การสื่อสารด้วยภาษาภาพในนิตยสารการ์ตูนขายหัวเราะฉบับ "รอยยิ้มของพระราชา" และมหาสนุกฉบับ "เมื่อเจ้าชายกลายเป็นพระราชา"

COMMUNICATION WITH VISUAL LANGUAGE IN CARTOON MAGAZINE KHAI HUA ROH "SMILE OF THE KING" AND MAHA SONOOK "WHEN THE PRINCE BECAME KING"

ชญานุช วีรสาร*

CHAYANOOT VEERASARN

บทคัดย่อ

เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2559 เป็นวันสวรรคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชฯ บรมนาถบพิตร นิตยสารการ์ตูนขายหัวเราะและมหาสนุกได้ปรับเปลี่ยนเนื้อหาเป็นฉบับพิเศษ ใช้ชื่อว่าขายหัวเราะฉบับ "รอยยิ้มของพระราชา" และมหาสนุกฉบับ "เมื่อเจ้าชายกลายเป็นพระราชา" เพื่อแสดงความอาลัยและสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ โดยนำเสนอด้วยภาษาภาพตลอดทั้งเล่มจากการสังเกตของผู้เขียนพบว่าภาษาภาพที่ใช้มี 3 รูปแบบ ได้แก่ ภาพเหมือนจริง ภาพกึ่งเหมือนจริง และภาพสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ซึ่งแตกต่างจากภาษาภาพในนิตยสารการ์ตูนฉบับอื่น ๆ ที่มีแต่ภาพล้อเลียน หรือภาพตัวการ์ตูนสมมติ นอกจากนี้ผู้เขียนยังเก็บข้อมูลจากการอ่านภาษาภาพบางภาพจากนิตยสารการ์ตูนทั้งสองฉบับของกลุ่มผู้อ่านที่มีความหลากหลายด้านประชากรศาสตร์เพื่อทดสอบการรับรู้พบว่าอายุ การศึกษา อาชีพ หรือถิ่นที่อยู่ไม่มีผลต่อการรับรู้ภาษาภาพดังกล่าว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสนใจ การจดจำอารมณ์ความรู้สึกต่อบุคคลหรือเหตุการณ์ ทัศนคติ การอบรมสั่งสอน ความรู้เดิมและประสบการณ์ของแต่ละบุคคลมากกว่า

คำสำคัญ: การสื่อสาร ภาษาภาพ นิตยสารการ์ตูน ขายหัวเราะ มหาสนุก

---

* ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Communication Arts Department, Informatics Faculty, Mahasarakham University

Abstract

HM King Bhumibol Adulyadej passed away on October 13th 2016. The cartoon magazines-Khai Hua Roh and Maha Sanook, published their special editions presenting in visual language, to mourn the King under the themes- "Smile of the King" and "When the Prince became King". An observation was conducted and it was found that there were three types of cartoon characters: realistic, type semi-realistic type and symbolic type used to represent HM King Bhumibol Adulyadej. They were different from what visual language of the other cartoon magazines presents. There are caricatures or fictional characters. In addition, the researcher collected data from various readers. In regard to visual language recognition, it was found that all of the readers had media exposure bias related to King Rama IX but differences were found in their perceptions. Age, education, occupation and residence did not significantly influence their perceptions, whereas personal interests, recognition, emotions towards persons or events, attitude, upbringing, background knowledge and individual experiences did affect their perception.

Keywords: Communication, Visual Language, Cartoon Magazine, Khai Hua Roh, Maha Sanook

บทนำ

ประเทศไทยมีนิตยสารการ์ตูนสองฉบับที่มีอายุยาวนานกว่า 40 ปี คือ ขายหัวเราะและมหาสนุกของสำนักพิมพ์บรรลือสาส์น โดยมีผู้ติดตามอ่านเป็นจำนวนมากมียอดจำหน่ายเป็นล้านเล่มต่อเดือน

หลังจากมีเหตุการณ์สวรรคตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชฯ บรมนาถบพิตร (รัชกาลที่ 9) เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2559 ทำให้นิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์แทบทุกหัวที่วางแผงอยู่ในปัจจุบันต้องปรับเปลี่ยนเนื้อหา เพื่อสอดรับกับสถานการณ์ดังกล่าวเป็นการแสดงความอาลัยและน้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้ บ้างก็เปลี่ยนปก บ้างก็เพิ่มเนื้อหา บ้างก็เพิ่มฉบับพิเศษนอกเหนือจากฉบับที่วางแผงปกติ เช่นเดียวกับนิตยสารการ์ตูนขายหัวเราะที่ได้ออกฉบับพิเศษชื่อ "รอยยิ้มของ

พระราชา" ต่อมาในระยะเวลาไล่เลี่ยกัน มหาสนุกก็ร่วมแสดงความอาลัยและน้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณอย่างหาที่สุดมิได้เช่นกัน จึงได้จัดพิมพ์นิตยสารการ์ตูนมหาสนุก ฉบับ "เมื่อเจ้าชายกลายเป็นพระราชา" ขึ้น

จากการสังเกตนิตยสารการ์ตูนฉบับพิเศษทั้งสองฉบับนี้ล้วนแล้วแต่เป็นภาษาภาพทั้งสิ้นไม่ว่าจะใช้เทคนิคใดตามแต่ความถนัดของศิลปินผู้วาด หรือมีข้อความประกอบด้วยหรือไม่ โดยผู้เขียนเห็นว่าภาษาภาพนับเป็นสารในรูปแบบหนึ่งของอวัจนภาษา และนิตยสารการ์ตูนก็ทำหน้าที่ในฐานะสื่อที่ให้ความบันเทิงและเสนอความคิดเห็นตามทัศนคติของศิลปินผู้วาดแต่ละคน ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้จึงต้องการจำแนกรูปแบบของภาษาภาพที่ใช้ในการสื่อสารของศิลปินผู้วาด และศึกษาการรับรู้ภาษาภาพของผู้อ่านที่มีความหลากหลายด้านประชากรศาสตร์ เพื่อแสดงให้เห็นว่ารูปแบบของภาษาภาพมีผลต่อการรับรู้ของผู้อ่านอย่างไร รวมถึงนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของ พิมพิชา อุตสาหจิต ผู้บริหารสำนักพิมพ์บรรลือสาส์นในฐานะผู้ผลิตนิตยสารการ์ตูนทั้งสองฉบับเพื่อทราบเจตนารมณ์ของผู้ผลิต และแนวโน้มการผลิตนิตยสารการ์ตูนฉบับพิเศษต่อไป

