



สตรีทอาร์ตเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าในเขตกรุงเทพมหานครผ่านสื่อใหม่

Street Art for Tourism Communication in Bangkok's Old Town through New Media

เสมา ธนาบริบูรณ์* และ กฤษณ์ ทองเลิศ

Saema Tanaboriboon* and Grit Thonglert

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี ประเทศไทย

Communication Arts, Rangsit University, Pathum Thani, Thailand

*Corresponding author, E-mail: saematanaboriboon@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าใจถึงเนื้อหาและการสื่อความหมายของภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร และเพื่อให้เข้าใจถึงการสะท้อนภาพอัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวผ่านภาพสตรีทอาร์ต โดยการโพสต์ผ่าน Instagram แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยแนวคิดสตรีทอาร์ตและศิลปะเพื่อสังคม แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารด้วยภาพ แนวคิดแบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson และการวิเคราะห์ภาพ แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และแนวคิดสื่อใหม่ การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎี 2 ประเภท ได้แก่ ภาพสตรีทอาร์ตในเขตเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร จำนวน 15 ภาพ และ ภาพบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ถ่ายคู่กับภาพสตรีทอาร์ตที่ได้รับการเผยแพร่ข้อความเพื่อสื่ออัตลักษณ์ของบุคคลผ่านสื่อ Instagram

ผลการวิจัยได้นำเสนอตามประเด็นปัญหานำวิจัยดังนี้ เนื้อหาของภาพเขียนสตรีทอาร์ตบริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร สามารถจำแนกได้ 4 ประเภท ภาพที่สื่อถึงความรุนแรงทางสังคม ภาพที่แสดงหลากหลายทางวัฒนธรรม ภาพสัตว์สัญลักษณ์ช้าง และ ภาพแฟนตาซี ปรากฏการณ์ถ่ายภาพสตรีทอาร์ต มี 3 ลักษณะ ได้แก่ การถ่ายภาพที่บุคคลแสดงปฏิสัมพันธ์ร่วมกับสิ่งของที่นำมาจัดเทียบเคียงคู่กับภาพเขียน การถ่ายภาพบุคคลที่เน้นการจับจังหวะหยุดการเคลื่อนไหว และการถ่ายภาพแนวหุ่นนิ่งคู่กับภาพเขียน การแบ่งปันภาพสตรีทอาร์ตสู่สังคมออนไลน์ มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การแบ่งปันข้อมูลที่มีความชัดเจนในการระบุตำแหน่งที่ตั้ง การแบ่งปันเนื้อหาสารสนเทศที่มีรายละเอียดข้อมูลเพียงพอ การแบ่งปันภาพที่มีศักยภาพในการสื่อความที่สวยงาม และการระบุตัวตนของผู้เผยแพร่ทำให้สื่อมีความน่าเชื่อถือ การเขียนคำบรรยายภาพ (caption) ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาพสตรีทอาร์ตสะท้อนอัตลักษณ์ได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ อัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิต (การใช้ชีวิตแบบนักท่องเที่ยว) และ อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ ประกอบด้วย การแสดงมุมมองต่อความรัก และการแสดงอารมณ์ขัน

คำสำคัญ: สตรีทอาร์ต การสื่อสารการท่องเที่ยว สื่อใหม่



Abstract

The objectives of this research were to comprehend the meaning and content of street art in Bangkok's old town and for the promotion of tourism in the area, and to investigate the identity of tourists through street art posted on their Instagram. The research applied a number of theories including street art and social art, visual signification, Jakobson's communication model, visual analysis, theories of identity, creative business, and new media. The research emphasized an analysis of two groups of data: 15 street art photos and photos of tourists appearing together with the street art with captions reflecting their personal identity on Instagram.

The result revealed that street art presented 4 types of images: social satire, cultural diversity, elephants, and fantasy. The street art found was presented in three forms: a person interacting with an object appearing together with the street art, the stop motion of a person, and a still life of the person with a painting. Image sharing on online media was characterized by four elements: sharing of a specific location, sharing of sufficient information and details, sharing of potential images with beautiful meanings, and personal identification of the owner of the shared image that contributed to the reliability of the image. Finally, the photos captions written by the tourists towards street art revealed two images: identity of tourists' lifestyle and personal identity including tourists' perspectives towards love and a sense of humor.

Keywords: Street Art, Tourism Communication, New Media

1. บทนำ

แมนูทรี เต็งยะ (2559) กล่าวว่าสตรีท อาร์ต เป็นชื่อที่หมายรวมถึงศิลปะที่รายล้อมอยู่ในความเป็นชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมรอบตัว โดยได้รับการพัฒนามาจากกราฟฟิตี้โดยการเพ้นท์รถไฟในเมืองนิวยอร์กเมื่อปี 1970 ช่วงที่มีการเคลื่อนไหวและสังคมแบบไดนามิก การเมือง การเปลี่ยนแปลงของสังคมโดยช่วงเวลานี้เราเรียกว่า โพสต์ดักกราฟฟิตี้ พัฒนาการของสตรีทอาร์ต ได้ดำเนินไปพร้อมกับการคิดหาวิธีและเทคนิคใหม่ในการทำงานที่แตกต่างไปจากเดิม ไม่เพียงแต่ใช้แค่สีสเปรย์อย่างเดียวเท่านั้น แต่มีการผสมผสานใช้ปากกาเคมีทำงานควบคู่กันไปด้วย และยังมีวัสดุต่างๆ ที่ใช้ ได้แก่ สเตนซิล สติกเกอร์ โปสเตอร์ สีอะคริลิกและแอร์บรัสเข้าร่วม ทั้งรวมไปถึงภาพถ่าย เช่น โฟโต้ก๊อปปี้ และ โมเสก

ปัจจุบันสตรีท อาร์ต ในต่างประเทศนั้นมีความก้าวหน้ามาก บางประเทศใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเช่น รัฐปีนัง ประเทศมาเลเซีย อยู่ที่เมืองจอร์จทาวน์ ได้รับเลือกให้เป็นเมืองมรดกโลกเมื่อปี 2008 โดยยูเนสโก เนื่องจากว่าเมืองปีนังมีบ้านเมืองที่สวยงามและยังมีวัฒนธรรมดั้งเดิมที่หลากหลายอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืน และมี สตรีท อาร์ต มากมายที่ถูกสร้างโดยศิลปินต่างทำให้คนจากหลากหลายประเทศทั่วโลกเมื่อเดินทางไปที่นี่ ก็อยากจะสัมผัสกับ สตรีท อาร์ต ที่มีอยู่มากมายของสถานที่แห่งนี้ นอกจากนี้ที่มาเลเซียแล้วที่ ประเทศสิงคโปร์ ก็เช่นเดียวกันซึ่งมีอยู่ที่ Haji lane (กฤษณ์ทองเลิศ, 2560)



ปัจจุบันประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่ยุค 4.0 และรัฐบาลกำลังจะเปลี่ยนแปลง ย่านนี้ หรือย่านเจริญกรุงนั้นให้จากเดิมนั้นเรียกว่าย่านเมืองเก่า เปลี่ยนให้เป็น ย่านสร้างสรรค์เพราะเนื่องจากย่านเจริญกรุงคือย่านเมืองเก่าที่อยู่กลางกรุงเทพมหานครและมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนาและวัฒนธรรม และย่านเจริญกรุงนั้นมีพื้นที่มากพอที่จะพัฒนาและเปลี่ยนให้เป็นย่านสร้างสรรค์ จนถึงการพัฒนาสู่พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยพื้นที่ประเภทเหล่านี้ที่ต่างประเทศเช่น อังกฤษได้พัฒนาเมืองเก่าของประเทศให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทำให้ มีร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟแกลเลอรี ต่างๆที่จัดแสดงศิลปะหรือสิ่งที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาโดยจากศิลปินหรือบุคคลทั่วไปที่ต้องการจะสร้างสรรค์ผลงานต่างๆซึ่งย่านเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้จะต้องเกิดจากความร่วมมือของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและรัฐบาลเพื่อจะร่วมเปลี่ยนแปลงย่านกรุงเทพมหานครไปสู่ย่านสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งคือรายได้หลักๆ ของกรุงเทพมหานครฯและประเทศไทย

ในส่วนในประเทศไทย ย่านเจริญกรุง กรุงเทพมหานครฯ เป็นย่านเมืองเก่า ที่ได้รับการสร้างสรรค์ ให้เป็นแหล่งสตรีทอาร์ต เนื่องจากย่านเจริญกรุงคือย่านเมืองเก่าที่อยู่กลางกรุงเทพมหานครและมีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนาและวัฒนธรรม และย่านเจริญกรุงนั้นมีพื้นที่มากพอที่จะพัฒนา และเปลี่ยนให้เป็นย่านสร้างสรรค์ จนถึงการพัฒนาสู่พื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งย่านนี้จะเกิดขึ้นได้จะต้องเกิดจากความร่วมมือของประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและรัฐบาล เพื่อจะร่วมเปลี่ยนแปลงย่านกรุงเทพมหานครไปสู่ย่านสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งคือรายได้หลักๆ ของกรุงเทพมหานครฯ

สำหรับ สตรีท อาร์ต ที่ถูกสร้างสรรค์ บริเวณย่านตลาดน้อย ถนนเจริญกรุง ถือว่าเป็นเขตนี้คือเมืองเก่าของกรุงเทพมหานครถูกสร้างสรรค์ จากศิลปินหลากหลายสัญชาติ ทั้งศิลปินไทย และศิลปินต่างชาติ ทำให้เกิดภาพที่มีความแตกต่างกันไป และมีการใช้เทคนิคที่แตกต่างกันไป โดยแต่ละภาพนั้นจะมีการสร้างสรรค์ผลงานไว้ตามสถานที่หรือบริเวณทั้งที่สามารถพบได้ทั่วไป และตามซอกซอยที่อยู่ย่านชุมชน ทั้งนี้ด้วยเหตุผลบางประการอาจจะทำให้ภาพสตรีท อาร์ต ต่างๆ นั้นไม่ได้ใกล้เคียงกันหรือบริเวณเดียวกันนั้นอาจจะมีแค่ภาพ สองภาพ หรือบางสถานที่อาจจะมียุคภาพแตกต่างกันไปตามแนวคิดสร้างสรรค์ของศิลปินและ การได้รับการอนุญาต จากเจ้าของสถานที่บริเวณนั้น

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า สตรีท อาร์ต นั้นมีส่วนช่วยในด้านของการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ส่วนหนึ่งซึ่งกรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางจากหลากหลายประเทศทั่วโลกเข้ามาเที่ยวที่กรุงเทพมหานครเป็นจำนวนไม่น้อยเลย อีกทั้งยังมีทั้งย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร ต่างๆ เช่น ย่านตลาดน้อย ถนนเจริญกรุง ซึ่งสถานที่เหล่านี้เป็นย่านที่เก่าแก่ของกรุงเทพมหานคร และย่านที่กล่าวมานั้นมีการทำสตรีท อาร์ต โดยศิลปินที่มีชื่อเสียงเมื่อใครไปผ่านแถวย่านนั้น จะมีการถ่ายรูปและ การเช็คอินเก็ดยุคสถานที่ ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ อินสตาแกรม โดยผู้ใช้ที่โพสต์ และ แชร์เรื่องราวผ่านสื่อทั้งสองนี้ จะสื่อสารเรื่องราวแนะนำให้คนมาบริเวณที่มีการสร้างสตรีท อาร์ต บริเวณรอบๆย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาประเด็นเกี่ยวกับวิธีการสื่อสารสัญลักษณ์ภาพและอัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวที่ถ่ายภาพ สตรีทอาร์ต เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่มีส่วนร่วมกับภาพสตรีทอาร์ต และใช้ภาพสตรีทอาร์ตเพื่อที่จะแสดงอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคล รวมไปถึงการใช้ภาพสตรีทอาร์ตที่ทำให้ผู้คนเกิดความสนใจ



ถ่ายภาพเกี่ยวกับ สตรีท อาร์ต และสื่อสารผ่านทาง อินสตาแกรม ผ่านการเช็คอิน และแชร์หรือแบ่งปันเพื่อจะทำให้ผู้คนได้รู้จักสถานที่เหล่านั้น หรือสร้างความน่าสนใจให้ผู้คนเข้ามาชม สตรีท อาร์ต บริเวณนั้นมากขึ้น โดยผ่านการศึกษาจากผู้คนที่ใช้สื่อ อินสตาแกรม และจากการโพสต์ จะทำให้ผู้คนที่ใช้สื่อทั้งสองประเภทที่ไม่เคยเดินทางมาบริเวณรอบๆ เมืองเก่าของกรุงเทพ ย่านตลาดน้อย ถนนเจริญกรุง เกิดการรู้จักสถานที่ และเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ผู้คนเดินทางมาเที่ยวบริเวณ ย่านตลาดน้อย ถนนเจริญกรุง มากขึ้น

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้เข้าใจถึงเนื้อหาและการสื่อความหมายของภาพ สตรีท อาร์ต เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อให้เข้าใจถึงการแบ่งปันภาพสตรีทอาร์ตของนักท่องเที่ยวในย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร โดยโพสต์ ผ่าน อินสตาแกรม

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิเคราะห์ด้วยบท (Textual analysis) งานสร้างสรรค์จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่งได้แก่

