

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดในเรื่องสัญลักษณ์ ภาพพจน์ สถานภาพของสินค้า และทฤษฎีวัฒนธรรมผู้บริโภค ที่ใช้เป็นกรอบงานการวิเคราะห์ และเป็นแนวทางในการวิจัยรวมทั้งเปรียบเทียบว่า ผลการวิจัยที่ได้มานั้นช่วยสนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎีหรือแนวความคิดดังกล่าวมากน้อยเพียงใด

แนวคิดเรื่อง "สัญลักษณ์" (Sign)

สัญลักษณ์วิทยา (Semiology หรือ Semiotics) นั้น O'Sullivan (1983 : 210, 214) ได้อธิบายและให้คำจำกัดความไว้ว่าเป็นการศึกษาในเรื่องของสัญลักษณ์ (Sign) รหัส (codes) และวัฒนธรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่สำคัญของสัญลักษณ์ และการที่สัญลักษณ์นั้นถูกนำมาใช้ในสังคม

สัญลักษณ์นี้มีลักษณะที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. จะต้องมึลักษณะทางกายภาพ
2. จะต้องมีความหมายถึงบางสิ่งบางอย่างนอกเหนือจากตัวของมันเอง
3. สัญลักษณ์นี้ จะต้องถูกนำมาใช้และรับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องว่าเป็นสัญลักษณ์

Ferdinand de Saussure (อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ 2531 : 183-184) อธิบายความหมายของ สัญลักษณ์ว่า เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ด้วยอายตนะ (ประสาทสัมผัสทั้ง 5) และเป็นสิ่งที่คนกลุ่มหนึ่งตกลงใช้สิ่งนั้นเป็นเครื่องหมาย (mark) ถึงอีกสิ่งหนึ่งที่ไม่ได้ปรากฏในสัญลักษณ์นั้น

Saussure แบ่งสัญลักษณ์ออกเป็น 2 ส่วนคือ ตัวหมาย (Signifier) กับตัวหมายถึง (Signified) ตัวหมาย คือ สิ่งปรากฏให้เห็นเป็นเครื่องหมาย เช่น เมื่อเราเขียนคำว่า "ม้า" โดยมุ่งที่จะให้หมายถึงตัวม้าจริงๆ ตัวอักษรคำว่า "ม้า" ถือเป็น

ตัวหมาย ส่วนตัวมาจริง ๆ เป็นตัวหมายถึง กระบวนการทั้งหมดนี้เราเรียกว่ากระบวนการสร้างความหมาย (Signification) การศึกษาในเชิงสัญวิทยาให้ความสำคัญกับการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง เพื่อดูว่าความหมายถูกสร้างขึ้นและถูกถ่ายทอดออกมาอย่างไร โดยนำเอาตัวบท (Text) มาวิเคราะห์เพื่อดูว่าตัวหมายนั้นสร้างความหมายอย่างไร ในการสื่อสารของคนเรานั้นจะมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง เกิดขึ้นตลอดเวลา การวิเคราะห์ทางสัญวิทยานั้นเราจะไม่คำนึงถึงเนื้อหาเพราะเนื้อหาไม่ได้สร้างความหมายของตัวบท แต่ความสัมพันธ์ของตัวหมายและตัวหมายถึง เป็นตัวสร้างความหมาย

Roland Barthes ศาสนุศาสตร์คนหนึ่งของ Scussure เป็นคนแรกที่คิดถึงเรื่องนี้ เขาให้แนวความคิดในการวิเคราะห์ความหมายแฝงอยู่ในการติดต่อสื่อสาร หัวใจสำคัญของทฤษฎีของ Barthes คือขั้นตอนในการแสดงความหมาย 2 ชั้น

การตีความตามความหมายตรง (Denotation)

Denotation เป็นความหมายขั้นแรกเหมือนที่ Scussure ได้ศึกษา มันอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึงในสัญณะนั้น และความสัมพันธ์ของสัญณะกับสิ่งที่กล่าวถึงในเป็นความหมายที่ชัดเจนของสัญณะ เช่น ภาพวีรูรูปถนนก็แสดงความหมายว่าเป็นถนนสายนั้น หรือคำว่า "Street" ก็แสดงความหมายว่าเป็นถนนชนบทที่มีอาคารบ้านเรือนเรียงรายอยู่สองฝาก แต่ถ้าเราใช้เทคนิคในการถ่ายภาพเข้าช่วย เช่น ใช้ฟิล์มสีถ่ายขณะมีแสงแดดอ่อน ๆ ใช้เลนส์กระจกปรับภาพทำให้ภาพนุ่มขึ้น จะทำให้มองเห็นภาพของถนนสายนี้เป็นถนนที่อบอุ่นไปด้วยความสุข ความอบอุ่น สะท้อนสังคมที่มีมนุษยธรรมเหมาะสำหรับเด็ก ๆ ที่จะวิ่งเล่นอยู่บนถนนนี้ แต่ถ้าใช้เทคนิคการถ่ายอีกรูปแบบหนึ่ง ใช้ฟิล์มขาว-ดำและกระจกเลนส์ปรับภาพทำให้ภาพดูแข็งกระด้าง จะทำให้ภาพของถนนสายนี้เป็นที่ ๆ ไม่น่าอยู่ มีแต่ความเยือกเย็น ไม่เป็นมิตร ไม่มีความอบอุ่นเมตา ไม่เหมาะสำหรับเด็ก ๆ จะวิ่งเล่น ความหมายแรกจากภาพที่แสดงว่าเป็นถนนสายหนึ่งนั้นเป็นการตีความตามความตรง แต่ความหมายที่สองที่ทำให้ความรู้สึกจากการใช้เทคนิคการถ่ายภาพทั้งสองวิธี แสดงความหมายในขั้นที่ 2 ซึ่งเรียกว่าการตีความหมายโดยนัยแฝง

การตีความหมายโดยนัยแฝง (Connotation)

Barthes อธิบายว่าความหมายในขั้นที่ 2 มีอยู่ 3 ประการ ประการแรก คือ การตีความหมายโดยนัยแฝง อธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเมื่อสัญลักษณ์กระทบกับความรู้สึกหรืออารมณ์ของผู้ใช้สารและค่านิยมทางวัฒนธรรมของเขา ความหมายในขั้นที่ 2 นี้เกิดขึ้นจากการตีความโดยอัตวิสัย และเมื่อผู้ตีความได้รับอิทธิพลจากผู้ให้สารไปพร้อมกับ ๆ กับได้รับจากวัตถุหรือสัญลักษณ์

