



การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา

SEMIOTIC SIGNIFICATION OF TRIBAL TOURIST COMMODITIES

นายพงศ์ฤทธิ พลเลิศ

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์

พ.ศ. 2544

ลิขสิทธิ์ของโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์)

ปริญญา

นิเทศศาสตร์

ส่งเสริมการเกษตร

สาขาวิชา

ภาควิชา

เรื่อง การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา

SEMIOTIC SIGNIFICATION OF TRIBAL TOURIST COMMODITIES

นามผู้วิจัย นายพงศ์กฤษฎี พลเลิศ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์สามารถ ศรีจันงค์)

วันที่ 15 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2544

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อ้อมทิพย์ เมฆรักษาวนิช แคมป์)

วันที่ 15 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2544

(อาจารย์ทวี จตุรพฤษ)

วันที่ 15 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2544

กรรมการที่ปรึกษา

(อาจารย์ ดร. วีระพล ทองมา)

วันที่ 15 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2544

หัวหน้าภาควิชา

โครงการบัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(อาจารย์สรายุ เพิ่มพูล)

ประธานกรรมการ โครงการบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 29 เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2544

บทคัดย่อ

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ ความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์

การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา

โดย

นายพงศ์กฤษฎี พละเลิศ

ธันวาคม 2544

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์สามารถ ศรีจันทน์

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแบบแผนการสื่อความหมายของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา รวมทั้งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความหมายที่ปรากฏในสินค้าชาวเขากับวัฒนธรรมการท่องเที่ยวว่ามีลักษณะอย่างไร ทั้งนี้โดยอาศัยทฤษฎีสัญญะวิทยาและแนวคิดเชิงโครงสร้างนิยมากรอบในการศึกษาสินค้าชาวเขาซึ่งในที่นี้หมายถึงผู้ตกชาวเขาทั้ง 6 กลุ่มชาติพันธุ์ ผลการวิจัยพบว่าสินค้าท่องเที่ยวชาวเขามีแบบแผนการสื่อความหมายอยู่ 3 ลักษณะ คือ 1) การใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายโดยนัย 2) ใช้การเปรียบเทียบแบบอุปมาอุปไมยกับการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่ และ 3) การใช้ชุดของสัญลักษณ์สื่อความหมายภายใต้กระบวนการทัศน์เดียวกัน อันเป็นแบบแผนการสื่อความหมายที่ปรากฏในสินค้านี้ได้ถูกถ่ายทอดผ่านแนวคิดสำคัญๆ คือ แนวคิดความเป็นผู้หญิง แนวคิดความแปลก และแนวคิดความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ไม่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้แนวคิดที่ถูกใช้เป็นภาพแสดงแทนในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาพบว่าการผสมผสานของสัญลักษณ์ต่างๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งโดยรวมแล้วก็มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็สอดคล้องกับความหมายทางสังคมเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งนั่นย่อมแสดงให้เห็นว่าสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาถูกสร้างหรือผลิตขึ้นเช่นเดียวกับกระบวนการผลิตสินค้าในสังคมบริโภคนิยมที่ตัวสินค้านั้นมีความหมายทางสังคมสอดแทรกอยู่ด้วยเสมอ

ABSTRACT

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of requirements for the degree of Master of Arts in Communications

SEMIOTIC SIGNIFICATION OF TRIBAL TOURIST COMMODITIES

By

PONGKRIT PHALALERT

DECEMBER 2001

Chairman: Lecturer Samart Srijumnong

Department/Faculty: Department of Agricultural Extension,
Faculty of Agricultural Business

This research was to study the meaning pattern of the tourist tribal goods and to analyze the relationship between tourist tribal goods and tourist culture employing semiotic and structuralist approaches. The sample goods were 6 dolls representing 6 hill ethnic groups. It was found that the tourist tribal goods had 3 patterns of meaning. They were: (1) connotative, (2) metonymic and metaphoric, and (3) paradigmatic patterns. These three patterns signified three majors themes: womanhood, exoticity, and unchanged nature and culture. All these themes were represented in the tourist tribal goods. It was also found that various signs were combined to signify the mentioned meanings which related to tourist culture and utilized the meaning conceived by the public. It was concluded that the tourist tribal goods were created and produced in the same manner as those goods distributed in the consumerist society through which social meaning was embedded.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้จะไม่สามารถสำเร็จลงได้หากปราศจากความช่วยเหลืออย่างดีจากคณะกรรมการที่ปรึกษา ซึ่งประกอบไปด้วยอาจารย์สามารถ ศรีจันทร์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์อ้อมทิพย์ เมฆรักษาวนิช แคมป์ และอาจารย์ทวิช จตุรพฤษ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าเป็นกรรมการที่ปรึกษาในงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและสำนึกในบุญคุณที่คณะอาจารย์ทั้งหลายได้ช่วยกันเสนอแนะมุมมองอันมีประโยชน์แก่งานวิจัยเรื่องนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณคณะนักวิจัยจากสถาบันวิจัยชาวเขา กรมประชาสงเคราะห์ ตลอดจนเพื่อนๆ ที่รักทุกคนที่ช่วยให้คำแนะนำและติชมงานวิจัยเรื่องนี้จนสำเร็จลงไปด้วยดี เหนือสิ่งใดขอขอบคุณพ่อติเรก แม่มาลี พลเลิศ ที่ช่วยเป็นกำลังใจและสนับสนุนค่าใช้จ่ายจำนวนหนึ่งแก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณภรรยา คือ คุณจุไรรัตน์ พลเลิศ ที่เป็นกำลังใจเคียงบ่าเคียงไหล่กับผู้วิจัยมาโดยตลอด และขอขอบคุณน้องขวัญลูกสาววัยสองขวบเศษที่เป็นกำลังใจและแรงผลักดันให้การวิจัยเรื่องนี้สำเร็จลงไปด้วยดี

พงศ์กฤษฎี พลเลิศ

ธันวาคม 2544

สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญเรื่อง	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(10)
สารบัญภาพถ่าย	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาของปัญหา	2
ความสำคัญของปัญหา	2
ปัญหาการวิจัย	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
ข้อจำกัดการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	9
ทฤษฎีโครงสร้างนิคมและสัตตยัญวิทยา	9
แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยว	18
แนวคิดเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึก	22
ภาพลักษณ์ของชาวเขาในสังคมปัจจุบัน	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
ภาคสรุป	31
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	34

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	35
สถานที่ดำเนินการวิจัย	35
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
เครื่องมือในการวิจัย	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
การวิเคราะห์ข้อมูล	38
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	40
สัญญาเกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย	42
สัญญาเกี่ยวกับเครื่องประดับ	47
สัญญาเกี่ยวกับเครื่องมือเครื่องใช้	51
สัญญาเกี่ยวกับกล้องยาสูบ	57
สัญญาเกี่ยวกับเครื่องดนตรี	58
สัญญาเกี่ยวกับการสะพายเค็กไว้ที่ด้านหลัง	62
แบบแผนการสื่อความหมายเชิงสัญญาของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา	65
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	84
สรุปผลการวิจัย	84
อภิปรายผลการวิจัย	88
ข้อเสนอแนะ	90
ข้อเสนอแนะจากผลของการวิจัย	90
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	90
บรรณานุกรม	92
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. ภาพถ่ายคู่มือชาวเขาแยกตามเผ่า	97
ภาคผนวก ข. แบบวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง	104
ภาคผนวก ค. ประวัติผู้วิจัย	111

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง	13
2. การสร้างความหมายโดยใช้ส่วนเล็กแทนความหมายส่วนใหญ่	17
3. ความสัมพันธ์ปกติระหว่างราคาสินค้ากับอุปสงค์การท่องเที่ยว	24
4. ความหมายเชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย	44
5. ความหมายเชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องประดับ	49
6. ความหมายเชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องใช้	52
7. ความหมายเชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับกล้องยาสูบ	57
8. ความหมายเชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องดนตรี	59
9. ความหมายเชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับเด็กที่ถูกสะพายไว้ทางด้านหลัง	62
10. สัญลักษณ์เกี่ยวกับการแบกรับภาระการเลี้ยงดูเด็ก	66
11. สัญลักษณ์เกี่ยวกับการเป็นแม่บ้าน	67
12. สัญลักษณ์เกี่ยวกับการเป็นผู้หาอาหาร	68
13. สัญลักษณ์เกี่ยวกับความบันเทิง	69
14. สัญลักษณ์เกี่ยวกับของใช้ผู้หญิง	70
15. สัญลักษณ์เกี่ยวกับความเป็นชนเผ่า	71
16. สัญลักษณ์เกี่ยวกับความเป็นพื้นบ้าน	72
17. สัญลักษณ์เกี่ยวกับชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	74
18. สัญลักษณ์เกี่ยวกับความผูกพันระหว่างแม่ลูก	75
19. สัญลักษณ์เกี่ยวกับชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	77
20. สัญลักษณ์เกี่ยวกับความดั้งเดิม	79
21. สัญลักษณ์เกี่ยวกับความเป็นพื้นบ้าน	81
22. เปรียบเทียบแนวความคิดระหว่างสังคมชนเผ่ากับสังคมสมัยใหม่	83
23. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย	105
24. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกี่ยวกับเครื่องประดับ	106
25. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกี่ยวกับเครื่องมือเครื่องใช้	107
26. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกี่ยวกับกล้องยาสูบ	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
27. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกี่ยวกับเครื่องดนตรี	109
28. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกี่ยวกับการสะพายเด็ก	110

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1. กรอบแนวความคิดในการวิจัย

34

สารบัญภาพถ่าย

ภาพถ่ายที่	หน้า
1. ตึกตาวาฬเขาเผ่ากะเหรี่ยง	98
2. ตึกตาวาฬเขาเผ่าม้ง	99
3. ตึกตาวาฬเขาเผ่าเมี่ยน	100
4. ตึกตาวาฬเขาเผ่าอาข่า	101
5. ตึกตาวาฬเขาเผ่าลีซู	102
6. ตึกตาวาฬเขาเผ่าลาหู่	103

บทที่ 1

บทนำ

(INTRODUCTION)

ความเป็นมาของปัญหา

(Context of the Problem)

ในสังคมโลกสมัยใหม่การท่องเที่ยวเจริญเติบโตควบคู่ไปกับการพัฒนาประเทศ สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวถูกทำให้กลายเป็นธุรกิจการค้าประเภทหนึ่ง ซึ่งผูกติดกับระบบเศรษฐกิจโดยรวมและสามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้แก่ประเทศชาติ การท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่องมาตลอดสามทศวรรษที่ผ่านมา การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องเป็นจำนวนมาก เช่น บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ อุตสาหกรรมสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึก โรงแรม ร้านอาหาร ตลอดจนธุรกิจให้บริการต่างๆ

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งผลให้มีการบุกเบิกสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ตลอดจนหาจุดขายรูปแบบต่างๆ เพิ่มขึ้น ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทั้งนี้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ ให้เดินทางมาเที่ยวชมกันมากยิ่งขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งที่รัฐบาลไทยเลือกเป็นเครื่องมือเพื่อที่จะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงเพราะการท่องเที่ยวทำให้เกิดเงิน (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2538: 9)

ภาคเหนือของประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักแห่งหนึ่ง โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ได้รับการพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างจริงจังมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2512 จุดขายสำคัญอย่างหนึ่งที่ใช้โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของภูมิภาคนี้ก็คือ ความสวยงามของธรรมชาติ ความลึกซึ้ง ความแปลก ความน่าสนใจของวิถีชีวิต ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมอันหลากหลายของชาวเขากลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ รวมทั้งความยากลำบากต่อการเข้าถึงของชุมชนบนที่สูง ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่ท้าทายและเร้าความสนใจของคนต่างวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี (วิรัช จตุรพรฤกษ์ และคณะ, 2540: 22)

การวางนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวในระดับมหภาคและต่อมาได้ขยายตัวเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไปสู่ระดับท้องถิ่น นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้จังหวัดเชียงใหม่กลายเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวของภาคเหนือ ความมีเอกลักษณ์ในวิถีชีวิตของผู้คน รวมทั้งความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่หลากหลาย ส่งผลให้เชียงใหม่ค่อยๆ เติบโตและ

ก้าวขึ้นมาเป็นเมืองที่มีสำคัญทางด้านการเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาโดยตลอด ประกอบกับรัฐบาลได้มีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ทำให้ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ ทั่วโลกเดินทางมาเที่ยวชมและจับจ่ายซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ผลพวงจากการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้ก่อให้เกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจการขายของที่ระลึก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าของที่ระลึกที่เกี่ยวกับชาวเขา (ประสิทธิ์ ลิปรีชา, 2538: 116)

หนึ่งของที่ระลึกนอกจากจะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมีชีวิตชีวาออกนอกเขตแล้ว สินค้าที่ระลึกยังเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นหลักฐานแสดงสถานภาพและประสบการณ์เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวที่ผ่านมา โดยเฉพาะสินค้าที่ระลึกบางชนิดเป็นที่นิยมและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว สินค้าชนิดนั้นย่อมเปรียบเสมือนชุดวัฒนธรรมที่ทำให้คนรู้จักและอยากเดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น (บุญเลิศ จิตต์วัฒนา, 2542: 145)

ความสำคัญของปัญหา (Significance of the Problem)

สินค้าท่องเที่ยวชาวเขา (tribal tourist commodity) คือสื่อตัวแทนทางวัฒนธรรม (representational media) ที่เกิดจากการนำสัญลักษณ์ต่างๆ มาใช้ถ่ายทอดความคิด ความเชื่อ ตลอดจนอุดมการณ์ต่างๆ ในรูปแบบของรหัสความหมายเพื่อสื่อไปยังกลุ่มคนต่างวัฒนธรรม สินค้าชาวเขาจึงมีสถานะเป็นของที่ระลึกการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวซื้อนำกลับไปยังภูมิลำเนาเพื่อบอกเล่าเรื่องราวและประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวที่ผ่านมาและในยามใดที่หยิบขึ้นมาดูก็เป็นสิ่งเตือนใจที่ทำให้นึกถึงว่าครั้งหนึ่งได้เดินทางไปที่นี่มา (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2537: 57)

ในเชิงกายภาพสินค้าเป็นเพียงวัตถุที่อยู่ในบริบทของการท่องเที่ยว แต่ในเชิงวัฒนธรรมศึกษา สินค้าท่องเที่ยวชาวเขาคือสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นให้มีนัยความหมายทางวัฒนธรรม ขณะเดียวกันก็มีกระบวนการผลิตเช่นเดียวกับสินค้าในสังคมสมัยใหม่ที่ผู้ผลิตมักจะสอดแทรกคุณค่าต่างๆ ลงในตัวสินค้า สำหรับกระบวนการสร้างความหมายดังกล่าวนี้หนึ่งก็คือ การบันทึกความหมายทางสังคมซึ่งแสดงออกให้เห็นในรูปของสัญลักษณ์ ในเชิงการสื่อสารการทำความเข้าใจเกี่ยวกับสัญลักษณ์จะเป็นสิ่งที่ช่วยให้คนในสังคมสามารถเข้าใจความคิดความอ่านของผู้ผลิตงานว่ากำลังสื่อสารอะไรกันอยู่ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2542: 21)

ปัจจุบันแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อความหมายได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจเชิงพาณิชย์ทั้งในระดับมหภาคและในธุรกิจขนาดเล็ก แนวคิดด้านการสื่อสารจะปรากฏในสินค้าแทบทุกประเภทรวมทั้งสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาเป็นสัญลักษณ์ประเภทหนึ่งที่มีพลังในการสื่อความหมายและเข้าสู่จิตวิญญาณของผู้บริโภคได้ดี สอดคล้องกับที่ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2538: 11) ได้กล่าวสรุปว่า สินค้าชาวเขาที่ทำมาจากธรรมชาติและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในวิถีชีวิตของตนเอง นับเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าซึ่งจะทำให้ขายได้ ในสังคมสมัยใหม่แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารปรากฏในสินค้าแทบทุกประเภท ทั้งนี้วิธีการหนึ่งก็คือการสร้างคุณค่าความแตกต่างให้สินค้า ขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (sign values) มากกว่าคุณค่าเชิงประโยชน์ใช้สอย (use values) จากแนวคิดทั้งหมดดังที่กล่าวสินค้านี้ท่องเที่ยวจึงไม่ได้ผลิตขึ้นมาเพื่อสนองความต้องการพื้นฐานทางด้านกายภาพและใช้สอย หากแต่เป็นการสนองตอบต่อการบริโภคระดับนามธรรมซึ่งได้แก่สัญลักษณ์และความหมายทางสังคมเป็นสำคัญ

ปัญหาการวิจัย

(Research Problem)

ในสังคมบริโภคนิยมผู้บริโภคมิได้ต้องการซื้อสินค้าที่ถูกผลิตขึ้นให้มีประโยชน์ในแง่ใช้สอยเพียงด้านเดียวอีกต่อไป แต่จะซื้อหรือบริโภคสัญลักษณ์ของสินค้าด้วย ดังนั้นการบริโภคสินค้าในระบบทุนนิยมจึงเป็นการบริโภคความหมายและสัญลักษณ์ซึ่งที่แฝงอยู่ในสินค้า คุณค่าเชิงสัญลักษณ์นี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้มีความหมาย เอกลักษณะ และตัวตนโดยใช้เทคนิคการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้วัตถุธรรมดากลายเป็นวัตถุของความปรารถนาหรือสัญลักษณ์แบบหนึ่ง ส่งผลให้การบริโภคสินค้าเฟื่องฟูขึ้นอย่างรวดเร็ว (ไชยรัตน์ เจริญสิน โอฟาร, 2542: 186-187)

หากพิจารณาสินค้าชาวเขาในบริบทของวัฒนธรรมการท่องเที่ยว สินค้าชาวเขาคือสัญลักษณ์หนึ่งซึ่งถูกใช้เป็นของที่ระลึกที่ใช้ออกสถานะภาพของนักท่องเที่ยวว่าเป็นผู้ผ่านหรือมีประสบการณ์ในเส้นทางผ่านพื้นที่ต่างๆ มาแล้ว เช่นเดียวกับ “มาร์โคโพล” นักเดินเรือรอบโลกที่มักจะเก็บหาของที่ระลึกจากที่ต่างๆ ที่เขาเดินทางผ่านมาเพื่อใช้เป็นหลักฐานสำคัญที่แสดงสถานภาพเกี่ยวกับการเป็นนักบุกเบิกหรือนักเดินทางที่ผ่านมาของตนเอง

การนำเสนอภาพตัวแทนของชาติพันธุ์ชาวเขาที่ปรากฏในสินค้าการท่องเที่ยวนับเป็นกระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง หากพิจารณาในเชิงภาษาศาสตร์สินค้าชาวเขาคือวัตถุการสื่อสารที่พรั่งพร้อมไปด้วยรหัสความหมายต่างๆ สำหรับมุมมองของโครงสร้างนิยม (structuralism) และสัญลักษณ์วิทยา (semiology) ได้ให้ความสนใจกับการวิเคราะห์เนื้อหา

(content analysis) โดยวิธีการศึกษาจะมุ่งเน้นที่การทำความเข้าใจกับความหมายที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวบท (text) ภายใต้บริบท (context) นั้นๆ ทั้งนี้การศึกษาเชิงโครงสร้างนี้จะช่วยให้เข้าใจปรากฏการณ์และความเป็นจริงทางสังคมที่เกิดขึ้นในขณะนั้นได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541ก: 80-84)

กระบวนการค้นหาความหมายที่ซ่อนอยู่ในสินค้า ผู้อ่านจะต้องอาศัยความเข้าใจในบริบททางสังคมที่ตัวบทนั้นๆ ดำรงอยู่จึงจะสามารถเข้าใจรหัสหรือสัญลักษณ์นั้นได้ว่ามีความหมายว่าอย่างไร ดังนั้นแนวทางการศึกษาจึงจะต้องอาศัยมิติที่หลากหลายมาทำความเข้าใจทั้งตัวบทและตัวบริบทควบคู่กันไป วิธีวิทยา (methodology) หนึ่งที่สามารถใช้เป็นหลักในการวิเคราะห์ได้ก็คือ สัญลักษณ์วิทยา (semiology)

ปัจจุบันการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์มีส่วนสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคม โดยเฉพาะสังคมการบริโภคหรือสังคมสมัยใหม่ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่ต่างได้ให้ความสำคัญกับการบริโภคคุณค่าเชิงสัญลักษณ์มากกว่าคุณค่าการใช้สอยที่ได้รับจากสินค้า ทั้งนี้เพราะสัญลักษณ์เป็นเรื่องของนามธรรมและความรู้สึกที่เกิดขึ้นในจิตใจของมนุษย์ บริโภคเท่าไรก็ไม่มีวันที่จะเต็มเต็มได้ด้วยเหตุนี้ผู้ผลิตสินค้าจึงใช้กลยุทธ์รูปแบบต่างๆ เพื่อหลอกล่อให้คนเกิดความพึงพอใจต่อการบริโภคสินค้า วิธีการหนึ่งก็คือ การนำเอาสัญลักษณ์มาใส่ไว้ในตัวสินค้า หรือนัยหนึ่งก็คือ การทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม (กาญจนา แก้วเทพ, 2541ก: 134-136)

อย่างไรก็ตามสิ่งที่น่าสนใจเป็นอย่างมากก็คือ การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ได้ขยายขอบเขตไปยังสื่อต่างๆ มากมาย อาทิ เพลง ภาพยนตร์ ละคร ตลอดจนนาฏกรรมและการละเล่นพื้นบ้าน ในที่นี้รวมถึงสินค้าที่ระลึกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วย อนึ่งประเด็นการวิจัยนี้ก็คือการทำความเข้าใจระบบความหมายในตัวสินค้าที่ปรากฏภายใต้บริบทของการท่องเที่ยวซึ่งได้มีความเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงไปตามทิศทางโครงสร้างเศรษฐกิจและกระแสการบริโภคของคนในสังคม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ ฉะนั้นคำถามในการวิจัยครั้งนี้คือ สินค้าท่องเที่ยวชาวเขามีแนวคิดอะไรบ้างที่ถูกเลือกใช้เป็นภาพแสดงแทน ขณะเดียวกันแนวคิดต่างๆ เหล่านี้มีแบบแผนการสื่อความหมายปรากฏให้เห็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(Objectives of the Study)

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการคือ

1. ศึกษาแบบแผนการสื่อความหมายของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา

2. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อความหมายของสินค้าชาวเขากับ
วัฒนธรรมการท่องเที่ยว

ขอบเขตของการวิจัย

(Scope of the Study)

ด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาชาวเขาในศูนย์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชาวเขา จังหวัด
เชียงใหม่ เป็นกรณีตัวอย่างในการศึกษา ด้วยเหตุผลที่ว่าร้านจำหน่ายดังกล่าวมีสินค้าท่องเที่ยวที่
ระลึกชาวเขานานาชนิดจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ไว้คอยบริการแก่นักท่องเที่ยวให้ได้เลือกชมและ
เลือกซื้อ ซึ่งผู้ศึกษาชาวเขาเป็นสินค้าที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่าง
ประเทศมาอย่างต่อเนื่อง

ด้านเนื้อหา

หน่วยของการวิเคราะห์ในการวิจัยเรื่องนี้อยู่ที่ระบบสัญลักษณ์หรือตัวหมายซึ่งในที่นี้
มีสถานะเป็นภาพแสดงแทนความหมายหรือความจริงในตัวสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา

อนึ่งความรู้และความจริงเกี่ยวกับชาวเขามีอยู่หลายระดับ ระดับที่ถือว่าน่าจะมี
ความสอดคล้องกับข้อเท็จจริงทางสังคมของชาวเขามากที่สุดก็คือ ข้อมูลที่ได้มาจากนักมานุษย
วิทยาที่ทำการศึกษเกี่ยวกับทางชาติพันธุ์วรรณา (ethnography) ข้อมูลในระดับนี้มุ่งหาความเป็น
จริงในเชิงหลักวิชาการอย่างมีระบบ ขณะเดียวกันก็มีลักษณะศึกษาแบบเจาะลึกและมุ่งตีความตาม
ทัศนะของนักเป็นหลัก

แต่ความจริงอีกด้านหนึ่งเป็นชุดข้อมูลที่อยู่ในการรับรู้และเป็นที่เข้าใจของคนส่วน
ใหญ่ทั่วไป (stereotype) ข้อมูลในส่วนนี้จะมีความหมายที่แตกต่างไปจากข้อมูลทางวิชาการโดย
สิ้นเชิง ยกตัวอย่างเช่น การทำไร่หมุนเวียนบนพื้นที่สูงของชาวเขา คนส่วนใหญ่มักมองว่าการ
กระทำได้กล่าวเป็นภัยใหญ่หลวงต่อการทำลายสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ในขณะที่นักวิชาการ
มองว่าเป็นแบบแผนการเกษตรของชาวเขาไม่ได้เป็นสาเหตุหลักของการทำลายสภาพแวดล้อมบนที่
สูงอย่างที่หลายคนกล่าวอ้าง (ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2541: 119) อย่างไรก็ตามงานวิจัยเรื่องนี้ได้
ให้ความสนใจกับชุดของข้อมูลที่คนส่วนใหญ่รับรู้และเข้าใจ อย่างในกรณีนี้เป็นการวิเคราะห์
ความหมายของสินค้าชาวเขาภายใต้บริบทของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

สำหรับสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาในฐานะที่เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมซึ่งมีแบบแผน
การผลิตเช่นเดียวกับสินค้าในสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ กล่าวคือ ตัวสินค้าจะถูกใช้เพื่อแสดงแทน

(cultural representation) ความหมายต่างๆ ซึ่งหากมองในมิติของการสื่อความหมายแล้วตัวของสินค้าชาวเขาจะมีการประหยัดเชิงความหมาย (economy of meaning) เพื่อลดรายละเอียดปลีกย่อยลงไปเหลือเฉพาะส่วนที่สำคัญๆ เท่านั้น (สามารถ ศรีจันทร์, 2544: 5)

ฉะนั้นการบริโภคสินค้าของนักท่องเที่ยวจึงไม่ได้อยู่ที่คุณค่าการใช้สอยเท่านั้น สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับบริบทคือสัญลักษณ์หรือนัยความหมายที่ซ่อนเร้นอยู่ในสินค้ามากกว่า ด้วยแนวคิดดังกล่าวสินค้าท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการผลิตสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่ผู้ผลิตได้สร้างขึ้นเช่นเดียวกับการผลิตสินค้าในสังคมสมัยใหม่ที่ตัวสินค้ามักมีความหมายต่างๆ ซ่อนเร้นอยู่ภายใน

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นเพื่อทำความเข้าใจกับแบบแผนการสื่อความหมายตลอดจนแนวคิดต่างๆ ที่ถูกใช้เป็นภาพแสดงแทนในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา ทั้งนี้โดยใช้หลักการวิเคราะห์สัญลักษณ์มาเป็นเครื่องมือในการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจกับความหมายที่ถูกสร้างขึ้นจากกระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมว่ามีลักษณะอย่างไร

ด้านเวลา

ระยะเวลาสำหรับการศึกษาครั้งนี้ครอบคลุมช่วงเวลาระหว่างเดือนมกราคม 2543 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2544

ด้านสถานที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ศูนย์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชาวเขา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อจำกัดการวิจัย

(Limitation of the Study)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการค้นหานัยความหมายของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีสัญญะวิทยา และความหมายที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์ซึ่งอยู่ภายใต้บริบทของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(Expected Results)

1. ได้ความรู้เกี่ยวกับการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งจะช่วยเป็นแนวทางในการทำ ความความเข้าใจถึงรูปแบบการสื่อสารในมิติอื่นๆ ที่มีความซับซ้อนได้ โดยเฉพาะความหมายในระดับลึกหรือความหมายทางวัฒนธรรมที่มักจะไม่สามารถให้เห็นได้โดยง่าย
2. ก่อให้เกิดการขยายแนวทางการศึกษาวิจัยไปในสื่อประเภทต่างๆ เช่น เพลง ภาพยนตร์ ละคร ตลอดจนนาฏกรรมและการละเล่นอื่นๆ ซึ่งจะทำให้องค์ความรู้ทางด้านวิชาการ เปิดกว้างและเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น
3. เกิดความเข้าใจที่แท้จริงเกี่ยวกับสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา โดยเฉพาะประเด็นที่ว่า ด้วยเรื่องของความหมาย
4. เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยว

นิยามศัพท์

(Definition of Terms)

การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ หมายถึง รูปแบบของภาษาชนิดหนึ่งที่มีความซับซ้อนและถูกสร้างขึ้นให้สามารถสื่อความหมายให้เป็นที่เข้าใจร่วมกันได้ การทำความเข้าใจความหมายดังกล่าวจะต้องมีการเรียนรู้และทำความเข้าใจบริบททางสังคม-วัฒนธรรมพร้อมกันไปด้วยจึงจะสามารถเข้าใจความหมายนั้นได้

สินค้าท่องเที่ยวชาวเขา หมายถึง สินค้าที่ใช้ลักษณะเฉพาะของชาวเขาเป็นสื่อแสดงแทนชาวเขา เป็นสินค้าที่มีสถานะเป็นของที่ระลึกการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวซื้อนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตนเอง ได้แก่ ตุ๊กตาชาวเขาเผ่าต่างๆ ผ้าปัก พวงกุญแจ ฯลฯ

ตัวหมาย หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่มนุษย์สามารถรับรู้ได้โดยใช้สื่อดั้งเดิม คือ การสัมผัส การมองเห็น การได้ยิน การรู้รส และการดม ตัวหมายในที่นี้ได้แก่ ลักษณะโครงสร้างทางกายภาพของตุ๊กตาชาวเขา เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องดนตรี ฯลฯ เป็นต้น

ตัวหมายถึง หมายถึง ความหมายหรือภาพในโน้มนำนึกของจิตใจที่รับรู้จากการสัมผัสตัวหมาย เช่น เมื่อเห็นสัญลักษณ์ไฟแดงก็ทำให้รู้ว่าต้องหยุด เป็นต้น การรับรู้ความหมายดังกล่าวนี้จะมีหลายระดับ ทั้งนี้โดยเริ่มตั้งแต่ความหมายในระดับพื้นผิวและความหมายในเชิงลึกซึ่งถือว่าเป็นความหมายทางสังคม

ตัวบท หมายถึง สีนคำท่องเทียวชาวเขาประเภทต่างๆ สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ได้แก่ ตู้กตาชาวเขา

บริบท หมายถึง สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่ตัวบทถูกสร้างขึ้นมาในที่นี้คือวัฒนธรรมการท่องเทียว อันประกอบไปด้วยแนวคิดต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเทียว เช่น การสัมผัสกับวัฒนธรรมที่แปลกไปจากนักท่องเที่ยว ตามแนวคิดสัญญาวิทยา บริบทจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถรับรู้และเข้าใจความหมายของตัวบทที่เกิดขึ้นภายใต้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเทียวได้

กระบวนการสร้างความหมาย หมายถึง วิธีหรือขั้นตอนที่สินคำถูกผลิตขึ้นมาโดยผู้ผลิตได้บรรจุเนื้อหาหรือใส่รหัสความหมายบางอย่างลงไปในสินคำเพื่อให้สินคำสามารถสื่อสารกับผู้รับสารได้ กระบวนการสร้างความหมายทำได้โดย การใช้ตัวหมายต่างๆ เช่น การใช้สีสันของเครื่องแต่งกาย การใช้เครื่องมือเช่น สวิงจับปลา หน้าไม้ฯลฯ สื่อความหมายถึงแนวความคิดต่างๆ

มายาภาพ หมายถึง การสร้างความหมายต่างๆ ให้เป็นที่ปรากฏและรับรู้ของคนในสังคมโดยอาศัยสัญญาต่างๆ ความหมายที่เกิดจากสัญญานี้อาจจะบดบังและถูกซ่อนข้อเท็จจริงของสังคมไว้ ขณะเดียวกันก็อาจจะผลิตหรือสร้างความหมายขึ้นมาใหม่ให้เป็นที่เข้าใจร่วมกันของคนในสังคมได้ โดยเฉพาะการผลิตสินคำในสังคมทุนนิยมซึ่งตัวสินคำมักบรรจุความหมายหรือมโนทัศน์ต่างๆ ที่ผู้ผลิตได้สร้างไว้

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

(REVIEW OF RELATED LITERATURE)

การศึกษาเรื่องการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาครั้งนี้เป็นความพยายามในการค้นหาความหมายเชิงวัฒนธรรม (cultural meaning) ของสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยว สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้อาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีโครงสร้างนิยมและสัญลักษณ์วิทยา
2. แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับสินค้าท่องเที่ยวที่ระลึก
4. ภาพลักษณ์ชาวเขาในสังคมปัจจุบัน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีโครงสร้างนิยมและสัญลักษณ์วิทยา

อนึ่งแนวคิดที่ว่าด้วยเรื่องของ “โครงสร้าง” ที่ใช้ในด้านภาษาศาสตร์นั้นหมายถึง “วิธีการที่ความหมายถูกสร้างขึ้นมาให้สามารถสื่อสารเป็นที่เข้าใจได้ภายใต้บริบททางสังคมหนึ่งๆ การสร้างความหมายนี้จะมีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนเช่นเดียวกับรูปแบบการสื่อความหมายอื่นๆ การถ่ายทอดความหมายด้วยวิธีสัญลักษณ์หนึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นว่ามนุษย์ได้ให้ความหมายธรรมชาติหรือสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัวอย่างไร (ไชยรัตน์ เจริญสิน โอฟาร, 2542: 198)

ในกระบวนการค้นหาความหมายเชิงโครงสร้างนิยมไม่ได้จำกัดตัวเองอยู่กับการวิเคราะห์ “ภาษา” เท่านั้น หากแต่ได้ขยายขอบเขตการศึกษาออกไปถึงวัตถุ ปรากฏการณ์ทางสังคม หรือสิ่งอื่นๆ ที่อยู่ในระบบของสัญลักษณ์ ซึ่งหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่มีความหมายแฝงฝังอยู่ในเนื้อใน เช่น เสื้อผ้า เครื่องใช้ การเดินทาง การละเล่น บทเพลงกล่อมเด็ก แบบเรียน อาการเจ็บป่วย ฯลฯ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541: 327)

การทำความเข้าใจความหมายจากตัวบทโดยการอ่านความหมายออกมาเป็นแบบใดนั้น จะต้องมีความสัมพันธ์และขึ้นอยู่กับบริบทวัฒนธรรมที่ตัวบทเกิดขึ้นมา กล่าวคือบริบทจะเป็นตัวอ่านระบบความหมายของตัวบทให้สามารถเข้าใจความหมายที่เกิดขึ้น ดังนั้นบริบทจึงเป็นสิ่งสำคัญในการสื่อความหมาย เพราะหากปราศจากบริบทหรือสภาพแวดล้อมทางสังคมก็จะไม่สามารถเข้าใจความหมายของตัวบทตลอดจนสิ่งต่างๆ ได้เลย กล่าวได้ว่าบริบทจะเป็นตัวสร้าง

ระบบความหมายทางสังคมขึ้นมาเพื่อให้สามารถสื่อความหมายให้เป็นที่เข้าใจกันได้โดยอาศัยประสบการณ์และกระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์ ยกตัวอย่างเช่นคำว่า “ตุง” ทางภาคเหนือของประเทศไทยมีความหมายว่าเป็นวัตถุที่ใช้ประกอบพิธีการอย่างหนึ่งของชาวภาคเหนือ แต่ถ้าไปอยู่บริเวณวัฒนธรรมอื่น ๆ เช่นในวัฒนธรรมของในอเมริกาหรือ แอฟริกาได้ “ตุง” อาจจะมีความหมายเป็นเพียงเศษผ้าหรือกระดาษที่มีสีสันชิ้นหนึ่งเท่านั้น

สำหรับสัญวิทยา นั้นเป็นสาขาย่อยหนึ่งของการวิเคราะห์แนวโครงสร้างนิยม ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ (2541: 326-330) ได้กล่าวสรุปโดยอาศัยแนวความคิดของ De Saussure (1974) เกี่ยวกับสัญญาว่าเป็นระบบความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นโดย

1. ตัวบททุกชนิด (หมายถึงวัตถุหรือสิ่งที่จะนำมาวิเคราะห์) จะถูกสร้างขึ้นโดยวิธีการเดียวกับภาษา คือจะต้องประกอบไปด้วยระบบโครงสร้างทางภาษา เช่น ในภาษาไทยคำที่สามารถใช้สื่อความหมายได้ อย่างน้อยต้องประกอบไปด้วย ประธาน กริยา ฯลฯ
2. ความหมายในตัวบทจะขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมระดับกว้างและกรอบอ้างอิงทางภาษาในสังคมนั้นๆ
3. ตัวบทคือสิ่งที่ถูกใช้เป็นภาพตัวแทนความหมาย มีความหมายซับซ้อน
4. ความหมายของตัวบทจะมีทั้งความหมายโดยอรรถ ความหมายโดยนัยหรือมายาคติ
5. ระบบสัญญานั้นจะถูกถอดรหัสความหมายตามพื้นฐานความรู้ที่มีอยู่ในสังคม
6. กระบวนการสื่อความหมายจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อมีผู้อ่านผลงานชิ้นนั้น และมีความเข้าใจภาษาหรือสัญญาที่ถูกสร้างขึ้น แต่ผู้อ่านอาจจะตีความไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้สร้างได้

จากแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องสัญญา จึงพอสรุปได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นโดยอาศัยองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ สัญญา วัตถุ และความหมาย สัญญานอกจากจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนของวัตถุแล้ว สัญญายังมีความหมายลึกซึ้งเกินกว่าตัววัตถุที่ใช้แสดงแทน สำหรับการทำความเข้าใจสัญญาใดสัญญาหนึ่งนั้น ผู้อ่านหรือผู้ตีความสัญญานั้นจะต้องอาศัยการอ่านความหมายจากชิ้นงานหรือตัวงานนั้นๆ โดยตรง ตัวงานหรือสิ่งที่เราจะศึกษานั้นจะมีลักษณะเป็นรูปธรรมที่จับต้องได้โดยอาศัยอายตนะทั้งห้าอันได้แก่-สัมผัส ได้ยิน รับรส การได้ยิน และการมองเห็น เมื่อผู้รับสารได้สัมผัสกับวัตถุดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใด ๆ (หรือด้วยสัมผัสอย่างอื่น ๆ) ก็จะทำให้

เรา “นึกถึง” (refer) มโนคติหรือความหมาย (significance) ของสิ่งนั้นๆ ได้ ยกตัวอย่างเมื่อพบเครื่องหมายในสัญญาณจราจร เช่น



หมายถึง หยุด

จากแนวคิดที่กล่าวมาสัญญาณจะเป็นการสื่อความหมายรูปแบบหนึ่งที่สามารถแสดงความซับซ้อนตลอดจนความคิดของผู้ส่งสารได้ ความหมายเชิงสัญญาณนี้หากพิจารณาให้ถ่องแท้ก็คือ ชุดของความหมายที่มนุษย์ได้สร้างหรือนิยามความหมายขึ้นมาจนกลายเป็นชุดความคิดหลักๆ ของสังคม ทั้งนี้ De Saussure ได้เรียกศาสตร์ของการสื่อความหมายนี้ว่า “Semiology” ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ

ตัวหมาย (signifier)

ตัวหมายถึง (signified)

ในแต่ละวัฒนธรรมมนุษย์จะมีการสร้างสัญญาณหรือระบบความหมายขึ้นมาแทนของจริง และสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาก็คือ ตัวหมายหรือตัวให้ความหมาย (ลักษณะเป็นรูปธรรม) นี้จะยังคงไม่มีความหมายอะไรจนกว่าจะอยู่ในบริบททางสังคม ตัวหมายที่ถูกอ่านจากบริบททางสังคมจะทำให้รู้ว่าหมายถึงอะไร ทั้งนี้ตัวที่ถูกให้ความหมายนี้ De Saussure เรียกว่าตัวหมายถึงหรือนัยหนึ่งคือ ภาพในมโนคติที่เกิดขึ้นในใจหลังจากที่เราสัมผัสกับตัวหมาย ยกตัวอย่างเช่น เมื่อขับรถยนต์ผ่านสี่แยกและเห็นสัญญาณไฟแดง ตัวสัญญาณไฟแดงในที่นี้ก็คือตัวหมาย ตัวหมายที่ปรากฏให้เห็นนี้จะทำให้ผู้ขับรถทราบความหมายทันทีว่าหมายถึง การหยุดรถหรือห้ามไป สำหรับความหมายที่บอกให้รู้ว่าห้ามหรือห้ามไปนี้ De Saussure เรียกว่า ตัวหมายถึง การที่ผู้อ่านจะเข้าใจความหมายของสัญญาณที่เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึงได้นั้น ผู้อ่านจะต้องมีการเรียนรู้ระบบของสัญญาณนั้นๆ จึงจะสามารถเข้าใจความหมายที่เกิดขึ้นได้

