

“บทวิเคราะห์ผลงานศิลปะ เร็ว แรง เกิน และทองเนื้อเก้า ของนาย ธีรพล หอสง่า”^{*}

Art Review “Too Fast Too Furious and Golden Bike” by Teerapon Hosanga

ธีรพล หอสง่า (Teerapon Hosanga)^{**}

บทคัดย่อ

บทวิเคราะห์ผลงานศิลปะชื่อ เร็ว แรง เกิน และทองเนื้อเก้า เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “ประติมากรรมสื่อใหม่ : รูปแบบและรสนิยมในศิลปะยกล้อ” โดยวิทยานิพนธ์มีวัตถุประสงค์ของวิจัย 3 ข้อดังนี้ 1. ศึกษาแนวคิดและกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ผ่านรสนิยมและรูปแบบที่ปรากฏบนรถมอเตอร์ไซด์ซอปปเปอร์แบบไทย 2. สำรวจรูปแบบของการสร้างสรรค์ที่ปรากฏเป็นรูปลักษณ์ของยานพาหนะในวัฒนธรรมซอปปเปอร์ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์เชิงปัจเจกและอัตลักษณ์เชิงกลุ่ม 3. สร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมที่ผู้ชมสามารถสวมอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซอปปเปอร์ ด้วยรูปแบบการตกแต่งดัดแปลง และรสนิยมสมัยนิยมที่หล่อหลอมปรากฏการณ์ที่ศึกษา (มอเตอร์ไซด์) มานำเสนอโดยขยายให้ลึกเกินและเด่นชัดด้วยผลงานประติมากรรม

ผลงานประติมากรรมในงานวิทยานิพนธ์นี้ เป็นผลจากการรวบรวมข้อมูล การเก็บข้อมูลภาคสนาม ผ่านการสัมภาษณ์ การสังเกต และกระบวนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล เพื่อสร้างสรรค์เป็นผลงานประติมากรรมทั้งหมด 4 ชิ้นโดยแบ่งพัฒนาการของผลงานออกเป็นสองช่วง ผลงานช่วงแรกคือผลงานสามชิ้นประกอบด้วย คิงส์คะนองนา เร็วแรงเกิน และนักสูดลาดสด ผู้วิจัยใช้ผลการวิเคราะห์ผลงานประติมากรรม และผลที่ได้จากการนำเสนอผลงานในนิทรรศการมาพัฒนาเป็นผลงานช่วงที่สอง เป็นผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4 ในงานงานวิทยานิพนธ์เพื่อให้ผลงานชิ้นที่ 4 ชื่อทองเนื้อเก้าตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้สมบูรณ์ที่สุด

ผลงานประติมากรรมที่นำมาวิเคราะห์ในบทความนี้ ประกอบด้วยผลงานชื่อ เร็ว แรง เกิน ซึ่งมาจากการวิจัยสร้างสรรค์ในระยะแรก กับผลงานชื่อ ทองเนื้อเก้า ซึ่งเป็นผลงานวิจัยสร้างสรรค์ขั้นสุดท้ายที่ใช้ข้อสรุปจากการวิเคราะห์ผลงานในสามชิ้นก่อนหน้า มาพัฒนาให้กลายเป็นผลงานประติมากรรมที่นำเสนอประเด็นการครอบครองอัตลักษณ์แบบซอปปเปอร์ในวัฒนธรรม ซอปปเปอร์แบบไทยให้ชัดเจนที่สุดตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

คำสำคัญ : ประติมากรรมสื่อใหม่ วัฒนธรรมซอปปเปอร์ รูปแบบ รสนิยม อัตลักษณ์

^{*} บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ในหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิตเรื่อง “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบและรสนิยมในศิลปะยกล้อ” สาขาวิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

This article is part of a DFA. Thesis on the subject. “NEW MEDIA SCULPTURE : STYLE AND TASTE IN WHEELIE ART” disciplines of Visual Arts, Faculty of Fine and Applied Arts. Chulalongkorn University

^{**} นิสิตในหลักสูตร ปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต ” สาขาวิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โทรศัพท์ 0890567867, อีเมล: teeraponhosanga@hotmail.com อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์กมล เผ่าสวัสดิ์

DFA Student Department of Visual Arts, Faculty of Fine and Applied Arts. Chulalongkorn University.
Tel: 0890567867 E-mail: teeraponhosanga@hotmail.com Advisor: Associate Professor Kamol Phaovasasdi.

Abstract

An article analyzing two artworks – ‘Too Fast Too Furious’ and ‘Golden Bike’ – is part of a PhD Thesis entitled “New Media Sculpture: Style and Taste of Wheelie Art”. The thesis objectives include 1) To study concepts and procedures of identity creation through style and taste that appear on Thai styled Chopper motorcycle 2) To survey style of creation that appears on vehicles in Chopper culture, which play an important role in creating individual and group identities 3) To create new media sculptures that allow audiences to embrace the identity based on Chopper culture through the style and taste of Chopper decoration and phenomenon. The sculptures are presented in a manner of being exaggerated and overemphasized.

Four sculptures of this thesis are a result of data collection, fieldworks, interviews, observations, analyzing and synthesizing processes. The development of the sculptures can be divided into two periods. Period one: three sculptures are created; they include ‘King Kanongna’, ‘Too Fast Too Furious’, and ‘Transporter’. The analysis of the three works contributes to sculpture developed during Period Two, which can be investigated from the final piece entitled ‘Golden Bike’. This piece fully responds to the objectives.

The two sculptures presented in this article include ‘Too Fast Too Furious’ from period one and ‘Golden Bike’, in period two, resulted from the analytical conclusion of the first three pieces of sculpture. The final sculpture presents the issue focusing on the embrace of Chopper identity in Thai style Chopper culture.