1. ภาพสตรีทอาร์ตจากบริเวณเขตเมืองเก่าของกรุงเทพมหานครบริเวณถนนเจริญกรุง ถนนทรงวาด และบริเวณตลาดน้อย ที่ถูกสร้างขึ้นโดยศิลปินต่างๆทั้งไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 15 ภาพที่นำมาเป็นบริบทในการวิเคราะห์
2. ภาพถ่ายสตรีทอาร์ต จาก อินสตาแกรม (Instagram) ของผู้โพสต์ดังกล่าวที่ผู้ใช้เช็คอิน ร่วมกับภาพสตรีทอาร์ต Street art wall Painting บางรัก และ Street Art at Charoenkrung Road โดยเลือกจากผู้โพสต์ที่เปิดโพสต์ สาธารณะ และ จำนวนยอดไลค์ที่มากกว่า 10 ไลค์ โดยเลือกมา จำนวน 15 ภาพ เลือกโดยใช้ภาพที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิจัยเนื้อหาและการสื่อความหมายภาพสตรีทอาร์ต

ผู้วิจัยจะได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เนื้อหาภาพของภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวบริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร โดยจะแยกประเด็นการวิเคราะห์ตาม รูปภาพจากนั้นนำผลการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบเพื่อสร้างข้อสรุปตามประเด็นการวิจัยดังรายละเอียดดังนี้

ภาพสตรีทอาร์ตบริเวณย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครนั้น มีการเขียนภาพสตรีทอาร์ตอยู่ที่บริเวณต่างๆทั่วไป โดยบางส่วนนั้นจะถูกเขียนในบริเวณเดียวกันบางส่วนนั้นเขียนบริเวณ รอบๆย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานคร ภาพเขียน



สตรีทอาร์ตของกรุงเทพมหานครนับว่าเป็นสิ่งใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบริเวณย่านเมืองเก่า กรุงเทพมหานคร ภาพสตรีทอาร์ต มีจำนวน 15 โดยนำมาจัดกลุ่มภาพได้ 4 ประเภทดังนี้

4.1.1 ภาพที่สื่อถึงความรุนแรงทางสังคม

ความรุนแรงทางสังคม ปัญหาความรุนแรงมีจุดเริ่มต้นมาจากความขัดแย้ง ความรุนแรงในสังคมเกิดจากการมีผู้ก่อความรุนแรง ซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก

บริเวณไประณีย์บางรักถือได้ว่าเป็นสถานที่ที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของบริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร โดยจะมีการเขียนภาพสะท้อนบริบทสังคมความรุนแรงของบริเวณนี้อยู่ข้างกำแพงติดกันโดยหลากหลายศิลปินเช่นดังตัวอย่างดังนี้



รูปที่ 1 Wall – Special Guest – Bonus Tmc

รูปที่ 1 นี้อยู่บริเวณไประณีย์กลางบางรักโดยอยู่ในภาพสตรีทอาร์ตชุด WALL จากหลากหลายศิลปินโดยภาพนี้เขียนขึ้นโดยศิลปินชื่อ BONUS TMC ด้านกำแพงด้านข้างโดยการวาดนั้นใช้ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์ความรุนแรงประกอบสัญลักษณ์ย่อยดังนี้

1. เขี้ยว ของตัวทางด้านขวา ที่มีความแหลมคมแสดงถึงความรุนแรงและความดุร้ายที่พร้อมจะกัดทุกเมื่อ
2. ปืน ของตัวด้านขวาจะพบว่าศิลปินตั้งใจวาดภาพให้เหมือนมีการขยับของปืนที่ถูกยิงออกไปโดยที่มีสุนัขข้างด้านล่างประกอบและทำท่าทางลักษณะ มินง ของตัวหนูที่กำลังใช้ปืนอยู่นั้น

4.1.2 ภาพที่แสดงความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ความหลากหลายทางวัฒนธรรม คือ มนุษย์นั้นมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไปเนื่องจากชาติพันธุ์ และถิ่นกำเนิด รวมไปถึงภาษา ที่บนโลกของเรานั้นมีเกือบ 6,000 กว่าภาษาทั่วโลก มีการกำหนดแบ่งเผ่าพันธุ์ต่าง ๆ บนโลก และเกิดการรวมกลุ่มกันจึงเกิดสังคมของแต่ละวัฒนธรรมขึ้น แต่ด้วยเนื่องจากปัจจุบันแถบลงนั้นเพราะความสะดวกสบายของการสื่อสารและการคมนาคมทำให้การย้ายถิ่นฐานนั้นทำได้สะดวกมากขึ้นทำให้แต่ละที่บนโลกนั้นมีการรวมกันของวัฒนธรรมต่างๆอยู่ร่วมกันของคนที่มาจากต่างเผ่าพันธุ์และมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน



รูปที่ 2 Wall – Special Guest – Kult

รูปที่ 2 นี้อยู่บริเวณโปรยณีย์กลางบางรักโดยอยู่ในภาพสตรีทอาร์ต WALL จากหลากหลายศิลปิน โดยภาพนี้เขียนขึ้นโดย ศิลปินชื่อ KULT โดย ภาพนี้คือภาพของผู้ชายและผู้หญิงสองคนที่แต่งกายด้วยชุดสูทแต่กลับไม่มีหน้าอาจจะเปรียบกับว่า ย่านบริเวณดังกล่าวสมัยก่อนนั้น มีหลากหลายเชื้อชาติหลากหลายวัฒนธรรม ดังเช่นเดียวกับผู้ชายและผู้หญิงที่ใส่สูทนั้นไม่ใช่วัฒนธรรมของไทยเราส่วนใบหน้าที่ไม่มีย่นเปรียบกับคนที่ไม่ใช่ชนชาติไทยจึงไม่มีใบหน้าของทั้งสองคน สัญลักษณ์ที่แสดงความหลากหลายทางวัฒนธรรมประกอบสัญลักษณ์ย่อยคือ สูท เป็น ชุดการแต่งกายของคนตะวันตก แสดงถึง ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของไทย

4.1.3 ภาพสัตว์สัญลักษณ์ ช้าง

ช้างคือ สัตว์ประจำชาติไทย เป็นเวลาเนิ่นนานหลายศตวรรษ ที่ “ช้าง” ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อสังคมไทย จนอาจกล่าวได้ว่า ชีวิตผู้คนในอดีตผูกพันอยู่กับช้างเกือบทุกด้าน



รูปที่ 3 ช้าง - ARYZ ศิลปินชาวสเปน

สัญลักษณ์ภาพสัตว์สัญลักษณ์ประกอบสัญลักษณ์ย่อยคือช้างภาพช้างแสดงถึงสัญลักษณ์ของสยามประเทศหรือไทย เพราะบริเวณรอบสถานที่ที่มีทำน้าหลักในสมัยก่อนอยู่บริเวณ ใกล้เคียงกับภาพสตรีทอาร์ต



4.1.4 ภาพแฟนตาซี

คำว่า แฟนตาซี คือ ประเภทหนึ่งของศิลปะที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ ความคิด องค์กรประกอบ หรือฉากที่เป็นไสยศาสตร์หรือเหนือธรรมชาติ เนื้อหาที่จะพบทั่วไปบนศิลปะประเภทนี้คือจำพวกภาพสัตว์หรือเรียกว่า จินตสัตว์ในตำนานหรือสัตว์ในจินตนาการ เช่น มังกร พราาย และอื่นๆในองค์ประกอบของภาพ



รูปที่ 4 Fikos Wall - Fikos ศิลปินชาวกรีซ

รูปที่ 4 เป็นภาพสตรีทอาร์ตของศิลปินชาวกรีซบนผนังตึกบริเวณย่านธุรกิจ

สัญลักษณ์ภาพแฟนตาซีประกอบสัญลักษณ์ย้อยคือนางเงือกสีทองถ้าสังเกตนางเงือกจะใส่ชุดไทย โบราณสีส้มที่ใช้คือสีทอง เนื่องจากบริเวณนี้ในอดีตนั้นเป็นที่ตั้งของภัตตาคาร และร้านอาหารชั้นสูงสำหรับรับรองชาวต่าง ชาติ รวมไปถึงชนชั้นสูงปัจจุบัน บริเวณนี้ถือว่าเป็นย่านธุรกิจที่สำคัญของไทยเช่นเดียวกัน

4.2 การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาพสตรีทอาร์ต

4.2.1 ปรากฏการณ์ถ่ายภาพสตรีทอาร์ต

การถ่ายภาพของนักท่องเที่ยวในบริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานครนั้น ผู้วิจัยได้พิจารณาถึงประโยชน์การประยุกต์ใช้ที่เชื่อมโยงกันสู่การเขียนภาพสตรีทอาร์ตในสถานที่ท่องเที่ยวอื่นในอนาคต จึงได้คิดค้นเกณฑ์จำแนกประเภทของปรากฏการณ์ดังกล่าวโดยพิจารณาจากภาพที่นักท่องเที่ยว ถ่ายภาพสตรีทอาร์ตที่เผยแพร่ผ่าน อินสตาแกรม (Instagram) แล้วนำมาจัดกลุ่ม จำแนกลักษณะปรากฏการณ์ถ่ายภาพโดยพบว่าลักษณะการเล่าเรื่องสามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะดังนี้

1. การถ่ายภาพที่บุคคลแสดงปฏิสัมพันธ์ร่วมกับสิ่งของที่นำมาจัดเทียบเคียงคู่กับภาพเขียน

ความสัมพันธ์ของภาพเขียนและการนำเอาวัสดุรูปทรง 3 มิติเข้ามาประกอบ การสื่อความหมายวางเคียงกันขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่ทำให้เกิด ความสัมพันธ์แบบส่วนย่อยไปส่วนรวม ทำให้ภาพมีพลังในการถ่ายทอดเรื่องราวที่มีมิติด้านอารมณ์ ความรู้สึกและบรรยากาศดัง รูปที่ 5



รูปที่ 5 อย่าทำนุเลย ขอมแล้ว

รูปดังกล่าว แสดงการถ่ายภาพโดยใช้สิ่งของ คือ ปืนที่ผู้หญิงถือประกอบการเล่าเรื่อง ผ่านบุคคลที่แสดงปฏิสัมพันธ์กับภาพ ทำให้เนื้อหาของภาพมีความสมบูรณ์มากขึ้น อีกทั้งช่วยให้ภาพบุคคลไม่ได้เป็นเพียงภาพหุ่นนิ่งแต่เป็นการเพิ่มอารมณ์หวนดลให้กับตัวบุคคล ดังที่เจ้าของภาพได้เขียนว่า “อย่าทำนุเลย ขอมแล้ว” โดยปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง ที่เอื้อต่อการถ่ายภาพลักษณะดังกล่าวคือ องค์ประกอบด้านสัดส่วนของภาพเขียนและอุปกรณ์ ประกอบที่ต้องสัมพันธ์กันอย่างลงตัว ซึ่งวิธีการถ่ายภาพดังกล่าวผู้เขียนภาพสตรีทอาร์ต คำนึงถึงพื้นที่ประโยชน์ใช้สอยของอุปกรณ์ที่นำมาประกอบร่วมกับภาพรวมทั้งการออกแบบพื้นที่ ว่างเพื่อให้บุคคลเข้ามาใช้อุปกรณ์ดังกล่าวเพื่อการถ่ายภาพ

2. การถ่ายภาพบุคคลที่เน้นการจับจังหวะเหตุการณ์เคลื่อนไหว

การแสดงภาพบุคคลให้มีการเหตุการณ์เคลื่อนไหวเป็นปรากฏการณ์ของการถ่ายภาพร่วมกับภาพสตรีทอาร์ตที่เขียนเช่นภาพของหนูที่กำลังอ้าปากกว้างซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนุกจึง ได้ทำท่าทางแสดงความสัมพันธ์กับภาพดังรูปที่ 6



รูปที่ 6 โคดเข้าปากมันเลยแล้วกัน



รูปดังกล่าวเจ้าของภาพเขียนว่า “กระโดดเข้าปากมันเลยแล้วกัน” ซึ่งมีความหมายถึง การกระโดดเข้าไปในปากของหนูที่กำลังอ้าปากกว้างเมื่อนักท่องเที่ยวเห็นภาพว่าหนูกำลังอ้าปากกว้างจึงมีพฤติกรรมร่วมกับภาพด้วยการกระโดดเข้าไปที่ปากของหนูแสดงถึงความสุขสนุกสนานที่เดินทางมาท่องเที่ยว

3. การถ่ายภาพแนวหุ่นนิ่งคู่กับภาพเขียน

การถ่ายภาพแนวหุ่นนิ่งคู่กับภาพสตรีทอาร์ตเป็นรูปแบบปรากฏการณ์ถ่ายภาพบุคคลที่นิ่ง ที่สุด ขาดการแสดงจังหวะแต่ให้อารมณ์ที่นิ่ง สุขุม สงบจิตใจ เป็นการสื่อความหมายว่า อยู่ที่นี่ ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อความหมายเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวเชิงภาพด้านล่าง



รูปที่ 7 Saturday I'm in Love วันเสาร์สี่ชมพูวาววาว

รูปที่ 7 เจ้าของภาพไม่ได้แสดงการมีปฏิสัมพันธ์ใด กับภาพสตรีทอาร์ต เขียนแค่ข้อความว่า “Saturday I'm in Love วันเสาร์สี่ชมพูวาววาว” เพื่อจะแสดงว่า วันเสาร์ฉันกำลังมีความรักโดยภาพเด็ก 3 คนนั้นถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของภาพสตรีทอาร์ต บริเวณเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร

4.3 ปรากฏการณ์แบ่งปันภาพสตรีทอาร์ตสู่สังคมออนไลน์

การแบ่งปันภาพสตรีทอาร์ตโดยผ่านสื่อใหม่สู่สังคมออนไลน์เป็นปรากฏการณ์ ที่มีเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ผู้ครอบครองเทคโนโลยีสามารถเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไปพร้อมๆกัน จำแนก 4 ประเด็นดังนี้

4.3.1 การแบ่งปันข้อมูลที่มีความชัดเจนในการระบุตำแหน่งที่ตั้ง

รูปแบบการเช็คอินในภาพที่เผยแพร่สู่สังคมออนไลน์ทำให้ผู้ที่ดูภาพที่เป็นเพื่อนรวมทั้งผู้ที่ เข้าถึงโดยผ่านการค้นหาจากสถานที่ “Street Art wall Painting บางรัก” สามารถเข้าถึงแผนที่อันเป็นที่ตั้งของภาพถ่ายดังกล่าวได้อย่างชัดเจนการแบ่งปันข้อมูลโดยการ เช็คนัดดังกล่าวนี้มีประโยชน์ในการเข้าถึงสถานที่ดังกล่าวทำให้เป็นสื่อที่มีศักยภาพอย่างยิ่งในการนำเสนอข้อมูลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์รวมทั้งการวางแผนการเดินทางสู่พื้นที่ดังกล่าว

4.3.2 การแบ่งปันเนื้อหาสารสนเทศที่มีรายละเอียดข้อมูลเพียงพอ

การนำเสนอเนื้อหาสารสนเทศที่เป็นข้อความของ Instagram มีพื้นที่นำเสนอได้อย่างเพียงพอ มีความกระชับ ประเด็นที่ทำการสื่อสารดังข้อความว่า “Street food, street art.” ซึ่งผู้ใช้ได้เขียนถึงความเป็นที่นิยมของไทยเราคือ



อาหารข้างถนน รวมไปถึง สตรีทอาร์ต ที่เหมือนว่าของคู่กันทำให้ภาพนี้นั้นเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ภาพดังกล่าวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเขียนข้อความบรรยายประกอบภาพได้หลากหลายด้วย

4.3.3 การแบ่งปันภาพที่มีศักยภาพในการสื่อความหมายที่สวยงาม

การแบ่งปันภาพถ่ายสู่สังคมออนไลน์ผ่าน อินสตาแกรม (Instagram) มีจุดเด่น ที่เราสามารถปรับแต่งภาพเพื่อสื่อความสวยงามของภาพได้ค่อนข้างละเอียดเนื่องจากก่อนที่จะเผยแพร่จะมีขั้นตอนในการตกแต่งภาพ ทำให้ภาพถ่ายนั้น มีความสวยงามสามารถ โน้มน้าวความน่าเที่ยวชมให้กับผู้อื่นได้ ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้ สื่อออนไลน์ทำหน้าที่เผยแพร่ ความงามหรือสุนทรียภาพทางการสื่อสารตามแนวคิดของ Jakobson ได้ เป็นอย่างดี ทำให้เกิดการโน้มน้าวใจสู่การท่องเที่ยว

4.3.4 การระบุตัวตนของผู้เผยแพร่ทำให้สื่อมีความน่าเชื่อถือ

เนื่องจากการเผยแพร่เรื่องภาพผ่านสื่อ อินสตาแกรม (Instagram) เป็นการเผยแพร่ ที่มีการระบุตัวตนทำให้เนื้อหามีความน่าเชื่อถือ โดยมีการระบุจำนวนยอดผู้ติดตามที่เข้ามากดไลค์ (Like) เมื่อพิจารณาจากยอดผู้ติดตามที่นับวันจะเพิ่มขึ้น ทำให้สื่อชนิดนี้มีความน่าสนใจ ในการเป็นสื่อเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว ประกอบกับความเป็นที่รู้จักในกลุ่มเพื่อน กลุ่มครอบครัวหรือสมาชิกที่เข้ามาติดตามผลงานทำให้สื่อมีความน่าเชื่อถือ อันเป็นคุณลักษณะสำคัญของการสื่อเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

4.4 อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวกับรูปสตรีทอาร์ต

การวิเคราะห์ภาพถ่ายที่นักท่องเที่ยวได้ถ่ายยากับภาพสตรีทอาร์ตและนำเสนอผ่านสื่อ อินสตาแกรม (Instagram) โดยการวิเคราะห์ภาพถ่ายและคำบรรยายภาพของนักท่องเที่ยว พบว่าอัตลักษณ์ ดังนี้

4.4.1 การใช้ชีวิตแบบนักท่องเที่ยว

อัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิตที่สะท้อนถึงการท่องเที่ยว เป็นอัตลักษณ์ที่สื่อถึงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวสถานที่ใดที่หนึ่งจะถ่ายภาพบุคคลร่วมกับสถานที่นั้น ซึ่งคือพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ควบคู่กับการถ่ายภาพที่ระลึก และนำเสนอภาพผ่านสื่อ อินสตาแกรม (Instagram) เพื่อให้โลกออนไลน์รู้ว่า เวลานี้ “อยู่ที่นี้” หรือ “เคยไปที่นี้” พร้อมกับการ Check In สถานที่นั้น

4.4.2 อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ

ผลการวิเคราะห์ภาพถ่ายที่นำเสนอผ่านสื่อ อินสตาแกรม (Instagram) พบว่าอัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพที่สะท้อนลักษณะสภาพนิสัย พบได้ 2 ลักษณะดังนี้

ก) การแสดงมุมมองต่อความรัก

คู่รัก ถือว่าคือกลุ่มเป้าหมายสำคัญของการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานครที่มีภาพเขียนสตรีทอาร์ต เพราะถือว่าคือกระแสแฟชั่นทางการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ด้วยกลุ่มคู่รักคือกลุ่มที่ถือได้ว่าคือกลุ่มที่เดินท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานครเพื่อถ่ายรูป และใช้การโพสต์ลงบนสื่อ อินสตาแกรม (Instagram) เพื่อแสดงออกถึงความรัก โดยใช้ภาพสตรีทอาร์ตร่วมประกอบกับการแสดงออกความรักของนักท่องเที่ยวที่ถ่ายรูปคู่กับภาพสตรีทอาร์ต