ระบบของสัญญาณจะเป็นตัวควบคุมกลไกการให้ความหมาย (signification) ของตัวบทหรือวัตถุให้เป็นไปอย่างสลับซับซ้อนหรือมีความหมายเชิงซ้อนเร้นได้ ทั้งนี้ก็จะขึ้นอยู่กับบริบททางวัฒนธรรมที่ตัวบทถูกสร้างขึ้นมา กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ตัววัตถุเองจะยังคงไม่มีความหมายอะไรจนกว่าจะมาอยู่ในบริบททางวัฒนธรรมหนึ่งๆ ที่มีรหัสกำหนดความหมายเอาไว้ ในวงการสื่อสารเราจะมองเห็นความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงระหว่างบริบทกับบทอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น หากเอ่ย

หรือพูดถึงคำว่า “หมู” หลายคนอาจนึกถึงสัตว์สี่เท้าชนิดหนึ่งที่เลี้ยงไว้เพื่อนำมาประกอบเป็นอาหาร แต่สำหรับในชุมชนชาวเขาบางเผ่า “หมู” นอกจากจะเป็นสัตว์เลี้ยงที่ใช้ประกอบเป็นอาหารแล้ว ยังเป็นสิ่งจำเป็นที่ใช้ในพิธีกรรมตามจารีตด้วย (กาญจนา แก้วเทพ, 2541ก: 90-91)

จากแนวคิดเรื่องการสื่อความหมายจะเห็นได้ว่าบริบทหรือลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมจะมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดการอ่านรหัสความหมาย ในขณะที่เดียวกันก็มีอิทธิพลต่อการสร้างหรือให้ความหมายทางสังคมด้วยเช่นกัน ฉะนั้นระบบของสัญญาณจะเป็นสิ่งที่บอกเล่าหรือสะท้อนวิธีการมองโลกของมนุษย์ในยุคนั้นๆ นั้นเอง ซึ่งก็就会有ความแตกต่างกันไป

การศึกษาระบบความหมายจากตัวบทหรือตัวงานภายใต้กรอบแนวคิดสัญญาณวิทยา ซึ่งแต่เดิมมีที่มาจากวิชาภาษาศาสตร์ และต่อมาได้พัฒนาเป็นทฤษฎีโครงสร้างนิยม ซึ่งมีความสนใจกับระบบความหมายที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น ทั้งนี้แนวคิดดังกล่าวมองว่าทุกๆ สิ่งที่สามารถสื่อสารได้ล้วนแล้วแต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับสัญญาณทั้งสิ้น (อุบลรัตน์ ศรีบุญศักดิ์, 2541: 192-193)

ในมุมมองด้านภาษาศาสตร์ ได้ให้ความสำคัญกับการค้นหาความหมายจากสิ่งที่กำลังศึกษา โดยเริ่มจากระบบไวยากรณ์ที่ใช้สำหรับควบคุมและตีกรอบให้ผู้ส่งสารสามารถสื่อความหมายขึ้นได้ภายใต้กรอบกติกาที่วางไว้ เช่นเดียวกับผู้รับสารที่สามารถถอดรหัสความหมายภายใต้กฎเกณฑ์เดียวกันได้ ยกตัวอย่าง หากเรากำลังพูดถึงโครงสร้างความหมายในภาพยนตร์ ก็คือการใช้ ภาพ เสียง ตัวแสดง การเดินเรื่อง เทคนิคการตัดต่อ รวมทั้งการจัดแสดงตลอดจนเรื่องอื่นๆ อีกมากมาย สิ่งทีกล่าวนี้นับเป็นกลยุทธการวางขอบเขตแห่งความหมายที่ผู้สร้างใช้เป็นวิธีการนำเสนอและบอกเล่า (กาญจนา แก้วเทพ, 2540ก: 80-84)

สำหรับตัวบทในลักษณะอื่นๆ โครงสร้างทางภาษาหรือชุดของไวยากรณ์ที่ทำหน้าที่สร้างหรือให้ความหมายก็ย่อมจะมีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับธรรมชาติที่ตัวบทถูกสร้างขึ้น มา เช่น ในการแสดงละคร ผู้ผลิตสามารถกำหนดกระบวนการสร้างความหมายให้เกิดขึ้นได้โดยอาศัยการจัดฉาก การให้แสง การใช้ดนตรี การเคลื่อนไหวของตัวละคร ฯลฯ อย่างไรก็ตามความหมายเชิงสัญญาณที่ได้จากการวิเคราะห์โครงสร้างทางภาษาตามกรอบโครงสร้างนิยมและแนวคิดสัญญาณวิทยา จะช่วยคลี่คลายภาพแห่งมายาไปสู่สัจจะหรือความจริงที่ซุกซ่อนอยู่ในสังคม ซึ่งจะทำให้สามารถอธิบายหรือพรรณาปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมตลอดจนข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในขณะนั้นได้

ตารางที่ 1 แผนผังแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง
แหวนเพชร	ความมีคุณค่าราคา
คอมพิวเตอร์	ความทันสมัย, เทคโนโลยี
นักบวช	ผู้ทรงศีล
ชอทาน	ความทุกข์ยาก,ชนชั้นล่างของสังคม

ดังนั้น การเกิดขึ้นของความหมายจะต้องมีการเชื่อมโยงระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึง สายสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึงมิได้เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติ จำเป็นจะต้องเรียนรู้ ต้องมีประสบการณ์ ฯลฯ จึงจะทราบว่าเครื่องหมาย สัญลักษณ์ หรือรหัสนั้นแปลว่าอะไร ทั้งนี้ การนิยามความหมายดังกล่าวจะถูกตีความไปในรูปแบบใดนั้นขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมนั้นเป็นสำคัญ ขณะเดียวกันสิ่งที่นักสัญลักษณ์วิทยา และโครงสร้างนิยมสนใจมากที่สุดคือ ความหมายโดยนัยหรือความหมายทางสังคม ซึ่งถือว่าเป็นความหมายที่มีความละเอียดลึกซึ้งและตัวความหมายไม่ได้ปรากฏให้เห็นได้โดยง่าย (กาญจนา แก้วเทพ, 2541ก: 98-100)

การทำความเข้าใจเพื่อค้นหาความหมายเชิงสัญลักษณ์ โดยอาศัยการรับรู้ของสังคมประสาททั้งห้าของมนุษย์จะต้องทำความเข้าใจใน 3 ประเด็นหลักคือ

1. ลักษณะโครงสร้างความหมายทางภาษา
2. วิธีการที่ทำให้เกิดความหมาย
3. ความสัมพันธ์สัญลักษณ์ระหว่างตัวสารกับคน ซึ่งจะนำไปสู่ความเข้าใจถึงการที่ตัวบทถูกอ่านหรือถูกถอดรหัสจากผู้รับสาร โดยมีเงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นบริบท

แนวทางการศึกษาสัญลักษณ์จะต้องมีความสนใจโครงสร้าง ซึ่งเป็นรูปแบบวิธีการที่ความหมายถูกสร้างขึ้นในวัฒนธรรม หากเทียบเคียงทางด้านภาษาศาสตร์ เช่น ภาษาไทย จะต้องมีส่วนประกอบไปด้วยพยัญชนะ 44 ตัว สระ 32 ตัว วรรณยุกต์ 5 เสียง มีไวยากรณ์การเรียงลำดับประธาน กริยา กรรม ฯลฯ ซึ่งระบบของไวยากรณ์หรือสัญลักษณ์ย่อย ๆ เหล่านี้จะมารวมกันอย่างมีแบบแผนและโครงสร้างที่แน่นอน ชัดเจนโดยเฉพาะภาษาไทย ประธานต้องมาก่อนกริยา ความน่ากลัวจะต้องมากับความมืด หรือแม้แต่ในภาพยนตร์พระเอกจะต้องเป็นคนดี คือไม่กินเหล้า ไม่สูบบุหรี่ ช่วยเหลือผู้หญิงและผู้อ่อนแอ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541ก: 91-93)

อวยพร พานิช และคณะ (2543: 93-97) ได้กล่าวถึงแนวความคิดเชิงโครงสร้างนิยมไว้ในหนังสือ ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร ซึ่งในที่นี้สามารถสรุปได้ว่า ภาษาทุกภาษาล้วนแล้วแต่มีโครงสร้างเป็นองค์ประกอบของตัวเอง โครงสร้างทางภาษานี้คือข้อกำหนดหรือกฎเกณฑ์ที่เป็นตัวควบคุมการจัดระเบียบการใช้ภาษาให้สามารถสื่อสารเป็นที่เข้าใจร่วมกันได้ หน่วยหรือองค์ประกอบทางความหมายเหล่านั้นเรียกว่า "ไวยากรณ์" ทั้งนี้ข้อแตกต่างของไวยากรณ์ในสื่อแต่ละประเภท จะแตกต่างออกไปตามตัวสื่อ อาทิ ภาษาของภาพยนตร์ก็จะมีโครงสร้างหรือไวยากรณ์ที่สำคัญเป็นตัวแทนในการเล่าเรื่อง เช่น ประกอบไปด้วยภาพแต่ละภาพ ภายในแต่ละภาพจะมีลักษณะการใช้ขนาดและมุมกล้อง หรือการดำเนินเรื่องในลักษณะต่างๆ เป็นต้น เช่นเดียวกัน โครงสร้างของสื่อสิ่งพิมพ์ก็จะมีหลักหรือไวยากรณ์เกี่ยวกับการจัดหน้า โดยการใช้ข้อความ และภาพประกอบ ภาพกราฟิก รวมทั้งพื้นที่ว่างเป็นองค์ประกอบสำคัญในการถ่ายทอดความหมาย

อนึ่งโครงสร้างความหมายไม่ได้ถูกจำกัดในแวดวงสื่อเท่านั้น หากแต่ได้ปรากฏในวรรณกรรม ตลอดจนงานศิลปะแขนงต่างๆ ด้วย ยกตัวอย่างในงานศิลปะ จะมีองค์ประกอบของเส้น จุด ระบาย รูปทรงอิสระ ที่ว่าง ฯลฯ เป็นไวยากรณ์พื้นฐานที่ศิลปินใช้ในการถ่ายทอดและสร้างความหมาย (เลอสม สถาปิตานนท์, 2540: 21)

จากข้อมูลดังกล่าวมาทั้งหมดแสดงให้เห็นว่า โครงสร้างเป็นส่วนสำคัญของภาษา เช่นเดียวกับในทุกมิติของสัญญาณจะต้องมีไวยากรณ์ประกอบเป็นโครงสร้างที่ควบคุมความหมายอยู่เสมอ การวิเคราะห์สัญญาณจากตัวบทได้ขยายขอบเขตไปสู่สินค้าต่างๆ รวมทั้งสินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วย อนึ่งกระบวนการสัญญาณวิทยา จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้อ่านเห็นความหมายที่ซ่อนอยู่ในตัวสินค้า

แนวการวิเคราะห์สัญญาณ

สำหรับการวิเคราะห์ความหมายโดยใช้ทฤษฎีสัญญาณวิทยา กาญจนา แก้วเทพ (2541ก: 84-89) ได้รวบรวมไว้ในหนังสือ การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค ซึ่งในที่นี้สามารถนำมาสรุปให้เห็นได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์แบบ Denotative/Connotative

- ความหมายโดยตรง (denotative meaning) หรือความหมายโดยอรรถ ความหมายที่ได้ในลักษณะนี้เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง ความหมายที่ได้จะเป็นสิ่งที่เข้าใจกันโดยทั่วไป เช่น ชาวนา คือคนที่ปลูกข้าว เสื้อผ้าคือสิ่งที่ใช้สวมใส่ เครื่องบินคือ

พาหนะสำหรับเดินทางชนิดหนึ่ง ความหมายโดยตรงแบบนี้เป็นความสัมพันธ์ขั้นพื้นฐานระหว่างสัญลักษณ์นั้นๆ กับตัวอ้างอิงที่เกิดจากภาพในโน้มนำนี้ ในมิติของการสื่อสารการใช้ความหมายในลักษณะจึงมีประโยชน์ค่อนข้างจำกัด เพราะไม่สามารถให้ความหมายที่แสดงถึงความลึกซึ้งได้

- ความหมายโดยนัย (connotation meaning) เป็นความหมายที่อยู่ในระดับลึกลงไป เกินกว่าที่จะรับรู้ได้โดยง่าย ความหมายโดยนัยนี้เป็นความหมายทางสังคมซึ่งซ่อนอยู่ในระดับลึก (latent meaning) เกินกว่าที่จะสังเกตเห็นได้โดยง่าย (อุบลรัตน์ สิริวุธศักดิ์, 2541: 205-206) เช่น เวลาพูดถึงชานา นอกจากจะมีความหมายว่าคือคนที่ปลูกข้าวแล้ว บางคนยังนึกถึง (หมายถึง) คนที่มีความยากลำบากและเป็นคนที่ใช้แรงงานเป็นหลัก การสร้างความหมายด้วยวิธีนี้ค่อนข้างที่จะกินความหมายลึกซึ้ง และเป็นสิ่งที่สัญลักษณ์วิทยา ได้ให้ความสนใจ

2. การวิเคราะห์แบบ Diachronic / Syntagmatic

หลักของการวิเคราะห์แบบนี้จะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบในระบบความหมาย การสื่อความหมายนี้ก็คือจะเน้นการลำดับขั้นหรือช่วงระยะเวลาของเหตุการณ์ หรือการปรากฏตัวของสัญลักษณ์ พบมากในเรื่องของการเล่าเรื่อง (naration) อย่างไรก็ตามหลักการสื่อความหมายในลักษณะนี้หากมีการสลับตำแหน่งความหมายก็จะเปลี่ยนแปลงไป เช่นรูปประโยคในภาษาไทยอย่างคำว่า

คน	กิน	ปลา	ความหมายแรก
ปลา	กิน	คน	ความหมายที่สอง

จะเห็นว่าหากมีการสลับสับเปลี่ยนตำแหน่งไวยากรณ์ ความหมายที่ได้ก็จะมีความเปลี่ยนแปลงไปด้วย และหากวิเคราะห์ต่อไปจะพบว่าคำบางคำ เช่น คำว่า ตู๊ก แก หากแยกเอาคำทั้งสองออกจากกันเป็นคำว่า ตู๊ก กับ แก แล้วเข้าไปทำความเข้าใจความหมายของแต่ละคำ จะพบว่าคำสองคำนี้ไม่มีทิศทางความหมายที่สอดคล้องกันเลย แต่ถ้าคำสองคำนี้ถูกรวมเข้าด้วยกันก็จะมีความหมายถึงสัตว์สี่เท้าชนิดหนึ่งทันที นอกจากนี้ยังพบอีกว่า การสร้างรูปประโยคในภาษาไทย หากมีการวางตำแหน่งของไวยากรณ์ผิดที่ความหมายก็จะผิดตามไปด้วย เช่น ประโยคที่ว่า “ยานี้กินแล้วแข็งแรง ไม่มีโรคมามาก “ กับ “ยานี้กินแล้วแข็งแรง ไม่มี โรคมามาก “

3. การวิเคราะห์แบบ Synchronic / Paradigmatic

ความหมายในลักษณะนี้เป็นการหาความหมายของกลุ่มตรงข้าม (hidden pattern of opposition) โดยการสร้างความหมายหนึ่งขึ้นมาและหาความหมายของคำตรงข้ามขึ้นมาเปรียบ

เทียบ เป็นคู่ความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นความแตกต่าง คำเหล่านี้จะสามารถสื่อความหมายได้ก็ต่อเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับคำตรงข้ามเสียก่อน

การวิเคราะห์ความหมายโดยการหาความสัมพันธ์ของคู่ตรงข้าม

สว่าง	ตรงข้ามกับ	มืด
ร่ำรวย	ตรงข้ามกับ	ยากจน
ความศิวิไลซ์	ตรงข้ามกับ	ความป่าเถื่อน
ที่ราบ	ตรงข้ามกับ	ที่สูง

ส่วนการวิเคราะห์แบบ **Paradigmatic** คือการใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายภายใต้กระบวนการทัศน์และแนวคิดเดียวกัน นับเป็นการใช้ชุดของสัญลักษณ์ต่างๆ (set of signs) สื่อความหมาย เช่นเมื่อเอ่ยถึงอาหารไทยภาคกลาง อย่างน้อยจะต้องประกอบไปด้วย น้ำพริก แกง คัมจัด เป็นต้น

ดังนั้นการวิเคราะห์ **Synchronic/Paradigmatic** จึงเป็นการแสวงหาคูณลักษณะทั้งหมดของรหัสและสัญลักษณ์ ขณะเดียวกันก็มีกลไกในการวิเคราะห์ความหมายให้เป็นที่เข้าใจกันโดยใช้ความสัมพันธ์ของคู่ตรงข้ามเป็นตัวเปรียบเทียบความหมายนั้นๆ การสร้างความหมายของคู่ตรงข้ามนี้จะช่วยชี้ให้เห็นสัญลักษณ์นั้นๆ ว่าอยู่ภายใต้กระบวนการทัศน์ใด ขณะเดียวกันก็ทำให้ทราบว่าอะไรบ้างที่อยู่ในบริบทหรือกระบวนการทัศน์นั้นๆ เช่น กระบวนการทัศน์หรือแนวคิดที่ว่าด้วยเรื่องความเป็นผู้หญิงจะต้องประกอบไปด้วย ความสวยความงาม ความเป็นกุลสตรี ฯลฯ เป็นต้น

4. การวิเคราะห์แบบ **Metaphor / Metonymy**

การวิเคราะห์แบบ **Metaphor** เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายโดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์สองตัวที่คล้ายคลึงกันและนำมาถ่ายทอดความหมายด้วยวิธี “เปรียบเทียบอุปมาอุปไมย” เป็นการหาความหมายจากรูปธรรมเพื่อไปสู่นามธรรม เช่น

- ชายผู้นี้สง่างามดุจดังเทพบุตรมาจุติ
- เรียบร้อยอย่างกับผ้าพับไว้
- ใจกว้างอย่างกับแม่น้ำ
- พรืดไหวเหมือนกับสนเมื่อต้องลม
- เขาเหมือนกันราวกับแกะ

การวิเคราะห์แบบ Metonymy เป็นวิธีการถ่ายทอดความหมายโดยหยิบเอาส่วนเล็กๆ (part) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาณ มาใช้ประกอบหรือแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด (whole) การสร้างความหมายด้วยวิธีการใช้ส่วนย่อยแทนส่วนใหญ่มารพบเห็นได้ทั่วไป เช่น การนำเอารูปถ้วยกาแฟที่สร้างเป็นภาพกราฟิกแทนความหมายของเครื่องดื่ม หรือนำธงชาติมาเป็นตัวแทนความหมายของความรักชาติและความสามัคคี

ในแวดวงการเมืองกลยุทธ์การสื่อสารแบบ Metonymy ปรากฏให้เห็นอย่างในการรณรงค์หาเสียงที่พรรคการเมืองบางพรรคได้นำเอาภาพถ่ายนายปรีดิย์ พนมยงค์ อดีตนายกรัฐมนตรีของไทยมาใช้เพื่อเป็นภาพแสดงความเป็นประชาธิปไตย เป็นต้น

ในที่นี้ได้ชี้ให้เห็นการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่ ดังนี้

ตารางที่ 2 ลักษณะการใช้ส่วนเล็กแทนความหมายถึงส่วนใหญ่

ส่วนใหญ่ทั้งหมด /Whole	ส่วนย่อย / Part
กรุงเทพฯ	พระปรางค์วัดอรุณ, วัดพระแก้ว
ภาคเหนือ	เชียงใหม่, ภูเขา
เชียงใหม่	ดอกสุเทพ, ดอกไม้สวย

การถ่ายทอดความหมายโดยใช้หลัก Metonymy เป็นรูปแบบการสื่อความหมายโดยอาศัยความสัมพันธ์ของสัญญาณสองตัวซึ่งถูกนำมาใช้แทนความหมายกันจนบางครั้งกลายเป็นที่รู้จักหรือเป็นตัวแทนของสิ่งนั้นๆ ไป เช่นในบริบทของการท่องเที่ยว ถ้าหากเอ่ยถึงตลาดน้ำหลายคนก็อาจจะนึกถึงสถานที่ท่องเที่ยวทางน้ำที่มีชื่อเสียงที่อยู่ในจังหวัดราชบุรี หรือจังหวัดที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับมะขามหวาน ก็ทำให้นึกถึงจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นต้น

จากแนวคิดที่กล่าวมาสะท้อนให้เห็นว่าสัญญาณเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการค้นหาความหมายเชิงวัฒนธรรมที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวบทหรือตัวงาน ทั้งนี้ความหมายที่ได้จะถูกอ่านหรือตีความภายใต้เงื่อนไขและบริบททางสังคมนั้นๆ เป็นสำคัญ ขณะเดียวกันวิธีการ

วิเคราะห์ความหมายก็ต้องอาศัยหลักการวิเคราะห์สัญลักษณ์ต่างๆ มาทำความเข้าใจจึงจะสามารถรับรู้ความหมายนั้นได้ว่าใช้รูปแบบการสื่อความหมายอะไรเป็นกลไกในการสร้างความหมาย

แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมของมนุษย์ที่มีมาแต่โบราณกาล และได้มีการพัฒนาเติบโตมาเป็นลำดับ การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง หากไม่มีการเดินทางก็ไม่มีการท่องเที่ยว ดังนั้นความหมายของการท่องเที่ยวจึงมีความหมายรวมถึงทั้งการเดินทางและการท่องเที่ยว ในพจนานุกรมชื่อ Webster's Third New International Dictionary ได้ให้ความหมายของคำว่า Tourism ว่าหมายถึง (1) การท่องเที่ยว (2) การเดินทางเพื่อความสำราญใจ และ (3) การบริหารงานธุรกิจแก่นักท่องเที่ยว ส่วนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้นได้อธิบายศัพท์การท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ (โครงการวิจิตรศิลป์, 2540: 3-5)

McIntoen and Goeldner (1984: 112-113, อ้างในวิจิตรศิลป์, 2540: 8) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไว้อย่างน่าสนใจ ซึ่งในที่นี้สรุปได้ว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวก็คือ การเดินทางไปในที่ใดๆ เพื่อสร้างความคุ้นเคยกับประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ขณะเดียวกันก็เป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมของกลุ่มคนต่างๆ ด้วย ทั้งนี้การท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน ซึ่งจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2542: 5) ได้นิยามความหมายของ “การท่องเที่ยว” ว่าเป็นการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ (1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (2) เดินทางด้วยความสมัครใจ (3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้เหตุผลสำคัญของการท่องเที่ยวคือ การไปศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนชาติอื่น ...

การเดินทางท่องเที่ยวของมนุษย์ในยุคเริ่มต้น ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการเดินทางของเหล่าทหารและกองทัพของพวกเขา คลอดจนผู้แทนรัฐบาลในอดีต ซึ่งมีความจำเป็นเพื่อการติดต่อคมนาคมระหว่างรัฐบาลกลางกับอาณานิคมต่างๆ ที่อยู่ห่างกันออกไป ประกอบกับในระยะเริ่มแรกของสังคมมนุษย์ เป็นกลุ่มชนที่ต้องร่อนเร่พเนจรเพื่อจาริกและแสวงหาสถานที่ที่เป็นแหล่งอาหารขณะเดียวกันก็เพื่อหลบหลีกภัยจากศัตรูต่างๆ หากวิเคราะห์ตามหลักจิตวิทยาซึ่งถือว่าธรรมชาติของมนุษย์เป็นผู้ที่อยากรู้อยากเห็นและมักจะชอบความสนุกสนานและการผจญภัย ด้วย

เหตุผลดังที่กล่าวมาจึงทำให้มนุษย์อยากเดินทางไปยังที่ต่างๆ เพื่อสนองตอบต่อความอยากรู้อยากเห็นและความต้องการของตนเอง (สมหมาย ชินนาค, 2541: 74-75)

ต่อมาการเดินทางท่องเที่ยวได้แพร่ขยายไปสู่กวีนิพนธ์ ศิลปิน นักปรัชญา ตลอดจนได้รับความนิยมไปสู่ประชาชนทั่วไป ทั้งนี้เพราะการเดินทางท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นผลมาจากวัฒนธรรมการใช้เวลาของคนในสังคมคือเมื่อว่างเว้นจากงานการมักจะมีเวลาว่างเพื่อการพักผ่อนหรืออยากเปลี่ยนบรรยากาศเสมอๆ ซึ่ง นิคม จารุมณี (2536: 15-30) และฉลองศรี พิลสมพงศ์ (2542: 5-6) ได้กล่าวสรุปในทิศทางเดียวกันว่าการท่องเที่ยวเป็นผลของวัฒนธรรมเวลาว่าง (leisure culture) ที่แบ่งการเล่นและการทำงานออกจากกัน เนื่องจากการทำงานในระบบอุตสาหกรรมเกิดขึ้นในประเทศตะวันตกที่ถือคติเรื่องการหยุดในวันอาทิตย์เป็นหลัก ช่วงการทำงานจึงเป็นจันทร์ถึงเสาร์ (ต่อมาด้วยการเลื่อนไหวทางสังคมของผู้ใช้แรงงานได้ลดวันทำงานลงอีกหนึ่งในสัปดาห์เหลือเพียงจันทร์ถึงศุกร์) ส่วนช่วงที่หยุดหรือช่วงที่ว่างเว้นจากการทำงานคือเวลาที่สามารถใช้ท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้แล้ว ในแต่ละปีจะมีการหยุดยาวในฤดูร้อนที่เรียกว่า “พักร้อน” ซึ่งยังทำให้การท่องเที่ยว การพักผ่อน การซื้อของที่ระลึกตลอดจนการเดินทางไปในที่ไกลๆ เป็นไปได้มากขึ้น นอกจากนี้แล้วนักมานุษยวิทยายังมองว่าการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผ่านไปสู่อสถานภาพใหม่ที่เรียกว่า “พิธีกรรมแห่งการผ่าน (rites of passage)” ซึ่งเป็นวงจรชีวิตของคน (เช่น การโกนผมไฟแสดงการผ่านจากเด็กเล็กไปสู่เด็กโต การบวชเป็นการเปลี่ยนจาก “คนดิบ” ไปเป็น “คนสุก” ฯลฯ)

หลักฐานที่ปรากฏชัดเจนในวรรณคดีหรือตำนานที่ได้มีการสืบทอดกันมา มักกล่าวถึงการที่ตัวเองต้องเดินทางไปผจญภัยในที่ต่างๆ จนกระทั่งสามารถผ่านพ้นอุปสรรคน้อยใหญ่เหล่านั้นไปได้ จากนั้นจึงได้เดินทาง “กลับบ้านกลับเมือง” เพื่อเข้าสู่สถานภาพใหม่ ซึ่งเป็นสถานภาพของผู้มีประสบการณ์หรือผู้ที่ผ่านมาแล้ว เช่น พระอภัยมณี สังข์ทอง ทอมซอเยอร์ มาร์โค โปโล โรบินฮูด ฯลฯ ทั้งนี้เนื่องจากการเดินทางไปรู้ไปเห็นในถิ่นแดนไกลเป็นหลักฐานที่แสดงความชอบธรรมของการเข้าสู่สถานภาพใหม่ นักท่องเที่ยวจึงต้องหาหลักฐานมาบอกเรื่องแก่พี่น้องเพื่อนฝูงที่รออยู่เบื้องหลัง ตรงนี้เองที่ “ของที่ระลึก” มีบทบาทสำคัญ เพราะมันทำหน้าที่เป็นวัตถุแห่งการผ่านพ้นที่ต่างๆ

แต่กระนั้นก็ตามการเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดพักผ่อนเป็นสิ่งที่ไม่ใช่เรื่องปกติธรรมดาสำหรับคนทั่วไป เนื่องจากมีเหตุผลหลายประการเช่น ไม่มีงบประมาณเพียงพอ นายจ้างไม่จ่ายค่าจ้างให้แก่ลูกจ้างในขณะที่พักผ่อน ดังนั้นคนส่วนใหญ่จึงไม่สามารถจะออกเดินทางท่องเที่ยวได้ จึงต้องอยู่กับบ้านเป็นการพักผ่อนแทน ซึ่งทั้งหมดเป็นการวนเวียนอยู่กับกิจกรรมสามประการคือ การพักผ่อน การผ่อนคลายอารมณ์ และการฟื้นฟูกำลัง ต่อมาหลังสงครามโลกครั้งที่

สองการต่อสู้กับการทำงานคงดำเนินต่อไปจนกระทั่งคนส่วนหนึ่งได้เริ่มมีชั่วโมงการทำงานสั้นลง รวมทั้งมีการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยในการผลิต ส่งผลให้ความยากลำบากในการทำงานลดลง ทำให้การพักผ่อนรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ด้วยการท่องเที่ยวกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นมากขึ้นตลอดทุกๆ ปี อีกทั้งวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวได้พัฒนาและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกันประชาชนก็นิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ของตัวเอง (นิคม จารุมณี, 2536: 47-48)

จากข้อมูลทีกล่าวนมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการเดินทางไปยังที่ต่างๆ ทั้งนี้เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับตัวเอง สำหรับในประเทศไทยใช้คำว่า “ไปเที่ยว” ซึ่งในเริ่มต้นมีความหมายทั่วไปว่า การเดินทางไปไหนต่อไหนทั้งใกล้และไกลเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2479 จึงเริ่มมีการใช้คำว่า “การท่องเที่ยว” อย่างเป็นทางการ ดังจะเห็นจากกระทรวงพาณิชย์ได้จัดตั้ง “แผนส่งเสริมพาณิชย์และการท่องเที่ยวขึ้น” และประมาณ พ.ศ. 2492 สำนักนายกรัฐมนตรีได้โอนสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวมาอยู่ในความดูแลของกรมโฆษณาการ นับตั้งแต่นั้นมาคำว่า “การท่องเที่ยว” ก็ไม่ได้มีความหมายเช่นเดียวกับคำว่า “ไปเที่ยว” หรือ “เที่ยว” อีกต่อไป หากแต่จะมีความหมายเป็นงานอย่างหนึ่งโดยเฉพาะเป็นการปฏิบัติงานที่เป็นระบบจนเรียกได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ชนิดหนึ่งให้กับประเทศ (โครงการวิจิตรทัศน์, 2540: 4-5)

การเจริญเติบโตที่เป็นผลมาจากการขยายตัวของทุนนิยมและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดกระบวนการผลิตเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมทั่วไป กล่าวคือมี (1) มีอาคารและสถานที่พัก (2) วัตถุดิบ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว (3) การลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา ฯลฯ (4) การใช้แรงงานเพื่อสร้างระบบสาธารณูปโภค การผลิตสินค้าและบริการ (5) ผลผลิต ได้แก่ การบริการของธุรกิจที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว และ (6) การส่งเสริมการขาย คือมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมทั้งรณรงค์ให้เกิดการซื้อขายผลผลิตและบริการ (สมหมาย ชินนาค, 2541: 83-84)

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

ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และเป็นการดึงดูดให้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น พักอยู่นานวัน รวมทั้งใช้จ่ายเงินมากขึ้น ทั้งนี้โดยมีเป้าหมายเพื่อทำการท่องเที่ยวไทยสู่ระดับโลก (world class tourism) โดยเฉพาะการเพิ่มให้ปี พ.ศ. 2543 เป็นปีท่องเที่ยวไทย หรือ Amazing Thailand ไปอีกหนึ่งปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541: 58-64) และด้วยเหตุที่การท่องเที่ยวนำเงินเข้าประเทศอย่างต่อเนื่อง องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนจึงได้ดำเนินการทุกวิถีทางเพื่อทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้พร้อมทั้งเป็นเครื่องมือสนับสนุนการฟื้นฟูวิกฤตทางเศรษฐกิจของประเทศให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ถึงขนาดที่รัฐบาลได้ทุ่มเทเงินประมาณจำนวนมากเพื่อใช้จ่ายในกิจกรรมเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังเช่นปรากฏในหนังสือพิมพ์ ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 21-23 พฤษภาคม 2544 หน้า 22 โดยมีข้อความว่า “ททท. เตรียมเร่งรัดเปิดประมูลฯ โฆษณาสดใหญ่ 600 ล้านบาท โหมแคมเปญเที่ยวไทย จ้าง ครีเอทีฟ จูซ ปั่นโครงการนำร่องด้วยกลยุทธ์เด็ดดึงดูดพันธมิตร 8 กลุ่ม แจกอุปถัมภ์ กระหน้าห้องพัก แฝกเกจทัวร์ แจกฟรี ...”

สำหรับประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่กำลังพัฒนาและมีฐานะเป็นตลาดการท่องเที่ยวราคาถูกที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากสนใจเดินทางมาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง และแม้ว่าปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศกำลังประสบปัญหาภาวะตกต่ำก็ตาม ในแต่ละปีประเทศไทยได้มีโอกาสด้อนรับนักท่องเที่ยวชาติต่างๆ เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ นงนภัทร น่านวิสัย ได้เขียนไว้ในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันที่ 4 มิถุนายน 2542 หน้า 6 ข้อความว่า “เมืองไทยเรายังได้แขกมาเยือนถึง 7,764,930 คน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.53 ในขณะเดียวกันประเทศเพื่อนบ้านมียอดนักท่องเที่ยวติดลบ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวไทยเหนือกว่าประเทศเพื่อนบ้าน” จากคำกล่าวข้างต้นเป็นภาพสะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในภูมิภาคนี้ และเหตุที่การท่องเที่ยวทำเงินให้กับภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เกิดการลงทุนทางธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวตามมาอย่างมาก เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจการนำเที่ยว รวมทั้งธุรกิจการขายของพื้นเมืองและของที่ระลึกต่างๆ ซึ่งผลดีคือทำให้เกิดการหมุนเวียนของเงินทุนและการกระจายรายได้ และประเทศไทยนั้นถือว่าประสบความสำเร็จมาโดยตลอดในช่วง 20 ปี ทั้งนี้เนื่องจากว่าสิ่งที่ประเทศไทยใช้เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมก็คือ คนไทย วัฒนธรรมไทย และธรรมชาติที่สวยงาม ปัจจัยทั้งสามสิ่งนี้นับเป็นความหลากหลายที่เป็นเสน่ห์ดึงดูดใจคนจากที่ต่างๆ เดินทางมาเที่ยวชมอย่างต่อเนื่อง (นวต สารสอน, 2543: 9) โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่เมื่อดูจากสถิติปี 2542 ซึ่งจัดเก็บโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวสูงถึง 3.3 ล้านคน ส่งผลให้มีเงินหมุนเวียนมากถึง 3.4 หมื่นล้านบาท

ทั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการซื้อ “ของที่ระลึก” ของนักท่องเที่ยว (เคลิโนวส์, 29 ธันวาคม 2543: 3)

แนวความคิดเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึก

ปัจจุบันการท่องเที่ยวได้รับความนิยมในกลุ่มคนแทบทุกกลุ่ม ขณะเดียวกันก็กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับระบบเศรษฐกิจโลกอย่างต่อเนื่อง ผลพวงจากการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ ตามมาอย่างมากมาย โดยเฉพาะธุรกิจขายของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวนอกจากจะสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการแล้ว ยังเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นมีชีวิตชีวาออกมามากยิ่งขึ้น

ม.ล.ศุข ชุมสาย (2518: 86-88) ได้กล่าวสรุปถึงกิจกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวว่าประกอบไปด้วย 3 กิจกรรมหลัก คือ (1) การเดินทาง (2) การพักผ่อน และ (3) การซื้อของที่ระลึกและบริการอื่นๆ

ส่วนเสรี วังสไพจิตร (2534: 35) ได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้อย่างน่าสนใจว่า เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยการซื้อนั้นเป็นไปด้วยความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการนั้น ขณะเดียวกันการเดินทางดังกล่าวจะต้องมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว เช่น ความงดงามของสถานที่ หรือความน่าสนใจทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองต่อความต้องการ

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวนอกจากจะมีความสนใจสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นแล้ว กิจกรรมอย่างหนึ่งที่มักจะควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวก็คือการจับจ่ายเงินไปกับการซื้อสินค้าที่ระลึกหรือสินค้าท่องเที่ยวเสมอ แนวความคิดเกี่ยวกับการซื้อของที่ระลึกดังกล่าวสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับ วิชัย เทียนน้อย (2528: 9) ที่กล่าวสรุปไว้เกี่ยวกับการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวว่า “นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยังบริเวณใด มักจะจัดซื้อของที่ระลึกเก็บไว้หรือนำไปฝากพี่น้อง เพื่อนฝูง และขณะเดียวกันก็จะนำประสบการณ์ที่ประทับใจเหล่านั้นถ่ายทอดให้ญาติมิตรได้รับรู้ถึงความสนุก ตื่นเต้น เกี่ยวกับการได้เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกชิ้นนั้นมา”

ในการออกเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ นักท่องเที่ยวนิยมซื้อของที่ระลึกด้วยเสมอ ความสำคัญของการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวมีมาก เรามักจะได้ยินคำบ่นจากนักท่องเที่ยวที่

ไม่ได้มีโอกาสได้จับจ่ายซื้อของที่ระลึกว่า “เหมเสียขาย ไม่มีโอกาสได้ซื้อของเลย” หรือแม้กระทั่งแต่คำหาหนีบริษัทนำเที่ยวว่า “ไปคราวนี้ ไม่เปิดโอกาสให้มีเวลาได้ซื้อของติดไม้ติดมือกลับมาบ้างเลย” ทั้งนี้โดยทั่วไปการเดินทางท่องเที่ยวขั้วที่ต่างๆ เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางกลับภูมิลำเนาของตน มักจะหาซื้อของที่ระลึกติดมือกลับไปเพื่อนำไปสาธยายถึงเรื่องราวตลอดจนประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผ่านมาของตน หลายคนอดที่จะเล่าให้ญาติสนิทมิตรสหายฟังว่า สนุกตื่นเต้นกับการเลือกซื้อของที่ระลึกและในยามใดที่หยิบขึ้นมาดูก็ทำให้เตือนใจว่าครั้งหนึ่งได้เดินทางไปในที่นั้นมา (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2537: 57-60)

จากแนวคิดเรื่องสินค้าที่ระลึกดังที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นถึงประสบการณ์อันเนื่องมาจากการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งกิจกรรมที่กระทำในระหว่างการท่องเที่ยว อันได้แก่การซื้อ “ของที่ระลึก” ต่างๆ ตรงนี้เองที่ของระลึกเหล่านี้ได้แสดงบทบาทการผ่านประสบการณ์เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวที่ผ่านมา (สมหมาย จินนาค, 2541: 85-87) ทั้งนี้สมหมายยังได้กล่าวสรุปถึงคุณสมบัติบางประการของสินค้าที่ระลึกไว้อย่างน่าสนใจซึ่งสามารถนำมาสรุปได้ดังนี้

(1) เป็นสิ่งของที่ทำด้วยมือเป็นส่วนใหญ่ มีความละเอียดประณีตทรงคุณค่า โดยเฉพาะถ้าเป็นการลอกเลียนแบบของเก่า จะต้องทำอย่างแนบเนียนที่สุด

(2) เป็นของท้องถิ่นและถ้าเป็นไปได้ต้องใช้คนมานั่งสาธิตทำให้อันตรธาน

(3) รูปแบบสินค้ามักมีลักษณะเฉพาะตัว คือ เป็นของที่มาจากธรรมชาติ มีลักษณะรูปร่างแปลกประหลาด

(4) ถ้าเป็นงานที่ผลิตจากมือ จะต้องรับประกันว่าเป็นงานที่ทำด้วยฝีมือจริงๆ ดังที่สังเกตว่าของที่ระลึกต่างๆ มักจะมีตรา “original” หรือคำว่า “handmade” ติดอยู่ จะทำให้ขายดีกว่าแบบที่ไม่มีตรา

นอกจากการซื้อของที่ระลึกตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แล้ว องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่แปลกตาแปลกใจ วิถีชีวิตของผู้คน รวมทั้งความปลอดภัยจากมลภาวะหรือวิกฤตการณ์ร้ายแรงตามธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม แผ่นดินถล่ม ฯลฯ นับเป็นสิ่งที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวมีฐานที่พึ่งพิงอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติเป็นสำคัญ (เสรี วังสไพจิตร, 2534: 15)

อนึ่งความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าที่ระลึก ปัจจัยทางด้านราคามีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ ในเชิงเศรษฐศาสตร์จะพบว่าโดยปกติแรงจูงใจเกี่ยวกับราคาของสินค้ามีผลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยว กล่าวคือระดับราคาที่สูงจะส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้อ และในทางตรงข้ามราคาที่ลดลงหรือของถูกจะกระตุ้นให้อุปสงค์การท่องเที่ยวมากขึ้น (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2537: 11-12)

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ปกติระหว่างราคาสินค้ากับอุปสงค์การท่องเที่ยว

ราคาสินค้า	ความสามารถซื้อมาก	ความสามารถซื้อน้อย
สินค้าราคาถูก	✓	
สินค้าราคาแพง		✓

