

สัญลักษณ์ภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนิตยสาร Travel3sixty

Photographic Symbol for Tourism Promotion in Travel3sixty Magazine

กฤษฎา สุธธิประเสริฐ^{1*} และ กฤษณ์ ทองเลิศ²

Krittrin Suttiprasert^{1*} and Grit Thongler²

¹นักศึกษาลัทธิศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

²รองศาสตราจารย์ประจำบัณฑิตศึกษา วิทยาลัยนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

¹Student from master of Communication Arts College Rangsit University

²Associate Professor of Communication Arts College Rangsit University

*Corresponding author, E-mail: krittrin_s@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์ด้วยบท (Textual analysis) โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ภาพ ด้วยวิธี “The Good Eye” แนวทางการศึกษาเชิงสัญลักษณ์ศาสตร์ (semiology) และแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นแนวทางในการศึกษาและเครื่องมือเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาวิธีการใช้สัญลักษณ์ภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่นำเสนอผ่านปกนิตยสาร Travel3sixty ของสายการบินแอร์เอเชีย 2) เพื่อศึกษาวิธีการสื่อความหมายของภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่นำเสนอผ่านปกนิตยสาร Travel3sixty ของสายการบินแอร์เอเชีย มีวิธีดำเนินการวิจัย โดยการวิเคราะห์ภาพถ่ายหน้าปกจากนิตยสาร Travel3sixty ระหว่างปี 2555 – 2559 จำนวน 54 ภาพ จากฉบับภาษาอังกฤษ 33 ภาพ ฉบับภาษาไทย 21 ภาพ ผลการวิจัยพบว่า สัญลักษณ์ภาพที่ใช้เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ภาพที่มีเนื้อหาประกอบด้วย 1) สัตว์พื้นถิ่น 2) พันธุ์พืช 3) ลักษณะทางสถาปัตยกรรมและประติมากรรม 4) เอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ 5) ลักษณะทางชาติพันธุ์ 6) กิจกรรมทางประเพณี โดยมีวิธีการสื่อความหมาย ได้แก่ 1) อนุমানนัย 2) รหัสการแต่งกาย 3) ภาษาท่าทางที่แสดงถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 4) การสื่อมิตรภาพโดยการแสดงออกทางสีหน้า 5) ความหมายแฝงของภาษาภาพเชิงเทคนิค ผลจากงานวิจัยครั้งนี้ทำให้รับรู้ถึงสัญลักษณ์และการสื่อความหมายของภาพถ่ายที่ใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆได้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ: สัญลักษณ์, ภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

Abstract

This is a qualitative research with textual analysis. The theoretical frameworks are based on the concept of “The Good Eye” image analysis, semiology, and concepts of tourism. All these concepts are approaches and appliances for analyzing the data. The purposes of this study are 1) To study the use of symbols to promote tourism presented on the cover of Travel3sixty magazine by Air Asia, and 2) To study how meanings were conveyed through images on the

cover of Travel3sixty magazine. The data were collected from 54 cover photos on Travel3sixty magazines from 2012 to 2016. From all 54 covers, 33 were from the English version of the magazine and 21 were from the Thai version of the magazine. The results of this study found that the figurative symbols for tourism promotion consisted of 1) fauna, 2) plants, 3) architecture and sculpture photography, 4) unique geography, 5) ethnical characteristics, and 6) traditional and cultural activities. These symbols conveyed meaning through 1) metonymy, 2) dress code, 3) body language showing activities related to tourism, 4) friendly facial expressions 5) technique photography's implication. The results of this research make us have a better understanding about the figurative symbols and communication of meaning through images which are used excellently to support the tourism in many places.

Keywords: *Symbol, Photographic For Tourism Promotion*

1. บทนำ

ภาพถ่ายท่องเที่ยวเป็นสื่อที่นำเสนอความสวยงาม และถ่ายทอดเรื่องราวในสถานที่นั้นๆ ในอีกแง่มุมหนึ่ง ภาพถ่ายท่องเที่ยวคือ ภาพที่ขายจินตนาการให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ ความสวยงามของ ธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงสถาปัตยกรรม วัฒนธรรม ประเพณีต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ซึ่งภาพถ่ายเหล่านี้จะเป็นตัวบ่งชี้ได้ว่าสถานที่ต่างๆ มีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด ซึ่งคนที่ไม่ได้ไปสัมผัสด้วยตัวเองก็ไม่สามารถที่จะรับรู้ความรู้สึกที่แท้จริงได้ ต้องอาศัยการสื่อสารผ่านภาพถ่าย อีกทั้งภาพถ่ายท่องเที่ยวยังช่วยขยาย ขอบเขตจินตนาการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความหวือหวาถึงสถานที่นั้น แล้วเชิญชวนให้ไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยว นั้นด้วยตัวเอง

