บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่จะนำมาเป็นกรอบความคิดในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยคือ

- แนวคิดของมาร์แชล แมคลูฮัน แนวคิดของแมคลูฮันเป็นการอธิบายเบื้องต้นถึงบทบาทและความสำคัญของสื่อภาพถ่ายในฐานะสื่อที่ขยายสมรรถะของมนุษย์

- แนวคิดของชอง โบดริยาร์ด ได้แก่ การลอกเลียนแบบ (simulation) ความเหนือจริง (hyperreal) และภาพนิมิต (simulacrum) และทฤษฎีตรรกะการบริโภค (logic of consumption)

- แนวคิดการสื่อความหมายด้วยภาพถ่ายและหลักการในการถ่ายภาพบุคคล กรอบความคิดนี้จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์การสื่อความหมายร่วมกับแนวคิดในเรื่องการสร้างภาพนิมิตด้วยภาพถ่ายบุคคล

แนวคิดของมาร์แชล แมคลูฮัน

ในหนังสือ Understanding Media: the Extension of Man (1964) มาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan) ได้แสดงความคิดว่าระบบของสื่ออิเลคทรอนิคส์เป็นสิ่งที่ครอบงำรูปแบบการสื่อสารของมนุษย์ แนวคิดที่ว่านั้นคือ สื่อคือสาร (Medium is the Message) ซึ่งความคิดที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวาง

แมคลูฮันได้แย้งว่าเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้เกิดสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ แก่มนุษย์ เช่น การมาถึงของรถไฟ หรือเครื่องบินในเมืองต่างๆ ย่อมนำความเปลี่ยนแปลงมาสู่ผู้คนในเมืองนั้น ไม่ว่าจะเป็นการทำงาน การใช้เวลาว่าง และแม้กระทั่งการสื่อสาร เขาเชื่อว่าความคิดและการกระทำของมนุษย์ถูกกำหนดโดยการพัฒนาวิธีการในการสื่อสาร ดังนั้น สื่อคือสารเพราะสื่อเป็นตัวกำหนดรูปแบบการติดต่อสมาคมและการกระทำของมนุษย์ สื่อเป็นตัวกำหนดสารที่แท้จริงไม่ใช่ผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารต้องพยายามหาวิธีที่จะส่งสารให้เข้ากับสื่อที่จะใช้เพื่อให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด

สื่อและสารในความหมายของแมคลูฮันนี้ สื่อ หมายถึง สื่อกลาง (medium) ทั้งหลายที่ใช้เพื่อสื่อสารมวลชน และรวมไปถึงสิ่งใดๆ ก็ตามที่ช่วยในการขยายสมรรถนะของมนุษย์หรือขยายประสาทสัมผัสของมนุษย์ เช่น หลอดไฟก็คือสื่อเพราะช่วยขยายสมรรถนะการมองเห็นของมนุษย์แม้ในสภาวะที่ไม่มีแสงอาทิตย์ และหลอดไฟจะมีเนื้อหาเมื่อมันสะกดข้อความหรือชื่อต่างๆ เช่น

ยี่ห้อสินค้า เป็นต้น นอกจากนี้มันยังทำให้มนุษย์ไม่มีขีดจำกัดในเรื่องเวลาและสถานที่ได้เช่นเดียวกับวิทยุ โทรเลข โทรศัพท์ และโทรทัศน์

ส่วน สาร หมายถึง เนื้อหาความคิดของสื่อ และยังขยายไปสู่ความหมายที่ว่าสารคือตัวเปลี่ยนแปลงรูปแบบที่นำไปสู่เรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ สิ่งที่แมคลูฮันต้องการจะนำเสนอในประเด็นที่ว่าสื่อคือสารก็คือ เขาเห็นว่าเมื่อเกิดสื่อชนิดใหม่ขึ้นมา สื่อเดิมที่มีอยู่แล้วจะถูกกลืนเข้ากับสื่อใหม่โดยสื่อเดิมจะแปรสภาพเป็นเนื้อหา (content) ของสื่อชนิดใหม่ ตัวอย่างเช่น เมื่อเกิดสื่อภาพยนตร์ขึ้นมา สื่อนวนิยายซึ่งเป็นสื่อเดิมก็กลายเป็นเนื้อหาของภาพยนตร์ หรือภาพถ่ายก็เป็นสื่อชนิดใหม่ที่มาแทนที่การวาดภาพซึ่งเป็นสื่อเดิมในการบันทึกความทรงจำที่ไม่ใช่การใช้อักษร เมื่อเกิดเทคโนโลยีถ่ายภาพขึ้นมาลักษณะการนำเสนอของการวาดภาพจึงถูกนำใช้ในการบันทึกภาพต่างๆ ด้วยกล้องถ่ายรูปไม่ว่าจะเป็นภาพของคนหรือทิวทัศน์ ซึ่งสภาพเช่นนี้จะมีผลต่อมนุษย์อย่างแน่นอนในการใช้สื่อเพื่อจุดประสงค์ต่างๆ

จากความคิดข้างต้นนี้จะเห็นว่าแมคลูฮันเป็นนักคิดที่ใช้เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (technological determinist) ที่เชื่อว่าสื่อมีความหมายมากไปกว่าเป็นเพียงวิทยุ โทรทัศน์ หรือเครื่องมือสื่อสาร เพราะเขายังรวมถึงเทคโนโลยีใดๆ ก็ตามที่มีผลกระทบต่อสังคมมนุษย์ ดังนั้น ผลกระทบทางสังคมเป็นผลมาจากการกระทำของสื่อของการสื่อสารและเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวมันเองกับสื่ออื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือกระบวนเนื้อหาของสื่อนั้น สิ่งสำคัญในการศึกษาจึงไม่ใช่มองแต่เพียงว่าสื่อนั้นถูกนำไปใช้ทำอะไรแต่ควรมองว่ามันถูกนำไปใช้อย่างไร

แมคลูฮันยังกล่าวถึงเทคโนโลยีการถ่ายภาพว่าเป็นสื่อที่ทำให้เกิดเนื้อหาใหม่หรือผลที่ตามมาในด้านการขยายสมรรถนะของมนุษย์ด้วยเช่นเดียวกับสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเลคทรอนิคส์ และอื่นๆ กล้องถ่ายภาพได้ทำให้คนกลายเป็นวัตถุ และภาพถ่ายก็สามารถขยายและเพิ่มจำนวนภาพลักษณ์ของมนุษย์โดยการผลิตจำนวนมากตามต้องการได้ด้วยเครื่องจักร เมื่อภาพถ่ายเข้ามาแทนที่ภาพวาดและเป็นสิ่งที่สามารถผลิตซ้ำได้ จึงทำให้บุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดาราภาพยนตร์และนักแสดงละคร อยู่ใต้การครอบงำของสาธารณชน พวกเขากลายเป็นภาพลวงหรือความฝันที่เป็นสินค้าที่สาธารณชนสามารถซื้อมาได้เพื่อกอดและลูบคลำอย่างง่ายดายยิ่งกว่าโสเภณีเสียจนเขาได้เปรียบภาพถ่ายว่าเป็นเสมือน "สถานบริการโสเภณีที่ไม่มีกำแพงกั้น"

แมคลูฮันได้กล่าวว่าภาพถ่ายเป็นวิธีการเดียวกันกับการวาดภาพที่มนุษย์ใช้เพื่อบันทึกเรื่องราวให้ปรากฏต่อสายตาโดยไม่ต้องใช้หลักเกณฑ์ทางด้านภาษาเขียน นอกจากนี้ภาพถ่ายยังเป็นตัวแบ่งยุคระหว่างสมัยอุตสาหกรรมเครื่องจักรและยุคกราฟฟิคของมนุษย์สมัยอิเลคทรอนิคส์