รูปแบบการสื่อสารด้วยภาษาภาพในนิตยสารการ์ตูนฉบับพิเศษ

นิตยสารการ์ตูน คือนิตยสารที่เน้นภาพการ์ตูนเป็นสำคัญ ดังนั้น เนื้อหาภายในเล่มส่วนใหญ่จะต้องสื่อความหมายด้วยภาษาภาพ ซึ่งในนิตยสารการ์ตูนฉบับพิเศษทั้งสองฉบับจำแนกได้ว่ามีภาษาภาพการ์ตูน 3 รูปแบบที่นำมาใช้ ได้แก่

1. ภาพเหมือนจริง คือ ภาพที่ถูกต้องตามหลักกายวิภาค มีความสมจริง มีแสงเงาชัดเจน โดยเป็นภาพที่เกี่ยวข้องกับพระราชประวัติ พระราชจริยาวัตร มากที่สุด อาทิ ภาพขณะทรงพระเยาว์ ภาพขณะทรงดนตรี หรือการแสดงออกต่อผู้เป็นแม่ เนื่องจากเป็นภาพที่ผู้อ่านทั่วไปคุ้นชินและพบเห็นอย่างสม่ำเสมอจากสื่อต่าง ๆ ก่อนหน้านี้ ทั้งในรูปแบบภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว เมื่อได้ดูอีกครั้งจึงสามารถรับรู้ได้ทันที มีการตีความที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง จากการสังเกตของผู้เขียนยังพบว่า ภาษาภาพในรูปแบบภาพเหมือนจริงไม่ได้ปรากฏอยู่ในนิตยสารการ์ตูนฉบับทั่วไป เนื่องจากต้องคงเอกลักษณ์ของความเป็นการ์ตูนและบุคคลที่วาดนั้นไม่ได้มีตัวตนจริง หรือเป็นเพียงการล้อเลียน แต่สำหรับนิตยสารการ์ตูนฉบับพิเศษทั้งสองฉบับนี้ ผู้ผลิตกล่าวว่าต้องการให้เป็นภาพวาดที่จับใจประชาชนทุกคน โดยเฉพาะภาพหน้าปก จึงอาจกล่าวได้ว่าหากเป็นภาพบุคคลสำคัญ ผู้วาดจะเลือกวาดเป็นภาพเหมือนจริง ทั้งรูปร่าง สี แสงเงา อารมณ์ เพื่อให้ภาพมีพลังและมีคุณค่ามากกว่าภาพลายเส้นง่าย ๆ เช่น การ์ตูนทั่วไป

ภาพที่ 1

ที่มา: วิธิต อุตสาหจิต (2559, น. 1)

2. ภาพกึ่งเหมือนจริง คือภาพที่ไม่เน้นความสมจริง และหลักกายวิภาค แต่เน้นลักษณะเด่น หรือลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล สัตว์ หรือสิ่งของนั้น ๆ โดยทั่วไปนิตยสารการ์ตูนจะนิยมวาดภาพล้อเลียนหากต้องการจะอ้างอิงถึงบุคคลที่มีตัวตนจริง แต่สำหรับนิตยสารการ์ตูนฉบับพิเศษนี้ไม่ใช่ภาพล้อเลียน แต่เป็นภาพกึ่งเหมือนจริงที่มีบางส่วนที่คล้ายหรือเป็นอัตลักษณ์บุคคลที่ทำให้ผู้อ่านสามารถนึกถึงบุคคลจริงได้ อาทิ พระพักตร์ที่มีฉลองพระเนตร การทรงงานด้วยฉลองพระองค์ที่คุ้นตาผู้อ่าน พระราชอิริยาบถที่ผู้อ่านประทับใจ ลักษณะการหมอบของคุณทองแดง เป็นต้น

ภาพที่ 2

ที่มา: วิธิต อุตสาหจิต (2559, น. 11)

อย่างไรก็ตาม ผู้วาดเลือกวาดภาพเหมือนจริงและภาพกึ่งเหมือนจริงจากภาพถ่ายที่ประชาชนทั่วไปคุ้นเคยทั้งพระราชประวัติ พระราชกรณียกิจ พระราชจริยาวัตร เพื่อให้เข้าใจง่ายและไม่ต้องตีความว่าบุคคลในภาพเป็นใคร ไม่ว่าจะเลือกวาดด้วยเทคนิคสีอะคริลิก สีน้ำ ลายเส้น หรือกราฟิก ผู้อ่านส่วนใหญ่ก็สามารถทราบได้ เนื่องจากมีความใกล้เคียงกับภาพถ่ายจริง

3. ภาพสัญลักษณ์ คือภาพที่ใช้แทนความหมายของคน สัตว์ สิ่งของ หรือเหตุการณ์ เน้นอารมณ์ความรู้สึก จากการสังเกตของผู้เขียนพบว่าผู้วาดใช้จินตนาการผสมผสานกับบริบทของสังคมและสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงทัศนคติส่วนตัวของผู้วาดลงไปด้วย เช่น ภาพโลกร้องไห้ ภาพประเทศไทยเปลี่ยนเป็นโบดำไว้อาลัย ภาพกระบวนพยุหยาตรา ภาพฝนตกลงมาจากสวรรค์ เป็นต้น ทำให้ภาพสัญลักษณ์เหล่านั้นมีผลต่ออารมณ์ความรู้สึกและความนึกคิดของผู้อ่านได้ตามไปด้วย และสามารถรับรู้ได้หลากหลายมากน้อยแตกต่างกันไป

ภาพที่ 3

ที่มา: วิธิต อุตสาหจิต (2559, น. 120)

ถึงแม้ว่าจะเป็นการ์ตูนแต่การสื่อความหมายในนิตยสารการ์ตูนทั้งสองฉบับนี้ก็ไม่ได้เป็นลักษณะภาพล้อเลียนหรือเสียดสีเหมือนฉบับอื่น ๆ แต่อย่างใด เพราะตามเจตนารมณ์ของผู้ผลิตคือ เพื่อแสดงความอาลัยและน้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณหาที่สุดมิได้แห่งองค์รัชกาลที่ 9