จากตารางข้างต้นจะเห็นว่าระดับราคาของสินค้าจะมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวหรือความต้องการซื้อของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ หากราคาสินค้ามีราคาถูกนักท่องเที่ยวจะมีความสามารถในการซื้อสูง ส่วนสินค้าที่มีราคาแพง ความสามารถในการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวก็จะน้อยลง

อนึ่งในการให้คำจำกัดความของคำว่าสินค้าที่ระลึกนั้น ขยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ (2537: 57-59) และบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542: 145-146) ได้ให้คำจำกัดความ"สินค้าที่ระลึก"ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งในที่นี้สรุปได้ว่าของที่ระลึกคือ สิ่งใดๆ ก็ตามที่นักท่องเที่ยวซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน ไม่ว่าจะมิวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอยในชีวิตประจำวัน หรือเก็บเป็นของที่ระลึกเพื่อไว้เป็นสิ่งเตือนใจว่าครั้งหนึ่งได้เดินผ่านมาแล้ว

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของภาคเหนือมีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับสินค้าชาวเขาเปิดบริการให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ บางร้านถึงขนาดทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์หรือสื่อพาดิซออิเล็กทรอนิกส์ อย่างในกรณีหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (26 เมษายน 2544: 7) ได้ทำการเผยแพร่เว็บไซต์ร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับชาวเขาแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้พร้อมกับลงข้อความว่า "Hill Trib Handicraft Shop..." จากแนวคิดข้างต้นย่อมสะท้อนให้เห็นว่าสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาเป็นของที่ระลึกการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่ถูกใช้เป็นจุดขายเพื่อดึงเงินเข้าประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีชาวเขาจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ อาศัยอยู่

ตุ๊กตาชาวเขาในฐานะสินค้าที่ระลึก

ตุ๊กตาชาวเขานับเป็นของ"ที่ระลึก" (souvenirs) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง ซึ่งตัวสินค้าประกอบไปด้วยกลุ่มชาติพันธุ์หลายกลุ่ม เช่น กะเหรี่ยง ม้ง เมี่ยน อาข่า ลีซู และลาหู่ ตุ๊กตาชาวเขาเหล่านี้ส่วนใหญ่ถูกผลิตโดยกลุ่มคนไทยพื้นเมืองภาคเหนือที่มีโรงงานตั้งอยู่ในจังหวัด

เชียงใหม่ มีลักษณะการผลิตเป็นสินค้าอุตสาหกรรม ลักษณะเด่นของสินค้าที่มีความสอดคล้องกับของที่ระลึกก็คือ วัสดุที่ใช้ในการผลิตสินค้าส่วนมากจะเป็นวัสดุที่สามารถหาซื้อได้ตามท้องถิ่นหรือตามท้องตลาดทั่วไป มีขนาดกระทัดรัดเหมาะแก่การพกพา รวมทั้งเป็นเอกลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นนั้นๆ อย่างในที่นี้คือ การสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชนเผ่าหรือนัยหนึ่งก็คือชาวเขานั่นเอง

สำหรับสิ่งที่น่าสนใจก็คือสีสันทันและลวดลายของตัวตุ๊กตาชาวเขามีลักษณะที่ดูคล้ายกับชุดแต่งกายของสตรีชาวเขาจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ โดยเฉพาะรูปแบบเสื้อผ้าของตุ๊กตาซึ่งเมื่อดูโดยรวมแล้วพบว่ามีการใช้สีและลวดลายคล้ายกับชุดแต่งกายประจำเผ่าของหญิงชาวเขา นอกจากนี้ยังได้ปรากฏว่ามีของใช้บางอย่างเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตประจำวันร่วมอยู่ด้วย เช่น กระบุง ตะกร้า เครื่องยิงสัตว์ กล้องยาสูบ เครื่องดนตรี ฯลฯ ซึ่งในเชิงสัญลักษณ์วิทยา ของใช้ต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วมีนัยทางวัฒนธรรมแฝงเร้นอยู่ทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตามประเด็นสำคัญซึ่งถือว่าเป็นกรอบการวิจัยสำหรับเรื่องนี้สนใจก็คือระบบความหมายที่สะท้อนออกมาในตัวตุ๊กตาชาวเขาในแต่ละตัว เช่น ตุ๊กตามังที่มีมือด้านซ้ายถือเครื่องดนตรี หรือที่ยิงสัตว์ในมือของตุ๊กตาอาข่า ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นประเด็นหรือข้อมูลเบื้องต้นที่จะใช้วิเคราะห์ความหมายในลำดับต่อไปทั้งสิ้น โดยเฉพาะความหมายเชิงทางวัฒนธรรมที่สอดแทรกอยู่ในตัวสินค้าท่องเที่ยว

สำหรับตุ๊กตาชาวเขาที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ตุ๊กตาชาวเขาในศูนย์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชาวเขา จังหวัดเชียงใหม่ ภายในศูนย์แห่งนี้มีสินค้าที่ระลึกเกี่ยวกับชาวเขารูปแบบต่างๆ อาทิ เสื้อผ้า เครื่องเงิน เครื่องดนตรี ฯลฯ ทั้งนี้ในส่วนของตุ๊กตาชาวเขาจะถูกจัดแสดงไว้บนชั้นวางของร่วมกับของที่ระลึกชนิดต่างๆ

ภาพลักษณ์ของชาวเขาในสังคมปัจจุบัน

เป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่า “ชาวเขา” เป็นชนกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งที่อยู่ในความสนใจของการท่องเที่ยวและมักถูกใช้เป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวมาโดยตลอด โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นพื้นที่มีชาวเขาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามแม้ว่าชาวเขาจะเป็นจุดสนใจของการท่องเที่ยว แต่สำหรับอีกมุมมองหนึ่งข้อมูลและเรื่องราวเกี่ยวกับชาวเขาก็ก็น่าจะเป็นที่รับรู้แก่สาธารณชนในเชิงลบอยู่เสมอๆ จวบจนกระทั่งกลายมาเป็นสิ่งที่ติดตัวจนยากที่จะแยกออกจากกันได้โดยง่าย ในที่นี้พอที่จะสรุปออกเป็นประเด็นๆ ได้ดังนี้

ชนเผ่าแห่งความล้าหลัง

“ชนกลุ่มน้อย” หรือ “ชาวเขา” ในทัศนคติคนทั่วไปมักจะหมายถึงกลุ่มชนที่มีชีวิตความเป็นแบบล้าหลัง ห่างไกลความเจริญ ด้อยพัฒนา ไร้การศึกษา ทั้งนี้เหตุผลสำคัญประการหนึ่งก็คือ ชาวเขาส่วนใหญ่อาศัยทำมาหากินอยู่บนพื้นที่สูง เช่น ตามป่าเขา ซึ่งคนทั่วไปมองว่าเป็นอาณาบริเวณที่ห่างไกลจากศูนย์กลางความเจริญ ประกอบกับพื้นที่“ป่า” ถูกจัดเป็นพื้นที่นอกอาณาบริเวณความเป็นไท กล่าวคือเป็นพื้นที่ชายขอบอันป่าเถื่อนภายนอกเมืองซึ่งถือว่าเป็นศูนย์กลาง โดยเฉพาะในสายตาของชนชั้นนำ ป่า/เมือง คือเส้นแบ่งที่ชัดเจนสำหรับความมีกับไม่มีอารยธรรม ขณะเดียวกันระดับของความคุ้นเคยและจารีตทางวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องบ่งชี้ของอารยธรรมและไม่มีอารยธรรม ดังนั้นชนเผ่าที่ดำเนินชีวิตอยู่ตามป่าเขา เก็บของป่าเป็นอาหาร หรือมีวิถีอย่างสันโดษและสมถะเช่นชาวเขาจึงถูกมองว่าเป็นกลุ่มคนที่มีความล้าหลัง (ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2541: 99-100)

ธีรนาถ กาญจนอักษร (2542: 6-7) กล่าวถึงชุมชนชาวเขาไว้อย่างน่าสนใจ สรุปความได้ว่า ชาวเขาเป็นกลุ่มชนที่ขาดการวางวางแผนในชีวิตเท่าที่ควร ทั้งนี้เป็นเพราะยึดมั่นอยู่กับขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษอย่างเคร่งครัด ทำให้ขาดความริเริ่มเท่าที่ควร ขณะเดียวกันยังมีรูปแบบการผลิตแบบเก่าซึ่งใช้เทคโนโลยีในระดับที่ต่ำมาก เคยชินแต่กับการที่ธรรมชาติให้มา

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าลักษณะทางกายภาพที่ชาวเขาอาศัยตั้งบ้านเรือนอยู่บนที่สูงรวมทั้งมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับคนป่าคนดอย จึงทำให้ถูกประทับตราว่าเป็นกลุ่มชนที่ล้าหลัง หรือกลุ่มชนที่มีการศึกษาค่ำกว่ามาตรฐาน

ตัวการทำลายสิ่งแวดล้อม

เช่นเดียวกัน “การทำลายสิ่งแวดล้อม” นับเป็นทัศนคติด้านลบอีกแง่มุมหนึ่งซึ่งถูกโยงไปที่กลุ่มชาติพันธุ์ชาวเขา ภาพลักษณ์ของการเป็นผู้ทำลายสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่โดดเด่นและเป็นที่จดจำของชนส่วนใหญ่ก็คือ “การทำไร่เลื่อนลอย” ของชาวเขาที่ยังมีบางส่วนยึดการทำไร่บนภูเขาซึ่งทำให้ต้องโยกย้ายหมุนเวียนพื้นที่เพาะปลูกไปเรื่อยๆ รูปแบบการทำเกษตรในลักษณะนี้ถูกเรียกว่า “การตัด ฟัน โค่น และเผา” ทั้งนี้การทำเกษตรในลักษณะนี้รัฐบาลมองว่าเป็นต้นเหตุสำคัญของการทำลายสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดการชะล้างพังทลายของหน้าดิน และการสิ้นเงินของแหล่งน้ำทางธรรมชาติ ดังนั้นการทำแบบการเกษตรในลักษณะจึงถูกมองว่าเป็นการทำลายประเทศชาติและขณะเดียวกันผู้ที่ทำก็ยิ่งถูกมองว่าเป็นศัตรูตัวร้ายของการอนุรักษ์ด้วยเช่นกัน (ประยงค์ ดอกคำไฮ และอังฉรา รักยุติธรรม, 2541: 48-49)

ทั้งนี้ภาพของชาวเขากับการทำลายสิ่งแวดล้อมดังกล่าว มีความสอดคล้องกับ ที่ นลาดชาย รมิตานนท์ และไชยันต์ รัชชกุล (2541: 63-64) ซึ่งได้กล่าวสรุปไว้อย่างน่าสนใจว่า ชาวเขาถูกมองจากสังคมว่าเป็นต้นเหตุของปัญหาสำคัญหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการตัดไม้ทำลายป่า การทำลายแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และเหนือสิ่งอื่นใดคือชาวเขาถูกมองว่าเป็น “คนอื่น” มาโดยตลอด โดยเฉพาะแบบแผนเกี่ยวกับระบบการทำการเกษตรซึ่งส่วนใหญ่เป็นการทำไร่เลื่อนลอย ซึ่งทำให้ต้องตัดฟันโค่นและเผาต้นไม้

ความเป็นอื่น

นอกเหนือจากความลำหั่งและบทบาทของการเป็นผู้ทำลายสิ่งแวดล้อมแล้ว ชาวเขายังถูกมองจากคนในสังคมว่ามีวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากคนทั่วไป ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต การกินอยู่ การแต่งกาย ล้วนแล้วแต่แสดง “ความเป็นอื่น” ที่อยู่นอกเหนือความคุ้นเคยจากคนไทยทั้งสิ้น โดยเฉพาะการที่ประเทศไทยได้มีนโยบายในการสร้างอุดมการณ์ชาตินิยมขึ้นเพื่อต้องการให้ดินแดนของประเทศต่างๆ ส่วนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และด้วยเหตุนี้เองชาวเขาจึงเป็นชนกลุ่มหนึ่งที่ถูกรัฐบาลไทยใช้มาตรการ “การกลืนกลายทางชาติพันธุ์” มาเป็นเครื่องมือในการลดปัญหาการแตกร้างทางวัฒนธรรม แต่ด้วยเงื่อนไขและบริบททางสังคมบางประการทำให้ชาวเขาได้รับการปฏิบัติแต่เพียงในนาม ทั้งนี้ภาพพจน์ของชาวเขายังคงวางอยู่บนการทำไร่แบบเคลื่อนย้าย มีสภาพการดำเนินชีวิตที่ต่ำต้อย และที่สำคัญก็คือการได้รับการปฏิบัติเยี่ยง “คนต่างด้าว” ผู้ซึ่งอพยพเข้าประเทศอย่างผิดกฎหมาย ทศนคติดังกล่าวได้กลายเป็นแม่พิมพ์ที่หลายคนเห็นเหมือนกันว่าเป็นความจริงที่ไร้ข้อสงสัย (ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2541: 105-106)

นอกเหนือจากอัตตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ซึ่งเป็นสิ่งที่ดยกย้าความเป็นอื่นให้ปรากฏแก่สายตาของคนทั่วไปแล้ว การปลูกฝังชาวเขาให้กลายเป็นอื่นยังปรากฏในรูปแบบต่างๆ อีก อย่างกรณีที่มีอยู่จริงและเป็นรูปธรรมก็คือ การที่กระทรวงศึกษาธิการบรรจุเรื่องราวของชาวเขาไว้ในแบบเรียนชั้นประถมและมัธยมศึกษาในนามของ “ชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย” ที่มีอาชีพปลูกผืนทำไร่เลื่อนลอย เป็นสาเหตุของการตัดไม้ทำลายป่าไม้ ทั้งนี้บทเรียนดังกล่าวนี้ได้สร้างความเกลียดชังให้กับคนไทยทั่วไป จนทุกวันนี้คนไทยที่ทราบในเขตภาคเหนือตอนบนบางพื้นที่ยังคงใช้คำเรียกขานชาวเขาว่า “แมงหมูนี” ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติด้านลบที่มีต่อชาวเขาว่าเป็นกลุ่มชนที่ไร้ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์โดยเปรียบได้กับแมงตัวหนึ่งเท่านั้น (ประยงค์ ดอกคำไย และอังฉรา รัญจวนธรรม, 2541: 43)

ทิวทัศน์กับยาเสพติด

แม้ว่าชาวเขาส่วนใหญ่จะได้รับการรับรองว่าเป็นคนไทยแล้วก็ตาม แต่คนส่วนใหญ่ของประเทศก็ยังปฏิบัติกับชาวเขาเยี่ยงเป็นคนอื่นอยู่ ชาวเขายังคงเป็นกลุ่มคนที่สร้างความหวาดระแวงให้กับสังคม โดยเฉพาะภาพลักษณ์ด้านลบเกี่ยวกับ “ยาเสพติด” ทั้งนี้โดยเริ่มตั้งแต่อดีตของชาวเขาที่ปลูกฝิ่นควบคู่ไปกับการทำไร่บนภูเขาซึ่งอยู่ห่างไกลและมีทิวเขายัง ทำให้สามารถซ่อนเร้นจากสายตาของเจ้าหน้าที่รวมทั้งคนแปลกหน้าที่ผ่านไปมาได้อย่างแนบเนียน ความสัมพันธ์ในเชิงลบระหว่างชาวเขาและฝิ่นปรากฏเผยแพร่ตามสื่อต่างๆ โดยเฉพาะในแวดวงของการท่องเที่ยวที่นิยมเอาภาพไร่ฝิ่นของชาวเขามานำเสนอไว้ในสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ ส่งผลให้ภาพพจน์ของชาวเขากับบทบาทของผู้ปลูกฝิ่นปรากฏเด่นชัดขึ้นจนกลายเป็นภาพเหมารวมไปโดยปริยาย (ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2541: 116-118 และธีรนาถ กาญจนอักษร, 2542: 15)

ประสิทธิ์ ลิปรีชา (2541: 138) ได้กล่าวสรุปถึงกลุ่มชาติพันธุ์ชาวเขาและยาเสพติดไว้อย่างน่าสนใจ ซึ่งในที่นี้สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มชาติพันธุ์ชาวเขา โดยเฉพาะเผ่า ม้ง กับปัญหาเสพติดจะเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ได้ในสายตาของคนทั่วไปและนานาชาติ และเมื่อมีการจับกุมผู้ค้ายาบ้าที่เป็นประชากรบนพื้นที่สูง หลายฝ่ายจะพุ่งเป้าไปที่ชาวเขากจากกลุ่มชาติพันธุ์ม้งเป็นหลัก ทั้งๆ ที่ความจริงแล้วพวกเขาเป็นเพียงส่วนหนึ่งในกลุ่มประชากรที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือในกระบวนการค้ายาเสพติดเท่านั้น

แนวความคิดชาวเขาและปัญหาเสพติดดังที่กล่าวมานับวันจะเป็นที่เข้าใจของคนในสังคมเป็นสิ่งคู่กันจนไม่อาจสามารถแยกออกจากกันได้โดยง่าย ทั้งนี้ดูเหมือนว่าเป็นภาพพจน์ด้านลบที่ติดตัวชาวเขาจนยากที่จะสลัดหลุดได้ภายในระยะเวลาอันสั้น ขณะเดียวกันข่าวคราวของชาวเขากับการเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับยาเสพติดก็มักปรากฏให้เห็นอยู่ตามสื่อต่างๆ ยิ่งเป็นการสร้างจุดต่างพริ้วทางสังคมแก่ชาวเขาจนตราตรึงตาทุกวันนี้ โดยเฉพาะในสายตาของรัฐบาลไทยที่มองว่าปัญหาเสพติดบนพื้นที่สูงเป็นภัยคุกคามต่อความมั่นคงของประเทศชาติ จำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐต้องเข้ามาป้องกันและปราบปรามชนบนพื้นที่สูงอย่างรีบด่วน (ชูศักดิ์ วิทยาภัก, 2541: 12 และปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2541: 110)

เป็นภัยต่อความมั่นคงของประเทศ

จากทุกๆ ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับชาวเขา ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นข้อกล่าวหาที่ว่าด้วยเรื่องของยาเสพติด การทำลายสิ่งแวดล้อม ความล้าหลัง ทั้งหมดล้วนแล้วมีความสัมพันธ์และถูกเชื่อมโยงกับนโยบายการสร้างความเป็นปึกแผ่นของรัฐชาติไทย ซึ่งรัฐจะต้องเร่งดำเนินมาตรการภายใต้อุดมการณ์ชาตินิยมเพื่อลดกระแสจากนานาชาติ ดังนั้นการอพยพโยกย้ายที่ทำกินของชาวเขา

การปลูกฝิ่น หรือแม้แต่ “พรมแดน” ที่ชาวเขาอาศัยอยู่จึงถูกมองจากสังคมว่า “เป็นภัยต่อความมั่นคง” ของประเทศ โดยเฉพาะอาณาเขตที่ชาวเขาอาศัยอยู่ซึ่งเป็นพื้นที่ตามป่าเขายากแก่การเข้าถึงรัฐมองว่าเป็นพื้นที่ที่ต่อแหลมต่อการแทรกแซงของกลุ่มคอมมิวนิสต์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าไปกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นความพยายามของรัฐที่จะดึงชาวเขาชาติพันธุ์ต่างๆ ให้เข้ามาเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับรัฐชาติสมัยใหม่ ก่อให้เกิดการกลืนกลายทางชาติพันธุ์ พร้อมนี้ได้มีนโยบายควบคุมการอพยพย้ายถิ่น การทำไร่เลื่อนลอย และการปลูกฝิ่นของชาวเขาในลำดับต่อมา ทั้งนี้เหตุผลก็เพื่อป้องกันการใดๆ ที่จะเป็นภัยคุกคามต่อความมั่นคงของประเทศชาติ (ประยงค์ คอกกล้าโย และอัจฉรา รักยุติธรรม, 2541: 41,44)

ทั้งนี้ ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี (2541: 94) ได้กล่าวไว้ในบทความเรื่อง วาทกรรมว่าด้วย “ชาวเขา” สรุปได้ว่า ชนบนพื้นที่สูงจากชาติพันธุ์ต่างๆ ปรากฏในสื่อหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ในภาพลักษณ์ของ “คนชั่วร้าย” เป็นภัยคุกคามตัวฉกาจต่อรัฐชาติไทยจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องถูกจัดการอย่างเร่งด่วน

จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า “ชาวเขา” หรือ “ชนบนพื้นที่สูง” ถูกมองจากสังคมด้วยการถูกเหยียดหยาม เป็นคนกลุ่มน้อยที่สร้างความเสียหายให้กับประเทศชาติโดยรวม ขณะเดียวข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ก็มีเรื่องราวของชาวเขาปรากฏให้เห็นในเชิงลบอยู่เสมอๆ เช่น การเข้าไปพัวพันกับยาเสพติด การทำลายระบบนิเวศน์ ตลอดจนกระทั่งถึง ผู้ที่เป็นภัยต่อความมั่นคง ทุกปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นมิได้เกิดขึ้นโดยลำพังแค่ตัวของมันเอง หากแต่อยู่ภายใต้บริบทและเงื่อนไขทางสังคมบางอย่าง ซึ่งข้อเท็จจริงแล้วบางอย่างอาจจะเป็นมายาคติที่ค่อยๆ ที่ได้ปลูกฝังกันมาตั้งแต่ในอดีตจวบจนกลายเป็นภาพมองแบบเหมารวมไปในที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ในสินค้าชาวเขา มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพอที่จะสรุปได้ดังนี้

ขจรเกียรติ มะกรัตน์ (2539: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง “การสื่อความหมายเรื่องเพศจากการแสดงตลกผ่านสื่อวีดิทัศน์” ซึ่งข้อค้นพบทำให้เกิดความเข้าใจว่ากระบวนการสร้างความหมายเรื่องเพศ ใช้ลักษณะการสร้างความหมายโดยผ่านสัญลักษณ์ซึ่งจะต้องมีกระบวนการเข้ารหัสเพื่อสร้างเนื้อหาเป็นมุกตลกอีกที จากนั้นสัญลักษณ์หรือรหัสความหมายก็จะถูกส่งออกจากการแสดง (action) ของผู้เล่น ป้ายผู้ชม และผู้ชมซึ่งเป็นผู้รับสารก็ต้องทำการถอดรหัสนั้นที่ได้รับจึงจะ

สามารถเข้าใจความหมายนั้นได้ ดังนั้นผู้แสดงตลกและผู้ชมจึงต้องมีความเข้าใจอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันจึงจะรู้สึกขบขัน ซึ่งส่วนใหญ่ใช้การสื่อสารโดยนัยซึ่งเป็นความหมายในเชิงลึกเกี่ยวกับเพศเป็นสำคัญ สำหรับประสบการณ์สะสมของแต่ละคนและความรู้จะมีส่วนช่วยในการตีความสารหรือรหัสให้เป็นที่น่าสนใจมากขึ้น อย่างไรก็ตามเนื้อหาหรือประเด็นของการสื่อความหมายดังกล่าวมักจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับเรื่อง”สองแง่สองง่าม”หรือเพศเสียเป็นส่วนใหญ่

สำหรับแนวคิดที่ได้จากงานวิจัยเรื่องนี้ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานของผู้วิจัย ก็คือระบบความหมายที่ปรากฏในการแสดงตลก มีลักษณะและรูปแบบที่มีการใช้ความหมายโดยนัยเป็นหลักซึ่งจะต้องมีการตีความและอาศัยจินตนาการของผู้ชมร่วมด้วย สำหรับการหยิบยกประเด็นต่างๆ มาสร้างมุกตลก ผู้เล่นตลกมักจะนำเอาสถานการณ์ทางสังคม(บริบท)ในปัจจุบันมาเป็นส่วนหนึ่งของการแสดง เช่น สถานการณ์ทางการเมือง เรื่องของคนดังและดารา หรือเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ฯลฯ ซึ่งจะทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้และสัมผัสความหมายในมุกตลกได้

กุลธินี มุทชากลิน (2539: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง “ การวิเคราะห์การบริโภคแนวพุทธปรัชญา ” ผลของงานวิจัยส่วนหนึ่งพบว่าตรรกะหรือเหตุผลการบริโภคของคนในยุคสังคมสมัยใหม่ จะขึ้นอยู่กับการบริโภคคุณค่าเชิงสัญลักษณ์หรือนามธรรมของสินค้ามากกว่าการบริโภคเพื่อประโยชน์ใช้สอยในสินค้า ด้วยเหตุนี้สังคมบริโภคนิยมจึงได้พยายามใช้วิธีการต่างๆ เพื่อหลอหลอมให้คนในสังคมมีแบบแผนการบริโภคที่ขึ้นอยู่กับการนามธรรมซึ่งเป็นระบบของสัญลักษณ์ที่เดิมเท่าไรก็ไม่มีความเต็ม

ข้อค้นพบจากงานวิจัยดังกล่าวได้นำมาเป็นแนวทางเพื่อทำความเข้าใจเหตุผลการบริโภคของคนในยุคปัจจุบันว่าได้ให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงสัญลักษณ์มากกว่าคุณค่าประโยชน์ใช้สอยที่ได้จากสินค้า ทั้งนี้สัญลักษณ์ดังกล่าวก็คือระบบคุณค่า อุดมการณ์ ตลอดจนความคิดความอ่านของคนในสังคมที่ได้สร้างกันขึ้นมาโดยใช้ตัวสินค้าเป็นตัวแทนทอดประสบการณ์ต่างๆ เหล่านั้น

จตุรงค์ ดวงมณี (2539: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์กระบวนการสื่อความหมายในมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากลของ บริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด” ซึ่งงานวิจัยเรื่องนี้ได้อาศัยแนวคิดทฤษฎีสัญญะวิทยา มาเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์ ผลของการวิจัยพบว่าสื่อมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากลปรากฏให้เห็นถึงระบบของสัญลักษณ์ใน 2 ลักษณะคือ

1. ระบบสัญลักษณ์ที่ปรากฏในรูปองค์ประกอบของเพลง ได้แก่ ตัวละคร การเล่าเรื่อง การจบเรื่อง จังหวะและท่วงทำนองเพลง รวมทั้งระบบรหัสเชิงภาพตัวแทนของ “องค์ประกอบทางเทคนิคการนำเสนอ” โดยหมายถึงการจัดฉาก การจัดแสง การตัดต่อ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับเทคนิคด้านการผลิต

2. ระบบสัญลักษณ์ที่ปรากฏในรูป “ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของเพลงกับรูปแบบการนำเสนอ” ซึ่งรวมหมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างแกนเพลงกับการใช้กล้องในลักษณะต่างๆ เช่น การใช้มุมกล้อง การเคลื่อนไหวกล้อง ฯลฯ

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้นำเอาแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องการวิเคราะห์โครงสร้างความหมายในระบบสัญลักษณ์มาเป็นประเด็นการตั้งคำถามในการวิจัย ซึ่งงานวิจัยเรื่องดังกล่าวได้ทำการศึกษาไปที่ตัวสื่อโดยตรง ขณะเดียวกันระดับของการวิเคราะห์ก็ชี้ให้เห็นถึงตัวโครงสร้างความหมายย่อยๆ ที่ปรากฏเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อความหมายในมิวสิกวิดีโอ ฉะนั้นการศึกษาของจุดตรงนี้จะทำให้ผู้วิจัยได้มีความเข้าใจหน่วยการวิเคราะห์ที่จะต้องศึกษาในประเด็นใดบ้าง และในแต่ละประเด็นนั้นจะมีรูปแบบวิธีการวิเคราะห์เช่นไร รวมทั้งอะไรบ้างที่เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายหลักๆ ของแนวคิดนั้นๆ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาจะมีประโยชน์ต่อการสร้างกรอบแนวความคิดและกำหนดโครงสร้างเนื้อหาการวิจัยในลำดับต่อไป

ภาคสรุป

(Overview)

ความคิดในงานวิจัยเรื่องนี้คือความพยายามในการค้นหาแบบแผนการสื่อความหมายของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาว่ามีลักษณะอย่างไร ขณะเดียวกันภายใต้แบบแผนการสื่อความหมายดังกล่าวนี้มีแนวคิดอะไรบ้างที่ถูกเลือกใช้เป็นภาพแสดงแทน

การศึกษาการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาในที่นี้จึงได้ใช้แนวความคิดโครงสร้างและสัญลักษณ์วิทยา เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะประเด็นที่ว่าด้วยเรื่องของแบบแผนการสื่อความหมายที่ผู้ผลิตได้บรรจุถ่ายทอดไว้ในตัวสินค้าเพื่อเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้แทนประสบการณ์เกี่ยวกับการเดินทางของนักท่องเที่ยว ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (2542: 202) ได้กล่าวสรุปเกี่ยวกับสัญลักษณ์ว่า อุดมการณ์และความเป็นจริงทางสังคมได้ถูกเปลี่ยนฐานะให้เป็นเพียงสัญลักษณ์ตัวหนึ่งที่ถูกเคลือบหรือฉาบไว้ด้วยกฎเกณฑ์ที่แน่นอน ซึ่งเป็นตัวกำหนดความหมาย ฉะนั้นโลกแห่งความเป็นจริงและธรรมชาติจึงเป็นเพียงเรื่องราวของการแทนที่ การดำรงอยู่ของความหมายชุดหนึ่งเท่านั้น ด้วยเหตุดังกล่าวสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาจึงมีสถานะเป็นสื่อตัวแทนทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นให้มีความหมายภายใต้กฎเกณฑ์ชุดหนึ่งเท่านั้น ดังนั้นกรอบแนวคิดของการวิจัยเรื่องนี้ก็คือ ภายใต้บริบทของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวอะไรคือชุดของความหมายที่ถูกเลือกใช้เป็นสัญลักษณ์ในสินค้าที่ระลึกเกี่ยวกับชาวเขา

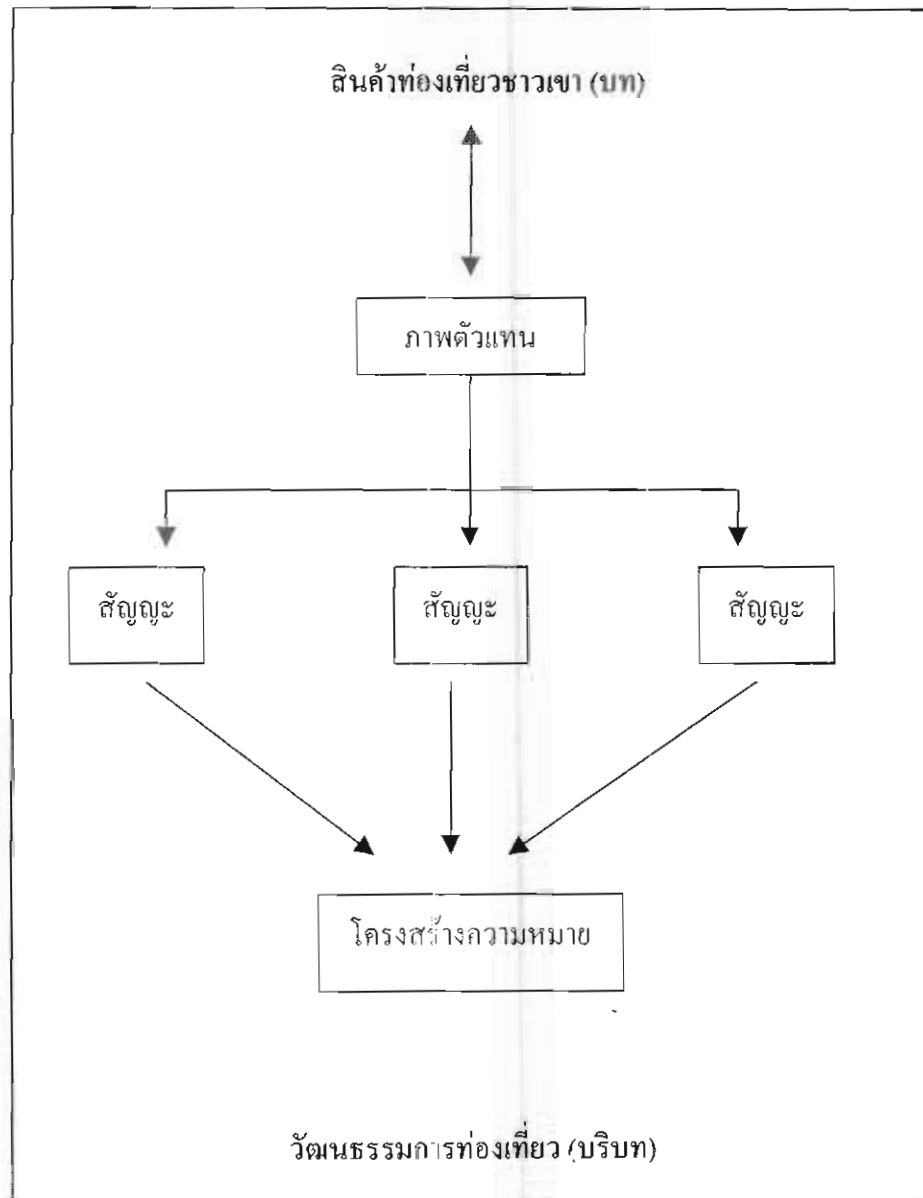
นักทฤษฎีเชิงโครงสร้างนิยมและสัญวิทยา หลายคนมีแนวความคิดร่วมกันว่า ระบบสัญลักษณ์เป็นรูปแบบของภาษาชนิดหนึ่งที่สามารถสื่อความคิดของผู้ส่งได้ สัญลักษณ์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึง การทำความเข้าใจถึงระบบสัญลักษณ์ กระทำได้โดยการพิจารณาให้ลึกลงไปในโครงสร้างของภาษาซึ่งถือว่าเป็นกฎเกณฑ์ที่ใช้สร้างและจัดระเบียบความหมายให้สามารถสื่อสารเป็นที่เข้าใจร่วมกันได้ แนวความคิดเกี่ยวกับสัญลักษณ์มักถูกนำมาใช้สร้างความหมายให้กับสินค้าในสังคมสมัยใหม่ ซึ่งในที่นี้รวมถึงสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยวด้วย อย่างไรก็ตามนักทฤษฎีกลุ่มดังกล่าวมีความเชื่อว่าแนวคิดเกี่ยวกับสัญลักษณ์สามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมที่กำลังเกิดขึ้นในขณะนั้นได้ ขณะเดียวกันก็เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าตลอดจนความหมายต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้น

ในสังคมสมัยใหม่ แนวคิดด้านการสื่อสารจะปรากฏในสินค้าแทบทุกประเภทรวมทั้งสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา หากมองในบริบทของวัฒนธรรมการท่องเที่ยว สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว นอกจากจะถูกใช้ให้มีสถานะเป็นของที่ระลึกแล้ว สิ่งสำคัญอีกอย่างของสินค้าคือ การแสดงสถานภาพเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะสินค้าจะถูกใช้เป็นสิ่งยืนยันว่าเป็นผู้ที่เคยหรือผ่านประสบการณ์เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวยังที่นั้นๆ มาแล้ว ในทำนองเดียวกันหากวิเคราะห์ในมิติของการสื่อความหมาย สินค้าท่องเที่ยวชาวเขาก็คือสัญลักษณ์ที่มีจุดร่วมที่เหมือนกันกับกระบวนการสื่อสารต่างๆ กล่าวคือ มีผู้ผลิตในฐานะผู้ส่งสาร เนื้อหาหรือแนวความคิดคือสาร สินค้าในฐานะตัวสื่อ และนักท่องเที่ยวในฐานะของผู้รับสาร ลักษณะการมองว่าสินค้าชาวเขาคือรูปแบบภาษาชนิดหนึ่งที่สามารถสื่อความคิดของสังคมได้นั้น ตัวสื่อจะต้องถูกสร้างขึ้นภายใต้หลักเกณฑ์ทางภาษา เช่นเดียวกับการสื่อความหมายด้วยวิธีต่างๆ เช่น การสร้างรูปประโยคในภาษาไทยจะต้องมีหลักไวยากรณ์เป็นองค์ประกอบในการสื่อความหมาย คือ อย่างน้อยในประโยคจะต้องมี ประธาน กริยา หรือกรรม เป็นส่วนสำคัญในการถ่ายทอดความหมายเสมอ ในทำนองเดียวกันกับการสื่อความหมายหรือภาษาของภาพยนตร์ มุมกล้อง ขนาดภาพ การเคลื่อนไหวกล้องในลักษณะต่างๆ รวมทั้งกระบวนการของการจัดแสง การตัดต่อ การบันทึกเสียง ของประกอบฉาก ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นกระบวนการทางสัญลักษณ์ที่ต้องอาศัยโครงสร้างทางภาษาดังที่กล่าวมาเป็นองค์ประกอบในการสร้างความหมายทั้งสิ้น กระบวนการถ่ายทอดความหมายโดยอาศัยหลักไวยากรณ์นี้อาจเปรียบได้กับการนำเอาหน่วยย่อยๆ ทางภาษา เช่น อักษร พยางค์ และคำมาเรียงร้อยเข้ากันอย่างมีระบบแบบแผนจนเป็นประโยคที่สามารถบอกหรือสื่อเรื่องราวต่างๆ ได้ (อวยพร พานิช และคณะ, 2543: 98-99)

สินค้าชาวเขา คือกระบวนการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมที่อยู่ภายใต้สังคมสมัยใหม่ ดังนั้นหากจะวิเคราะห์ความหมายเพื่อทำความเข้าใจกับสิ่งที่แฝงอยู่ในสินค้าจะต้องคำนึงถึงบริบททาง

วัฒนธรรมตลอดจนปัจจัยทางสังคมอื่นๆ ร่วมด้วย ขณะเดียวกันในมิติการสื่อสารจะต้องพิจารณาให้ ลึกลงไปถึงหลักไวยากรณ์ ซึ่งเป็นระดับการอ่านความหมายทางสังคมเชิงลึก หรือที่เรียกว่า Structuralism สำหรับวิธีการอ่านความหมายระดับสัญลักษณ์ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ร่วมกับ การใช้การสังเกตลักษณะโครงสร้างทางกายภาพของตุ๊กตาชาวเขาทั้ง 6 กลุ่มชาติพันธุ์ โดยพิจารณา จากการมองเห็นเป็นสำคัญ จากนั้นนำเอาความหมายที่ได้มาสรุปวิเคราะห์ภายใต้บริบทของการท่องเที่ยว ข้อสรุปจากค้นพบดังกล่าวจะช่วยให้เกิดทำความเข้าใจว่าสินค้าท่องเที่ยวมีแบบแผนการสื่อ ความหมายปรากฏให้เห็นในลักษณะใด และแนวคิดอะไรบ้างที่ถูกเลือกใช้เป็นภาพแสดงแทน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย
(Conceptual Framework of the Study)



บทที่ 3

วิธีการวิจัย

(RESEARCH METHODOLOGY)

การวิจัยเรื่อง “การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ในสินค้าท่องเที่ยวของชาวเขา มุ่งเน้นที่การวิเคราะห์ความหมายและแบบแผนการสื่อความหมายที่แฝงเร้นอยู่ในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา ทั้งนี้การดำเนินการวิจัยจะใช้นวนคติทฤษฎีสัญญะวิทยาเป็นกรอบการวิเคราะห์

สถานที่ดำเนินการวิจัย

(Locale of the Study)

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษาในพื้นที่ ศูนย์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชาวเขา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(Population and Sampling Procedures)

หน่วยการวิเคราะห์สำหรับการวิจัยเรื่องนี้มุ่งเน้นที่ตัวหมายซึ่งปรากฏให้เห็นจากลักษณะโครงสร้างทางกายภาพของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา ในการนี้ผู้วิจัยได้ใช้คำว่าแหล่งข้อมูลแทนคำว่าประชากรซึ่งจะให้ความหมายเป็นที่เข้าใจและสอดคล้องกับการศึกษาเชิงสัญลักษณ์มากกว่าคำว่าประชากร

ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้ทำการสำรวจสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาที่ปรากฏในพื้นที่ศึกษาพบว่าสินค้าท่องเที่ยวที่ระลึกเกี่ยวกับชาวเขาจำหน่ายอยู่หลายประเภท แต่ของที่ระลึกที่เป็นตุ๊กตาชาวเขาพบว่ามีเฉพาะตุ๊กตาผู้หญิงเท่านั้น

สำหรับการศึกษครั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกตุ๊กตาชาวเขาเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยกรอบแนวความคิดเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึก ซึ่ง ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ (2535: 57-59) และบุญเลิศ จิตต์วัฒนา (2542: 145-146) ได้สรุปความหมายของ สินค้าที่ระลึก ไว้ว่า เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ราคาถูก มีขนาด รูปทรง และน้ำหนักที่ไม่เป็นอุปสรรคกับการเดินทางและขนส่ง ขณะเดียวกันสินค้านั้นต้องสะท้อนหรือแสดงให้เห็นลักษณะของความเป็นท้องถิ่น อีกทั้งจะต้องมีฉลากหรือข้อมูลบอกถึงที่มาของสินค้านั้นๆ