Barthes กล่าวว่า ปัจจัยเชิงวิพากษ์ใน การตีความหมายโดยนัยแฝง คือ ตัวหมาย ในขั้นแรก ตัวหมาย ในขั้นแรกคือสัญลักษณ์ของ การตีความหมายโดยนัยแฝง ในภาพถนนสายเดียวกัน 2 ภาพ ความคิดค้นของเราเกี่ยวกับถนนสายนั้นออกมาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเทคนิคการถ่ายภาพทั้งสองนั้นเป็นตัวหมาย การที่กล้องจับภาพถนนและถ่ายออกมาให้เราเห็นบนแผ่นฟิล์มเป็นการตีความหมายโดยตรง แต่การถ่ายภาพโดยใช้เทคนิค แสงสี และอุปกรณ์พิเศษ นำความรู้สึกนึกคิดของคนนั้นเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการถ่ายทำนั้น เป็นการตีความหมายโดยนัยแฝงจากสิ่งที่มนุษย์ทำขึ้น การตีความหมายตรงจึงเป็นอะไรที่กล้องถ่าย แต่ การตีความหมายโดยนัยแฝง คือลักษณะที่ถ่ายนั้นทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดอย่างไร

เครื่องหมายของเจ้าหน้าที่ในสังคมที่มีการแบ่งชนชั้นก็สามารถแสดงสัญลักษณ์ได้ เครื่องหมายแสดงยศต่าง ๆ ยังมีมากยิ่งขึ้นแสดงว่าอยู่ในระดับสูง แต่ในสังคมที่ไม่แบ่งชนชั้น เครื่องแบบของเจ้าหน้าที่จะไม่ค่อยแตกต่างจากประชาชนทั่วไป เครื่องแบบของ Castro หรือประธานเหมาจะไม่แตกต่างไปจากประชาชนเท่าใดนัก

การตีความหมายโดยนัยแฝง เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับค่านิยมทางวัฒนธรรม แม้ว่าบ่อยครั้งที่จะแสดงให้เห็นถึงภาพพจน์ เช่น ภาพเด็กที่ถ่ายด้วยกระจกเลนส์ปรับภาพทำให้ภาพนุ่มขึ้น แสดงความรู้สึกในอดีต เป็นสัญลักษณ์ของความคลุมเครือไม่ชัดเจนแห่งความทรงจำ แต่เป็นสัญลักษณ์ของความรู้สึกด้วยเช่นกัน แต่การที่จะตีความเช่นนี้เราก็ต้องรู้จุดประสงค์ที่สำคัญของช่างภาพ ไม่ว่าจะเป็นภาพที่เกิดขึ้นเพราะชดช้ำกักของเครื่องมือ ถ้าช่างภาพทุกคนถ่ายภาพ

ออกมาโดยใช้กระจกเลนส์ปรับภาพทำให้ภาพนุ่มขึ้นหมด ภาพนั้นก็ไม่ได้แสดงการรำลึกถึงความหลังแต่อย่างใด

เนื่องจากการตีความหมายโดยนัยแฝง เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในระดับอัตวิสัยบ่อยครั้ง เราจึงไม่ได้ตระหนักถึงความหมายที่แฝงอยู่นี้ ภาพถ่ายขาว-ดำ ของถนนที่ใช้กระจกเลนส์ปรับภาพทำให้ภาพนุ่มขึ้น เป็นภาพที่ขาดมนุษยธรรม มักถูกตีความในระดับการตีความตามความหมายตรง เพราะถนนทั่วไปก็เป็นอย่างนี้ ดังนั้น การตีความหมายโดยนัยแฝงจึงมักจะถูกตีความแค่ความจริงในระดับการตีความตามความหมายตรง

วัตถุประสงค์หลักประการหนึ่ง ของการวิเคราะห์สัญลักษณ์ก็เพื่อทำให้เรามีวิธีการและกรอบที่จะไม่ให้ตีความผิด

ความเชื่อดั้งเดิม (Myth)

Barthes กล่าวว่าความหมายประการที่ 2 ที่สัญลักษณ์แสดงในขั้นที่ 2 (Second Order) คือผ่านทาง ความเชื่อดั้งเดิม ในบางครั้งความเชื่อดั้งเดิม หมายถึงความเข้าใจในทางที่ผิด แต่ Barthes คงไม่ได้หมายถึงแง่นี้ Barthes คงจะหมายถึงเรื่องเล่าที่อธิบายหรือทำให้เข้าใจธรรมชาติหรือความจริง (Reality) โดยอาศัยวัฒนธรรม เรื่องเล่าดั้งเดิมมักจะเกี่ยวกับชีวิตและความตาย คนและพระเจ้า ความดีและความชั่วร้าย เรื่องเล่าปัญญาชนมักจะเกี่ยวกับเพศชายหญิง ครอบครัว ความสำเร็จ ตำนานอังกฤษ และวิทยาศาสตร์

สำหรับ Barthes ความเชื่อดั้งเดิม คือวิธีคิดทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง เป็นความคิดรวบยอดหรือความเข้าใจในสิ่งนั้น Barthes คิดถึง ความเชื่อดั้งเดิมเหมือนลูกโซ่ที่คล้องคอ ความคิด ดังนั้น ความเชื่อดั้งเดิมที่เป็นประเพณีดั้งเดิมเกี่ยวกับ ตำนานอังกฤษจึงรวมความคิดของความเป็นมิตร ความมั่นใจ ความมั่นคง ความไม่ก้าวร้าว

และไม่มีอาวุธ ถ้าการตีความหมายโดยนัยแฝงเป็นการแสดงความหมายในขั้นที่ 2 ของ
ตัวหมาย ความเชื่อดั้งเดิม ก็เป็นการแสดงความหมายในขั้นที่ 2 ของตัวหมายถึง