Keywords: New Media Sculpture, Chopper Culture, Style, Taste, Identity

บทนำ

ปัจจุบันปรากฏการณ์การใช้รถมอเตอร์ไซค์ขนาดใหญ่ได้รับความนิยมมากขึ้น รถมอเตอร์ไซค์ขนาดใหญ่ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการแสดงอัตลักษณ์ของผู้เป็นเจ้าของ เนื่องจากวัตถุสามารถบอกสถานะตัวตนและรสนิยมการใช้ชีวิตของผู้เป็นเจ้าของในที่สาธารณะได้ วัตถุหนึ่งชิ้นสามารถบอกได้ว่าผู้เป็นเจ้าของอยู่ในชนชั้นใด เป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์ ทำให้ตนเองไม่เหมือนคนอื่นโดยผ่านสินค้าที่ตนบริโภค และกลุ่มอัตลักษณ์ของมอเตอร์ไซค์ที่มีความโดดเด่นคือกลุ่ม มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์

มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์เป็นสินค้าที่มีราคาสูง ในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยก็มีความต้องการเป็นเจ้าของมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ เป็นความต้องการบริโภคเพื่อแสดงอัตลักษณ์เช่นกัน แต่ไม่ได้เป็นไปเพื่อการเลื่อนสถานะทางชนชั้น หรือเลียนแบบชนชั้นที่สูงกว่าเท่านั้น เป็นการสร้างพื้นที่แสดงตัวตน ก่อร่างสร้างวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม สร้างปริบทของตนเอง เพื่อให้หลุดพ้นจากกรอบทางชนชั้นและความเป็นคนชายขอบที่ผู้อื่นมอบให้ โดยสร้างรูปแบบ (style) ที่ไม่สามารถใช้แนวทางชนชั้นมาตรวจสอบวัดคุณค่าได้ง่ายนัก

มนุษย์ใช้วัตถุที่ตนครอบครองเพื่อสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ สะท้อนวิถีชีวิตและรสนิยมของผู้เป็นเจ้าของ รูปแบบลีลา (style) เป็นสัญลักษณ์เชิงสุนทรียะ ที่แสดงรสนิยมส่วนตัวและสถานะทางชนชั้น การสร้างความหมายทั้งหมดนี้ปรากฏให้เห็นได้เด่นชัดในรถมอเตอร์ไซค์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถพกติดตัวหรือนำพาเคลื่อนที่ไปไหนมาไหนได้สะดวกในที่สาธารณะ ดังนั้นงานศิลปะที่สามารถเคลื่อนที่ไปไหนมาไหนได้ในที่สาธารณะโดยใช้เค้าโครงจากรถมอเตอร์ไซค์ จึงน่าจะเป็นสื่อที่เหมาะสมที่จะนำมาสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมที่มีลักษณะผสมผสานและใช้การหยิบยืมรูปแบบการสร้างสรรค์ที่ปรากฏบน การดัดแปลงตกแต่งประดับประดายานพาหนะที่เลียนแบบรสนิยมศิลปะและสินค้าราคาแพง นั้นน่าจะสามารถสะท้อนอัตลักษณ์บนท้องถนน ทักษะคติ ความเชื่อ การใช้ชีวิตในกระแสโลกาภิวัตน์ของคนในสังคมไทยปัจจุบัน ผ่านประติมากรรมที่ใช้ รูปแบบและรสนิยมจากรถมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์

ผลงานประติมากรรมในวิทยานิพนธ์ชื่อ ประติมากรรมสื่อใหม่ : รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ นี้ผู้วิจัยคาดหวังว่ากระบวนการสร้างสรรค์ดังกล่าว จะแสดงให้เห็นกระบวนการสร้างพื้นที่เฉพาะนอกเขตการแบ่งลำดับชั้นทางสังคม เป็นพื้นที่แสดงออกทางรสนิยม สุนทรียะ และบ่งบอกตัวตนของคนในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ รวมทั้งสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม บนพื้นฐานเดียวกันกับการขับขี่รถมอเตอร์ไซค์ มาใช้เป็นวิธีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงาน เพื่อสร้างการรับรู้สุนทรียะแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ได้แก่ ความสนุก ความภาคภูมิใจ เท่ และดุดัน ผ่านการนั่งคร่อม หรือขับขี่ผลงานประติมากรรม

วิธีการวิจัยสร้างสรรค์

ในงานวิจัยขั้นนี้ผู้วิจัย เลือกใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลภาคเอกสารและข้อมูลภาคสนามเกี่ยวกับวัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีทางสังคมศาสตร์

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่เราารู้สึกว่าเป็นเราหรือพวกเรา และมีความแตกต่างไปจากพวกเขาหรือคนอื่น กลุ่มอื่น อัตลักษณ์ไม่จำเป็นต้องมีเพียงหนึ่งเดียว แต่อัตลักษณ์สามารถมีหลากหลายลักษณะที่ประกอบกันขึ้นเป็นเราและพวกเรา อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่แต่เดิมในธรรมชาติแต่ถูกสร้างโดยสังคม (Social Construct) กระบวนการสร้างอัตลักษณ์เกิดขึ้นพร้อมๆ กับการสร้างความเหมือน¹

อัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์สามารถเรียกว่าเป็นวัฒนธรรมย่อย ที่มีรูปแบบลักษณะมองเห็นได้ชัดเจนจากองค์ประกอบภายนอกที่มีลักษณะเฉพาะ อัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์คือ รูปแบบอัตลักษณ์ที่แสดงออกผ่านการตกแต่งดัดแปลงมอเตอร์ไซค์ การแต่งกาย และการใช้ชีวิตที่เน้นความเป็นชาย รักอิสระเสรี ไม่เป็นไปแนวทางปฏิบัติของคนในสังคมส่วนใหญ่ ถูกมองว่าชอบใช้ความรุนแรงต่อต้านสังคม และมักจะมีส่วนยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด ทั้งที่ความเป็นจริงมีคนเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีพฤติกรรมด้านลบ

1.2 วัฒนธรรมทางสายตา

เมื่ออารยธรรมมนุษย์พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว เปลี่ยนจากสังคมเกษตรกรรมเข้าสู่ยุคแห่งการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วและสื่ออยู่รายรอบตัวเรามากกว่าอดีต สิ่งแวดล้อมของเราเต็มไปด้วยภาพ เช่น ภาพถ่าย ภาพผลงานศิลปะ ภาพโฆษณาบนท้องถนน ภาพบนสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์และสื่อออนไลน์บนมือถือท่ามกลางข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นนับเป็นล้านชิ้น เราสามารถเรียกปรากฏการณ์นี้ได้ว่า วัฒนธรรมทางสายตา และเราสามารถเรียนรู้ได้ด้วยความสามารถในการรับรู้ทางสายตา (intelligence of visual perception) ในการบริโภคข้อมูล²

