั้นเกิดขึ้นได้เพราะปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดกฎเกณฑ์กระบวนการคิดสร้างสรรค์และการรับรู้ความหมายของคนในสังคม หรือถ้าอีกนัยหนึ่งก็คือ ความหมายที่ปรากฏขึ้นนั้นเป็นผลมาจากระบบของวัฒนธรรมที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นมาใช้ นั้นเอง

ฐิติวัฒน์ นงนุช(2550: 269-299) ได้วิจัยเรื่อง สัญญะแห่งสถานที่ กรณีศึกษาชุมชนชาวจีนย่านตลาดน้ำ กรุงเทพฯ โดยใช้แนวความคิดปรากฏการณ์ศาสตร์และสัญญะวิทยาเป็นกรอบในการศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อขยายขอบเขตความเข้าใจทางปรากฏการณ์เกี่ยวกับการเมือง ที่ว่าง และสถาปัตยกรรม ผลการวิจัยพบว่า สัมผัสการรับรู้สถานที่เกิดจากองค์ประกอบทางกายภาพที่สำคัญ 5 ประการคือ 1) ร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังคงเหลืออยู่ 2) วิถีชีวิตในรูปแบบพุทธของชาวจีน 3) การซ้อนทับของกิจกรรมในสถานที่เดียวกันอย่างแยกไม่ออก 4) ผู้คนเชื้อสายจีน และ 5) สัญลักษณ์ทางพิธีกรรมความเชื่อ ตลอดจนสถาปัตยกรรมและภาษาที่ใช้สื่อสารกัน นอกจากนี้ยังมีข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับอาคารและที่ว่างในย่านตลาดน้อยซึ่งพบว่า สัมผัสการรับรู้สถานที่นั้นเกิดจากสัญญะที่สำคัญสี่ประการ คือ ผู้คนที่อยู่อาศัย ระบบที่ว่างที่ยังมีความหมายทางสัญลักษณ์ รวมทั้งพิธีกรรมที่สืบทอดมาจากความเชื่อดั้งเดิม นอกจากนี้ยังมีรูปแบบทางเศรษฐกิจสังคม ทั้งนี้สัญญะทั้งหมดนี้นำไปสู่การตีความและสร้างความหมายให้เกิดขึ้นในชุมชน ซึ่งก็เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่แนบแน่นของคนในชุมชนที่ได้ใช้ชีวิตร่วมกันมาอย่างต่อเนื่องและยาวนาน

สุริยา สมุทรคุปติ์ และคณะ(2550: 12-14) ได้วิจัยเรื่องระหัดวิดน้ำลำตะคอง : สัญศาสตร์ของเทคโนโลยีพลังน้ำพื้นบ้าน โดยพิจารณาระหัดวิดน้ำในฐานะที่เป็น “สัญญะ” สำคัญของปรากฏการณ์ทางสังคม ผลการวิจัยพบว่า ระหัดวิดน้ำเป็นสัญญะทางวัฒนธรรมที่ลื่นไหลและกินความหมายที่ครอบครัว วิถีชีวิต และชุมชนลุ่มน้ำลำตะคองที่หลากหลาย เป็นตัวอย่างสำคัญของการต่อสู้ดิ้นรนเพื่อนิยามการพัฒนาหรือจัดการกับทรัพยากรลุ่มน้ำที่ชาวบ้านรายย่อยและคนธรรมดาสามัญมักถูกเบียดขับให้กลายมาเป็นคนจนหรือคนชายขอบ ทั้งๆ ที่ระหัดวิดน้ำที่ครั้งหนึ่งเคยมี

บทบาทสำคัญต่อสภาพวิถีการดำรงชีวิตของชาวนามาตั้งแต่บรรพบุรุษ แต่มาในขณะนี้ต้องกลายมาเป็นสัญญะแห่ง มายาคติของสินค้าสมัยใหม่ที่หลุดลอยไปจากรากฐานเดิมของชุมชนอย่างสิ้นเชิง

ภาวิณี บุริมปรัชญ์ (2551:1) ได้วิจัยเรื่อง การสื่อสารและการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน 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

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 พรรคการเมืองทั้งสองพรรคมีขั้นตอนในกระบวนการสื่อสารตราสินค้าสอดคล้องกับแนวความคิดด้านการตลาดและแนวคิด

เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารตราสินค้าเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันทั้งสองพรรคมีขั้นตอนของการใช้กระบวนการสื่อสารตราสินค้าคล้ายคลึงกัน และเมื่อศึกษาเปรียบเทียบพบว่า ในการนำเอาแนวความคิดการตลาดเพื่อการเมืองมาใช้ พรรคการเมืองได้มีความตระหนักถึงความสำคัญของแนวความคิดการตลาดเพื่อการเมือง และแนวความคิดกระบวนการสื่อสารตราสินค้า แต่พรรคไทยรักไทยจะเน้นกลยุทธ์ในแต่ละกระบวนการมากกว่าพรรคประชาธิปัตย์

พงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ (2553 : 87-91) ได้ทำวิจัยเรื่อง การถ่ายทอดแนวความคิดความเชื่อ ผ่านการใช้ภาพถ่ายตกแต่งบ้าน กรณีศึกษาบ้านบางสะแก อ. สองพี่น้อง จ. สุพรรณบุรี โดยใช้ทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวความคิดเชิงโครงสร้างนิยมมาเป็นกรอบในการศึกษาเพื่อค้นหาคุณค่าความหมายของภาพถ่ายตกแต่งบ้านว่ามีแนวความคิดความเชื่ออะไรปรากฏให้เห็น ผลจากการวิจัยพบว่าภาพถ่ายตกแต่งบ้านมีแนวความคิดความเชื่อปรากฏให้เห็นใน 3 ลักษณะ คือ 1) คุณค่าทางสังคม อันได้แก่ ความรักและเทิดทูนในสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ และการประพฤติตามจารีตประเพณีของสังคม 2) ความสัมพันธ์ทางสังคม ได้แก่ ความรักและศรัทธาในบรรพบุรุษ และ 3) คือ แนวความคิดเกี่ยวกับการนำเสนอตัวเอง ซึ่งมีภาพความสำเร็จในชีวิต และการนิยมในยศถาบรรดาศักดิ์ เป็นเนื้อหาที่แฝงเร้นอยู่ในภาพถ่ายตกแต่งบ้าน สำหรับวิธีการนำเสนอนั้น พบว่า ความหมายที่เกิดจากภาพถ่ายจะมีสัญญะต่างๆ เป็นองค์ประกอบในการสร้างความหมาย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นความหมายโดยนัย นอกจากนี้ประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติม ก็คือ การรับรู้ความหมายของสัญญะต่างๆ เหล่านั้นจะมีการใช้รูปแบบการสื่อความหมายในหลายๆ ลักษณะ เช่น การเปรียบเทียบอุปมาอุปมัย การใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ และการใช้ชุดของสัญญะสื่อความหมายในกระบวนทัศน์เดียวกัน รวมทั้งยังพบว่าแต่ละแนวความคิดความเชื่อที่ปรากฏให้เห็นผ่านการใช้ภาพถ่ายตกแต่งบ้านมีการหยิบยืมสัญญะในบริบทอื่นมาใช้ในการสื่อความหมายภายใต้อีกบริบทหนึ่งด้วย ซึ่งนั่นย่อมแสดงให้เห็นว่าความหมายต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากการใช้ชุดของสัญญะย่อยๆ มาประกอบสร้างกันขึ้นมาเพื่อให้มันสามารถถ่ายทอดความหมายตามที่ต้องการ

พงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ (2554 : บทคัดย่อ) ได้ทำวิจัยเรื่อง บทบาทการใช้สื่อพื้นบ้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดเก้าห้อง อ.บางปลาม้า 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 และประการสุดท้ายคือคุณค่าทางสังคม ซึ่งถูกถ่ายทอดให้เห็นจากลักษณะความสัมพันธ์ของสองวัฒนธรรมไทย-จีน

และการยึดถือจารีตประเพณีที่ดีของสังคมที่มีมาอย่างช้านาน ทั้งหมดคือแนวความคิดที่ปรากฏให้เห็นจากการวิเคราะห์สัญญะในสื่อพื้นบ้าน ส่วนรูปแบบการสื่อความหมายหรือการนำเสนอสัญญะในสื่อพื้นบ้านนั้น พบว่า ใช้การสื่อความหมายโดยนัยเป็นหลัก โดยในการทำความเข้าใจนั้นจะต้องอาศัยการตีความข้อมูลเชิงลึกร่วมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมจึงจะสามารถเข้าใจความหมายได้อย่างถ่องแท้ นอกจากนี้ประเด็นเรื่องของความหมายที่ปรากฏยังพบว่า มีการใช้องค์ประกอบของสัญญะย่อยๆ มาสร้างเป็นความหมายหรือแนวความคิดที่ต้องการจะสื่อสารด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ประเด็นที่น่าสนใจ ก็คือ คุณค่าความหมายต่างๆ ที่เกิดจากสัญญะในสื่อพื้นบ้านแห่งนี้มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยที่สำคัญเป็นอย่างมาก

จากผลการวิจัยดังที่กล่าวมาในข้างต้น แสดงให้เห็นว่าแนวทางการศึกษาความหมายเกี่ยวกับสัญญะนั้นเป็นประเด็นที่มีความละเอียดอ่อน ลึกซึ้ง และก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าวิธีวิทยาอื่นๆ ในทางสังคมศาสตร์ ขณะเดียวกันก็แนวทางการศึกษาในด้านสัญญะวิทยาก็นับว่าเป็นอีกแนวความคิดหนึ่งที่จะสามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมได้ โดยเฉพาะในเรื่องของอุดมการณ์ที่มนุษย์ที่ได้สร้างและถ่ายทอดผ่านระบบสัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่มีนัยแฝงเร้นให้น่าค้นหาแทบทั้งสิ้น

# บทที่ 3
# วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจกับภาพความเป็นท้องถิ่นในสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ว่ามีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับคุณค่าทางสังคมในมิติใดบ้าง โดยเฉพาะสัญญะที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนแห่งนี้ล้วนแล้วแต่มีนัยความหมายแฝงเร้นไว้ให้ได้ศึกษาแทบทั้งสิ้น และเพื่อให้การดำเนินงานวิจัยเรื่องนี้สามารถตอบโจทย์การวิจัยในประเด็นเรื่องของความหมาย (Meaning) ได้อย่างชัดเจนและมีความลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้ขอนำเอาศาสตร์เกี่ยวกับสัญญะมาเป็นวิธีวิทยา(Methodology) ร่วมกับแนวคิดทางด้านการท่องเที่ยวมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการค้นหาความหมายในครั้งนี้ ซึ่งในลำดับต่อไปจะขอนำเสนอถึงระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

**1. แหล่งข้อมูลและพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย**

งานวิจัยเรื่องนี้ เป็นการดำเนินงานภายใต้กรอบทฤษฎีสัญญะวิทยาซึ่งได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมากกับการวิเคราะห์ตัวบท (Text) หรือนัยหนึ่ง ก็คือ ความหมายที่เกิดจากสัญญะที่ผู้คนในสังคมได้สร้างและใช้ถ่ายทอดกันขึ้นมา สำหรับแหล่งข้อมูลและพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เริ่มมาจากการสำรวจปรากฏการณ์ภาคสนาม (Field Work) เพื่อค้นหาชุมชนที่มีลักษณะสอดคล้องและเกี่ยวข้องกับกรอบการวิจัย โดยมุ่งเน้นไปที่ประเด็นการนำเสนอภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรม ซึ่งผลจากการสำรวจพบว่า ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมมีร่องรอยของปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อความหมายเชิงสัญญะเกิดขึ้นอย่างน่าสนใจเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นตัวสินค้าวัฒนธรรมรวมทั้งสภาพแวดล้อมทางกายภาพมีความโดดเด่นในด้านของคุณค่าความหมายที่แฝงเร้นอยู่ภายใน โดยเฉพาะหากมองผ่านกรอบทฤษฎีสัญญะวิทยาแล้วนับว่าเป็นสิ่งที่น่าจะทำความเข้าใจให้ได้อย่างถ่องแท้ เนื่องจากความหมายต่างๆ ที่สะท้อนให้เห็นผ่านตัวสินค้าวัฒนธรรมนั้นนับว่าเป็นสิ่งแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกันในมิติของการสื่อสารปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นก็ถือว่ามีนัยความหมายต่างๆ ซ่อนเร้นให้ได้ทำความเข้าใจถึงแก่น (Core) ที่ฝังอยู่ในสินค้าวัฒนธรรมว่าแท้ที่จริงแล้วมีสิ่งใดซุกซ่อนอยู่ เช่น สินค้าที่เป็นของพื้นบ้านแบบไทยๆ อย่างอาหารการกินที่ดูสื่อถึงวิถีแห่งความเป็นธรรมชาติ เช่น อาหารประเภทปลาเผา หอยเผา ฯลฯ ที่ใช้ใบตองเป็นภาชนะในการห่อหุ้ม ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสกับชีวิตที่เรียบง่ายของชุมชนริมน้ำที่อยู่ในท่ามกลางของความเป็นธรรมชาติ ซึ่งนักท่องเที่ยวเองก็สามารถที่จะสัมผัสกับบรรยากาศได้ตามความต้องการ เช่นในกรณี การนั่งเรือแจวชมทัศนียภาพความเป็นอยู่ของชาบ้านที่อยู่ริมน้ำอันแวดล้อมไปด้วยคู-คลอง และต้นไม้ต่างๆ ที่ดูร่มรื่นน่าเที่ยวชม สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีคุณค่าความหมายให้ได้ค้นหา

เป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะชุมชนแห่งนี้ก็นับว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเป็นอย่างดีจวบจนกลายมามีชื่อเสียงเป็นที่รับรู้ของคนในสังคมว่าเป็นแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพฯ ที่มีความงามทางธรรมชาติเป็นทุนทางสังคมเดิมอยู่แล้ว เช่น มีสวน มีแม่น้ำ และคู-คลองที่ตัดผ่านเข้าไปตามตรอกตามซอยต่างๆ ทำให้เอื้อแก่การเดินทางเข้าไปเที่ยวชมเป็นอย่างมาก

จากข้อเท็จจริงดังที่กล่าวมาในข้างต้น เมื่อนำมาประมวลและวิเคราะห์เข้าด้วยกันภายใต้กรอบแนวความคิดสัญญะวิทยาและมุมมองของการท่องเที่ยวทำให้ผู้วิจัยเกิดมีความสนใจที่จะศึกษาปรากฏการณ์เกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมผ่านตัวสินค้าวัฒนธรรมต่างๆ โดยเชื่อว่าภายในสินค้าวัฒนธรรมเหล่านี้จะมีคุณค่าทางสังคมปรากฏให้เห็น และด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงได้ตัดสินใจคัดเลือกพื้นที่ศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง (Selective Sampling) โดยจะใช้ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมแห่งนี้มาเป็นพื้นที่วิจัยหลัก เนื่องจากมีประเด็นที่น่าสนใจอันจะเชื่อมโยงไปสู่การทำวิจัยเพื่อค้นหานัยความหมายของความเป็นท้องถิ่นที่มีอยู่ในสินค้าวัฒนธรรม ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในแง่มุมของการท่องเที่ยวต่อไป ขณะเดียวกันหากมองในบริบทของแนวคิดทางด้านการตลาด สินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็น **“จุดขาย”** ทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่อยู่ในกระแสของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ความเป็น **“ท้องถิ่น”** ยังคงเป็นที่สนใจของตลาดการท่องเที่ยว ทั้งนี้สามารถพบเห็นได้จากการที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552:2-3) ได้พยายามโหมทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อให้คนเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยถึงขนาดได้จัดหนังสือไว้เป็นคู่มือการท่องเที่ยวออกจำหน่ายให้กับผู้ที่สนใจ โดยภายในมีข้อความและรูปถ่ายของตลาดน้ำคลองลัดมะยมและตลาดน้ำอื่นๆ แสดงให้เห็นพร้อมกับได้บรรยายให้เห็นถึงคุณค่าที่น่าสนใจจากความเป็นท้องถิ่นดั้งเดิมที่มีภาพวิถีชีวิตของชนริมน้ำ รวมทั้งความเป็นธรรมชาติรอบๆ ตัวเป็นจุดที่ใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ ให้เดินทางสัมผัส

เมื่อมองดูปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมด ตลาดคลองลัดมะยมแห่งนี้จึงเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งกับประเด็นการวิจัย เนื่องจากเต็มไปด้วยคุณค่าเชิงสัญญะต่างๆ ให้ได้ทำความเข้าใจถึงความหมายในลำดับต่อไป ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยจะขอจัดแบ่งประเภทของข้อมูลที่จะใช้วิเคราะห์เนื้อหา ดังนี้

**2. ประเภทของแหล่งข้อมูล**

งานวิจัยเรื่องนี้ มีแหล่งข้อมูลที่สำคัญ คือ ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นพื้นที่ในการวิจัย โดยผู้วิจัยได้มุ่งเน้น (Approch) ไปที่การวิเคราะห์ตัว **“สินค้าวัฒนธรรม”** ที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งได้ศึกษาปรากฏการณ์ในภาคสนามควบคู่ไปกับการวิเคราะห์สัญญะที่ได้จากสินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ปรากฏในพื้นที่วิจัยแห่งนี้ทั้งหมด ทั้งนี้เพื่อมุ่งตอบ

โจทย์การวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับภาพของความเป็นท้องถิ่นในสินค้าท่องเที่ยว

2.1. ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าวัฒนธรรม

ในงานวิจัยเรื่องนี้ **“สินค้าวัฒนธรรม”** ถือว่าเป็นข้อมูลหลักที่งานวิจัยเรื่องนี้ได้ให้ความสำคัญในการวิเคราห์เนื้อหาเป็นอย่างมาก สำหรับการคัดเลือกสินค้าท่องเที่ยวที่จะนำมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจสินค้าวัฒนธรรมในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมทั้งหมดเพื่อค้นหาและจัดแบ่งประเภทของสินค้าที่มีลักษณะสอดคล้องกับประเด็นการวิจัย โดยในเบื้องต้นผู้วิจัยได้อาศัยแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์วัตถุ/สิ่งของ(สื่อ) ของ A. Berger (1997) ซึ่ง กาญจนา แกวเทพ (2554:261-262) ได้นำมาสรุปรวบรวมไว้อย่างน่าสนใจ เนื่องจากเมื่อพิจารณาอย่างละเอียดแล้วพบว่า สินค้าท่องเที่ยวมีคุณสมบัติใกล้เคียงกับสื่อที่เป็นวัตถุสิ่งของ โดยเฉพาะบทบาทหน้าที่และคุณค่าของ **“สื่อ”** ที่ทำหน้าที่เป็นผลผลิตทางวัฒนธรรม (Cultural Product) อย่างหนึ่งที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น โดยเฉพาะมูลค่าทางด้าน **“จิตใจ”** อันเกิดจากการบริโภคสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ อาศัยแนวคิดดังที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงใช้เป็นแนวทางเพื่อจะมาแบ่งประเภทของสินค้าวัฒนธรรมดังที่ A. Berger ได้แบ่งเกณฑ์ไว้ถึง 16 ประเภท สำคัญๆ ดังนี้

1.) อาหาร (Foods)
2.) เสื้อผ้า (Clothing)
3.) ของตกแต่งบ้าน (Furniture)
4.) ที่อยู่อาศัย (Housing)
5.) สิ่งปลูกสร้าง(Building)
6.) เครื่องมือ (Tools)
7.) เครื่องมือทางสุขภาพ (Health Aids)
8.) อาวุธ (Weapons)
9.) เครื่องมือตกแต่งความงาม(Beauty Aids)
10.) เครื่องจักรกล (Machines)
11.) เครื่องมือ/อุปกรณ์ชิ้นเล็กๆ (Gadgests)
12.) หนังสื่อ/สิ่งพิมพ์ (Publication)
13.) พาหนะ(Vehicles)
14.) อุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง(Pet Supplies)
15.) อุปกรณ์ไฟฟ้า(Appliances)
16.) เครื่องมือทำอาหาร (Cooking Utensils)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าวัฒนธรรมทั้ง 16 ประเภทดังที่กล่าวนั้น ผู้วิจัยจะ

พิจารณาถึงคุณสมบัติพื้นฐานทั่วไปร่วมกับมิติทางด้านสังคมของสินค้าแต่ละประเภทว่ามีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับความเป็นท้องถิ่นให้ได้มากที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้มีความสอดคล้องกับประเด็นของงานวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งได้ให้ความสำคัญของความเป็นท้องถิ่น

2.2 ข้อมูลประเภทเอกสาร

สำหรับแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ในที่นี้ถือเป็นแหล่งข้อมูลรองที่จะนำมาใช้ประกอบในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การสรุปผลการวิจัยที่มีความชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยได้ศึกษาและสืบค้นถึงแหล่งข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับการวิจัยในทุกๆ ประเด็น เช่น หนังสือ แผ่นพับ โปสเตอร์ และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ อันเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยเฉพาะประเด็นในด้านของการท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ และบริบทของชุมชนที่มีลักษณะของความเป็นท้องถิ่นปรากฏให้เห็น ทั้งนี้เพื่อจะใช้เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจถึงปรากฏในชุมชนให้มีความลึกซึ้งและจัดเจนขึ้น

2.3 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ในการเก็บข้อมูลเชิงลึกเพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจน ผู้วิจัยได้อาศัยแหล่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง (Stakeholder) กับประเด็นการวิจัย ได้แก่ บุคคลที่เกี่ยวข้องและเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับตลาดคลองลัดมะยมทั้งหมด เช่น ผู้ขายสินค้า กรรมการหมู่บ้าน ผู้นำในชุมชน และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมยังตลาดน้ำคลองลัดมะยม

**3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล**

3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าวัฒนธรรม

สำหรับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจะเน้นไปที่การวิเคราะห์ตัวสินค้าวัฒนธรรมที่เลือกมาเป็นกลุ่มศึกษา ผู้วิจัยจะใช้แนวความคิดเชิงสัญญะวิทยาและแนวคิดทางด้านการท่องเที่ยวมาเป็นกรอบคิด จากนั้นได้ออกแบบเครื่องมือวิจัยสำหรับวิเคราะห์สัญญะสินค้าวัฒนธรรม โดยในที่นี้ได้ประยุกต์เอา **“แบบวิเคราะห์สัญญะ”** ที่สร้างขึ้นมาใช้เป็นเครื่องมือในการถอดรหัสความหมายเชิงสัญญะ ขณะเดียวกันผู้วิจัยก็จะทำหน้าที่เป็นเครื่องมือวิจัยไปในขณะเดียวกันด้วย ซึ่งในประเด็นนี้นับว่ามีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ นิศา ชูโต (2551:132) ที่ได้กล่าวถึงวิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพไว้อย่างน่าสนใจสรุปความได้ว่า การทำวิจัยเชิงคุณภาพการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการที่ดำเนินงานไปพร้อมๆ กัน และนักวิจัยก็คือ **“เครื่องมือวิจัย”** ที่มีความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยขอนำเสนอถึงขั้นตอนสำคัญๆ ในการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

3.1.1. รวบรวมเอกสาร วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาใช้เป็นฐานคิดในการวางโครงสร้าง (Structure) เพื่อเป็นแนวทางการวิเคราะห์สัญญะในสินค้าวัฒนธรรม

3.1.2. ออกแบบและสร้างเครื่องมือวิจัย ซึ่งถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญของการดำเนินงานวิจัยในเรื่องนี้ เนื่องจากจะเป็นสิ่งที่จะนำไปสู่กระบวนการค้นหาคุณค่าความหมายเชิงสัญญะต่อไป โดยในที่นี้ผู้วิจัยได้จัดทำและพัฒนา **"แบบวิเคราะห์สัญญะ"** ที่อาศัยแนวความคิดเชิงสัญญะวิทยาของ โรล็อง 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 สำหรับการวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะนั้นจะอยู่ในกรอบประเด็นคำถามที่ว่า สินค้าทำมาจากวัสดุอะไร สถานที่ที่จะพบเจอสินค้านั้นอยู่ที่ไหน ถูกใช้ในสถานการเช่นไร และตัวสินค้านั้นมีความซับซ้อนมากน้องเพียงใด รวมถึงการพิจารณาคุณค่าเชิงสุนทรียะของสินค้านั้นด้วยว่าจะมีนัยความหมายปรากฏให้เห็นในบริบทของการท่องเที่ยวอย่างไร

3.1.3. บันทึกและจัดเก็บข้อมูลที่ได้จากสังเกตร่วมกับการตรวจสอบผลการวิเคราะห์สินค้าวัฒนธรรมโดยเทียบเคียงกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่างๆ พร้อมกันนี้ได้บันทึกภาพถ่ายประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล จากนั้นจะนำผลการวิเคราะห์มาประมวลเข้าด้วยกัน

3.1.4. สรุปผลการวิเคราะห์และทำการลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ออกเป็นประเด็นต่างๆ เพื่อให้เกิดความชัดเจน เป็นกลุ่มเป็นก้อน โดยพยายามเฟ้นหาจุดเน้น (Approch) อันที่จะทำให้นำไปสู่การตอบโจทย์วิจัย

3.2 ข้อมูลประเภทเอกสาร

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

3.3 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคล

การวิจัยเรื่องนี้ จะใช้การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ **"บุคคลหลัก"** (Key Informance) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย ได้แก่ ผู้แทนชุมชน เจ้าของร้านค้า นักท่องเที่ยว และบุคคลที่เกี่ยวข้องต่างๆ ภายในชุมชนแห่งนี้ โดยจะใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อหลักๆ ที่จะใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์แบบกว้างๆ ไว้ก่อนล่วงหน้า ส่วนลักษณะคำถามจะเป็นแบบปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้สนทนาแลกเปลี่ยนกับผู้วิจัยได้อย่างเป็นธรรมชาติ โดยคำถามที่จะใช้ในการซักถามนั้นผู้วิจัยได้คำนึงถึงโจทย์วิจัยเป็นหลัก ขณะเดียวกันก็จะมีการปรับแนวคำถามให้มีลุ่มลึกและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่วิจัยมากขึ้น นอกจากนี้ยังใช้การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในชุมชน หลังจากนั้นจึงใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นความคิดความเชื่อของคน และในบางประเด็นที่มีความสำคัญกับคำถามการวิจัยจะเน้นถึงรายละเอียดของข้อซักถามเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกยิ่งขึ้นต่อไป

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น นับเป็นการนำเสนอให้เห็นถึงสาระสำคัญเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลในการทำงานวิจัยครั้งนี้ ในลำดับต่อไปจะขอกล่าวถึงการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งถือว่าเป็นเด็นที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจกับปรากฏการณ์และความหมายของสัญญะซึ่งเป็นเรื่องละเอียดอ่อนเป็นอย่างมาก

**4. การวิเคราะห์ข้อมูล**

เนื่องจากงานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้หลักการเชิงทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยได้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลและความน่าเชื่อถือของปัจจัยต่างๆ ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยสามารถแยกแยะให้เห็นได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1. หลังจากที่เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะนำกลับมาวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในทันที โดยทำการเชื่อมโยงและตรวจสอบความสัมพันธ์กับประเด็นคำถามการวิจัย

4.2 การวิเคราะห์สัญญะที่ปรากฏผ่านให้เห็นจากการสินค้าวัฒนธรรมต่างๆ นั้น ผู้วิจัยได้ใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มาทำความเข้าใจกับตัวสินค้าที่เลือกมาเป็นกลุ่มศึกษา ซึ่งในเบื้องต้นได้เน้นไปที่การวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะโดยใช้การสังเกตมาเป็นเครื่องมือในการอ่านและตีความข้อมูล อันได้แก่ ตัวหมาย (Signifier) กับตัวหมายถึง (Signified) นอกจากนั้นยังได้ใช้หลักการทางสัญญะวิทยามาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ความหมายในเชิงลึกเพื่อค้นหาปรากฏการณ์ที่ซ่อนเร้นอยู่ในสินค้าด้วย

4.3 ตัวเนื้อหาของความหมายหรือข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมานำมาสรุปแจกแจงพร้อมกับจำแนกออกเป็นประเด็นต่างๆ โดยข้อมูลจากการวิเคราะห์จะต้องสามารถตอบโจทย์ของการวิจัยได้

อย่างครอบคลุม โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าและความหมายต่างๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์สัญญะ

4.4 ข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเรื่องนี้ จะตั้งอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดทางด้านการสื่อสารเป็นหลัก และจะถูกนำมาสรุปเชื่อมโยงกับแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบริบททางสังคมในโลกยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งผู้วิจัยจะพรรณนาให้เห็นถึงความหมายของสัญญะเหล่านั้นว่ามีคุณค่าทางสังคมอย่างไร โดยจะต้องนำมาสรุปและเชื่อมโยงกับวรรณกรรม งานวิจัย ตลอดจนทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่างๆ จากนั้นจึงนำมาพัฒนาเป็นข้อสรุปของการวิจัยในลักษณะการเขียนสรุปแบบ **“อุปนัย” (Inductive)** หรือ อีกนัยหนึ่ง ก็คือ การปะติดปะต่อเรื่องราวต่างๆ เข้าด้วยกันจนเป็นหัวข้อหรือประเด็นหลัก นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ตรวจสอบความถูกต้องและแม่นยำของข้อมูลโดยทำการเทียบเคียงกับผลการวิจัยในงานลักษณะอื่นๆ ที่มีความใกล้เคียงกัน ขณะเดียวกันหากยังพบว่ามีประเด็นใดที่ยังไม่สมบูรณ์และไม่ชัดเจนผู้วิจัยจะย้อนกลับไปเก็บข้อมูลใหม่เป็นระยะๆ สุดท้ายจะนำข้อสรุปทั้งหมดมานำเสนอในรูปแบบของการเขียนบรรยายหรือพรรณนาเป็นหลัก

**5 การนำเสนอข้อมูล**

การนำเสนอข้อมูลในงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกประเภท (Categories) เนื้อหาออกเป็นหมวดหมู่และประเด็นต่างๆ พร้อมกับนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ซึ่งเป็นการบรรยายและอรรถอธิบายให้เห็นลักษณะของการตีความและแปลความหมายในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นโดยมีการจำแนกหมวดหมู่อย่างเป็นระบบ และพร้อมกันนี้ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่นำเสนอโดยทำการเชื่อมโยงกับแนวความคิดความที่เกี่ยวข้องต่างๆ อาทิ การสื่อสารเชิงสัญญะ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในตัวสินค้า รวมทั้งข้อค้นพบที่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดแบ่งเนื้อหาที่สำคัญๆ ดังนี้

บทที่ 4 เป็นการนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเริ่มตั้งแต่ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมทั้งในด้านทางกายภาพและในมิติทางสังคม ซึ่งทั้งหมดถือเป็นประเด็นในการวิเคราะห์ทั้งสิ้น การแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลจะเน้นไปที่เนื้อหาของสัญญะที่ปรากฏใน **“สินค้าวัฒนธรรม”** เป็นหลัก ร่วมกับการนำเสนอข้อมูลจากการสังเกตและการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยรูปแบบการนำเสนอข้อมูลจะอยู่ในลักษณะของตารางประกอบคำบรรยายเพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ของความหมายและสัญญะต่างๆ ที่ได้ทำการวิเคราะห์

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการทำในการทำวิจัย ในบทนี้จะเป็นการนำเอาความคิดทั้งหมดที่ได้จากการศึกษามาประมวลผลการวิจัยเข้าด้วยกัน โดยเนื้อหาที่ได้จากข้อสรุปนั้นผู้วิจัยจะนำมาเทียบเคียงและเชื่อมโยงกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นทฤษฎี ผลงานวิจัย หนังสื่อ ตลอดจนความคิดความเชื่อและค่านิยมต่างๆ ที่เป็นประเด็นในสังคม

ปัจจุบัน ทั้งทางด้านการสื่อสารและการท่องเที่ยว ซึ่งทั้งหมดจะส่งผลให้งานวิจัยมีความกระจ่างชัดและสามารถอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมได้อย่างลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น

จากการนำเสนอข้อมูลดังที่กล่าามาทั้งหมด นับเป็นการแสดงให้เห็นถึงเนื้อหาและขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัยเรื่องนี้ที่พยายามจะค้นหาปรากฏการณ์เกี่ยวกับการนำเสนอภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรมในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ซึ่งในที่นี้ถือว่ามีสถานะเป็นสินค้าท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

# บทที่ 4
# ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การรายงานผลการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผลของการวิเคราะห์สัญญะในสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม กรุงเทพฯ โดยได้ใช้การพรรณนาข้อมูลร่วมกับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะในรูปแบบของตารางประกอบเพื่อแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดและความสัมพันธ์ของเนื้อหาในแต่ละประเด็น ทั้งนี้ผู้วิจัยจะขอจัดแบ่งเนื้อหาที่สำคัญ ออกเป็นตอนๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สัญญะที่ปรากฏในสินค้าวัฒนธรรม
ตอนที่ 3 เนื้อหา/คุณค่าความหมายของสินค้าวัฒนธรรม
ตอนที่ 4 วิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะในสินค้าวัฒนธรรม

## ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม

การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่จะเชื่อมโยงไปสู่กระบวนการวิเคราะห์สัญญะสินค้าวัฒนธรรมในเชิงลึกต่อไป ในเบื้องต้นนี้จะขอสรุปเนื้อหาทั้งหมด ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

1.1. ปฐมบทของชุมชน “ตลาดน้ำคลองลัดมะยม”

ชุมชน **“ตลาดน้ำคลองลัดมะยม”** มีที่ตั้งอยู่ในแขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน กรุงเทพฯ แต่เดิมเป็นเพียงตลาดน้ำเล็กๆ ที่อยู่ริมน้ำพอให้ชาวบ้านแถวๆ นั้นได้มาอาศัยใช้เป็นสถานที่จับจ่ายซื้อสินค้าหรือและเปลี่ยนของกัน ซึ่งของใช้ส่วนใหญ่ก็เป็นผลผลิตทางการเกษตรตามฤดูกาลที่ชาวบ้านนิยมปลูกกัน เช่น ผัก ผลไม้ และพืชสวนต่างๆ ลักษณะเด่นที่น่าสนใจของชุมชนแห่งนี้ ก็คือ ตัวชุมชนหรือตลาดอยู่ในท่ามกลางความเป็นธรรมชาติ มีแม่น้ำและ คู คลองสำคัญๆ ไหลผ่านมาบรรจบกัน อีกทั้งชาวบ้านยังมีการสัญจรไปมาโดยใช้ **“เรือ”** เป็นพาหนะ โดยมีทั้งเรือพายและเรือที่ใช้เครื่องยนต์ สำหรับในส่วนของสภาพบ้านเรือนที่ตั้งอยู่ริมน้ำทั้งสองฝากฝั่งชาวบ้านยังคงอาศัยบ้านในลักษณะเรือนไทยอยู่อาศัยรวมกันเป็นครอบครัว ประกอบไปด้วย พ่อ แม่ ลูก รวมทั้งญาติๆ ที่เป็นคนเฒ่าคนแก่ ทั้งนี้โดย **“แม่น้ำ”** เป็นเสมือนเส้นเลือดใหญ่ที่คอยหล่อเลี้ยงชีวิตผู้คนในชุมชนแห่งนี้ให้ดำเนินไปอย่างเป็นปกติสุขจวบจนปัจจุบันได้ค่อยๆ เติบโตกลายมาเป็น **“ตลาดน้ำกลางใจเมืองกรุงเทพฯ”** ซึ่งเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในสังคมการท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวแบบเดิมๆ ที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง และสามารถเดินทางไปได้สะดวก

ส่วนคำว่า **“คลองลัด”** ซึ่งเป็นที่มาของชื่อตลาดนั้นมาจากการขุดคลองหรือแม่น้ำสายหลัก เพื่อให้มีคูหรือคลองเพิ่มขึ้นทำให้มีการประหยัดเวลาในการเดินทาง คลองที่ขุดขึ้นเพิ่มเติม