อนึ่งจากการอาศัยกรอบแนวความคิดเรื่องสินค้าที่ระลึก พบว่ามีสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาที่มีลักษณะตรงและสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว คือ ตุ๊กตาชาวเขา ซึ่งในที่นี้มีจำนวนทั้งสิ้น 6 กลุ่มชาติพันธุ์ คือ เผ่ากะเหรี่ยง ม้ง เมี่ยน อาข่า ลีซู และลาหู่ สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกตุ๊กตาชาวเขาทุกเผ่ามาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากพิจารณาโดยเทียบกับสินค้าที่ระลึกอื่นๆ ดูแล้วเห็นว่าตุ๊กตาชาวเขามีความหลากหลายเหมาะแก่การซื้อหาไว้เป็นของฝากหรือเป็นของที่ระลึก ซึ่งส่วนใหญ่จะมีราคาไม่แพงมากนัก ขณะเดียวกันตัวสินค้ายังมีลักษณะหน้าตาคล้ายกับชนเผ่าทั้ง 6 กลุ่มชาติพันธุ์ (ในขณะที่สินค้าประเภทผ้าหรืออื่นๆ เป็นเพียงแค่ส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม) ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มชาติพันธุ์หลักที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งในที่นี้สามารถนำเสนอให้เห็นลักษณะสำคัญของกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งแยกออกเป็นเผ่าได้ดังนี้

1. ตุ๊กตากะเหรี่ยง

เครื่องแต่งกายของตุ๊กตากะเหรี่ยงคือชุดสีขาวคลุมเข่า แขนเสื้อบริเวณข้อศอกทั้งสองข้างถูกเย็บติดด้วยผ้าสีดำซึ่งทำให้ดูติดกับสีขาวอย่างชัดเจน ส่วนเครื่องประดับพบว่ามีสร้อยที่ทำจากลูกปัดสีออกส้มๆ ประมาณ 5-6 เส้นสวมอยู่ที่คอ

สำหรับสิ่งของเครื่องใช้สำคัญอื่นๆ คือ ที่ด้านหลังสะพายกระบุงใส่ของขนาดใหญ่ และมีมือถือกล้องดูยา

2. ตุ๊กตาม้ง

การแต่งกายของตุ๊กตาม้งประกอบไปด้วยเสื้อ กางเกง และหมวก ใช้สีดำเป็นสีพื้น ที่ตัวเสื้อและกางเกงปักด้วยลวดลายสีต่างๆ ส่วนเครื่องประดับมีเครื่องเงินที่ทำเป็นรูปแบบต่างๆ ได้แก่ สร้อย กำไล และห่วงคอ

สำหรับข้าวของเครื่องใช้ มีกระบุงใส่ของขนาดใหญ่สะพายอยู่ที่ด้านหลัง มือถือแคนน้ำเต้า ในขณะที่อีกข้างหนึ่งถือตะกร้าซึ่งภายในมีผลไม้ชนิดต่างๆ วางอยู่

3. ตุ๊กตาเมี่ยน

เครื่องแต่งกายเมี่ยนมีลักษณะเด่นคือ ที่บริเวณคอเสื้อทั้งสองด้านมีพู่สีแดงขนาดใหญ่ติดกับสีดำซึ่งเป็นสีพื้น ส่วนกางเกงถูกปักด้วยลวดลายต่างๆ สำหรับเครื่องประดับเงินพบว่าปรากฏอยู่ตามเสื้อผ้าเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็ไม่มากนัก

ส่วนของใช้สำคัญๆ ได้แก่ กระจาดและตะกร้าใส่ของที่ภายในมีผลไม้บรรจุอยู่ นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่น่าสนใจคือ ที่บริเวณด้านหลังมีเด็กตัวเล็กๆ ผูกติดอยู่

4. ตึกดาอาซ่า

ตึกดาชาวเขาเผ่าอาซ่า เครื่องแต่งกายประกอบไปด้วย เสื้อ กระโปรง และ หมวก เป็นสำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสีดำ ลักษณะการใช้สีสันและลวดลายของเครื่องแต่งกายพบว่าการใช้สีสันที่ตัดกันเป็นส่วนใหญ่คือ ใช้สีดำเป็นสีพื้นและใช้สีแดง สีฟ้า สร้างลวดลาย สำหรับเครื่องประดับส่วนใหญ่เป็นเครื่องเงินที่มีรูปร่างใหญ่โตและยาวกว่าของคนทั่วไป

ส่วนของใช้สำคัญๆ ปรากฏให้เห็นเพียง 2 ประเภท คือ หน้าไม้กับตะกร้าใส่ผลไม้ ซึ่งภายในมีผลไม้ชนิดต่างๆ บรรจุอยู่

5. ตึกดาลีซู

ตึกดาชาวเขาเผ่าลีซู โดยรวมแล้วพบว่าสีสันของเครื่องแต่งกายค่อนข้างที่จะหลากหลาย มีการผสมผสานของสีค่อนข้างมากกว่าเผ่าอื่นๆ โดยเฉพาะรูปแบบการใช้สีในการสร้างลวดลายบนเครื่องแต่งกายซึ่งดูให้เห็นถึงความหลากหลาย อย่างไรก็ตามเครื่องแต่งกายที่สำคัญประกอบไปด้วย เสื้อ กางเกง และหมวก ส่วนเครื่องประดับพบว่ามีสร้อย และกำไล

สำหรับของใช้สำคัญของตึกดาเผ่าลีซู คือ มีสวิงจับปลาอยู่ที่มือซ้าย ส่วนมือขวาถือชิง

6. ตึกดาลาหู่

สำหรับลักษณะเด่นของตึกดาลาหู่ อยู่ที่การใช้สีสันและลวดลายบนเครื่องแต่งกาย ซึ่งในที่นี้มีเสื้อและผ้าถุงเป็นชุดแต่งกายหลัก สีดำเป็นสีที่ถูกใช้เป็นสีพื้นตัดกับสีแดง สีส้ม สีฟ้า ที่ใช้สร้างลวดลาย แต่สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งก็คือ วิธีการสร้างลวดลายโดยการใช้ผ้าสีต่างๆ เย็บติดไล่ลงมาเป็นชั้นๆ นอกจากนี้ยังพบว่ามีเครื่องเงินในลักษณะต่างๆ เช่น กำไล สร้อยคอ ห่วงคอ ถูกสวมใส่อยู่ตามร่างกายเช่นเดียวกับเผ่าอื่นๆ

ส่วนของใช้สำคัญที่ปรากฏให้เห็นมีเพียง 2 ประเภท คือ กระบะใส่ของซึ่งภายในมีของใส่อยู่ กับเครื่องดนตรีซึ่งคล้ายกับเครื่องดนตรีประเภทดีด

เครื่องมือในการวิจัย

(Instrument of the Study)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้อาศัยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วย

1. ใช้การสังเกตร่วมกับแบบวิเคราะห์หาค่าทองเที่ยวชาวเขา
2. กล้องบันทึกภาพนิ่ง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

(Data Collection)

ข้อมูลที่จัดเก็บสำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ประกอบไปด้วย

ข้อมูลจากการสังเกต

เนื่องจากข้อมูลที่จะใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นความหมายที่แฝงเร้นอยู่ในตัวสินค้า หน่วยการวิเคราะห์ที่สำคัญคือตัวหมายต่างๆ ที่ปรากฏในตุ๊กตาชาวเขา วิธีการเก็บข้อมูลจะเริ่มจากการสังเกตตัวสินค้านำมาใช้ในการใช้แบบวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง ทั้งนี้ เพื่อทำความเข้าใจกับความหมายที่ปรากฏภายใต้บริบทของการท่องเที่ยว

ข้อมูลจากการวิเคราะห์

ทำการวิเคราะห์และตีความสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ปรากฏในสินค้าโดยใช้แบบการวิเคราะห์สัญลักษณ์เป็นแนวทางในการค้นหาความหมาย ขณะเดียวกันผู้วิจัยใช้การบันทึกภาพสินค้า เพื่อพิจารณาโครงสร้างและรูปแบบของตุ๊กตาชาวเขาที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นจึงได้บันทึกข้อมูลต่างๆ ที่ได้ในรูปแบบของตารางและการบรรยาย ทั้งนี้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสรุปความหมายของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาว่ามีแนวคิดและแบบแผนการสื่อความหมายอย่างไร

การวิเคราะห์ข้อมูล

(Analysis of Data)

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเรื่องนี้มุ่งไปที่การวิเคราะห์ตัวสินค้าชาวเขา ซึ่งถือเป็นข้อมูลหลักที่ใช้ในการค้นหาแบบแผนการสื่อความหมายที่ซ่อนอยู่ในสินค้า อนึ่งกระบวนการของการเก็บและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดสัญลักษณ์วิทยา มาเป็นกรอบในการศึกษา ในเบื้องต้นได้ศึกษาสินค้าโดยพิจารณาองค์ประกอบการมองเห็นเป็นสำคัญ ขณะเดียวกันก็ใช้การสังเกตควบคู่ไปกับการตีความรหัสหมายหรือสัญลักษณ์ที่ปรากฏในสินค้าที่ระลึก ทั้งนี้การถอดรหัสความหมายจะอยู่ภายใต้บริบทของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเท่านั้น สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจะเริ่มจากการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง โดยอาศัยหลักการวิเคราะห์สัญลักษณ์วิทยา ดังต่อไปนี้ เป็นเครื่องมือสำคัญในการถอดรหัสความหมาย

1. การวิเคราะห์ความหมายโดยตรงกับความหมายโดยนัย
2. การวิเคราะห์ความหมายโดยใช้แบบแผนซ่อนเร้นของถ้อยตรงข้ามกับการแสวงหาชุดของสัญลักษณ์ที่อยู่ภายใต้แนวคิดและกระบวนทัศน์เดียวกัน
3. การวิเคราะห์ความหมายโดยใช้ส่วนเล็กแทนความหมายถึงส่วนใหญ่กับการวิเคราะห์ความหมายโดยการเปรียบเทียบแบบอุปมาอุปมัย
4. นำความหมายที่ได้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคำหมายกับคำหมายถึงทั้งหมดมาสรุปภายใต้กรอบคิดสัญลักษณ์วิทยา ทั้งนี้ความหมายที่ได้จะเลือกเอาแต่เฉพาะความหมายที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเท่านั้น

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

(RESULT AND DISCUSSION)

การรายงานผลการวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางรวมทั้งได้ใช้การพรรณนาข้อมูลเพื่อให้เห็นรายละเอียดโดยรวมของเนื้อหาในแต่ละประเด็น ขณะเดียวกันก็ชี้ให้เห็นนัยสำคัญของตัวหมายที่ปรากฏในตัวสินค้าท่องเที่ยว ทั้งนี้แหล่งข้อมูลที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเรื่องนี้เป็นคือ ตู้กดขายเขาทั้ง 6 กลุ่มชาติพันธุ์ คือ ตู้กดกะเหรี่ยง ม้ง เมี่ยน อาข่า ลีซู และลาหู่

จากการสังเกตเบื้องต้นพบว่า ในเชิงกายภาพกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีลักษณะแตกต่างกัน โดยเฉพาะรูปแบบของเครื่องแต่งกาย สีส้น เครื่องประดับ ตลอดจนเครื่องใช้ต่างๆ ของตัวตู้กดซึ่งมีความหลากหลาย อย่างไรก็ตามตู้กดทั้ง 6 มีลักษณะร่วมกันคือเป็น "ตู้กดผู้หญิง"

อนึ่งการที่กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นตู้กดผู้หญิง ย่อมแสดงให้เห็นว่าสินค้าท่องเที่ยวได้นำเอาแนวคิดเกี่ยวกับ "ความเป็นผู้หญิง" มาขายในสินค้าการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามความเป็นผู้หญิงที่ปรากฏให้เห็นในสินค้าที่ระลึกนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการใช้ผู้หญิงเป็นจุดขายให้กับสินค้า ทั้งนี้ สุภาพร โพธิ์แก้ว (2541: 284) ได้กล่าวไว้อย่างน่าสนใจ สรุปความได้ว่า ปัจจุบันการผลิตสินค้าในสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่ ผู้ผลิตมักจะใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อที่จะทำให้สินค้าขายได้ กลยุทธ์หนึ่งที่นิยมใช้กันก็คือ การใช้ภาพลักษณ์ของเพศหญิงซึ่งมีเสน่ห์ดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าชายมาเป็นจุดขายให้กับสินค้า ทั้งนี้เพื่อสร้างอุปสงค์ทางการค้า ด้วยกระแสความคิดเช่นนี้เองทำให้ภาพของความเป็นสตรีมีปรากฏให้เห็นอยู่เสมอๆ ในการโฆษณาขายสินค้า ในที่นี้รวมถึงสินค้าที่ระลึกเกี่ยวกับเขาด้วย หลักฐานที่ปรากฏอยู่จริงก็คือ สินค้าที่ระลึกประเภทตู้กดเขาเขาในร้านเป็นตู้กดผู้หญิงล้วน จากแนวคิดดังกล่าวนี้เองจึงเป็นไปได้ว่า ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวมีกระบวนการผลิตเช่นเดียวกับสินค้าในสังคมอุตสาหกรรมซึ่งผู้ผลิตมักจะอาศัยภาพลักษณ์ของเพศหญิงเป็นจุดขายในสินค้า อย่างไรก็ตามนี้จะเห็นว่า ตู้กดเขาเขาทั้งหมดในร้านเป็นตู้กดผู้หญิงทั้งสิ้น

สำหรับการรายงานผลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอเนื้อหาออกเป็น 2 ตอน คือ
ตอนแรก การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง
ตอนที่สอง แบบแผนการสื่อความหมายของตู้กดเขาเขา

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง

อนึ่งในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงจะใช้หลักการวิเคราะห์สัญญาณของ กาญจนา แก้วเทพ (2541ก: 84-89) ซึ่งได้สรุปรวบรวมแนวคิดดังกล่าวไว้ในงานเขียนเรื่อง การวิเคราะห์สื่อด้วยทฤษฎีสัญญะวิทยา จากการศึกษาแนวความคิดดังกล่าวทำให้ได้ข้อสรุปว่าสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาสามารถใช้หลักการวิเคราะห์เชิงสัญญะวิทยา ภายใต้ขอบเขตที่จำกัด ทั้งนี้เนื่องจากว่าธรรมชาติของตัวสื่อมีโครงสร้างที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาค่อนข้างจะมีความยืดหยุ่นสูง ในขณะที่สื่ออย่างเช่น โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ละคร ฯลฯ จะมีโครงสร้างหรือกฎเกณฑ์ทางภาษาที่แน่นอนชัดเจนในการถ่ายทอดความหมาย ทำให้การศึกษาสามารถใช้หลักการสัญญาณทั้งหมดมาทำการศึกษาความหมายของภาพยนตร์ได้เช่น ทำการวิเคราะห์ความหมายโดยการพิจารณาจาก เทคนิคการถ่ายภาพ การตัดต่อ การจัดฉาก การใช้ดนตรีประกอบ ฯลฯ เป็นต้น

สำหรับการวิเคราะห์ความหมายของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา ในเชิงปฏิบัติพบว่าไม่สามารถใช้หลักการวิเคราะห์เชิงสัญญะได้อย่างครบองค์ประกอบ โดยเฉพาะรูปแบบการวิเคราะห์ความหมายแบบ Syntagmatic/Diachronic ซึ่งเป็นการเน้นลำดับขั้นหรือช่วงระยะเวลาของเหตุการณ์หรือการปรากฏของสัญญาณ ทั้งนี้เพราะการวิเคราะห์ความหมายแบบการลำดับก่อนหลังหรือใช้ช่วงระยะเวลาของเหตุการณ์จะใช้ในการเล่าเรื่อง เช่นในสื่อภาพยนตร์ โทรทัศน์ ที่มีการวางตำแหน่งของเหตุการณ์ไว้อย่างมีแบบแผน กล่าวคือมีการเรียงลำดับก่อนหลัง ทั้งนี้หากมีการสลับหรือเปลี่ยนตำแหน่งความหมายก็จะเปลี่ยนทันที

ดังนั้นงานวิจัยเรื่องนี้จึงได้ใช้หลักการของสัญญะวิทยา ดังต่อไปนี้เป็นแม่แบบในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง ซึ่งประกอบไปด้วยหลักการดังนี้

1. การวิเคราะห์ความหมายโดยตรงกับความหมายโดยนัย (denotative/connotative) เป็นวิธีการวิเคราะห์ความหมายแบบตรงๆ ตัวซึ่งเป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไป กับความหมายที่ซ่อนเร้นอยู่ในสัญญาณ ความหมายในลักษณะนี้มีนัยที่ลึกซึ้งเกินกว่าที่จะเข้าใจได้ง่าย
2. การวิเคราะห์ความหมายโดยการหาแบบแผนที่ซ่อนเร้นของคู่ตรงข้ามและสร้างความหมายใหม่ขึ้นมาเปรียบเทียบเพื่อให้เห็นความแตกต่าง กับ การวิเคราะห์ความหมายโดยการแสวงหาชุดของสัญญาณที่อยู่ภายใต้กระบวนทัศน์เดียวกัน (synchonic/paradigmatic)

3. การวิเคราะห์ความหมายโดยการใช้สัญลักษณ์ที่คล้ายคลึงกันเปรียบเทียบแบบอุปมาอุปมัย กับการสื่อความหมายโดยการใช้ส่วนย่อยหรือส่วนเล็กๆ แทนความหมายถึงส่วนใหญ่ (metaphor/metonymy)

ในเบื้องต้นผู้วิจัยได้นำเสนอองค์ประกอบสำคัญๆ ของสัญลักษณ์ซึ่งผ่านกระบวนการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง โดยในที่นี้ได้จำแนกให้เห็นดังนี้

สัญลักษณ์ที่ 1 เครื่องแต่งกาย

ลักษณะของการแต่งกายที่ปรากฏให้เห็นในกรณีของตุ๊กตาชาวเขาทั้ง 6 กลุ่ม มีรูปแบบและลักษณะที่แตกต่างกันสะท้อนให้เห็นความเป็นเฉพาะตัว ซึ่งในที่นี้สามารถจำแนกให้เห็นองค์ประกอบสำคัญๆ ของเครื่องแต่งกายได้ดังนี้

หมวก

โดยรวมแล้วพบว่าปรากฏอยู่ในตุ๊กตาทุกตัว ขณะเดียวกันก็มีลักษณะที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าเป็นตุ๊กตาเผ่าใด เช่นในตุ๊กตาเมี่ยนและตุ๊กตาลาหู่ตัวหมวกจะมีลักษณะเป็นผ้าคล้ายกับที่โปกสีริยะ ด้านบนมีลวดลาย แต่ตุ๊กตาลาหู่จะถูกตกแต่งไปด้วยเม็ดกระดุมที่มีลักษณะคล้ายกระดุมเงิน สำหรับตุ๊กตาเมี่ยนจะมีแต่เฉพาะรายปักด้วยผ้าสีต่างๆ ปรากฏอยู่แทน สำหรับหมวกของตุ๊กตา อาข่า ลีซู และม้งที่บริเวณตัวหมวกด้านบนจะมีพู่ไหมพรมสีแดง สีเหลือง สีฟ้า โดยเฉพาะตุ๊กตาอาข่าและลาหู่มีกระดุมเงินติดอยู่ที่ด้านหน้าของหมวก ส่วนตุ๊กตาคะเหรี่ยงนั้นตัวหมวกจะมีลักษณะเป็นผ้าโปกสีริยะเช่นเดียวกัน แต่จะมีพู่ไหมสีต่างๆ ประกอบอยู่ทางด้านหน้า

เสื้อ

ลักษณะของเสื้อที่พบส่วนมากคือ ตัวเสื้อเป็นเสื้อแขนยาวทรงกระบอก มีความยาวประมาณระดับแค่เอว ที่แขนเสื้อตกแต่งด้วยผ้าสีต่างๆ โดยเฉพาะตุ๊กตาลาหู่และอาข่าที่บริเวณปลายชายเสื้อจะถูกขลิบด้วยแถบผ้าสีต่างๆ ส่วนเสื้อของตุ๊กตาลีซูพบว่าตัวเสื้อที่บริเวณด้านหน้ามีความยาวถึงหน้าแข้งและมีผ้ารัดที่สะเอว

กระโปรง

สำหรับเครื่องแต่งกายประเภทกระโปรงพบว่ามีตุ๊กตาอาข่าเพียงเผ่าเดียวเท่านั้นที่ใช้กระโปรงเป็นองค์ประกอบของเครื่องแต่งกาย ลักษณะกระโปรงของตุ๊กตาอาข่า จากการสังเกตพบว่าที่ตัวกระโปรงจะมีจีบอยู่รอบตัว ตัวกระโปรงมีความยาวเหนือเข่าขึ้นไปเล็กน้อย และไม่มีลวดลายปรากฏให้เห็นเหมือนกับเครื่องแต่งกายประเภทอื่นๆ

กางเกง

เครื่องแต่งกายประเภทกางเกง พบว่ามีตุ๊กตา 4 ตัวด้วยกัน คือ ตุ๊กตามัง เมียน ลีซู และลาหู่ ลักษณะกางเกงที่ปรากฏให้เห็นพบว่าเป็นกางเกงขา กว้างเป็นส่วนใหญ่ มีขนาดที่พอดีกับช่วงขา คือไม่คับจนเกินไป แต่ในตุ๊กตาเมียนอาจจะดูหลวมไปบ้างแต่ก็ไม่มากนัก ส่วนความยาวของกางเกงโดยรวมแล้วพบว่ามี ความยาวถึงข้อเท้าเป็นส่วนใหญ่ สำหรับลายปักหรือลวดลายบนตัวกางเกงพบว่ามีให้เห็นอยู่บ้าง โดยเฉพาะในตุ๊กตาเมียนจะมีลายปักผ้าปรากฏอยู่ ส่วนตุ๊กตาลีซูและมังไม่มีลวดลายหรืองานปักใดๆปรากฏให้เห็น แต่ที่บริเวณขา กางเกงด้านล่างจะมีผ้าที่ขลิบด้วยผ้าสีต่างๆ แทน

ผ้าถุง (ลักษณะคล้ายผ้าซิ่น)

จากการวิเคราะห์เครื่องแต่งกายของตุ๊กตาทั้งหมด พบว่าตุ๊กตาที่สวมใส่ผ้าถุงมีเพียงตุ๊กตาลาหู่เพียงผู่เดียวเท่านั้น อย่างไรก็ตามลักษณะของผ้าถุงที่สวมใส่ดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกับผ้าซิ่นที่คนเมืองนิคมใส่กัน สำหรับความยาวของผ้าถุงที่ปรากฏในตุ๊กตาลาหู่มีความยาวถึงข้อเท้า แต่ลักษณะที่อาจจะดูแปลกกว่าผ้าถุงทั่วไปก็คือที่บริเวณตรงกลางจะมีลวดลายที่ได้จากผ้าสี สันต่างๆ ปรากฏอยู่

เสื้อคลุมความยาวถึงเท้า

เครื่องแต่งกายอีกชิ้นหนึ่งที่ค่อนข้างดูแปลกไปกว่าใครก็คือ ชุดแต่งกายของตุ๊กตา กะเหรี่ยง จากการวิเคราะห์พบว่ามีลักษณะคล้ายกับชุดแซก กล่าวคือเป็นเครื่องนุ่งห่มที่มีลักษณะ ด้านบนเป็นเสื้อและด้านล่างเป็นกระโปรง (ถูกเย็บติดกัน) และเมื่อพิจารณาจากภาพรวมแล้วพบว่าเป็นเครื่องแต่งกายที่มีจำนวนน้อยชิ้นที่สุด(เปรียบเทียบกับตุ๊กตาทั้งหมด) กล่าวคือ เป็นทั้งเสื้อและกระโปรงอยู่ในตัวเดียวกัน

สำหรับลักษณะเด่นของเสื้ออีกอย่างคือ ตัวเสื้อเป็นสีขาว ทรงกระสอบ แขนสั้น คอเสื้อเป็นรูปคล้ายตัววี มีความยาวเกือบถึงข้อเท้า ทั้งนี้ถือว่าเป็นเครื่องแต่งกายที่มีความยาวที่สุดในเครื่องแต่งกายทั้งหมด อย่างไรก็ตามโดยรวมแล้วไม่พบสี สันหรือลวดลายของเสื้อผ่อย่างเช่นในเครื่องแต่งกายของเผ่าอื่นๆ ทั้งนี้มีเพียงลวดลายเล็กน้อยเท่านั้นที่ปรากฏให้เห็นอยู่บ้าง(แต่ไม่เด่นเหมือนกับเผ่าอื่นๆ)

ผ้ารัดแขน(สนับแข้ง)

ผ้ารัดแขนหรือสนับแข้งเป็นเครื่องแต่งกายเพียงชิ้นเดียวที่ปรากฏให้เห็นในตุ๊กตา อาข่า มีลักษณะเป็นผ้าที่ถูกเย็บด้วยเส้นด้ายสีต่างๆ

สำหรับความหมายในที่นี้สามารถสรุปให้เห็นนัยความหมายได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ความหมายเชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง	วิธีการวิเคราะห์สัญลักษณ์
กระโปรง	ของผู้หญิง	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
สีสันทูณาค	ความเป็นพื้นบ้าน	ความหมายโดยนัย
การสวมหมวกในแบบต่างๆ	ความเป็นชนเผ่า	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าสัญลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย แสดงความหมายได้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบแต่ละส่วนของเครื่องแต่งกายที่จะเลือกมาวิเคราะห์ ในที่นี้สามารถแยกแยะให้เห็นได้ดังนี้

ความหมายที่ 1 ของผู้หญิง

โดยทั่วไปเครื่องแต่งกายที่ใช้สำหรับสวมใส่ในชีวิตประจำวันของคนมักมีหลายประเภท ในแต่ละวัฒนธรรมต่างก็มีรูปแบบหรือรายละเอียดที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมนั้นๆ เป็นสำคัญ แต่อย่างไรก็ตามเครื่องแต่งกายที่สะท้อนถึงความ เป็นสากลที่คนส่วนใหญ่ทั้งชายและหญิงนิยมสวมใส่ในชีวิตประจำวันมีเพียงไม่กี่ประเภท โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายท่อนล่าง กล่าวคือ มีกางเกงกับกระโปรง แต่สำหรับกระโปรงโดยทั่วไปแล้วจะเป็นของผู้ที่จะเฉพาะเจาะจงสำหรับผู้หญิงมากกว่าชาย ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าในสังคมปัจจุบันผู้หญิงกับวัฒนธรรมการใส่กระโปรงมักปรากฏให้เห็นในวงสังคมต่างๆ ขณะเดียวกันต่างก็มีรูปแบบที่หลากหลายและแตกต่างกันออกไป

จากแนวคิดที่กล่าวมากระโปรงจึงเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นลักษณะเฉพาะตัวของความเป็นผู้หญิง การใส่กระโปรงจึงเสมือนเป็นภาพที่สะท้อนให้เห็นบริบทของความเป็นหญิง ทั้งนี้ด้วยเหตุที่ว่าเป็นเครื่องใช้ที่คู่กับความเป็นผู้หญิง อย่างในกรณีที่สามารถพบได้ทั่วไปก็คือ ในสังคมสมัยใหม่วัฒนธรรมการใส่กระโปรงมักปรากฏให้เห็นในวงสังคมต่างๆ มากมาย อาทิ ในกลุ่มของนักเรียนนักศึกษา คนทำงาน ตลอดจนแม่บ้านแม่เรือน ฯลฯ ในทางตรงข้ามกับผู้ชายที่มักจะใส่แต่ "กางเกง" (แม้ว่าบางสังคมจะมีผู้ชายใส่กระโปรงอยู่บ้างแต่ก็น้อยมาก) ดังนั้นจากแนวความคิดที่กล่าวมาทั้งหมด กระโปรงจึงเป็นสัญลักษณ์สำคัญอย่างหนึ่งที่แสดงความเป็นหญิง ทั้งนี้จะมี

คำพูดที่ใช้เปรียบเปรยถึงผู้ชายที่ขี้กลัวหรือไม่เข้มแข็งว่า “อย่างนี้น่าจะเปลี่ยนไปนั่งกระโปรงแทนกางเกงซะดีกว่า”

สำหรับวิธีการสื่อความหมายพบว่า แนวคิดของใช้ผู้หญิงนี้มีหลักการสื่อความหมายสอดคล้องกับการสื่อความหมายโดยใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ อย่างในกรณีนี้สัญลักษณ์ที่ใช้คือ กระโปรง (ของใช้เฉพาะตัวของผู้หญิง) ซึ่งมีความหมายแทนความเป็นผู้หญิง อันเนื่องมาจากปัจจุบันภาพของความเป็นหญิงมักปรากฏให้เห็นทั้งจากทางตรงและทางอ้อม ทางตรงก็คือใช้ผู้หญิงเป็นจุดนำเสนอขายสินค้า ส่วนทางอ้อมก็คือ การใช้สัญลักษณ์เป็นภาพแสดงแทนความเป็นหญิง เช่นการใช้ภาพคนสวมกระโปรงติดไว้หน้าห้องน้ำ เพื่อบอกให้รู้ว่าเป็นห้องน้ำผู้หญิง (กาญจนา แก้วเทพ, 2541ก: 85)

ความหมายที่ 2 ความเป็นพื้นบ้าน

นอกเหนือจากกระโปรงจะเป็นตัวหมายที่ใช้แสดงความเป็นผู้หญิงแล้ว เครื่องแต่งกายยังเป็นสิ่งที่สื่อหรือแสดงวัฒนธรรม “ชนพื้นบ้าน” อีกด้วย โดยเฉพาะ”สีสันทันดูฉลาด” ในเครื่องแต่งกายประเภท เสื้อ กางเกง หมวก ซึ่งส่วนใหญ่พบว่ามีการใช้โทนสีที่ดูตัดกันมาก คือใช้สีแดง สีส้ม สีเขียว สีดำ ฯลฯ ในเครื่องแต่งกายชิ้นเดียวกัน ทั้งนี้การใช้สีดังกล่าวเป็นสีหลักในเครื่องแต่งกายนับเป็นการสร้างจุดเด่นที่ออกจะสะดุดตาสะดุดใจให้กับผู้พบเห็นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในสายตาของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นคนนอก

เนื่องจากลักษณะของสีสันทันที่ปรากฏในเครื่องแต่งกายดังกล่าว เมื่อเปรียบเทียบกับสังคมของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในแถบตะวันตกจะเห็นความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ทั้งนี้เนื่องจากว่าวัฒนธรรมการใช้สีในเครื่องแต่งกายของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเน้นโทนสีที่ดูกลมกลืนเป็นธรรมชาติมากกว่าการใช้โทนสีที่ตัดหรือขัดแย้งกันอย่างรุนแรงเหมือนเช่นในที่นี้ ประกอบกับสังคมของนักท่องเที่ยวเป็นสังคมสมัยใหม่ซึ่งมีการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ในอุตสาหกรรมการผลิต ส่งผลให้เสื้อผ้ามีความหลากหลายของสีสันทัน มีความกลมกลืนดูเป็นธรรมชาติมากขึ้น เช่น ในร้านจำหน่ายสินค้าตามห้างสรรพสินค้าจะมีเสื้อผ้าในสีสันทันและแบบต่างๆ ให้ได้เลือกซื้อมากมาย

ดังนั้นสีสันทันดูฉลาดที่ปรากฏในที่นี้จึงมีนัยที่สื่อไปในทำนองให้ถึงความเป็นพื้นบ้านหรือท้องถิ่นที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป ความเป็นชนพื้นบ้านนี้โดยทั่วไปแล้วมักจะมีรูปแบบการใช้สีเฉพาะตัวและไม่หลากหลายเท่ากับสังคมของนักท่องเที่ยว เช่น มีการใช้โทนสีจัดจ้านและค่อนข้างสดในเครื่องแต่งกายชนิดต่างๆ ของตัวเอง อย่างในกรณีของคนชนบทแบบดั้งเดิมที่มักจะใช้สีแดงๆ เพียงไม่กี่สี อย่างเช่น สีแดง สีเหลือง สีส้ม สีน้ำเงิน ฯลฯ ในเครื่องแต่งกาย เป็นต้น

อย่างไรก็ตามลักษณะการใช้สีแบบนี้ นับว่าเป็นความแตกต่างกับสังคมของนักทอเทียวกว้างขวางส่วนใหญ่ จะใช้สีที่ดูกลมกลืนเป็นธรรมชาติ รวมทั้งมีความหลากหลายของสีสันทันมากกว่า

จากแนวคิดข้างต้นจึงอาจกล่าวได้ว่า “สี” เป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึง “ความเป็นพื้นบ้าน” ในบริบทของการทอเทียวกว้างขวางความเป็นท้องถิ่นหรือความเป็นพื้นบ้านค่อนข้างจะเป็นเส้นที่อย่างหนึ่งที่ดึงดูดให้คนเดินทางมาทอเทียวกว้างขวาง โดยเฉพาะศิลปะพื้นบ้านที่เกิดจากการผลิตของกลุ่มคนในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น วัฒนธรรมการย้อมสีแบบธรรมชาติโดยใช้วัสดุประเภทเปลือกไม้หรือต้นไม้บางชนิดมาทำเป็นแม่สีย้อมผ้า

สำหรับการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อความหมายพบว่า แนวความคิดเรื่องความเป็นพื้นบ้านถูกสร้างขึ้นโดยใช้ความหมายโดยนัยเป็นแบบแผนการสื่อสาร อย่างในที่นี้ผู้ผลิตได้สร้างภาพของความเป็นพื้นบ้านโดยการใช้สีสันทันเป็นคำหมายที่สะท้อนวัฒนธรรมของชนพื้นบ้าน โดยมีประเด็นเรื่องการใช้สีเป็นจุดเน้นที่แสดงความแตกต่างระหว่างสังคมพื้นบ้านกับสังคมของนักทอเทียวกว้างขวาง ดังในกรณีนี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้ผลิตได้พยายามสร้างให้สินค้าที่ระลึกมีกลิ่นอายของความเป็นพื้นบ้านเน้นความดั้งเดิม โดยใช้ตัวหมายที่เป็นสีสันทันที่จัดจ้านในเครื่องแต่งกายเป็นภาพแสดงแทน

ความหมายที่ 3 ความเป็นชนเผ่า

ลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของความเป็นชนเผ่า ก็คือ การมีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่แตกต่างไปจากสังคมของนักทอเทียวกว้างขวาง ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินชีวิตตลอดจนวัฒนธรรมการแต่งกายที่ดูความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สำหรับในที่นี้มนโพนทัศน์ความเป็นชนกลุ่มย่อยหรือชนเผ่าได้ปรากฏให้เห็นจาก “การใช้หมวกเป็นองค์ประกอบในเครื่องแต่งกาย”

โดยปกติวัฒนธรรมการสวมหมวกในสังคมของนักทอเทียวกว้างขวางเป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือจากความคุ้นเคยของนักทอเทียวกว้างขวาง เว้นแต่ในงานเฉพาะกิจที่จัดขึ้นมาเป็นการเฉพาะ ดังนั้นการสวมหมวกที่มีสีสันทันดูกลมกลืนทั้งหมดมีเครื่องประดับรูปทรงต่างๆ ติดอยู่ที่ตัวหมวกด้วยแล้ว ยังเป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือบริบทของนักทอเทียวกว้างขวาง ฉะนั้นการสวมหมวกในที่นี้จึงไม่ใช่วัฒนธรรมหลักของนักทอเทียวกว้างขวาง เป็นวัฒนธรรมของชนเผ่าหรือชนกลุ่มย่อยที่อยู่ในสังคม คนในกลุ่มนี้มักมีวัฒนธรรมที่ต่างจากนักทอเทียวกว้างขวาง อย่างในกรณีนี้คือ ลักษณะการแต่งกายที่เป็นแบบเฉพาะตัว เช่น ในชุมชนชาวเขาการแต่งกายของสตรีนอกจากจะมีรูปแบบที่ต่างไปจากนักทอเทียวกว้างขวางแล้ว วัฒนธรรมการสวมหมวกยังเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในชุดเครื่องแต่งกายด้วย ทั้งนี้หลักฐานที่ปรากฏก็คือภาพถ่ายที่ ขจิตถัย บุรุษพัฒน์ (2538: 53,143) ได้นำมาตีพิมพ์ในหนังสือเรื่องชาวเขา ที่ภายในมีภาพของสตรีชาวเขาเผ่าต่างๆ สวมใส่หมวกในแบบต่างๆ ซึ่งมีทั้งหมวกที่ทำจากผ้าและเครื่องเงิน

ดังนั้นจากแนวคิดข้างต้น การสวมหมวกในลักษณะนี้จึงเป็นวัฒนธรรมของความ เป็นชนเผ่าหรือชนกลุ่มย่อยที่มีวัฒนธรรมประเพณีแตกต่างไปจากสังคมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบสังคมของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศตะวันตกจะมีความต่างกันอย่างชัดเจน

สำหรับรูปแบบของการสื่อความหมายพบว่า แนวความคิดเรื่องความเป็นชนเผ่ามีความสอดคล้องกับหลักการสื่อความหมายแบบการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่ อย่างในกรณีนี้ผู้ผลิตได้นำเอาการสวมใส่หมวกซึ่งเป็นรายละเอียดส่วนย่อยของวัฒนธรรมชนเผ่าเป็นภาพแสดงแทนถึงความเป็นชนเผ่าทั้งหมด ในการท่องเที่ยวความเป็นชนเผ่านับเป็นสิ่งที่ถูกใช้เป็นจุดขายอย่างหนึ่ง ทั้งนี้จะเห็นว่าสิ่งของเครื่องใช้เกี่ยวกับชาวเขาสามารถนำมาวางขายเป็นของที่ระลึกได้ เช่นที่ไนท์บาซาร์ จังหวัดเชียงใหม่จะมีร้านขายของที่ระลึกเกี่ยวกับชนเผ่าให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อ เป็นต้น

สัญญาที่ 2 เครื่องประดับ

เครื่องประดับที่ปรากฏในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา เป็นระบบความหมายอีกอย่างที่สำคัญ ในเบื้องต้นสามารถแยกแยะให้เห็นได้ดังนี้

สร้อยคอเงิน

สร้อยคอเป็นเครื่องประดับที่ปรากฏในตุ๊กตาทุกตัว ทั้งนี้จากพิจารณาโดยรวมแล้วพบว่า ลักษณะของสร้อยคอที่ปรากฏในตุ๊กตาแต่ละตัวมีรูปร่างที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกัน กล่าวคือมีลักษณะเป็นห่วงเรียงต่อกัน กันไปตลอดเส้น และมักสวมใส่ไว้ที่คอเป็นส่วนใหญ่ บางตัวที่มีลักษณะและรูปร่างที่อาจจะดูแตกต่างไปบ้าง เช่นลักษณะของสร้อยคอที่เรียงกันเป็นพวงห้อยลงมาตามแนวของตัวเสื้อ

สำหรับความยาวของสร้อยโดยภาพรวมแล้วพบว่า มีความยาวค่อนข้างมาก บางเส้นมีความยาวถึงเอว ซึ่งเมื่อพิจารณาดูแล้วนับว่ามีความแปลกอยู่บ้าง ทั้งนี้เนื่องจากว่าสร้อยคอปกติที่คนทั่วไปสวมใส่อย่างมากก็มีความยาวแค่หน้าอกหรือยาวกว่าเล็กน้อย อย่างไรก็ตามความแปลกอีกอย่างก็คือ สร้อยคอที่ปรากฏในแต่ละเผ่าพบว่ามีความยาวค่อนข้างมาก กล่าวคือมีความยาวถึง 3-4 เส้น เช่น ตุ๊กตาอาข่า ลาหู่ ลีซู และกะเหรี่ยง

ห่วงคอเงิน

ในที่นี้เครื่องประดับประเภท ห่วงคอ พบว่ามีจำนวนทั้งสิ้นถึง 6 เผ่า มีลักษณะเป็นห่วงสำหรับสวมใส่ที่คอ มีขนาดค่อนข้างใหญ่ ตัวห่วงไม่มีลวดลาย แต่เป็นสีเงินแทน อย่างไรก็ตามห่วงเงินที่ปรากฏพบว่าในแต่ละเผ่ามีเพียงเส้นเดียว เท่านั้น

กำไลเงิน

จากตารางพบว่า กำไลมือเป็นเครื่องประดับซึ่งปรากฏให้เห็นในตุ๊กตา กระเบื้อง มัง และอาข่า เท่านั้น สำหรับลักษณะเด่นของกำไลในภาพรวมแล้วพบว่าไม่มีลักษณะเด่นๆ ปรากฏให้เห็นเด่นชัดมากนัก อนึ่งสิ่งที่น่าสังเกตประการหนึ่งก็คือ ลักษณะของตัวกำไลที่ปรากฏในตุ๊กตา ดังกล่าวมีส่วนที่คล้ายคลึงกันมาก ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นขนาดและรูป

กระดุมเงิน

จากตารางพบว่า กระดุมเป็นเครื่องประดับชนิดหนึ่งที่ปรากฏในตุ๊กตาทั้ง 5 ตัว (ยกเว้นตุ๊กตากระเบื้อง) อย่างไรก็ตามลักษณะของกระดุมที่ปรากฏให้เห็นในที่นี้พบว่าส่วนใหญ่ถูกใช้ประกอบในชุดเครื่องแต่งกายชนิดต่างๆ ในที่นี้สามารถแยกให้เห็นได้ดังนี้