วัฒนธรรมทางสายตานี้เริ่มต้นมาจากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม โดยใช้อ่านอย่างละเอียด หมายถึงการวิเคราะห์ตรวจสอบวรรณกรรมชิ้นหนึ่งๆ จากตัวบท (text) และบริบท (context) แวดล้อมหนึ่งๆ และในทางประวัติศาสตร์ศิลป์ก็ใช้วิธีเดียวกันกับการศึกษาศิลปะ ด้วยการอ่านอย่างละเอียดเช่นกัน จนพัฒนาเป็นวิธีการอ่านของวัฒนธรรมทางสายตา โดยทฤษฎีย่อยต่างๆ เป็นเครื่องมือในการถอดรหัส หรือการอ่านวัฒนธรรมทางสายตาในเชิงลึก ในวิทยานิพนธ์นี้ใช้ทฤษฎีเพื่ออ่านวัฒนธรรมทางสายตาเกี่ยวกับวัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์ ดังนี้

¹ อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). **อัตลักษณ์ (Identity)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. หน้า 32

² สมเกียรติ ตั้งมโน. (2549). **มองหาเรื่อง: วัฒนธรรมทางสายตา**. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. หน้า 5.

1.2.1 การบริโภคสัญลักษณ์ (Consumption of Sign) เฟอดินาน เดอ โซซู (Ferdinand De Saussure) ได้อธิบายเอาไว้ว่า สัญลักษณ์นั้นเกิดเพราะความแตกต่าง (difference) มาประยุกต์ใช้อธิบายเรื่องการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ เนื่องจากในทางหนึ่งสัญลักษณ์สามารถตอบสนองความปรารถนาที่จะมีความหมายทางสังคม ยกตัวอย่างเช่น การครอบครองรถยนต์ไฮลักซ์แบบใดแบบหนึ่ง เพื่อที่จะนำเอาเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับรถรูปแบบนั้น และการใช้งานมาคุยกับกลุ่มคนที่ชอบรถไฮลักซ์เหมือนกันให้เกิดความพอใจแล้วยอมรับเข้ากลุ่ม เป็นต้น และสามารถตอบสนองความต้องการที่จะมีเอกลักษณ์แตกต่างจากผู้อื่นอีกด้วย เช่น การนำเรื่องราวเกี่ยวกับรถไฮลักซ์หรือการใช้งานการขี่ท่องเที่ยวมาเล่าให้คนที่ไม่เคยมีรถไฮลักซ์หรือไม่เคยขี่ท่องเที่ยวฟัง ย่อมทำให้เกิดความรู้สึกแตกต่าง และรู้สึกเหนือกว่า สัญลักษณ์มีอิทธิพลในการกำหนดแบบแผนของการบริโภค รวมทั้งกำหนดขอบเขตทางวัฒนธรรม ได้แก่ ระดับชนชั้น (class) รสนิยม (taste) และคุณภาพของผู้บริโภค³

1.2.2 สี่แม่แบบในทางฝ่ายชาย The Four Archetypes of Mature Masculine

ในโลกของมอเตอร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมอเตอร์ไฮลักซ์แบบซูปเปอร์ ผู้ใช้งาน ช่าง ดีไซน์เนอร์ ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เป็นชายเกือบทั้งหมด อาจมีผู้หญิงอยู่บ้าง แต่ไม่มีปริมาณและบทบาทที่มากเพียงพอที่จะทำให้กลายเป็นปัจจัยร่วมในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นความเหมาะสมที่จะเลือกแนวคิดทฤษฎีสี่แม่แบบของความเป็นชายมาใช้ในการศึกษา ทำความเข้าใจข้อมูลที่ได้จากการศึกษาภาคเอกสารและการศึกษาภาคสนาม

โรเบิร์ต แอล มัวร์ (Robert L. Moore, 1942 - 2016) และ ดักลาส จิลเลต (Douglas Gillette) ได้เสนอแบบแผนในการสำรวจพฤติกรรมร่วมสมัยของผู้ชายและภาพลักษณ์ต่างๆ เกี่ยวกับความเป็นชายในหนังสือ King, Warrior, Magician, Lover: Rediscovering the Archetypes of the Mature Masculine (1991) โดยหนังสือเชื่อว่าการที่จะเป็นชายอย่างสมบูรณ์ (complete man) ผู้ชายคนนั้นต้องพัฒนาทั้งสี่ด้านของ Archetypes ซึ่งได้แก่ King, Warrior, Magician, Lover (KWML) ซึ่งแนวคิดเรื่อง Archetypes นี้มีพื้นฐานมาจากจิตวิทยาสายคาร์ล จุง Carl Gustav Jung (1875-1961)⁴

2. แนวคิดทฤษฎีทางศิลปะที่เกี่ยวข้อง

2.1 ศิลปะสื่อใหม่ (New Media Art) ศิลปะสื่อใหม่ ในช่วงเวลา ค.ศ. 1997 จะเป็นคำอธิบายศิลปะที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานจากประดิษฐ์กรรมเทคโนโลยีดิจิทัลที่สร้างประสบการณ์การรับรู้แบบ Virtual Reality แต่ก็มีศิลปะสื่อใหม่จำนวนไม่น้อยที่ไม่ได้ถูกผลิตจากเทคโนโลยีดิจิทัลเท่านั้น ความหมายของศิลปะสื่อใหม่จึงอาจแบ่งได้ออกเป็นสองส่วน

ส่วนแรกคือศิลปะที่มีความสัมพันธ์กับเทคโนโลยี โดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ เช่น Robot Art ความสัมพันธ์ระหว่างศิลปะกับเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยียุคหิน เทคโนโลยีแบบอุตสาหกรรม เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น ส่วนที่สอง มีพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ที่ได้รับอิทธิพลจาก สื่อศิลปะ (Media Art) เดิมไม่ว่าจะเป็น Assemblage, Mixed Media, Collage, Photomontage ที่มาใช้ร่วมกับสื่อสมัยใหม่ (New Media) อย่าง กล้องถ่ายภาพ กล้องวิดีโอ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยเครื่องมือเหล่านี้ถูกนำมาใช้รองรับแนวคิดของศิลปิน

³ กาญจนา แก้วเทพ. (2541). การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ : แนวคิด และตัวอย่างงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : หจก ภาพพิมพ์. หน้า 140.

⁴ อริชัย อรรถอุดม, สราวุธ อนันตชาติ. (2553). “การพัฒนาแนวคิดและมาตรฐานต้นแบบตราสินค้าวิบุรุษในเชิงการสื่อสารการตลาด” วารสารนิเทศศาสตร์. 28, 4, หน้า 3-4.

มากกว่าจะเป็นแค่เครื่องที่สร้าง effect ต่างๆ เท่านั้น สื่อศิลปะและสื่อสมัยใหม่นี้เองที่รวมกันกลายเป็นศิลปะสื่อใหม่⁵

2.2 ป๊อป อาร์ต (Pop Art) และนีโอ ป๊อป (Neo Pop)

ปลายศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมาจบจนครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา พลังต่างๆ จากทั้งวงการอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมวัฒนธรรม ทำให้ศิลปะชั้นสูงราคาถูกลง และมีวงจำหน่ายกันแพร่หลาย รวมทั้งพลังจากวงการวิชาการและรสนิยมของประชาชนก็ได้ผลักดันให้วัฒนธรรมประชานิยมที่เป็นวัฒนธรรมของคนธรรมดาๆ ชาวบ้านหรือวัฒนธรรมในวิถีชีวิตธรรมดาๆ กลายเป็นกระแสของศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญของศตวรรษที่ 20 ขึ้นมาได้ Pop Art เป็นชื่อที่ ลอเรน อัลโลเวย์ Lawrence Alloway (1926 - 1990) เสนอขึ้นสำหรับเรียกศิลปะแนวใหม่ และให้ความหมายว่าเป็นการใช้เรียกการผลิต การแปรรูป การถอดแบบ การบริโภคสื่อต่างๆ แต่เขายังไม่ได้หมายถึงงานศิลปะที่ได้แรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมประชานิยม⁶

นีโอป๊อปเป็นงานศิลปกรรมที่รับอิทธิพลทางแนวคิดมาจากแนวคิดหลังสมัยใหม่ ที่เกิดขึ้นราวปี ค.ศ.1980 เป็นต้นมา และยังหมายถึงรูปแบบของงานศิลปะที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะป๊อปอาร์ตอีกด้วย ศิลปินที่ได้รับการจำแนกว่าเป็นศิลปินนีโอป๊อป เช่น ทาคาชิ มูราคามิ (Takashi Murakami) เจฟฟ์ คูนส์ (Jeff Koons) และมีความเกี่ยวข้องกับการทำงานแบบหิปปี้ (appropriation) เพราะ ป๊อปอาร์ตต้องนำรูปแบบหรือภาพที่เป็นที่รู้จักดีในสังคมมาผลิตซ้ำ ดัดแปลง เสียดสี ล้อเลียนตามแต่เป้าหมายของศิลปิน

2.3 Appropriation Art แอปพร็อพริเอชัน อาร์ต ศิลปะแห่งการหยิบยืม

เอกลักษณ์สำคัญของศิลปะแอปพร็อพริเอชันนั้น คือ การหยิบยืม (borrow) รูปแบบงานศิลปะในอดีตหรือในประวัติศาสตร์หรืองานศิลปะของศิลปินคนอื่น ๆ ไม่ว่าจะยุคใดสมัยใด ซึ่งส่วนมากจะเป็นที่รู้จักคุ้นเคยของคนในวงการศิลปะและคนทั่วไป มาสร้างใหม่ด้วยการผสมผสานกับงานของศิลปินผู้หยิบยืม ในบริบทใหม่มีความหมายใหม่ ซึ่งจะเป็นไปตามความคิดหรือความต้องการของศิลปินที่มีความหลากหลาย⁷

ในผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อจะใช้หลักการหยิบยืมทั้งรูปแบบและแนวคิดรสนิยมที่ปรากฏอยู่ในวัฒนธรรมฮ็อปปเปอร์ มาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมโดยไม่เน้นการเปลี่ยนแปลงเนื้อหา แต่เน้นการถ่ายทอดแนวคิดรสนิยม และหลักสุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมฮ็อปปเปอร์ให้ผู้ชมสามารถรับรู้หลักสุนทรียภาพดังกล่าวได้โดยการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม

3. การเก็บข้อมูลภาคสนาม

3.1 ข้อมูลพื้นฐานของรถมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมฮ็อปปเปอร์ (ในประเทศไทย)

มอเตอร์ไซค์ฮ็อปปเปอร์หมายถึง รถมอเตอร์ไซค์ที่ทำการดัดแปลงตกแต่งจากทรงครุยเซอร์ หรือมอเตอร์ไซค์ทรงผู้ชาย ที่เริ่มแรกจากการเน้นประสิทธิภาพในการทำงานไปสู่การพัฒนาไปในทิศทางของความสวยงามศิลปะ และสุนทรียะเฉพาะของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย เช่น การลดน้ำหนักของชิ้นส่วนที่ไม่จำเป็นออก เปลี่ยนชิ้นส่วนที่สร้างขึ้นใหม่ เช่น โช๊คหน้ายาว ล้อใหญ่ เฟ้นท์สีฉูดฉาดและบังโคลน รวมทั้งการชุบโครเมียมให้เกิด

⁵ ทศนัย เศรษฐเสรี. (2557). “สื่อ ความหมาย มิติทางประวัติศาสตร์ และการปรับเปลี่ยนของสังคม” สະບັດ รัต พัด เหวียง : การศึกษาสื่อศิลปะเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของสังคมร่วมสมัยของไทย. (กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยศิลปากร. หน้า 38.

⁶ เคลาส์ ฮอนเนท. (2541). ป๊อป อาร์ต แปลโดย บุศยมาศ นันทวัน. (กรุงเทพมหานคร : เดอะเกรทไพนอาร์ท. หน้า 5-6.

⁷ สมพร รอดบุญ. (2555). “ศิลปะแอปพร็อพริเอชัน” ใน สุนทรียภาพและการแสดงงานศิลปกรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 58. กรุงเทพมหานคร. หน้า 80.