คุณลักษณะอีกประการหนึ่งของ ความเชื่อดั้งเดิม ที่ Barthes ย้ำคือ พลวัต
(Dynamism) มันเปลี่ยนแปลงและบางครั้งการเปลี่ยนแปลงก็เป็นไปอย่างรวดเร็วเพื่อสนอง
ความต้องการและค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม

การตีความหมายโดยนัยแฝง และความเชื่อดั้งเดิม เป็นช่องทางสำคัญที่สัญลักษณ์ได้
แสดงความหมายในขั้นที่ 2 ซึ่งเป็นขั้นที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์กับผู้ใช้สัญลักษณ์หรือวัฒนธรรม
อย่างมาก

สัญลักษณ์ (Symbols)

ในปี 1977 Barthes ได้กล่าวถึงทางที่ 3 ของการแสดงความหมายในลำดับ
ขั้นที่ 2 ซึ่งเขาเรียกว่า Symbolic วัตถุจะกลายเป็นสัญลักษณ์เมื่อมันแสดงถึงประเพณี
นิยมและให้ความหมายแทนสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รถ Rolls Royce เป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่ง
และในบทละครที่ชายหนึ่งถูกบังคับให้ขายรถ Rolls Royce ของเขา ก็เป็นสัญลักษณ์
ของความล้มเหลวในธุรกิจและสูญเสีย ในบทละครเรื่อง Ivan the Terrible "ทอง"
ได้ถูกใช้ เป็นสัญลักษณ์ของความร่ำรวย อำนาจ และสถานภาพ

แนวคิดของ Barthes ในเรื่อง Symbolic พัฒนาอย่างเป็นระบบน้อยกว่าแนว
คิดเรื่องการตีความหมายโดยนัยแฝง และความเชื่อดั้งเดิม

Peirce เสนอแนวคิดที่ว่า รถ Rolls Royce เป็นดัชนี (Index) ของความ
ร่ำรวย แต่เป็นสัญลักษณ์ (Symbol) ของสถานภาพทางสังคมของเจ้าของรถ ทองเป็น
ดัชนีของความร่ำรวย แต่เป็นสัญลักษณ์ของอำนาจ

การอุปมา (Metaphor)

ถ้าเราพูดว่า a ship ploughed through the waves เรากำลังใช้ metaphor เรากำลังใช้ action ของ ploughshare แทน ship's bow เรากำลังจะอธิบายถึงสิ่งที่ไม่คุ้นเคยด้วยการใช้สิ่งที่คุ้นเคยแทน (ในที่นี้ถือว่า ploughshare เป็นสิ่งที่คุ้นเคย แต่ ship's bow ไม่ใช่สิ่งที่คุ้นเคย)

คุณลักษณะหนึ่งที่เราจะต้องสังเกตคือ การอุปมาใช้กับสิ่งเหมือนและสิ่งที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถใช้แทนที่กันได้เช่น ชิงเหมือนแต่ก็แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างพอเพียงในเชิงเปรียบเทียบ

การทำให้ส่วนหนึ่งแทนส่วนทั้งหมด (Metonymy)

การอุปมา เป็นการสับเปลี่ยนคุณลักษณะของความจริง จากระดับหนึ่งไปสู่อีกระดับหนึ่ง Metonymy เป็นการปฏิบัติงานโดยการเชื่อมโยงความหมายในระดับเดียวกัน คำจำกัดความของ Metonymy คือ การทำให้ส่วนหนึ่งแทนส่วนทั้งหมด ถ้าเราพูดว่า "The crowned heads of Europe" เราใช้ Metonymy Jakobson กล่าวว่า Metonymy เป็น predominant mode ของ novel ในขณะที่การอุปมาเป็น predominant mode ของ poetry การแสดงภาพตัวแทนของความจริงแทนที่ส่วนทั้งหมด เช่น ภาพถนนไม่ได้แทนถนนสายนั้นเท่านั้น แต่ยังเป็น Metonymy ของชีวิตในเมืองนั้นด้วย

การเลือก Metonymy เป็นสิ่งสำคัญอย่างเห็นได้ชัด เพราะจาก Metonymy นั้น เราได้สร้างความจริงที่เหลือซึ่งเราไม่รู้จัก เวลาเรารู้ข่าวโทรทัศน์ เขาไม่ได้แสดงเหตุการณ์ของความจริงทั้งหมด เขาฉายให้เราดูบางส่วน แต่เราสร้างภาพพจน์ส่วนที่เหลือเอง

Metonymy เป็นพาหะที่ทรงพลังของ reality เพราะมันทำงานอย่างเป็นเครื่องบ่งชี้ มันเป็นตัวแทนของส่วนทั้งหมด ที่จุดที่มันต่างไปจากบรรพชนนี้ธรรมชาติ เช่น

ควันทนไฟ ก็จะต้องมีการคัดเลือกอย่างตัดสินใจเข้ามาเกี่ยวข้อง การตัดสินใจในการเลือก จะถูกซ่อนเร้นหรือเพิกเฉย และมีการสร้าง metonymy ขึ้นมาแสดงครุชนิธรรมาชาติ และแสดงให้เห็นถึงความจริงโดยไม่ต้องถาม ภาพข่าวทั้งหมดเป็น Metonymy และมีการเลือกอย่างเจาะจง ภาพข่าวจะถูกเสนอ ถ้ามันเกี่ยวข้องกับกลุ่มอิทธิพล เป็นข่าวด้านลบ เป็นข่าวปัจจุบันหรือเป็นเรื่องแปลก และอีกประการหนึ่งที่จะถูกเลือกคือ เกี่ยวกับค่านิยมทางวัฒนธรรม (Cultural values)

นอกจากนี้ยังมีแนวคิดในเรื่องสัญลักษณ์ที่มีผู้ทำการศึกษาคือ

John Fiske (1982:43) ได้กล่าวถึงวิธีการศึกษาเชิงสัญลักษณ์ว่าเป็นการศึกษาในส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

1. เป็นการศึกษาในเรื่องของสัญลักษณ์ (Sign) ซึ่งจะต้องมีลักษณะทางกายภาพ มีความหมายถึงบางสิ่งบางอย่างที่นอกเหนือจากตัวมันเอง และสัญลักษณ์จะต้องถูกนำมาใช้ และรับรู้โดยผู้ที่เกี่ยวข้องว่าเป็นสัญลักษณ์ (Sign)