1. ที่บริเวณชายแขนเสื้อทั้งสองข้างของตุ๊กตา ลาหู่
2. ที่บริเวณคอเสื้อด้านหน้าของตุ๊กตา ลาหู่ เมียน อาข่า ลีซู และมัง
3. ที่บริเวณด้านหน้าของหมวกในตุ๊กตาลาหู่ อาข่า และมัง
4. ที่บริเวณกระโปรงด้านหน้าของตุ๊กตาอาข่า

สำหรับรูปทรงของกระดุมที่ปรากฏในตุ๊กตาข้างต้น วิเคราะห์จากภาพรวมแล้วพบว่า มีลักษณะที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ เป็นทรงกลมสี่เงิน คม้นวาวเมื่อยามต้องกับแสงสว่าง แต่ขนาดอาจจะแตกต่างกันไปบ้าง

สร้อยคอทำจากลูกปัดสีต่างๆ

จากตารางพบว่าเม็ดลูกปัดถูกใช้เป็นเครื่องประดับชนิดหนึ่งในชุดการแต่งกาย ในที่นี้พบตุ๊กตาชาวเขาจำนวนทั้งสิ้น 4 ตัว ซึ่งได้แก่ตุ๊กตา กระเบื้อง ลาหู่ ลีซู และอาข่า มีเม็ดลูกปัดปรากฏอยู่ที่บริเวณคอเสื้อ ซึ่งแต่ละเผ่าก็มีมากกว่าหนึ่งเส้น ทั้งนี้จากการสังเกตลักษณะของลูกปัดพบว่า มีรูปทรงค่อนข้างกลมส่วนตรงกลางมีรูหรือช่องสำหรับร้อยเส้นด้าย

สำหรับสีสันทนของลูกปัด พบว่ามีสีค่อนข้างมีหลากหลาย กล่าวคือมีสี แดง น้ำเงิน ส้ม ขาว ฯลฯ แต่เฉพาะในตุ๊กตากระเบื้องพบว่ามีสีเดียวคือสีแดงออกส้มๆ นอกจากนี้สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่พบก็คือความยาวของลูกปัดในแต่ละเส้นมีความยาวค่อนข้างมาก กล่าวคือส่วนมากยาวถึงหน้าท้อง และมีบางเส้นที่มีความยาวถึงเอว โดยเฉพาะในตุ๊กตากระเบื้อง

พู่แดง

ในที่นี้เครื่องประดับที่จัดอยู่ในประเภทพู่พบว่าปรากฏให้เห็นอยู่เพียงเผ่าเดียวคือ ตุ๊กตาเมียน ซึ่งมีลักษณะเด่นคือมีผ้าสีแดงดูคล้ายกับไหมพรมปรากฏอยู่ที่บริเวณคอเสื้อทั้งสองข้าง โดยมีความยาวถึงระดับเอว

ต่างหูเงิน

ในที่นี้พบว่าเครื่องประดับประเภทต่างหูปรากฏให้เห็นในตุ๊กตา เมียน อาซ่า และ มั่ง ซึ่งรูปทรงของต่างหูที่ปรากฏในตุ๊กตาทั้ง 3 เผ่า มีลักษณะคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ เป็นเม็ดกลมๆ และแบนๆ มีขนาดที่ค่อนข้างใหญ่ (เมื่อเทียบกับใบหน้า) สามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจน

เครื่องประดับเป็นสัญลักษณ์สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่ปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัดในตุ๊กตาชาวเขา ในภาพรวมแล้วพบว่ามีลักษณะที่แตกต่างหลากหลายกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดและประเภทของเครื่องประดับนั้น ๆ เป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม เครื่องประดับในที่นี้นอกจากจะเป็นเครื่องใช้สำหรับตกแต่งร่างกายเพื่อสร้างความงามให้แก่ผู้สวมใส่แล้ว ตามแนวคิดสัญลักษณ์วิทยา เครื่องประดับยังมีนัยพื่อที่จะสรุปให้เห็นได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ความหมายเชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องประดับ

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง	วิธีการวิเคราะห์สัญลักษณ์
สร้อยเงินขนาดใหญ่และยาว	ความเป็นชนเผ่า	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
ลักษณะการสวมสร้อยเป็นพวงๆ ห้อยลงมา	ความเป็นชนเผ่า	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

ในบริบทของการท่องเที่ยวชนัยความหมายของเครื่องประดับค่อนข้างปรากฏให้เห็นไม่หลากหลายมากนัก ทั้งนี้มีเพียงความหมายเดียวคือ

ความเป็นชนเผ่า

นอกเหนือจากการสวมใส่หมวกจะเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความเป็นชนเผ่าแล้ว การสวมใส่เครื่องประดับที่ทำมาจาก “เงิน” ยังเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความเป็นชนเผ่าด้วย ทั้งนี้เนื่องจากโดยปกติแล้ว เครื่องเงิน ถือว่าเป็นเครื่องประดับสำคัญอย่างหนึ่งในวัฒนธรรมชาวเขา โดยเฉพาะสตรีชาวเขาจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ มักนิยมสวมใส่เครื่องประดับที่ทำมาจากเงินมาใช้ตกแต่งร่างกาย ทั้งนี้หลักฐานที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปก็คือ ภาพถ่ายสตรีชาวเขาในสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มักจะสวมใส่เครื่องเงินต่างๆ เสมอ อย่างในกรณีที่ Mayo Peter (1998: 59) ได้ลง

ตีพิมพ์ภาพสตรีชาวเขาโดยสวมใส่เครื่องเงินในแบบต่างๆ อยู่ตามร่างกายอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งบางชิ้นมีขนาดใหญ่และยาว ส่วนบางชิ้นมีลักษณะการสวมใส่เป็นพวงๆ ห้อยลงมา คล้ายกับที่ปรากฏในตุ๊กตาชาวเขาที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง

จากแนวคิดที่กล่าวมาเครื่องเงินจึงเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงถึงความเป็นชนเผ่า โดยเฉพาะลักษณะการสวมใส่อยู่ที่คอเป็นพวงๆ แบบห้อยลงมาเป็นตัวแทนที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมชนเผ่าได้เป็นอย่างดี ในทางตรงข้ามกับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มาจากประเทศในแถบตะวันตก คนในกลุ่มนี้จะมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีและมักจะนิยมสวมใส่เครื่องประดับมีค่าประเภทต่างๆ เช่น ทอง เพชร พลอย ไข่มุก ฯลฯ หรือในบางกรณีมีการผสมผสานเครื่องประดับต่างชนิดเข้าด้วยกัน อาทิ ที่คอใส่สร้อยทอง ที่นิ้วใส่แหวนเพชร หรือส่วนที่ปักผมทำด้วยมุก เป็นต้น วัฒนธรรมการสวมใส่เครื่องประดับในลักษณะนี้ตรงข้ามกับสังคมชนเผ่าซึ่งส่วนใหญ่เป็นสังคมแบบเรียบง่ายและพึ่งพาตนเอง

ฉะนั้นเครื่องเงินจึงเสมือนเป็นสัญลักษณ์ของความเป็นชนเผ่า หรือกลุ่มคนที่มีวัฒนธรรมการสวมใส่เครื่องประดับที่ต่างไปจากนักท่องเที่ยว สำหรับรูปแบบของการสื่อความหมายพบว่า แนวคิดความเป็นชนเผ่ามีรูปแบบการสื่อความหมายแบบใช้สัญลักษณ์แทนความหมายถึงส่วนใหญ่ อย่างในที่นี้ผู้ผลิตได้นำเสนอภาพของความเป็นชนเผ่าให้นักท่องเที่ยวเห็นโดยนำเอาเครื่องเงินที่มีรูปแบบและลักษณะเฉพาะตัวเป็นภาพแสดงแทนความเป็นชนเผ่า นับเป็นกลยุทธ์การสื่อความหมายอีกอย่างหนึ่งที่ผู้ผลิตได้นำเอาสัญลักษณ์ที่อยู่ในกระบวนการทัศน์ของความเป็นชนเผ่ามานำเสนอ ทั้งนี้โดยหยิบยกเอา “เครื่องเงิน” มาเป็นตัวแทนให้เป็นภาพแสดงแทนความเป็นชนเผ่า

ในประเทศไทยมีชาวเขากลุ่มต่างๆ อาศัยอยู่บนพื้นที่สูงเป็นจำนวนมาก คนในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากว่ามีวิถีชีวิตตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีที่ต่างจากสังคมของนักท่องเที่ยว เช่น การแต่งกาย การกินอยู่ ฯลฯ ในบริบทของการท่องเที่ยววัฒนธรรมชาวเขาถูกใช้ป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวชม โดยเฉพาะวิถีชีวิตตลอดจนวัฒนธรรมของความเป็นชนเผ่าที่มีลักษณะเอกลักษณ์เฉพาะจะเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมา ทั้งนี้ถึงขนาดมีการจัดแสดงวัฒนธรรมชาวเขาให้นักท่องเที่ยวชม อย่างที่พบเห็นอยู่ทั่วไปก็คือ การแสดงชาวเขาจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันขึ้นแสดงให้นักท่องเที่ยวชมตามโรงแรมต่างๆ หรือที่ศูนย์วัฒนธรรมที่ทางจังหวัดขึ้น เช่น ที่จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า วัฒนธรรมประเพณีของชาวเขาถูกใช้เป็นจุดขายในการท่องเที่ยว ทั้งนี้ถึงขนาดมีผู้ประกอบการบางแห่งว่าจ้างชาวเขาที่อยู่อาศัยอยู่บน

คอยให้ลงมารับจ้างโดยการร้องเพลง เล่นดนตรี หรือเดินรำให้กับนักท่องเที่ยวชม อย่างเช่นที่ตลาด
ไนท์บาซาร์เชียงใหม่

สัญญาที่ 3 เครื่องมือเครื่องใช้

จากลักษณะ โครงสร้างทางกายภาพของตุ๊กตาชาวเขาที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง
พบ เครื่องมือหรือเครื่องใช้ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิต ในที่นี้สามารถแยกเป็นประเภทๆ ดังนี้

ตะกร้า

ตะกร้าใส่ของก็เป็นอุปกรณ์อีกชิ้นที่ปรากฏให้เห็นในตุ๊กตา 3 เผ่า กล่าวคือ ที่ข้าง
ลำตัวด้านขวาของตุ๊กตาเมียน ภายในตะกร้าบรรจุผลไม้ชนิดต่างๆ เช่น น้อยหน่า ส้ม สำหรับใน
ตะกร้าของตุ๊กตาอาข่าและม้งมีลักษณะที่สอดคล้องกันคือ มีผลไม้ชนิดต่างๆ ปรากฏอยู่ในตะกร้า
เช่นเดียวกับตุ๊กตาเมียน แต่ตำแหน่งของตะกร้าถูกคล้องไว้ที่แขนด้านขวาของตัวตุ๊กตาแทน

กระจาด

จากตารางข้างต้นพบว่า อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ประเภทกระจาดปรากฏให้เห็น
ในตุ๊กตาเมียนและตุ๊กตาล่าหู่ ทั้งนี้ในตุ๊กตาเมียนจะพบว่ากระจาดอยู่ที่บริเวณข้างลำตัวด้านซ้ายของ
ตัวตุ๊กตา แต่ภายในว่างเปล่าไม่มีข้าวของปรากฏให้เห็น ส่วนในตุ๊กตาล่าหู่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน
แต่ตัวของกระจาดจะมีขนาดใหญ่กว่าเล็กน้อย

สำหรับลักษณะของกระจาดทั้งสองใบ พบว่ามีรูปร่างคล้ายกับกระจาดที่คนส่วน
ใหญ่ใช้ทั่วไป คือ ทำจากไม้ไผ่สาน ภายในสามารถใส่ของใช้ต่างๆ ได้เช่น กระเทียม หัวหอม ฯลฯ

ที่ใส่ของทำจากไม้ไผ่

สำหรับที่ใส่ของ นับเป็นภาชนะอีกชิ้นหนึ่งที่ทำมาจากไม้ไผ่สาน แต่ด้านบนมีฝา
สำหรับเปิด-ปิด ทั้งนี้ที่ใส่ของนี้เป็นเครื่องใช้ที่พบในตุ๊กตาคะเหรี่ยงเพียงตัวเดียวเท่านั้น

สวิงจับปลา

สวิงจับปลาเป็นอุปกรณ์สำคัญอีกอย่างของเครื่องมือเครื่องใช้ ในที่นี้ปรากฏให้เห็น
เพียงเผ่าเดียวเท่านั้นคือ ตุ๊กตาสีซุ สำหรับรูปทรงของสวิงมีลักษณะคล้ายคลึงกับสวิงจับปลาของคน
ไทยในสมัยก่อน คือตัวสวิงทำมาจากเชือกที่ร้อยเข้าด้วยกันจนเป็นตาข่าย ส่วนที่บริเวณปากของ
สวิงจะถูกร้อยไว้ด้วยห่วงกลมๆ (ดูคล้ายกับตะกั่วสีเงิน) ทำให้สามารถเปิดปากสวิงได้

หน้าไม้

หน้าไม้จัดคือเครื่องมือยิงสัตว์ชนิดหนึ่ง ในที่นี้เป็นเครื่องใช้สำคัญอีกอย่างหนึ่ง
ของตุ๊กตาอาข่า ลักษณะสำคัญของหน้าไม้หรือที่ยิงสัตว์ก็คือ ลำตัวทำด้วยไม้ ที่ด้านหน้ามีเส้นเชือก

ผูกติดอยู่ ทั้งนี้เส้นเชือกนี้สามารถใช้ได้เมื่อต้องการยิงสัตว์ ส่วนตรงกลางลำตัวเป็นที่สำหรับวางหรือใส่ลูกดอก

กระบุงไล่ของ

จากตารางข้างต้นพบว่ามีการบุงไม้ไผ่ถูกสะพายไว้ที่บริเวณด้านหลังของตัวคนทั้ง 5 ตัว คือ กระเหรี่ยง ม้ง อาข่า ลาหู่ และลีซู ทั้งนี้โดยรวมแล้วพบว่ากระบุงส่วนมีของใช้และผลผลิตทางการเกษตรบรรจุอยู่ เช่น ส้ม กล้วย น้อยหน่า มังคุด สำหรับบางใบมีเศษเล็กๆ ที่ดูคล้ายกับพื้นปรากฏอยู่ ส่วนขนาดของกระบุงนั้น จากภาพรวมแล้วพบว่ามีขนาดใหญ่โต คล้ายกับกระบุงที่ใช้เก็บของในป่า ซึ่งภายในสามารถใส่สัมภาระต่างๆ ได้ในปริมาณที่มาก

อย่างไรก็ตามนัยความหมายที่แฝงเร้นอยู่ในเครื่องมือทำกินพอที่จะนำเสนอให้เห็นได้ดังนี้

ตารางที่ 6 ความหมายเชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องมือเครื่องใช้

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง	วิธีการวิเคราะห์สัญลักษณ์
กระจาด	บทบาทการเป็นแม่บ้าน	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
ตะกร้า	บทบาทการเป็นแม่บ้าน	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
กล่องไม้ไผ่	บทบาทการเป็นแม่บ้าน	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
สวิงจับปลา	บทบาทของผู้หาอาหาร	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
หน้าไม้	บทบาทของผู้หาอาหาร	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
กระบุงไล่ของ	บทบาทของผู้หาอาหาร	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
สวิงจับปลา	ชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
หน้าไม้	ชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
กระบุงไล่ของ	ชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
การถือกระจาด, หน้าไม้ และการแบกกระบุง	การแบกภาระในครอบครัว	เปรียบเทียบอุปมาอุปไมย

จากตารางแสดงสัญลักษณ์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าเครื่องใช้ต่างๆ เหล่านี้มีความนัย
ซ่อนเร้นอยู่ ซึ่งสามารถแยกแยะให้เห็นได้ดังนี้

ความหมายที่ 1 บทบาทการเป็นแม่บ้าน

ในบริบทของความเป็นแม่บ้านแม่เรือน กระจาด ตะกร้า และที่ใส่ของ นับเป็น
ภาชนะที่จำเป็นอย่างหนึ่งของแม่บ้าน ทั้งนี้เนื่องจากเครื่องใช้เหล่านี้ต่างเป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับใส่
ของกินของใช้ในครอบครัว เช่น ตะกร้าคือภาชนะสำหรับใส่ผลไม้ กระจาดเป็นภาชนะสำหรับใส่
ของเบ็ดเตล็ดในครัวเรือน ส่วนที่ใส่ของมีไว้สำหรับเก็บของใช้ทั่วไป เช่น อุปกรณ์เกี่ยวกับการ
เย็บปักถักร้อย

จากแนวคิดที่กล่าวมาเครื่องใช้ต่างๆ ที่ปรากฏในข้างต้น ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่เชื่อมโยง
ให้เห็นถึงบทบาทงานบ้านงานเรือนที่สตรีมักจะเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การจัดเตรียม
อาหารรวมทั้งงานในครัวเรือน ซึ่งแน่นอนจะต้องใช้ กระจาด ตะกร้า รวมทั้งที่ใส่ของเป็นอุปกรณ์
ในการเก็บหรือใส่ของต่างๆ ในบริบทของครัวเรือน อนึ่งความหมายที่ปรากฏดังกล่าวสามารถ
เชื่อมโยงให้เห็นความสัมพันธ์ของสัญลักษณ์ได้ดังนี้

ตัวหมาย	ความหมายขั้นแรก	ความหมายขั้นที่สอง	ความหมายขั้นสุดท้าย
กระจาด	ภาชนะในครัวเรือน	เครื่องใช้ของแม่บ้าน	บทบาทแม่บ้านแม่เรือน
ตะกร้า	ภาชนะในครัวเรือน	เครื่องใช้ของแม่บ้าน	บทบาทแม่บ้านแม่เรือน
ที่ใส่ของ	ภาชนะในครัวเรือน	เครื่องใช้ของแม่บ้าน	บทบาทแม่บ้านแม่เรือน

จะเห็นได้ว่าเมื่อมีการเชื่อมโยงความหมายเป็นลำดับขั้น โดยเริ่มจากการพิจารณา
ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง ยกตัวอย่างในกรณี กระจาด หมายถึง ภาชนะใส่ของ
ใช้ในครัวเรือน เป็นความหมายโดยอรรถ ส่วนภาชนะใส่ของใช้ในครัวเรือนนัยหนึ่งก็คือ ของใช้จำเป็น
อย่างหนึ่งของแม่บ้าน นับเป็นการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่ ส่วนความหมายสุด
ท้ายได้จากการพิจารณาว่า เครื่องใช้ของแม่บ้านต่างๆ เหล่านี้ คือส่วนย่อยที่สะท้อนให้เห็นบทบาท
การเป็นแม่บ้านแม่เรือน ในมิติการสื่อสารสอดคล้องกับหลักสัญลักษณ์แบบการใช้ส่วนย่อยแทน
ความหมายส่วนใหญ่

อย่างไรก็ตามบทบาทดังกล่าวนี้ สะท้อนให้เห็นว่าผู้ผลิตได้ใช้มนทัศน์การเป็น
แม่บ้านแม่เรือนแสดงความเป็นหญิง ทั้งนี้โดยมีกระจาด ตะกร้า และที่ใส่ของ เป็นตัวหมายหรือ
สัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงถึงการเป็นแม่บ้าน ซึ่งโดยปกติทั่วไปสังคมมักจะมองว่าเป็นเรื่องธรรมชาติของ

เพศหญิงอยู่แล้วที่ต้องรับหน้าที่เกี่ยวกับงานบ้านงานเรือน เสมือนเป็นของที่คู่กัน ดังนั้นเมื่อเวลาพบเห็นเครื่องใช้ดังกล่าวนี้ ก็พลอยทำให้นึกถึงสตรีที่ทำหน้าที่แม่บ้านขึ้นมาทันที แม้ในกระทั่งปัจจุบันสังคมจะเข้าสู่ความทันสมัยไปแล้วก็ตาม แต่บทบาทของการเป็นแม่บ้านแม่เรือนก็ยังคงอยู่ในมโนทัศน์ของคนส่วนใหญ่

สำหรับวิธีการวิเคราะห์ความหมายเชิงสัญลักษณ์ดังปรากฏในที่นี้ มีความสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อความหมายแบบการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่หรือโดยรวม อย่างในกรณีนี้ผู้ผลิตได้นำเอาเครื่องใช้จำเป็นบางอย่าง(ของแม่บ้าน) อาทิ กระจาด ตะกร้า ก่อ่งใส่ของ แทนความเป็นแม่บ้าน หรือบทบาทการเป็นแม่บ้านแม่เรือนที่ต้องรับผิดชอบต่อครอบครัว

ความหมายที่ 2 บทบาทผู้หาอาหาร

นอกเหนือจากบทบาทของแม่บ้านแม่เรือนดังสะท้อนให้เห็นจากสัญลักษณ์เครื่องใช้ในข้างต้นแล้ว “บทบาทของการเป็นผู้หาอาหาร” ยังเป็นสิ่งที่มิถุนยแพร่อยู่ในสินค้าท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้เพราะหากวิเคราะห์ตัวหมายในกรอบของสัญลักษณ์วิทยา จะพบว่าทั้งสวิงจับปลา หน้าไม้ และกระบุงใส่ของ เป็นเครื่องมือเกี่ยวกับการหาอาหารที่สะท้อนให้เห็นบทบาทด้านการทำกินของคน ซึ่งในที่นี้หมายถึงลักษณะการทำกินที่ต้องใช้แรงงานโดยการล่าและการเก็บเป็นสำคัญ อย่างในกรณีนี้สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของความหมายได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

ตัวหมาย	ความหมายขั้นแรก	ความหมายขั้นที่สอง	ความหมายขั้นสุดท้าย
สวิงจับปลา	เครื่องมือจับปลา	กิจกรรมการล่าสัตว์	การหาอาหาร
หน้าไม้	เครื่องมือยิงสัตว์	กิจกรรมการล่าสัตว์	การหาอาหาร
กระบุงใส่ของ	ภาชนะใส่ผลผลิต	กิจกรรมการเก็บ	การหาอาหาร

การเชื่อมโยงความหมายจากตัวหมายข้างต้นแสดงให้เห็นว่า สัญลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องมือหาของและล่าสัตว์มีนัยที่ซับซ้อนและลึกซึ้ง ต้องใช้หลักการอ่านความหมายโดยอาศัยความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยงเป็นขั้นๆ จึงจะสามารถเข้าใจนัยที่แฝงเร้นอยู่ได้ ยกตัวอย่างสวิงจับปลา หมายถึง เครื่องมือจับสัตว์ เป็นความหมายโดยตรง ส่วนความหมายขั้นที่สองคือมองว่าเครื่องมือจับปลาเป็นหนึ่งในกิจกรรมการล่าสัตว์ (รูปแบบความหมายที่ได้คือการใช้ส่วนย่อยแทนส่วนใหญ่) ส่วนความหมายขั้นสุดท้ายคือ ชี้ให้เห็นข้อสรุปที่ว่ากิจกรรมการล่าสัตว์ด้วยการจับปลานี้คือส่วนหนึ่งของการหาอาหารหรือวิธีการทำกินนั่นเอง ในเชิงการวิเคราะห์สัญลักษณ์สอดคล้องกับหลักการสื่อ

ความหมายโดยใช้ส่วนย่อยหรือส่วนเล็กแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ กล่าวคือกิจกรรมการล่าด้วยวิธีนี้คือส่วนหนึ่งของการหาอาหารของคนอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในท่ามกลางธรรมชาติที่ใช้ชีวิตอยู่ด้วยการล่าสัตว์ หาดหรือเก็บของป่า

ความหมายที่ 3 ชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ

นอกเหนือจากสวิงจับปลา หน้าไม้ และกระบุงใส่ของยังเป็นสิ่งที่บ่งบอกการเป็นผู้หาอาหารแล้ว เครื่องมือการล่าสัตว์และการเก็บของต่างๆ เหล่านี้ยังเป็นสิ่งที่สะท้อนแนวคิดเรื่อง “ชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ” ด้วย ทั้งนี้เนื่องจากในเชิงสัญลักษณ์หลักการวิเคราะห์ความหมายในแบบต่าง ๆ เพื่อที่จะทำความเข้าใจกับสัญลักษณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง สำหรับความหมายที่ปรากฏนี้สามารถอธิบายได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

ตัวหมาย	ความหมายขั้นแรก	ความหมายขั้นที่สอง	ความหมายขั้นสุดท้าย
สวิงจับปลา	เครื่องมือจับปลา	แหล่งน้ำ	ชีวิตพึ่งพิงธรรมชาติ
หน้าไม้	เครื่องมือยิงสัตว์ป่า	ป่า / คอย	ชีวิตพึ่งพิงธรรมชาติ
กระบุงใส่ของ	ภาชนะใส่ผลผลิต	ไร่ / ป่า / คอย	ชีวิตพึ่งพิงธรรมชาติ

การเชื่อมโยงความหมายโดยการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงจนเกิดเป็นความหมายในขั้นสุดท้ายย่อมสะท้อนให้เห็นว่าสัญลักษณ์ที่ว่าด้วยเรื่องเครื่องมือล่าสัตว์และเก็บของมีความหมายที่สลับซับซ้อนเกินกว่าที่จะเข้าใจได้โดยง่าย ทั้งนี้ต้องใช้หลักการอ่านความหมายเป็นขั้นๆ จึงจะสามารถรับรู้ความหมายที่สร้างขึ้นได้ ขณะเดียวกันก็ทำให้เข้าใจความหมายที่ลึกซึ้งเรื่อยๆ

ยกตัวอย่างในที่นี้ สวิงจับปลาหมายถึง เครื่องมือจับสัตว์น้ำ เป็นความหมายโดยอรรถซึ่งเป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไป ส่วนเครื่องมือจับสัตว์น้ำมีความสัมพันธ์กับแหล่งน้ำ ทั้งนี้เนื่องจากปลาอาศัยอยู่ในแหล่งน้ำ ฉะนั้นแหล่งน้ำในที่นี้คือความหมายในขั้นที่สอง ในมิติของการสื่อความหมายสอดคล้องกับหลักการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่ ส่วนความหมายในขั้นสุดท้ายเกิดจากข้อสรุปที่ว่าแหล่งน้ำคือส่วนหนึ่งของความเป็นธรรมชาติ และการดำรงชีพอยู่ในท่ามกลางธรรมชาติ นับหนึ่งก็ถือเป็นการบอกเล่าให้เห็นถึงสภาพการใช้ชีวิตของคนที่ยึดพึ่งพิงธรรมชาติเป็นเครื่องหล่อเลี้ยงชีวิต

ความหมายที่ได้จากการเชื่อมโยงในลักษณะนี้จึงเกิดจากการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ อย่างในกรณีนี้สวิงจับปลา คือ ภาพแสดงแทนเครื่องมือจับสัตว์ชนิดหนึ่ง และเครื่องมือจับสัตว์ชนิดนี้มีความสัมพันธ์กับแหล่งน้ำเป็นความหมายโดยนัย และสุดท้ายแหล่งน้ำก็คือส่วนหนึ่งของธรรมชาติ เป็นการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่

ในบริบทของการท่องเที่ยว นอกจากแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติจะเป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวแล้ว วิถีชีวิตของผู้คนแบบเรียบง่ายใกล้ชิดธรรมชาติเป็นสิ่งที่ถูกใช้เป็นจุดขายอย่างหนึ่ง ทั้งนี้สิ่งที่มักปรากฏให้เห็นอยู่ก็คือ การที่นักท่องเที่ยวเดินทางขึ้นไปเที่ยวชมหมู่บ้านชาวเขาที่อยู่บนพื้นที่สูง ก็เท่ากับว่าได้สัมผัสกับธรรมชาติ ทั้งนี้เนื่องจากว่าชาวเขาส่วนใหญ่ตั้งบ้านเรือนอาศัยอยู่ในท่ามกลางความเป็นธรรมชาตินั่นเอง

ความหมายที่ 4 การแบกภาระในครอบครัว

แนวคิดเรื่องการแบกภาระในครอบครัว ก็เป็นอีกบทบาทหนึ่งที่ปรากฏให้เห็นซึ่งในที่นี้สะท้อนให้เห็นจากการแบกกระบุง การถือตะกร้า กระจาด รวมทั้งที่ยิงสัตว์ ซึ่งหากพิจารณาโดยรวมแล้วทำให้มองได้ว่าเป็นงานที่ต้องรับผิดชอบ โดยเฉพาะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับผู้ทำหน้าที่เป็นแม่บ้าน ทั้งนี้เนื่องจากอุปกรณ์ตลอดจนเครื่องใช้ต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงงานของแม่บ้านที่จะต้องรับภาระในครอบครัว เช่น บทบาทเกี่ยวกับการจัดหาอาหาร ดังสะท้อนให้เห็นจากสวิงจับปลา หน้าไม้ ซึ่งเป็นตัวหมายที่แสดงบทบาทของการเป็นผู้หาอาหาร ส่วนกระจาด ตะกร้า และที่ใส่ของใช้แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบงานในครัวเรือนที่สตรีมักจะเป็นผู้ที่ดูแล ดังนั้นการถือหรือการแบกของใช้ในที่นี้จึงมีนัยที่สะท้อนให้เห็นถึงการแบกรับหน้าที่ต่างๆ ในครัวเรือน

สำหรับการแบกรับภาระงานในส่วนนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่ของผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย จวบจนมีคำพูดที่กล่าวถึงผู้หญิงที่ปฏิบัติงานนี้ว่า “แม่บ้าน” ในสังคมสมัยใหม่แม่บ้านถือว่าเป็นอาชีพหนึ่งที่ปรากฏอยู่ทั่วไป ในมุมมองของสัญลักษณ์วิทยา รูปแบบการสื่อความหมายเกี่ยวกับการแบกรับภาระนี้จัดเป็นการใช้สัญลักษณ์เปรียบเทียบแบบอุปมาอุปมัย กล่าวคือเปรียบเทียบให้เห็นว่าการแบกและถือของใช้ต่างๆ เป็นเสมือนการแบกหน้าที่การงานต่างๆ ในครอบครัว อนึ่งแบบแผนของการสื่อความหมายโดยใช้สัญลักษณ์เปรียบเทียบแบบอุปมาอุปมัยนี้จะช่วยให้เข้าใจความหมายที่มีความสลับซับซ้อนได้ อย่างในกรณีนี้ เป็นต้น

สัญญาณที่ 4 กล้องยาสูบ

กล้องยาสูบในที่นี้ปรากฏให้เห็นจากกรณีของตุ๊กตาคะเหรี่ยงเพียงเผ่าเดียวเท่านั้น สำหรับลักษณะเด่นๆ ของตัวกล้องเหมือนกับกล้องยาสูบทั่วไป คือ ทำมาจากไม้ ด้านบนถูกหุ้มไว้ด้วยโลหะคล้ายกับเครื่องเงินแต่มีสีชาวนูนๆ ดูเหมือนกับของที่ใช้มานาน

ส่วนขนาดของตัวกล้องเมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วพบว่ามีความที่ค่อนข้างใหญ่และยาวกว่ากล้องยาสูบทั่วไป

ตารางที่ 7 ความหมายเชิงสัญญาณเกี่ยวกับกล้องยาสูบ

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง	วิธีการวิเคราะห์สัญญาณ
กล้องยาสูบ	ความดั้งเดิม	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางความหมายในข้างต้นแสดงให้เห็นว่านัยของกล้องยาสูบปรากฏความหมายให้เห็นนัยเดียว ในที่นี้ก็คือ

ความดั้งเดิม

โดยทั่วไปกล้องยาสูบนอกจากจะเป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับการสูบบุหรี่แล้ว ในเชิงสัญญาณวิทยา กล้องยาสูบยังมีนัยที่แสดงให้เห็นถึง “ความดั้งเดิม” อีกด้วย หนึ่งเนื่องจากว่าปัจจุบันสังคมได้ก้าวเข้าสู่ความทันสมัย มีเครื่องใช้ตลอดจนอุปกรณ์ที่สร้างความสะดวกสบายให้กับชีวิตมากมาย ทั้งนี้รวมถึงวัฒนธรรมการสูบบุหรี่ก็เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม กล่าวคือ ในอดีตเคยใช้ยาเส้นปัจจุบันเปลี่ยนมาเป็นการใช้บุหรี่แทน เว้นแต่ในบางพื้นที่ที่ยังคงพบเห็นการสูบบุหรี่ด้วยกล้องยาสูบ เช่น ในสังคมชนบทหรือสังคมชนเผ่าบางกลุ่มที่ประชาชนบางส่วนยังคงรักษาวัฒนธรรมการสูบบุหรี่โดยใช้กล้องอยู่ คนในกลุ่มนี้มักใกล้ชิดกับธรรมชาติ มีความเป็นอยู่แบบเรียบง่ายและมักจะประกอบอาชีพเกี่ยวกับการเพาะปลูกต่างๆ ขณะเดียวกันวัฒนธรรมของการสูบบุหรี่ใหญ่ก็ยังคงพบใช้กล้องยาสูบเป็นอุปกรณ์สำคัญอยู่ ทั้งนี้ก็ด้วยอย่างกลุ่มคนไทย (ที่สูบบุหรี่) ในอดีตที่มีอาชีพทำไร่ทำนาบางส่วนจะยังสูบบุหรี่โดยใช้กล้องยาสูบอยู่ ในทางตรงข้ามกับสังคมสมัยใหม่ซึ่งเต็มไปด้วยความทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับเครื่องอุปโภคและบริโภคมากมาย

วัฒนธรรมการสูบของคนต่างก็ได้เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ทั้งนี้จะเห็นว่าการสูบบุหรี่ชนิดที่มีกันกรอกกันมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถหาซื้อได้ตามร้านขายสินค้าทั่วไป ซึ่งมีอยู่หลากหลายยี่ห้อให้เลือกซื้อ ทั้งนี้ไม่จำเป็นต้องมาเสียเวลากับกระบวนการสูบยาเส้นให้ยุ่งยากเหมือนดังแต่ก่อน

ดังนั้นกล้องยาสูบดังปรากฏในที่นี้จึงเป็นภาพที่แสดงความคิดเดิม ดูตรงข้ามกับสมัยนิยม กล่าวอีกอย่างก็คือ สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนในอดีตที่ยังคงมีความผูกพันกับวิถีการดำรงชีวิตแบบไม่เปลี่ยนแปลง คนในกลุ่มนี้มักจะอาศัยธรรมชาติรอบๆ เป็นเครื่องหล่อเลี้ยงชีวิต ขณะเดียวกันก็จะสร้างวิถีการผลิตแบบทำเองใช้เองเป็นส่วนใหญ่ เช่น การประกอบอาชีพเกี่ยวกับการเลี้ยงสัตว์และเพาะปลูกพืชต่างๆ ซึ่งในกรณีนี้อาจรวมหมายถึงการปลูกต้นยาสูบเพื่อสำหรับสูบเองด้วย จากลักษณะการดำเนินชีวิตดังกล่าวนับเป็นความแตกต่างหรือตรงข้ามกับสังคมสมัยใหม่อย่างสิ้นเชิง ทั้งนี้เนื่องจากชีวิตของผู้คนในสังคมสมัยใหม่เต็มไปด้วยเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากมาย ส่งผลให้คนดำเนินชีวิตสะดวกสบายขึ้นกว่าแต่ก่อน เช่น แต่เดิมที่เคยหุงข้าวจากเตาด่านก็เปลี่ยนมาใช้หม้อหุงข้าวไฟฟ้าแทน เช่นเดียวกันกับวัฒนธรรมการสูบกาก็ได้หันมาเป็นการใช้บุหรี่แทน ขณะเดียวกันบุหรี่ยี่ห้อต่างๆ ก็กลายเป็นของที่หาซื้อง่ายและสะดวก ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อได้ตามร้านขายสินค้าทั่วไป ซึ่งมีอยู่หลายยี่ห้อทั้งที่เป็นบุหรี่ในประเทศและนำเข้ามาจากต่างประเทศ ฉะนั้นจากแนวคิดที่กล่าวมากล้องยาสูบจึงเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมดั้งเดิมหรือเป็นของใช้ที่สะท้อนให้เห็นความเป็นอดีตของคนในสังคมยุคก่อน เช่นเดียวกับของใช้บางอย่าง อาทิ กระต่ายขูดมะพร้าว ครกตำข้าว ฯลฯ ที่บอกเรื่องราวความเป็นมาในอดีตของคน

สำหรับรูปแบบของการสื่อความหมายในประเด็นนี้ มีความสอดคล้องอย่างมากกับหลักการใช้ส่วนย่อยหรือส่วนเล็กแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ อย่างในที่นี้ได้ใช้กล้องยาสูบเป็นตัวแทนของความดั้งเดิมหรือสิ่งที่ล่องเลยมานแล้ว ฉะนั้นเมื่อมองจากสังคมสมัยใหม่กล้องยาสูบจึงเป็นสิ่งที่พาเราย้อนกลับไปสู่อุดมคติของมนุษย์นั่นเอง

อย่างไรก็ตามการใช้กล้องยาสูบในลักษณะนี้มักเป็นที่พบเห็นได้จากกลุ่มชาติพันธุ์ชาวเขาที่อาศัยทำมาหากินอยู่บนพื้นที่สูง คนในกลุ่มนี้บางส่วนยังใช้ยาสูบอยู่ ทั้งนี้โดยมีกล้องยาสูบเป็นอุปกรณ์สำคัญ

สัญลักษณ์ที่ 5 เครื่องดนตรี

เครื่องดนตรีนับเป็นสัญลักษณ์อีกชิ้นหนึ่งที่ปรากฏให้เห็นจากสินค้าท่องเที่ยว ทั้งนี้ในเบื้องต้นพบว่าเครื่องดนตรีทั้งหมดมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะโครงสร้างทางกายภาพ เช่น เครื่องดนตรีบางชิ้นมีรูปร่างคล้ายแคนซึ่งเป็นเครื่องดนตรีประจำภาคของอีสาน คือ ตรงกลางมีรูไว้สำหรับเป่า แต่ความยาวของตัวเครื่องจะสั้นกว่ามาก

บางตัวมีลักษณะคล้ายกับซึ่ง ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีของคนไทยภาคเหนือ แต่ในที่นี้มีสายสำหรับสีเพียงเส้นเดียวและมีขนาดค่อนข้างใหญ่ ทั้งนี้ไม่ปรากฏว่ามีคันโยกที่ใช้สำหรับสีให้เกิดเสียงร่วมอยู่ด้วย

สำหรับบางชิ้นไม่ปรากฏเด่นชัดว่าเป็นเครื่องดนตรีอะไร มีเพียงโครงสร้างของตัวเครื่องเท่านั้นที่ทำให้พอคาดเดาได้ว่าเป็นเครื่องดนตรีประเภทสี ทั้งนี้มีชิ้นส่วนของเครื่องดนตรีบางส่วนมีลักษณะเป็นไม้รูปทรงคล้ายกับซอ แต่ที่เด่นก็คือมีวัสดุคล้ายกับหนังงูติดอยู่ที่ด้านหน้าของซอ

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจากภาพรวมพบว่าเครื่องดนตรีทั้ง 3 ชนิด มีนัยที่น่าสนใจ โดยในที่นี้สามารถนำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 8 ความหมายเชิงสัญลักษณ์เกี่ยวกับเครื่องดนตรี

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง	วิธีการวิเคราะห์สัญลักษณ์
แคนน้ำเต้า	ความบันเทิง	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
ซึ่ง	ความบันเทิง	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
ซอ	ความบันเทิง	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
ลักษณะไม่สมส่วน มีพื้นผิวหยาบกระด้าง มีวัสดุที่ดูคล้ายกับหนัง สัตว์ติดอยู่	ความเป็นพื้นบ้าน	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางแสดงความหมายข้างต้น สามารถแยกแยะความหมายออกเป็นดังนี้

ความหมายที่ 1 ความบันเทิง

เป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไปว่าเครื่องดนตรีเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความบันเทิง ทั้งนี้เนื่องจากแคนน้ำเต้า ซึ่ง และซอต่างก็เป็นอุปกรณ์หรือเครื่องเล่นที่ใช้สร้างความบันเทิง บทบาทของเครื่องดนตรีปรากฏให้เห็นเสมอในแทบทุกสังคม ประดุจหนึ่งว่าเป็นของที่คู่กับมนุษย์ ทั้งนี้เรา

มักจะได้อินคำพูดที่คิดว่า “อันชนใดไม่มีดนตรีกาล ในสันดานเป็นคนชอบกลนัก” จากแนวคิดนี้ คงเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นบทบาทด้านความบันเทิงได้เป็นอย่างดี

