

ประติมากรรมสื่อใหม่ : รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ



นายธีรพล หอสง่า

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

NEW MEDIA SCULPTURE : STYLE AND TASTE IN WHEELIE ART



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Fine and Applied Arts Program in Fine and Applied Arts

Faculty of Fine and Applied Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2017

Copyright of Chulalongkorn University



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ประติมากรรมสื่อใหม่ : รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะ
ยกถ้ำ

โดย

นายธีรพล หอสง่า

สาขาวิชา

ศิลปกรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์กมล เผ่าสวัสดิ์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต

..... คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

(ศาสตราจารย์ ดร.บุษกร บิณฑสันต์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์กมล เผ่าสวัสดิ์)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกกิง พัฒโนภาส)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ พลประเสริฐ)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ศาสตราจารย์เกียรติคุณเข้มรัตน์ กองสุข)

ธีรพล หอสง่า : ประติมากรรมสื่อใหม่ : รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ (NEW MEDIA SCULPTURE : STYLE AND TASTE IN WHEELIE ART) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
 หลัก: รศ.กมล เผ่าสวัสดิ์, หน้า.

วิทยานิพนธ์เรื่อง ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ มี
 วัตถุประสงค์สามข้อดังนี้ 1.ศึกษาแนวคิดและกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ผ่านรสนิยมและรูปแบบที่
 ปรากฏบนรถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ 2.สำรวจรูปแบบของการสร้างสรรค์ที่ปรากฏบนยานพาหนะใน
 วัฒนธรรมซ้อปเปอร์ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์เชิงปัจเจกและอัตลักษณ์เชิงกลุ่ม 3.
 สร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมที่ผู้ชมสามารถรับรู้สุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ได้ด้วยรูปแบบ
 การตกแต่งบนมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ มานำเสนอด้วยภาษาทางประติมากรรม วิทยานิพนธ์เรื่องนี้
 ได้รับแรงบัลดาลใจจากความสนใจมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ของผู้วิจัยเอง ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะที่
 ชัดเจนจนกลายเป็นรูปแบบทางวัฒนธรรมย่อย จากแรงบัลดาลใจข้างต้นทำให้ผู้วิจัยตั้งคำถามเกี่ยวกับ
 ปรากฏการณ์ดังกล่าวว่า การใช้รถมอเตอร์ไซค์เป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์ของผู้เป็นเจ้าของมี
 กลไกอย่างไร และมีกรอบความคิดใดอยู่เบื้องหลังบ้าง และจะสร้างกระบวนการสร้างอัตลักษณ์
 ผ่านผลงานศิลปะได้อย่างไรให้ผู้ชมสามารถรับรู้สุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ผู้วิจัย
 รวบรวมข้อมูลมาจากแนวคิดทฤษฎีทางสังคมศาสตร์ แนวคิดทางศิลปะที่เกี่ยวข้อง ศิลปินกรณีศึกษา
 ข้อมูลภาคสนาม และข้อมูลจากสื่อออนไลน์ จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าสามารถบ่งชี้ลักษณะและ
 แนวคิดการใช้มอเตอร์ไซค์สร้างอัตลักษณ์ให้กับผู้เป็นเจ้าของในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ โดยการหยิบยืม
 รูปแบบจากหลายแหล่งที่มา กลายเป็นวัฒนธรรมซ้อปเปอร์แบบไทยๆ ผู้วิจัยเชื่อมโยงข้อมูลที่ได้กับ
 แนวคิดทางศิลปะมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างสรรค์เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ชมกับ
 ผลงาน ในรูปแบบประติมากรรมสื่อใหม่ทั้งหมดสี่ชิ้น ได้แก่ คิงคะนองนา เร็วแรงเกิน นักสู้อลาดสด
 และทองเนื้อเก้า ผลงานประติมากรรมทั้งสี่ชิ้นใช้หลักการการหยิบยืมรูปแบบจากหลายแหล่งมาผสม
 กันแบบพันธุ์ทาง จนกลายเป็นรูปแบบที่สร้างอัตลักษณ์เฉพาะ และสะท้อนกลับไปยังที่มาของแหล่ง
 รสนิยมต้นทางได้ในเวลาเดียวกัน วิทยานิพนธ์ชิ้นนี้ คือกระบวนการสร้างการรับรู้สุนทรียะแบบ
 วัฒนธรรมซ้อปเปอร์ให้กับผู้ชมผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม และขยายฐานคิด
 เกี่ยวกับประสบการณ์ทางสุนทรียะผ่านการรับรู้ เปิดทางให้ขยายฐานคิดเกี่ยวกับการสร้างงาน
 ประติมากรรมร่วมสมัย ที่ไม่ได้หยุดอยู่แค่เพียงการชื่นชมสุนทรียภาพจากความงามของรูป ทรงสาม
 มิติของประติมากรรมเท่านั้น โดยผู้วิจัยเรียกกระบวนการนี้ว่า ประติมากรรมปฏิสัมพันธ์

สาขาวิชา ศิลปกรรมศาสตร์

ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2560

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5686807335 : MAJOR FINE AND APPLIED ARTS

KEYWORDS: CHOPPER CULTURAL / CHOPPER MOTORCYCLE / STYLE AND TASTE /
NEWMEDIA SCULPTURE

TEERAPON HOSANGA: NEW MEDIA SCULPTURE : STYLE AND TASTE IN WHEELIE
ART. ADVISOR: ASSOC. PROF.KAMOL PHAOSAVASDI, pp.

“New Media Sculpture: Style and Taste in Wheelie Art” has three objectives:
1) To study concepts and procedures of identity creation through style and taste
appearing on Chopper motorcycle 2) To survey style of creation appearing on vehicles
in Chopper culture, which play an important role in creating individual and group
identities 3) To create new media sculptures encouraging audiences to perceive
aesthetic based on Chopper culture through the style of Chopper decoration. This
thesis grows out of researcher’s interest in Chopper motorcycle. Here are research
questions: What is a mechanism of using a motorcycle as a tool for creating identity
for its owner? What is a conceptual framework behind this mechanism? What
procedure can help the researcher to create an artistic identity in order for audiences
to perceive aesthetic based on Chopper culture? The researcher investigates theories
of social science, art concepts, case study artists, field trips, and online information. An
important finding is that Chopper motorcycle is treated as a tool to create identity for
its owner who appropriates decorative styles from various sources to create his Thai-
style Chopper. The researcher synthesized the finding with art concepts and
developed a conceptual framework for creating sculptures with which audiences can
interact. The researcher appropriated style from various sources to create the new
media sculptures: ‘King Kanongna’, ‘Too Fast Too Furious’, ‘The Transporter’ and
‘Golden Bike’. They have a new and specific identity, and reflect back to the original
sources of style. In conclusion, this thesis is a procedure of creating the aesthetic
based on Chopper culture for audiences. Their interaction with the artworks has
expanded the fundamental concept of making contemporary sculpture. It is not
necessary for sculptures to be explored only visually anymore. The researcher would
like to call this procedure as interactive sculpture

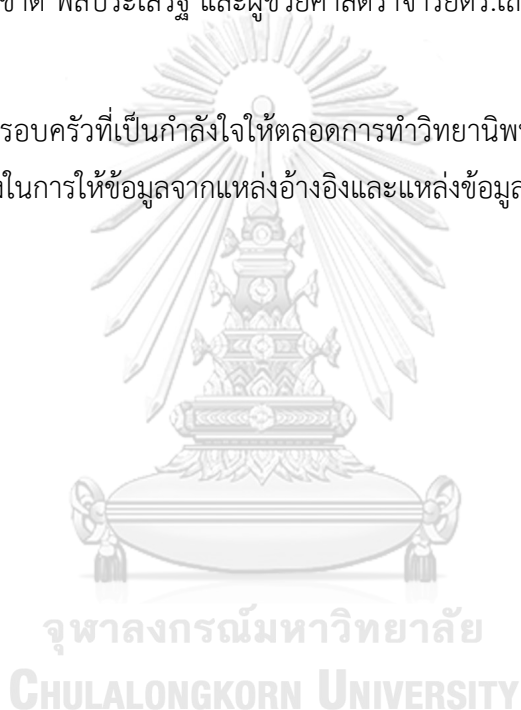
Field of Study: Fine and Applied Arts Student's Signature

Academic Year: 2017 Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะสำเร็จไปไม่ได้หากขาดการสนับสนุน และความช่วยเหลือจากบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดังรายนามต่อไปนี้ ขอแสดงความขอบคุณทุนเรียนดีมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ ประจำปี 2555 จากสำนักงานการอุดมศึกษา (สกอ.) ตลอดทั้ง รองศาสตราจารย์กมล เผ่าสวัสดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิทยานิพนธ์ ศาสตราจารย์เกียรติคุณเข็มรัตน์ กองสุข ผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอก รองศาสตราจารย์ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.อภิชาติ พลประเสริฐ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.เกกิง พัฒโนภาษ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ขอบคุณครอบครัวที่เป็นกำลังใจให้ตลอดการทำวิทยานิพนธ์ และสุดท้ายขอบคุณความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้ข้อมูลจากแหล่งอ้างอิงและแหล่งข้อมูลต่างๆ



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ	ฐ
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของความคิดสร้างสรรค์.....	6
1.2 วัตถุประสงค์ของวิจัย	13
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	13
1.4 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	14
1.5 นิยามศัพท์	14
บทที่2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	15
2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลผ่านวัตถุ.....	16
2.1.1 สารคดีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์.....	16
2.1.2 งานวิจัยเรื่อง เร่ง รัก รุนแรง: โลกชายขอบของนักบิด.....	16
2.1.3 งานวิจัยเรื่อง แยกก็ ในประเทศญี่ปุ่น: ตัวตนและวัฒนธรรม.....	16
2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลผ่านวัตถุ.....	17
2.2.1 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity).....	17
2.2.2 วัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture).....	21
2.2.3 วัฒนธรรมทางสายตา.....	25
2.2.3.1 การบริโภคสัญณะ (Consumption of Sign).....	26

2.2.3.2	สี่แม่แบบในทางฝ่ายชาย The Four Archetypes of Mature Masculine.....	30
2.3	วิเคราะห์ท้ายบทในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่	
	รูปแบบของการสร้างสรรค์และรสนิยมในศิลปะถดถอย.....	33
2.3.1	วิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม	33
2.3.2	วิเคราะห์แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์เพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม.....	34
2.3.3	วิเคราะห์แนวคิดวัฒนธรรมประชานิยมเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม	35
2.3.4	วิเคราะห์แนวคิดวัฒนธรรมทางสายตาเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม	35
บทที่ 3	แนวคิดทฤษฎีทางทัศนศิลป์	37
3.1	แนวคิดทฤษฎีทางศิลปะที่เกี่ยวข้อง.....	38
3.1.1	ศิลปะสื่อใหม่ (New Media Art).....	38
3.1.2	ป๊อป อาร์ต (Pop Art) และนีโอ ป๊อป (Neo Pop).....	42
3.1.3	Appropriation Art แอปโพรพริเอชัน อาร์ต ศิลปะแห่งการหยิบยืม	44
3.1.4	ศิลปะหลังสมัยใหม่ (Postmodern art).....	47
3.2	ศิลปินกรณีศึกษา.....	48
3.2.1	ชี จินซง (Shi Jin Song).....	49
3.2.2	เออร์วิน เวิร์ม (Erwin Wurm)	52
3.2.3	เจฟฟ์ คูนส์ Jeff Koons	56
3.3	วิเคราะห์ท้ายบทในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบ	
	ลีลาและรสนิยมในศิลปะถดถอย	64
3.3.1	การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับงานศิลปะ	64

3.3.2	สุนทรียะแบบหลังสมัยใหม่ การหยิบยืมในศิลปะป๊อปอาร์ต กับการหยิบยืมใน ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะดัดล้อ	65
บทที่4	การศึกษาข้อมูลภาคสนาม	66
4.1	ข้อมูลจากการศึกษาภาคเอกสารและสื่อสาธารณะ	67
4.1.1	ข้อมูลจากรายการ American Chopper	67
4.1.2	ช่องทางใน Youtube	69
4.1.2.1	รายการ มอเตอร์ไซค์เคลิ์ ทีวีไทยแลนด์	69
4.1.2.2	รายการ Speed Rider Rerun	69
4.1.2.3	รายการ Japan Bike Way	70
4.1.2.4	รายการ Thai Racing TV SHOW	70
4.1.3	ช่องทางใน Facebook	72
4.1.3.1	แยกตามรุ่น และแบรนด์ของรถมอเตอร์ไซค์	72
4.1.3.2	แยกตามรูปแบบการใช้ชีวิตและไลฟ์สไตล์	72
4.1.3.3	แยกตามรูปแบบการตกแต่ง	72
4.1.4	ช่องทางใน เว็บไซต์ Pantip แ่ทีกรมอเตอร์ไซค์	74
4.2	ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม	76
4.2.1	เก็บข้อมูลพื้นฐานของรถมอเตอร์ไซค์ และข้อมูลพื้นฐานของรถมอเตอร์ไซค์ใน วัฒนธรรมฮอปเปอร์	76
4.2.2	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	86
4.2.2.1	ข้อมูลจากผู้บริโภคสินค้าระดับบนในวัฒนธรรมฮอปเปอร์	87
4.2.2.2	ข้อมูลจากผู้บริโภคสินค้าระดับล่างในวัฒนธรรมฮอปเปอร์	89
4.2.3	การสำรวจข้อมูลภาคสนามในงานเทศกาลในวัฒนธรรมฮอปเปอร์	93
4.2.3.1	งาน Bangkok Motorbike Festival 2016	93
4.2.3.2	งานบูรพาไบค์วีค Burapa Bike Week 2017	94

4.2.4 การมีส่วนร่วมกับการปรากฏการณ์ที่ศึกษาโดยการเป็นเจ้าของรถมอเตอร์ไซด์.....	96
4.3 สรุปท้ายบทการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม	99
4.3.1 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดอัตลักษณ์	99
4.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดวัฒนธรรมประชานิยม	100
4.3.3 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดวัฒนธรรมทางสายตา	100
4.3.4 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดศิลปะสื่อใหม่	102
4.3.5 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดศิลปะป๊อปอาร์ต	102
บทที่5 กระบวนการสร้างสรรค์.....	104
5.1 วางกรอบแนวคิดในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบ ลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ”	105
5.1.1 กำหนดกรอบของสุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมช้อปเปอร์เพื่อการออกแบบ ประติมากรรมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้.....	105
5.1.2 กรอบแนวคิดในการสร้างสรรค์ “ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบการ สร้างสรรค์และรสนิยมในศิลปะยกล้อ”	107
5.2 ออกแบบภาพร่างและสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 1.....	109
5.2.1 รวบรวมข้อมูลสู่การสร้างสรรค์	109
5.2.2 กระบวนการออกแบบผลงานประติมากรรม.....	111
5.2.3 กระบวนการสร้างผลงาน	116
5.3 การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 2 “เร็ว แรง เกิน” Too Fast Too Furious	120
5.3.1 รวบรวมข้อมูลสู่การสร้างสรรค์	120
5.3.2 ออกแบบผลงานประติมากรรม	122
5.3.3 กระบวนการสร้างผลงาน	128

5.4 การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 3 ชื่อ นักสู้อยู่ตลาดสด The Transporter.....	131
5.4.1 รวบรวมข้อมูลสู่การสร้างสรรค์	132
5.4.2 ออกแบบผลงานประติมากรรม	134
5.4.3 กระบวนการสร้างผลงาน	137
5.5 ข้อสังเกตและแนวทางการแก้ไขกระบวนการสร้างสรรค์สู่การปรับปรุงผลงานที่สมบูรณ์.....	140
5.5.1 ข้อสังเกตจากการวิเคราะห์ผลงานประติมากรรมช่วงที่1 และแนวทางการแก้ไข	140
ข้อสังเกตข้อที่ 1	140
5.5.2 ข้อสังเกตและแนวทางการแก้ไขจากการนำเสนอบทความวิจัยและสร้างสรรค์ และ การนำเสนอบทความวิจัย.....	141
5.5.3 สรุปแนวทางการแก้ไข	142
5.6 การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4 “ทองเนื้อเก้า” Golden Bike	145
5.6.1 รวบรวมข้อมูลสู่การสร้างสรรค์	145
5.6.2 ออกแบบผลงานประติมากรรม	147
5.6.3 กระบวนการสร้างผลงานประติมากรรม.....	152
บทที่6 บทวิเคราะห์.....	155
6.1 เนื้อหา.....	155
6.2 กระบวนการสร้างสรรค์.....	156
6.1.1 รูปแบบพันธู์ทาง	157
6.1.2 การขยายจนล้นเกิน	160
6.1.3 อัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัย	163
6.3 วิเคราะห์กระบวนการการนำเสนอผลงาน	166
บทที่7 บทสรุป	174

7.1 ผลการวิจัย.....	174
7.2 อภิปรายผล.....	175
.....	178
รายการอ้างอิง.....	178
ภาคผนวก.....	180
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	185



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 ศิลปิน ชิ จินซง	49
ภาพที่ 2 Halong-Kellong (2003-2006) ข) ชาวชนบทจีนที่มาร่วมทำงานกับศิลปินในผลงาน.....	52
ภาพที่ 3 ศิลปิน แอร์วิน วูร์ม	52
ภาพที่ 4 ผลงานบางส่วนของ แอร์วิน วูร์ม ณ. BACC หอศิลป์แห่งกรุงเทพมหานคร	55
ภาพที่ 5 เจฟฟ์ คูนส์ (Jeff Koons).....	56
ภาพที่ 6 ผลงานชุด equilibrium.....	60
ภาพที่ 7 ผลงานชุด “The New” 1980.....	60
ภาพที่ 8 ผลงานซีรีส์ Banality.....	61
ภาพที่ 9 balloon dog (1994-2000)	61
ภาพที่ 10 สมาชิก Orange County Choppers.....	68
ภาพที่ 11 Black Widow Bike.....	69
ภาพที่ 12 นายยืนยง โอภากุล หรือ แอ๊ด คาราบาว นักร้องนำวงดนตรีคาราบาว	81
ภาพที่ 13 งานบูรพาไบค์วิค.....	83
ภาพที่ 14 กิจกรรมแปรอักษร บริสุทธ์แห่งราชัน 26 พฤศจิกายน 2559 ณ บริเวณสนามกีฬา วิทยาลัยพลศึกษาชลบุรี.....	83
ภาพที่ 15 รถจักรยานยนต์ Harley-davison ตระกูล DYNA	88
ภาพที่ 16 รถจักรยานยนต์ Harley-davison ตระกูล Sportster.....	88
ภาพที่ 17 มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ในทรงโอสคูลที่ใช้เครื่องยนต์ Harley-davidson Shovelhead... 88	
ภาพที่ 18 ก) Honda CB750 ข) CB750 ที่ดัดแปลงเป็นซ้อเปอร์แล้ว.....	91
ภาพที่ 19 ก) Yamaha XS650 ข) Yamaha XS650 ซ้อเปอร์	91
ภาพที่ 20 ก) Yamaha SR400 ข) Yamaha SR400 ซ้อเปอร์.....	92

ภาพที่ 21 คิงส์คะนองนา (King Kanongna) 2014-2015	109
ภาพที่ 22 ภาพร่างผลงานชิ้นที่1	113
ภาพที่ 23 ผลงานชื่อ "เร็ว แรง เกิน" (Too Fast Too Furious) 2016	120
ภาพที่ 24 ภาพร่างผลงาน “เร็ว แรง เกิน”	125
ภาพที่ 25 ผลงาน “นักสู้อุตลาตสด”	131
ภาพที่ 26 ผลงาน “นักสู้อุตลาตสด” ใน PSG Art Galley	131
ภาพที่ 27 ภาพร่าง นักสู้อุตลาตสด.....	136
ภาพที่ 28 ข้อสังเกตข้อที่ 1 รูปแบบมาจากหลายแหล่งที่ใกล้เคียงมากเกินไป ก) ซ้อปเปอร์กับสิบล้อ ข) ซ้อปเปอร์กับรถเข็นผัก.....	140
ภาพที่ 29 ข้อสังเกตข้อที่ 2 ก) ผู้ชมสัมผัสเพียงประสบการณ์เสมือน ข) กระบวนการปฏิสัมพันธ์กับผลงานได้ผลไม่ชัดเจน.....	141
ภาพที่ 30 ทองเนื้อเก้า	145
ภาพที่ 31 ภาพร่างผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4 “ทองเนื้อเก้า”	150
ภาพที่ 32 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม ผ่านการปฏิบัติจริง	170
ภาพที่ 33 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม สุนทรียะเสมือน	171
ภาพที่ 34 วิดีโอในนิทรรศการ สุนทรียะยกล้อ PSG Gallery มหาวิทยาลัยศิลปากร.....	176

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ศิลปป็นกรณีศึกษาที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์	63
ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อYouTube	71
ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อFacebook.....	73
ตารางที่ 4 ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อเว็บไซต์ Pantip ห้องมอเตอร์ไซด์.....	75
ตารางที่ 5 ข้อมูลพื้นฐานของรถมอเตอร์ไซด์.....	79
ตารางที่ 6 ข้อมูลจากผู้บริโภคสินค้าระดับล่างในวัฒนธรรมฮอปเปอร์	85
ตารางที่ 7 การสังเคราะห์แนวคิดการสร้างสรรค์ประติมากรรมชิ้นที่ 1	112
ตารางที่ 8 กระบวนการทดลอง และการออกแบบผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 1	115
ตารางที่ 9 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ประติมากรรม "คิงส์คะนองนา"	119
ตารางที่ 10 การสังเคราะห์แนวคิดการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 2	124
ตารางที่ 11 กระบวนการทดลอง และการออกแบบผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 2.....	127
ตารางที่ 12 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม “เร็ว แรง เกิน”	130
ตารางที่ 13 การสังเคราะห์แนวคิดการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 3	135
ตารางที่ 14 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 3	139
ตารางที่ 15 การแก้ไขตามแนวทางที่ 1	143
ตารางที่ 16 การแก้ไขตามแนวทางที่ 2	144
ตารางที่ 17 การสังเคราะห์แนวคิดการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4	149
ตารางที่ 18 กระบวนการทดลอง และการออกแบบผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4.....	151
ตารางที่ 19 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4 “ทองเนื้อเก้า”	154
ตารางที่ 20 วิเคราะห์รูปแบบล้นเกินในผลงานในชิ้นที่ 1 คิงส์คะนองนา.....	157
ตารางที่ 21 วิเคราะห์รูปแบบล้นเกินในผลงาน เร็ว แรง เกิน.....	158

ตารางที่ 22 วิเคราะห์รูปแบบพันธู์ทางในผลงานชั้นที่ 3 นักสู้ตลาดสด	159
ตารางที่ 23 วิเคราะห์รูปแบบพันธู์ทางในผลงานชั้นที่ 4 ทองเนื้อเก้า.....	160
ตารางที่ 24 รูปแบบการขยายจนล้นเกินในผลงานชั้นที่ 2 เร็วแรงเกิน.....	161
ตารางที่ 25 แนวคิดการขยายจนล้นเกินในผลงานประติมากรรม เร็ว แรง เกิน.....	162
ตารางที่ 26 รูปแบบอัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัยในประติมากรรม คิงส์คะนองนา.....	163
ตารางที่ 27 รูปแบบอัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัยในผลงานประติมากรรม นักสู้ตลาดสด	164
ตารางที่ 28 รูปแบบอัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัยในผลงาน ทองเนื้อเก้า	165
ตารางที่ 29 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลงานประติมากรรมกับผู้วิจัยในฐานะผู้ชมคนแรก	167
ตารางที่ 30 การรวบรวม ข้อคิดเห็นและข้อวิจารณ์ผลงานระหว่างการจัดแสดงนิทรรศการ โดย ผู้ทรงคุณวุฒิในทางศิลปะ บางส่วน.....	169



บทที่ 1

บทนำ

ปัจจุบันมีปรากฏการณ์ใหม่ชนิดหนึ่งเกิดขึ้นบนท้องถนนของประเทศไทย คือ คนในช่วงวัยรุ่นวัยทำงานหันมาขับซีรอมอเตอร์ไซค์ขนาดใหญ่กันมากขึ้น กลไกการทำการตลาดและการกำหนดราคาของผู้ผลิตทำให้การเป็นเจ้าของมอเตอร์ไซค์ทำได้ง่ายกว่าแต่ก่อน สิ่งที่น่าสนใจของปรากฏการณ์ดังกล่าวคือ เมื่อเริ่มมองสำรวจลงไปในสังคม เราจะพบปรากฏการณ์การใช้ยานพาหนะเพื่อแสดงอัตลักษณ์ตัวตนในสังคม รถจักรยานยนต์ หรือเรียกทับศัพท์ภาษาอังกฤษเป็นไทยว่า “มอเตอร์ไซค์” ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการแสดงอัตลักษณ์ของผู้เป็นเจ้าของที่พบได้มาก และมีความหลากหลายมาก รูปแบบการแสดงออกทางอัตลักษณ์ผ่านมอเตอร์ไซค์บนท้องถนนพบได้หลายรูปแบบ เช่น อัตลักษณ์แบบเด็กแว้น อัตลักษณ์โฉบเฉี่ยวแบบรอมอเตอร์ไซค์สปอร์ตที่ราวกับหลุดออกมาจากสนามแข่ง อัตลักษณ์แบบรถเก่าจิกโก้ย้อนยุค และอัตลักษณ์เพื่อชีวิตนอกรอบสังคมแบบรอมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ เป็นต้น รูปแบบการสื่อความหมายของอัตลักษณ์แบบต่างๆ มีความเฉพาะตัวสูง มีที่มาที่หลากหลาย และน่าแปลกประหลาดใจ สามารถพบเห็นได้ทุกวันบนถนนของเมืองไทย

การที่ใครจะเลือกเป็นเจ้าของมอเตอร์ไซค์สักคันเป็นเรื่องของการเลือกว่าจะแสดงลักษณะแบบของตัวตน มากกว่าเลือกจากประโยชน์ใช้งาน วัตถุที่เราเลือกครอบครอง เช่น แฟชั่นการแต่งกาย นาฬิกา โทรศัพท์ มือถือ ยานพาหนะ ฯ หรือวัตถุอะไรก็ตามที่สามารถพกพาไปไหนมาไหนได้ในพื้นที่สาธารณะ สามารถบ่งบอกอัตลักษณ์ตัวตนของเราได้ ลักษณะของมอเตอร์ไซค์ที่บุคคลเลือกจึงใช้สามารถบ่งบอกรสนิยมความชอบของผู้เป็นเจ้าของ อาจกล่าวได้ว่า มอเตอร์ไซค์ช่วยในการสร้างและสื่อความหมายว่า “ตัวฉัน” เป็นใครมีรสนิยม ความคิด ความเชื่อ และมีวิถีชีวิตอย่างไร เหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร

ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นปรากฏการณ์ร่วมสมัยที่ได้รับความสนใจจากนักวิชาการหลายสาขา เพราะมีความเกี่ยวข้องทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และจิตวิทยา โดยเห็นได้จากการมีงานวิจัยหลายชิ้นที่มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ด้วยมอเตอร์ไซค์ เช่น งานวิจัยชื่อ เร่ง รัก รุนแรง: โลกชายขอบของนักบิด โดย ผศ.ดร. ปนัดดา ชำนาญสุข นำเสนอประเด็นการสร้างอัตลักษณ์แบบเด็กแว้น งานวิจัยเรื่อง แยกก็ ในประเทศญี่ปุ่น: ตัวตนและวัฒนธรรม โดย นางสาวฐิรชญา ศรีงาน นำเสนอประเด็นเรื่องการสร้างอัตลักษณ์แบบวัยรุ่นเพื่อต่อต้านสังคม และรายการสารคดีที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ สารคดี Hells Angels ของ History Channel เป็นต้น

รถมอเตอร์ไซค์ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ร่วมสมัยที่น่าจับตามอง โดยเฉพาะเรื่องความหลากหลายของประเภทและลักษณะของมอเตอร์ไซค์ ซึ่งมาพร้อมกับกรอบคิด อย่างเช่น ความเก๋ ความเท่ มีรสนิยม แสดงความอิสระเสรี การผจญภัย แตกต่างไม่เหมือนใคร และมีมิตรภาพระหว่างกลุ่มผู้ชายเป็นหลัก เป็น

เราสามารถย้อนกลับไปสำรวจรูปแบบการตกแต่งดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ในสังคมไทยและสังคมโลกได้จากการแต่งรถสไตล์ซ้อปเปอร์ ซึ่งมีแนวคิด รสนิยม และรูปแบบเฉพาะที่ดำเนินต่อเนื่องมายาวนาน การแต่งรถสไตล์ซ้อปเปอร์นั้นไม่ได้เป็นเพียงเรื่องการสร้างรูปแบบ แต่ยังรวมไปถึงการใช้ชีวิต รสนิยม คติความเชื่อ จนสามารถเรียกได้ว่า วัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมย่อยรูปแบบหนึ่ง

วัฒนธรรมซ้อปเปอร์ (Chopper Culture)

ในบรรดาประเภทและรสนิยมการตกแต่งดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ กลุ่มที่มีความโดดเด่น น่าสนใจ และมีการทำซ้ำอย่างแพร่หลายยาวนานจนกลายเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อย กลายเป็นรูปแบบของการใช้ชีวิตที่มีคติความเชื่อเฉพาะ คือกลุ่มมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ คำว่า ซ้อปเปอร์ ในแวดวงรถมอเตอร์ไซค์หมายถึงแนวทางการแต่งรถมอเตอร์ไซค์รูปแบบหนึ่งที่ยังคงความนิยมมาตั้งแต่ช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองมาจนถึงทุกวันนี้ก็คือ ซ้อปเปอร์ นอกจากจะเป็นแนวทางหนึ่งในการแต่งรถให้ดูโก้หรูแล้ว ยังมีรากทางวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่ช่วงสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่สอง ตลอดระยะกว่า 60 ปีที่ผ่านมา มีกลุ่มมอเตอร์ไซค์ที่ใช้ตัวย่อว่า MC (Motorcycle Club) ยังคงหลงเหลือในการแต่งสไตล์ซ้อปเปอร์อยู่ทั่วโลกได้สร้างอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มขึ้น จนกลายเป็นองค์กรข้ามชาติขนาดใหญ่หลายองค์กร

ก่อนที่จะเข้าใจรูปแบบการแต่งรถแบบซ้อปเปอร์ และวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ต้องทำความเข้าใจถึงการตกแต่งรถมอเตอร์ไซค์แบบบอบเบอร์ (Bobber) เสียก่อน เพราะบอบเบอร์ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ โดยเริ่มต้นราวๆ ปีค.ศ. 1940 ในสหรัฐอเมริกา มันเป็นการนำรถทรงครุยเซอร์มาถอดหรือตัดชิ้นส่วนที่เกะกะและหนักออก เช่น ถอดบังโคลนหน้าทิ้ง ตัดบังโคลนหลังให้สั้น ทำเบาะให้เล็กลง เปลี่ยนไฟหน้า และเปลี่ยนแฮนด์ใหม่ ทั้งหมดคือการทำให้รถมีน้ำหนักเบา แต่วิธีการนี้จะไม่ดัดแปลงตัวถังรถหรือเฟรมและยังไม่เน้นชิ้นงานโครเมียมแวววาว

ส่วนซ้อปเปอร์นั้นเรียกได้ว่าเป็นการตกแต่งที่มีความสร้างสรรค์มากขึ้นอีกขั้นหนึ่ง คือมีการ

ดัดแปลงเกือบทั้งคัน ไม่ว่าจะรื้อโซ้คหน้าออกแล้วทำโซ้คหน้ายาว ตัดต่อตัวถังใหม่ให้มีความสูงมากขึ้น ถอดถังน้ำมันเดิมออกเอาถังเล็กๆใส่แทน ใส่แฮนด์สูงๆ เปลี่ยนยางหลังเป็นยางโตยางหน้าเล็ก ถอดไฟเลี้ยวทิ้งทั้งหมด เบรกหน้าถอดออก ทำท่อไอเสียใหม่ ขึ้นส่วนไหนที่เป็นเหล็กก็ชุบโครเมียมให้แวววาว ปฏิเสธความดั้งเดิมที่เหมือนกันทุกคัน สร้างอัตลักษณ์ใหม่แนวทางเฉพาะตัว แสดงออกถึงแนวคิดขบถ ต่อระบบสังคมของคนส่วนใหญ่¹

วัฒนธรรมซ้อปเปอร์ หรือวัฒนธรรม MC ใช้ระยะเวลายาวนานในการประกอบสร้างภาพของอัตลักษณ์ตัวตน จนกลายเป็นรูปแบบของอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม แต่วัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ไม่ได้เป็นผู้สร้างรูปแบบทางวัฒนธรรมนี้แต่ฝ่ายเดียว ในบางมุมวัฒนธรรมซ้อปเปอร์เองก็กลายเป็นวัตถุ癖ให้สื่อเลือกนำเสนอเพียงบางแง่บางมุมเพื่อนำเสนอต่อสาธารณะ สื่อนั่นเองที่นำเสนอภาพลักษณ์ว่ากลุ่มมอเตอร์ไซค์คือแก๊งค์อันตราย ให้กลายเป็นภาพติดตัวของผู้ขี่มอเตอร์ไซค์คันใหญ่แทบทุกคน จนถึงปัจจุบัน

การเข้ามาของวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ในประเทศไทย

เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าการเข้ามาของวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ในประเทศไทยนั้นมาพร้อมสื่อจากต่างประเทศ เช่น ภาพยนตร์จากสหรัฐอเมริกา และการตั้งฐานทัพของสหรัฐอเมริกาในช่วงสงครามเวียดนาม ที่สนามบินอู่ตะเภา อุดรธานี อุบลราชธานี และนครพนม เป็นต้น คนไทยสมัยนั้นเรียกว่าแคมป์ และเหล่าทหารอเมริกัน หรือ G.I. (Government Issue) ที่ประจำการอยู่ที่นั่น ใช้เวลาว่างตามวัฒนธรรมแบบอเมริกัน โดยหนึ่งในนั้นคือการขี่รถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ที่วิ่งเล่นตามความนิยมของชาวอเมริกันทั่วไป ภาพที่คนไทยเห็นและวัฒนธรรมการใช้เวลาว่างของทหารอเมริกันเหล่านี้ คือเครื่องมือส่งต่อรูปแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ให้แก่คนไทย โดยกลุ่มแรกสุดที่รับวัฒนธรรมซ้อปเปอร์น่าจะเป็นกลุ่มคนที่ทำงานอยู่ในแคมป์ เช่น นักดนตรีที่รับจ้างเล่นดนตรีในแคมป์ เพราะคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มแรกๆที่สามารถเข้าถึงกิจกรรมและวัตถุทางวัฒนธรรมเหล่านั้นได้โดยตรง และเริ่มขยายออกมาสู่วงกว้างผ่านร้านที่มีการเล่นดนตรีกลางคืนจนการเป็นวัฒนธรรมประชานิยมรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นในประเทศไทย