สื่อจะถูกนำมาใช้เป็นตัวบอกสารต่างๆ เช่น สิ่งของต่างๆ จะบ่งบอกถึงรสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรมของปัจเจกชน ภาพถ่ายก็เป็นสื่อที่เราสามารถใช้บรรยายหรือแสดงความเป็นตัวของตัวเองของผู้เป็นแบบได้เช่นกัน

แนวคิดของชอง โบดริยาร์ด (Jean Baudrillard)

1. การลอกเลียนแบบที่นำไปสู่ภาพนิมิต

ชอง โบดริยาร์ด เป็นนักทฤษฎีที่สำคัญคนหนึ่งของแนวคิดหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) แนวคิดของโบดริยาร์ดถือว่าเป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับ และสามารถนำมาใช้วิพากษ์สังคมสมัยใหม่ในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

สังคมในปัจจุบันที่เราอยู่นี้เต็มไปด้วยสิ่งที่โบดริยาร์ดเรียกว่า . การลอกเลียนแบบ (simulation) ความเหนือจริง (hyperreal) และภาพนิมิต (simulacrum) ซึ่งสิ่งที่เกิดขึ้นนี้เป็นสิ่งที่ใช้ในการเปรียบเทียบสังคมสมัยใหม่ (era of modernity) และสังคมหลังสมัย (era of postmodernity) ไว้ว่า ในสังคมสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมสิ่งที่มีอิทธิพลคือการผลิตและทุนนิยมแบบอุตสาหกรรม แต่ในสังคมหลังสมัยใหม่สิ่งที่ควบคุมกลไกของสังคมคือ การลอกเลียนแบบ ความเหนือจริง การระเบิดภายใน (implosion) และรูปแบบของเทคโนโลยี วัฒนธรรมและสังคม สิ่งที่แตกต่างกันคือความทันสมัยถูกบ่งชี้ด้วยการขยายตัวของการทำให้เป็นสินค้า (commodification) การใช้เครื่องจักร (mechanization) เทคโนโลยี การแลกเปลี่ยนและตลาด (exchange and market) แต่สังคมหลังสมัยใหม่คือสังคมที่มีการระเบิดภายในของเส้นแบ่งแยกและข้อแตกต่างทั้งหมดระหว่างวัฒนธรรมชั้นสูงและชั้นล่าง สิ่งที่ปรากฏให้เห็นและความเป็นจริง นอกจากนี้ในขณะที่สังคมสมัยใหม่ที่มีการยึดหลักในเรื่องการทำให้เกิดความแตกต่าง (defferentiation) ในด้านมิติแห่งชีวิตต่างๆ เพิ่มขึ้นนั้นคือดัชนีของความทันสมัย แต่รูปแบบความเป็นหลังสมัยใหม่นั้นถูกตีความว่าเป็นกระบวนการที่ทำให้ไม่มีความแตกต่าง (de-differentiation)

รูปแบบการลอกเลียนแบบ (simluation model) คือสิ่งที่เข้ามาครอบงำระเบียบสังคม เพราะเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นก่อนความจริง และทำให้สังคมมีความเหนือจริง โบดริยาร์ดให้นิยาม "ความจริง" (the real) ไว้ว่า "ความจริงได้กลายเป็นสิ่งที่สามารถผลิตซ้ำขึ้นได้อย่างทัดเทียมของเดิม ความจริงไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่ถูกผลิตซ้ำได้แต่มันยังเป็นสิ่งที่มักจะถูกผลิตซ้ำมาแล้วต่อหนึ่ง ดังนั้น มันจึงกลายเป็นความเหนือจริง" ตัวอย่างเช่น คู่มือการตกแต่งบ้าน คู่มือเลี้ยงลูก วิดีโอสอนการออกกำลังกาย ล้วนแต่เป็นรูปแบบการลอกเลียบแบบมีขึ้นก่อนความจริงเสียอีกและมันก็ถูกผลิตซ้ำอย่างไม่มีที่สิ้นสุดในสังคมเหนือจริงที่ความแตกต่างระหว่างจริงและไม่จริงไม่มีให้เห็นหรือไม่สามารถตัดสินได้ และภาพนิมิต (simulacra) จะเกิดขึ้นได้เมื่อเรายอมรับว่ามันคือความจริง ตัวอย่างเช่น เราคงจะต้องอ่านคู่มือดูแลเด็กเพื่อซักซ้อมการเป็นคุณแม่ก่อนที่จะคลอดลูกเสียอีก และคู่มือการเลี้ยงดูลูกก็มีหลายเล่มที่เขียนขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญหลายๆ คน จากหลาย

สำนักพิมพ์ จนเราไม่สามารถบอกได้ว่า "สูตรหรือแบบจำลอง" การฝึกหัดการเลี้ยงลูกเล่มไหนที่เป็นต้นกำเนิดและถูกต้องที่สุด

ภาพนิมิตสำหรับโบดริยาร์ดหมายถึง การเป็นตัวแทน (representations) หรือสำเนา (copies) ของวัตถุหรือเหตุการณ์ ในขณะที่ "ลำดับของภาพนิมิต" (orders of simulacra) ได้ทำให้เกิดขั้นตอนต่างๆ ใน "ลำดับของการปรากฏ" (orders of appearance) และในด้านความสัมพันธ์ระหว่างภาพนิมิตและความจริง โบดริยาร์ดจึงได้อธิบายลำดับการเกิดขึ้นของภาพนิมิตซึ่งมีการพัฒนาจนกลายมาเป็นสิ่งที่ครอบงำชีวิตทางสังคมของมนุษย์ ด้วยการจัดแบ่งลำดับการเกิดขึ้นของรูปแบบการลอกเลียนแบบในประวัติศาสตร์ไว้ดังนี้

1. ยุค Renaissance ถึงยุค Classic ในสมัยนี้มีการสิ้นสุดของระบบศักดินาสวามิภักดิ์ (feudalism) สัญญะต่างๆ ที่เคยมีการแบ่งชนชั้นอย่างชัดเจนได้ถูกแทนที่ด้วยสัญญะเทียมๆ ที่สร้างขึ้นใหม่ เช่น การเมืองแบบประชาธิปไตย การมีโรงละคร เกิดศิลปะแบบบาโรค เป็นต้น ซึ่งเป็นการทำลายการจัดลำดับชั้นแบบสมัยกลางออกไป ภาพนิมิตในยุคนี้คือสิ่งที่ทดแทนธรรมชาติ เช่น ประชาธิปไตยคือภาพนิมิตของสิทธิมนุษยชนที่ได้มาแต่กำเนิด

2. ยุคอุตสาหกรรม คือยุคหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม มีการนำเครื่องจักรมาใช้ในการผลิต ทำให้ผลิตสินค้าในจำนวนมากและเกิด "รุ่น" (series) ต่างๆ ของสินค้า ทำให้เกิดการผลิตซ้ำ (reproduction) ได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด โบดริยาร์ดเปรียบเทียบว่าระบบเครื่องยนต์คือการลอกเลียนแบบกลไกของมนุษย์แต่หุ่นยนต์คือการลอกเลียนแบบตัวมนุษย์และมาแทนที่แรงงานมนุษย์ และในสมัยนี้เทคโนโลยีและการผลิตซ้ำด้วยเครื่องจักรได้สร้างความจริงใหม่ให้เกิดขึ้น

3. ยุคหลังสมัยอุตสาหกรรม ยุคที่สามนี้จะต่างจากยุคที่ 1 และ 2 ซึ่งการผลิตมีหลักการคือ ผลิตให้เหมือนกับของจริง ทำให้สิ่งที่ผลิตขึ้นมานั้นเป็นของปลอม หรือเป็น "รุ่น" (series)