จากคลองหลักนี้มีวัตถุประสงค์ ก็คือ เป็นคลองที่จะทำหน้าที่เป็นเส้นทาง **"ลัด"** ที่แตกมาจากคลองหลักเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับชาวชุมชนใช้เป็นเส้นทางสำหรับไปมาหาสู่กัน โดยคลองลัดมะยมที่เกิดจากการการขุดคลองเล็กๆ ที่แยกตัวมาจากคลองบางระมาดกับคลองบางพรมนี้จะมีความยาวเกือบ 3 กิโลเมตร ซึ่งคลองนี้สามารถเป็นประตูออกไปสู่คลองใหญ่หรือแม่น้ำเจ้าพระยาได้ ตลอดความยาวของคลองจะมีบ้านเรือนและวิถีชีวิตของผู้คนริมน้ำให้ได้พบเห็นสลับกับไร่หรือสวนที่เป็นพืชพันธ์ต่างๆ ของชาวบ้านที่ปลูกไว้สำหรับกินเองและไว้สำหรับการค้าขาย และคลองลัดมะยมแห่งนี้ก็ได้เป็นสายเลือดสำคัญเส้นหนึ่งที่ชาวบ้านใช้อุปโภคและสัญจรจวบจนกระถึงปัจจุบัน

> เป็นชนบทในเมือง เหมือนกับบ้านนอกที่มีน้ำ มีคลอง มีต้นไม้ นักท่องเที่ยวที่มาที่นี่ เหมือนกับได้มาในชนบทที่มีความเป็นกันเอง มีธรรมชาติที่ยังคงมีความบริสุทธิ์อยู่พอสมควร ... มันเป็นภาพแห่งความสุข เพราะชนบทมันไม่ใช่การรีบร้อน แข่งขัน ...
>
> คำสัมภาษณ์นายชวน ชูจันทร์, 8 มีนาคม 2557

สำหรับสิ่งที่น่าสนใจอย่างหนึ่งของชุมชนตลาดคลองลัดมะยมนอกเหนือไปจากการที่มีแม่น้ำ ลำคลองหลายสายไหลมาบรรจบกัน ก็คือ ความร่มรื่นที่ได้จากต้นไม้นานาชนิดที่สามารถพบเห็นได้ทั้งสองฝากฝั่งของคลองนับว่าเหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจหรือท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะวิถีท้องถิ่นของผู้คนริมน้ำที่ค่อนข้างดูเรียบง่ายและมีความผูกพันกับ **"สายน้ำ"** ได้ส่งเสริมให้ชุมชนแห่งนี้ดูน่าสนใจและเต็มไปด้วยความมีชีวิตชีวารอผู้มาเยือนต่างถิ่นให้ได้เข้ามาสัมผัสและท่องเที่ยว นับเป็นการเปิดโลกทัศน์และมุมมองใหม่ๆ สำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวในวันหยุด ซึ่งของที่ขึ้นชื่ออย่างหนึ่ง ก็คือ อาหารการกินสดๆ จากสวนของชาวบ้าน มีทั้งของกินและขนมต่างๆ รวมทั้งผักผลไม้รดชาดถูกปากก็มีไว้ให้จับจ่ายซื้อหากัน

1.2. การท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยม

ตลาดน้ำคลองลัดมะยม มีจุดเริ่มต้นมาจากการที่ชาวบ้านริมน้ำรวมตัวกันมาสร้างตลาดเพื่อใช้เป็นสถานที่แลกเปลี่ยนและซื้อของกัน ซึ่งแต่เดิมทีชาวบ้านแถวนั้นได้นำเอาผลผลิตทางการเกษตรที่ตนเองปลูกออกมาขายเพื่อให้มีรายได้มาช่วยจุนเจือครอบครัว จากจุดเล็กๆ ได้ค่อยๆ ขยายและเติบโตขึ้นกลายมาเป็นตลาดน้ำแห่งการท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปในฐานะตลาดน้ำที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองกรุงเทพฯ เหมาะแก่การเดินทางมาท่องเที่ยวหาความสำราญในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งอยู่ไม่ไกลมากนักทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาได้อย่างสะดวกทั้งจากรถยนต์ส่วนตัวและรถยนต์โดยสารประจำทางก็มีให้บริการอย่างทั่วถึง ตลาดน้ำคลองลัดมะยมนับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงามแวดล้อมไปด้วยแม่น้ำและคู-คลองต่างๆ

ประกอบกับมีภาพวิถีชีวิตของชาวบ้านริมน้ำที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวได้ชมและสัมผัสกับความเป็นท้องถิ่นที่ค่อนข้างเรียบง่าย สมถะ ดูสอดคล้องกับธรรมชาติรอบๆ ตัว ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่มีการประกอบอาชีพทางการเกษตร เช่น ทำไร่ ทำสวน และปลูกผักผลไม้

การท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยมส่วนหนึ่งมาจากการที่รัฐบาลได้ทำการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวพัฒนาท้องถิ่นของตนเองให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ดึงดูดความสนใจทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ขณะเดียวกันก็เป็นการยกระดับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทยให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ชุมชนคลองลัดมะยมนับเป็นอีกชุมชนหนึ่งที่เป็นผลพวงอันเกิดจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีมาอย่างต่อเนื่อง และด้วยความโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติค่อนข้างสูงจึงทำให้ชุมชนแห่งนี้ค่อยๆ เติบโตขึ้นจนกระทั่งใน ปี พ.ศ. 2547 ได้มีการเปิดตลาดน้ำขึ้นอย่างเป็นทางการพร้อมกับการชูนโยบายเด่นๆ ของตลาดน้ำคลองลัดมะยมแห่งนี้ว่า เป็น **“ตลาดสีเขียว”** ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ชาวชุมชนมักจะมีโครงการความร่วมมือต่างๆ ซึ่งบางส่วนได้รับการสนับสนุนจากทางหน่วยงานราชการในด้านเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อม การจัดการกับปัญหาขยะ การบำบัดน้ำเสีย ฯลฯ จากการร่วมมือร่วมใจกันของชาวชุมชนที่มีมาอย่างต่อเนื่องทำให้ตลาดแห่งนี้มีความโดดเด่นในด้านของการจัดการกับสิ่งแวดล้อมที่ดีซึ่งต่อมาได้ถูกพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคทั่วไป โดยเฉพาะถ้าเอ่ยถึงลักษณะเด่นของตลาด ก็จะรู้จักกันในประมาณว่า สินค้าที่ขายกันในตลาดส่วนใหญ่จะใช้ภาชนะที่ทำมาจากธรรมชาติ เช่น กรณีของกินจะใช้ใบตองหรือกระทงสำหรับใส่อาหาร ส่วนอาหารคาวอื่นๆ ก็จะเป็นเน้นไปที่ของกินสดๆ อย่างปลาเผา กุ้งเผาหรือถ้าเป็นผัก ผลไม้ก็ต้องเป็นของที่เก็บมาใหม่ๆ จากสวน ซึ่งปราศจากสารพิษใดๆ ที่จะทำให้เป็นอันตรายต่อร่างกายทั้งต่อคนขายและคนซื้อ หลายอย่างเป็นอาหารแปรรูปที่เกิดจากการนำเอาวัตถุดิบที่ปลูกหรือหาได้จากที่นี้มาทำเป็นอาหารและขนมต่างๆ เช่น กล้วยเชื่อม วุ้นมะพร้าว และขนมไทยต่างๆ ซึ่งจุดนี้เองได้ทำให้เกิดอัตลักษณ์ของตลาดน้ำจนเริ่มกลายเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวบ้างแต่ก็ไม่ได้มีจำนวนมากนัก

นอกเหนือจากของกินที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปแล้ว ผู้คนในชุมชนเองก็ได้มีความร่วมมือร่วมใจกันที่จะอนุรักษ์วัฒนธรรมที่ดีๆ ของชุมชนให้ได้สืบทอดเป็นมรดกของสังคมต่อไปด้วยการหันทำสร้างสรรค์กิจกรรมดีๆ ที่มีประโยชน์ให้กับชุมชนของตนเอง เช่น การบำบัดน้ำเสียในคลองให้หมดไปและคืนความใสสะอาดให้กลับมาสู่แม่น้ำ คู คลองเพื่อสภาพแวดล้อมที่ดีและน่าอยู่ โดยในระยะแรกๆ ของการทำงาน มีนายชวน ซึ่งเป็นผู้นำและผู้บุกเบิกการสร้างตลาดได้ร่วมมือกับชาวบ้านกลุ่มเล็กๆ ช่วยกันทำการเก็บขยะในแม่น้ำลำคลอง พร้อมทั้งได้ขอความอนุเคราะห์ไปยังชาวบ้านที่อาศัยอยู่ริมน้ำในละแวกนั้นให้ช่วยกันรักษาความสะอาดของแม่น้ำ ลำคลอง ทั้งนี้เพื่อสุขภาวะที่ดีของคนในชุมชนเอง และจากการร่วมกันมีจิตสำนึกที่ดีของชาวบ้านได้ค่อยๆ ส่งผลให้ชุมชนคลองลัดมะยมเป็นชุมชนที่น่าอยู่น่าอาศัย ชาวบ้านเองก็ค่อนข้างให้ความร่วมมือในเรื่องของการรักความ

สะอาด ในช่วงนี้เองที่นายชวนได้พยายามประกาศเชิญชวนให้พ่อค้า - แม่ค้านำเอาผลผลิตจากสวนของตนเองมาขายเพื่อที่จะมีรายได้เพิ่มเติมจากการทำการเกษตร ซึ่งจุดนี้เองที่ทำให้ชุมชนคลองลัดมะยมเริ่มได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมาและขยับขยายกลายมาเป็น **"ตลาดน้ำ"** ที่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองในที่สุด

กระทั่งต่อมาในปี พศ 2550 ชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมัยมได้รับรางวัลชุมชนท่องเที่ยวดีเด่นจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) ซึ่งก็เป็นสิ่งที่ช่วยทำให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาเที่ยวชมมากยิ่งขึ้น และในปี พ.ศ. 2554 ก็ได้รางวัลชมเชยการบริหารจัดการน้ำโดยชุมชนตามแนวพระราชดำริจากสถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร(องค์การมหาชน) กระทรวงวิทยาศาสตร์ และจากรางวัลต่างๆ ที่ได้รับนี้เองย่อมแสดงให้เห็นว่าชุมชนแหล่งนี้ได้ให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสภาวะวิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะแม่น้ำ คู คลองซึ่งในที่นี่ถือว่าเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีคุณค่าสำคัญต่อสรรพชีวิตทั้งมนุษย์และสัตว์ที่ต้องอาศัยเกื้อกูลกันเป็นวัฏจักร โดยเฉพาะในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมักจะใช้ความสวยงามและร่มรื่นของธรรมชาติเป็นจุดขายที่ใช้ในการเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชม ซึ่งนักท่องเที่ยวรายหนึ่งได้แสดงทรรศนะไว้อย่างน่าสนใจว่า "ที่นี่มีความเป็นธรรมชาติ มีคนที่ดำเนินชีวิตแบบท้องถิ่นอยู่อาศัยอยู่ริมคลอง ยังมีความเป็นท้องถิ่นแบบดั้งเดิมที่ไม่ได้ปรุงแต่งมากนัก...(คำสัมภาษณ์นางสาวนริศา เกลียวทอง, 8 มีนาคม 2557)

ตลาดน้ำคลองลัดมะยม นับเป็นตลาดน้ำทางด้านการท่องเที่ยวไทยได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีสถานที่ตั้งอยู่กรุงเทพฯ ทำให้เดินทางไปมาได้สะดวก ถือเป็น **"ตลาดน้ำกลางใจเมือง"** แห่งหนึ่งที่ได้รับความสนใจและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในหมู่ของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศด้วยดีเสมอมา จากเดิมเป็นเพียงชุมชนเล็กๆ ได้ค่อยๆ ขยายตัวกลางเป็นตลาดทางด้านการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมาก มีการขยับตัวเพิ่มขึ้นของบรรดาร้านค้าต่างๆ ตามลำดับจนกระทั่งปัจจุบันตลาดคลองลัดมะยมแห่งนี้ได้ทำการขยายพื้นที่ขายสินค้าออกไปทั้งทางบกและทางน้ำเพื่อให้สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น มีผู้ประกอบการร้านค้าจากที่ต่างๆ สนใจติดต่อมาเปิดขายสินค้ากันเพิ่มเติมกว่าเดิมทำให้การค้าขายมีความคึกคักและเป็นสีสันของนักท่องเที่ยวที่จะทำให้มีโอกาสได้เลือกชมสินค้าหลากหลายขึ้น โดยเฉพาะสินค้าที่ขึ้นชื่อของตลาดและเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดี ก็คือ อาหารการกินที่เน้นแบบสดๆ เช่น ปลาเผา กุ้งเผา แต่ถ้าเป็นขนมก็เป็นขนมที่หารับประทานยาก หรือดูแปลกๆ ไม่ค่อยมีที่ไหนขายกัน เช่น ไอศรีมโบราณ อาหารไทยโบราณทั้งคาว-หวานต่างๆ อีกทั้งยังมีร้านขายของเก่า ร้านขายของที่ระลึก ร้านขายเสื้อผ้าที่บางส่วนเป็นงานทำด้วยมือ (Handmade) สำหรับในส่วนของการให้บริการตลาดแห่งนี้จะเน้นไปที่ความเป็นธรรมชาติของสถาพแวดล้อมในชุมชนที่ดูแล้วค่อนข้างมีความดั้งเดิม อย่าง แม่น้ำ คู และคลองลัดต่างๆ ที่เกิดขึ้นและคงอยู่ในชุมชนเอง รวมทั้งสภาพบ้านเรือนริมน้ำและวิถีชีวิตของผู้คนที่ได้อาศัยอย่างมีความเกื้อกูลกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ

สิ่งต่างๆ เหล่านี้นับเป็นเสน่ห์ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจใคร่รู้และอยากที่เดินทางเข้ามาสัมผัสเนื่องจากได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติและเดินทางมาไม่ไกลมากนัก เสน่ห์อย่างหนึ่งของตลาดคลองลัดมะยมที่แสดงถึงบรรยากาศของความร่มรื่นเหมาะแก่การเข้ามาพักผ่อนหย่อนใจ ก็คือ **"สวนเจียมตัว"** มีมุมให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติรอบตัวที่เต็มไปด้วยแมกไม้นานาชนิดๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินเล่นไปตามทางเดินเล็กๆ ที่จัดวางไว้และเดินไปจนกระทั่งเกือบสุดทางเดินก็จะมีห้องสมุดไว้คอยบริการให้นั่งอ่านหนังสือได้ มีการตกแต่งแบบง่ายๆ เป็นกันเองดูแล้วให้รู้สึกผ่อนคลาย

สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นท้องถิ่นดั้งเดิมของคนไทย ก็คือ มีร้านขายยาแผนไทยไว้คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยวรวมทั้งบรรดาพ่อค้าแม่ค้าแถวนั้น ซึ่งมีสินค้าประเภทสมุนไพรโบราณของไทยที่หายากจำหน่ายหลายอย่าง โดยมีราคาที่ไม่แพงมากนัก เหมาะแก่การใช้ทาหรือนวดเพื่อผ่อนคลายอาการไม่สบายต่างๆ ทั้งนี้โดยมีหมอยาคอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับสรรพคุณของยาและการใช้ยาต่างๆ ร้านขายยาแห่งนี้จะตั้งร้านอยู่บริเวณริมตลิ่งซึ่งเป็นที่สังเกตุเห็นได้โดยง่าย ภายในร้านดูมีการจัดวางสินค้าแบบง่ายๆ บางอย่างมีการทำหรือผสมตัวยาให้เห็นกันสดๆ เลยว่ามีกรรมวิธีอย่างไร ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นช่วยย้ำให้เห็นถึงวิถีของชุมชนที่อาศัยพืชผักสมุนไพรที่พอจะหาได้มาใช้ในการรักษาอาการเจ็บไข้ได้ป่วย นับเป็นการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นง่ายๆ ทางด้านการดูและรักษาสุขภาพให้เป็นมรดกอยู่คู่กับสังคมต่อไปเพื่อให้คนรุ่นหลังได้ตระหนักและเห็นคุณค่าดีๆ ในอดีตของไทย

> มันเป็นหน้าที่ที่เราจะสืบทอด พ่อเราเป็นหมออยู่เก่า พอมาถึงรุ่นเราๆ ก็ทำหน้าที่ต่อ แรกๆ เห็นพ่อรักษาคนไข้ ทำพิธีกรรมต่างๆ พอมาถึงยุคเราสมัยนี้เราต้องไปขึ้นทะเบียน มีการสอบ มีการเรียน ... แต่ก่อนการรักษาแบบนี้เขาเรียกว่าแผนโบราณ ต่อมาเขาเปลี่ยนเป็นเรียก แพทย์แผนไทย....
>
> คำสัมภาษณ์นายโกมล แก้วคำ, 10 สิงหาคม 2556

นอกเหนือจากลักษณะเด่นๆ ที่เป็นของเก่าแก่ของตลาดน้ำคลองลัดมะยมแห่งนี้แล้ว ยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่ชื่นชอบเป็นอย่างมากในหมู่ของนักท่องเที่ยวอีกเช่นเดียวกันก็คือ การขี่ม้า ขี่ควาย การนั่งเรือชมสวน และการให้อาหารปลา แพะ ฯลฯ ซึ่งถือว่าเป็นการพักผ่อนที่ดีในช่วงการเดินทางมาท่องเที่ยว ตลาดแห่งนี้มีผู้ผลิตรายการโทรทัศน์และภาพยนตร์เดินทางมาถ่ายทำรายการมากมาย นับว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านของการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและการจับจ่ายซื้อสินค้า ซึ่งตลาดจะเปิดให้บริการในวันหยุดเสาร์ - อาทิตย์ จะมีร้านค้าในส่วนที่ขายกันบนบกและพายเรือขายของไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการกันอย่างทั่วถึง

**ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สัญญะที่ปรากฏในสินค้าวัฒนธรรม**

การวิเคราะห์สัญญะสินค้าท่องเที่ยวนับเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญอย่างมากแก่งานวิจัยเรื่องนี้ ในที่นี้ผู้วิจัยได้ออกแบบและสร้างเครื่องในการวิเคราะห์ขึ้นโดยได้นำเอาแนวความคิดเชิงสัญญะวิทยา (Semiotic) มาเป็นกรอบในการตีความข้อมูลเชิงสัญญะที่ปรากฏในสินค้าวัฒนธรรม ทั้งนี้เพื่อที่จะทำความเข้าใจภาพของความเป็นท้องถิ่นในสินค้าท่องเที่ยวให้ได้อย่างถ่องแท้ ในเบื้องต้นได้ใช้แบบวิเคราะห์องค์ประกอบของสัญญะ (Sign) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์อันประกอบไปด้วย รูปสัญญะ (Signifier) และความหมายของสัญญะ (Signified) รวมทั้งการวิเคราะห์ความหมายโดยตรง(Denotative Meaning) และความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) มาใช้เป็นกรอบการวิเคราะห์เพื่อตีความ (Interpretation) สัญญะต่างๆ จากนั้นจะสรุปความหมายที่ได้ออกเป็นประเด็นๆ พร้อมกับสรุปและรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของการพรรณนา ทั้งนี้หากพบว่ามีประเด็นใดบ้างที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นคำถามการวิจัย ผู้วิจัยจะเชื่อมโยงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลที่ได้จากการสรุปวิเคราะห์ว่ามีความสอดคล้องและเกี่ยวข้องกับบริบททางสังคมอย่างไร โดยในลำดับต่อไปจะขอนำเสนอผลการวิเคราะห์สัญญะในสินค้าวัฒนธรรมที่เลือกมาเป็นกลุ่มศึกษา ดังนี้

**1. อาหาร**

อาหารนับเป็นจุดขายที่สำคัญอย่างหนึ่งของตลาดน้ำคลองลัดมะยม เนื่องจากมีความหลากหลายและค่อนข้างเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป โดยเฉพาะอาหารการกินที่หามาจากธรรมชาติ เช่น ปลา กุ้ง หอย ปลาหมึก หรือถ้าเป็นผัก-ผลไม้ ก็จะเป็นที่ชาวบ้านนิยมปลูกกัน เช่น กล้วย กระเพรา ตำลึง คะน้า ฯลฯ ตลาดแห่งนี้มีการเปิดขายอาหารทั้งจากบนบกและพายเรือขายกันในน้ำ ซึ่งถือว่าเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของตลาดคลองลัดมะยมที่จะเน้น **“ตลาดสีเขียว”** ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้สิ่งหนึ่งที่จะสามารถพบเห็นได้ ก็คือ ภาชนะที่ใส่ของกินต่างๆ ส่วนใหญ่จะทำมาจากธรรมชาติ เช่น ใบตองที่ใช้ห่อของกินต่างๆ ทั้งอาหารคาวและหวาน การซื้อขายอาหารของตลาดนักท่องเที่ยวสามารถจะซื้อรับประทานได้ที่ตัวตลาดได้เลยกับซื้อนำกลับไปที่บ้านก็ได้เช่นเดียวกัน ซึ่งในที่นี้จะเน้นไปที่อาหาร

1.1 ปลาเผา

ปลาเผา ถือเป็นสินค้าขายดีและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชมยังตลาดน้ำแห่งนี้ เนื่องจากเป็นอาหารประเภทสุขภาพที่ไม่ค่อยมีสารตกค้าง ขณะเดียวกันก็มีปลาหลายชนิดที่เป็นที่นิยมรับประทานกัน เช่น ปลาช่อน ปลาแรด ปลาสำลี ฯลฯ ซึ่งกรรมวิธีส่วนใหญ่คนขายก็มักจะนำมาอบเกลือและเผาด้วยเตาถ่าน รอจนสุกน่ากิน

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์สัญญะอาหาร(ปลาเผา)

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - ปลาเผา (ใช้เตาถ่าน) | - มาจากธรรมชาติ เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ<br>- กรรมวิธีทำให้อาหารสุกแบบดั้งเดิม |
| | - เกลือที่ใส่ปลา | - เป็นการปรุงรสอาหารแบบธรรมชาติ มีความปลอดภัย |
| | - ตัวปลายังร้อนๆ อยู่ | - ทำใหม่ๆ สดๆ |
| | - การเผาให้เห็นๆ | - สร้างความมั่นให้ดูว่าทำเองสดๆ ไม่ได้รับมาจากที่อื่น<br>- การทำอาหารของคนในยุคดั้งเดิม |
| | - ใช้เวลานานกว่าจะสุก | - ความละเอียดอ่อน ประณีต |
| | - ใบตองที่ห่อปลา | - ความเรียบง่าย และเป็นวัสดุธรรมชาติ<br>- การอนุรักษ์ในวัฒนธรรมดั้งเดิม |

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า “ปลาเผา” เป็นอาหารที่ดูมีความเรียบง่าย เน้นหรือแสดงออกถึงความเป็นธรรมชาติ เนื่องจากปลาจัดเป็นสัตว์น้ำที่ไม่ค่อยมีสารตกค้างมากนัก นับเป็นรายการอาหารที่อยู่ในกลุ่มส่งเสริมสุขภาพ โดยเฉพาะในสังคมปัจจุบันผู้คนจำนวนมากต่างได้หันมาบริโภคปลากันมากขึ้น เพราะมีประโยชน์ต่อร่างกาย นอกจากนี้ตัวหมายที่แสดงออกให้เห็นถึงความเรียบง่าย สมถะ ก็คือ กรรมวิธีการ “เผา” โดยใช้ถ่านเป็นพลังงานในการจัดทำอาหาร ช่วยตอกย้ำให้เห็นว่า วิถีชีวิตของคนไทยในอดีตที่มักจะใช้วิธีการที่ไม่ซับซ้อนมากนักในการหุงหาอาหาร เช่น การใช้เกลือมาเป็นส่วนผสม(แทนน้ำปลา) มาทำการหมักของกิน ขณะเดียวกันภาพชนะที่ใช้สำหรับใส่ปลานั้น จะเป็นใบตองซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นวัสดุจากธรรมชาติไม่มีสารสังเคราะห์ใดๆ ที่เป็นอันตรายต่อการบริโภค อีกทั้งยังสามารถหาได้ในท้องถิ่น นั่นก็เป็นการย้ำให้เห็นถึงวัฒนธรรมของคนที่มีความใกล้ชิดและเกื้อกูลกับธรรมชาติรอบๆ ตัว สำหรับในส่วนของระยะเวลาในการเผาที่ต้องใช้เวลาค่อนข้างนานย่อมแสดงให้เห็นถึงความละเอียดอ่อนและพิถีพิถันของ “คน” ในการประกอบกอบอาหาร เช่นเดียวกันกับคนที่จะรับประทานก็ต้องรู้จักการรอคอย โดยมักจะมีคำพูดที่ติดปากว่า “ของดีหรือของอร่อย จะต้องรอนาน” เป็นต้น

1.2 ขนมไทย

ขนมไทย นับเป็นอาหารหวาน หรือขนม ที่ได้รับความนิยมอย่างหนึ่งในกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชมยังตลาดแห่งนี้ ขนมไทยที่จำหน่ายนอกจากจะมีความหลายหลายแล้วยังมีของกินแปลกที่ปัจจุบันนับได้ว่าจะหากินได้ยาก บางชนิดจัดเป็นขนมโบราณที่ไม่ค่อยมีคนทำขาย หากแต่ตลาดน้ำคลองลัดมะยมจะยังคงมีให้สัมผัส ซึ่งก็ทำให้ดูมีเสน่ห์ให้น่าสนใจ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สัญญะอาหาร(ขนมไทย)

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - มีสีสันและลวดลายเป็นดอกเป็นดวงต่างๆ | - ความละเอียดอ่อน พิถีพิถัน<br>- วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ |
| | - ปั่นเป็นรูปผลไม้ต่างๆ | - เอกลักษณะเฉพาะ |
| | - มีขนาดเล็ก | - ความประณีต<br>- ความมีน้ำอดน้ำทน |
| | - มีหลายอย่างๆ ให้เลือก | - มีความหลายหลาย |
| | - การทำกันสดๆ | - สร้างความมั่นให้ดูว่าทำเองสดๆ ไม่ได้รับมาจากที่อื่น<br>- ใหม่และสะอาด |
| | - ภาชนะที่ทำมาจากดินเผา | - ความเป็นธรรมชาติ<br>- เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม |

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ขนมไทย นับเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความโดดเด่นทางวัฒนธรรการผลิตที่ไม่ค่อยเหมือนชาติใดในโลก โดยเฉพาะความละเอียดอ่อนในการทำขนมไทยโบราณที่ได้สะท้อนมาจากชนิดของขนมต่างๆ เช่น ทองหยิบ ฝอยทอง ตะโก้ ลูกชุบ ฯลฯ ซึ่งหลายชนิดมีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนและต้องอาศัยทักษะฝีมือของคนทำ และต้องใช้ความอดทนค่อนข้างสูง ซึ่งสัญญะอย่างหนึ่งที่สื่อให้เห็นถึง ก็คือ ลักษณะของลวดลายที่มีความละเอียดอ่อนกับขนาดของตัวขนมที่มีขนาดเล็กๆ รวมทั้งผ่านการประดับประดาที่วิจิตรบรรจง บางอย่างมีการสลักลายให้สวยงาม ซึ่งตัวหมายต่างๆ เหล่านี้ส่อให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่นเดียวกันกับวัสดุที่ใช้ห่อหุ้มได้ทำมาจากดินเผาก็ช่วยตอกย้ำให้เห็นถึงความเรียบง่ายและดูเป็นธรรมชาติ ซึ่งทั้งหมดเมื่อนำมาผสมกันก็จะแสดงถึงความวิจิตรบรรจงที่ทรงคุณค่าทางวัฒนธรรม

**2. เสื้อผ้า**

สินค้าที่เป็นเสื้อผ้า นับเป็นสิ่งที่น่าสนใจอย่างหนึ่งในตลาดแห่งนี้ เนื่องจากว่าเป็นที่รับทราบกันโดยทั่วไปว่า ตลาดน้ำนั้นมีจุดดึงดูดที่เป็นความเป็นธรรมชาติที่ดั้งเดิม ดังนั้นเสื้อผ้าที่นำมาขายจะต้องมีความสอดคล้องกับลักษณะของตลาด คือ มีกลิ่นอายของความเป็นท้องถิ่นปรากฏให้เห็น ซึ่งในที่นี้สินค้าที่มีความโดดเด่นและสอดคล้องกับแนวความคิดดังที่กล่าวมา ก็คือ เสื้อผ้าไทยประยุกต์ “ลายผ้าขาวม้า” ที่ได้นำเอาเอกลักษณะทางวัฒนธรรมของไทย คือ ลายของผ้าขาวม้ามาผสมผสานเข้ากับการออกแบบและตัดเย็บให้ออกมาเป็นเสื้อผ้า กางเกง หรือกระโปรง เพื่อรองรับกับความต้องการที่หลากหลายทั้งกลุ่มของลูกค้าที่เป็นผู้หญิงและผู้ชาย

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์สัญญะเสื้อผ้า

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - มีสีสันและลวดลายเหมือนผ้าขาวม้า | - ความโดดเด่นไม่เหมือนใคร<br>- สื่อถึงความเป็นไทยดั้งเดิม |
| | - ตัดเย็บเป็นกางเกง เสื้อและผ้าพันคอ ฯลฯ | - ความหลากหลาย<br>- การผสมผสานระหว่างความเป็นไทยกับความเป็นสมัยนิยม |
| | - ตัดเย็บด้วยมือ | - ความประณีต ดูทรงคุณค่า<br>- ทำให้ตัวสินค้ามีความเอกลักษณ์เนื่องจากเป็นการทำด้วยมือ(Handmade) |
| | - ถูกแขวนด้วยไม้แขวน | - ดูเรียบง่ายและเป็นธรรมชาติ |

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ผ้าไทยประยุกต์ที่มีสีสันและลวดลาย “ผ้าขาวม้า” เป็นองค์ประกอบหลักในการสื่อความหมายถึงความเป็นไทยดั้งเดิม ซึ่งผ้าขาวม้านั้นเดิมทีคนไทยในต่างจังหวัดมักจะใช้ในการนุ่งห่มประกอบกิจวัตรประจำวัน โดยเฉพาะผู้ชายไทยจะใช้เป็นผ้าเอนกประสงค์ คือเป็นทั้งผ้าเช็ดตัวและใช้พาดบ่าเวลาอยู่บ้าน รวมทั้งใช้ติดตัวในยามทำกิจกรรมต่างๆ นับว่าผ้าขาวม้านั้นมีความผูกกันกับวิถีชีวิตของคนไทยมาอย่างยาวนาน ในที่นี้จึงเป็นการนำเอาสีสันและลวดลายของผ้าขาวม้ามาเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมไทยดั้งเดิมแล้วจับมาประยุกต์ให้เข้ากับความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบันที่จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าโดยการประยุกต์มาเป็นเสื้อ กระโปรง ฯลฯ เพื่อจะได้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น

**3. ของตกแต่งบ้าน**

ของตกแต่งบ้านที่ปรากฏในตลาดน้ำคลองลัดมะยม ส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มของข้าวของเครื่องใช้โบราณ เป็นของเก็บและหายาก บางอย่างไม่สามารถหาซื้อได้ในปัจจุบัน ซึ่งนับว่าเป็นคุณค่าอย่างหนึ่งในตัวสินค้าที่ได้สร้างประสบการณ์ด้านความทรงจำดีๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ของตกแต่งบ้านในตลาดน้ำตลองลัดมะยมแห่งนี้มีให้เลือกชมและสัมผัสค่อนข้างหลากหลาย ทั้งเฟอร์นิเจอร์ ของประดับบ้านที่ทำมาจากไม้ อย่างเช่น ตู้โชว์ ตลอดจนของใช้เก่าๆ ที่หายากในสังคมปัจจุบันก็มีให้เลือกซื้ออยู่ค่อนข้างมาก สิ่งของต่างๆ เหล่านี้ได้รับความสนใจอย่างมากจากนักท่องเที่ยว หลายคนไม่ได้ซื้อหานำกลับไปแต่ก็ได้เข้าชมและชิ้นไหนที่สนใจก็มักจะสอบถามถึงที่มาที่ไปของของสิ่งนั้นจากผู้ขายทำให้มีการปฏิสัมพันธ์กันเกิดขึ้นระหว่างผู้ซื้อและนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์สัญญะของตกแต่งบ้าน

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - ตะเกียงโบราณ ตู้ไม้เก่าและของใช้เก่าเก็บต่างๆ | - ความทรงจำและคุณค่าในอดีต<br>- ของที่หายากในปัจจุบัน<br>- เป็นของสะสมที่ทรงคุณค่า และใช้บอกเล่าถึงรสนิยมส่วนบุคคลได้<br>- เป็นของที่ใช้โชว์ตกแต่งบ้านได้ |
| | - ของใช้ต่างๆ ที่ทำมือ | - ความประณีตและงดงาม<br>- แตกต่างไม่เหมือนกับใช้เครื่องจักรทำ<br>- ฝีมือทางช่างของคนเก่าแก่<br>- เป็นสังคมของคนที่ผูกพันกับและใกล้ชิดกับธรรมชาติ เช่น คนรุ่นป่าย่าตายาย |
| | - ของใช้ดูมีร่องรอยของการผ่านการใช้งานมาแล้ว เช่น รอยสึก หรือ สีที่ดูจางๆ | - ความเก่า ขลัง ดูมีมนต์เสน่ห์<br>- การผ่านการเวลามานานมากๆ แล้ว ดูมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน |
| | - ใช้ไฟส่องมายังตัววัตถุพร้อมกับจัดวางไว้ในที่เด่นๆ | - การเน้นให้ดูโดดเด่น และน่าสนใจ<br>- การสร้างคุณค่าให้สินค้า |
| | - ของใช้ประเภทเดียวกันจัดวางไว้เป็นกลุ่มๆ เดียวกัน | - นำเสนอให้ดูเป็นเรื่องราวเดียวกัน ช่วยเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ ให้คนดูเข้าใจมากขึ้นว่าของใช้ต่างๆ เกี่ยวข้องกัน |

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ของตกแต่งบ้านที่เป็นของใช้เก่าเก็บนั้น นอกจากจะเป็นของใช้ที่หาหากแล้ว ตัวมันยังมีคุณค่าที่แฝงเร้นอยู่ด้วย อย่างกรณี ตัวหมายที่มองดูว่าของสิ่งนั้นได้ผ่านการใช้งานจริงๆ มาแล้ว เช่น **"รอยสึก"** ที่เกิดจากการจับหรือใช้สิ่งของชิ้นนั้นไปนานๆ หรือสีสันที่ได้ค่อยๆ จากลงของเครื่องใช้ ได้แสดงให้เห็นถึงอายุที่ยาวนานซึ่งได้ผ่านกาลเวลามามาก เป็นของที่ทรงคุณค่าอย่างหนึ่งที่หลายคนในสังคมคิดว่ามันมีความหมายให้คนที่ได้ครอบครองได้รู้สึกถึงความภาคภูมิใจจนมีคำพูดที่ติดปากว่า **"ยิ่งเก่า ยิ่งดี"** หรือ **"ยิ่งเก่า ยิ่งแพง"** ดังนั้น เมื่อนำเอาของใช้ต่างๆ เหล่านี้มาโชว์หรือใช้เป็นของตกบ้านก็นับว่าเป็นการสื่อถึงของเก่าที่ทรงคุณค่าเหมาะแก่การนำมาจัดแสดงเพื่อบอกเล่าให้คนได้รับรู้ได้พบเห็นและสัมผัส ทั้งนี้เนื่องจากว่าบรรดาของใช้เหล่านี้ **"หาดูยาก"** ในสังคมปัจจุบัน โดยเฉพาะการทำมาจาก **"ไม้"** ด้วยนั้น ย่อมแสดงให้เห็นชัดว่าบริบทของสังคมในขณะนั้นธรรมชาติ(ไม้)ยังเป็นสิ่งที่มนุษย์สามารถที่จะใช้เป็นเครื่องใช้หรือเฟอร์นิเจอร์อยู่ในชีวิตประจำวันได้ (ปัจจุบันเฟอร์นิเจอร์ไม้แท้ๆ มีราคาสูงมาก) ในขณะที่การใช้มือทำนั้นสื่อให้เห็นถึงความประณีตของคนหรือช่างสมัยนั้นได้เป็นอย่างดีว่าต้องใช้ทักษะฝีมือที่ดีรวมทั้งระยะเวลาที่ยาวนานในการผลิต (แตกต่างจากปัจจุบันที่ใช้ระบบอุตสาหกรรมในการผลิตแทน) ฉะนั้นทั้งหมดจึงมีคุณค่าและสร้างประสบการณ์ที่อาจจะดูแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร นับเป็นการบริโภคความต่างไปจากคนทั่วไป ขณะเดียวกันแบบแผนของการสร้างประสบการณ์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับอดีตนั้นก็จะมีตัวหมาย คือ การใช้แสงไฟ(Spotlight) สอดส่องไปยังตัวสินค้าเพื่อสร้างความโดดเด่นทำให้ดูเป็นพื้นที่น่าสนใจในการมองของผู้คนทั่วไป

**4. ที่อยู่อาศัย**

นอกเหนือไปจากสินค้าท่องเที่ยว สิ่งที่น่าสนใจอย่างหนึ่งของตลาดน้ำคลองลัดมะยมก็คือ สภาพชุมชนโดยรอบๆ ที่ส่วนใหญ่ยังอาศัยตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำและเป็นบ้านทรงไทยภาคกลางทั่วไป ลักษณะตัวบ้านที่เด่นๆ นั้นจะทำมาจาก **"ไม้"** เป็นส่วนใหญ่และมีบางส่วนที่ปลูกใหม่ก็สร้างขึ้นจากปูนผสมกับตัวไม้ ซึ่งถือว่าเป็นวัสดุที่ค่อนข้างมีความสอดคล้องกับวิถีริมน้ำซึ่งแวดล้อมไปด้วยคูหรือคลองต่างๆ จากการศึกษาพบว่ามีบ้านหลายหลังเป็นบ้านที่สร้างขึ้นมาตั้งแต่บรรพบุรุษสังเกตุได้จากความเก่าแก่ของหลังคาบ้านที่มีสนิมเกาะติดอยู่ ทั้งนี้ที่อยู่อาศัยนี้ถือว่าเป็นบริบทของการท่องเที่ยวตลาดน้ำแห่งนี้เป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถมองเห็นทัศนียภาพของหมู่บ้านได้อย่างในระยะใกล้ๆ รวมทั้งเดินชมสภาพที่อยู่อาศัยของคนในชุมชนแห่งได้ได้อย่างสะดวกโดยมีทางเดินเล็กๆ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับความงามของบรรยากาศรอบๆ ชุมชน ทำให้พบเห็นภาพวิถีชีวิตของคนและธรรมชาติได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกันก็มี **"เรือ"** วิ่งสัญจรไปมาตลอดเวลาจึงนับว่าเป็นประโยชน์อย่างมากกับการท่องเที่ยว

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์สัญญะที่อยู่อาศัย

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - บ้านไม้เก่าๆ มุงสังกะสี | - ความเรียบง่ายและดูสมถะ<br>- คุณค่าความงามแบบดั้งเดิม |
| | - แวดล้อมไปด้วยต้นไม้ | - ความใกล้ชิดกับธรรมชาติ<br>- ความร่มรื่น |
| | - ตั้งอยู่ริมน้ำ | - ชีวิตที่ทีความผูกพันกับสายน้ำ<br>- ความร่มเย็น |
| | - สภาพในบ้านดูโล่งๆ และปราศจากเครื่องประอากาศ | - ใช้ชีวิตบนความเรียบง่าย ไม่ฟุ้งเฟ้อ<br>- ให้ดูโปร่ง โล่ง ลมจะได้พัดมาได้สะดวก |
| | - ตัวบ้านมีส่วนผสมของปูน | - เป็นวัสดุที่หาง่ายได้ทั่วไป ราคาไม่แพง (เมื่อเปรียบเทียบกับไม้)<br>- เป็นการผสมผสานให้เข้ากับยุคสมัย |
| | - ไฟฟ้าที่ใช้ในบ้าน | - ความสะดวกสบาย(เมื่อเทียบกับการใช้ไฟจากตะเกียงหรือเชื้อเพลิงต่างๆ) |
| | - เรือไม้เก่าๆ | - เป็นพาหนะดั้งเดิมของคนสมัยเก่า<br>- ชีวิตที่พึ่งพิงกับสายน้ำ |

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า บ้านในฐานะที่เป็นที่อยู่อาศัยนั้น ในเชิงสัญญะนั้นบ้านยังมีนัยความหมายที่หมายถึง ความเรียบง่ายเป็นกันเอง ดูเป็นธรรมชาติไม่เน้นถึงความหรูหรา ฟุ่มเฟือย ทั้งนี้จะสามารถพบเห็นตัวหมายที่ ก็คือ ไม้ที่ทำบ้าน และสังกะสีเก่าๆ ที่มีสนิมติดอยู่ นับเป็นสิ่งที่ช่วยสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนที่ดูค่อนข้างจะสมถะ ไม่ยึดติดกับความหรูหราและชีวิตที่สมบูรณ์มากนัก นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงความผูกพันระหว่างคนกับธรรมชาติซึ่งในที่นี้มีสายน้ำกับต้นไม้ที่อยู่รอบๆ ตัวบ้านเป็นตัวหมายที่ช่วยตอกย้ำให้เห็นถึงวัฒนธรรมของคนในสมัยเก่าแก่ที่สังคมยังไม่มีความเจริญมากนัก(ถนนยังไม่ได้สร้างมากนัก) ต้องสัญจรกันทางน้ำเป็นหลัก ซึ่งนัยหนึ่ง ก็คือ สภาพวิถีของคนไทยแก่แต่เก่าก่อนที่มักจะตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำ และใช้เรือเป็นพาหนะในการเดินทางไปมา

**5. สิ่งปลูกสร้าง**

สิ่งปลูกสร้างนับเป็สิ่งที่มีความหมายอย่างหนึ่งที่ได้มีบทบาทต่อการท่องเที่ยวในตลาดน้ำตลองลัดมะยม โดยในที่นี้จะปรากฏในรูปแบบของอาคารที่เป็นตัวตลาดที่เป็นที่ขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยว ตัวโครงสร้างนั้นส่วนใหญ่ทำมาจากไม้ และวัสดุที่ทำมาจากธรรมชาติ เช่น ใบจากที่ใช้สำหรับมุมหลังคากันแดดกันฝน เมื่อพิจารณาดูแล้วจะดูกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมของชุมชนที่มีคลอง และคูต่างๆ เป็นปัจจัยของตลาดน้ำแห่งนี้

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์สัญญะสิ่งปลูกสร้าง

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - โครงสร้างทำมาจากไม้ และหลังคามุมด้วยใบจาก | - ความเรียบง่ายและดูสมถะ<br>- ความเป็นธรรมชาติ |
| | - แวดล้อมไปด้วยต้นไม้ | - ความใกล้ชิดกับธรรมชาติ<br>- ความร่มรื่น |
| | - ตั้งอยู่ริมน้ำ | - ชีวิตที่ที่ความผูกพันกับสายน้ำ<br>- ความร่มเย็น |
| | - สภาพในบ้านดูโล่งๆ และปราศจากเครื่องประอากาศ | - ใช้ชีวิตบนความเรียบง่าย ไม่ฟุ้งเฟ้อ<br>- ให้ดูโปร่ง โล่ง ลมจะได้พัดมาได้สะดวก |
| | - มีส่วนผสมของปูน | - เป็นวัสดุที่หาง่ายได้ทั่วไป ราคาไม่แพง (เมื่อเปรียบเทียบกับไม้)<br>- เป็นการผสมผสานให้เข้ากับยุคสมัย |
| | - ไฟฟ้าที่ใช้อยู่ภายใน | - ความสะดวกสบาย(เมื่อเทียบกับการใช้ไฟจากตะเกียงหรือเชื้อเพลิงต่างๆ) |
| | - ตัวโครงสร้างประกอบด้วยมือ | - ใช้แรงงานคนในท้องถิ่นที่หาง่ายๆ<br>- ดูมีเสน่ห์เพราะทำด้วยมือคน |
| | - เรือไม้ที่จอดอยู่ | - เป็นพาหนะดั้งเดิมของคนสมัยเก่า<br>- ชีวิตที่พึ่งพิงกับสายน้ำ |

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า สิ่งก่อสร้าง นับเป็นโครงสร้างหลักที่มีความสำคัญต่อปรากฏการณ์เกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นในสินค้าท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ในเชิงสัญญะพบ **"ไม้"** เป็นตัวหมายที่แสดงออกถึงความเป็นธรรมชาติ ดูมีความเรียบง่าย เช่นเดียวกับหลังคามุมด้วยใบจากที่สื่อให้เห็นถึงกระบวนการผลิตที่ไม่มีความซับซ้อนมากนัก ส่วนภายในของสิ่งก่อสร้างเมื่อพิจารณาแล้วพบว่ามีลักษณะปล่อยโล่งเพื่อให้มีการถ่ายเทของอากาศได้อย่างสะดวกตามวิสัยของคนท้องถิ่นที่มักจะเน้นบรรยากาศสบายๆ ตามสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ โดยในที่นี้ก็ไม่มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศเหมือนกับในสรรพสินค้าทั่วไป เน้นความร่มรื่นจากร่มไม้ และสายน้ำที่มีอยู่ ตัวหมายต่างๆ ดังที่กล่าวมานี้แสดงให้เห็นถึงชีวิตที่ดูสมถะและมีความเกื้อกูลกับธรรมชาติรอบๆ ตัว โดยเฉพาะตัวหมายที่โดดเด่นอีกอย่าง ก็คือ **"เรือไม้"** ที่สื่อถึงชีวิตที่พึ่งพิงกับแม่น้ำมาอย่างยาวนาน สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสิ่งก่อสร้างซึ่งในที่นี้ ก็คือ "ไฟไฟ้า" นั้นได้แสดงออกให้เห็นถึงความเจริญเติบโตของสังคมไทยที่ได้มีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานจนกระทั่งกลายมาเป็นวิถีปฏิบัติของคนทั่วไป ส่วนตัวหมายซึ่งเป็นโครงสร้างที่ทำมาจากปูนในที่นี้นับเป็นตัวแทนของความเป็นสมัยนิยมของคนทั่วไปในสังคมที่เมื่อเวลาปลูกบ้านก็จะใช้ปูนมาเป็นส่วนผสมในการก่อสร้าง ทั้งนี้เนื่องจากไม้ในปัจจุบันนั้นมีราคาที่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับปูน ดังนั้นเมื่อทำความเข้าใจผ่านแนวคิดดังที่กล่าวมาก็จะสามารถมองได้ว่าสิ่งก่อสร้างที่ปรากฏในตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้นมีรูปแบบที่มีการผสมผสานระหว่างความเป็นธรรมชาติกับความเป็นสมัยใหม่เข้าด้วยกัน ดังที่ปรากฏในข้างต้น

**6. เครื่องมือ**

สินค้าท่องเที่ยวที่อยู่ในลักษณะของเครื่องมือ ในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมแห่งนี้พบว่า จะอยู่ในรูปแบบของอุปกรณ์ "วาดรูประบายสี" ที่ได้เปิดขายหรือบริการแก่เด็กและเยาวชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว ซึ่งโดยปกติแล้วผู้ที่มาใช้บริการส่วนมากจะเป็นเด็กเล็กๆ ทั้งชายและหญิงที่มีความสนใจในกิจกรรมการวาดภาพระบายสีจากกระดาษที่ทางร้านได้เตรียมร่างแบบไว้เพื่อให้เด็กได้ใช้จินตนาการในการลงสีให้สวยงามต่อไป สินค้าประเภทนี้จะมีเครื่องมือในการวาดภาพและระบายสีมาพร้อมกับตัวสินค้า เช่น พู่กัน สี กาว และกากเพชร ฯลฯ เครื่องมือต่างๆ เหล่านี้จะเปิดโอกาสให้เด็กได้ใช้สีในการระบายลงบนภาพที่ตัวเองซื้อมา ซึ่งอาจจะเป็นตัวการ์ตูนหรือลายกราฟิกที่ตนเองชื่นชอบ หรือบางอย่างเป็นตัวการ์ตูนที่ทำมาจากปูนปลาสเตอร์ก็มีให้เลือกซื้ออย่างหลากหลายโดยทางร้านค้าเองก็ได้มีการจัดพื้นที่ว่างๆ เพื่อให้ลูกค้าได้ใช้บริการอย่างสะดวกสบาย ทั้งนี้เครื่องมือวาดรูประบายสีนี้นับเป็นสินค้าที่ได้สร้างกิจกรรมดีๆ ร่วมกันระหว่างผู้ปกครองกับเด็กๆ ที่มาเที่ยวชมตลาดแห่งนี้เป็นอย่างมาก

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์สัญญะเครื่องมือ

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - สี พู่กัน กากเพชร ฯลฯ | - เป็นอุปกรณ์ในการสร้างผลงานศิลปะ<br>- เป็นเครื่องมือเลี้ยงชีพของศิลปิน<br>- เป็นผู้รักในงานศิลป |
| | - กระดาษที่ใช้วาดและพู่กัน | - ใช้วัสดุที่ทำมาจากธรรมชาติ |
| | - การแต่งแต้มและระบายสี | - ความละเอียดอ่อน ประณีตศิลป์<br>- ต้องใช้สมาธิและทักษะที่ดีจึงจะทำได้ |
| | - เวลาใช้งานต้องใช้มือคนทำ | - เป็นงานทำมือ(Handmade)ไม่เหมือนใคร |
| | - เวลาทำมีผู้ปกครองมานั่งชมอยู่ใกล้ๆ ด้วย | - การมีส่วนร่วมกันของครอบครัว<br>- ความสัมพันธ์ระหว่างพ่อ-แม่และลูก |
| | - ผลงานที่เสร็จต้องใช้เวลาในการทำนาน | - ความอดทน อดกลั่น |

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า อุปกรณ์การวาดภาพระบายสีเป็นเครื่องมือเครื่องใช้สำหรับการทำงานศิลปะที่จำต้องใช้ทักษะทางด้านมือในการวาดภาพระบายสี ทั้งนี้โดยมีพูกัน สี ฯลฯ เป็นตัวหมายที่สื่อถึงศิลปะหรือความงาม เนื่องจากเครื่องมือเหล่านี้นับเป็นของใช้จำเป็น ที่ศิลปินใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ ดังนั้น การที่เราพบเห็นภาพเด็กๆ กำลังระบายสีพร้อมกับมีผู้ปกครองมาชมหรือให้กำลังใจอยู่ข้างๆ นับเป็นตัวหมายที่บ่งบอกถึงความรักในงานศิลปะ และมีอารมณ์สุนทรีย์ในด้านเกี่ยวกับความงาม รวมทั้งสื่อถึงการใช้เวลาว่างร่วมกันของคนในครอบครัวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมองได้ว่าเป็นผู้รักและสืบทอดในงานศิลปะให้คงอยู่ต่อไป ซึ่งนับเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะเป็นผู้ที่ชื่นชอบในความสวยงามเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ในขณะที่ตัวหมายอีกอย่างหนึ่งที่สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ ก็คือ กระดาษและพู่กันซึ่งถือว่าเป็นวัสดุที่ทำมาจากธรรมชาติ(กระดาษทำมาจากไม้และพู่กันมาจากขนของสัตว์) จุดนี้เองที่ทำให้มองได้ว่าเป็นผู้รักในความเป็นธรรมชาติ ส่วนในขณะที่กำลังวาดภาพหรือระบายสีนั้นมีนัยความหมายว่าการเป็นผู้ที่มีจิตใจละเอียดอ่อน มีสมาธิและความอดทนต่อการทำงานใดๆ ให้สำเร็จ ภาพกิจกรรมทั้งหมดนี้สามารถมองได้ว่าเป็นการอาศัยทักษะฝีมือของคนทำล้วนๆ ซึ่งผลงานที่ได้จึงต่างจากงานที่ผลิตมาจากภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะคุณค่าต่างๆ ที่เกิดมาจาก “มือ” ของคนทำ

**7. เครื่องมือทางสุขภาพ**

เครื่องมือทางสุขภาพนับเป็นสินค้าอีกประเภทหนึ่งที่มีขายให้กับนักท่องเที่ยว โดยสินค้าในกลุ่มนี้ผู้ขายได้พยายามเน้นถึงเครื่องมือที่ส่งเสริมสุขภาพร่างกายของผู้ใช้เป็นหลัก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการนำเอาภูมิปัญญาพื้นบ้านที่มีประโยชน์มาใช้เป็นจุดดึงดูดความสนใจขอผู้ซื้อ เช่น “ลูกประคบ”ที่มีส่วนผสมของสมุนไพรต่างๆ เช่น ผิวกะกรูด ไพล ขมิ้น ตะไคร้บ้าน ฯลฯ ที่มีคุณสมบัติในการช่วยบำรุงสุขภาพ รวมทั้งแก้อาการเจ็บไข้ได้ป่วยต่างๆ นับได้ว่าเป็นการใช้มรดกทางวัฒนธรรมด้านการดูแลสุขภาพมาสร้างคุณค่าให้กับสินค้าท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์สัญญะเครื่องมือทางสุขภาพ

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - ตัวลูกประคบห่อด้วยผ้าขาวบาง | - ความเรียบง่าย ดูเป็นไทยๆ |
| | - ภายในมีส่วนผสมของสมุนไพรไทยต่างๆ เช่น ตะไคร้ ขมิ้น ฯลฯ | - เป็นของที่มาจากธรรมชาติแท้ๆ ไม่มีสารพิษที่ให้โทษกับร่างกาย<br>- มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดยเฉพาะวัฒนธรรมไทย<br>- ภูมิปัญญาการแพทย์พื้นบ้านของไทย |
| | - ฉลากที่บอกสรรพคุณ | - บ่งบอกถึงความมั่นใจให้กับผู้ใช้<br>- ข้อมูลที่ช่วยตอกย้ำถึงสรรพคุณยาต่างๆ |
| | - การจัดวางไว้ใกล้ๆ กับสมุนไพรไทยต่างๆ | - ทำให้ดูมีความหลากหลายยิ่งขึ้น |

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ลูกประคบนับเป็นสินค้าในกลุ่มของการดูแลรักษาสุขภาพที่มรดกเฉพาะเกี่ยวกับการแพทย์ของไทยที่มีมานาน ตัวหมายที่สื่อให้เห็นถึงความหลายหลายและการผสมผสานภูมิปัญญาพื้นบ้านของไทย ก็คือ ส่วนผสมต่างๆ ที่เป็นสมุนไพร เช่น ขมิ้น ไพล ตะไคร้ ฯลฯ ทั้งนี้ส่วนประสมเหล่านี้เมื่อพิจารณาดูแล้วจะพบว่าเป็นพืชที่ปลูกได้ตามสถานที่ทั่วๆ ไป หาง่าย โดยเฉพาะในสังคมไทยดั้งเดิมได้นิยมปลูกกันเพื่อนำมาไว้ใช้ประโยชน์ในการรักษาอาการเจ็บไข้ได้ป่วย ลักษณะการใช้ลูกประคบนี้ยังได้แสดงออกถึงความเป็นธรรมชาติอีกด้วย เนื่องจากตัวหมายที่เป็นส่วนประสมนั้นเป็นต้นไม้หรือพืช(ธรรมชาติ) ซึ่งเป็นที่รับทราบกันโดยทั่วไปว่าของที่มาจากธรรมชาติ อีกทั้งยังจะไม่ค่อยมีผลเสียต่อทางร่างกายอีกด้วย

**8. อาวุธ**

อาวุธ นับเป็นสินค้าอีกประเภทหนึ่งที่ส่วนใหญ่มักจะไม่ปรากฏให้เห็นในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมแห่งนี้มากนัก แต่เท่าที่มีจะพบว่าเป็น “หนังสติ๊ก” ที่ทำมาจากไม้ แล้วมาวางขายให้นักท่องเที่ยวได้ชมและหาซื้อนำกลับไปสะสมมากกว่าการที่นำไปใช้ยิงอย่างจริงๆ จัง หนังสติ๊กที่มีขายในตลาดแห่งนี้จะถูกนำมาวางขายรวมกับสินค้าอื่นๆ ที่เป็นของเก่าหรือผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากไม้ดูแล้วก็เป็นองค์ประกอบที่ช่วยส่งเสริมให้ตลาดน้ำมีความน่าสนใจขึ้น

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์สัญญะอาวุธ

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - ตัวทำมาจากไม้ | - ความผูกพันกับธรรมชาติ<br>- สะท้องถึงสังคมไทยในอดีต เนื่องจากเป็นอาวุธที่ทำมาจากไม้ และทำใช้กันเองแบบง่ายๆ ได้ |
| | - เวลาใช้งานต้องยิง | - เป็นการใช้ทักษะและฝีมือคนอย่างหนึ่ง<br>- เป็นอาวุธที่ต้องใช้แรงกายในการใช้งา<br>- การยิงด้วยหนังสติ๊กเป็นวิธีการของคนในท้องถิ่นดั้งเดิมที่ยังไม่ก้าวสู่สังคมสมัยใหม่ (ที่มักจะใช้ปืนเป็นอาวุธแทน) |
| | - ลูกกระสุนที่ทำมาจากดิน | - วัสดุที่เป็นธรรมชาติ และหาได้ง่ายๆ (ไม่จำเป็นต้องไปหาซื้อ)<br>- สะท้อนถึงยุคสมัยก่อนซึ่งมีที่ดินมีอยู่มากมาย(ผิดกับปัจจุบันที่มีแต่คอนกรีต) |

จากตารางในข้างต้นจะเห็นได้ว่า หนังสติ๊กนับเป็นภาพตัวแทนของยุคสมัยที่ครั้งหนึ่งมันได้ถูกใช้ให้เป็นอาวุธที่หลายๆ คนสามารถหาหรือทำเองได้ เนื่องจากไม่ได้มีความซับในการทำมากนัก ตัวหมายที่สำคัญในการตอกย้ำให้เห็นถึงความเป็นสังคมดั้งเดิม ก็คือ ไม้ที่ใช้ทำกับลูกกระสุน(เมื่อต้องใช้งาน) สองสิ่งนี้ได้สื่อถึงความมั่งคั่งของแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติในอดีตที่มีมาของไทยโดยเฉพาะต้นไม้(ใช้ทำหนังสติ๊ก) กับดินที่ถูกปั้นไว้ใช้เป็นลูกกระสุน นับเป็นตัวหมายที่บ่งบอกถึงแผ่นดินอันกว้างใหญ่ไพศาลในอดีตของสังคมไทยที่ในยุคนั้นไปทางไหนก็เจอแต่ “แผ่นดิน” เต็มไปหมดเพราะคนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตรซึ่งผิดกับในสังคมสมัยใหม่ที่แผ่นดินมักจะถูกนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงอุตสาหกรรมซึ่งทำให้มีแต่คอนกรีตอยู่เป็นจำนวนมาก

**9. เครื่องมือตกแต่งความงาม**

เครื่องมือตกแต่งความงามที่ปรากฏในตลาดน้ำคลองลัดมะยม นับเป็นอีกสินค้าประเภทหนึ่งที่มีความน่าสนใจต่อการท่องเที่ยวในชุมชนแห่งนี้ โดยสินค้าเด่นๆ นั้นส่วนใหญ่จะเป็นของใช้สำหรับผู้หญิงที่มักจะใช้ในการตกแต่งความงาม หรือใช้ประดับเสื้อผ้าและร่างกาย โดยเฉพาะโบว์และที่ติดผมต่างๆ ที่มีสีสันและรูปแบบสะดุดตา สวยงาม เครื่องมือตกแต่งความงามนี้มีลักษณะที่หลากหลายแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับผู้ขายจะผลิตออกมาขายให้กับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์สัญญะเครื่องมือตกแต่งความงาม

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - มีสีสันสวยงาม | - ดูสวยงาม เป็นของที่ผู้หญิงมักจะชอบ<br>- ความโดดเด่นและเรียกร้องความสนใจ |
| | - มีลักษณะเป็นดอกๆ ทำมาจากผ้า | - ดูเหมาะสมกับหญิงสาว และวัยรุ่น<br>- ความนุ่มนวลและอ่อนหวาน |
| | - ประดับด้วยลวดลายต่างๆ | - ความสวยงาม ประณีต และดูมีคุณค่า<br>- ความหลากหลาย |
| | - โครงทำมาจากพลาสติก | - มีราคาถูก หาได้ทั่วไป<br>- เป็นวัสดุสังเคราะห์ที่ผลิตขึ้นในระบบอุตสาหกรรม(ทีละมากๆ)<br>- มีคุณค่าน้อยกว่าการใช้มือคนทำ |

จากตารางในข้างต้นจะเห็นได้ว่า ของตกแต่งความงามนั้น เป็นของใช้สำหรับผู้หญิงทั่วไปที่มักจะใช้ในติดหรือประกอบร่างกาย เช่น โบว์ผูกผม ซึ่งนอกจากจะถูกใช้สอยแล้วสิ่งของเหล่านี้ยังเป็นตัวหมายที่แสดงให้เห็นถึง **“ความรักสวยรักงาม”** ของผู้หญิงที่จะชอบมองหาเครื่องประดับที่มีสีสันสวยงามมาประดับตัวเองเพื่อตกแต่งร่างกายให้ดูน่าสนใจและชวนมอง ซึ่งนับได้ว่าเป็นบุคลิกเฉพาะตัวของผู้หญิงในสังคมทั่วไปๆ ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากตัวหมายต่างๆ ที่ปรากฏนั้น ก็จะพบว่า สีสันที่โดดเด่น(สีแดง สีน้ำเงิน มีชมพู ฯลฯ) หรือลวดลายที่ถูกออกแบบมาเป็นดอกเป็นดวงต่างๆ นั้นเป็นตัวหมายที่สื่อถึงความสวยงาม ความนุ่มนวล รวมทั้งความหลากหลายซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นผู้หญิง ส่วนโครงหรือตัวที่ทำมาจากพลาสติกนั้นตอกย้ำให้เห็นถึงกระบวนการผลิตสินค้าในระบบอุตสาหกรรมสมัยใหม่ที่มักจะใช้เครื่องจักรกลแทนการผลิตสินค้าด้วยมือ ทั้งนี้เนื่องจากต้องใช้ระยะเวลาในการผลิตที่มากเกินไป ไม่คุ้มกับการลงทุนลงแรง

**10. เครื่องจักรกล**

สินค้าท่องเที่ยวที่ถือว่าเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์สำคัญอย่างหนึ่งในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ก็คือเรือที่ใช้ **“เครื่องยนต์”** หรือเรือไม้ที่ติดเครื่องยนต์ นั่นเอง ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นเครื่องจักรกลชนิดหนึ่งที่มีระบบกลไกการทำงานที่ต้องอาศัยเชื้อเพลิงเป็นพลังงานในการขับเคลื่อนเพื่อทำให้เรือสามารถแล่นไปในน้ำได้ การใช้เรือที่ติดเครื่องยนต์สามารถจะอำนวยประโยชน์ในการเดินทางให้กับคนในชุมชนได้เป็นอย่างมาก อย่างน้อยก็ใช้ทดแทนการ **“พาย”** ที่ต้องใช้แรงคนลงไปได้ นอกจากนี้ยังใช้ในการขนส่งเพื่อความรวดเร็วในการเดินทางด้วย

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์สัญญะเครื่องจักรกล

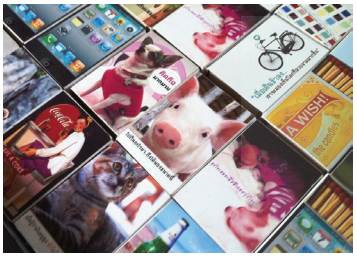
| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - ทำด้วยโลหะและมีกลไลการทำงานที่ซับซ้อน | - ความแข็งแรง ทนทาน<br>- ความเป็นเทคโนโลยีที่ต้องซื้อหามา (ชาวบ้านไม่สามารถผลิตเองได้) |
| | - เครื่องยนต์ทำให้เรือวิ่งได้ | - ความสะดวกรวดเร็ว<br>- สามารถบรรทุกสัมภาระมากๆ ได้<br>- ใช้ทดแทนแรงงานจากคนได้ |
| | - เครื่องยนต์ใช้กับเรือไม้ | - ความผสมผสานระหว่างเครื่องจักรกับความเป็นธรรมชาติ |
| | - ต้องใช้น้ำมัน | - ทำให้ต้องสิ้นเปลืองเงินทองเพิ่มเติม<br>- มีการขับไอเสียสู่อากาศ ทำให้มีมลพิษ |
| | - มีเสียงดังเวลาทำงาน | - เป็นมลภาวะทางเสียง<br>- ดูไม่สอดคล้องกับวิถีชาวบ้านที่เรียบง่าย |
| | - เวลาจะติดเครื่องยนต์ต้องใช้แรงงานคนดึงสายสำหรับติดเครื่อง | - เป็นการใช้ทักษะของคนร่วมกับเครื่องจักร ซึ่งแสดงถึงเทคโนโลยี่ที่ไม่สูงส่งมากนัก (เพราะต้องใช้แรงคนในการติดเครื่องด้วย) |
| | - วิ่งเร็วทำให้เกิดอันตราย | - มีความเสี่ยงที่จะไม่ปลอดภัยได้ |
| | - การใช้เรือเป็นภาหนะในชุมชนตลาดน้ำ | - ดูสื่อถึงความอนุรักษ์ และสอดคล้องกับวิถีของชุมชนที่มีแม่น้ำลำคลอง |

จากตารางในข้างต้นจะเห็นได้ว่า เรือยนต์ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นสัญญะอย่างหนึ่งที่ได้แสดงออกถึงความสะดวกสบาย รวดเร็วและดูทันสมัย ส่งผลให้ที่คนใช้งานมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยตัวหมายที่บ่งบอกถึงความสะดวกสบาย ก็คือ ตัวเครื่องยนต์ที่มีเครื่องจักรกลต่างๆ เป็นองค์ประกอบในการสื่อความหมาย ซึ่งนำมาใช้ทดแทนแรงงานจากคนได้ พร้อมกับความสามารถในการขับเคลื่อนที่ทำให้เรือวิ่งได้นั้นก็เป็นตัวหมายที่ แสดงออกถึงความทันสมัยหรือเทคโนโลยีที่เข้ามามีส่วนช่วยให้ในการประกอบสัมมาอาชีพ ส่วนตัวหมายที่ทำให้ภาพของความเป็นท้องถิ่นปรากฏชัดเจนขึ้น ก็คือ เรือ (ที่ทำมาจากไม้) แสดงออกถึงชีวิตที่มีการพึ่งพิงกับธรรมชาติที่คนสมัยเก่ามักจะใช้ทรัพยากรรอบๆ ตัว เช่น ไม้มาประดิษฐ์เป็นสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ซึ่งนัยหนึ่งทำให้มองได้ว่าการใช้เรือในลักษณนี้เป็นการสื่อถึงการอนุรักษ์ในวัฒนธรรมดั้งเดิมของสังคมไทย สำหรับความหมายที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในความทันสมัยที่ได้จากเครื่องจักรกล ก็คือ ปัญกาเรื่องมลพิษต่างๆ ที่เกิดจากการเผาไหม้ของเชื้อเพลิง เช่น เสียงเครื่องยนต์ที่ดังรบกวนคนและการปล่อยมลภาวะที่มาจากตัวท่อไอเสีย นั้นเป็นสัญญะที่บ่งชี้ถึง การเป็นพิษภัยต่อสิ่งแวดล้มและสังคม ทำให้อาจดูขัดแย้งกับวิถีความเป็นอยู่ที่ชุมชนตั้งอยู่ได้ แต่ในขณะเดียวกันความเป็นเทคโนโลยีที่สะท้อนผ่านมาให้เห็นจากตัวเครื่องจักรกลนั้นก็ไม่ได้ตอบย้ำให้เห็นถึงชีวิตที่สุขสบายโดยแท้ๆ เนื่องจากในการใช้งานของเครื่องยนต์นั้นต้องใช้ทักษะและแรงงานคนเพื่อ “ทำให้เครื่องยนต์ติด” หรือที่เรียกว่าการสตารท์เครื่องโดยการใช้เชือกกระชากเพื่อให้เครื่องยนต์ทำงาน ซึ่งลักษณะของพฤติกรรมนี้เองที่เป็นตัวหมายที่ยังบอกกล่าวถึงการดำเนินชีวิตที่ไม่สุดโต่งมากนัก เนื่องจากยังต้องอาศัยแรงงานคนมามีส่วนร่วมในการใช้งาน ดังนั้นจึงทำให้มองได้ว่าการใช้เรือยนต์ในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมยังอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดเกี่ยวกับการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีกับความเป็นวิถีดั้งเดิมอยู่

**11. เครื่องมือ/อุปกรณ์ชิ้นเล็กๆ**

เครื่องมือหรืออุปกรณ์ชิ้นเล็กๆ ที่ปรากฏอยู่ในตลาดน้ำคลองลัดมะยมซึ่งได้มีความสอดคล้องกับบริบททางวัฒนธรรมของชุมชนนั้น “ไม้ขีดไฟ” นับว่าเป็นสินค้าที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว ซึ่งก็คือ มีขนาดเล็กๆ กระทัดรัด อีกทั้งยังปรากฏลวดลายและสีสันที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวได้นำกลับไปเป็นของสะสมหรือเป็นของฝาก ด้วยตัวสินค้าที่มีขนาดที่ไม่ใหญ่โตมากนัก อีกทั้งยังมีความหลากหลายด้วยรูภาพต่างๆ จึงเหมาะแก่การสะสมและเก็บไปเป็นของทีระลึกมากกว่าซื้อนำกลับไปใช้งานอย่างจริงๆ จังๆ โดยเฉพาะลวดลายบนตัวกล่องที่ดูสวยงาม คือมีทั้งรูปภาพเก่าๆ ที่หาชมยากและลายกราฟิกต่างๆ ซึ่งสามารถนำไปอวดให้ใครต่อใครเห็นได้

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์สัญญะเครื่องมือ/อุปกรณ์ชิ้นเล็กๆ

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
|  | - ทำจากกระดาษผลิตด้วยความประณีต | - มาจากธรรมชาติ คือ ต้นไม้<br>- ต้องการให้เก็บสะสมมากกว่านำไปใช้สอย |
| | - มีภาพถ่าย-ลวดลายต่างๆ และตัวกล่องมีขนาดเล็กๆ | - ดูสวยงาม และทรงคุณค่า<br>- เป็นของเก็บสะสมได้<br>- มีความหลากหลาย เลือกได้ตามต้องการ |
| | - ใช้ภาพเป็นขาว-ดำ | - ทำให้นึกถึงอดีตที่ทรงคุณค่า<br>- ความคลาสสิค |
| | - ไม้ขีดไฟ | - มีประโยชน์ ใช้จุดไฟให้ติดได้<br>- ดูอนุรักษ์นิยม เนื่องจากปัจจุบันสังคมได้เปลี่ยนมาใช้ไฟฟ้าในการให้แสงสว่างแทน |

จากตารางในข้างต้นจะเห็นได้ว่า ไม้ขีดไฟจากตัวมันเองที่มองได้ว่ามีประโยชน์ในเชิงใช้สอยแล้ว ลวดลายบนกล่องที่หลากหลายและดูสวยงามนับเป็นตัวหมายที่ทำให้ดูมีคุณค่าน่าสะสมไว้ บางกล่องเป็นภาพถ่ายขาว-ดำ ดูย้อนยุคทำให้หวนนึกถึงวันเก่าๆ ที่ผ่านพ้นมาแล้ว ซึ่งทำให้ดูมีคุณค่าราคา โดยเฉพาะตัวกล่องที่มีขนาดเล็กๆ ประกอบกับผลิตด้วยความประณีตเรียบร้อย ซึ่งสังเกตุได้จากการพิมพ์ที่มีการใช้กระดาษเกรดที่ดีในการผลิต ทำให้มองได้ว่าเป็นของใช้สำหรับเก็บสะสมมากกว่าการนำไปใช้จุดไฟเหมือนไม้ขีดไฟทั่วไป ส่วนตัวหมายที่ตอกย้ำให้สื่อถึงแนวคิดความเป็นธรรมชาติ ก็คือ ตัวกล่องที่ทำมาจากกระดาษ(ต้นไม้) สีออกเทาๆ ประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติม ก็คือ ถ้าเอ่ยถึงไม้ขีดไฟทำให้มองได้ว่ามันมีสถานะเป็นของใช้ของคนในยุคเก่าแก่ที่มักจะใช้เวลาจุดไฟทำอาหารหรือใช้สอยในชีวิตประจำวันที่ต้องพึ่งพิงอยู่เสมอๆ โดยเฉพาะคนใน “ชนบท” ดังนั้นแล้วเมื่อพิจารณาถึงไม้ขีดไฟในสภาวะปัจจุบันนี้จึงเป็นตัวหมายอย่างหนึ่งที่ทำให้หวนนึกไปถึงวิถีชีวิตของคนในอดีตที่ครั้งหนึ่งระบบไฟฟ้ายังไม่ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายมากนัก ซึ่งนั่นก็ย่อมแสดงให้เห็นว่าไม้ขีดไฟในวันนี้เป็นสัญญะที่สื่อถึงแนวคิดด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยผ่านมาแล้วหรือนัยหนึ่งคือความเป็นอดีต นั้นเอง

