

จินตภาพทางศิลปวัฒนธรรม
ของกรุงเทพมหานครที่น่าเสนอผ่านสื่อ



นายวีรวัฒน์ อัมพันธ์สุข

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

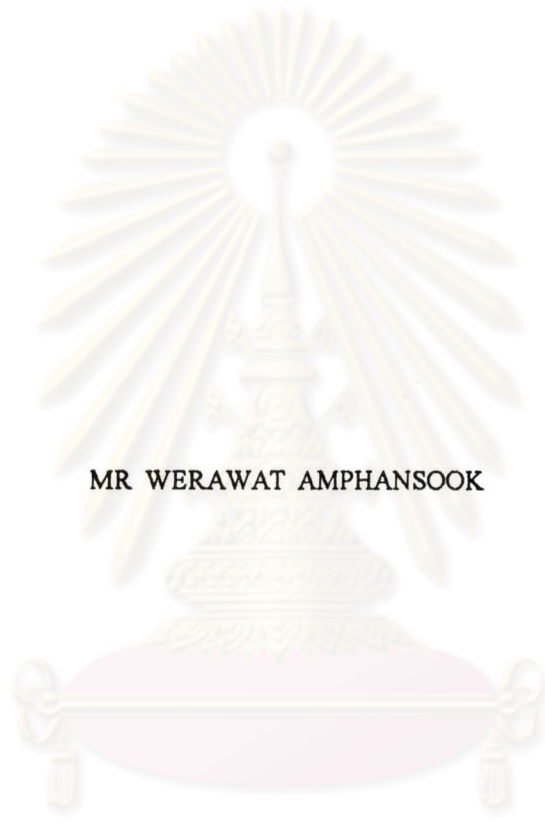
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2538

ISBN 974-631-317-7

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CULTURAL IMAGE OF BANGKOK
PRESENTED THROUGH MASS MEDIA



MR. WERAWAT AMPHANSOOK

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts
Department of Mass Communication
Graduate School
Chulalongkorn University
1995
ISBN 974-631-317-7

หัวข้อวิทยานิพนธ์ จินตภาพทางศิลปวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานครที่นำเสนอผ่านสื่อ
โดย นายวีรวัฒน์ อ่ำพันธุ์สุข
ภาควิชา การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

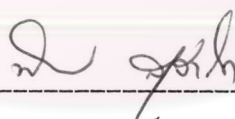




คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

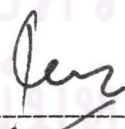
(รองศาสตราจารย์ ดร. สันติ ฤงสูรธรณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



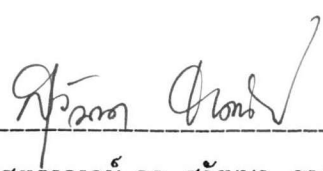
ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. นันทวัน สุชาโต)



อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้วเทพ)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุธัฒนา ชาติานิติ)

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว



วีรวัฒน์ อัมพันสุข : จินตภาพทางศิลปะวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานครที่นำเสนอผ่านสื่อ
(CULTURAL IMAGE OF BANGKOK PRESENTED THROUGH MASS MEDIA) ๑, ที่ปรึกษา:
ผศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ, 249 หน้า, ISBN 974-631-317-7

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวกับลักษณะภาพรวมของจินตภาพทางศิลปะวัฒนธรรมของกรุงเทพมหานคร จากมุมมองทางการสื่อสารมวลชน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการประยุกต์ใช้ความหมายของจินตภาพดังกล่าว เพื่อจุดประสงค์ต่างๆ กัน ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อขนาดเล็กซึ่งได้สุ่มเลือกมาศึกษาเป็นจำนวนทั้งสิ้น 120 ตัวอย่าง โดยเน้นเฉพาะภาพสถาปัตยกรรมสำคัญของเมืองกรุงเทพฯ จำนวน 3 แห่ง ได้แก่ 1. วัดพระศรีรัตนศาสดารามและพระบรมมหาราชวัง 2. โบสถ์วัดเบญจมบพิตร 3. พระปรางค์วัดอรุณา ภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีและวิธีการวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์วิทยา โดยประกอบด้วยเกณฑ์การพิจารณา คือ (ก) คุณค่าทางศิลปะ (ข) ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ และ (ค) ความเป็นภูมิสัญลักษณ์