ในลำดับที่ 3 ของการเกิด Simulation เราจึงพบว่าการทำแบบจำลองนั้นไม่ได้จำลองจากความจริงแต่จำลองมาจากลักษณะเทียมซึ่งไกลออกไปจากวัตถุที่มีอยู่จริง เมื่อเป็นเช่นนี้ความเป็นจริงที่แท้ก็ค่อยๆ ห่างไกลออกไปจนอาจไม่มีอยู่ ความเป็นจริงจากที่เคยเป็น "สิ่งที่อ้างถึง" ของสิ่งนั้นได้ถูกแทนที่ด้วยแบบจำลองที่ได้กลายเป็นตัวหมายของการอ้างถึง (signifier of reference)

โบดริยาร์ดเห็นว่าการลอกเลียนแบบนี้เป็นการทำให้เกิดรูปแบบจำลองของความจริงที่ปราศจากต้นกำเนิดหรือความจริง นั่นคือความเหนือจริงนั่นเอง ลักษณะเหนือจริงนี้เป็นรูปแบบเฉพาะของความเป็น Postmodernity ในขอบเขตของลักษณะเหนือจริงนี้ความแตกต่างระหว่างการลอกเลียนแบบและความจริงยังคงแตกตัวต่อไปนั่นคือความจริงและจินตนาการได้ผนวกเข้าหากัน ผลก็คือความจริงและการลอกเลียนแบบเป็นสิ่งที่เราสามารถเข้าไปมีประสบการณ์ได้โดยไม่มีความแตกต่างกัน และจริงๆ แล้วการลอกเลียนแบบทำให้เกิดประสบการณ์ที่สมจริงยิ่งกว่าความ

จริงของมันเสียอีก คือ "ดียิ่งกว่าสิ่งที่เป็นจริง" การลอกเลียนแบบได้กลายเป็นสิ่งที่สมจริงมากกว่าความเป็นจริง ทุกวันนี้เราจึงอยู่ในยุคที่มีแต่ความเหนือจริง

โบดริยาร์ดกล่าวว่าทุกสิ่งทุกอย่างล้วนแต่มีความ "เหนือจริง" ที่มากกว่าตัวมันเอง การเป็นสิ่งที่เหนือกว่าที่เป็นอยู่หมายถึงการทำให้ลักษณะตรงกันข้ามแบบเก่าสูญหายไปไม่ใช่การอยู่เหนือกว่าหรือแก้ไขสิ่งนั้น เมื่อเส้นแบ่งระหว่างความจริงและจินตนาการถูกลบออกไปความเป็นจริงก็ไม่จำเป็นต้องถูกตรวจสอบ ด้วยเหตุนี้มันจึงเป็นลักษณะที่ "เป็นจริงมากกว่าจริง" เพราะมันคือสิ่งเดียวที่มีอยู่

ความเหนือจริงหรือ Hyperreal ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการลอกเลียนแบบนี้ต่างจากสิ่งที่เรียกว่าเกินจริงหรือ Surreal ซึ่งยังผูกติดอยู่กับการมีอยู่ของความจริงโดยผลิตงานศิลปะที่ตรงข้ามกับความเป็นจริงไปเลยจนเราหาความจริงจากมันไม่ได้เพราะเป็นสิ่งที่เพ้อฝัน จึงเป็นลักษณะที่แตกต่างจากลักษณะเหนือจริง (hyperreal) เนื่องจากลักษณะเหนือจริงนี้จะทำให้ไม่มีความแตกต่าง (de-differentiate) ระหว่างความจริงและการเป็นตัวแทน และกระบวนการผลิตซ้ำของ "ความเป็นจริง" ผ่านจากสื่อหนึ่งไปยังอีกสื่อหนึ่งจะทำให้ความเป็นจริงเปลี่ยนไปจากแก่นแท้ดั้งเดิมของมัน นั่นคือมันได้กลายเป็นความเหนือจริงและภาพหลอน ลักษณะเหนือจริงจะถูกนำมาใช้กับการทำซ้ำคือในด้านความสัมพันธ์กับการผลิตซ้ำความเป็นจริง แต่เมื่อใดก็ตามความสามารถในการผลิตซ้ำอยู่ตัวแล้วเงื่อนไขนี้ก็ไม่จำเป็นอีกต่อไป ลักษณะเหนือจริงจึงหมายถึงรูปแบบการลอกเลียนแบบซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งที่มักมีการผลิตซ้ำมาแล้ว และเป็นความเหนือจริงที่อิงอยู่กับความจริงที่มนุษย์รับรู้ได้ เพียงแต่ว่าความเหนือจริงนี้ทำให้สิ่งที่สร้างขึ้นมีระดับของความจริงมากยิ่งขึ้นไปกว่าเดิม

ในแนวคิดสัญญะวิทยา (Semiotics) การสร้างความหมายเกิดจากองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ

1. ตัวหมาย (signifier)
2. ตัวหมายถึง (signified)
3. สิ่งอ้างอิง (referent)

ตัวหมายมักจะเป็นคำหรือข้อความที่เราใช้เรียกสิ่งต่างๆ ตัวหมายถึงนั้นคือแก่นความคิด (concept) หรือความคิด (thought) และสิ่งอ้างอิงจะหมายถึงวัตถุ สิ่งของที่เราเห็นในตามความเป็นจริงที่ตัวหมายและตัวหมายถึงเชื่อมโยงถึงกัน ในยุคหลังสมัยใหม่ภาพลักษณ์ (image) ได้เข้ามาแทนที่ตัวหมายเสียเอง ภาพถ่ายก็มีความเหนือจริงดังที่ Rosalind Krauss (1985, อ้างใน Lash,1988) เปรียบว่าภาพถ่ายเหมือนหน้ากากของคนตาย เป็นเหมือนร่องรอยในความหมายว่าเป็น "รอยพิมพ์ของความจริง" คำเปรียบเทียบนี้เราสามารถยกตัวอย่างซาวอียิปต์ที่มีการวาดหน้ากากของฟาโรห์เอาไว้ นั่นเป็นความพยายามที่จะบันทึกความเป็นจริงเกี่ยวกับหน้าตาของผู้

ตายเอาไว้ แต่สำหรับภาพถ่ายนั้นมีความสมจริงและเหนือจริงยิ่งกว่าเพราะกล้องถ่ายรูปสามารถบันทึกความจริงเกี่ยวกับมนุษย์ได้อย่างสมบูรณ์ และยังสามารถปรับแต่งให้ผู้เป็นแบบมีความสมบูรณ์ "สมจริง" ตามความต้องการของแบบได้อีกด้วยโดยอาศัยองค์ประกอบอื่นๆ มาช่วย เช่น เสื้อผ้า การตกแต่งใบหน้า เป็นต้น

ในความสัมพันธ์ระหว่างภาพถ่ายบุคคลกับแนวคิดเรื่องการลอกเลียนแบบ ความเหนือจริง และภาพนิมิตซึ่งเป็นระดับสูงสุดนี้ เราคงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าภาพถ่ายบุคคลที่ผลิตโดยช่างภาพของสตูดิโอและนิตยสารต่างๆ ก็ผลิตขึ้นตามเงื่อนไขนี้ นั่นคือการได้เป็นนางแบบและนายแบบของคนทั่วไปก็คือการได้สัมผัสภาพฝันของตนที่เกิดขึ้นจริงๆ ภาพถ่ายที่ได้มาจึงมีความหมายมากไปกว่าการบันทึกรูปร่างหน้าตาของคนธรรมดาๆ เท่านั้น แต่มันยังมีความสัมพันธ์กับรูปแบบการบริโภคอีกด้วย