**12. หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์**

หนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์นับเป็นสิ่งที่ช่วยสะท้อนให้เห็นถึงบริบทของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ขึ้น เนื่องจากเป็นสื่อที่ถูกออกแบบและจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการให้ข้อมูลด้านการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตลาดน้ำแห่งนี้ ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะนำเอาสิ่งที่เด่นๆ ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในหมู่ของคนทั่วไปมานำเสนอ เช่น ความร่มรื่นของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ของกิน และสินค้าอื่นๆ ในที่นี้จะขอเอาบทความจากหนังสือด้านการท่องเที่ยวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับตลาดน้ำคลองลัดมะยมมานำเสนอประกอบการวิเคราะห์สัญญะ ดังนี้

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์สัญญะหนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - ใช้ภาพโทนสีน้ำตาลดูเก่าๆ | - สื่อถึงความเป็นอดีต |
| | - ภาพแม่ค้าพายเรือขายของ | - ความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย เน้นธรรมชาติ |
| | - สินค้าและของกินต่างๆ | - ความหลากหลายและความโดดเด่นในสินค้าที่ขึ้นชื่อในตลาดน้ำตลองลัดมะยม |
| | - ภาพนักท่องเที่ยวกำลังล่องเรือ | - การท่องเที่ยวแบบวิถีธรรมชาติ<br>- การอนุรักษ์นิยมในวัฒนธรรมดั่งเดิม |
| | - ภาพนักท่องเที่ยวกำลังกินอาหารในร้านที่อยู่ริมน้ำอย่างสนุกสนาน | - การพักผ่อนหย่อนใจ การใช้เวลาว่าง<br>- เป็นสถานที่ที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ(น้ำ) |
| | - ข้อความที่บอกถึงประวัติชุมชน สินค้าเด่นๆ และแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม | - บอกถึงภูมิหลังทางประวัติศาสตร์<br>- การเน้นถึงสินค้าที่เด่นๆ และมีชื่อเสียง<br>- เน้นย้ำถึงความสำคัญในเรื่องราวของตลาดน้ำคลองลัดมะยมในด้านต่างๆ ที่เป็นจุดขายทางด้านการท่องเที่ยว |
| | - แผนที่ตลาดน้ำพร้อมกับข้อความแนะนำการเดินทาง | - การอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวรู้และเชิญชวนให้มาท่องเที่ยวสถานที่แห่งนี้ไม่ไกลและง่ายต่อการเดินทาง |

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า บทความแนะนำการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้พยายามสื่อความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการใช้ภาพและข้อความที่ลงตีพิมพ์ในหนังสือท่องเที่ยวโดยมีตัวหมายต่างๆ ที่ช่วยสะท้อนภาพของชุมชนแห่งนี้ให้ดูมีความน่าสนใจและดึงดูดผู้คนจากที่ต่างๆ ให้เดินทางมาเที่ยวชม อาทิ การใช้โทนสีในการออกแบบโดยนำสีน้ำตาลมาสร้างบรรยากาศให้ดูเก่าๆ แบบย้อนยุค ประกอบกับย้อมสีภาพให้เป็นแนวออกซีเปีย(Sepia Tone) ยิ่งเป็นการตอกย้ำถึงความเป็นอดีตที่เก่าแก่ ส่วนตัวหมายที่เป็นภาพคนพายเรือขายของนั้นก็เป็นความตั้งใจของหนังสือที่ต้องการจะสื่อถึงวิถีความเป็นอยู่ในท่ามกลางความเป็นธรรมชาติของผู้คนที่เน้นความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายและมักจะพึ่งพิงสายน้ำเป็นทรัพยากรในการดำรงชีวิต ในขณะที่ภาพบรรยากาศโดยรอบของตลาดที่แวดล้อมไปด้วยของกินและสินค้าต่างๆ นั้น ก็เป็นตัวหมายที่สื่อถึงความโดดเด่นและน่าสนใจของชุมชนแห่งนี้ที่หลากหลายไปด้วยสินค้าและการบริการต่างๆ โดยเฉพาะอาหารคาวและหวานถือว่าเป็นจุดเน้น เนื่องจากตัวภาพมีขนาดใหญ่และวางอยู่ในจุดสนใจของการมอง ซึ่งลักษณะการออกแบบนี้เป็นการย้ำให้เห็นถึงความสำคัญของสิ่งที่ต้องการนำเสนอนัยหนึ่ง ก็คือ ผู้ผลิตจะบอกว่าตลาดน้ำแห่งนี้มีของกินที่เด่นๆ มากมาย ส่วนตัวหมายที่เป็นข้อความที่บรรยายถึงประวัติและรายละเอียดของชุมชนโดยเริ่มตั้งแต่จุดเริ่มต้นของตลาดนั้นย่อมเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญและน่าสนใจของพื้นที่แห่งนี้ ขณะเดียวกันก็เป็นการโน้มน้าวให้คนทั่วไปได้มีข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับชุมชนที่เป็นที่ตั้งของตลาด ซึ่งทั้งหมดจะนำไปสู่การตัดสินใจในการเดินทางมาเที่ยวชม โดยเฉพาะตัวแผนที่พร้อมกับข้อความที่บอกถึงการเดินทางมายังสถานที่แห่งนี้นั้นเป็นตัวหมายที่สื่อไปยังนักท่องเที่ยวเพื่อเชิญชวนให้คนเดินทางมาเที่ยวกัน ทั้งนี้โดยมีข้อความที่ระบุเป็นพิกัดตำแหน่งดาวเทียมบอกนักท่องเที่ยวด้วย ในขณะที่ภาพนักท่องเที่ยวกำลังนั่งกินอาหารกันอย่างสนุกสนานในร้านอาหารที่ทำด้วยเพิงไม้ที่ตั้งอยู่ริมน้ำนั้นเป็นตัวหมายสำคัญที่บ่งบอกถึงการใช้ชีวิตในท่ามกลางความเป็นธรรมชาติโดยในที่นี้แหล่งน้ำถือว่าเป็นตัวแทนของธรรมชาติ ส่วนเพิงไม้เก่าๆ นั้นสื่อถึงวิถีวัฒนธรรมที่เรียบง่าย สมถะ ทั้งนี้ก็สอดคล้องกับความเป็นท้องถิ่นของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมที่แวดล้อมไปด้วยแม่น้ำ และคู คลองต่างๆ

**13. พาหนะ**

ในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม “เรือ” นับเป็นพาหนะหลักที่ถูกใช้สอยในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยเรือที่คนในชุมชนใช้นั้นจะเป็นเรือที่ทำด้วยไม้แบบดั้งเดิม มีหลายชนิดแตกต่างกันออกไป สำหรับเรือที่ชาวบ้านไว้ใช้นั้นส่วนใหญ่จะมีไว้เพื่อใช้เป็นพาหนะในการเดินทาง เนื่องจากสภาพของชุมชนแวดล้อมไปด้วยคลองและคูต่างๆ จึงทำให้ต้องมีเรือไว้สำหรับใช้สอยเพื่อเดินทาง นอกจากนี้ยังไว้ใช้สำหรับบรรทุกข้าวของมาขายให้กับนักท่องเที่ยว เป็นตลาดน้ำที่บรรดาพ่อค้าแม่ค้าพายเรือขายสินค้าเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยลักษณะจะใช้พายไม้เป็นอุปกรณ์ในการพายเรือ ซึ่งการพายเรือขายสินค้านี้นับเป็นที่สนใจของผู้ที่ได้พบเห็นเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกัน

การใช้เรือนี้ก็มีวิถีปฏิบัติที่สอดคล้องกับผู้คนที่อาศัยอยู่ริมน้ำซึ่งต้องอาศัยเรือเป็นพาหนะในการเดินทางและใช้สอย ซึ่งข้อดีของการใช้เรือ ก็คือ การประหยัดค่าใช้จ่ายในบ้านลงได้ อีกประการหนึ่งที่มีความสำคัญกับการท่องเที่ยวก็คงจะเป็นประเด็นด้านการส่งเสริมและอนุรักษ์ในศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของไทยที่นักท่องเที่ยวมักจะสนใจและอยากพบเห็น

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์สัญญะพาหนะ

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - ทำมาจากไม้ | - ความเป็นธรรมชาติ<br>- ชีวิตที่ดูเรียบง่าย สมถะ |
| | - เวลาใช้งานต้องใช้คนพาย (แรงงานคน) | - ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ<br>- การไม่พึ่งพาเทคโนโลยีสมัยใหม่<br>- สภาพสังคมที่เรียบง่าย ไม่เร่งรีบมากนัก |
| | - ใช้แรงงานคนพาย (ไม่มีการใช้เครื่องจักรกล) | - ไร้มลพิษทางอากาศ<br>- เป็นการอนุรักษ์พลังงานเชื้อเพลิง<br>- เป็นกิจกรรมที่ให้คนพายได้ออกกำลังกาย |
| | - พายเรือทำให้ถึงที่หมายช้า | - การดำเนินชีวิตที่ไม่เร่งรีบ |
| | - การใช้เรือเป็นภาหนะในชุมชนตลาดน้ำ | - เป็นพาหนะของคนในสังคมดั้งเดิม<br>- ชุมชนแห่งนี้มีความใกล้ชิดกับธรรมชาติ |

จากตารางในข้างต้นจะเห็นได้ว่า เรือ เป็นพาหนะที่สะท้อนให้เห็นถึงบริบททางวัฒนธรรมของคนในยุคดั้งเดิมที่สมัยนั้นสังคมยังไม่มีการใช้รถใช้ถนนกันมากนัก บ้านเมืองยังอุดมไปด้วยแหล่งทรัพยากรธรรมชาติสำคัญๆ ค่อนข้างมาก เช่น แม่น้ำและคู คลองต่างๆ ในที่นี้ตัวหมายที่จะแสดงให้เห็นถึงความเป็นธรรมชาติ ก็คือ เรือที่ทำมาจากไม้ซึ่งในเชิงสัญญะนั้นมองได้ว่าทำมาจากธรรมชาติและการใช้เรือจึงเป็นการพึ่งพิงธรรมชาติ ตัวหมายที่สำคัญอีกอย่างที่ช่วยตอกย้ำให้เห็นถึงภาพวิถีชีวิตอันเรียบง่ายหรือเร่งรีบ ก็คือ การพายเรือซึ่งแสดงให้เห็นถึงการไม่พึ่งพาเทคโนโลยีสมัยใหม่แต่ยังคงใช้แรงงานคนมาเป็นพลังงานในการขับเคลื่อนแทนเครื่องจักรกล นอกจากนี้การใช้แรงงานคนพายยังสื่อให้เห็นถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนที่มักจะพึ่งพาตัวเองเป็นหลักและไม่นิยมกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มากนัก ดังนั้น ภาพของการใช้เรือจึงมีนัยที่สื่อถึงคนในสังคมที่มีแบบแผนการใช้ชีวิตตามแนวอนุรักษ์นิยมซึ่งปกติมักจะไม่ค่อยพึ่งพิงความสะดวกสบายจากเทคโนโลยี

**14. อุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง**

ชุนตลาดน้ำคลองลัดมะยมถือเป็นการรวมตัวของชาวบ้านที่มีความพยายามในการส่งเสริมและอนุรักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่คู่กับสังคม ด้วยวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของประชาชนซึ่งส่วนใหญ่มีความเป็นอยู่ที่มีความเกื้อกูลกันระหว่างคน สัตว์และธรรมชาติตามลักษณะของคนท้องถิ่น “กระเป๋าหิ้ว” สุนัขนับเป็นสินค้าที่เกิดจากการประยุกต์เอาความสะดวกสบายกับนิสัยคนไทยที่มักจะมีจิตใจโอบอ้อมอารีต่อสัตว์เลี้ยงต่างๆ เวลาไปไหนมาไหนหลายคนเลือกที่จะเอาสัตว์เลี้ยงที่ชื่นชอบของตัวเองนำเอาไปด้วยเสมอ เช่น สุนัข สำหรับ “กระเป๋าผ้าสำหรับใส่สุนัข” นี้ จึงเป็นสินค้าที่สามารถสนองตอบต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบสัตว์เลี้ยงได้ นับเป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกสบายให้กับเจ้าของที่ไม่ต้องการอุ้มสุนัขเมื่อเวลาไปไหนมาไหนแต่จะใช้วิธีการสะพายแทนโดยการเอาตัวสุนัขนั้นใส่ไปในกระเป๋าและสะพายไว้ข้างๆ กับลำตัวของเจ้าของแทน ซึ่งปรากฏการณ์นี้เองได้แสดงให้เห็นถึงความใกล้ชิดและผูกพันระหว่างคนกับสัตว์ที่มีมาอย่างยาวนานในสังคมไทย

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์สัญญะอุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - ทำมาจากผ้าฝ้าย | - สังเคราะห์มาจากธรรมชาติ<br>- สวมใส่สบายตัว ไม่ร้อน |
| | - ตัดเย็บด้วยมือ(Handmade) และใช้การทอที่มีลวดลาย | - ดูเป็นงานที่มีคุณค่าเพราะทำด้วยมือคน<br>- มีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร<br>- ความละเอียดอ่อนและประณีต |
| | - สีสันสดใสและหลากหลาย | - เด่น และสวยงาม สะดุดตา<br>- ตอบสนองต่อความต้องการที่หลายหลาย |
| | - ตัดเย็บเป็นรูปสุนัข | - แปลกไม่เหมือนใคร<br>- ดูมีความคิดที่สร้างสรรค์ ไม่ธรรมดา<br>- แสดงถึงจิตใจคนที่ผูกพันกับสัตว์เลี้ยง(สุนัข) |
| | - เวลาใช้งานต้องนำมาสะพายไว้ข้างๆ ตัวตลอด | - สร้างความใกล้ชิดระหว่างคนกับสัตว์<br>- คนที่ใช้จะดูเป็นคนที่รักสัตว์(จิตใจอ่อนโยน)<br>- แสดงถึงความทะนุถนอมที่มีต่อสัตว์ |

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า กระเป๋าหิ้วสุนัข เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสัตว์เลี้ยง ในที่นี้ถ้าพูดถึงคนไทยกับสัตว์เลี้ยงก็คงเป็นที่เข้าใจกันดีอยู่แล้วว่าคนไทยส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ที่มีความใกล้ชิดและสนิทสนมกับสัตว์เลี้ยงในบ้าน เช่น สุนัข และแมวมานานตั้งแต่อดีต ซึ่งตัวหมายสำคัญอย่างหนึ่งที่สื่อให้เห็นถึงความผูกพันระหว่างคนกับสัตว์เลี้ยง ก็คือ ตัวกระเป๋าที่ออกแบบและตัดเย็บเป็นรูปสุนัขจุดนี้เป็นสิ่งยืนยันให้เห็นถึงจิตใจที่โอบอ้อมอารีของคนไทยที่มีต่อสัตว์ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะคนไทยกับสุนัขนับได้ว่ามีเรื่องเล่ามาทุกยุคทุกสมัยจนเป็นที่จดจำของคนทั่วไป ส่วนเมื่อเวลาใช้งานจริงนั้นที่ต้องเอาสุนัขใส่และสะพายไว้ข้างๆ เจ้าของเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความใกล้ชิดระหว่างคนกับสุนัข(เวลาไปไหนมาไหนก็เอาติดตัวไปด้วย) ลักษณะการสะพายสุนัขเวลาไปไหนมาไหนด้วยนี้ยังได้ตอกย้ำให้เห็นถึงความเอาใจใส่ของเจ้าของที่ต้องการทะนุถนอมสัตว์เลี้ยงที่ตัวเองชื่นชอบได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังดูได้จากการตัดเย็บที่มีความละเอียดอ่อนและประณีตด้วยมือ มีการวางลวดลายที่เป็นสีสันต่างๆ เหล่านี้ได้สื่อความหมายให้เห็นถึงจิตใจที่มีความรักต่อสัตว์และมองว่าสัตว์เลี้ยงต่างๆ นั้นก็มีชีวิตเช่นเดียวกับคนที่ต้องได้รับการเอาใจใส่และดูแลเหมือนกับคน ดังนั้น คนที่ใช้สินค้าประเภทนี้ทำให้มองได้ว่าเป็นผู้ที่มีจิตใจอันเต็มไปด้วยความรักความผูกกันที่มีต่อสัตว์เลี้ยง ซึ่งพฤติกรรมเช่นนี้ก็นับได้ว่ามีความสอดคล้องอย่างมากกับนิสัยใจคอของคนไทยซึ่งโดยธรรมชาติแล้วค่อนข้างมีเมตตาต่อสัตว์ด้วยดีมาตลอด

**15. อุปกรณ์ไฟฟ้า**

ชุนชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้ค่อยๆ เติบโตมาจากการรวมตัวกันของชาวบ้านที่มีแหล่งอาศัยอยู่ใกล้แม่น้ำและคูคลองต่างๆ โดยตัวชุมชนนั้นได้แวดล้อมไปด้วยแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่สำคัญๆ เช่น แหล่งน้ำซึ่งเปรียบเป็นปัจจัยที่ชาวชุมชนให้ได้อาศัยพึ่งพิงกันมานานชาวบ้านส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยกับวิถีชีวิตอันเรียบง่าย สำหรับอุปกรณ์ไฟฟ้าจากการพิจารณาแล้วพบว่า สินค้าที่ค่อนข้างมีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับบริบทด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ “น้ำตกจำลอง” ซึ่งเป็นอุปกรณ์ไฟฟ้าที่มีลักษณะรูปร่างหน้าตาเป็นของใช้เก่าดูโบราณ เช่น รหัสวิดน้ำ หรือที่โม่หินโบราณ (ใช้สำหรับคั้นกระทิ) เป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยประยุกต์นำเอาของใช้เก่าๆ มาเป็นต้นแบบในการผลิตร่วมกับการใช้ระบบไฟฟ้ามาเป็นพลังงานในการทำงาน ซึ่งเมื่อดูรวมๆ แล้วก็มีความเป็นธรรมชาติปรากฏให้เห็น โดยเฉพาะน้ำตกจำลองนั้นได้ถูกผลิตออกมาด้วยวัสดุที่ดูเหมือนของจริงค่อนข้างมากทั้งสีสันและวัสดุในการทำ

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์สัญญะอุปกรณ์ไฟฟ้า

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - ชิ้นส่วนทำมาจากหิน ดิน ต้นไม้ น้ำตก ฯลฯ | - เป็นองค์ประกอบของความเป็นธรรมชาติ |
| | - จัดวางดูมีความสัมพันธ์กับความเป็นจริง เช่น มีน้ำ มีปลา หอย นก ฯลฯ | - มีเรื่องราว(Concept)<br>- เหมือนกับในชีวิตจริงๆ ในชนบทที่มีความสมบูรณ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ |
| | - วัสดุที่ใช้ทำเหมือนของจริง | - การปรุงแต่งให้ดูคล้ายกับสิ่งของจริงๆ |
| | - น้ำตกที่ไหล | - ความเชื่อเรื่องความร่มเย็น ส่วนน้ำที่ไหลหมายถึงชีวิตที่เคลื่อนที่ไปข้างหน้า<br>- การมีชีวิตที่ยืนยาว |
| | - ระบบไฟฟ้า | - เทคโนโลยีสมัยใหม่ |

จากตารางในข้างต้นจะเห็นได้ว่า น้ำตกจำลอง เป็นสินค้าที่มีความเป็นธรรมชาติแฝงเร้นอยู่ในตัว ตัวหมายสำคัญๆ อันได้แก่ ตัวน้ำตกที่ทำเลียบแบบของจริงคือไม้ไผ่ที่ทำให้น้ำตกลงมาเป็นสิ่งที่สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ เช่นเดียวกับสายน้ำถือเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีบทบาทกับวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นค่อนข้างมาก นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบต่างๆ ที่เป็นนก ปลา บ้าน ฯลฯ เป็นตัวหมายที่แสดงออกถึงแนวคิด(Concept) ที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับภาพการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นหรือในชนบทที่เรามักจะพบเห็นความสมบูรณ์ของระบบนิเวศวิทยาต่างๆ ร่วมกับคน ตัวหมายต่างๆ เหล่านี้คือองค์ประกอบในวิถีชีวิตของคนในสังคมท้องถิ่นหรือชนบท เช่น ในน้ำมีปลา บนบกก็มีนก มีต้นไม้ ฯลฯ ดังนั้น ภาพที่ปรากฏขึ้นนี้จึงได้เป็นการสื่อความหมายถึงความสัมพันธ์ของคนกับสิ่งแวดล้อม(ธรรมชาติ) ที่มักจะมีความใกล้ชิดและเกื้อกูลกันอย่างมีนัยเหมือนกับสถาพความเป็นจริงที่เป็นอยู่ในสังคม โดยเฉพาะชนบทซึ่งเป็นพื้นที่ที่ค่อนข้างมีความสมบูรณ์ของแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ

**16. เครื่องมือทำอาหาร**

ในชุนตลาดน้ำคลองลัดมะยมภาพที่นักท่องเที่ยวมักจะพบเห็นได้บ่อยๆ นอกเหนือจากสินค้าที่หลากหลายแล้ว สิ่งหนึ่งที่ดูเป็นเสน่ห์ของชุมชนนี้ ก็คือ บรรดาพ่อค้าแม่ค้าที่ขายอาหาร

ให้กับนักท่องเที่ยวโดยมีเครื่องมือทำอาหารอย่าง “เตาถ่าน” และ “กระทะเหล็ก” เป็นอุปกรณ์สำคัญในการประกอบอาหารทั้งคาวและหวานซึ่งได้กระจัดกระจายเปิดให้บริการทั้งบนบกและในน้ำที่ต้องใช้เรือเป็นพาหนะ ทั้งนี้โดยใช้แรงคนเป็นคนทำและจะไม่ใช้เครื่องมือที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการประกอบอาหาร ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้นับว่าเป็นภาพที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาดูจากบริบทของการท่องเที่ยวความเรียบง่ายและดูเป็นธรรมชาติ เช่น การทำอาหารด้วยวิธีการใช้เตาถ่านจะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวถวิลหาและอยากที่จะมาสัมผัส ซึ่งในส่วนนี้ก็คือว่ามีความสอดคล้องกับวิถีของคนในชุมชนที่แวดล้อมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่รอบๆ ตัว

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์สัญญะเครื่องมือทำอาหาร

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | - กระทะทำมาจากเหล็ก | - ความแข็งแรง<br>- มีราคาย่อมเยา ที่ใครๆ ก็ซื้อหามาใช้ได้ |
| | - เตาถ่านและกระทะ | - เครื่องมือทำอาหารของคนไทยดั้งเดิม<br>- ไม่ใช้ระบบไฟฟ้าหรือเทคโนโลยี<br>- ความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน หาได้ง่าย |
| | - การใช้ถ่านเป็นเชื้อเพลิง | - เป็นวิธีการทำอาหารแบบง่ายๆ ไม่พึ่งพาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการทำงาน<br>- การใช้ธรรมชาติ(ไม้) มาเป็นเชื้อเพลิง<br>- ไม่ทำให้เกิดอันตรายต่อคนและสิ่งแวดล้อม<br>- ดูอนุรักษ์นิยม |
| | - ลักษณะการเผาที่ทำให้อาหารสุกช้าๆ | - ความละเมียดละไมในกรรมวิธีการผลิต<br>- ทำให้ต้องรอนาน จึงดูมีคุณค่า |
| | - ใช้คนทำและควบคุมด้วยมือตลอด | - ทักษะฝีมือของคนทำล้วน ไม่มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วย<br>- เป็นวิถีชีวิตของคนพื้นบ้านหรือท้องถิ่น |

จากตารางในข้างต้นแสดงให้เห็นว่า เตาถ่านและกระทะเหล็กซึ่งถือว่าเป็นอุปกรณ์สำคัญในการทำอาหารทั้งคาวและขนมต่างๆ ที่ผู้ขายส่วนใหญ่ได้ใช้เป็นเครื่องมือในการประกอบอาหารหุงต้ม ลักษณะการใช้เครื่องมือนี้ดูแล้วจะรู้ว่าเป็นวิธีการดั้งเดิมของคนในอดีตหรือในท้องถิ่น

ที่นิยมใช้กัน ดูมีความเรียบง่ายและไม่ยุ่งยากมากนักใช้เพียงอุปกรณ์เตาถ่านและกระทะก็สามารถจะประกอบอาหารได้ ตัวหมายที่สื่อให้เห็นถึงความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน ก็คือ โครงสร้างของเตาที่ทำมาจากดินเผา และลักษณะการทำโดยการใช้มือคนคอยควบคุมตลอดเวลาแสดงให้เห็นถึงทักษะพื้นฐานที่ติดตัวมาของคนนั้นๆ หรือนัยหนึ่ง ก็คือ เป็นการประกอบกันขึ้นด้วยวิธีการง่ายๆ ด้วยความร้อนจากเตาถ่านซึ่งไม่ใช้เครื่องกลหรือระบบไฟฟ้ามาเป็นพลังงานในการทำงานเลย (ใช้ทักษะและแรงงานคนอย่างเดียว) สำหรับถ่านซึ่งเป็นตัวหมายยังได้แสดงออกถึงวิถีชีวิตแบบพื้นบ้านที่มักจะใช้วัตถุดิบที่ได้จากธรรมชาติรอบๆ ตัว มาเป็นพลังงาน เช่นในกรณีนี้ถ่านมาจากไม้ (ธรรมชาติ) ส่วนลักษณะของการทำอาหารซึ่งต้องเตรียมไฟให้ร้อนก่อนจึงจะลงมือทำได้นับเป็นวัฒนธรรมการทำอาหารที่ดูมีขั้นตอนต่างๆ พอสมควรทำให้ต้องสูญเสียเวลาไปบ้าง ประเด็นนี้จะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่ไม่ต้องรีบเร่งมากนักแตกต่างจากคนในสังคมปัจจุบันที่ต้องรีบเร่งกับภารกิจประจำวันจนไม่มีเวลามาจัดเตรียมหุงหาอาหารด้วยตนเองได้ วัฒนธรรมการใช้เตาถ่านที่ต้องใช้ระยะเวลาในการทำจนทำให้อาหารสุกจนสามารถกินได้นั้นยังได้สื่อถึงความละเมียดละไมในเรื่องเกี่ยวกับการกินอยู่ของคนท้องถิ่นดั้งเดิมที่มักจะไม่ชอบประกอบอาหารจากเครื่องจักรกลหรือเทคโคนโลยีสมัยใหม่มากนัก เพราะอย่างน้อยที่สุดก็ไม่ต้องเสี่ยงกับอันตรายจากแก๊สหรือไฟฟ้าซึ่งอาจจะเกิดขึ้นได้ สำหรับหากจะมองในบริบทของการท่องเที่ยวการใช้เตาถ่านและการประกอบอาหารด้วยมืออย่างเดียวนั้นเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงแนวความคิดด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม คือ วิถีการผลิตที่เรียบง่ายและมักจะ **“เน้น”** การพึ่งในทรัพยากรธรรมชาติรอบๆ ตัวเป็นปัจจัยในการหล่อเลี้ยงชีวิตมากกว่าเครื่องจักรกลสมัยใหม่ที่ต้องอาศัยไฟฟ้าหรือน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นพลังงานในการผลิตและขับเคลื่อน

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมด นับเป็นการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสัญญะเกี่ยวกับสินค้าวัฒนธรรมในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม โดยข้อมูลที่ได้จะเน้นไปที่การตอบโจทย์วิจัยในประเด็นที่ว่าด้วยเรื่องของความหมายหรือเนื้อหาที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในสินค้า ซึ่งในลำดับต่อไปจะนำเสนอผลสรุปจากการวิเคราะห์ภาพปรากฏของความเป็นท้องถิ่นที่แสดงผ่านสินค้าวัฒนธรรมว่ามีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับสังคมในมิติใดบ้าง

**ตอนที่ 3 เนื้อหา/คุณค่าความหมายของสินค้าวัฒนธรรม**

หลังจากที่ได้วิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏในสินค้าวัฒนธรรมแล้ว ผู้วิจัยได้ค้นพบร่องรอยหรือเนื้อหาที่เป็นประเด็นอันน่าสนใจยิ่ง ซึ่งในที่นี้พอจะขอสรุปและแยกแยะให้เห็นได้ ดังนี้

**1. ความเป็นธรรมชาติ**

ภาพความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏให้เห็นผ่านสินค้าท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ทั้งนี้ผลจากการวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะ พบว่า **“ความเป็นธรรมชาติ”** นับเป็น

เนื้อหาหลักที่ได้จากการถอดรหัสความหมายอันเกิดจากสัญญะที่อยู่สินค้าวัฒนธรรมต่างๆ ซึ่งความเป็นธรรมชาตินั้นได้ปรากฏให้เห็นในหลายๆ ลักษณะ มีทั้งในด้านเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่เกิดมาคู่กับสังคมมนุษย์ และมิติทางด้านสังคมที่ได้แสดงออกถึงคุณค่าของวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ได้ยึดถือและปฏิบัติกันมา โดยเฉพาะวิถีชีวิตที่ไม่ได้เน้นถึงการพึ่งพิงเทคโนโลยีอย่างในสังคมสมัยใหม่มากนัก ทั้งนี้จะขอนำเสนอให้เห็นถึงมโนทัศน์ของความเป็นธรรมชาติดังรายละเอียดต่อไปนี้

**1.1 ชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ**

ความเป็นธรรมชาติที่ปรากฏเป็นร่องรอยให้เห็นจากการวิเคราะห์สัญญะในสินค้าวัฒนธรรมนั้น พบว่า “ชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ” คือ คุณค่าที่แฝงเร้นอยู่ในความเป็นธรรมชาติ มีตัวหมายหรือรูปสัญญะต่างๆ ที่สื่อให้เห็นถึงความผูกพันระหว่างคนกับแหล่งน้ำ โดยในที่นี้ถือว่าเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่เกิดขึ้นเองและขณะเดียวกันก็มีความใกล้ชิดกับคนไทยมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะกับคนไทยในท้องถิ่นที่มักจะต้องพึ่งพาธรรมชาติรอบๆ ตัว เช่น แม่น้ำ หรือ คู-คลองต่างๆ ในการอุปโภคและบริโภค เช่นเดียวกันกับชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมแห่งนี้ที่มีภาพของชีวิตความผูกพันระหว่างคนกับสายน้ำปรากฏตัวให้พบเห็นอยู่ทั่วไป นับเป็นการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างคนกับธรรมชาติ ซึ่งในที่นี้จะขอสรุปและแยกแยะให้เห็น ดังนี้

ตารางที่ 18 สัญญะเกี่ยวกับชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ

| ลักษณะ | รูปสัญญะ | ความหมายของสัญญะ |
|---|---|---|
| ชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ | - ตัวตลาดตั้งอยู่ริมน้ำ | - ความใกล้ชิดและผูกพันกับแม่น้ำ ลำคลอง |
| | - เรือที่สัญจรไปมาในแม่น้ำ | - ชีวิตที่พึ่งพิงกับแม่น้ำ ลำคลอง<br>- ปราศจากมลพิษทางอากาศและเสียง |
| | - แม่ค้าพายเรือขายของกัน ในคู-คลองต่างๆ | - การพึ่งพาอาศัยทรัพยากรน้ำของผู้คน |
| | - บ้านเรือนที่อยู่ริมน้ำ | - วัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของคนริมน้ำที่มีความเกื้อกูลกันระหว่างกัน |
| | - นักท่องเที่ยวนั่งเรือชมสวน โดยใช้แรงคนพาย | - การได้สัมผัสกับความงดงามของธรรมชาติหรือมีชีวิตที่ใกล้ชิดกับแม่น้ำ(ธรรมชาติ) |
| | - แม่น้ำ คู คลอง ต่างๆ | - ร่องรอยของความเป็นธรรมชาติ |

จากตารางในข้างต้น นับเป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณค่าความผูกพันระหว่างคนกับสายน้ำ ซึ่งในที่นี้ถือว่ามีความเกื้อกูลกันและกันมาอย่างยาวนาน ทั้งนี้รูปสัญญะที่สื่อให้เห็นปรากฏการณ์ดังที่กล่าวมา ก็คือ สภาพบ้านเรือน ร้านค้า และวิถีชีวิตของผู้คนริมน้ำที่ดูมีเสน่ห์นับเป็นภาพที่แสดงให้เห็นถึงความใกล้ชิดและผูกพันระหว่างธรรมชาติกับผู้คนได้เป็นอย่างดี ทำให้ย้อนดูนึกถึงวัฒนธรรมของคนไทยดั้งเดิมที่ส่วนใหญ่มักจะอาศัยอยู่ใกล้ชิดกับแม่น้ำ และ คู คลองต่างๆ มีการเดินทางค้าขายและไปมาโดยใช้แม่น้ำ ลำคลองเป็นปัจจัยในการประกอบสัมมาอาชีพ เช่น การพายเรือแลกเปลี่ยนของกัน ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้นับเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงความผูกพันหรือความใกล้ชิดของชุมชนที่มีต่อสายน้ำได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมแห่งนี้ที่มีสภาพแวดล้อมทางกายภาพอันแวดล้อมไปด้วยแหล่งน้ำซึ่งเปรียบเสมือนเป็น **“ต้นทุน”** ทางวัฒนธรรมที่เป็นบ่อเกิดแห่งรูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำ ทั้งนี้จะเห็นได้ชัดเจนว่าจะมีบรรดาพ่อค้าและแม่ค้าต่างได้นำเอาผลผลิตทางการเกษตรของตนมาพายขายกันมากมายหลายชนิด ซึ่งหลายคนเน้นการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่ดูเรียบง่าย สบายๆ เหมือนคนในชนบททั่วไปที่อาศัยและทำมาหากินอยู่ใกล้แหล่งน้ำซึ่งค่อนข้างมีความร่มรื่น

**1.2 การไม่พึ่งพิงเทคโนโลยี**

นัยความหมายของสินค้าที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิดด้านความเป็นธรรมชาติ ก็คือ การมีวิถีชีวิตที่ **“ไม่พึ่งพิงเทคโนโลยี”** หรือไม่ยึดติดกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เป็นผลพวงมาจากการใช้เครื่องมือสมัยใหม่ ซึ่งปรากฏการณ์นี้ได้สะท้อนให้เห็นจากรูปสัญญะต่างๆ เช่น ลักษณะการทำอาหารของพ่อค้าและแม่ค้าที่ใช้กรรมวิธีอันเรียบง่ายและไม่ซับซ้อนมากนักในการทำอาหาร เช่นกรณี การเผาปลา การปิ้งหมู ฯลฯ โดยใช้พลังความร้อนจากเตาถ่านและใช้มือในการควบคุม (Control) ตลอดเวลาเพื่อทำให้อาหารสุกอย่างทั่วถึงกัน นับเป็นความยากลำบากอย่างหนึ่งที่ต้องใช้ความอดทนและพยายามในการประกอบอาหารด้วยวิธีนี้ ไม่เหมือนกับกรณีการใช้เตาไฟฟ้าทั่วไปที่จะทำให้ได้รับความสะดวกและรวดเร็วกว่า ลักษณะการทำอาหารโดยใช้มือในการทำนี้ถือว่าเป็นความละเมียดละไมอีกอย่างหนึ่งสำหรับผู้ที่มีชีวิตแบบไม่รีบเร่งมากนัก นอกจากนี้การให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยการนั่งเรือชมสวนโดยเน้นการใช้คนพายเรือก็เป็นสัญญะอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงการชีวิตที่ปฏิเสธเทคโนโลยีสมัยใหม่ ภาพการมีชีวิตที่ไม่ต้องพึ่งพิงกับเทคโนโลยีในชุมชนตลาดน้ำแห่งนี้ นับว่ามีนัยที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะความหมายที่เกิดจากการไม่พึ่งพิงเทคโนโลยีนั้นในบริบทของการท่องเที่ยวนับว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะเดินทางมาสัมผัสกับวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนที่แวดล้อมไปด้วยความเป็นธรรมชาติ รวมทั้งการมีวิถีชีวิตที่ไม่ต้องพึ่งพากับความทันสมัยมากนัก อย่างเช่น รูปแบบการทำอาหารแบบง่ายๆ จากเตาถ่าน ฯลฯ