¹ Mars magazine, **Chopper Culture** [ออนไลน์], 11 กุมภาพันธ์ 2558. แหล่งที่มา

<http://www.manager.co.th/Marsmag/ViewNews.aspx?NewsID=9580000016819>

วัฒนธรรมฮอปเปอร์ หรือ วัฒนธรรมประชานิยมของชาว MC (Motorcycle Club) คนที่อยู่ในกลุ่มนี้ใช้ชีวิตส่วนใหญ่อยู่บนมอเตอร์ไซค์ ใช้ชีวิตง่ายๆ ในสหรัฐอเมริกา จะอยู่กันเป็นครอบครัว เป็นวิถีชีวิตแบบวัฒนธรรมย่อยที่เชื่อในการใช้ชีวิตแบบเสรี สำหรับสังคมไทยภาพของผู้ใช้ชีวิตบนถนนมอเตอร์ไซค์ ชีต่องเที่ยวไปเรื่อยเหนือจรดได้ คำไหนนอนนั่น ชีวิตง่ายๆไม่ต้องคิดอะไร ใช้ชีวิตถูกผู้ชาย ผ่านโลกมาเยอะ สายลมแสงแดด รวยจนอย่าไปสนใจ ไม่ใช่จุดหมายของเสรีชน แบบในเนื้อเพลง ฮาร์เลย์ เดวิส และมิตรภาพในกลุ่มผู้ขี่มอเตอร์ไซค์ ฮาร์เลย์ ในเพลง “เพื่อชีวิตติดล้อ” ของวงคาราบาว นั้นเป็นเพียงภาพฝันภาพในอุดมคติหรืองานอดิเรก ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อเท่านั้นไม่สามารถเป็นจริงได้ในบริบทของสังคมไทย อีกทั้งรถมอเตอร์ไซค์ ฮาร์เลย์ เดวิส คันหนึ่งมีราคาเกินล้านบาท จึงเป็นเรื่องยากที่คนฐานะปานกลางจะสามารถครอบครองได้ ยังไม่ต้องพูดถึงคนหาเช้ากินค่ำ

ปัจจุบันในประเทศไทยนั้น มีทั้งคลับท้องถิ่นและคลับจากอเมริกาที่เปิดเป็นสาขาอยู่หลายคลับ คนไทยหลายคนอาจจะมองว่าเป็นเรื่องอันตรายและน่ากลัว แต่ที่จริงแล้วคลับต่างๆ คือผู้ที่รักและชื่นชอบในการชื่นชมสายลมแสงแดดด้วยมอเตอร์ไซค์ ส่วนใหญ่เป็นการรวมกลุ่มกับขี่มอเตอร์ไซค์ไปจัดกิจกรรมการกุศล บริจาคสิ่งของและเงินที่รวบรวมได้จากสมาชิกให้แก่หน่วยงานและองค์กรการกุศลมากกว่าจะเป็นแก๊งอาชญากรรม ด้วยบริบททางวัฒนธรรมแบบไทยๆและความเป็นงานอดิเรกของการรวมกลุ่มขี่มอเตอร์ไซค์จึงไม่มีข้อขัดแย้งทางผลประโยชน์ ก็ทำให้คลับแต่ละคลับเชื่อมความสัมพันธ์กันแบบเพื่อนฝูงหรือพี่น้อง หนีเมียเที่ยว หนีงานเที่ยว มากกว่าที่จะเป็นคู่แข่งที่ต้องยกพวกตีกันเหมือนในอเมริกา

เมื่อวัฒนธรรมฮอปเปอร์เข้ามาสู่ประเทศไทย ภาพลักษณ์ดั้งเดิมก็ได้ถูกละลายให้ผสมรวมกับภาพลักษณ์ของวงดนตรีเพลงเพื่อชีวิต เช่น วงคาราบาว ซึ่งเป็นตัวแทนของผู้นิยมชมชอบการขี่มอเตอร์ไซค์ ฮาร์เลย์ เดวิส ใช้ชีวิตอิสระ เสรี ไม่สยบยอมต่อกระแสหลักทางสังคม ภาพลักษณ์ทั้งสองสามารถผสมผสานกันอย่างแนบเนียนกลมกลืนเหมือนเป็นสิ่งเดียวกันมาตั้งแต่ต้น ทำให้การมีผ้าขาวม้าผูกหัวหรือผูกเอวขี่ฮาร์เลย์ เป็นเรื่องปกติในไทย เสื้อทหารและเสื้อยีนส์ได้รับความนิยมมากกว่าเสื้อกั๊กหนังเพราะทหารอเมริกันไม่นิยมใส่เสื้อหนังในภูมิประเทศที่ร้อนระอุแบบประเทศไทย

กลุ่มผู้นิยมรถมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์ในประเทศไทยสามารถแบ่งคร่าวๆได้สองแบบ คือกลุ่มผู้บริโภคระดับบนที่ไม่นิยมดัดแปลงรถให้เปลี่ยนรูปร่างจากเดิมไปมากนัก เพราะใช้รถมอเตอร์ไซค์ราคาแพงเช่น ฮาเลย์ เดวิดสัน อีกกลุ่มคือผู้บริโภคระดับล่างที่ไม่ได้ใช้ฮาเลย์ ส่วนใหญ่เป็นรถมอเตอร์ไซค์ญี่ปุ่นจะมีการตกแต่งดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ให้รูปร่างและโครงสร้างของตัวรถมีลักษณะ

คล้ายซ็อบเปอร์ นอกจากนี้ยังมีการเลียนแบบและหยิบยืมรูปแบบที่เป็นส่วนประกอบย่อยของวัฒนธรรมซ็อบเปอร์ ซึ่งเป็น Popular Culture ในอเมริกา เช่น การสักร่างกายด้วยลวดลาย สัญลักษณ์สวยงาม อาทิ หัวกระโหลก ดอกกุหลาบ ปืน อาวุธ และปีศาจ เป็นต้น เสื้อผ้าการแต่งกาย การไว้หนวดเคราก็มีการหยิบยืมรูปแบบทางอัตลักษณ์ของคนในวัฒนธรรมซ็อบเปอร์มากกว่ากลุ่มแรก กลุ่มหลังนี้ปรากฏมากกว่าในสังคมไทยและเป็นกลุ่มที่มีการสร้างอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ็อบเปอร์อย่างชัดเจน แต่มีรายละเอียดหลายอย่างที่แตกต่างจากต้นฉบับ เนื่องจากรับมาเพียงรูปแบบที่เกิดขึ้นจากบริบททางสังคมที่ไม่เหมือนกัน

นอกจากลักษณะของวัฒนธรรมซ็อบเปอร์จะสามารถแสดงออกผ่านรายละเอียดของการตกแต่งประดับประดารถมอเตอร์ไซด์แล้ว อัตลักษณ์แบบซ็อบเปอร์สามารถแสดงออกผ่านทางท่าทางการขับขี่ของเจ้าของรถมอเตอร์ไซด์อีกด้วย รูปทรงของมอเตอร์ไซด์ที่ดัดแปลงในแบบที่แตกต่างกันจะกำหนดท่าทางผู้ขี่ที่แตกต่างกันด้วย อาการท่าทางของร่างกายเป็นเครื่องมือสื่อสารแบบหนึ่งใช้เพื่อบอกลักษณะตัวตนภาวะที่กำลังเป็นอยู่ในขณะนั้น เช่น ท่าทางแบบผู้หญิง ท่าทางแบบผู้ชาย ท่าทางที่แสดงว่ามีพลัง และท่าทางที่ไร้เรี่ยวแรง เป็นต้น ฉะนั้นท่าทาง ท่าหนั่งในการขับขี่รถซ็อบเปอร์จึงมีส่วนสำคัญในการแสดงอัตลักษณ์ไม่แพ้รูปแบบการตกแต่ง ท่าหนั่งขี่มอเตอร์ไซด์แต่ละแบบมีเป้าหมายทางการแสดงออก เพื่อให้ผู้อื่นมองมาในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ท่าหมอบนอนราบกับเบาะของเด็กแว้น และท่าโหนแฮนด์มอเตอร์ไซด์ที่ดูมีพลัง เท่ ดุดันในแบบวัฒนธรรมซ็อบเปอร์ เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่า การบังคับร่างกายของผู้ขับขี่เองก็เป็นส่วนที่ทำให้องค์ประกอบในการสร้างอัตลักษณ์แบบซ็อบเปอร์สมบูรณ์

รูปแบบการสร้างสรรค์ในวัฒนธรรมซ็อบเปอร์ที่ถูกหยิบมาใช้ในวัฒนธรรมประชานิยมที่ปรากฏในสังคมไทย ไม่ได้เป็นการหยิบมาใช้โดยตรงแบบต้นฉบับ มันถูกดัดแปลงรูปแบบและเปลี่ยนความหมายไป เพื่อใช้นำเสนอวัฒนธรรมย่อย บ้างก็เพื่อประท้วงวิพากษ์วิจารณ์ความเหลื่อมล้ำทางสังคม ระหว่างคนรวยจำนวนน้อยกับคนจนจำนวนมากในประเทศ ปรากฏออกมาเป็นการตกแต่งอย่างไร้รสนิยม (kitsch) แต่สามารถสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ผู้เป็นเจ้าของได้อย่างชัดเจน เข้มแข็ง รายละเอียดกระจุกกระจิกของการตกแต่ง (เปลือก) คือสาระสำคัญ สร้างอัตลักษณ์ให้แก่บุคคล ซึ่งทำให้เส้นแบ่งระหว่างวัฒนธรรมกระแสหลักกับวัฒนธรรมย่อยเริ่มพร่าเลือน

1.1 ความสำคัญและที่มาของความคิดสร้างสรรค์

หัวข้อวิจัยเรื่อง "ประติมากรรมสื่อใหม่ : รูปแบบและรสนิยมในศิลปะยกล้อ" เกิดขึ้นมาจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของผู้วิจัยเอง ผู้วิจัยอาศัยอยู่ในจังหวัดนครปฐม ต้องเดินทางเข้ามาทำงานและศึกษาต่อในกรุงเทพฯ เป็นเวลาหลายวันต่อสัปดาห์ โดยใช้เส้นทางถนนเพชรเกษมและถนนบรมราชชนนีเป็นหลัก เส้นทางดังกล่าวเต็มไปด้วยยานพาหนะ ที่เดินทางมาจากต่างจังหวัดมุ่งหน้าเข้ากรุงเทพฯ การใช้ถนนร่วมกันนี้ทำให้ผู้วิจัยมีโอกาสได้สังเกตอย่างใกล้ชิดและพบว่า ยานพาหนะหลายประเภทบนท้องถนน เช่น รถกระบะ รถมอเตอร์ไซค์ และรถบรรทุกสิบล้อ มีการตกแต่งประดับประดาด้วยรูปแบบที่มีลักษณะเฉพาะตัว รูปแบบการตกแต่งประดับประดาโดดเด่นแปลกตา เช่น รูปแบบศิลปะพื้นบ้านประยุกต์ รูปแบบศิลปะแบบสมัยนิยม และสัญลักษณ์เฉพาะกลุ่มเฉพาะบุคคล

กลุ่มยานพาหนะเหล่านี้แสดงให้เห็นรูปแบบการสร้างสรรค์ที่มีลักษณะเฉพาะตัวและเฉพาะกลุ่ม ประกอบด้วยการพันท์ พ่นสีด้วยเทคนิค ฉลุลาย พ่นสี การดุนโลหะ การติดทับทิมสะท้อนแสง การพันท์สีน้ำมันบนบังโคลนหรือบนแผ่นไม้ รวมทั้งการทำลายเหล็กตัด และรูปแบบอื่นๆอีกนับไม่ถ้วน รูปแบบการสร้างสรรค์เหล่านี้สร้างข้อคำถามแก่ผู้วิจัยหลายข้อได้แก่ ที่มาของรูปแบบการสร้างสรรค์เหล่านี้มาจากไหน อะไรคือเป้าหมายที่เจ้าของรถต้องการสื่อสารผ่านรูปแบบการตกแต่ง และนอกจากการตกแต่งบนรถบรรทุกแล้วยังจะสามารถพบรูปแบบการตกแต่งในลักษณะนี้ได้จากยานพาหนะชนิดอื่นๆอีกหรือไม่ รูปแบบการสร้างสรรค์แบบนี้ควรเรียกว่าสวยหรือเซ็กซี่กันแน่

ดังที่ได้เกริ่นไปแล้วในเบื้องต้น ในกลุ่มวัยรุ่นวัยทำงาน รถมอเตอร์ไซค์ขนาดใหญ่ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการแสดงอัตลักษณ์ของผู้เป็นเจ้าของ วัตถุประสงค์บ่งบอกสถานะตัวตนและรสนิยมการใช้ชีวิตของผู้เป็นเจ้าของในทีละวินาทีได้ วัตถุประสงค์หนึ่งซึ่งสามารถบอกได้ว่าผู้เป็นเจ้าของอยู่ในชนชั้นใด ยกตัวอย่าง เช่น การใช้รถมอเตอร์ไซค์แบบท่องเที่ยวผจญภัย (adventure touring) ที่สื่อถึงความแข็งแกร่งสมบุกสมบัน สามารถขับขึ้นไปที่ไหนก็ได้ แม้ไม่มีถนน แต่คนส่วนใหญ่กลับใช้รถจักรยานยนต์ประเภทนี้ เพื่อสื่อให้เห็นว่าเป็นคนประเภทลุยๆ ทั้งที่ในความเป็นจริงอาจจะไม่เคยขับออกจากเมืองหรือออกไปลุยนอกถนนเลยก็ตาม นั่นแสดงว่าเขาใช้รถมอเตอร์ไซค์แบบท่องเที่ยวผจญภัย เป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์ ทำให้ตนเองไม่เหมือนคนอื่นโดยผ่านสินค้าที่ตนบริโภค ในกรณีของรถมอเตอร์ไซค์แบบซิปเปอร์เอง ผู้เป็นเจ้าของใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์เชิงปัจเจก โดยอาศัยคุณค่าแลกเปลี่ยนของมอเตอร์ไซค์ซิปเปอร์ ที่สามารถสื่อถึงความมีอิสระเสรี อยู่เหนือกฎเกณฑ์ทางสังคม มีพลัง ก้าวร้าว มีลักษณะเป็นกลุ่มทางสังคมขนาดใหญ่และมีประวัติศาสตร์อัน

ยาวนาน ผู้เป็นเจ้าของย่อมได้ครอบครองอัตลักษณ์เชิงกลุ่มดังกล่าวไปด้วย แม้บุคลิกภาพส่วนตัวจะไม่ได้มีลักษณะดังที่กล่าวมา

ในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยก็มีการบริโภคเพื่อแสดงอัตลักษณ์เช่นกัน แต่ไม่ได้เป็นไปเพื่อต้องการเลื่อนสถานะทางชนชั้น หรือเลียนแบบชนชั้นที่สูงกว่าเท่านั้น เป็นการสร้างพื้นที่แสดงตัวตน ก่อร่างสร้างวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม สร้างปริมณฑลของตนเอง เพื่อให้หลุดพ้นจากกรอบทางชนชั้นและความเป็นคนขายขอบที่ผู้อื่นมอบให้ โดยสร้างรูปแบบ (style) ที่ไม่สามารถใช้แว่นทางชนชั้นมาตรวจสอบวัดคุณค่าได้ง่ายนัก

สิ่งที่ขาดไม่ได้ของสร้างเอกลักษณ์บนรอมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์และยานพาหนะอื่น คือการตกแต่งประดับประดา เพราะการตกแต่งเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างรูปแบบเฉพาะ นำมาซึ่งการแสดงออกถึงอัตลักษณ์เชิงปัจเจกและอัตลักษณ์เชิงกลุ่ม การออกแบบตกแต่งและการประดับประดา ยานพาหนะแสดงให้เห็น สัญลักษณ์เชิงสุนทรีย์และสัญลักษณ์ของความมั่นคงทางการเงิน สถานะทางชนชั้น การเลื่อนสถานะทางชนชั้น และรสนิยมส่วนตัว ทั้งหมดปรากฏให้เห็นในสินค้าอย่างอื่นด้วย เช่น รถยนต์ นาฬิกา และกระเป๋าถือ หรืออะไรที่เป็นวัตถุที่สามารถเคลื่อนที่ไปไหนมาไหนได้สะดวกในที่สาธารณะ

มนุษย์ใช้วัตถุที่ตนครอบครองเพื่อสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ สะท้อนวิถีชีวิตและรสนิยมของผู้เป็นเจ้าของ รูปแบบลีลา (style) เป็นสัญลักษณ์เชิงสุนทรีย์ ที่แสดงรสนิยมส่วนตัวและสถานะทางชนชั้น การสร้างความหมายทั้งหมดนี้ปรากฏให้เห็นได้เด่นชัดในรอมอเตอร์ไซค์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถพกติดตัวหรือนำพาเคลื่อนที่ไปไหนมาไหนได้สะดวกในที่สาธารณะ ดังนั้นงานศิลปะที่สามารถเคลื่อนที่ไปไหนมาไหนได้ในที่สาธารณะโดยใช้เค้าโครงจากรอมอเตอร์ไซค์ จึงน่าจะเป็นสื่อที่เหมาะสมที่จะนำมาสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมที่มีลักษณะผสมผสานและใช้การหยิบยืมรูปแบบการสร้างสรรค์ที่ปรากฏบน การดัดแปลงตกแต่งประดับประดา ยานพาหนะที่เลียนแบบรสนิยมศิลปะและสินค้าราคาแพง นั้นน่าจะสามรถสะท้อนอัตลักษณ์บนท้องถนน ทศนคติ ความเชื่อการใช้ชีวิตในกระแสโลกาภิวัตน์ของคนในสังคมไทยปัจจุบัน ที่ดูขัดแย้งลักลั่นด้านหนึ่งได้อย่างเด่นชัดผ่านประติมากรรมที่ใช้รูปแบบ และรสนิยมจากรอมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์

การสร้างอัตลักษณ์ผ่านคุณค่าเชิงสุนทรีย์ในงานศิลปะ

คุณค่าในงานศิลปะสามารถพิสูจน์ได้ด้วยหลักการทางสุนทรียภาพ สุนทรียศาสตร์เป็นวิชาว่าด้วยสิ่งที่สวยงาม รู้ได้ด้วยสัมผัสสุนทรียธาตุ (Aesthetics Elements) ซึ่งมีอยู่ 3 อย่างคือ ความงาม (Beauty) ความแปลกหูแปลกตา (Picturesqueness) และความน่าทึ่ง (Sublimity)²

หลักการทางสุนทรียภาพ คือหลักการที่ใช้ในการอธิบายคุณค่าของงานศิลปะ คุณค่าในกระบวนการสร้างสรรค์ เพื่อการชื่นชมความงามในงานศิลปะทุกแขนงทั้งทัศนศิลป์ และศิลปะแขนงอื่น สุนทรียศาสตร์ เป็นสาขาหนึ่งของวิชาปรัชญาที่มีเนื้อหาโดยรวมเกี่ยวกับการแสวงหาคูณค่าของชีวิตมนุษย์ในเรื่องความงาม โดย ได้อธิบายความหมายเกี่ยวกับสุนทรียะ สุนทรียภาพ และสุนทรียศาสตร์ไว้ดังนี้

สุนทรียะหรือความงาม อาจเป็นความงามของศิลปกรรม ธรรมชาติ รวมทั้งงดงามของจิตใจ ความประณีตงดงามของ การใช้ชีวิตส่วนตัวและชีวิตส่วนรวม ศิลปกรรม ที่หมายความรวมถึงทัศนศิลป์ ดนตรี ศิลปะการแสดง สถาปัตยกรรม วรรณกรรม

สุนทรียภาพ หมายถึงความรู้สึกในความงาม ภาพที่งดงามในความคิด หรือภาพของความงามในสมอง ศักยภาพของการรับรู้ ความงามที่สามารถสัมผัสหรือรับความงามได้ต่างกัน ความงามที่อาจเกิดจากภาพ จากเสียง จากจินตนาการ จากตัวอักษร หรือประสาทสัมผัสอื่นๆ

สุนทรียศาสตร์ ที่หมายถึงศาสตร์หรือวิชาที่เกี่ยวกับความงาม ตาม แนวคิดของชาวตะวันตกแล้ว สุนทรียศาสตร์เป็นส่วนหนึ่งของปรัชญา ความงามที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียศาสตร์ (Aesthetics) ปรัชญาหรือ สุนทรียศาสตร์ที่อาจเป็นเรื่องของความเชื่อ เรื่องของทรรณะหรือเรื่องของ เหตุผล ในบริบทความคิดใดความคิดหนึ่ง ในช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง หรือของนักปรัชญาหรือของนักสุนทรียศาสตร์คนใดคนหนึ่ง³

การตัดสินคุณค่าทางความงามนั้นไม่สามารถใช้กฎเกณฑ์หรือเหตุผลที่เป็นรูปธรรมมาพิสูจน์ได้อย่างชัดเจน จึงทำให้เกิดทฤษฎีในการตัดสินคุณค่าในเชิงทางสุนทรียะหลายทฤษฎี นักปรัชญาและ

² กิรติ บุญเจือ, ปรัชญาลัทธิอัตถิภาวนิยม (EXISTENTIALISM) (กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2522). หน้า 263.

³ วิรุณ ตั้งเจริญ, สุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิต (กรุงเทพฯ: สันติสิริการพิมพ์, 2552). หน้า 28.

นักสุนทรียศาสตร์ได้เสนอทฤษฎีทางความงามซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปถึงความมีอยู่ของความงามไว้ 3 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีจิตวิสัย (Subjective Theory) ทฤษฎีวัตถุพิสัย (Objective Theory) และทฤษฎีสัมพัทธนิยม (Relative Theory) โดยมีความหมายดังนี้

ทฤษฎีจิตวิสัย (Subjective Theory) หรือ ทฤษฎีอัตนัยนิยม (Subjectivism) เชื่อว่าคุณค่าทางสุนทรียะนั้นเป็นการตอบสนองของจิตต่อวัตถุทางสุนทรียะโดยไม่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติอื่นของวัตถุทั้งสิ้น คุณค่าทางสุนทรียะจึงเป็นคุณสมบัติของจิตหรือความรู้สึกตอบสนองทางสุนทรียภาพของผู้รับรู้ที่มีต่อวัตถุเช่น งานศิลปะคุณค่าทางสุนทรียะ กับความชอบคือสิ่งเดียวกันนี้ก็อัตนัยนิยมบางคนจึงเรียกความชอบหรือความพึงพอใจนี้ว่า รสนิยม⁴

ทฤษฎีวัตถุพิสัย (Objective Theory) หรือทฤษฎีปรนัยนิยม (Objectivism) เชื่อว่าความงามเป็นคุณสมบัติของวัตถุที่ติดมาตั้งแต่แรก การที่เราให้ความสนใจวัตถุนั้นเพราะเราพบว่าวัตถุนั้นมีความงามอยู่ในตัวเอง เมื่อความงามมีอยู่จริงในวัตถุเกณฑ์ในการตัดสินความงามจึงมีลักษณะแน่นอน รูปทรงแห่งนัยยะ (Significant Form) คือสิ่งสำคัญซึ่งเป็นความจริงที่อยู่เบื้องหลังหรือแฝงอยู่ในผลงานศิลปะแต่ละชิ้น และรูปทรงแห่งนัยยะนี้เองที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เราเกิดความรู้สึกทางสุนทรียะ ดังนั้นผลงานศิลปะจึงเป็นสื่อที่ทำให้เราสามารถเข้าถึงความงาม ได้⁵

ทฤษฎีสัมพัทธนิยม (Relative Theory) เป็นทฤษฎีที่อยู่กึ่งกลางระหว่างจิตพิสัยและ วัตถุพิสัย เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญทั้งความรู้สึกทางสุนทรียะตามรสนิยมของผู้รับรู้ และคุณสมบัติทางความงามของวัตถุในการประเมินคุณค่าทางสุนทรียะ โดยเชื่อว่าความงามไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะจากความรู้สึกของบุคคล หรือจากคุณสมบัติของวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง หากแต่เป็นภาวะของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวัตถุที่มีปฏิกริยาตอบสนองในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันเกิดเป็นประสบการณ์ทางสุนทรียภาพ⁶

⁴ จรูญ โคมุทรัตนานนท์, สุนทรียศาสตร์ ปัญหาเบื้องต้นในปรัชญาศิลปะและความงาม (ปทุมธานี : ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต, 2539). หน้า 83.

⁵ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, ปรัชญาเบื้องต้น (กรุงเทพมหานคร: นวสาส์นการพิมพ์, 2551). หน้า 18.

⁶ พระทักษิณคณาธิกร, ปรัชญา (กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานครการพิมพ์, 2517). หน้า 278.

ทฤษฎีจิตพิสัย วัตถุพิสัย และสัมพันธนิยม นั้นเป็นทฤษฎีทางความงามที่สามารถใช้อธิบายความซาบซึ้งในความงามของงานศิลปะได้ ว่าผู้ชมซาบซึ้งในผลงานศิลปะอย่างไร และความรู้สึกร่วมเกิดขึ้นได้อย่างไร

ประสบการณ์สุนทรียะ (Aesthetic Experience)

ตามทัศนะของ จอห์น ดิวอี้ (John Dewey 1859-1952) ประสบการณ์สุนทรียะหมายถึงประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับชีวิตของเราจากการที่เราสัมผัสกับวัตถุสุนทรียะแล้วเกิดจินตนาการที่สร้างความรู้สึกประทับใจหรือความ ทั้งจากธรรมชาติ และผลงานศิลปะในเชิงความงามหรือเชิงสุนทรียะ การรับรู้วัตถุในเชิงสุนทรียะ โดยใช้การเห็น และการได้ยิน แต่การอ่าน เป็นประสบการณ์ทางสุนทรียะ จึงอาจเรียกอีกอย่างได้ว่าการรับรู้ทางสุนทรียะ (Aesthetic perception) ประสบการณ์ทางสุนทรียะไม่ใช้การรับรู้เชิงปฏิบัติ (Practical perception) เนื่องจากการรับรู้เชิงปฏิบัติ เป็นการรับรู้เพื่อมุ่งผลประโยชน์หรือเพื่อใช้สิ่งที่รับรู้เป็นเครื่องมือนำไปสู่เป้าหมายอื่น แต่ประสบการณ์ทางสุนทรียะเป็นการรับรู้ที่จบในตัวเองหรือเป็นการรับรู้เพื่อการรับรู้ ในการรับรู้อย่างที่จบในตัวเองนี้ผู้รับรู้จะได้รับความเพลิดเพลินจากการรับรู้นั้น⁷

ถึงแม้ว่าจะมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับหลักสุนทรียภาพมากมาย แต่ยังไม่สามารถวัดคุณค่าทางสุนทรียภาพของงานศิลปะที่ง่ายและชัดเจน ต้องใช้ความเชี่ยวชาญของศิลปินหรือผู้เชี่ยวชาญทางศิลปะที่มีความชำนาญเฉพาะทางและมีประสบการณ์มาเป็นผู้ตัดสินคุณค่าทางสุนทรียภาพของผลงาน ทำให้งานศิลปะมีสถานะพิเศษ เป็นสิ่งที่คนทั่วไปไม่สามารถเข้าถึงได้โดยง่าย ผู้ที่สามารถเข้าถึง เข้าใจ และครอบครองผลงานศิลปะ รวมทั้งรูปแบบที่ประยุกต์มาจากผลงานศิลปะที่มีชื่อเสียง จะถือว่าเป็นครอบครองรสนิยมที่ดีไปโดยปริยาย

การสะสมงานศิลปะ และการบริโภคสินค้าที่เกี่ยวข้องกับผลงานศิลปะสามารถบ่งบอกฐานะสถานะทางสังคม ความรู้ และรสนิยม กลุ่มทางสังคมของผู้เป็นเจ้าของ เช่น ผู้สะสมงานศิลปะแบบนามธรรมมักจะถูกมองว่ามีรสนิยมที่ดีกว่าผู้สะสมศิลปะภาพเหมือนหรือภาพทิวทัศน์ เพราะศิลปะแบบนามธรรม ต้องใช้เวลาศึกษามากกว่า และวิธีการเข้าถึงองค์ความรู้เฉพาะเพื่อให้สามารถเข้าใจและ

⁷ จรุง โภษะทรตนาถ, สุนทรียศาสตร์ ปัญหาเบื้องต้นในปรัชญาศิลปะและความงาม (ปทุมธานี : ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต, 2539). หน้า 17.

ชื่นชมสุนทรียะที่ยากกว่างานศิลปะแบบรูปธรรม เป็นต้น จนเกิดเป็นเส้นแบ่งลำดับชั้นในวงการศิลปะในเวลาต่อมา

ช่วงทศวรรษ 1960 เป็นต้นมา ในยุโรปและอเมริกานั้นมีความพยายามในการทำลายเส้นแบ่งทางลำดับชั้นในวงการศิลปะนั้นเป็นความพยายามของศิลปินกลุ่ม ป๊อป อาร์ต (Pop Art) และแนวอื่นในช่วงทศวรรษ 1960 แต่ก็ยังคงเป็นการทำลายความต่างทางลำดับชั้นที่เกิดขึ้นเฉพาะในพื้นที่ทางศิลปะ เป็นการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานที่ปรากฏในพื้นที่ศิลปะของชนชั้นสูงหรือตลาดศิลปะมากกว่าจะเป็นการทำลายโครงสร้างทางชนชั้นที่เป็นตัวกำหนดมาตรฐานว่าอะไรเป็นศิลปะอะไรไม่เป็นศิลปะในสังคมทั่วไปเพราะศิลปะยังคงมีความศักดิ์สิทธิ์ในฐานะที่เป็นชิ้นงานศิลปะอยู่นั่นเอง

จากข้อสังเกตของผู้วิจัยในช่วงต้น ผู้วิจัยพบว่าประเด็นที่นำไปสู่คำถามของงานวิจัย อยู่สองประเด็น 1. ประเด็นเรื่องสร้างสรรค์ประติมากรรม ผ่านรูปลักษณ์ของรถมอเตอร์ไซค์ซอเปอร์จะสามารถสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะที่ผู้ชมรับรู้ได้โดยง่ายผ่านกระบวนการใดได้บ้าง 2. ประเด็นที่เกิดจากการสังเกตเห็นพฤติกรรมของคนชอบนั่งรถมอเตอร์ไซค์โพสท่าถ่ายภาพ แล้วนำไปโพสแชร์ในสื่อออนไลน์ เป็นการสวมอัตลักษณ์ชั่วคราวให้กับตนเอง

จากประเด็นที่น่าสนใจทั้งสองนี้ ผู้วิจัยจะใช้แรงบันดาลใจจากรูปแบบการสร้างสรรครูปลักษณ์ ที่ปรากฏบนยานพาหนะในวัฒนธรรมซอเปอร์ สร้างสรรคผลงานประติมากรรมชุดนี้ โดยมีคำถามของงานวิจัยดังนี้ 1. ผลงานประติมากรรมจะกลายเป็นเครื่องมือสร้างอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซอเปอร์ให้แก่ผู้ชมได้อย่างไร 2. จะสามารถขยายฐานคิดเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ประสบการณ์ทางสุนทรียะผ่านผลงานประติมากรรมในแวดวงศิลปะร่วมสมัยให้กว้างขึ้นอีกได้หรือไม่

ทั้งนี้ผลงานศิลปะเองมักถูกใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งในการสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ตัวศิลปินเอง ผู้บริโภคงานศิลปะ และผู้สะสมงานศิลปะ ในกรณีของศิลปินนั้น ศิลปินสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวด้วยการหล่อหลอมแนวทางการคิดจากพื้นฐานด้านงานศิลปะ เข้ากับความถนัด ความสนใจ และรสนิยมส่วนบุคคล จากบริบทของสังคมที่แวดล้อม เพื่อค้นหาแก่นแท้ของตัวเอง (core) ที่จะแสดงออกผ่านรูปแบบการสร้างสรรคผลงานศิลปะ ผลงานที่สร้างขึ้นมุ่งเน้นความเป็นลักษณะเฉพาะตน (individual characteristic) และรูปแบบ (style) ของแต่ละบุคคล ที่มีความแปลกใหม่และยังไม่

เคยมีศิลปินคนใดทำมาก่อน หรือผลงานที่มีลักษณะต่อยอดแนวความคิดของศิลปิน และบริบทของสังคม เพื่อถ่ายทอดแนวความคิด อารมณ์ ความรู้สึกของศิลปิน ผู้ชมผลงานศิลปะ⁸

ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยจะทำการสำรวจรูปแบบ และลักษณะของการสร้างสรรค์ที่ปรากฏในการตกแต่งดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ รวมทั้งสำรวจแนวคิด และรสนิยมที่คนในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ใช้เป็นเครื่องมือแสดงออกถึง ความภาคภูมิใจ ความสุขทางใจของเจ้าของรถมอเตอร์ไซค์ ซึ่งสามารถเรียกความรู้สึกนั้นได้ว่า ความเท่ อันเป็นสาระสำคัญของอัตลักษณ์ส่วนบุคคล และอัตลักษณ์ทางสังคมของวัฒนธรรมฮอปเปอร์

ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาเป็นแรงบันดาลใจ และสร้างแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมที่สามารถสะท้อนรูปลักษณะของรถมอเตอร์ไซค์แบบฮอปเปอร์ และแนวคิดของวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ด้วยสื่อทางศิลปะ เพื่อนำเสนอสุนทรียะความงามแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ และสร้างความรู้สึกละมุนแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ให้ผู้ชมสามารถสัมผัสและรับรู้ได้ ผ่านประสบการณ์การมีส่วนร่วมกับผลงานประติมากรรม เช่น การสร้างประติมากรรมที่ผู้ชมสามารถคร่อมขี่ หรือขับขี่ได้จริง

ผลงานประติมากรรมชุด ประติมากรรมสื่อใหม่ : รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ นี้จะใช้รูปแบบของการสร้างสรรค์บนรูปลักษณะของยานพาหนะในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ โดยผู้วิจัยจะหยิบยืมลักษณะเด่น และลายละเอียดของการตกแต่งดัดแปลงยานพาหนะในวัฒนธรรมฮอปเปอร์มาใช้สร้างสรรค์ในผลงานประติมากรรม และใช้โครงสร้างของรถมอเตอร์ไซค์เป็นโครงสร้างหลักของชิ้นงาน

โดยผู้วิจัยคาดหวังว่ากระบวนการสร้างสรรค์ดังกล่าว จะแสดงให้เห็นกระบวนการสร้างพื้นที่เฉพาะนอกเขตการแบ่งลำดับชั้นทางสังคม เป็นพื้นที่แสดงออกทางรสนิยม สุนทรีย์เฉพาะกลุ่มได้อย่างอิสระเสรี และบ่งบอกตัวตนของคนในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ รวมทั้งผู้วิจัยจะสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม บนพื้นฐานเดียวกันกับการขับขี่รถมอเตอร์ไซค์