องค์กรสายการบิน ต้นทุนต่ำก็ใช้กลยุทธ์ภาพถ่ายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่ องค์กรของตัวเองด้วยเช่นกัน สายการบิน แอร์เอเชีย นำภาพถ่ายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมาจับบนสื่อสิ่งพิมพ์นิตยสาร Travel3sixty เป็นสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์ทั้งสายการบิน และบริการด้านการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง เพราะเมื่อ นักท่องเที่ยวเลือกใช้สายการบินในกรณีเดินทางนั้น ต้องมีการหาข้อมูล หรือแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ซึ่งนิตยสาร บนสายการบินนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางได้เป็นอย่างดี เพราะสามารถนำเสนอถึงลักษณะความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวได้ผ่านทั้งภาพถ่ายและบทความต่างๆ

องค์ประกอบที่ถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการประกอบกันขึ้นเป็นภาพในนิตยสารก็คือภาพ ซึ่งเป็นสาร ที่สามารถกระตุ้นประสาทสัมผัสและอารมณ์ความรู้สึกของผู้รับสารได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลต่อการรับรู้ และการจดจำของผู้บริโภคอันเป็นหัวใจสำคัญของการโฆษณาอีกด้วย แต่เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและ พื้นที่ในการนำเสนอ จึงทำให้การสื่อสารด้วยภาพจำเป็นที่จะต้องรวดเร็ว ดึงดูด ชัดเจน และน่าสนใจให้ได้มากที่สุด ในเวลาเดียวกัน (กฤษณ์กร เจริญกุล, 2554)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้เมื่อเดือน เมษายน 2555 สายการบินแอร์ เอเชียได้เพิ่มความสะดวกให้กับ นักท่องเที่ยวที่ชอขวางแผนการเดินทางและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น โดยได้ทำการเปิดตัวนิตยสาร Travel3sixty (ตราเวลทรีซิกตี้) ฉบับภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นคู่มือท่องเที่ยวในรูปแบบภาษาอังกฤษ ซึ่งนิตยสารท่องเที่ยว ฉบับนี้จะช่วยนำทางอย่างง่ายและรวดเร็ว เพื่อค้นหาโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและสถานที่เชิงวัฒนธรรม

แนะนำการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ชายหาดยอดนิยม แหล่งท่องเที่ยวผจญภัย และเค็ลล์คลับที่เป็นประโยชน์อีกมากมาย เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปอย่างราบรื่นมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และยังได้สำรวจเจาะลึกหาข้อมูลในสถานีปลายทางที่ทางสายการบินได้เปิดให้บริการอย่างลึกซึ้งด้วย ซึ่งเป็นสื่ออีกช่องทางหนึ่งที่สายการบินแอร์เอเชียจะช่วยนักท่องเที่ยวให้สามารถวางแผนการท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น ในเกือบทุกปลายทางที่แอร์เอเชียเปิดให้บริการ

ภาพปกนิตยสาร Travel3sixty นั้นแสดงให้เห็นถึงการใช้สัญลักษณ์ของสถานที่สำคัญต่างๆ ในการสื่อความหมายแฝง ไม่ว่าจะเป็นภาษา หรือเนื้อหาทั้งทางรูปธรรม นามธรรมต่างๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ถึงสิ่งที่โดดเด่นของสถานที่นั้นๆ ได้ โดยผ่านมิติทางแสงสี รูปทรง การจัดองค์ประกอบ มุมมองของภาพถ่ายที่นำมาใช้เพื่อส่งเสริมให้สถานที่นั้นมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และยังดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดความสนใจในสถานที่ที่ปรากฏอยู่บนภาพปกนิตยสาร ซึ่งเป็นสนามบินปลายทางต่างๆ ที่สายการบินแอร์เอเชียสามารถไปถึงได้

จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยให้ความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับสัญลักษณ์ภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนิตยสาร Travel3sixty ถูกนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศ

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวิธีการใช้สัญลักษณ์ภาพถ่ายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่นำเสนอผ่านหน้าปกนิตยสาร Travel3sixty
2. เพื่อศึกษาวิธีการสื่อความหมายของภาพถ่ายหน้าปกนิตยสาร Travel3sixty

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “สัญลักษณ์ภาพถ่ายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในนิตยสาร Travel3sixty” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์ข้อความ (Textual analysis) โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ภาพ ด้วยวิธี “The Good Eye” แนวทางการศึกษาเชิงสัญลักษณ์ศาสตร์ (semiology) และแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นแนวทางในการศึกษาและเครื่องมือเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

3.1 แหล่งข้อมูล และวิธีการรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อมูลประเภทเอกสาร แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ภาพหน้าปกนิตยสาร Travel3sixty โดยได้ศึกษาและคัดเลือกภาพจากหน้าปกนิตยสาร Travel3sixty ระหว่างปีพ.ศ. 2555 – 2559 มีจำนวน 54 ภาพ จากฉบับภาษาอังกฤษ 33 ภาพ ฉบับภาษาไทย 21 ภาพ โดยได้ทำการคัดเลือกภาพอย่างเฉพาะเจาะจงบนพื้นฐานของกรอบแนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษา

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลประเภทเอกสาร ในส่วนของวิเคราะห์ข้อความด้วย โดยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ภาพด้วยวิธี The good eye แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการศึกษาเชิงสัญลักษณ์ศาสตร์ (semiology) เป็นแนวทางในการถอดรหัสและการวิเคราะห์ความหมายต่างๆ ของสัญลักษณ์ภาพถ่ายนิตยสาร Travel3sixty

4. ผลการวิจัย

ในการวิเคราะห์สัญลักษณ์ภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวใน นิตยสาร Travel3sixty ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางการวิเคราะห์ “The Good Eye” เป็นกรอบแนวคิดหลักในการวิเคราะห์ สามารถจำแนกได้ 6 กลุ่ม โดยใช้เกณฑ์ความแตกต่างของกลุ่มสัญลักษณ์ศาสตร์การท่องเที่ยว ดังนี้

4.1 สัตว์พื้นถิ่น การนำเสนอภาพสัตว์พื้นถิ่นเน้นเนื้อหาของภาพในลักษณะให้เห็นถึงความน่ารัก สดใส ความเป็นวิถีชีวิตของสัตว์ที่ผูกพันกับธรรมชาติในพื้นที่ท้องถิ่น รวมถึงการใช้องค์ประกอบแสงเพื่อเพิ่มความสดใส และให้รายละเอียดของภาพที่ชัดเจนบ่งบอกถึงความเป็นสัตว์พื้นถิ่น ได้อย่างดี อีกทั้งมีการใช้มิติของระยะชัดลึกชัดตื้นเพื่อสร้างความน่าสนใจในภาพ จนกระทั่งกลายเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่นฐานนั้นๆ อันได้แก่ หมีแพนด้าที่มีความเชื่อมโยงกับเมืองเฉิงตู นกนางนวลที่เมืองก्यूฮหลิน ไคโนเสาร์ในจังหวัดขอนแก่น

4.2 พันธุ์พืช การนำเสนอภาพพันธุ์พืชเน้นเนื้อหาที่แสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ ความสวยงาม ร่มรื่น และการใช้มิติที่ชัดใสมีเส้นทึบหรือเส้นทึบหรือสีที่สามารถจำแนกได้อย่างชัดเจนภายในภาพเพื่อสื่อถึงความสวยงาม อุดมสมบูรณ์ตามสภาพภูมิศาสตร์พื้นถิ่นนั้นๆ อันประกอบไปด้วย ดอกชบา ภูเขาเมืองอุ๋น ไร่ชาจังหวัดเชียงราย ใบไม้เปลี่ยนสีอุทยานจิวจิวโกว

4.3 ลักษณะทางสถาปัตยกรรมและประติมากรรม เน้นการนำเสนอภาพที่แสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ ความยิ่งใหญ่ ความสงบ สวยงาม เน้นการใช้แสงไฟภายในภาพและการใช้มุมภาพเชิงเทคนิคเข้ามามีส่วนร่วมช่วยให้เห็นบรรยากาศความสวยงามของงานสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น อันได้แก่ พระธาตุนมจำนงค์นครพนม เจดีย์ชเวดากองเมืองย่างกุ้ง ศาลาว่าการโฮจิมินห์เมืองโฮจิมินห์ ประชูปวยเวียงจันทน์เมืองเวียงจันทน์ ดิถุภัณฑ์เมืองกวาลาลัมเปอร์ สะพานไม้เมืองมณฑลชเวต