ภาษาภาพกับข้อความประกอบ

ภาษาภาพนับเป็นอวัจนภาษาที่สามารถสื่อสารได้ หากภาษาภาพสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนในตัวเองแล้ว ข้อความประกอบอาจจะไม่จำเป็น ภาพบางภาพผู้อ่านสามารถตีความได้โดยไม่ต้องอาศัยข้อความประกอบใด ๆ เลย โดยผู้อ่านจะซึมซับเองว่าภาพดังกล่าวต้องการสื่อถึงเรื่องอะไร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทัศนคติของผู้วาดและการตีความของผู้อ่านตรงกันผ่านสัญลักษณ์บางอย่างที่ผู้อ่านคุ้นเคย

ภาพที่ 4

ที่มา: วิธิต อุตสาหจิต (2559, น. 73)

แต่หากภาพบางภาพเป็นเพียงภาพประกอบเนื้อหา หรือเป็นภาพที่ขาดรายละเอียดที่ชัดเจน ข้อความประกอบภาพก็เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนิตยสารการ์ตูน เพื่อสื่อสารให้ผู้อ่านเข้าใจตรงกันกับผู้วาด เช่น พระตำหนักวิลล่าวัฒนา ซึ่งปราศจากบุคคล ในภาพ และอ้างอิงจากภาพถ่ายจริงซึ่งเป็นภาพขาวดำ รวมทั้งปัจจุบันพระตำหนักดังกล่าวถูกรื้อไปแล้ว เมื่อถูกนำมาถ่ายทอดเป็นภาพวาดสีน้ำที่แตกต่างไปจากภาพถ่ายจริง แต่ยังคงบรรยากาศโดยรวมไว้ จึงจำเป็นต้องมีข้อความอธิบายประกอบภาพเพื่อให้คนทั่วไปที่ยังไม่เคยเห็นได้เข้าใจตรงกันกับผู้วาด

ภาพที่ 5

ที่มา: วิธิต อุตสาหจิต (2559, น. 32-33)

ขณะเดียวกันผู้ที่อ่านภาษาภาพในภาพเดียวกันก็ยังตีความได้หลากหลายอารมณ์ความรู้สึกด้วย ตามที่อิทธิพล ตั้งโฉลก (2550) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของภาษาภาพไว้ว่าเป็นภาษาที่สื่อความหมายได้อย่างลึกซึ้งในแบบที่ไม่อาจจะใช้ภาษาอื่นมาสื่อแทนกันได้ ภาษาภาพนี้มีอำนาจในการสื่อสารระหว่างมนุษย์มากมายยิ่งกว่าภาษาตัวอักษร แสดงให้เห็นว่าภาษาภาพสื่อความหมายได้มากกว่าข้อความ

ทิพย์สุดา ปทุมานนท์ (2540) กล่าวว่ารสนิยมและประสาทสัมผัสส่วนตัวต่อความสัมพันธ์ของภาพก็มีความสำคัญต่อความเข้าใจภาษาภาพด้วยเช่นกัน

ภาพที่ 6

ที่มา: วิธิต อุตสาหจิต (2559, น. 1)

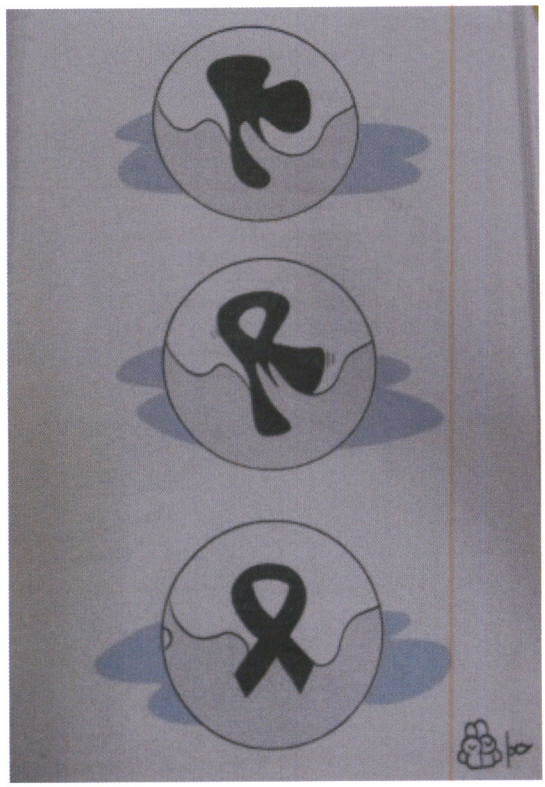
อาทิ ภาพรัชกาลที่ 9 กับยายตุ้ม ผู้อ่านที่ทราบว่าภาพดังกล่าวเป็นภาพใคร และมีอารมณ์ความรู้สึกตรงกันว่าซาบซึ้งในพระมหากรุณาธิคุณ สะท้อนว่าผู้อ่านเคยเห็นและเปรียบเทียบกับภาพถ่ายจริงมาก่อน ทราบข้อมูลและรู้สึกประทับใจต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เมื่อเห็นภาพเหมือนจริงดังกล่าวจึงระลึกถึงความประทับใจในเรื่องราวที่เกิดขึ้นอีกครั้ง

นอกจากนี้ภาษาภาพบางภาพมีความเป็นสากลที่ทุกคนทุกวัยเข้าใจได้ กล่าวคือ ภาพนั้นสามารถสื่อสารด้วยสัญลักษณ์บางอย่างซึ่งเป็นที่เข้าใจกันทั่วไป โดยเฉพาะการ์ตูนในรูปแบบภาพสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นสัญญะที่แทนความหมายใดความหมายหนึ่ง

ดังที่ปุณณิศา สิโรตมาภรณ์ (2552) สรุปจากงานวิจัยตามทฤษฎีสัญญวิทยาว่า ภาพของการ์ตูนเป็นสื่อชนิดหนึ่งที่สามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกไปถึงผู้อ่านโดยใช้ภาพนิ่ง การ์ตูนจึงอาจไม่ได้มีความหมายตามภาพเพียงอย่างเดียว แต่หากยังประกอบไปด้วยความหมายแฝงเร้นจากภาพเช่นเดียวกัน อาทิ ภาพลูกโลกร้องไห้ ภาพประเทศไทยกลายเป็นโบดำ ภาพคนสวมชุดสีดำหลายคนร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ภาพคนมองดูรอยเท้าและเห็นเจ้าของรอยเท้าเป็นคนถือแผนที่