⁸ สิริชัย ดีเลิศ. “อัตลักษณ์แห่งตัวตนในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะในมุมมองของอาจารย์กลุ่มศิลปะ

มาใช้เป็นวิธีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงาน เพื่อสร้างการรับรู้สุนทรีย์แบบวัฒนธรรมชั้น
 ออปเปอร์ ได้แก่ ความสนุก ความภาคภูมิใจ เท่ และดูดี ผ่านการนั่งคร่อม หรือขี่ผลงาน
 ประติมากรรม

1.2 วัตถุประสงค์ของวิจัย

1. ศึกษาแนวคิดและกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ผ่านรสนิยมและรูปแบบที่ปรากฏบนรถ
 มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์แบบไทย
2. สสำรวจรูปแบบของการสร้างสรรค์ที่ปรากฏเป็นรูปลักษณะของยานพาหนะในวัฒนธรรม
 ซ้อปเปอร์ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์เชิงปัจเจกและอัตลักษณ์เชิงกลุ่ม
3. สร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมที่ผู้ชมสามารถสวมอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์
 ด้วยรูปแบบการตกแต่งดัดแปลง และรสนิยมสมัยนิยมที่หล่อหลอมปรากฏการณ์ที่ศึกษา (มอเตอร์ไซค์) มา
 นำเสนอโดยขยายให้ล้นเกินและเด่นชัดด้วยผลงานประติมากรรม

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาการใช้รูปแบบของการสร้างสรรค์เป็นกลไกเพิ่มอำนาจโดยการสร้างอัตลักษณ์เชิง
 ปัจเจกและอัตลักษณ์เชิงกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะ ด้วยรูปแบบการสร้างสรรค์ตามสมัยนิยม
2. ศึกษารูปแบบลีลา (style) ของการสร้างสรรค์ที่ปรากฏบนรถมอเตอร์ไซค์แบบซ้อปเปอร์
 เพื่อหารูปแบบการสร้างสรรค์ที่เป็นประเด็นของการศึกษาให้ชัดเจน
3. ศึกษาสัญลักษณ์ (Appearance) ของการสร้างสรรค์ที่ปรากฏบนยานพาหนะ รถ
 มอเตอร์ไซค์ระดับล่าง รถกระบะ รถสามล้อ และรถบรรทุก ที่มีการนำรูปแบบและกฎเกณฑ์ของ
 วัฒนธรรมซ้อปเปอร์ไปปรับใช้
4. เลือกถ่ายทอดผลการวิเคราะห์รูปแบบของการสร้างสรรค์ออกมาในรูปแบบงานศิลปกรรม
 ผ่านเค้าโครงรถมอเตอร์ไซค์ โดยใช้รูปแบบการตกแต่ง รูปลักษณะ และวัสดุสำเร็จรูปบนมอเตอร์ไซค์
 ซ้อปเปอร์ มาปรับใช้ปะติดปะต่อผสมผสานกัน เป็นกระบวนการในการถ่ายทอดอัตลักษณ์เชิงปัจเจก
 และ อัตลักษณ์เชิงกลุ่ม

1.4 วิธีการดำเนินงานวิจัย

1. ศึกษาเอกสาร จากงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษาข้อมูลจากสื่อสาธารณะ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ออนไลน์,
3. เก็บข้อมูลภาคสนาม แบบมีโครงสร้าง เช่น ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการแบบไม่มีโครงสร้าง โดยอาศัยการพูดคุยและการสังเกตเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบ
4. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - ผู้บริโภคสินค้าระดับบนในวัฒนธรรมช้อปปิ้ง
 - ผู้บริโภคสินค้าระดับล่างในวัฒนธรรมช้อปปิ้ง
5. กำหนดกรอบและวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษากระบวนการและขั้นตอนในการตกแต่งดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ในแบบวัฒนธรรมช้อปปิ้ง
6. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบของการสร้างสรรค์และรสนิยมในศิลปะยกล้อ
7. สร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบของการสร้างสรรค์และรสนิยมในศิลปะยกล้อ
8. สัมภาษณ์ข้อมูลที่ได้จากผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบของการสร้างสรรค์และรสนิยมในศิลปะยกล้อ
9. วิเคราะห์ และสรุปผลการวิจัย

1.5 นิยามศัพท์

ศิลปะยกล้อ = ผลงานศิลปะที่ล้อเล่นด้วยท่าที่ที่สิ้นเกิน ความกระอักกระอวนใจที่เกิดจากทั้งสวยงามและน่าเกลียดในเวลาเดียวกัน

ประติมากรรมสื่อใหม่ = ประติมากรรมที่สร้างประสบการณ์การชื่นชมผลงานศิลปะแบบใหม่

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เนื้อหาในบทนี้ผู้วิจัยจะอธิบายแนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษาและทำความเข้าใจรูปแบบลีลา และรสนิยมของการตกแต่งตัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ และสังเคราะห์แนวคิดทฤษฎีเหล่านี้เพื่อเป็นเครื่องมือในการศึกษาในภาคสนามและเป็นแนวทางในการออกแบบผลงานประติมากรรมต่อไป แนวคิดทฤษฎีที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิจัยนี้ได้แก่

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลผ่านวัตถุ

2.1.1 การสร้างอัตลักษณ์แบบเด็กแว้นในงานวิจัยเรื่อง *เร่ รัก รุนแรง: โลกชายขอบของนักบิด* โดย ผศ.ดร. ปันดดา ชำนาญสุข

2.1.2 การสร้างอัตลักษณ์แบบวัยรุ่นเพื่อต่อต้านสังคมในงานวิจัยเรื่อง *แยงกี้ ในประเทศไทย* ฎีปุ่น: *ตัวตนและวัฒนธรรม* โดย นางสาวฐิรชญา ศรีงาน

2.1.3 การสร้างอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ในสารคดีเรื่อง *Hells Angels* ของ History Channel

2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลผ่านวัตถุ

2.2.1 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity)

2.2.2 วัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture)

2.2.3 วัฒนธรรมทางสายตา (Visual Culture)

2.2.2.1 การบริโภคสัญณะ (Consumption of Sign)

2.2.3.2 สี่แม่แบบในทางฝ่ายชาย (The Four Archetypes of Mature Masculine)

2.3 วิเคราะห์ท้ายบทในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบของการสร้างสรรค์และรสนิยมในศิลปะยกล้อ

- 2.3.1 วิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม
- 2.3.2 วิเคราะห์แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์เพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม
- 2.3.3 วิเคราะห์แนวคิดวัฒนธรรมประชานิยมเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม
- 2.3.4 วิเคราะห์แนวคิดวัฒนธรรมทางสายตาเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม

2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลผ่านวัตถุ

2.1.1 สารคดีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ได้แก่ สารคดี *Hells Angels* ของ History Channel มีเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นมาของวัฒนธรรมฮอปเปอร์หรือวัฒนธรรมการขี่รถมอเตอร์ไซค์ในอเมริกา ที่มีภาพลักษณ์แบบอันธพาล อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมจากคนกลุ่มน้อยที่รวมตัวกันเป็นแก๊งที่ทำธุรกิจผิดกฎหมาย ในขณะที่ผู้ชื่นชอบรถมอเตอร์ไซค์อีกมากไม่ได้เป็นแบบนี้

2.1.2 งานวิจัยเรื่อง เร่ง รัก รุนแรง: โลกชายขอบของนักบิด โดย ผศ.ดร. ปนัดดา ชำนาญสุข มีเนื้อหาเกี่ยวกับค่านิยมการบริโภคสินค้า(รถมอเตอร์ไซค์)ของวัยรุ่น รวมทั้งค่านิยมและรสนิยมในการใช้ชีวิตที่เกี่ยวข้องกับรถมอเตอร์ไซค์ เช่น พฤติกรรมการ แต่งรถ การแข่งรถ การดูแลรถ และเพศ เพราะต้องการสร้างพื้นที่เชิงอัตลักษณ์เชิงปัจเจกและอัตลักษณ์เชิงกลุ่มเพื่อให้หลุดพ้นจากสถานะคนชายขอบ

2.1.3 งานวิจัยเรื่อง แยกก็ ในประเทศญี่ปุ่น: ตัวตนและวัฒนธรรม โดย นางสาวฐิติรชญา ศรีงาน มีเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษากลุ่มวัยรุ่นญี่ปุ่นที่มีพฤติกรรมกลุ่มที่เรียกว่า แยกก็ โดยศึกษาความเป็นชายขอบและวัฒนธรรมเฉพาะของกลุ่ม “แยกก็” ในประเทศญี่ปุ่น ผลการวิจัยพบว่ากลุ่ม แยกก็ในประเทศญี่ปุ่นเป็นกลุ่มบุคคลที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นซึ่งมีลักษณะทางวัฒนธรรมเฉพาะตัวซึ่งแตกต่างจากวัฒนธรรมหลักของสังคมญี่ปุ่น โดยมีการแสดงออกโดยการแต่งกาย แฟชั่น รสนิยมการแต่งรถ และค่านิยมแบบลูกผู้ชาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อคนทั่วไปในสังคมอยู่ด้วย อาทิเช่น การดัดแปลงรถให้แปลกประหลาดและท้อเสียงดัง การขับซิ่งเร็วเกินกำหนด และพฤติกรรมการใช้ความรุนแรง สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นผิดกฎหมายและระเบียบของสังคม กลุ่มแยกก็จึงถูกทำให้มีสถานะกลายเป็นคนชายขอบของสังคมญี่ปุ่นไปในที่สุด

ด้วยข้อมูลจากงานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำประเด็นที่ค้นพบมาใช้สังเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมฮอปเปอร์ได้สองประเด็นหลักคือ

ประเด็นแรกคือ ประเด็นเรื่องรูปแบบรสนิยม ซึ่งจะนำไปสู่ประเด็นเรื่องการสร้างอัตลักษณ์

อีกทอดหนึ่ง ตัวอย่างเช่น รูปแบบและรสนิยมที่ปรากฏในงานวิจัยเรื่อง *เร่ร่อน รัก รุนแรง: โลกชายขอบของนักบิด* และรูปแบบและรสนิยมที่ปรากฏในงานวิจัยเรื่อง *แยงกี้ในประเทศญี่ปุ่น: ตัวตนและวัฒนธรรม* เป็นรูปแบบที่เกี่ยวกับค่านิยมการบริโภค และรูปแบบการตกแต่งรถยนต์ไฮเทคของวัยรุ่น เช่น พฤติกรรมการแต่งรถ การแข่งรถ การดูแลรถ แฟชั่นการแต่งกาย และเพศ รูปแบบการตัดแปลงตกแต่งกับรสนิยมค่านิยมการใช้ชีวิตมีความสอดคล้องกันอย่างไม่สามารถแยกออกจากกันได้

ประเด็นที่สองคือ ประเด็นเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ เชิงปัจเจก อัตลักษณ์เชิงสังคม งานวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการสร้างอัตลักษณ์มีความจำเป็นอย่างมากสำหรับบุคคล โดยเฉพาะวัยรุ่น และผู้ชาย เพราะต้องการสร้างตัวตน และพื้นที่เชิงอัตลักษณ์ส่วนบุคคล รวมทั้งอัตลักษณ์ทางสังคม เพื่อให้หลุดพ้นจากสถานะของความเป็นเด็กไปสู่วัยรุ่นหรือวัยผู้ใหญ่ที่มีพื้นที่เฉพาะทางสังคม ได้รับการยอมรับจากสังคมที่ตนอาศัยอยู่ ย้ำชัดถึงการมีตัวตนของตนเอง

2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลผ่านวัตถุ

2.2.1 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity)

อัตลักษณ์ หมายถึง สิ่งที่เราารู้สึกว่าเป็นเราหรือพวกเรา และมีความแตกต่างไปจากพวกเขาหรือคนอื่น กลุ่มอื่น และมีสิ่งที่เราารู้สึกว่าเป็น "พวกเราพวกเขา" อัตลักษณ์ไม่จำเป็นต้องมีเพียงหนึ่งเดียว แต่อัตลักษณ์สามารถมีหลากหลายลักษณะที่ประกอบกันขึ้นเป็นเราและพวกเรา อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่แต่เดิมในธรรมชาติแต่ถูกสร้างโดยสังคม (Social Construct) อัตลักษณ์จำเป็นต้องมีกระบวนการสร้างความเหมือนระหว่างพวกเราพวกเขา หรือคนอื่น กระบวนการสร้างอัตลักษณ์เกิดขึ้นพร้อมๆกับการสร้างความเหมือน⁹

แนวคิด อัตลักษณ์ เกิดขึ้นราวทศวรรษที่ 1990 จากความสนใจและการตั้งคำถามของบรรดานักวิชาการสายวัฒนธรรมศึกษาของประเทศอังกฤษ ที่ว่า "ตัวเรากลายมาเป็นตัวเราอย่างไรที่เป็นอยู่ได้อย่างไร ตัวตนของเราถูกประกอบสร้างขึ้นมาได้อย่างไร และเราสามารถบ่งชี้ตัวตนความเป็นเราได้อย่างไร เช่น ความเป็นหญิง หรือความเป็นชาย หนุ่ม หรือแก่ เป็นต้น¹⁰

⁹ อภิญา เพ็ญฟูสกุล, *อัตลักษณ์ (Identity)* (กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2546). หน้า 32.

¹⁰ C. Barker, *Cultural Studies: Theory and Practice*. (London, Sage, 2000). หน้า 188.

อัตลักษณ์ คือจิตสำนึกส่วนตัวและจิตสำนึกร่วมในสังคมที่เกิดจากการที่มนุษย์นิยามตนเองว่าตน คือใครมีความเป็นมาอย่างไร แตกต่างจากคนอื่นอย่างไรและจะใช้อะไรเป็นเครื่องหมายของการแสดงออก คำว่า“อัตลักษณ์” นั้น หมายถึงสิ่งที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของคน ซึ่งส่วนหนึ่งก็จะเป็นลักษณะภายนอก เช่น กิริยาท่าทาง ภาษาและการแสดงออกต่อบุคคลอื่น ส่วนลักษณะของตัวตนภายใน ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด นิสสัยใจคอ คตินิยม ความเชื่อ สังคมมนุษย์คือการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ที่มีลักษณะความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอยู่หลายรูปแบบ เช่น อาชีพ อายุ เพศ ศาสนา ฐานะ แหล่งที่อยู่อาศัย สังคมของมนุษย์เกิดจากกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจร่วมกัน ไม่ว่าจะในด้านใด เช่น มีการวัฒนธรรมประเพณีเหมือนกัน ภาษา การละเล่น และอาหารการกิน อัตลักษณ์นั้นเป็นเพียงคำที่ต้องการสื่อถึงคำพูดบางประการเพื่อแสดงความเป็นตัวตนของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น ศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่เหมือนกับสังคมอื่น คนอื่น¹¹

ประเภทของอัตลักษณ์

อัตลักษณ์คือความเชื่อต่อและสัมพันธ์กับสังคมเพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่างๆ กระทำผ่านระบบสัญลักษณ์หลายแบบ ในอีกด้านหนึ่ง อัตลักษณ์เกี่ยวกับมิติภายในของความเป็นตัวเรา อย่างมากในด้านอารมณ์ความรู้สึกนึกคิด เพราะมนุษย์ให้ความหมายและเปลี่ยนแปลงความหมายเกี่ยวกับตนเองที่สัมพันธ์กับโลก

อภิญา เพ็ญสกุล ได้แบ่งประเภทของอัตลักษณ์ไว้ในงานวิจัยเรื่อง อัตลักษณ์ : การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด ออกเป็น 2 ระดับได้แก่ อัตลักษณ์ส่วนบุคคลเป็นอัตลักษณ์เชิงปัจเจก และอัตลักษณ์ทางสังคมที่เป็นอัตลักษณ์เชิงกลุ่ม อธิบายได้ดังต่อไปนี้

อัตลักษณ์ส่วนบุคคล

อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) เป็นการมองตนเองในแง่มุมต่าง ๆ ของสังคม ว่าเราเป็นใคร เช่น ตัวผู้วิจัย มองตนเองว่าเป็นคนไทย เป็นคนใต้ เป็นผู้ชาย ๆ ซึ่งการมองตนเองในแง่มุมต่าง ๆ ของผู้วิจัย ก็คืออัตลักษณ์ในแง่มุมต่างๆของผู้วิจัยนั่นเอง อัตลักษณ์ของบุคคล เป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งในตัวบุคคลที่ทำให้บุคคลนั้น มีความเป็นตัวของตัวเองซึ่งแตกต่างจากผู้อื่น เห็นได้ว่าอัตลักษณ์เป็นคุณลักษณะประการหนึ่งในตัวบุคคลซึ่งในทางสังคมวิทยาถือว่า เมื่อบุคคลมาอยู่ร่วมกันในสังคมต้องมีการติดต่อสื่อสารกัน หรือมีการกระทำทางสังคมระหว่างกัน โดยพฤติกรรมที่แต่ละบุคคล

¹¹ ยุธัตถ์ บุญสุนิต, “ภาวะสังคมหลังสมัยใหม่,” วารสารปาริชาติ 15(2), (2546). หน้า 16-17.

แสดงออกมาเป็นปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ที่ขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างทางสังคมนั้น ทำให้บุคคลมีบทบาทตามสถานการณ์ที่ตนสัมพันธ์อยู่

อัตลักษณ์ทางสังคม

อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) อัตลักษณ์ทางสังคมเป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตนเองและคนอื่นมองเรา อัตลักษณ์ต้องการความตระหนักในตัวเองและพื้นฐานของการเลือกแสดงตนให้สามารถระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร การเหมือนกันในด้านอัตลักษณ์ของบุคคลจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อ มีความรู้สึกร่วมกัน ตระหนักรู้บางอย่างเกี่ยวกับการแสดงตัวตนให้เห็นว่ามีความเหมือนกัน หรือแตกต่างอย่างไรกับกลุ่มอื่นหรือ บุคคลอื่น¹²

จากที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปได้ว่าอัตลักษณ์ที่แสดงออกมีอยู่สองลักษณะ คืออัตลักษณ์ส่วนบุคคล คือลักษณะที่บุคคลนิยามตัวเองว่าตนคือใคร เป็นสิ่งที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้และรู้สึกได้ เช่น รูปร่าง หน้าตา เพศ สถานะ ความรู้ อัตลักษณ์ทางสังคมเป็นภาพที่บุคคลอื่นมีต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นนามธรรมดังนั้น อัตลักษณ์กับสังคมจึงแยกจากกันไม่ออก เนื่องจากการนิยามความเป็นตัวตนด้วยอัตลักษณ์นั้นต้องมีการอ้างอิงกับสังคม แม้จะเป็นในระดับตัวบุคคลก็ยังคงต้องมีการนิยามตนเองว่ามีบทบาทอย่างไรในสังคมที่บุคคลนั้นอาศัยอยู่

ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์ยังเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ เพราะการแสดงออกถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะกระทำโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ที่มีหลายรูปแบบโดยเฉพาะในอัตลักษณ์ทางสังคม ที่จะใช้แสดงตน เช่น การกำหนดบทบาทหน้าที่ทางสังคมและระบบคุณค่าที่ติดตัวมา เช่น เสื้อผ้าที่ใส่หรือข้าวของที่เลือกใช้ สัญลักษณ์และการสร้างภาพแทนความจริง เป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้เห็นการมีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและการแยกแยะตัวเราออกจากบางคน ด้วยการสร้างความต่างจากคนอื่น เราสามารถแยกแยะบุคคลออกเป็นกลุ่มได้โดยการพิจารณารูปแบบของสัญลักษณ์จากสิ่งที่พวกเขาอุปโภคบริโภคและรูปแบบในการดำเนินชีวิต สิ่งต่างๆเหล่านี้เป็นเครื่องแสดงอัตลักษณ์ทั้งระดับปัจเจกและอัตลักษณ์ระดับสังคมของบุคคลนั้นได้อย่างเด่นชัด

วัตถุข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันเป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งที่สามารถบ่งอัตลักษณ์ตัวตนและรสนิยมของผู้เป็นเจ้าของได้ วัตถุหนึ่งชิ้นสามารถบอกได้ว่าผู้เป็นเจ้าของอยู่ในชนชั้นใดกลุ่มสังคม

¹² อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, อัตลักษณ์ (Identity) (กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2546). หน้า 23.

แบบใด ยกตัวอย่างกรณีของการเลือกใช้รถมอเตอร์ไซด์ หากเรามองรถมอเตอร์ไซด์ที่หน้าที่ใช้งานก็คือยานพาหนะที่พาเราเคลื่อนที่จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งได้ แต่หากมองรถมอเตอร์ไซด์ผ่านการให้คุณค่า การเลือกใช้รถมอเตอร์ไซด์สามารถบอกรสนิยมฐานะและวิถีชีวิตที่เจ้าของรถต้องการแสดงออกในที่สาธารณะได้ด้วย ยกตัวอย่าง เช่น การใช้รถมอเตอร์ไซด์แบบท่องเที่ยวผจญภัย ที่สื่อถึงความแข็งแกร่งสมบุกสมบัน สามารถขับขึ้นไปที่ไหนก็ได้ แม้ไม่มีถนน แต่คนส่วนใหญ่กลับใช้รถมอเตอร์ไซด์ประเภทนี้เพื่อ สื่อให้เห็นว่าเป็นคนประเภทลุยสมบุกสมบัน ทั้งที่ในความเป็นจริงอาจจะไม่เคยขับออกจากเมืองหรือออกไปลุยนอกถนนเลยก็ตาม นั่นแสดงว่าเขาใช้รถจักรยานยนต์ adventure touring เป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์ ทำให้ตนเองไม่เหมือนคนอื่นโดยผ่านสินค้าที่ตนบริโภค

การบริโภคเพื่ออวดนี้ไม่ได้เกิดขึ้นในเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้สูงเท่านั้น ในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยก็มีการบริโภคเพื่ออวดเช่นกัน แต่ไม่ได้เป็นไปเพื่อต้องการเลื่อนสถานะทางชนชั้น หรือเลียนแบบชนชั้นที่สูงกว่า แต่เป็นการสร้างพื้นที่เฉพาะไว้แสดงตัวตน และไว้ก่อร่างสร้างวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม สร้างปริมณฑลที่ใช้กฎกติกาของตนเอง

อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นด้วยกระบวนการทางสังคม และพร้อมจะแปรเปลี่ยนเลื่อนไหลไปได้ตลอดเวลา โดยขึ้นอยู่กับบริบทความสัมพันธ์ระหว่างตัวตนกับสังคม ซึ่งจะสอดคล้องกับรสนิยมทางชนชั้นของกลุ่ม และความเป็นปัจเจกของเจ้าของรถมอเตอร์ไซด์ แสดงออกผ่านรูปแบบการตกแต่งและกิจกรรมการใช้เวลาว่าง ตัวอย่างเช่น ส่วนตัวเป็นคนชอบขับรถแนวสปอร์ตไบค์ ที่เน้นขับด้วยความเร็ว เป็นรถที่ออกแบบมาแบบเดียวกันกับรถที่ใช้แข่งขันในสนามแข่งรถ แต่กลุ่มเพื่อนที่คบค้าสมาคมด้วยใช้รถมอเตอร์ไซด์ ฮาเลย์เดวิดสัน ออกแบบมาเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวระยะทางไกลและมีคุณค่าของสัญลักษณ์ความเป็นอเมริกัน ด้วยกระบวนการทางสังคมเช่นนี้หากต้องการมีอัตลักษณ์เชิงกลุ่ม ก็ต้องแปรเปลี่ยนอัตลักษณ์เชิงปัจเจกโดยหันไปใช้รถฮาเลย์เดวิดสัน เพื่อให้สอดคล้องกับสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นรสนิยมและกิจกรรมของกลุ่มด้วย

อัตลักษณ์ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์

อัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์สามารถเรียกว่าเป็นวัฒนธรรมย่อย ที่มีรูปแบบลักษณะมองเห็นได้ชัดเจนจากองค์ประกอบภายนอกที่มีลักษณะเฉพาะ ตั้งแต่รูปแบบการตกแต่งตัดแปลงยานมอเตอร์ไซด์ เสื้อผ้าที่ใส่ ทรงผมหวดเครา รอยสัก รวมทั้งสิ่งที่เป็นตัวตนภายในซึ่งจะแสดงออกทาง

พฤติกรรม และการใช้ชีวิตประจำวัน เช่น รสนิยมการใช้ชีวิต การเดินทางท่องเที่ยว ชื่นชอบการสังสรรค์ ถูกมองว่าชอบใช้ความรุนแรง ต่อต้านสังคม และมักจะมีส่วนยุ่งเกี่ยวกับยาเสพติด ทั้งที่ความเป็นจริงมีค่านิยมเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีพฤติกรรมด้านลบ

ภาพลักษณ์เชิงลบของคนส่วนน้อยได้กลายเป็นอัตลักษณ์ทางสังคมของคนในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ นั่นเป็นเพราะอัตลักษณ์ส่วนบุคคลจำเป็นต้องสร้างขึ้น โดยการอิงจากอัตลักษณ์ทางสังคม หรือกลุ่ม หมายถึง หากบุคคลใดต้องการสร้างอัตลักษณ์ส่วนบุคคลแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ก็จะต้องรับเอาอัตลักษณ์ทางสังคมแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ทุกอย่างทั้งดีร้ายไว้กับตัวด้วยอย่างปฏิเสธไม่ได้

อัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์คือ รูปแบบอัตลักษณ์ที่แสดงออกผ่านการตกแต่ง ตัดแปลงมอเตอร์ไซด์ การแต่งกาย และการใช้ชีวิตที่เน้นความเป็นชาย รักอิสระเสรี ไม่เป็นไปแนวทางปฏิบัติของคนในสังคมส่วนใหญ่ เช่น การตัดแปลงมอเตอร์ไซด์ที่เน้นความเท่ของรูปทรงเป็นหลัก แต่ผู้ซื้อต้องใส่ใจทักษะมากขึ้น การถอดชิ้นส่วนที่อำนวยความสะดวกและความปลอดภัยออกให้เหลือแต่สิ่งจำเป็นเพื่อให้ง่ายในการดูแลเมื่อเดินทางไกล เป็นต้น

2.2.2 วัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture)

วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตของคนในสังคม เป็นแบบแผนประเพณีปฏิบัติที่สมาชิกในสังคมเดียวกันสามารถเข้าใจยอมรับและปฏิบัติร่วมกัน วัฒนธรรมถูกสร้างขึ้นจากการสั่งสมและรับช่วงสืบทอดกันมา มีการเรียนรู้ มีสร้างสรรค์เพิ่มเติม ถ่ายทอด เปลี่ยนแปลงได้ตามแต่ละสังคม วัฒนธรรมจึงมีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมโดยรวมของคนในสังคม อีกทั้งวัฒนธรรมยังสามารถถูกปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคมเพื่อให้เข้ากับบริบททางสังคมของในแต่ละยุคสมัยอีกด้วย ปัจจุบันสังคมโลกที่มีความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร ข้ามวัฒนธรรม ทำให้กระแสการถ่ายทอดและรับวัฒนธรรมจากประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่งนั้นเกิดขึ้นได้ง่ายดายชั่วข้ามคืนด้วยทั้งลักษณะของการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่สามารถผลิตซ้ำได้เป็นจำนวนมาก และผ่านกระบวนการของสื่อสมัยใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น เกิดเป็นค่านิยมในระดับมวลชน ในรูปแบบของวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) ทำให้บุคคลที่อยู่ต่างทวีป ต่างเชื้อชาติ ต่างภาษาต่างวัฒนธรรมสามารถติดต่อถึงกันและซึมซับวัฒนธรรม ซึ่งกันและกันได้เพียงชั่วอึดใจเดียว

คำว่าวัฒนธรรมประชานิยม นั้นพัฒนามาจากคำว่าวัฒนธรรมมวลชน (Mass Culture) ทั้งสองคำนี้มีความแตกต่างกันคือ วัฒนธรรมมวลชนนั้น นักทฤษฎีจะใช้คำนี้ในการเรียกสินค้าทางวัฒนธรรม

ที่ผลิตขึ้นโดยระบบสื่อสารมวลชน ในแนววิพากษ์ระบบสื่อมวลชน โดยเห็นว่าสินค้าในระบบนี้ผลิตขึ้นมาควบคุมความคิดและเสรีในการเลือกของผู้บริโภค ในขณะที่วัฒนธรรมประชานิยมนั้น นักทฤษฎีใช้คำนี้ในทัศนะของการมองอย่างยอมรับสถานะของวัฒนธรรมที่ระบบสื่อมวลชนสมัยใหม่ผลิตขึ้นมาเพื่อขายแก่ผู้บริโภคสื่อและในสถานะที่ผู้บริโภคเป็นผู้มีส่วนกำหนดด้วยเช่นกัน โดยการยอมรับไม่ได้เกิดขึ้นจากการบังคับ แต่เกิดจากความนิยมยินยอมและเต็มใจของผู้รับเอง

รัฐวุฒิ เสนาคำ ได้ให้ความหมายของคำว่า “วัฒนธรรมประชานิยม” เป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม ซึ่งหมายถึง วัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมชมชอบจากประชาชนส่วนใหญ่ หรือพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน อาจหมายถึงวัฒนธรรมที่แพร่หลายเข้าถึงประชาชนโดยมีสื่อเป็นศูนย์กลาง เช่น ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ¹³

พัฒนา กิตติอาษา ได้ให้ความหมายของคำว่าวัฒนธรรมประชานิยม เป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม โดยได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมสมัยนิยม (วัฒนธรรมประชานิยม) ไว้ 10 ประการ ดังนี้

1. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งความเป็นไปได้ (Anything Goes) เกิดขึ้นเปลี่ยนแปลง และเลื่อนไปตามกระแสความนิยมของคนในสังคมและกาลเวลา
2. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เป็นเรื่องธรรมดาสามัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ (Ordinary/Common Culture in the Realism of Every Life)
3. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งความเยาว์ภาพ (Culture of the Youth) วัฒนธรรมสมัยนิยมส่วนใหญ่เป็นเรื่องของคนวัยรุ่นหนุ่มสาวและวัยทำงาน ที่มีกำลังผลิต กำลังบริโภค กำลังซื้อ และกำลังในการติดตาม แสวงหาความสนุกสนานรื่นรมย์ของชีวิตรูปแบบต่างๆ
4. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมชีวิตประจำวัน (Culture of the Mundane)
5. วัฒนธรรมสมัยนิยมมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมพันธุ์ผสม (Hybrid Culture) วัฒนธรรมสมัยนิยมเกิดขึ้นจากหลายแหล่งที่มา เกิดจากการดัดแปลงหรือรวมองค์ประกอบปลีกย่อยต่างๆ จากทั้งในและนอกวัฒนธรรม แล้วนำเสนอเพื่อสร้างกระแสการยอมรับและตอบสนอง

¹³ รัฐวุฒิ เสนาคำ, เหลียวหน้าแลหลังวัฒนธรรมป๊อป (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2549). หน้า .129.

รูปแบบต่างๆจากสังคม รูปแบบการผสมผสาน ดัดแปลง หรือผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมแบบ
ลูกผสม

6. วัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการรวมกันของการแยกส่วนและแตกตัว
ออกเป็นเสี้ยวๆ (Fragment Culture)
7. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นวัฒนธรรมแห่งการบริโภค (Consumer's Culture) หรือเป็น
วัฒนธรรมตลาด ซึ่งถูกผลิตเชิงธุรกิจอุตสาหกรรมในปริมาณมหาศาลและกระจายผลผลิต
ออกไปสู่กลุ่มผู้บริโภคในวงกว้าง เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “วัฒนธรรมตลาด” เป็นวัฒนธรรมที่
เกิดขึ้นและเป็นไปตามกลไกตลาด
8. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นผลผลิตของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีติดต่อสื่อสาร หรือ
วัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน (Mass Media-saturated Culture)
9. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นเรื่องของแฟชั่นและกระแสความนิยม (Culture of Fashion and
Popular Trend) วัฒนธรรมสมัยนิยมจึงเกิดเร็ว ได้รับความนิยมเร็ว รวมทั้งจืดจางไปอย่าง
รวดเร็ว เพราะถูกแทนด้วยกระแสใหม่กว่า สดกว่า และเร้าความสนใจของผู้คนได้มากกว่า
10. วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา ต่อรอง และผลิตซ้ำตัวตนอัตลักษณ์
(Battles of/for Cultural Identities/selves)¹⁴

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์ในฐานวัฒนธรรมประชานิยม

ในการนี้ผู้วิจัยได้ใช้ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมสมัยนิยม เปรียบเทียบกับลักษณะสำคัญใน
วัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์ เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดและรับรู้วัฒนธรรมการแต่งรถในวัฒนธรรมช้อปปิ้ง
เปอร์ โดยได้ลักษณะสำคัญ 10 ประการ ดังนี้

1. วัฒนธรรมการตกแต่งรถช้อปปิ้งเปอร์ เกิดขึ้นเปลี่ยนแปลงตามกระแสความนิยมของคนในสังคม
และกาลเวลา
2. วัฒนธรรมการตกแต่งรถช้อปปิ้งเปอร์ เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เป็นเรื่อง

¹⁴ พัฒนา กิตติอาษา, คนพันธุ์ป๊อป : ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม (กรุงเทพฯ : ศูนย์
มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2546). หน้า . 48-49.