4.4 เอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ เน้นการนำเสนอสถานที่ๆมีความเป็นเอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ที่ชัดเจนทั้งสภาพแวดล้อมลักษณะภูมิอากาศ ภูมิประเทศที่มีความโดดเด่น เน้นเนื้อหาที่มีเรื่องราว การเดินทาง ความสงบ ความอุดมสมบูรณ์ สร้างองค์ประกอบภาพฉากหน้าฉากหลังรวมถึงการใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ อันได้แก่ ถ้ำมรกตจังหวัดตรัง เทือกเขาคูมมูเมืองกาฐมาณฑุ อุทยานแห่งชาติเขาสกจังหวัดสุราษฎร์ธานี

4.5 ลักษณะทางชาติพันธุ์ เน้นการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวความเป็นมาของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆที่มีเอกลักษณ์ ความโดดเด่นแตกต่างกัน ลักษณะความเป็นอยู่วิถีชีวิต ความเชื่อ มนต์ขลังต่างๆที่บ่งบอกถึงชาติพันธุ์นั้นๆ ใช้สีสันที่เป็นเอกลักษณ์อารมณ์ภาพแสดงเห็นถึงอารยธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ อันประกอบไปด้วย โยคีเนปาลีเมืองกาฐมาณฑุ ชุกติโมโนประเทศญี่ปุ่น ระบายารองเกาะบาห์ลี

4.6 กิจกรรมทางประเพณี เน้นเนื้อหาถึงความเป็นมาของประเพณี ความศักดิ์สิทธิ์ ความเชื่อ ความสนุกสนาน การใช้สีสันสดใสที่เด่นชัดภายในภาพเพื่อดึงดูดความสนใจ ความแปลกตาสื่อถึงสัญลักษณ์ทางประเพณี เน้นการใช้ภาพขนาดปานกลางเพื่อให้เห็นรายละเอียดต่างๆ ของกิจกรรมทางประเพณีที่โดดเด่น อันได้แก่ ประเพณีผีตาโขนจังหวัดเลย ประเพณีการสาดสีประเทศอินเดีย เทศกาลดินาญังประเทศฟิลิปปินส์

วิธีการสื่อความหมายที่พบในภาพถ่ายหน้าปกนิตยสาร Travel3sixty นั้นมีทั้งหมด 5 วิธี โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. วิธีการสื่อความหมายแบบอนุนามนัย (Metonymy) เป็นการสื่อความหมายโดยการใช้สิ่งที่มีขนาดเล็กกว่าเพื่อสื่อความหมายถึงสิ่งที่มีขนาดใหญ่กว่าทั้งหมดได้ นิตยสาร Travel3sixty นำวิธีการสื่อความหมายแบบอนุนามนัยมาใช้เพื่อสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยใช้ภาพนกกาฬน้ำเพื่อสื่อถึงเมืองก๊วยหลิน และ ภาพหมีแพนด้าสื่อถึงเมืองเฉิงตู

2. วิธีการสื่อความหมายด้วยรหัสการแต่งกาย (Dress Code) เป็นการสื่อความหมายโดยการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์เพื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยว โดยใช้ภาพชุดกิโมโนเพื่อสื่อความหมายถึงประเทศญี่ปุ่น ภาพ โยคีเนปาลีเพื่อสื่อความหมายถึงชุนัขบวชศาสนาพราหมณ์อินเดียของประเทศเนปาล และภาพพิตาโจนเพื่อสื่อความหมายด้านการแต่งกายของประเพณีจังหวัดเลย

3. วิธีการสื่อความหมายด้วยภาษาท่าทางที่แสดงถึงกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Body Language) เป็นการสื่อความหมายด้วยภาษาท่าทางที่บ่งบอกถึงกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ การเคลื่อนไหวร่างกายและท่าทางที่เป็นระบบและสอดคล้อง สัมพันธ์กับสังคมและวัฒนธรรม เช่น ศิลปะการป้องกันตัว การเล่นกีฬา การเต้นรำ การแสดง อันได้แก่ ภาพกิจกรรมมวยไทยที่สื่อถึงประเทศไทย ภาพเส้นทางเดินเขาเอเวอร์เรสต์สื่อถึงประเทศเนปาล

