

บทความวิชาการ : สัญญาที่ปรากฏในงานออกแบบนิเทศศิลป์กับการสะท้อนวัฒนธรรมหลังสมัยใหม่

## SIGNS THAT APPEAR IN COMMUNICATION DESIGN AND THE REFLECTION OF POST MODERN CULTURE

ชาตรี บัวคลี\*

### บทนำ

การเปลี่ยนแปลงโลกสมัยใหม่ ในยุคศตวรรษที่ 21 ทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารไร้พรมแดน ส่งผลให้เกิดการทำลายกำแพงแห่งวัฒนธรรม เกิดการเชื่อมต่อกันเป็นเครือข่าย และหลอมรวมเข้าด้วยกัน กลายเป็นวัฒนธรรมใหม่ ที่ทุกแห่งหนของสถานที่บนโลกต่างมีความเชื่อมโยงเกี่ยวเนื่องกัน ส่งผลให้คนในสังคมเกิดการคิดย้อนกลับและตั้งคำถามวิพากษ์ความเชื่อแบบเก่า ผู้คนเริ่มหันมาสนใจสิ่งที่เป็นความหลากหลายและความสลับซับซ้อนทางวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาหนึ่งเราเคยเข้าใจว่า มนุษย์เป็นศูนย์กลางแห่งจักรวาล เราอยู่เหนือทุกสิ่งทุกอย่างและพยายามจะเอาชนะธรรมชาติ แต่ในยุคหลังสมัยนี้ กลับเป็นยุคที่ผูกพันกับความเชื่อและคติแบบเก่าๆ เพราะมนุษย์ในยุคหลังสมัยใหม่ได้รับความบอบช้ำจากภัยธรรมชาติ และเริ่มตระหนักถึงศักยภาพของตนเองว่าสามารถเอาชนะธรรมชาติได้จริงหรือ ในยุคหลังสมัยใหม่นี้ มนุษย์เกิดการตระหนักถึงความบอบช้ำของธรรมชาติมากขึ้น เอาใจใส่ถึงสิทธิและเสรีภาพ ให้ความสำคัญในการตัดสินใจและความคิดเห็นที่ขัดแย้ง ยังผลให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ กลุ่มใหม่ ๆ อย่างมากมายในสังคมวัฒนธรรมหลังสมัยใหม่

กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกสมัยใหม่ ที่โยงโยไปสู่โลกหลังสมัยใหม่ได้ส่งสัญญาณถึงการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจและสังคม ทำให้เกิดอำนาจใหม่อันเกิดขึ้นจากการเป็นเจ้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่เข้าไปมีบทบาทกับวิถีชีวิตของคนในสังคมยุคหลังสมัยใหม่เป็นอย่างมาก เนื่องจากเทคโนโลยีสื่อสารเข้าไปมีบทบาทต่อทุกสิ่งทุกอย่างของกระบวนการติดต่อสื่อสารเกือบทุกประเทศทั่วโลก ซึ่งส่งผลต่ออิทธิพลของการเผยแพร่และขยายวัฒนธรรม สื่อและศิลปะการออกแบบสื่อเป็นอย่างยิ่ง

วัฒนธรรมหลังสมัยใหม่ (Post Modern Culture) เป็นคำที่ใช้เรียกในแวดวงวิชาการ ปรากฏขึ้นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1918 ในงานเขียนชื่อ Architecture and Spirit of Man โดยเป็นงานเขียนของสถาปนิกที่ชื่อ ชาร์ลส์ เจนส์ (Chailles Jencks) เพื่อนำเสนอและสะท้อนแนวความคิดใหม่ในงานออกแบบสถาปัตยกรรม โดยแนวคิดนี้มีใจความสำคัญคือ “การไม่ยอมรับความยึดติดกับรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งและปฏิเสธอย่างสิ้นเชิงในแนวคิดแบบสมัยใหม่ (Modern) นั่นคือ **แนวคิดหลังสมัยใหม่ไม่ยึดติดกับหลักเกณฑ์ ไม่สนใจหลักการใดหลักการหนึ่งเป็นพิเศษ ปฏิเสธการออกแบบที่มุ่งเน้นไปที่การใช้งาน (Function) แบบสมัยใหม่ แต่ให้ความสนใจทั้งมิติของการตอบสนองด้านอารมณ์ (Emotion) ด้านการใช้งาน (Function) และการบูรณาการภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น เพื่อการเข้าสู่ความเป็นสากล**

\* คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

สังคมแบบหลังสมัยใหม่ เป็นสังคมที่ค่อนข้างมีความหลากหลายทั้งด้านความคิด ความเชื่อ และ ศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งเป็นการผสมผสานสิ่งต่าง ๆ ไว้ด้วยกันอย่างเป็นบริบท ในด้านวรรณคดีความเชื่อ หลังสมัยใหม่ไม่ยอมรับการจัดประเภทของงานวรรณกรรม ในด้านประวัติศาสตร์ความเชื่อแบบหลัง สมัยใหม่ เชื่อว่า เรื่องราวในอดีตไม่ใช่ความจริงทั้งหมด นอกจากนี้แล้วความเชื่อแบบหลังสมัยใหม่ ยังส่ง อิทธิพลถึงวงการศิลปะ ทัศนศิลป์ งานออกแบบ วรรณกรรม ออกแบบกราฟิก แฟชั่น รวมทั้งงานออกแบบ นิเทศศิลป์ สิ่งที่กำลังกล่าวมาแล้วข้างต้นนี้เป็นการสร้างกระบวนการทางความคิด บนพื้นฐานความหลากหลาย และความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่ดำเนินการและเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา

### วัฒนธรรมกับงานออกแบบนิเทศศิลป์

วัฒนธรรมเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตของคน โดยมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและสภาพ ของสังคม มีความดำรงอยู่ของความดีงาม มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ความเป็นพลวัต อยู่ในตัวเอง วัฒนธรรมมีความเกี่ยวข้องกับงานออกแบบในมิติของการแสดงอารมณ์ ความรู้สึกร่วม ของคนในแต่ละวัฒนธรรม เชื่อมโยงเข้ากับการออกแบบให้สามารถดึงดูดใจ และตอบสนองความ ต้องการ ของผู้คนในแต่ละวัฒนธรรมได้ การออกแบบที่ดีนั้น จะต้องสามารถสื่อสารกับคน หรือ กลุ่มเป้าหมายได้อย่างดี และตรงประเด็น โดยผลงานต้องสามารถเชื่อมโยงความคิด ความรู้สึกของผู้คน หรือกลุ่มเป้าหมายเข้าสู่ผลงานได้ การออกแบบจึงเป็นเสี้ยวหนึ่งของวัฒนธรรมที่สะท้อนถึงความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ค่านิยม ความเชื่อและความเจริญรุ่งเรืองของคนในแต่ละวัฒนธรรมนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี

คำว่า การออกแบบ (Design) หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่เพื่อประโยชน์และความงามด้วยการ นำทัศนธาตุทางศิลปะและหลักการจัดส่วนประกอบของงานออกแบบมาใช้ รวมไปถึงการปรับปรุง ของเดิมที่มีอยู่แล้วดัดแปลงให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

ดังนั้น การสร้างสิ่งใด ๆ ก็ตาม สิ่งแรกจะต้องเริ่มด้วย การออกแบบ ซึ่งอาจจะออกแบบโดยการ คิด หรือมีความคิดอยู่ในสมอง ซึ่งเป็นแนวคิดของผู้สร้างเพียงคนเดียว และสามารถอธิบายให้คนอื่นเข้าใจ ได้ ซึ่งก็เป็นการออกแบบเหมือนกันแต่อาจจะยังไม่สมบูรณ์นัก การออกแบบที่ถูกต้องจะต้องสามารถให้ มองเห็นแบบอาจจะเห็นภาพหรือแบบจำลองที่มีขนาดสัดส่วนให้สามารถมองเห็นผลงานที่จะสร้างได้ ชัดเจน คล้ายกับการวางแผนการทำงาน ส่วน โสรชัย นันทวิชรวิบูลย์ (2545) ให้ความหมายของคำว่า ออกแบบไว้ว่า “ การออกแบบคือศาสตร์แห่งความคิด การแก้ไขปัญหาที่มีอยู่เพื่อสนองต่อจุดมุ่งหมาย และนำกลับมาใช้ได้อย่างพึงพอใจ” โดยกล่าวด้วยว่างานออกแบบที่ดีควรมีความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย และแนวความคิดในการออกแบบที่ดี ส่วนคำว่า “นิเทศศิลป์” มีความหมายถึง การสื่อสารอย่างเป็นแบบ แผน โดยมีการประยุกต์ใช้ศิลปะและความงามเข้ามาผสมผสาน ดังนั้น การออกแบบนิเทศศิลป์ จึง หมายถึง การออกแบบเพื่อการสื่อสาร โดยการใช้ศิลปะเพื่อการสร้างสรรค์และจรรโลงความงาม ไว้ในงาน ออกแบบอย่างลงตัว