ตารางที่ 19 สัญญะเกี่ยวกับการไม่พึ่งพิงเทคโนโลยี

| ลักษณะ | รูปสัญญะ | ความหมายของสัญญะ |
|---|---|---|
| การไม่พึ่งพิงเทคโนโลยี | - การปิ้ง หรือเผาปลาด้วยความร้อนจากเตาถ่าน | - ลักษณะการทำอาหารแบบง่ายๆ ไม่ใช้เครื่องมือสมัยใหม่<br>- ความไม่เร่งรีบในการกินการอยู่ |
| | - การใช้มือควบคุมการทำอาหารทั้งหมดทุกขั้นตอน | - เน้นการพึ่งแรงงานคนเพียงอย่างเดียว |
| | - ภาชนะที่มาจากใบตองและดินเผา | - เป็นเครื่องใช้แบบง่ายๆ ในวัฒนธรรมดั้งเดิม<br>- ไม่ก่อให้เกิดอันตรายกับสิ่งแวดล้อม |
| | - เสื้อผ้าที่ตัดเย็บด้วยมือในคู-คลองต่างๆ | - ใช้ทักษะฝีมือคนทำ ไม่ใช่เครื่องจักรกล<br>- สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่เหมือนใคร |
| | - ร้านค้าที่ทำขึ้นง่ายๆ ด้วยมือคนทำอย่างเดียว เช่น การมุงหลังคาด้วยใบจาก | - เน้นใช้แรงงานคนและฝีมือคนทำเป็นหลัก<br>- ดูเป็นเสน่ห์น่าหลงใหล<br>- ใช้ระยะเวลาในการทำที่นาน ต้องอดทนสูง |
| | - แม่ค้าพายเรือขายของ | - ดูมีความเรียบง่าย ยังไม่เป็นสมัยนิยม |
| | - เรือไม้ที่ใช้คนพาย (แทนการใช้เครื่งจักรกล) | - ชีวิตที่ต้องพึ่งพาแรงงานคนเป็นหลัก<br>- ดูเป็นวิถีชีวิตของคนในสังคมดั้งเดิม |
| | - สภาพบ้านเรือนและร้านค้าแบบโปร่งๆ ไม่มีเครื่องปรับอากาศ | - ความพอใจกับชีวิตที่เป็นอยู่ ไม่ยึดติดกับความสะดวกสบายจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ |
| | - ยาและสมุนไพรไทยต่างๆ | - การพึ่งพิงกับการรักษาแพทย์แผนไทย (แทนการใช้ยาจากแพทย์แผนปัจจุบัน)<br>- ภูมิปัญญาพื้นบ้านของไทย |
| | - ตัวชุมชนที่แวดล้อมไปด้วยแหล่งน้ำและทรัพยากรทางธรรมชาติ | - ดูเป็นสังคมชนบทที่เต็มไปด้วยความร่มรื่นต่างจากสังคมเมืองที่มีแต่พื้นคอนกรีต |

จากตารางในข้างต้น เป็นการนำเสนอให้ภาพในอุดมคติของสังคมไทยที่แต่ดั้งเดิมนั้น ผู้คนส่วนใหญ่ต่างมีความเป็นอยู่ที่ค่อนข้างห่างไกลจากการใช้เทคโนโลยี หรือนัยหนึ่ง ก็คือ การดำเนินชีวิตในลักษณะ **"ไม่พึ่งพิงเทคโนโลยี"** นั่นเอง โดยเฉพาะกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เป็นผลพวงมาจากการความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ปรากฏการณ์ในลักษณะนี้ได้สะท้อนให้เห็นจากรูปสัญญะต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบของแนวคิดเกี่ยวกับการไม่พึ่งพาเทคโนโลยี เช่น กรรมวิธีการทำอาหารโดยการใช้วัฒนธรรมแบบการปิ้งหรือย่าง (ใช้เตาถ่าน) การใช้เรือพาย ฯลฯ ล้วนแล้วแต่ได้แสดงให้เห็นถึงการดำรงชีวิตที่ไม่จำเป็นต้องยึดติดกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ มีความพอใจกับสิ่งที่ตัวเองมีอยู่และไม่จำเป็นที่จะต้องดิ้นรนหรือแสวงหาสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับชีวิต ส่วนข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ ในชีวิตประจำวันก็มักจะเป็นของใช้ที่สร้างจากมือคน (Handmade) เป็นหลัก แสดงให้เห็นถึงรูปแบบวัฒนธรรมการใช้ชีวิตที่เรียบง่ายและสมถะ เป็นอัตลักษณ์ของคนไทยดั้งเดิมที่ได้ยึดถือกันมา นอกจากนี้สภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนที่มีแหล่งน้ำและพันธุ์พืชต่างๆ ก็เป็นสัญญะที่บ่งบอกให้เห็นถึงบริบทของความเป็นท้องถิ่นหรือชนบทที่สภาพแวดล้อมยังอุดมไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งจากข้อเท็จจริงที่ปรากฏเกิดขึ้นนี้ทำให้ดูแตกต่างไปจากสังคมเมืองซึ่งโดยปกติแล้วมักจะเต็มไปด้วยตึกราบ้านช่องและป่าคอนกรีตมากมาย ขณะเดียวกันผู้คนส่วนใหญ่ต่างก็มีชีวิตอยู่ในท่ามกลางความสะดวกสบายจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เทคโนโลยีทางด้านยานยนต์ การติดต่อสื่อสาร ฯลฯ แต่สำหรับในชุมชนแห่งนี้จะมีภาพของการเป็นสังคมที่เน้นการช่วยเหลือตนเองปรากฏอยู่ผ่านตัวสินค้าและบริการต่างๆ อย่างแยบยล ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่มีความเกี่ยวข้องกับความเป็นธรรมชาติแทบทั้งสิ้น

**1.3 การรักในคุณค่าของต้นไม้**

ความเป็นธรรมชาติอีกประการหนึ่งที่ปรากฏอยู่สินค้าท่องเที่ยว ก็คือ อุดมคติที่ว่าด้วยเรื่องของ **"การรักในคุณค่าของต้นไม้"** ซึ่งลักษณะนี้เองเป็นนิสัยใจคออย่างหนึ่งของคนไทยที่มักจะมีการพึ่งพาในคุณประโยชน์ของต้นไม้และพืชพันธุ์ต่างๆ โดยเฉพาะการใช้ **"สมุนไพรไทย"** มาเป็นยารักษาโรคต่างๆ ที่เกิดขึ้น สำหรับสัญญะที่เป็นการสื่อความหมายถึงการรักในคุณค่าของต้นไม้และพันธุ์พืช ก็คือ โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพของตัวชุมชนเองที่แวดล้อมไปด้วยแมกไม้ต่างๆ สิ่งนี้ถือว่าเป็นธรรมชาติอันงดงามที่ค่อนข้างหาได้ยากยิ่งในสังคมเมือง ในขณะที่ตัวสินค้าซึ่งเป็นสมุนไพรหายากหลายชนิดก็มีให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อและนำกลับไปใช้ในการดูแลร่างกายในลักษณะของธรรมชาติบำบัดซึ่งเป็นกรรมวิธีในการเยียวยาสุขภาพโดยการอาศัยภูมิปัญญาพื้นบ้านของไทยมาเป็นเครื่องมือในการรักษา ซึ่งในส่วนนี้จัดได้ว่าเป็นการรักษามรดกทางภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป

ตารางที่ 20 สัญญะเกี่ยวกับการรักในคุณค่าของต้นไม้

| ลักษณะ | รูปสัญญะ | ความหมายของสัญญะ |
|---|---|---|
| การรักในคุณค่าของต้นไม้ | - เรือไม้ที่ใช้ขายของในน้ำ | - ชีวิตที่พึ่งพิงกับธรรมชาติ(ต้นไม้) |
| | - ของเก่าเก็บที่ทำด้วยไม้ | - ความรักในคุณค่าของต้นไม้<br>- ความภาคภูมิใจที่เป็นสิ่งของที่ทำมาจากไม้<br>- เป็นการสืบทอดวัฒนธรรมที่ดีของสังคม |
| | - สมุนไพรไทยต่างๆ (ขมิ้น ตะไคร้ ฯลฯ ) | - ภูมิปัญญาการแพทย์พื้นบ้านที่ดูเรียบง่าย<br>- การรักษาด้วยการใช้ธรรมชาติบำบัด<br>- มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว |
| | - ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของต้นไม้ | - เน้นการดูแลสุขภาพโดยใช้วิธีธรรมชาติบำบัด |
| | - บ้านและร้านค้าที่ทำขึ้นจากไม้ต่างๆ | - การประยุกต์ธรรมชาติมาใช้ในวิถีชีวิต<br>- ดูมีแนวคิดอนุรักษ์นิยม |

แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นธรรมชาติที่ได้ถูกถ่ายทอดให้เห็นจากความรักในคุณค่าของต้นไม้และพันธุ์พืชนั้น เป็นภาพที่ปรากฏอยู่ค่อนข้างชัดเจนในสินค้าท่องเที่ยว ทั้งจากสัญญะที่เป็นสมุนไพรไทยต่างๆ ที่ทำหน้าที่ตอกย้ำให้เห็นถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมของสังคมไทยที่ผู้คนส่วนใหญ่ต่างได้พึ่งพิงต้นไม้และพืชสมุนไพรมาใช้ในการเยียวยารักษาสุขภาพ โดยเฉพาะต้นไม้กับคนถือว่ามีความผูกพันกันมาอย่างช้านานตลอดระยะเวลาของการดำเนินชีวิตของคนๆ หนึ่ง ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นการสร้างบ้านแปรงเมืองผู้คนก็มักจะนิยมใช้ไม้มาใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างที่อยู่อาศัย เช่น เสา หรือโครงสร้างของหลังคา นอกจากนี้บรรดาข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ฯลฯ ก็ล้วนแล้วแต่เป็นของใช้ที่แปรรูปมาจากไม้แทบทั้งสิ้น ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้นับเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงการนำเอาคุณค่าของจากธรรมชาติมาประยุกต์ใช้ในสังคมมนุษย์ สัญญะอย่างหนึ่งที่ช่วยสะท้อนให้เห็นภาพของการรักในคุณค่าของต้นไม้นั้น ก็คือ ของใช้เก่าเก็บต่างๆ ที่ทำด้วยไม้และผ่านกระบวนการใช้งานจริงมาแล้วจนปัจจุบันกลายมาเป็นคุณค่าดีๆ ที่ควรคู่แก่การเก็บสะสม เช่นเดียวกับสมุนไพรไทยต่างๆ ที่ให้คุณค่าและประโยชน์แก่สุขภาพ ทั้งนี้หลายคนสามารถหาซื้อใช้ได้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ(ต้นไม้) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่อยู่ใกล้ตัวคน

**2. วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม**

ภาพความเป็นท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นชัดอีกประการหนึ่งของชุมชนแห่งนี้ ก็คือ การมี **"วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม "** ซึ่งถือว่าเป็นเนื้อหาที่ปรากฏตัวให้เห็นอยู่ในสินค้า โดยประเด็นของการสื่อความหมายในเชิงสัญญะพบร่องรอยที่แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการมีวิถีชีวิตอันเรียบง่าย สมถะ และเน้นการพึ่งพาตนเองเป็นส่วนใหญ่ หรือนัยหนึ่งคือ การมีวิถีปฏิบัติที่ไม่ต้องพึ่งพิงกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มากนัก สัญญะส่วนใหญ่จะปรากฏให้เห็นในรูปแบบของวัฒนธรรมความเป็นอยู่แบบ **"พื้นบ้าน"** ที่ผู้คนมักจะใช้ชีวิตแบบเกื้อกูลกับธรรมชาติรอบตัวๆ และดำรงตนแบบไม่โลดโผนมากนัก ทั้งนี้แนวคิดเกี่ยวกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมนี้สามารถแยกแยะประเด็นสำคัญๆ ได้ ดังนี้

**2.1 ความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย**

ภาพวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่ปรากฏในสินค้าท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยม มีนัยที่แสดงออกถึงแนวความคิดเกี่ยวกับความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งในบริบทของสังคมไทยที่แต่เดิมนั้นผู้คนได้มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สงบ มีความผูกพันกับธรรมชาติรอบๆ ตัว โดยในที่นี้แนวคิดดังที่กล่าวมานี้ได้สะท้อนให้เห็นจากสัญญะที่ปรากฏในตัวสินค้าต่างๆ ทั้งจากวัฒนธรรมการกินอยู่ง่ายๆ ไม่เน้นการประกอบพิธีรีตองใดๆ ให้ยุ่งยาก มีความพึงพอใจกับสภาพความเป็นอยู่ของตนเอง ไม่ฟุ้งเฟ้อ และไม่เน้นการใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตมากนัก หากแต่เน้นการใช้ **"วิถีธรรมชาติ"** ที่ได้จากทรัพยากรรอบๆ ตัวมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต เช่นกรณี วิธีการทำอาหารขายให้นักท่องเที่ยวโดยผู้ขายส่วนใหญ่จะใช้การเผา (ปลาเผา) การย่าง และการนึ่ง ฯลฯ เพื่อทำให้อาหารสุก (ต้องใช้ระยะเวลาในการทำนาน) แทนวิธีการใช้เทคโนโลยีจากเตาอบซึ่งสามารถทำให้อาหารสุกเร็ว ขณะเดียวกันในส่วนของแรงงานในภาคการผลิตนั้นจะใช้แรงคนในครอบครัวเป็นหลัก และเน้นการทำกินทำใช้แบบพอเพียง ทั้งนี้จะใช้วิถีปฏิบัติแบบที่ไม่รีบเร่งมากนัก และของใช้ส่วนใหญ่จะใช้ทักษะ **"มือทำ"** (Handmade) เป็นส่วนใหญ่ เป็นสังคม Handmade ที่กระแสการท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจ เนื่องจากทำให้นึกถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมที่คนส่วนใหญ่นิยมใช้ทักษะฝีมือในการประดิษฐ์ประดอยข้าวของเครื่องใช้ต่างๆ ด้วยตนเอง เช่น ขนมและอาหารต่างๆ ที่ต้องใช้ความประณีตและละเอียดอ่อนของคนทำ สิ่งเหล่านี้เป็นการสื่อให้เห็นถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายอย่างหนึ่ง ซึ่งในมุมมองของการท่องเที่ยวนั้นการรับรู้ความหมายในเรื่องของความเป็นอยู่แบบเรียบง่ายนี้เป็นสิ่งที่ช่วยตอกย้ำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เคยเป็นรากฐานของมนุษย์มาก่อน โดยในลำดับต่อไปจะขอนำเสนอถึงรายละเอียดสำคัญๆ ของสัญญะที่สื่อความหมายเกี่ยวกับความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 21 สัญญะเกี่ยวกับความเป็นอยู่แบบเรียบง่าย

| ลักษณะ | รูปสัญญะ | ความหมายของสัญญะ |
|---|---|---|
| ความเป็นอยู่แบบเรียบง่าย | - บ้านไม้เก่าๆ ริมน้ำ ภานในไม่มีเครื่องปรับอากาศ | - ความเป็นอยู่แบบไม่ฟุ้งเฟ้อ ไม่เน้นวัตถุนิยมและสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก |
| | - เรือไม้ที่พายให้นักท่องเที่ยวนั่งชมสวน | - ชีวิตที่ไม่ยึดติดกับเทคโนโลยีสมัยใหม่เน้นั่ง |
| | - สมุนไพรไทยต่างๆ (ขมิ้น ตะไคร้ ฯลฯ ) | - ภูมิปัญญาการแพทย์พื้นบ้านที่ดูเรียบง่าย<br>- การรักษาด้วยการใช้ธรรมชาติบำบัด |
| | - ใบตองที่ใช้รองอาหาร | - เน้นการพึ่งพิงจากธรรมชาติ |
| | - การทำให้อาหารสุกโดยการเผา ย่าง ปิ้ง (รอนาน) | - เป็นกรรมวิธีการทำอาหารแบบง่ายๆ แบบดั้งเดิม<br>- การมีวิถีชีวิตที่ไม่ต้องเร่งรีบ สบายๆ |
| | - ใช้เตาถ่านเป็นเชื้อเพลิง | - การไม่ยึดติดกับเทคโนโลยี<br>- ดูไม่ค่อยมีอันตราย และให้ความละเมียดละไมกว่าการใช้เตาไฟฟ้า |
| | - ของทุกอย่างใช้มือคนทำ | - เป็นการพึ่งพาตนเอง |
| | - บ้านและร้านค้าที่ทำขึ้นจากไม้ | - การประยุกต์ธรรมชาติมาใช้ในวิถีชีวิต<br>- ดูมีแนวคิดอนุรักษ์นิยม |
| | - ของตกแต่งบ้านที่ทำด้วยมือ | - การให้ความสำคัญกับคุณค่าของใช้ที่ทำจากมือ |

จากตารางข้างต้น นับเป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของความเป็นอยู่ที่ดูเรียบง่าย ไม่ยึดติดกับกระแสความสะดวกสบายที่ได้รับจากเทคโนโลยี ซึ่งมีผลทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ต้องพึ่งพิงตัวเองมากขึ้น โดยเฉพาะแรงงานคน ในที่นี้สัญญะที่ได้ตอกย้ำให้เห็นคุณค่าของความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายมีหลายๆ องค์ประกอบ อาทิ สภาพบ้านเรือน (ไม้) ที่อยู่ริมน้ำ เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีความเป็นชนบทที่มีความใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยเฉพาะภายในบ้านนั้นปราศจากเทคโนโลยีอย่างเครื่องปรับอากาศยิ่งเป็นการย้ำให้เห็นถึงการมีชีวิตที่สมถะ ไม่ฟุ่มเฟือย ส่วนสัญญะที่เป็นกรรมวิธี

การหุงหาอาหารโดยการเผา หรืออย่างนั้น ถือเป็นวัฒนธรรมการทำให้อาหารสุกของคนในยุคโบราณที่มักจะใช้ความร้อนของไฟมาทำให้อาหารสุก ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ทำให้ภาพของสินค้าวัฒนธรรมมีความเด่นชัดเป็นอย่างมาก เนื่องจากสัญญะต่างๆ ได้สื่อให้เห็นถึงความเป็นอยู่ของคนที่เรียบง่ายพึ่งพิงกับธรรชาติ และมักจะใช้แรงของคนรวมทั้งมือเป็นเครื่องมือในการทำงานหรือปฏิบัติภารกิจต่างๆ ดูแล้วต่างจากผู้คนสมัยใหม่ที่นิยมใช้อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นสิ่งอำนวยความสำดวกต่างๆ ให้กับชีวิต เช่น ใช้รถยนต์แทนการเดินหรือพายเรือ นอกจากนี้โครงสร้างของชุมชนยังมีลักษณะที่ดูแล้วว่าใช้แรงงานคนและทักษะฝีมือของคนทำเป็นหลัก เช่น การมุมหลังคาด้วยใบจากได้สื่อถึงวัฒนธรรมการผลิตแบบพื้นบ้านที่ได้มีการประยุกต์เอาธรรมชาติมาใช้เป็นวัสดุในการประกอบและตกแต่งบ้านและตัวร้านค้า ในบริบทของการท่องเที่ยวสิ่งต่างๆ เหล่านี้นอกจากตัวมันจะทำหน้าที่เป็นสัญญะที่มีความหมายอันลึกซึ้งแล้ว หากแต่ยังเป็นภาพในอุดมคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์นิยมได้เป็นอย่างดี

**2.1 งานหัตถศิลป์**

ภาพสะท้อนที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งที่เน้นให้เห็นถึงรูปแบบการใช้ชีวิตแบบดั้งเดิมที่มามานาน ก็คือ **“งานหัตถศิลป์”** หรือที่เราเรียกว่า Handmade ซึ่งถือว่าเป็นปรากฏการณ์ที่อยู่ควบคู่กับสังคมไทยมาอย่างยาวนาน โดยผู้คนในสมัยนั้นส่วนใหญ่มักจะเน้นการพึ่งพิงตัวเองในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ทั้งนี้จะใช้ **“มือ”** เป็นเครื่องสำคัญในการประกอบสัมมาอาชีพ ทั้งหยิบ-จับ รวมถึงการสร้างของใช้ขึ้นมาเพื่อใช้สอย เช่น โต๊ะ-เก้าอี้ หรือของใช้ในบ้านก็ล้วนแล้วแต่ใช้สองมือในการทำขึ้นมา สิ่งที่ชัดเจนอย่างหนึ่ง ก็คือ งานประดิษฐ์ต่างๆ ซึ่งจำเป็นต้องใช้ทักษะฝีมือคนในการสร้างสรรค์เป็นอย่างมากถึงขนาดมีการเรียนการสอนกันในสถานศึกษาทั่วไป ลักษณะของสังคมที่เน้นการพึ่งพาตัวเองโดยการใช้คนมาเป็นปัจจัยในการผลิตสิ่งของต่างๆ นั้น ค่อนข้างเป็นที่เข้าใจและรับรู้กันโดยทั่วไป โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวของใช้หรือสินค้าที่ทำมาจากมือจะมีคุณค่าต่อจิตใจของผู้ซื้อเป็นอย่างมาก ดูมีความแตกต่างกับสินค้าอุตสาหกรรมที่ผลิตออกมาทีละมากๆ สำหรับสัญญะที่สื่อให้เห็นถึงคุณค่าของวัฒนธรรมการใช้มือทำนั้นมีให้พบเห็นค่อนข้างชัดเจน อย่างกรณี ลวดลายเสื้อผ้าที่เน้นการตัดเย็บด้วยฝีมือคนแทนเครื่องจักร หรือการประดิษฐ์ประดอยที่เน้นศิลปะการปั้น-การแกะสลักอาหารไทยคาวหวานก็แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายได้เป็นอย่างดี ทำให้สื่อถึงความประณีตและละเอียดอ่อน ทำให้มองได้ว่าอยู่ในบริบทของสังคมที่ไม่เร่งรีบมากนัก ซึ่งทั้งหมดเป็นบุคลิกของคนในสังคมดั้งเดิมที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นการพึ่งพิงตัวเองเป็นหลัก ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงและผู้ชายก็มักจะถูกพ่อ - แม่ พร่ำสอนให้มีการเรียนรู้งานด้าน **“หัตถศิลป์”** เสมอ เพื่อใช้เป็นทักษะติดตัวในการดำเนินชีวิตและประกอบสัมมาอาชีพในภายภาคหน้า ปรากฏการณ์เช่นนี้พบเห็นได้จากสัญญะสำคัญๆ ดังที่จะสรุปในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 22 สัญญะเกี่ยวกับการใช้มือทำ

| ลักษณะ | รูปสัญญะ | ความหมายของสัญญะ |
|---|---|---|
| การใช้มือทำ | - การปิ้ง - ย่าง ด้วยมือคน | - ความละเมียดละไม ไม่รีบร้อน<br>- การทำอาหารให้สุกแบบง่ายๆ ไม่ซับซ้อน |
| | - การใช้มือปั่นขนมเป็นรูปต่างๆ | - ความพิถีพิถันและความละเอียดอ่อน |
| | - การพายเรือโดยใช้คนพาย | - เน้นการพึ่งพาตัวเองสูง<br>- สะท้อนชีวิตที่เป็นชนบท |
| | - สภาพร้านค้าที่ทำสร้างหรือตกแต่งด้วยมือคน | - ความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย<br>- การใช้จ่ายที่ดูมัธยัสถ์ รู้คุณค่าของเงิน |
| | - การปักผ้าด้วยมือแทนการใช้จักรเย็บผ้า | - ฝีมือเชิงหัตถศิลป์ที่ดูทรงคุณค่า<br>- ผลงานไม่เหมือนใคร มีเอกลักษณ์สูง |
| | - การประกอบอาหารด้วยมือกันสดๆ | - ดูใหม่ สด น่ารับประทาน |
| | - ของใช้ที่สร้างขึ้นด้วยมือซึ่งส่วนใหญ่ทำมาจากไม้ | - ชีวิตที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ<br>- การพึ่งพาแรงงานคนแทนการใช้เครื่องจักรหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่<br>- ความมีคุณค่าราคา |

จากตารางข้างต้น ได้แสดงให้เห็นถึงวิถีปฏิบัติของคนที่ยึดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมที่ผู้คนในสังคมมักจะเน้นการพึ่งพิงตัวเองเป็นหลัก และใช้ “มือ” เป็นเหมือนเครื่องมือในการประกอบกิจวัตรประจำวัน สะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของความเป็นคนในยุคดั้งเดิมที่สมัยนั้นยังไม่ค่อยมีการใช้เทคโนโลยีมากนัก ผู้คนส่วนใหญ่นิยมใช้แรงงานและทักษะฝีมือของตนเองในการประกอบสัมมาอาชีพ สำหรับสัญญะที่สื่อให้เห็นถึงวัฒนธรรมมการใช้มือทำนั้นมีหลากหลาย อย่างกรณี การใช้มือในการประกอบอาหารปิ้ง-ย่างกันสดๆ เพื่อทำให้อาหารสุกอย่างช้าๆ ด้วยมือนั้นได้ตอกย้ำให้เห็นถึงชีวิตที่ไม่เร่งรีบมากนัก เป็นความละเมียดละไม ในขณะที่การพายเรือนั้นสื่อถึงการพึ่งพาตนเอง รวมถึงสภาพร้านค้าและบ้านเรือนที่สร้างกันขึ้นมาจากแรงงานคนโดยใช้ฝีมือคนทำก็ได้บ่งบอกให้ทราบถึงฝีมือทางการช่างและศิลปะของคนที่ทำได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ที่บอกให้รู้ว่าผ่านการใช้มือคนทำก็จะบ่งบอกถึงความมีคุณค่าได้เป็นอย่างดี โดย

เฉพาะเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับสภาพสังคมในปัจจุบันของใช้ที่ทำมาจากมือจะถือว่าเป็นของหายากและมีคุณค่าต่อการเก็บสะสมเป็นอย่างมาก บางอย่างมีราคาแพง ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นผ่านสัญญะดังที่กล่าวมาจึงทำให้รับรู้ได้ว่าวัฒนธรรมการใช้มือในการทำงานต่างๆ นั้น เป็นลักษณะของคนที่มีวิถีปฏิบัติในยุคดั้งเดิมซึ่งคนเหล่านั้นมักจะมีความละเอียดอ่อน มีชีวิตที่ไม่รีบเร่ง รวมทั้งมีฝีมือเชิงหัตถศิลป์เป็นอย่างดีจนทำให้สามารถใช้คุณค่าเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างกลมกลืนจนไม่จำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีมากนัก หากแต่จะพึ่งพิงธรรมชาติรอบๆ ตัว มาเป็นปัจจัยในการผลิตแทนดังเช่นการสร้างลวดลายบนผ้าต่างๆ ที่ล้วนแล้วแต่ใช้ทักษะฝีมือในการทำทั้งสิ้น

จากข้อมูลดังที่กล่าวมา นับเป็นการแสดงให้เห็นมโนทัศน์เกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิม ซึ่งประกอบได้ด้วยความเรียบง่ายของชีวิต และเป็นสังคมที่เน้นการพึ่งพิงตนเองโดยการใช้แรงงานและมือคนเป็นปัจจัยในการดำเนินผลิต

**3. วัฒนธรรมกระแสนิยม**

แนวความคิดเกี่ยวกับ **“วัฒนธรรมกระแสนิยม”** นับเป็นคุณค่าทางสังคมที่มีความหมายอย่างหนึ่งในสินค้าท่องเที่ยว ซึ่งแนวความคิดนี้มีลักษณะที่คล้ายคลึงและสอดคล้องกับปรากฏการณ์ **“สินค้ากระแสนิยม”** หรือที่เรียกว่า **“ป๊อป คัลเจอร์” (Pop Culture)** ที่มีความหมายในทำนองว่า วัฒนธรรมที่เป็นที่นิยมของคนในสังคม ถ้าเป็นสินค้าก็มองได้ว่าเป็นสินค้าติดตลาดที่อยู่ในกระแสความนิยมทั่วไปซึ่งมีอยู่หลายหลายรูปแบบทั้งที่เป็นการบริโภคสินค้า - บริการ รวมทั้งรูปแบบการใช้ชีวิตที่สอดแทรกอยู่ในกิจวัตรประจำวัน โดยเฉพาะในสังคมสมัยใหม่ที่วัฒนธรรมกระแสนิยมมักจะแฝงอยู่ในทุกๆ กิจกรรมของชวิต เช่น การฟังเพลง การจับจ่ายซื้อของ การท่องเที่ยว การทำงาน การรับสื่อ ฯลฯ สำหรับแนวความคิดวัฒนธรรมกระแสนิยมดังที่กล่าวมานี้ จะประกอบไปด้วยมโนทัศน์ที่สำคัญ ดังนี้

**3.1 การนำของเก่ามาสร้างให้**

รูปแบบของการนำของเก่ามาสร้างใหม่จัดอยู่ในบริบทของวัฒนธรรมกระแสนิยมที่ได้รับความสนใจ เนื่องด้วยเป็นการเชิดชูคุณค่าในอดีตที่ผ่านมาให้กลับมา ซึ่งอาจจะเป็นข้าวของเครื่องใช้ที่โดดเด่นหรือเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีอยู่ในสังคมสมัยหนึ่ง แล้วนำมาสร้างหรือจัดทำขึ้นใหม่โดยเอาส่วนใดส่วนหนึ่งมาประยุกต์ใช้ไว้ในตัวสินค้า เช่น กระแสของความเป็นไทยในเสื้อผ้าแฟชั่นหรือความเป็นธรรมชาติในเครื่องดื่มประเภทน้ำแร่ต่างๆ ปรากฏการณ์ในลักษณะนี้สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในสินค้ากระแสนิยมที่บรรดาร้านค้าหรือเจ้าของสินค้ามักจะเอาคุณค่าของสิ่งดีๆ ในอดีตที่เป็นเอกลักษณ์มาสอดใส่ไว้ในตัวสินค้าที่สร้างขึ้นมาใหม่ เพื่อให้มันมีมูลค่าทางจิตใจหรือมีความหมายต่อวิถีชีวิตของผู้ซื้อหรือเจ้าของ ซึ่งในที่สามารถสรุปให้เห็นได้จากตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 23 สัญญะเกี่ยวกับการนำของเก่ามาสร้างใหม่

| ลักษณะ | รูปสัญญะ | ความหมายของสัญญะ |
|---|---|---|
| การนำของเก่ามาสร้างใหม่ | - ลวดลายบนกระโปรงที่ทำด้วยมือผสมผสานกับการตัดเย็บด้วยจักรอุตสาหกรรม | - ความละเอียดอ่อน ประณีตศิลป์<br>- คุณค่าของที่ทำจากมือที่ดูต่างจากของที่ทำมาจากเครื่องจักร ไม่เหมือนใคร<br>- การผสมผสานเอาของเก่ากับใหม่ |
| | - ลายผ้าขาวม้าที่อยู่บนเสื้อกางกงของสตรี | - ความเป็นไทยที่ทรงเอกลักษณ์<br>- วัฒนธรรมพื้นบ้านที่ดูเรียบง่าย<br>- กระประยุกต์เอาความเป็นไทยมาใส่ไว้ในเสื้อผ้าสตรี |
| | - การตกแต่งร้านให้ดูเก่าแต่ภายในมีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ ฯลฯ | - การสร้างหรือทำให้ดูย้อนยุค หรือดูเก่าๆ<br>- ดูมีความทันสมัยในแบบของเก่า<br>- ดูมีรสนิยม |
| | - น้ำตกจำลองที่ทำเลียนแบบบ้านในชนบท มีเหล่งน้ำ มีนก โดยตัวน้ำตกใช้ระบบไฟฟ้า | - แสดงถึงความดั้งเดิมของสังคม และระบบนิเวศทางธรรมชาติ<br>- การนำเอาความทันสมัยมาใส่ไว้ในความเป็นธรรมชาติเพื่อให้ง่ายต่อการใช้สอย |
| | - เรือไม้เก่าๆ ที่ติดตั้งเครื่องยนต์ที่มีกำลังสูง | - การอนุรักษ์นิยมบนฐานของความทันสมัย<br>- ชีวิตที่ดูสอดประสานกันระหว่างของเก่ากับของใหม่ |
| | - สภาพบ้านเรือนที่ทำด้วยไม้ผสมกับการใช้ปูนซีเมนต์ | - ความหลากหลาย<br>- การเปลี่ยนแปลงที่ค่อยๆ ดำเนินไปตามยุคสมัยของสังคม (ไม้อาจจะหายากขึ้น) |

จากตารางข้างต้น ได้แสดงให้เห็นภาพของการเอาของเก่ามาสร้างใหม่ให้เป็นสินค้าวัฒนธรรมที่ปรากฏร่องรอยของคุณค่าดีๆ ของสังคมไทยที่ครั้งหนึ่งได้เคยมีมาแล้วแต่ในตอนนี้ได้นำกลับมาทำใหม่ให้ดูน่าสนใจ ถือเป็นสินค้ากระแสนิยมที่ทำขึ้นมาเพื่อให้มีความหลากหลายสามารถสนองตอบต่อความต้องการของผู้ซื้อได้มากขึ้น สินค้าในกลุ่มนี้จะมีลักษณะของการผสมผสานเพื่อ

ทำให้ตัวสินค้านั้นมีคุณค่าความหมายตามที่ผู้ผลิตต้องการจะสื่อสารออกไป เช่น ในกรณีสัญญะที่เป็นเสื้อผ้าที่มีลวดลายผ้าขาวม้า ทั้งนี้หากพิจารณาดูแล้วสีสันและลวดลายผ้าขาวม้านั้นถือเป็นตัวแทนของความเป็นไทย ในขณะเสื้อผ้าที่ได้ถูกตัดเย็บขึ้นมาใหม่โดยเครื่องจักรอุตสาหกรรมนั้นนับเป็นภาพตัวแทนของความเป็นสมัยใหม่ เช่นเดียวกันกับความพยายามในการตกแต่งร้านค้าให้ดูเก่าหรือย้อนยุคเพื่อสื่อถึงความ **"ขลัง"** มองดูแล้วฉายภาพของอดีต หากแต่เครื่องปรับความเย็นและสิ่งอำนวยความสะดวกที่อยู่ในร้านถือเป็นสัญญะของความสมัยใหม่ นอกจากนี้แนวคิดเกี่ยวกับการนำของเก่ามาสร้างใหม่นี้ยังอยู่ในรูปสัญญะในสินค้าวัฒนธรรม อย่างกรณีการใช้เรือไม้เก่าๆ วิ่งรับนักท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้ได้สื่อถึงกระแสการอนุรักษ์นิยมดั้งเดิม เนื่องจากเรือทำมาจากไม้(ธรรมชาติ) แต่เครื่องยนต์ในที่นี้ถือเป็นตัวแทนของเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ต้องใช้พลังงานในการขับเคลื่อน ซึ่งในที่นี้ก็คือน้ำมัน (ต้องหาซื้อและมีราคาแพง) รูปแบบของการทำของใหม่ให้ดูเก่าหรือดูทรงคุณค่าในอดีตนั้นนัยหนึ่งก็คือ ความพยายามในการสร้างสินค้าเพื่อให้ขายได้โดยนำเอาคุณค่าในอดีตบางส่วนมาประยุกต์ใช้กับของที่ทำขึ้นมาใหม่ให้ดูกลมกลืนและมีคุณค่าความหมายต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

**3.2 ความหลากหลาย**

กระบวนการสร้างวัฒนธรรมกระแสนิยมให้กับสินค้า นับเป็นอีกมิติหนึ่งที่ได้ปรากฏให้เห็นจากการผลิตสินค้า โดยในที่นี้ร่องรอยของความเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยม ก็คือ การทำสินค้าให้ดูมีความหลากหลาย หรืออีกนัยทำนองหนึ่ง ก็คือ การทำสินค้าเพื่อคนทุกๆ กลุ่ม แนวคิดนี้นับว่ามีความสำคัญอย่างมากกับภาพความเป็นกระแสนิยมเป็นอย่างมาก ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าจะมีสัญญะที่ได้สื่อถึงความหลากหลายไว้ในหลายๆ ชนิดของสินค้า เช่น กรณีเครื่องมือเกี่ยวกับตกแต่งความงามที่ตัวสินค้าได้พยายามเน้นเป็นสินค้าสำหรับกลุ่มผู้หญิง ซึ่งมักจะมีบุคลิกรักสวยรักงาม สินค้าในกลุ่มนี้ก็จะมีปรากฏให้เห็นอยู่มากหน้าหลายตา มีหลายแบบให้ได้เลือกซื้อ ทั้งนี้เพื่อเป็นตัวเลือกนั่นเอง เช่นเดียวกันกับรูปแบบการให้บริการนักท่องเที่ยวที่ทำให้ดูมีตัวเลือก กล่าวคือ ในชุมชนมีการนั่งเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำจากการนั่งเรือที่ใช้คนพายกับการนั่งเรือที่ติดเครื่องยนตร์เสียงดังแต่แล่นเร็วเพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือก ซึ่งให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันได้ สัญญะที่แสดงให้เห็นดังที่กล่าวมาในตัวสินค้าวัฒนธรรมนั้นจัดเป็นความหลากหลายทางการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่สร้างความสนใจให้กับตลาดการท่องเที่ยวให้ดูไม่ซ้ำซาก คล้ายกับการมีสินค้าประเภทเดียวกันแต่หลายชนิดอยู่ในตลาดเพื่อให้ผู้ซื้อได้ตามความต้องการ อาศัยแนวคิดดังที่กล่าวมาจึงเข้าใจได้ว่าสินค้าในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมแห่งนี้นัยหนึ่งก็มีความหลายหลายเช่นเดียวกันกับสินค้าในกระแสนิยมที่มักจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบไปเพื่อพัฒนาสินค้าให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่หลายหลายได้ ซึ่งในที่นี้สามารถสรุปให้เห็นได้ ดังนี้