4. วิธีการสื่อความหมายมิตรภาพโดยการแสดงออกทำสีหน้า (Facial expression) เป็นการสื่อความหมายการแสดงออกทางสีหน้าที่บ่งบอกถึงมิตรภาพที่ดีงาม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ โดยนิตยสาร Travel3sixty ได้นำวิธีการสื่อความหมายมิตรภาพโดยการแสดงออกทำสีหน้ามาใช้ในภาพรอยยิ้มในชุดขุนนางจีนเพื่อสื่อถึงประเทศจีน ภาพเด็กในชุดชาวมุสลิมเพื่อสื่อถึงประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม และภาพรอยยิ้มจากประเพณีการสาดสีเพื่อสื่อถึงงานประเพณีที่มีความสนุกสนาน

5. วิธีการสื่อความหมายแฝงของภาษาภาพเชิงเทคนิค (Image and representation) เป็นการใช้ลักษณะรูปภาพในการสื่อความหมาย เช่นการใช้ภาพมุมสูงสื่อความหมายถึงความยิ่งใหญ่ การใช้เลนส์มุมกว้างสื่อถึงความยิ่งใหญ่ และภาพภาพมุมต่ำสื่อถึงความยิ่งใหญ่เช่นเดียวกัน โดยนิตยสาร Travel3sixty ได้นำวิธีการสื่อความหมายในลักษณะดังกล่าว ในภาพมุมสูงสื่อยิ่งใหญ่ของตึกแฝดเปโตรนาส ภาพมุมต่ำสื่อยิ่งใหญ่ของประตูชัยเวียงจันทน์

5. การอภิปรายผล

การวิเคราะห์สัญลักษณ์ภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนิตยสาร Travel3sixty ผู้วิจัยได้นำแนวทางการวิเคราะห์ภาพ “The Good Eye” มาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดสัญลักษณ์บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวที่นำเสนอ โดย กฤษณิธร เจริญกุล (2554) กล่าวว่า การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสถานที่ถ่ายภาพซึ่งเป็นลักษณะภูมิศาสตร์ โดยเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะของสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่สามารถแบ่งแยกเอกลักษณ์ความสัมพันธ์และแหล่งที่มาออกจากสิ่งอื่นๆ จนสามารถเป็นสัญลักษณ์แทนสิ่งนั้นๆ วิธีการใช้สัญลักษณ์ภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อให้เข้าใจถึงสัญลักษณ์ภาพถ่ายเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนิตยสาร Travel3sixty

แนวทางการวิเคราะห์ภาพ “The Good Eye” ที่กล่าวโดย Irit Rogoff (1998) มุ่งเน้นการวิเคราะห์เนื้อหาจากรูปวัตถุที่ปรากฏในภาพทุกประเภท ได้แก่ ภาษากาย ไม่ว่าจะเป็น การแสดงออกจากรูปร่าง การแสดงออกจากรูปร่างต่างๆ นอกจากนี้ยังมีประเด็นด้านสี สัน ด้านแสง การจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่ และอารมณ์ภาพ แนวทางการวิเคราะห์ดังกล่าวนี้เมื่อพิจารณาในภาพรวมจะทำให้เข้าใจถึงสัญลักษณ์ภาพเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่นำเสนอผ่านหน้าปกนิตยสาร

Travel3sixty ทั้งนี้ยังมีการผสมผสานมิติทางด้านอื่นๆ ร่วมด้วย ทำให้สามารถถอดความหมายของเนื้อหาในภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน จึงกล่าวได้ว่า แนวทางวิเคราะห์ภาพ “The Good Eye” เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวิเคราะห์เนื้อหาในงานเชิงคุณภาพของภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ในส่วนของวิธีการสื่อความหมายได้ใช้แนวทางการศึกษาเชิงสัญญาณศาสตร์ ที่มีการนำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายภาพท่องเที่ยว Barthes (อ้างถึงในนฤนาท ไกรนาท, 2552) กล่าวว่า ปัจจัยเชิงวิพากษ์ในการตีความหมายแฝงคือตัวหมายในขั้นแรก ตัวหมายในขั้นแรกคือ สัญญาของการตีความหมายโดยนัยแฝง ในภาพถนนสายเดียวกัน 2 ภาพ ความคิดฝันของเราเกี่ยวกับถนนสายนั้นออกมาแตกต่างกันขึ้นอยู่กับเทคนิค การถ่ายภาพทั้งสองนี้ยังเป็นตัวหมาย การที่กล้องจับภาพถนนและถ่ายออกมาให้เราเห็นบนแผ่นฟิล์ม เป็นความหมายโดยตรง แต่การถ่ายทำโดยใช้เทคนิคแสงสี และอุปกรณ์พิเศษ นำความรู้สึกนึกคิดของคนนั้นเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการถ่ายทำนั้น เป็นการตีความหมายโดยนัยแฝงจากสิ่งที่มนุษย์ทำขึ้น การตีความหมายตรงจึงเป็นสิ่งที่กล้องถ่ายออกมา แต่การตีความหมายโดยนัยแฝง คือ ลักษณะที่ถ่ายนั้นทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดอย่างไร