งานออกแบบนิเทศศิลป์ เป็นงานออกแบบที่เน้นการสื่อสาร โดยใช้ศิลปะความงามและหลักการจัดองค์ประกอบมาบูรณาการ ในการรังสรรค์ผลงานให้สามารถตอบโจทย์ทางด้านธุรกิจแล้วสื่อความหมายออกไป ให้ถูกใจกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น จึงมีคำเรียกงานออกแบบนิเทศศิลป์ ไว้แตกต่างกัน เช่น การออกแบบสื่อสาร การออกแบบกราฟิก การออกแบบเลขศิลป์ การออกแบบพาณิชย์ศิลป์ เป็นต้น

### อิทธิพลของงานศิลปะสู่งานออกแบบนิเทศศิลป์

ศิลปะโพสต์โมเดิร์น (Postmodern Arts) หรือศิลปะหลังสมัยใหม่ เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงศตวรรษที่ 20 และเติบโตขึ้นจากงานศิลปะแนวพ็อพ อาร์ต (Pop Art), คอนเซ็ปชวล อาร์ต (Conceptual Art) และ เฟมินิสต์ อาร์ต (Feminist art) ซึ่งเป็นผลงานของศิลปินในยุคคริสต์ทศวรรษ 1960 และ 1970 โดยศิลปิน ยุคหลังสมัยใหม่ ได้รื้อฟื้นรูปแบบ ประเด็นสาระ หรือเนื้อหาหลายอย่างเกี่ยวกับ “หลังสมัยใหม่” เอาไว้ว่า “คือปัจจัย ต่าง ๆ” ที่เป็น “ลูกผสม” แทนที่จะ “บริสุทธิ์”, “ประณีประนอม” แทนที่จะ “สะอาดหมดจด”, “คลุมเครือ” แทนที่จะ “จะแจ้ง”, “วิปริต” พอกๆกับที่ “น่าสนใจ”

ด้วยกระแส ลัทธิหลังสมัยใหม่ ทำให้ศิลปะในแนวคิดนี้หันกลับไปหาแนวทางดั้งเดิมบางอย่างที่ศิลปินสมัยใหม่ ปฏิเสธไม่ยอมทำ เช่น การกลับไปเขียนรูปทิวทัศน์และรูปเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ อีกทั้งศิลปินหลังสมัยใหม่ ยังท้าทายการบูชาความเป็นต้นฉบับ ความเป็นตัวของตัวเองที่ไม่เหมือนใคร ด้วยการใช่วิธีการที่เรียกว่า “หยิบยืมมาใช้” (Appropriation) ฉกฉวยเอาสัญลักษณ์ต่างๆ จากสื่อและประวัติศาสตร์ศิลป์ มานำเสนอใหม่ในบริบทที่เปลี่ยนไปบ้าง ในเชิงวิพากษ์วิจารณ์บ้าง เสียดสีบ้าง ดังตัวอย่างภาพ Last Supper Appropriation โดย Wjeee ซึ่งหยิบยืมผลงานอาหารมื้อสุดท้าย (Last Supper) ของลีโอนาโด ดา วินชี (Leonardo da Vinci) มาทำใหม่ หรือตัวอย่างผลงานของจูดีฟงส์ จิตมากุศล นักออกแบบภาพประกอบชื่อดังของไทย ที่หยิบยกผลงาน The Creation of Adam ผลงานอันมีชื่อเสียงลีโอนาโด ดา วินชี (Leonardo da Vinci) มาทำใหม่เช่นกัน หรือภาพ Appropriation ของศิลปิน soulfulSIGHT ที่หยิบยืมภาพ "Starry Night" ของวินเซน แวนโก๊ะ Vin cent van Gogh



ภาพที่ 1 : Last Supper Appropriation (Wjeee)

ที่มา : <http://soulfulsight.deviantart.com/art>



ภาพที่ 2 : The Creation of Cat



ภาพที่ 3 : The Creation of Circle

ที่มา : <http://hangboy.com/blog/>



ภาพที่ 4 : Appropriation (soulfulSIGHT)

ที่มา : <http://soulfulsight.deviantart.com/art>

นอกจากการหยิบยืมผลงานศิลปะในอดีต มาดัดแปลงแล้ว ศิลปะ “หลังสมัยใหม่” ยังได้ยกเลิก  
การแบ่งแยกศาสตร์ต่างๆ เช่น การแบ่งศิลปวิจารณ์ สังคมวิทยา มานุษยวิทยา และสื่อสารมวลชนออก  
จากกัน โดยการนำเอาศาสตร์เหล่านั้นมาผสมรวมกัน แล้วนำเสนอเป็นทฤษฎีหลังสมัยใหม่ เช่นงานทาง  
ความคิดของ มิเชล ฟูโค (Michel Foucault) ฌอง โบตริยาร์ด (Jean Baudrillard) และ เฟรดริก เจมสัน  
(Fredric Jameson) โดย 3 ท่านนี้ ถือว่าเป็นผู้บุกเบิกแนวคิดแบบหลังสมัยใหม่ ให้เป็นที่รู้จักในแวดวง