Pierce ให้ความสำคัญกับสัญลักษณ์เพราะไม่มีการสื่อสารใดที่เกิดนอกระบบสัญลักษณ์ ซึ่งสัญลักษณ์ (Sign) ต่าง ๆ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ภาพลักษณ์ (Icon) หมายถึง สัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นภาพหรือเป็นวัตถุที่มองเห็นได้ชัดเจน เช่น ภาพถ่าย ภาพเหมือน แผนที่

1.2 ดัชนี (Index) หมายถึง สัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นตัวชี้ให้เห็นอีกสิ่งหนึ่ง เช่น เครื่องหมายที่แสดงยศ ตำแหน่ง จะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความมีอำนาจ

1.3 สัญลักษณ์ (Symbol) หมายถึง สัญลักษณ์ที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับสิ่งที่ เป็นกฎหรือระเบียบหรือสิ่งที่ทุกคนเห็นพ้องต้องกัน เข้าใจเหมือน ๆ กัน เช่น ภาษาตัวเลข หรือภาพในหลวงทุกคนก็เข้าใจเหมือนกันหมดว่าเป็นสิ่งที่ต้องให้ความเคารพ ยกย่อง เกิดทุน

ลักษณะสัญลักษณ์ (sign) ทั้ง 3 ชนิดนี้ ไม่ได้แยกจากกันโดยเด็ดขาด สัญลักษณ์หนึ่ง ๆ อาจประกอบด้วยรูปแบบต่าง ๆ กัน ซึ่งอาจจะเป็นทั้งภาพลักษณ์, ดัชนีและสัญลักษณ์รวมกันอยู่ก็ได้ เช่น ภาพพระสงฆ์ สามารถจะเป็นได้ทั้งภาพลักษณ์ ก็คือ ภาพเหมือนของพระจริง ๆ ขณะเดียวกันก็เป็นดัชนีคือ เป็นตัวชี้ให้เห็นถึงเป็นตัวแทนของศาสนา และก็เป็นทั้งสัญลักษณ์ด้วยในแง่ที่ทุกคนต้องให้ความเคารพ นับถือ

2. เป็นการศึกษาในเรื่องรหัส (Code) เป็นรหัสพฤติกรรม (Code/of behavior) และรหัสการให้ความหมาย (Signifying code) ซึ่งอยู่ในลักษณะของสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในสังคมและวัฒนธรรมนั้น ๆ

3. วัฒนธรรม (culture) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีสัญลักษณ์ (Sign) และรหัส (Code) เกี่ยวพันกันอยู่ในแต่ละวัฒนธรรม และจะมีความหมายเฉพาะเมื่ออยู่ในวัฒนธรรมนั้น ๆ

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531:184-185) ได้ อธิบายถึงแนวคิดเชิงสัญวิทยาว่า

โดยหลักการแล้ว อะไรก็ตามที่สามารถสร้างประทับความรู้สึกได้ก็สามารถจะเป็นสัญลักษณ์ได้ และการประทับความรู้สึกที่เกิดจากสัญลักษณ์ก็ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับภาพประทับความรู้สึกที่เกิดจากสิ่งที่เป็นตัวหมาย (หมายความว่า การเห็นตัวอักษรคำว่า "ม้า" ไม่จำเป็นต้องทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึก เช่นเดียวกับการได้เห็นม้าจริง ๆ)

จุดนี้จึงเป็นจุดที่มีความสำคัญและทำให้เราต้องให้ความสนใจกับระบบสัญลักษณ์ ทั้งระบบเป็นพิเศษ ทั้งนี้เพราะในการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความหมาย เรื่องของการถ่ายทอด เรื่องของการแตกตัว (อนุพันธ์ - derive) ทั้งหลายนั้นล้วนแล้วแต่มีที่มาจากระบบสัญลักษณ์และความรู้ที่เรามีต่อระบบสัญลักษณ์ทั้งนั้น การที่บรรดาสัญลักษณ์แต่ละตัวเกิดความหมายเฉพาะขึ้นได้ ก็เนื่องจากสัญลักษณ์แต่ละตัวนั้นมีความผิดแผกแตกต่างกันและต่างมีตัวเสือกออกไปหลายๆ แบบ (โดยที่ความแตกต่างนี้เกิดขึ้นอย่างมีระบบไม่ใช่ความบังเอิญ)

การเกิดขึ้นของความหมายทั้งหลาย ส่วนถูกควบคุมจากรหัสทางภาษาศาสตร์หรือรหัสของระบบสัญลักษณ์และจากค่านิยม (ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมในทางบวกหรือทางลบก็ตาม) ที่ถูกกำหนดอีกชั้นหนึ่ง โดยกฎเกณฑ์ของวัฒนธรรมและกฎเกณฑ์ของระบบสัญลักษณ์เอง

วิชาสัญวิทยาก็คือวิชาที่นำการสำรวจธรรมชาติของระบบสัญลักษณ์ (วากยสัมพันธ์ - Syntax) ระบบสัญลักษณ์การควบคุมการสร้างความหมายของ "ตัวบท" (Text) ให้เป็นไปอย่างมีความสลับซับซ้อนอย่างแผ้วถางและต้องขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละวัฒนธรรม ความหมายที่กล่าวถึงนี้มีทั้ง 2 ระดับ คือ การตีความตามความหมายตรง และการตีความหมายโดยนัยแฝง โดยที่ความหมายโดยนัยนั้นหมายถึงกลุ่มของความหมายที่มา เชื่อมโยง เข้า

ด้วยกัน และภาพลักษณะที่ถูกกระตุ้นและแสดงออกโดยการใช้และการนำเอาสัญลักษณ์มาเป็นแบบต่าง ๆ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดที่สุดก็คือ วนกรรมของนิทานปรัมปรา ซึ่งเน้นความคิดที่มีอยู่ในสังคมดั้งเดิม และเป็นเรื่องที่ได้มาด้วยความมานาชนิดที่มาจากวัฒนธรรมนั่นเอง ดังนั้น เวลาที่เราฟังเรื่องของนิทานเหล่านี้ เช่น วนเรื่องสนน้อยเรื่อนงาม ถ้าหากเราไม่ทราบความหมายของ "เรื่อนงาม" และไม่รู้จักคำนิยมที่มีอยู่ในสัญลักษณ์นี้ เนื่องจากเราไม่ได้มีชีวิตอยู่ในสังคมและวัฒนธรรมเดียวกับที่ตำนานเล่าเรื่องนี้ถือกำเนิดขึ้นมา เราจะไม่สามารถเข้าใจถึงความหมายที่นิทานเรื่องนี้ต้องการสื่อสารได้ ตำนานปรัมปรานี้เป็นสิ่งที่ได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งด้วยระบบสื่อสาร เช่น การนั่งเล่านิทานรอบกองไฟ เป็นต้น