2. ตรรกะแห่งการบริโภคในยุคหลังสมัยใหม่

งานเขียนยุคแรกของโบดริยาร์ดคือ The System of Objects (1968) ซึ่งเขาได้แสดงความเห็นว่าสินค้าอุปโภคบริโภคเป็นตัวสร้างระบบชนชั้นและมีผลต่อพฤติกรรม โดยโฆษณาจะสร้างสัญลักษณ์ (symbol) ให้กับสินค้าว่าแตกต่างจากสินค้าชิ้นอื่นๆ สินค้านั้นๆ จะมีอิทธิพลก็ต่อเมื่อมันถูกบริโภคโดยมีการส่ง "ความหมาย" ไปยังผู้บริโภคแต่ละคน จึงกลายเป็นสังคมที่มีการใช้สัญญะโดยสร้างความรู้สึกลวงถึงความเป็นอิสระ (illusory sense of freedom) ให้แก่คนในสังคมว่าความเป็นอิสระหรือแตกต่างเกิดจากการบริโภค

โบดริยาร์ดยังได้แสดงความคิดว่าสินค้าบริโภคเป็นตัวสร้าง "ระบบสัญญะ" ที่แยกความแตกต่างระหว่างประชากรต่อไปในหนังสือเรื่อง Consumer Society (1970) โดยบอกว่าสินค้าได้กลายเป็นสัญญะตามความหมายของ Saussure ไปแล้ว ดังนั้น การบริโภคจึงไม่ใช่แค่การบริโภคคุณค่าการใช้สอย (use-value) แต่เป็นการบริโภคสัญญะเป็นเบื้องต้น

คุณค่าเพื่อการใช้สอยของสินค้าถูกแทนที่โดยรูปแบบ (model) รหัส (code) ภาพนิมิต การแสดงเพื่อนำเสนอ และความเหนือจริงของการลอกเลียนแบบ ในสังคมบริโภคนี้ผู้คนมีพันธะอยู่กับการเล่นกับภาพนิมิตซึ่งมีความสัมพันธ์กับความจริงภายนอก (external reality) ของสิ่งต่างๆ น้อยลงทุกที เพราะเราอยู่ในโลกแห่งภาพนิมิตที่ภาพลักษณ์ (image) หรือตัวหมาย (signifier) ของเหตุการณ์หนึ่งได้แทนที่ประสบการณ์โดยตรงและความรู้ที่มีเกี่ยวกับสิ่งที่อ้างถึง (referent) หรือตัวหมายถึง (signified) ดังที่โบดริยาร์ดได้เสนอทฤษฎีในหนังสือเรื่อง For a Critique of the Political Economy of the Sign โดยวิเคราะห์ว่าสังคมยุคใหม่การบริโภคสินค้าต่างๆ ไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility) หรือทฤษฎีแห่งความพึงพอใจของ

วัตถุ (Pleasure) อีกต่อไป แต่จะตั้งอยู่บนรากฐานของทฤษฎีการสร้างคุณค่าและความหมายของวัตถุที่ถูกสร้างขึ้นมาในสังคม

โบดริยาร์ดเห็นด้วยกับมาร์กซ์ในประเด็นที่ว่าสังคมทุนนิยมทำให้วัตถุกลายสภาพเป็นสินค้าด้วยการกำหนดค่าการแลกเปลี่ยนให้เป็นตัวกำหนดคุณค่าแทนที่จะเป็นค่าการใช้สอย ทุกสิ่งทุกอย่างกลายเป็นสิ่งที่มีราคาติดเอาไว้เพื่อเป็นหลักเกณฑ์ในการแลกเปลี่ยน มูลค่าการแลกเปลี่ยนนี้เองที่ทำให้มนุษย์ในสังคมสมัยใหม่ตกเป็นทาสของวัตถุ เพราะไปยึดติดกับมูลค่าการแลกเปลี่ยนมากกว่ามูลค่าการใช้สอย อย่างไรก็ตาม โบดริยาร์ดเห็นว่าการกลับไปหามูลค่าการใช้สอยเป็นสิ่งที่เป็นไปไม่ได้อีกต่อไปแล้วในสังคมปัจจุบันซึ่งเกิดรูปแบบการบริโภคที่ประโยชน์การใช้สอยถูกทำให้หมดบทบาทลงอย่างสิ้นเชิง เพราะถูกแทนที่ด้วยตรรกะการบริโภคเชิงสัญญะ (the consumption of the sign) ที่เกิดจากการที่สัญญะถูกผลิตขึ้นมากอย่างมากมายเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะแตกต่างจากผู้อื่นของมนุษย์แม้ว่าโดยแท้จริงนั้นไม่มีความแตกต่างเลยในสังคมการบริโภคนิยมนี้

โบดริยาร์ดจึงได้เสนอทฤษฎีการบริโภคในเชิงตรรกวิทยา โดยแบ่งตรรกวิทยาแห่งการบริโภคออกเป็น 4 ประเภทคือ

1. ตรรกวิทยาเชิงหน้าที่ของค่าการใช้ ตรรกวิทยานี้เป็นตรรกวิทยาเชิงปฏิบัติของวัตถุ
2. ตรรกวิทยาเชิงเศรษฐศาสตร์ของค่าการแลกเปลี่ยน เป็นตรรกวิทยาเชิงเปรียบเทียบมูลค่าทางการตลาด
3. ตรรกวิทยาการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นตรรกวิทยาหลายความหมาย (ambivalence)
4. ตรรกวิทยาค่าสัญญะ ตรรกวิทยานี้เป็นตรรกวิทยาแห่งความแตกต่างหรือตรรกะแห่งสถานภาพ (status) ซึ่งจะเป็นสิ่งที่กำหนดขอบเขตของการบริโภคโดยทั่วไป

ตามตรรกะดังกล่าวนี้ สิ่งของที่มีคุณค่าตามแต่ละตรรกะจะมีสถานภาพคือ 1) เครื่องมือเครื่องใช้ (instrument) 2) สินค้า (commodity) 3) สัญลักษณ์ (symbol) และ 4) สัญญะ (sign) ตามลำดับ ซึ่งใน 4 สถานภาพนี้มีเพียงสัญญะเท่านั้นที่เป็นตัวกำหนดการบริโภค

ตัวอย่างเช่น "แหวนแต่งงาน" เป็นวัตถุหนึ่งเดียวที่เป็นสัญลักษณ์ของความสัมพันธ์ระหว่างคู่สมรส ปกติแล้วเราจะไม่เคยคิดถึงการเปลี่ยนวงหรือใส่แหวนแต่งงานหลายวง วัตถุที่มีสัญลักษณ์ชิ้นนี้ถูกทำขึ้นมาให้คงทนอยู่ตลอดไปเพื่อเป็นพยานของความสัมพันธ์ที่ถาวรระหว่างคนสองคน ในขณะที่แหวนธรรมดาๆ จะต่างออกไป มันไม่ได้เป็นสัญลักษณ์ของความสัมพันธ์ แต่มันเป็นวัตถุที่ไม่มีความหมายเป็นหนึ่งเดียว (unique object) แต่เป็นวัตถุที่เป็นความพอใจส่วนบุคคล และเป็นสัญญะในสายตาของผู้อื่น เราสามารถใส่แหวนหลายๆ วง หรือหาแหวนวงอื่นมาทดแทนวงเดิมได้ แหวนธรรมดาๆ จึงมีสถานภาพเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องประดับและมีความหมาย

เกี่ยวข้องกับแฟชั่น ดังนั้น แหวนธรรมดาทั่วไปจึงเป็นวัตถุเพื่อการบริโภค (object of consumption)

คำว่า "วัตถุเพื่อการบริโภค" นี้โบดริยาร์ดให้คำจำกัดความว่า หมายถึง วัตถุสิ่งของที่มีความสัมพันธ์กับตรรกะแห่งความหมาย (logic of signification) วัตถุใดๆ จะไม่ถือเป็นวัตถุเพื่อการบริโภคถ้าหากมันยังได้รับการตัดสินทางด้านจิตใจว่าเป็นสัญลักษณ์ หรือถูกตัดสินด้วยคำว่าหน้าที่ใช้งานว่าเป็นเครื่องใช้สอย หรือถูกตัดสินด้วยระบบทางการค้าว่าเป็นผลิตผล หรือกล่าวสั้นๆ คือเป็นวัตถุที่ไม่จัดอยู่ในตรรกวิทยาเชิงหน้าที่ ตรรกวิทยาการแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐศาสตร์ และตรรกวิทยาการแลกเปลี่ยนสัญลักษณ์ แต่เป็นวัตถุที่เป็น "สัญญะ" ที่ถูกสร้างขึ้นโดยตรรกะของแฟชั่นและตรรกะของความแตกต่าง