วิชาการมากยิ่งขึ้นในปัจจุบัน และอาจกลายเป็นแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงระบบการศึกษาหลังสมัยใหม่ ที่หลอมรวมศาสตร์และศิลป์ที่มีความใกล้เคียงกัน เข้าไว้ด้วยกัน เป็นสหวิชาด้านต่าง ๆ เช่น สหวิชาด้านสังคมศาสตร์ ก็จะหลอมรวมศาสตร์ด้านสื่อสารมวลชน ศิลปะวิจารณ์ มนุษวิทยาและสังคมวิทยาเข้าไว้ด้วยกัน

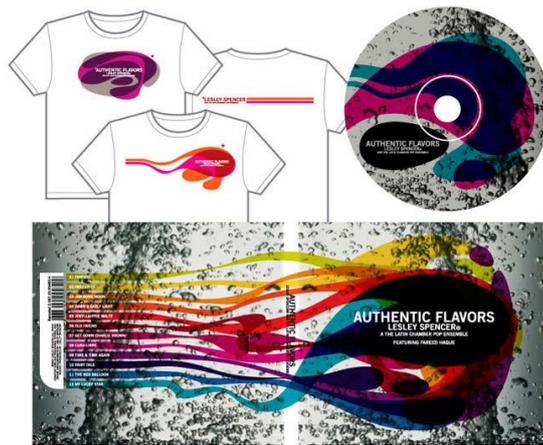
ปรากฏการณ์อย่างหนึ่งในกระแสศิลปะแบบ หลังสมัยใหม่ ในตะวันตกอย่างหนึ่งที่น่าสนใจคือ นิทรรศการศิลปะกรรมย้อนหลัง สำหรับศิลปินที่มีชื่อเสียงตั้งแต่อายุ 30 ปีขึ้นไป ทำให้เกิดแรงกดดันต่อศิลปินที่จะต้องประสบความสำเร็จตั้งแต่อายุยังน้อย ในหลายกรณีได้ทำให้เกิดการประนีประนอมระหว่าง การ “ประสบความสำเร็จในอาชีพศิลปิน” กับ “อุดมการณ์ทางศิลปะ” ซึ่งปัญหาเหล่านี้ไม่เคยเกิดขึ้นกับศิลปินในลัทธิสมัยใหม่เลย

ในช่วงกระแสของการออกแบบเชิงทดลองเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2537 – 2538 มีนักออกแบบมากมายที่ก้าวตามการแหกกฎ-นอกกรอบ งานกราฟิกดีไซน์ตามแนวทางหลังสมัยใหม่ (Postmodernist) จนอาจจะเรียกได้ว่าเป็นยุคทองของการค้นหาแนวทางใหม่ เนื่องจากวงการการออกแบบถูกเปิดกว้างมากขึ้นในสังคม จึงทำให้เกิดผลพวงต่าง ๆ จากการออกแบบเชิงทดลองขึ้นมามากมาย ซึ่งปกติแล้วคนทั่วไปอาจจะไม่ค่อยได้สัมผัสหรือรับรู้กับสิ่งที่เกิดขึ้น แต่กระแสการเปลี่ยนแปลงเมื่อ 17-18 ปีที่แล้วนั้น ส่งผลกระทบที่ค่อนข้างชัดเจนในทุก ๆ ระดับ เราจะสังเกตได้จากงานออกแบบโดยรวมทั่วโลก และที่สำคัญก็คือ คนทั่วไปนั้นได้รับรู้ถึงอิทธิพลนี้อย่างทั่วถึงจากสื่อต่าง ๆ ในนามของกราฟิกดีไซน์แบบหลังคลื่นลูกใหม่ (Post New Wave) ที่ไม่จำกัดรูปแบบและปฏิเสธทุกข้อบังคับ