การศึกษาสื่อมวลชนก็สามารถนำเอาวิธีการข้างต้นมาใช้ได้เช่นกัน ทั้งนี้เพราะเนื้อหาของสื่อมวลชนประกอบด้วย "ตัวบท" (Text) จำนวนมากมาย ตัวบทเหล่านี้ส่วนใหญ่มักมีลักษณะมาจากมาตรฐานเดียวกันซ้ำไปซ้ำมา และถูกประกอบขึ้นมาตามกฎเกณฑ์ระบบรหัสไม่มีแบบฉบับที่แน่นอนในตัวเอง บ่อยครั้งที่ตัวบทเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นมาจากเรื่องราวที่แฝงเร้นอยู่เบื้องหลัง และสร้างจากภาพพจน์ที่มีอยู่ในวัฒนธรรมทั้งฝ่ายผู้สร้างและผู้รับทันทัน การประยุกต์เอาสัญลักษณ์วิทยามาใช้ในการวิเคราะห์จะช่วยทำให้การค้นหาความหมายของตัวบท (ซึ่งเราน่าจะมองในลักษณะภาพรวมทั้งหมดดีกว่าจะดูเป็นทีละส่วน) ให้เปิดกว้างหลากหลายยิ่งขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นวิธีการที่ดีกว่าการตีความหมายตามหลักไวยากรณ์ทางภาษา หรือโดยการอาศัยการเปิดพจนานุกรมดูที่ละคำ

ในการวิเคราะห์ตัวบท (Text) ซึ่งเป็นตัวเนื้อหาสาระ หรือตัวสารนั้น เริ่มยอมรับกันว่า "...ตัวสารนี้เองเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสื่อสาร การทำความเข้าใจกับตัวสารจึงเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งความเข้าใจนี้จะต้องครอบคลุมไปถึงลักษณะโครงสร้างภายในของตัวสาร และวิธีการที่ทำให้เกิดความหมายและความสัมพันธ์ระหว่างตัวสารกับวัฒนธรรมในลักษณะที่เป็นองค์รวม ... (ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ 2531:82) การสื่อสารโดยทั่วไปและโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารมวลชนนั้นมีตัวสารหรือตัวเนื้อหาที่เรียกว่า "ตัวแทน" (Text) ที่จะให้มาศึกษาได้ละเอียดอยู่มากมายและการนำเอาตัวบทนี้มาวิเคราะห์อาจทำ

าให้ค้นพบข้อสรุปเกี่ยวกับรากของวัฒนธรรมหรือความหมายของเนื้อหาตลอดจนจุดมุ่งหมายของเนื้อหาได้อีกด้วย

การศึกษาสื่อมวลชนตามแนวคิดนี้ เรามุ่งศึกษา "ตัวบท" จากสื่อเพราะ "ตัวบท" เป็นผลผลิตของสื่อมวลชนที่ผ่านกระบวนการอันสลับซับซ้อนมาแล้ว และเป็นพยานหลักฐานที่ เราสามารถให้ความกระจ่างเกี่ยวกับตัวผู้ส่งสารได้เป็นอย่างดี

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531 : 83-84) ได้อธิบายถึงการ นาทฤษฎีที่เน้นที่ตัวสารหรือตัวเนื้อหา (ตัวบท) ของสื่อมวลชนมาศึกษาว่า

ฐานของตัวทฤษฎีที่นำมาใช้วิเคราะห์เนื้อหาอยู่ที่ว่า เนื่องจากกฎต่างๆ ของภาษา (หรือลักษณะอื่นใดก็ตามที่ถูกทำขึ้นมาแทน หรือ "การเข้ารหัส") ถูกกำหนด หรือมีข้อจำกัด โดยโครงสร้างภายในของวัฒนธรรมดั้งเดิม (รากเดิมของวัฒนธรรม) ดังนั้นตัวเนื้อหาหรือ ตัวบทที่เลือกมาศึกษาจึงเป็นการเปิดโอกาสให้นำมาอ่าน และตีความได้ ดังนั้นเราจึง สามารถเข้าใจความหมายหากเรารู้กฎเกณฑ์ของภาษา และมีความคุ้นเคยอย่างดีกับวัฒนธรรม ถึงแม้ว่าแนวทางในการศึกษาเรื่องนี้จะมากมาย แต่เราก็ยังสามารถระบุลักษณะที่สำคัญ ของทฤษฎีเหล่านี้ได้คือ

ประการแรก ความหมายที่เราตีความออกมาจากตัวเนื้อหาของสื่อมวลชน ไม่จำเป็นต้องเป็นเช่นเดียวกับความตั้งใจของผู้ส่งสารหรือเป็นความหมายเดียวกันกับผู้รับ สารมีอยู่ แต่ความหมายเราตีความนั้น เราถือเป็นความหมายที่ปราศจากอคติเกิดขึ้นมา จากหลักตรรกของระบบสัญลักษณ์ที่ใช้ในการ "เข้ารหัส" ประการที่สอง แนวการศึกษา นี้ ไม่ได้เน้นเฉพาะความหมายที่ปรากฏในระดับพื้นผิวหรือความหมายตามตัวหนังสือของเนื้อหา สื่อมวลชนเท่านั้น แต่ยังให้ความสนใจต่อความหมายที่แอบแฝง หรือความหมายเชิงนัยยะ ซึ่งผู้สร้างสารอาจจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจให้เกิดความหมายดังกล่าวก็ตาม ประการที่สาม แนวทางการศึกษาไม่ได้จำกัดเฉพาะการวิเคราะห์ ภาษาเขียนเท่านั้นแต่ยังรวมไปถึง รูปภาพ ท่าทางเสียง หรือเครื่องมือเครื่องมือต่างๆ ที่ถูกนำมาใช้ในการสื่อความหมายด้วย