ธรรมดาสามัญ พบเห็นได้ทั่วไป

3. วัฒนธรรมการตกแต่งรถซูปเปอร์ เป็นวัฒนธรรมแห่งความเยาว์ภาพ ที่คนวัยรุ่นหนุ่มสาวในยุคอดีตแม้ปัจจุบันจะได้รับความนิยมจากวัยรุ่นน้อยลง แต่ก็ยังมีอยู่ในหมู่วัยรุ่น
4. วัฒนธรรมการตกแต่งรถซูปเปอร์เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางโลกย์ ทั้งในแง่ของการบริโภคสินค้าหรูหรา และในแง่การแสดงออกถึงวิถีชีวิตทางโลกย์
5. วัฒนธรรมการตกแต่งรถซูปเปอร์มีลักษณะเป็นวัฒนธรรมพันธุ์ผสม (Hybrid Culture) เกิดขึ้นจากหลายแหล่งที่มา เกิดจากการดัดแปลงหรือรวมรูปแบบการผสมผสาน ดัดแปลงหรือผลิตซ้ำทางวัฒนธรรมแบบลูกผสม ตัวอย่างเช่น รูปแบบวัฒนธรรมการตกแต่งรถซูปเปอร์แบบไทยๆ ต่างกับวัฒนธรรมการตกแต่งรถซูปเปอร์ในอเมริกา
6. วัฒนธรรมการตกแต่งรถซูปเปอร์ เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการรวมกันของการแยกส่วนและแตกตัวออกเป็นเสี่ยงๆ มีอัตลักษณ์ทางสังคม และอัตลักษณ์เชิงปัจเจก
7. วัฒนธรรมการซูปเปอร์เป็นวัฒนธรรมแห่งการบริโภค เป็นวัฒนธรรมตลาด ซึ่งถูกผลิตปริมาณมหาศาลและกระจายในวงกว้าง
8. วัฒนธรรมการตกแต่งรถซูปเปอร์เป็นผลผลิตของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีติดต่อสื่อสาร หรือวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชน สื่อออนไลน์
9. วัฒนธรรมการตกแต่งรถซูปเปอร์เป็นเรื่องของแฟชั่นและกระแสความนิยม
10. วัฒนธรรมการตกแต่งรถซูปเปอร์เป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา ต่อรอง และผลิตซ้ำตัวตนอัตลักษณ์

จากการเปรียบเทียบลักษณะสำคัญในวัฒนธรรมซูปเปอร์กับลักษณะสำคัญในแนวคิดวัฒนธรรมประชานิยมผู้วิจัยพบความสอดคล้องอย่างยิ่งของทั้งสองแนวคิด วัฒนธรรมซูปเปอร์เกิดจากการผสมผสานจากรูปแบบทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และให้อิสระแก่ผู้สร้างสรรค์ที่จะปรับเปลี่ยนหรือสร้างแนวทางใหม่ในการตกแต่งดัดแปลงมอเตอร์ไซค์ซูปเปอร์

วัฒนธรรมซูปเปอร์มีคนรุ่นใหม่เป็นผู้ที่เข้ามารับช่วงต่อรูปแบบอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากเป็นรูปแบบทางวัฒนธรรมที่เน้นไปในแนววิถีทางโลกย์ เป็นวัฒนธรรมเกี่ยวกับความบันเทิง การบริโภค ความสุขสนุกสนานบ้างครั้งอาจเกินขอบเขตไป วัฒนธรรมซูปเปอร์เป็นเรื่องของการสร้าง ค้นหา

ต่อรอง และผลิตซ้ำตัวตนอัตลักษณ์ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แนวคิดวัฒนธรรมประชานิยมมาเป็นหนึ่งในแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการวิจัย

2.2.3 วัฒนธรรมทางสายตา

วัฒนธรรมทางสายตานั้นเริ่มต้นมาจากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม โดยใช้อ่านอย่างละเอียด หมายถึงการวิเคราะห์ตรวจสอบวรรณกรรมชิ้นหนึ่งๆ จากตัวบท (text) และบริบท (context) แวดล้อมหนึ่งๆ และในทางประวัติศาสตร์ศิลป์ก็ใช้วิธีเดียวกันกับการศึกษาศิลปะด้วยการอ่านอย่างละเอียดเช่นกัน จนพัฒนาเป็นวิธีการอ่านของวัฒนธรรมทางสายตา โดยทฤษฎีศิลป์และประวัติศาสตร์ศิลป์เป็นเครื่องมือหนึ่งของวัฒนธรรมทางสายตา เช่นเดียวกันกับที่ความรู้ สังคมศาสตร์ การเมือง และเศรษฐศาสตร์ ฯ เป็นเครื่องมือในการถอดรหัส หรือการอ่านวัฒนธรรมทางสายตาในเชิงลึก

เมื่ออารยธรรมมนุษย์พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว เปลี่ยนจากสังคมเกษตรกรรมเข้าสู่ยุคแห่งการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วและสื่ออยู่รายรอบตัวเรามากกว่าอดีต สิ่งแวดล้อมของเราเต็มไปด้วยภาพ เช่น ภาพถ่าย ภาพผลงานศิลปะ ภาพโฆษณาบนท้องถนน ภาพบนสิ่งพิมพ์ ทีวีและสื่อออนไลน์บนมือถือ ท่ามกลางข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นนับเป็นล้านชิ้น เราสามารถเรียกปรากฏการณ์นี้ได้ว่า วัฒนธรรมทางสายตา และเราสามารถเรียนรู้ได้ด้วยฉลาดผ่านการรับรู้ทางสายตา (intelligence of visual perception) ในการบริโภคข้อมูล¹⁵

การเฝ้าดูให้คนจำนวนมากได้เห็นเป็นเครื่องมือทางการเมืองและการบอกสถานะที่เหนือกว่ามาตั้งแต่โบราณ ต่อมาเมื่อเข้าสู่สังคมสมัยใหม่เทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนามากขึ้นช่องทางในการรอดก็เปลี่ยนไป จากการรอดในที่สาธารณะเปลี่ยนเป็นการรอดในสื่อออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วยคำ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ด้วยสื่อที่เข้าถึงง่ายขึ้นทำให้จำนวนผู้แสดงหรือรอด ทีวีจำนวนมหาศาลมากขึ้น กลวิธีที่ใช้ ความหมายแฝง และการสื่อสัญลักษณ์ซับซ้อนมากขึ้นเป็นทวีคูณ

ในการเรียนรู้เพื่อที่จะอ่านภาพจำนวนมหาศาลที่อยู่รายรอบตัวเหล่านี้ให้ได้ในระดับลึก จำเป็นต้องศึกษาหลักการบางอย่าง ซึ่งศาสตร์ที่ทำหน้าที่ศึกษาภาพและเครื่องหมายที่เราเจออยู่ทุกวัน เรียกว่าหลักสัญศาสตร์ (semiotics หรือ semiology) สัญศาสตร์เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของเครื่องมือ ที่ใช้จำแนกข้อมูลภาพที่แวดล้อมตัวเรา ออกเป็นสามชนิดได้แก่ ไอคอน (icon) ดัชนี

¹⁵ สมเกียรติ ตั้งมั่น, มองหาเรื่อง: วัฒนธรรมทางสายตา (มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2549). หน้า .

(Index) และสัญลักษณ์ (Symbol)

ในการสื่อสารผู้ส่งสารจะใช้ข้อมูลภาพหรือเครื่องมือเหล่านี้ ไอคอน ดัชนี สัญลักษณ์ สื่อสารถึงผู้ดูอยู่ตลอดเวลา สารที่ต้องการสื่อจะถูกใส่รหัส และนำเสนอผ่านช่องทางโปสเตอร์ ป้ายโฆษณา หน้าหนังสือพิมพ์ จอโทรทัศน์ มือถือ และผู้รับสารจำเป็นต้องถอดรหัสเหล่านั้นก่อนจึงจะเข้าใจ เรียกว่ากระบวนการสื่อความหมาย ในการอ่านและวิเคราะห์วัฒนธรรมทางสายตา

คำว่าอ่าน เป็นคำที่ใช้อย่างหลวมๆเพื่ออ้างถึงกระบวนการการตีความหรือแปลความหมาย ส่วนคำว่า การวิเคราะห์ หมายถึงการแยกแยะเพื่อทำความเข้าใจเป็นส่วนๆ เช่น ตัวข้อมูล บริบท รวมถึงผู้รับสาร และต้องอาศัยเครื่องมือในการอ่าน และการค้นหาความหมายผู้รับสารต้องใช้เครื่องมือในการอ่านภาพเพื่อให้รู้และเข้าใจสารได้ลึกซึ้งมากยิ่งขึ้นเช่น ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยเลือกสองแนวคิดทฤษฎีที่เหมาะสมกับการศึกษารูปแบบและรสนิยมในวัฒนธรรมช้อปปิ้งเพื่ออ่าน และวิเคราะห์ในกรอบของวัฒนธรรมทางสายตา ดังนี้ หนึ่งในแนวคิดการบริโภคสัญลักษณ์(consumption of sign) และแนวคิดสี่แม่แบบในทางฝ่ายชาย (The Four Archetypes of Mature Masculine)เป็นแนวคิดที่สอง

2.2.3.1 การบริโภคสัญลักษณ์ (Consumption of Sign)

พฤติกรรมการบริโภคสินค้าของคนในสังคมสมัยใหม่เป็นประเด็นที่มีการกล่าวถึง และได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นการบริโภคความหมาย หรือการบริโภคสัญลักษณ์ในรูปแบบของสื่อ สื่อมวลชน และสื่อออนไลน์ในปัจจุบัน แนวคิดที่สามารถนำมาใช้อ่านวัฒนธรรมทางสายตาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมช้อปปิ้ง ในด้านรูปแบบ และการสื่อสารกับสังคมได้ดี คือแนวคิดการบริโภคสัญลักษณ์ของฌอง โบริยาร์ด (Jean Baudrillard) ดังนี้

โบริยาร์ด มองว่าสังคมหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม นั้นขับเคลื่อนด้วยระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมซึ่งเครื่องจักรสามารถผลิตสินค้าได้ปริมาณมากจนเกินความต้องการของผู้บริโภค ผู้ผลิตจึงต้องกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้สินค้าให้หมดไปหรือมีความต้องการบริโภคสินค้าใหม่อย่างรวดเร็ว ด้วยปัจจัยดังกล่าวหน้าที่ของสินค้าจึงขยายออกไปในโลกแห่งวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (symbolic exchange) นอกเหนือมูลค่าแลกเปลี่ยน และมูลค่าใช้สอยเบื้องต้น มาสู่การอธิบายเชิงลึก

ของสิ่งที่เป็นนามธรรมของสินค้า เช่น สัญญา (sign) หรือความหมายของความเป็นจริง (meaning of reality)¹⁶

ความหมายของสัญญาในที่นี้หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่แทนหรือเป็นตัวแทนสิ่งอื่นที่ ขาดหายไป หรือไม่มีอยู่ตรงนั้น สัญญาจะทำหน้าที่ช่วยเติมเต็มคุณค่าที่อาจจะมีหรือไม่มีอยู่ในตัวสินค้าทาง วัฒนธรรม (cultural commodity) หรือ สินค้าสัญญา (sign commodity) ในบางครั้งเป็นการสร้างความ หมายขึ้นมาใหม่จากความหมายเดิม โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสาร เช่น สื่อมวลชน สื่อ ออนไลน์ ตามฐานคิดของโบริยาร์ด¹⁷

สินค้าในเชิงสัญญาจึงมีคุณลักษณะที่เป็นได้ทั้งสื่อ และสารในตัว เพราะสินค้าในเชิงสัญญามี มูลค่าทางสัญลักษณ์ คุณค่าทางความหมายที่ผสมผสานระหว่างการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (symbolic exchange value) และคุณค่าของสัญญา (sign value) ที่จะยังคงอยู่อย่างยาวนานแม้ มูลค่าใช้สอยและมูลค่าแลกเปลี่ยนหมดไปเมื่อสินค้าจะถูกบริโภคหมดไปก็ตาม

สังคมหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม นอกจากจะมี กลวิธีมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคบริโภคสินค้าหมดไปอย่างรวดเร็วแล้ว ยังมีกลวิธีที่ทำให้ผู้บริโภคต้องการใช้ สินค้าใหม่ ธรรมเนียมใหม่นอกเหนือความจำเป็นในการใช้ชีวิตประจำวันเสมอ กลวิธีบังคับความต้องการ บริโภคของคนในสังคมที่ถูกใช้บ่อยและได้รับความนิยมคือสื่อโฆษณา ผ่านสื่อทุกชนิด ทุกรูปแบบ การ โฆษณาผ่านสื่อเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับสัญญา

เฟอดีนัน เดอ โซซู (Ferdinand De Saussure) ได้อธิบายเอาไว้ว่า สัญญานั้นเกิดเพราะ ความแตกต่าง (difference) มาประยุกต์ใช้อธิบายเรื่องการบริโภคเชิงสัญญา เนื่องจากในทางหนึ่ง สัญญาสามารถตอบสนองความปรารถนาที่จะมีความหมายทางสังคม ยกตัวอย่างเช่น การครอบครอง รถมอเตอร์ไซด์แบบใดแบบหนึ่ง เพื่อที่จะนำเอาเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับรถรูปแบบนั้น และการใช้งาน มาคุยกับกลุ่มคนที่ชอบรถมอเตอร์ไซด์เหมือนกันให้เกิดความพอใจแล้วยอมรับเข้ากลุ่ม เป็นต้น และสามารถตอบสนองความต้องการที่จะมีเอกลักษณ์แตกต่างจากผู้อื่นอีกด้วย เช่น การนำเรื่องราว เกี่ยวกับมอเตอร์ไซด์หรือการใช้งานการขี่ท่องเที่ยวมาเล่าให้คนที่ไม่เคยมีมอเตอร์ไซด์หรือไม่เคยขี่ ท่องเที่ยวฟัง ย่อมทำให้เกิดความรู้สึกแตกต่าง และรู้สึกเหนือกว่า สัญญา มีอิทธิพลในการกำหนด

¹⁶ กาญจนา แก้วเทพ, การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวาทกรรม : แนวคิด และตัวอย่างงานวิจัย (พิมพ์ ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : หจก ภาพพิมพ์, 2541), 131.

¹⁷ เรื่องเดียวกัน, หน้า 132-134.

แบบแผนของการบริโภค รวมทั้งกำหนดขอบเขตทางวัฒนธรรม ได้แก่ ระดับชนชั้น (class) รสนิยม (taste) และคุณภาพของผู้บริโภค¹⁸

ด้วยเหตุนี้แบบแผนการบริโภคของคนในสังคมจึงเกิดมาจากสองกระบวนการควบคู่กัน คือ หนึ่ง กระบวนการการเลียนแบบ (imitation) สอง กระบวนการสร้างความแตกต่าง (distinction) เพราะสิ่งที่บุคคลเลือกบริโภคบ่งบอกสถานะทางสังคมว่าอยู่ในชนชั้นใดเป็นการสร้างความแตกต่าง และการยอมรับทางสังคมจากการบริโภคสิ่งที่มีรสนิยมที่ดี แม้ฐานะทางสังคมจะไม่ได้สูงขึ้นก็ตาม แบบนี้เป็นกระบวนการเลียนแบบ การเลือกที่จะบริโภคอะไรไม่บริโภคอะไรจึงเกิดจากทั้ง กระบวนการการเลียนแบบ และกระบวนการสร้างความแตกต่างควบคู่กันไป

ดังนั้นปรากฏการณ์เกี่ยวกับผู้บริโภคในวัฒนธรรมซอปปเปอร์แบบไทย จึงสามารถถูกอธิบายได้ด้วยกระบวนการการเลียนแบบ และกระบวนการสร้างความแตกต่างเช่นกัน มอเตอร์ไซค์ซอปปอร์ในฐานะสินค้าทางวัฒนธรรม หรือการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ว่าจะไม่ได้เป็นสินค้าเพื่อใช้งานเท่านั้น แต่ยังมี การบริโภคความเป็นอเมริกัน ที่ทำให้เหมือนหรือต่างจากผู้อื่นอีกด้วย เช่น โก้ เท่เพราะรถแบบนี้มีราคาสูง มีลักษณะการแต่งกายดูก้าวร้าวดุ้น มีความเป็นชายสูง และมีรสนิยมการใช้ชีวิตไม่เหมือนใคร

โบรียาร์ดได้สร้างและนำเสนอตรรกวิทยาการบริโภคขึ้นมา เพื่อใช้อธิบายการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ ในสังคมยุคหลังสมัยใหม่โดยแบ่งออกเป็นสี่ระดับ ดังนี้

ระดับที่หนึ่ง เชิงหน้าที่ของการใช้งาน (use value) หมายถึง ประโยชน์ใช้สอย เป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานทั่วไป เช่น การใช้รถมอเตอร์ไซค์เพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเดินทาง หรือเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

ระดับที่สอง เชิงเศรษฐศาสตร์ของการแลกเปลี่ยน (exchange value) หมายถึง มูลค่าแลกเปลี่ยนเป็นตัวเงิน อันมีที่มาจากกระบวนการผลิต แรงงาน วัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ

ระดับที่สาม การแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (symbolic exchange value) เกี่ยวกับ ความหมายอันหลากหลายที่มีอยู่ เป็นการให้ความหมายต่อสินค้าทางวัฒนธรรม การบริโภคสัญลักษณ์อยู่บนฐานของการเป็นสัญลักษณ์หนึ่งๆที่มีความหมายอยู่ในตัวเอง ควบคู่ไปกับความหมายที่ถูกสร้างจากภายนอกที่หลากหลาย ผ่านกระบวนการต่างๆรวมทั้งความหมายที่ถูกสร้างขึ้นจากผู้บริโภคเองด้วย

¹⁸ กาญจนา แก้วเทพ, การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวาทกรรม : แนวคิด และตัวอย่างงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : หจก ภาพพิมพ์, 2541), 140.

เช่น ตราสินค้า ตราสินค้าไม่ใช่สินค้าแต่สามารถบ่งบอกลักษณะของสินค้า คุณภาพ และรสนิยมที่ผู้บริโภคจะได้รับ

ระดับที่สี่ ค่าสัญญาณ (sign value) หมายถึงความแตกต่างหรือการทำให้ต่างจากสิ่งอื่นผู้อื่น ซึ่งสามารถสะท้อนความแตกต่างเกี่ยวกับชนชั้น รายได้ รสนิยม โดยขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลเลือกบริโภคอะไรไม่บริโภคอะไร¹⁹

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยนำแนวคิดการบริโภคเชิงสัญญาณของโบรียาร์ดมาใช้ในการวิเคราะห์กระบวนการตกแต่งรถมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมแบบฮอปเปอร์ ที่มีกระบวนการการสื่อสาร ประกอบสร้างและเน้นย้ำความหมาย รวมทั้งสัญญาณที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ผ่านสื่อ สื่อมวลชน และสื่อออนไลน์ในสังคมไทย

วัฒนธรรมฮอปเปอร์กับการบริโภคคุณค่าเชิงสัญญาณ

ไบค์เกอร์(เจ้าของรถ)มีได้บริโภคจักรยานยนต์ฮอปเปอร์เพื่อคุณค่าด้านการใช้สอยเพียงอย่างเดียวแต่เป็นการบริโภคคุณค่าเชิงสัญญาณ ซึ่งไม่ได้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานอันจำเป็นต่อการดำรงชีพ เป็นไปตามแนวคิดเรื่องการบริโภคคุณค่าเชิงสัญญาณ ที่มองว่าสินค้าถูกบริโภคด้วยความหมายหรือคุณค่าที่อยู่ในตัวสินค้านั้นมากกว่าการใช้ประโยชน์โดยตรงจากสินค้า รสนิยมแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์นั้นถูกสร้างด้วยตรรกะของความแตกต่าง เป็นโครงสร้างที่ถูกจัดตั้งขึ้นในระบบทุนนิยมที่ได้กระตุ้นการบริโภคให้ไม่มีที่สิ้นสุดด้วยการตีไขว้สินค้า กลยุทธ์การตลาด และการกำหนดจากผู้บริโภคเอง

ผู้บริโภคในวัฒนธรรมฮอปเปอร์อยู่ในฐานะผู้รับสารที่มีความกระตือรือร้น ไม่ได้ตกเป็นเหยื่อที่ถูกชี้ชวนตามอิทธิพลของการโฆษณาเพียงฝ่ายเดียว แต่มีการต่อรองความหมายเสียใหม่ แสดงตัวตนและการประกอบสร้างอัตลักษณ์ด้วยสไตล์การแต่งรถที่แตกต่างจากสไตล์ที่อิทธิพลของการโฆษณาหยิบยื่นให้ เพราะมนุษย์ย่อมพยายามแสวงหาสินค้าหรือวัตถุที่อยู่นอกเหนือจากประโยชน์ใช้สอยไว้ครอบครอง เพื่อเสพสัญญาณ สนองความต้องการทางใจ บ่งบอกสถานะ ชนชั้นทางสังคม ความแตกต่าง ความมีระดับหรือความมีรสนิยม จึงสามารถพอสรุปได้ว่ามนุษย์จำเป็นและพอใจที่จะอาศัย

¹⁹ สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์, “ทางไปสู่การวิจารณ์ของเศรษฐกิจการเมืองแห่งสัญญาณ” วารสาร ธรรมศาสตร์ 14 (มิถุนายน 2528): 212 – 226.

อยู่ในกระแสของการบริโภคนิยมรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เพราะมนุษย์ต้องการสิ่งบ่งชี้อัตลักษณ์ตัวตนว่าตนเองเป็นใคร แตกต่างหรือเหมือนกับผู้อื่นอย่างไร อยู่ตำแหน่งแห่งที่ใดในสังคมเสมอ

2.2.3.2 สี่แม่แบบในทางฝ่ายชาย The Four Archetypes of Mature Masculine

ในการวิจัยเรื่อง ประติมากรรมสี่แม่แบบ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ เกี่ยวข้องกับการศึกษาข้อมูลการตกแต่งดัดแปลงรถมอเตอร์ไซด์ซึ่งบุคคลที่มีเกี่ยวข้องเกือบทั้งหมดเป็นผู้ชาย ผู้วิจัยยังพบข้อสนับสนุนเรื่องนี้อีกหลายแหล่งโดยเฉพาะข้อมูลจากสื่อมวลชน และสื่อสาธารณะต่างๆ ตัวอย่างเช่น นายสุรชัย พันธุ์เพิ่มพูน ผู้ดำเนินรายการที่วีมอเตอร์ไซด์ อธิบายถึงสาเหตุที่ทำให้บิ๊กไบค์ได้รับความนิยมอย่างสูงในเมืองไทยไว้ว่า ช่วงหกปีที่ผ่านมา ยอดจำหน่ายบิ๊กไบค์มากขึ้นถึง 1,000% เนื่องจากว่าบิ๊กไบค์ผลิตมาเพื่อตอบสนองความต้องการลึกๆ ของผู้ชายที่ชื่นชอบความเร็ว Man กับ Machine เป็นของคู่กัน เหมือนเป็นของเล่นของคนมีเงินที่ต้องการซื้อรถที่มีสมรรถนะสูง ดีไซน์รูปทรงสวยงาม “ภาพลักษณ์บิ๊กไบค์ เหมือนเป็นของเล่นของคนที่มีแพชชั่น คนที่มีเงินเหลือ ทุกคนอยากจะมีรถที่สะใจ มีความเป็นตัวของตัวเอง บ่งบอกถึงความเหนือชั้นกว่าคนทั่วไปบิ๊กไบค์ก็เช่นกัน ดาราศิลปินที่ขี่บิ๊กไบค์ก็มีส่วนที่ทำให้คนทั่วไปอยากขี่ได้ เหมือนกับเป็นความฝันของผู้ชายก็ว่าได้”²⁰

ในโลกของมอเตอร์ โดยเฉพาอย่างยิ่งมอเตอร์ไซด์แบบซ้อปเปอร์ ผู้ใช้งาน ช่าง ดีไซน์เนอร์ ฯลฯ ล้วนแล้วแต่เป็นชายเกือบทั้งหมด อาจมีผู้หญิงอยู่บ้างแต่ไม่มีปริมาณ และบทบาทที่มากเพียงพอที่จะทำให้เกิดกลายเป็นปัจจัยร่วมในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเห็นความเหมาะสมที่จะเลือกแนวคิดทฤษฎีสี่แม่แบบของความเป็นชายมาใช้ในการศึกษา ทำความเข้าใจข้อมูลที่ได้จากการศึกษาภาคเอกสารและการศึกษาภาคสนาม

Robert L. Moore (1942 - 2016) และ Douglas Gillette ได้เสนอแบบแผนในการสำรวจพฤติกรรมร่วมสมัยของผู้ชายและภาพลักษณ์ต่างๆเกี่ยวกับความเป็นชายในหนังสือ 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)

²⁰ ไทยรัฐออนไลน์, สิงห์สองล้อ EP.1 [ออนไลน์], 23 กุมภาพันธ์ 2559. แหล่งที่มา

<http://www.thairath.co.th/content/580861>

จุงได้ศึกษาเปรียบเทียบ คนและพฤติกรรมที่เป็นแม่แบบต่างๆที่ได้ถูกจารึกลงในตัวละคร ปกรณัมปรัมปราโบราณ ซึ่งสั่งสอนผู้คนให้ประพฤติปฏิบัติในหนทางที่เป็นอุดมคติ เช่น วีรชนซึ่งได้ผจญภัยท่องไปในดินแดนต่างฝ่าฟันอุปสรรคจนประสบความสำเร็จ โดยผ่านการทดสอบที่ยากลำบาก เป็นแม่แบบที่ชัดเจน จุงได้นำเสนอแม่แบบที่น่าสนใจเอาไว้สี่อย่างคือ กษัตริย์ The King (อำนาจ) นักรบ The Warrior (ความกล้า) ผู้วิเศษ The Magician (ความรู้) นักรัก The Lover (ความรักและความสัมพันธ์) ปัจจุบันเมื่อดูละคร ภาพยนตร์ ภาพยนตร์โฆษณาหรือแม้แต่เล่นเกมคอมพิวเตอร์ก็เพื่อค้นหาและพบเจอแม่แบบเหล่านี้¹⁶

Moore และ Gillette ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับแบบแผนในการสำรวจพฤติกรรมของผู้ชาย และภาพลักษณ์ต่างๆเกี่ยวกับความเป็นชายในสังคมร่วมสมัย ไว้ในหนังสือ King, Warrior, Magician, Lover: Rediscovering the Archetypes of the Mature Masculine (1991) โดยหนังสือเชื่อว่าการที่จะเป็นชายอย่างสมบูรณ์ ผู้ชายคนนั้นต้องพัฒนาทั้งสี่ด้านของ Archetypes แนวคิดเรื่อง Archetypes มีพื้นฐานมาจากจิตวิทยาสายคาร์ล จุง โดยในช่วง ค.ศ. 1907-1913 แม่แบบเหล่านี้เป็นตัวแทนในบางแง่มุมของความเป็นชาย ซึ่งสามารถพัฒนาในช่วงที่พวกเขาเจริญเติบโตขึ้นสู่ความสมบูรณ์เต็มที่ เพื่อแสดงให้เห็นทั้งภาพด้านที่เป็นอุดมคติ และด้านที่เป็นเงามืด โดยมีพื้นฐานมาจากแนวคิดเรื่องแม่แบบ Archetypes ซึ่งในงานวิจัยนี้จะกล่าวถึงเพียงแม่แบบเดียวคือ แม่แบบกษัตริย์ The King เพราะเป็นแม่แบบที่ปรากฏชัดเจนในวัฒนธรรมฮอปเปอร์

กษัตริย์ The King แม่แบบของกษัตริย์ ที่ถูกนำเสนอขึ้นเป็นสิ่งที่ Moore และ Gillette อ้างถึงในฐานะที่เป็นพลังงานของพ่อ (father energy) กษัตริย์จะสร้างระเบียบแบบแผนขึ้นมาโดยผ่านกฎหมายต่างๆ พระองค์นำเอาความอุดมสมบูรณ์พูนสุขมาให้ผู้ใต้ปกครอง และพระองค์เป็นผู้ถือกุญแจสู่สันติภาพ ความสงบ และกฎระเบียบ กษัตริย์คือผู้เชื่อมโยงระหว่างโลกกับสวรรค์ มีอำนาจจักรวาล อยู่สูงกว่าผู้อื่น ด้านที่เป็นเงามืดของบุคคลที่เป็นกษัตริย์คือผู้เป็นทรราชย์ (the tyrant) และกษัตริย์ที่เป็นบุคคลที่ล้มเหลวอย่างรุนแรงในหมู่มือกษัตริย์ทั้งปวง คือ ผู้ที่อ่อนแอ (the weakling)

นี่เป็นเพียงการนำเสนอแม่แบบที่เด่นชัดเพียงหนึ่งอย่างเท่านั้น ซึ่งยังมีแม่แบบอื่นๆอีกเป็นจำนวนมาก แม่แบบต่างๆได้แสดงให้เห็นว่า มันมีขอบเขตของการกระทำมากมายที่เราสามารถถูกชักนำให้เข้าไปเกี่ยวข้องด้วยในช่วงเวลาที่แตกต่างกันในหนึ่งช่วงชีวิต มันมีบทบาทที่มีความเป็นไปได้มากมายที่เราจะรับเอาแม่แบบทั้งหลายมาใช้ในสถานการณ์ต่างๆ บรรดาพระเอกวีรบุรุษ และพวก

¹⁶ อริชัย อรรถอุดม, สรวุธ อนันตชาติ, “การพัฒนาแนวคิดและมาตรฐานวัดต้นแบบตราสินค้าวีรบุรุษในเชิงการสื่อสารการตลาด” วารสารนิเทศศาสตร์ 28, 4, (2553), 3-4

ตัวผู้ร้ายในสื่อต่างๆ ก็คล้ายๆกับคนที่เป็แม่แบบทั้งหลายในสังคมร่วมสมัย การวิเคราะห์ตามแนวของจุง เกี่ยวกับเรื่องเล่าต่างๆในสื่อ สามารถมองตัวละครทั้งหลายที่แสดงออกมาในฐานะที่เป็นแม่แบบและแบบแผนของพฤติกรรมที่ปรากฏขึ้นเหล่านี้²¹

ในสังคมที่เต็มไปด้วยสื่อและภาพที่มีอยู่เป็นปริมาณมหาศาลล้นแฉงไปด้วยสัญญาณหลากหลายประกอบกันกลายเป็นความหมายแฝงที่กำหนดโครงสร้างทางสังคม ทำให้มนุษย์ต้องสร้างอัตลักษณ์ตัวตนทั้งเชิงปัจเจกและเชิงกลุ่มเพื่อเชื่อมโยงกับสังคมนั้นโดยอาศัยแม่แบบต่างๆที่ปรากฏตามสื่อ เลียนแบบแม่แบบที่ตนต้องการจะเป็นทั้งแบบรู้ตัวและไร้ความสำนึกรู้เพื่อการมีตัวตนอยู่ในสังคม

มองวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ผ่านแนวคิดสี่แม่แบบของเพศชาย

ผู้วิจัยพบว่าแนวคิดสี่แม่แบบในทางฝ่ายชาย มีความพ้องกัน กับแนวคิดการบริโภคเชิงสัญญาณในหลายด้าน โดยเฉพาะกระบวนการการเลียนแบบ และกระบวนการสร้างความแตกต่าง การที่ชายคนหนึ่งต้องการที่จะสร้างตัวตนให้เป็นชายอย่างสมบูรณ์ย่อมต้องอาศัยแม่แบบ เพื่อการเลียนแบบให้เหมือนกับแม่แบบ หรือต่างจากสิ่งที่ไม่ใช่แม่แบบ หากนำแนวคิดสี่แม่แบบในทางฝ่ายชายมาใช้เพื่ออธิบายรูปแบบและรสนิยมที่ปรากฏในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์นั้น ผู้วิจัยสามารถเรียงลำดับแม่แบบที่ปรากฏจากมากไปน้อยได้ดังนี้ King กษัตริย์ Warrior นักรบ Magician ผู้วิเศษ Loverนักรัก ด้วยปัจจัยเรื่อง ราคาของรถมอเตอร์ไซค์ ขนาดของรถและเครื่องยนต์ เสียงดัง การตกแต่งตัดแปงรูปแบบการแต่งกาย และพฤติกรรมการใช้ชีวิต

แม่แบบ Kingกษัตริย์ ในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ปรากฏชัดทั้งด้านดี และด้านเงามืด แม่แบบคิงส์ ถูกอ้างถึงในฐานะที่เป็นพลังงานของพ่อ หมายถึงการแสดงออกที่เป็นชายอย่างชัดเจน กษัตริย์จะสร้างระเบียบแบบแผนขึ้นมาเพื่อความสงบ และกฎระเบียบ กษัตริย์คือผู้ มีอำนาจ ร่ำรวย อยู่สูงกว่าผู้อื่น กษัตริย์จะได้รับการยอมรับในกลุ่มเนื่องจากฐานะ ตำแหน่งหน้าที่การงาน และอายุ รวมถึงรถรุ่นที่ใช้ ด้านที่เป็นเงามืดของบุคคลที่มีแม่แบบกษัตริย์ คือผู้เป็นทราชาชมองว่าตนเองมีลำดับขั้นทางสังคมที่สูงกว่าผู้อื่นที่ไม่ได้ใช้รถซ้อปเปอร์ที่เป็นของฮาเลย์ ซึ่งจะขออธิบายต่อในการวิเคราะห์ท้ายบท

²¹ Moore, R., Gillette, D. King, Warrior, Magician, Lover : Rediscovering the Archetypes of the Mature Masculine (San Francisco, CA: Harper Collins, 1991). p 16 –17.