ภาพที่ 7
ที่มา: วิธิต อุตสาหจิต (2559, น. 72)

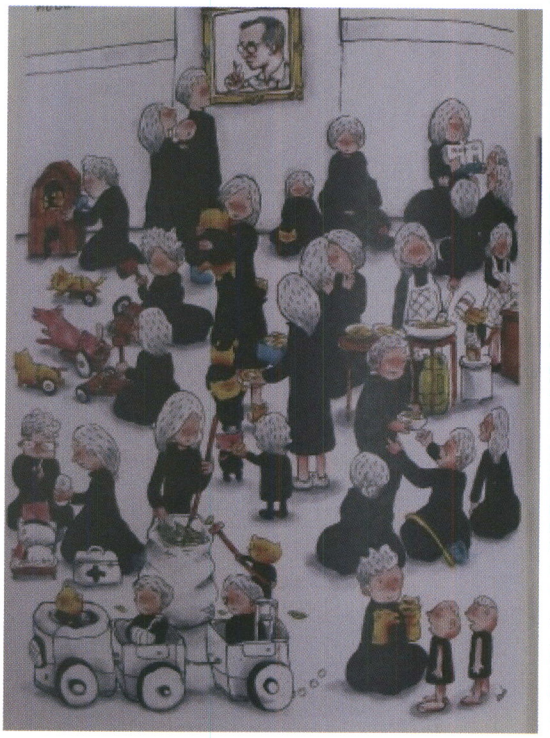
ภาพลูกโลกร้องไห้ ลูกโลก หมายถึง ทั่วโลก ร้องไห้น้ำตาไหล หมายถึง ความโศกเศร้า แผนที่ประเทศไทย หมายถึง ประเทศไทย และสีดำ หมายถึง ความทุกข์ สัญญะของภาพนี้จึงมีความหมายว่าคนทั้งโลกโศกเศร้าเสียใจพร้อม ๆ กับประเทศไทยที่กำลังอยู่ในช่วงเวลาแห่งความทุกข์



ภาพที่ 8

ที่มา: วิธิต อุตสาหจิต (2559, น. 35)

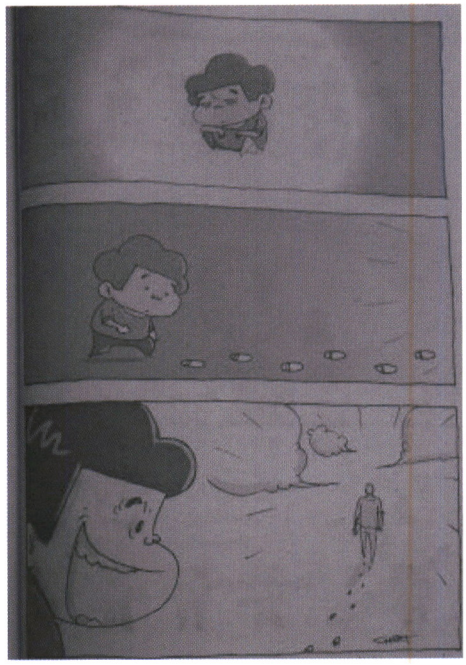
ภาพประเทศไทยกลายเป็นโบดำ แผนที่ประเทศไทย หมายถึง ประเทศไทย โบดำ หมายถึง โบสำหรับไว้อาลัยผู้เสียชีวิต สัญญะของภาพนี้จึงหมายความว่าทั้งประเทศไทยร่วมไว้อาลัยพร้อมกัน



ภาพที่ 9

ที่มา: วิธิต อุตสาหจิต (2559, น. 30)

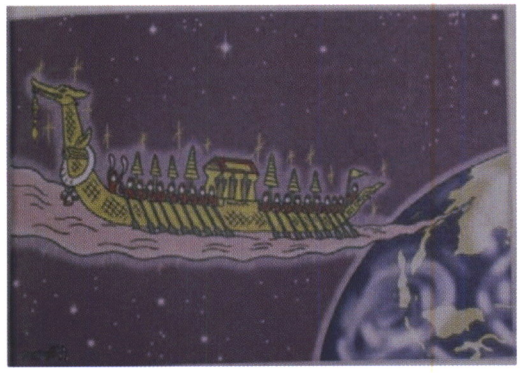
ภาพคนสวมชุดสีดำหลายคนร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ชุดดำ หมายถึง ชุดสำหรับไว้ทุกข์ ภาพในกรอบรูป คือ รัชกาลที่ 9 ซึ่งมีอากัปกิริยาตามพระบรมฉายาลักษณ์จริง สัญญะของภาพนี้คือคนที่ไว้ทุกข์ร่วมกันทำความดีตามพระราชดำรัสของพระองค์ โดยเชื่อมโยงกับเหตุการณ์จริง ณ ขณะนั้น



ภาพที่ 10

ที่มา: วิธิต อุตสาหจิต (2559, น. 97)