จากที่ได้กล่าวมา จึงได้ใช้แนวทางวิชาสัญวิทยาการศึกษาตัวบท(Text) ซึ่งจะทำ ให้ความเข้าใจความหมาย โดยตีความหมายที่เราตีความมาจากตัวบทเนื้อหาของสื่อมวลชนไม่

จำเป็นต้องเป็นความตั้งใจของผู้รับสาร แต่ความหมายที่เราตีความนั้นเราถือว่าเป็นความหมายที่ปราศจากอคติ และไม่ได้มีความหมายเฉพาะความหมายที่ปรากฏในระดับพื้นผิวเท่านั้น แต่ยังเป็นความหมายโดยนัยแฝง ซึ่งผู้สร้างสารอาจจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจให้เกิดความหมายดังกล่าวก็ได้ (ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531: 34)

การนำสัญวิทยา เข้ามาใช้ในการศึกษาสื่อมวลชนนั้น นับเป็นเรื่องที่กำลังได้รับความนิยม และได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นทุกทีในวงการสื่อสารมวลชนโดยเฉพาะในเรื่องของความพยายามที่จะเข้าใจว่า ผู้รับนั้นสามารถเข้าใจถึงความหมายของตัวบทที่ส่งผ่านทางสื่อได้อย่างไร ในการศึกษาวิจัยนี้จึงใช้แนวความคิดทาง "สัญยะ" ซึ่งผู้วิจัยพยายามใช้แนวทางของสัญวิทยามาใช้วิเคราะห์ตัวบทในเรื่องสถานการณ์ว่ามีบทบาทในการกำหนดสถานการณ์ได้อย่างไร

แนวคิดในเรื่อง "ภาพพจน์" ของ KENNETH E. BOULDING (1961) และ DANOEL J. BORRSIN (1962)

จากแนวคิดของ Kenneth E. Boulding กล่าวไว้ว่า ความรู้และความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งแต่ละคนจะเก็บสะสมความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) เป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งในโลกรอบ ๆ ตัวที่เราได้ประสบความรู้เชิงอัตวิสัยของบุคคล จึงเป็นที่รวมของสิ่งต่าง ๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริง เนื่องจากเราไม่สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่าง ๆ นั้นได้อย่างถี่ถ้วนเสมอไป เรามักได้เฉพาะ "ภาพ" บางส่วนหรือลักษณะกว้าง กว้างของสิ่งเหล่านั้น ซึ่งมีความไม่แน่นอนชัดเจนอยู่ เรามักตีความหมาย (Interpret) หรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้น ๆ ด้วยตัวเราเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเข้าเป็นภาพพจน์ของเราที่มีต่อสิ่งต่างต่าง ในโลกและพฤติกรรมของเราขึ้นอยู่กับภาพพจน์ที่เรามีอยู่ในสมองด้วย

ภาพพจน์จึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการของความคิดจิตใจ ในเมื่อคนเรามิได้มีเพียงประสบการณ์โดยตรงกับโลกรอบตัวเรา ซึ่งเราได้สัมผัส ชิมรส ดมกลิ่น ได้ยิน และได้เห็นด้วยตัวเองเท่านั้น เรายังมีประสบการณ์โดยทางอ้อมอื่น ๆ ด้วย ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ต้องอาศัยการตีความและให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ นี้ คือ กระบวนการก่อให้เกิด

ภาพพจน์ (Process of Imagery) ซึ่งมักจะมีความสำคัญต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่มีความหมายแน่นอนชัดเจนในตัวของมันเอง

ภาพพจน์นี้มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับทัศนคติ (Attitudes) นักจิตวิทยาสังคมอธิบายว่าทัศนคติเป็นอักษณาสัย (Predisposition) หรือแนวโน้มที่บุคคลจะมีการกระทำลักษณะใดลักษณะหนึ่งเพื่อตอบโต้สิ่งเร้าหนึ่ง ภายใต้งื่อนไขเฉพาะหนึ่ง ๆ ภาพพจน์ก็เป็นอักษณาสัยเช่นกัน แต่เป็นอักษณาสัยที่จะนำไปสู่การรับรู้ และตีความสิ่งเร้า ถ้าทัศนคติเป็นความโน้มเอนา (Orientation) ที่จะมีพฤติกรรมที่เห็นได้ภาพพจน์ก็เป็นความโน้มเอนาที่จะรับรู้และตีความ ซึ่งเป็นกระบวนการในระดับความรู้สึกนึกคิดที่ไม่สามารถมองเห็นได้

องค์ประกอบของภาพพจน์ อาจแยกได้เป็น 4 ส่วน แต่ในความเป็นจริงองค์ประกอบทั้งสี่ส่วนจะมีความเกี่ยวข้อง เป็นปฏิสัมพันธ์ต่อกันไม่สามารถจะแยกเป็นส่วน ๆ ได้อย่างเด็ดขาด

1. องค์ประกอบเชิงความรู้รับ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลจะได้รับจากสิ่งเกิดโดยตรง สิ่งที่ถูกสิ่งเกิดนั้นจะเป็นสิ่งที่นำไปสู่การรับรู้ หรือมีสิ่งที่ถูกรับรู้นั้นเอง ซึ่งอาจจะเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิด หรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ โดยผ่านการรับรู้นี้

2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ภาพพจน์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภท ความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่ได้จากการสังเกตสิ่งที่ถูกรับรู้

3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ภาพพจน์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวพันกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ

4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Conative Component) เป็นภาพพจน์ที่เกี่ยวข้องกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้น อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

องค์ประกอบเชิงความรู้รับ ความรู้ ความรู้สึก และเชิงการกระทำนี้จะผสมผสานกันเป็นภาพของโลกที่บุคคลได้มีประสบการณ์มา

- ส่วนแนวคิดของ Daniel J. Boorstin ในเรื่องของ "ภาพพจน์" กล่าวว่าภาพพจน์เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาอย่างมีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใดแน่นอน เพื่อสร้างความประทับใจตามที่มุ่งหวังไว้โดยทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับต่อสาธารณชนทั่วไป