ความมั่นคง การตกแต่งดัดแปลงแบบนี้ได้รับความนิยมในอเมริกาช่วงปี ค.ศ.1970 – 1980 และได้แพร่หลายมายังประเทศไทยในช่วงสงครามเวียดนามผ่านสื่อและชาวต่างชาติตามเมืองท่องเที่ยวหลายแห่งในประเทศไทย

การดัดแปลงตกแต่งมอเตอร์ไซค์ นั้นไม่เพียงเพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างของรถเพื่อเปลี่ยนรูปทรงของรถเท่านั้น แต่ยังเป็นการปรับเปลี่ยนท่าทางของผู้ขับขี่ไปด้วย เช่น เปลี่ยนแฮนด์สูงเพื่อเวลาขี่ต้องยกแขนสูงและกางออก ทำให้ผู้ขี่ดูตัวใหญ่น่าเกรงขาม หรือแฮนด์ชิดกันและยื่นไปด้านหน้า ท่าทางผู้ขี่ก็จะเหมือนกำลังชูกำปั้น ยึดตรงไปด้านหน้า โดยจะตัดสินใจโดยรสนิยมและจิตของเจ้าของรถ เพราะเห็นรถจะเหมือนเห็นเจ้าของ

3.2 รูปแบบการตกแต่งดัดแปลงยานพาหนะในวัฒนธรรมฮอปเปอร์

รูปแบบอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์นั้นเกิดจากการตกแต่งดัดแปลงมอเตอร์ไซค์ เพื่อให้ตอบสนองความพึงพอใจ ให้เกิดความรู้สึกที่ไม่เหมือนมอเตอร์ไซค์ทั่วไปเป็นหลัก ไม่เน้นคุณค่าใช้งานแต่เน้นคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ การดัดแปลงทรงของมอเตอร์ไซค์นั้น นอกจากจะสร้างอัตลักษณ์ของตัวมอเตอร์ไซค์เองแล้วยังเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของผู้ขี่อีกด้วย เช่น การเปลี่ยนใช้คานยาวและแฮนด์ที่สูงก็เป็นการเปลี่ยนท่าทางในการนั่งของผู้ขี่ไปด้วย จนทำให้แบบกางขากางแขน หลังตรงยกแขนสูงกลายเป็นอัตลักษณ์ของคนในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ไปด้วย

กฎกติกาในการดัดแปลงรถฮอปเปอร์นอกจากลักษณะทางกายภาพแล้ว อาจมองว่าไม่มีกฎเกณฑ์และหลักการทางความคิดที่ตายตัวนัก แต่ยังพอมีข้อบ่งชี้ได้ว่าฮอปเปอร์ในทางแนวคิดต้องเป็นอย่างไร การตกแต่งประดับประดาในมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์เป็นไปเพื่อสื่อความหมายที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และไม่สามารถอ่านความหมายได้ แต่เน้นการนำเสนอภาพรวม หรือบรรยากาศที่มี อิม (theme) ในการตกแต่งเท่านั้น เช่น อิมหัวกะโหลก อิมแฟนตาซี อิมน่ารัก เป็นต้น

ผู้วิจัยจึงพอสรุปได้ว่า นิยามของอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์นั้น แม้ประกอบขึ้นจากรูปแบบที่หลากหลาย แปรเปลี่ยนได้ตลอดเวลาในส่วนของรายละเอียด แต่สิ่งที่ต้องคงไว้คือ อิม อันเป็นสาระสำคัญของการตกแต่งดัดแปลงมอเตอร์ไซค์ให้เป็นทรงครุยเซอร์ในแบบที่เน้นความเท่ ความสนุกสนานมาก่อน โดยไม่คำนึงถึงความสะดวกสบายและประสิทธิภาพในการใช้งานแต่อย่างใดลักษณะของอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ที่ได้กล่าวมาสามารถช่วยในการทำความเข้าใจสิ่งที่เรียกว่า สุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ขึ้นมาในระดับหนึ่ง

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยกลุ่มประชากรสองกลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าระดับบน และกลุ่มผู้บริโภคระดับล่าง โดยวิธีการตอบแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ พูดคุย และการสังเกตการณ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

ผู้บริโภคสินค้าระดับบน ในงานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์การแบ่งจากรถมอเตอร์ไซค์ ฮาเลย์ เดวิส เทานั้น มอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์ที่ใช้รถฮาเลย์ เดวิส มาดัดแปลงนั้นเกือบทั้งหมดเป็นกลุ่มที่ใช้รถมือสอง ประกอบด้วยสองถึงสามรุ่นหลักคือ รุ่น Spotster, Softail และรุ่น DYNA เป็นหลัก เนื่องจากราคาไม่สูงมากนัก และสามารถหารถมือสองได้ง่ายกว่ารุ่นอื่นที่มีราคาสูงและมีจำนวนน้อย สำหรับฮอปเปอร์กลุ่มนี้ค่อนข้างดัดแปลงโครงสร้างหลักของตัวรถเพียงเล็กน้อย เพื่อรักษาลักษณะของฮาเลย์ เดวิส เอาไว้

บริโกลินค้าระดับล่าง ในงานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์การแบ่งจาก รถมอเตอร์ไซด์ซ้อปเปอร์ที่ไม่ใช่ ฮาเลย์ เดวิส แต่เป็นมอเตอร์ไซด์ญี่ปุ่นทั้งหมด และมีความคาดหวังว่าวันหนึ่งจะมีโอกาสได้เป็นเจ้าของมอเตอร์ไซด์ ฮาเลย์ เดวิส สักคันในชีวิต กลุ่มประชากรที่น่าสนใจที่สุดที่จะเป็นกรณีศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้คือ ผู้บริโกลินค้าระดับล่างในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ที่ประกอบด้วยผู้คนหลากหลายที่สั่งสมแนวคิด และมีรูปแบบในการตกแต่ง ดัดแปลงมอเตอร์ไซด์ซ้อปเปอร์มายาวนาน ที่ทำให้สามารถอธิบายแนวคิดของสุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ในประเทศไทยได้ชัดเจน

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม



ภาพที่ 1 ผลงานชื่อ เร็ว แรง เกิน, ขนาด 100 x 120 x 250 เซนติเมตร, ปีที่สร้าง 2559