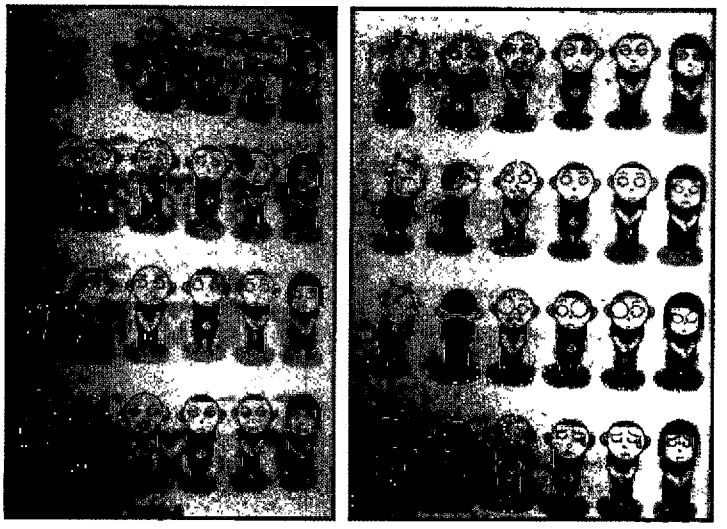
ภาพคนมองดูรอยเท้าและเห็นเจ้าของรอยเท้าเป็นคนถือแผนที่ สีหน้าท่าทางของตัวการ์ตูน หมายถึง คนที่กำลังหมดหวังแล้วสมหวัง ลายเส้นที่เป็นวงรีเล็ก ๆ เรียงต่อกัน หมายถึง ร่องรอยของรองเท้าผู้ชายที่เดินถือแผนที่ หมายถึง รัชกาลที่ 9 ขณะทรงงานต้องมีแผนที่ติดพระองค์ตลอด สัญญะของภาพนี้คือการดำเนินชีวิตตามแนวทางที่ได้พระราชทานไว้ โดยมีข้อความสั้น ๆ กำกับว่า “ตามรอยเท้าพ่อ จะพบทางสว่าง”



ภาพที่ 11

ที่มา: วิธิต อุตสาหจิต (2559, น. 31)

บางภาพแม้เป็นศิลปินต่างชาติเป็นผู้วาด เช่น Stephff (อ้างถึงใน วิธิต อุตสาหจิต, 2559, 31) วาดภาพกระบวนพยุหยาตราลอยจากลูกโลกและแผนที่ประเทศไทย แม้ว่าอาจจะไม่เป็นสากลเท่าใดนัก แต่โดยรวมถือว่าผู้วาดที่เป็นชาวต่างชาติยังสามารถเข้าใจบริบทของสังคมไทยจึงเลือกใช้เรือสุพรรณหงส์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ไทย ถือเป็นสัญญะแทนการเดินทางของพระมหากษัตริย์ แต่เป็นการเดินทางสู่สรวงสวรรค์ที่ผู้วาดจินตนาการว่าอยู่นอกโลก แต่เพื่อความเข้าใจที่ชัดเจนตรงกัน จึงจำเป็นต้องมีข้อความภาษาอังกฤษกำกับด้วย แต่อุปสรรคการสื่อความหมายคือ ถ้าผู้อ่านที่เป็นคนไทยไม่มีความรู้ภาษาอังกฤษ ก็ทำให้การสื่อความหมายดังกล่าวอาจจะไม่ตรงกับทัศนคติของผู้วาดได้



ภาพที่ 12

ที่มา: วิธิต อุตสาหจิต (2559, น. 95-96)

ขณะที่ภาพสัญลักษณ์บางภาพผู้อ่านอาจตีความได้หลากหลายหรือแตกต่างกัน อาทิ ภาพคนชุดดำกับชุดแดง ซึ่งผู้อ่าน 2 คนที่ดูภาพดังกล่าวตีความต่างกัน โดยคนหนึ่งตีความเป็นเรื่องความเหมาะสมในการแสดงออกเพื่อความไว้อาลัยและรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณ ส่วนอีกคนตีความเป็นเรื่องการเมืองและการปิดกั้นสิทธิการแสดงออกส่วนบุคคลที่ไม่ต้องการสวมชุดดำ เนื่องจากมีสีดำและสีแดง ซึ่งผู้วาดเลือกที่จะใช้สีดังกล่าวในภาษาภาพชุดนี้ โดยชุดสีดำคือสัญญะของการไว้ทุกข์ ขณะที่ชุดสีแดงอาจจะนำไปเชื่อมโยงกับกลุ่มการเมืองที่เรียกตัวเองว่าเสื้อแดง

ดังนั้นเพื่อหลีกเลี่ยงการเข้าใจผิดและความขัดแย้งในการใช้สีแดง ซึ่งเป็นสัญญะที่คนบางคนอาจตีความเป็นเรื่องทางการเมือง ก็ควรจะต้องมีข้อความกำกับเพื่อสร้างความหมายที่ตรงกัน ยกเว้น ผู้วาดต้องการเปิดโอกาสให้ผู้อ่านตีความได้อย่างอิสระ หรือต้องการแสดงทัศนคติส่วนตัวที่ประกอบสร้างความหมายขึ้นด้วยสัญญะดังกล่าวก็ได้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การใช้ภาษาภาพสื่อสารกับผู้อ่านนั้น สำหรับภาษาภาพในรูปแบบที่เป็นภาพกึ่งเหมือนจริง และภาพสัญลักษณ์ อาจจำเป็นต้องข้อความประกอบเพื่อให้ผู้อ่านรับรู้และเข้าใจตรงกับทัศนคติของผู้วาด ขณะที่ภาษาภาพที่เป็นภาพเหมือนจริงมีการสื่อสารที่ชัดเจนมากที่สุดข้อความจะมีหรือไม่มีก็ได้ ยกเว้นเป็นภาพเหมือนจริงที่ไม่ใช่ภาพบุคคล

แม้ว่าวัตถุประสงค์ของผู้วาดและผู้ผลิตนิตยสารการ์ตูนฉบับพิเศษทั้งสองฉบับนี้ต้องการจะให้เรื่องราวความประทับใจของรัชกาลที่ 9 เป็นเรื่องที่อ่านง่าย และเด็กสามารถอ่านเข้าใจได้ด้วย แต่อาจไม่ใช่ภาษาภาพทุกภาพที่จะสามารถสื่อความหมายกับผู้อ่านได้หรืออาจสื่อความหมายได้ต่างไปจากทัศนคติของผู้วาด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของแต่ละคน

อย่างไรก็ตาม สัญลักษณ์เหล่านี้อาจเหมาะสมกับช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น หากพ้นช่วงเวลาหรือบริบทแห่งความโศกเศร้านี้ไป การใช้สัญลักษณ์ดังกล่าวอาจไม่เป็นสากลอีกต่อไป กล่าวคือ ภาษาภาพบางภาพไม่สามารถร่วมสมัยได้ในทุก ๆ ยุค ตามทฤษฎีสัญญะว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงกาละ เทศะ บริบท ความหมายของวัตถุชิ้นเดิมจะเปลี่ยนแปลงไป เมื่อสัญญะเปลี่ยนไป เราก็อาจจะมีปฏิกิริยา หรือมีการกระทำต่อสัญญะที่แตกต่างกัน เช่น เมื่อเวลาผ่านไปผู้อ่านอาจจะไม่ได้รู้สึกโศกเศร้ากับภาษาภาพดังกล่าวเท่าปัจจุบัน หรือจำไม่ได้แล้วว่าเป็นภาษาภาพนั้นเกี่ยวข้องกับอะไร