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ภาพรวมของจินตภาพทางศิลปะวัฒนธรรมของกรุงเทพฯ ได้รับการนำเสนอโดยคงลักษณะความเป็น "ภาพนิ่งอันสวยงาม" ที่ไม่ได้ปรับเปลี่ยนไปตามสภาพความเป็นจริงของกาลเวลา โดยอาศัยการผลิตซ้ำด้วยเทคโนโลยีการผลิตอันทันสมัย การใช้มุมมอง และการจัดฉาก ทั้งนี้ เพื่อให้ดึงดูดใจ และกระตุ้นเร้าจินตนาการของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ดังที่ปรากฏอยู่ในสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ สำหรับในสื่อขนาดเล็ก ภาพสถาปัตยกรรมดังกล่าวนอกจากจะเป็นตัวแทนทางศิลปะวัฒนธรรมแล้ว ยังเป็นส่วนบ่งบอกถึงประโยชน์ใช้สอยและมูลค่าแลกเปลี่ยนอีกด้วย

นอกจากนั้นยังพบอีกว่า ความหมายดั้งเดิมของจินตภาพความเป็นศาสนสถานของสถาปัตยกรรมทั้ง 3 แห่ง ได้ถูกทำให้แปรเปลี่ยนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดดึงดูดใจด้านความสวยงาม กลายเป็นสินค้าเพื่อการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจของสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การสื่อความหมายที่ปรากฏในสื่อขนาดเล็กของรัฐ เช่น เทรย์อนุสาวรีย์ อนุสรณ์ และแสดมภ์ ยังคงดำรงเอกลักษณ์ในการสะท้อนถึงอุดมการณ์ร่วมศูนย์ของวัฒนธรรมหลวงอยู่ต่อไป

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา.....วารสารสื่อสารมวลชน.....
สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน.....
ปีการศึกษา 2537.....

ลายมือชื่อนิสิต.....วิวัฒน์ อัมพันสุข.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

C650345 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: IMAGE / ART & CULTURE / BANGKOK / ARCHITECTURE / MEDIA

WERAWAT AMPHANSOOK : CULTURAL IMAGE OF BANGKOK PRESENTED THROUGH MASS MEDIA. THESIS ADVISOR : ASST.PROF.KANJANA KAEWTHEP, Ph.D. 249 pp. ISBN 974-631-317-7

The purposes of this research is to gain insight into media visualization of Bangkok aesthetic and cultural images through mass communication perspectives. Emphasis is on a holistic approach within a theoretical framework of semiological analysis to interpret visual meaning of the most three significant symbolic models of the city. They are (1) the temple of the Emerald Buddha; (2) Benchamabopitra temple; and (3) Wat Arun Buddhist Prang. An analysis of 120 randomly selected media pertaining to the above (magazines, postcards, bank notes, stamps, coins, calendars, and etc.) was performed under three different criteria: (a) artistic value; (b) historical significance; and (c) landmarks.

Results show that the media portrayal of those three symbolic models is most likely a representation of consistent images over time which is quite discrepant with changes in reality. The reproduction of images to be attracted to tourists and their imagery through advanced production techniques of camera angles and scene settings are the most concern of tourism printed materials. For other media, they carry the images which are not only attributable to utilities and exchange values, but also their latent function as aesthetic and cultural representation.

It is also found that the signification of the three images as "sacred places" was influenced by tourism and has served as commodities for these media target groups. The communicative meaning represented in the nation's media such as coins, bank notes, and stamps remain in their uniqueness as a reflection of the centralized ideology of court culture.

ศูนย์วิทยพัชกร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน.....

สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน.....

ปีการศึกษา.....2537.....

ลายมือชื่อนิติ..... ภัทรณี ชำนาญ.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....


ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....



กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.กาญจนา แก้วเทพ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาช่วยให้คำแนะนำอันมีค่าและกำลังใจมาตลอดการเดินทางในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.นันทวัน สุชาโต ประธานกรรมการสอบ และ ผศ.ดร.สุวัฒนา ธาดานิติ แห่งคณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์ที่ได้ช่วยให้คำปรึกษาอันเป็นประโยชน์ในการเขียนวิทยานิพนธ์นี้

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ไม่อาจสำเร็จลุล่วงไปได้หากไม่ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดี จากแม่พี่น้องพี่ที่บ้าน เพื่อนสนิทมิตรสหายทุกคนที่คอยช่วยเหลือตลอดมา และท้ายที่สุด ขอขอบพระคุณครูบาอาจารย์และช่างไทยทั้งหลายที่ได้รังสรรค์งานศิลปสถาปัตยกรรมไว้ เป็นมรดกแก่ลูกหลาน

วีรวัฒน์ อัมพันธ์สุข

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ญ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฎ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	9
วัตถุประสงค์.....	9
ขอบเขตของการวิจัย.....	9
ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น.....	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	11
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	15
แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสารมวลชน.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความหมาย.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับจินตภาพ.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อขนาดเล็ก.....	20
แนวคิดทางศิลปะและสถาปัตยกรรม.....	24
แนวคิดเกี่ยวกับจินตภาพของเมือง.....	24
แนวคิดเกี่ยวกับความเข้าใจในศิลปะ.....	25
แนวคิดเกี่ยวกับเมืองหลวง.....	27
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
งานวิจัยเกี่ยวกับวัดและพระสงฆ์ในฐานะสถาบันทางศาสนา.....	28

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
งานวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารสัญลักษณ์ผ่านงานสถาปัตยกรรม.....	31
งานวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม.....	34
งานวิจัยเกี่ยวกับเมืองกรุงเทพฯ.....	37
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	38
แหล่งข้อมูลและประชากรศึกษา.....	38
เกณฑ์ในการวัด.....	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
การนำเสนอข้อมูล.....	45
4. จินตภาพทางศิลปวัฒนธรรมของเมืองกรุงเทพฯ.....	46
จุดร่วมและจุดต่างระหว่างงานสถาปัตยกรรมกับสื่อ.....	46
จินตภาพของเมืองในทางสถาปัตยกรรม.....	53
พัฒนาการและความหมายของสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อขนาดเล็กในสังคมไทย.....	62
การวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของสื่อ.....	72
5. วิเคราะห์ความหมายที่นำเสนอผ่านสื่อ.....	109
ความหมายของเนื้อหา.....	109
ความหมายของรูปแบบ.....	131
เปรียบเทียบการสร้างและการนำเสนอความหมายแบบประเพณีนิยมผ่านงาน สถาปัตยกรรมกับความหมายใหม่ที่นำเสนอผ่านสื่อ.....	141
6. เปรียบเทียบจินตภาพของเมืองและบทบาทของสื่อ.....	148
จินตภาพของเมืองกรุงเทพฯ : นัยสำคัญ.....	148
จินตภาพของเมืองกรุงเทพฯ.....	148

	สารบัญ (ต่อ)	ณ.
บทที่		หน้า
	จินตภาพของเมืองกรุงเทพฯ ผ่านสื่อ.....	150
	จินตภาพทางศิลปวัฒนธรรม.....	152
7.	บทสรุปและอภิปราย.....	154
	สรุปผลการวิจัย.....	154
	อภิปรายและให้ข้อเสนอแนะ.....	158
	รายการอ้างอิง.....	169
	ภาคผนวก.....	179
	ประวัติผู้เขียน.....	249