ภาพที่ 2 ผลงานชื่อ ทองเนื้อเก้า, ขนาด 80 x 170 x 250 เซนติเมตร, ปีที่สร้าง 2560

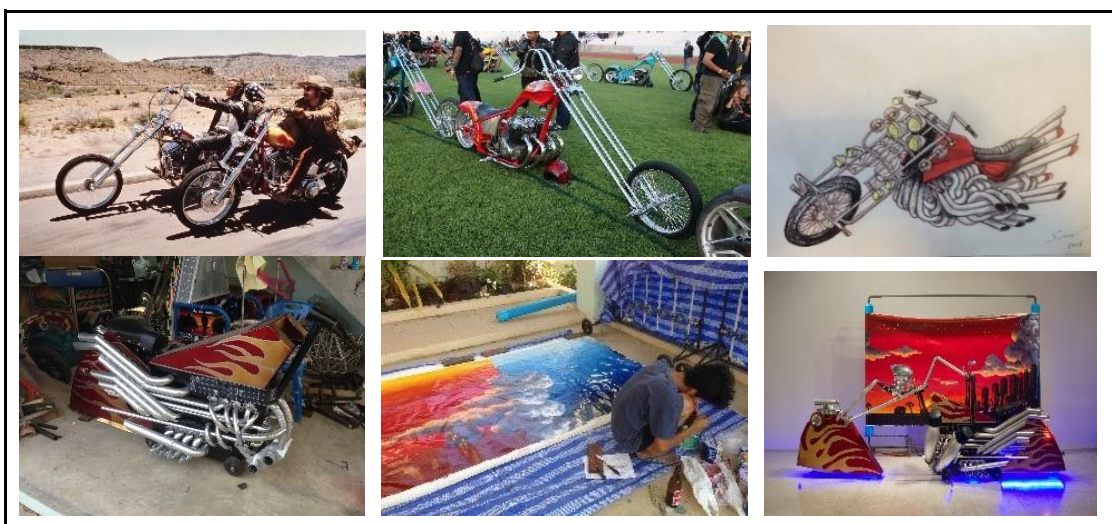
แนวคิดและลักษณะทางกายภาพ

ผู้วิจัยมีเป้าหมายในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมในวิทยานิพนธ์ชุดนี้เพื่อแสดงให้เห็นปรากฏการณ์การสร้างสรรค์ของซ้อปเปอร์ระดับล่างที่หยิบยืมรูปแบบการตกแต่ง และรูปแบบการใช้ชีวิตมาจากรูปแบบรสนิยมที่สูงกว่ามาดัดแปลง ในลักษณะล้อเล่น ที่เล่นที่จริง เพื่อสร้างพื้นที่เฉพาะหลุดออกจากการแบ่งระดับชั้น เหลือเพียงการครอบครองอัตลักษณ์แบบซ้อปเปอร์เท่านั้น และเกิดผลลัพธ์เป็นรูปแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์แบบไทย

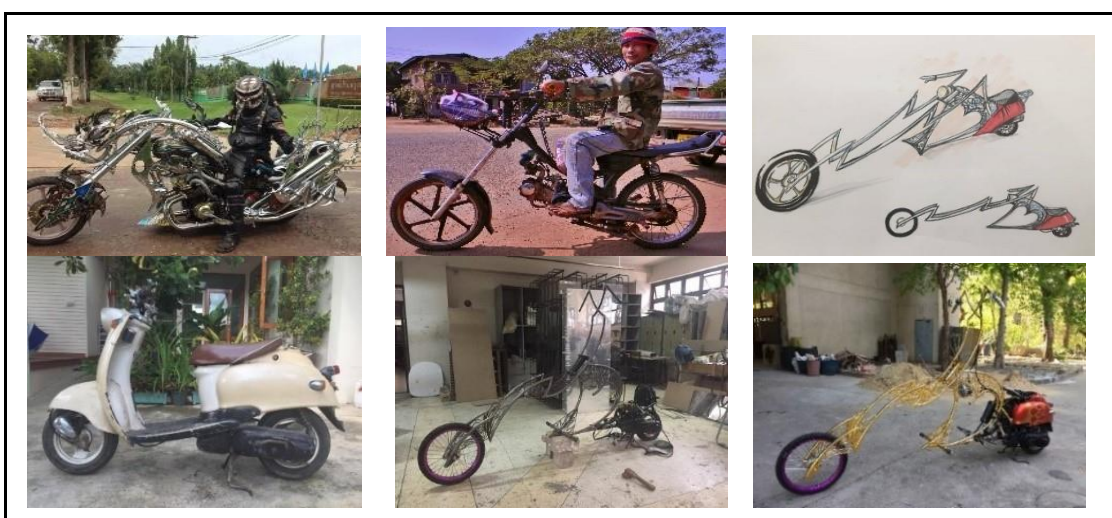
ผลงานชื่อ เร็ว แรง เกิน นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่ว่าด้วยการใช้ชีวิตอย่างอิสระเสรี ของคนในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ลักษณะกายภาพของผลงานเป็นประติมากรรมสื่อผสม ประกอบด้วยประติมากรรมที่ใช้รูปทรงโครงสร้างแบบมอเตอร์ไซด์ฮอปเปอร์ และฉากผ้าใบที่เพ้นท์สีน้ำมันโดยได้แรงบันดาลใจจากทิวทัศน์ของประเทศอเมริกา ที่ปรากฏในภาพยนตร์เกี่ยวกับวัฒนธรรมฮอปเปอร์ โดยเมื่อผู้ชมคร่อมขึ้นบนผลงาน แล้วบิดคันเร่ง ฉากผ้าใบจะเลื่อนหมุนเพื่อจำลองการขี่มอเตอร์ไซด์ฮอปเปอร์ผ่านภูมิประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปไม่หยุด

ผลงานชื่อ ทองเนื้อเก้า นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเลียนแบบรูปแบบที่เหนือกว่ามาสร้างเป็นรูปแบบและรสนิยมเฉพาะเพื่อหลุดออกจากการแบ่งลำดับชั้นทางสังคม ทองเนื้อเก้าเป็นผลงานประติมากรรมสื่อผสมที่หยิบยืมลักษณะทางกายภาพของมอเตอร์ไซด์ฮอปเปอร์มาใช้ดัดแปลงมอเตอร์ไซด์สกูตเตอร์ โดยเพิ่มขยายรายละเอียดให้ล้นเกิน เช่น ขนาด ความยาว สีฉูดฉาด และวัสดุ เพื่อแสดงออกถึงรูปแบบรสนิยม และอัตลักษณ์เฉพาะของวัฒนธรรมฮอปเปอร์

กระบวนการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม



ภาพที่ 3 กระบวนการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานชื่อ เร็ว แรง เกิน



ภาพที่ 4 กระบวนการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานชื่อ ทองเนื้อเก้า

วิเคราะห์รูปแบบที่ใช้ในการสร้างสรรค์

ผลงานวิทยานิพนธ์มีเป้าหมายเพื่อสะท้อนแนวคิดสุนทรียะแบบวัฒนธรรมชอปปเปอร์ ในแบบเน้นจลนเกิน ล้อเล่น ผสมผสมรูปแบบในวัฒนธรรมชอปปเปอร์กับวัตถุในชีวิตประจำวัน โดยสามารถแบ่งรูปแบบการสร้างสรรคที่ปรากฏในผลงานประติมากรรมแต่ละชิ้นได้สามรูปแบบดังนี้

1. รูปแบบพันธุ์ทาง

รูปแบบที่หนึ่ง พันธุ์ทาง (Hybrid) คือการผสมผสมรูปแบบการสร้างสรรคจากหลายแหล่งที่มาในลักษณะผสมปนเป รูปแบบที่เกิดขึ้นนี้สามารถแสดงปรากฏการณ์การสร้างรูปแบบการสร้างสรรคเฉพาะของกลุ่มคนที่มีรสนิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะที่ต้องการพื้นที่แสดงออกตัวตน ว่าอยู่ในตำแหน่งแห่งที่ใดในสังคม

2. การขยายจนล้นเกิน

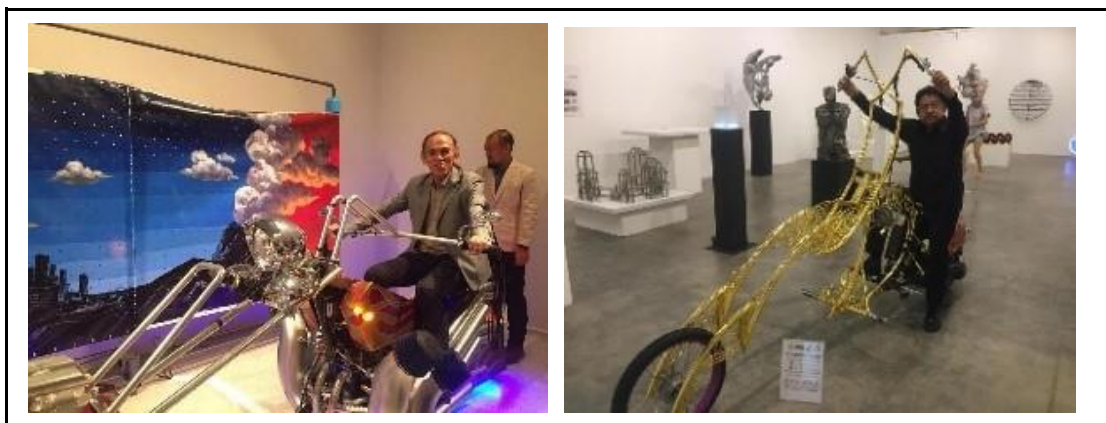
รูปแบบที่สองปรากฏในผลงานประติมากรรมทุกชิ้น และเด่นชัดที่สุดในผลงานชิ้นที่สอง เร็ว แรง เกิน กับผลงานชิ้นที่สี่ ทองเนื้อเก้า ความล้นเกินในที่นี้คือความล้นเกินของรูปทรงและรายละเอียดในผลงานประติมากรรม และความล้นเกินของท่าทางร่างกายของผู้ชมอีกด้วย ซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม ไม่ว่าจะเป็นการนั่งคร่อม การขี่ หรือการยืนอยู่บนผลงานประติมากรรม เป็นการแปรสภาพร่างกายของผู้ชมให้แตกต่างจากท่าทางในชีวิตประจำวัน ซึ่งกระบวนการนี้มีส่วนสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ และสุนทรียะแบบวัฒนธรรมชอปปเปอร์ให้แก่ผู้ชมได้ด้วย ในบางกรณีแม้ไม่มีการเปลี่ยนท่าทาง ก็สามารถสร้างอัตลักษณ์ และการรับรู้สุนทรียะแบบวัฒนธรรม ชอปปเปอร์ได้เช่นกัน

3. อัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัย

อัตลักษณ์ไทย หรือลักษณะแบบศิลปะไทยร่วมสมัย โดยมีลักษณะเด่นที่เกิดจากการหยิบยืมรูปแบบและรายละเอียดการตกแต่งจากวัฒนธรรมชอปปเปอร์แบบอเมริกันมาใช้ปรับประยุกต์ดัดแปลงผ่านรสนิยมจริต พื้นฐานของฝีมือ และความคุ้นเคยจนกลายเป็นรูปแบบที่มีอัตลักษณ์ไทยปรากฏในผลงานประติมากรรม

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ทางสุนทรียะที่เกิดขึ้นกับผู้ชม และผู้ทรงคุณวุฒิผ่านการแสดงนิทรรศการในงานวิจัยนี้คือรูปแบบของศิลปะปฏิสัมพันธ์ โดยใช้ร่างกายผู้ชมมาเป็นวัตถุทางสุนทรียะด้วยโดยมีประเด็นสำคัญคือ การรับรู้และการสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะแบบวัฒนธรรมชอปปเปอร์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับงานประติมากรรม ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลงานประติมากรรมกับผู้ชมได้ออกเป็น สองรูปแบบดังนี้



ภาพที่ 5 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม

1. สนุกสนานผ่านการเล่น

สนุกสนานผ่านการเล่นเกิดขึ้นกับรูปแบบผลงานที่ผู้ชมสามารถจับเล่นได้จริง แต่มีเงื่อนไขว่าผู้ชมต้องมีทักษะในการขี่มอเตอร์ไซด์ ผู้ชมกลุ่มนี้จึงมีจำนวนจำกัด ผลงานที่ผู้ชมสามารถจับเล่นได้ ผลงานชิ้นที่สี่ “ทองเนื้อเก้า” การขี่ทำให้สามารถรับรู้สุนทรียะได้จากทั้งเสียงเครื่องยนต์ อุณหภูมิ กลิ่นน้ำมัน และการรับรู้ผ่านร่างกายว่ากล้ามเนื้อกำลังควบคุมยานพาหนะในท่าทางที่ลื่นเกินกว่าการขี่มอเตอร์ไซด์ธรรมดา ผลคือการแสดงความเป็นเจ้าของอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ในที่สาธารณะ