2.3 วิเคราะห์ท้ายบทในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบของการสร้างสรรค์และรสนิยมในศิลปะยกถ้อ

2.3.1 วิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม

ด้วยข้อมูลจากงานวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำประเด็นที่ค้นพบมาวิเคราะห์เพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบของการสร้างสรรค์และรสนิยมในศิลปะยกถ้อได้สองประเด็นหลักคือ

ประเด็นที่หนึ่งคือ ประเด็นเรื่องรูปแบบที่แสดงออกได้ถึงรสนิยมเฉพาะกลุ่ม ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวอีกทอดหนึ่ง ตัวอย่างเช่น รูปแบบการตกแต่งรถมอเตอร์ไซค์ที่ปรากฏในงานวิจัยเรื่อง เร่ง รัก รุนแรง: โลกชายขอบของนักบิด และรูปแบบการตกแต่งรถมอเตอร์ไซค์ที่ปรากฏในงานวิจัยเรื่อง แยกก็ ในประเทศญี่ปุ่น: ตัวตนและวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการตกแต่งรถมอเตอร์ไซค์ที่เกี่ยวกับค่านิยมการบริโภค และวัฒนธรรมประชานิยมในกลุ่มวัยรุ่น เช่น พฤติกรรมการแต่งรถ การแข่งรถ การดูแลรถ แฟชั่นการแต่งกาย และเพศ รูปแบบการตกแต่งรถมอเตอร์ไซค์กับรสนิยมค่านิยมการใช้ชีวิตมีความสอดคล้องกันอย่างไม่สามารถแยกออกจากกันได้ รูปแบบการตกแต่งจะบอกค่านิยมรสนิยมที่แตกต่างกันไปในแต่ละแนวทางการตกแต่ง

ประเด็นที่สองคือ ประเด็นเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ เชิงปัจเจก อัตลักษณ์เชิงสังคม งานวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการสร้างอัตลักษณ์มีความจำเป็นอย่างมากสำหรับบุคคล โดยเฉพาะวัยรุ่นชาย เพราะต้องการสร้างตัวตน และพื้นที่เชิงอัตลักษณ์ส่วนบุคคล รวมทั้งอัตลักษณ์ทางสังคมเพื่อให้หลุดพ้นจากสถานะของความเป็นเด็กไปสู่วัยรุ่นหรือวัยผู้ใหญ่ที่มีพื้นที่เฉพาะทางสังคม ได้รับการยอมรับจากสังคมที่ตนอาศัยอยู่ ย้ำชัดถึงการมีตัวตนของตนเอง การตกแต่งยานพาหนะของตนให้มีรูปแบบคล้ายยานพาหนะที่มีสถานะสูงกว่าและแตกต่างจากยานพาหนะอื่นในสังคมคือเครื่องมือแสดงการมีตัวตน และความเป็นชายที่สมบูรณ์ ที่หลุดพ้นจากการต้องขออนุญาตหรือรับคำสั่งจากผู้ปกครอง

จากประเด็นทั้งสองผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ได้ว่า งานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกถ้อ สามารถใช้รูปแบบการตกแต่งยานพาหนะเช่น รูปทรงโครงสร้างรถมอเตอร์ไซค์ ชิ้นส่วนอะไหล่รถมอเตอร์ไซค์ สีสนั ๗ มาใช้สร้างสรรค์งานประติมากรรมที่มีรูปลักษณะแบบรถมอเตอร์ไซค์ โดยการประกอบกันแบบล้นเกินหรือเกินพอดี เพื่อเน้นให้ผลงานประติมากรรมสามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของรูปแบบและรสนิยมที่แสดงอัตลักษณ์แบบช้อปเปอร์ รวมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับ

สุนทรียะที่อยู่เบื้องหลังรูปแบบที่ทำการหยาบย้อมมาใช้ได้อีกด้วย

2.3.2 วิเคราะห์แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์เพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม

วัตถุเป็นสัญลักษณ์ที่สามารถบ่งอัตลักษณ์ตัวตนและรสนิยมของผู้เป็นเจ้าของ กรณีของการเลือกใช้รถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ต้องมองผ่านการให้คุณค่า การเลือกใช้รถมอเตอร์ไซค์ประเภทใดสามารถบอกรสนิยมฐานะและวิถีชีวิตที่เจ้าของรถต้องการแสดงออกในที่สาธารณะได้ด้วย ยกตัวอย่าง เช่น การใช้รถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ ที่สื่อถึงการเป็นบุคคลที่มีความคิดอิสระ หรือกบฏต่อระบบระเบียบของสังคมและเป็นผู้มีวิถีชีวิตที่สนุกสนานเต็มไปด้วยการเฉลิมฉลองตลอดเวลา แม้กระทั่งภาพลักษณ์แบบนักเลงที่ชอบใช้ความรุนแรง ทั้งที่ในความเป็นจริงอาจจะไม่เป็นเช่นนั้นเลยก็ตาม นั่นแสดงว่าเขาใช้รถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์เป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์ ทำให้ตนเองเหมือนบางกลุ่มแต่ไม่เหมือนคนอื่นโดยผ่านสินค้าที่ตนบริโภค

อัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์มีลักษณะที่สามารถเรียกว่าเป็นวัฒนธรรมย่อย ที่มีรูปแบบลักษณะมองเห็นได้ชัดเจนจากองค์ประกอบภายนอกที่มีความเฉพาะ ตั้งแต่รูปแบบการตกแต่ง ดัดแปลงยานมอเตอร์ไซค์ เสื้อผ้าที่ใส่ ทรงผมหวดเครา รอยสัก รวมทั้งสิ่งที่เป็นตัวตนภายในซึ่งจะแสดงออกทางพฤติกรรม และการใช้ชีวิตประจำวัน

อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นด้วยกระบวนการทางสังคม และพร้อมจะแปรเปลี่ยนเลื่อนไหลไปได้ตลอดเวลาโดยขึ้นอยู่กับบริบทความสัมพันธ์ระหว่างตัวตนกับสังคม การเลื่อนไหลนั้นรวมถึงการสามารถย้ายที่ของรูปแบบอัตลักษณ์ของซ้อปเปอร์ไปใส่ในวัตถุอื่น รวมถึงการย้ายลักษณะเด่นต่างๆ ของซ้อปเปอร์ไปสู่งานประติมากรรมมีความเป็นไปได้ว่าจะสามารถนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียะของอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์มาใช้ในงานประติมากรรมได้ด้วย

รูปแบบของซ้อปเปอร์ที่สามารถย้ายหรือหยาบย้อมไปใช้ในงานประติมากรรม ด้วยลักษณะการตกแต่งที่มีความโดดเด่นของซ้อปเปอร์ เช่น รูปทรงแบบมอเตอร์ไซค์ ที่มีไซ้หน้ายาว การใช้วัสดุของงานประติมากรรมที่มีสีสั่น และโลหะผิวมันเงางามแบบโครเมียม ลักษณะการตกแต่ง ประติมากรรมประติมากรรมตามรสนิยมความชอบส่วนบุคคลที่อาจไม่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างหลักของงานประติมากรรม และท่าทางการขับขี่ที่ดูน่าเกรงขาม เป็นงานประติมากรรมที่สามารถสวมอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ให้แก่ผู้ชมที่เข้ามาปฏิบัติสัมพันธ์กับผลงานได้ด้วยการนั่งคร่อมงาน

ประติมากรรมแบบคอมพิวเตอร์ไซค์ ด้วยองค์ประกอบของงานประติมากรรม และท่าทางของร่างกาย ผู้ชมจะสามารถครอบครองอัตลักษณ์แบบซ้อปเปอร์ได้ชั่วขณะ

2.3.3 วิเคราะห์แนวคิดวัฒนธรรมประชาานิยมเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม

ลักษณะของวัฒนธรรมซ้อปเปอร์มีทั้งรูปแบบที่คงเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้และรูปแบบใหม่ ผสมผสานไม่หยุดนิ่ง เนื่องจากวัฒนธรรมซ้อปเปอร์มีคนรุ่นใหม่เป็นผู้ที่เข้ามารับช่วงต่อรูปแบบอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากเป็นรูปแบบทางวัฒนธรรมที่เน้นไปในแนววิถีทางโลกย์ เป็นวัฒนธรรมเกี่ยวกับความบันเทิง การบริโภค ความสุขสนุกสนาน บางครั้งอาจเกินขอบเขตไป วัฒนธรรมซ้อปเปอร์เป็นเรื่องของการสร้าง คั่นหา ต่อรอง และผลิตซ้ำอัตลักษณ์ตัวตน

รูปแบบการสร้างสรรค์ในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์เกิดจากการผสมผสานจากรูปแบบทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และให้อิสระแก่ผู้สร้างสรรค์ ที่จะปรับเปลี่ยนหรือสร้างแนวทางใหม่ในการตกแต่ง ตัดแปลงมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ตามแต่รสนิยมความชอบส่วนบุคคล หรือตกแต่งตามรูปแบบที่ได้รับ ความนิยมที่กำลังเป็นกระแสสังคม ทำให้ปรากฏลักษณะการปะทะกันของรูปแบบจากหลายแหล่งที่มา อยู่ด้วยกันแบบไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

ผลงานประติมากรรมที่ใช้กรอบแนวคิดของวัฒนธรรมประชาานิยมย่อมสามารถผสมผสานรูปแบบจากหลากหลายแหล่งที่มาโดยไม่จำเป็นต้องมีความกลมกลืนในแง่ความงาม ความมีสุนทรีย์ะของการประกอบสร้างรูปทรงมีเอกภาพ หากแต่ต้องนำเสนอรสนิยมและสุนทรีย์ะที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิง การบริโภค ความสุขสนุกสนานที่เป็นจุดกำเนิดของการผสมรูปแบบที่ไม่เข้ากันให้อยู่ด้วยกัน บนชิ้นงานประติมากรรม

2.3.4 วิเคราะห์แนวคิดวัฒนธรรมทางสายตาเพื่อใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม

วิเคราะห์ผ่านแนวคิดการบริโภคสัญญะ

รถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ถูกให้คุณค่าเชิงสัญญะเป็นหลัก ซึ่งไม่ได้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน ความหมายหรือคุณค่าที่อยู่ในตัวสินค้านั้นถูกให้คุณค่ามากไปกว่าการใช้ประโยชน์ โดยตรงจากสินค้า รสนิยมแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์นั้นถูกสร้างด้วยตรรกะของความเหมือนและความแตกต่าง

ผู้บริโภคนวัตกรรมซ้อปเปอร์ แสดงตัวตนและประกอบสร้างอัตลักษณ์ด้วยรูปแบบการแต่ง
 รถที่แตกต่างจากรสนิยมที่อิทธิพลของสังคมส่วนใหญ่ เป็นการแสวงหาวัตถุที่อยู่นอกเหนือจาก
 ประโยชน์ใช้สอยไว้ครอบครองเพื่อเสพคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ สมองความพึงพอใจ บ่งบอกสถานะชนชั้น
 ทางสังคม ความแตกต่าง ความมีระดับหรือความมีรสนิยม เนื่องจากมนุษย์จำเป็นและพอใจที่จะอาศัย
 อยู่ในกระแสของการบริโภคนิยมรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เพราะต้องการสิ่งบ่งชี้อัตลักษณ์ตัวตน ว่า
 ตนเองเป็นใคร แตกต่างหรือเหมือนกับผู้อื่นอย่างไร อยู่ตำแหน่งแห่งที่ใดในสังคมเสมอ

ผู้วิจัยต้องการใช้ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบการสร้างสรรค์ศิลปะยกล้อ ทำหน้าที่
 เป็นสิ่งบ่งชี้อัตลักษณ์ตัวตนในแบบกระแสวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ โดยให้คุณค่าในแง่ความเป็น
 ประติมากรรมมากกว่าความเป็นรถยนต์ไฮคี่เพื่อใช้งาน ให้คุณค่าในเชิงสัญลักษณ์บริโภคนิยม
 มากกว่าประโยชน์ใช้สอยและประสิทธิภาพในการใช้งาน

วิเคราะห์ผ่านแนวคิดสี่แม่แบบของเพศชาย

ผู้วิจัยพบว่าแนวคิดสี่แม่แบบในทางฝ่ายชายมีความพ้องกันกับแนวคิดการบริโภคนิยมเชิงสัญลักษณ์
 ในหลายด้าน โดยเฉพาะกระบวนการการเลียนแบบ และกระบวนการสร้างความเหมือนและความ
 ต่างต่าง เพราะการที่ชายคนหนึ่งต้องการที่จะสร้างตัวตนให้เป็นชายอย่างสมบูรณ์ย่อมต้องอาศัย
 แม่แบบ เพื่อการเลียนแบบให้เหมือนกับแม่แบบ หรือต่างจากสิ่งที่ไม่ใช่แม่แบบ

แม่แบบที่สามารถเห็นได้เด่นชัดที่สุดคือแม่แบบ King กษัตริย์ ในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์
 แม่แบบ คิงส์ หมายถึงรูปแบบการแสดงออกที่เป็นชายอย่างชัดเจน มีอำนาจ ใญ่รวย อยู่สูงกว่าผู้อื่น
 ได้รับการยอมรับในกลุ่มเนื่องจากฐานะ ตำแหน่งหน้าที่การงาน และอายุ รวมถึงรถรุ่นที่ใช้ การ
 ตกแต่งหรูหรา ใช้อุปกรณ์หรือของตกแต่งที่สวยงามและมักมีขนาดใหญ่โต แปลกประหลาดกว่ารถคัน
 อื่น เน้นความโดดเด่นแปลกตามากกว่าประสิทธิภาพการใช้งาน เช่น การเปลี่ยนแฮนด์หรือโซ้คที่ยาว
 และมีรูปทรงแปลกทำให้การขับขี่ยากขึ้น จึงต้องใช้ทักษะและพลังกำลังในการควบคุมรถมากขึ้นด้วย

ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลา และรสนิยมในศิลปะยกล้อ ผู้วิจัย
 ใช้กระบวนการการเลียนแบบหยิบยืมรูปแบบจากลักษณะของแม่แบบคิงส์ มาใช้ในการออกแบบ
 รูปทรงและรายละเอียดในผลงานประติมากรรม ได้แก่ การเน้นหรือยึดรูปทรงบางส่วนของ
 ประติมากรรมให้ยาวหรือใหญ่กว่าชิ้นส่วนที่ใช้ในรถยนต์ไฮคี่ปกติ การใส่รายละเอียดลวดลาย
 ประดับประดาจลนล้น และการหยิบยืมรูปแบบที่มีลักษณะเฉพาะในมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์มาใช้ใน
 ผลงานประติมากรรม

บทที่ 3 แนวคิดทฤษฎีทางทัศนศิลป์

แนวคิดทฤษฎีทางศิลปะที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ประติมากรรมสื่อใหม่ : รูปแบบลีลาและรสนิยม ในศิลปะยกล้อ

เนื้อหาในบทนี้ผู้วิจัยจะอธิบายแนวคิดทางศิลปะที่นำมาใช้ในการศึกษาและทำความเข้าใจรูปแบบลีลา และรสนิยมของการตกแต่งตัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ และสังเคราะห์แนวคิดทางศิลปะเหล่านี้เพื่อเป็นเครื่องมือในการศึกษาในภาคสนามและเป็นแนวทางในการออกแบบผลงานประติมากรรมต่อไป โดยผู้วิจัยเลือกแนวคิดทางศิลปะจากความสอดคล้องกันของรูปแบบที่กล่าวไว้ในความสำคัญและที่มาของความคิดสร้างสรรค์ บทที่ 1 และความสอดคล้องกันของแนวคิดในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แนวคิดทางศิลปะที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิจัยนี้ได้แก่

- 3.1.1 ศิลปะสื่อใหม่ (New Media Art)
- 3.1.2 ป๊อป อาร์ต (Pop Art) และนีโอ ป๊อป (Neo Pop)
- 3.1.3 ศิลปะแห่งการหยิบยืม (Appropriation)
- 3.1.4 ศิลปะหลังสมัยใหม่ (Postmodern Art)

3.2 ศิลปินกรณีศึกษา (contemporary art & contemporary culture)

- 3.2.1 ชิ จินสง (Shi Jinsong)
- 3.2.2 เออร์วิน เวิร์ม (Erwin Wurm)
- 3.2.3 เจฟฟ์ คูนส์ (Jeff Koons)

3.3 วิเคราะห์ท้ายบทในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาใน ศิลปะติดล้อ

- 3.3.1 การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับงานศิลปะ
- 3.3.2 สุนทรียะแบบหลังสมัยใหม่ ความแตกต่างระหว่างการหยิบยืมในศิลปะป๊อปอาร์ต กับ การหยิบยืมในประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบของการสร้างสรรค์ในศิลปะติดล้อ

3.1 แนวคิดทฤษฎีทางศิลปะที่เกี่ยวข้อง

3.1.1 ศิลปะสื่อใหม่ (New Media Art)

สื่อและเทคโนโลยีทางศิลปะพัฒนาเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปตามยุคสมัย ตามแต่สังคมจะมีการพัฒนาคิดค้นสิ่งแปลกใหม่ เช่น เทคโนโลยีใหม่ วัสดุใหม่ ให้ศิลปินเลือกใช้ได้ไม่มีวันหมด ศิลปินหยิบจับสื่อชนิดใหม่ เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันในยุคสมัยของตนมาใช้สร้างสรรค์งานศิลปะ ไม่ว่าจะเป็น ถ่ายภาพ วิดีโอ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์อย่างปัจจุบัน สื่อเหล่านี้ทำให้ งานศิลปะก้าวข้ามเส้นแบ่งประเภทของงานศิลปะดั้งเดิมตามธรรมเนียมปฏิบัติ ไปสู่ความเป็นศิลปะ สื่อใหม่ที่ไม่ได้ใหม่เพียงเทคนิควิธีการ แต่ใหม่เพราะการเปลี่ยนกระบวนคิดของทั้งศิลปินและผู้เสพ งานศิลปะ เช่น Kinetic Art, Performance Art, และ Video Art พอเข้าสู่ยุคที่เทคโนโลยีก้าวหน้าก็ มี Computer Art, Sound Art, Interactive Art งานศิลปะสื่อใหม่เหล่านี้สร้างความท้าทายให้แก่ทั้ง ศิลปินและผู้ชม

อภิรักษ์ โปษยานนท์ ได้กล่าวถึง ศิลปะสื่อใหม่ ไว้ในงานประชุมสัมมนาวิชาการเรื่อง สะบัด รัด พัด เหวี่ยง ฦ หอศิลปะวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ซึ่งจัดโดยโครงการจัดตั้งภาควิชาสื่อผสม คณะจิตรกรรมฯ มหาวิทยาลัยศิลปากรไว้ดังนี้ เส้นแบ่งระหว่างศิลปะที่ใช้นวัตกรรมใหม่ที่เปลี่ยนไป ทุกนาที่ เราอาจจะเรียกศิลปะที่ไม่ใช่ศิลปะตามธรรมเนียมปฏิบัตินี้ว่า ศิลปะสื่อใหม่ (New Media Art หรือสื่ออนฤมิต) มันก็มักมีคำถามว่ามันใหม่แค่ไหน ช่วงไหนที่มันใหม่ และช่วงไหนที่มันไม่ใหม่แล้ว ในสังคมร่วมสมัย และภาษาหรือสัญลักษณ์ในศิลปะสื่อใหม่นี้สามารถสื่อสารกับสาธารณะชนได้อย่างไร เช่น จะทำอย่างไรให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมกับ Robot Art สื่อใหม่จะว่าไปแล้วก็มีมานาน พอสมควรและมีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องทั้งในต่างประเทศ ในระดับภูมิภาคอาเซียน หรือกระทั่งใน ประเทศไทยเอง ศิลปะสื่อใหม่มีประสิทธิภาพใหม่อย่างไร สื่อใหม่ Facebook YouTube เป็นอาวุธ และพลังสำคัญในการติดต่อสื่อสาร ฉะนั้นในทางศิลปะเราต้องพิจารณาค่าว่า ทักษะฝีมือ ที่ต้องใช้กับ สื่อใหม่เพราะแตกต่างไปจากทักษะการใช้มือทำแบบศิลปะตามธรรมเนียมดั้งเดิม เพราะศิลปะสื่อ ใหม่เป็นเรื่องของวัย ความต่างระหว่างวัย (Generation) ผู้ใหญ่อาจคิดว่าเอางานมาแขวนไว้บนโลกไซเบอร์ก็พอแล้ว แต่เด็กมองโลกไซเบอร์เป็นพื้นที่ที่เปี่ยมไปด้วยจินตนาการไม่รู้จบ²²

²² อภิรักษ์ โปษยานนท์, “คำกล่าวเปิด” สะบัด รัด พัด เหวี่ยง : การศึกษาสื่อศิลปะเชิงสร้างสรรค์ใน

ทัศนัย เศรษฐสุเสรี ได้อธิบายความหมายและความเป็นมาของศิลปะสื่อใหม่ ไว้ในการสัมมนา สະບັບ รัต พืด เหวียง เพิ่มเติมอีกว่า คำว่า New Media, Media Art, New Media Art เป็นคำที่ คล้ายกันและมีความหมายทับซ้อนกัน เริ่มด้วย New Media ที่ไม่ใช่สื่อศิลปะ แต่เป็นนวัตกรรมสื่อ ใหม่ที่หมายถึงอุปกรณ์ที่มีลักษณะการทำงานเป็นดิจิทัล ไม่ว่าจะ เป็น Floppy Disk, CD Rom ระบบ จัดเก็บข้อมูลรวมทั้งพื้นฐานสารสนเทศที่กระจายในโลกของเว็บไซต์ ส่วนคำว่า New Media Art นั้นเริ่ม ปรากฏในช่วงปีค.ศ.1997 โดย ศิลปิน ภัณฑารักษ์ และนักวิจารณ์มาอ้างอิงถึงศิลปะที่มีลักษณะบูรณา การสื่อและเทคโนโลยี (Interactive Multimedia) คือการใช้สื่อหลายอย่างในการทำให้เกิดการ ผสมผสานประสบการณ์ของผู้ชม ปะทะประสานเข้ากับตัวผลงานในรูปแบบศิลปะจัดวาง (Installation Art) บนฐานของเทคโนโลยีดิจิทัลที่สร้างประสบการณ์การรับรู้แบบเสมือน (Virtual Reality) เช่น Digit Art, Computer Art, Multimedia Art, Interactive Art และอื่นๆอีกมากมาย จนกลายเป็นกระแสสำคัญการสร้างงานศิลปะที่ได้รับความนิยมในช่วงเวลานั้น ส่วนคำว่า Media Art คือสื่อศิลปะ เช่น กลุ่มที่เป็นภาพเคลื่อนไหว Video Art, Experimental Film และกลุ่ม Transmission Art แสดงการไหลลื่นของคลื่นต่างๆ เรายุค คลื่นวิทยุ คลื่นไมโครเวฟ ที่ไม่สามารถ มองเห็นได้ด้วยตา²³

แม้คำว่า ศิลปะสื่อใหม่ ในช่วงเวลา ค.ศ. 1997 จะเป็นคำอธิบายศิลปะที่เกิดขึ้นบนพื้นฐาน จากประดิษฐ์กรรมเทคโนโลยีดิจิทัลที่สร้างประสบการณ์การรับรู้แบบ Virtual Reality แต่ก็มีศิลปะ สื่อใหม่จำนวนไม่น้อยที่ไม่ได้ถูกผลิตจากเทคโนโลยีดิจิทัล เพราะศิลปินยังคงทำงานกับประเด็นและ เนื้อหาทางทัศนศิลป์โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นเพียงเครื่องมือในการสร้างสรรค์สุนทรียศาสตร์แบบใหม่ เท่านั้น เพื่อนำเสนอประเด็นทางวัฒนธรรม การเมือง เพศ ฯลฯ ในสื่อที่ไม่เคยมีใครใช้มาก่อน ความหมายของศิลปะสื่อใหม่จึงอาจแบ่งได้ออกเป็นสองส่วน

ส่วนแรกคือศิลปะที่มีความสัมพันธ์กับเทคโนโลยี โดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือ เช่น Robot Art ซึ่งเป็นเครื่องมือจากระบบอุตสาหกรรม ความสัมพันธ์ระหว่างศิลปะกับเทคโนโลยีมีหลายระดับ เช่น เทคโนโลยียุคหิน เทคโนโลยีแบบอุตสาหกรรม เทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น ส่วนที่สอง มีพัฒนาการ

บริบทของสังคมร่วมสมัยของไทย (กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยศิลปากร 2557). หน้า 11- 14.

²³ ทัศนัย เศรษฐสุเสรี, “สื่อ ความหมาย มิติทางประวัติศาสตร์ และการปรับเปลี่ยนของสังคม” สະບັດ รัต พืด เหวียง : การศึกษาสื่อศิลปะเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของสังคมร่วมสมัยของไทย (กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยศิลปากร 2557). หน้า 30 - 37.

ทางประวัติศาสตร์ที่ได้รับอิทธิพลจาก สื่อศิลปะ (Media Art) เดิมไม่ว่าจะเป็น Assemblage, Mixed Media, Collage, Photomontage ที่มาใช้ร่วมกับสื่อสมัยใหม่ (New Media) อย่างกล้องถ่ายภาพ กล้องวิดีโอ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น โดยเครื่องมือเหล่านี้ถูกนำมาใช้รองรับแนวคิดของศิลปินมากกว่า จะเป็นแค่เครื่องมือที่สร้าง effect ต่างๆเท่านั้น สื่อศิลปะ และสื่อสมัยใหม่ นี้เองที่รวมกันกลายเป็น ศิลปะสื่อใหม่²⁴

ปัจจุบันการจำกัดความว่าอะไรเป็น ศิลปะสื่อใหม่ หรืออะไรเก่า อะไรใหม่กลายเป็นเรื่องยาก เพราะเทคโนโลยีปัจจุบันเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การให้ความหมายว่าเก่าใหม่ขึ้นอยู่กับการใช้งาน และวิถีคิด เพราะสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมใหม่ๆไม่ได้เกิดขึ้นเองลอยๆ ยกตัวอย่างเช่น โทรศัพท์ แบบสมาร์ตโฟนประกอบด้วยสื่อเก่าหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็น เครื่องพิมพ์ดีด ไมโครโฟน กล้องถ่ายภาพ คอมพิวเตอร์ ศิลปะสื่อใหม่เองก็เป็นการพัฒนาการทางแนวคิดที่เกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างแนวคิดหรือลัทธิทางศิลปะที่ส่งอิทธิพลให้ศิลปะสื่อใหม่อย่างชัดเจนคือ ลัทธิดาดา (Dada) และป๊อปอาร์ต (Pop Art) ลัทธิดาดา วิพากษ์วิจารณ์และถากถางล้อเลียนอารยธรรมมนุษย์ ทำให้เส้นแบ่งระหว่างศิลปะกับประเด็นทางสังคมการเมืองไม่ชัดเจน และการใช้สื่ออื่นๆนอกขอบดั้งเดิม สร้างสรรค์ผลงานศิลปะ เช่น การแสดง การปะติด การใช้ข้อความ (text) การใช้ภาพ (image) ที่มีอยู่ก่อนมาประกอบสร้างความหมายใหม่ของวัตถุ ศิลปินใช้วิธีการเหล่านี้กันจนทุกวันนี้ อิทธิพล ต่อมาคืออิทธิพลจากศิลปะป๊อปอาร์ต ป๊อปอาร์ต ศิลปินป๊อปอาร์ต ได้แรงบันดาลใจและหยิบยืม ดัชนี (index) สิ่งแทน สิ่งของหรือบุคคลที่เป็นที่รู้จัก (icon) สัญลักษณ์ (symbol) จากวัฒนธรรมพหุวิชาชีพ ศิลปะและวัฒนธรรมสมัยนิยม เช่น ตราสินค้า ภาพโฆษณา ภาพจากหนังสือ การ์ตูน รายการโทรทัศน์ สื่อสาธารณะต่างๆ ศิลปินป๊อปอาร์ตหยิบยืมสิ่งต่างๆจากสื่อในวัฒนธรรมสมัยนิยมมาใช้สร้างงานของตนโดยที่อาจจะไม่ได้ชอบหรือใช้ชีวิตอยู่ในวัฒนธรรมแบบนั้น ส่วนศิลปินในแบบศิลปะสื่อใหม่ จุ่ม จม หรือ ฟัง ตัวเองลงในวัฒนธรรมที่ตนอาศัยอยู่ ศิลปินสื่อใหม่สร้างงานศิลปะแล้วโยนกลับไปในสังคมซึ่งเป็นสิ่งที่แวดล้อมรอบตัว

จากข้อมูลข้างต้นเราพอสรุปได้ว่าศิลปะสื่อใหม่ไม่ได้เป็นเพียงการใช้เทคโนโลยีสมัยในการสร้างสรรค์ผลงานเท่านั้นแต่เป็นการให้ความสำคัญต่อแนวคิดที่แสดงถึงยุคสมัยและวัฒนธรรม แวดล้อมที่ศิลปินอาศัยอยู่ ทศนัย เศรษฐเสรี ได้นิยามแนวคิดที่เป็นหลักการของ ศิลปะสื่อใหม่ มีห้าประการดังนี้

²⁴ ทศนัย เศรษฐเสรี, หน้า 38.

หลักการที่หนึ่ง Number Representation คือการที่สื่อต่างๆถูกนำเสนออยู่บนฐานของปรัชญาตัวเลข เช่นระบบดิจิทัล เลขศูนย์ และเลขหนึ่ง หรือการใช้โค้ดเชิงตัวเลขโดยไม่ต้องใช้คอมพิวเตอร์ก็ได้

หลักการที่สอง มีลักษณะเป็น Modular คือ หน่วยย่อยที่สามารถยับ ปรับเปลี่ยน สร้างใหม่ ได้ตลอดอย่างอิสระ

หลักการที่สาม Automation คือมีลักษณะสามารถดูแลตัวเองได้

หลักการที่สี่ Variability มีความหลากหลายยืดหยุ่น ไหลลื่น เปลี่ยนใหม่ได้

หลักการที่ห้า Transcoding การเปลี่ยนรหัส เช่น จากภาพเป็นเสียง ที่ไม่ใช่การเปลี่ยนสถานะทางตัวเลขเท่านั้นแต่รวมไปถึงการเปลี่ยนสถานะของการนำเสนอและการเปลี่ยนประสบการณ์ของผู้ชมด้วย²⁵

ศิลปะสื่อใหม่ไม่จำเป็นต้องผลิตจากเทคโนโลยีดิจิทัลเท่านั้น กลับกันหลักการดังกล่าวสามารถใช้เทคโนโลยีใดก็ได้ ทั้งการใช้ภูกันวาดภาพ การถ่ายภาพ แต่ศิลปินต้องพยายามผสมผสานตัวเองเข้ากับวัฒนธรรมภายใต้อิทธิพลทางความคิดของยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ศิลปินอาจไม่ได้ทำตัวเป็นเจ้าของผลงาน แต่ศิลปินนำสารเหล่านั้นประกาศให้สังคมรับรู้เพื่อสร้างความเคลื่อนไหวแบบศิลปะสื่อใหม่ในสังคม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แนวคิดศิลปะสื่อใหม่ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลา และรสนิยมในศิลปะยกถ่อ

จากการพิจารณากรอบแนวคิดของศิลปะสื่อใหม่ พบว่าศิลปะสื่อใหม่นั้นให้ความสำคัญกับการนำเสนอทัศนคติความคิดของยุคสมัยปัจจุบันมากกว่ารูปแบบหรือสื่อที่นำมาใช้ โดยไม่จำเป็นต้องนำเสนอด้วยสื่อที่น่าสมัเสมอไป แต่เป็นการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะที่ศิลปินพยายามนำเสนอและอธิบายการเปลี่ยนผ่าน แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียะที่เปลี่ยนไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติของคนในสังคมปัจจุบัน ที่สุนทรียะไม่ได้หมายถึงเพียงความงามที่รับรู้ได้ด้วยการมองเห็นเท่านั้น แต่

²⁵ ทศนัย เศรษฐเสรี, หน้า 50 - 51.

ยังมีปรากฏทางสุนทรียะแบบอื่น เช่นสุนทรียะที่รับรู้สัมผัสได้ด้วยการเข้าไปมีส่วนร่วม มีปฏิสัมพันธ์กับผลงานศิลปะเป็นต้น

ในผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกย่องผู้วิจัยใช้กรอบคิดของศิลปะสื่อใหม่ โดยกระบวนการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลงานประติมากรรมกับผู้ชม เพื่อให้ผู้ชมสามารถรับรู้รสนิยมและสุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมช้อปปิ้งที่ต้องเอาตัวเข้าไปสัมผัสชิมซัปปิ้งจึงจะได้รสชาติอย่างเต็มที่

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

ป๊อปอาร์ต (Pop Art) หรือ 'ศิลปะประชานิยม' ถือกำเนิดขึ้นครั้งแรกจากการเรียกขานของนักวิจารณ์ศิลปะชื่อดัง ลอว์เรนซ์ อลาวัวรี่ เกิดขึ้นจากความเบื่อหน่ายการทำงานในแนวคิดแบบแอบสแตร็คท์เอกซ์เพรสชันนิสต์ กลุ่มศิลปินในนิวยอร์กจึงประกาศแนวคิดแบบป๊อปอาร์ตขึ้นในปีค.ศ. 1955 โดยสนับสนุนการแสดงออกด้วยกรรมวิธีหลากหลาย ไม่จำกัดรูปแบบ อย่างการใช้ภาพถ่าย ภาพพิมพ์ซิลค์สกรีน ภาพตัดปะ ภาพการ์ตูน โดยมักจะนิยมใช้ภาพของบุคคลหรือสิ่งของที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากสังคมมาเป็นเรื่องราว เป็นแนวคิดที่ได้มาจากการทำงานในเชิงพาณิชย์ของงานโฆษณา ที่สะท้อนให้เห็นถึงอำนาจในการผลิตของระบบทุนนิยม และการผสมผสานระหว่างสีสันอันหลากหลายกับสิ่งที่เห็นได้ในชีวิตประจำวัน

ปลายศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา ชนชั้นกลางเริ่มมีส่วนในการมีบทบาททางวัฒนธรรมมากขึ้น โดยผ่านสกุล Impressionism จนกระทั่งถึงศิลปะสมัยใหม่อย่าง Cubism, Abstractionism จวบจนครึ่งหลังของศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา พลังต่างๆจากทั้งวงการอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมวัฒนธรรม (culture industry) ซึ่งทำให้ศิลปะขึ้นสู่อุตสาหกรรม และมีวงจำหน่ายกันแพร่หลาย รวมทั้งพลังจากวงการวิชาการและรสนิยมของประชาชนก็ได้ผลักดันให้มีวัฒนธรรมประชานิยมที่เป็นวัฒนธรรมของคนธรรมดาๆ ชาวบ้านหรือวัฒนธรรมในวิถีชีวิตธรรมดาๆกลายเป็นกระแสของศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญของศตวรรษที่ 20 ขึ้นมาได้

Pop Art เป็นชื่อที่ ลอเรน อัลโลเวย์ Lawrence Alloway (1926 - 1990) เสนอขึ้นสำหรับเรียกศิลปะแนวใหม่ และให้ความหมายว่าเป็นการใช้เรียกการผลิต การแปรรูป การถอดแบบ การบริโภคสื่อต่างๆแต่เขายังไม่ได้หมายถึงงานศิลปะที่ได้แรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมประชานิยม²⁶

ประเทศสหรัฐอเมริกา นับว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการเคลื่อนไหวของกลุ่มศิลปินป๊อปอาร์ต โดยเริ่มมีบทบาทราวๆปีคริสต์ศักราช 1955-1960 และมีจุดศูนย์กลางอยู่ในนิวยอร์กโดยมีการสนับสนุนจากแกลลอรี่ต่างๆในนิวยอร์ก ศิลปินป๊อปอาร์ต ความเห็นเกี่ยวกับสุนทรียภาพว่า คือความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับสภาพต่างๆที่ปรากฏในโลกอุตสาหกรรม โลกตามชนบท และโลกของเศรษฐกิจ ศิลปินพยายามตอบสนองโลกที่แวดล้อมภายนอก ดังนั้นศิลปินป๊อปอาร์ตจึงใช้วิธีทางศิลปะแบบเก่าผสมเข้ากับเทคนิคเชิงพาณิชย์ศิลป์ เช่น การโฆษณา ฯลฯ ชื่อเรียกของ ป๊อปอาร์ต นั้นมีการเรียกแตกต่างกันมากมายเช่น นิว เรียลลิสม์ (New Realism) นีโอ ดาดา (Neo Dada) คอมมอนิสม์ (Commonism) ฯลฯ แต่ดูเหมือนคำว่า นิว เรียลลิสม์ จะใกล้เคียงกับสิ่งที่ป๊อปอาร์ตเป็นมากที่สุด²⁷

กัจจกร สุนพงษ์ศรี ได้สรุปหลักสุนทรียภาพของศิลปะป๊อป อาร์ต ไว้ดังนี้

1. ทำลายประเพณีการสร้างงานศิลปะที่เน้นในความสำเร็จของเรื่องมิติต่างๆ (กว้าง ยาว ลึก สูง) ขององค์ประกอบทางศิลปะ
2. ใช้เทคนิคและผลิตผลทางอุตสาหกรรมมาใช้ประโยชน์ เช่น สีชนิดใหม่ สิ่งต่างๆที่มนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้น แต่หลีกเลี่ยงรูปแบบทางศิลปะแบบแอ็บสแตรกซ์ เอ็กเพรสชันนิส เช่น การระบายสีแบบฉับพลัน
3. มีความผูกพันของกฎสุนทรียภาพต่างๆที่ยึดถือสร้างกันมาในศิลปะสมัยใหม่ ปฏิเสธความแตกต่าง ดี/เลว ดังนั้นการดูงานก็เฝ้าดูว่ามีคุณค่าทัดเทียมกับผลงานของมองเดรียง ทำเรื่องเด็กๆ บางครั้งก็ทำเรื่องตลกขบขัน
4. ศิลปินป๊อป อาร์ตมีความชื่นชอบหรือประเด็นที่สนใจแตกต่างกัน แต่ยังมีจุดร่วมกันที่การแสดงออกทางโลกภายนอกซึ่งเป็นเรื่องราวที่ยังคงผูกพันกับสถานะของสิ่งแวดล้อมเมืองร่วมกันอยู่
5. มีความเคลื่อนไหวที่ยืดหยุ่นปรับตัวเข้ากับศิลปะทุกรูปแบบ มีการนำเทคนิคคตินิยม

²⁶ เคลาส์ ฮอนเนท, ป๊อป อาร์ต แปลโดย บุศยมาศ นันทวัน. (กรุงเทพมหานคร : เดอะเกรทไพนธ์ อาร์ท; 2541). หน้า 5-6.

