

บทที่ 6

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการผลิตและการบริโภคภาพเขียนลอกแบบในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

ประการแรก เพื่อศึกษากระบวนการผลิตและการบริโภคภาพเขียนลอกแบบ ในฐานะของสื่อแบบใหม่ที่แสดงถึงลักษณะ “วัฒนธรรมประชานิยม”

ประการที่สอง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการผลิตและการบริโภคภาพเขียนลอกแบบ ที่แสดงถึงลักษณะสังคมยุคหลังสมัยใหม่

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาจากแหล่งข้อมูล 3 ส่วนคือ

1. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วนได้แก่ ผู้ผลิต ผู้บริโภค และผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการศิลปะ ข้อมูลผู้ผลิตหมายถึงร้าน gallery ที่ให้บริการเขียนภาพลอกแบบ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ เจ้าของร้าน ผู้จัดการร้าน และช่างเขียน ร้านที่เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้คือ (1) Toy Fine Art (2) Pattaya Gallery (3) Pattaya Souvenir (4) KC Gallery (5) Suwit Gallery (6) Artist's House (7) First Art Shop (8) Rung Gallery (9) 079 Gallery (10) Canoeing Trip & Gallery สำหรับวิธีการเก็บข้อมูลใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสังเกต เพื่อศึกษากระบวนการผลิต การทำงานและทัศนคติของผู้ผลิตต่อการทำการผลิตซ้ำภาพเขียนลอกแบบ เพื่อให้ทราบถึงคุณค่าของภาพเขียนลอกแบบในมุมมองของบุคคลเหล่านี้ รวมทั้งข้อมูลเกี่ยวกับการบริโภคของผู้บริโภค

แหล่งข้อมูลฝ่ายผู้บริโภค ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้บริโภคที่ซื้อภาพเขียนลอกแบบจำนวน 15 ตัวอย่าง เพื่อศึกษาหาปัจจัยกำหนดในการบริโภค และทัศนคติต่อคุณค่าของภาพเขียนที่ถูกผลิตซ้ำในมุมมองของผู้บริโภค

2. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้ กลุ่มแรกคือเอกสารที่เกี่ยวข้องกับภาพต้นฉบับที่ใช้ในการลอกแบบ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความเหมือนของภาพต้นฉบับกับภาพเขียนลอกแบบที่ถูกผลิตขึ้น กลุ่มที่สองคือเอกสารเกี่ยวกับการดำเนินกิจการของธุรกิจภาพเขียนลอกแบบ เพื่อทำให้เข้าใจระบบธุรกิจประเภทนี้ชัดเจนยิ่งขึ้น และกลุ่มที่สามคือเอกสารทาง

วิชาการ และเอกสารประเภทข่าว บทความ บทวิเคราะห์ และบทสัมภาษณ์ต่างๆ ในสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์กระบวนการผลิตและการบริโภคภาพเขียนลอกแบบ

3. แหล่งข้อมูลประเภทภาพเขียน ได้แก่ภาพเขียนลอกแบบที่ทำการผลิตซ้ำขึ้น เพื่อจำหน่ายของร้านภาพเขียนลอกแบบที่เป็นแหล่งข้อมูล เพื่อเป็นตัวช่วยในการศึกษาเปรียบเทียบกับภาพต้นฉบับ และเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในแง่มุมต่างๆ ของผู้ผลิตและผู้บริโภค

ผลการวิจัยพบว่าในด้านการผลิตนั้นสามารถสรุปได้ว่า กระบวนการผลิตได้แสดงให้เห็นถึงการผลิตภาพเขียนลอกแบบในฐานะที่เป็นสื่อ ซึ่งอาศัยเทคโนโลยีทำให้พฤติกรรมของผู้ผลิตงานศิลปะเปลี่ยนแปลงไป และงานศิลปะได้กลายมาเป็นสื่อที่เป็นสินค้า วัฒนธรรมการค้าทำให้ความสำคัญของศิลปะถูกผสมกลมกลืนมาสู่การพาณิชย์ เมื่อภาพเขียนถูกผลิตขึ้นเพื่อประโยชน์ทางพาณิชย์นี้ ทำให้มุมมองถึงคุณค่าของตัวศิลปินและการผลิตงานศิลปะแปรเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน ช่วงเขียนลอกแบบเป็นที่ยอมรับได้ในฐานะผู้สร้างงานศิลปะ คุณค่าของภาพเขียนลอกแบบด้านการผลิต คือประการแรกภาพเขียนลอกแบบช่วยลดช่องว่างระหว่างผู้สร้างงานและผู้เสพงานศิลปะ ประการที่สองมีคุณค่าในฐานะที่เป็นสื่อที่ลดข้อจำกัดเรื่องเวลาและสถานที่ และประการสุดท้ายภาพเขียนลอกแบบมีคุณค่าในการช่วยเพิ่มค่าให้กับงานต้นแบบ