กาญจนา แก้วเทพ (2542) กล่าวว่า วิธีการถ่ายทอดความหมายโดยที่หยิบยกเอาส่วนเล็กๆ ส่วนหนึ่งของตัวสัญญามาแทนความหมายของส่วนรวมทั้งหมด การถ่ายทอดความหมายจากสัญญาที่เป็นส่วนย่อยให้แทนสัญญาส่วนรวมทั้งหมดนั้น เกิดจากกระบวนการเชื่อมโยงสัมพันธ์ กล่าวคือ ในหัวสมองผู้รับสาร จะต้องมีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนย่อยกับส่วนรวมเอาไว้แล้ว เช่น ต้องรู้ว่า พระปรางค์วัดอรุณนั้น ตั้งอยู่ที่กรุงเทพฯ เพราะฉะนั้นเมื่อเห็นส่วนหนึ่ง (ส่วนย่อย) จึงพาให้คิดไปถึงอีกส่วนหนึ่ง (ส่วนรวม) ได้ นอกจากนี้ยังนำเอาวิธีการสื่อความหมายด้วยรหัสการแต่งกาย เนื่องจากการแต่งกายที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นฐาน สร้างการรับรู้ของรหัสการแต่งกายความโดดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์และยังคงใช้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในการสื่อความหมายด้วยวิธีการใช้ภาษาท่าทางที่แสดงถึงกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว นั้น ต้องใช้ลักษณะของกิจกรรมที่สามารถบ่งชี้ถึงสถานที่ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยเป็นกิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหวร่างกาย การแสดงออกทางภาษาท่าทางต่างๆ ทำให้เกิดความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงตามกัน การสื่อความหมายโดยการแสดงออกทางสีหน้าที่สนุกและเป็นมิตรภาพนั้น เป็นการแสดงให้เห็นถึงภาษาท่าทางการแสดงออกของอารมณ์ภาพที่เป็นมิตร สงบสุข สนุกสนานที่เกิดขึ้นภายในภาพ สามารถสื่อไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ได้ และวิธีการสื่อความหมายแฝงของภาษาภาพเชิงเทคนิค เป็นองค์ประกอบที่สามารถสื่อถึงความยิ่งใหญ่ได้เป็นอย่างดี วิธีการสื่อความหมายเหล่านี้ทำให้เกิดความหลากหลายด้านการสื่อสารให้กับภาพท่องเที่ยว

6. บทสรุป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการใช้สัญลักษณ์ภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่นำเสนอผ่านปกนิตยสาร Travel3sixty ของสายการบินแอร์เอเชีย 2) วิธีการสื่อความหมายของภาพถ่ายหน้าปกนิตยสาร Travel3sixty มีวิธีดำเนินการวิจัย โดยการวิเคราะห์ภาพถ่ายหน้าปกจากนิตยสาร Travel3sixty ระหว่างปี 2555 – 2559 จำนวน 84 ภาพ จากฉบับภาษาอังกฤษ 55 ภาพ ฉบับภาษาไทย 29 ภาพ ผลการวิจัยพบว่า สัญลักษณ์ภาพที่ใช้เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ภาพที่มีเนื้อหาประกอบด้วย 1) สัตว์พื้นถิ่น ภาพแสดงออกถึงเรื่องราว เอกลักษณ์รวมถึงลักษณะเฉพาะถิ่นฐานที่มีความโดดเด่นรวมอยู่ในภาพๆนั้น 2) พันธุ์พืช ในภาพพบว่าแต่ละ