²⁷ กัจจกร สุนพงษ์ศรี, ศิลปะสมัยใหม่: Modern Art (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2523). หน้า 360-363.

ต่างๆมาคลุกเคล้าให้ปรากฏขึ้นมาในรูปแบบใหม่

6. แสดงออกตามอุดมคติในลัทธิการเมืองตามแนวเสรีนิยมเต็มที่ เจตนารมณ์สะท้อนภาพชีวิตสังคมปัจจุบัน โดยนำเรื่องราว ซึ่งคนจำนวนมากคุ้นเคยจนมองว่าไม่สำคัญ มานำเสนอและเปลี่ยนแปลงรวดเร็วคล้ายดังแฟชัน

นีโอป๊อป (Neo Pop)

นีโอป๊อปเป็นงานศิลปกรรมที่รับอิทธิพลทางแนวคิดมาจากแนวคิดหลังสมัยใหม่ ที่เกิดขึ้นราวปีค.ศ.1980 เป็นต้นมา และยังหมายถึงรูปแบบของงานศิลปะที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะป๊อป อาร์ต อีกด้วย ศิลปินที่ได้รับการจำแนกว่าเป็นศิลปินนีโอป๊อป เช่น ทาคาชิ มูราคามิ (Takashi Murakami) เจฟฟ์ คูนส์ (Jeff Koons) และมีความเกี่ยวข้องกับการทำงานแบบหยิบยืม (appropriation) เพราะป๊อปอาร์ตต้องนำรูปแบบหรือภาพที่เป็นที่รู้จักดีในสังคมมาผลิตซ้ำ ดัดแปลง เสียดสี ล้อเลียนตามแต่เป้าหมายของศิลปิน

3.1.3 Appropriation Art แอปโพรพริเอชัน อาร์ต ศิลปะแห่งการหยิบยืม

ศิลปะแอปโพรพริเอชัน Appropriation เริ่มแพร่หลายในสหรัฐอเมริกาและยุโรป ในช่วงปี ค.ศ. 1980 เป็นช่วงเวลา ศิลปะหลังสมัยใหม่ (Postmodern Art) ได้เข้ามามีบทบาทอย่างสูงในวงการศิลปะทั่วโลก แอปโพรพริเอชัน ในงานศิลปะคืออะไรนั้นเป็นประเด็นคำถามที่เกิดขึ้นอย่างมากมาย ในช่วงเวลานั้นมีทั้งการต่อต้าน ทั้งสนับสนุนจากศิลปิน และนักวิชาการศิลปะ ปัจจุบันสถานการณ์ของศิลปะแอปโพรพริเอชันได้รับการผ่อนคลายเป็นและได้รับการตอบรับมากขึ้นในวงการทัศนศิลป์ งานศิลปะแอปโพรพริเอชันกลายมาเป็นรูปแบบแนวทางการแสดงออกทางความคิดที่ได้รับ ความนิยมมากขึ้นของศิลปินร่วมสมัย

เอกลักษณ์สำคัญของศิลปะแอปโพรพริเอชันนั้น คือ การหยิบยืม (borrow) รูปแบบงานศิลปะในอดีตหรือในประวัติศาสตร์หรืองานศิลปะของศิลปินคนอื่น ๆ ไม่ว่าจะยุคใดสมัยใด ซึ่งส่วนมากจะเป็นที่รู้จักคุ้นเคยของคนในวงการศิลปะและคนทั่วไป มาสร้างใหม่ด้วยการผสมผสานกับงานของ

ศิลปินผู้หิบบ่ม ในบริบทใหม่มีความหมายใหม่ ซึ่งจะเป็นไปตามความคิดหรือความต้องการของศิลปินที่มีความหลากหลาย²⁸

คำว่า แรงบันดาลใจ (inspiration) และ อิทธิพล (influence) เป็นสิ่งสำคัญที่บอกถึงที่มาของการสร้างสรรค์ ศิลปินสนใจศึกษาเรียนรู้จากงานศิลปะและศิลปินยุคก่อนหน้ามักเกิดการรับเอาลักษณะหรือความคิดที่ชื่นชอบมาสร้างงานของตนเอง ถือว่าเป็นเรื่องปกติที่ศิลปะจะส่งผลต่อกัน ในระยะแรกๆการรับมาแล้วถ่ายทอดใหม่ให้มีลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนต้นแบบ แต่นั่นก็ไม่ใช่กฎเกณฑ์ที่ตายตัว เพราะคำว่า แรงบันดาลใจและอิทธิพล ก็มีการตีความกันไปคนละมุมมอง เช่น การรับเอารูปแบบบางอย่างของศิลปินคนอื่นมาสร้างสรรค์ใหม่ แม้มักเปลี่ยนอายุของต้นแบบปรากฏอยู่ก็ไม่เรียกว่าได้รับอิทธิพล แต่เป็นรับหรือได้แรงบันดาลใจมาสร้างงาน แต่ถ้ามีลักษณะของต้นแบบอยู่มาก เรียกว่ารับอิทธิพล บ้างก็ตีความตรงข้ามไปเลยก็มี ไม่ว่าจะมีการให้ความหมายอย่างไร สองคำนี้ก็ถูกใช้คละเคล้ากันจนก่อให้เกิดพัฒนาการแตกออกเป็นคำใหม่ขึ้นคือ การหิบบ่มเอามาครอบครอง มาจากศัพท์คำว่า แอ็ฟโพรปริเอชัน (appropriation) ในขณะที่คำว่า แรงบันดาลใจ และอิทธิพลก็ยังคงใช้อยู่ตามปกติ เมื่อมีการอธิบายคำว่า แอ็ฟโพรปริเอชัน มักอ้างถึงสิ่งต่างๆที่ถูกหิบบ่มมาสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ สิ่งที่ถูกหิบบ่มมาอาจรวมถึงภาพ รูปทรง หรือรูปแบบต่างๆ จากประวัติศาสตร์ศิลปะ จากวัฒนธรรมป๊อปปูลาร์หรือวัสดุเทคนิคต่างๆจากสิ่งที่ไม่เป็นศิลปะ²⁹

ชาร์รอน แมตต์ แอตคินส์ (Sharon Matt Atkins) ผู้ทำวิจัยเรื่อง ศิลปะแอฟโพรปริเอชันและเอกลักษณ์ ตั้งแต่ ค.ศ.1980 (Art Appropriation and Identity Since 1980) ได้อธิบายว่าตามความหมายที่สืบทอดกันมานั้น อ้างถึงการครอบครองสิ่งที่เป็นของคนอื่น ศิลปะแอฟโพรปริเอชันเป็นคำอธิบายปรากฏการณ์ในประวัติศาสตร์ศิลปะอันหนึ่งที่ปรแตกออกของยุคโพลีโมเดิร์น นอกจากนี้ชาอรอนยังกล่าวถึงลักษณะของผลงานแอฟโพรปริเอชันในช่วงต้นทศวรรษที่ 1980 และช่วงปลายคริสต์ศวรรษที่20ดังนี้

ในช่วงต้นของทศวรรษที่ 1980 เป็นผลงานที่อ้างอิงถึงข้อมูลแหล่งที่มาที่ไม่ใช่ศิลปะ เช่น การตัดตัวอักษรหรือคำมาใช้ในงานศิลปะ หรือผลงานศิลปะที่หยิบเอาวัตถุที่ไม่ใช่วัสดุทางศิลปะมาใช้ตรงๆ เช่น สินค้า งานพาณิชย์ศิลป์ และรูปแบบที่ปรากฏในรสนิยมป๊อปปูล่า เป็นต้น ในช่วงปลาย

²⁸ สมพร รอดบุญ, “ศิลปะแอฟโพรปริเอชัน” ใน สูจิบัตรการแสดงงานศิลปกรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 58 (กรุงเทพมหานคร, 2555). หน้า 80.

²⁹ รสลิน กาสต์, แอฟโพรปริเอชันอาร์ต ศิลปะแห่งการหิบบ่ม (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2558). หน้า 2-3.

คริสต์ศตวรรษที่ 20 ส่วนใหญ่เป็นผลงานที่อ้างอิงจากภาพจากประวัติศาสตร์ศิลปะ ศิลปินยืมภาพต้นแบบมาเพื่อสื่อสารและนำเสนอด้วยระบบทางความคิดใหม่ ในเรื่องที่ศิลปินสนใจ ไม่ว่าจะเรื่องการเมือง เพศสภาพ เชื้อชาติ ความพร้อม และความ เป็นชายขอบต่างๆ³⁰

ปัจจุบันนักวิจารณ์และนักประวัติศาสตร์ศิลป์ใช้คำว่า แอปโพรปริเอชัน ในการอธิบายผลงานศิลปะที่มีลักษณะของศิลปะที่มีการหยิบยืมรูปแบบหรือภาพของผู้อื่นมาใช้ สามารถจำแนกออกได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ดังนี้ กลุ่มแรก คือการสร้างสรรคโดยการเชื่อมและกำหนดรูปทรงที่หยิบยืมมาเข้าสู่วิถีของตนเองเช่น ผลงานของ เจสเปอร์ จอห์น หรือ โรเบิร์ต ราเซนเบิร์ก กลุ่มที่สอง เป็นกลุ่มที่หยิบยืมมาใช้โดยตรง โดยใช้ภาพถ่ายหรือคัดลอกชิ้นใหม่จากงานจิตรกรรมภาพถ่ายและงานพาณิชยศิลป์และนำเสนอตรงๆ แต่แสดงออกถึงความคิดที่ซ่อนเข้าไป เช่น เซอร์รี่ เลวายน (Sherrie Levine) และเบตตี้ ซาร์ (Betye Saar)³¹

การหยิบยืมในงานศิลปะนั้นไม่ใช่การลอกเลียนแบบหรือผลิตซ้ำ (reproduction) ให้เหมือนต้นแบบ แต่เป็นการสร้างใหม่ และไม่ได้มีเจตนาไปทางแง่ลบหรือล้อเลียนต้นแบบ แต่เป็นการปรับใช้ด้วยสติปัญญาความคิดให้สัมพันธ์กับบริบทของเวลาปัจจุบันและปรากฏการณ์รอบตัวของศิลปินผู้หยิบยืม ในบางกรณีศิลปะแอปโพรปริเอชันถูกใช้เพื่อต่อต้านขัดแย้ง ท้าทายความเป็นต้นฉบับด้วยวิธีการที่เรียกว่า หยิบยืม ที่นำเอาสัญลักษณ์ต่างๆ จากสื่อและผลงานสำคัญในประวัติศาสตร์ศิลปะมานำเสนอใหม่ในบริบทใหม่ที่เปลี่ยนไป ในเชิงวิพากษ์วิจารณ์บ้าง เสียดสีบ้าง ในเรื่องที่ศิลปินสนใจ ไม่ว่าจะเรื่องการเมือง เพศสภาพ เชื้อชาติ ความพร้อม และความ เป็นชายขอบต่างๆ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แนวคิดในศิลปะป๊อปอาร์ต (Pop Art) และศิลปะการหยิบยืม (Appropriation Art) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ

ลักษณะของหลักการหยิบยืมที่ปรากฏในศิลปะป๊อปอาร์ต ให้ความสำคัญกับการหยิบยืมรูปแบบของสิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวัน นำมาดัดแปลงสร้างความหมายใหม่ตามเป้าหมายของศิลปิน วิธีการเหล่านี้ศิลปินป๊อปอาร์ตใช้เพื่อทำลายประเพณีและหลักการทางสุนทรียภาพของศิลปะสมัยใหม่

³⁰ Atkins, Sharon Matt, Art Appropriation and Identity Since 1980 (New Brunswick: The State University of New Jersey, 2004), 10

³¹ รสลิน กาสต์, หน้า 10.

โดยบางครั้งตัดขาดจากบริบททางวัฒนธรรมที่อยู่โดยกรอบรูปแบบหรือวัตถุที่เลือกใช้ ศิลปินเป็นอิสระที่จะเปลี่ยนแปลงความหมายและเนื้อหาที่ปรากฏในผลงาน

ในผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อจะใช้หลักการหยิบยืมทั้งรูปแบบและแนวคิดรสนิยมที่ปรากฏอยู่ในวัฒนธรรมช็อปเปอร์ มาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมโดยไม่เน้นการเปลี่ยนแปลงเนื้อหา แต่เน้นการถ่ายทอดแนวคิดรสนิยม และหลักสุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมช็อปเปอร์ให้ผู้ชมสามารถรับรู้หลักสุนทรียภาพดังกล่าวได้โดยการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม

3.1.4 ศิลปะหลังสมัยใหม่ (Postmodern art)

ก่อนที่จะเข้าใจคำว่าศิลปะหลังสมัยใหม่ ต้องเข้าใจคำว่าโพสต์โมเดิร์น เสียก่อน โพสต์โมเดิร์นมีความหมายว่า ยุคหลังสมัยใหม่ ซึ่งมาจากคำว่า สภาวะภายหลัง (posteriority) มารวมกับคำว่าสมัยใหม่ (modern) ใช้เรียกปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงทัศนคติความเชื่อความคิดของมนุษย์ในช่วงเวลาหนึ่ง หรือช่วงหลังยุคสมัยใหม่ราวต้นศตวรรษที่ 20 ที่ผ่านมา แนวคิดทางศิลปะเป็นสิ่งหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน แนวคิดทางศิลปะจำนวนหนึ่งซึ่งแปลกแยกออกจากแนวคิดและหลักการทางสุนทรียภาพแบบศิลปะสมัยใหม่ จึงถูกเรียกว่า ศิลปะหลังสมัยใหม่

รูปแบบและเนื้อหาหลักของ ศิลปะหลังสมัยใหม่ มีความเหลื่อมซ้อนกับแนวศิลปะสมัยใหม่บางกลุ่ม เช่น กลุ่มดาดา ซึ่งปฏิเสธหลักการสุนทรียภาพของศิลปะสมัยใหม่ก่อนหน้า โดยวิธีการเสียดสีและทำในสิ่งที่ตรงข้าม แต่แนวคิดหลังสมัยใหม่มีความเข้มข้นในการรื้อถอนระบบคิดของศิลปะสมัยใหม่มากกว่า โดย ธีรยุทธ บุญมี ได้อธิบายลักษณะรูปแบบและเนื้อหาสาระของศิลปะหลังสมัยใหม่ไว้ดังนี้

1. ปฏิเสธศูนย์กลาง คือการปฏิเสธอำนาจหนึ่งเดียวที่ครอบงำ แต่เน้นความเป็นชายขอบ ปฏิเสธหลักการสุนทรียภาพที่มาจากศูนย์กลาง เช่น สถาบันการศึกษา รัฐ แต่เน้นแสดงอัตลักษณ์ที่มาจากส่วนย่อยแทน
2. ปฏิเสธเอกภาพและองค์รวม ผลงานศิลปะไม่จำเป็นต้องสมบูรณ์และสามารถมีหลายเรื่องปนเปกันในงานชิ้นเดียวได้
3. การปฏิเสธเอกภาพ ทำได้โดยการ eclectic คือยำใหญ่ และลักษณะแบบลูกผสม hybrid

4. ศิลปะหลังสมัยใหม่คัดค้านการเรียงลำดับ ระเบียบ และโครงสร้าง

5. ศิลปะหลังสมัยใหม่ปฏิเสธจุดเริ่มต้น จึงปฏิเสธประวัติศาสตร์ แต่กลับโหยหาอดีต เนื่องจากความไม่มั่นคงทางอัตลักษณ์ โดยการนำประวัติศาสตร์มาล้อเลียน ดัดแปลงให้หลุดไปจากบริบทเดิม³²

แนวคิดศิลปะหลังสมัยใหม่ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลา และรสนิยมในศิลปะดัดล้อ

ลักษณะสำคัญของแนวคิดศิลปะหลังสมัยใหม่คือ ปฏิเสธศูนย์กลางเน้นความเป็นชายขอบ และมีลักษณะแบบลูกผสมไม่จำเป็นต้องสมบูรณ์ สามารถมีหลายเรื่องปนเปกันในงานชิ้นเดียวได้ นำรูปแบบจากงานศิลปะและรูปแบบที่ปรากฏในวัฒนธรรมประชานิยมจากหลายแหล่งที่มาผสมปนเปล้อเลียน ดัดแปลงให้หลุดไปจากบริบทเดิม เพื่อนำเสนอว่าหลักการทางสุนทรียภาพไม่ได้มีเพียงหนึ่งเดียว แม้กระทั่งวิธีการรับรู้ผลงานศิลปะก็ไม่ได้มีเพียงการจ้องมองเท่านั้น แต่ยังมีกลวิธีการรับรู้ผลงานศิลปะได้อีกหลายหลายทาง เช่นการมีปฏิสัมพันธ์ การได้ยิน และการรับรู้ผ่านร่างกาย เป็นต้น

การใช้กรอบคิดแบบศิลปะหลังสมัยใหม่ มองประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะดัดล้อ จะพบว่ารูปแบบและลักษณะที่ปรากฏในผลงานประติมากรรมนั้นสามารถอธิบายได้ โดยรูปแบบและลักษณะสำคัญของแนวคิดศิลปะหลังสมัยใหม่ อาทิเช่น ลักษณะการเป็นลูกผสมมีหลายเรื่องปะปนกัน การนำรูปแบบทางวัฒนธรรมช้อปเปอร์มาขยายมาล้อเลียนดัดแปลง และสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานศิลปะ เพื่อนำสุนทรียะที่เกิดจากการรับรู้ ที่อาศัยทั้งการมองเห็น สัมผัส และมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม

3.2 ศิลปินกรณีศึกษา

ในหัวข้อวิจัยเรื่อง "ประติมากรรมสื่อใหม่ : รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะดัดล้อ"ผู้วิจัยได้คัดเลือกศิลปินกรณีศึกษาตามความสอดคล้องใกล้เคียงกันกับหัวข้อวิจัยชิ้นนี้ ทั้งทางด้านรูปแบบ

³² ธีรยุทธ บุญมี, โลกMODERN & POST MODERN พิมพ์ครั้งที่ 5. (กรุงเทพมหานคร : สายธาร, 2552). หน้า 176-180.

แนวความคิด และประเด็นที่นำเสนอเกี่ยวกับศิลปะที่สะท้อนรสนิยมแบบวัฒนธรรมประชานิยม ด้วยกลวิธีการเสียดสี ล้อเลียน และหยิบยืม วัตถุต่างๆที่ปรากฏอยู่อย่างคาดเดาในรอบๆตัวในสังคมรวมทั้งผู้ชมเองที่กลายมาเป็นวัตถุทางศิลปะ มาสื่อความหมายใหม่ตามทัศนคติประเด็นที่ศิลปินต้องการนำเสนอ ศิลปินที่เลือกมาเป็นศิลปินกรณีศึกษาจำนวน 3 คนดังนี้

3.2.1 ชิ จินซง (Shi Jin Song)



ภาพที่ 1 ศิลปิน ชิ จินซง

Shi Jin Song

ผลงานของศิลปินชิ จินซง มีความสอดคล้องกับงานวิจัยนี้ทั้งทางด้านรูปแบบที่ใช้ และประเด็นที่สื่อสาร เพียงแต่แตกต่างกันที่ ชิ จินซง มุ่งเน้นวิพากษ์วิจารณ์การรับวัฒนธรรมตะวันตกของชาวจีน ที่กำลังไหลบ่าเข้าไปในประเทศจีนอย่างรวดเร็วเกิดเป็นกระแสการบริโภคสินค้าเพื่อเลื่อนระดับช่วงชั้นของคนในชนบทของจีน ด้วยวิธีการลอกเลียนหรือเลียนแบบสินค้าจากอเมริกา โดยเฉพาะมอเตอร์ไซค์ ฮาเลย์ เดวิดสัน ส่วนในงานวิจัย ประติมากรรมสื่อใหม่ : รูปแบบและรสนิยมในศิลปะยกล้อ มุ่งเน้นประเด็นการสร้างรูปแบบและรสนิยมแบบวัฒนธรรมช้อปเปอร์เพื่อเครื่องประดับลักษณะตัวตนมากกว่า การเลียนแบบการบริโภคเพื่อเลื่อนระดับชั้นของคนในสังคม

ชิ จินซง เกิดปี ค.ศ. 1969 มณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีน อาศัยและทำงานอยู่ในหูอันและปักกิ่ง ประเทศจีน เขาศึกษาในสาขาประติมากรรมที่ Hubei Academy of Fine Arts และจบการศึกษาในปีค.ศ. 1994 เหตุการณ์สำคัญมีอิทธิพลต่อผลงานของ ชิ จินซง คือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่รุนแรงในประเทศจีน ประเทศจีนเปลี่ยนจากสังคมเกษตรสู่สังคมเมืองอย่างรวดเร็ว

ชวามกลายเป็นเศรษฐกิจเพราะราคาที่ดินและอสังหาริมทรัพย์ที่ถีบตัวสูงหลายร้อยเท่าตัว รสนิยมการอุปโภคบริโภคของคนจีนจึงเปลี่ยนแปลงตามสภาพเศรษฐกิจ ทำให้ค่านิยมความเชื่อวัฒนธรรมแบบจีนเกิดการปะทะแลกเปลี่ยนกับวัฒนธรรมโลกาภิวัตน์ ศิลปินต้องการจะตรวจสอบและนำเสนอความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ดังจะเห็นได้จากผลงานประติมากรรมของ ซิ จินสง ที่มักจะยุ่งเกี่ยวอยู่กับประเด็นเรื่องการรวมกันของวัฒนธรรมจีนโบราณและโลกาภิวัตน์ที่ทันสมัย และการเลียนแบบการบริโภคสินค้าเพื่อเลื่อนระดับช่วงชั้นตามแนวคิดการบริโภคเชิงสังเคราะห์ของคนในชนบทของจีน

ซิ จินสง มักจะเลือกใช้วัตถุร่วมสมัยที่ปรากฏอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น รถจักรยานยนต์ อุปกรณ์เครื่องครัว มีด ฯ ผสมผสานกับวัตถุที่แสดงถึงทุนวัฒนธรรมจีนโบราณ เช่น เปลือกไม้รูปทรงแปลกตา หินประดับสวณ ภาพสีหมึกจีน ฯ รวมทั้งตำนานปรัมปราของจีนมาเป็นเค้าโครงหลักในผลงานประติมากรรมของเขา ตัวอย่างเช่น ผลงานชื่อ *Black motorbike* และ *Poetry research-motorbike (2008)* ประกอบด้วยชิ้นส่วนต้นไม้รูปทรงแปลกตาที่ทำหน้าที่เป็นแฟริ่งหรือเปลือกนอกห่อหุ้มส่วนโครงรถจักรยานยนต์ที่อยู่ภายใน ราวกับว่ารถจักรยานยนต์คันนี้ได้รับการออกแบบตามสุนทรียะแบบจีนโบราณ เขานิยมใช้วัตถุร่วมสมัยที่ปรากฏอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น รถจักรยานยนต์ มาผสมผสานกับวัตถุที่แสดงถึงทุนทางวัฒนธรรมในจารีตแบบจีน เช่น ต้นไม้เปลือกไม้ที่ใช้ในการประดับบ้านผู้มีฐานะพอค่าคบตี เพื่อสะท้อนค่านิยมความเชื่อวัฒนธรรมแบบจีนที่กำลังปะทะแลกเปลี่ยนกับวัฒนธรรมโลกาภิวัตน์ สร้างความประหลาดใจให้แก่การรับรู้ของผู้ชม

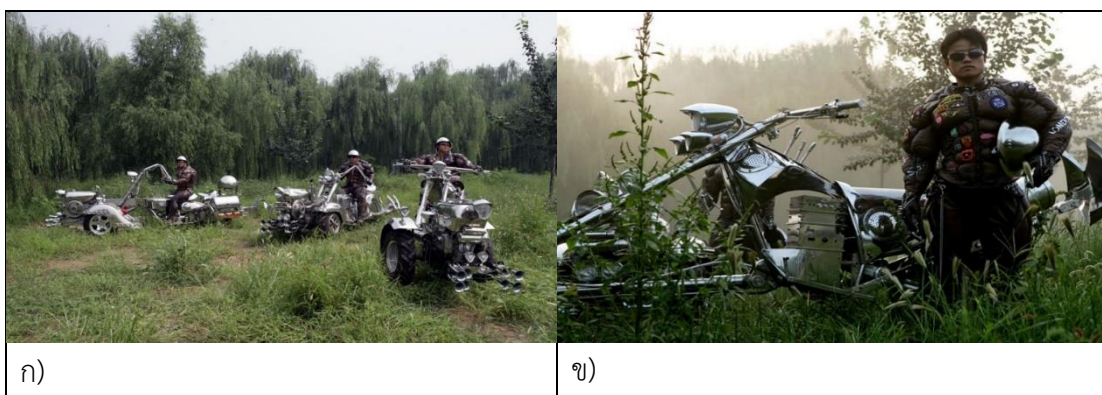
ผลงานชื่อ "*Halong-Kellong*" (2003-2006) จัดแสดงใน เชียงไฮ่เปียนนาเล่า 2008 นิทรรศการครั้งนี้จัดขึ้นมาราวกับว่าเป็นงานเลี้ยงเปิดตัวสินค้าจริงๆ คือรถจักรยานยนต์ภายในชื่อโลโก้ "*Halong-Kellong*" ซิ จินสง สร้างรถจักรยานยนต์รูปทรงแฟนซีแปลกตาจากโลหะมันวาว รถจักรยานยนต์ของเขานั้นมีลักษณะคล้ายกับรถจักรยานยนต์แบรนด์ดังของอเมริกา Harley Davidson การตกแต่งรถและการออกแบบโลโก้อยู่บนพื้นฐานของคำว่า "Harley Davidson" และคำว่า "tuolaji" ที่หมายถึง "รถไถ" เพื่อการเกษตรในภาษาจีน และภาษาชนชนสงบบุฟเฟต์สไตล์ตะวันตกและรวมถึงติดตั้งเครื่องเล่นวิดีโอคาราโอเกะ พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ มีสัญลักษณ์ของมังกรและนกฟีนิกซ์ปรากฏบนตัวถัง ครั้งหนึ่งรถไถเคยเป็นสัญลักษณ์ของความทันสมัยทางการเกษตรของจีน ส่วนฮาร์เลย์เดวิดสันมักถูกเรียกขานเป็น "รถม้าของเจ้าชาย" ที่มักจะถูกขี่โดยตัวละครที่เทที่สุดในภาพยนตร์อเมริกัน ซึ่งมักมีอัตลักษณ์ทางสังคมที่กล้าหาญ รุนแรง และมีความเร็วสูง การได้เป็นฮาร์เลย์หรือเจ้าชายฮาร์เลย์เป็นความใฝ่ฝันร่วมกันในจินตนาการของคนรุ่นใหม่ของจีน หากใช้

คำอธิบายโดยแนวคิดสี่แม่แบบของความเป็นชายของ Moore และ Douglas *ชิ จินซง* *เลือกใช้* *Archetype* ของคิงส์ ในแบบอุดมคติ มีสถานะสูง ร่ำรวย เป็นจุดสนใจจากทุกคนที่พบเห็น และดำเนินชีวิตในแบบทรราช ในกรณีการมีภาพลักษณ์ ของพวกชอบใช้ความรุนแรง และทำผิดกฎหมาย เช่น เสี่ยงต่อไอเสียดั่ง และขับเร็วกว่ากฎหมายกำหนด

"*Halong-Kellong*" เป็น Harley Davidson ในเวอร์ชันจีนที่หยิบยืมสไตล์การออกแบบ ตกแต่งของ Harley Davidson มาใช้โดยเน้นความยิ่งใหญ่ ความแข็งแกร่ง และความหรูหราจนล้นเกิน รถจักรยานยนต์เหล่านี้ได้รับการขับไปรอบๆ บริเวณพื้นที่แสดงงานโดยกลุ่มคนที่แต่งตัวด้วยชุดที่ทำให้ดูมีมัดกล้ามเนื้อใหญ่โต ผลงานชุดนี้ศิลปินตั้งคำถามถึงสิ่งที่ต้องแลกมาควบคู่กับการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของสังคมจีนที่เกิดอย่างรวดเร็ว รวมถึงความตั้งใจที่จะล้อเลียนโดยใช้การหยิบยืมรูปแบบของอเมริกันไอคอนเช่นรถจักรยานยนต์ฮาร์เลย์เดวิดสัน มาสร้างใหม่มีประกายและกลิ่นอายแบบจีน นอกจากรูปแบบอันซับซ้อนของการออกแบบแล้ว *Halong-Kellong* ยังมี ความหมายแฝงอันซับซ้อนอีกระดับหนึ่งที่ศิลปินพยายามสื่อสาร ถึงประเด็นการทำสินค้าเลียนแบบซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างมากมายมหาศาลในจีน

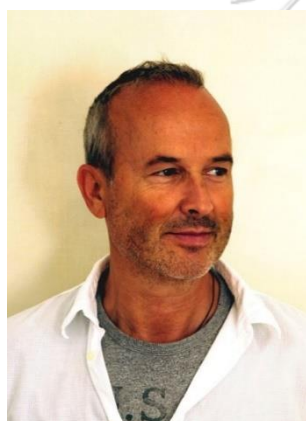
ผลงานประติมากรรมของ ชิ จินซง ชี้ไปที่ประเด็นวัฒนธรรมประชานิยม การบริโภคนิยม เซิงสัญญะ มีรูปแบบทางศิลปะผสมผสาน ทั้งการใช้ศิลปะสื่อผสม ศิลปะสื่อใหม่ และศิลปะการหยิบยืมด้วยในเวลาเดียวกัน ผลงานประติมากรรมสามารถสะท้อนภาพของสังคมจีนชนบท ที่คนในสังคมชนบทเริ่มต้องการสร้างอัตลักษณ์ตัวตนขึ้นมาอย่างรวดเร็วเนื่องจากการมีฐานะที่ดีขึ้น จึงจำเป็นต้องหยิบยืมรูปแบบจากวัฒนธรรมอื่นที่ได้รับการยอมรับเรียบร้อยแล้วมาผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมที่ตนมีอยู่ เกิดเป็นรูปแบบอัตลักษณ์เฉพาะที่สะท้อนความลึกลับและความเลื่อมล้ำในสังคมร่วมสมัยของประเทศไทย

ตัวอย่างผลงานประติมากรรมของ ชี จินสง



ภาพที่ 2 Halong-Kellong (2003-2006) ข) ชาวชนบทจีนที่มาร่วมทำงานกับศิลปินในผลงาน

3.2.2 เออร์วิน เวิร์ม (Erwin Wurm)



ภาพที่ 3 ศิลปิน แอร์วิน วูร์ม

แอร์วิน วูร์ม (Erwin Wurm) เป็นที่รู้จักกันดีในฐานะประติมากรที่มีวิธีการสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างมีอารมณ์ขัน ด้วยมุกตลกเหยียด หรือเรียกอย่างง่ายว่า ตลกคาเฟ่³³ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ประจำตัว Wurm กล่าวในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการใช้อารมณ์ขันในการทำงานของเขาว่า "ถ้าคุณทำสิ่งที่มีอารมณ์ขัน คนรอบข้างจะถือว่าคุณไม่เอาจริงเอาจัง ผิวเฟิน ด้อยค่า แต่ผมคิดว่าความจริงเกี่ยวกับสังคมและการดำรงอยู่ของมนุษย์สามารถเข้าหาได้ ในแบบที่แตกต่างออกไป อารมณ์ขัน

³³ ตลกคาเฟ่ คือการแสดงตลกในร้านอาหารระดับล่างตอนกลางคืนมักมีมุกตลกหยาบคาย และไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย ผู้แสดงมีเป็นหมู่คณะ เช่น คณะเชยยิ้ม เป็นต้น

สามารถช่วยให้คุณเห็นสิ่งที่เป็นความจริงอีกด้านเช่นกัน³⁴

รูปแบบทั่วไปในการทำงานของเขาพูดถึงความสัมพันธ์ของผู้ชมกับวัตถุที่ซ้ำซากในชีวิตประจำวัน งานประติมากรรมของเขาใช้สิ่งที่ทุกคนคุ้นเคยเช่น เสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์รถยนต์ บ้านเรือน และสิ่งของในชีวิตประจำวัน แต่บิดเบือนโดยการ ขยายจนล้น ทำให้บวม นำมาโค้งงอ หรือลดมันให้เล็กลงน้อยลง เช่น รถบรรทุกที่จอดโค้งขึ้นไปจากถนนสู่ผนังอาคาร และบ้านอ้วนรถอ้วนซึ่งกลายเป็นวัตถุที่อ้วนผละ รูปแบบขบขันนี้สร้างขึ้นภายใต้แนวคิดการวิพากษ์วิจารณ์สังคมอย่างจริงจัง

การก่อร่างของทัศนคติและแนวคิดของ แอร์วิน วูร์ม นอกจากการเติบโตในออสเตรียสมัยหลังสงคราม แล้วยังเป็นสภาพสังคมในยุโรปที่แนวคิดของนักปรัชญา เช่น Sigmund Freud และ Ludwig Wittgenstein เป็นเรื่องที่เขาให้ความสนใจ สภาพพื้นฐานทางสังคมยุโรปล้อมรอบไปด้วยประเด็นทางสังคมที่จริงจังทั้งในสังคมและในโลกศิลปะ ทำให้คนส่วนมากมีพื้นฐานการมองโลกแบบจริงจังเคร่งขมึนตามแนวคิดปรัชญาตะวันตก และเติบโตตามกรอบทางสังคมที่ชัดเจน วูร์ม มีแนวคิดที่สวนกระแสสังคม เป็นแนวคิดแบบรื้อถอนโครงสร้างนิยม (deconstruction)³⁵ ที่ตั้งคำถามเกี่ยวกับคำอธิบายปรากฏการณ์ทางโลกและสังคมแบบเดิมตามหลักปรัชญาหลักตรรกวิทยา และหลักวิทยาศาสตร์ จึงสร้างคำอธิบายปรากฏการณ์ทางโลกและสังคมด้วยวิธีการของตัวเอง

นับตั้งแต่ช่วงปลายยุค 80 วูร์มได้พัฒนาผลงานที่น่าสนใจในออกมาชุดหนึ่งคือ ประติมากรรมหนึ่งนาที (One minute sculpture) ออกมาอย่างต่อเนื่อง เขาและผู้ชมที่เป็นอาสาสมัครโพสท่าในรูปแบบของตัวเองโดยสัมพันธ์กับวัตถุที่คุ้นเคยในชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้ชมตั้งคำถามต่อความหมายของประติมากรรม เป็นผลงานที่ผสมผสานสื่อทางศิลปะที่หลากหลายทั้งศิลปะการแสดงสด ประติมากรรม ภาพถ่าย และวิดีโอ โดยศิลปินเป็นผู้กำกับให้เกิดขึ้นอย่างแนบเนียน โดยเรียกวิธีการแบบนี้ว่า ไดอาเล็กติก (Dialectic) แปลว่าวิธีการแบบสองทาง หรืออาจมากกว่าสองทางก็ได้ เพราะผู้ชมไม่ได้เพียงทำตามคำสั่งของศิลปิน แต่ผู้ชมกลายเป็นกระบวนการบางอย่างที่สิ่งของเป็นเพียงจุดเริ่มต้นให้ผู้ชมคิดต่อว่าจะทำอะไรได้บ้าง³⁶

³⁴ Erwin Wurm, บันทึกการสัมภาษณ์โดย พิษญา ศุภวานิช ภัณฑารักษ์ในนิทรรศการ "ปรัชญา-ประติ-บัติ" ณ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร สัมภาษณ์ 4 กุมภาพันธ์ 2560.

