

## บทที่ ๖

### การเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับ จังหวัดอุดรธานี ภาคอีสานตอนบนและแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง บนป้ายชื่อสถานที่/องค์กร/โครงการ

บทที่ ๖ นำเสนอการวิเคราะห์การเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับ จังหวัดอุดรธานี ภาคอีสานตอนบนและแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ว่ามีวิธีการเข้ารหัส และสารที่มีลักษณะเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรกับการเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็น สัญลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวประเภทพิพิธภัณฑ์ดังกล่าวมาแล้วในบทที่ ๔ และ ๕ มีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

#### ๑. การเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับจังหวัด อุดรธานี

การเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับจังหวัดอุดรธานี มี ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน ๓ ป้าย คือ ป้ายชื่อถนนในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จำนวน ๑ ป้าย และ ป้ายชื่อโรงแรมบ้านเชียง จำนวน ๒ ป้าย มีรายละเอียดดังนี้

##### ๑.๑ การเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับจังหวัด อุดรธานีบนป้ายชื่อถนนในเขตเทศบาลนครอุดรธานี

ป้ายชื่อถนนในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน ๑ ป้าย คือ ป้ายถนนหมากแข้ง (ป้ายที่ ๖.๑) ติดตั้งบนทางเท้าบริเวณหัวถนนหมากแข้ง เขตเทศบาล นครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

ป้ายที่ ๖.๑            ป้ายชื่อ “ถนนหมากแข้ง”

“บ้านเชียง” (แบบ ๑)



ต้นจาน

ศาลหลักเมือง

ท้าวเวสสุวรรณ

เครื่องหมายสัญลักษณ์

แบบ ๒

ลำดับแรกจะนำเสนอการวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจถึงการเลือกสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับจังหวัดอุดรธานีบนป้ายชื่อถนนมากมาย เขตเทศบาลนครอุดรธานี ดังนี้

### ๑.๑.๑ รหัสและการสื่อความหมายสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” บนป้ายชื่อถนนเขตเทศบาลนครอุดรธานี

นายหาญชัย ทีฆธนานนท์ นายกเทศบาลนครอุดรธานี ให้แนวความคิดในการเลือกสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นเครื่องหมายบนป้ายชื่อถนน ติดตั้งในเขตเทศบาลนครอุดรธานีว่า “มาจากคำขวัญเมืองอุดร ถ่ายทอดออกมาเป็นป้าย (คำขวัญจังหวัดอุดรธานี : น้ำตกจากสันภูพาน อุทยานแห่งชาติภูผาเทิบ อารยธรรมห้าพันปี ธานีผ้าหมี่ขิด แดนเนรมิตหนองประจักษ์ เลิศลักษณ์กล้วยไม้หอมอุดรชนไหม) ที่ใช้บ้านเชียง เพราะบ้านเชียงเป็นที่รู้จักแพร่หลาย ใครเห็นก็รู้...จากร้อยเปอร์เซ็นต์ (พื้นที่ป้าย) ให้บ้านเชียงเด่นกว่าที่อื่น เพราะมีที่เดียว.....บ้านเชียงเป็นอินเตอร์ คำชะโนดไม่อินเตอร์ ภูพระบาทไม่อินเตอร์ เวลาผมไปต่างประเทศ บ้านเชียงเป็นที่รู้จักในหมู่ชาวต่างชาติโดยเฉพาะในกลุ่มที่ต้องเดินทางไปต่างประเทศทั้งประกอบธุรกิจและท่องเที่ยว” (หาญชัย ทีฆธนานนท์ ,นายกเทศบาลนครอุดรธานี, สัมภาษณ์ ๑๓ มกราคม ๒๕๔๙)

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในจังหวัดอุดรธานี แหล่งโบราณคดีบ้านเชียงมีคุณสมบัติที่สุดเพราะมีเครื่องปั้นดินเผาหลายเขียนสีที่มีความโดดเด่นเป็นแห่งเดียวในโลกและเป็นที่รู้จักและจดจำได้ของคนทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ จึงเลือกสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นตัวแทนแบบอนุมาณัย (metonym) คือโยงคู่ความสัมพันธ์กับสถานที่คือจังหวัดอุดรธานี เพื่อเปลี่ยนหน้าที่จากสื่อพิธีกรรมเป็นสื่อในชีวิตประจำวันคือป้ายชื่อถนน ด้วยการอุปลักษณ์ (metaphor) ภาพคล้ายลายกันหอยของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง (แบบที่ ๑) / คล้ายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายกันหอย (แบบที่ ๒) กับเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายกันหอย “เอาง่าย ๆ ตอนผมเปิดตัวบริษัทเมื่อปี ๓๗ (โรงแรมเจริญศรีแกรนด์ จ.อุดร) ที่กรุงเทพฯ ทำจากหลังด้วยลายกันหอย สีนํ้าตาล ๆ ใช้ลายอย่างเดียวเลย คนก็รู้เลยว่าเป็นลายกันหอย คนก็รู้ว่าบ้านเชียง เห็นลายนี้คน get แล้ว” (หาญชัย ทีฆธนานนท์ ,นายกเทศบาลนครอุดรธานี, สัมภาษณ์ ๑๓ มกราคม ๒๕๔๙)

จากที่กล่าวมา เมื่อพิจารณาโดยใช้แนวคิดความสัมพันธ์ของวัตถุกับสัญลักษณ์ของ Pierce และแนวคิดรูปแบบพื้นฐานทางการสื่อสารของ Wilden พบว่า สัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นรหัสประเภทภาพผสมดัชนี กล่าวคือเป็นภาพเพราะคล้ายลายกันหอยของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง (แบบที่ ๑) / คล้ายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายกันหอย (แบบที่ ๒) เป็นดัชนีเพราะเมื่อเห็นลายกันหอยบนเครื่องปั้นดินเผา ทำให้นักเชื่อมโยงไปถึงเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง

เป็นสารที่ต้องใช้ความรู้จากการเป็นสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมที่เคยเห็นเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงจนจดจำลักษณะเฉพาะตัวของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงคือลายก้นหอยได้ และความรู้เกี่ยวกับประเภทแหล่งที่ค้นพบและจังหวัดที่ตั้ง เพื่อเป็นความรู้อ้างอิงกลับไปความหมายสากลคือเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงพบจากแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี

### ๑.๑.๒ การเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับจังหวัดอุดรธานี บนป้ายชื่อถนนหมากแข้ง ในเขตเทศบาลนครอุดรธานี

ป้ายชื่อถนน “หมากแข้ง” ติดตั้งในเขตเทศบาลนครอุดรธานี จัดทำโดยเทศบาลนครอุดรธานี จึงมีต้องขออนุญาตจากหน่วยงานอื่น

“โดยปกติการติดตั้งป้ายต้องขออนุญาตทางเทศบาล แต่อันนี้เราดูแลและดำเนินการเอง..อิงกับมาตรฐานป้ายจราจรเป็นหลัก แต่ในรายละเอียดก็ใส่เอกลักษณ์ของแต่ละที่ได้” (ประพนธ์ สุขกระจำง, นายช่างโยธา ๖, ฝ่ายสาธารณูปโภค ส่วนการโยธา สำนักการช่าง เทศบาลนครอุดรธานี, สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๔๘)