ความต้องการที่จะบริโภควัตถุไม่ได้เกิดจากความต้องการที่เกี่ยวข้องกับความต้องการพื้นฐานทางกายภาพของมนุษย์ แต่เกิดจากความต้องการที่จะ "แลกเปลี่ยน" ระหว่างปัจเจกชนหรือระหว่างกลุ่ม การบริโภคคือตรรกะแห่งการแลกเปลี่ยน ที่ทำให้เกิดผลตามมาสองประการพร้อมๆ กันคือ

1. ทำให้มนุษย์มีความแตกต่างในด้านการแลกเปลี่ยน ด้วยการทำให้มนุษย์แตกตัวเป็นคู่ของกันและกัน (partners) ไม่ใช่ทำให้เกิดความเป็นปัจเจกบุคคล และการแลกเปลี่ยนทำให้มนุษย์เกี่ยวข้องกัน

2. ทำให้วัตถุที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความหมาย

การบริโภคคือการแลกเปลี่ยน ผู้บริโภคไม่เคยอยู่อย่างสันโดษ เช่นเดียวกับการพูดซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นเพราะเราต้องการจะพูด แต่เกิดขึ้นเพราะเราต้องการจะแลกเปลี่ยนถ้อยคำระหว่างกัน การบริโภคก็เช่นกันเกิดขึ้นเพราะในสังคมมีระบบแลกเปลี่ยนวัตถุของความแตกต่าง ซึ่งมีรหัส (code) ของความหมายและคุณค่าควบคุมกลไกนี้อยู่ให้เราปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

ความต้องการที่ถูกผลักดันให้เกิดขึ้นโดยระบบสังคมนี้ ทำให้เกิดตรรกะแห่งคุณค่า 4 คุณค่าคือ

1. คุณค่าการใช้ (use value)
2. คุณค่าการแลกเปลี่ยน (exchange value)
3. คุณค่าเชิงสัญญะ (sign value)
4. การแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (symbolic exchange)

คุณค่าทั้ง 4 นี้มีการผันแปรตลอดเวลา เพราะสิ่งหนึ่งๆ ไม่ได้มีคุณค่าเดียวเป็นการถาวร ดังนั้น โบดริยาร์ดได้ตั้งข้อสมมติฐานการแปรคุณค่าทั้งหมดไว้ดังนี้

ตารางที่ 1 สมมติฐานการแปรคุณค่าแห่งการบริโภคของโบดริยาร์ด

ตรรกะแห่งคุณค่า	จากคุณค่า x → คุณค่า y
คุณค่าการใช้ (UV)	1. UV - EcEV
Use Value	2. UV - SgEV
	3. UV - SbE
คุณค่าการแลกเปลี่ยนเชิงเศรษฐศาสตร์ (EcEV)	4. EcEV - UV
Economic Exchange Value	5. EcEV - SgEV
	6. EcEV - SbE
คุณค่าการแลกเปลี่ยนสัญญะ (SgEV)	7. EcEV - UV
Sign Exchange Value	8. EcEV - SgEV
	9. EcEV - SbE
การแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (SbE)	10. SbE - UV
Symbolic Exchange	11. SbE - EcEV
	12. SbE - SgEV

1. UV - EcEV เป็นการเปลี่ยนคุณค่าการใช้มาเป็นคุณค่าการแลกเปลี่ยน เนื่องจากกระบวนการผลิตทำให้วัตถุกลายแปรรูปเป็นสินค้า การบริโภคในรูปแบบนี้เรียกว่า การบริโภคที่เกิดผลผลิต (productive consumption)

2. UV - SgEV หมายถึงการเปลี่ยนเป็นการบริโภคที่ไม่ใช่เพื่ออรรถประโยชน์ เป็นการบริโภคเพื่อสร้างความแตกต่าง ซึ่งเรียกว่า การบริโภคที่ไม่เกิดผลผลิต (unproductive consumption)

3. UV - SbE หมายถึงการเปลี่ยนไปเป็นการบริโภคเพื่อสร้างสัญญะในรูปแบบต่างๆ เช่น การนำเสนอ (presentation) ของขวัญ (gift) เทศกาล (festival)

4. EcEV - UV เป็นการบริโภคตามหลักเศรษฐศาสตร์ คือการเปลี่ยนจากคุณค่าการแลกเปลี่ยนเป็นคุณค่าการใช้โดยปัจเจกบุคคลหรือการบริโภคที่เกิดผลผลิต ทำให้สินค้ากลายเป็นวัตถุเพื่อการใช้งานดังเดิม

5. EcEV - SgEV การใช้จ่ายในฐานะที่เป็นการผลิตคุณค่าทางสัญญะและเมื่อรวมกับการเปลี่ยนแปลงแบบที่ 2 แล้วทำให้เกิดคุณค่าที่หรูหรา ในทฤษฎีนี้ทำให้สินค่ากลายเป็นสัญญะ หรือเปลี่ยนจากเศรษฐศาสตร์ไปเป็นระบบสัญญะ

6. EcEV - SbE ในขณะที่รูปแบบที่ 2 และ 5 แสดงให้เห็นถึงการแปรรูปจากคุณค่าการใช้และคุณค่าการแลกเปลี่ยนให้กลายเป็นคุณค่าเชิงสัญญะ (หรือจากวัตถุและสินค้าไปเป็นสัญญะ) ในรูปแบบที่ 6 นี้จะเกิดการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ขึ้น ถ้าพูดกันจริงๆ แล้ว "คุณค่า" เชิงสัญลักษณ์นั้นไม่มี มีแต่เพียง "การแลกเปลี่ยน" เชิงสัญลักษณ์เท่านั้น ซึ่งมีความหมายสั้นๆ ว่า เป็นสิ่งหนึ่งที่ต่างไปจากคุณค่าและรหัส การเกิดขึ้นของการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์จะต้องไม่มีการยึดติดอยู่กับรูปแบบต่างๆ ของคุณค่า (วัตถุ สินค้า หรือสัญญะ)

7. SgEV - UV สัญญะก็เหมือนกับสินค้าที่มีคุณค่าการใช้และค่าการแลกเปลี่ยนโดยทันที แต่ระดับชั้นทางสังคม ความแตกต่าง และอภิสิทธิ์ทางวัฒนธรรมถือเป็นกำไรและความพึงพอใจส่วนบุคคลที่ได้ตามมาจากความจำเป็นต้องบริโภคนี้ (ความจำเป็นนี้ตอบสนองต่อประโยชน์ของสัญญะที่สร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้น)

8. SgEV - EcEV การแปรรูปนี้คือการทำให้อภิสิทธิ์ทางวัฒนธรรมและสัญญะเปลี่ยนไปเป็นอภิสิทธิ์ทางเศรษฐศาสตร์ เมื่อผนวกกับรูปแบบที่ 5 แล้วจะเกิดวัฏจักรเศรษฐศาสตร์การเมืองที่การใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐศาสตร์ขึ้นอยู่กับเงินทุน และการครอบงำทางวัฒนธรรมก็ขึ้นอยู่กับรหัสสังคมที่ทำให้สิ่งแรกกลายเป็นสิ่งไร้ความหมาย