2. สนุกสนานแบบเสมือน

รูปแบบผลงานที่ผู้ชมสามารถนั่งคร่อมขึ้นบนผลงานประติมากรรมได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีทักษะการขี่มอเตอร์ไซด์มาก่อน ซึ่งสามารถประยุกต์วิธีการนี้กับผลงานแบบแรกได้ด้วย ผลงานประติมากรรม เร็ว แรง เก้น คือประติมากรรมที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานศิลปะ ผ่านกิจกรรมและบรรยากาศที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยออกแบบท่าทางของผู้ชมที่จะมาขี่ให้อยู่ในลักษณะและกระทำกิจกรรมตามที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบการสร้างสรรค์และรสนิยมในศิลปะยกล้อ คือการสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม โดยผลงานประติมากรรมที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้สุนทรียะ และสวมอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ให้กับผู้ชมแบบชั่วคราว ด้วยกระบวนการที่ผู้วิจัยเรียกว่า ประติมากรรมปฏิสัมพันธ์

ผลงานประติมากรรม ทองเนื้อเก้า เป็นผลสรุปที่พัฒนามาจากผลงานทั้งสามชิ้นก่อนหน้านี้ โดยนำจุดเด่นของผลงานในช่วงก่อนหน้านี้ รูปแบบพันธุ์ทาง การขยายจนล้นเกิน และอัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัย มาพัฒนาเพื่อนำเสนอประเด็นเรื่อง ความต้องการมีมอเตอร์ไซค์ซัฟเฟอร์ไว้ในครอบครอง แต่ไม่สามารถซื้อได้จึงหยิบยืมรูปแบบการตกแต่งจากวัฒนธรรมซัฟเฟอร์ที่มีความงามหรูหราราคาแพง มาดัดแปลงเปลี่ยนแปลงเพื่อแสดงการครอบครองอัตลักษณ์แบบซัฟเฟอร์ในวัฒนธรรมซัฟเฟอร์แบบไทยมาสร้างใหม่ในลักษณะแบบล้อเล่นหยอกล้อในรูปแบบที่จริงจัง เพื่อเน้นคุณค่าทางใจและสร้างพื้นที่เฉพาะทางอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมซัฟเฟอร์แบบไทย

ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนั้นแตกต่างจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในการตกแต่งดัดแปลงมอเตอร์ไซค์ซัฟเฟอร์ในชีวิตจริงซึ่งเป็นแหล่งที่มาของข้อมูล และแรงบันดาลใจต้นทาง เพราะงานวิจัยชิ้นนี้ไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อจำลองหรือเลียนแบบการตกแต่งมอเตอร์ไซค์ซัฟเฟอร์เพื่อนำมาสร้างมอเตอร์ไซค์ซัฟเฟอร์ หรือการแสดงอัตลักษณ์ของผู้วิจัย แต่เป็นการนำรูปแบบและแนวคิดที่ได้จากปรากฏการณ์ดังกล่าวมาถ่ายทอดใหม่ตามความคิดและทัศนะของผู้วิจัยในประเด็นทางทัศนศิลป์ผ่านผลงานประติมากรรมตามโจทย์วัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ตั้งไว้

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- Apinya Feungfusakul. (2003). attaluck [Identity]. Bangkok: National Research Council Thailand.
- อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). อัตลักษณ์ (Identity). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- Arichai Arkkaudom, Sarawut Anantachart. (2010). “kanpattana neawkid rae martwat tonbab trasinka veeraburut nai cheng kansuesan kantarad” Journal of Communication Arts 28, 4.
- อริชัย อรรคอุดม, สราวุธ อนันตชาติ. (2553). “การพัฒนาแนวคิดและมาตรวัดต้นแบบตราสินค้าวีรบุรุษในเชิงการสื่อสารการตลาด” วารสารนิเทศศาสตร์ 28, 4.
- Kanchana Kaeothep. (1998). kansuksa suemuanchon duay tissadee wipak : neawkid rae tuayang nganvijai. [The Study of Mass Media with Criticism Theory : Concept and Research Examples] 2nd ed. Bangkok : Pappim Partnership Limited.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ : แนวคิด และตัวอย่างงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : หจก ภาพพิมพ์.
- Klaus Honnef. (1998). Pop Art. transed by Budsayamart Nanthawan. Bangkok : The Great Fine Art.
- เคลาส์ ฮอนเนฟ. (2541). ป๊อป อาร์ต. แปลโดย บุศยมาศ นันทวัน. กรุงเทพมหานคร : เดอะเกรทไฟน์อาร์ท.
- Somkieat Tangnamoo. (2006). mong ha reung: wattanatham tang saita. [Looking for stories: Visual Culture]. Mahasarakham: Mahasarakham University Printing.
- สมเกียรติ ตั้งมโน. (2549). มองหาเรื่อง: วัฒนธรรมทางสายตา. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Somporn Rodboon. (2012). “silpa appropriation” [Appropriation Art] in The 58th National Art Catalogue. Bangkok.
- สมพร รอดบุญ. (2555). “ศิลปะแอฟโฟรพรีเอชั่น” ใน สุจิตกรการแสดงผลงานศิลปกรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 58. กรุงเทพมหานคร.
- Tassanai Settasairee. (2014). “sue kwammai miti tang prawattisart rau kanpeanpang kong sangkom” sabut rat fat veang : kansuksa cheng sangsan [“Media, Meaning, Historical Dimension, and Social Changes” Shake Off, Tighten, Flight, Swing : The Study of Creative Art Media in the Context of Thai Contemporary Society]. Bangkok: Silpakorn University.
- ทัศนัย เศรษฐเสรี. (2557). “สื่อ ความหมาย มิติทางประวัติศาสตร์ และการปรับเปลี่ยนของสังคม” สะบัด รัต พัดเหวี่ยง : การศึกษาสื่อศิลปะเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของสังคมร่วมสมัยของไทย. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.