เมื่อพิจารณาป้ายที่ ๖.๑ พบว่านอกจากสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” แล้วประกอบด้วยภาพ ดัชนีและสัญลักษณ์ ดังนี้

ป้ายทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า เป็นสัญลักษณ์ (symbol) ของป้ายแนะนำข้อมูลชื่อประเภทสถานที่ “ถนน” เป็นสัญลักษณ์ของถนน ใช้ไวยากรณ์ภาษาเป็นรหัสภาพท้าวเวสสุวรรณ ศาลหลักเมือง เป็นสัญลักษณ์ของเทศบาลนครอุดรธานี รหัสคือ ความเหมือนท้าวเวสสุวรรณ ความเหมือนศาลหลักเมือง เป็นสารที่ต้องใช้ความรู้จากการเป็นสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมที่เคยเห็นภาพท้าวเวสสุวรรณและศาลหลักเมืองจนจดจำลักษณะเฉพาะตัวได้ และความรู้ที่ตั้งของท้าวเวสสุวรรณและศาลหลักเมือง ซึ่งเป็นความรู้แบบเทศบาลนครอุดรธานีโดยเฉพาะ

ภาพต้นจาม เป็นสัญลักษณ์ของภาคอีสาน รหัสคือความเหมือนต้นจาม เป็นสารที่ต้องใช้ความรู้จากการเป็นสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมที่เคยเห็นต้นจามและจำลักษณะเฉพาะตัวของต้นจามได้ และความรู้เกี่ยวกับถิ่นฐานของต้นจามว่าพบมากในภาคอีสาน ซึ่งเป็นความรู้แบบอีสานโดยเฉพาะ

“มีสัญลักษณ์อื่นด้วยคือท้าวเวสสุวรรณ ศาลหลักเมือง ต้นจาม แต่จุดเด่นอยู่ที่บ้านเชียง เป็นแหล่งที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ใครเห็นลายแบบนี้ก็รู้ว่าเป็นบ้านเชียง อุดรธานี” (ประพนธ์ สุขกระจำง, นายช่างโยธา ๖, ฝ่ายสาธารณูปโภค ส่วนการโยธา สำนักการช่าง เทศบาลนครอุดรธานี, สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๔๘)

การจัดองค์ประกอบ (layout) แบบวางเคียงกันตามแนวตั้งจากบนลงล่าง เป็น

ดัชนีบังคับทิศทางกรเชื่อมต่อภาพกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อ “ถนนหมากแข้ง” รหัสคือความรู้ทางไวยากรณ์ภาษา (grammar) ที่อ่านจากบนลงล่าง

ตำแหน่งติดตั้งบนทางเท้าบริเวณหัวถนนเขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี เป็นดัชนีเชื่อมโยงป้ายกับตำแหน่งติดตั้ง ปิดให้ตีความเป็นป้ายชื่อถนนในเขตเทศบาลนครอุดรธานี มีชื่อที่แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง /เป็นดัชนีเชื่อมต่อความเหมือนลายกันหอยของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง (แบบ ๑)/ความเหมือนเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายกันหอย (แบบ ๒) กับบริบทสถานที่คือจังหวัดอุดรธานี เพื่อปิดให้ตีความเป็นเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงจากแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง

เมื่อพิจารณาการเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” จากป้ายที่ ๖.๑ พบว่าป้ายเป็นรหัสที่เปิดให้ตีความ ดังนั้น จึงต้องใช้ควบคู่ไปกับชื่อประเภทสถานที่ “ถนน” และชื่อเฉพาะ “หมากแข้ง” เพื่อปิดให้ตีความเป็นป้ายชื่อถนน และคือ ถนนหมากแข้งมีชื่อถนนอื่น อันสามารถเปลี่ยนชื่อเฉพาะเพื่อใช้กับถนนอื่นในเขตเทศบาลนครอุดรธานี โดยเข้ารหัสกับภาพเหมือนท้าวเวสสุวรรณ ศาลหลักเมืองและต้นจามกับภาพคล้ายลายกันหอยของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง (แบบ ๑) /ภาพเหมือนเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายกันหอย (แบบ ๒) ด้วยการจัดองค์ประกอบตามแนวตั้งเพื่อเชื่อมต่อรหัสจากบนลงล่างให้เป็นสาร

โดยสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” ทำหน้าที่เกื้อกูลภาษาผ่านชื่อ “ถนนหมากแข้ง” ด้วยการอุปลักษณะภาพคล้ายลายกันหอยของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง(แบบ๑)/ภาพเหมือนเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายกันหอย (แบบ ๒) กับความ “เก่าแก่แบบบ้านเชียง” ว่าเป็นถนนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดที่ตั้งของแหล่งโบราณคดีบ้านเชียงคืออุดรธานี ซึ่งมีความเก่าแก่และเป็นมรดกโลก อันเป็นคุณค่าที่ลึกซึ้งเกินกว่าจะบรรยายได้อย่างชัดแจ้งด้วยภาษาเพียงลำพัง

**๑.๒ การเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับจังหวัดอุดรธานีบนป้ายชื่อโรงแรมบ้านเชียง**

ลำดับแรกจะนำเสนอการวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจถึงรหัสและการสื่อความหมายสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” บนป้ายชื่อ “โรงแรมบ้านเชียง” ดังนี้

**๑๒.๑ รหัสและการสื่อความหมายสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” บนป้ายชื่อโรงแรมบ้านเชียง**

คุณกนก คุณะปุระ บุตรชายของผู้ก่อตั้งโรงแรมให้แนวความคิดในการเลือกสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นชื่อโรงแรมว่าเป็นเพราะแหล่งโบราณคดีบ้านเชียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และมีเครื่องปั้นดินเผาลายกันหอยสีแดงซึ่งพบเฉพาะที่บ้านเชียงเท่านั้น

“ถ้าพูดถึงอุดร สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของอุดรที่คนรู้จักก็ต้องบ้านเชียง เพราะหม้อมีลายสีแดงวน ๆ แบบนี้ไม่มีที่บ้านเชียงที่เดียว ที่อื่นไม่มี...การออกแบบลายให้นักศึกษาที่ ม.รังสิตทำ เป็นลักษณะการประกวดแบบ แล้วเราก็ให้เป็นเงินรางวัลตั้งใจไปว่า ให้ออกแบบตราสัญลักษณ์ โรงแรมบ้านเชียง ก็มาดูกันในคณะกรรมการบริหารตอนนั้น ที่เลือกอันนี้เพราะรู้สึก ว่าตรงconcept ที่เราให้ไป คือ บ้านเชียง เห็นแล้วนึกถึงชามเก่า ๆ นึกถึงลายของมันที่เป็นเอกลักษณ์ ไม่มีที่อื่น คำใช้ลายให้ทำเป็นเส้นโค้งขึ้นไปตามตัวบี เหมือนลายหม้อ ดูแล้วเหมือนตัวหม้อ”(สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๔๘)

คุณหงษ์วดี ยมจินดา ผู้จัดการทั่วไปโรงแรมบ้านเชียง ซึ่งเป็นผู้บริหารกิจการในปัจจุบัน ให้แนวคิดที่ว่า “ความเป็นบ้านเชียง มรดกโลก คือถ้าพูดกันตรง ๆ อีสานสถานที่ที่เกี่ยวไม่เหมือนเชียงใหม่ ที่มีภูเขา น้ำตก ภูเขาเกิดก็เป็นทะเล ถ้ามีอีสานก็ต้องมาเที่ยววัด เที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งที่เด่น ๆ ที่จะมาก็คงไม่มีอะไร มีบ้านเชียงที่คนรู้จัก ใครมาอุดรก็ต้องมาบ้านเชียง.....ลายมันบอก ลายเป็นสัญลักษณ์ของตัวเอง ลายแบบนี้ไม่มีที่ไหน มีแต่ที่นี่ สีน้ำตาลแดง ๆ ใครเห็นลายก็รู้ว่า บ้านเชียง สัญลักษณ์นี้ก็ follow ตาม concept บ้านเชียง B ก็คือ บ้านเชียง ลายตามแบบเค้า ใช้สีน้ำตาลแดง ให้ดูโบราณ ของเก่า” (สัมภาษณ์, ๑๔ ธันวาคม ๒๕๔๘)

กล่าวได้ว่าในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุดรธานี แหล่งโบราณคดีบ้านเชียงมีคุณสมบัติที่สุดคือมีเครื่องปั้นดินเผาลายกันหอยสีแดงซึ่งเป็นที่รู้จักและจดจำได้ของคนทั่วไปและได้รับการยกย่องเป็นมรดกโลก จึงเลือกสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เพื่อเป็นอนุนามานัย (metonym) ด้วยการโยงคู่ความสัมพันธ์กับจังหวัดอุดรธานี โดยใช้ลายกันหอยเป็นตัวแทนของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายกันหอยในลักษณะของการใช้ส่วนย่อยเป็นตัวแทนของส่วนรวม (synecdoche) เพื่อเปลี่ยนหน้าที่จากสื่อพิธีกรรมมาเป็นสื่อในชีวิตประจำวันคือป้ายชื่อโรงแรมบ้านเชียง ด้วยวิธีการอุปลักษณ์ภาพคล้ายลายกันหอยเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงกับเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายกันหอย

เมื่อพิจารณาโดยใช้แนวคิดความสัมพันธ์ของวัตถุกับสัญญาของ Pierce และแนวคิดรูปแบบพื้นฐานทางการสื่อสารของWilden พบว่าสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นรหัสประเภทภาพผสมดัชนี เป็นภาพเพราะคล้ายลายกันหอยของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงและเหมือนอักษรตัว B เป็นดัชนีเพราะเมื่อเห็นลายกันหอยและตัว B ทำให้นึกเชื่อมโยงถึงเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงและชื่อ “Ban Chiang” เป็นสารที่ต้องการความรู้จากการเป็นสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมที่เคยเห็นเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงจนจดจำลักษณะเฉพาะตัวคือลายกันหอยได้ ความรู้เกี่ยวกับจังหวัดที่ตั้งของแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง และความรู้ภาษาอังกฤษ เป็นความรู้อ้างอิงกลับไปหาความหมายสากลคือคำว่า Ban Chiang เครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง สถานที่ค้นพบ และความเก่าแก่



โดยมีวิธีการเข้ารหัสเป็นเครื่องหมายบนป้ายชื่อ "โรงแรมบ้านเชียง" ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑.๒.๒ การเข้ารหัสสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับจังหวัดอุดรธานีบนป้ายชื่อโรงแรมบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี

ป้ายชื่อโรงแรมบ้านเชียงที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวน ๒ ป้าย คือ ป้ายประชาสัมพันธ์ในงานเทศกาลทุ่งศรีเมือง (ป้ายที่ ๖.๒) และป้ายชื่อบนเวฟเพจโรงแรมบ้านเชียง [www.banchianghotel.com](http://www.banchianghotel.com) (ป้ายที่ ๖.๓) มีรายละเอียดการเข้ารหัสดังนี้

ก. ป้ายประชาสัมพันธ์ผู้สนับสนุนการจัดงานเทศกาลทุ่งศรีเมือง

ป้ายประชาสัมพันธ์ (ป้ายที่ ๖.๒) ผู้สนับสนุนการจัดงานทุ่งศรีเมือง ดิฉบริเวณหน้างานทุ่งศรีเมือง เขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี

ป้ายที่ ๖.๒ ป้ายชื่อโรงแรมบ้านเชียง



เมื่อพิจารณาจากป้ายที่ ๖.๒ พบว่านอกจากสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" แล้ว ประกอบด้วยภาพ ดัชนีและสัญลักษณ์ ดังนี้

ป้ายทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า เป็นสัญลักษณ์ของป้ายแนะนำข้อมูล

ชื่อองค์กร "โรงแรมบ้านเชียง/Ban Chiang Hotel" และ ชื่อจังหวัด "Udonthani" เป็นสัญลักษณ์โรงแรมบ้านเชียง รหัสคือไวยากรณ์ภาษา

การจัดองค์ประกอบ (layout) แบบวางเคียงกันตามแนวตั้งจากบนลงล่าง เป็นดัชนีบังคับทิศทางกรเชื่อมต่อดัชนี "บ้านเชียง" กับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อ "โรงแรม

บ้านเชียง/Ban Chiang Hotel" และจังหวัดที่ตั้ง "Udonthani" รหัสคือความรู้ทางไวยากรณ์ ภาษา (grammar) ที่อ่านจากบนลงล่าง

สถานที่ (place) งานเทศบาลทุ่งศรีเมือง เขตเทศบาลนครอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี เป็นดัชนีแสดงว่ามีอยู่ของโรงแรมบ้านเชียง และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ป้ายที่ ๖.๕ กับโรงแรมบ้านเชียงซึ่งเป็นผู้อุปถัมภ์งานเทศกาลฯ

เมื่อพิจารณาการเข้ารหัสป้ายที่ ๖.๒ พบว่าป้ายเป็นรหัสที่เปิดให้ตีความ จึงต้องใช้ควบคู่ไปด้วยกันกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อประเภทองค์กร "โรงแรม" และชื่อเฉพาะ "บ้านเชียง" เพื่อเปิดให้ตีความเป็นป้ายชื่อโรงแรมบ้านเชียง โดยสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" ทำหน้าที่ ก่อรูปภาษาผ่านชื่อ "โรงแรมบ้านเชียง" ด้วยการอุปลักษณะภาพเหมือนตัว B ลายกันหอยสีน้ำตาล กับเส้นโค้งความเก่าแก่แบบบ้านเชียง เพื่อสื่อสารว่าเป็นโรงแรมที่มีเส้นโค้งความเก่าแก่แก่ ระดับมรดกโลกเหมือนแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง อันเป็นความรู้สึกที่ลึกซึ้งเกินกว่าจะบรรยายได้อย่างซาบซึ้งด้วยภาษาเพียงลำพัง

*"เส้นโค้งของที่นี่ เราทำให้เหมือนอยู่บ้าน อบอุ่นเหมือนอยู่บ้าน บ้านเชียง ขนาดโรงแรมเราก็เล็กกะทัดรัด เราจะไม่ใหญ่โตเหมือนเจริญศรีแกรนด์ ที่เข้าไปแล้วเกร็ง อึดอัด ที่นี้จะทำให้เหมือนอยู่บ้าน สบาย ๆ... เราตกแต่งโทนสี follow ตาม concept ออกน้ำตาล ตกแต่งแบบนี้ใช้เงินลงทุนสูงมากกว่าจะได้แบบนี้ ตัวอาคารเราก็ไม่ใช่สี จะให้ออกน้ำตาล ฝรั่ง ชอบมาก บอกว่าได้บรรยากาศเก่า ๆ ด้านหน้าโรงแรมออกไปก็เจอตลาดเช้า บรรยากาศท้องถิ่น"* (คุณหงษ์วดี ยมจินดา, สัมภาษณ์ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๔๘)

#### ข. ป้ายชื่อบนเวปเพจโรงแรมบ้านเชียง

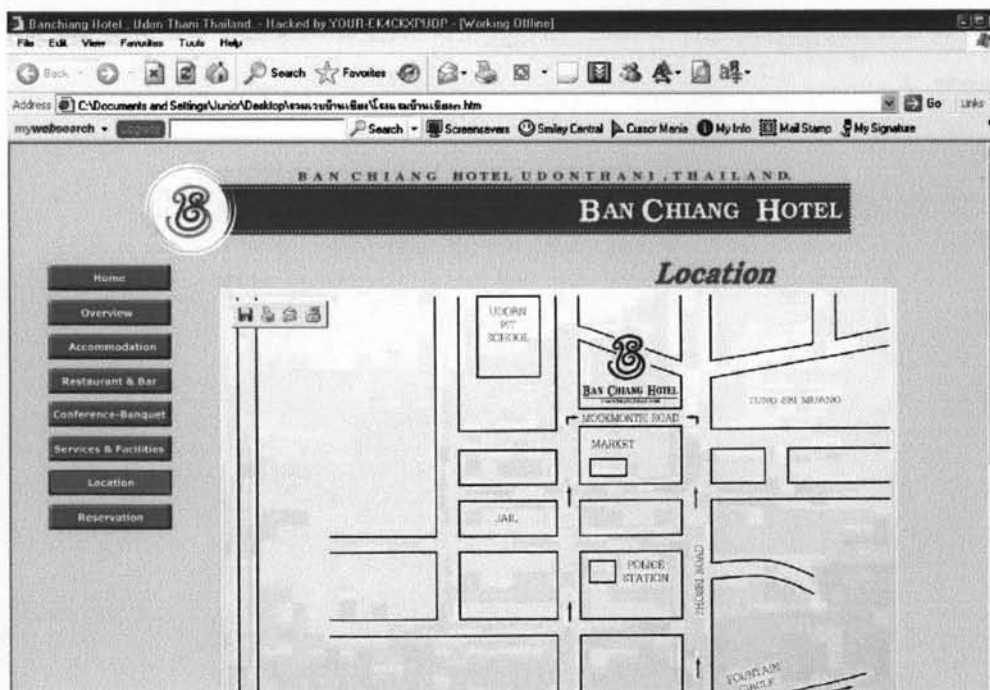
เมื่อพิจารณาจากป้ายชื่อบนเวปเพจโรงแรมบ้านเชียง [www.banchianghotel.com](http://www.banchianghotel.com) (ป้ายที่ ๖.๓) พบว่านอกจากสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" แล้วประกอบด้วยภาพ ดัชนีและสัญลักษณ์ ดังนี้

ป้ายทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าบนหน้าเวปสื่ออินเทอร์เน็ต

ชื่อองค์กร "โรงแรมบ้านเชียง/Ban Chiang Hotel" และ ชื่อจังหวัด "Udonthani" ชื่อประเทศ "Thailand" และชื่อถนน รหัสคือไวยากรณ์ภาษา

แผนผังที่ตั้งโรงแรมบ้านเชียง เป็นภาพเพราะเหมือนถนนเขตเทศบาลนครอุดรธานีบริเวณที่ตั้งโรงแรมบ้านเชียง ผสมกับดัชนีชี้ทิศทาง และไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อสถานที่สำคัญ

ป้ายที่ ๖.๓ ป้ายชื่อโรงแรมบ้านเชียงบนหน้าเวปแสดงที่ตั้งโรงแรมบ้านเชียง



การจัดองค์ประกอบ (layout) เป็นดัชนีบังคับทิศทางในการเข้าถึงด้วยการเชื่อมต่อสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” กับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อ “โรงแรมบ้านเชียง/Ban Chiang Hotel” และจังหวัดที่ตั้ง “Udonthani” และแผนผังที่ตั้งโรงแรมบ้านเชียง รหัสคือความรู้ทางไวยากรณ์ภาษา (grammar) ที่อ่านจากบนลงล่างและจากซ้ายไปขวา

เมื่อพิจารณาการเข้าถึงป้ายที่ ๖.๖ พบว่าป้ายหน้าเวปเป็นรหัสที่เปิดให้ตีความ จึงต้องใช้ควบคู่ไปด้วยกันกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อองค์กร “Ban Chiang Hotel” เพื่อปิดให้ตีความเป็นป้ายชื่อโรงแรมบ้านเชียง โดยเชื่อมต่อกับภาพเหมือนตัวอักษร B หลายกันหอยสีน้ำตาลแดง ด้วยการวางเคียงกันตามแนวนอนเพื่อเชื่อมต่อรหัสตามลำดับจากซ้ายไปขวา และเชื่อมต่อกับแผนผังที่ตั้งโรงแรมบ้านเชียงด้วยการวางเคียงกันตามแนวตั้งจากบนลงล่าง โดยอุปลักษณภาพเหมือนตัวอักษร B หลายกันหอยสีน้ำตาลแดงกับที่ตั้งโรงแรมบ้านเชียง เพื่อสื่อสารที่ตั้งโรงแรมบนแผนผังหน้าเวป

นอกจากนี้ คุณหงษ์วดี ยมจินดา ให้แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ชื่อ “บ้านเชียง” ว่า “จุดเด่นคือ ดั่ง คนรู้จัก แต่จุดด้อยคือ คนพอได้ยิน “บ้านเชียง” ก็จะเชื่อมไปสถานที่ของมัน นึกว่าโรงแรมตั้งอยู่ที่บ้านเชียง เวลาเราไปโรมทถึงต้องเน้นว่า โรงแรมบ้านเชียง ใจกลางเมืองอุดรธานี”

เมื่อเปรียบเทียบกับกรเข้าถึงสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับจังหวัดอุดรธานีบนป้ายชื่อถนน “ถนนหมากแข้ง” ที่ใช้ในบริษัทสถานที่คือจังหวัดอุดรธานีเช่นเดียวกัน พบว่าปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นเนื่องจากชื่อ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีที่เมื่อ



เห็นทำให้นึกเชื่อมโยงถึงสถานที่ตั้งคือแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้ควบคู่ไปด้วยกันกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อที่ตั้งคือจังหวัดอุดรธานี เพื่อไม่ให้ตีความเป็นโรงแรมบ้านเชียงตั้งอยู่ที่แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง

ในลำดับถัดไป จะทำการวิเคราะห์การเข้ารหัสสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับภาคอีสานตอนบน ว่ามีวิธีการและสารลักษณะอย่างไร

## ๒. การเข้ารหัสสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับภาคอีสานตอนบน

การเข้ารหัสสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับภาคอีสานตอนบน มีตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ป้ายชื่อ "spicy- isan" จำนวน ๒ ป้าย มีรายละเอียดดังนี้

### ๒.๑ รหัสและการสื่อความหมายสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" บนป้ายชื่อ "Spicy Isan"

คุณเทพณรงค์ พลงาม (สัมภาษณ์, ๗ ธันวาคม ๒๕๔๘) พนักงานการตลาด สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาค ๕ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้ให้แนวคิดในการเลือกสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" เป็นเครื่องหมายบนป้ายชื่อ "Spicy Isan" ว่า

"ได้มีการสำรวจเก็บข้อมูลในพื้นที่ จึงเกิด Theme นี้ขึ้นมา โดยประเด็นเกี่ยวกับแหล่งอารยธรรมสมัยก่อนประวัติศาสตร์มาจากแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง เนื่องจากบ้านเชียงมีอายุเก่าแก่มากถึง ๕,๖๐๐ ปี และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักของทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ อีกทั้งเมื่อได้รับยกย่องเป็นหนึ่งในแหล่งมรดกโลก ก็ยิ่งทำให้แหล่งโบราณคดีบ้านเชียงมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยหากพิจารณาในแง่ของความยิ่งใหญ่อลังการ อาจจะไม่เทียบเท่าสุโขทัย หรืออยุธยา แต่บ้านเชียงมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักของคน คือ เครื่องปั้นดินเผาลายเขียนสีแดง ซึ่งเมื่อเห็นก็จะรู้ได้ทันทีว่า คือ บ้านเชียง อุดรธานี"

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าในบรรดาแหล่งโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์ใน ๔ จังหวัดอีสานตอนบนนั้น แหล่งโบราณคดีบ้านเชียงมีคุณสมบัติที่โดดเด่นที่สุดคือมีอายุเก่าแก่มากมีเครื่องปั้นดินเผาลายเขียนสีที่มีความโดดเด่นเป็นที่รู้จักและจดจำได้ของทั้งในและต่างประเทศ ทั้งยังได้รับการยกย่องให้เป็นหนึ่งในแหล่งมรดกโลก ดังนั้น จึงเลือกสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" เป็นอนุนามนัย (metonym) โยงคู่ความสัมพันธ์กับสถานที่คือภาคอีสานตอนบน โดยใช้เครื่องปั้นดินเผาลายกันหอยเป็นตัวแทนของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงในลักษณะของการใช้ส่วนย่อยเป็นตัวแทนของส่วนรวม (synecdoche) เพื่อเปลี่ยนหน้าที่จากสื่อพิธีกรรมมาเป็นสื่อในชีวิตประจำวันคือป้ายชื่อสัญลักษณ์การท่องเที่ยว ด้วยวิธีการอุปลักษณ์ภาพเหมือนเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายกันหอยกับเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายกันหอย

เมื่อพิจารณาโดยใช้แนวคิดความสัมพันธ์ของวัตถุกับสัญญาของ Pierce และแนวคิดรูปแบบพื้นฐานทางการสื่อสารของ Wilden พบว่า เป็นรหัสประเภทภาพผสมดัชนี กล่าวคือเป็นภาพเพราะเหมือนเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายก้นหอย เป็นดัชนีเพราะเมื่อเห็นลายก้นหอยบนเครื่องปั้นดินเผา ทำให้นึกโยงคู่ความสัมพันธ์กับเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงและจังหวัดที่ค้นพบคือ อุดรธานีซึ่งตั้งอยู่ในเขตภาคอีสานตอนบน เป็นสารที่ต้องใช้ความรู้จากการเคยเห็นเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงและจดจำลักษณะเฉพาะตัวคือลายก้นหอยได้และมีความรู้เกี่ยวกับจังหวัดที่ตั้งของแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง เป็นความรู้อ้างอิงกลับไปหาความหมายสากลคือเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียง ที่พบจากแหล่งโบราณคดีบ้านเชียงที่มีอายุเก่าแก่กว่า ๕,๐๐๐ ปี โดยมีวิธีการเข้ารหัสเป็นเครื่องหมายบนป้ายชื่อ "Spicy Isan" ดังต่อไปนี้

## ๒.๒ การเข้ารหัสสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับภาคอีสานบนป้ายชื่อ "Spicy Isan"

จากเอกสาร Brand Image 7 Zones Guidebook ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวถึงแนวความคิดและองค์ประกอบของตราสัญลักษณ์ไว้ว่าเพื่อแสดงหัวใจของพื้นที่ คือ แหล่งอารยธรรมสมัยก่อนประวัติศาสตร์ ความหลากหลายของพื้นที่และความสนุกสนานที่มีรสชาติจัดจ้าน โดยทำการคัดเลือกตัวอย่างจากเอกสารดังกล่าวมาเป็นตัวอย่างในการศึกษา ๒ ป้าย (ป้ายที่ ๖.๔ และ ๖.๕) คือ

ป้ายที่ ๖.๔ ป้ายชื่อสัญลักษณ์ Spicy Isan บนสื่อสิ่งพิมพ์

ที่มา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย Brand Image 7 Zones Guidebook



ป้ายที่ ๖.๕ ป้ายชื่อสัญลักษณ์ Spicy Isan บนสื่อสิ่งพิมพ์

ที่มา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย Brand Image 7 Zones Guidebook



เมื่อพิจารณาป้ายที่ ๖.๔ และ ๖.๕ พบว่านอกจากสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” แล้ว ประกอบด้วยภาพ ดินเผาและสัญลักษณ์ ดังนี้

ป้ายไดโนเสาร์ (ป้ายที่ ๖.๔) เป็นสัญลักษณ์ของภาคอีสาน รหัสคือความเหมือนไดโนเสาร์ เป็นสารที่ต้องใช้ความรู้จากการเคยเห็นภาพไดโนเสาร์จนจดจำรูปร่างของไดโนเสาร์ได้ และความรู้เกี่ยวกับถิ่นที่พบในประเทศไทยและอายุสมัยที่พบไดโนเสาร์ เพื่อเป็นความรู้อ้างอิงกลับไปหาความหมายสากลคือภาคอีสานและสมัยก่อนประวัติศาสตร์

ป้ายอาหารอีสาน (ป้ายที่ ๖.๔) เป็นสัญลักษณ์ของอาหารอีสาน รหัสคือความเหมือนข้าวเหนียว ส้มตำ ไก่ย่าง เป็นสารที่ต้องใช้ความรู้จากการเป็นสมาชิกในวัฒนธรรมที่เคยกินข้าวเหนียว ส้มตำ ไก่ย่างและจดจำรสชาติเฉพาะตัวคือความเผ็ดร้อนได้ เป็นความรู้อ้างอิงกลับไปหาความหมายสากลคือรสชาติจัดจ้านเผ็ดร้อน

**“ใช้สัญลักษณ์นี้ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวทั่วไปของจังหวัด โดยพิมพ์บนโปสเตอร์ แผ่นพับต่าง ๆ” (คุณเทพณรงค์ พลงาม, สัมภาษณ์, ๗ ธันวาคม ๒๕๔๘)**

สัญลักษณ์ “Amazing Thailand” ประกอบด้วยภาพเหมือนลายประจำยาม เชื่อมต่อกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อ Amazing Thailand เป็นสารที่ใช้ความรู้จากการเป็นสมาชิกในวัฒนธรรมที่เคยเห็นและจดจำรูปร่างลายประจำยามได้และอ่านภาษาอังกฤษได้

ชื่อ “Spicy Isan” เป็นสัญลักษณ์การท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ ๔ จังหวัดอีสานตอนบน ประกอบด้วยรหัสคือภาพเหมือนเครื่องปั้นดินเผาลายกันหอยผสมความเหมือนสีเหลือง

ใช้ความรู้จากการเคยเห็นภาพเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงจนจดจำลักษณะเฉพาะตัวคือลายก้น  
 หอย ความรู้เกี่ยวกับอายุสมัยและจังหวัดที่ค้นพบ เป็นความรู้อ้างอิงกลับไปหาความหมายสากล  
 คือเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงสมัยก่อนประวัติศาสตร์ พบที่จังหวัดอุดรธานี /ภาพเหมือน  
 ไดโนเสาร์ ต้องใช้ความรู้จากการเคยเห็นภาพไดโนเสาร์จนจดจำลักษณะรูปร่างของไดโนเสาร์ได้  
 และความรู้เกี่ยวกับถิ่นที่พบในประเทศไทยและอายุสมัยที่พบไดโนเสาร์ เพื่อเป็นความรู้อ้างอิง  
 กลับไปหาความหมายสากลคือภาคอีสานและสมัยก่อนประวัติศาสตร์ /ภาพเหมือนพริกผสม  
 ความเหมือนสีแดง เป็นสารที่ใช้ความรู้จากการเคยกินพริกและจดจำรสชาติเฉพาะตัวของพริก  
 เป็นความรู้อ้างอิงกลับไปหาความหมายสากลคือรสเผ็ดร้อน /ไวยากรณ์ภาษา ต้องการความรู้จาก  
 การเป็นสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมที่อ่านภาษาอังกฤษได้

เมื่อพิจารณาการเข้ารหัสป้ายที่ ๖.๔ และ ๖.๕ พบว่าป้ายไดโนเสาร์ และ ป้ายอาหาร  
 อีสาน เป็นรหัสที่เปิดให้ตีความเป็นป้ายไดโนเสาร์และอาหารอีสาน ไม่เฉพาะป้ายการท่องเที่ยวใน  
 เขตภาคอีสานตอนบน จึงจำเป็นต้องใช้ควบคู่ไปกับสัญลักษณ์ Amazing Thailand เพื่อเปิดให้  
 ตีความเป็นป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้ควบคู่ไปกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อ "Spicy  
 Isan" เพื่อเปิดให้ตีความเป็นการท่องเที่ยวในภาคอีสาน

โดยสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" ทำหน้าที่เกื้อหนุนภาษาผ่านชื่อ "Spicy Isan" ด้วยอุปลักษณะ  
 ภาพเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายก้นหอยกับแหล่งอารยธรรมก่อนประวัติศาสตร์บ้านเชียง เพื่อ  
 สื่อสารว่าหนึ่งในความหลากหลายของพื้นที่ท่องเที่ยวภาคอีสานคือแหล่งอารยธรรมสมัยก่อน  
 ประวัติศาสตร์มีอายุเก่าแก่แบบบ้านเชียง อันเป็นคุณค่าที่ลึกซึ้งเกินกว่าจะบรรยายได้ซ้ำซึ่งด้วย  
 ภาษาเพียงลำพัง ทั้งนี้สามารถเชื่อมต่อกับทั้งสถานที่ท่องเที่ยวประเภทไดโนเสาร์ และวัฒนธรรม  
 อาหารการกินของชาวอีสาน ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ดังเช่นป้ายที่ ๖.๔ และ ๖.๕

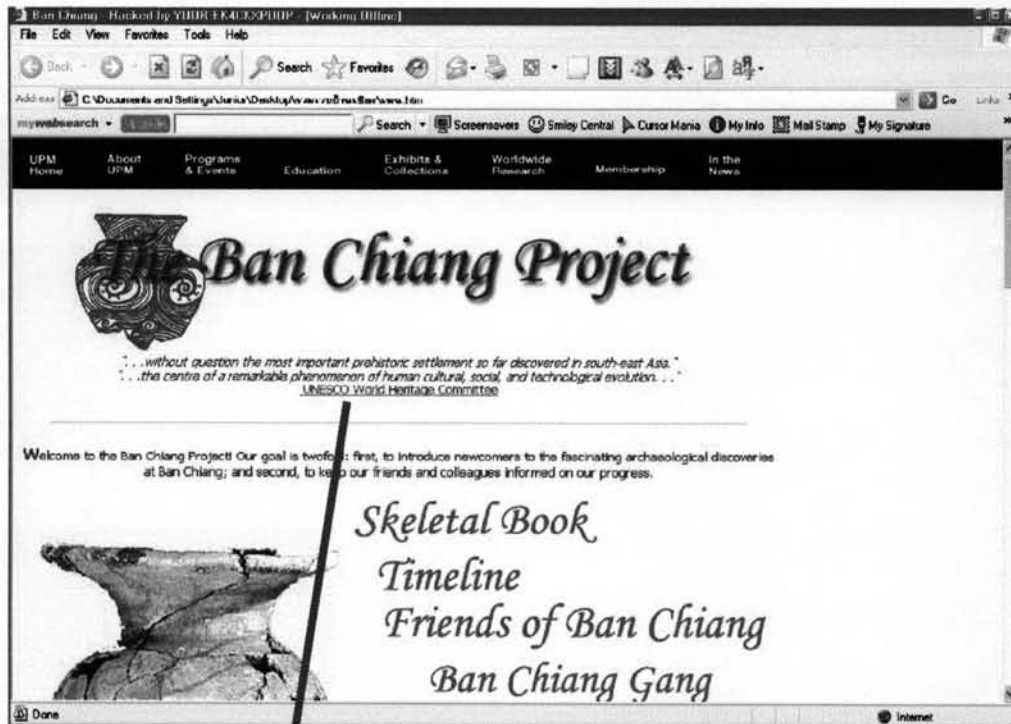
### ๓. การเข้ารหัสสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับแหล่ง โบราณคดีบ้านเชียง

การเข้ารหัสสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับแหล่งโบราณคดีบ้าน  
 เชียง มีตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ป้ายชื่อโครงการศึกษาทางโบราณคดี 'The Ban Chiang  
 Project' จำนวน ๑ ป้าย (ป้ายที่ ๖.๖) มีรายละเอียดดังนี้

'The Ban Chiang Project' เป็นเว็บไซต์เผยแพร่ผลการศึกษาวิจัยแหล่งโบราณคดีบ้าน  
 เชียง โดย มหาวิทยาลัยเพนซิลวาเนีย สหรัฐอเมริกา อันเป็นผลจากการขุดค้นร่วมกันระหว่างกรม  
 ศิลปากร และ มหาวิทยาลัยเพนซิลวาเนียในโครงการโบราณคดีภาคตะวันออกเฉียงเหนือระหว่าง

ปี พ.ศ. ๒๕๑๗-๒๕๑๘ ซึ่งการศึกษาวิเคราะห์โบราณวัตถุจากการขุดค้นครั้งนั้นยังคงดำเนินต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

ป้ายที่ ๖.๖ ป้ายชื่อโครงการ The Ban Chiang Project [www.museum.upenn.edu](http://www.museum.upenn.edu)



*"...without question the most important prehistoric settlement so far discovered in south-east Asia."  
 "...the centre of a remarkable phenomenon of human cultural, social, and technological evolution. ..."*  
UNESCO World Heritage Committee

ลำดับแรกจะนำเสนอการวิเคราะห์เพื่อให้เข้าใจถึงรหัสและการสื่อความหมายสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" เป็นเครื่องหมายบนป้ายชื่อโครงการ 'The Ban Chiang Project' ก่อน ดังนี้

**๓.๑ รหัสและการสื่อความหมายสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" บนป้ายชื่อโครงการ 'The Ban Chiang Project'**

Joyce White (Project Director, interview, November 28, 2005) ให้แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" เป็นเครื่องหมายป้ายชื่อโครงการ 'The Ban Chiang Project' ว่า

*'For a long time now, the public has seen the painted pottery as symbolizing Ban Chiang. This is OK for a symbol, but I always try to get people to look beyond the symbol to the people of the past*



*The design concept is simply what appeals to the eye! We are not professional designers, so we have to go with our personal preferences. We discuss as a group what we think looks good and go with that!.* (White, interview, November 28, 2005)

. (White, interview, November 28, 2005)

โดยเลือกภาชนะดินเผาจากหลุมฝังศพหมายเลข ๙ (drawing by Jean Gardner) (ภาพที่ ๖.๑) ที่ได้จากการขุดค้นในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๑๗- ๒๕๑๘ มาใช้เป็นสัญลักษณ์ โครงการฯ

ภาพที่ ๖.๑ ภาพลายเส้นเครื่องปั้นดินเผาจากหลุมฝังศพหมายเลข ๙



จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงกล่าวได้ว่าเครื่องปั้นดินเผาบ้านลายเขียนสีแดงเป็นสัญลักษณ์ของแหล่งโบราณคดีบ้านเชียงที่สาธารณชนรู้จักมายาวนาน จึงเลือกมาใช้เพื่อเป็นอนุนามนัย (metonym) โยงคู่ความสัมพันธ์กับแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง โดยใช้เครื่องปั้นดินเผาลายก้นหอยสีแดงเป็นตัวแทนของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงในลักษณะของการใช้ส่วนย่อยเป็นตัวแทนของส่วนรวม (synecdoche) เพื่อเปลี่ยนหน้าที่จากสื่อพิธีกรรมมาเป็นสื่อในชีวิตประจำวันคือป้ายชื่อโครงการศึกษาทางโบราณคดี ด้วยวิธีการอุปลักษณ์ภาพเหมือนเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายก้นหอยสีแดงกับเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายก้นหอยสีแดง

เมื่อพิจารณาโดยใช้แนวคิดความสัมพันธ์ของวัตถุกับสัญลักษณ์ของ Pierce และแนวคิดรูปแบบพื้นฐานทางการสื่อสารของ Wilden พบว่าสัญลักษณ์ "บ้านเชียง" เป็นรหัสประเภทภาพผสมดัชนี เป็นภาพเพราะเหมือนเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายก้นหอยสีแดง เป็นดัชนีเพราะเมื่อเห็นลายก้นหอยสีแดงบนเครื่องปั้นดินเผา ทำให้นึกโยงกับเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงและสถานที่ค้นพบคือแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง

อันเป็นสารที่ต้องใช้ความรู้จากการเป็นสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมที่เคยเห็นเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงจนจดจำลักษณะเฉพาะตัวคือลายก้นหอยได้ และความรู้เกี่ยวกับสถานที่ค้นพบคือแหล่งโบราณคดีบ้านเชียงเป็นความรู้อ้างอิงกลับไปหาความหมายสากลคือเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงจากแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง

โดยมีวิธีการเข้ารหัสเป็นเครื่องหมายบนป้ายชื่อโครงการ 'The Ban Chiang Project' ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### ๓.๒ การเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง บนป้ายชื่อโครงการ 'The Ban Chiang Project'

เมื่อพิจารณาจากป้ายที่ ๖.๖ พบว่านอกจากสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” แล้วประกอบด้วยภาพ ดัชนีและสัญลักษณ์ ดังนี้

ป้ายบนหน้าเวปส์ไอทีอินเทอร์เน็ต เป็นสัญลักษณ์ป้ายแนะนำข้อมูล

ชื่อองค์กร “The Ban Chiang Project” และข้อความบรรยายเกี่ยวกับประวัติการจัดทำเวปไซต์ และความสำคัญของแหล่งโบราณคดีบ้านเชียงในฐานะมรดกโลก รหัสคือไวยากรณ์ภาษาภาพถ่ายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายก้นหอยสีแดง เป็นภาพ (icon) เพราะเหมือนเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายก้นหอยสีแดง

การจัดองค์ประกอบ (layout) เป็นดัชนีบังคับทิศทางกรเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” กับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อ “The Ban Chiang Project” ด้วยการเชื่อมกันตามแนวนอนเพื่อเชื่อมต่อรหัสตามลำดับจากซ้ายไปขวาเป็นป้ายชื่อโครงการ “The Ban Chiang Project” และเชื่อมต่อกับป้ายชื่อ “The Ban Chiang Project” กับภาพถ่ายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อเวปลิงค์ด้วยการวางเคียงกันตามลำดับจากบนลงล่าง

เมื่อพิจารณาการเข้ารหัสป้ายที่ ๖.๖ พบว่าหน้าเวปบนอินเทอร์เน็ตเป็นรหัสที่เปิดให้ตีความ จึงจำเป็นต้องใช้ควบคู่ไปกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อ “The Ban Chiang Project” เพื่อเปิดให้ตีความเป็นโครงการอื่น และใช้ควบคู่ไปกับไวยากรณ์ภาษาผ่านข้อความบรรยายความสำคัญและความรู้ที่ได้จากการศึกษาทางโบราณคดีจากแหล่งโบราณคดีบ้านเชียงเพื่อแสดงเนื้อหาสาระและความสำคัญของโครงการ โดยสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” ทำหน้าที่เกี่ยวพันภาษาผ่านชื่อ “The Ban Chiang Project” และข้อความบรรยาย ด้วยการอุปลักษณะภาพเหมือนเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายก้นหอยสีแดงกับ “ความเก่าแบบบ้านเชียง” เพื่อสื่อสารคุณค่าขององค์ความรู้เกี่ยวกับอดีตของมนุษย์ที่ได้จากการศึกษาทางโบราณคดีจากแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง อันเป็นคุณค่าที่ลึกซึ้งเกินกว่าจะบรรยายได้ซาบซึ้งด้วยภาษาเพียงลำพัง