ภาษาภาพแม้จะสื่อสารได้ชัดเจน แต่เมื่อผ่านพ้นไป ความรู้สึกของผู้อ่านรุ่นใหม่หรือรุ่นเดิมเมื่อกลับมาอ่าน อาจจะไม่มีอารมณ์และความรู้สึกเช่นเดิม ดังที่ผู้ผลิตนิตยสารการ์ตูนฉบับพิเศษให้ความเห็นว่า ผู้อ่านอาจยังเข้าใจเนื้อหา แต่ระดับของความรู้สึกอาจจะแตกต่างจากรุ่นปัจจุบัน เนื่องจากความเข้าใจในบริบทสภาพสังคมที่พวกเขาเติบโตและความผูกพันกับรัชกาลที่ 9 อาจจะไม่เท่ากับคนรุ่นที่เติบโตมาใต้ร่มพระบารมีของพระองค์ได้ซึมซับภาพที่พระองค์ทรงงานหนักเพื่อพสกนิกรตลอดมา

การรับรู้ภาษาภาพจากประสบการณ์ ความสนใจ และความรู้

จากการศึกษาเพิ่มเติมของผู้เขียนจากกลุ่มตัวอย่างผู้อ่านภาษาภาพในนิตยสารการ์ตูนฉบับพิเศษทั้งสองฉบับที่มีความหลากลายด้านประชากรศาสตร์ พบว่าทั้งอายุไม่ว่าจะมากหรือน้อย การศึกษาระดับใด อาชีพใด มีถิ่นที่อยู่ในหรือต่างประเทศ ไม่มีผลต่อการรับรู้ภาษาภาพที่กำหนดให้แต่อย่างใด ขณะที่ประสบการณ์ ความสนใจและความรู้เดิมต่างหากที่ส่งผลต่อการรับรู้ของแต่ละคน

สอดคล้องกับ เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (อ้างถึงใน กมลวัฒน์ ยะสารวรรณ, 2547, น. 7) กล่าวว่าสิ่งที่มีผลต่อการรับรู้ของบุคคล ได้แก่ ประสบการณ์เดิม สถานการณ์ ความต้องการและหน้าที่รับผิดชอบของบุคคล

ดังจะเห็นได้จากการตอบแบบทดสอบของผู้อ่านหลาย ๆ คน มีการรับรู้ภาษาภาพจากสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นโดยติดตามจากข่าวพระราชสำนัก ข่าวประจำวัน หรือการแชร์ข้อมูลข่าวสารในสื่อสังคม (Social Media) เช่น เหตุการณ์สวรรคตของรัชกาลที่ 9 เหตุการณ์ช่วยเหลือเกื้อกูลกันที่สนามหลวง เหตุการณ์คนที่ไม่แต่งชุดดำ เป็นต้น ทำให้ผู้อ่านสามารถปะติดปะต่อเรื่องราวได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกันอาชีพของผู้อ่านบางคนจำเป็นต้องค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ปัจจุบันด้วย โดยเฉพาะอาชีพสื่อมวลชน หรือครูอาจารย์ที่ต้องมีความรู้และศึกษาข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อนำมาถ่ายทอดต่อก็จะรับรู้ภาษาภาพได้ดี รวมถึงผู้อ่านที่มีหน้าที่บทบาทความเป็นแม่จะรับรู้อารมณ์ความรู้สึกระหว่างแม่กับลูกเป็นอย่างดีเช่นกัน

ขณะที่สุภาวดี คูหาทอง (อ้างถึงใน กมลวัฒน์ ยะสารวรรณ, 2547, น. 7) กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคลเป็นปัจจัยภายในได้แก่ ความต้องการ คุณค่า ความสนใจ ประสบการณ์เดิม และปัจจัยภายนอกได้แก่ คำแนะนำ คำสั่งสอน ซึ่งก็มีความสอดคล้องพื้นฐานทางความคิดของผู้อ่านบางคนที่ซึมซับคำสั่งสอนของพ่อแม่ครูอาจารย์เกี่ยวกับเรื่องสถาบันพระมหากษัตริย์มาตั้งแต่วัยเด็กจึงรับรู้ภาษาภาพได้ดี

พัชราวัล พันธศิลาโรจน์ (2551) แบ่งปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ปัจจัยที่เกี่ยวกับตัวผู้รับรู้ แบ่งได้เป็น 2 ด้าน คือ

1.1 ด้านกายภาพ หมายถึง อวัยวะสัมผัส ถ้าอวัยวะสัมผัสสมบูรณ์ก็จะรับรู้ได้ดี ซึ่งจากการทดสอบไม่พบปัญหาดังกล่าว ผู้อ่านทุกคนสามารถรับรู้ด้วยการมองเห็นได้เป็นอย่างดี

1.2 ด้านสติปัญญา คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ มีหลายประการ เช่น ความจำ อารมณ์ สติปัญญา ความพร้อม การพิจารณาสังเกต จากการทดสอบพบว่าผู้อ่านมีการพิจารณาสังเกตภาพต่าง ๆ อย่าง รายละเอียดเล็ก ๆ ในภาพซึ่งตรงกับความจำของผู้อ่าน เช่น พระพักตร์ทรงฉลองพระเนตร พระหัตถ์ถือแผนที่ตลอดเวลา คุณทองแดงมักจะหมอบข้าง ๆ ในหลวงรัชกาลที่ 9

2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ได้แก่

2.1 ความรู้เดิม เช่น ผู้อ่านเห็นภาพรัชกาลที่ 9 และมีฝนตกจากสวรรค์ก็รับรู้ความหมายว่าเกี่ยวกับฝนหลวง โดยมีความรู้เดิมเกี่ยวกับโครงการพระราชดำริ หากไม่มีความรู้เดิมมาก่อนก็จะทำให้การรับรู้ผิดไปจากความเป็นจริง ซึ่งจากการทดสอบมีผู้อ่านบางคนที่รับรู้ภาษาภาพบางภาพผิดไปจากข้อเท็จจริง เช่น ภาพพระบรมราชชนกทรงอุ้มพระกุมาร ผู้อ่านเข้าใจผิดคิดว่ารัชกาลที่ 8 เป็นพระราชบิดาของรัชกาลที่ 9 เป็นต้น