ปกติภาพพจน์ที่เรามีอยู่ จะเป็นส่วนผสมที่มีทั้งมิติที่เป็นความเฉพาะตัว (Private) และ มิติที่มีความเป็นสาธารณะ (Public) ภาพพจน์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในแต่ละคน (Private Image) มีความแตกต่างกันอยู่ ขณะที่เกี่ยวกับภาพพจน์ในส่วนบุคคลแต่ละคนต่อสิ่งหนึ่ง ๆ เกิดมีบางส่วนที่เหมือนกันก็เป็นภาพพจน์สาธารณะ (Public Image) การรับรู้ปรากฏการณ์ต่าง ๆ เข้ามาเป็นภาพพจน์ในตัวเราซึ่งมักเป็นการรับรู้มาแบบโครงสร้างนี้จึงมีภาพพจน์ ในส่วนบุคคล และภาพพจน์ร่วมในตัวบุคคลเดียวกัน

เมื่อบุคคลมีภาพพจน์ของสิ่งต่าง ๆ ในความรู้สึกนึกคิดของตนแล้ว ภาพพจน์นี้ก็จะ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลโดยก่อนที่บุคคลจะมีการกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้น เรามักจะเสนอภาพความเป็นไปได้ต่าง ๆ เป็นการสร้างภาพพจน์ของอนาคตที่เกิดจากการที่ความประทับใจในอดีตและสภาพปัจจุบันผสมผสานกันขึ้น

ดังนั้น อาจเปรียบเทียบภาพพจน์เมื่อเกิดขึ้นในบุคคลแล้วนี้ เสมือนเป็นใบพัดหรือตัวจักรกลของสังคมที่ก่อให้เกิดการกระทำต่าง ๆ การทำให้เกิดภาพพจน์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หากได้ก่อตัวหรือถูกสร้างขึ้นแล้ว ย่อมมีแนวโน้มที่จะไปโน้มน้าวพฤติกรรมของผู้บริโภคเป้าหมาย ตลอดจนสาธารณชนให้เห็นคล้ายตามไปในทิศทางเดียวกันได้เช่นกัน โดยเฉพาะภาพพจน์เมื่อเกิดขึ้นแล้ว จะเปลี่ยนแปลงได้ยาก แม้ว่าภาพพจน์ของสิ่งหนึ่งสิ่งใดจะมีลักษณะไม่หยุดนิ่ง (Dynamic of Image) ก็ตาม เพราะการเปลี่ยนแปลงภาพพจน์จะต้องไปกระทบกระเทือนโครงสร้างของพฤติกรรมมากมาย การสร้างภาพพจน์ถึงแม้จะยากแต่ก็ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงภาพพจน์ที่เสียไปแล้ว การพยายามให้ข้อมูลแก่บุคคลเพื่อทำให้เขาเปลี่ยนแปลงภาพพจน์นั้น ข้อมูลอาจถูกปฏิเสธได้หากข้อมูลดังกล่าวขัดแย้งกับความคิดเห็น ความเชื่อเดิม ทักษะคติ และค่านิยมของบุคคล ข้อมูลใหม่ที่ทำให้ไปนั้นอาจจะถูกคิดว่าเป็นการบิดเบือนไป (Kenneth E. Boulding, The Image)

ซึ่งแนวคิดในเรื่องของ "ภาพพจน์" ได้นำมาเป็นกรอบอธิบายประกอบความเข้าใจถึงกระบวนการเกิดภาพพจน์ของผู้บริโภคเครื่องใช้ไฟฟ้าชาวบ้านในกรณีศึกษา ซึ่งเกิดขึ้นโดยการกำหนดจากนักวางแผนการตลาด หลังจากที่ใช้สัญญาณต่าง ๆ ในการสร้างความหมายให้แก่สินค้า แล้วยังคงอย่าจนกลายเป็นสัญญาณสาธารณะที่ยอมรับกันโดยทั่วไป สัญญาณนั้นก็จะ เป็นสัญญาณลักษณะ ยังผลให้เกิดการสร้างสถานภาพกับตัวสินค้าในใจของผู้บริโภคเพื่อสร้าง "ภาพ" ความประทับใจสนองความต้องการด้านจิตจากกลุ่มเป้าหมายการตลาด ตลอดจนเกิดเป็นค่านิยมทางสังคมโดยอาศัยเครื่องมือต่าง ๆ ในการโฆษณาสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายเป้าหมายให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่นักการตลาดหวังไว้ในท้ายสุดของการโฆษณาสินค้าในกรณีศึกษาในครั้งนี้

ทฤษฎีวัฒนธรรมของผู้บริโภค

ทฤษฎีกล่าวถึงแนวคิดต่อวัฒนธรรมผู้บริโภค 3 แนวดังนี้

1. การขยายตัวของการผลิตสินค้าในระบบทุนนิยม ทำให้เกิดวัฒนธรรมในรูปแบบของวัตถุนิยม

เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคมมากขึ้น มีฐานะเศรษฐกิจที่ดีขึ้น เพราะรายได้เพิ่มเนื่องจากเกิดคุณค่าเพื่อการแลกเปลี่ยน (EXCHANGE VALUE) ทุกสิ่งทุกอย่างถูกผลิตขึ้นในลักษณะมวลผลิต (MASS PRODUCTION) เพื่อแลกเปลี่ยนเป็นเงินมิได้ผลิตเพื่อบริโภคเองดัง เช่นในสมัยก่อนการบริโภคมมากขึ้นเป็นความสำเร็จทางสัญญาณโดยการ "ให้การศึกษา" ผ่านการโฆษณาหรือใช้สื่อมวลชนอื่นๆ ด้วย

2. ทัศนะทางสังคมวิทยา เน้นไปที่ความพึงพอใจที่ได้มาจากตัวสินค้า ทั้งนี้โดยสังคมเป็นผู้กำหนดให้