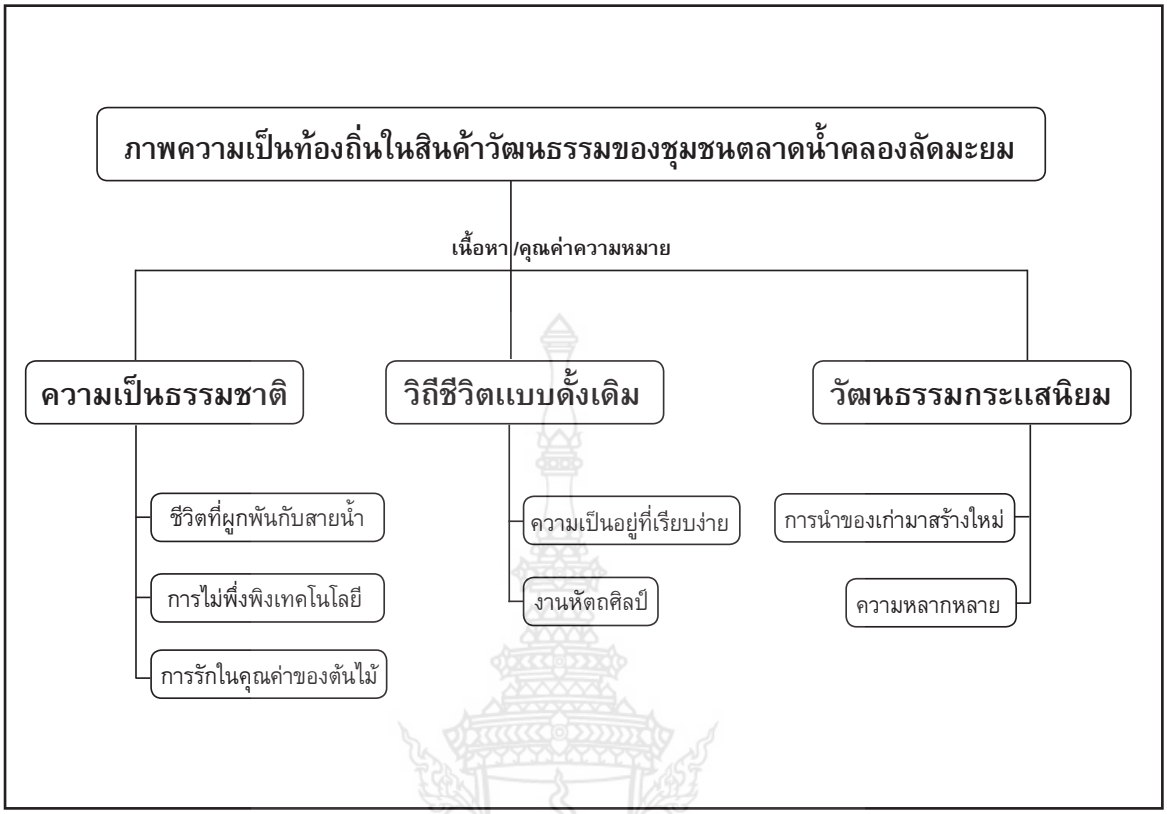
ตารางที่ 24 สัญญะเกี่ยวกับความหลากหลาย

| ลักษณะ | รูปสัญญะ | ความหมายของสัญญะ |
|---|---|---|
| ความหลากหลาย | - เรือพายกับเรือยนต์ | - ความอนุรักษ์กับความสมัยใหม่<br>- ของเก่ากับของใหม่ |
| | - สภาพบ้านเรือนที่ทำด้วยไม้ผสมกับการใช้ปูนซีเมนต์ | - การไม่มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัว<br>- การเปลี่ยนแปลงที่ค่อยๆ ดำเนินไปตามยุคสมัยของสังคม (ไม้อาจจะหายากขึ้น)<br>- การที่ไม่ยึดติดกับอดีตที่ผ่านมา |
| | - การร่องเรือ ขี่ม้า ให้อาหารปลา-แพะ ฯลฯ | - ความสามารถในการเข้าถึงธรรมชาติ<br>- ความหลากหลายของธรรมชาติ |
| | - เด็กๆ กำลังวาดภาพระบายสีโดยมีพ่อ-แม่ นั่งใกล้ๆ | - กิจกรรมเพื่อครอบครัว<br>- การให้ความสำคัญกับชีวิตครอบครับแสดงออกถึงความรัก ความผูกพัน |
| | - รายการอาหาร-ร้านค้าที่มากมายหลายอย่าง | - เพื่อให้ตรงกับความต้องการของทุกคน |

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า แนวคิดเกี่ยวกับความหลากหลายได้ค่อยๆ ปรากฏตัวให้เห็นผ่านสัญญะต่างๆ ในสินค้าวัฒนธรรม ซึ่งเมื่อพิจารณาดูแล้วจะพบว่าเป็นคุณค่าที่อยู่ในการสร้างวัฒนธรรมกระแสนิยมผ่านตัวสินค้าต่างๆ เน้นการทำให้สินค้าขายได้เป็นหลัก อย่างหนึ่งที่มักพบเห็นกัน ก็คือ ทำสินค้าให้ดูหลากหลายเพื่อลูกค้าจะได้มีทางเลือกในการซื้อมากขึ้นซึ่งจะได้ส่งผลดีต่อยอดขายสินค้า อย่างในกรณีนี้จะเห็นได้ว่ามีการเพิ่มทางเลือกโดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ระหว่างสัญญะตัวแรก คือ การเลือกนั่งเรือไม้ที่ใช้คนพายกับสัญญะตัวที่สอง คือ การนั่งเรือที่ติดเครื่องยนต์ โดยในกรณีสัญญะตัวแรกสื่อถึงความเรียบง่ายและดั้งเดิมดูเป็นแนวอนุรักษ์นิยม ส่วนสัญญะตัวที่สองแสดงถึงการพึ่งพิงเทคโนโลยีเหมือนในสังคมสมัยใหม่ทั่วไปหากแต่อีกส่วนหนึ่งยังอิงอยู่กับธรรมชาติ(เรือไม้) ปรากฏการณ์เช่นนี้ถือเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงการให้บริการที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความหลากหลาย ดูให้ความสำคัญกับผู้ซื้อ เช่นเดียวกับการสัมผัสบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกกิจกรรมได้ว่าจะให้อาหารสัตว์ปลา แพะ หรือจะไปขี่ม้า ฯลฯ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้หากมองในมุมมองด้านการตลาดสมัยใหม่นัยหนึ่ง ก็คือการทำให้สินค้าและบริการมีความหลากหลายเพื่อที่จะอุดช่องว่างทางการตลาดให้เหลือน้อยที่สุด

โดยสิ่งที่จะสามารถทำได้ในที่นี้ ก็คือ การทำออกมาให้มีหลายๆ รูปแบบเพื่อให้ผู้ซื้อเลือกได้ตามความพอใจ

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมด นับเป็นการสรุปถึงเนื้อหาที่เป็นข้อค้นพบเกี่ยวกับภาพความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏให้เห็นผ่านสินค้าวัฒนธรรม ซึ่งในแต่ละประเด็นล้วนแล้วแต่มีคุณค่าและความหมายให้ได้ตระหนักรู้เป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวนับว่ามีประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันอย่างน่าสนใจ ในบทต่อไปจะขอนำเสนอถึงวิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะซึ่งก็ถือว่ามีความสำคัญอีกประการหนึ่ง




แผนภาพที่ 5 ภาพความเป็นท้องถิ่นในสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม

**ตอนที่ 4 วิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะในสินค้าวัฒนธรรม**

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดดังที่กล่าวมา ทำให้ได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจเป็นอย่างมากเกี่ยวกับภาพความเป็นท้องถิ่นที่แสดงผ่านให้เห็นจากสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ทั้งนี้ความหมายที่ปรากฏตัวขึ้นนั้นได้ค่อยๆ เกาะเกี่ยวขึ้นเป็นโครงร่างของแนวความคิดที่ลุ่มลึกและมีความหมายต่อบริบทของการท่องเที่ยวที่ได้พยายามหยิบยกเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้เป็นจุดสนใจของการท่องเที่ยว ในลำดับต่อไปผู้วิจัยจะขอนำเสนอถึงวิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏในสินค้าวัฒนธรรม ดังมีรายละเอียดพอ คือ

1.) สินค้าวัฒนธรรมในชุมชนแห่งนี้ ไม่ใช่เป็นเพียงวัตถุทางกายภาพที่สนองตอบต่อการใช้สอยเพียงอย่างเดียว หากแต่ตัวมันเองยังมีคุณค่าความหมายที่ลึกซึ้งทางด้านจิตใจต่อผู้ซื้อหรือผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น อาหารการกินต่างๆ จะเน้นไปที่วิธีการเผา ปิ้ง และย่าง ด้วยมือกันสดๆ โดยใช้เตาถ่าน(ทำให้อาหารสุกช้าและต้องใช้เวลานาน) คือ สัญญะที่สื่อความหมายถึงการมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย สบายๆ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ดูแตกต่างจากวิถีปฏิบัติของคนในสังคมเมืองที่มักจะมีการดำเนินชีวิตบนพื้นฐานของความเร่งรีบ หรือกรณีการนั่งเรือชมวิถีชุมชนริมน้ำถือเป็นการนำเอานักท่องเที่ยวย้อนอดีตกลับเข้าสู่สังคมชนบทไทยที่ครั้งหนึ่งผู้คนได้ใช้ชีวิตอันแวดล้อมไปด้วยความเป็นธรรมชาติ ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเหล่านี้นับเป็นตัวแทนทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่แฝงฝังอยู่ในตัวสินค้าท่องเที่ยว

2.) การที่จะเข้าใจความหมายอันถ่องแท้ของสัญญะได้นั้น จะต้องใช้หลักการอ่านความหมายโดยนัย (Connotative Meaning) เป็นสำคัญ เนื่องจากระดับความหมายที่เป็นองค์ประกอบของแนวความคิดนั้นอยู่ในระดับลึกต้องใช้การตีความเพื่อถอดรหัสความหมายนั้นจึงจะสามารถเข้าใจได้อย่างถ่องแท้ โดยรูปสัญญะต่างๆ ที่จะมารวมกันจนสุดท้ายกลายมาเป็นแนวความคิดหลักได้นั้น ผู้อ่านความหมายจะต้องใช้การอ่านความหมายโดยนัยจึงจะสามารถเข้าใจความหมายที่แท้จริงได้ ยกตัวอย่างกรณีสัญญะต่างๆ ที่เกี่ยวกับตลาดน้ำอันประกอบไปด้วยสถาพบ้านเรือนเก่าๆ ริมน้ำ มีคนพายเรือขายของกัน และมีแม่น้ำ - ลำคลองไหลผ่านชุมชน ฯลฯ ปรากฏการณ์เช่นนี้เมื่อเราใช้หลักการอ่านความหมายโดยนัยก็จะสามารถแปลความหมายได้ทันที่ว่า เป็นการสื่อให้เห็นถึงสภาพความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่นหรือชนบทที่แวดล้อมไปด้วยความเป็นธรรมชาติ มีความร่มรื่นสูง และแสดงถึงการมีชีวิตที่ผูกกันกับสายน้ำมาอย่างยาวนาน ลักษณะการอ่านความหมายในเชิงลึกเช่นลึกนี้จะช่วยทำให้สามารถมองเห็นภาพโครงสร้างความคิดของสังคมได้อย่างชัดเจนขึ้น

3.) สัญญะ และรูปสัญญะนั้น สามารถให้ความหมายได้หลากหลาย ไม่มีข้อจำกัดที่ตายตัวขึ้นอยู่กับผู้ที่ตีความหรือเกี่ยวข้อง เช่น การทำความเข้าใจกับสินค้าสุขภาพ อย่าง สมุนไพรไทยโบราณที่ขายกันเองแบบง่ายๆ นั้น มองได้ว่าเป็นการแสดงออกถึงภูมิปัญญาพื้นบ้านดั้งเดิมที่เป็นมรดกตกทอดกันมา ขณะเดียวกันในสังคมสมัยใหม่ก็อาจมองได้ว่าไม่ค่อยมีความน่าเชื่อถือเท่าที่ควร เนื่องไม่มีเอกสารรับรองอย่าง อย. กำกับไว้ แต่สำหรับในบริบทของการท่องเที่ยวกลับมองเป็น

เสน่ห์ที่ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนตลาดคลองลัดมะยมแห่งนี้มีจุดเน้นที่ชัดเจนขึ้น โดยเฉพาะในด้านเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่นซึ่งถือว่าเป็นเนื้อหาที่บรรจุอยู่ในตัวสินค้า

4.) การสื่อสารเชิงสัญญะที่ปรากฏในสินค้าวัฒนธรรม มีลักษณะของการสื่อความหมายแบบ Metonmy ซึ่งเกิดจากการใช้ส่วนย่อยหรือเล็ก (Part) สื่อความหมายถึงส่วนใหญ่หรือทั้งหมด เช่น **“เรือไม้”** ที่นำมาจัดวางไว้แบบลำเดียวโดดๆ บนบกบริเวณหน้าตลาดน้ำคลองลัดมะยมเพื่อสื่อถึง **“ความเป็นตลาดน้ำ”** ซึ่งก็จะโยงใยไปถึงความเป็นธรรมชาติด้วยเช่นกัน ดังนั้นเมื่อเห็นเรือก็เท่ากับว่าหมายรวมถึงมีแม่น้ำ คู-คลองไปในตัวด้วย และทั้งหมดก็เพื่อที่จะนำไปสู่ความเป็นธรรมชาติ สมกับที่ตลาดแห่งนี้ใช้เป็นจุดขายเพื่อเชิญชวนให้คนเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งนี้โดยชูประเด็นที่ว่าเป็น **“ตลาดสีเขียว”(Green Marketing)** ที่อยู่กลางใจเมือง

จากข้อมูลที่กล่าวมา ได้แสดงให้เห็นถึงบทสรุปเบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อความหมายเชิงสัญญะในสินค้าวัฒนธรรมที่ตัวมันเองนั้นได้บรรจุเนื้อหาบางอย่างไว้อย่างแยบยล โดยในลำดับต่อไปจะขอนำเสนอถึงวิธีการสื่อความหมาย ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปและแยกแยะให้เห็นได้ ดังนี้

**4.1 การสื่อความหมายเชิงกระบวนทัศน์ (Paradigmatic)**

การสื่อสารเชิงสัญญะที่ปรากฏให้เห็นผ่านสินค้าวัฒนธรรมจนค่อยๆ ก่อกำเนิดเป็นแนวความคิดทั้ง 3 ประการ ดังที่กล่าวมาตั้งแต่ต้นนั้น การสื่อความหมายเชิงกระบวนทัศน์นับเป็นรูปแบบการสื่อสารอย่างหนึ่งในเชิงสัญญะที่เกิดขึ้นจากการใช้ **“รหัส”** หรือชุดของ **“สัญญะย่อย ๆ”** (Set of Sign) มาเป็นองค์ประกอบในการสร้างความหมาย โดยรหัสหรือสัญญะย่อยๆ นั้นตัวมันเองได้ให้ความหมายในลักษณะที่คล้ายคลึงกันหรือไปในทิศทางเดียวกัน การสร้างหรือให้ความหมายในรูปแบบเช่นนี้สามารถทำให้มองเห็นโครงร่างของแนวคิดคิดหรือมโนทัศน์ของคนในชุมชนได้ในที่สุด ซึ่งในที่นี้จะนำเสนอให้เห็นได้จากแนวความคิดสำคัญๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.1 กระบวนทัศนของความเป็นธรรมชาติ

รูปแบบการสื่อสารเชิงสัญญะที่ปรากฏให้เห็นจากกระบวนทัศน์ของความเป็นธรรมชาติเกิดจากการรวมตัวของรหัสความหมายต่างๆ ซึ่งในที่นี้ คือ สัญญะย่อยๆ ที่ตัวมันเองสามารถสื่อสารให้คนทั่วไปรับรู้ถึงร่องรอยหรือชุดความหมายอันเกี่ยวกับ “ความเป็นธรรมชาติ” ได้ การนำเอาองค์ประกอบของความหมายเล็กๆ อันเกิดจากชุดของสัญญะต่างๆ มารวมตัวกันเพื่อที่จะสื่อถึงความเป็นธรรมชาตินั้นนับเป็นปรากฏการณ์ที่สำคัญของกระบวนการสร้างแนวความคิด (Concdept) เพื่อที่จะใช้ในการสื่อสารกับผู้คนในสังคม โดยเฉพาะในแวดวงสื่อสารมวลชน การตลาด และ ฯลฯ ล้วนแล้วแต่อาศัยกระบวนการสร้างแนวคิดเป็นองค์ประกอบในการทำความเข้าใจกับผู้คนในสังคมเพื่อให้รับรู้เนื้อหาในสิ่งที่ต้องการบอกเล่า ทั้งนี้โดยนำเอาสัญญะต่างๆ ที่ให้ความหมายไปในทิศทางเดียวกันหรือสอดคล้องกันมาเป็นองค์ประกอบในการสื่อความหมายเพื่อสร้างความชัดเจนให้กับผู้รับสาร ซึ่งในที่นี้สามารถสรุปให้เห็นได้จากตาราง ดังนี้

ตารางที่ 25 กระบวนทัศน์ของความเป็นธรรมชาติ

| กระบวนทัศน์ | ชุดของกระบวนทัศน์ | รหัส/สัญญะย่อย ๆ |
|---|---|---|
| ความเป็นธรรมชาติ | - ชีวิตที่ผูกกันกับสายน้ำ | - ตัวตลาดที่ตั้งอยู่ริมน้ำทำให้ดูร่มรื่น<br>- เรือที่พ่อค้า-แม่ค้า ใช้พายขายของกัน<br>- บ้านเรือนไม้เก่า ๆ ที่ตั้งอยู่ริมน้ำ<br>- นักท่องเที่ยวนั่งเรือพายชมสวน<br>- สภาพแม่น้ำ คู-คลอง ต่าง ๆ |
| | - การไม่พึ่งพิงเทคโนโลยี | - การปิ้ง-ย่าง-เผา อาหารด้วยเตาถ่าน<br>- ใบตองที่นำมาเป็นภาชนะใส่อาหาร<br>- สภาพร้านค้าที่สร้างและตกแต่งด้วยมือ<br>- เรือที่ใช้แรงคนพาย(แทนเครื่องจักร)<br>- สภาพร้านค้าและบ้านเรือนแบบโล่ง ๆ ที่ปราศจากเครื่องปรับอากาศ<br>- สินค้าในกลุ่มสมุนไพรต่าง ๆ<br>- สภาพตลาดที่แวดล้อมไปด้วยแหล่งน้ำและทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ |
| | - การรักในคุณค่าของต้นไม้ | - การใช้เรือที่ทำมาจากไม้<br>- ของใช้ต่าง ๆ ที่ทำมาจากไม้<br>- ตัวตลาดที่ส่วนใหญ่ใช้วัสดุที่ทำมาจากไม้ และวัสดุจากธรรมชาติ เช่น จาก<br>- สินค้าที่เป็นสมุนไพรต่าง ๆ<br>- ของเก่าเก็บต่าง ๆ ที่เป็นของหาหากและทำมาจากไม้<br>- สภาพชุมชนที่แวดล้อมไปด้วยต้นไม้และสวนผักผลไม้ต่าง ๆ |

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่า การสื่อความหมายเชิงกระบวนทัศน์นั้น นับเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่ปรากฏให้เห็นในสินค้าวัฒนธรรม ซึ่งประกอบไปด้วยชุดของสัญญะย่อย ๆ ที่ทำหน้าเป็นกลไกในการประกอบความหมายขึ้นมาเพื่อให้เป็นที่รับรู้แก่สังคม วิธีการนำเอารหัสความหมายหรือชุดของสัญญะที่มีความหมายคล้ายคลึงกันหรือทำนองเดียวกันมาใช้สร้างเนื้อหาให้เป็นที่ประจักษ์นี้ถือเป็นกระบวนการสร้างแนวความคิดหรือแก่น (Core) อย่างหนึ่งที่มักจะเกิดขึ้นในกระบวนการติดต่อสื่อสารของคนในสังคม เช่นในกรณี กระบวนทัศน์ของความเป็นธรมชาติที่

ปรากฏผ่านสินค้าวัฒนธรรมจะประกอบไปด้วยชุดของกระบวนทัศน์หรือความหมายที่มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกัน อย่างในที่นี้ ก็คือ การน้อมนำเอาชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำมาเป็นองค์ประกอบที่อยู่ในความเป็นธรรมชาติ โดยกระบวนทัศน์ดังกล่าวก็จะมีชุดของสัญญะต่างๆ คอยทำหน้าที่เพื่อสื่อถึงความเป็นธรรมชาติ เช่น สัญญะที่เป็นสภาพบ้านเรือนและร้านค้าที่ตั้งอยู่ในท่ามกลางแหล่งน้ำ มีการใช้เรือในการค้าขายกันเป็นสัญญะในการสร้างความหมาย สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่สื่อถึงการมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกันกับสายน้ำ ในขณะเดียวกันกระบวนทัศน์ที่ว่าด้วยเรื่องของการไม่พึ่งพิงเทคโนโลยีก็ถือว่าเป็นบริบทอย่างหนึ่งในความเป็นธรรมชาติ ซึ่งทั้งหมดสามารถสะท้อนให้เห็นจากการใช้วัฒนธรรมการปิ้ง-ย่างและเผาเพื่อทำให้อาหารสุกโดยใช้เตาถ่าน รวมทั้งการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย เช่น การที่ชุมชนส่วนใหญ่ไม่มีเครื่องปรับอากาศนั้นเป็นสิ่งตอกย้ำให้เห็นถึงรูปแบบการดำรงชีวิตที่เน้นความเป็นอยู่แบบธรรมชาติได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีชุดของความหมายที่สื่อให้เห็นถึงความเป็นธรรมชาติอีก ก็คือ แนวคิดเกี่ยวกับการรักในคุณค่าของต้นไม้ ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่อยู่ภายใต้ความเป็นธรรมชาติเช่นกัน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าภายในกระบวนทัศน์นี้มีการใช้ชุดของสัญญะย่อยๆ ทำหน้าที่เป็นกลไลในการสื่อสารอย่าง โดยเฉพาะสัญญะที่เป็นสมุนไพรไทยโบราณต่างๆ (ส่วนใหญ่มาจากต้นไม้และพืชพันธ์หายากต่างๆ) ก็เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการรักในคุณค่าของต้นไม้ ซึ่งปรากฏการณ์ในลักษณะนี้ถือว่าอยู่ในบริบทของความเป็นธรรมชาติที่แสดงออกถึงความรักความผูกพันระหว่างคนกับธรรมชาติที่ได้มีความเกื้อกูลกันมานาน

ดังนั้น จากข้อมูลที่กล่าวมาในข้างต้น จึงเป็นการแสดงออกให้เห็นรูปแบบการสื่อความหมายเชิงสัญญะที่ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนทัศน์มาเป็นหลักการสำคัญในการสื่อสารให้กับสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมผ่านภาพความเป็นท้องถิ่น

4.1.2 กระบวนทัศนของวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม

การสื่อสารเชิงสัญญะที่ปรากฏให้เห็นจากกระบวนทัศน์ของวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมนั้นนับเป็นรูปแบบการสื่อความหมายที่ใช้หลักการเชิงกระบวนทัศน์มาเป็นองค์ประกอบในการสร้างความหมายเพื่อให้สังคมรับรู้ถึงแนวความคิดเกี่ยวกับการมีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม สมถะ ซึ่งเป็นบุคลิกของคนไทยมาตั้งแต่โบราณกาล ลักษณะของการมีวิถีชีวิตแบบสบายๆ ที่เรียบง่ายสะท้อนให้เห็นจากการใช้ชุดของสัญญะย่อยๆ อย่างเช่น สภาพตลาดและชุมชนที่แวดล้อมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติอย่างมากมาทำหน้าที่ในการสื่อสารให้เห็นถึงความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายและดูดั้งเดิม นอกจากนี้ยังมีรหัสความหมายหรือสัญญะอื่นๆ ที่สื่อถึงกระบวนทัศน์เกี่ยวกับการมีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ดังที่พอจะสรุปให้เห็นได้ ดังนี้

ตารางที่ 26 กระบวนทัศน์ของวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม

| กระบวนทัศน์ | ชุดของกระบวนทัศน์ | รหัส/สัญญะย่อยๆ |
|---|---|---|
| วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม | - ความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย | - ตัวร้านค้าที่สร้างขึ้นมาแบบง่ายๆ ด้วยการใช้แรงงานคนทำ<br>- สภาพร้านค้าที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ<br>- สมุนไพรไทยโบราณต่างๆ<br>- การปิ้ง-ย่าง อาหารด้วยเตาถ่าน<br>- ใบตองที่ใช้ห่ออาหาร<br>- การใช้เตาถ่านแทนเตาไฟฟ้าของแม่ค้า<br>- ตัวตลาดที่อยู่ใกล้ชิดธรรมชาติ<br>- การปิ้ง-ย่าง-เผา อาหารด้วยเตาถ่าน<br>- การใช้เรือที่ใช้คนพาย |
| | - งานหัตถศิลป์ | - การปิ้ง-ย่าง และทำอาหารด้วยมือ<br>- การปั้นขนมด้วยมือที่ดูประณีต<br>- การใช้มือประดิษฐ์เสื้อผ้า เครื่องใช้ต่างๆ<br>- การใช้แรงงานคนพายเรือ<br>- สภาพร้านค้าที่ตกแต่งด้วยมือคน<br>- การสร้างลวดลายบนเสื้อผ้าด้วยมือ<br>- สินค้าและของใช้ต่างๆ ที่สร้างขึ้นด้วยมือคนทำ |

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่า กระบวนทัศน์ของวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม มีการใช้ชุดของสัญญะที่สื่อความหมายไปในทิศทางเดียวกัน นั่นก็คือ นำเอาแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายและการเป็นสังคมที่เน้นการพึ่งพาตนเองมาเป็นองค์ประกอบในการสื่อความหมายหลัก ซึ่งสิ่งที่พบเห็นได้อย่างชัดเจน คือ การใช้รหัสความหมายหรือสัญญะย่อยๆ อย่างกรณีของสภาพร้านค้าและบ้านเรือนเก่าๆ ที่ภายในไม่มีเครื่องปรับอากาศมาเป็นสัญญะเพื่อสื่อสารถึงความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย สมถะ ทำให้ดูเน้นถึงการเป็นสังคมที่พึ่งพาตัวเองสูง โดยเฉพาะการใช้มือคนทำอาหารด้วยการปิ้งหรือย่างซึ่งถือว่าเป็นวิธีการทำอาหารให้สุกอย่างช้าๆ ปรากฏการณ์เช่นนี้มีความสอดคล้องกับวิถีจารีตของคนในอดีตที่ครั้งหนึ่งยังอยู่ห่างไกลจากความเจริญและมักจะใช้กรรมวิธีการง่ายๆ มาหุงหาอาหาร สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน ซึ่งก็บ่งบอกถึงความการดำเนินชีวิตในลักษณะดั้งเดิม ในขณะเดียวกันการสื่อให้เห็นถึงวัฒนธรรมการพึ่งพิงแรงงานคนโดยการใช้มือคนทำก็ได้ตอกย้ำให้เห็นถึงรากเง่าของสังคมสมัยเก่าที่ผู้คนส่วน

ใหญ่มีการดำรงชีวิตในแบบฉบับที่ต้องเน้นการพึ่งพิงทักษะฝีมือตัวเองในการประกอบการงานต่างๆ แทนการใช้เครื่องจักรกล โดยเฉพาะสัญญะที่สื่อถึงวัฒนธรรมการใช้ทักษะฝีมือคนล้วนๆ ในการสร้างสรรค์ผลงาน ก็คือ สวดลายปักบนเสื้อผ้าที่ใช้มือคนสร้างในการทอและสร้างลวดลายแทนการใช้จักรอุตสาหกรรม ซึ่งของใช้ที่ทำมาจากมือจะดูมีคุณค่าและเอกลักษณ์มากกว่าของที่ผลิตในระบบอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังมีเครื่องใช้ไม้สอยต่างๆ ที่ทำมาจากไม้ซึ่งดูแล้วมีความละเอียดอ่อนและปราณีตบ่งบอกถึงคุณค่าที่ควรสะสมได้เป็นอย่างดี

4.1.3 กระบวนทัศน์ของวัฒนธรรมกระแสนิยม

การสื่อความหมายเชิงสัญญะเกี่ยวกับภาพความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏให้เห็นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม กระบวนทัศน์ของวัฒนธรรมกระแสนิยมนับเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่เกิดจากการใช้ชุดของสัญญะย่อยๆ มาสร้างเป็นแบบแผนของการสื่อสาร โดยภายในแนวความคิดวัฒนธรรมกระแสนิยมมีการผสมผสานเอารหัสความหมายสำคัญๆ ที่มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมกระแสนิยม หรือนัยหนึ่ง ก็คือ การทำให้เป็นที่สนใจในสังคมปัจจุบัน ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องต่างๆ ที่ครอบคลุมอยู่ในชีวิตประจำวันของคนทั่วไป เช่น การซื้อสินค้า การฟังเพลง หรือกิจกรรมการท่องเที่ยว ฯลฯ การรับรู้ความหมายเกี่ยวกับวัฒนธรรมกระแสนิยมในที่นี้มีการใช้ชุดของสัญญะเกี่ยวกับการนำของเก่ามาสร้างใหม่มากับแนวคิดของความหลากหลายมาเป็นองค์ประกอบในการสร้างภาพในตัวสินค้าวัฒนธรรม ทั้งนี้ก็เพื่อทำให้สินค้ามีความยืดหยุ่นและสามารถสนองตอบต่อผู้ซื้อได้อย่างหลากหลาย โดยในมิติของการสื่อสารนั้น กระบวนทัศน์แต่ละองค์ประกอบล้วนแล้วแต่สะท้อนภาพของวัฒนธรรมกระแสนิยมได้เป็นอย่างดี ในที่นี้จะขอนำเสนอให้เห็นรูปแบบของการสื่อความหมายเชิงกระบวนทัศน์ที่เกิดจากรหัสความหมายหรือสัญญะย่อยๆ ดังนี้

ตารางที่ 27 กระบวนทัศน์ของวัฒนธรรมกระแสนิยม

| กระบวนทัศน์ | ชุดของกระบวนทัศน์ | รหัส/สัญญะย่อยๆ |
|---|---|---|
| วัฒนธรรมกระแสนิยม | - การนำของเก่ามาสร้างใหม่ | - ลวดลายของผ้าขาวม้าที่อยู่บนเสื้อผ้าสตรี<br>- ลวดลายของเส้นด้ายที่สร้างด้วยมือคนผสมผสานกับการตัดเย็บด้วยจักรอุตสาหกรรม<br>- การใช้ใบจากมามุมเป็นหลังคาร้านเพื่อให้ดูเก่าๆ ส่วนภายในร้านมีติดตั้งระบบไฟฟ้าเพื่อสร้างให้สินค้าดูเด่นชัด<br>- การตกแต่งร้านให้ดูย้อยยุคแต่ภายในมีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่<br>- เรือไม้เก่าๆ แต่มีการติดตั้งเครื่องยนต์<br>- สภาพบ้านไม้เก่าๆ ที่ภายในมีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ ฯลฯ |
| | - ความหลากหลาย | - เรือที่ให้นักท่องเที่ยวนั่งมีทั้งเรือพายกับเรือที่ใช้เครื่องยนต์<br>- ของกินที่มีทั้งแบบดั้งเดิมและแบบสมัยใหม่ เช่น ไอสครีม ฯลฯ<br>- สภาพร้านค้าที่ใช้ทั้งวัสดุจากธรรมชาติ (ใบตอง) กับวัสดุสังเคราะห์(โฟม)<br>- การใช้เตาถ่านทำอาหารกับการใช้เตาไฟฟ้าในการทำอาหาร<br>- กิจกรรมที่ให้บริการในรูปแบบต่างๆ เช่น การขี่ม้า ให้นมแพะ ฯลฯ |

จากตารางในข้างต้น จะเห็นได้ว่ากระบวนทัศน์ของวัฒนธรรมกระแสนิยมมีองค์ประกอบของการสื่อสารเชิงกระบวนทัศน์เป็นแบบแผนในการสื่อสาร โดยจากการใช้รหัสความหมายหรือสัญญะที่แสดงออกถึงแนวความคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมกระแสนิยมได้อย่างชัดเจน ความหมายที่เกิดจากชุดของสัญญะต่างๆ ได้ทำหน้าที่ในการสื่อความหมายเพื่อสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นโดยอาศัยการสื่อสารเชิงกระบวนทัศน์เป็นรูปแบบในการหล่อหลอมความคิดดังกล่าวให้เกิดขึ้น มีการนำเอาองค์ประกอบของสัญญะย่อยๆ ที่อยู่ในชุดของกระบวนทัศน์เดียวกันมาใช้เป็นแนวความคิดหลักเพื่อใช้ในการสื่อสาร เช่น การนำเอาลวดลายและสีสันของผ้าขาวม้ามาใช้ตกแต่งในเสื้อผ้าผู้หญิงเพื่อสื่อ

ให้เห็นถึงคุณค่าวัฒนธรรมในอดีตที่ผ่านมา หรือในกรณีสภาพร้านค้าที่สร้างและตกแต่งด้วยไม้เก่าๆ ที่ดูโบราณ แต่ภายในได้ซ่อนเครื่องใช้ไฟฟ้าสมัยใหม่ไว้อย่างมากมาย สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นองค์ประกอบที่อยู่ในบริบทของการนำเอาของเก่ามาสร้างใหม่ ซึ่งนั่นก็คือ เป็นรูปแบบหนึ่งของวัฒนธรรมกระแสนิยม เช่นเดียวกับความหลากหลายที่มีการนำเอาสัญญะย่อยๆ มารวมกันเพื่อสร้างความหมายจนสามารถพัฒนาต่อเป็นโครงร่างของแนวความคิดได้ในที่สุด ยกตัวอย่างเช่น การให้บริการนั่งเรือชมสวนที่ในชุมชนเองมีการใช้ทั้งเรือไม้ที่อาศัยคนพายกับการใช้เรือยนต์เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความหลากหลายในการเลือกใช้บริการ หรือแม้แต่ในกรณีการหวนกลับไปสัมผัสกับวิถีชีวิตในแบบสังคมดั้งเดิมด้วยการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีความใกล้ชิดกับความเป็นธรรมชาติ เช่น การให้อาหารแพะ การป้อนหญ้าควาย การขี่ม้า ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดก็คือ ความหลากหลายที่เป็นแนวความคิดที่อยู่ในกระบวนทัศน์ของวัฒนธรรมกระแสนิยม

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมด นับเป็นการแสดงให้เห็นถึงการสื่อความหมายเชิงสัญญะที่มีรูปแบบของการใช้กระบวนทัศน์มาเป็นแนวความคิดในการสื่อสาร ซึ่งภายในจะมีองค์ประกอบของสัญญะต่างๆ ทำหน้าที่ในการสร้างความหมายให้ปรากฏขึ้นและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