จากที่กล่าวมาในบทที่ ๖ สรุปได้ว่าสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” ในฐานะสื่อสาธารณะ มีลักษณะเป็นภาพผสมดัชนี โดยภาพคล้ายลายก้นหอยของเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงเป็นรหัสที่เปิดให้ตีความ จึงต้องใช้ร่วมกับภาพเหมือนเครื่องปั้นดินเผาเพื่อเปิดให้ตีความเป็นสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” แม้จะเป็นลายก้นหอยที่มีสีแดงก็ตาม

การเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เพื่อให้สื่อสารกับสาธารณชนได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ทำได้ด้วยการเปลี่ยนหน้าที่จากสื่อพิธีกรรมเป็นสื่อในชีวิตประจำวันคือป้ายชื่อสถานที่/องค์กร/โครงการ ด้วยการอุปโลกน์ภาพเหมือน/คล้ายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายก้นหอยกับเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงลายก้นหอย เพื่อเป็นตัวแทนแบบอนุนามนัยคือโยงคู่ความสัมพันธ์กับแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี และ ภาคอีสาน

ทั้งนี้ ป้ายเป็นรหัสที่เปิดให้ตีความ จึงต้องใช้ควบคู่ไปด้วยกันกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อประเภทสถานที่/องค์กร/โครงการเพื่อไม่ให้ตีความเป็นอย่างอื่น ด้วยการจัดองค์ประกอบแบบวางเคียงกันและการวางเหลี่ยมกันเพื่อเชื่อมต่อรหัสตามลำดับจากบนลงล่างและจากซ้ายไปขวาให้เกิดเป็นสาร โดยต้องคำนึงถึงบริบทสถานที่เพราะป้ายเป็นสื่อที่ถูกติดกับสถานที่ขึ้นอยู่กับว่าใช้ที่ไหน

กล่าวคือจากการศึกษาพบว่า ชื่อ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีโยงคู่ความสัมพันธ์กับสถานที่ค้นพบคือแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ดังนั้น การใช้ชื่อ “บ้านเชียง” เป็นชื่อองค์กรที่ตั้งอยู่ที่ใจกลางจังหวัดอุดรธานี ดังเช่นป้ายชื่อโรงแรมบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี จำเป็นต้องใช้ควบคู่ไปกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อที่ตั้งคือชื่อจังหวัดอุดรธานี เพื่อไม่ให้ตีความเป็นโรงแรมบ้านเชียงตั้งอยู่ที่แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง

และการเข้ารหัสภาพคล้ายเครื่องปั้นดินเผาบ้านเชียงบนป้ายชื่อสัญลักษณ์ Spicy Isan เขต๔จังหวัดอีสานตอนบน จำเป็นต้องใช้ควบคู่ไปกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อภาค “ภาคอีสาน” เพื่อไม่ให้ตีความเป็นแหล่งโบราณคดีบ้านเชียงหรือจังหวัดอุดรธานี โดยมีผลสรุปดังตารางที่ ๖.๑

ตารางที่ ๖.๑ สรุปการเข้ารหัสสัญลักษณ์ “บ้านเชียง” เป็นดัชนีบนป้ายชื่อสถานที่/องค์กร/โครงการ

ป้าย	การเข้ารหัส	บริบทสถานที่ (แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง / จังหวัดอุดรธานี/ภาคอีสาน)	
		ผูกติด	ไม่ผูกติด
ป้ายชื่อ “ถนนหมากแข้ง”	ต้องใช้ควบคู่ไปกับชื่อประเภทสถานที่ “ถนน” เพื่อเปิดให้ตีความเป็นป้ายถนน และติดตั้งบนหัวถนนเขตเทศบาลนครอุดรธานี เพื่อเปิดให้ตีความเป็นป้ายชื่อถนนในเขตเทศบาลนครอุดรธานี	ผูกติดกับเขตเทศบาลนครอุดรธานี	
ป้ายชื่อ Spicy Isan	ต้องใช้ควบคู่ไปกับสัญลักษณ์ Amazing Thailand เพื่อเปิดให้ตีความเป็นป้ายการท่องเที่ยว และต้องใช้ควบคู่ไปกับชื่อภาค “Isan” เพื่อเปิดให้ตีความเป็นป้ายชื่อการท่องเที่ยวภาคอีสาน	ผูกติดกับอีสานบน	
ป้ายชื่อโรงแรมบ้านเชียง	ต้องใช้ควบคู่ไปกับชื่อจังหวัด “อุดรธานี” เพื่อเปิดให้ตีความเป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ที่แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง	ผูกติดกับจังหวัดอุดรธานี	
ป้ายชื่อ The Ban Chiang project	ต้องใช้ควบคู่ไปกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อโครงการและข้อความบรรยายเกี่ยวกับความสำคัญของแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง เพื่อเปิดให้ตีความเป็นโครงการศึกษาทางโบราณคดีที่แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง	ผูกติดกับแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง	

การเข้ารหัสที่กล่าวถึงข้างต้น ทำให้เกิดเป็นสารต้องใช้ความรู้จากการเป็นสมาชิกในวัฒนธรรมที่เคยเห็นเครื่องบินดิน เมาบ้านเชียงจนจดจำลักษณะเฉพาะตัวคือลายกันหอยได้และมีความรู้เกี่ยวกับประเภทแหล่งที่ค้นพบและจังหวัดที่ตั้ง เพื่อเป็นความรู้อ้างอิงกลับไปความหมายสากล คือเครื่องบินดินเมาบ้านเชียงพบจากแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ภาคอีสานตอนบนของประเทศไทย ซึ่งเป็นความรู้ทั่วไปในวัฒนธรรมไทยและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในภาคอีสานของไทย

เพื่อเชื่อมต่อกับความรู้จากการเป็นสมาชิกในวัฒนธรรมที่อ่านหนังสือจากบนลงล่างและจากซ้ายไปขวาเป็นความรู้อ้างอิงกลับไปความหมายสากลในการเชื่อมต่อรหัสภาพและภาษาบนสื่อป้ายให้เกิดเป็นสาร ซึ่งเป็นความรู้ของสาธารณชนทั่วไปทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

อันเป็นสารที่มีลักษณะเกี่ยวพันกันระหว่างรหัสเชิงเสมือนและรหัสเชิงตรรกะตามแนวคิดของ Wilden คือภาพเหมือน/คล้ายเครื่องบินดินเมาบ้านเชียงลายกันหอยกับไวยากรณ์ภาษาผ่านชื่อประเภทสถานที่/องค์กร และการจัดองค์ประกอบตามแนวตั้งจากบนลงล่างและแนวนอนจากซ้ายไปขวา ด้วยการทำหน้าที่เป็นภาษาที่พูดถึงอีกภาษาหนึ่ง (metalanguage) ตามแนวคิดของ Ashwin โดยภาพเหมือน/คล้ายเครื่องบินดินเมาบ้านเชียงลายกันหอยทำหน้าที่เกี่ยวพันภาษาด้วยการสื่อสารคุณค่าความเก่าแบบบ้านเชียงและคุณค่าองค์ความรู้ในอดีตของมนุษย์จากการศึกษาทางโบราณคดีที่บ้านเชียง อันเป็นคุณค่าที่ลึกซึ้งเกินกว่าจะบรรยายได้ซาบซึ้ง/กระจ่างแจ้งด้วยภาษาเพียงลำพัง