9. SgEV - SbE การแปรรูปของสัญญะไปเป็นการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์

10./11./12. SbE - UV/SbE - EcEV/SbE - SgEV ทั้ง 3 รูปแบบนี้อธิบายด้วยกระบวนการเดียวคือ การแปรเปลี่ยนในรูปแบบที่ 3, 6, 9 คือกระบวนการทำลายและลดการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ แล้วนำไปสู่ความเป็นเศรษฐศาสตร์ เมื่อนำกระบวนการเหล่านั้นมาพิจารณาพร้อมกันก็จะเห็นว่าเป็นการวิเคราะห์มูลค่า (cost analysis) ของการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ภายในความเป็นนามธรรมของรหัสต่างๆ ของคุณค่า (การใช้ คุณค่าการแลกเปลี่ยนและคุณค่าเชิงสัญญะ)

ตรรกะแห่งคุณค่าในการบริโภคนี้จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์คุณค่าที่เกิดขึ้นในการบริโภคถ่ายภาพบุคคล ว่ามีเกิดคุณค่าใดบ้างในระบบการบริโภควัตถุประเภทนี้

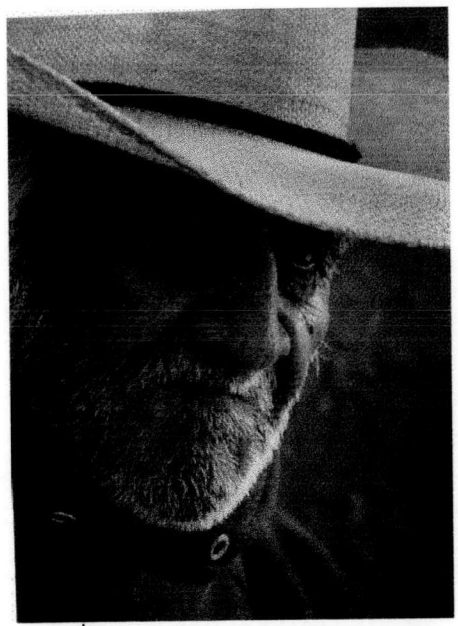
แนวคิดการสื่อความหมายด้วยภาพถ่าย และหลักการถ่ายภาพบุคคล

ภาพถ่ายเป็นสื่อที่ใช้ภาพแสดงความหมาย และการสื่อความหมายด้วยภาพเป็นการสื่อสารที่มีผลต่อการรับรู้และทำให้คนจดจำได้มากที่สุด จึงกล่าวได้ว่าภาพถ่ายเป็นสื่อที่มีความสำคัญและมีประสิทธิภาพสูงในการสื่อความหมาย

เมื่อภาพถ่ายสามารถใช้สื่อความหมายร่วมกันระหว่างมนุษย์แล้ว ภาพถ่ายที่ดีมีคุณภาพและน่าสนใจยังต้องใช้เทคนิคและศิลปะในการถ่ายเพื่อแสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ของภาพ ภาพที่ดีควรจะสะท้อนความรู้สึกของผู้ถ่ายภาพในทางในทางใดทางหนึ่ง นักถ่ายภาพส่วนใหญ่เห็นพ้องกันว่าภาพที่ดีวัดได้จากปฏิกิริยาที่เกิดขึ้น นายเอออิง เพนน์ นักถ่ายภาพที่มีชื่อเสียงในด้านภาพบุคคลและภาพโฆษณาเคยกล่าวไว้ว่า "ภาพที่ดีนั้นต้องเปิดตาผู้ดูให้ลุกโพลง" (อีสแมนโกดัก, 2527) มนุษย์มีอิสระที่จะเลือกตัดทอนถ่ายทอดและเลือกเลียนแบบตามที่ตนเห็นว่าสำคัญ และมีความหมายต่อตนเองและผู้อื่น เช่น ช่างถ่ายรูปจะต้องแต่งฟิล์มหรือแต่งภาพให้งามกว่าตัวจริง เพื่อให้เกิดความพอใจแก่ผู้ว่าจ้างให้ถ่าย เป็นต้น การถ่ายภาพบุคคลจึงเป็นการถ่ายภาพที่มีความยุ่งยากมากที่สุดเพราะต้องการเทคนิคในการถ่ายทำอย่างสมบูรณ์

ลักษณะของการถ่ายภาพบุคคลสามารถแบ่งได้ว่ามีอยู่ 2 ลักษณะคือ

1. **ภาพ** Portrait หมายถึง ภาพที่นำเสนอ "ตัวจริง" ของบุคคลที่ถ่ายให้เห็นว่า "เป็นคนอย่างไร" มิใช่เพียงแสดงให้เห็นว่า "เขามีหน้าตาอย่างไร" (not to show <u>how</u> this person looks, but to show <u>what</u> he is) ดังภาพตัวอย่างที่แสดงอารมณ์และบุคลิกของผู้เป็นแบบตามลักษณะธรรมชาติ



ภาพที่ 2.1 ภาพถ่ายลักษณะ Portrait

2. **ภาพ Glamour** หมายถึง ภาพถ่ายบุคคลที่เน้นความมีเสน่ห์ของรูปแบบภายนอกของผู้เป็นแบบหรือทำให้รูปสมบัติของบุคคลผู้นั้นดูเด่นขึ้น สวยงามหรือหล่อเหลากว่าตัวจริง การถ่ายภาพลักษณะนี้จะทำให้คนดูเกิดอารมณ์เย้ายวน ลุ่มหลง หรือเพิ่มเสน่ห์ให้กับความงามตามธรรมชาติของผู้เป็นแบบ

ภาพที่ 2.2 ภาพถ่ายลักษณะ Glamour

ข้อแตกต่างระหว่างภาพ Portrait และภาพ Glamour คือภาพ Portrait จะพยายามเปิดเผยให้เห็นบุคลิกลักษณะที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในให้ปรากฏ ขณะที่ภาพ Glamour จะมุ่งเน้นเฉพาะความหล่อเหลาหรือความสวยงามน่ารักของผู้เป็นแบบที่มองเห็นได้จากภายนอกเท่านั้น (Helmut & Alison Gernsheim, 1971 อ้างใน ปัทมวดี จารุวร, 2528) ภาพถ่ายสองประเภทที่ศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีลักษณะเป็นภาพ Glamour มากกว่า เพราะสตูดิโอต้องใช้องค์ประกอบต่างๆ ในการถ่ายภาพเพื่อสร้างบุคลิกและลักษณะที่ดีให้แก่ลูกค้า

หลักการถ่ายภาพบุคคลที่สำคัญคือ การสร้างบรรยากาศ (atmosphere) ของภาพให้เห็นถึง "บุคลิกภาพที่ปรากฏ" (visual personality) ของผู้เป็นแบบและสภาพแวดล้อมสำหรับเนื้อเรื่อง (theme) ของภาพ การสร้างสรรค์บรรยากาศที่จะทำให้ได้ภาพที่สร้างผลกระทบในด้านภาพลักษณ์ได้มาก อารมณ์ที่ช่างภาพถ่ายทอดออกมาจะเปลี่ยนบุคลิกของผู้เป็นแบบให้เป็นความเป็นจริงอีกแบบหนึ่งบนแผ่นฟิล์ม

Walter Benjamin ได้เขียนบทความเรื่อง The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction (1977) ไว้ว่า การผลิตงานศิลปะซ้ำด้วยเครื่องจักรมีลักษณะที่ต่างไปจากการผลิตซ้ำโดยมนุษย์คือ ประการแรก ขั้นตอนของการผลิตซ้ำด้วยเครื่องจักรนี้มีความเป็นอิสระจากต้นฉบับมากกว่า เช่น ในการถ่ายภาพ ผู้ถ่ายภาพก็สามารถเลือกมุมกล้องที่จะทำให้สิ่งที่ถูกถ่ายมีภาพที่แตกต่างไปจากสภาพเป็นจริงได้ และในขั้นตอนการผลิตยังสามารถที่จะย่อหรือขยายขนาดของภาพ หรือนำเสนอเฉพาะบางส่วนของภาพก็ได้ซึ่งจะทำให้ได้ภาพที่ต่างไปจากต้นฉบับ ประการที่สอง การผลิตซ้ำด้วยเทคโนโลยีทำให้เกิดสำเนา (copies) ของต้นฉบับที่ยากต่อการเข้าถึงหรือเป็นเจ้าของได้ เช่น เราสามารถมีภาพถ่ายของสถานที่สำคัญต่างๆ ในโลกได้ โดยที่เราอาจจะไม่เคยเห็นของจริงเลย