 ศูนย์วิทยพัทยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ภาพวาดลายเส้นโบราณโดยชาวตะวันตก	57
2 โบสถ์วัดเบญจมบพิตร	58
3 ภาพลายเส้นรูปพระปรางค์วัดอรุณฯ	63
4 โครงสร้างในการจัดองค์ประกอบของสื่อสิ่งพิมพ์	72
5 ตัวอย่างชิ้นงานโฆษณาทางสื่อชนิดยสารของธนาคารกรุงเทพ จำกัด	73
6 ตัวอย่างสื่อแผ่นพับที่เป็นการโน้มน้าวจิตใจและให้ข้อมูลของ ททท.	74
7 ตัวอย่างบัตรโทรศัพท์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย	75
8 ตัวอย่างกล่องฟิล์มที่มีการนำเสนอรูปวัดพระแก้ว	76
9 ตัวอย่างปฏิทินตั้งโต๊ะของธนาคารออมสิน	77
10 ตัวอย่างอัลบั้มรูปของร้านล้างอัดรูปที่มีการนำเสนอภาพวัดพระแก้ว	78
11 ภาพพระปรางค์วัดอรุณฯ ยามเย็น จากหนังสือนำเที่ยวกรุงเทพฯ	83
12 ตัวอย่างสื่อหนังสือนำเที่ยว แสดงการจัดรูปเล่มที่ใช้"ลูกเล่น"นำเสนอ	85
13 ตัวอย่างแผ่นปลิวโฆษณาโทรศัพท์เคลื่อนที่โมบิรา	87
14 ตัวอย่างแผ่นปลิวโฆษณาของร้านค้าปลอดภาษี	88
15 ตัวอย่างสื่อโปสการ์ดภาพวัดพระแก้วเวลากลางคืน	91
16 ตราสัญลักษณ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	94
17 ตราสัญลักษณ์ของบริษัทอากาศยานประกันภัย จำกัด	94
18 ตัวอย่างเหรียญษาปณ์ไทยรุ่นเก่าที่ใช้ตราครุฑและตราสัญลักษณ์	95
19 เหรียญษาปณ์ราคา 1 บาท และ 10 บาท	97
20 เหรียญที่ระลึกในวาระโอกาสพิเศษ (กีฬาซีเกมส์ พ.ศ.2528)	98
21 ธนบัตรราคาฉบับละ 100 บาท และ 500 บาท	99
22 ตัวอย่างภาพโปสการ์ดรูปวัดพระแก้ว	100
23 ตัวอย่างภาพโปสการ์ดรูปวัดเบญจมบพิตร	102
24 ตัวอย่างภาพโปสการ์ดแสดงภาพชีวิตริมน้ำและพระปรางค์วัดอรุณฯ	103
25 ตัวอย่างสื่อแสดมปีที่มิภาพตัวแบบสถาปัตยกรรมทั้ง 3 แบบ	104
26 ตัวอย่างซองจดหมายของการสื่อสารแห่งประเทศไทย	105

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
27 ตัวอย่างแผนสำหรับนักท่องเที่ยว	133
28 ตัวอย่างสื่อโปรซัวร์ของ ททท. แสดงภาพถ่ายทางอากาศของกรุงเทพฯ	136
29 ปัญหาทัศนทัศน์ที่เกิดจากการก่อสร้างอาคารสูง	137
30 ตัวอย่างหน้าปกในของหนังสือแนะนำเที่ยวภาคภาษาอังกฤษ	144
31 ตัวอย่างสื่อแผ่นพับของ ททท.	146
32 ตัวอย่างชิ้นงานโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด	147



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1 แผนภูมิวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของสื่อขนาดเล็ก	21
2 ลักษณะของการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย	45
3 กรอบการวิเคราะห์ข้อมูล	45
4 ตัวแบบเชิงกระบวนการสื่อสารเปรียบเทียบระหว่างงานสถาปัตยกรรมกับสื่อ	52
5 วิเคราะห์ความหมายของรูปแบบประเพณีนิยมของอาคาร	60
6 วิเคราะห์การเปิดรับอารยธรรมตะวันตกของรัชกาลที่ 4	66
7 วิเคราะห์ความหมายและผลกระทบของการผลิต"ภาพรัชกาลที่ 5"	67
8 วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของเหรียญกษาปณ์	96
9 วิวัฒนาการของการสื่อสารที่เกี่ยวกับภาพ	110
10 กระบวนการสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์ของบริษัทอาคารเนย์ประกันภัย	116
11 วิเคราะห์ความหมายของชื่อและสถานที่	124
12 วิเคราะห์ความหมายในตราสัญลักษณ์ของ ททท.	129
13 ความคิดรวบยอดเกี่ยวกับภาพทางศิลปะวัฒนธรรมของเมือง	155
14 ข้อเสนอเชิงโครงสร้างเพื่อการแก้ปัญหา	166
15 ข้อเสนอการปรับลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร	168

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย