

[วจ.ดร.กฤษณ์ หน้า 49-62]



ภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ ย่านเมืองเก่าปีนังและสงขลา*

Street Art Murals for Tourism Communication in Penang
and Songkhla Old-Towns

วจ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าใจถึง 1) เนื้อหาและวิธีการประกอบสร้างความหมายของภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ย่านเมืองเก่าปีนังและสงขลา 2) ปรากฏการณ์การถ่ายภาพและการแบ่งปันภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยว แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย แนวคิดแบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson แนวคิดเรื่องศิลปะสตรีทอาร์ต แนวคิดการไหลหาอดีต แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ และหลักปรัชญาชีวิตสามสัจ

การวิจัยเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์ด้วยบทงาน 2 ประเภทได้แก่ ก) งานภาพเขียนสตรีทอาร์ตในเขตเมืองเก่าปีนังจำนวน 18 ภาพ ซึ่งได้เริ่มเขียนภาพขึ้นในปีพ.ศ.2555 และเขตเมืองเก่าสงขลาจำนวน 15 ภาพ ที่เขียนขึ้นในปีพ.ศ.2558-2559 ข) ภาพบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ถ่ายคู่กับภาพสตรีทอาร์ตที่ได้รับการเผยแพร่ภาพและข้อความเพื่อสื่ออัตลักษณ์ของบุคคลผ่านสื่ออินสตาแกรม ระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2560 ทั้งนี้ผลการวิจัยได้นำเสนอตามประเด็นปัญหาน่าวิจัยได้ดังนี้

1. เนื้อหาของภาพเขียนสตรีทอาร์ตในเขตเมืองเก่าปีนังและสงขลา สามารถจำแนกได้ 6 ประเภท ได้แก่ ก) ภาพที่สะท้อนมุมมองต่างวัฒนธรรมต่อสัตว์เลี้ยง ข) ภาพวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในชุมชน ค) ภาพแสดงความแตกต่างของกลุ่มชาติพันธุ์ ง) ภาพความเป็นเด็ก จ) ภาพกีฬา การละเล่นและศิลปะพื้นบ้าน ฉ) ภาพตราสัญลักษณ์

2. วิธีการประกอบสร้างความหมายของภาพสตรีทอาร์ตจำแนกได้ 6 ลักษณะได้แก่ ก) การยุบรวมความหมายในกาลเทศะ ข) การใช้รหัสเชิงซ้อน ค) การจัดองค์ประกอบแบบเคียงกัน ง) การอุปมาอุปไมยเชิงภาพ จ) การสร้างความเป็นคู่ตรงข้าม ฉ) การใช้ภาพสัญลักษณ์

*ผู้วิจัยขอขอบคุณสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยรังสิต ผู้สนับสนุนทุนวิจัย

** วจ.ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ : รองศาสตราจารย์ประจำบัณฑิตศึกษา วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

3.ปรากฏการณ์การถ่ายภาพสตรีทอาร์ตมี 3 ลักษณะได้แก่ ก)ภาพที่บุคคลแสดงปฏิสัมพันธ์ร่วมกับสิ่งของที่นำมาจัดเทียบเคียงคู่กับภาพเขียน ข)การถ่ายภาพบุคคลที่เน้นการจับจ้องหวะหวัดความเคลื่อนไหว ค)การถ่ายภาพแนวหุ่นนิ่งคู่กับภาพเขียน

4.ปรากฏการณ์การแบ่งปันภาพสตรีทอาร์ตสู่สังคมออนไลน์มีลักษณะสำคัญ 4 ประการได้แก่ ก)การแบ่งปันข้อมูลที่มีความชัดเจนในการระบุตำแหน่งที่ตั้ง ข)การแบ่งปันเนื้อหาสารสนเทศที่มีรายละเอียดข้อมูลเพียงพอ ค)การแบ่งปันภาพที่มีศักยภาพในการสื่อความสวยงาม ง)การระบุตัวตนของผู้เผยแพร่ทำให้สื่อมีความน่าเชื่อถือ

5.การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวร่วมกับภาพสตรีทอาร์ตพบอัตลักษณ์ 3 กลุ่มได้แก่ ก)อัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิตได้แก่ การใช้ชีวิตแบบนักท่องเที่ยว การโยนหาอดีต การแสดงความรักแก่สัตว์เลี้ยง ข)อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพได้แก่การแสดงออกถึงความรักที่มีต่อเด็ก การแสดงมุมมองต่อความรัก การแสดงอารมณ์ขัน ค)อัตลักษณ์สถานภาพทางสังคมได้แก่การแสดงสถานภาพทางกรงาน การแสดงสถานภาพการเป็นเพื่อน การแสดงสถานภาพการเป็นคู่รัก

Abstract

This research aims to understand 1) contents and signification of street art murals for tourism communication in Penang and Songkhla old-towns 2) phenomena of street art photography and sharing for tourists' identity construction. The theoretical framework is based on Jakobson's communication model, the concepts of street art, nostalgia, identity, and philosophy of symbiosis.

The qualitative method used in this research is textual analysis. The 2 types of texts are analyzed: a) 18 Penang street art mural paintings created in 2012 and 15 pieces of Songkhla mural street art painted in 2015 and 2016 b) photos of tourists posing with street art murals and their captions shared on Instagram for identity communication from December 1, 2016 to January 31, 2017. The research results are as follows:

1) The content reflected in street art murals in Penang and Songkhla old towns can be divided into 6 categories; a) the cross-cultural perspectives on pets b) the old ways of life in communities, c) the differentiation of ethnic groups, d) childhood, e) sport, folk plays and art, and f) symbolic seals.

2) The signification of street art mural paintings can be divided into 6 categories; a) the temporal implosion of meanings, b) the uses of double codes, c) the spatial juxtaposition, d) the pictorial metaphor, e) the binary opposition, and f) symbolic images.

3) The phenomena of street art photography can be divided into 3 categories; a) the images portraying the interaction between persons and juxtaposed objects, b) stop-motion portrait photography, and c) photography of still life posing with the murals.

4) The phenomena of photograph sharing consist of 4 characteristics; a) the sharing of clear location information of murals, b) the sharing of sufficiently detailed information, c) the sharing of powerful photographs portraying beauty, d) self-identified disseminators for

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

message credibility.

5) The 3 categories of tourist identity with street art mural paintings are constructed as follows: a) the lifestyle identity comprising tourist lifestyles, nostalgia, and fondness for pet animals, b) personality identity involving love for children, perspectives on love, and sense of humor, c) social status identity including work, friendship, and lover status.

ความนำ

ภาพเขียนสตรีทอาร์ตคือทัศนศิลป์รูปแบบหนึ่งที่สร้างสรรค์ผลงานในพื้นที่สาธารณะ โดยเรื่องราวที่นิยมเขียนภายใต้บริบทของการส่งเสริมการท่องเที่ยวมักเป็นภาพเกี่ยวกับชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในชุมชนในอดีตรวมทั้งภาพในอดีตที่ยังคงมีสืบเนื่องถึงปัจจุบัน ในปัจจุบันภาพเขียนสตรีทอาร์ตได้ปรากฏแพร่หลายมากขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เน้นการบูรณาการวิถีชีวิตแบบเก่าและแบบใหม่เข้าด้วยกัน

ภาพเขียนสตรีทอาร์ตที่มีชื่อเสียงในภูมิภาคอาเซียนพบในเขตเมืองเก่า George Town ปีนังโดยในปี พ.ศ.2555 เป็นต้นมารัฐบาลท้องถิ่นได้จัดกิจกรรม George Town Festival การเขียนภาพศิลปะสตรีทอาร์ตในเขตชุมชนเก่าปีนัง ซึ่งเป็นเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม โดยมีการริเริ่มเขียนภาพในเขตมรดกโลกจำนวน 18 ภาพ มีการทำแผนที่ตำแหน่งของภาพสตรีทอาร์ตเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางค้นหา นับเป็นกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์และมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวสู่เมืองปีนัง กิจกรรมดังกล่าวปรากฏผลสำเร็จอย่างดีเนื่องด้วยมีผู้สนใจถ่ายภาพตัวเองร่วมกับวัสดุอุปกรณ์ประกอบที่จัดวางเคียงคู่กับภาพเขียนและได้มีการแบ่งปันในวงกว้างในโลกออนไลน์ ทำให้ส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของเมืองปีนังโดยปรากฏสถิตินักท่องเที่ยวในช่วงปีพ.ศ.2551 เมืองปีนังและสงขลามีนักท่องเที่ยวราวปีละ 2 ล้านคน แต่ในปีพ.ศ.2558 จำนวนนักท่องเที่ยวเข้าปีนังราวปีละ 6 ล้านคน ในขณะที่สงขลา ยังคงเท่าเดิม (www.onep.go.th, 13 มิถุนายน 2559) ทั้งนี้ศิลปะสตรีทอาร์ตถือเป็นสีสันสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีการนำแบ่งปันในโลกออนไลน์และกลายเป็นสื่อที่เผยแพร่ในวงกว้าง

ในส่วนของประเทศไทย จังหวัดสงขลาเป็นพื้นที่เชื่อมต่อกับประเทศมาเลเซีย ใช้เวลาเดินทางจากอำเภอหาดใหญ่ประมาณ 3 ชั่วโมงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเชื่อมต่อสู่เมืองปีนังได้โดยสะดวก อีกทั้งบริบทชุมชนเมืองเก่าของจังหวัดสงขลาที่มีความคล้ายคลึงกับปีนังในแง่วิถีชีวิตและแบบแผนทางสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานระหว่างจีนและตะวันตก จังหวัดสงขลาจึงมีการจัดทำภาพเขียนสตรีทอาร์ตเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยมีการเปิดงานเพื่อการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตเมืองเก่าสงขลาในปีพ.ศ. 2558 มีผู้แทนจากเมืองเก่าในเขตสามเหลี่ยมเศรษฐกิจ อินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย จำนวน 7 เมืองเข้าร่วม ได้แก่ ปีนัง มะละกา จากประเทศมาเลเซีย ปาเลมบัง โกตาซาวาลูนโต เมดาน จากประเทศอินโดนีเซีย และภูเก็ต สงขลา

หลังจากที่ได้มีกิจกรรมเปิดตัวสตรีทอาร์ตในเขตเมืองเก่าจังหวัดสงขลาในปีพ.ศ. 2558 ปรากฏว่ามีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในฐานะที่เป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว มีภาพนักท่องเที่ยวแบ่งปันในโลกออนไลน์จำนวนมาก และทางจังหวัดสงขลา มีแผนงานในการเขียนภาพสตรีทอาร์ตดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น กิจกรรมดังกล่าวนี้อยู่ภายใต้แนวคิด “เมืองเก่า วิถีเดิม เสริมการท่องเที่ยว” (Livable old-town tourism) ซึ่งมีเมืองเก่า 7 เมืองเข้าร่วมลงนามในสัตยาบันสงขลา พ.ศ.2558 (Songkhla Declaration 2015) โดยมีหลักการสำคัญคือ 1) ความตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมว่าเป็นงานที่ยากลำบากเนื่องจากอาจ

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ถูกขัดขวางจากชุมชนเพราะความเข้าใจไม่ตรงกันหรืออาจเป็นการรู้เท่าไม่ถึงการณ์ 2) การตระหนักว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน และเป็นปัจจัยสำคัญทำให้เมืองเก่าในวิถีดั้งเดิมฟื้นคืนความมีชีวิตชีวาภายใต้ความตระหนักถึงการใชีวิตชีวาแบบดั้งเดิมของชุมชน 3) การอนุรักษ์เมืองเก่าเป็นภารกิจเร่งด่วนเพื่อชะลอการผุกร่อนทรุดโทรม ในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ฝายต่างๆ ต้องร่วมมือกันอย่างเข้มแข็งเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการอนุรักษ์ 4) เมืองทั้ง 7 เมืองจะร่วมมือกันในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมเพื่ออนาคตร่วมกัน ให้ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน เพื่อประโยชน์ต่อคนรุ่นหลัง โดยการเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อการแบ่งปันทรัพยากรที่มีร่วมกัน

แนวคิดสำคัญของการใช้ภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมคือการส่งเสริมวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่สะท้อนผ่านเนื้อหาของภาพเขียนในเขตเมืองเก่า โดยรูปแบบการประกอบารสร้างความหมายจะเน้นการการใช้ภาพเขียนบนกำแพงอาคารเก่าร่วมกับการนำวัสดุร่วมสมัยจัดวางเคียง (Juxtaposition) กับภาพเขียนเพื่อเปิดพื้นที่สำหรับนักท่องเที่ยวให้ใช้วัสดุอุปกรณ์ดังกล่าวเป็นฉากถ่ายภาพร่วมกับภาพเขียนได้ โดยมีตัวเร่งทางการสื่อสารคือสมาร์ทโฟนที่ช่วยในการส่งต่อหรือแบ่งปันภาพถ่ายนั้นสู่สังคม อันเป็นช่องทางทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวได้โดยตรงและรวดเร็ว ทำให้ภาพสตรีทอาร์ตได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และมีแนวโน้มว่าแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ต่างๆ ได้ให้ความสนใจในการเขียนภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น

ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดการสื่อสารข้ามพื่นสื่อ (Trans-media) จากสื่อภาพสตรีทอาร์ตเป็นภาพบุคคลคู่ภาพสตรีทอาร์ตในสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมดังกล่าวเป็นการเปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวจากผู้รับสารของภาพเขียนเป็นบทบาทของผู้แสวงหาข้อมูลและเลือกสรรเนื้อหาเสรี (Active seeker) ซึ่งเกิดจากการมีส่วนร่วมต่อเนื้อหาสาร (Co-creator) (วรวิมล อ่อนนวม, 2555) ถือเป็นรูปแบบทางการสื่อสารที่เป็นปัจจัยเอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังตัวอย่างภาพเด็กบนจักรยานที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านอินสตาแกรมโดยผู้ใช้นามแฝงว่า djsillyrabbit เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2559



วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

การเขียนภาพสตรีทอาร์ตภายใต้แนวคิด “เมืองเก่า วิถีเดิม เสริมการท่องเที่ยว” ถือเป็นกระบวนการประกอบสร้างความหมายทางสังคมผ่านงานสื่อสารด้วยภาพตามประเภทงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) ทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สะท้อนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในพื้นที่ ในขณะที่เดียวกันสามารถสร้างอัตลักษณ์ให้กับตัวตนทางสังคมของนักท่องเที่ยวผ่านการแบ่งปันภาพถ่ายในสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ทางการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจ อย่างไรก็ตามในแง่ของนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ถ่ายทอดสารนั้น มีเพียงภาพเขียนสตรีทอาร์ตบางภาพเท่านั้นที่ได้รับการเผยแพร่อย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์ และบางภาพเช่นกันที่มีศักยภาพอย่างมากในการกระตุ้นปฏิสัมพันธ์การมีส่วนร่วมทางการสื่อสารจากนักท่องเที่ยว ซึ่งภาพลักษณะดังกล่าวมีศักยภาพในการเป็นแบบอย่างทางการสร้างสรรค์งานภาพสตรีทอาร์ตต่อไปได้ งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาเนื้อหาและวิธีการประกอบสร้างความหมายของภาพสตรีทอาร์ต ตลอดจนถึงปรากฏการณ์การถ่ายภาพและการแบ่งปันภาพถ่ายที่สะท้อนอัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวในสื่อสังคมออนไลน์

ปัญหานำวิจัย

1. เนื้อหาและวิธีการประกอบสร้างความหมายของภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ย่านเมืองเก่าปิ้งงและสงขลา มีลักษณะอย่างไร
2. ปรากฏการณ์การถ่ายภาพและการแบ่งปันภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวมีลักษณะอย่างไร

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

กรอบแนวคิดที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการเข้าสู่ปัญหานำวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดแบบจำลองการสื่อสารของ Jakobson (1987) ว่าด้วยองค์ประกอบและหน้าที่ทางการสื่อสารเน้นองค์ประกอบด้านตัวสารในฐานะการทำหน้าที่เชิงสุนทรีย์ภาพ
2. แนวคิดเรื่องศิลปะสตรีทอาร์ต ในฐานะงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าด้วยการสร้างสรรค์งานสตรีทอาร์ตในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน
3. แนวคิดการโหยหาอดีต (Nostalgia) ว่าด้วยวิธีการมอง “กาลและเวลา” ด้วยสุนทรีย์ภาพและทัศนคติที่มีต่อเรื่องราวหรือเหตุการณ์ในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งจะเป็นการแสดงออกถึงสภาวะอารมณ์และความรู้สึกของคนที่รู้สึกอ่อนไหวและฉวยหาบรรยากาศหรือความคุ้นเคยแบบในอดีต พิจารณาการสร้างสรรค์ผลงานที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิมในเขตเมืองเก่าในฐานะที่เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม
4. แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity) ว่าด้วยลักษณะที่เป็นสมบัติเฉพาะตัวของบุคคลรวมทั้งการใช้สัญลักษณ์ในการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่างๆ เกี่ยวข้องกับมิติภายในบุคคล อารมณ์ ความรู้สึก
5. แนวคิดเรื่องปรัชญาชีวสมาสัย (Philosophy of symbiosis) เน้นประเด็นว่าด้วยสุนทรีย์ภาพทางการสื่อสารผ่านการใช้รหัสทางการสื่อสารมากกว่าหนึ่งชุดรหัสต่อการสื่อสุนทรีย์ภาพในเรื่องหนึ่งๆ

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์ด้วบท (Textual analysis) งาน 2 ประเภทได้แก่

- 1) งานภาพเขียนสตรีทอาร์ตในเขตเมืองเก่าปิ้งงที่ได้รับการประกาศให้เป็นเขตมรดกโลกจำนวน 18 ภาพ

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

โดยเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสรรค์งานศิลปะในพื้นที่สาธารณะของชั้นตามนโยบายของรัฐบาลท้องถิ่นรัฐปีนัง ซึ่งได้เริ่มเขียนภาพขึ้นในปีพ.ศ.2555 และเขตเมืองเก่าสงขลาที่เขียนขึ้นบนผนังอาคารเมืองเก่าที่ตั้งบนถนนนางงาม ถนนนครในและถนนนครนอกจำนวน 15 ภาพ โดยส่วนใหญ่เขียนขึ้นในปีพ.ศ.2558-2559

2) ภาพบุคคลของนักท่องเที่ยวที่ถ่ายคู่กับภาพสตรีทอาร์ตที่ได้รับการเผยแพร่ภาพและข้อความเพื่อสื่ออัตลักษณ์ของบุคคลต่อสาธารณชนผ่านสื่ออินสตาแกรมที่มีการตั้งค่าสถานที่ (Check in) ด้วยคำหลักว่า "George town street art and wall painting" และ "ถนนนครในย่านเมืองเก่าสงขลา" "ถนนนครนอกเมืองสงขลา" "ถนนนางงามเมืองสงขลา" โดยเป็นภาพที่ได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณะในระหว่างวันที่ 1 ธันวาคม 2559 ถึง 31 มกราคม 2560 ซึ่งเป็นช่วงเวลาฤดูกาลท่องเที่ยว ผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาพเขียนสตรีทอาร์ตด้วยกล้อง DSLR และบันทึกภาพอินสตาแกรมจากสมาร์ตโฟน จากนั้นทำการวิเคราะห์ตามประเด็นการศึกษาโดยใช้กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. เนื้อหาของภาพเขียนสตรีทอาร์ตในเขตเมืองเก่าปีนังและสงขลา จำแนกได้ 6 ประเภท ดังต่อไปนี้

ก. ภาพที่สะท้อนมุมมองต่างวัฒนธรรมต่อสัตว์เลี้ยง

สัตว์เลี้ยงประเภทสุนัขและแมว ได้รับความนิยมในการนำมาประกอบเรื่องราวของภาพสตรีทอาร์ตอย่างโดดเด่นทั้งในเมืองปีนังและสงขลา หากแต่บริบททางสังคมและวัฒนธรรมมีความแตกต่างกัน ประเทศมาเลเซียประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ไม่นิยมสัตว์เลี้ยงประเภทแมวและสุนัข ในขณะที่ชาวมาเลย์เชื้อสายจีนมีความเชื่อว่าแมวเป็นสัตว์นำโชค มีการเขียนภาพแมวนำโชคสีแดง ซึ่งเป็นสิริมงคลตามความเชื่อของชาว ดั้งนั้นภาพสตรีทอาร์ตจึงทำหน้าที่ในการสะท้อนปัญหาการรังเกียจสุนัขในสังคมมุสลิม โดยนำเสนอภาพสุนัขสีส้มบนพื้นภาพวงกลมสีที่ใช้สำหรับเป็นเครื่องมือในการทดสอบตาบอดสี โดยมีภาพจุดรูปสุนัขสีส้มอยู่ตรงกลางวงกลมที่มีจุดสีน้ำเงินขาวกระจายโดยรอบ และมีภาพแมวสีดำเดินเกาะอยู่ขอบนอกของวงกลม ภาพดังกล่าวได้รับการตั้งชื่อภาพว่า "No animal discrimination please" ซึ่งเป็นนัยที่สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ที่นับถือศาสนาต่างกัน มีปัญหาเรื่องโลกทัศน์ที่มีต่อสุนัขและแมว ทั้งนี้เพราะเป็นหลักคำสอนของศาสนาอิสลามไม่อนุญาตให้คนเลี้ยงสุนัขและแมว

ข. ภาพวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในชุมชน

วิถีชีวิตและเศรษฐกิจในชุมชนได้นำเสนอภาพที่สื่อความเป็นเศรษฐกิจในระดับมหภาคและระดับจุลภาค โดยในระดับมหภาคสะท้อนผ่านภาพที่จังหวัดสงขลา โดยมีมิติที่เกี่ยวข้องกับการเป็นเมืองท่าที่มีเรือเดินทะเลขนาดใหญ่ มีวิถีชีวิตประมงที่ผูกพันกับการเป็นเมืองริมฝั่งทะเล ซึ่งตำแหน่งที่เขียนภาพตั้งอยู่ใกล้กับทะเล สุนิสา มุณีเมธีและเก็ดถวา บุญปรากฏ (2556) กล่าวถึงคนกลุ่มชาติพันธุ์เชื้อสายจีนว่าเป็นคนจีนฮกเกี้ยนที่เข้ามาทำประมงในทะเลแถบนี้ ภาพเกี่ยวกับเรือเดินทะเลและอาชีพการประมงจึงปรากฏในภาพสตรีทอาร์ต ชาวจีนส่วนใหญ่ค้าขายจนร่ำรวยสามารถนำวัฒนธรรมการสร้างอาคารบ้านเรือนสถาปัตยกรรมแบบตะวันตกมาผสมผสานกับวัฒนธรรมตนเองจนกลายเป็นอาคารพาณิชย์ที่เรียกว่า อาคารชิโนยูโรเปียน ตามที่เห็นในปัจจุบัน ตัวอย่างภาพเกี่ยวกับวิถีชีวิตดั้งเดิมที่สื่อถึงวัฒนธรรมอาหารการกินของสงขลาเช่น ภาพร้านบะหมี่เสียงโชด ที่มีชื่อเสียงมายาวนานกว่า 80 ปี รูปที่วาดก็จะเป็นรถเข็นขายบะหมี่สมัยโบราณ โดยจิตรกรได้สื่อความอร่อยผ่านภาพชาวบ้านที่ต้องรอคิวซื้อบะหมี่ นอกจากนี้ยังมีภาพวัฒนธรรมอาหารเกี่ยวกับการทำข้าวเกรียบ การทำน้ำบูดู ร้ามน้ำชา

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ค. ภาพแสดงความแตกต่างของกลุ่มชาติพันธุ์

ดินแดนในคาบสมุทรมลายู เป็นดินแดนที่มีความแตกต่างของกลุ่มชาติพันธุ์ ชิวสิทรี บุนยเกียรติ (2557) กล่าวถึงความหลากหลายทางชาติพันธุ์ว่า ปีนังมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจน โดยอิงกับสถานที่สำคัญและชุมชนบนถนนอาร์เมเนียนและอาเจห์ เป็นความผสมกลมกลืนระหว่างอิสลาม (มัสยิดมาเลย์) และขงจื้อ (กงสีแซ่คู) จนทำให้เกิดโครงการถนนสายสมานฉันท์ที่มีพื้นฐานจากความแตกต่างทางศาสนา โดยถนนดังกล่าวได้รับการพัฒนาเส้นทางสัญจรเพื่อเรียนรู้มรดกในจอร์จทาวน์ เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมมองเห็นความหลากหลาย การยอมรับความแตกต่าง และการอยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์ของชุมชนที่มีพื้นเพทางประวัติศาสตร์แตกต่างกัน ในย่านดังกล่าวมีการเขียนภาพรูปไฟฉายอินเดียน นอกจากนี้ยังปรากฏภาพที่สะท้อนวิถีชีวิตของชาวจีนเช่นภาพหัวสิงโต ซึ่งมีการตั้งชื่อภาพว่า “Lion dance” ซึ่งหมายถึงการเดินเซียดสิงโต ซึ่งถือเป็นวิถีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวจีน

ในส่วนของชุมชนเมืองเก่าสงขลาเป็นชุมชนที่เป็นที่อยู่ของคนไทยที่มีชาติพันธุ์แตกต่างกันอย่างน้อย 3 ชาติพันธุ์ คือ กลุ่มผู้นับถือศาสนาอิสลาม กลุ่มชาวไทยเชื้อสายจีนและกลุ่มคนไทยที่อยู่มาแต่เดิม มีการเขียนภาพเด็ก 3 ชาติพันธุ์แสดงออกถึงความรัก ความสามัคคี ซึ่งสะท้อนความหมายถึงความเป็นพหุวัฒนธรรมที่อยู่กันมาอย่างสงบสุข โดยเด็กทั้งสามคนแสดงภาพรอยยิ้ม การจับมือ กอดคอกัน มีการแต่งกายด้วยชุดประจำกลุ่ม ชาติพันธุ์เป็นการตอกย้ำความหมายในเชิงสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความสามัคคี

ง. ภาพความเป็นเด็ก

ภาพสตรีทอาร์ตเมืองป็นัง มีความโดดเด่นในการเขียนภาพเด็ก แสดงให้เห็นถึงการเน้นความสำคัญแก่เด็ก ซึ่งเติบโตขึ้นท่ามกลางความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทั้งนี้ภาพเด็กถือเป็นระบบสัญลักษณ์ภาพที่สื่อความหมายถึง ความบริสุทธิ์ ความไร้เดียงสา การเติบโตและความหวัง (Jack Tresidder, 1997) เมื่อพิจารณาร่วมกับนโยบายการสร้างความสมานฉันท์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในป็นังซึ่งเป็นที่ยอมรับของคนหลากหลายวัฒนธรรม เด็กจึงเป็นสัญลักษณ์ของความหวังและการดำรงอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข ทั้งนี้ภาพที่นำเสนอเกี่ยวกับเด็กสื่ออายุเด็กประมาณ 8-10 ขวบ กิจกรรมที่เด็กแสดงออกได้แก่ การปั่นจักรยาน การเล่นชิงช้า และกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

จ. ภาพกีฬา การละเล่น และศิลปะพื้นบ้าน

ภาพกีฬาการละเล่นและศิลปะพื้นบ้าน มีความสัมพันธ์กับบริบทของชุมชน ภาพสตรีทอาร์ตเมืองป็นังมีการเขียนภาพกังฟูและนักกังฟู ซึ่งมีความเชื่อมโยงถึงความหมายทางชาติพันธุ์ โดยมีการนำเสนอภาพกังฟูถึงสองภาพคือ ภาพเด็กผู้หญิงที่ตั้งชื่อว่า “Kungfu girl” โดยวาดภาพขนาดใหญ่บนผนังอาคารสองชั้น อีกภาพหนึ่งคือภาพนักแสดงย่องงงที่มีชื่อเสียงคือ บรูซลี ในท่ากำลังกระโดดเตะกังฟู ทั้งสองภาพนี้มีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของชาวจีนโดยตรง อย่างไรก็ตามได้พบว่ามีการเขียนที่เนื้อหาของกีฬาที่มีความเป็นสากลคือ ภาพเด็กเล่นบาสเกตบอลทำให้ขอบเขตของภาพสตรีทอาร์ตสามารถสื่อสารได้กับคนทุกวัฒนธรรม ในส่วนของจังหวัดสงขลาสะท้อนภาพที่มีเนื้อหาเชื่อมโยงกับตัวหนังตะลุง ซึ่งเป็นงานศิลปะพื้นบ้าน แต่ทว่าภาพสตรีทอาร์ตดังกล่าวได้มีการเปลี่ยนรูปลักษณะการแต่งกายของตัวละครทั้งหมดเสียใหม่ โดยนำเสนอในชุดสากลแต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ความอ่อนนุ่มหรือลงพุงของตัวละครดั้งเดิมไว้ ซึ่งเป็นลักษณะของการนำเสนอความขบขันในรูปแบบหนึ่ง

ฉ. ภาพตราสัญลักษณ์

เนื้อหาภาพตราสัญลักษณ์พบเฉพาะงานภาพสตรีทอาร์ตจังหวัดสงขลาประกอบด้วยรูปหอยสังข์บนพานแว่นฟ้า ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์ประจำจังหวัดสงขลา ออกแบบโดยกรมศิลปากร ได้สัญลักษณ์จังหวัดมี

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ข้อความ “สงขลามาหาสนุก” การออกแบบตัวอักษรประกอบด้วยเส้นโค้งน้อย หรือเส้นเป็นคลื่นน้อย ๆ ให้ความรู้สึกสบาย เปลี่ยนแปลงได้ เลื่อนไหล ต่อเนื่อง และเส้นโค้งวงแคบ เปลี่ยนทิศทางรวดเร็ว มีพลังเคลื่อนไหวรุนแรง (ชูลุด นิยมเสมอ, 2542) ลักษณะของเส้นโค้งดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับคลื่นทะเล ด้วยเหตุที่เมืองเก่าสงขลาตั้งอยู่ริมฝั่งทะเลสาบสงขลา ใกล้กับปากทะเลสาบซึ่งเชื่อมโยงกับทะเลหลวง ทำให้บริเวณดังกล่าวมีความเชื่อมโยงกับทะเลและการค้าทางทะเล ดังนั้นลายเส้นโค้งดังกล่าวจึงเชื่อมโยงกับบริบททางเศรษฐกิจและภูมิศาสตร์ของจังหวัดสงขลาได้เป็นอย่างดี

2. การประกอบสร้างความหมายของภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการสื่อสารการท่องเที่ยว ประกอบด้วยวิธีการต่อไปนี้

ก. การยุบรวมความหมาย “กาลในทะเล” (A temporal now)

การยุบรวมความหมาย “กาลในทะเล” คือวิธีการสร้างความหมายให้กับภาพเพื่อให้มิติด้านเวลาทั้งอดีต ปัจจุบัน และอนาคต มีนัยของการปรากฏ ณ สถานที่แห่งนั้น ทิพย์สุดา ปทุมมานนท์ (2541) กล่าวถึง “ปรากฏการณ์” ของการถึงพร้อมของกาลทั้งสามในสถานที่หนึ่งๆ ว่า เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ที่อยู่ ณ ที่นั้นระลึกถึงบางสิ่งบางอย่าง โดยมีนัยที่เชื่อมโยงกับความสุขแต่หนหลังที่ปัจจุบันมิอาจหวนคืน (Nostalgia) ผู้เขียนภาพสตรีทอาร์ตได้นำภาพอดีตในวันวานที่มีศักยภาพในการกระตุ้น (Provocative) ถึงวันเก่าที่มีนัยถึงการโยกย้ายหรือหายสาบสูญ ในขณะที่ปัจจุบันคือภาพวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เช่นแท็บเล็ต สมาร์ทโฟน มีพฤติกรรมการถ่ายภาพเซลฟี เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง “ทะเล” สถานที่ที่ตั้งแห่งภาพ สัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงถึงอนาคตอุบัติขึ้นเป็นการเปลี่ยนรูปสู่สื่อใหม่ (Transformative) เมื่อนักท่องเที่ยวมีการถ่ายภาพตนเองหรือภาพเซลฟีกับภาพสตรีทอาร์ต เพราะปรากฏการณ์การสื่อสารนี้คือจุดเริ่มต้นของการนำเสนออัตลักษณ์ตัวตนของเขาสู่โลกสังคมออนไลน์ ณ วินาทีนั้นคือ การถึงพร้อมของกาลทั้งสาม อดีต ปัจจุบัน และอนาคต ณ สถานที่ตั้งของภาพสตรีทอาร์ต

ข. การใช้รหัสเชิงซ้อน (Double code)

การใช้รหัสเชิงซ้อนเป็นวิธีการจัดระบบของสัญลักษณ์ที่ใช้รหัสทางการสื่อสารมากกว่าหนึ่งระบบในการสื่อความหมาย ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ทางการสื่อสารที่ระบอบในเชิงองค์รวมดังที่ Kurokawa Kisho (1994) เรียกว่า ความสัมพันธ์แบบ “Holonc relationship” อันเกิดจากหลักการดำรงอยู่ร่วมกันของ “ส่วนย่อยและส่วนรวม” ทั้งนี้การใช้รหัสที่มีมากกว่าหนึ่งระบบจะทำให้ปรากฏการณ์การสื่อสารองค์รวมของภาพสตรีทอาร์ตมีความสมบูรณ์มากขึ้น หลักการของการใช้รหัสเชิงซ้อนนี้อาจมีทั้งความขัดกันและความคาบเกี่ยวกัน เช่นคือการชมภาพวิถีชีวิตชาวประมงที่กำลังส่งปลาและภาพเรือเดินสมุทร เป็นการจัดองค์ประกอบภาพที่สร้างการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว โดยมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน ระหว่างคนกับภาพ ระหว่างภาพกับเสียงคลื่นแผ่วๆ จากทะเลสาบ ให้ความรู้สึกเหมือนการเดินทางเรือจริงๆ และเป็นสุนทรียสัมผัสที่ให้ความรื่นรมย์สอดคล้องกับบรรยากาศการท่องเที่ยวเมืองเก่าวิถีเดิม

ค. การจัดองค์ประกอบแบบเคียงกัน (Juxtaposition)

การจัดองค์ประกอบของรูปทรงแบบเคียงกัน อาจหมายถึงโครงสร้างของรูปงานทางศิลปะที่รวมทั้งรูปภายในและรูปภายนอก จะเป็นโครงสร้างที่ก่อรูปขึ้นด้วยหน่วยเพียงหน่วยเดียวหรือหลายหน่วยรวมตัวกันขึ้นก็ได้ นอกจากนี้ยังหมายถึงรวมถึงแบบอย่างในการจัดประสานส่วนต่างๆ เพื่อให้เกิดเอกภาพหรือความหมายขึ้นในงานศิลปะ จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่า การเขียนภาพสตรีทอาร์ต มีการนำเสนอภาพ 2 มิติบนผนังอาคาร แต่ได้ใช้วัสดุรูปทรง 3 มิติเข้ามาประกอบการสื่อความหมาย โดยวัสดุรูปทรงได้แก่ จักรยาน มอเตอร์ไซด์ แก้ว อี แป้นบาสเกตบอล ซิงค์น้ำ ทั้งนี้วัสดุรูปทรงสามมิติดังกล่าวมีประโยชน์ในแง่ของ

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

การเติมเต็มความสมบูรณ์ให้กับเนื้อหาภาพ และที่สำคัญกว่านั้นคือการเป็นเหมือนอุปกรณ์ประกอบฉากเพื่อให้หน้าท่งที่เี่ยวได้เข้ามาโพสต์ทำถ่ายรูปร่วมกับภาพเขียนสตรีทอาร์ต

ง. การอุปมาเชิงภาพ (Pictorial metaphor)

การอุปมาเชิงภาพคือ การใช้ภาพเปรียบเทียบระหว่างสิ่งสองสิ่งโดยวิธีการสำคัญประการหนึ่งคือการอุปมาแบบภาพเดียว (Charles Forceville, 1996) กล่าวคือ เป็นการอุปมาโดยใช้ภาพหลักเพียงภาพเดียว ในขณะที่สิ่งที่ต้องการอุปไมยถึงนั้นไม่ปรากฏอยู่ในภาพ แต่ผู้ดูภาพสามารถคาดทำนายหรือคาดเดาและตีความหมายของภาพอุปมาได้ว่าผู้สร้างสรรค์ต้องการสื่อความหมายไปถึงอะไร ทั้งนี้ผู้ดูภาพสามารถตีความได้จากบริบทของภาพและข้อความณรงค์ที่มีร่วมกับภาพนั้นๆ ตัวอย่างภาพที่เด่นชัดคือภาพ “โปรดอย่ารังเกียจสัตว์” (No Animal Discrimination Please) ที่มีกรใช้ภาพเพื่อการทดสอบตาบอดสีโดยมีรูปสุนัขอยู่กลางภาพนั้น เป็นการเปรียบเทียบว่าพฤติกรรมการรังเกียจสุนัขของชาวมุสลิมมีความเหมือนกับความบกพร่องทางการเห็นในเรื่องตาบอดสี ภาพดังกล่าวจึงเป็นภาพณรงค์เพื่อการร่วมกันอย่างสันติสุขระหว่างคนกับสุนัข เป็นการอุปมาโดยใช้ภาพหลักเพียงภาพเดียวคือภาพแบบทดสอบตาบอดสีรูปสุนัข ในขณะที่สิ่งที่ต้องการเปรียบเทียบความหมายคือการรังเกียจสุนัขซึ่งเป็นบริบททางสังคมของชาวมุสลิมในมาเลเซีย

จ. การสร้างความเป็นคู่ตรงข้าม

การประกอบสร้างความหมายตามแนวทางสัญญานศาสตร์ที่สำคัญประการหนึ่งคือ การสร้างความเป็นคู่ตรงข้าม (Binary opposition) ดังตัวอย่างภาพ “รักฉันเหมือนแมวหน้าโชค” (Love Me Like Your Fortune Cat) สะท้อนให้เห็นปัญหาหม่อมม่งที่มีต่อแมว โดยชี้ว่าแมวหน้าโชคซึ่งเป็นเซรามิกที่ไม่มีชีวิต เป็นที่ได้รับความนิยมของคนในชุมชนเนื่องจากความเชื่อเบื้องหลังที่สามารถนำโชคลาภมาสู่ผู้เป็นเจ้าของ ซึ่งประกอบอาชีพค้าขาย ในขณะที่แมวที่มีชีวิตจิตใจจริงๆ กลับไม่ได้รับความเอาใจใส่อย่างที่ควรจะเป็น

ฉ. การใช้ภาพสัญลักษณ์

ภาพสัญลักษณ์เป็นระบบการสื่อความหมายที่ต้องมีการเรียนรู้ร่วมกันของคนในสังคม โดยพบว่าภาพเขียนสตรีทอาร์ตเมืองสงขลามีการใช้ภาพสัญลักษณ์เพื่อสื่อถึงเมืองสงขลา 3 ประการได้แก่ 1) ภาพตราสัญลักษณ์จังหวัดสงขลา 2) ภาพตราสัญลักษณ์ของกิจกรรมการเขียนภาพสตรีทอาร์ตภายใต้แนวคิด “สงขลา มหาสนุก” และ 3) ภาพสัตว์สัญลักษณ์ของจังหวัดคือหนูกับแมว แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Norbert Elias (1991) ที่กล่าวถึงระบบสัญลักษณ์ในการสื่อสารใดๆ ว่า สัญลักษณ์เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นในระบบสังคม กล่าวคือประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ 1) ต้องได้มาโดยการเรียนรู้ของปัจเจกบุคคล 2) มีความหลากหลายในแต่ละสังคม 3) สามารถเปลี่ยนแปลงได้ภายในบุคคลหรือสังคมเดียวกัน ทั้งนี้ระบบสัญลักษณ์ โดยระบบสัญลักษณ์อาจเกี่ยวข้องกับมิติในความเป็นจริงหรือเป็นมิติในจินตนาการก็ได้

3. ปรากฏการณ์การถ่ายภาพสตรีทอาร์ต เป็นลักษณะของการเล่าเรื่องผ่านปฏิสัมพันธ์ของบุคคลที่มีต่อภาพถ่ายสตรีทอาร์ต สามารถจำแนกได้ 3 ลักษณะดังต่อไปนี้

ก. การถ่ายภาพที่บุคคลแสดงปฏิสัมพันธ์ร่วมกับสิ่งของที่นำมาจัดเทียบเคียงคู่กับภาพเขียน

ความสัมพันธ์ของภาพเขียนและกรนำเอาวัสดุรูปทรง 3 มิติเข้ามาประกอบกรสื่อความหมายวางเคียงกันขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่ที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์แบบส่วนย่อยไปยังส่วนรวมทำให้ภาพมีพลังในการถ่ายทอดเรื่องเล่าที่มีมิติด้านอารมณ์ ความรู้สึกและบรรยากาศ อีกทั้งช่วยให้ภาพบุคคลไม่ได้เป็นเพียงภาพหุ่นนิ่ง แต่เป็นการเพิ่มชีวิตชีวาให้กับภาพเขียนและตัวบุคคล สิ่งที่เกิดขึ้นคือความสนุก ความมีสีสันของชีวิต ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกรถ่ายภาพลักษณะดังกล่าวคือ องค์ประกอบด้านสัดส่วนของภาพเขียนและอุปกรณ์ประกอบที่ต้องสัมพันธ์กันอย่างลงตัว

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ข. การถ่ายภาพบุคคลที่เน้นการจับจังหวะหยุดความเคลื่อนไหว

การแสดงภาพบุคคลให้มีการหยุดความเคลื่อนไหว เป็นปรากฏการณ์ของการถ่ายภาพร่วมกับภาพเขียนสตรีทอาร์ตที่เขียนภาพบุคคลเช่น Bruce Lee กระโดดเตะกังฟู โดยที่ภาพเขียนนั้นแสดงจังหวะความเคลื่อนไหวที่น่าตื่นเต้นเร้าใจ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอารมณ์สนุกจึงได้แสดงท่าทางที่สัมพันธ์กับภาพเขียนด้วยวิธีการถ่ายภาพในลักษณะดังกล่าว ผู้ออกแบบงานภาพเขียนสตรีทอาร์ตจึงต้องคำนึงถึงการจับจังหวะอารมณ์ของภาพบุคคลรวมทั้งจังหวะการเคลื่อนไหวร่างกาย และต้องคำนึงถึงสัดส่วนบุคคลตามจริงโดยมีการกรอกรูปแบบพื้นที่ว่างเพื่อให้บุคคลเข้ามาแสดงพฤติกรรมร่วมกับบุคคลในภาพดังกล่าวอีกด้วย

ค. การถ่ายภาพแนวหุ่นนิ่งคู่กับภาพเขียน

การถ่ายภาพแนวหุ่นนิ่งคู่กับภาพเขียนสตรีทอาร์ต เป็นรูปแบบปรากฏการณ์การถ่ายภาพบุคคลที่แนบนิ่งที่สุด ขาดการแสดงจังหวะแห่งความมีชีวิตชีวา แต่ให้อารมณ์ที่นิ่ง สุขุม สงบจิตสงบใจ เป็นการสื่อความหมายว่า “ฉันอยู่ที่นี้” ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อความหมายเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว

อนึ่ง รูปแบบการถ่ายภาพดังกล่าวมานี้ พบทั้งการถ่ายภาพด้วยกล้องถ่ายภาพแบบดั้งเดิมที่มีบุคคลอื่นเป็นผู้ถ่ายภาพให้ ทั้งกล้อง DSLR และการถ่ายภาพด้วยโทรศัพท์มือถือ โดยอาจเป็นการถ่ายภาพแนวเซลฟี (Selfie photography) ซึ่งเป็นกระแสแฟชั่นทางด้านเทคโนโลยีการถ่ายภาพ

4. การแบ่งปันภาพสตรีทอาร์ตสู่สังคมออนไลน์ ลักษณะสำคัญของปรากฏการณ์ดังกล่าวมีดังนี้

ก. การแบ่งปันข้อมูลที่มีความชัดเจนในการระบุตำแหน่งที่ตั้ง

การแบ่งปันภาพสู่สังคมออนไลน์ มักมีการ check in สถานที่ที่ตั้งของภาพ ทำให้ผู้ดูภาพที่เป็นเพื่อนรวมทั้งผู้ที่เข้าถึงภาพ สามารถเข้าถึงตำแหน่งรวมทั้งแผนที่อันเป็นที่ตั้งของภาพถ่ายดังกล่าวได้อย่างชัดเจน การแบ่งปันข้อมูลด้วยรูปแบบการ check in ดังกล่าวนี้อาจมีประโยชน์ต่อการนำเสนอข้อมูลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์รวมทั้งการวางแผนการเดินทางสู่พื้นที่ดังกล่าว

ข. การแบ่งปันเนื้อหาสาระสนเทศที่มีรายละเอียดข้อมูลเพียงพอ

การนำเสนอเนื้อหาสาระสนเทศที่เป็นข้อความของอินสตาแกรม มีพื้นที่นำเสนอได้อย่างเพียงพอ มีความกระชับพอดีต่อประเด็นที่ทำการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้ภาพเป็นจุดขาย นอกจากนี้ตัวภาพถ่ายดังกล่าวยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเขียนข้อความบรรยายประกอบภาพได้อย่างหลากหลายอีกด้วย

ค. การแบ่งปันภาพที่มีศักยภาพในการสื่อความสวยงาม

การแบ่งปันภาพถ่ายสู่สังคมออนไลน์ผ่านอินสตาแกรมมีจุดเด่นที่เจ้าของภาพสามารถปรับแต่งภาพเพื่อสื่อความสวยงามของภาพได้ดี เนื่องจากก่อนเข้าสู่การเผยแพร่มีขั้นตอนการตกแต่งภาพ ทำให้ถ่ายภาพมีความสวยงาม สามารถโน้มน้าวความน่าเที่ยงชมให้กับผู้อื่นได้ ด้วยปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้สื่อออนไลน์ทำหน้าที่เผยแพร่ความงามหรือสุนทรียภาพทางการสื่อสาร (Poetic function) ตามแนวคิดของ Jakobson (1987) ได้เป็นอย่างดี ทำให้ภาพมีพลังในการโน้มน้าวใจสู่การท่องเที่ยว

ง. การระบุตัวตนของผู้เผยแพร่ทำให้สื่อมีความน่าเชื่อถือ

เนื่องจากการเผยแพร่เรื่องและภาพผ่านสื่ออินสตาแกรมเป็นการเผยแพร่ที่มีการระบุตัวตน ทำให้เนื้อหาสาระมีความน่าเชื่อถือ โดยมีการระบุจำนวนยอดผู้ติดตามที่เข้ามากด “like” เมื่อพิจารณาจากยอดผู้ติดตามที่นับวันจะเพิ่มขึ้น ทำให้สื่ออินสตาแกรมมีความน่าสนใจในการเป็นสื่อเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับภาพแหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับความเป็นที่รู้จักในกลุ่มเพื่อน กลุ่มครอบครัวหรือสมาชิกที่เข้ามาติดตามผลงานทำให้สื่อมีความน่าเชื่อถือ อันเป็นคุณลักษณะสำคัญของสื่อเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

5. การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของภาพถ่ายนักท่องเที่ยวร่วมกับภาพสตรีทอาร์ต

จำแนกอัตลักษณ์ได้ 3 กลุ่ม ประกอบด้วยอัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิต อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ และอัตลักษณ์สถานภาพทางสังคม ทั้งนี้โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 **อัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิต** ผลการวิเคราะห์ภาพถ่ายที่นำเสนอผ่านสื่ออินสตาแกรมพบว่าอัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิตพบได้ 3 รูปแบบ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ก. **การใช้ชีวิตแบบนักท่องเที่ยว** อัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิตที่สะท้อนถึงการชอบท่องเที่ยว เป็นอัตลักษณ์ที่สื่อถึงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวที่ต้องถ่ายภาพบุคคลร่วมกับสถานที่นั้นๆ เป็นแนวคิดที่ว่าด้วยการมองของนักท่องเที่ยว (Tourist gaze) ซึ่งเป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ควบคู่กับการถ่ายภาพเป็นที่ระลึก และนำเสนอภาพถ่ายผ่านสื่อออนไลน์เพื่อประกาศให้โลกรู้ว่า ณ วินาทีนี้ “ฉันอยู่ที่นี้” หรือ “ฉันเคยไปที่นี้” อันเป็นการสะท้อนอัตลักษณ์รูปแบบการใช้ชีวิตแบบนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ข. **การโหยหาอดีต (Nostalgia)** การโหยหาอดีต เป็นรูปแบบการใช้ชีวิตรูปแบบหนึ่งของนักท่องเที่ยว โดยเป็นการเน้นความสำคัญต่อมิติด้าน “กาลและเวลา” ด้วยสุนทรียภาพและทัศนคติที่มีต่อเรื่องราวหรือเหตุการณ์ในอดีตที่ผ่านมา เป็นการแสดงออกถึงสภาวะอารมณ์และความรู้สึกของคนที่มีอดีตอันไกลและหวัดไหวบรรยากาษหรือความคุ้นเคยแบบในอดีต ดังเช่นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเมืองเก่าที่ประชาชนยังคงใช้ชีวิตชีวิตแบบดั้งเดิม

การเขียนภาพสตรีทอาร์ตที่ทำให้นักท่องเที่ยวระลึกถึงวันแห่งความสุขในอดีตถือได้ว่าสอดคล้องกับตำแหน่งที่ตั้งของภาพเขียนในเขตเมืองเก่า ทำให้หน้าที่ทางสถาปัตยกรรมของเมืองเก่าเป็นมากกว่าย่านการค้าในอดีต แต่กลายมาเป็นพื้นที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เรียกว่า การโหยหาอดีต อันเป็นกระบวนการที่ทำให้สถาปัตยกรรมเก่ากลายเป็นสินค้า ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวหลงใหลเข้ามาในเขตเมืองเก่าเพิ่มมากขึ้น

อัตลักษณ์การโหยหาอดีตนี้สอดคล้องกับแนวคิดกระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังที่ พัฒนา กิตติอาษา (2546) กล่าวถึงอาการโหยหาอดีตของสังคมว่า เป็นผลรวมที่มีอยู่ความคิด ความรู้สึก และจินตนาการร่วมของปัจเจกบุคคล มักจะเริ่มจากรูปแบบของจินตนาการร่วม (Collective imagination) แล้วค่อยมาเป็นรากฐานของการสร้างแบบแผนและปฏิบัติการทางวัฒนธรรมและการเมืองในรูปแบบต่างๆ ขึ้นมาเพื่อฟื้นคืนชีวิตให้กับอดีตดังเช่นภาพเขียนสตรีทอาร์ต

ค. **การแสดงความรักแก่สัตว์เลี้ยง** ปัญหาสำคัญประการหนึ่งเกี่ยวกับความแตกต่างทางวัฒนธรรมการเลี้ยงสัตว์ระหว่างชาวจีนและชาวมุสลิมคือ การที่ชาวมุสลิมไม่นิยมสัตว์เลี้ยง ทำให้มีการสะท้อนแนวคิดเกี่ยวกับการรักสัตว์ในการเขียนภาพสตรีทอาร์ตในเขตเมืองเก่าป็นิ่ง อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวล้วนแสดงความรักต่อภาพสุนัขและแมว โดยมองข้ามเจตนาธรรมณ์ในการเขียนภาพสตรีทอาร์ตที่เป็นเรื่องของการเสียดสีสังคมที่ผู้คนต่างวัฒนธรรมระหว่างชาวจีนกับชาวมุสลิมมีมุมมองต่อสัตว์เลี้ยงแตกต่างกัน ปรากฏการณ์ดังกล่าวย่อมชี้ว่า เมื่อผู้ดูภาพเขียนสตรีทอาร์ตในฐานะผู้รับสารได้เปลี่ยนบทบาทตนเองเป็นผู้สร้างสารในลำดับถัดมา ย่อมก่อให้เกิดการตีความใหม่และนำสู่การเปลี่ยนแปลงความหมายที่แตกต่างไปจากที่ผู้เขียนภาพต้องการ

5.2 **อัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ** พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้ความหมายของคำว่า “บุคลิกภาพ” ว่าหมายถึง “สภาพนิสัยจำเพาะคน” ผลการวิเคราะห์ภาพถ่ายที่นำเสนอผ่านสื่ออินสตาแกรมพบว่าอัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพที่สะท้อนลักษณะสภาพนิสัย พบได้ 3 ลักษณะดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ก. **การแสดงออกถึงความรักที่มีต่อเด็ก** เด็กเป็นสัญลักษณ์ที่สื่อความหมายถึง ความไร้เดียงสา ความบริสุทธิ์ มีความน่ารักและความสดใส เด็กจึงเป็นภาพที่สื่อถึงความสุข ความสนุกสนาน ผู้ใหญ่มักคิดคำนึง

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

ถึงความสุขแต่หนหลังในวัยเด็ก ซึ่งเป็นช่วงเวลาแห่งรอยยิ้ม ในอีกนัยหนึ่งการนำเสนอภาพเด็กยังเป็นสิ่ง ที่แสดงออกถึงความผูกพันของคนในครอบครัวที่ได้เดินทางไปเที่ยวชมภาพสตรีทอาร์ตอีกด้วย สอดคล้อง กับแนวคิดของ Shlain Leonard (1991) ที่ว่าลักษณะสำคัญความคิดแบบเด็กคือความอยากรู้เพื่อ ความสนุกสนาน เป็นสิ่งที่ไม่ต้องการเหตุผล มีเป้าหมายในตัวเอง เป็นลักษณะของความสดชื่นรื่นเริง และถือเป็น รูปแบบพฤติกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่พัฒนาขึ้นในเผ่าพันธุ์มนุษย์ ดังนั้นการนำเสนอภาพเด็กในครอบครัวจึง เป็นปรากฏการณ์ที่สะท้อนถึงความรักที่ผู้ใหญ่มีต่อเด็กและการนี่ย้อนสู่ภาพในอดีตที่ผู้ใหญ่เคยผ่านมาก่อน

ข. การแสดงมุมมองต่อความรัก วัยหนุ่มสาวถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของการท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าที่มีงานภาพเขียนสตรีทอาร์ต และถือเป็นกระแสแฟชั่นทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันด้วย กลุ่มวัยหนุ่มสาวเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและเป็นกลุ่มที่มีกำลังกายที่ดีในการเดินชมและปั่นจักรยานเพื่อชมภาพสตรีทอาร์ต ในเขตเมืองเก่าปิ้งงและสงขลา ประเด็นเรื่องมุมมองที่มีต่อความรักของหนุ่มสาวเป็นมุมมองที่สะท้อนถึง บุคลิกลักษณะเฉพาะตัว และสะท้อนได้ผ่านการแบ่งปันรูปตนเองที่ถ่ายคู่กับภาพสตรีทอาร์ต

ค. การแสดงอารมณ์ขัน อารมณ์ขัน เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารระหว่างมนุษย์ทั้งในระดับ การสื่อสารระหว่างบุคคลจนถึงการสื่อสารมวลชน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2536) ได้กล่าวถึงประเด็นเกี่ยวกับการศึกษาอารมณ์ขันว่า หัวใจของอารมณ์ขันคือ การล้อเลียนความหมายหรือสถาบันทางสังคมซึ่งเป็นที่ ยอมรับกันโดยทั่วไปเพื่อเรียกเสียงหัวเราะและสร้างความสนุกสนาน

ในแง่ของภาพเขียนสตรีทอาร์ต อารมณ์ขันเป็นภาพที่ผู้แบ่งปันภาพสู่สื่อออนไลน์แสดงพฤติกรรมบางอย่างที่อาจเบี่ยงเบนไปจากพฤติกรรมปกติที่สังคมคาดหวัง รวมทั้งการเกินเลยไปจากความเป็นปกติที่อาจเรียก รอยยิ้มในใจแก่ผู้ที่เข้ามาดูภาพของตน และการสะท้อนอารมณ์นี้ได้กลายมาเป็นอัตลักษณ์ทางบุคลิกภาพ ของบุคคล

5.3 อัตลักษณ์สถานภาพทางสังคม สถานภาพทางสังคม เป็นคำที่มีความหมายถึงบทบาทหน้าที่ทาง สังคมที่บุคคลประสงค์จะแจ้งต่อสาธารณชน การกำหนดระดับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นต้น ผลการ วิเคราะห์ภาพถ่ายที่นำเสนอผ่านสื่ออินสตาแกรมพบว่าอัตลักษณ์สถานภาพทางสังคม พบได้ 3 ลักษณะดัง รายละเอียดต่อไปนี้

ก. การแสดงสถานภาพทางการงาน สถานภาพที่เกี่ยวกับการทำงานมีความเกี่ยวข้องกับบทบาท หน้าที่ของปัจเจกบุคคลการสื่อสารอัตลักษณ์สถานภาพทางสังคมเป็นสิ่งบ่งชี้ถึงความภาคภูมิใจในตัวเอง ของผู้ที่แบ่งปันภาพตนเองสู่สังคมออนไลน์ เช่นการแบ่งปันภาพของข้าราชการกระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬาโดยระบุถึงการมาทำงานในพื้นที่จังหวัดสงขลา

ข. การแสดงสถานภาพการเป็นเพื่อน การนำเสนอสถานภาพเกี่ยวกับความเป็นเพื่อน เป็นอัตลักษณ์ ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มาทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกันในพื้นที่เมืองเก่า ซึ่งถือเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยว ที่แท้จริง ลักษณะของภาพดังกล่าวเป็นการตอบย้ำถึงความเหมาะสมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว แบบกลุ่มในพื้นที่เมืองเก่า และการนำเสนอภาพกลุ่มเพื่อนถือเป็นจุดเริ่มต้นของการเผยแพร่ภาพต่อไป ในวงกว้างอีกด้วย

ค. การแสดงสถานภาพการเป็นคู่รัก การท่องเที่ยวของคนที่มีความสัมพันธ์แบบคู่รักถือเป็นรูปแบบ หนึ่งของการสื่อสารในสถานครอบครัว รวมทั้งผู้ที่เตรียมความพร้อมในการสร้างสถานครอบครัว ดังนั้น การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมที่เอื้อต่อการสานสัมพันธ์ระหว่างคู่รัก และมักมีการบันทึกภาพความ สัมพันธ์ในสถานที่ท่องเที่ยว

วารสารวิชาการระดับชาติที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่มที่ 1

6. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาบทบาทของคนในชุมชนที่มีต่อการอนุรักษ์รักษาภาพเขียนสตรีทอาร์ต ทั้งนี้เนื่องจากงานดังกล่าวตั้งอยู่บนอาคารของเอกชน ซึ่งอาจมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้อาคาร การต่อเติม หรือการทาสีทาสีใหม่ ซึ่งเป็นภัยคุกคามต่องานภาพเขียน อันจะนำไปสู่การวางแผนการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตเมืองเก่าต่อไป

2. งานภาพเขียนสตรีทอาร์ตภายใต้แนวคิด “เมืองเก่า วิถีเดิม เสริมการท่องเที่ยว” (Livable old-town tourism) ยังมีเมืองที่เข้าร่วมโครงการนี้ 5 เมือง ได้แก่ มะละกา ประเทศมาเลเซีย ปาเลมบัง โกตาชวา ลุนโต เมดาน จากประเทศอินโดนีเซีย และยังมีการเขียนภาพสตรีทอาร์ตในเขตท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอีกหลายประเทศเช่น ถนน Haji lane ย่านมูเกิต ประเทศสิงคโปร์ เขตชุมชนเก่าฮ่องกง เมืองเหล่านี้ล้วนมีศักยภาพในการใช้ภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้สนใจอาจทำการศึกษาเปรียบเทียบ เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของภาพสตรีทอาร์ตเหล่านั้น ทั้งนี้ไม่จำเป็นต้องศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ เพราะบริบทของแต่ละชุมชนมีความแตกต่างกัน

3. การสื่อสารภาพสตรีทอาร์ตผ่านการแบ่งปันในสื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของปรากฏการณ์การเล่าเรื่องข้ามพรมแดนโดยที่นักท่องเที่ยวเป็นผู้ร่วมสร้างเนื้อหา (User generated content) และแบ่งปัน ซึ่งเป็นเครื่องมือการสื่อสารการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างผลในมน้ำใจเพื่อการท่องเที่ยวได้ ดังนั้นการศึกษายกผลต่อไปควรประยุกต์ใช้แนวคิดการเล่าเรื่องข้ามพรมแดนเป็นแนวทางการศึกษา

7. ข้อเสนอแนะสำหรับศิลปินและผู้สนับสนุน

แนวทางการกำหนดเนื้อหาและการออกแบบการเขียนภาพสตรีทอาร์ตเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวถ่ายภาพบุคคลเพื่อแบ่งปันในสื่อออนไลน์นั้น ศิลปิน ผู้สนับสนุน และผู้กำหนดนโยบาย ควรพิจารณาแนวทางการเขียนภาพสตรีทอาร์ตต่อไปนี้

1. การกำหนดสถานที่ตั้งของภาพเขียน ต้องกำหนดขอบเขตของกลุ่มภาพให้อยู่ในระยะเดินเท้าชมหรือปั่นจักรยานชมภาพได้โดยใช้เวลาไม่เกิน 2 ชั่วโมง โดยสถานที่ดังกล่าวควรเป็นอาคารที่มีความย้อนยุคประมาณ 100 ปี เนื่องจากมีความเหมาะสมกับการกำหนดแนวเนื้อหาภาพเพื่อให้เกิดความรู้สึกย้อนยุคและตัวอาคารไม่เก่าหรือโทรมจนเกินไปที่อาจมีความเสี่ยงในการรื้อถอนอาคารในระยะเวลาอันใกล้

2. เนื้อหาของภาพที่ได้รับความนิยมโดยภาพจากนักท่องเที่ยวและมีการแบ่งปันสู่สื่อสังคมออนไลน์จนติดลำดับ Top posts นั้น มีเนื้อหาเพียง 2 กลุ่มคือ เรื่องราวเกี่ยวกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนนั้นๆ และเรื่องราวที่สะท้อนผ่านความน่ารักของเด็ก ดังนั้นการกำหนดแนวเนื้อหาจึงควรพิจารณาประเด็นดังกล่าวนี้

3. การใช้อุปกรณ์ประกอบเช่น แก้ว จักรยาน มอเตอร์ไซต์ เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้อุปกรณ์ดังกล่าวร่วมถ่ายภาพคู่กับภาพเขียนได้ อันทำให้ภาพถ่ายมีลักษณะของความเป็นภาพ 3 มิติ ที่เป็นมากกว่าการถ่ายภาพเขียน 2 มิติ ทั้งนี้ต้องพิจารณาร่วมกับขนาดของพื้นที่ตั้งของภาพ ต้องไม่คับแคบจนเกินไปจนทำให้ไม่มีพื้นที่ว่างเพียงพอต่อการถ่ายภาพด้วยเลนส์มาตรฐาน

4. สัดส่วนของภาพบุคคลในภาพเขียนควรเป็นส่วนที่ถูกต้องเป็นจริงกับสรีระของบุคคลทั่วไป เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาประกบคู่ถ่ายภาพกับภาพบุคคลได้อย่างลงตัว ซึ่งเป็นหลักแนวคิดแบบ “mix and match” ซึ่งสัดส่วนภาพดังกล่าวนี้เป็นที่นิยมของภาพที่ได้รับการจัดลำดับ Top posts

5. ควรมีการเปิดพื้นที่ของภาพบุคคลที่แสดงกิริยาอาการที่มีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถแสดงปฏิสัมพันธ์ร่วมกับภาพเขียนบุคคลได้ หลักการนี้คือ การลดความสมบูรณ์พร้อมของเนื้อหาภาพเขียนและให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเติมเต็มเรื่องราวที่หายไปจากภาพ

บรรณานุกรม

- ชลูด นิมเสมอ. (2542). **องค์ประกอบของศิลปะ**. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช. (Chalood Nimsamer. (1999). **Element of art**. Bangkok: Thaiwattanapanich.).
- ชีวสิทธิ์ บุญเกียรติ. (2557). “มรดกเพ็ญสร้าง เมืองและย่านประวัติศาสตร์ในมะละกาและปีนัง”. **ดำรงวิชาการ**. 13, 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม) (Chewasit Boonyakiet. (2014). “Heritage making”: Urban heritage and historical districts in Malaka and Penang”. **Damrong Journal**. 13,2 (July-December)
- ทิพย์สุดา ปทุมมานนท์. (2541). **สถาปัตยกรรม กัมปนาทแห่งความสงบ**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (Thipsuda Pathummanon. (1998). **Architecture enormous in silent**. Bangkok: Chulalongkorn University Press.)
- พัฒนา กิติอาษา. (2546). **มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย**. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร. (Pattana Kitiasa. (2003). **Anthropology and the study of nostalgia phenomena in contemporary Thai society**. Bangkok: Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre.)
- วรวิมล อ่อนน่วม. (2555). “ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารยุคดิจิทัล”. **วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย**. 18, 1 (1 พฤษภาคม 2555) น.212-220. (Worawut Onnaum. (2012). “Digital communication phenomena” **Association of Private Higher Education Institutions of Thailand Academic Journal**. 18,1 (1 May 2012) p.212-220.
- สุนิสา มุณีเมธีและกัตถาวา บุญปราการ. (2556). “พื้นที่ย่านเมืองเก่า สงขลา: การทำสถาปัตยกรรมให้กลายเป็นสินค้าภายใต้บริบทการท่องเที่ยว”. **เอกสารประกอบการประชุมมหาดไทยวิชาการครั้งที่ 4 เรื่องการวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมไทย**. 10 พฤษภาคม 2556 น. 53-63. (Sunisa Munimathee and Kettawa Boonprakarn. (2013). “Songkhla old town space: Architecture and commoditization for tourism” **The fourth of Hatyai academic conference entitled research for Thai society development**. 10 May 2013 p.53-63.)
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. **อารมณ์ขันในสื่อมวลชน**. กรุงเทพมหานคร : เลข ที่ พี เพรส, 2536. (Ubonrat Siriyuwak (1993). **Humorous in mass media**. Bangkok: HTP Press.)
- Forceville Charles. (1996). **Pictorial metaphor in advertising**. London: Routledge.
- Jack Tresidder. **Dictionary of symbol**. (1997). London: Duncan Brird Publishers.
- Jakobson, Roman. (1987). **Language in Literature**. London: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Kurokawa, Kisho. (1994). **Philosophy of Symbiosis**. London : Academy.
- Shlain Leonard. (1991). **Art&physics parallel visions in space, time, & light**. New York: Quill William Morrow.
- Norbert Elias. (1991). **The symbol theory** . London : Sage Publications.
- เว็บไซต์**
- ถ่ายทอดประสบการณ์การอนุรักษ์เมืองเก่า**. (2559). [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :<http://onep.go.th>, 13 มิถุนายน 2559. (Transmit ion experience of old town conservation. (2016) [online] Available from :[http:// onep.go.th](http://onep.go.th), 13 June 2016.)