ในสภาพเช่นนี้จึงเกิดคำถามขึ้นในเรื่องคุณภาพของผลงานจากการผลิตซ้ำด้วยเครื่องจักร โดยเฉพาะองค์ประกอบในเรื่อง "รัศมี" (aura) ของสิ่งนั้นๆ บางคนอาจกล่าวว่าประเด็นนี้เป็นส่วนด้อยของยุคการผลิตซ้ำด้วยเครื่องจักรเพราะกระบวนการผลิตเป็นเรื่องที่มีแนวคิดต่างไปจากความเป็นศิลปะอย่างสิ้นเชิง แต่ก็มีความคิดอีกด้านที่เห็นว่าเทคนิคการผลิตซ้ำเป็นการแยกสิ่งที่ผลิตซ้ำออกจากธรรมเนียม (tradition) เดิมที่ครอบงำอยู่ โดยการผลิตซ้ำได้เป็นจำนวนมากๆ นี้คือการชดเชยจำนวนให้กับความเป็นหนึ่งเดียวของสิ่งที่มีอยู่ให้แพร่หลายออกไป

Benjamin ให้ข้อสังเกตว่างานศิลปะต้นฉบับ เช่น ภาพวาด ได้รับอภิสิทธิ์เพราะความเป็นจริงที่ว่ามันถูกวาดมาเพียง 1 ภาพเท่านั้น ทำให้ภาพนั้นมีความเป็นหนึ่งเดียวและได้รับสิทธิที่จะถูกยกระดับความหมายว่าเป็นภาพที่ศิลปินลงมือวาดเองจริงๆ ความเป็นศิลปะหนึ่งเดียวนี้ทำให้ภาพมี "รัศมี" (aura) เกิดขึ้น และนำไปสู่การตีราคาภาพวาดในระดับสูงอย่างไม่น่าเชื่อ Benjamin เห็นว่ารัศมีที่ว่านี้ได้มาจากการเปรียบเทียบกับงานศิลปะชิ้นอื่นๆ ที่เกิดจากการผลิตซ้ำ ในประเด็นนี้เองเมื่อนำความคิดเรื่องการลอกเลียนของโบดริยาร์ดมาวิเคราะห์ความคิดของ Benjamin แล้ว การลอกเลียนแบบในกระบวนการผลิตซ้ำทำให้เกิดสำเนา (copy) ที่ไม่มีต้นฉบับ (original) ซึ่ง Benjamin เห็นว่าการผลิตจำนวนมากได้ลดความหมายอันโดดเด่นของความเป็น "ของแท้" และความเป็นต้นตำรับของสิ่งนั้นลงไป แต่โบดริยาร์ดกลับคิดว่าแทนที่การลอกเลียนแบบจะทำลายรัศมีในด้านความเป็นของแท้ มันกลับไปส่งเสริมรัศมี ตัวอย่างเช่น การผลิตซ้ำที่ไม่มีที่สิ้นสุดของภาพวาดต่างๆ โมนาลิซ่าของดาวินชี่ด้วยการพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น โปสการ์ด ไปปลิว มีแต่จะเพิ่ม (หรืออาจจะเป็นสาเหตุก็ได้) ความมีชื่อเสียงให้กับภาพวาดต้นฉบับ และทำให้เกิดความปรารถนาอยากจะได้ดูของแท้ ถ้าดาวินชี่ไม่ปล่อยให้รัศมีนี้เกิดขึ้นโดยการผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่อง ใครจะสนใจงานของเขามากขนาดนี้ โบดริยาร์ดจึงคิดว่าจำนวนสำเนาที่นับไม่ถ้วนทำให้เกิดความปรารถนาในลักษณะโหยหาอดีตหรือของดั้งเดิมเท่านั้น

ลักษณะของกระบวนการผลิตซ้ำทั้งสองประการดังกล่าวนี้นำไปสู่การทำลายธรรมเนียมปฏิบัติเดิมๆ ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ ภาพยนตร์ นัยทางสังคมของภาพยนตร์คือการนำมรดกทางวัฒนธรรมมาใช้ ตำนาน หรือเรื่องราวของวีรบุรุษต่างๆ ถูกนำมาเสนอแนวใหม่ผ่านภาพยนตร์ เช่น ภาพยนตร์แนวอิงประวัติศาสตร์ และที่สำคัญคือเทคโนโลยีใหม่ๆ นี้จะทำให้งานศิลปะที่เคยเป็นของคนชั้นสูงกลายเป็นสิ่งที่เปิดกว้างสำหรับทุกๆ คน ภาพยนตร์นี้ก็คือผลผลิตงานศิลปะที่เกิดขึ้นด้วยเทคโนโนโลยีที่มาแทนที่การดูโอเปร่าที่เคยจำกัดอยู่แต่คนชั้นสูงเท่านั้น

ในส่วนของภาพถ่ายนั้น คุณค่าด้านการนำมาแสดง (exhibition value) เข้ามาแทนที่คุณค่าด้านความคลั่งไคล้ (cult value) แต่คุณค่านี้ก็ไม่ได้หายไปอย่างสิ้นเชิงเพราะยังมีอิทธิพลในเรื่องหน้าตาของมนุษย์ (the human countenance) เพราะไม่ใช่เรื่องบังเอิญเลยที่ว่าทำไมภาพถ่ายจึงเริ่มต้นที่การถ่ายภาพเหมือน (portrait) ซึ่งเป็นการเลือกใบหน้าเป็นส่วนแรกที่ถูกบันทึก ที่เป็นเช่นนี้เพราะมาจากความหลงใหลในด้านการจดจำคนที่รัก คนที่สูญหายไปหรือตายจากไป ซึ่งเป็นคุณค่าด้านความคลั่งไคล้ที่มีอยู่ อารมณ์ของภาพถ่ายจะมาจากการแสดงออกทางสีหน้าของผู้เป็นแบบซึ่งสามารถนำเสนอความเศร้าโศกหรือความงามที่หาใครเทียบไม่ได้ ซึ่งเป็นลักษณะที่แตกต่างไปจากภาพวาด

อารมณ์ของภาพก็คือบรรยากาศของภาพที่สามารถสื่อความหมายของภาพถ่ายได้ และในการวิเคราะห์การสื่อความหมายของภาพถ่ายบุคคลในการวิจัยนี้ก็จะอยู่ในกรอบหลักการถ่ายภาพบุคคลดังนี้

1. องค์ประกอบของภาพ (Composition) การถ่ายบุคคลมีการจัดองค์ประกอบภาพถ่ายในระยะดังนี้

- ภาพศีรษะ
- ภาพศีรษะและไหล่
- ภาพครึ่งตัว
- ภาพค่อนตัว
- ภาพเต็มตัว

ในแต่ละระยะจะมีการจัดใบหน้าของผู้เป็นแบบ 3 ลักษณะคือ การถ่ายหน้าตรง (full face) การถ่ายด้านข้าง (profile) และการถ่ายใบหน้าขณะทำมุม 3/4 กับกล้อง (three-quarter face) ซึ่งอยู่กึ่งกลางระหว่างการหันหน้าจากด้านตรงไปด้านข้าง

2. การวางท่าของผู้เป็นแบบ (Posing the sitter) การวางท่าบุคคลที่จะถูกถ่ายภาพนั้นเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อการแสดงออกในภาพ การแสดงออกของสีหน้า เช่น ดีใจ เสียใจ สุขใจ เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับเรื่องราวของภาพนั้น ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพ ความสามารถในการจัดการของผู้ถ่ายต่อผู้เป็นแบบมีเป็นส่วนสำคัญเพื่อให้ได้ภาพที่มีความเป็นธรรมชาติ ในการจัดวางท่าผู้เป็น