สำหรับรูปแบบหรือวิธีวิเคราะห์สัญญาณในแนวคิดนี้พบว่า ใช้ความสัมพันธ์ของ ส่วนเล็กหรือส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ อย่างในกรณีนี้ใช้เครื่องดนตรีชนิดต่าง ๆ เช่น แคนน้ำเต้า ซอ และซึง แทนความบันเทิง ในบริบทของการท่องเที่ยว บทบาทด้านความบันเทิงมักมีส่วนสำคัญที่ช่วยสร้างความสนุกสนานให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้หลักฐานที่ปรากฏให้พบเห็นอยู่ทั่วไปก็คือ การแสดงศิลปวัฒนธรรมรวมทั้งการละเล่นแบบพื้นเมืองในงานที่ทางจังหวัดจัดขึ้นและ ประกาศเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างเช่นในจังหวัดเชียงใหม่จะมีการแสดง ของชาวเขาจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ เช่น การแสดงดนตรีชาวเขา เป็นต้น

ความหมายที่ 2 ความเป็นพื้นบ้าน

ลักษณะเฉพาะที่บ่งชี้ถึง “ความเป็นพื้นบ้าน หรือเทคโนโลยีพื้นบ้าน” ก็คือ รูปร่าง ของเครื่องดนตรีที่ดูแล้วไม่ค่อยสมส่วนตลอดจนขาดความประณีตและเรียบร้อยเท่าที่ควร นอกจากนี้ ยังพบด้วยว่าที่ตัวของเครื่องดนตรีบางชิ้นมีวัสดุที่ดูคล้ายกับหนังสัตว์ติดอยู่ที่หน้าตัวเครื่องดนตรี ซึ่งทั้งหมดดูแล้วแต่สะท้อนให้เห็น “ความเป็นพื้นบ้าน” หรือท้องถิ่น

อนึ่งความเป็นพื้นบ้านดังสะท้อนให้เห็นจากวัสดุตลอดจนการผลิตดังที่กล่าวมาในข้างต้น นับว่าเป็นการบอกเป็นนัยว่าเครื่องดนตรีเหล่านั้นผ่านกระบวนการผลิตแบบการใช้มือทำ (handmade) เป็นส่วนใหญ่ ส่งผลให้รูปร่างไม่สมส่วนและขาดความมีมาตรฐานเท่าที่ควร โดยเฉพาะการนำวัสดุบางอย่างที่ดูคล้ายกับหนังสัตว์มาเป็นส่วนประกอบในเครื่องดนตรีด้วยแล้วยังจะเป็นสิ่งที่บ่งชี้ถึงศิลปะพื้นบ้านได้เป็นอย่างดี ในทางตรงข้ามกับสังคมของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็น สังคมสมัยใหม่ กระบวนการผลิตเครื่องดนตรีล้วนแล้วแต่ใช้เทคโนโลยีมาควบคุมการผลิตในทุก ขั้นตอน ทำให้ตัวเครื่องดนตรีมีมาตรฐานสูง ขณะเดียวกันก็มีความสวยงามประณีตเรียบร้อย และที่สำคัญคือทำให้สามารถใช้ร่วมกับระบบไฟฟ้าหรืออุปกรณ์ต่อพ่วงที่ใช้สำหรับตกแต่งเสียงใน ลักษณะต่างๆ ได้

ดังนั้นจากแนวคิดที่กล่าวมาเครื่องดนตรีจึงเป็นตัวแทนของความเป็นพื้นบ้าน ที่ดู มีกลิ่นอายของความธรรมชาติมากกว่า โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับสังคมสมัยใหม่ของนักท่องเที่ยวซึ่งมีวิธีการผลิตที่ทันสมัยรวมทั้งตัวเครื่องดนตรีส่วนใหญ่ไม่ได้ทำมาจากไม้เหมือนเช่นเครื่อง ดนตรีพื้นบ้าน ด้วยเหตุนี้จึงเป็นความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ในที่นี้สามารถชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ ของคู่ตรงข้ามได้ดังนี้

สังคมพื้นบ้าน

ทำจากไม้เป็นส่วนใหญ่

ใช้มือทำ

ทำทีละชิ้น

ใช้เวลานานในการผลิต

ความประณีตต่ำ

ใช้บรรเลงแบบเดี่ยวๆ

สังคมสมัยใหม่

ทำจากวัสดุสังเคราะห์ต่างๆ

ใช้เครื่องจักรผลิต

ผลิตคราวละมากๆ

ใช้เวลาน้อย

ความประณีตสูง

เชื่อมโยงและต่อพ่วงกับระบบไฟฟ้าได้

จากข้อมูลดังกล่าวมา ย่อมแสดงให้เห็นว่าแนวคิดความเป็นพื้นบ้านดังสะท้อนให้เห็นจากธรรมชาติของตัวเครื่องดนตรีซึ่งมีลักษณะเฉพาะตัวมีความแตกต่างกับเครื่องดนตรีในสังคมสมัยใหม่ที่ดูประณีตกว่า จากคุณลักษณะตัวที่ต่างกันนี้เปรียบได้กับผู้ตรงข้ามระหว่างวัฒนธรรมพื้นบ้านกับวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวนั่นซึ่งเป็นสังคมสมัยใหม่ ทั้งนี้คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งก็คือเครื่องดนตรีในกลุ่มพื้นบ้านส่วนใหญ่จะเน้นให้เห็นถึงการผลิตที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน โดยเฉพาะความหยาบและดูไม่ประณีตสะท้อนให้เห็นว่าเป็นการใช้มือทำเป็นส่วนใหญ่ ในทางตรงข้ามกับสังคมสมัยใหม่วัฒนธรรมการผลิตส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับเทคโนโลยี ซึ่งนั่นจะทำให้เครื่องดนตรีมีรูปร่างที่สวยงามประณีตเรียบร้อย ขณะเดียวกันก็สามารถผลิตได้ครั้งละมากๆ อาศัยแนวคิดดังที่กล่าวลักษณะของเครื่องดนตรีที่ปรากฏในที่นี้จึงมีนัยที่สื่อให้เห็นถึงการผลิตแบบพื้นบ้าน โดยข้อสังเกตที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ การผลิตที่เน้นถึงความเรียบง่าย ใช้วัสดุธรรมชาติเป็นส่วนประกอบในการผลิต เป็นต้น

สำหรับรูปแบบการวิเคราะห์สำคัญะพบว่า ความเป็นพื้นบ้าน มีความสอดคล้องอย่างมากกับแนวคิดการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่ อย่างในกรณีนี้ได้นำเอาส่วนเล็กๆ เพียงบางส่วนของความเป็นพื้นบ้าน เช่น ลักษณะพื้นผิวที่ขาดความประณีตเรียบร้อย รวมทั้งการใช้วัสดุที่ดูคล้ายกับหนังสัตว์เป็นส่วนประกอบเป็นภาพแสดงความเป็นพื้นบ้าน

ในบริบทของวัฒนธรรมการท่องเที่ยว ศิลปะของชนพื้นบ้านดังที่ปรากฏในกลุ่มต่างๆ ของสังคมมักเป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว อย่างในกรณีที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปก็คือ การแสดงทางวัฒนธรรมของชาวเขาจากกลุ่มต่างๆ ที่ทางจังหวัดได้จัดขึ้นเพื่อเป็นการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งนี้ดังกรณี ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ (27 พฤศจิกายน 2542: 5) ซึ่งลงข้อความเกี่ยวกับชาวเขาและการท่องเที่ยวไว้อย่างน่าสนใจ สรุปได้ว่า วัฒนธรรมชาวเขาเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ถึงขนาดให้มีการสร้างหมู่บ้าน

จำลองชาวเขาสั้น และนำเอาเครื่องใช้ต่างๆ ของชาวเขามาใส่ไว้ในบ้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชาวเขา

สัญญาที่ 6 การสะพายเด็กไว้ที่ด้านหลัง

สัญญาที่สำคัญอย่างหนึ่งในสินค้าท่องเที่ยวก็คือ การสะพายเด็กเล็กไว้ทางด้านหลังของสตรีชาวเขา ในมิติของการสื่อสารเชิงสัญญะนับเป็นสิ่งที่มีความหมายแฝงเร้นอยู่ ซึ่งในที่พอที่จะนำเสนอได้ดังนี้ คือ

ตารางที่ 9 ความหมายเชิงสัญญะเกี่ยวกับการสะพายเด็กไว้ที่ด้านหลัง

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง	วิธีการวิเคราะห์สัญญา
การสะพายเด็กไว้ด้านหลัง	การแบกภาระการเลี้ยงเด็ก	เปรียบเทียบอุปมาอุปไมย
การสะพายเด็กไว้ด้านหลัง	ความใกล้ชิดระหว่างแม่ลูก	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าสัญญาที่เป็นภาพเด็กถูกสะพายไว้ทางด้านหลัง มีความหมายที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยว 2 ประการ ในที่นี้สามารถแยกแยะให้เห็นได้ดังนี้

ความหมายที่ 1 การแบกภาระการเลี้ยงดูเด็ก

ในบริบทของครอบครัวเด็ก ๆ มักจะอยู่ในความดูแลของพ่อแม่ผู้ปกครอง ซึ่งตามปกติทั่วไปหน้าที่ในการเลี้ยงดูเด็กหรือบุตรส่วนใหญ่จะตกเป็นของ “สตรี” โดยเฉพาะ “บทบาทของความเป็นแม่” ปรากฏเป็นที่รับรู้และเข้าใจในสังคมทั่วไป ทั้งนี้สมหมาย ชินนาค (2541: 29,45) ได้กล่าวสรุปถึงบทบาทสำคัญอย่างหนึ่งในชีวิตของการเป็นลูกผู้หญิงว่า ความสามารถในการตั้งครรภ์ การออกอุทรรวมทั้งการเลี้ยงดูเป็นอำนาจของผู้หญิงในบริบทของครอบครัวโดยแท้

จากแนวคิดข้างต้นบวกกับสัญญาที่ปรากฏในที่นี้ จึงอาจกล่าวได้ว่า สตรีเป็นผู้แบกภาระหน้าที่การดูแลเด็ก โดยเฉพาะภาพของการสะพายเด็กไว้ที่ทางด้านหลังย่อมเป็นตัวแทนที่แสดงให้เห็นถึงหน้าที่ของความเป็นลูกผู้หญิงได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามบทบาทของสตรีกับงาน

เลี้ยงดูเด็กหรือลูกนี้เป็นวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ทั่วไปในสังคมมนุษย์ ถือเป็นเรื่องธรรมชาติของสตรีที่จะต้องเป็นผู้รับผิดชอบหน้าที่ดังกล่าวนี้ ด้วยเหตุที่กล่าวมาเรามักจะพบเห็นสตรีกับภาพของการทำหน้าที่เลี้ยงดูเด็กปรากฏเสมอๆ จวบจนกระทั่งกลายเป็นของคู่กัน ทั้งนี้จะสังเกตเห็นว่าในสถานที่รับเลี้ยงเด็กจะมีผู้หญิงทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงเด็กมากกว่าผู้ชาย ซึ่งนั่นย่อมแสดงให้เห็นว่างานเลี้ยงเด็กเป็นหน้าที่อันชอบธรรมของผู้หญิงโดยแท้ จนมีคำพูดที่ใช้เรียกผู้หญิงที่ทำหน้าที่นี้ว่า “พี่เลี้ยงหรือพี่เลี้ยงเด็ก” ซึ่งหมายถึงผู้หญิงที่ทำหน้าที่เลี้ยงดูเด็กๆ นั่นเอง อย่างไรก็ตามผู้ที่ทำหน้าที่ในการเลี้ยงดูเด็กนับเป็นอาชีพหนึ่งที่ปรากฏให้เห็นอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะในสังคมสมัยใหม่ซึ่งพ่อแม่ผู้ปกครองมักจะไม่ค่อยมีเวลาในการเลี้ยงดู ทำให้ต้องว่าจ้างพี่เลี้ยงเหล่านี้มาทำหน้าที่ในการเลี้ยงดูลูกของตนเองในระหว่างที่ต้องทำงาน

สำหรับรูปแบบของการสื่อความหมายพบว่า แนวคิดการเป็นผู้แบกรับภาระการเลี้ยงดูเด็ก มีแบบแผนการสื่อความหมายที่มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับหลักการใช้สัญลักษณ์แบบ Metaphor หรือเป็นการเปรียบเทียบแบบอุปมาอุปไมย ทั้งนี้โดยการอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์สองตัวซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกันเปรียบเทียบความหมาย อย่างในกรณีนี้คือ การแบกหรือสะพายเด็กไว้ทางด้านหลังเสมือนหนึ่งว่าเป็นการแบกรับหน้าที่การทำงานต่างๆ ที่ผู้หญิงจะต้องเป็นฝ่ายรับผิดชอบ และสัญลักษณ์ที่สะท้อนให้เห็นบทบาทดังกล่าวก็คือ การสะพายเด็กไว้ที่ทางด้านหลังนั่นเอง

จากข้อมูลดังกล่าวมาแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตได้มีความพยายามที่จะถ่ายทอดความเป็นผู้หญิงโดยนำเอาแนวคิดการรับภาระการเลี้ยงดูเด็กดังสะท้อนให้เห็นจากสัญลักษณ์ข้างต้นมาเป็นภาพแสดงแทนเพื่อสื่อถึงแนวคิดดังกล่าว นับเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่แยบยลอย่างหนึ่งที่ผู้ผลิตได้หยิบยืมเอาสิ่งที่สังคมรับรู้ร่วมกันมาสื่อใส่ไว้ในสินค้า

ความหมายที่ 2 ความใกล้ชิดระหว่างแม่ลูก

การสะพายเด็กไว้ทางด้านหลังไม่เพียงแต่บ่งชี้ให้เห็นถึงการแบกรับภาระการเลี้ยงดูเด็กเท่านั้น สัญลักษณ์ดังกล่าวยังเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความใกล้ชิด และความผูกพันระหว่างแม่ลูกด้วย สายสัมพันธ์แห่งความใกล้ชิดดังสะท้อนให้เห็นจากการสะพายเด็กไว้ทางด้านหลัง อันเป็นภาพในมโนทัศน์ที่อยู่ในสังคมดั้งเดิมหรือสังคมในอดีตที่คนส่วนใหญ่ยังใช้ชีวิตความเป็นอยู่ด้วยความเรียบง่าย เป็นรูปแบบของสังคมแบบเครือญาติ สมาชิกมีความใกล้ชิดสนิทสนม เด็กๆ จะอยู่ในความดูแลอย่างใกล้ชิดของพ่อแม่ตลอดจนผู้ปกครอง

ในทางตรงข้ามกับสังคมสมัยใหม่กิจกรรมของการเลี้ยงดูเด็กมักจะถูกแยกกับการทำงานอย่างชัดเจน ทั้งนี้เนื่องจากพ่อแม่ได้ดำเนินชีวิตท่ามกลางระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ทำให้

ต้องดิ้นรนทำมาหากิน และมักใช้ชีวิตแบบครอบครัวเดียว ฉะนั้นเวลาหรือกิจกรรมที่จะต้องดูแลลูกก็ค่อนข้างจะมีจำกัด ด้วยเหตุผลดังที่กล่าวมาการเลี้ยงลูกของพ่อแม่สมัยใหม่จึงถูกแยกกันอย่างสิ้นเชิง ทั้งที่เรามักจะพบเห็นว่ามีพ่อแม่ส่วนใหญ่นิยมพาลูกไปฝากเลี้ยงตามสถานที่รับเลี้ยงเด็กที่เปิดบริการตามแหล่งชุมชนต่าง ๆ

ฉะนั้นจากแนวคิดที่กล่าวมาภาพการสะพายเด็กไว้ที่หลังของผู้หญิงจึงเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ผ่านมาแล้ว กล่าวคือเป็นวัฒนธรรมที่แม่มีเวลาเลี้ยงดูลูกด้วยตนเอง หนึ่งรูปแบบวัฒนธรรมการเลี้ยงดูลูกด้วยตนเองนี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับวิถีปฏิบัติของคนในสังคมแบบดั้งเดิม คนในกลุ่มนี้มักมีความใกล้ชิดสนิทสนมกันค่อนข้างสูง เสมือนเป็นสังคมเครือญาติที่สมาชิกในครัวเรือนมักจะมีเวลาปฏิสัมพันธ์กันอย่างแน่นแฟ้น ตรงข้ามกับสังคมสมัยใหม่ที่ซึ่งภาระของการเลี้ยงดูเด็กมักจะถูกแยกออกจากกันอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้เนื่องจากกลไกทางเศรษฐกิจที่ทำให้พ่อแม่สมัยใหม่ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน ด้วยเหตุนี้การได้อยู่ใกล้ชิดลูกเป็นเวลานานๆ จึงไม่ปรากฏให้เห็นได้มากนักในบริบทสังคมสมัยใหม่ ดังนั้นวัฒนธรรมการเลี้ยงดูเด็กโดยการสะพายไว้ที่หลังจึงเป็นมโนทัศน์ที่ตกทอดให้เห็นถึงสังคมดั้งเดิม ซึ่งเป็นสังคมที่พ่อแม่และลูกมีความใกล้ชิดสนิทสนมกันค่อนข้างมาก อย่างไรก็ตามแนวคิดนี้สามารถเชื่อมโยงให้เห็นได้ดังนี้

การสะพายเด็ก → ความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างแม่ลูก → สังคมแบบดั้งเดิม

จากการเชื่อมโยงความหมายข้างต้นสามารถอธิบายได้ว่า การสะพายเด็กไว้ด้านหลังของสตรีเป็นสิ่งที่แสดงความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างแม่ลูก และความสัมพันธ์ระหว่างแม่ลูกนี้เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงสังคมแบบเครือญาติซึ่งเป็นลักษณะของสังคมดั้งเดิม ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของสังคมเครือญาติก็คือ พ่อแม่ตลอดจนผู้ปกครองมักจะเลี้ยงดูบุตรหลานด้วยตนเอง ผิดกับสังคมสมัยใหม่ที่กิจกรรมการเลี้ยงดูลูกมักจะเป็นหน้าที่ของสถานรับเลี้ยงเด็กหรือพี่เลี้ยง

สำหรับการวิเคราะห์สัญญาณที่ปรากฏพบว่า แนวคิดเรื่องความใกล้ชิดระหว่างแม่ลูกนี้ มีความสอดคล้องกับหลักการส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ อย่างในกรณีนี้ ผู้ผลิตได้ใช้ตัวหมายซึ่งในที่นี้คือ การสะพายเด็กไว้ที่ด้านหลังแทนความใกล้ชิดตลอดจนความผูกพันที่แม่พึงมีต่อลูก ลักษณะการถ่ายทอดความหมายเช่นนี้เป็นเพียงการหยิบยกส่วนย่อยๆ บางส่วนมานำเสนอเพื่อเป็นตัวแทนทั้งหมด

จากข้อมูลดังกล่าวมาทั้งหมด แสดงให้เห็นว่าตุ๊กตาชาวเขามีสัญญะหลายตัวปรากฏให้เห็น ขณะเดียวกันสัญญาณต่าง ๆ เหล่านี้ก็ล้วนแล้วแต่มีแบบแผนการสื่อความหมายที่แตกต่างกันออกไป สัญญะบางตัวสามารถรับรู้และเป็นที่เข้าใจกันโดยทั่วไป แต่สัญญาณบางตัวก็ยังคงมีความ

ซับซ้อนและมีนัยความหมายทางวัฒนธรรมแฝงเร้นอยู่หลายนัย ทั้งนี้ต้องอาศัยหลักการวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์และบริบททางสังคมมาทำความเข้าใจกับสัญลักษณ์นั้นๆ จึงจะสามารถรับรู้ความหมายนั้นได้หมายถึงอะไร

แบบแผนการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในมิติของการสื่อความหมาย โดยหน่วยของการวิเคราะห์มุ่งเน้นที่การทำความเข้าใจกับความหมายของสินค้าท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้คือตุ๊กตาชาวเขา อย่างไรก็ตามการวิจัยครั้งนี้สามารถเทียบเคียงกับกระบวนการสื่อสารทั่วไปได้ คือ ผู้ผลิตสินค้าในฐานะผู้ส่งสาร สารในที่นี้คือเนื้อหาหรือความหมายที่สอดแทรกอยู่ในตัวสินค้า ส่วนตัวสินค้าในฐานะเป็นสื่อ และสุดท้ายนักท่องเที่ยวในฐานะของผู้รับสาร

สำหรับการสรุปความหมายของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา จะนำเอาความหมายที่ได้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงมาสังเคราะห์ให้เห็นแบบแผนการสื่อความหมายของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาโดยใช้วิธีเชิงสัญลักษณ์ ทั้งนี้การสรุปจะเลือกเอาแต่ความหมายหรือตัวหมายถึงที่มีส่วนเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับบริบทของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเท่านั้น

อนึ่งผลจากการศึกษาความหมายเชิงสัญลักษณ์ในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา พบว่าสินค้าชาวเขามีแบบแผนการสื่อความหมายอยู่ 3 ลักษณะ คือ

1. การใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายโดยตรงและโดยนัย
2. การใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายโดยการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่และการใช้การใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายเปรียบเทียบแบบอุปมาอุปไมย
3. การใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายโดยการใช้แบบแผนที่ซ่อนเร้นของกลุ่มตรงข้ามและการใช้ชุดของสัญลักษณ์ในกระบวนการทัศน์เดียวกันสื่อความหมาย

ทั้งนี้แบบแผนการสื่อความหมายที่ปรากฏให้เห็นในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาได้ถูกถ่ายทอดผ่านแนวคิดสำคัญๆ 3 ประการ ในที่นี้สามารถสรุปให้เห็นได้ดังนี้

1. ความเป็นผู้หญิง

ในภาพรวมแล้วตุ๊กตาชาวเขาซึ่งในที่นี้มีฐานะเป็นสื่อตัวแทนทางวัฒนธรรมได้รับการถ่ายทอดความหมายออกมาในหลายลักษณะ ลักษณะสำคัญประการหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นได้ก็

คือ “ความเป็นผู้หญิง” ความเป็นหญิงหรือความเป็นผู้หญิงที่ปรากฏเป็นโครงสร้างในตุ๊กตาชาวเขานี้มีมโนทัศน์สำคัญๆ ที่เชื่อมโยงและสะท้อนให้เห็นภาพของความเป็นผู้หญิง ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอ ดังนี้

1.1 การแบกรับภาระเลี้ยงดูเด็ก

ในบริบทของความเป็นผู้หญิง ภาระที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ การทำหน้าที่เลี้ยงดูเด็กหรือบุตร สำหรับความหมายที่ได้นี้ในเชิงสัญลักษณ์วิทยาสามารถนำเสนอให้เห็นความสัมพันธ์ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 10 สัญลักษณ์เกี่ยวกับการแบกรับภาระการดูแลเด็ก

สัญลักษณ์	ตัวหมาย	แบบแผนการสื่อความหมาย
การแบกรับภาระเลี้ยงดูเด็ก	การสะพายเด็กที่หลัง	เปรียบเทียบอุปมาอุปไมย

จากสัญลักษณ์ข้างต้น แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตได้ใช้ภาพของสตรีโดยที่มีเด็กสะพายไว้ทางด้านหลังเป็นภาพแสดงเพื่อสื่อบทบาทสำคัญของผู้หญิง นั่นก็คือ การเลี้ยงดูเด็ก ในบริบทของการท่องเที่ยวสตรีกับบทบาทการเลี้ยงดูเด็กหรือลูกมักปรากฏให้เห็นอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะภาพการสะพายเด็กไว้ที่หลังของผู้หญิงได้กลายมาเป็นสิ่งสำคัญที่แสดงออกถึงความเป็นรณเภา ทั้งนี้ที่เห็นเด่นชัดก็คือ ในกรณีจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมเป็นจำนวนมากมาก อย่างเช่นจังหวัดเชียงใหม่จะมีผู้หญิงชาวเขาบางส่วนแต่งกายคล้ายกับชุดประจำเผ่าออกเดินเร่ขอเงินนักท่องเที่ยว โดยที่ด้านหลังมีเด็กหรือลูกเล็กๆ สะพายอยู่ โดยเฉพาะที่ตลาดไนท์บาซาร์ เป็นต้น

อนึ่งวัฒนธรรมการเอาลูกสะพายไว้ทางด้านหลังนับเป็นสัญลักษณ์สำคัญอย่างหนึ่งของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวเขา จวบจนแทบจะกลายเป็นสิ่งที่คู่กัน ทั้งนี้สิ่งที่ปรากฏอยู่จริงก็คือ ในแผนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่จัดพิมพ์ขึ้นเพื่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ของประเทศไทย โดยในส่วนของภาคเหนือจะพบว่ามีภาพกราฟิกที่เป็นภาพสตรีชาวเขาสะพายเด็กอยู่ทางด้านหลังเป็นสัญลักษณ์ที่ใช้แสดงแทนสถานที่ท่องเที่ยวทางภาคเหนือ

ทั้งนี้การนำเอาภาพสตรีชาวเขาดังกล่าวมาเป็นสัญลักษณ์แทนภาคเหนือ สะท้อนให้เห็นว่าชาวเขาเป็นที่รับรู้ของคนในสังคมทั่วไป โดยเฉพาะการเป็นชนกลุ่มย่อยที่อาศัยอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย เช่นเดียวกับกรณีของโปสการ์ดเกี่ยวกับรูปชาวเขาที่วางขายให้กับนักท่องเที่ยว ในจำนวนนี้ปรากฏว่ามีภาพสตรีชาวเขาซึ่งมีเด็กอยู่ด้านหลังดูวางขายร่วมกับภาพในลักษณะต่างๆ

สำหรับการสร้างความหมายด้วยวิธีนี้ในเชิงสัญลักษณ์พบว่า สอดคล้องกับหลักการใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายเปรียบเทียบแบบอุปมาอุปไมย อย่างในที่นี้เปรียบเทียบการแบกหรือการสะพายเด็กที่หลังเสมือนว่าเป็นการแบกภาระความรับผิดชอบในการเลี้ยงดูเด็ก

1.2 ความเป็นแม่บ้าน

นอกเหนือจากสตรีจะเป็นผู้แบกภาระการเลี้ยงเด็กแล้ว ความรับผิดชอบต่อครอบครัวยังเป็นสิ่งสำคัญสำหรับลูกผู้หญิงด้วย โดยเฉพาะการเป็นแม่บ้านที่จะต้องดูแลรับผิดชอบครัวเรือน ดังในที่นี้ปรากฏให้เห็นจากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 11 สัญลักษณ์เกี่ยวกับความเป็นแม่บ้าน

สัญลักษณ์	ตัวหมาย	แบบแผนการสื่อความหมาย
ความเป็นแม่บ้าน	กระจาด	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
	ตะกร้า	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
	ที่ไผ่ของ	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นแม่บ้านแม่เรือน ได้รับการถ่ายทอดความหมายผ่านตัวหมายสำคัญๆ หลายตัว ทั้งนี้ตัวหมายเหล่านั้นล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่อยู่ภายใต้กระบวนการทัศนคติเดียวกัน กล่าวคือ ทั้งหมดเป็นภาระงานจำเป็นของผู้ทำหน้าที่เกี่ยวกับการบ้านการเรือน ในมิติการสื่อความหมายนับเป็นการใช้ชุดสัญลักษณ์ในกระบวนการทัศนคติเดียวกันมาทำการสื่อสาร ในที่นี้ได้แก่กระบวนการทัศนคติเกี่ยวกับเครื่องใช้ไม้สอยของแม่บ้าน อันประกอบไปด้วยเครื่องใช้เป็นคั่นว่า กระจาด ตะกร้า ที่ไผ่ของ ฯลฯ

เนื่องจากแนวคิดที่กล่าวมา กระจาด ตะกร้า และที่ใส่ของจึงเป็นตัวแทนที่แสดงให้เห็นบริบทของการเป็นแม่บ้าน สำหรับในมิติการสื่อความหมายพบที่มีความสอดคล้องกับหลักการใช้ชุดสัญลักษณ์ที่อยู่ในกระบวนการทัศน์เดียวกันสื่อความหมาย อย่างในกรณี กระจาด ตะกร้า และที่ใส่ของเป็นเครื่องใช้จำเป็นในจำนวนของใช้หลายๆ อย่างของแม่บ้าน ดังนั้นจึงเท่ากับว่าเป็นการใช้จุดของสัญลักษณ์ที่อยู่ในกระบวนการทัศน์เดียวกันในการสื่อความหมาย ของใช้ต่างๆ เหล่านี้สามารถมาทดแทนหรือสลับตำแหน่งกันได้ ทั้งนี้เนื่องจากว่าเป็นเครื่องใช้ที่อยู่ภายใต้บริบทเดียวกัน

อย่างไรก็ตามบทบาทของการเป็นแม่บ้านแม่เรือนดังสะท้อนให้เห็นจากภาษาะข้างต้น ในเชิงสัญลักษณ์พบว่า ใช้หลักการสื่อความหมายแบบส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ ยกตัวอย่างในที่นี้ผู้ผลิตได้ใช้ ภาษาะใส่ของใช้ต่างๆ เช่น กระจาด ตะกร้า และที่ใส่ของแทนการเป็นแม่บ้านแม่เรือน

1.3 การเป็นผู้หาอาหาร

นอกเหนือจากการเป็นแม่บ้านแล้ว สิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งของความเป็นผู้หญิงก็คือ การทำหน้าที่หาอาหาร ดังปรากฏให้เห็นจากตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 12 สัญลักษณ์เกี่ยวกับการเป็นผู้หาอาหาร

สัญลักษณ์	ตัวหมาย	แบบแผนการสื่อความหมาย
การเป็นผู้หาอาหาร	สวิงจับปลา	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
	หน้าไม้	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
	กระบุงใส่ของ	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าความเป็นผู้หญิงนอกจากจะต้องปฏิบัติหน้าที่เป็นแม่บ้านแล้ว บทบาทการหาอาหารยังคงเป็นสิ่งที่ผู้หญิงจะรับผิดชอบด้วย วิธีการหยิบยกให้ผู้หญิงเป็นเพศที่ทำหน้าที่ในการล่า การหาหรือการเก็บอาหารดังสะท้อนให้เห็นจากตัวหมายข้างต้นนี้ สะท้อนให้เห็นว่าผู้ผลิตได้ใช้หลักการสื่อความหมายโดยใช้ส่วนเล็กแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ อย่างในที่นี้ใช้ สวิงจับปลาและหน้าไม้ แทนการล่าสัตว์ และในทำนองเดียวกันใช้กระบุงใส่ของซึ่งภายในมีผลผลิตทางการเกษตรอยู่แทนการเก็บหรือหาของป่า ซึ่งทั้งสองก็นับว่าเป็นส่วนหนึ่งของ

การหาอาหาร ทั้งนี้สัญลักษณ์ทั้งสองเป็นการเน้นย้ำให้เห็นบทบาทของการล่าและหาเป็นสำคัญ ทั้งนี้วัฒนธรรมของการหาอาหารด้วยวิธีนี้มีความสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในยุคเก่าที่ดำรงชีพอยู่ด้วยการเข้าป่าล่าสัตว์ ฯลฯ

อย่างไรก็ตามเมื่อวิเคราะห์ความหมายทั้ง 3 ประเภท ที่เป็นตัวบอกเล่าเรื่องราวของการเป็นผู้หาอาหาร ต่างก็ใช้แบบแผนของการสื่อสารที่มีความสอดคล้องกับหลักการใช้ชุดของสัญลักษณ์อยู่ในกระบวนทัศน์เดียวกันสื่อความหมาย อย่างในที่นี้สวิงจับปลา หน้าไม้ และกระบุงใส่ของต่างก็เป็นเครื่องมือหรืออุปกรณ์ของผู้ที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการหาอาหารทั้งสิ้น ดังนั้นภายใต้บริบทนี้เครื่องใช้ต่างๆ จึงมีนัยความหมายที่มีทิศทางเดียวกัน ทำให้สามารถไขก๊วยหรือสลับตำแหน่งกันได้ ทั้งนี้ความหมายก็ยังคงรูปเดิมอยู่

1.4 ความบันเทิง

สตรีกับบทบาทของการเป็นผู้ให้ความบันเทิง นับเป็นอีกนัยหนึ่งที่แฝงเร้นอยู่ในตุ๊กตาชาวเขา โดยจะนำเสนอให้เห็นได้ดังนี้

ตารางที่ 13 สัญลักษณ์เกี่ยวกับความบันเทิง

สัญลักษณ์	ความหมาย	แบบแผนการสื่อความหมาย
ความบันเทิง	แคนน้ำเต้า	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
	ซอ	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
	ซึง	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางข้างต้นบทบาทของการเป็นผู้ให้ความบันเทิงปรากฏผ่านชนิดของเครื่องดนตรี 3 ประเภท ในมิติของการสื่อความหมายสอดคล้องกับหลักการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่ อย่างในที่นี้ใช้สัญลักษณ์ของเครื่องดนตรีประเภท แคนน้ำเต้า ซอ และซึงแทนความบันเทิง ซึ่งในที่นี้ถือว่าเป็นความหมายโดยรวมทั้งหมด

ในบริบทของการท่องเที่ยวสตรีกับความบันเทิงมักปรากฏอยู่ด้วยกันเสมอ เสมือนเป็นสีสันที่ช่วยสร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้คนในสังคม โดยเฉพาะในสังคมสมัยใหม่อาชีพเกี่ยวกับการเป็นผู้ให้ความบันเทิงถือเป็นอาชีพที่สร้างรายได้กับสตรีประเภทหนึ่ง เช่น อย่างในกรณีที่

เห็นอยู่ทั่วไปคือ การที่มีสตรีชาวเขาบางกลุ่มและบางเผ่าลงมาจากคอกโดยรับจ้างร้องเพลงและเต้นรำให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชม เช่น ที่ศูนย์วัฒนธรรมเชียงใหม่ เป็นต้น

1.5 ของใช้ผู้หญิง

สัญลักษณ์ประการหนึ่งที่สะท้อนภาพของความเป็นผู้หญิงออกมาให้เห็นชัดเจนในที่นี้ก็คือ “กระโปรง” โดยทั่วไปแล้วสตรีกับการสวมใส่กระโปรงมักเป็นสิ่งที่พบเห็นได้ทั่วไป โดยเฉพาะสังคมของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในสังคมตะวันตก วัฒนธรรมการใส่กระโปรงนับเป็นเรื่องปกติสำหรับผู้หญิง ในสังคมสมัยใหม่ความเป็นสตรีรวมทั้งภาพลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงมักจะถูกใช้ให้เป็นประโยชน์ในแวดวงเกี่ยวกับการสื่อสารเสมอ อย่างเช่นในกรณีหนังสือหรือแบบเรียนสำหรับเด็กที่ผู้ผลิตมักจะนำเอากราฟิกที่วาดเป็นรูปกระโปรงแทนความหมายถึงผู้หญิงและใช้กางเกงเพื่อสื่อความหมายถึงผู้ชาย

ตารางที่ 14 สัญลักษณ์เกี่ยวกับของผู้หญิง

สัญลักษณ์	ตัวหมาย	แบบแผนการสื่อความหมาย
ของผู้หญิง	กระโปรง	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้อมแสดงให้เห็นว่า กระโปรงคือสัญลักษณ์ซึ่งเป็นที่เข้าใจของคนส่วนใหญ่ว่าเป็นของผู้หญิงเฉพาะสำหรับผู้หญิง หรือนัยหนึ่งก็คือภาพแสดงแทนความเป็นผู้หญิง อย่างไรก็ตามกระโปรงกับภาพแสดงความเป็นหญิง นับเป็นมโนทัศน์ที่สังคมส่วนใหญ่รับรู้โดยทั่วกัน ดังนั้นเมื่อพบเห็นเครื่องแต่งกายที่เป็นกระโปรงก็ทำให้เชื่อมโยงหรือนึกถึงผู้หญิงขึ้นมาทันที ทั้งนี้ประหนึ่งว่าเป็นของที่คู่กัน

ในมิติของการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ การใช้กระโปรงเพื่อสื่อความเป็นผู้หญิงมีความสอดคล้องกับหลักการสื่อความโดยใช้ส่วนเล็กหรือส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ อย่างในกรณีนี้กระโปรงเป็นส่วนย่อยๆ จากหลายๆ ส่วนที่แสดงแทนความเป็นหญิง

2. ความแปลก

โดยภาพรวมแล้ว สินค้าท่องเที่ยวชาวเขาแสดงนัยความหมายได้หลากหลาย ในบริบทของการท่องเที่ยวสิ่งสำคัญประการหนึ่งนอกเหนือจากความเป็นผู้หญิงก็คือ การสื่อหรือการสะท้อนให้เห็นถึง “ ความแปลก “ ความแปลกในที่นี้มีนัยหมายถึงสิ่งที่ดูต่างไปจากวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว สำหรับในที่นี้ความแปลกได้รับการถ่ายทอดผ่านแนวคิดต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1 ความเป็นชนเผ่า

สำหรับแนวคิดที่ว่าด้วยเรื่องของความแปลก นับเป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่ปรากฏให้เห็นในตุ๊กตาชาวเขา ในภาพรวมแล้วพอที่จะสรุปให้เห็นได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 15 สัมพันธ์เกี่ยวกับความเป็นชนเผ่า

สัญลักษณ์	ตัวหมาย	แบบแผนการสื่อความหมาย
ความเป็นชนเผ่า	การสวมใส่เครื่องเงิน	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
	การสวมหมวก	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางการแสดงสัญลักษณ์ในข้างต้นชี้ให้เห็นว่า แนวคิดเรื่องเกี่ยวกับความแปลก ถูกถ่ายทอดความหมายโดยผ่านตัวหมายสำคัญ 2 ตัว ก็คือ การสวมใส่เครื่องเงินเป็นเครื่องประดับกับการสวมหมวก ทั้งนี้ทั้งนั้นสัญลักษณ์ทั้งสองนี้ถือเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่ต่างไปจากสังคมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในแถบตะวันตกซึ่งส่วนใหญ่มีวิถีชีวิตที่ค่อนข้างทันสมัยและส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางที่ค่อนข้างจะมีการศึกษาอยู่ในขั้นดี คนในกลุ่มนี้มักจะให้ความสำคัญกับการแต่งเนื้อแต่งตัวรวมทั้งการสวมใส่เครื่องประดับ ซึ่งโดยปกติทั่วไปแล้ววัฒนธรรมการใช้เครื่องประดับจะไม่ได้ให้ความสำคัญกับขนาดหรือจำนวนของเครื่องประดับมากนัก หากแต่ได้เน้นไปที่มูลค่าของตัวเครื่องประดับมากกว่า ดังนั้นลักษณะของการสวมใส่หมวกรวมทั้งเครื่องประดับเงินที่มีขนาดใหญ่และยาวรวมทั้งบางชิ้นยังมีลักษณะการสวมใส่อยู่เป็นจำนวนมากจึงเป็นสิ่งที่ดูแปลกหรืออยู่นอกเหนือไปจากบริบทของนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามในบริบทของการท่องเที่ยว ความเป็นเผ่ามักถูกใช้เป็นจุดขายให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชม โดยเฉพาะภาคเหนือของประเทศไทยซึ่งเป็นภูมิประเทศที่มีชนเผ่า

ต่างๆ อาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ในที่นี้รวมถึงชาวเขาเผ่าต่างๆ ด้วย ชาวเขาหรือชนเผ่าเหล่านี้มีวิถีชีวิตที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นภาษาพูด ประเพณีวัฒนธรรมตลอดจนลักษณะของการแต่งกายที่คงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว หลายเผ่านิยมสวมใส่เครื่องเงินรวมทั้งมีวัฒนธรรมการสวมหมวกในชุดแต่งกายประจำเผ่า ทั้งนี้เรามักจะพบเห็นภาพในลักษณะดังกล่าวได้จาก สื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ผู้ผลิตมักจะทำให้ภาพถ่ายของสตรีชาวเขาเผ่าต่างๆ มานำเสนอโดยแบ่งเป็นเผ่าๆ ซึ่งในภาพล้วนแล้วแต่ประดับประดาไปด้วยเครื่องเงินรูปทรงต่างๆ รวมทั้งมีหมวกเป็นองค์ประกอบอยู่ในชุดการแต่งกายด้วยเสมอ

สำหรับในมิติของการสื่อสาร แนวคิดความเป็นชนเผ่าดังสะท้อนให้เห็นจากตัวหมายทั้งสองนี้พบว่า มีความสอดคล้องกับหลักการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ อย่างในที่นี้ใช้เครื่องเงินแทนภาพของความเป็นชนเผ่าโดยรวมทั้งหมด ในทำนองเดียวกับการสวมหมวกคือส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมชนเผ่า อนึ่งการหยิบยกส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่นับเป็นแบบแผนการสื่อความหมายที่เลือกเอาส่วนย่อยหรือบางส่วนมาใช้เป็นภาพแสดงแทนความหมายโดยรวมทั้งหมด

2.2 ความเป็นพื้นบ้าน

นอกเหนือไปจากความเป็นชนเผ่าจะสะท้อนภาพของความแปลกแล้ว แนวคิดที่สะท้อนให้เห็นถึงความแปลกอีกลักษณะหนึ่งซึ่งมีนัยที่ใกล้เคียงกับความเป็นชนเผ่าก็คือ “ความเป็นพื้นบ้าน” ในที่นี้ได้รับการถ่ายทอดผ่านสัญลักษณ์ดังนี้