ด้านการบริโภคผลการวิจัยสรุปได้ว่า เช่นเดียวกับการผลิต วัฒนธรรมการค้าทำให้เกิดความหมายใหม่ทางสังคมที่เกิดจากรูปแบบการบริโภคและการใช้ งานศิลปะยุคหลังสมัยใหม่จึงอยู่บนพื้นฐานความคิดที่ถือเอาหลักความพอใจเป็นที่ตั้ง ภาพเขียนลอกแบบเป็นงานศิลปะชิ้นหนึ่งที่ถูกทำให้กลมกลืนไปกับการค้าตามหลักการดังกล่าว กระบวนการบริโภคภาพเขียนลอกแบบจึงเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้น เพื่อสนองต่อความสุขและความพึงพอใจของตัวผู้บริโภค แต่การบริโภคงานศิลปะเช่นนี้เป็นที่ยอมรับในบุคคลเพียงบางกลุ่มเท่านั้น ที่เรียกว่า "วัฒนธรรมประชานิยม" ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความชอบในลักษณะเดียวกัน

โดยสรุปกระบวนการผลิตและการบริโภคภาพเขียนลอกแบบ เป็นกระบวนการที่แตกต่างจากการผลิตซ้ำและการบริโภคที่มีมาในอดีต ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนี้เป็นลักษณะของสื่อที่ถูกผลิตขึ้นในฐานะเป็นสินค้า ที่สื่อถึงความหมายและคุณค่าของตัวมันเองในการผลิตและการบริโภค และด้วยส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการบริโภคภาพเขียนลอกแบบทั้งหมดนี้

เป็นกระบวนการที่เป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับงานศิลปะในยุคหลังสมัยใหม่ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ลักษณะสังคมยุคหลังสมัยใหม่ได้เกิดขึ้นแล้วในสังคมปัจจุบัน แต่เป็นเพียงบางส่วนเท่านั้นที่เกิดขึ้นในสังคมไทย

ข้อจำกัดในการวิจัย

การศึกษานี้มีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลในส่วนของผู้บริโภค ในครั้งแรกผู้วิจัยตั้งใจเก็บข้อมูลของผู้บริโภคให้ครอบคลุมทุกๆ กลุ่มเพื่อความหลากหลาย แต่ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าประจำของแต่ละร้านได้ เนื่องจากผู้วิจัยจำเป็นต้องอาศัยการแนะนำจากผู้ผลิต แต่ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้จะไม่เปิดเผยชื่อและสถานที่ติดต่อที่จะเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ เนื่องด้วยเหตุผลทางธุรกิจ ผู้วิจัยจึงได้ทราบข้อมูลของผู้บริโภคในกลุ่มลูกค้าประจำเพียงบางส่วน จึงอาจทำให้ข้อมูลในส่วนของการวิเคราะห์ผู้บริโภคกลุ่มนี้ไม่ชัดเจน

ข้อจำกัดอีกประการหนึ่งคือ มีความยากลำบากอย่างมากในการเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลหลักในกลุ่มผู้บริโภค ผู้วิจัยต้องใช้เวลาค่อนข้างมากที่จะต้องรอผู้บริโภคแต่ละคน เนื่องจากการเข้ามาซื้องานหรือการนัดวันมารับงาน ผู้บริโภคจะเข้ามาตามแต่เวลาที่ตนสะดวก ในบางกรณีผู้บริโภคไม่มีเวลาพอที่จะให้สัมภาษณ์หรือปฏิเสธการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจึงต้องใช้ระยะเวลาเพื่อการรอพบผู้บริโภคเป็นเวลานาน ซึ่งปัญหาเรื่องสถานที่ก็เป็นอีกข้อจำกัดหนึ่งในการวิจัย เนื่องจากผู้วิจัยได้รับการอำนวยความสะดวกเรื่องสถานที่จากผู้ผลิตเพียงบาง gallery เท่านั้น ได้แก่ KC Gallery , Pattaya Souvenir, Suwit Gallery , Artist's House, First Art Shop และร้าน 079 Gallery ทำให้ข้อมูลในกลุ่มผู้บริโภคจะได้มาจากการสัมภาษณ์ลูกค้าในร้านต่างๆ เหล่านี้ ซึ่งในบางร้านผู้วิจัยจำเป็นต้องช่วยผู้ผลิตชักชวนลูกค้าเพื่อให้ซื้องานของร้านเป็นการแลกเปลี่ยน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

เนื่องด้วยข้อจำกัดในการวิจัยดังกล่าวมาแล้ว อาจทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลในด้านผู้บริโภคไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร ดังนั้นควรจะมีการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปเพื่อศึกษาเจาะลึกในกลุ่มผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าประจำ ซึ่งผู้ทำการศึกษาน่าจะเป็นบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้ เพราะจะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้สะดวกยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นคนไทย เพื่อทราบถึงลักษณะสังคมยุคหลังสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในกลุ่มคนไทยต่อไป