แบบนั้นต้องให้เป็นธรรมชาติที่สุด ศีรษะและบ่าไม่ควรหันตรงๆ เข้าหาตัวกล้อง ควรหันลำตัวเอียงกับตัวกล้อง และให้ศีรษะเอนเข้าหาตัวกล้องเล็กน้อย และให้สามในสี่ของใบหน้าหรือเต็มหน้าหันเข้าหากล้อง ตำแหน่งของตาของผู้เป็นแบบควรอยู่ระดับเดียวกัน หรือสูงกว่า หรือต่ำกว่ากับเลนส์ของกล้อง ขึ้นอยู่กับขนาดตัวของผู้เป็นแบบ อย่างไรก็ตาม การจัดท่านี้ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของผู้เป็นแบบและขึ้นอยู่กับความมีศิลปะของผู้ถ่ายด้วย

3. การแสดงออกทางใบหน้าของผู้เป็นแบบ (Expression) การแสดงออกทางใบหน้าในภาพถ่ายที่จะทำให้เกิดอารมณ์ตามเรื่องราวของภาพอย่างเป็นธรรมชาตินั้น ขึ้นอยู่กับอากัปกิริยาของผู้ที่เป็นแบบขณะทำการถ่ายภาพ และยังขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ถ่ายที่จะคอยหาช่วงจังหวะที่ผู้เป็นแบบมีการแสดงออกบนใบหน้าที่เป็นชีวิตและธรรมชาติที่สุด การแสดงออกบนใบหน้าโดยเฉพาะที่ดวงตาและริมฝีปากเปรียบประดุจกระจกเงาที่ส่องให้เห็นถึงสภาพจิตใจของผู้นั้นว่าอยู่ในอารมณ์ใด ทิศทางและระดับสายตาก็มีความสำคัญต่อเรื่องราวและอารมณ์ของภาพเช่นกัน ส่วนการเคลื่อนไหวและการแสดงออกที่ริมฝีปากก็จะช่วยให้เกิดความรู้สึกว่าผู้นั้นมีอารมณ์เช่นไรด้วย

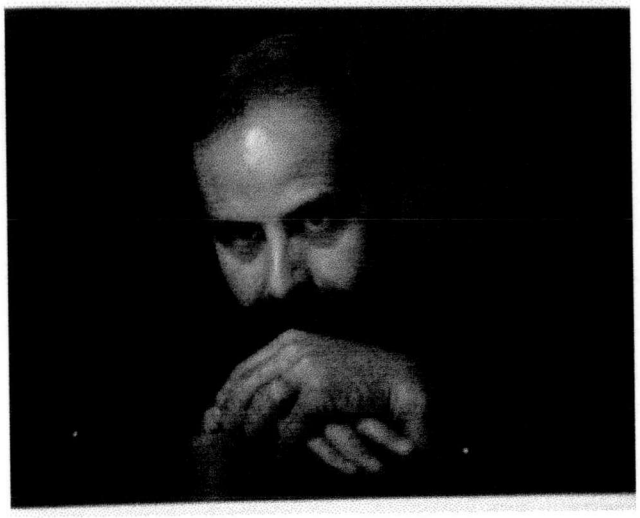
4. การจัดฉากหลัง (Background) ฉากที่สตูดิโอใช้มีทั้งที่เป็นฉากรูปวิว และฉากพื้นเรียบๆ ซึ่งทำจากวัสดุต่างๆ ได้แก่ (1) Painted Muslin (2) Splattered Canvas (3) Metalized Fabrics (4) Seamless Paper หรือแม้กระทั่งการฉายฉาก (Projected Scenes) ซึ่งผู้ถ่ายจะเลือกตามความเหมาะสมเพื่อทำให้ภาพนั้นเกิดบรรยากาศ และมีผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้ที่ดูภาพมากที่สุด หลักการที่สำคัญคือ การเลือกสี พื้นผิว และรูปแบบของฉากหลัง เป็นปัจจัยที่ต้องเลือกให้เหมาะกับผู้เป็นแบบ

5. การจัดแสง (Lighting) ภาพถ่ายบุคคลแบ่งตามการใช้แสงเป็น 2 แบบคือ High-Key Lighting Portrait และ Low-Key Lighting Portrait

- High-Key Lighting Portrait คือ ภาพถ่ายบุคคลที่เน้นการใช้โทนแสงและสีที่อ่อน สว่าง เน้นความใสสะอาด ภาพถ่ายสไตล์นี้เหมาะเป็นอย่างยิ่งสำหรับการถ่ายภาพเจ้าสาว ซึ่งสีขาวของชุดจะทำให้ความรู้สึกถึงความบริสุทธิ์ เนื่องจากการจัดแสงของภาพสไตล์นี้มีความสว่างมากจึงช่วยลบริ้วรอยและจุดด่างดำบนใบหน้าของผู้เป็นแบบ และเน้นดวงตาแทน ดังเช่นตัวอย่างในภาพที่ 2.3

- Low-Key Lighting Portrait คือ ภาพถ่ายบุคคลที่ทำให้มีเงาดำและมีความตรงข้ามกันในระดับต่ำ ภาพถ่าย Low-Key Lighting จึงเหมาะสำหรับการถ่ายภาพบุคคลที่ผู้เป็นแบบเป็นผู้ชายเพราะทำให้เกิดบุคลิกภาพที่เข้มแข็ง เป็นนักตัดสินใจ อย่างเช่นผู้บริหาร ดังตัวอย่างในภาพที่ 2.4

ภาพที่ 2.3 ภาพถ่ายบุคคลจัดแสงแบบ High-Key Lighting



ภาพที่ 2.4 ภาพถ่ายบุคคลจัดแสงแบบ Low-Key Lighting

หลักการต่างๆ นี้จะมีผลต่อบรรยากาศของภาพ อย่างไรก็ตามก็ยังมีองค์ประกอบอื่น คือ การจัดอุปกรณ์ประกอบฉาก (props) การจัดเสื้อผ้า เครื่องประดับ และการแต่งหน้าทำผม ซึ่งจะเป็นปริบท (context) ร่วมกับองค์ประกอบข้างต้นในการสื่อความหมายของภาพถ่าย

สรุปแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการวิจัย

การวิเคราะห์ภาพถ่ายบุคคลในฐานะที่เป็นสื่อที่มีสารในตัวเองตามแนวคิดของมาร์แชล แมคลูฮัน จะต้องใช้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างความหมายและบรรยากาศของภาพถ่ายด้วยองค์ประกอบต่างๆ ตามหลักการถ่ายภาพบุคคล เพื่อที่จะได้ทราบว่า สาร ที่ภาพถ่ายบุคคลต้องการจะสื่อถึงบุคคลที่ได้ดูภาพนั้นคืออะไร และการสื่อความหมายของภาพถ่ายเป็นการสร้างรูปแบบ

(model) ของการลอกเลียนแบบ (simulation) ที่ทำให้เกิดภาพนิมิต (simulacrum) ขึ้นสำหรับผู้บริโภคภาพถ่ายบุคคลทั้งประเภทภาพถ่ายตามวาระโอกาส และภาพถ่ายลักษณะแฟชั่น

การวิเคราะห์ด้วยแนวคิดเหล่านี้จะทำให้ได้ข้อมูลพื้นฐานในการวิเคราะห์ภาพถ่ายบุคคลในเชิงตรรกะการบริโภคของโบดริยาร์ดต่อไปว่า การบริโภคภาพถ่ายบุคคลทำให้เกิดคุณค่า (value) ใด ในตรรกะแห่งคุณค่า 4 อย่าง คือ คุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าเชิงสัญญะ และการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์