2.2 ลักษณะของสิ่งเร้าอาจทำให้การรับรู้คลาดเคลื่อนได้ เช่น ความคล้ายคลึง ความต่อเนื่องของสิ่งเร้า จากผลการทดสอบพบว่า ผู้อ่านบางคนอยู่ต่างประเทศไม่มีโอกาสเห็นภาพพระราชประวัติที่สื่อไทยนำเสนอซ้ำ ๆ แทบทุกสื่อในช่วงเวลาหลังจากรัชกาลที่ 9 สวรรคต จึงขาดการรับรู้สิ่งเร้าอย่างต่อเนื่อง เช่น ภาพขณะยังทรงพระเยาว์ทำให้รับรู้คลาดเคลื่อนไปจากข้อเท็จจริง กล่าวคือผู้อ่านไม่ทราบว่าเป็นภาพของใคร ขณะเดียวกันหากผู้อ่านที่เคยอ่านนิตยสารการ์ตูนฉบับพิเศษทั้งสองฉบับนี้เมื่อได้เห็นภาพเดิมซ้ำอีกรอบ ซึ่งเป็นสิ่งเร้าที่กระตุ้นอย่างต่อเนื่องก็จะส่งผลให้ผู้อ่านจำได้และรับรู้ได้ทันทีว่าเคยเห็นภาพดังกล่าวจากที่ใดและเป็นภาพเกี่ยวกับอะไร

เช่นเดียวกับบัณฑิต เผ่าวัฒนา (2548) ที่มีข้อสรุป ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ นอกจากปัจจัยทางกายภาพของผู้รับรู้ ได้แก่ ระบบประสาทสัมผัสแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านบุคลิกภาพของผู้รับรู้ ได้แก่ ทัศนคติ อารมณ์ ค่านิยม ความต้องการ ความสนใจ ความพอใจ ความรู้ และประสบการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการทดสอบครั้งนี้ที่ผู้อ่านหรือผู้รับรู้มีทัศนคติเชิงบวกต่อสถาบันพระมหากษัตริย์ มีอารมณ์ความรู้สึกที่รัก เคารพ ศรัทธา สำนึกในพระมหากรุณาธิคุณ มีความสนใจในข่าวสาร มีความรู้จากการอ่านหนังสือหรืออินเทอร์เน็ต การดูโทรทัศน์ การฟังจากสื่อบุคคล และมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับรัชกาลที่ 9 มาเป็นเวลานาน ตั้งแต่เด็กจนถึงปัจจุบัน รวมถึงความพอใจและการยอมรับในตัวบุคคล จึงส่งผลให้ซึมซับเรื่องราวได้ดียิ่งขึ้น

อย่างไรก็ดี ผลของการรับรู้ของกลุ่มผู้อ่านดังกล่าวยังพบว่าสอดคล้องกับแนวคิดปรากฏการณ์นิยมแบบตีความ ที่ศึกษามุมมองของผู้รับและรู้ประสบการณ์นั้นโดยตรง ซึ่งประสบการณ์คือการที่บุคคลนั้นได้กระทำหรือพบเห็นมาในช่วงชีวิต โดยในที่นี้ผู้อ่านเป็นผู้ที่เกิดในรัชสมัยของรัชกาลที่ 9 เกือบทุกคน ยกเว้นข้าราชการบำนาญที่เกิดตั้งแต่รัชกาลที่ 8 ฉะนั้นทุกคนจึงมีประสบการณ์ตรงที่ส่งผลให้รับรู้เรื่องราวได้เป็นส่วนมาก และไม่เพียงแต่รับรู้เท่านั้นประสบการณ์ที่ผ่านมายังส่งผลให้ส่วนใหญ่สามารถเข้าใจความคิด ความหมายของภาษาภาพจากทัศนคติของผู้วาดด้วย อาจกล่าวได้ว่า การสื่อความหมายด้วยภาษาภาพจะประสบความสำเร็จ ต้องมุ่งไปเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มคนที่สนใจในเรื่องราวรัชกาลที่ 9 เป็นพิเศษจึงรับรู้ภาษาภาพชุดนี้ได้ดีที่สุด ดังนั้น ผู้ที่ซื้อนิตยสารทั้งสองฉบับนี้นอกจากจะเป็นแฟนประจำของของนิตยสารทั้งสองฉบับแล้ว ยังเป็นผู้ที่สนใจเฉพาะเรื่อง และต้องการซื้อเพื่อเก็บสะสมมากกว่าจะเป็นผู้อ่านทั่ว ๆ ไป

โดยสรุป การสื่อสารด้วยภาษาภาพจากนิตยสารการ์ตูนทั้งสองฉบับนี้ อยู่ภายใต้บริบทแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสถาบันพระมหากษัตริย์ กล่าวคือ คนไทยได้รับการอบรมสั่งสอนและเรียนรู้เรื่องราวของพระมหากษัตริย์ไทยมาตั้งแต่เข้าสู่ระบบการศึกษา ต่อมาถูกหล่อหลอมด้วยสังคม ครอบครัว สภาพแวดล้อม และสื่อมวลชน อย่างข่าวพระราชสำนัก ซึมซับวัฒนธรรมการแสดงความเคารพ และค่านิยมในการแสดงออกในวันสำคัญต่าง ๆ เช่น การสวมเสื้อสีเหลือง การประดับธงชาติและธงอักษรย่อการประดับไฟ มีการเรียนรู้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น พระปรมาภิไธยย่อสีประจำวันพระราชสมภพ ครุฑพ่าห์ เป็นต้น เช่นเดียวกับเหตุการณ์รัชกาลที่ 9 เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2559 ก็ได้ถูกบันทึกเป็นวันประวัติศาสตร์ของไทย และได้มีสัญลักษณ์ที่เป็นที่รับรู้กันเพิ่มขึ้น อาทิ โบดำ เลข 9 เป็นต้น ซึ่งคนส่วนใหญ่ที่มีประสบการณ์ใกล้เคียงกันเมื่ออยู่ในภายใต้บริบทดังกล่าวก็สามารถรับรู้ได้ไม่ต่างกัน