ความพึงพอใจกับสถานภาพทางสังคมขึ้นอยู่กับความแตกต่างในการซื้อสินค้า เนื่องจาก "สถานภาพของสินค้า" ปัจจุบันเน้นไปที่ผู้บริโภค ไม่ใช่เน้นที่การผลิต ทำให้สถานภาพของสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ มีการแข่งขันทางสัญญาณระหว่างสินค้าประเภทเดียวกันและต่างประเภทกันทั้ง ๆ ที่เป็นสินค้าที่ไม่เคยบริโภค เช่น "เหล้าฝรั่ง" เป็นต้น ด้วยอิทธิพลของการปรุงแต่งทางสัญญาณผ่านสื่อมวลชนอย่างกว้างขวาง อาจเรียกว่าพวกเขา

เป็นผู้บริโภคทางสัญชญาณคือ โดยการจ้องมอง ฟันถึง พูดยถึง เก็บภาพไว้ในความทรงจำ หรือ ชื่อเป็นของขวัญให้คนอื่น เป็นการสร้างความพึงพอใจอีกแบบหนึ่งในการบริโภคสินค้า

ทั้งนี้สังคมสมัยใหม่คนส่วนใหญ่เร่งรีบในการทำงาน ให้ความสําคัญน้อยต้องพบปะคนมากไม่มีเวลาศึกษากันอย่างถ่องแท้ คนจึงกำหนดภาพพจน์อีกฝ่ายหนึ่งจากสิ่งทีเห็นได้ง่าย เช่น การบริโภคสินค้า ใช้สิ่งนี้ในการอ่านภาพพจน์ของกันและกัน นักการตลาดจึงใช้จุดนี้เป็นเครื่องมือหนึ่งคือ สร้างสัญชญาณให้แก่สินค้าเพื่อให้สินค้าเป็นสัญลักษณ์ในการกำหนดภาพพจน์ของบุคคลอีกทอดหนึ่ง โดยสัญชญาณมีลักษณะเป็นการตีความหมายโดยนัยแฝง ของสิ่งทีเห็นเป็นอวัจนะกล่าวง่าย ๆ คือ ตัวหมายถึงจะเป็นตัวหมายของการสื่อสารในหลาย ๆ ชั้น

ด้วยสถานภาพทางสินค้า ทำให้เกิดระบบความสัมพันธ์ทางสังคมเกี่ยวเนื่องเชิงสัญชญาณของสินค้า สินค้าทีมีสถานภาพสูง ใช้สัญชญาณในการเพิ่มพูนชื่อเสียงจะมีราคาสูง แสดงราคาจำหน่ายเอาไว้อย่างชัดเจน เปิดโอกาสให้ "เศรษฐีใหม่" ลบเหลี่ยม "ผู้ดีเก่า"

3. การบริโภคสร้างความพึงพอใจทางอารมณ์ เป็นการบริโภคความผัน ภาพพจน์และความเพลิดเพลิน

เนื่องจากเกิดขึ้นกึ่งกลางกลุ่มใหม่ให้ความหมายการบริโภค (Consumption) ขึ้นมาใหม่ เพราะสังคมสมัยใหม่ต่างจากสังคมชนบทดั้งเดิม มีผู้บริโภคไม่มีเวลาว่างแต่พบปะคนมาก ไม่มีคนใกล้ชิด ทุกคนรู้จักกันอย่างผิวเผินในสังคม การบริโภคสินค้าทำให้คนรู้สึกดีขึ้น อบอุ่นขึ้น ภาคภูมิใจขึ้น เช่น ใส่เสื้อตรายี่ห้อ Daniel Hecter ใส่รองเท้าตรายี่ห้อ Reebok ทำให้เกิดภาพพจน์ของสินค้าขึ้น และเกิดการผลิตเชิงสัญลักษณ์มากขึ้น

ดังนั้นแนวคิดเดิมทางเศรษฐกิจในเรื่องของการขจัดความขาดแคลนจึงกลับเปลี่ยนมาเป็นการจัดการกับสิ่งผลิตส่วนเกิน (Over Supply) คือ ส่งเสริมให้มีการบริโภค โดยการเพิ่มส่วนที่นอกเหนือไปจากตัวสินค้าเอง สร้างภาพพจน์ให้แก่สินค้า รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงของสถานที่จำหน่ายสินค้าดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ ด้วยการตกแต่งบริเวณทีแสดงสินค้าให้ใหม่อยู่ตลอดเวลา เกิดเป็นการสื่อสารทำให้รู้สึกถึงความใหม่ เกิดคุณค่าของสัญชญาณเพิ่มเติมทีเน้นความใหม่ต่างกันอย่างสม่ำเสมอ เป็นการกระตุ้นหรืออีกนัยหนึ่งทำให้ของเก่าเสื่อมคุณค่าเร็วขึ้น เกิดวัฏจักรชีวิตของสินค้าสั้นลง ดังนั้นปริมาณการบริโภคของผู้บริโภคจึงเพิ่มมากขึ้น

การศึกษาการวิจัยนี้ได้ใช้แนวคิดนี้เพื่อเป็นกรอบในการอธิบายให้เห็นถึงสภาพของสังคมและข่าวสารในปัจจุบันนี้ ซึ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปจากเดิม ผู้บริโภคจะบริโภคสัณฐานที่ผ่านโฆษณาทางสื่อมวลชน ซึ่งได้รับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพสูง เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ผู้ผลิตสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าซาร์ปได้ใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าของตนให้มากที่สุดและแพร่หลายที่สุดโดยมุ่งผลทางการตลาดในปัจจุบันและอนาคต

ต่อกรณีการสร้างสถานภาพของสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าซาร์ปนั้น สื่อมวลชนมีส่วนช่วยเป็นสื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏให้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นจากภาพ ได้ยินจากเสียงที่นำเสนอไม่ว่าการนำเสนอไปในรูปการโฆษณาของสินค้า จะออกมาในรูปแบบใด ๆ ก็ตาม การที่ใช้สัณฐานโดยผ่านสื่อมวลชนที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าได้เลือกสรรแล้วส่วนเป็นสิ่งที่มีผลต่อการที่จะสร้างสถานภาพของตัวสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าซาร์ปในแต่ละประเภท ทั้งนี้เพื่อมุ่งหวังที่จะสนองความต้องการของผู้บริโภค

จากทฤษฎีและแนวความคิดที่นำเสนอในบทนี้จะใช้ เป็นแนววิเคราะห์และอ้างอิงในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ผลการวิจัยมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือในการนำเสนองานวิจัยได้อย่างเที่ยงตรง