³⁵ พิษญา ศุภวานิช, บันทึกการสัมภาษณ์ภัณฑารักษ์ ในนิทรรศการ "ปรัชญา-ประติ-บัติ" Erwin Wurm ณ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร สัมภาษณ์ 4 กุมภาพันธ์ 2560.

³⁶ เรื่องเดียวกัน.

ประติมากรรมหนึ่งนาที่ แอร์วิน วูร์ม พยายามที่จะใช้ "เส้นทางที่สั้นที่สุด" ในการสร้างประติมากรรม โดยมีรูปแบบการแสดงออกที่ชัดเจนรวดเร็วและมีอารมณ์ขัน ประติมากรรมมีความชั่วร้ายชั่วยาม เกิดขึ้นเพียงชั่วคราว บันทึกไว้ด้วยรูปถ่ายหรือบนแผ่นฟิล์ม ในการทำประติมากรรมหนึ่งนาที่ ผู้ชมต้องทำตามคำแนะนำของศิลปิน ที่มาในรูปแบบของการดูเขียนด้วยมือ ซึ่งจะแสดงภาพเพื่อแนะนำว่าผู้ชมควรทำปฏิบัติอย่างไร เพื่อสร้างประติมากรรมหนึ่งนาที่ที่ทำให้ร่างกายมีความสัมพันธ์แบบไร้สาระกับวัตถุในชีวิตประจำวัน และร่างกายจะมีท่าทางเป็นเวลาประมาณหนึ่งนาที่หรือเวลาพอที่จะถ่ายภาพ เพราะตำแหน่งและท่าทางเหล่านี้มักจะยากที่จะทรงตัวอยู่ในท่าเดิมได้นาน แม้ว่าหนึ่งนาที่จะสั้นมากสำหรับประติมากรรมหนึ่งนาที่ แต่ผู้ชมอาจสามารถรู้สึกเหมือนยาวนานจากการมีประสบการณ์ร่วมที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของประติมากรรม ผู้ชมอาจรู้สึกตลกขบขัน ขบคิดตั้งคำถาม หรือวิพากษ์วิจารณ์ตนเอง เป็นการคิดเชิงจินตนาการ การลืมหืมตาอันเป็นเรื่องของจิตไร้สำนึกเพื่อให้ตัวตนเผยออกมา วิธีการแบบนี้อาจตรงข้ามกับวิธีการขบคิดด้วยตรรกะเหตุผลความจริง และข้อเท็จจริงแบบปรัชญา แต่ก็ยังเป็นอีกด้านหนึ่งของวิธีค้นหาความจริงแท้ วูร์มใช้ทั้งสองส่วนเพื่อสร้างผลงานประติมากรรมหนึ่งนาที่ ผ่านการมองเห็นความจริงหลายแบบ

พิชญา ศุภวานิช กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ผลงานประติมากรรมหนึ่งนาที่ ได้รับความสนใจด้วยเหตุผลสามข้อดังต่อไปนี้

ข้อหนึ่ง เข้าถึงง่าย คือ ผู้ชมไม่จำเป็นต้องใช้เวลาทำเข้าใจแนวคิดของศิลปินมากนัก หรืออาจไม่จำเป็นต้องเข้าใจเลยก็ได้ เพียงทำตามคำสั่งที่ศิลปินออกแบบไว้ เพียงเท่านี้ก็สามารถได้รับประสบการณ์สนุกสนาน ตลกขบขัน หรือการขบคิดบางอย่างแล้ว

ข้อสอง กระบวนการแปรผันได้ โดยเปลี่ยนตาม สถานที่ เวลา และผู้ชม ผู้ชมแต่ละสถานที่ต่างยุคสมัยสามารถสร้างเนื้อหาใหม่ที่แตกต่างกันได้เสมอไม่จำเป็นต้องทำตามคำสั่งของศิลปินทั้งหมด

ข้อสาม สภาพแวดล้อมปัจจุบัน และแนวโน้มงานศิลปะในปัจจุบันที่นิยมใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ หรือภาษาดิจิทัล แต่ในผลงานประติมากรรมหนึ่งนาที่เป็นการใช้เพียงร่างกายของผู้ชมเป็นภาษาของงานศิลปะ ซึ่งใกล้ชิดกับมนุษย์มากกว่า

ผลงานประติมากรรมหนึ่งนาที่เป็นการแสดงความจริงอันหลากหลาย หมายถึง การวิพากษ์วิจารณ์ตัวเอง ล้อเลียนตัวเอง ประติมากรรมหนึ่งนาที่ไม่ใช่แค่ผลงานที่สร้างความสนุกสนานใน

การชม หรือการมีส่วนร่วม แต่เป็นการสำรวจตัวเองในฐานะที่ร่างกายเป็นส่วนหนึ่งของงาน
ประติมากรรม³⁷

ตัวอย่างผลงาน แอร์วิน วูร์ม

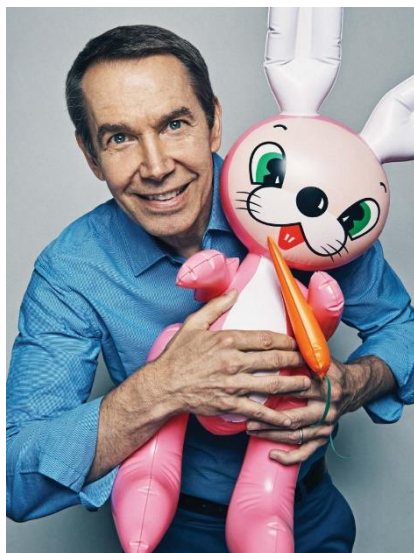


ภาพที่ 4 ผลงานบางส่วนของ แอร์วิน วูร์ม ณ. BACC หอศิลป์แห่งกรุงเทพมหานคร
ที่มา โดยผู้วิจัย

ผู้วิจัยพบว่า ผลงานประติมากรรมของวูร์มนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ในหลายประเด็น เช่น ประเด็นการผสมสื่อทางศิลปะ ศิลปะการแสดงสด ประติมากรรม สื่อภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว มาใช้เป็นวัตถุทางประติมากรรม และประเด็นการใช้ร่างกายคนในที่นี้คือผู้ชมมาเป็นวัตถุทางประติมากรรม หมายถึงผลงานจะเป็นประติมากรรมที่สมบูรณ์ได้เมื่อมีผู้ชมและวัตถุอื่นที่ศิลปินเลือกให้อยู่ร่วมกัน โดยศิลปินเป็นผู้กำหนดโจทย์หรือคำสั่งอย่างแนบเนียน และประเด็นสุดท้ายคือการเปลี่ยนผ่านกระบวนการทางสังคมโดยสื่อในโลกออนไลน์ ที่ทำให้ผลงานของวูร์ม โดยเฉพาะ ประติมากรรมหนึ่งนาที (One minute sculpture) ถูกโยนกลับเข้าไปสู่สังคมผ่านสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการปฏิกริยาต่อเนื่อง เช่น เรื่องความขบขันและความเคร่งขรึมในงานศิลปะ เรื่องการวิพากษ์ตนเอง การตั้งคำถาม และล้อเลียนตนเองที่กำลังเป็นประเด็นร่วมสมัยในสังคมปัจจุบัน

³⁷ เรื่องเดียวกัน.

3.2.3 เจฟฟ์ คูนส์ Jeff Koons



ภาพที่ 5 เจฟฟ์ คูนส์ (Jeff Koons)

ที่มา <https://www.pinterest.com/pin/272749321158946552/>

เจฟฟ์ คูนส์ (Jeff Koons) ศิลปินอเมริกันที่สร้างสรรค์งานด้วยการหยาบยืมภาพและวัตถุจากวัฒนธรรมประชานิยมมาใช้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะของตนเอง คูนส์สร้างบริบทใหม่ให้กับสิ่งที่เขาเลือกหยาบยืมมา ทำให้ภาพหรือวัตถุที่คนเห็นจนชินชากลายเป็นสิ่งที่ไม่อาจมีใครมองข้ามได้ ทั้งนี้โดยการเปลี่ยนแปลงขนาด พื้นผิว วัสดุ และความรู้สึกที่เชื่อมโยงเข้ากับสิ่งนั้นๆ เช่น รูปปั้นของไมเคิล แจ็คสัน ลูกโป่งปิดเป็นตัวสุนัข หรือรูปหัวใจส่วนใหญ่เป็นของที่ถูกจัดว่าเป็นสิ่งไร้รสนิยม ทำให้งานของเขาถูกเรียกว่าเป็นศิลปะแบบ “คิทซ์” (Kitsch) ซึ่งหมายถึงรูปแบบของงานที่เต็มไปด้วยความรู้สึกจนดูเหมือนเสแสร้ง โดยจงใจลอกเลียนแบบหรือนำสิ่งที่มีอยู่แล้วในวัฒนธรรมบริโภคมาใช้ ส่งผลให้ผลงานของคูนส์ถูกโจมตีว่าด้อยค่าและไร้รสนิยมอยู่บ่อยครั้ง

ในวงการนักวิจารณ์ศิลปะเองก็มีความเห็นต่อผลงานของคูนส์หลากหลายแนวทาง บางคนมองว่าเขาเป็นผู้บุกเบิกและมีความสำคัญทางด้านศิลปะและประวัติศาสตร์ศิลป์ แต่นักวิจารณ์บางคนกลับมองว่าผลงานของเขาเป็นเรื่องเหลวไหลหยาบคายและเป็นงานศิลปะที่สร้างมาเพื่อขายเป็นหลัก นักวิจารณ์หลายคนกล่าวหาว่าเขาเป็นศิลปินที่ขายตัวรับใช้ระบบทุนนิยม และทำให้ศิลปะกลายเป็นอะไรที่ไม่ต่างกับสินค้าในระบบอุตสาหกรรม โดยที่คูนส์จ้างผู้ช่วยในการผลิตผลงานอยู่ในสตูดิโอของ

เขากว่า 100 คน

เจฟฟ์ คูนส์ เกิดเมื่อวันที่ 21 มกราคม ค.ศ. 1955 ที่เมืองยอร์ก (York) รัฐเพนซิลเวเนีย (Pennsylvania) เขาอาศัยและทำงานในนิวยอร์ก คูนส์ศึกษาศิลปะจากสถาบันศิลปะชิคาโก แมริแลนด์ และวิทยาลัยศิลปะในบัลติมอร์ เขาเริ่มมีชื่อเสียงขึ้นในช่วงกลางทศวรรษ 1980 ยุคที่ศิลปินเริ่มสำรวจความหมายของศิลปะในยุคที่สื่อมวลชนกำลังอึดอัดในสังคมอเมริกันหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ที่เข้าสู่การเป็นสังคมบริโภคนิยมอย่างเต็มตัว ปี ค.ศ. 1979 เจฟฟ์ คูนส์ ได้ผลิตผลงานชุดแรกของเขา ในรูปแบบประติมากรรมแนวความคิด (Conceptual Sculpture) ที่ใช้วัสดุสำเร็จรูปที่รับอิทธิพลมาจากงาน Ready made ของ Marcel Duchamp (1887-1968) ในชุด The New ซึ่งเป็นเครื่องดูดฝุ่นแบบสูญญากาศยี่ห้อฮิวเวอร์ ซึ่งได้นิยมในทุกบ้านของคนอเมริกันยุค 80 เขาจัดเรียงเครื่องดูดฝุ่นในตู้ไฟ แสดงราวกับว่าอยู่ในโชว์รูมเป็นรูปแบบเดียวกันกับที่พิพิธภัณฑ์จัดแสดงสิ่งของต่างๆ และกล่องไฟที่มีคำว่า "ใหม่" ซึ่งสร้างความหมายกำกวมว่ามันกำลังประกาศแนวคิดใหม่ทางศิลปะ หรือเป็นการตลาดเพื่อโฆษณาสินค้า

อีกตัวอย่างหนึ่งสำหรับผลงานที่มักถูกกล่าวถึงของคูนส์ คือ *The Equilibrium Series* (1983) ประกอบด้วยบาสเกตบอลสามลูกลอยอยู่กึ่งกลางของเหลวในตุ้กระຈก โดยศิลปินได้รับความช่วยเหลือจากนักฟิสิกส์ชื่อ Noble Prize Richard Feynman ผลงานชิ้นนี้ประกอบด้วยตุ้กระຈกคล้ายตุ้ปลาเต็มไปด้วยน้ำกลั่นและเกลือ เพื่อช่วยให้ลูกบาสเกตบอลอยู่ระหว่างกลางของของเหลว ในชิ้นที่สองเป็นตุ้กระຈกมีของเหลวเพียงครึ่งส่งผลให้ลูกบาสเกตบอลครึ่งบนของเหลว และอีกครึ่งโอบจมลงในของเหลว

ผลงานที่สร้างชื่อให้คูนส์ชุดหนึ่งคือชุด Banality ผลงานชุดนี้คูนส์หยิบยืมรูปแบบและรสนิยมที่ปรากฏอยู่ดาษดื่นในสังคม เช่น ของที่ระลึก การ์ตูน ภาพถ่าย ของตกแต่งในโบสถ์ที่สร้างขึ้นแบบงานหัตถกรรมสร้างจากความพึงพอใจเป็นหลัก ไม่รู้ว่าผู้สร้างคือใครและสามารถมีความหมายที่ตีความได้กำกวมที่เรียกว่า "kitsch" ในผลงานซีรีส์ Banality สำหรับโครงการนี้เขาทำงานโดยใช้เทคนิคเซรามิกพอร์ซเลนและแกะไม้ โดยมีชิ้นเด่นคือรูป Michael Jackson ราชาเพลงป๊อปนั่งกอด Bubbles ลิงชิมแปนซีซึ่งเป็นสัตว์เลี้ยงของเขาเอง งานชิ้นนี้สร้างขึ้นด้วยเทคนิคเครื่องเคลือบดินเผาทองคำขาว ผลงานซีรีส์ Banality ประกอบด้วยผลงานแปดชิ้น ชิ้นที่หนึ่ง *Bear and Policeman* ชิ้นที่สอง *Fait d'Hiver* ชิ้นที่สาม *Michael Jackson and Bubbles* ชิ้นที่สี่ *Pink Panther* ชิ้นที่ห้า *Saint John the Baptist* ชิ้นที่หก *String of Puppies* ชิ้นที่เจ็ด *Ushering in Banality* ชิ้นที่แปด *Wild Boy and Puppy*

เอกลักษณ์อันโดดเด่นในผลงานศิลปะของคูนส์ คือการนำเอาวัตถุและข้าวของสี่สนฉูดฉาดเตอะตาจนล้นเกินจนดูไร้รสนิยม ที่พบเห็นดาษดื่นในวัฒนธรรมประชานิยม หรือที่เรียกกันว่า kitsch

มาผลิตซ้ำในรูปแบบเดิม แต่เปลี่ยนแปลงวัสดุใหม่ และเพิ่มขนาดใหญ่จนล้นเกินของเดิมไปอีกหลายเท่าตัว ไม่ว่าจะเป็นลูกโป่งเป่าลมที่บิดเป็นรูปสัตว์ต่างๆ ที่เรามักเห็นตามงานเทศกาลถูกนำมาสร้างใหม่ด้วยสแตนเลสขัดเงาผิวมันวาวขนาดใหญ่มโหฬาร การเปลี่ยนข้างของเครื่องใช้ธรรมดาให้กลายเป็นอนุสรณ์ ทำให้ผู้ชมศิลปะเข้าถึงงานศิลปะได้ง่าย ผู้ชมรับรู้ได้ทันทีเพราะเป็นสิ่งที่อยู่ในวัฒนธรรมประชานิยม ผลงานของคุณส์ทำให้ผู้ชมหวงระลึกถึงประสบการณ์ที่คนส่วนใหญ่มีส่วนร่วม เช่น กิจกรรมในวันหยุดสุดสัปดาห์ การพักผ่อนชายทะเล กีฬาที่คนอเมริกันชื่นชอบ(บาสเก็ตบอล) ของใช้ในบ้าน ของที่ระลึกที่ไร้สาระ ข้าวของเครื่องใช้ธรรมดาในชีวิตประจำวันถูกนำมาผสมผสานปะติดปะต่อตามจินตนาการ

ศาสตราจารย์ Eric Kandel นักประสาทวิทยา แห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบียกล่าวถึงคุณส์ ไว้ในการสัมภาษณ์ สารคดีเรื่อง Jeff Koons ของBBC ไว้ว่า "ผลงานของเจฟฟ์คูนส์ คือสร้างกระจก ที่ผู้ชมสามารถมองเห็นตัวเองผ่านการระลึกถึงความทรงจำ ผ่านผลงานศิลปะ" ศาสตราจารย์ Hal Foster นักประวัติศาสตร์ศิลป์ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ในสารคดีเรื่องเดียวกันไว้ว่า "ผลงานของเจฟฟ์ คูนส์ คือการเฉลิมฉลองประสบการณ์ของวัฒนธรรมประชานิยมแบบชาวอเมริกันในยุคหลังสงคราม(สงครามโลกครั้งที่ 2) ที่เฟื่องฟูของคนในยุคสมัยเดียวกันกับเขา"

ในการทำงานศิลปะ คุณส์ได้รับแรงบันดาลใจและอิทธิพลมาจากคูดองค์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการใช้วัสดุสำเร็จรูป ซึ่งสามารถเห็นเชื่อมโยงกันได้ในงานของคุณส์ตั้งแต่ในผลงานช่วงแรกของการเริ่มเป็นศิลปิน คือชุด "The New" 1980 ผู้ที่ให้อิทธิพลสำคัญแก่คุณส์อีกคนหนึ่งคือ ED Paschke (1939-2004) ผู้เปรียบเสมือนครูของคุณส์ เพราะทั้งคู่มีความสนิสนิยมใกล้เคียงกัน เมื่อเปรียบเทียบผลงานระหว่างทั้งคู่แล้ว จะพอสรุปได้ว่าผลงานและแนวคิดของ Paschke ให้แรงบันดาลใจทั้งในแง่รูปแบบการแสดงออก และแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับศิลปะที่สะท้อนวัฒนธรรมประชานิยมแบบชาวอเมริกัน ประกอบด้วยการ์ตูน ภาพผู้หญิงในนิตยสาร กีฬามวยปล้ำ สิ่งเหล่านี้สามารถพบได้ต่อมาในผลงานของคุณส์

kitsch ที่ปรากฏในผลงานของคุณส์เป็นผลผลิตที่มาจากอาหาร โฆษณา สื่อเพื่อความบันเทิงของแต่งงาน วัฒนธรรมบริโภคในสังคมอเมริกันหลังสงครามโลกครั้งที่สอง kitsch แบบคุณส์เป็นการต่อรองกับข้าวของเครื่องใช้จากของไร้รสนิยมที่ผลิตออกมาจำนวนมากจนล้นตลาด กลายเป็นของที่ดาษดื่นหรือของที่มีการประดิษฐ์ประดอยจนมากเกินไปจนเกินไป ถึงแม้ผลงานของคุณส์จะเล่นกับรสนิยม

kitsch แต่ทำไมผลงานจึงกระตุ้นเร้าความทรงจำ อารมณ์ขันของผู้ชม งานศิลปะของคุณตั้งคำถามเกี่ยวกับจิตใต้สำนึกของผู้ชม

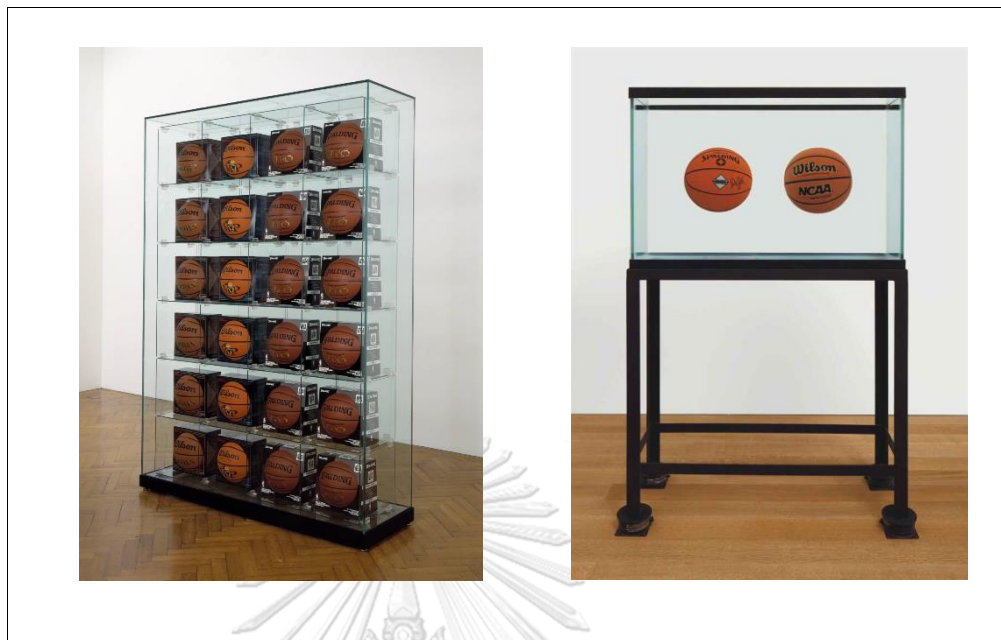
คำว่า kitsch มีความหมายที่มีแนวโน้มไปที่ของไร้รสนิยม แต่ kitsch ก็มีความหมายที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อะไรมีรสนิยมอะไรไร้รสนิยม ก็สามารถเปลี่ยนแปลงกลับไปกลับมาได้ตลอดเช่นกัน และสิ่งที่กลายเป็น kitsch ก็สามารถกลายเป็นไอคอนได้เช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น ตัวการ์ตูน มิกกี้เมาส์ ที่เป็นไอคอนแทนการ์ตูนของคนอเมริกัน แต่ก็ถูกนำมาผลิตซ้ำในสื่อและสินค้าต่างๆจนล้นเกินกลายเป็นของดาชตี้นไป เป็นต้น

งานของคุณส์หิบบิมีรูปแบบมาจากข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน และสิ่งต่างๆที่เป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในสังคม เช่น ตุ๊กตาเป่าลมรูปกระต่ายที่เป็นไอคอนของวันหยุดแบบอเมริกัน บวกกับการใช้สแตนด์เลสซ์เดจางนาววับเป็นสัญลักษณ์ถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมร่วมสมัย เป็นการเฉลิมฉลองช่วงเวลาแห่งความสุขที่หาได้ในทุกวัน

วิธีการขยายขนาดให้ใหญ่เกินจริง ปรากฏอยู่ในผลงานเกือบทุกชิ้นของคุณส์ การเปลี่ยนสิ่งที่ไร้สาระโปร่งเบาให้เป็นวัตถุโลหะมีลักษณะยั่งยืนแบบอนุสาวรีย์

การทำให้ผู้ชมผลงานศิลปะมีความสุข ก็เป็นหนทางหนึ่งในการเข้าถึงความจริงของชีวิต เมื่อรู้สึกมีความสุขสามารถบ่งบอกว่ากำลังมีชีวิต ผลงานของคุณส์ สะท้อนช่วงเวลาความเป็นมนุษย์ วัฒนธรรม ชีวิต ความตาย เพศ อารมณ์ สังคม

ตัวอย่างผลงาน เจฟฟ์ คูนส์



ภาพที่ 6 ผลงานชุด equilibrium

ที่มา <http://www.tate.org.uk/art/artworks/koons-three-ball-total-equilibrium-tank-two-dr-j-silver-series-spalding-nba-tip-off-t06991>



ภาพที่ 7 ผลงานชุด “The New” 1980

ที่มา <https://www.artsy.net/show/newport-street-gallery-jeff-koons-now>



ภาพที่ 8 ผลงานซีรีส์ Banality

ที่มา <http://www.jeffkoons.com/exhibitions/solo/jeff-koons-retrospective>



ภาพที่ 9 balloon dog (1994-2000)

ที่มา <http://www.jeffkoons.com/exhibitions/solo/jeff-koons-retrospective>

ผลงานศิลปนิพนธ์ศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบ
ลีลาในศิลปะยกถ้อ

ตารางการวิเคราะห์ศิลปนิพนธ์ศึกษาที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์

รูปแบบ	การสื่อความหมาย	ผลลัพธ์
 <p>วัตถุโครเมียม เงาจนสามารถ สะท้อนภาพรอบข้างได้</p>	<p>สะท้อนรสนิยมระดับล่าง ความเป็นปัจจุบัน ความงาม ดาดดื่น</p>	<p>ผู้ชมเข้าใจง่าย รู้สึกมีส่วนร่วม</p>
 <p>การหยิบยืมรูปแบบของใช้ใน ชีวิตประจำวัน</p>	<p>แสดงวิถีชีวิตประจำวัน ที่เป็น ความจริง และความไม่ฝืนของ คนในสังคม</p>	<p>ตั้งคำถามกับผู้ชมเกี่ยวกับ ประเด็นเรื่องมาตรฐานความ งานในงานศิลปะ</p>
 <p>การใช้รูปทรงที่เข้าใจง่าย เช่น ดอกไม้ หัวใจ สัตว์</p>	<p>ใช้รูปสัญลักษณ์สร้าง ประสบการณ์ร่วมกับคนใน สังคมให้สามารถเข้าใจร่วมกัน</p>	<p>ผู้ชมสามารถซึมซับงานศิลปะ ได้ง่าย สร้างประสบการณ์ทาง สุนทรีย์ร่วมกันได้</p>

รูปแบบ	การสื่อความหมาย	ผลลัพธ์
 <p data-bbox="300 636 667 734">การขยายขนาด ทำของเล็กให้เป็นของใหญ่</p>	<p data-bbox="691 389 1027 488">สร้างความสำคัญให้กับสิ่งธรรมดาสามัญ สิ่งไร้สาระ</p>	<p data-bbox="1050 389 1388 539">สื่อสารคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ สร้างความสุขเล็กๆให้มีความสำคัญในเชิงอารมณ์ความรู้สึก</p>
 <p data-bbox="300 1016 667 1115">การดัดแปลงให้มีลักษณะขบขัน ล้อเล่น ลั่นเกิน</p>	<p data-bbox="691 770 1027 869">เสียดสีล้อเลียนทัศนคติ และค่านิยมบางประการในสังคม</p>	<p data-bbox="1050 770 1386 920">สามารถนำเสนอประเด็นอ่อนไหวได้โดยผู้ชมไม่มีอคติต่องานศิลปะชิ้นนั้นมากนัก</p>
 <p data-bbox="300 1408 667 1507">การทำให้ผู้ชมกลายเป็นส่วนหนึ่งของผลงานศิลปะ</p>	<p data-bbox="691 1151 1027 1249">งานศิลปะไม่จำเป็นต้องเป็นวัตถุที่ศิลปินสร้างเท่านั้น</p>	<p data-bbox="1050 1151 1386 1301">สร้างประสบการณ์การเสพงานศิลปะด้วยวิธีการมีส่วนร่วมของผู้ชม</p>

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ศิลปะป็นกรณีศึกษาที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์

ผู้วิจัยสามารถแบ่งผลการวิเคราะห์ศิลปะป็นกรณีศึกษาออกเป็นสองกรณี คือหนึ่งศิลปินที่สร้างการรับรู้สุนทรียะในผลงานด้วยการให้ผู้ชมมีปฏิสัมพันธ์กับผลงาน ได้แก่ เออร์วิน วูร์ม แบบที่สองคือศิลปินที่ใช้การหยิบยืมรูปแบบและความหมายของวัตถุในวัฒนธรรมประชาานิยมมาดัดแปลงเพื่อนำเสนอแนวคิดของตน

กรณีทีหนึ่ง วูร์มสร้างประสบการณ์การรับรู้ทางสุนทรียะที่ผู้ชมสามารถสัมผัสได้ด้วยการเข้าไปมีส่วนร่วม มีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรมของเขา ผู้ชมอาจไม่รู้ความหมายหรือที่มาที่ไปของ

รูปแบบที่ปรากฏบนผลงาน แต่สามารถสร้างห้วงขณะหนึ่งของการรับรู้สุนทรียภาพ ที่ไม่ได้เกิดจากการมองแบบงานทัศนศิลป์ ที่ใช้หลักการทางสุนทรียภาพแบบศิลปะสมัยใหม่

กรณีที่สอง คุณส์ และซี จินสง ใช้การหยาบยุ่มรูปแบบสิ่งที่เป็นปรากฏการณ์ทางสังคม และเป็นวัตถุที่มีความหมายที่ผู้ชมสามารถรับรู้ร่วมกันได้ในวัฒนธรรมประชานิยม โดยการดัดแปลงปรับเปลี่ยนให้ต่างไปจากต้นทางเพื่อนำเสนอแนวคิดของศิลปิน

คุณส์เปลี่ยนขนาดและวัสดุของบอลลูกแปนซีและของที่ระลึกที่มีขนาดเล็ก ให้กลายเป็นประติมากรรมขนาดใหญ่ แบบอนุสาวรีย์เพื่อแสดงให้เห็นความสำคัญของช่วงเวลาของความสุข ที่เกิดจากการระลึกถึงผ่านสิ่งของธรรมดาในชีวิตประจำวัน

ซี จินสง สร้างมอเตอร์ไซค์โดยลอกเลียนแบบมอเตอร์ไซค์ ฮาเลย์ เดวิส ซึ่งเป็นสินค้าหรูหรา เพื่อแสดงถึงการเลียนแบบรสนิยมอเมริกันของชาวจีนชนบทที่ต้องการสร้างอัตลักษณ์ตัวตนที่ทันสมัย โกะทรู อันเป็นผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจในประเทศจีน

ในผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อสามารถนำหลักการทั้งสองแบบมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม ทั้งการสร้างการรับรู้สุนทรียะในผลงานด้วยการให้ผู้ชมมีปฏิสัมพันธ์กับผลงาน และใช้การหยาบยุ่มรูปแบบและความหมายของวัตถุในวัฒนธรรมข้อปเปอร์มาดัดแปลงเพื่อนำเสนอประเด็นของงานวิจัย

3.3 วิเคราะห์ท้ายบทในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะติดล้อ

3.3.1 การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับงานศิลปะ

การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับงานศิลปะนั้นเป็นกลวิธีหนึ่งที่ศิลปินศิลปะสื่อใหม่ใช้นำเสนอทัศนคติความคิดปรากฏการณ์ของยุคสมัยปัจจุบันมากกว่าการใช้ตัวสื่อทันสมัยแต่เพียงอย่างเดียว ศิลปินพยายามนำเสนอและอธิบายการเปลี่ยนผ่านแนวคิดความเชื่อเกี่ยวกับหลักการสุนทรียภาพที่เปลี่ยนไป สุนทรียะไม่ได้หมายถึงเพียงความงามที่รับรู้ได้ด้วยการมองเห็นเท่านั้น แต่ยังมีปรากฏทางสุนทรียภาพแบบอื่นอีก ผลงานศิลปะที่เป็นศิลปะสื่อใหม่จำนวนมากจึงไม่มุ่งเน้นการนำเสนอสุนทรียะที่เกิดจากการมองเพียงอย่างเดียว เช่น สุนทรียะที่รับรู้สัมผัสได้ด้วยการเข้าไปมี

ส่วนรวม มีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรมของวูห์ม ศิลปะที่ใช้เสียง ผลงานศิลปะที่ใช้คลื่นความถี่ และผลงานศิลปะที่ใช้อุณหภูมิให้รับรู้ด้วยร่างกายของผู้ชมเอง เป็นต้น

ผู้วิจัยเห็นว่าแนวคิดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้กับงานศิลปะนี้สามารถนำมาใช้เป็นแนวคิดหนึ่งในการสร้างสรรค์ เพื่อนำเสนอประสบการณ์ทางสุนทรียะแบบวัฒนธรรมช้อปเปอร์ให้ผู้ชมผลงานประติมากรรมในการวิจัยนี้

3.3.2 สุนทรียะแบบหลังสมัยใหม่ การหยิบยืมในศิลปะป๊อปอาร์ต กับการหยิบยืมในประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะติดล้อ

หลักการการหยิบยืมในศิลปะป๊อปอาร์ต และนีโอป๊อปคือการหยิบรูปแบบเช่นภาพงานศิลปะสินค้า ภาพบุคคล ภาพในนิตยสาร รวมทั้งวัตถุธรรมดาในชีวิตประจำวันซึ่งเป็นสิ่งที่เป็นที่รู้จักผู้ชมสามารถเห็นแล้วเข้าใจได้ทันทีว่าคืออะไร สื่อความหมายถึงสิ่งใด มาดัดแปลงปรับเปลี่ยนตามแนวคิดทัศนคติของศิลปิน เช่นการเปลี่ยนขนาดและวัสดุของบอลูนยักษ์ในผลงานของคุนส์ การลอกเลียนแบบสินค้าหรูหราที่แสดงถึงการเลียนแบบรสนิยมอเมริกันในผลงานของซี จินสง จะเห็นได้ว่าเป็นเพียงการหยิบยืมรูปแบบและความหมายที่ติดมาเท่านั้นไม่ได้รวมเอากรอบแนวคิดทางสุนทรียภาพของต้นทางมาด้วย หรือไม่ได้เอาออกมาเป็นประเด็นหลักในการนำเสนอ