**4.2 การใช้สัมพันธบท (Intertextuality)**

การสื่อสารเชิงสัญญะที่ปรากฏให้เห็นผ่านสินค้าวัฒนธรรมอีกประการหนึ่งที่น่าสนใจก็คือ การใช้สัมพันธบทในการสร้างความหมายขึ้นมาโดยอาศัยตัว **“บท”** กับ **”บริบท”** ทำหน้าที่ในการสื่อสาร ตัวบทหรือสัญญะที่สามารถสื่อความหมายได้นั้นจะต้องอาศัยบริบทที่อยู่แวดล้อมตัวบทมาใช้ในการอ้างอิงเพื่อนิยามความหมายขึ้นมาให้เป็นที่รับรู้กันได้ ซึ่งในเชิงสัญญะวิทยานั้นบริบทนับว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากกับการทำความเข้าใจกับความหมายที่ได้สร้างขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากคุณค่าของความหมายไม่ได้เกิดจากตัวบทหรือสัญญะหากแต่อยู่ที่กลไกของการให้ความหมายจากบริบทที่สัญญะนั้นๆ ดำรงอยู่หรือเกิดขึ้น อย่างในกรณีของการสื่อสารที่แสดงให้เห็นผ่านแนวความคิดในสินค้าวัฒนธรรมนั้น พบว่ามีการใช้สัมพันธบทมาเป็นรูปแบบในการสื่อความหมาย ทั้งนี้โดยใช้ร่องรอยของสัญญะหรือตัวบทเก่ามาสร้างเป็นกระบวนทัศน์การสื่อสารขึ้นมาใหม่ โดยได้หยิบยืมเอารูปสัญญะที่เป็นที่รู้จักของสังคมในอดีตหรือบริบทเก่ามาใช้เป็นแบบแผนของการสื่อความหมายในมิติใหม่ ยกตัวอย่างเช่น แนวความคิดเกี่ยวกับชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำมีการนำเอาสัญญะจากตัวบทเก่าอย่าง แม่น้ำ คู-คลอง และสภาพแวดล้อมดั้งเดิมที่ชุมชนตั้งบ้านเรือนอยู่ริมน้ำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างความหมายโดยใช้สัญญะใหม่ที่สร้างขึ้น เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับความเป็นธรรมชาติมาเป็นกระบวนทัศน์ใหม่ของการสื่อสาร

ตารางที่ 28 รูปแบบการใช้สัมพันธบทเกี่ยวกับความเป็นธรรมชาติ

| ลักษณะ | รูปแบบการใช้สัมพันธบทในการสื่อความหมาย | | ความหมายที่ต้องการสื่อ |
|---|---|---|---|
| | ร่องรอยของสัญญะเก่า | สิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ | |
| ชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ | - แม่น้ำ คู-คลอง ที่เป็นมรดกทางธรรมชาติของชุมชน | - ตลาดน้ำที่สร้างขึ้น โดยเน้นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสัมผัสกับความเป็นธรรมชาติ เช่น การนั่งเรือชมสวนและวิถีชาวบ้านริมน้ำ | ความใกล้กับวิถีธรรมชาติ |
| | - พ่อค้า-แม่ค้า ใช้เรือไม้พายเรือขายของกันในคู-คลอง ต่างๆ | - การรณรงค์ให้พ่อค้า-แม่ค้าใช้เรือไม้พายเรือขายของกันให้มีจำนวนมากๆ พร้อมกับสวมเสื้อแบบไทยๆ เช่น ม่อฮ่อม และเน้นสินค้าทางการเกษตรมาขาย | ตลาดน้ำที่เป็นธรรมชาติ |
| การไม่พึ่งพิงเทคโนโลยี | - การปิ้ง ย่าง เผา อาหารหรือของสดๆ ด้วยการใช้เตาถ่าน<br>- การใช้แรงคนพายเรือ(ไม้) | - มีการใช้เตาถ่ายขนาดใหญ่ขึ้น แต่ใช้กลไกของเครื่องจักรมาหมุนปลาแทนการใช้มือทำ<br>- ติดตั้งเครื่องยนต์ขนาดเล็กๆ แต่ก็ยังใช้เรือไม้เก่าๆ อยู่ | วิถีชีวิตแบบพึ่งพาตนเอง |
| การรักในคุณค่าของต้นไม้ | - พืชผักสวนครัวต่างๆ ที่ชาวบ้านปลูกกันเอง(ปลอดสารพิษ) และใช้บริโภคกันในชุมชน | - สินค้าทางการเกษตรที่วางขายกันสดๆ ใหม่ๆ แล้วบรรทุกลงเรือมาขายกันแบบสดๆ ที่ตลาด | ตลาดน้ำปลอดสารพิษ |
| | - สมุนไพรไทยโบราณต่างๆ ที่สกัดมาจากธรรมชาติ | - นำมาบรรจุหีบห่อให้น่าสนใจ พร้อมกับทำเป็นเม็ดๆ เพื่อให้มีความสะดวกในการใช้งาน<br>- มีการบอกตัวยาพร้อมกับระบุถึงสรรพคุณของสมุนไพรไว้ | การใช้ธรรมชาติบำบัด และประใช้ประโยชน์ของต้นไม้ในการเยียวยารักษาสุขภาพ |
| | - ของใช้ในชีวิตประจำวันที่ทำมาจากไม้ต่างๆ เช่น โต๊ะ-เก้าอี้ ฯลฯ | - นำมาจัดวางและตกแต่งให้ดูน่าสนใจ พร้อมกับใช้ไฟส่องเพื่อให้เป็นของที่ทรงคุณค่าและมีราคา | ของสะสม( ไม้) ที่ทรงคุณค่า (หายากในปัจจุบัน) |

จากตารางข้างต้น นับเป็นข้อสรุปที่แสดงให้เห็นถึงปรากฏการณ์ของกระบวนการสื่อสารโดยการใช้สัมพันธบทมาเป็นกระบวนทัศน์ในการสร้างความหมายให้เกิดขึ้น ทั้งนี้จากการนำเอารูปของสัญญะเก่า หรือบริบทเก่ามาใช้เป็นกลไลในการสื่อความหมายโดยมีการใช้รูปของสัญญะใหม่มาเป็นองค์ประกอบในการนิยามความหมายเพื่อสร้างประสบการณ์การรับรู้ให้เกิดขึ้น ซึ่งใน

กระบวนการของสร้างความหมายใหม่นี้มีทั้งในลักษณะที่คงเดิม เพิ่มเติมและลดทอนสัญญะต่างๆ ซึ่งปรากฏการณ์ของความหมายที่เกิดขึ้นจะสะท้อนให้เห็นถึงร่องรอยของแนวความคิดต่างๆ ที่เป็นความหมายเชิงสัญญะได้เป็นอย่างดี ยกตัวอย่างเช่น มโนทัศน์เกี่ยวกับการรักในคุณค่าของต้นไม้ที่ในสังคมไทยนั้นเป็นที่รับรู้กันโดยทั่วไปว่ามีสมุนไพรโบราณหลายชนิดมีประโยชน์ต่อร่างกายสามารถใช้เป็นยาในการรักษาสุขภาพได้ ซึ่งในที่นี้ ก็คือ สัญญะเก่าที่นำเอามาใช้สื่อความหมายร่วมกับสัญญะใหม่ในที่นี้ ก็คือ การนำมาบรรจุหีบห่อใหม่ให้ดูน่าสนใจ มีการทำออกมาเป็นเม็ดๆ เพื่อง่ายต่อการกิน รวมทั้งในที่นี้ได้สร้างฉลากกำกับเพื่อบอกชื่อยาพร้อมกับระบุสรรพของตัวยานี้อีกด้วย

ตารางที่ 29 รูปแบบการใช้สัมพันธบทเกี่ยวกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม

| ลักษณะ | รูปแบบการใช้สัมพันธบทในการสื่อความหมาย | | ความหมายที่ต้องการสื่อ |
|---|---|---|---|
| | ร่องรอยของสัญญะเก่า | สิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ | |
| ความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย | - สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดูร่มรื่นด้วยธรรมชาติ ผู้คนต่างๆ อาศัยอยู่ริมน้ำ มีการใช้วิถีชีวิตทางการเกษตรเป็นหลัก | - กิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ ที่เอื้อต่อการให้นักท่องเที่ยวมาสัมผัสกับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เช่น ทางเดินที่ทำขึ้นง่ายๆ เพื่อให้สามารถเดินเข้าไปยังชุมชนได้อย่างสะดวก | ความใกล้ชิดกับวิถีชีวิตที่สมถะและเรียบง่าย |
| | - กรรมวิธีในการทำอาหารให้สุกโดยการปิ้งหรือเผาของกินด้วยมือและใช้เตาถ่านซึ่งทำให้สุกช้าๆ | - มีการปรุงรสอาหารด้วยเครื่องปรุงรสสมัยใหม่ เช่น ซอส แทนการใช้เกลือ(ธรรมชาติ) | การกิน-อยู่ที่ง่ายๆ ไม่เร่งรีบ |
| งานหัตถศิลป์ | - ลวดลายที่ประณีต สวยงาม ดูทรงคุณสมกับงานที่ทำจากมือ | - มีการใช้เครื่องจักรมาผสมเพื่อประกอบงานที่รวดเร็วขึ้น พร้อมทั้งออกแบบให้ตรงกับตลาด | ความละเอียดอ่อนของวัฒนธรรมไทยที่ดูทันสมัย |
| | - ขนมไทยโบราณต่างๆ ที่ใช้มือคนในการปั้นหรือประดิษฐ์เป็นตัวต่างๆ | - มีการนำเอาแม่พิมพ์สมัยใหม่มาใช้เพื่อให้มีลวดลายมากขึ้น | |
| | - ของใช้ในครัวเรือนที่ใช้มือทำ | - มีการใช้วัตถุดิบบางอย่างจากระบบอุสาหกรรมมาผสมผสาน | |

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการสื่อสารที่ใช้สัมพันธบทมาเป็นกระบวนการในการสร้างความหมายผ่านการใช้รูปสัญญะเก่าที่ทรงคุณค่าแก่การจดจำจากนั้นจึงนำมาใส่ความหมายใหม่โดยนำเอารูปสัญญะหรือตัวบทใหม่มาเป็นองค์ประกอบในการสื่อสาร ซึ่งทั้งหมดถือเป็นการสื่อความหมายเชิงสัญญะที่มีความละเอียดอ่อนเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะร่องรอยของสัญญะ

เก่าที่ทำหน้าที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยแบบดั้งเดิมได้อย่างเด่นชัด กล่าวคือ เป็นสังคมหนึ่งเคยมีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติเป็นอย่างมาก และผู้คนในสมัยนั้นก็มักจะมีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย สมถะ เน้นการพึ่งพิงแรงงานจากคนเป็นสำคัญ

ตารางที่ 30 รูปแบบการใช้สัมพันธบทเกี่ยวกับวัฒนธรรมกระแสนิยม

| ลักษณะ | รูปแบบการใช้สัมพันธบทในการสื่อความหมาย | | ความหมายที่ต้องการสื่อ |
|---|---|---|---|
| | ร่องรอยของสัญญะเก่า | สิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ | |
| การนำของเก่ามาสร้างใหม่ | - สีสันและลวดลายของผ้าขาวม้าไทยที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว | - นำเอาสีสันและลวดลายผ้ามาประยุกต์โดยการตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าผู้หญิงแบบสมัยนิยมทั่วไป | เสน่ห์ของความเป็นไทย |
| | - ประตู-หน้าต่างไม้เก่าๆ ที่นำมาใช้ตกแต่งร้านค้าในตลาด | - เอาของที่ทำขึ้นใหม่มาผสมและบางอย่างใช้วัสดุสังเคราะห์ทดแทนการใช้ไม้ | ความเป็นอดีต(โบราณ) |
| ความหลากหลาย | - ข้าวของเครื่องใช้ที่เป็นของหายากซึ่งทำจากไม้ หรือทองเหลือง หนังแท้ ฯลฯ<br>- อาหารการกินที่หาได้ในท้องถิ่น เช่น ปลา ผัก และ ฯลฯ ซึ่งหาง่ายและมีราคาถูก | - มีการใช้วัสดุทดแทน เช่น พลาสติกมาผลิตเป็นเฟอร์นิเจอร์ หรือเครื่องใช้ต่างๆ<br>- มีการนำเอาอาหารทะเลสดๆ มาขายมากขึ้น และมีราคาแพง เนื่องจากไม่ใช่ของที่หาได้ในท้องถิ่น | เน้นการเอาใจตลาด (ตอบสนองเพื่อทุกๆ คน) |

จากตารางข้างต้น หากจะพิจารณาภายใต้กรอบของการใช้สัมพันธบทในการสื่อความหมาย พบว่า มีการนำเอาสัญญะจากต้นทางซึ่งมีอยู่แล้วมาใช้ถ่ายทอดความหมายในอีกบริบทหนึ่งโดยการสร้างสัญญะใหม่ขึ้นมาเพื่อให้มีการเชื่อมโยงหรืออ้างอิงความหมายจากตัวบทเก่ามาสู่ตัวบทใหม่ เช่นในกรณีลักษณะของการเอาของเก่ามาสร้างใหม่ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นเนื้อหาหนึ่งที่ปรากฏอยู่ในสินค้าวัฒนธรรมมีการใช้สัญญะต้นทาง คือ การนำลวดลายและสีสันของผ้าขาวม้ามาใช้ในการออกแบบเพื่อตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำหรับผู้หญิง เช่น เสื้อและกระโปรง มีการดัดแปลงและผสมผสานระหว่างของเก่ากับของที่ทำเสริมขึ้นมาใหม่เพื่อให้ดูน่าสนใจในการซื้อหา ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ในมิติของการสื่อความหมายจัดได้ว่าเป็นการแสดงออกถึงวัฒนธรรมไทยที่มีความเป็นเอกลักษณ์แม้ว่าจะถูกผลิตออกมาในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อรองรับความต้องการของการตลาดก็ตามคุณค่าของความเป็นไทยก็ยังคงแฝงเร้นอยู่เช่นเดิม เช่นเดียวกับความหลากหลายที่มีสัญญะจากตัวบทเก่าและสิ่งที่ทำขึ้นใหม่มาเป็นองค์ประกอบในตัวสินค้า หากแต่อาจจะมีการใช้วัสดุทดแทนของเดิมแล้วเปลี่ยนมาใช้

เป็นวัสดุสังเคราะห์เช่นพลาสติกซึ่งในปัจจุบันสามารถหาได้ง่ายกว่ามาทำการผลิต ทั้งนี้กระบวนการผลิตอาจจะยึดแนวของเดิมก็เป็นได้ เนื่องจากได้แฝงร่องรอยของวัฒนธรรมเดิมเอาไว้

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ว่าการสื่อสารเชิงสัญญะเป็นกระบวนการที่มีความละเอียดอ่อนและลึกซึ้งเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในด้านเกี่ยวกับความหมายที่เกิดจากสัญญะนั้นมีความเชื่อมโยงและสัมพันธ์กับบริบทแทบทั้งสิ้น ทั้งนี้ในการอ่านหรือถอดรหัสจากสัญญะจะทำให้เกิดความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในประเด็นที่เป็นปมหรือโจทย์การวิจัย ลำดับต่อไปผู้วิจัยจะขอสรุปถึงข้อค้นพบที่เกิดจากกระบวนการวิเคราะห์ความหมายสัญญะ ซึ่งสามารถนำมาประมวลได้ ดังนี้

แผนภาพที่ 6 เปรียบเทียบความแตกต่างแบบคู่ตรงข้ามระหว่างสังคมเมืองกับสังคมท้องถิ่น

จากแผนภาพข้างต้น นับเป็นการแสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ซึ่งเมื่อพิจารณาภายใต้กรอบของการสื่อสารเชิงสัญญะแล้ว พบว่ามีแง่มุมที่เป็นประเด็นอันน่าสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกระบวนทัศน์ที่เป็นข้อสรุปจากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่ามีการใช้ **“คู่ตรงข้าม”** หรือ **“คู่แย้ง” (Binart Opposition)** มาเป็นแบบแผนในการสื่อความหมายซึ่งเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้งสองขั้วที่ได้ดำเนินไปในลักษณะตรงข้ามหรือแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง ซึ่งในที่นี้สามารถสรุปออกเป็นประเด็นได้ คือ

ตารางที่ 31 ความแตกต่างของปรากฏการณ์ระหว่างสังคมเมืองและสังคมท้องถิ่น

| ลักษณะ | ปรากฏการณ์เกี่ยวกับ | |
|---|---|---|
| | สังคมเมือง | สังคมท้องถิ่น |
| 1. สภาพแวดล้อม | เต็มไปด้วยตึกราและอาคารที่ใหญ่โต มีการใช้เทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้างมาก สภาพชุมชนค่อนข้างแออัด | แวดล้อมไปด้วยแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย มีความสงบสุขและร่มรื่นมาก เป็นสังคมที่ไม่เน้นการใช้เทคโนโลยีมากนัก |
| 2. สังคม | ผู้คนต่างมีชีวิตที่รีบเร่ง ตักตวงและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเป็นส่วนใหญ่ ไม่ค่อยเน้นการพึ่งพิงตัวเองมากนัก เป็นครอบครัวเดี่ยวและไม่ค่อยมีการปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น | ใช้ชีวิตด้วยความเรียบง่าย สมถะ เน้นการพึ่งพิงตัวเองมาก ใช้ทักษะฝีมือและแรงงานตัวเองเป็นหลัก มีความเกื้อกูลกับธรรมชาติและเพื่อนบ้านเป็นอย่างดี และเป็นครอบครัวขยาย |
| 3. เศรษฐกิจ | มีการดำเนินชีวิตที่ค่อนข้างมั่นคงจากเงินเดือนที่แน่นอน ให้คุณค่าและความสำคัญกับเงินตราเหนือสิ่งอื่นใด และมองว่าเงินเป็นปัจจัยในความอยู่รอดของชีวิต | มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เน้นการพึ่งพิงแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติรอบๆ ตัวสูง ใช้ชีวิตบนพื้นฐานที่ไม่ต้องแก่งแย่งชิงดีมากนัก เชื่อมั่นในวิถีแห่งความพอดี ไม่ฟุ้งเฟ้อชีวิตก็ดำเนินอยู่ได้ |

จากข้อมูลดังที่ได้ปรากฏให้เห็นข้างต้น นับเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงขั้วของความแตกต่างอย่างสิ้นเชิงระหว่างสังคมเมืองกับสังคมชนบทหรือท้องถิ่น ซึ่งในมิติของการสื่อความหมายเชิงสัญญะได้ทำให้เกิดกระบวนการที่ชัดเจนเกี่ยวกับภาพของความเป็นท้องถิ่นว่าถูกสร้างขึ้นด้วยในรูปแบบการสื่อสารเช่นไร ทั้งนี้กลไกที่สำคัญหนึ่ง ก็คือ การสร้างปรากฏการณ์ที่ยืนอยู่บนพื้นฐานของความแตกต่างกันทางสังคมเพื่อสร้างอุดมการณ์และคุณค่าความหมายต่างๆ ที่เป็นปัจจัยในการดึงดูดความสนใจของการท่องเที่ยวดังที่ได้นำเสนอมาตั้งแต่ต้น ดังนั้น กระบวนทัศน์ของสังคมเมืองซึ่งเป็นบริบทของนักท่องเที่ยวกับความเป็นท้องถิ่นหรือคนในชุมชนจึงเป็นคนละชุดกัน และมีขั้วของความสัมพันธ์ในลักษณะตรงข้ามกันอย่างสิ้นเชิง

โดยสรุปแล้ว ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อความหมายเชิงสัญญะที่แสดงให้เห็นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมแห่งนี้ มีร่องรอยของแนวความคิดที่เป็นคุณค่าทางสังคมซุกซ่อนอยู่ในตัวสินค้า ขณะเดียวกันก็จะอาศัยรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลายมาเป็นองค์ประกอบในการสื่อความหมาย อย่างไรก็ตามประเด็นที่น่าสนใจ ก็คือ เมื่อนำเอาแนวความคิดเหล่านั้นมาพิจารณาภายใต้บริบททางสังคมปัจจุบันแล้ว พบว่า มีนัยที่น่าสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในแง่มุมของการท่องเที่ยว

# บทที่ 5
# สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง **"การนำเสนอภาพความเป็นท้องถิ่นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม"** ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาความเป็นท้องถิ่นในสินค้าวัฒนธรรมและเพื่อวิเคราะห์วิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะเกี่ยวกับภาพความเป็นในสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวมรวมข้อมูลจริงจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ศึกษาเพื่อค้นหาความหมายและคุณค่าทางสังคมที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวสินค้า การดำเนินการวิจัยเรื่องนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยได้น้อมนำเอาทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวความคิดด้านการท่องเที่ยวมาเป็นกรอบความคิดในการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นไปที่กระบวนการวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏในสินค้าวัฒนธรรม โดยในที่นี้ได้ใช้แบบวิเคราะห์สัญญะที่พัฒนาขึ้นมาเป็นเครื่องมือหลักในการทำความเข้าใจถึงภาพความเป็นท้องถิ่นในสินค้าวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการศึกษาปรากฏการณ์เชิงลึกในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

## 1. สรุปผลการวิจัย

ในการสรุปผลการวิจัยเรื่องนี้ มีประเด็นสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับมิติด้านการสื่อสารและมุมมองทางด้านการท่องเที่ยวอย่างน่าสนใจ โดยเฉพาะความหมายที่สะท้อนให้เห็นจากสัญญะในสินค้าวัฒนธรรมนั้น มีร่องรอยของคุณค่าทางสังคมปรากฏให้เห็น ซึ่งในลำดับต่อไปผู้วิจัยจะขอสรุปถึงเนื้อหาที่ได้แยกแยะออกเป็นประเด็นสำคัญๆ คือ

**ประเด็นแรก** เนื้อหาหรือภาพความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏให้เห็นผ่านสินค้าวัฒนธรรมของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม พบว่า มีทั้งสิ้น 3 ประการด้วยกัน คือ ประการแรก ความเป็นธรรมชาติ ประการที่สอง วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม และประการสุดท้าย คือ วัฒนธรรมกระแสนิยม ซึ่งแนวความคิดทั้งสามดังที่กล่าวมานี้เกิดจากกระบวนสร้างความหมายเชิงสัญญะทั้งสิ้น ทั้งนี้เนื้อหา (Content) ที่ได้สอดแทรกอยู่ภายใต้แนวความคิดนั้นจะประกอบไปด้วยรหัสหรือสัญญะย่อยๆ ที่ทำหน้าที่เป็นกลไกในการนิยามความหมายขึ้นมาจนสามารถประกอบเป็นโครงสร้างของแนวความคิดได้ในที่สุด อย่างเช่นกรณี แนวคิดความเป็นธรรมชาติก็จะพบว่า มีคุณค่าหรือมโนทัศน์เกี่ยวกับชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ การไม่พึ่งพิงเทคโนโลยี และการรักในคุณค่าของต้นไม้เป็นองค์ประกอบหลักเพื่อที่จะโยงใยไปสู่ความเป็นธรรมชาติ โดยมีสัญญะสำคัญๆ ที่แสดงออก ก็คือ สภาพแวดล้อมของชุมชนที่ล้อมรอบไปด้วยมีแหล่งน้ำทางธรรมชาติ ผู้คนอาศัยอยู่รินน้ำ และมีการขายสินค้าที่เน้นวัฒนธรรมการปิ้ง-ย่าง ของกินสดๆ จากเตาถ่านที่ทำขึ้นง่ายๆ (เหมือนกับสภาพสังคมในอดีต) รวมทั้งการใช้ประโยชน์จากต้นไม้และสมุนไพรโบราณในการเยียวยาสุขภาพ ฯลฯ สัญญะต่างๆ เหล่านี้เป็นตัวบ่งชี้ให้รับรู้ถึงร่องรอยของความเป็นธรรมชาติ เช่นเดียวกันกับความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายจาก

การประกอบสัมมาอาชีพต่างๆ ล้วนแล้วแต่เป็นงานที่ต้องใช้มือ (หัตถศิลป์) เป็นปัจจัยในการผลิตแทบทั้งสิ้น ภาพที่ปรากฏนี้จึงดูเป็นการแสดงออกถึงแนวคิดการมีชีวิตแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะการที่บรรดาพ่อค้า-แม่ค้าต่างได้เน้นการหุงหาอาหารด้วยวิธีการใช้ความร้อนจากเตาถ่านยิ่งแสดงให้เห็นวัฒนธรรมอันเรียบง่าย ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้การประดิษฐ์ประดอยของกิน-ของใช้ต่างๆ ด้วยมือคนทำ(แทนเครื่องจักร) ก็นับว่าเป็นการสื่อถึงความมัธยัสถ์และอดออม

ในขณะที่แนวความคิดวัฒนธรรมกระแสนิยมก็จะมีภาพตัวแทนของการนำของเก่ามาสร้างใหม่กับความหลากหลายมาเป็นสัญญะหรือชุดของความหมายที่สะท้อนภาพของความเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยม ยกตัวอย่าง การผลิตสินค้าเพื่อทำให้เป็นที่ต้องการของตลาดด้วยวิธีการนำเอาลวดลายของผ้าขาวม้ามาใช้ออกแบบตัดเย็บเป็นเสื้อและกระโปรงผู้หญิงในแบบต่างๆ ด้วยกรรมวิธีการตัดเย็บแบบสมัยใหม่ที่ต้องใช้เครื่องจักรผลิตซึ่งทำให้ผลิตได้จำนานมาก และในกรณีการสร้างลวดลายของเสื้อผ้าด้วยมือฝีมือคนทอ (Handmade) ที่ดูประณีตสวยงามแล้วจากนั้นนำมา **“ตัดแปะ”(Cutwork)** ไว้ในตัวเสื้อที่ได้ตัดเย็บจากการใช้จักรอุตสาหกรรม(ผลิตทีละมากๆได้) ทั้งนี้เพื่อให้งานดูมีคุณค่าของความประณีตศิลป์แต่ก็แฝงไปด้วยการออกแบบตัดเย็บที่ทันสมัยและมีให้เลือกอย่างหลากหลายรูปแบบ ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในลักษณะนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกกับกระบวนการผลิตสินค้าตามแนววัฒนธรรมป๊อปที่ นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ (2549:26) ได้แสดงทรรศนะไว้อย่างน่าสนใจว่า สินค้าในวัฒนธรรมกระแสนิยมนั้น ถูกสร้างขึ้นด้วยความเป็นมาตรฐานเดียวกันเหมือนๆ กันด้วยจำนวนที่มากเพื่อให้สามารถสนองตอบต่อรสนิยมของคนจำนวนมากได้ และสิ่งที่ตอกย้ำให้เห็นได้ในสังคมทั่วไป ก็คือ การบริโภค **“สินค้าตลาด”** ที่ผู้ผลิตนำมาวางขายเพื่อมวลชนจำนวนมากได้เลือกซื้อหา นั่นเอง

**ประเด็นที่สอง** สิ่งที่เรียกว่าสัญญะจะมีคุณสมบัติในการถ่ายทอดความหมายได้นั้น ตัวสัญญะเองจะต้องมี **“รูปสัญญะ”** ปรากฏให้เห็นในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้อ่านรับรู้และสามารถตีความหมายได้ ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปสิ่งของ กิจกรรม หรือปรากฏการณ์ทางสังคมทั่วๆ ไป เช่น ในกรณีของตลาดน้ำตลองลัดมะยมจะมีการใช้สัญญะสื่อความหมายด้วยเช่นกัน กล่าวคือ มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เป็นแม่น้ำ คู-คลอง รวมทั้งสภาพวิถีชีวิตริมน้ำในชุมชน มีร้านค้าที่สร้างขึ้นง่ายๆ ด้วยหลังคามุงจากไว้ใช้เป็นสถานที่ขายของ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็น **“สัญญะ”** อย่างหนึ่งที่แสดงออกให้เห็นถึงความสมบูรณ์ของสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชนที่ได้มีความใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยสัญญะดังกลาวนี้เองได้ทำหน้าที่สื่อถึงความร่มรื่นทางธรรมชาติ ห่างไกลจากมลพิษมองดูแล้วทำให้รู้สึกถึงความสงบไม่แออัดเหมือนการใช้ชีวิตในเมือง สิ่งเหล่านี้ คือ ความหมายที่เกิดจากสัญญะ ดังนั้นจากปรากฏการณ์เกี่ยวกับการใช้สัญญะจึงเป็นกลไกหนึ่งของกระบวนการสร้างความหมาย ซึ่งในประเด็นนี้มีความสอดคล้องกับข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในชุมชนคลองลัดมะยมแห่งนี้ที่ได้ทำการโหมประชาสัมพันธ์ตลาดของตนเองให้กับนักท่องเที่ยวได้รู้จักและเดินทางมาเที่ยวชมโดยพยายามสร้างคุณค่าให้ตลาดแห่งนี้ว่าเป็น **“ตลาดน้ำใจกลางเมือง”** ทั้งนี้ถึงกับนำเอา **“เรือไม้**

**เก่า ๆ"** ยกมาวางไว้คู่กับป้ายข้อความที่เขียนว่า **"ตลาดน้ำคลองลัดมะยม"** เพื่อให้คนทั่วไปได้รับรู้ถึงวิถีแห่งความเป็นธรรมชาติ หรือนัยหนึ่ง ก็คือ เป็นตลาดที่มีการท่องเที่ยวทางธรรมชาติคอยไว้ให้บริการนักท่องเที่ยวได้มาสัมผัส

**ประเด็นที่สาม** วิธีการสื่อความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏในสินค้าวัฒนธรรม มีลักษณะที่ผสมผสานกันไป ซึ่งในที่นี้สามารถสรุปให้เห็นได้ ดังนี้

**1.) การสื่อสารเชิงกระบวนทัศน์** โดยการสื่อสารรูปแบบนี้จะอาศัยการนำเอาชุดของความหมายย่อยๆ ภายใต้แนวความคิดเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันมาเป็นองค์ประกอบในการสร้างความหมายให้ปรากฏขึ้น เช่น ความเป็นธรรมชาติก็จะมีชุดของสัญญะที่มีความหมายเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันไปในทิศทางเดียวกัน เหมือนเป็นกระบวนทัศน์ที่สะท้อนความหมายเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน โดยในที่นี้ก็จะประกอบไปด้วยแนวคิดเกี่ยวกับชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ การไม่พึ่งพิงเทคโนโลยี และการรักในคุณค่าของต้นไม้ ทั้งนี้แต่ละแนวคิดที่อยู่ภายใต้ความเป็นธรรมชาตินั้นก็จะมีรหัสและสัญญะย่อยๆ เป็นตัวหมายที่แสดงให้เห็น เช่น แนวคิดการมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำก็จะมี แม่น้ำ คู-คลอง รวมทั้งวิถีการทำมาค้าขายที่ต้องใช้แหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติรอบๆ ชุมชนตัวเป็นสัญญะที่บ่งบอก เช่นเดียวกับตัวสินวัฒนธรรมต่างๆ ที่เน้นกรรมวิธีการทำอาหารสุกด้วยการใช้พลังงานความร้อนจากเตาถ่าน และการใช้แรงงานคนพายเรือไม้เก่าๆ ให้นักท่องเที่ยวชมสวน ก็เป็นสิ่งบ่งชี้ที่สื่อถึงแนวคิดการไม่พึงพิงเทคโนโลยี ขณะเดียวกันแนวความคิดเกี่ยวกับการรักในคุณค่าของต้นไม้นั้นก็จะมีชุดของสัญญะที่แสดงออกแนวคิดดังกล่าว เช่น วัฒนธรรมการใช้พืชสมุนไพรโบราณมาใช้เป็นยารักษาสุขภาพ และสินค้าต่างๆ ที่เป็นข้าวของเครื่องใช้ที่ส่วนใหญ่ทำมาจากไม้(ธรรมชาติ) ซึ่งเป็นของที่ผ่านการใช้งานมาแล้ว สิ่งเหล่านี้ ก็คือ ตัวตนที่เป็นการแสดงออกถึงการให้ความสำคัญกับคุณค่าของต้นไม้ ซึ่งถือว่าเป็นของที่อยู่คู่กับคนไทยมานาน นอกจากนี้ยังมีลักษณะการใช้กระบวนทัศน์เป็นองค์ประกอบในการสื่อความหมายอีกสองแนวความคิด นั่นก็คือ แนวคิดเกี่ยวกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมและวัฒนธรรมกระแสนิยมที่มีการใช้ชุดความหมายหรือกระบวนทัศน์มาทำการสร้างคุณค่าความหมายให้เกิดขึ้น

**2.) การใช้สัมพันธบท** ที่เกิดจากการอ้างอิงความสัมพันธ์ระหว่างตัวบทเก่ากับสิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดคุณค่าความหมายตามที่ต้องการจะสื่อ รูปแบบการสื่อความหมายโดยการใช้สัมพันธบทนี้จะมีการนำเอาร่องรอยของสัญญะหรือตัวบทเก่ามาเป็นองค์ประกอบในการสื่อความหมาย เช่น กรณีการนำเอาสมุนไพรโบราณ (สัญญะเก่า) มาประยุกต์ด้วยการทำเป็นเม็ดๆ เพื่อสะดวกแก่การกินขณะเดียวกันก็มาบรรจุลงหีบห่อใหม่ให้สวยงามและน่าสนใจ(สัญญะใหม่) ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะสื่อสารให้คนทั่วไปเข้าใจในทำนองว่า นี่คือ **"คุณค่าสมุนไพร (ธรรมชาติ) ของไทยในรูปลักษณ์ใหม่ที่ไฉไลกว่าเดิม"** รูปแบบเกี่ยวกับการใช้สัมพันธบทในสินค้าวัฒนธรรมนี้ได้ปรากฏให้เห็นในหลายๆ ลักษณะที่น่าสนใจ อีกกรณีหนึ่งซึ่งเป็นที่จดจำ ก็คือ การใช้ลวดลายและสีสันของเอกลักษณ์ไทยโบราณอย่างลวดลาย **"ผ้าขาวม้า"** มาออกแบบตัดเย็บให้เป็นเสื้อผ้าผู้หญิงด้วยรูป

แบบตามสมัยนิยมทั่วไป สิ่งเหล่านี้หากมองในเชิงสัญญะ คือ การใช้ร่องรอยของตัวบทเก่ามาทำการลดทอนหรือเพิ่มเติมเพื่อให้มีพลังและอานุภาพในการสื่อความหมายตามที่ต้องการ นั่นเอง

3.) การใช้ปรากฏการณ์ของ **"คู่ตรงข้าม"** หรือ **"คู่แห่งความแตกต่าง"** มาเป็นแบบแผนในการสื่อความหมาย ความหมายที่ขึ้นเกิดจากคู่ต่างนี้จะทำให้เห็นภาพความชัดเจนของเนื้อหาที่ยืนอยู่คนละขั้วได้เป็นอย่างดี จากผลของการวิเคราะห์สัญญะในสินค้าวัฒนธรรมทำให้เกิดจุดยืนที่แตกต่างกันกันระหว่างความเป็นสังคมเมืองกับความเป็นสังคมท้องถิ่น(ชนบท) ซึ่งมีลักษณะทางสังคมที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นสถาพแวดล้อมทางกายภาพ สังคม รวมทั้งระบบเศรษฐกิจ ยกตัวอย่างเช่นในสังคมเมืองจะมีสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยตึกราบ้านช่อง มองไปทางไหนก็มีแต่ป่าคอนกรีต ชีวิตผู้คนก็ต้องมีความรีบเร่ง แข่งขัน ฯลฯ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสังคมท้องถิ่นก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป คือ ในท้องถิ่นมักจะมีความใกล้ชิดกับแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ อย่างแม่น้ำ คู-คลอง และต้นไม้มากกว่าชีวิตในเมือง ผู้คนดำเนินชีวิตที่ไม่รีบเร่งมากนัก และเป็นสังคมที่เน้นการพึ่งพิงตัวเองเป็นสำคัญ และจากปรากฏการณ์มีลักษณะตรงข้ามนี้เองหากจะใช้มุมมองทางด้านการท่องเที่ยวเป็นกรอบในการพิจารณาก็จะทำให้เห็นภาพของคู่ความแตกต่างไปโดยปริยายระหว่างนักท่องเที่ยว(สังคมเมือง) กับชาวบ้านในชุมชน(สังคมท้องถิ่น) ซึ่งทั้งสองขั้วนั้นได้ยืนอยู่บนฐานของความแตกต่างกันทางสังคมที่ดำเนินเป็นเส้นขนานที่ยากจะมาบรรจบรวมกันได้โดยง่าย และด้วยเหตุนี้เองที่วัฒนธรรมของความเป็น **"ท้องถิ่น"** จึงมีความแตกต่างไปจากบริบทของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประเด็นให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสและเรียนรู้ โดยเฉพาะความสวยงามของสภาพแวดล้อมทางกายภาพ วัฒนธรรมพื้นบ้าน จารีตประเพณีสำคัญๆ รวมทั้งวิถีชีวิตของผู้คนที่ดูเรียบง่าย สมถะ ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ก็คือ ลักษณะความแตกต่างที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถที่จะสัมผัสได้จากสังคมของตนเองจึงต้องเดินทางมาแสวงหาความแปลกหรือแตกต่างยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