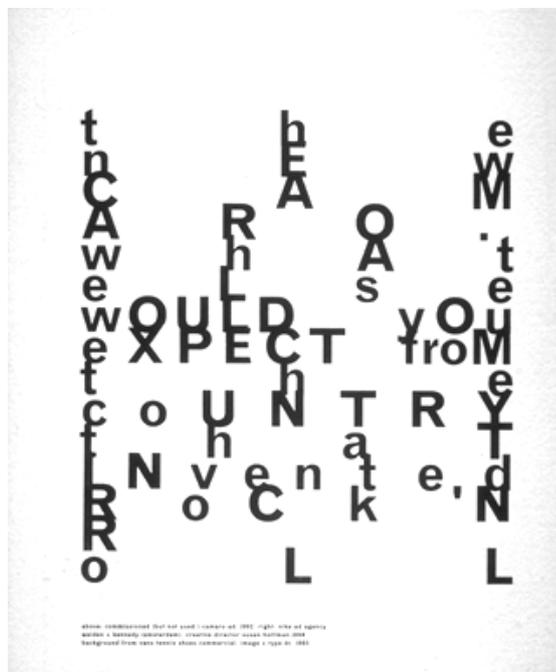
เมื่อพูดถึงบริษัทออกแบบที่มีบทบาทโดดเด่นจากช่วงเวลาดังกล่าวไม่ว่าจะเป็น Emigre, Words Pictures หรือ David Carson แล้ว หนึ่งในชื่อที่ขาดไม่ได้ที่จะไม่เอ่ยถึงคือ Carlos Segura ซึ่งเป็นบริษัทลูกของ Segura Inc. ใน ซีกคาโก ที่เติบโตมาบนรากฐานของ Post New Wave และกลายมาเป็นตัวแทนของแหล่งรวมแบบตัวอักษรแบบพิเศษจากนักออกแบบที่รักการทดลอง จึงนับได้ว่าเป็นอีกแรงผลักดันให้กับนักออกแบบกราฟิกแนวร่วมของกระแส Post New Wave งานออกแบบของ Carlos Segura นั้นนับได้ว่าป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งเราจะสามารถเห็นได้จากหนังสือรวมงานของสมาคมออกแบบชั้นนำ และนิตยสารออกแบบฉบับต่าง ๆ อยู่สม่ำเสมอ



ภาพที่ 5 : คาลอส เซกูรา Carlos Segura



ภาพที่ 6 : ผลงานการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรตามแนว Post New Wave ของ Carlos Segura



ภาพที่ 7 : ผลงานการออกแบบตัวอักษรและการจัดวางองค์ประกอบตามแนว Post New Wave ของ David Carson หนึ่งในนักออกแบบหลังสมัยใหม่ (Postmodern Designer)

ที่มา : <http://www.davidcarsondesign.com>

### สัญญะวิทยา : รหัสของหลักการ สุนทรียศาสตร์ภาพแห่งความงาม

ทฤษฎีทางด้านสัญญะวิทยาได้เข้ามามีบทบาทในการตีความหมายทางความงามของงานศิลปะและการออกแบบหลังสมัยใหม่ และหากมองถึงคุณค่าด้านความงาม ของงานศิลปะและงานออกแบบหลังสมัยใหม่ องค์ประกอบของการตีความเชิงสัญญะวิทยา คือ สัญญะ (Sign) การตีความ (Hermeneutics) บริบท (Text) เวลา (Time) และพื้นที่ (Space) ได้เข้ามามีบทบาทในการตีความหมายและการถอดรหัส

ความหมายแทนที่การถอดรหัสความหมายตามความงามของหลักองค์ประกอบศิลป์แบบเดิม นั่นคือ **ความงามในงานศิลปะและการออกแบบยุคหลังสมัยใหม่ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับการจัดวางตามหลักองค์ประกอบศิลป์เพียงเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึง การจัดวางบริบทแวดล้อม การแฝงสัญลักษณ์ และเวลาเพื่อการสื่อสาร และที่สำคัญคือ ความงามในการถอดรหัสของผู้ชม หรือกลุ่มเป้าหมายของผลงานนั้น ๆ ได้จากการตีความ และถอดรหัสจากการที่ได้ดูงานศิลปะและการออกแบบชิ้นนั้น**

กล่าวโดยรวมคือ สัญลักษณ์วิทยาถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้แทนความหมายของสิ่งที่เป็นตัวจริงหรือของจริง โดยความหมายของสัญลักษณ์จะขึ้นอยู่กับตัวบท (Text) และบริบท (Context) ที่แวดล้อมสัญลักษณ์นั้น ๆ ซึ่งในการรับรู้สัญลักษณ์ที่ปรากฏ ของมนุษย์จะมากหรือน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับประสบการณ์การรับรู้ของผู้รับสารแต่ละคน โดย Pierre Guiraud ได้แบ่งการรับรู้ของมนุษย์ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ การรับรู้จากประสบการณ์ในขั้นรับรู้และเข้าใจ มีความเด่นชัดในด้านวัตถุวิสัย ซึ่งอาจเป็นประสบการณ์จากการถูกบังคับให้รับรู้ในสิ่งนั้น ๆ โดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็แล้วแต่ กับประเภทที่สองคือ ประสบการณ์การรับรู้ด้านอารมณ์ความรู้สึก มีความเด่นชัดในอัตวิสัย ซึ่งความรู้สึกของผู้ถอดความหรือผู้ตีความในสัญลักษณ์ที่เกิดขึ้นนั้น จะต้องมีประสบการณ์การรับรู้ ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน

รหัสการตีความหมายในเชิงการรับรู้เหตุและผลกับการรับรู้เชิงความงามตามหลักสุนทรียศาสตร์ เมื่อเข้าสู่กระบวนการสื่อสาร จะถูกเปลี่ยนเป็นรหัสในการตีความหมาย ที่ถูกถ่ายทอดออกมาเป็น 2 แบบคือ แบบตรงไปตรงมาและแบบอ้อม ๆ โดยการตีความหมายโดยอ้อมนั้นจะมีการนำเอาประสบการณ์ของผู้ตีความเข้าไปร่วมในกระบวนการแปลความหมายนั้นด้วยเสมอ

### สัญลักษณ์ที่ปรากฏในงานออกแบบนิเทศศิลป์

สัญลักษณ์ที่ปรากฏในงานออกแบบนิเทศศิลป์ เป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอกหรือสะท้อนแนวคิดค่านิยม รสนิยม รวมถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในสังคม โดยเป็นการถ่ายทอดผ่านการออกแบบสื่อสารในงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ และงานออกแบบกราฟิกต่าง ๆ ซึ่งเป็นการเสนอความคิด บางสิ่งบางอย่างให้สังคมได้รับรู้ถึงความคิดของบางคน หรือบางกลุ่มบุคคล งานออกแบบนิเทศศิลป์มีความหมายค่อนข้างกว้าง เพราะหมายรวมถึงการออกแบบเพื่อการสื่อสารทุกอย่าง สัญลักษณ์ในงานออกแบบนิเทศศิลป์จึงสามารถแทรกซึมไปทุกที่ ที่มีการสื่อสาร โดยเฉพาะในโลกยุคหลังสมัยใหม่ อิทธิพลของงานออกแบบสื่อสารได้ซึมลึกเข้าไปกับวิถีชีวิตของคนทุกชนชั้น ตั้งแต่ชนชั้นรากหญ้า จนถึงชนชั้นสูง การแสดงออกผ่านการรับรู้จากงานออกแบบสื่อสารของกลุ่มคน จึงเป็นการสะท้อนความคิดที่แสดงออกมาอย่างชัดเจน เนื่องจากในขั้นตอนของการกำหนดแนวความคิด (Concept) และเนื้อหา (Content) ที่ต้องการสื่อสารกลุ่มบุคคลเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่เป็นผู้กำหนดให้นักออกแบบจัดทำตามที่ตนต้องการทั้งสิ้น (ผู้จ่ายเงินจ้าง) ดังคำกล่าวที่ว่า **“งานออกแบบจะสวยหรือไม่สวย ไม่ได้อยู่ที่นักออกแบบเพียงผู้เดียว แต่อยู่ที่ลูกค้าหรือผู้จ้างเป็นหลัก”**



ภาพที่ 8 : สัญลักษณ์ทางการเมืองที่แสดงออกผ่านการออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ของ United Colors Of Benetton

ที่มา : <http://unhate.benetton.com/>

ความเคลื่อนไหวทางการเมือง ผ่านผลงานการออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ของเสื้อผ้า “United Colors Of Benetton” ที่ต้องการสื่อสารการตลาดภายใต้แนวคิด “Unhate” หรือ “ไม่เกลียด” โดยการใช้ภาพผู้นำระดับโลก ที่อยู่กันคนละขั้วทางการเมืองเช่น ภาพของผู้นำสหรัฐอเมริกา อย่างบารัค โอบามาจูบกับ หู จินเทา ประธานาธิบดีจีน ภาพพระสันตปาปาฯ จูบกับ อิหม่าม อัลเหม็ด โมฮัมหมัด เอลทาเยบ ภาพของ แองเจล่า แมร์เคิล นายกรัฐมนตรีหญิงแห่งเยอรมัน ทักทายด้วยการจูบกับประธานาธิบดีนิโคลาส์ ซาร์โคซี ของฝรั่งเศส ซึ่งไม่สามารถเป็นไปได้ในชีวิตจริง ถือเป็นการออกแบบที่หยิบยืมความหมาย หรือสัญลักษณ์ทางการเมืองที่คนทั่วไปรู้อยู่แล้ว ว่ามาถูกกันมาหักมุม ทำให้เกิดความทึ่งและน่าสนใจอย่างยิ่งในการออกแบบ

ความขัดแย้งด้านความคิด นอกจากการสะท้อนสัญลักษณ์ทางการเมือง ในรูปแบบของงานโฆษณาประชาสัมพันธ์แล้ว ยังมีการสื่อสารผ่านการใช้สื่อการ์ตูนล้อเลียนทางการเมือง ซึ่งเป็นการสะท้อนแนวคิด ค่านิยมร่วมของคนในสังคม ผ่านนักเขียนการ์ตูนที่เป็นคอลัมนนิสต์ ในหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งความขัดแย้งด้านความคิดนี้ทางการเมืองนี้ ได้ปรากฏชัดเจนขึ้นในสังคมไทย โดยเริ่มก่อตัวขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2549 ลุกกลม