ข) การแสดงอารมณ์ขัน

อารมณ์ขัน เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างมนุษย์ทั้งในระดับการสื่อสารระหว่างบุคคลจนถึงการสื่อสารมวลชน อุบลรัตน์ สิริชูศักดิ์ (2536) ได้กล่าวถึงประเด็นเกี่ยวกับการศึกษาอารมณ์ขันว่า หัวใจของอารมณ์ขันคือ การล้อเลียนความหมายหรือสถาบันทางสังคมซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปเพื่อเรียกเสียงหัวเราะและสร้างความสนุกสนาน

5. การอภิปรายผล

การอภิปรายผลจำแนกหัวข้อตามประเด็นของการวิจัยได้ดังหัวข้อดังนี้

5.1 เนื้อหาและการประกอบสร้างความหมายของภาพสตรีทอาร์ต

5.1.1 ภาพที่ล้อเลียนความรุนแรงทางสังคม

ภาพที่สะท้อนความรุนแรงทางสังคมที่ถูกวาดขึ้นบริเวณไปรษณีย์บางรัก เนื่องมาจากว่า บริเวณนี้ในสมัยก่อนนั้น เกิดความรุนแรงขึ้นหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการทะเลาะวิวาท หรือว่า ความรุนแรงในครอบครัว ความรุนแรงดังกล่าวที่ถูกกล่าวถึงนั้นในสมัยก่อนนั้น ทำให้ผู้ที่วาดรูปบริเวณนี้จะวาดรูปสตรีทอาร์ตเพื่อสะท้อนความรุนแรงทางสังคมในอดีตของบริเวณนี้ การวาดภาพสตรีทอาร์ตทำให้ปัจจุบันพื้นที่บริเวณนี้ได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาบริเวณดังกล่าวเพื่อถ่ายรูป สอดคล้องกับแนวคิดของ เดชดิลก ลิ้มวิรัตน์ (2556) ซึ่งได้กล่าวถึงสตรีทอาร์ตว่าเริ่มที่การเขียนกราฟิตี คือภาพวาดบนกำแพงเพื่อสะท้อนบริบททางสังคมและการต่อสู้ของคนในสมัยนั้น ส่วนมากจะเป็นการสร้างสรรคผลงานโดยได้รับการอนุญาตโดยเจ้าของพื้นที่

5.1.2 ภาพที่แสดงความหลากหลายทางวัฒนธรรม

บริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร นั้นมีหลากหลายเชื้อชาติ อาศัยอยู่บริเวณนี้จำนวนมากเช่น ชาวจีน ชาวญี่ปุ่น รวมไปถึงชาวตะวันตก ทำให้ภาพสตรีทอาร์ตบริเวณย่านเมืองเก่ากรุงเทพมหานครนั้น ถูกวาดขึ้นเพื่อแสดงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมของแต่ละสัญชาติ แต่ ทุกสัญชาติก็สามารถอยู่ร่วมกันบริเวณนี้ได้ ทั้งในอดีตนั้นบริเวณนี้คือบริเวณการคมนาคมหลักของประเทศไทยและการค้ากับหลากหลายประเทศเกิดขึ้นบริเวณนี้เช่นกัน

5.1.3 ภาพสัตว์สัญลักษณ์ ช้าง

ช้างคือ สัตว์ประจำชาติไทย โดยที่ผู้วาดภาพสตรีทอาร์ตนั้นเลือกที่จะวาดภาพช้างบริเวณที่ลานจอดรถคู่เหลืองซึ่งคือสถานที่หลักของการจอดรถในบริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน เพราะปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินผ่านบริเวณนี้ การวาดภาพสตรีทอาร์ตที่ใช้ช้าง ก็คือการแสดงถึงสัญลักษณ์ประจำประเทศไทย แนวทางการสื่อสารสัญลักษณ์ดังกล่าวนี้สอดคล้องกับแนวทางการประกอบสร้างความหมายของแนวทางการวิเคราะห์ภาพ



5.1.4 ภาพแฟนตาซี

ภาพสตรีทอาร์ตที่อยู่ในประเภทของภาพแฟนตาซี ก็คือ ภาพ เจือกสีทองที่สวมใส่ชุดไทย บริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพฯ ที่ภาพนี้ถูกวาดขึ้นนั้นคือ บริเวณของย่านธุรกิจหลักของกรุงเทพมหานคร โดยมีการใช้วิธีการประกอบสร้างความหมายของภาพสตรีทอาร์ต

การประกอบสร้างความหมายของภาพสตรีทอาร์ตบริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานครที่กล่าวมานั้นถูกสร้างขึ้นเพื่อต้องการให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมกับภาพสตรีทอาร์ตที่ถูกวาดขึ้น ซึ่งเหมือนกับแนวคิดแบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson (1987: 66-71) เพราะเปรียบกันว่า ผู้วาด คือผู้ส่งสาร ภาพสตรีท อาร์ต คือสาร ที่ถูกซ่อนสัญญาณ ที่ต้องการจะสื่อความหมายและให้นักท่องเที่ยวทำการถอดรหัสความหมายเพื่อแสดงออกให้กับนักท่องเที่ยวคนอื่น ส่วนของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวและถ่ายภาพร่วมกับสตรีทอาร์ต คือผู้รับสาร รวมไปถึงสัญญาณที่มีส่วนในการประกอบสร้างความหมายของภาพสตรีทอาร์ต บริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งประเภทภาพสตรีทอาร์ต ได้ 4 ประเภท

ภาพที่สื่อถึงความรุนแรงทางสังคม โดยภาพสตรีทอาร์ตที่วาดแสดงถึงปัญหาความรุนแรงในบริเวณย่านนี้ โดยที่บริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร จะมีบริเวณย่านโปรมณียังรัก จะมีภาพเขียนสะท้อนบริบทความรุนแรงทางสังคมอยู่จำนวนมากที่บริเวณนี้ โดยภาพสตรีทอาร์ต ที่ถูกวาดอยู่บริเวณนี้ จะ ใช้สัญญาณ แสดงถึงความรุนแรง เช่น การใช้ เขียว ปืน ค้อน การวาดรูปที่ ถ้าสังเกตรูปวาดสตรีทอาร์ต บริเวณนี้ จะพบว่า มีปืน และ เขียว อยู่จำนวนมาก

ภาพที่แสดงความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยภาพสตรีทอาร์ต ที่วาดแสดงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม จะมีภาพเขียนที่สะท้อนความหลากหลายทางวัฒนธรรมอยู่บริเวณรอบรอบย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะบริเวณที่มีชาวต่างชาติอยู่จำนวนมาก เช่น ชาวจีน ชาวญี่ปุ่น ผู้สร้างสรรค์ใช้สัญญาณ แสดงถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น สุนัข ที่แสดงถึงวัฒนธรรมของคนตะวันตก สิงโต ที่ถูกวาดบริเวณตลาดน้อยซึ่งคือบริเวณชุมชนที่มีความเก่าแก่และมีชาวจีนอยู่จำนวนมาก ตึกตาส้มลูกญี่ปุ่น ถูกเขียนขึ้นบริเวณที่มีชาวญี่ปุ่นอยู่จำนวนมากและตึกตาส้มลูกนั้นชาวญี่ปุ่นมีความเชื่อเกี่ยวกับโชค