ตารางที่ 16 สัญลักษณ์เกี่ยวกับความเป็นพื้นบ้าน

สัญลักษณ์	ตัวหมาย	แบบแผนการสื่อความหมาย
ความเป็นพื้นบ้าน	เสื้อผ้าสีสันฉูดฉาด รูปร่างของเครื่องดนตรี เช่น ทำมาจากไม้ มีวัสดุ คล้ายกับหลังสัตว์คุดอยู่	ความหมายโดยนัย ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่าความเป็นพื้นบ้านได้รับการถ่ายทอดความหมายผ่านตัวหมาย 2 ตัว คือ สีสันที่ฉูดฉาดของเสื้อผ้ากับเครื่องดนตรีที่มีลักษณะหยาบไม่เรียบร้อยอีกทั้ง

ยังมีวัสดุที่ดูคล้ายกับหนังสือเป็นส่วนประกอบ ทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความ เป็นพื้นบ้านแทบทั้งสิ้น อนึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสังคมของนักท่องเที่ยวจะเห็นข้อแตกต่างกันอย่าง ชัดเจน โดยเฉพาะวัฒนธรรมการสวมใส่เสื้อผ้าที่มีสีสันฉูดฉาดในชีวิตประจำวัน เช่น ใช้สีแดงสด สีเขียวสด และสีส้มสด ในขณะที่สังคมของนักท่องเที่ยวจะไม่ปรากฏให้เห็น ทั้งนี้เนื่องจาก สังคมของนักท่องเที่ยวเป็นสังคมสมัยใหม่ มีการนำเอาเทคโนโลยีต่างๆ มาช่วยในการผลิตสินค้า และเสื้อผ้า ส่งผลให้เครื่องแต่งกายมีความหลากหลาย มีโทนหรือเฉดสีให้เลือกใช้มากมาย เช่น ใน ห้างสรรพสินค้าจะมีเสื้อผ้าในแบบและสีสดต่างๆ ให้ผู้สนใจได้เลือกซื้อ ขณะเดียวกันในส่วนของ นักท่องเที่ยวมักจะนิยมสวมใส่เสื้อผ้าที่มีโทนสีที่ดูกลมกลืนเป็นธรรมชาติมากกว่าใช้สีสดๆ (เว้นแต่ ในวงการแฟชั่นที่บางช่วงอาจจะมีการใช้สีสดๆ เป็นสีหลักในเครื่องแต่งกาย) หรือสีเดียวๆ ใน เครื่องแต่งกาย ซึ่งบางครั้งจะทำให้มีการตัดกันของสีได้

ดังนั้นจากแนวคิดที่กล่าวมา สีสันที่ฉูดฉาดจึงเสมือนเป็นกลิ่นอายของความเป็น พื้นบ้านหรือนัยหนึ่งคือเป็นสังคมที่ต่างไปจากสังคมของนักท่องเที่ยว โดยออกจะดูเป็นสังคมของ คนบ้านนอกหรือชนบทที่ห่างไกลจากสังคมเมือง ทั้งนี้คนในกลุ่มนี้มักจะชอบใช้เสื้อผ้าที่มีสีสดๆ เช่น สีแดง สีส้ม สีเหลือง หรือสีที่ออกเป็นฉูดฉาดๆ ในเครื่องแต่งกาย

สำหรับรูปแบบของการสื่อความหมายพบว่า ความเป็นพื้นบ้านดังสะท้อนให้เห็น จากความฉูดฉาดของเสื้อผ้าและเครื่องดนตรีที่มีลักษณะเฉพาะตัวใช้แบบแผนการสื่อสารสอดคล้อง กับหลักการสื่อความหมายโดยนัย กล่าวคือ ความฉูดฉาดของเสื้อผ้าเป็นความหมายเชิงลึกที่ สะท้อนภาพของความเป็นพื้นบ้านหรือความเป็นท้องถิ่น ส่วนสัญลักษณ์ที่แสดงผ่านลักษณะของ เครื่องดนตรีพบว่ามียุทธูปแบบการสื่อความหมายโดยใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ อย่าง ในที่นี้รูปรางที่หยาบไม่ประณีตตลอดจนมีวัสดุที่ดูคล้ายกับหนังสือประกอบของ เครื่องดนตรีคือส่วนย่อยที่บอกเรื่องราวถึงความเป็นพื้นบ้านอย่างหนึ่ง

ในบริบทของการท่องเที่ยวปรากฏชัดเจนว่าความเป็นพื้นบ้านดังสะท้อนให้เห็น จากเครื่องมือเครื่องใช้ของชนเผ่าหรือชนพื้นเมืองถูกใช้เป็นจุดขายของการท่องเที่ยว อย่างในกรณีที่มี การจัดแสดงศิลปวัฒนธรรมของชาวเข่า ซึ่งภายในงานมีการนำเอาเครื่องดนตรี เครื่องใช้เกี่ยวกับการ ทำกิน รวมทั้งเสื้อผ้าของชนเผ่ามาแสดงให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไปได้ชม รวมทั้งบางส่วน ยังได้ทำขายให้กับนักท่องเที่ยวด้วย

2.3 ชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ

นัยความหมายที่แฝงอยู่ในสินค้าท่องเที่ยวที่ระลึกอีกอย่างซึ่งปัจจุบันก็ยังคงเป็นจุด สนใจของการท่องเที่ยวอยู่ก็คือ “การดำเนินชีวิตที่พึ่งพาธรรมชาติ” อันแสดงให้เห็นถึงความเป็น

อยู่รวมทั้งวิธีการผลิตที่เรียบง่าย ทั้งนี้โน้ตค้นดังกล่าวสามารถนำเสนอให้เห็นจากสัญญาณดังต่อไปนี้

ตารางที่ 17 สัญญาณเกี่ยวกับชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ

สัญญาณ	ตัวหมาย	แบบแผนการสื่อความหมาย
ชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ	สวิงจับปลา	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
	หน้าไม้	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
	กระบุงใส่ของ	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าแนวคิดการมีชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติอาศัยการสร้าง ความหมายเชิงกระบวนการทัศน์ ทั้งนี้โดยใช้สัญญาณที่อยู่ในกระบวนการทัศน์เดียวกันสื่อความหมาย อย่าง ในที่นี้ตัวหมายทั้งสามตัวเป็นชุดของสัญญาณในกระบวนการทัศน์ที่ว่าด้วยเรื่องของการใช้ชีวิตโดยการ ถ่าสัตว์ หาของ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่สอดคล้องกับหลักการทำกินแบบพึ่งพิงธรรมชาติทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตามสายสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงความหมายเข้าด้วยกันนี้มีความสอดคล้องกับ แนวคิดการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ อย่างในกรณีนี้สวิงจับปลาคือเครื่องมือ จับสัตว์ (น้ำ) น้ำในที่นี้มีนัยหมายถึงแหล่งน้ำ และแหล่งน้ำก็คือส่วนหนึ่งของธรรมชาติ ดังนั้นการ ถือสวิงจับปลา หน้าไม้ และกระบุงจึงมีนัยที่สื่อให้รู้ถึงการมีชีวิตความเป็นอยู่ในท่ามกลางความเป็น ธรรมชาติ นั่นเอง

ในบริบทของการท่องเที่ยวชีวิตของผู้คนที่มีความสัมพันธ์กับธรรมชาตินับเป็น สันที่สร้างความแปลกตาแปลกใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากว่าสังคมของนัก ท่องเที่ยวเป็นสังคมสมัยใหม่ซึ่งสภาพบ้านเมืองเต็มไปด้วยความเจริญทางด้านวัตถุต่างๆ ผู้คนมี สภาพการใช้ชีวิตแบบสังคมเมือง ซึ่งโดยทั่วไปแล้วเป็นกลุ่มคนที่อยู่ห่างไกลธรรมชาติ ดังนั้นสภาพ สังคมที่แตกต่างไปจากบริบทเดิมของตัวเองจึงกลายมาเป็นความแปลกตาแปลกใจ และด้วยเหตุนี้เองการเดินทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติจึงเป็นสิ่งที่น่าฉุดฉุดของนักท่องเที่ยวทั่วไป

ทั้งนี้ก็มีกรณีตัวอย่างคือ ราษฎรชาวไทยภูเขาในจังหวัดเชียงรายร่วมมือร่วมใจ พัฒน่าน้ำตกในหุบเขา รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านเพื่อพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินป่าชมธรรมชาติ (เชียงใหม่นิวส์, 30 พฤศจิกายน 2537: 1)

จากข้อมูลที่กล่าวมาย่อมสะท้อนให้เห็นว่า ชีวิตและความเป็นธรรมชาติคือสิ่งสำคัญที่การท่องเที่ยวให้ความสนใจ ทั้งนี้ถึงขนาดมีชาวบ้านร่วมใจกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่างๆ ให้กลับกลายเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชม

2.4 ความผูกพันใกล้ชิดระหว่างแม่ลูก

การสะพายเด็กไว้ที่ด้านหลังนอกจากจะบอกถึงภาระการเลี้ยงดูเด็กซึ่งเป็นหน้าที่ของสตรีแล้ว สัญญะดังกล่าวยังเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นความรักความผูกพันอันแนบแน่นระหว่างแม่ลูกด้วย เป็นการสะท้อนสังคมแบบเครือญาติที่พ่อแม่มักจะเลี้ยงดูลูกด้วยตนเอง โดยเฉพาะลักษณะการเอาลูกสะพายแนบติดกับแผ่นหลังบ่งบอกถึงความใกล้ชิดและเอาใจใส่ของแม่ได้เป็นอย่างดี ในทางตรงข้ามกับสังคมของนักท่องเที่ยวภาพที่ปรากฏดังเช่นนี้นับเป็นสิ่งที่หายาก เป็นความแปลกตาแปลกใจอย่างหนึ่งที่ไม่สามารถพบเห็นได้ตามปกติ อย่างไรก็ตามในที่นี้สามารถอธิบายความหมายได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 18 สัญญะเกี่ยวกับความผูกพันใกล้ชิดระหว่างแม่ลูก

สัญญะ	ตัวหมาย	แบบแผนการสื่อความหมาย
ความใกล้ชิดระหว่างแม่ลูก	การสะพายเด็กไว้ที่หลัง	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางข้างต้นชี้ให้เห็นว่า ความใกล้ชิดระหว่างแม่ลูกดังสะท้อนให้เห็นจากลักษณะการสะพายเด็กไว้ที่หลัง ในบริบทของสังคมสมัยใหม่เช่นในสังคมของนักท่องเที่ยวถือว่าเป็นความแปลกที่หาได้ยาก ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมการเลี้ยงดูของพ่อแม่ในสังคมสมัยใหม่ไม่นิยมเอาเด็กหรือลูกผูกไว้ที่ด้านหลัง หากแต่จะใช้อุปกรณ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกรวมทั้งเพื่อเพิ่มความปลอดภัยต่างๆ เช่น เปล หรือรถเข็นสำหรับเด็ก เป็นต้น ดังนั้นภาพของการสะพายเด็กในข้างต้นจึงเป็นความแปลกตาแปลกใจสำหรับนักท่องเที่ยว และยังเป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือจากความคุ้นเคยของตัวเอง

อย่างไรก็ตามลักษณะการสะพายเด็กไว้ที่หลังนี้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของชนกลุ่มย่อยบางกลุ่มที่นิยมการเลี้ยงเด็กหรือลูกโดยการสะพายไว้ที่ด้านหลัง เช่น ในชุมชนชาว

เขาจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ เรามักจะพบเห็นภาพของสตรีเหล่านั้นกับการสะพายเด็กไว้ที่หลัง ปรากฏอยู่ด้วยเสมอ เช่นในสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ที่มีจะนำเอาภาพของสตรีชาวเขาในชุดแต่งกาย ประจำเผ่ามาเผยแพร่โดยที่ด้านหลังมีเด็กอยู่ด้วย

อรรถภาพของการสะพายเด็กไว้ที่หลังในที่นี้เป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงวิถีการเลี้ยงดู ลูกแบบใกล้ชิดสนิทสนม ประหนึ่งว่าเป็นความผูกพันของคนทั้งสอง ลักษณะดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับสังคมยุคเก่าหรือสังคมแบบเครือญาติที่แม้ยังมีเวลาในการดูแลลูกด้วยตนเอง ในทางตรงข้ามกับสังคมสมัยใหม่วัฒนธรรมการเลี้ยงลูกมักเป็นหน้าที่ของพี่เลี้ยงหรือแม่ที่สถานรับเลี้ยงเด็ก ทั้งนี้เนื่องจากพ่อแม่สมัยใหม่ไม่ค่อยมีเวลาเลี้ยงดูลูกด้วยตนเอง เพราะต้องออกไปทำงานนอกบ้าน เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นภาพของการเอาเด็กสะพายไว้ด้านหลังจึงแสดงให้เห็นถึงความใกล้ชิดสนิทสนมจึงเป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือบริบทของนักท่องเที่ยว นักหนึ่งก็คือเป็นความแปลกตาแปลกใจของนักท่องเที่ยวในสังคมสมัยใหม่ที่ภาระในการเลี้ยงดูลูกจะถูกแยกออกจากการทำงานอย่างสิ้นเชิง

สำหรับรูปแบบของการสื่อความหมายพบว่า มีความสอดคล้องกับหลักการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงใหญ่ อย่างในที่นี้ผู้ผลิตได้นำเอาการสะพายเด็กไว้ข้างหลังแม่เป็นสื่อเพื่อ บอกเล่าถึงความผูกพันใกล้ชิดระหว่างแม่ลูกซึ่งถือว่าเป็นลักษณะเฉพาะของสังคมแบบเครือญาติ เป็นมโนทัศน์ที่แสดงเรื่องราวเกี่ยวกับความแปลก ทั้งนี้เนื่องจากในบริบทสังคมสมัยใหม่พ่อแม่ มักจะไม่ค่อยได้มีเวลาใกล้ชิดกับลูกเท่าที่ควร เนื่องจากมีภาระหน้าที่การงานที่ต้องรับผิดชอบมาก ทำให้โอกาสที่จะแสดงความใกล้ชิดสนิทสนมตลอดจนการสร้างควมคุ้นเคยกับลูกมีน้อย ขณะเดียวกันวิธีการเลี้ยงลูกส่วนใหญ่จะใช้การอุ้มหรือไมก็ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อแบ่งเบาภาระการเลี้ยงดู เช่นอาจจะใช้รถเข็นสำหรับเด็กหรือของเล่นประเภทรถยนต์สำหรับเด็ก ซึ่งจะทำให้เด็กเลี้ยงการเอาเด็กไว้กับตัวได้ในระดับหนึ่ง ดังนั้นภาพของการสะพายเด็กไว้ด้านหลังจึงเป็นวัฒนธรรมที่แสดงถึงความใกล้ชิดระหว่างแม่กับลูก ตรงนี้เองที่เป็นความแปลกหรือต่างไปจากสังคมของนักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ดำรงตนอยู่ภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม

จากข้อมูลดังกล่าวมาทั้งหมดสะท้อนให้เห็นว่า แนวคิดที่ว่าด้วยเรื่องของความแปลกซึ่งซ่อนเร้นอยู่ในตุ๊กตาชาวเขาส่วนใหญ่จะได้รับการถ่ายทอดความหมายออกมาให้เห็นในหลายลักษณะ แต่ละลักษณะพบว่ามีการใช้สัญลักษณ์ต่างๆ เข้ามาผสมผสานจนเกิดเป็นความหมายขึ้นมา ทั้งนี้ในหลายกรณีพบว่าความหมายต่างๆ เหล่านี้เป็นมโนทัศน์ที่อยู่นอกเหนือหรือตรงข้ามกับบริบทของนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งนั่นย่อมแสดงให้เห็นว่าความหมายต่างๆ เหล่านั้นถูกสร้างขึ้นมาเพื่อสนองตอบต่อวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ดังจะเห็นได้จากมโนทัศน์ที่ว่าด้วยเรื่องของความเป็นชนเผ่า ความเป็นพื้นบ้าน รวมทั้งการดำเนินชีวิตที่พึงพิงธรรมชาติ ซึ่งทั้งหมด

ถ้วนแล้วแต่เป็นจินตนาการที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาสัมผัสแทบทั้งนั้น ทั้งนี้เนื่องจากแนวคิดการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ การได้มาสัมผัสกับวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่มีความแตกต่างไปจากตนเอง

3. วัฒนธรรมและธรรมชาติที่ไม่เปลี่ยนแปลง

“วัฒนธรรมและธรรมชาติที่ไม่เปลี่ยนแปลง” นับว่าเป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่ถูกใช้เป็นภาพแสดงแทนในสื่อตาชาวเขา ในภาพรวมพบว่าได้รับการถ่ายทอดผ่านสัญญาณต่างๆ ดังจะสรุปให้เห็นได้ดังนี้

3.1 ชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ

ชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาตินอกจากจะสะท้อนภาพของความแปลกแล้ว ในที่นี้มีนัยที่แสดงให้เห็นถึงความไม่เปลี่ยนแปลงอีกด้วย โดยเฉพาะเรื่องของวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ ในที่นี้สามารถนำเสนอให้เห็นได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 19 สัญญะเกี่ยวกับการใช้ชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ

สัญญะ	ตัวหมาย	แบบแผนการสื่อความหมาย
ชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติ	การถือสวิงจับปลา	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
	การถือหน้าไม้	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
	การแบกกระบุงใส่ของ	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าโนทัศน์ของการใช้ชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติได้รับการถ่ายทอดความหมายโดยอาศัยสัญญะเกี่ยวกับเครื่องมือการทำกินเป็นตัวหมาย 3 ตัว ในมิติของสัญญะวิทยา มีความสอดคล้องกับหลักการสื่อความหมายแบบการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ ยกตัวอย่างในกรณี สวิงจับปลาทำให้นึกถึงแหล่งน้ำ (ปลาอาศัยอยู่ในน้ำ) ขณะเดียวกันแหล่งน้ำก็คือส่วนหนึ่งของความเป็นธรรมชาติ ดังนั้นการถือสวิงจับปลาอยู่ที่มีอจึงมีนัยที่บอกให้เห็นถึงลักษณะการทำกินที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับธรรมชาติ กล่าวคือ ทั้งผู้หาปลา ปลา และแหล่งน้ำต่างก็อยู่ในระบบนิเวศนี้ด้วยกันทั้งสิ้น ฉะนั้นภายใต้แนวคิดนี้จึงเป็นการสะท้อนภาพ

ของการใช้ชีวิตที่สอดคล้องและพึ่งพิงกับธรรมชาติ ทั้งนี้หากมองในกรอบของการสื่อความหมาย ดังจะพบว่ามีการใช้ชุดของสัญญาณ (set of signs) ที่อยู่ในกระบวนทัศน์เดียวกัน นั่นคือสวิงจับปลา หน้าไม้ และกระบุงใส่ของขนาดใหญ่ ซึ่งทั้งหมดเป็นตัวแทนเกี่ยวกับเครื่องใช้สำคัญที่อยู่ภายใต้ บริบทของการทำกินที่ไม่เปลี่ยนแปลง หรือนัยหนึ่งก็คือการสื่อความหมายไปในทำนองให้เห็นว่า มีชีวิตความเป็นอยู่ด้วยการล่าสัตว์หาของป่า ฯลฯ

อนึ่งชีวิตที่พึ่งพิงธรรมชาติดังปรากฏให้เห็นจากตัวหมายข้างต้นนี้ นับเป็น มโนทัศน์หนึ่งที่สะท้อนรูปแบบการทำกินของคนในสังคมดั้งเดิมที่ส่วนใหญ่ยังคงใช้ชีวิตด้วยการ พึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเป็นเครื่องหล่อเลี้ยงชีวิต ดังเช่นในกรณีของชนเผ่าหรือชาวเขาที่อาศัยตั้ง บ้านเรือนอยู่บนที่สูงซึ่งส่วนใหญ่แวดล้อมไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติต่างๆ เช่น ภูเขา แหล่งน้ำ ป่าไม้ และสัตว์ป่า คนในกลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มคนที่ยังคงยึดติดอยู่กับการดำเนินชีวิตแบบ “ไม่เปลี่ยนแปลง” กล่าวคือยังอาศัยธรรมชาติรอบๆ ตัวเป็นปัจจัยในการดำเนินชีวิตอยู่ ทั้งที่ในความเป็นจริง แล้วสังคมโลกได้เปลี่ยนแปลงเข้าสู่ความทันสมัยไปแล้วก็ตาม ดังนั้นตัวหมายที่ปรากฏในที่นี้จึง เป็นการฉายภาพในอดีตให้เห็นวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของคนที่ยังดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยการอาศัย ธรรมชาติเป็นเครื่องหล่อเลี้ยงชีวิต การยึดติดอยู่กับวิถีการผลิตเช่นนี้สังคมภายนอกมักจะมองว่า เป็นกลุ่มคนที่อยู่ในข่ายที่ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง คนในกลุ่มนี้มักจะอาศัยอยู่ในถิ่นทุรกันดารไกล จากตัวเมืองซึ่งถือว่าเป็นศูนย์กลางความเจริญ อย่างไรก็ตามคนในกลุ่มนี้มักจะหมายรวมถึงชาวเขา ด้วย

ภายใต้แนวคิดดังกล่าวสามารถเปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างสังคม ชนเผ่ากับสังคมของนักท่องเที่ยวนั้นในฐานะที่เป็นสังคมสมัยใหม่ได้ดังนี้

รูปแบบ	สังคมชนเผ่า	สังคมสมัยใหม่ (นักท่องเที่ยวน)
การหาอาหาร	ใช้การล่าสัตว์และหาของป่า	พึ่งพาระบบตลาด มีการซื้อ-ขาย
เครื่องมือการหากิน	ใช้เทคโนโลยีแบบง่ายๆ ทำจากไม้เป็นส่วนใหญ่	ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ส่วนใหญ่ทำจากโลหะและวัสดุ สังเคราะห์ประเภทต่างๆ
ระบบเศรษฐกิจ	พึ่งพาธรรมชาติ	ปัจจัยแลกเปลี่ยนแบบเงินตรา

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นว่าวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมมีความแตกต่างกับวัฒนธรรมสมัยใหม่อย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะแนวคิดเกี่ยวกับวิถีการทำกินซึ่งส่วนใหญ่ยังคงยึดติดกับธรรมชาติ ดั่งสะท้อนให้เห็นจากสำนวนที่กล่าวมาทั้งหมด ในบริบทของวัฒนธรรมการท่องเที่ยวความไม่เปลี่ยนแปลงดั่งสะท้อนให้เห็นจากวิถีการใช้ชีวิตแบบดั้งเดิมคือจุดขายที่สำคัญอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว ทั้งนี้เรามักจะพบเห็นว่าแนวคิดดังกล่าวถูกใช้เป็นกลยุทธ์ในการเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ เดินทางมาเที่ยวชม อย่างในกรณีการท่องเที่ยวในหมู่บ้านชาวเขาที่อยู่บนพื้นที่สูงจะมีนักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ เดินทางมาเที่ยวชมรวมทั้งสัมผัสกับวิถีชีวิตที่เรียบง่ายและใกล้ชิดธรรมชาติอยู่เสมอ

3.2 ความดั้งเดิม

ในทำนองเดียวกัน “ความดั้งเดิม” เป็นอีกมโนทัศน์หนึ่งที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัดในระบบความหมายของฤดูกาลชาวเขา ขณะเดียวกันก็มีนัยที่สื่อถึงความไม่เปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน อนึ่งดังแสดงให้เห็นจากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 20 สำนวนเกี่ยวกับความดั้งเดิม

สำนวน	ตัวหมาย	แบบแผนการสื่อความหมาย
กล้องยาสูบ	ความดั้งเดิม	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

ในสังคมสมัยใหม่เช่นปัจจุบัน กล้องยาสูบจัดว่าเป็นของใช้ในมโนทัศน์เก่าที่สะท้อนถึงดั้งเดิมหรือความเป็นอดีตของมนุษย์ โดยเฉพาะเมื่อมองผ่านสังคมของนักท่องเที่ยวซึ่งถือว่าเป็นสังคมสมัยใหม่ที่เต็มไปด้วยความสะดวกสบายและความทันสมัย ดังจะเห็นจากว่ามีการนำเอาเทคโนโลยีแขนงต่างๆ มาใช้ในการดำรงชีวิตรวมทั้งในกระบวนการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมการผลิตอาหาร เครื่องดื่ม ฯลฯ เทคโนโลยีส่วนแล้วแต่เป็นกลไกที่มีส่วนสำคัญแทบทั้งสิ้น ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้วัฒนธรรมการใช้ชีวิตของคนเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมทางสังคม ยกตัวอย่าง ในอดีตเราหุงข้าวโดยใช้เตาถ่านต่อมาก็เปลี่ยนมาใช้เป็นหม้อหุงข้าวไฟฟ้าแทน เป็นต้น

ในทำนองเดียวกันวัฒนธรรมการสูบบุหรี่ (ยาเส้น) ซึ่งแต่เดิมใช้กล้องยาสูบเป็นอุปกรณ์สำคัญในการสูบบุหรี่ ต่อมาสังคมได้เปลี่ยนเข้าสู่ความทันสมัยส่งผลให้วัฒนธรรมการใช้กล้องยาสูบลดน้อยลงและจนในที่สุดวัฒนธรรมการสูบบุหรี่ได้กลายมาเป็นการสูบบุหรี่แทน ทั้งนี้จะเห็นว่าปัจจุบันบุหรี่เป็นสิ่งของที่สามารถหาซื้อได้จากร้านค้าทั่วไป มีหลากหลายยี่ห้อให้เลือกซื้อ ขณะเดียวกันก็มีบุหรี่ที่มีก้นกรองกับไม่มีก้นกรองให้ได้เลือกสูบ ดังนั้นกล้องยาสูบดังปรากฏให้เห็นในที่นี้จึงเสมือนเป็นตัวแทนของความดั้งเดิม หรือทำให้หวนนึกถึงอดีตของมนุษย์ที่ได้ดำเนินชีวิตท่ามกลางความเรียบง่าย ใกล้เคียงธรรมชาติ

จากแนวคิดที่กล่าวมากล้องยาสูบจึงเป็นสัญลักษณ์ที่อยู่ภายใต้ “ความไม่เปลี่ยนแปลง” โดยเฉพาะการสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมของคน อย่างไรก็ตามวัฒนธรรมการสูบบุหรี่โดยการนำกล้องยาสูบนี้ปรากฏให้เห็นในชุมชนชาวเขา ทั้งนี้ข้อเท็จจริงที่พบเห็นอยู่ทั่วไปก็คือ ภาพวาดของสตรีชาวเขาที่ศิลปินมักจะวาดภาพของเธอในขณะที่ปากยังคาบกล้องยาสูบอยู่ ภาพวาดในลักษณะนี้สามารถพบเห็นได้ตามแหล่งขายสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก อย่างเช่นที่ตลาดในท่าบ่อ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับความดั้งเดิมดังสะท้อนให้เห็นจากกล้องยาสูบนี้ ในมิติของการสื่อสารมีความสอดคล้องกับหลักการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่ อย่างในที่นี้กล้องยาสูบเป็นของใช้เพียงชิ้นหนึ่งที่ถูกนำมาใช้แทนแนวคิดความเป็นดั้งเดิม หรือวัฒนธรรมที่ไม่เปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตามในวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวที่เกี่ยวความดั้งเดิมกลับถูกใช้เป็นจุดขายสำคัญอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากสังคมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากสังคมที่มีความทันสมัย ชีวิตเต็มไปด้วยความสะดวกสบาย ฉะนั้นเมื่อมีโอกาสได้เดินทางมาท่องเที่ยวยังที่ต่างๆ ทางหนึ่งที่เป็นไปได้ก็คือ การสัมผัสกับธรรมชาติที่ดั้งเดิมไม่เปลี่ยนแปลง ยกตัวอย่างกลุ่มชาติพันธุ์ชาวเขาที่อาศัยอยู่บนพื้นที่สูงมักจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางขึ้นไปเที่ยวชมเสมอ บางหมู่บ้านถึงขนาดจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์ชาวเขาขึ้นเพื่อจัดแสดงเครื่องใช้ของชาวเขาในแบบดั้งเดิมให้นักท่องเที่ยวเข้าชม (จักรพงษ์ คำบุญเรือง, 2544: 5)

3.3 ความเป็นพื้นบ้าน

ในทำนองเดียวกัน “ความเป็นพื้นบ้าน” เป็นอีกความหมายหนึ่งที่ถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ในตุ๊กตาชาวเขา ในที่นี้สามารถชี้ให้เห็นได้ดังนี้

ตารางที่ 21 สัญญะเกี่ยวกับความเป็นพื้นบ้าน

สัญญะ	ตัวหมาย	แบบแผนการสื่อความหมาย
ความเป็นพื้นบ้าน	เสื้อผ้าสีสันฉูดฉาด รูปร่างของเครื่องดนตรี	ความหมายโดยนัย ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่าความเป็นพื้นบ้านได้ถูกแสดงผ่านตัวหมาย 2 ตัว คือ สีสันที่ฉูดฉาดของเสื้อผ้า กับเครื่องดนตรีที่มีลักษณะหยาบไม่เรียบร้อยอีกทั้งยังมีวัสดุที่ดูคล้ายกับหนังสัตว์เป็นส่วนประกอบ ทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่มีกลิ่นอายของความเป็นพื้นบ้านแทบทั้งสิ้น โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับสังคมของนักท่องเที่ยวจะเห็นข้อแตกต่างกันอย่างชัดเจน เช่นในกรณีการสวมใส่เสื้อผ้าที่มีสีสันฉูดฉาด คือใช้สีแดงสด สีเขียวสด และสีส้มสด ซึ่งเป็นสีที่ตัดกัน ในสังคมของนักท่องเที่ยวโดยปกติจะไม่ปรากฏให้เห็นมากนัก (เว้นแต่ในแวดวงแฟชั่นที่ความฉูดฉาดของเสื้อผ้าจะปรากฏให้เห็นบ้าง ซึ่งนั่นก็เป็นช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้นหาใช่เหตุการณ์ปกติประจำวันไม่) ทั้งนี้เนื่องจากสังคมของนักท่องเที่ยวเป็นสังคมที่มีพื้นฐานการผลิตแบบสมัยใหม่ ดังจะเห็นได้จากนำเอาเทคโนโลยีตลอดจนเครื่องมือต่างๆ มาใช้สร้างสีสันให้แก่เครื่องแต่งกาย ส่งผลให้โทนสีมีความหลากหลาย มีเจตนาให้เลือกสวมใส่มากมาย ขณะเดียวกันคนในสังคมสมัยใหม่มักจะนิยมการใช้สีที่ดูกลมกลืนเป็นธรรมชาติมากกว่าใช้สีสดๆ หรือตัดกันในเครื่องแต่งกาย ดังนั้นสีสันที่ฉูดฉาดของเสื้อผ้าจึงสอดคล้องกับหลักการสื่อความหมายโดยนัย โดยในที่นี้มีนัยหมายถึงความเป็นพื้นบ้าน

เช่นเดียวกับลักษณะเฉพาะของเครื่องดนตรี ที่ตัวเครื่องได้เน้นให้เห็นถึงความหยาบกระด้างและไม่ประณีตตลอดจนมีวัสดุที่ดูคล้ายกับหนังงูติดอยู่ คือนัยที่บอกเรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นพื้นบ้านซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว อย่างกรณีนี้คือการเอาสิ่งที่หาได้จากธรรมชาติ เช่น ไม้ หรือหนังสัตว์บางชนิดมาผสมผสานทำเป็นเครื่องดนตรี ลักษณะของเครื่องดนตรีที่ผ่านกระบวนการผลิตเช่นนี้ในมุมมองของสังคมสมัยใหม่นับเป็นของใช้ในกระบวนการทัศนแก่ที่มีความสอดคล้องเชื่อมโยงกับความเป็นธรรมชาติ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะตัวอย่างหนึ่งในวัฒนธรรมของชนพื้นบ้าน ทั้งนี้ผู้ที่สร้างสรรค์งานประเภทนี้จะเป็นกลุ่มคนที่มีความเป็นอยู่อย่างเรียบง่าย โดยเฉพาะการผลิตเครื่องดนตรีต่างๆ มักจะใช้มือทำเป็นส่วนใหญ่ ขณะเดียวกันวัสดุที่ใช้ทำก็มักจะหาได้จากธรรมชาติรอบๆ อาทิ ไม้ หนังสัตว์ ฯลฯ อาศัยแนวคิดที่กล่าวมาจึงกล่าวได้

ว่ามโนทัศน์เกี่ยวกับความเป็นพื้นบ้านดังสะท้อนให้เห็นจากเครื่องดนตรีเป็นสิ่งที่อยู่นอกเหนือบริบทของสังคมยุคใหม่ กล่าวคือเป็นของใช้ในระบบมโนทัศน์เก่าซึ่งอยู่ภายใต้วัฒนธรรมความเป็นพื้นบ้าน อนึ่งในมิติของการสื่อความหมายสอดคล้องกับหลักการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่ อย่างในที่นี้ผู้ผลิตได้ใช้คุณลักษณะเฉพาะตัวของเครื่องดนตรี เช่น ความหยาบกระด้าง ไม่ประณีตเรียบร้อยตลอดจนวัสดุที่ดูคล้ายกับหนังสือตัวติดอยู่เป็นภาพตัวแทนของความเป็นพื้นบ้าน

ในบริบทของการท่องเที่ยวปรากฏชัดเจนว่าความเป็นพื้นบ้านดังสะท้อนให้เห็นจากเครื่องมือเครื่องใช้ของชนเผ่าหรือชนพื้นเมืองถูกใช้เป็นจุดขายของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเครื่องใช้ท้องถิ่นหรือพื้นบ้านที่ทำขึ้นจากธรรมชาติจะเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันก็เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าซึ่งจะทำให้ขายได้ ดังจะเห็นว่าของใช้ต่างๆ ที่ผลิตด้วยมือและทำมาจากธรรมชาติเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว

จากแนวคิดที่กล่าวมาทั้งหมดสะท้อนให้เห็นว่า สินค้าท่องเที่ยวชาวเขาถูกสร้างขึ้นโดยมีความหมายแฝงเร้นอยู่ ความหมายดังกล่าวนี้ไม่ปรากฏให้เห็นได้โดยง่าย ทั้งนี้ต้องใช้แนวคิดเชิงสัญลักษณ์วิทยา เป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจ อย่างไรก็ตามประเด็นที่น่าสนใจก็คือแนวคิดต่างๆ ที่ถูกใช้เป็นภาพแสดงแทนนั้นในหลายกรณีพบที่มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะแนวคิดที่ว่าด้วยเรื่องของความแปลก และวัฒนธรรมที่ไม่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ดังปรากฏให้เห็นจากเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ

อย่างไรก็ตามแนวคิดที่ว่าด้วยเรื่องของธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ไม่เปลี่ยนแปลงนี้ หากวิเคราะห์ในภาพรวมของการสื่อความหมายพบว่า ส่วนใหญ่สอดคล้องกับหลักการใช้ชุดของสัญลักษณ์สื่อสารเชิงระบบมโนทัศน์ การสื่อสารโดยวิธีนี้จะใช้สัญลักษณ์ที่สอดคล้องหรืออยู่ในบริบทเดียวกันเป็นองค์ประกอบในการสื่อความหมาย อย่างเช่นในกรณีแนวคิดวัฒนธรรมและธรรมชาติที่ไม่เปลี่ยนแปลง ดังจะเห็นว่ามโนทัศน์สำคัญๆ เป็นต้นว่า การมีชีวิตที่พึ่งธรรมชาติ ความเป็นอยู่แบบดั้งเดิม รวมทั้งความเป็นพื้นบ้านเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อความหมาย ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นระบบมโนทัศน์ของความธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ไม่เปลี่ยนแปลงทั้งสิ้น

อนึ่งจากการวิเคราะห์ความหมายจากสัญลักษณ์ดังที่ปรากฏมาทั้งหมด สามารถนำมาสรุปเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างระหว่างสังคมชนเผ่ากับสังคมนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นสังคมสมัยใหม่ โดยในที่นี้ได้สะท้อนให้เห็นแนวความคิดสำคัญๆ ดังนี้

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบแนวความคิดระหว่างสังคมชนเผ่ากับสังคมสมัยใหม่

แนวความคิด	สังคมชนเผ่า	สังคมสมัยใหม่
การเลี้ยงลูกหรือเด็ก	สังคมเครือญาติ	ฝากเลี้ยงยังสถานรับเลี้ยงเด็ก
วิถีการดำรงชีวิต	พึ่งพาธรรมชาติ	ระบบเศรษฐกิจแบบเงินตรา
การหาอาหาร	ใช้การล่า การหา การเก็บ	ใช้ระบบตลาด
เครื่องใช้ในครัวเรือน	เทคโนโลยีพื้นบ้าน	เทคโนโลยีขั้นสูง
การสวมใส่เครื่องประดับ	เครื่องเงิน	ทอง มุก พลอย ไพลิน ฯลฯ
สีสันทนของเสื้อผ้า	สีสันทนดูฉลาด ใช้สีเดียวๆ	ใช้สีที่กลมกลืนกัน

จากตารางข้างต้นย่อมแสดงให้เห็นว่า บริบทสังคมที่ต่างกันส่งผลให้แนวความคิดของคนต่างกัน ทั้งนี้หากมองในเชิงการสื่อสารแนวความคิดที่ปรากฏให้เห็นในข้างต้นมีสอดคล้องกับหลักการใช้กระบวนการทัศน์ของกลุ่มตรงข้ามสื่อความหมาย ทั้งนี้จะเห็นว่า โนทัศน์ทั้งสองมีลักษณะที่ตรงข้ามกันจนสามารถเปรียบเทียบให้เห็นถึงคู่ความหมายที่ตรงข้ามกันได้อย่างชัดเจน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าบริบททางสังคมและวัฒนธรรมระหว่างชนเผ่ากับนักท่องเที่ยวมีกระบวนการทัศน์ที่แตกต่างกัน อนึ่งกระบวนการทัศน์ที่ต่างกันได้กลายมาเป็นจุดขายสำคัญของวัฒนธรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้จะเห็นว่าองค์การที่ทำงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนต่างได้จัดทำแผนงานโฆษณาประชาสัมพันธ์โดยมีจุดเน้นที่ความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมชนเผ่าที่ตั้งเดิมไม่เปลี่ยนแปลงเป็นจุดขายการท่องเที่ยว ดังเช่น “ ททท. เผยประเพณีชนเผ่า อาข่า จัดแสดงแสงเสียงยิ่งใหญ่ตระการตา... จำลองวิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมประเพณีชาวเขา มีทั้งรอบภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ” ไทยรัฐ (3 พฤษภาคม 2542: 11)

จากแนวคิดที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมของชนเผ่าหรือชาวเขาเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวค้นหาและต้องการที่จะมาสัมผัส ทั้งนี้เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมและมักอาศัยอยู่ใกล้ชีวิตธรรมชาติ มีความเป็นอยู่อย่างสมถะ ซึ่งทั้งสองล้วนแล้วแต่เป็นจินตนาการที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสทั้งสิ้น ดังนั้นจึงไม่แปลกอะไรที่มักจะเห็น “ความเป็นชาวเขา” จะถูกใช้เป็นจุดขายในวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเสมอๆ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

(SUMMARY, IMPLICATION AND RECOMMENDATIONS)

ในการวิจัยเรื่อง “ การสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแบบแผนการสื่อความหมายของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา รวมทั้งเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความหมายของสินค้าชาวเขากับวัฒนธรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้โดยใช้ผู้ศึกษาชาวเขาจำนวน 6 กลุ่มชาติพันธุ์เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ซึ่งผ่านกระบวนการคัดเลือกโดยอาศัยกรอบแนวคิดเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึก การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสังเกตและแบบวิเคราะห์สัญลักษณ์ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลนั้นทำโดยใช้กรอบสัญลักษณ์วิทยา

สรุปผลการวิจัย

(Summary)

ในภาพรวมแล้วพบว่าสินค้าท่องเที่ยวชาวเขามีการใช้ชุดสัญลักษณ์ในลักษณะต่างๆ เพื่อสื่อความหมาย ขณะเดียวกันกระบวนการสร้างความหมายนี้ได้รับการถ่ายทอดโดยมีตัวหมายสำคัญๆ ทำหน้าที่เป็นภาพแสดงแทนแนวคิดต่างๆ ผลจากการวิจัยได้ข้อสรุปดังนี้