มาจนถึง พ.ศ. 2553 ส่งผลให้เกิดกลุ่มความคิดทางการเมืองที่แตกต่างกัน จนส่งผลให้เกิดสัญญา ปรากฏ  
ขึ้นบนสื่อต่าง ๆ ด้วยรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามความเชื่อเฉพาะตน โดยสื่อได้ถูกนำมาใช้เพื่อการแบ่งแยก  
กลุ่มที่แตกต่างทางความคิด เช่น กลุ่มคนเสื้อแดง กลุ่มคนเสื้อเหลือง กลุ่มคนเสื้อเขียว กลุ่มคนเสื้อหลากสี  
 เป็นต้น



ภาพที่ 9 : การ์ตูนล้อเลียนการเมืองโดย อรุณ วัชรสวัสดิ์

ที่มา : <http://www.matichon.co.th>



ภาพที่ 10 : การ์ตูนล้อเลียนการเมือง กลุ่มเสื้อเหลืองและเสื้อแดง  
ที่มา : <http://www.maticchon.co.th>



ภาพที่ 11 : การ์ตูนล้อเลียนการเมือง กลุ่มเสื้อเหลืองและเสื้อแดง  
ที่มา : <http://www.oknation.net>



ภาพที่ 12 : การ์ตูนล้อเลียนการเมือง จาก หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ  
ที่มา : <http://thaicaricature.blogspot.com/>

นอกจากสัญลักษณ์ที่สะท้อนความคิดที่แตกต่างทางการเมืองของคนในสังคมแล้ว ยังปรากฏรูปแบบสัญลักษณ์ แบบอื่น ๆ เช่น สัญลักษณ์บนสื่อรณรงค์อื่น ๆ ที่สะท้อนประบวนการที่เกิดขึ้นหลังยุคสมัยใหม่ เช่น สัญลักษณ์สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ การป้องกันโรคเอดส์ การงดสูบบุหรี่ การรณรงค์ยุติการตั้งครรภ์ในแม่วัยรุ่น การรณรงค์ยุติการฆ่าตัวตาย เพื่อเตือนสติให้คนในสังคมได้ถูกคิดเกิดการตระหนักรู้ ต่อสภาวะการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น และมีผลกระทบโดยรวมต่อคนในสังคม ดังภาพ



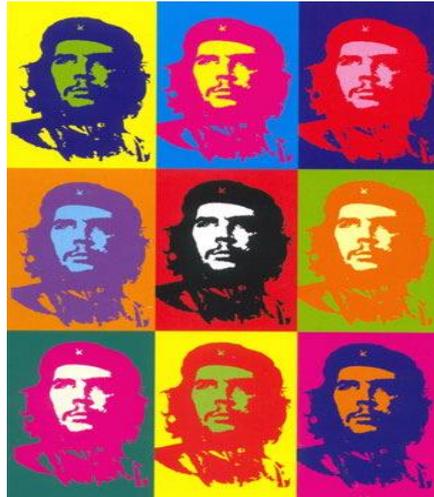
ภาพที่ 12 : สื่อรณรงค์ต่อต้านโรคเอดส์  
ที่มา : <http://www.tumblr.com>



ภาพที่ 13 : สื่อรณรงค์ต่อต้านโรคเอดส์  
ที่มา : <http://www.tumblr.com>



พิมพ์ซ้ำๆ ที่เรียกว่า Screen Printing หรือ ซิลค์สกรีนถือเป็นบุคคลหนึ่ง ที่มีแนวคิดหลังสมัยใหม่อย่างชัดเจน โดยผลงานของเขามักจะสะท้อนสภาพสังคมการเมืองที่ส่งผลกระทบต่ออเมริกันชน และประเทศอื่น ๆ วอร์ฮอล มักจะวาดภาพที่มีเนื้อหาและเรื่องราว ที่เกี่ยวข้องกับบุคคล วัตถุ หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเมืองโดยส่วนใหญ่จะใช้สีแท้ที่มีความจัดของสีค่อนข้างสูง และรุนแรง เน้นการให้คำหนักของสีที่เข้ม ในส่วนโครงสร้างของภาพนั้น วอร์ฮอลมักใช้วิธีการ สร้างจุดเด่นให้กับภาพคำนี้ถึงสัดส่วนและการจัดองค์ประกอบ ตามหลักดุลยภาพและจังหวะของ ภาพไทย (จรรยาต อรัณยธนา, 2555 : 1) ดังตัวอย่าง