สรุปและข้อเสนอแนะในการใช้ภาษาภาพเพื่อการสื่อสาร

การ์ตูนเป็นภาพวาดสัญลักษณ์แทนบุคคล สัตว์ สิ่งของ หรือสถานที่ใกล้เคียงความจริง แต่ไม่สมจริง เพื่อถ่ายทอดทัศนคติของผู้วาดและสื่อสารไปยังผู้อ่านโดยง่าย ดังนั้นการ์ตูนคือรูปแบบหนึ่งของภาษาภาพที่ใช้สื่อสารผ่านนิตยสารการ์ตูน เนื่องจากกลุ่มผู้อ่านไม่ต้องการรายละเอียดมากทั้งลายเส้นและข้อความ ผู้อ่านไม่ว่าวัยใดหรือการศึกษาใดก็สามารถเข้าถึงง่ายกว่ารูปแบบอื่น สำหรับนิตยสารการ์ตูนฉบับพิเศษทั้งสองฉบับนี้

มีความแตกต่างไปจากนิตยสารการ์ตูนทั่วไป นอกจากเนื้อหาที่มีความพิเศษแล้ว รูปแบบการสื่อสารด้วยภาษาภาพยังแตกต่างด้วย โดยเฉพาะการใช้ภาพเหมือนจริง ซึ่งนับเป็นครั้งแรกของนิตยสารการ์ตูนที่ไม่ใช้ภาพการ์ตูนสื่อสารกับผู้ทั้งฉบับ ทำให้นิตยสารดังกล่าวมีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งผู้อ่านประจำก็ยอมรับและสนับสนุนเช่นเดิม

ฉะนั้น หากต้องการใช้ภาษาภาพเพื่อสื่อสารให้สัมฤทธิ์ผล กรณีที่หากนิตยสารการ์ตูนขายหัวเราะและมหาสนุกจะจัดทำฉบับพิเศษอีกในอนาคต จำเป็นต้องคำนึงถึง “หัวข้อ” และ “วาระ” ของฉบับพิเศษเป็นสำคัญ โดยผู้ผลิตมองว่าจะต้องเหมาะสมที่สำคัญคือต้องเหมาะกับ “ตัวตน” (Character) ของแบรนด์ขายหัวเราะและมหาสนุก รวมทั้งเป็นเนื้อหาที่เหมาะที่ขายหัวเราะและมหาสนุกจะเป็นคนพูด มีความถนัดที่จะทำและเหมาะสมกับความต้องการของผู้อ่านของนิตยสารด้วย

อย่างไรก็ตาม สำหรับศิลปินผู้วาดที่สร้างสรรค์ภาษาภาพในนิตยสารการ์ตูน แม้จะถ่ายทอดภาพออกมาอย่างตรงไปตรงมา แต่บางครั้งอาจจะมีสัญญะบางอย่างที่ทำให้ต้องตีความและเกิดการรับรู้ของผู้อ่านที่แตกต่างกันออกไป ฉะนั้น ศิลปินผู้วาดต้องศึกษาและวิเคราะห์ผู้อ่านด้วยว่า แต่ละคนมีประสบการณ์ความรู้ความสนใจแตกต่างกัน เช่น กรณีภาพคนสวมชุดดำกับชุดแดง เป็นต้น ผู้วาดอาจไม่มีเจตนาสื่อถึงความหมายทางการเมือง เมื่อใช้สัญลักษณ์ที่เป็นสีแดงจึงถูกมองเป็นประเด็นทางการเมืองได้หากผู้อ่านมีความรู้หรือประสบการณ์ในเรื่องดังกล่าวมาก่อน และอาจก่อให้เกิดความขัดแย้งหรือข้อถกเถียงจากการใช้ภาษาภาพในการสื่อสารที่กำกวมได้

ในแง่ของผู้ผลิตสื่อที่ไม่ใช่นิตยสารการ์ตูน การนำภาษาภาพมาใช้ประโยชน์ในงานสื่อสารมวลชนอื่น ๆ อาทิ งานโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ โฆษณา มิวสิควิดีโอ หรือคลิปวิดีโอต่าง ๆ หากจะใช้ภาษาภาพโดยปราศจากข้อความประกอบหรืออวัจนภาษา เพื่อต้องการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารตีความจากการรับรู้ของแต่ละคนเอง ผู้ผลิตควรจะนำเสนอให้ชัดเจนไม่คลุมเครือและผ่านสื่อที่ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เพื่อป้องกันการสื่อความหมายที่ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ หรือผิดไปจากข้อเท็จจริง

รายการอ้างอิง

กมลวัฒน์ ยะสารวรรณ. (2547). **การรับรู้กฎระเบียบของพนักงานท่าเรือแหลมฉบัง.** การศึกษาปัญหาพิเศษปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขานโยบายสาธารณะ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

ทิพย์สุดา ปทุมานนท์. (2540). **ภาษาภาพ.** กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บัณฑิต เผ่าวัฒนา. (2548). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการปัญหาน้ำเสียในคลองแม่ข่าตำบลช้างคลาน เทศบาลนครเชียงใหม่**. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปุณณิศา สิโรตมาภรณ์. (2552). **การถ่ายทอดวัฒนธรรมอีสานผ่านหนังสือการ์ตูนหนูหิ่นอินเตอร์ในกลุ่มนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิมพิชา อุตสาหจิต. (2560). สัมภาษณ์, 23 มกราคม 2560.

พัชราวัล พันธศิลาโรจน์. (2551). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเรียนรู้.** กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.

วิธิต อุตสาหจิต. (2559). **ขายหัวเราะ ฉบับรอยยิ้มของพระราชา**. กรุงเทพฯ: บรรลือสาส์น.

_____. (2559). **มหาสนุก ฉบับเมื่อเจ้าชายกลายเป็นพระราชา**. กรุงเทพฯ: บรรลือสาส์น.

อิทธิพล ตั้งโฉลก. (2550). **แนวทางการสอนและสร้างสรรค์จิตรกรรมขั้นสูง**. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.