ประเด็นแรก สัญลักษณ์หรือความหมายของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาประกอบไปด้วย 3 แนวคิด คือ 1) ความเป็นผู้หญิง พบว่ามีมโนทัศน์ที่สำคัญ อาทิ บทบาทการเป็นแม่บ้านแม่เรือน การหาอาหาร การเป็นผู้ให้ความบันเทิง และการแบกรับภาระการเลี้ยงดูเด็ก เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อความหมาย ทั้งนี้โดยมีตัวหมายต่างๆ อาทิ ภาชนะและเครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องดนตรี การสะพายเด็กไว้ที่หลัง เป็นภาพแสดงแทน ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เชื่อมโยงถึงความเป็นผู้หญิงแทบทั้งสิ้น 2) ความแปลก โดยรวมแล้วพบว่ามีสัญลักษณ์ที่เน้นการแสดงออกถึงความเป็นชนเผ่าปรากฏให้เห็น เช่น ลักษณะของการสวมใส่เครื่อง “เงิน” วัฒนธรรมการใช้หมวกในชุดเครื่องแต่งกาย วัฒนธรรมการเลี้ยงลูกโดยสะพายเด็กไว้ทางด้านหลัง รวมทั้งความเป็นพื้นที่บ้านที่สะท้อนให้เห็นจากคุณลักษณะเฉพาะตัวของเครื่องดนตรี สีสัญลักษณ์ของเครื่องแต่งกาย ตลอดจนวัสดุเครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับการล่าสัตว์ที่ผู้ผลิตได้พยายามบอกเล่าเรื่องราวถึงการใช้ชีวิตในแบบที่พึงพิงธรรมชาติอันเป็นลักษณะเฉพาะตัวของชนในสังคมดั้งเดิม ทั้งหมดนี้เป็นความแปลกตาแปลกใจสำหรับนักท่องเที่ยว หากมองในมิติของสัญลักษณ์ก็คือ การใช้ชุดของสัญลักษณ์ที่อยู่ตรงข้ามกับนักท่องเที่ยว

ที่เขยวเป็นกระบวนทัศน์ (paradigmatic) ในการสื่อหรือสร้างความหมาย อย่างเช่น นำเอาเด็กสะพายไว้ด้านหลังของสตรีเพื่อแสดงวัฒนธรรมการเลี้ยงดูลูกหรือเด็กที่แปลกแตกต่างไปจากสังคมของนักท่องเที่ยว หรือการสร้างสีสันของเสื้อผ้าให้ดูโดดเด่นเพื่อแสดงความตื่นตาตื่นใจให้กับนักท่องเที่ยว และ 3) แนวคิดความวัฒนธรรมและธรรมชาติที่ไม่เปลี่ยนแปลง ดังแสดงให้เห็นจากเครื่องมือล่าสัตว์และภาษาของป่า เช่นที่ยิงสัตว์ และกระบุงใส่ของ ซึ่งทั้งสองคือตัวหมายที่บอกเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของคนที่ยังคงดำรงตนอยู่ภายใต้วัฒนธรรมการล่าสัตว์และหาของป่า รูปแบบการทำกินในลักษณะนี้นัยหนึ่งคือ การสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมที่ไม่เปลี่ยนแปลง ทำนองเดียวกันกับบทสนทนาความเป็นพื้นบ้านดังปรากฏให้เห็นจากสีสันที่ดูโดดเด่นของเสื้อผ้าต่างก็มีนัยของความแปลกแฝงเร้นอยู่ โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับสังคมของนักท่องเที่ยวซึ่งมักจะเน้นสิ่งที่ดูกลมกลืนเป็นธรรมชาติมากกว่าการใช้สีสัน (เว้นเสียแต่ในวงการแฟชั่นที่เน้นถึงความแปลกด้วยการใช้สีสันทันตูลุคในเครื่องแต่งกาย) นอกจากนี้ยังมีความเป็นพื้นบ้านดังสะท้อนจากเครื่องดนตรีที่ทำด้วยมือซึ่งดูไม่ประณีตเรียบร้อย ขณะเดียวกันยังมีวัตถุที่คล้ายกับหนังสัตว์เป็นส่วนประกอบยังจะเป็นสิ่งที่สะท้อนวัฒนธรรมที่ไม่เปลี่ยนแปลงได้อย่างหนึ่ง ทั้งนี้เนื่องจากการผลิตในลักษณะนี้จัดเป็นการผลิตที่อยู่บนพื้นฐานของศิลปะแบบพื้นบ้าน มีกลิ่นอายของความเป็นธรรมชาติ เช่นเดียวกับกลองยาวซึ่งเป็นตัวแทนวัฒนธรรมดั้งเดิม และคราใดที่พบเห็นก็ทำให้นึกถึงอดีตที่ผ่านมา

อย่างไรความหมายต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตได้สอดใส่ไว้ในสินค้าทั้งสิ้น มิได้เกิดขึ้นโดยความบังเอิญแต่อย่างใด

ประเด็นที่สอง สินค้าท่องเที่ยวชาวเขาใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารต่างๆ มาผสมผสานกันเพื่อสร้างให้ตัวสินค้าท่องเที่ยวมีนัยความหมายทางวัฒนธรรม ทั้งนี้แนวคิดการสื่อสารที่สำคัญได้แก่ ทฤษฎีสัญญะวิทยา ซึ่งมีแนวคิดว่าสิ่งต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นล้วนแล้วแต่มีความหมายแฝงเร้นอยู่ทั้งสิ้น สัญญะนี้จะประกอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมาย ความสำคัญของตัวหมายและตัวหมายถึงนี้คือกลไกที่ช่วยทำให้เกิดความเข้าใจระบบความหมายของสินค้าชาวเขาได้ว่ามีลักษณะอย่างไร อย่างไรก็ตามผลการวิจัยเรื่องนี้ค้นพบว่า พบว่าแบบแผนหรือวิธีการสื่อความหมายของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาปรากฏให้เห็น 3 ลักษณะ คือ 1) การใช้สัญญะสื่อความหมายโดยตรงกับการใช้สัญญะสื่อความหมายโดยนัย 2) การใช้สัญญะสื่อความหมายแบบเปรียบเทียบอุปมาอุปไมย กับการใช้ส่วนย่อยแทนความหมายถึงส่วนใหญ่ และ 3) การใช้ชุดของสัญญะเชิงกระบวนทัศน์สื่อความหมาย ทั้งนี้โดยมีความสัมพันธ์ของกลุ่มตรงข้ามเป็นกลไกสำหรับสร้างความหมายขึ้นมา เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างของสัญญะในกลุ่มตรงข้ามนั้นๆ

อนึ่งเทคนิควิธีการสื่อความหมายโดยใช้การเปรียบเทียบแบบอุปมาอุปมัย หรือที่เรียกว่า metaphor ปรากฏให้เห็นอย่างในกรณีของ การแบก การถือ การสะพายของหรือภาชนะต่างๆ การถ่ายทอดความหมายในลักษณะนี้เป็นการเปรียบเทียบสัญลักษณ์ในสองบริบท กล่าวคือใช้สัญลักษณ์สื่อความหมายบริบทหนึ่งเพื่อให้เห็นภาพในอีกบริบทหนึ่ง การสื่อความหมายไปอีกบริบทหนึ่งนี้จะมีลักษณะที่สอดคล้องสัมพันธ์กัน เช่น เปรียบการแบกกระบุงและการสะพายเด็กไว้ที่หลัง ประหนึ่งว่าเป็นการแบกภาระต่างๆ ในครอบครัว เป็นต้น สำหรับเทคนิคการใช้ส่วนเล็กแทนความหมายถึงส่วนใหญ่นั้น ในงานวิจัยเรื่องนี้พบว่ามียุทธวิธีที่ปรากฏให้เห็น เช่น ใช้กระโปรง เป็นภาพแสดงแทนความเป็นผู้หญิง หรือการใช้เครื่องดนตรี เช่น ซอ แคนน้ำเต้าและซึงแทนความบันเทิง เป็นต้น

สำหรับประเด็นที่น่าสนใจก็คือ แนวความคิดที่ถูกใช้เป็นภาพแสดงแทนในสินค้าการท่องเที่ยวครั้งนี้ ส่วนใหญ่พบว่า มีแบบแผนการสื่อความหมายภายใต้การใช้ชุดสัญลักษณ์ กระบวนทัศน์เดียวกัน การสื่อความหมายด้วยวิธีนี้เป็นการแสวงหาคุณสมบัติโดยรวมของสัญลักษณ์ๆ ยกตัวอย่าง แนวคิดความเป็นผู้หญิงจะมีตัวหมายหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ แสดงคุณลักษณะเฉพาะตัวของความเป็นผู้หญิงให้ได้ประจักษ์ อาทิ บทบาทการเป็นแม่ที่ต้องเลี้ยงดูลูก การเป็นแม่บ้านแม่เรือน การหุงหาและจัดเตรียมอาหาร ฯลฯ ทั้งนี้จะเห็นว่ากระบวนทัศน์ที่ว่าด้วยเรื่องของความเป็นหญิงจะได้รับการถ่ายทอดผ่านแนวคิดสำคัญต่างๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่แสดงให้เห็นคุณลักษณะเฉพาะตัวของความเป็นหญิงออกมา เช่นเดียวกับในมิติของการสื่อความหมายซึ่งจำต้องมีโครงสร้างหรือกฎเกณฑ์ที่แน่นอนในการสื่อหรือควบคุมความหมายให้เป็นไปตามเจตจำนงของผู้ส่งสาร ยกตัวอย่างในการสร้างภาพยนตร์ที่ผู้กำกับจะต้องวางบุคลิกของตัวแสดงต่างๆ ไว้อย่างชัดเจนว่าใครเป็นอย่างไร เช่น นางเอกจะต้องเป็นผู้หญิงที่มีรูปร่างหน้าตาสวยงาม อ่อนโยน เป็นคนดี ช่วยเหลือสังคม และรักเดียวใจเดียว ส่วนนางร้ายจะเป็นหญิงที่มีบุคลิกตรงข้ามกับนางเอก คือเป็นผู้หญิงที่ใจร้าย ขี้โมโห เอาแต่ใจตัวเอง ฯลฯ เป็นต้น

จากข้อค้นพบที่กล่าวมาทั้งหมดสะท้อนให้เห็นว่า แนวคิดต่างๆ ที่ถูกใช้ให้เป็นภาพแสดงแทนในสินค้าการท่องเที่ยวนี้ ส่วนใหญ่มีลักษณะการใช้ชุดของสัญลักษณ์ที่อยู่ในกระบวนทัศน์เดียวกันเป็นแบบแผนในการสื่อความหมาย ซึ่งนั้นย่อมแสดงให้เห็นว่ากระบวนกรการสร้างความหมายถูกผลิตขึ้นมาอย่างมีกฎเกณฑ์หรือแบบแผนที่ชัดเจนแน่นอน อย่างในกรณีแนวคิดความแปลก อันมีสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ การสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชนเผ่า ความเป็นพื้นบ้าน การมีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ ในทำนองเดียวกับแนวคิดความไม่เปลี่ยนแปลงมีสัญลักษณ์ซึ่งสะท้อนให้เห็นการใช้ชีวิตในสังคมแบบดั้งเดิม เช่น การเข้าป่า ล่าสัตว์ การใช้สิญจนาถหรืออื่นๆ เพียงไม่กี่สีในเครื่องแต่งกาย เป็นองค์ประกอบในการสื่อความหมาย เป็นต้น

ประเด็นที่สาม ตัวหมายต่างๆ ที่ปรากฏในสินค้าทองเที่ยวชาวเขามิระดับของการให้ความหมายมากนัก้อยแตกต่างกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงระดับของสัญลักษณ์นั้นๆ ว่ามีขอบเขตของการอธิบายที่จำกัด ยกตัวอย่างตัวหมายถึงเกี่ยวกับเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เช่น สีสันของเสื้อ รูปแบบของกางเกง ลักษณะของสร้อยคอ รวมทั้งการสวมใส่ ฯลฯ ในที่นี้ตัวหมายแต่ละตัวอาจสื่อความหมายให้เป็นที่เข้าใจยาก ในทางตรงข้ามหากนำมารวมกันอย่างมีระบบกฎเกณฑ์ที่แน่นอนก็จะเป็นที่เข้าใจได้โดยง่าย เช่นในที่นี้หมายถึงชุดการแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวเขากลุ่มหนึ่ง เป็นต้น การนำตัวหมายต่างๆ เหล่านี้มาผสมผสานกันในเชิงภาษาศาสตร์มีความสอดคล้องกับหลักไวยากรณ์ทางภาษา ซึ่งรูปแบบของภาษาที่สามารถสื่อสารเป็นที่เข้าใจร่วมกันได้ต้องประกอบไปด้วยรหัสหรือหน่วยเล็กๆ ทางภาษา หน่วยหรือรหัสทางภาษานี้จะทำหน้าที่ในการสร้างขอบเขตความหมายให้เป็นที่เข้าใจกันได้ในสังคมหนึ่งๆ แนวคิดดังกล่าวมีความสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2541ก: 96) ที่ได้แสดงความคิดเห็นไว้ในประเด็นนี้น่าสนใจ ซึ่งในที่นี้สรุปความได้ว่า ในทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารเราจะพบองค์ประกอบหรือหน่วยย่อยๆ ทางภาษาเสมอๆ หน่วยหรือองค์ประกอบย่อยนี้จะช่วยทำให้ความหมายมีความชัดเจนและสมบูรณ์ขึ้น เช่น ภาษาไทยหน่วยที่เล็กที่สุดก็คือ ตัวอักษรและถ้านำตัวอักษรหลายๆ ตัวมาจัดเรียงตามหลักไวยากรณ์แล้วก็เป็นคำ ประโยค และย่อหน้าตามลำดับ ซึ่งทำให้สามารถสื่อสารเป็นที่เข้าใจร่วมกันได้

ฉะนั้นในมิติของการสื่อสารจะต้องอาศัยหน่วยทางภาษาต่างๆ เหล่านี้มาทำหน้าที่ในการสื่อความหมายให้เป็นที่เข้าใจกันร่วมกัน ในแวดวงเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนเรามักจะเห็นการผสมผสานสัญลักษณ์ต่างๆ เข้าด้วยกันเสมอ เช่น ในกรณี การรายงานข่าวทางโทรทัศน์จะประกอบไปด้วยผู้ทำหน้าที่ต่างๆ เช่น ผู้สื่อข่าว ช่างภาพ คนตัดต่อ ซึ่งทั้งหมดล้วนแล้วแต่เป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในการผลิตเนื้อหาแทบทั้งสิ้น ทั้งนี้เนื่องจาก เช่น ช่างภาพก็จะมีรหัสความหมายชุดหนึ่ง อาทิ การใช้มุมกล้อง ขนาดภาพ การเคลื่อนไหวกล้องในลักษณะต่างๆ เป็นสัญลักษณ์เพื่อสร้างความหมาย เช่นเดียวกับผู้ตัดต่อที่ใช้เทคนิคเกี่ยวกับการลำดับภาพเป็นเครื่องมือในการสร้างการรับรู้ เป็นต้น

ประเด็นที่สี่ ความหมายที่ปรากฏให้เห็นในตุ๊กตาชาวเขา เมื่อวิเคราะห์ดูโดยรวมแล้วพบว่า ความหมายที่ถูกสร้างขึ้นเหล่านั้นมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ เช่น ในกรณีแนวคิดเรื่องความเป็นผู้หญิงที่การท่องเที่ยวมักใช้ความเป็นเพศหญิงเป็นจุดขายเพื่อดึงดูดให้คนเดินทางมาท่องเที่ยว อย่างในกรณีแหล่งท่องเที่ยวในยามกลางคืนจะมีผู้หญิงหรือเด็กสาวๆ คอยทำหน้าที่ให้บริการแขกและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาหาความสำราญ หรืออย่างแนวคิดเรื่องของการใช้ธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ไม่เปลี่ยนแปลงเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวเพื่อ

เชิญชวนให้คนเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งในที่นี้ดังปรากฏให้เห็นจากเครื่องมือลำสัตว์ กล้องยาสูบ ซึ่งทั้งสองเป็นมโนทัศน์ที่สะท้อนภาพของความเป็นดั้งเดิมหรืออดีตที่ไม่เปลี่ยนแปลง

อภิปรายผลการวิจัย

(Implication)

จากการศึกษาสัญญาณในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขา ผลของการศึกษาได้ก่อให้เกิดข้อค้นพบหลายประการ ข้อค้นพบที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ แบบแผนการสื่อความหมายที่ปรากฏในสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาซึ่งช่วยทำให้เกิดความเข้าใจความหมายที่มีความซับซ้อนและลึกซึ้งได้ ขณะเดียวกันกระบวนการในการทำความเข้าใจความหมายของสินค้าชาวเขาก็นำไปสู่การเลือกใช้แบบแผนหรือวิธีการสื่อความหมายที่สอดคล้องเหมาะสมกับเนื้อหาที่จะสื่อได้ ทั้งนี้ก็เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากที่สุด อนึ่งแบบแผนการสื่อความหมายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสื่อสารทุกประเภท อย่างในกรณีการศึกษานี้ได้แสดงให้เห็นว่า ในสินค้าท่องเที่ยวมีแบบแผนการสื่อสารปรากฏให้เห็นเช่นเดียวกับหลักการสื่อสารในมิติอื่น ซึ่งนั่นย่อมแสดงให้เห็นว่าทุกๆ สิ่งที่สามารถสื่อสารได้เป็นระบบของสัญญาณอย่างหนึ่ง

สำหรับแบบแผนการสื่อความหมายของสินค้าท่องเที่ยวประกอบไปด้วยระบบของสัญญาณต่างๆ มองในมิติของการสื่อสารสัญญาณต่างๆ ที่แฝงอยู่ในตัวสินค้ามีหลายกรณีที่สื่อหรือให้ความหมายสอดคล้องกับความหมายทางสังคม ขณะเดียวกันก็มีลักษณะที่ย้อนศรหรือขัดแย้งกับการรับรู้ของคนในสังคมส่วนใหญ่ อนึ่งปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหมดย่อมสะท้อนให้เห็นว่าการผสมผสานสัญญาณต่างๆ ในกระบวนการผลิตความหมายให้กับสินค้าไม่ได้ดำเนินอยู่ภายใต้ข้อเท็จจริงทางสังคม ซึ่งนั่นก็หมายความว่าอะไรที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมการท่องเที่ยวถูกใช้เป็นจุดขายหมด ทั้งนี้โดยไม่ได้ให้ความสนใจกับข้อเท็จจริงหรือความถูกต้องมากนัก จากแนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นชัดเจนว่าการผลิตสินค้าการท่องเที่ยวภายใต้กระบวนการผลิตในสังคมสมัยใหม่ที่ผู้ผลิตมักจะสร้างหรือนิยามความหมายขึ้นมาใหม่ ซึ่งบางกรณีอาจจะบิดเบือนไปจากสภาพความเป็นจริงบ้าง ดังจะเห็นได้จากตุ๊กตาชาวเขาตัวเดียวว่ามีการใช้ตัวหมายต่างๆ เป็นองค์ประกอบมากมาย ซึ่งดูแล้วไม่น่าเป็นไปได้หรือห่างไกลจากความจริงมาก เช่น ในกรณีมือถือสวิงจับปลา ที่หลังสะพานกระบุงใส่ของ ส่วนมืออีกข้างหนึ่งถือเครื่องดนตรี ในขณะที่ตัวเองสวมใส่สร้อยชนิดต่างๆ ไว้ที่คอมากมาย

การสร้างภาพตัวแทนเชิงสัญญาณดังกล่าวหลายกรณีจึงมีความขัดแย้งหรือไม่ใช่ข้อเท็จจริงทางสังคมอย่างที่คนส่วนใหญ่รับรู้ ลักษณะการบันทึกหรือถ่ายทอดความหมายทางสังคม

โดยใช้ระบบสัญลักษณ์เป็นกลไกในการสร้างการรับรู้ให้คนได้ประจักษ์นี้มีความสอดคล้องอย่างมากกับหลักการใช้เทคโนโลยีทางด้านสื่อสารมวลชนมาใช้ผลิตความหมายให้กับตัวสินค้า ทั้งนี้ กาญจนา แก้วเทพ (2541: 328), วสันต์ ปัญญาแก้ว (2541: 87) และเนตรดาว แพทย์กุล (2543: 242) ซึ่งทั้งหมดได้กล่าวไว้ในประเด็นนี้ในทิศทางเดียวกัน สรุปความได้ว่า การสร้างความหมายด้วยวิธีสัญลักษณ์ เป็นการสร้างมายาคติ (myth) ให้กับตัวสินค้าอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะในสังคมสมัยใหม่ ที่ตัวสินค้าได้ถูกสร้างให้เป็นผู้ถ่ายทอดความหมายหรืออุดมการณ์บางอย่างเพื่อมุ่งหวังผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ

ข้อค้นพบจากผลการวิจัยที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งก็คือ องค์ประกอบของความหมายที่แสดงให้เห็นผ่านรูปสัญลักษณ์ในแนวคิดต่างๆ บางมโนทัศน์สะท้อนให้เห็นลักษณะภาพแบบเหมารวม (stereotype) เกี่ยวกับชาวเขา ดังเช่นในกรณีสัญลักษณ์ที่สะท้อนภาพของความเป็นชนเผ่า ความเป็นพื้นบ้าน ตลอดจนความมีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม รวมทั้งการใกล้ชิดและผูกพันกับธรรมชาติ เป็นต้น

สำหรับข้อค้นพบในมิติของการสื่อสาร ผลจากการวิจัยพบว่า สินค้าท่องเที่ยวมีการใช้ตัวหมายสื่อความหมายใน 3 ลักษณะ คือ 1) ใช้ตัวหมายตัวเดียวสื่อความหมาย เช่น กล้องยาสูบ แสดงถึงความดั้งเดิม 2) ใช้ตัวหมายหลายตัวรวมกันสื่อความหมาย เช่น ใช้เครื่องบิน เครื่องแต่งกาย บางชนิด แสดงความเป็นชนเผ่า และ 3) ใช้ตัวหมายสื่อความหมายโดยเชื่อมโยงสัมพันธ์กันเป็นชั้นๆ จึงจะสามารถสื่อหรือเข้าใจความหมายได้ เช่น สวิงจับปลา ความหมายคือ เครื่องมือจับสัตว์ ในชั้นต่อไป เครื่องมือล่าสัตว์เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงให้เห็นถึงแหล่งน้ำ (ปลาอาศัยอยู่ในแหล่งน้ำ) และแหล่งน้ำเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ ความหมายในลักษณะนี้ค่อนข้างจะมีความซับซ้อน ทางหนึ่งที่จะช่วยได้ก็คือ การนำเอาบริบททางสังคมที่ตัวพินนั้นๆ ดำรงอยู่มาช่วยในการถอดรหัสความหมาย

จากแนวคิดที่กล่าวมาทั้งหมดจึงกล่าวได้ว่า กระบวนการสร้างความหมายทางสังคมโดยใช้สัญลักษณ์เข้ามาเป็นกลไกในการสื่อความหมายไม่ได้ถูกจำกัดแต่เฉพาะในแวดวงสื่อสารมวลชนเพียงเท่านั้น หากแต่ยังได้ขยายขยายออกไปสู่สินค้าตลอดจนสิ่งของต่างๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะ

(Recommendations)

ข้อเสนอแนะจากผลของการวิจัย

การทำวิจัยเรื่องนี้ เป็นการทำวิจัยในมิติของการสื่อสาร โดยใช้ทฤษฎีสัญญาวิทยา และแนวคิดโครงสร้างนิยมมาเป็นกรอบในการศึกษา จากผลการวิจัยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ประเด็นแรก จากแบบแผนการสื่อความหมายของสินค้าท่องเที่ยวชาวเขาที่ปรากฏ แสดงให้เห็นว่า หลักการวิเคราะห์สัญญาทั้งหมดไม่สามารถใช้ได้กับตัวบทที่เป็นตุ๊กตาชาวเขาได้ เนื่องจากธรรมชาติของตัวสื่อมีความแตกต่างกัน อย่างในกรณีหลักการวิเคราะห์สัญญาแบบการลำดับขั้นหรือช่วงระยะเวลาของเหตุการณ์ไม่ปรากฏพบเห็นในตุ๊กตาชาวเขา อนึ่งหลักการวิเคราะห์ประเภทนี้มักจะเน้นไปที่การปรากฏตัวของสัญญา ซึ่งพบมากในการเล่าเรื่อง ทั้งนี้เนื่องจากโครงเรื่องของการเล่าเรื่องจะมีการลำดับก่อนหลังที่ชัดเจน เช่น ในสื่อโทรทัศน์ และภาพยนตร์หากมีการสลับหรือเปลี่ยนตำแหน่งของภาพความหมายก็จะเปลี่ยนไป ฉะนั้นในการวิเคราะห์สัญญาจากสื่อประเภทต่างๆ ต้องพิจารณาโครงสร้างและธรรมชาติของสื่ออื่นๆ ด้วยว่ามีความสอดคล้องและเหมาะสมกับหลักทฤษฎีมากน้อยเพียงใด

ประเด็นที่สอง การทำความเข้าใจกับระบบความหมายที่มีความซับซ้อนและลึกซึ้ง โดยใช้แนวคิดทฤษฎีสัญญาวิทยา และโครงสร้างนิยมมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัยจะช่วยให้เกิดความเข้าใจถึงการสื่อสารในมิติอื่นๆ ได้อย่างหลากหลายยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ที่ปฏิบัติงานด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะในแวดวงสื่อสารมวลชนจำต้องเรียนรู้ตลอดจนทำความเข้าใจกับหลักของสัญญาวิทยา ทั้งนี้เพื่อที่จะทำความเข้าใจกับความเป็นไปของสังคมโลกที่มีความสลับซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการทำวิจัยโดยอาศัยทฤษฎีสัญญาวิทยา และแนวคิดเชิงโครงสร้างนิยมมาเป็นกรอบในการศึกษา ทั้งนี้อาจจะมีการขยายขอบเขตการทำวิจัย

ไปยังสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น ละคร ภาพยนตร์ โทรทัศน์ ตลอดจนสื่อพื้นบ้านและนาฏกรรมต่าง ๆ เช่น ลิเก โขน ลำตัด และหนังตะลุง เป็นต้น

2. ในบางกรณีอาจจะมีการเพิ่มขอบเขตของวิธีการศึกษา (methodology) เพื่อให้ผลการวิจัยมีความลุ่มลึก และมีอำนาจในการอธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ทั้งนี้โดยนำเอาแนวคิดและทฤษฎีทางสังคมอื่น ๆ มาประยุกต์ใช้ เช่น นำเอาแนวคิดเกี่ยวกับชาติพันธุ์วรรณา (ethnography) มาช่วยในการศึกษา

3. นำทฤษฎีสัญญาวิทยา มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมของคน องค์กรรมถึงผลงานศิลปะแขนงต่างๆ ตลอดจนประติมากรรมหรือผลิตทางสังคมอื่นๆ ที่มนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. 2535. **ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชน**. กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2541 ก. **การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2541 ข. **สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2541 ค. **การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (critical theory) แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การพิมพ์.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2537. 36 ปี **การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ดอกเบญจ.
- _____. 2542. **รายงานประจำปี 2541**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. 2543. **รายงานประจำปี 2542**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กุลลธิณี มุทธากลิน. 2539. **การวิเคราะห์การบริโภคแนวพุทธปรัชญา**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขจรเกียรติ มะกรหัต. 2539. **การสื่อความหมายเรื่องเพศจากการแสดงตลกผ่านสื่อวีดิทัศน์**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ขจิตถัย บุรุษพัฒน์. 2538. **ชาวเขา**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แพรวพิทยา.
- จตุรงค์ ดวงมณี. 2539. **การวิเคราะห์กระบวนการสื่อความหมายในมิวสิกวิดีโอเพลงไทยสากลของบริษัทแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเม้นท์**. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จักรพงษ์ คำบุญเรือง. 2544. “ความงามหลังขุนเขา สวนดอกไม้และพิพิธภัณฑ์บ้านม้ง.” **เชียงใหม่นิวส์**. 7 กุมภาพันธ์ 2544: 5.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2542. **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์ และ ไชยันต์ รัชชกุล. 2541. “Ethnography : ว่าด้วยการศึกษา/การเขียนถึงเรื่องราวของ คนอื่น.” **สังคมศาสตร์**. 11 (กรกฎาคม-ธันวาคม): 54-75.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. 2537. **การวางแผนการพัฒนากการท่องเที่ยว**. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. 2540. **วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่งจำกัด.
- ชาญวิทย์ นาคะสุพรรณ. 2543. “บุคคลสำคัญ.” **มัลลเทศก์สาร**. 9 (กรกฎาคม): 8.
- ชูศักดิ์ วิทยากัณ(บรรณาธิการ). 2541. “บทนำ.” **สังคมศาสตร์**. 11 (กรกฎาคม-ธันวาคม): 2-24.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. 2542. **วาทกรรมการพัฒนา : อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกสิทธิ์ และความเป็นอื่น**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิภาษา.
- เชียงใหม่นิวส์. 2537. เชียงใหม่: 30 พฤศจิกายน 2537. น. 1.
- เดลินิวส์. 2543. กรุงเทพฯ: 29 ธันวาคม 2543. น. 3.
- ดุษฎี ชุมสาย,ม.ล. 2518. **หลักการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แพรวพิทยา.
- ทวิช จตุรพฤกษ์และคณะ. 2540. **จากยอดดอยสู่สตั้ม การปรับตัวของชาวเขาในเมืองเชียงใหม่**. เชียงใหม่: โรงพิมพ์นันทกานต์.
- ไทยรัฐ. 2542. กรุงเทพฯ: 3 พฤษภาคม 2542. น. 11.
- ไทยรัฐ. 2543. กรุงเทพฯ: 27 พฤศจิกายน 2542. น. 5.
- ไทยรัฐ. 2544. กรุงเทพฯ: 26 เมษายน 2544. น. 7.
- ธีรนาถ กาญจนอักษร. 2542. **หญิงชายกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคม**. กรุงเทพฯ: บริษัทเอคิสันเพรสจำกัด.
- นงศ์นาค ห่านวิลัย. 2542. “รายงาน:การท่องเที่ยว.” **กรุงเทพธุรกิจ**. (4 มิถุนายน 2542): 6.
- นิคม จารุมณี. 2536. **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. 2538. “วัฒนธรรมชุมชนกับการท่องเที่ยว.” ใน **เวทีผู้ถูกท่องเที่ยว**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. น. 1-35.
- นวล สารสอน. 2543. “ในอนาคตอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเอเชียและแปซิฟิก.” ใน **มัลลเทศก์สาร**. 9 (กรกฎาคม): 9.
- เนตรดาว แพทย์กุล. 2543. “การสร้างอุดมการณ์สิ่งแวดล้อมนิยมในโฆษณา.” **สังคมศาสตร์**. 12, 2: 241-267.
- บัณฑิตวิทยาลัย. 2541. **คู่มือการเขียนวิทยานิพนธ์** สายสังคมศาสตร์. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประชาชาติธุรกิจ. 2544. กรุงเทพฯ: 21-23 พฤษภาคม 2544. น. 22.

- ประยงค์ ดอกคำไฮ และอัญญา รักยุติธรรม. 2541. “อคติทางชาติพันธุ์ มายาภาพของการทำลายป่า.” ใน **มาตรการอำพราง บนเส้นทางกรอนุรักษ์ ชะตากรรมของชุมชนท้องถิ่นและผืนป่าในการอนุรักษ์**. เชียงใหม่: มูลนิธิพัฒนาภาคเหนือ. น. 41-65.
- ประสิทธิ์ ลีปรีชา. 2538. “ท้าวป่า:นโยบายรัฐที่ต้องทบทวน.” ใน **เวทีผู้ถูกข่มขู่**. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. น. 103-151.
- _____. 2541. “กลุ่มชาติพันธุ์ม้งกับปัญหาเสียดิน.” **สังคมศาสตร์**. 11 (กรกฎาคม-ธันวาคม): 136-165.
- ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี. 2539. **ภูมิปัญญานิเวศวิทยาชนพื้นเมือง ศึกษากรณีชุมชนกะเหรี่ยงในป่าทุ่งใหญ่นเรศวร**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โลกดูสภาพ.
- _____. 2541. “วาทกรรมว่าด้วยชาวเขา.” **สังคมศาสตร์**. 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2541): 92-135.
- พลอยศรี โปราณนันท. 2537. “ผลกระทบการท่องเที่ยวต่อชนกลุ่มน้อยในเชียงใหม่: กรณีหมู่บ้าน มังคดอยปุย.” ใน **เชียงใหม่ในกระแสความเปลี่ยนแปลง**. เชียงใหม่: โรงพิมพ์มิ่งเมือง. น. 83-96.
- เลอสม สถาปิตานนท์. 2540. **การออกแบบเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วสันต์ ปัญญาแก้ว. 2541. “Ethnography: ว่าด้วยภาพบางส่วนของแนวโน้มการศึกษาทางชาติพันธุ์วรรณา ปลายศตวรรษที่ 20.” **สังคมศาสตร์**. 11 (กรกฎาคม-ธันวาคม): 76-90.
- วิชัย เทียนน้อย. 2528. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- วิสิทธิ์สน์, โครกกา. 2540. “บทนำ.” ใน **วิถีไทย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- วิระดา สมสวัสดิ์. 2523. **ผู้หญิงกับความเป็นจริงทางสังคม**. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- _____. 2543. “สตรีนิยม สตรีศึกษากับกฎหมาย.” ใน **วิถีสังคมไทย สรรนิพนธ์ทางวิชาการเนื่องในวาระหนึ่งศตวรรษ ปรีดี พนมยงค์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มูลนิธิเด็ก. น. 470-492.
- สมหมาย ชินนาค. 2541. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับปัญหาและผลกระทบต่อชุมชนด้านการผลิตข้าวอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ผ่านพิธีกรรมความเชื่อ กรณีศึกษา : พิธีกรรม - ความเชื่อเรื่องผีปะกำของชาวไทย-กวย (ส่วย) เลี้ยงช้าง จังหวัดสุรินทร์**. เชียงใหม่: โรงพิมพ์มิ่งเมือง.

สามารถ ศรีจันทน์. 2544. **ชุมชนการปฏิบัติกับการพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นและการศึกษานอก**

ระบบ. เชียงใหม่: ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์,

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (อัคราณา)

สุภาพร มากแจ้ง. 2534. **หลักภูมิคุ้มกัน.** พิมพ์ครั้งที่ 2. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร.

สุภาพร โพธิ์แก้ว. 2541. “สื่อเพชฌัญญู การกลายพันธุ์ของคาราโอเกะ.” ใน **จับจ้องมองสื่อ.**

กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. น. 284-287.

เสรี วังสไพจิตร. 2534. **จุดหักเหของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ชนวนให้เกิดขบวนการนิเวศ**

วิทยาทางการเมือง. เอกสารวิจัยส่วนบุคคลในลักษณะวิชาสังคมจิตวิทยาหลักสูตรการ

ป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมกับเอกชนรุ่นที่ 3, ปีการศึกษา 2533-2534.

อริยา เอี่ยมชื่น. 2536. **การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาทางนโยบายทางสื่อโทรทัศน์ พ.ศ. 2533 -**

2534. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อวยพร พานิช และคณะ. 2543. **ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร.** กรุงเทพฯ:

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัจฉรา รักยุติธรรม. 2541. “จอมทอง เมื่อชาวเขาเป็นผู้ถูกกล่าวหา.” ใน **มาตรการอำพราง บน**

เส้นทางการอนุรักษ์ ธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่นและผืนป่าในกระแสการอนุรักษ์.

เชียงใหม่: มูลนิธิพัฒนาภาคเหนือ. น. 88-117.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. 2541. “สื่อมวลชนกับการเป็นเวทีกลางของการต่อสู้ทางการเมืองและ

วัฒนธรรม.” ใน **วิกฤตสื่อมวลชน.** กรุงเทพฯ: โครงการวิทยุทัศน์. น. 192-214.

_____. 2542. **ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมือง และ**

ผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Mayo, Peter. 1998. “Rost of the North.” *Sawasdee*. 27 (March): 58-59.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

ภาพถ่ายตู้กดน้ำชาแยกตามฝา

ตุ๊กตากะเหรี่ยง



ตุ๊กตามัง



ตุ๊กตาเมียน



ตุ๊กตาอาข่า



ตุ๊กตาสีชู



ตุ๊กตาลำหู่



ภาคผนวก ข.

แบบวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกี่ยวกับเครื่องแต่งกาย

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง	วิธีการสื่อความหมาย
เสื้อ	เครื่องนุ่งห่ม	ความหมายโดยอรรถ
กางเกง	เครื่องนุ่งห่ม	ความหมายโดยอรรถ
ผ้าถุง	เครื่องนุ่งห่ม	ความหมายโดยอรรถ
กระโปรง	เครื่องนุ่งห่ม	ความหมายโดยอรรถ
หมวก	เครื่องนุ่งห่ม	ความหมายโดยอรรถ
สนับแข้ง	เครื่องนุ่งห่ม	ความหมายโดยอรรถ
กระโปรง	ของผู้หญิง	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
สีสนับแข้ง	ความเป็นพื้นบ้าน	ความหมายโดยนัย
การสวมหมวก ที่มีเครื่องประดับ	ความเป็นชนเผ่า	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกี่ยวกับเครื่องประดับ

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง	วิธีการสื่อความหมาย
สร้อยคอ	ของใช้ตกแต่งร่างกาย	ความหมายโดยอรรถ
ห่วงคอ	ของใช้ตกแต่งร่างกาย	ความหมายโดยอรรถ
กำไลข้อมือ	ของใช้ตกแต่งร่างกาย	ความหมายโดยอรรถ
กระดุมเงิน	ของใช้ตกแต่งร่างกาย	ความหมายโดยอรรถ
ลูกปัด	ของใช้ตกแต่งร่างกาย	ความหมายโดยอรรถ
เครื่องเงิน การสวมใส่เป็นพวงๆ	ความเป็นชนเผ่า	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกี่ยวกับเครื่องมือเครื่องใช้

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง	วิธีการสื่อความหมาย
ตะกร้า	ภาชนะใส่ของ	ความหมายโดยอรรถ
กระจาด	ภาชนะใส่ของ	ความหมายโดยอรรถ
กระบุง	ภาชนะใส่ของ	ความหมายโดยอรรถ
กล่องไม้ไผ่	ภาชนะใส่ของ	ความหมายโดยอรรถ
สวิงจับปลา	เครื่องมือล่าสัตว์	ความหมายโดยอรรถ
หน้าไม้	เครื่องมือล่าสัตว์	ความหมายโดยอรรถ
กระบุง	เครื่องมือล่าสัตว์	ความหมายโดยอรรถ
ตะกร้า	บทบาทการเป็นแม่บ้าน	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
กระจาด	บทบาทการเป็นแม่บ้าน	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
กระบุง	บทบาทการเป็นแม่บ้าน	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
สวิงจับปลา	บทบาทผู้หาอาหาร	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
หน้าไม้	บทบาทผู้หาอาหาร	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
กระบุง	บทบาทผู้หาอาหาร	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
สวิงจับปลา	ชีวิตผูกพันกับธรรมชาติ	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
หน้าไม้	ชีวิตผูกพันกับธรรมชาติ	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
กระบุง	ชีวิตผูกพันกับธรรมชาติ	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
กล่องไม้ไผ่	ชีวิตผูกพันกับธรรมชาติ	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
การแบก/ถือภาชนะ และเครื่องมือ	การแบกรับภาระครอบครัว	เปรียบเทียบแบบอุปมาอุปไมย

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกี่ยวกับกล้องยาสูบ

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง	วิธีการสื่อความหมาย
กล้องยาสูบ	อุปกรณ์สูบบุหรี่	ความหมายโดยอรรถ
กล้องยาสูบ	ความดั้งเดิม	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกี่ยวกับเครื่องดนตรี

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง	วิธีการสื่อความหมาย
ซอ	ความบันเทิง	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
ซึง	ความบันเทิง	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
แคนน้ำเต้า	ความบันเทิง	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
วัสดุทำจากไม้	ความเป็นพื้นบ้าน	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
ดูไม่ประณีต	ความเป็นพื้นบ้าน	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่
มีหนังสือวัดค้อย	ความเป็นพื้นบ้าน	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงเกี่ยวกับการสะพายเด็กไว้ทางด้านหลัง

ตัวหมาย	ตัวหมายถึง	วิธีการสื่อความหมาย
การสะพายเด็ก	การแบกรับภาระเลี้ยงดูเด็ก	เปรียบเทียบอุปมาอุปมัย
การสะพายเด็ก	ความใกล้ชิดระหว่างแม่ลูก	ส่วนย่อยแทนความหมายส่วนใหญ่

ภาคผนวก ค.
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล : นายพงศ์กฤษฎ์ พลเลิศ

วัน เดือน ปีเกิด : 12 มกราคม พ.ศ. 2513

ภูมิลำเนา : จังหวัดสุพรรณบุรี

ประวัติการศึกษา :

- พ.ศ. 2534 สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
สาขาวิชาการถ่ายภาพและภาพยนตร์ จากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ

- พ.ศ. 2540 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีนิติศาสตรบัณฑิต
จากสถาบันราชภัฏเชียงใหม่

- พ.ศ. 2544 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์
คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ประวัติการทำงาน : - พ.ศ. 2534 – ปัจจุบัน รับราชการตำแหน่งช่างภาพ 5 ที่สถาบันวิจัยชาวเขา
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่