ภาพที่ 14 : Che Guevara The Smoking Gun By Andy Warhol



ภาพที่ 15 : เต็งเสี่ยวผิง (Deng Xiaoping)

ที่มา : <http://www.oknation.net/blog>

บทสรุป

การออกแบบสื่อในโลกยุคหลังสมัยใหม่ ที่สิ่งต่างๆ บนโลกใบนี้ สามารถเชื่อมโยงเข้าหากันได้หมด ผู้คนสามารถรับรู้ และบริโภคข้อมูลข่าวสาร รวมถึงผลงานการออกแบบต่างๆ ของศิลปินและนักออกแบบได้ในเวลาเดียวกันทั่วทั้งโลก เกิดการโยกย้ายถ่ายโอน และครอบงำทางความคิด และแรงบันดาลใจกันและกันอย่างทั่วถึง แม้ว่าแนวคิดหลังสมัยใหม่จะยังคงไม่ชัดเจนเท่าใดก็ตาม และท่ามกลางความคลุมเครือ ของลัทธิหลังสมัยใหม่ คำกล่าวที่ว่า **“ภายนอกเป็นเสมือนความว่างเปล่า สำหรับใส่สัญญาความคิดลงไปในความว่างนั้น”** เป็นคำกล่าวที่ประสานสัมพันธ์ทุกสิ่ง ทุกอย่าง ทุกองค์ประกอบ และการจัดวาง ตามหลักการออกแบบ แล้วนำมาหลอมรวมกัน เพื่อเติมความว่างเปล่านั้นให้สมบูรณ์ โดยแนวคิดหลังสมัยใหม่ กำลังก่อการตั้งความคิดมนุษย์ให้หันกลับมาดูกายและใจของความเป็นมนุษย์ด้วยกันมากขึ้น อีกทั้งยังก่อการให้เกิดความเข้าใจในธรรมชาติ เข้าใจบริบทแวดล้อม โดยศิลปะอาจจะอยู่ที่ไหนสักแห่งก็ได้บนโลกใบนี้

การออกแบบนิเทศศิลป์ เป็นสิ่งหนึ่งที่อยู่ในชีวิตของมนุษย์แห่งโลกหลังสมัยใหม่ โดยเป็นการแสดงออกทางสัญญาที่ปรากฏในการออกแบบ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ บรรจุภัณฑ์ หนังสือพิมพ์และผลงานโฆษณาต่างๆ เป็นเสมือนกระจกที่สะท้อนแนวคิดของมนุษย์ยุคหลังสมัยใหม่ เปรียบได้กับการสื่อสาร “อวัจนภาษา” ที่เป็นสากล และเริ่มหลอมรวมความเข้าใจ ของมนุษย์ ให้รู้จักการตระหนักในความเป็นมนุษย์ด้วยกันมากขึ้น รวมถึงการตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เริ่มคุกคามชีวิตมนุษย์ เช่นปัญหาโรคต่างๆ ที่นับวันยิ่งจะก่อเกิด และพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ ๆ เพื่อคร่าชีวิตมนุษย์ ตระหนักถึงการทำลายทรัพยากรและธรรมชาติของมนุษย์ ที่ตอนนี้ ธรรมชาติเริ่มหันกลับมาลงโทษมนุษย์มากขึ้นทุกวัน รวมทั้งการตระหนักถึงการแสวงหา สันติภาพ อันเป็นสิ่งเชื่อมโยงมนุษย์ทุกคนบนโลกหลังสมัยใหม่เข้าไว้ด้วยกัน

### เอกสารอ้างอิง

กาญจนา แก้วเทพ.(2541). “การวิเคราะห์สื่อด้วยทฤษฎีสัญญาวิทยา” คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ก้องเกียรติ มหาอินทร์ (2541). “สัญญาที่ปรากฏในงานออกแบบแฟชั่นกับการสะท้อนวัฒนธรรมหลังสมัยใหม่” คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

จรุงยศ อธิณยานาค (2555). “คอมพิวเตอร์ อาร์ต: กรณีศึกษาผลงานจิตรกรรมการเมืองของแอนดี้ วอร์ฮอล” คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

ชาคริต เกตุเรืองโรจน์(2554). “การออกแบบเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อาหารส่งออกในประเทศแถบตะวันออกเฉียงใต้” Veridian E-Journal Silpakorn University

สมเกียรติ ตั้งนโม (2537). “Postmodern the Crisis of Modernity” คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

องค์อร วงษาลังการ(2554). “การใช้ตัวอักษรและสัญลักษณ์ในงานออกแบบนิเทศศิลป์เพื่อรองรับผู้พิการทางสายตา ประเภทเห็นเลือนราง” Veridian E-Journal Silpakorn University