พันธุ์พืชนั้นก็มียุทธศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันทั้งทางสภาพอากาศ ภูมิประเทศ 3) ลักษณะทางสถาปัตยกรรมและประติมากรรม ในแต่ละภาพก็พบว่างานสถาปัตยกรรมและประติมากรรมมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและความสำคัญของความหมายที่มีความแตกต่างกันออกไป ตามแต่ละวัฒนธรรมและสภาพภูมิศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นๆ 4) เอกลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ ในแต่ละภาพมีภูมิศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันออกไปตาม สภาพแวดล้อมทางพื้นที่ของแต่ละประเทศแต่ละภูมิภาค 5) ลักษณะทางชาติพันธุ์ ในแต่ละภาพสะท้อนให้เห็น ถึงชาติพันธุ์ที่แตกต่างตามสภาพแวดล้อมทางพื้นที่ของแต่ละประเทศ ความเป็นมาในอดีตรวมถึงลักษณะทางวัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาทางเชื้อชาติจนถึงปัจจุบัน และยังคงรักษาไว้เป็นเอกลักษณ์ทางถิ่นฐาน 6) กิจกรรมทางประเพณี ในแต่ละภาพมีลักษณะของกิจกรรมทางประเพณีที่มีความแตกต่างกันออกไป ตามแต่ละพื้นที่ แต่ละความเชื่อ ความศรัทธา รวมถึงความเป็นลักษณะของเชื้อชาติชนพื้นเมืองต่างๆ โดยสามารถวิเคราะห์ได้จากแนวทางการวิเคราะห์ภาพ “The Good Eye” ที่กล่าวโดย Irit Rogoff (1998) มุ่งเน้นการวิเคราะห์เนื้อหาจากรูปวัตถุที่ปรากฏในภาพทุกประเภท ได้แก่ ภาษากาย ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกจากสีหน้า การแสดงออกจากท่าทางต่างๆ นอกจากนี้ยังมีประเด็นด้านสีสัน ด้านแสง การจัดองค์ประกอบเชิงพื้นที่ และอารมณ์ภาพ แนวทางการวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ เมื่อพิจารณาในภาพรวมจะทำให้เข้าใจถึงสัญลักษณ์ภาพที่ใช้เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน จึงกล่าวได้ว่า แนวทางการวิเคราะห์ภาพ “The Good Eye” เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการวิเคราะห์เนื้อหาในงานเชิงคุณภาพของสัญลักษณ์ภาพที่ใช้เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนิตยสาร travel3sixty ส่วนวิธีการสื่อความหมาย ได้แก่ 1) วิธีการสื่อความหมายแบบอนุมาณัย 2) วิธีการสื่อความหมายด้วยรหัสการแต่งกาย 3) วิธีการสื่อความหมายด้วยภาษาท่าทางที่แสดงถึงกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว 4) วิธีการสื่อความหมายถึงมิตรภาพโดยการแสดงออกทางสีหน้า 5) วิธีการสื่อความหมายแฝงของภาษาภาพเชิงเทคนิค โดยได้ใช้ทฤษฎีสัญญาศาสตร์เป็นทฤษฎีหลักในการวิเคราะห์ การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกภาพมาทำภาพหน้าปกนิตยสาร

7. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความดูแล ความกรุณา และการเอาใจใส่ของ รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ อาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย ซึ่งได้สละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ตลอดจนช่วยตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการทำวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างยิ่ง ข้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และพี่ชาย ผู้มีพระคุณสูงสุดในการให้ความรัก ความเมตตา ผู้ที่คอยให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนการเลี้ยงดูของผู้วิจัย จนทำให้ผู้วิจัยทำงานวิจัยสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

8. เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ. (2542). การวิเคราะห์สื่อ:แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพมหานคร. เอ็ดดิสัน เพรสโปรดักส์ จำกัด.
 กฤษณ์กร เจริญกุล. (2554). การวินิจฉัยสภาพสมัยนิยมในนิตยสารท่องเที่ยวไทย. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรคดี
 บัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

นฤนาท ไกรนรา. (2552). การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนปายผ่านสื่อโปสการ์ด. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์
มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

Rogoff Irit. (1998). Studying visual culture. in N.Mirzoeff (ed.). The Visual Culture Reader. London : Routledge,

มหาวิทยาลัยรังสิต