ภาพสัตว์สัญลักษณ์ช้าง โดยภาพสตรีทอาร์ตที่วาดแสดงถึง สัตว์สัญลักษณ์ ผู้สร้างสรรค์ใช้ ช้าง เพราะ ช้างคือสัตว์สัญลักษณ์ประจำชาติไทย จะมีภาพเขียนที่ใช้ช้างเป็นสัญญาณ อยู่บริเวณทำน้ำหลักในสมัยก่อนถือว่าเป็นเส้นทาง การเดินทางหลักของคนในสมัยก่อนและปัจจุบัน บริเวณนี้คือบริเวณตลาดจตุรพักตรพิมานที่เรียกกันว่าลานตู้เหล็ก ซึ่งจะมีผู้คน ที่มากมายเดินผ่านบริเวณนี้และจตุรพักตรพิมาน

ภาพแฟนตาซี โดยภาพสตรีทอาร์ตที่วาดภาพแฟนตาซี ผู้สร้างสรรค์ได้เลือกใช้ นางเงือกแสดงถึงสัญญาณ โดยภาพสตรีทอาร์ต ภาพนี้อยู่บริเวณย่านธุรกิจหลักของกรุงเทพมหานคร และ ผู้สร้างสรรค์เลือกที่จะให้นางเงือกสวมชุดไทยที่มีสีทอง แสดงถึงความหรูหรา เพราะบริเวณนี้คือที่ตั้งของภัตตาคารและร้านอาหารชั้นสูงในอดีตและปัจจุบันถือว่าคือย่านธุรกิจที่สำคัญของไทย



5.2 ปรากฏการณ์แบ่งปันภาพสตรีทอาร์ตสู่สังคมออนไลน์

สังคมออนไลน์ถือเป็นสื่อใหม่ที่มีความสำคัญในปัจจุบันดังที่ จูตินัน บุญภาพ (2556) ได้กล่าวว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ ยังเป็นเรื่องที่ไม่มีคำนิยามชัดเจนด้วย คำว่า สื่อใหม่ ที่กล่าวถึง ในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาจะมีความหมายและคุณลักษณะที่แตกต่างกันออกไปลักษณะของภาพที่ผู้วิจัยพบ ในงานนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่ประกอบด้วยภาพบุคคลที่ถ่ายร่วมกับภาพสตรีทอาร์ตการตั้งข้อความแคปชั่นซึ่งอาจเป็นเพียงชื่อภาพหรือความนำขยาขยเรื่องราวหรือคำอธิบายรวมทั้งการ เช็คอินซึ่งระบุสถานที่ตั้งของภาพสตรีทอาร์ตทำให้สามารถใช้เป็นข้อมูลเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ในคราวเดียวกัน ปรากฏการณ์แบ่งปันภาพสตรีทอาร์ตสู่สังคมออนไลน์ประกอบ ประเด็นคุณลักษณะดังนี้

5.2.1 การแบ่งปันข้อมูลที่มีความชัดเจนในการระบุตำแหน่งที่ตั้ง

รูปแบบการเช็คอินในภาพที่เผยแพร่สู่สังคมออนไลน์ทำให้ผู้ที่ดูภาพที่เป็นเพื่อนรวมทั้งผู้ที่ เข้าถึงโดยผ่านการค้นหาจากสถานที่ “Street Art wall Painting บางรัก” สามารถเข้าถึงแผนที่อันเป็นที่ตั้ง ของภาพถ่ายดังกล่าวได้อย่างชัดเจนการแบ่งปันข้อมูลโดยการ เช็คอินดังกล่าวนี้มีประโยชน์ในการเข้าถึงสถานที่ดังกล่าวทำให้เป็นสื่อที่มีศักยภาพอย่างยิ่งในการนำเสนอ ข้อมูลที่ตั้งทาง ภูมิศาสตร์รวมทั้งการวางแผนการเดินทางสู่พื้นที่ดังกล่าว

5.2.2 การแบ่งปันเนื้อหาสาระสนเทศที่มีรายละเอียดข้อมูลเพียงพอ

การนำเสนอเนื้อหาที่เป็นข้อความของ Instagram มีพื้นที่นำเสนอได้อย่างเพียงพอ มีความกระชับประเด็นที่ทำการสื่อสารตั้งข้อความว่า “Street food, street art.” ซึ่งผู้ใช้ได้เขียนถึงความเป็นที่นิยมของไทยเราคืออาหารข้างถนน รวมไปถึง สตรีทอาร์ต ที่เหมือนว่าของกลุ่มทำให้ภาพนั้นเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ภาพดังกล่าว เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเขียนข้อความบรรยายประกอบภาพได้หลากหลายด้วย

5.2.3 การแบ่งปันภาพที่มีศักยภาพในการสื่อความหมายที่สวยงาม

การแบ่งปันภาพถ่ายสู่สังคมออนไลน์ผ่าน อินสตาแกรม (Instagram) มีจุดเด่น ที่เราสามารถปรับแต่งภาพเพื่อสื่อความสวยงามของภาพได้ค่อนข้างละเอียดเนื่องจากก่อนที่จะเผยแพร่ นั้นมีขั้นตอนในการตกแต่งภาพ ทำให้ภาพถ่ายนั้น มีความสวยงามสามารถ โน้มน้าวความน่าตื่นตาตื่นใจให้กับผู้อื่นได้ ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้ สื่อออนไลน์ทำหน้าที่เผยแพร่ ความงามหรือสุนทรียภาพทางการสื่อสารตามแนวคิดของ Jakobson ได้ เป็นอย่างดี ทำให้เกิดการโน้มน้าวใจสู่การท่องเที่ยว

5.2.4 การระบุตัวตนของผู้เผยแพร่ทำให้สื่อมีความน่าเชื่อถือ

เนื่องจากการเผยแพร่เรื่องภาพผ่านสื่อ อินสตาแกรม (Instagram) เป็นการเผยแพร่ ที่มีการระบุตัวตนทำให้เนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือ โดยมีการระบุจำนวนยอดผู้ติดตามที่เข้ามากด Like เมื่อพิจารณาจากยอดผู้ติดตามที่นับวันจะเพิ่มขึ้น ทำให้สื่อชนิดนี้มีความน่าสนใจ ในการเป็นสื่อเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว ประกอบกับความเป็นที่รู้จักในกลุ่มเพื่อน กลุ่มครอบครัวหรือสมาชิกที่เข้ามาติดตามผลงานทำให้สื่อมีความน่าเชื่อถือ อันเป็นคุณลักษณะสำคัญของการสื่อเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว



5.3 อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวกับรูปสตรีทอาร์ต

การสื่อสารด้วยภาพถ่ายบุคคลกับภาพเขียนสตรีทอาร์ตที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ถือวิธีการสำคัญในการสื่อสารอัตลักษณ์ของบุคคล ผลจากการวิเคราะห์ภาพถ่ายบุคคลกับภาพเขียนสตรีทอาร์ตที่นำเสนอ อินสตาแกรม (Instagram) ได้สะท้อนอัตลักษณ์ของบุคคลซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวได้ทำการถ่ายภาพคู่กับรูปสตรีทอาร์ตและได้เขียนแคปชั่น ต่างต่างสามารถแสดงถึงอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลได้ ดังนี้

5.3.1 อัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิต

การวิเคราะห์ภาพถ่ายที่นักท่องเที่ยวได้ถ่ายภาพกับภาพสตรีทอาร์ตและนำเสนอผ่านสื่อ อินสตาแกรม (Instagram) พบว่าอัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิต ดังนี้

อัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิตที่สะท้อนถึงการท่องเที่ยว เป็นอัตลักษณ์ที่สื่อถึงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวสถานที่ใดที่หนึ่งจะถ่ายภาพบุคคลร่วมกับสถานที่นั้น ซึ่งคือพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ควบคู่กับการถ่ายภาพที่ระลึก และนำเสนอภาพผ่านสื่อ อินสตาแกรม (Instagram) เพื่อให้โลกออนไลน์รู้ว่า เวลาที่ “อยู่ที่นี้” หรือ “เคยไปที่นี้” พร้อมกับการ เช็คอินสถานที่นั้น คือการสะท้อนอัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิตแบบนักท่องเที่ยวได้อย่าง

5.3.2 อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ

ผลการวิเคราะห์ภาพถ่ายที่นำเสนอผ่านสื่อ อินสตาแกรม (Instagram) พบว่าอัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพที่สะท้อนลักษณะสภาพนิสัย พบได้ 2 ลักษณะดังนี้

5.3.3 การแสดงมุมมองต่อความรัก

นักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ถ่ายรูปคู่กับภาพสตรีทอาร์ต ได้แสดงออกถึงมุมมองความรักโดยใช้ภาพสตรีทอาร์ต สื่อความหมายโดยผ่านสัญลักษณ์ต่างๆของภาพ และเขียนข้อความเพื่อแสดงถึงความคิดถึง ความรัก หรือความรู้สึกคิดถึงคู่รักของนักท่องเที่ยว หรือ บุคคลอื่นที่กำลังมีความรัก

5.3.4 การแสดงอารมณ์ขัน

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2536) ได้กล่าวถึงประเด็นเกี่ยวกับการศึกษาอารมณ์ขันว่า หัวใจของอารมณ์ขันคือ การล้อเลียนความหมายหรือสถาบันทางสังคมซึ่งเป็นที่ยอมรับกัน โดยทั่วไปเพื่อเรียกเสียงหัวเราะและสร้างความสนุกสนาน นักท่องเที่ยวได้ใช้การถ่ายภาพคู่กับภาพสตรีทอาร์ต เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยว และการเล่าเรื่องราวแสดงถึงความตลก สนุกสนาน โดยผ่านข้อความที่ระบุลงไปผ่าน สัญลักษณ์ ที่ซ่อนอยู่ของภาพสตรีทอาร์ตหรือใช้ภาพแสดงข้อความที่มีอารมณ์ขัน

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของนราธิป วิรุฬห์ชาตะพันธ์ (2548) ที่ได้กล่าวว่าการสร้างอัตลักษณ์ในอัลบั้มภาพออนไลน์ พบการสร้างอัตลักษณ์ของผู้สร้างอัลบั้มภาพออนไลน์ 4 ลักษณะได้แก่ อัตลักษณ์ทางเพศ อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ อัตลักษณ์ทางสถานภาพสังคม อัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิต ได้แก่การชอบท่องเที่ยว แฟนคลับ หรืออื่นอื่น และปัจจัยที่ก่อให้เกิดอัลบั้มภาพออนไลน์ 2 ปัจจัย คือ เพื่อต้องการผูกไมตรีกับผู้อื่น และการต้องการการยอมรับ และการแสดงออกด้านตัวตนของบุคคลนั้น



ข้อเสนอแนะ

ภาพสตรีทอาร์ตควรได้รับการส่งเสริม โดยกรุงเทพมหานคร หรือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น โดยควรมีการโฆษณา ให้นักท่องเที่ยวได้ไปบริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร เพื่อทำการถ่ายรูปกับภาพสตรีทอาร์ต ที่แสดงถึงเรื่องราวทางด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมหรือเรื่องราวในอดีต ณ บริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร

ภาพเขียนสตรีทอาร์ต บริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานคร ควรมีการระบุชื่อภาพ หรือ ผู้วาดภาพสตรีทอาร์ตที่ชัดเจน หรือ ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาพสตรีทอาร์ต ที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ หรือสามารถรับรู้ถึงข้อความที่ผู้วาดภาพสตรีทอาร์ต ต้องการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ถูกต้อง รวมไปถึงการอธิบายเรื่องราวในอดีตของพื้นที่บริเวณย่านเมืองเก่าของกรุงเทพมหานครเพื่อให้สอดคล้องกับภาพสตรีทอาร์ตบริเวณดังกล่าว

6. เอกสารอ้างอิง

กฤษณ์ ทองเลิศ. (2560). "ภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ย่านเมืองเก่าปิ่นเกล้าและสงขลา".

วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์ 21(1), 49-62.

เดชศิลป์ ลิ้มวิรัตน์. (2556). สตรีทอาร์ตสะท้อนสังคมวัดดุจนิคม. ศิลปนิพนธ์ปริญญาศิลปบัณฑิต, คณะจิตรกรรม ประติมากรรมและภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ฐิตินัน บุญภาพ. (2556). บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขต กรุงเทพมหานคร (รายงานผลงานวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

นราธิป วิรุฬห์ชาตะพันธ์. (2548). การสร้างอัตลักษณ์ในอัลบั้มภาพออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แมนฤทธิ์ เต็งยะ. (2559). พัฒนาการทางรูปแบบสตรีทอาร์ตในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปบัณฑิต, สาขาวิชาทฤษฎีศิลป์ ภาควิชาทฤษฎีศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2536). *อารมณ์ขันในสื่อมวลชน*. กรุงเทพมหานคร: เอส ที พี เพรส.

Jakobson, R. (1987). *Language in Literature*. London: Harvard University Press.