**ประเด็นที่สี่** จากผลการวิจัยเรื่องนี้ ได้ตอกย้ำให้เห็นถึงปรากฏการณ์เกี่ยวกับการใช้สัญญะในบริบทของการท่องเที่ยวที่ตัวสินค้านั้นไม่ได้ถูกผลิตออกให้มีแค่ตัวตนทางกายภาพเพียงอย่างเดียว หากแต่ในตัวสินค้านั้นได้แฝงเร้นไปด้วย **"ความหมาย"** และ **"จิตวิญญาณ"** ที่ลึกซึ้งและกินใจ โดยเฉพาะเนื้อหาที่สะท้อนให้เห็นจากสัญญะต่างๆ มีนัยความหมายที่ทำให้สามารถโยงใยไปสู่คุณค่าดีๆ ของสังคมได้ในที่สุด เช่น แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นธรรมชาติและการเป็นสังคมที่ดำเนินชีวิตอยู่บนพื้นฐานของความเรียบง่าย สมถะ และดูห่างไกลจากเทคโนโลยี แท้ที่จริงแล้วสิ่งเหล่านี้ ก็คือ ภาพแห่งความสวยงามและบริสุทธิ์ที่การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนเป็น **"ปัจจัย"** เบิกทางเพื่อให้ผู้คนเกิดความสนใจ ทั้งนี้เนื่องจากมัน คือ แหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญในการดึงดูดผู้คนให้มาท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะสัญญะที่เกี่ยวข้องกับ เรือไม้เก่าๆ ที่พ่อค้า-แม่ค้า ใช้เป็นพาหนะในการพายเรือขายของให้แก่นักท่องเที่ยวตามคูและคลองต่างๆ ในตลาด รวมถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ดูมีความร่มรื่นจากแมกไม้นานาชนิด ถือเป็นสัญญะที่ช่วยขับกล่อมให้พื้นที่แห่งนี้เต็มไป

ด้วยร่องรอยของความมีชีวิตชีวาซึ่งดูผ่อนคลาย ให้ความรู้สึกที่เป็นธรรมชาติเหมาะแก่การเป็นสถานที่ท่องท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้กระบวนการวิเคราะห์สัญญะในสินค้าท่องเที่ยวยังส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ลุ่มลึกเกี่ยวกับมิติทางสังคมและวัฒนธรรมอีกมากมาย เช่น กระบวนการผลิตสินค้าภายใต้สังคมสมัยใหม่ที่ได้นำเอาวัฒนธรรมกระแสนิยมมาเป็นปัจจัยในการผลิตสินค้าร่วมด้วย ทั้งนี้เพื่อให้สามารถสร้างยอดขายได้เช่นเดียวกับสินค้าที่ขายดีทั่วไปในตลาด กระบวนทำให้สินค้าขายดีได้นั้นมีอยู่หลากหลายวิธีการที่แยบยล อย่างกรณี การใส่คุณค่าความเป็นไทยลงไปในเสื้อผ้าที่ออกแบบและตัดเย็บขึ้นใหม่ตามสมัยนิยมหรือป๊อปคัลเจอร์ด้วยการเอาลวดลายและสีสันของผ้าขาวม้ามาใส่ไว้ในเสื้อและกระโปรงผู้หญิง หรือในกรณีการนั่งเรือชมวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกนั่งได้จากเรือไม้เก่าๆ ที่ใช้คนพายแบบธรรมชาติกับอีกลักษณะหนึ่งคือนั่งเรือที่ติดเครื่องยนต์แต่ยังคงให้ความรู้สึกเก่าๆ อยู่เนื่องจากยังเป็นเรือไม้ ทั้งนี้รูปแบบการให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยวิธีนี้จึงนับเป็น **“ความหลายหลาย”** ของตัวสินค้าที่ชุมชนได้สร้างสรรค์ขึ้น ซึ่งก็สอดคล้องกับแนวคิดของ Creative Economy ที่ผู้ผลิตได้เน้นเอาความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ แปลกๆ มาใส่ไว้ในสินค้าเพื่อเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) โดยผนวกเอาวัฒนธรรมดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้กับการให้บริการที่ทันสมัยขึ้น

จากข้อมูลที่กล่าวมาโดยสรุปทั้งหมด แสดงให้เห็นถึงภาพของความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏผ่านให้เห็นจากสินค้าวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในมิติทางการสื่อสารและแง่มุมด้านการท่องเที่ยว ลำดับต่อไปจะเป็นการนำเสนอถึงการอภิปรายผลการวิจัยซึ่งถือได้ว่าเป็นข้อมูลที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากว่าเป็นบทบาทของสัญญะที่มีต่อสังคม

**2. อภิปรายผลการวิจัย**

จากผลสรุปข้อมูลการวิจัยเรื่องนี้ เมื่อนำมาประมวลและเทียบเคียงกับบริบททางสังคม พบว่า แนวความคิดที่เกิดจากข้อค้นพบของการวิจัยอย่างน้อยสองประการ ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมซึ่งสะท้อนให้เห็นจากสัญญะต่างๆ นั้น มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงแนวความคิดด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกระแสของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มักจะใช้ความสวยงามและร่มรื่นของธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น แม่น้ำ คู-คลอง รวมทั้งวิถีการดำเนินชีวิตในลักษณะพื้นบ้านมาเป็นปัจจัยในการดึงดูดการท่องเที่ยว ซึ่งข้อสรุปดังกล่าวมีทิศทางที่สอดคล้องกับที่ นิศา ชัชกุล (2555:263) ที่ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนว่า ทรัพยากรการท่องการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ เช่น แหล่งน้ำ พืชและพรรณไม้ต่างๆ รวมทั้งประเพณีวัฒนธรรม เช่น ลักษณะของวิถีชีวิตแบบท้องถิ่นที่มีความเป็นอยู่แบบพื้นบ้าน รวมทั้งสภาพบ้านเรือนเก่าๆ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วเป็นสิ่งแปลกตาแปลกใจที่ส่งผลให้นักท่องท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชม ซึ่งจากประเด็นนี้เองทำให้มองได้ว่า กระบวนการค้นหาความหมายเชิงสัญญะที่ปรากฏให้เห็นผ่านสินค้าวัฒนธรรมได้ก่อ

ให้เกิดข้อค้นพบที่ตรงกับแนวทางของการท่องเที่ยวในประเด็นที่ว่าด้วยเรื่องของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งนั่นก็เป็นการยืนยันให้เห็นว่า **"ตลาดน้ำคลองลัดมะยม"** แห่งนี้ มีบริบททางชุมชนที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จัดได้ว่าเป็น **"ต้นทุนทางวัฒนธรรม"** สำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถใช้เป็นศักยภาพในการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ ขณะเดียวกันก็เป็นการตอกย้ำให้เห็นว่ากระบวนการทางสัญญะนั้นเป็นวิธีวิทยาอย่างหนึ่งที่จะสามารถช่วยคลี่คลายหรือค้นหาปรากฏการณ์เชิงลึกในสังคมได้

เมื่อพิจารณาจากภาพรวมของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมด จะทำให้เข้าใจบริบทของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนขึ้น ว่าแท้ที่จริงแล้วภาพของความเป็นท้องถิ่นที่ปรากฏให้เห็นในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมนั้น มีองค์ประกอบของความเป็นธรรมชาติที่ร่มรื่นเป็นปัจจัยในการดึงดูด มีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมเป็นเสน่ห์เรียกร้องให้คนมาท่องเที่ยว โดยเฉพาะสินค้าท้องถิ่นที่เหล่าบรรดาพ่อค้า-แม่ค้านำมาวางขายและเปิดให้บริการซึ่งตั้งอยู่บนฐานคิดที่ดูเรียบง่าย สมถะ และเน้นการพึ่งพิงตนเองเป็นปัจจัยในการดำเนินชีวิต ขณะเดียวกันตัวสินค้าก็รูปแบบของการผลิตในลักษณะวัฒนธรรมกระแสนิยมร่วมด้วย ซึ่งทั้งหมดถือเป็น **"เสน่ห์"** และสีสันที่ช่วยส่งเสริมให้ชุมชนแห่งนี้ดำรงความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางธรรมชาติเอาไว้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องอย่างมากกับที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552:142) ได้กล่าวสรุปไว้ในคู่มือการท่องเที่ยว ๑๕ ตลาดบก ๑๖ ตลาดน้ำที่ได้จัดพิมพ์ขึ้นซึ่งภายในมีเนื้อหาที่แนะนำการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยมเอาไว้พร้อมกับระบุไว้อย่างจัดเจนในทำนองว่า วิถีของคนไทยนั้นได้มีความสัมพันธ์กันอย่างแนบแน่นกับ **"ตลาด"** และตลาดก็มิใช่เป็นเพียงสถานที่ซื้อ-ขายของกินของใช้เท่านั้น หากแต่ยังคงมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมรวมทั้งกิจกรรมที่น่าสนใจมากมายที่เอื้อให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสถึงวิถีแห่งความเรียบง่ายที่เต็มไปด้วยคุณค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งทั้งหมดนับเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยเก็บรักษาคุณค่าทาง **"อัตลักษณ์" (Identity)** ของชาติเราเอาไว้เพื่อเตือนสติให้เรารำลึกถึงรากของความเป็นไทยที่ไม่ควรลืมเลือนไปจากแผ่นดิน

ด้วยความมีเสน่ห์ของวัฒนธรรมไทยที่ได้ถูกถ่ายทอดมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานผ่านจารีตและวิถีปฏิบัติทางวัฒนธรรมต่างๆ รวมทั้งจากปรากฏการณ์เชิงสัญญะในสินค้าท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาทั้งหมด จึงทำให้หลายๆ ภาพส่วนมีการกระตุ้นและส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของไทยกลายเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศถึงกับมีการพัฒนาเป็น **"ต้นแบบการท่องเที่ยว"** เพื่อให้ชุมชนในท้องถิ่นต่างๆ ยึดเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ดังที่ มณีรัตน์ ศิริปัญจนะ (2557, หน้า 22) ซึ่งได้แสดงทรรศนะไว้อย่างน่าสนใจว่า อันซีนไทยแลนด์ ยังคงเป็นสโลแกนที่ช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากนานาทั่วโลกอยากเข้ามาสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวของไทยที่มีความแปลกและสวยงามทางธรรมชาติ ส่งผลให้ในแต่ละปีตัวเลขของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับที่ ไชยรัตน์ สัมฉุน (2556, หน้า 7) ที่ได้ระบุไว้ในทำนองเดียวกันว่าเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมที่เป็นมรดกภูมิปัญญาที่ได้สื่อถึงความประณีตศิลป์มาแต่โบราณ ควรค่าแก่

การอนุรักษ์และสืบทอด อย่างกรณีผ้าย้อมต่างๆ ที่เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและผ่านกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจะสามารถพัฒนาเป็นผลผลิตของชุมชนท้องถิ่นที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งในเชิงเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ประเด็นที่น่าสนใจตามมา ก็คือ สินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยมได้เป็นการเปิด **"ประสบการณ์ใหม่ๆ"** ให้กับนักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสกับคุณค่าในอดีตที่อาจจะหายากยิ่งในสังคมปัจจุบัน (เนื่องจากสภาพบ้านเมืองต่างมีความเจริญมากขึ้น) หากแต่สถานที่แห่งนี้ได้สร้างพื้นที่แบบย้อนยุคเพื่อให้คนที่มาเที่ยวรู้สึกซึมซับกับภาพความเป็นอดีตที่ผู้คนได้มีความใกล้ชิดกับธรรมชาติและห่างไกลจากเทคโนโลยีด้วยการประกอบสร้างความหมายขึ้นมาใหม่จากสัญญะต่างๆ ที่แสดงให้เห็นถึงร่องรอยของความเก่าแก่ที่ทรงคุณค่า เช่น สภาพร้านค้าที่ตกแต่งขึ้นอย่างง่ายๆ จากไม้ไผ่ รวมทั้งลักษณะกินอยู่แบบเรียบง่ายที่เน้นการปิ้ง-ย่าง และเผาเพื่อทำให้อาหารสุกอย่างช้าๆ โดยใช้ความร้อนจากเตาถ่านและใช้ใบตองมาเป็นภาชนะในการใส่อาหาร ฯลฯ ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ล้วนแล้วแต่เป็นสร้าง **Concept** หรือการแนวความคิดหลักในการสื่อสารเพื่อให้ทุกอย่างดูมีบรรยากาศที่สมจริงเหมือนกับได้เข้ามาอยู่ในสังคมย้อนยุคจริงๆ ทั้งนี้หากมองในกรอบของการสื่อสาร นัยหนึ่งมองได้ว่าเป็นกระบวนการใช้สัญญะมาเป็นองค์ประกอบในการสื่อความหมายเพื่อสร้างความเข้าใจตามที่ผู้ผลิตต้องการสื่อ ซึ่งมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับการสร้างความหมายในงานสื่อสารมวลชนทั่วไป เช่น ในภาพยนตร์และโทรทัศน์จะมีการใช้ภาพ เสียง และเทคนิคพิเศษ (Effect) มาสื่อสารกับผู้ชม ซึ่งในประเด็นนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับที่ ศิริมิตร ประพันธ์ธุรกิจ (2557:314) ที่ได้กล่าวถึงกระบวนการสร้างความหมายในงานโทรทัศน์โดยอาศัยแนวความคิดสัญญะวิทยามาเป็นแนวทางไว้อย่างน่าสนใจว่า ในกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์เราสามารถถ่ายทอดความหมายออกมาได้อย่างหลากหลาย ทั้งการใช้องค์ประกอบภาพ การใช้เสียง แสง องค์ประกอบทางด้านการแสดง ฉากและอุปกรณ์ รวมถึงการตัดต่อและการใช้กราฟิกต่างๆ มาเพื่อสร้างความหมายที่ต้องการได้

ดังนั้นจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า กระบวนการสื่อความหมายโดยใช้สัญญะมิได้จำกัดอยู่เฉพาะแวดวงสื่อสารมวชชนเพียงเท่านั้น หากแต่ยังได้ครอบคลุมไปทุกๆ มิติของสังคม สำหรับข้อค้นพบในเชิงทฤษฎีที่ปรากฏให้เห็นจากแนวความคิดนั้น พบว่า มีการผสมผสานรูปแบบของการสร้างความหมายผ่านสัญญะรวม 3 ลักษณะที่สำคัญๆ คือ 1.) การสร้างกระบวนทัศน์ ซึ่งเป็นการใช้ชุดของความหมายที่อยู่ใน Concept หรือแนวความคิดเดียวกันมาทำการสื่อสารเพื่อให้เห็นภาพของความหมายและอุดมการณ์ทางสังคมได้ในที่สุด 2.) การใช้สัมพันธบท โดยการนำเอาร่องรอยของสัญญะหรือตัวบทเก่ามาสร้างความหมายขึ้นมาใหม่เพื่อให้เกิดคุณค่าความหมายตามที่ต้องการ และลำดับสุดท้าย คือ การใช้คู่ตรงข้ามหรือคู่ของความแตกต่างมาเป็นแบบแผนในการสื่อความหมาย ทั้งนี้ความหมายในลักษณะนี้จะค่อยๆ มีความชัดเจนขึ้นจนได้กลายมาเป็นคู่ของความหมายที่แตกต่างหรือตรงข้ามกันโดยปริยาย และหากจะนำมาพิจารณาเปรียบเทียบกันก็จะทำให้เกิดคู่แตกต่าง

ที่มีลักษณะตรงข้ามกันระหว่าง **“เมือง”** กับ **“ท้องถิ่น”** ขึ้น โดยสังคมเมืองจะเปรียบได้เป็นบริบทของนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่จะมาท่องเที่ยว ส่วนสังคมท้องถิ่นซึ่งในที่นี้ตรงกับลักษณะของชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม และเมื่อได้พิจารณาที่ละประเด็นๆ จะพบว่าทั้งสองจะมีรูปแบบของการใช้คู่แตกต่างมาเป็นแบบแผนในการแสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจน ซึ่งล้วนแล้วแต่มีลักษณะที่อยู่ตรงข้ามกันทั้งจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพและทางสังคม อนึ่งลักษณะของการใช่คู่ตรงข้ามนี้ตรงกันกับกระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ตลอดจนเรื่องเล่าต่างๆ ที่ผู้ผลิตมักจะมีการกำหนดบุคลิกของตัวละครหลักที่เป็นพระเอกกับผู้ร้ายให้มีลักษณะที่ตรงข้ามหรือแตกต่างมาเป็นแบบแผนให้กับตัวละคร เช่น พระเอกจะต้องเป็นคนดีมีศิลธรรม มีจิตใจที่โอบอ้อมอารี และชอบช่วยเหลือสังคม ในขณะที่ผู้ร้ายจะต้องมีบุคลิกที่ต่างกันคนละขั้วอย่างชัดเจนกับฝ่ายพระเอก คือ จะต้องเป็นคนเลว มีจิตใจโหดเหี้ยม และชอบทำในสิ่งที่ผิดกฎหมายต่างๆ เป็นต้น

ประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับกระบวนการสร้างความหมายโดยนำเอาสัญญะมาจัดวางเพื่อให้สามารถสื่อความหมายตามที่ต้องการได้นั้นมิได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หากแต่ผู้ผลิตจะต้องประกอบความหมายสร้างขึ้นมาเองโดยการใช้ชุดของกระบวนทัศน์ หรือ Paradigmatic มาเป็นแนวคิดหลักในการสื่อสาร ดังที่ กำจร หลุยยะพงศ์ (2556:35) ได้ระบุไว้ในหนังสือเกี่ยวกับการผลิตภาพยนตร์ตามแนวความคิดของทฤษฎีสัญญะวิทยาไว้ว่า ในการสร้างชุดความหมาเกี่ยวกับสิ่งใดก็ตามเพื่อให้ประกอบเป็นแนวคิดเดียวกันจะต้องเลือกความหมายในหมวดหมู่ของสัญญะเดียวกัน หรือเกี่ยวข้องกัน เช่นในชุดของ **“สัญญะพระเอก”** ในภาพยนตร์ก็จะต้องประกอบไปด้วยพระเอกสุภาพบุรุษ คุณชาย หรือพระเอกแบบคนเถื่อน ทั้งนี่หากต้องการสร้างภาพยนตร์แนวบู๊ล้างผลาญก็จะต้องเลือกพระเอกที่หล่อล่ำแข็งแรงแทนพระเอกในแบบคุณชายที่ผอมบาง เป็นต้น จากรูปแบบการสร้างความหมายดังที่กล่าวมานี้ได้สอดคล้องอย่างมากกับวิธีการสื่อความหมายที่ปรากฏให้เห็นผ่านแนวความคิดสำคัญๆ หลายประการ เช่น แนวความคิดเกี่ยวกับวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ก็จะมีสัญญะต่างๆ ที่แสดงออกให้เห็นถึงวิถีการดำเนินชีวิตแบบเรียบง่าย อย่างกรณีนี้ คือ ลักษณะการขายสินค้าด้วยการใช้เรือเป็นพาหนะโดยให้แม่ค้ามาพายขายกันตามคู-คลองต่างๆ รวมทั้งการเน้นวิธีประกอบอาหารด้วยการใช้ความร้อนจากเตาถ่ายแทนเตาไฟฟ้า และบรรดางานหัตถศิลป์ต่างๆ ที่เป็นผลผลิตให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อก็ล้วนแล้วแต่เต็มไปด้วยร่องรอยของคุณค่าในอดีตแทบทั้งสิ้น

จากข้อมูลดังที่กล่าวมาในข้างต้น เป็นการนำเสนอให้เห็นถึงผลการอภิปรายข้อมูลในงานวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งถือว่ามีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับบริบทในสังคม ทั้งในด้านการท่องเที่ยวและในมิติของการสื่อความหมาย

**3. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย**

การทำวิจัยเรื่องนี้ เป็นความพยายามในการค้นหาคุณค่าความหมายจากปรากฏการณ์ของสัญญะผ่านการสินค้าวัฒนธรรม โดยผู้วิจัยได้ใช้แนวความคิดทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนว

คิดทางด้านการท่องเที่ยวมาเป็นกรอบในการศึกษา ผลสรุปของการวิจัยทำให้เกิดข้อค้นพบที่ทรงคุณค่าต่อแวดวงสื่อสารมวลชนเป็นอย่างมาก ซึ่งในที่นี้จะขอนำเสนอถึงข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

**ประเด็นแรก** จากข้อค้นพบของการวิจัย ได้ก่อให้เกิดมุมมองใหม่ๆ เกี่ยวกับกระบวนการค้นหาความหมายในเชิงวัฒนธรรมศึกษาที่ได้ปรากฏอยู่รอบๆ ตัวเรา ส่งผลให้เข้าใจถึงคุณค่าที่แท้จริงของลักษณะโครงสร้างทางภาษาที่มนุษย์ได้สร้างและพัฒนาขึ้นว่าเป็นสิ่งที่มีความละเอียดอ่อน ลึกซึ้งเพียงใด หลายๆ ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นการแสดงออกถึงความหมายในระดับที่สองซึ่งผู้อ่านความหมายจะต้องใช้ประสบการณ์และบริบททางสังคมและวัฒนธรรมมาเป็นองค์ประกอบในการทำความเข้าใจร่วมด้วยจึงจะสามารถรับรู้ความหมายนั้นได้อย่างถ่องแท้ ทั้งนี้นับเป็นการขยายพรมแดนความรู้ทางด้านการสื่อสารให้เชื่อมโยงไปสู่ความเป็นสหวิทยาการที่ขว้างขวางต่อไป

**ประเด็นที่สอง** แนวความคิดที่เป็นอุดมการณ์ต่างๆ ในครั้งนี้ มีประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดกรอบแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการแข่งขันกับนานาประเทศ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในท้องถิ่นที่มีเสน่ห์และแฝงเร้นคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรมต่างๆ จะได้ใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนของตนเอง ทั้งในด้านของเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ขณะเดียวกันข้อค้นพบจากการวิจัยยังสามารถนำไปให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ใช้เป็นฐานข้อมูลในการบูรณาการงานต่างๆ ร่วมกัน ซึ่งทั้งหมดจะเป็นผลดีต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวต่อไป

**ประเด็นที่สาม** สำหรับในส่วนของชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ควรมีมาตรการในการอนุรักษ์และส่งเสริมคุณค่าวัฒนธรรมที่ดีๆ ให้ลูกหลานได้ยึดถือเป็นมรดกทางสังคม ทั้งนี้เพื่อเป็นการสืบสานภูมิปัญญาดั้งเดิมของไทยไม่ให้สูญหายไปกับกาลเวลา

จากข้อเสนอแนะทั้งหมดดังที่กล่าวมาในข้างต้น จะเป็นสิ่งที่ช่วยเติมเต็มให้ทุกๆ ภาพส่วนของสังคมที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักและเรียนรู้ถึงวิธีการที่จะปรับบทบาทของตนเองให้มีทิศทางที่สอดคล้องกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสมต่อไปในภายหน้า

**4. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป**

สำหรับแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญๆ ที่อยากจะนำเสนอซึ่งในที่นี้สามารถสรุปให้เห็นได้ ดังนี้

**ประเด็นแรก** ควรมีการขยายขอบเขตการวิจัยไปสู่ปรากฏการณ์ทางสังคมในมิติอื่นๆ บ้าง ซึ่งในที่นี้อาจจะไม่ใช่เป็นแค่การวิเคราะห์สื่อเพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นสิ่งที่มีความเปราะบางและละเอียดอ่อนต่อที่มีผลกับความรู้สึกของคนในสังคม เช่น ปัญหาความขัดแย้งของบ้านเมืองที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน โดยในเบื้องต้นอาจจะตั้งโจทย์ในทำนองว่า สถานการณ์ในลักษณะใดมี

ผลต่อความขัดแย้งของกลุ่มคนต่างๆ ในสังคม ทั้งนี้โดยใช้แนวความคิดเชิงสัญญะวิทยามาเป็นกรอบคิดเพื่อค้นหาคำตอบที่ซุกซ่อนอยู่ภายในสถานการณ์ความขัดแย้ง ซึ่งอาจจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาในระยะยาวต่อไปได้

**ประเด็นที่สอง** กระบวนการค้นหาความหมายโดยใช้แนวคิดเชิงสัญญะเป็นวิธีวิทยาที่จะช่วยให้ได้ปรากฏการณ์เชิงลึกได้ ดังนั้น ควรมีการทำการวิจัยกับสื่อใหม่ (New Media) ที่มีบทบาทต่อการสร้างกระแสสังคมในปัจจุบัน เช่น ในสื่อออนไลน์ หรือสื่อโฆษณานอกบ้าน (Out of Home Media) ที่มีลักษณะเป็นบิลบอร์ดหรือจอแอลอีดี รวมทั้งสื่อโฆษณาเคลื่อนที่และสื่อดิจิตอลต่างๆ ที่กำลังได้รับความสนใจจากสาธารณชนด้วย ทั้งจะทำให้เกิดมุมมองใหม่ๆ ในการบูรณาการสื่อที่จะใช้เป็นประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ต่อไป

จากข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมดตั้งแต่แรก นับเป็นการนำเสนอให้เห็นถึงสาระสำคัญของงานวิจัยในเรื่องนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้พยายามทำจนเสร็จสมบูรณ์พร้อมกับได้นำเสนอเนื้อหาต่างๆ ไว้อย่างครบถ้วนตรงตามเจตนารมณ์ของการทำวิจัยเรื่องนี้

# บรรณานุกรม


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

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

กิตติ คงตุก. 2550. **เพลงทยอยใน 3 ชั้น ในมุมมองของสัญญะวิทยา.** นครปฐม : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล.

กุลวิชญ์ สำแดงเดช. 2551. **การใช้สื่อเพื่อสร้างและธำรงรักษาอัตลักษณ์ของแฟนสโมสรฟุตบอล จ. ชลบุรี.** กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กฤษดา เกิดดี. 2547. **ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์ : การศึกษาว่าด้วย 10 ตระกูลสำคัญ.** พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : บริษัทสถาพรบุ๊ค จำกัด.

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

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542. **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ไชยรัตน์ ส้มฉุน. (2556, ตุลาคม 4). **ผ้าย้อมคราม มรดกศิลป์ไทยกะเลิง.** ไทยรัฐ, หน้า 7.

ฐิติวัฒน์ นงนุช. 2550. **สัญญะแห่งสถานที่ กรณีศึกษา : ชุมชนชาวจีนย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร.** กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

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

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

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

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.

นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ. 2549. “ความต่างของวิธีคิดต่อวัฒนธรรมกระแสนิยม.” ใน **เหลียวหลังแลหน้าวัฒนธรรมป๊อป.** กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมานุษยวิทยาสิรินธร. น. 23 - 80.

บุญยิ่ง ประทุม. 2551. **ท้องถิ่นนิยม : ในบริบทสังคมไทย 2551.** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก http://www.gotoknow.org/blogs/posts/218690. (วันที่สืบค้นข้อมูล 2 ตุลาคม 2554).

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

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

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

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

พงศ์กฤษฎิ์ พละเลิศ. 2553. **การถ่ายทอดแนวความคิดความเชื่อผ่านการใช้ภาพถ่ายตกแต่งบ้าน กรณีศึกษาบ้านบางสะแก อ. สองพี่น้อง จ. สุพรรณบุรี.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

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.

มณีรัตน์ ศิริปัญจนะ. (2557, มีนาคม 17). **โมเดลกระตุ้นท่องเที่ยว.** เดลินิวส์, หน้า 22.

มริสสา ล่ามกิจจา. 2549. **องค์ประกอบเชิงสัญญะที่ปรากฏในเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชนและทัศนะของเว็บมาสเตอร์.** กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

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

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

ยุทธพงษ์ สืบศักดิ์วงศ์. 2548. “ความคิดทางปรัชญา ในภาษิตม้ง.” ใน **เพลง ดนตรี ปริศนา ผ้าทอ ภูมิปัญญาทางด้านการละเล่นและการช่าง.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์. น. 52-61.

รภีพัฒน์ ขุนผดุง. (2556, พฤษภาคม 15). จัดโครงการ **“สืบสานงานศิลป์ ยุวศิลปินศรีสัชนาลัย” ปลุกจิตสำนึกเยาวชนเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น.** เดลินิวส์, หน้า 13.

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.

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

ศิริพร ภักดีผาสุข. 2548. “ปริศนาคำทาย ภูมิปัญญาทางภาษาและการผสมผสานทางวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์.” ใน **เพลง ดนตรี ปริศนา ผ้าทอ ภูมิปัญญาทางด้านการละเล่นและการช่าง.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : โอ เอส พริ้นติ้งเฮ้าส์. น. 13-46.

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

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

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

สมัย สุทธิธรรม. 2539. **การท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

สุริยา สมุทคุปติ์ และคณะ. 2550. **ระหัดวิดน้ำลำตะคอง: สัญศาสตร์ของเทคโนโลยีพลังน้ำพื้นบ้าน.** นครราชสีมา : สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

สำนักสิ่งแวดล้อม. 2556. **การปรับตัวพร้อมรับมือที่เกิดจากปัญหาสิ่งแวดล้อม**. พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

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

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

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. 2546. **สื่อสันนิวาส.** พิมพ์ครั้งแรก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์นาครมีเดีย.

# ภาคผนวก

# ภาคผนวก ก แบบวิเคราะห์สัญญะ

**1. แบบวิเคราะห์องค์ประกอบของสัญญะในสินค้าวัฒนธรรม**

| รูปสัญญะ(Sign) | ตัวหมาย(Signifier) | ตัวหมายถึง(Signified) |
|---|---|---|
| | | |

**2. แบบสรุปสัญญะของแนวความคิดต่าง ๆ**

| ลักษณะ | รูปสัญญะ | ความหมายของสัญญะ |
|---|---|---|
| | | |

**3. แบบวิเคราะห์วิธีการสื่อความหมายเชิงกระบวนทัศน์**

| กระบวนทัศน์ | ชุดของกระบวนทัศน์ | รหัส/สัญญะย่อย ๆ |
|---|---|---|
| | | |

**4. แบบวิเคราะห์การใช้สัมพันธบทในการสื่อความหมาย**

| ลักษณะ | รูปแบบการใช้สัมพันธบทในการสื่อความหมาย | | ความหมายที่ต้องการสื่อ |
|---|---|---|---|
| | ร่องรอยของสัญญะเก่า | สิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ | |
| | | | |

**5. แบบวิเคราะห์วิธีการสื่อความหมายแบบคู่ตรงข้าม**

**6. แบบสรุปลักษณะของคู่ตรงข้ามระหว่างสังคมเมืองกับสังคมท้องถิ่น**

| ลักษณะ | ปรากฏการณ์เกี่ยวกับ | |
|---|---|---|
| | สังคมเมือง | สังคมท้องถิ่น |
| | | |

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

# ภาคผนวก ข แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

# ตัวอย่างแนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์บุคคล

วัตถุประสงค์ : เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจถึงปรากฏการณ์เชิงลึกเกี่ยวกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่ศึกษา ซึ่งเป็นทัศนคติและความคิดความเชื่อต่างๆ โดยตัวอย่างแนวคำถามนี้จะนำไปใช้กับผู้นำชุมชน พ่อค้า-แม่ค้า และนักท่องเที่ยว รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัยทั้งหมด

**แนวคำถาม**

1. ถ้าพูดถึงตลาดน้ำคลองลัดมะยม มีอะไรที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักบ้าง

2. เสน่ห์ของชุมชนท้องถิ่นแห่งนี้ เริ่มมาจากอะไร

3. มีวิธีการทำอย่างไรเพื่อให้สินค้าของเราเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว

4. ธรรมชาติแบบไหนที่นักท่องเที่ยวต้องการมาสัมผัส

5. ชอบมาเที่ยวที่นี่ เพราะเหตุใดมากที่สุด

ในการสัมภาษณ์บุคคลผู้วิจัยจะใช้โครงสร้างคำถามที่ได้จัดเตรียมมาไว้ล่วงหน้ากับกลุ่มบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องและเป็นผู้รู้ (Key Informant) ในเรื่องนั้นๆ อย่างแท้จริง โดยแนวคำถามดังกล่าวจะมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้มีความยืดหยุ่นและสอดคล้องกับบริบทของการสัมภาษณ์ ทั้งนี้จะใช้เครื่องบันทึกเสียงและกล้องถ่ายภาพมาเป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ร่วมด้วย และใช้ผู้ช่วยนักวิจัยมาจดบันทึกข้อมูลตลอดการสัมภาษณ์

# ภาคผนวก ค รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

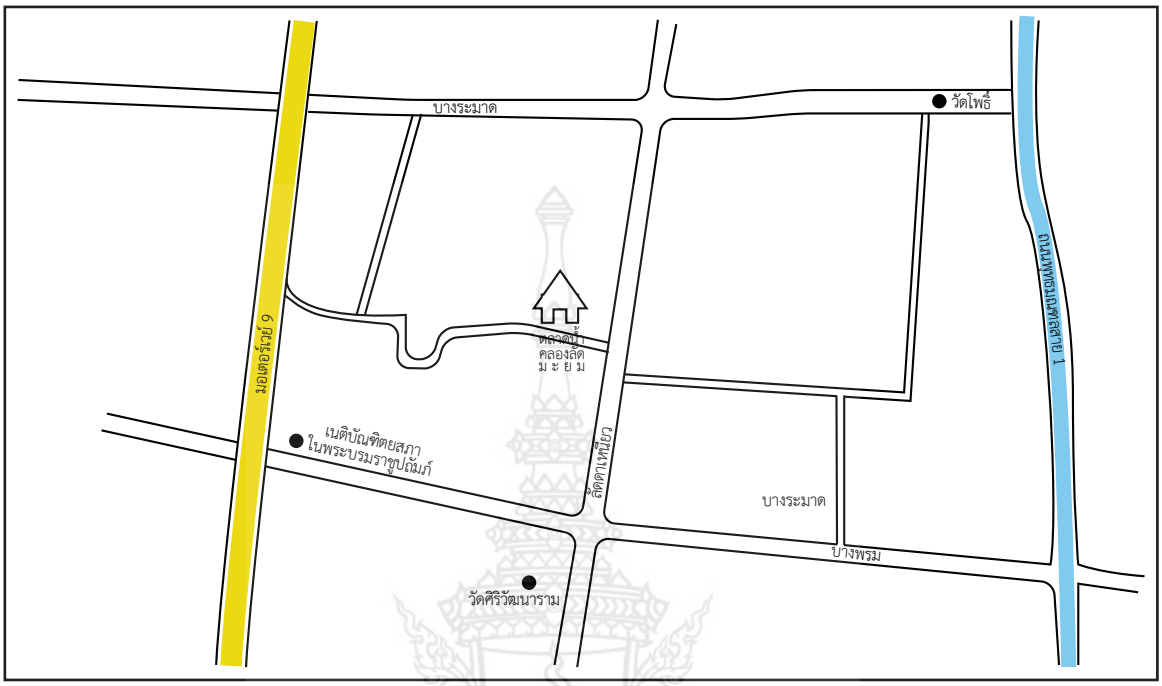
# รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เป็นการเก็บข้อมูลโดยผู้วิจัยเป็นหลัก ร่วมกับผู้ช่วยนักวิจัยที่ช่วยในการจดบันทึกข้อมูลและถ่ายภาพ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์มีรายนามดังต่อไปนี้

| ลำดับที่ | ชื่อ - นามสกุล | สถานภาพ/อาชีพ |
|---|---|---|
| 1. | นายชวน ชูจันทร์ | เจ้าของตลาดที่เป็นผู้บุกเบิกตลาดน้ำ |
| 2. | นายโกมล แก้วคำ | เจ้าของร้านขายสมุนไพร |
| 3. | นางสาวนริศา เกลียวทอง | นักท่องเที่ยว |
| 4. | นางสาววรรณาภรณ์ เรไร | นักท่องเที่ยว |

# ภาคผนวก ง แผนผังที่ตั้งชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม

# แผนผังที่ตั้งชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม



# ประวัติผู้วิจัย

**ชื่อ - นามสกุล** : นายพงศ์กฤษฎ์ 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

**ชื่อ - นามสกุล** : นายชาญ เดชอัศวนง
**วัน เดือน ปีเกิด** : 30 ตุลาคม พ.ศ. 2511
**ภูมิลำเนาเดิม** : กรุงเทพฯ
**ตำแหน่งปัจจุบัน** : ผู้ช่วยคณบดี
**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