หลักการการหยิบยืมที่จะใช้ในงานวิจัย ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะติดล้อ นั้นผู้วิจัยจะใช้หลักการหยิบยืม วัตถุธรรมดาในชีวิตประจำวัน ที่ผู้ชมสามารถเห็นแล้วเข้าใจได้ทันทีว่า รูปแบบและความหมายที่ติดนั้นเป็นกรอบแนวคิดทางสุนทรียภาพของต้นทาง มาเป็นประเด็นหลักในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม

บทที่ 4

การศึกษาข้อมูลภาคสนาม

ในบทนี้จะเป็นการนำเสนอผลจากการศึกษาข้อมูลจากภาคเอกสาร และการเก็บข้อมูลภาคสนามผ่านกรอบแนวคิดทฤษฎี ดังที่ได้ตั้งไว้ในบทที่ 2 และบทที่ 3 อธิบายเชื่อมโยงกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการสร้างสรรค์และรสนิยมที่ปรากฏบนรถมอเตอร์ไซด์ประเภทต่างๆโดยสังเขป และรูปแบบการสร้างสรรค์และรสนิยมที่ปรากฏในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ในสังคมไทย เพื่อเป็นกรอบในการออกแบบผลงาน"ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบและรสนิยมในศิลปะยกล้อ"ดังนี้

4.1 ข้อมูลจากการศึกษาภาคเอกสารและสื่อสาธารณะ

- 4.1.1 รายการ American Chopper ช่อง Discovery Channel
- 4.1.2 ข้อมูลจากช่องใน YouTube ที่เกี่ยวข้องกับรถมอเตอร์ไซด์
- 4.1.3 ข้อมูลจากกลุ่ม Facebook ที่เป็นการรวมกลุ่มกันของผู้ชื่นชอบ และผู้ใช้รถมอเตอร์ไซด์
- 4.1.4 ช่องทางใน เว็บไซต์ Pantip เกี่ยวกับมอเตอร์ไซด์

4.2 ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม

การเก็บข้อมูลแบบมีโครงสร้าง เช่น ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ และแบบไม่มีโครงสร้าง โดยอาศัยการพูดคุยและการสังเกตเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์เปรียบเทียบ

- 4.2.1 เก็บข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับรถมอเตอร์ไซด์ และข้อมูลพื้นฐานของมอเตอร์ไซด์ฮอปเปอร์ (ในประเทศไทย)
- 4.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - 4.2.2.1 ข้อมูลจากผู้บริโภคสินค้าระดับบนในวัฒนธรรมฮอปเปอร์
 - 4.2.2.2 ข้อมูลจากผู้บริโภคสินค้าระดับล่างในวัฒนธรรมฮอปเปอร์
- 4.2.3 การสำรวจข้อมูลภาคสนามในงานชุมนุมและงานเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับรถมอเตอร์ไซด์ทั่วไป และงานชุมนุม หรืองานเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมฮอปเปอร์
- 4.2.4 การมีส่วนร่วมกับปรากฏการณ์ที่ศึกษา

4.3 สรุปท้ายบทการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม

- 4.3.1 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity)
- 4.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture)
- 4.3.3 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีวัฒนธรรมทางสายตา (Visual Culture)
- 4.3.4 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีศิลปะสื่อใหม่
- 4.3.5 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีศิลปะป๊อปอาร์ต

4.1 ข้อมูลจากการศึกษาภาคเอกสารและสื่อสาธารณะ

จากการสำรวจข้อมูลภาคเอกสารผู้วิจัยพบว่าแหล่งที่พบข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและรสนิยมในการตกแต่งดัดแปลงมอเตอร์ไซค์ได้ในสื่อต่างๆเช่น นิตยสาร รายการโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ ในเวลาปัจจุบันสื่อที่มีอิทธิพลต่อสังคมมากที่สุดมากที่สุดคือสื่อออนไลน์ เช่น Facebook YouTube และเว็บไซต์ต่างๆ ส่วนนิตยสารและสื่อทางโทรทัศน์นั้นส่งอิทธิพลเป็นลำดับรองลงมา จนไม่สามารถนำมาเป็นปัจจัยในการสำรวจข้อมูลได้ ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาข้อมูลจากสื่อออนไลน์โดยเริ่มทำการสำรวจข้อมูลจากสื่อออนไลน์เป็นระยะเวลา1ปี เริ่มตั้งแต่วันที่1มีนาคม พ.ศ. 2558 ถึง 1มีนาคม พ.ศ. 2559 ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจสื่อออนไลน์สามารถแบ่งออกได้เป็นสามแหล่งหลักดังนี้ ช่องทางใน Youtube ช่องทางในFacebook ช่องทางเว็บไซต์ Pantip ห้องมอเตอร์ไซค์

4.1.1 ข้อมูลจากรายการ American Chopper

รายการ American Chopper เป็นรายการเรียลิตีโชว์ที่ฉายทางโทรทัศน์ดาวเทียมในเครือของช่อง Discovery Channel มีเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจรับจ้างสร้างรถมอเตอร์ไซค์ซูปเปอร์ของครอบครัว ทีทูล (Teutul) ประกอบด้วย Paul John Teutul หรือ พอล ซีเนียร์ และ Paul Michael "Paulie" Teutul หรือ พอล จูเนียร์ บริษัท OCC ย่อมาจาก Orange County Choppers เป็นธุรกิจของครอบครัวทีทูล เป็นครอบครัวชาวอเมริกันที่ทำธุรกิจการสร้างรถซูปเปอร์สไตล์อเมริกัน ให้ตั้งแต่บุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น นายดอนัลด์ ทรัมป์ (Donald Trump) ปัจจุบันเป็นประธานาธิบดี คนที่ 45 ของสหรัฐอเมริกา จนกระทั่งหน่วยงานรัฐ เช่น สถานีดับเพลิง และหน่วยทหาร เป็นต้น ในการทำงานแต่ละครั้ง ครอบครัวทีทูลใช้รูปแบบหรือรสนิยมในการออกแบบรถซูปเปอร์ที่เป็นแบบแผน

ชัดเจน เช่น โช๊คหน้าที่มีความยาว โครงรถแบบโอสคูต์หลังแข็ง หมายถึงไม่มีระบบกันสะเทือนหลัง การใช้สีสันทัดจัด ใช้ชิ้นส่วนแววาวจากการชุบโครเมียม เป็นต้น

ขั้นตอนแรกของการสร้างรถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ของครอบครัวทิฟูล คือการพบพูดคุยทำความเข้าใจตัวตน และเข้าใจความต้องการของเจ้าของรถ แล้วนำกลับมาตีความหาอัตลักษณ์เชิงปัจเจก และอัตลักษณ์ทางสังคมของผู้ว่าจ้าง แล้วหาวิธีแสดงออกผ่านรูปแบบ หรือสัญลักษณ์บางอย่าง เช่น สี เครื่องหมาย ตัวเลข ชื่อ และตัวอักษร ฯลฯ ที่เกี่ยวข้องกับเจ้าของรถ โดยยังคงอยู่บนฐานของความเป็นรถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์

ตอนที่สร้างชื่อเสียงให้แก่ Orange County Choppers ที่สุดคือ การออกอากาศตอนแรก ซึ่งนำเสนอการสร้างรถมอเตอร์ไซค์ แมงมุมแม่หม้ายดำ (Black Widow) ที่ทาง OCC ทำให้ผู้ชมประทับใจและสร้างแฟนรายการได้ทั่วโลก อีกทั้งบุคลิกลักษณะของ พอล ซีเนียร์ ที่ตัวใหญ่ ใส่เสื้อแขนกุด มีหนวดเครา อารมณ์ร้อน พูดเสียงดัง มั่นใจตัวเอง เป็นลักษณะแบบที่ถูกใจคนอเมริกัน และมีความเป็นไอคอนของคนในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์สูง รายการจึงมีฐานผู้ชมจากผู้ชื่นชอบรถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์เป็นหลัก

รูปแบบที่ OCC เลือกใช้ในการสร้างรถมอเตอร์ไซค์ มีทั้งแบบบอบเบอร์และแบบซ้อปเปอร์ ซึ่งสามารถแยกย่อยออกได้เป็นแบบมีแนวเรื่องกับแบบมีผู้ว่าจ้าง แบบมีแนวเรื่องเช่น Christmas Bike มอเตอร์ไซค์สำหรับเทศกาลคริสต์มาส Black Widow แมงมุมแม่หม้ายดำ Cody' Old-school project โปรเจกต์มอเตอร์ไซค์แบบโอสคูตสคูล และ Fire Bike มอเตอร์ไซค์เพื่อเหตุการณ์ 9/11 เป็นต้น ส่วนแบบมีผู้ว่าจ้างเช่น New York Jet มอเตอร์ไซค์ของทีมเบสบอล นิวยอร์ก เจ็ต และ Gold Bike มอเตอร์ไซค์ของนายดอนัลด์ ทรัมป์ เป็นต้น



ภาพที่ 10 สมาชิก Orange County Choppers

ที่มา <http://www.bikesrepublic.com/news/bulletin/orange-county-choppers-files-for-bankruptcy/>



ภาพที่ 11 Black Widow Bike

ที่มา <https://www.pinterest.dk/pin/317222367492946699/>

4.1.2 ช่องทางใน Youtube

ผู้วิจัยคัดเลือกจากช่องที่มีจำนวนผู้กดติดตามสูงสุด จำนวนครั้งขอการมีผู้เข้าชม และจำนวนการกดชอบสูงสุดในแต่ละกลุ่ม สี่อันดับแรกได้แก่ มอเตอร์ไซเคิล ทวีไทยแลนด์ จอห์นไรเดอร์ Speed Rider Rerun, MocycTV, Japan Bike Way และ ThaiRacing TV SHOW

4.1.2.1 รายการ มอเตอร์ไซเคิล ทวีไทยแลนด์ เป็นสื่อบน Youtube มีผู้กดติดตามจำนวน 182,855คน ผลิตรายการเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์ และรถยนต์ รวมทั้งโฆษณา ประชาสัมพันธ์ นิติสาร รายการโทรทัศน์และรายการวิทยุเกี่ยวกับข่าวสารในวงการรถจักรยานยนต์เป็นหลัก โดยมีจุดเด่นอยู่ที่เสียงบรรยายของ นายสุรชัย พันธุ์เพิ่มพูน ผู้ดำเนินรายการที่มีโทนเสียงแหบต่ำ มีความเป็นชายสูงและคำพูดประจำตัว เช่น การออกแบบที่เร้าใจ แหลมคม เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้สามารถกระตุ้นเร้าผู้ฟังให้เพลิดเพลินกับการรับข้อมูลข่าวสารได้เป็นอย่างดี รายการมอเตอร์ไซเคิล ทวีไทยแลนด์เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นการสร้างมายาคติของความเป็นชาย ที่เกี่ยวโยงอยู่กับเครื่องจักรที่ต้องมีทั้งทักษะในการควบคุมและรสนิยมด้านการออกแบบที่สวยงามเร้าใจ

4.1.2.2 รายการ Speed Rider Rerun มีจำนวนผู้กดติดตาม 10,052คน และมียอดผู้เข้าชมสูงถึง 108,890 ครั้งในชื่อตอน "รายการ Speed Rider วันที่ 18 ธ.ค. 58 [Yamaha M-Slazz, M-Slazz club @nonthaburi]" รายการ Speed Rider Rerun เป็นสื่อบน YouTube ซึ่งเป็นเทปบันทึก รายการ Speed Rider ออกอากาศทุกวันจันทร์ - ศุกร์ เวลา 17.00 น. - 19.00 น. ทางช่อง Speed

Channel True Vision 691 เทปรีรันออกอากาศเวลา 01.00 น.-03.00 น. กับ 09.00 น.-11.00 น. วันอังคารถึงวันเสาร์ ผู้วิจัยเริ่มเก็บข้อมูลเมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ.2557ถึงมีนาคม2558 รายการSpeed Riderประกอบด้วยพิธีกรหลายคนเป็นตัวแทนกลุ่มผู้ใช้รถจักรยานยนต์ในระดับต่างๆ

เนื้อหารายการส่วนใหญ่เป็นการพูดคุยตอบคำถามจากผู้ชมผ่านทางโทรศัพท์เข้ามาในรายการเป็นหลัก เช่นรถมีปัญหาในกรณีต่างๆจะมีวิธีการแก้ไขอย่างไร หรือมีรถมอเตอร์ไซด์ที่ต้องการซื้อมาใช้งานอยู่สองรุ่นอยากให้ผู้พิธีกรเปรียบเทียบให้ฟังเพื่อช่วยในการตัดสินใจ เป็นต้น เนื้อหารายการมีความหลากหลาย มีทั้งรถมอเตอร์ไซด์ราคาสูงของกลุ่มผู้บริโภคสินค้าตลาดบน และกลุ่มผู้บริโภคมอเตอร์ไซด์ในรุ่นที่มีราคาย่อมเยาของกลุ่มตลาดล่าง

4.1.2.3 รายการ Japan Bike Way มีผู้กดติดตามจำนวน 6,353 คน สูงสุดในกลุ่มรายการเกี่ยวกับรถมอเตอร์ไซด์คลาสสิกที่มีลักษณะเป็นกลุ่มเฉพาะ รายการ Japan Bike Wayเป็นสื่อบนYouTubeที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับรถมอเตอร์ไซด์ญี่ปุ่นรุ่นเก่าหรือที่คนทั่วไปเรียกกันว่า คลาสสิกไบค์ (classic bike) เป็นรถมอเตอร์ไซด์ที่ผลิตก่อนปี ค.ศ.1980 เป็นต้นไป โดยมีพิธีกรผู้ดำเนินรายการหลักคือ ยงยุทธ อังศุภรานต์ หรือที่รู้จักกันในนาม ต้ม motor classic เนื้อหาส่วนใหญ่ของรายการเป็นการแนะนำบุคคล กลุ่มคน ช่าง อุซ่อมรถ ร้านค้าอะไหล่ รวมทั้งร้านขายเครื่องแต่งกายในแนวคลาสสิกไบค์ นอกจากการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับรถมอเตอร์ไซด์แล้ว ยังมีการนำเสนอรูปแบบของรสนิยมที่มีอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม เช่น เสื้อผ้า กางเกงยีนส์ และเสื้อยีนส์ Levi's 501 รองเท้า Converse Jack Purcell ที่ผลิตในอเมริกาตั้งแต่ปี ค.ศ.1950ถึง ค.ศ. 1990 ที่ได้รับความนิยมในแนวของผู้ใช้รถมอเตอร์ไซด์คลาสสิกญี่ปุ่นโดยเฉพาะอีกด้วย

4.1.2.4 รายการ Thai Racing TV SHOW มีผู้กดติดตามจำนวน 50,837คนในเดือนเดียวเนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่ติดตามรับชมมาจากช่องทางFacebook รายการ Thai Racing TV SHOW สื่อบนYouTube ที่ขยายต่อมาจากเพจในFacebook ไทยเรสซิ่ง โดยมี นายพินิจนันท์ บัวมหาศักดิ์ หรือที่รู้จักในนาม แมน ไทยเรสซิ่ง เป็นพิธีกรดำเนินรายการและถ่ายทำด้วยสมาร์ตโฟนคนเดียว เนื้อหาช่วงแรกเริ่มจากการนำเสนอเรื่องราวซึ่ง ประเภทรถยนต์ ประเภท รถเก๋ง รถกะบะแต่งซึ่งเพื่อการแข่งขันในสนามแข่งเรียกว่า รถแดร์รี่ คือการแข่งขันรถทางตรงในระยะทาง402เมตรหรือคาวเตอร์ไมล์ 1/4ไมล์ ต้องใช้ทักษะในการแต่งรถสูง ต่อมาเริ่มทำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับรถมอเตอร์ไซด์มากขึ้น ไปตามหาช่างแต่งซิ่งหรือเป็นกระแสตามต่างจังหวัดและชานเมืองกรุงเทพฯ ช่างซ่อมช่างแต่งรถ กลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้ใช้รถมอเตอร์ไซด์ตลาดล่างที่แต่งรถเพื่อความแรงและความสวยงาม

วิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจสื่อออนไลน์YouTube

การวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อYouTube

รายชื่อรายการ	รูปแบบ	รสนิยม	คุณค่า แลก เปลี่ยน	คุณค่า ใช้งาน	แม่แบบ อุดมคติ	อัต ลักษณ์	การ เลียนแบบ หยิบบีม	สื่อ ความหมาย
มอเตอร์ไซค์เคิล ทีวีไทยแลนด์	/	/	/	/				/
Speed Rider Rerun	/	/	/	/	/	/		/
JapanBike Way	/	/	/	/	/	/	/	/
ThaiRacing TV SHOW	/	/	/	/	/	/	/	/

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อYouTube

ผู้วิจัยพบว่าข้อมูลที่สำรวจได้จากสื่อYouTube มีเนื้อหาหลักประกอบไปด้วย การแนะนำรถใหม่ วิจารณ์การใช้งานแบบเน้นข้อดีมากกว่าข้อเสีย โดยแบ่งออกเป็นสองประเด็นหลักดังนี้ ประเด็นที่หนึ่งเน้นคุณค่าใช้งาน (use values) สมรรถนะของเครื่องยนต์ ความสะดวกสบายในการใช้งาน ความทันสมัย ความแรง ความปลอดภัย ความคุ้มค่าคุ้มราคา ประเด็นที่สอง ประเด็นเรื่องรูปแบบและรสนิยม คุณค่าแลกเปลี่ยน (exchange values) เป็นประเด็นที่มีการให้น้ำหนักมากกว่าประเด็นแรก เช่นหากมีการเปรียบเทียบระหว่างรถสองรุ่นจากสองแบรนด์ พิธีกรรมยกย่องความเป็นตำนาน ความหน้าเชื่อถือของแบรนด์ ความเข้าใจ ความสวยงาม ความพึงพอใจในการออกแบบที่สวยงามมากกว่าสมรรถนะของเครื่องยนต์เสมอ รายการส่วนใหญ่จะมีการเชิญหรือออกไปสัมภาษณ์บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นเจ้าของรถมอเตอร์ไซค์หลากหลายแบบมาพูดคุย มีการแสดงความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญสายต่างๆ ช่าง นักแข่ง ผู้ใช้งานเกือบทั้งหมดเป็นเพศชาย เต็มเต็มความชอบของคนที่ไม่มีโอกาสครอบครอง ผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่า ผู้ครอบครองรถมอเตอร์ไซค์ในแต่ละกลุ่มจะมีหลักการ กฎเกณฑ์ในการตกแต่งดัดแปลงรถของตนในแบบเฉพาะตัว และมีรูปแบบกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไปตาม

ลักษณะของรถมอเตอร์ไซค์ ข้อค้นพบนี้มีความสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ และแนวคิด วัฒนธรรมทางสายตา

4.1.3 ช่องทางใน Facebook

มีสองลักษณะ ลักษณะแรกเป็นการตั้งกลุ่ม ผู้ในงานFacebookที่ต้องการเข้าเป็นสมาชิก จะต้องขอเข้าร่วมหรือถูกเชิญ สมาชิกหนึ่งคนในกลุ่มจะต้องอนุมัติ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสิทธิของผู้สร้าง กลุ่ม ลักษณะที่สองเป็นการสร้างเพจในFacebook เพจจะไม่สามารถเข้าร่วมได้แต่ต้องใช้วิธีกด ติดตามเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารและแสดงความคิดเห็นในเพจ จำนวนผู้กดติดตามจะมากกว่าแบบ กลุ่ม การศึกษาข้อมูลในFacebookแยกตามประเภทได้ออกเป็น3กลุ่มดังนี้

4.1.3.1 แยกตามรุ่น และแบรนด์ของรถมอเตอร์ไซค์อย่างเฉพาะเจาะจง ผู้ที่เป็น สมาชิกในกลุ่มเป็นผู้ที่ใช้งานรถมอเตอร์ไซค์รุ่นใดรุ่นหนึ่งโดยเฉพาะ ที่ขอเข้าร่วมกลุ่มหรือติดตามเพจ ในFacebook เพื่อพูดคุยสอบถามปัญหาซื้อขายรถและอะไหล่ตกแต่ง หรือเป็นผู้ที่มีความสนใจรถ มอเตอร์ไซค์รุ่นนั้นๆอยู่ เช่น กลุ่ม Honda Street Thailand Club เพจ Yamaha sr400 & 500 Thailand กลุ่ม Yamaha XS 650 Thailand เป็นต้น กลุ่มประเภทนี้สมาชิกมักอยู่ในช่วงชั้นทาง เศรษฐกิจ และสังคมในระดับที่ใกล้เคียงกัน เนื่องจากราคาของรถมอเตอร์ไซค์จะเป็นเงื่อนไขในการ กำหนดคัดกรองสมาชิกไปในตัว สิ่งผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตคือการรวมกลุ่มในลักษณะนี้มักไม่ปรากฏว่ามี ผู้ใช้รถมอเตอร์ไซค์ ฮาเลย์ ดิวสัน รวมกลุ่มกันโดยแยกรุ่นของรถมากนัก แต่มักจะรวมตัวกันเป็นคลับ ที่มีเฉพาะรถ ฮาเลย์ เดวิสสัน หลายรุ่นมากกว่า

4.1.3.2 แยกตามรูปแบบการใช้ชีวิตและไลฟ์สไตล์ เช่น ท่องเที่ยว พบปะสังสรรค์ เป็นกลุ่มและเพจในFacebookที่แยกกันตามกิจกรรมยามว่าง กลุ่มเหล่านี้ส่วนใหญ่ใช้รถมอเตอร์ไซค์ที่มี ราคาสูงเช่น ฮาเลย์ เดวิสสัน และสมาชิกส่วนใหญ่อยู่ในวัยกลางคนแล้ว มอเตอร์ไซค์ในกลุ่มนี้จะมี ลักษณะตกแต่งด้วยชิ้นส่วนราคาแพง ผู้ที่ใช้รถมอเตอร์ไซค์ในกลุ่มนี้จะต้องมีเวลาว่างมากพอที่จะนัด รวมกลุ่มกันเดินทางท่องเที่ยวทีละหลายวันตามเมืองท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น พัทยา และเขาใหญ่เป็น ต้น สมาชิกส่วนใหญ่ทำงานอิสระ เป็นเจ้าของกิจการ หรือกลุ่มวัยรุ่นที่ยังไม่ต้องรับผิดชอบงานประจำ และทางบ้านมีฐานะดี กลุ่มลักษณะนี้จะมีการจัดกิจกรรมรวมตัวกันบ่อยในสถานที่ที่เดินทางเข้าถึงได้ ง่ายเป็นที่รู้จัก เช่น เพจ Commander City เพจ Necromancers Mc Thailand และเพจ Immortals Thailand เป็นต้น

4.1.3.3 แยกตามรูปแบบการตกแต่ง ตามรสนิยม แต่งสวย แต่งโหด แต่งแบบมี เอกลักษณ์เฉพาะตัว แยกเป็นกลุ่มตามลำดับช่วงชั้นทางสังคมอย่างชัดเจน มีกิจกรรมเฉพาะกลุ่มที่

แตกต่างกัน เช่น การแต่งแบบรถแดร็ก (drag bike) ที่ใช้แข่งจับความเร็วในสนามระยะทางหนึ่งในสี่ไมล์ และแต่งเพื่อการแข่งบนท้องถนน การแต่งเพื่อประกวด แต่งเพื่อความสวยงามตามความพึงพอใจส่วนตัว โดยไม่เน้นการแข่งขันใดๆ เรียกว่า customs bike คำว่า customs bike นี้ น่าจะมีที่มาจากรถที่ประกอบกันขึ้นจากอะไหล่ที่มาจากรถหลายคันโดยการนำเข้าชิ้นส่วนแปลกๆ ทยอยมาจากต่างประเทศจึงต้องผ่านศุลกากร ชิ้นส่วนเหล่านี้จะเสียภาษีศุลกากรในอัตราที่น้อยกว่ายานพาหนะทั้งคัน สำหรับรูปแบบพิเศษของการตกแต่งรถมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์นั้นที่เรียกกันในวงการการแต่งรถว่า ฮอปเปอร์หน้ายาว เช่นเพจ ชมรมคนรักจักรยานยาว เป็นต้น

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจกลุ่มใน Facebook

กลุ่ม	รสนิยม	รูปแบบ	อัตลักษณ์	คุณค่า แลกเปลี่ยน	คุณค่าใช้ งาน	แม่แบบ	สื่อ ความ หมาย	ลอกเลียน หยาบยืม
เฉพาะรุ่น	/	/	/	/	/	/	/	
ลักษณะใช้ งาน	/	/	/	/	/	/	/	
การตกแต่ง	/	/	/	/	/	/	/	/

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อ Facebook

การวิเคราะห์ข้อมูลจาก Facebook

ผู้ใช้งาน Facebook ร่วมตัวกันเป็นกลุ่มย่อย พูดคุยเรื่องการตกแต่ง การใช้งาน ร้านแต่ง ของแต่ง โชว์รูป โฉมรถเพื่อแสดงอัตลักษณ์เชิงปัจเจกอัตลักษณ์เชิงกลุ่ม และรสนิยมผ่านสื่อสาธารณะ เป้าหมายเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากภายในกลุ่ม ผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่า สมาชิกในแต่ละกลุ่มจะมีรสนิยม มีกฎเกณฑ์ในการตกแต่งดัดแปลงรถของตนในรูปแบบเฉพาะตัวเฉพาะกลุ่ม มีกิจกรรมร่วมกันในชีวิตจริงเช่นการนัดรวมตัวกันช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ และการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่แตกต่างกันออกไปตามลักษณะของรถมอเตอร์ไซค์แต่ละรุ่น การแสดงออกในกลุ่ม Facebook นั้นแสดงคุณค่าทางใจที่มีต่อมอเตอร์ไซค์หรือคุณค่าแลกเปลี่ยนมากกว่าคุณค่าใช้งาน เพราะการแต่งให้แรงแต่งให้สวยกลับทำให้ขับขี่ยากขึ้น เจ้าของรถจะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเดียวกันว่ามีทักษะในการขับขี่ยากขึ้นด้วยและมีมอเตอร์ไซค์ที่สวยงามตามอุดมคติของกลุ่ม รูปแบบการตกแต่งของแต่ละกลุ่มมีรูปแบบของ

การสร้างสรรคตามอุดมคติที่ต่างกันตามแต่นิยมเฉพาะกลุ่มที่กลายมาเป็นรสนิยมเฉพาะบุคคล สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ และแนวคิดวัฒนธรรมทางสายตา

4.1.4 ช่องทางใน เว็บไซต์ Pantip แท็กมอเตอร์ไซต์

ช่องทางใน เว็บไซต์ Pantip แท็กมอเตอร์ไซต์ เว็บไซต์พันทิป เป็นช่องทางในเว็บไซต์ สาธารณะที่เป็นที่นิยมที่สุดในประเทศไทย กระทู้ของเว็บไซต์ Pantip ส่งผลกระทบไปยังสื่ออื่นและ สังคมการใช้ชีวิตจริงอย่างมีพลวัต รูปแบบของเว็บไซต์คือการที่สมาชิกสามารถเข้าไปตั้งกระทู้รูปแบบ ต่างอาทิเช่น กระทู้คำถาม กระทู้สนทนา กระทู้บอกเล่า กระทู้บวิจารย์สินค้า สถานที่ การบริการ เป็นต้น เว็บไซต์ Pantip มีการแบ่งประเภทของการสืบค้นเนื้อหาโดยการแบ่งกระทู้ออกเป็นสอง ประเภท ประเภทที่หนึ่งแบ่งเป็นห้อง เช่น ห้องกันครัวจะรวมกระทู้ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับร้านอาหารและ สูตรอาหาร ห้องเฉลิมกรุงเป็นการรวมกระทู้เกี่ยวกับเพลงนักร้องนักร้อง ห้องรัชดาจะรวมกระทู้ที่มี เนื้อหาเกี่ยวกับยานพาหนะ เป็นต้น การแบ่งเป็นห้องจะเป็นการรวมเนื้อหากระทู้แบบกว้างๆ ประเภทที่สอง เป็นการแบ่งเนื้อหาให้เจาะจงลงไปอีกคือการแบ่งเป็นแท็ก หมายถึงการระบุข้อมูล สำคัญหรือคำสำคัญของกระทู้ที่ตั้ง เช่น แท็กการเมืองเป็นกระทู้การเมืองโดยเฉพาะ แท็กเที่ยวไทยจะมี เนื้อหาการท่องเที่ยวในประเทศไทย แท็กมอเตอร์ไซต์จะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับรถมอเตอร์ไซต์ โดยเฉพาะ เป็นต้น แท็กที่มีจำนวนกระทู้สูงสุดคือ แท็กความรักวัยรุ่น ที่มีกระทู้จำนวน 268,618 กระทู้ ส่วนแท็กมอเตอร์ไซต์มีกระทู้มากเป็นอันดับที่ 34 มีกระทู้ทั้งหมด 66,035 กระทู้

จากการสำรวจข้อมูลแท็กมอเตอร์ไซต์ ในเว็บไซต์ Pantip ประกอบด้วยกระทู้ทุกประเภท หลัก ได้แก่

กระทู้แบบที่หนึ่ง กระทู้คำถามทางเทคนิค กระทู้ประเภทนี้จะเป็นการตั้งคำถามเกี่ยวกับการ แก้ปัญหาทางเทคนิคเป็นหลัก เช่นรถมอเตอร์ไซต์สตาร์ทไม่ติดแก้ไขอย่างไร รถมอเตอร์ไซต์มีอาการ ชะลอลดดับของสมาชิกคนอื่นเป็น เหมือนกันมั๊ยแก้ไขอย่างไร

กระทู้แบบที่สอง กระทู้คำถามเชิงขอคำเปรียบเทียบบหรือข้อมูลในการตัดสินใจซื้อรถ มอเตอร์ไซต์ เช่นมีรถมอเตอร์ไซต์สองยี่ห้อที่มีคุณลักษณะหลายอย่างใกล้เคียงกันจะเลือกคนไหนดี หรือผู้ตั้งกระทู้ต้องการความเห็นว่ามีมอเตอร์ไซต์แบบใดที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตประจำวันของตน เป็นต้น กระทู้แบบนี้จะมีสมาชิกเข้ามาตอบโดยการบอกเล่าประสบการณ์ส่วนตัวในการใช้ใช้รถ มอเตอร์ไซต์หลากหลายลักษณะ เช่นชี้ในเมืองควรเลือกรถมอเตอร์ไซต์แบบไหน ชี้ท่องเที่ยวมอเตอร์ไซต์ แบบไหนดี รุ่นที่ตนเองใช้อยู่มีข้อดีข้อเสียอย่างไร ผู้เข้ามาแสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่ จะชักชวนมาในแนวที่ตนใช้งานอยู่

กระทู้แบบที่สาม กระทู้บอกเล่าประสบการณ์และวิจารณ์การใช้งานรถยนต์ไฮบริด เสนอ ข้อดีข้อเสีย การแก้ปัญหา อุปกรณ์ตกแต่ง วิธีการดัดแปลง กระทู้ประเภทนี้มักรวมกับกระทู้แบบ ท่องเที่ยวเพราะวิธีทดสอบการใช้งานรถยนต์ไฮบริดส่วนใหญ่จะต้องเดินทางในสภาพถนนหลายแบบ เช่น การขับขึ้นในเมืองที่มีการจราจรหนาแน่น การขับขึ้นทางไกลที่จะพิสูจน์สมรรถนะและความ สะดวกสบายของการใช้งาน โดยจะเขียนกระทู้หลังการใช้งานมาแล้วมากกว่าหนึ่งพันกิโล เพราะเป็น ระยะการใช้งานที่เครื่องยนต์มีความเสถียรแล้ว

กระทู้แบบที่สี่ กระทู้เชิงข่าวความเคลื่อนไหวของวงการรถยนต์ ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ แปลข่าวสารจากต่างประเทศ รถยนต์ไฮบริดรุ่นใหม่ยี่ห้อใดมีการพัฒนาเทคโนโลยีอะไร และจะเข้ามาขายเมืองไทยเมื่อไหร่ เป็นต้น

กระทู้แบบที่ห้า กระทู้ใช้วีรูปรถไฮบริด ทั้งของผู้ตั้งกระทู้เองและรูปที่มาจากเว็บไซต์ ต่างประเทศ ภาพบรรยายภาพรถไฮบริด เป็นกระทู้ประเภทนารถไฮบริดในฝันมาไว้ใน กระทู้ มักเป็นรถยนต์ไฮบริดราคาแพง หรือตกแต่งด้วยอุปกรณ์ราคาแพง บางครั้งเป็นรถยนต์ที่ ตกแต่งดัดแปลงโดยบริษัทผู้ผลิตรถยนต์รุ่นนั้นเองเรียกว่า"คอนเซ็ปต์คาร์" กระทู้แบบที่ห้า สามารถ เรียกได้ว่าเป็นกระทู้เพื่อโอ้อวด โอ้อวดรถสนิยม โอ้อวดรูปแบบการใช้ชีวิตผ่านการบริโภควัตถุ การ เลือกรถยนต์ในทีนี้คือรถไฮบริดในแต่ละลักษณะบ่งบอกรสนิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน ออกไป

กระทู้แบบที่หก กระทู้ปัญหาที่เป็นประเด็นทางสังคม เช่น อุบัติเหตุเกี่ยวกับรถยนต์ไฮบริด การบังคับใช้กฎหมายจราจร ข้อถกเถียงในประเด็นการใช้ถนนบางเส้น และการใช้ไอ้มอกและสะพาน ข้ามแยกของรถยนต์ไฮบริด เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจเว็บไซต์ Pantip เกี่ยวกับรถยนต์ไฮบริด

	รสนิยม	รูปแบบ	อัตลักษณ์	คุณค่า แลก เปลี่ยน	คุณค่า ใช้งาน	แม่แบบ	สื่อ ความหมาย	ลอกเลียน หยิบยืม
Pantip	/	/		/	/	/	/	

ตารางที่ 4 ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อเว็บไซต์ Pantip ห้องรถยนต์ไฮบริด

การวิเคราะห์ข้อมูลจากเว็บไซต์ Pantip แท็กมอเตอร์ไซค์

กระทู้ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ Pantip ประกอบด้วย กิจกรรมการวิจารณ์และบอกเล่า ประสบการณ์การใช้งานรถมอเตอร์ไซค์ที่มักจะเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการทดสอบสมรรถนะของรถที่เรียกทับศัพท์ว่า รีวิว เว็บไซต์ Pantip มีกลไกการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ตั้งกระทู้กับผู้เข้าชม ผ่านวิธีการคอมเมนต์ ตั้งคำถาม ตอบคำถาม และแสดงความเห็นที่คนส่วนตัว ทำให้รู้สึกมีส่วนร่วม ผู้แสดงความเห็นสามารถใช้สัญลักษณ์แสดงความรู้สึกต่อเนื้อหากระทู้ เนื้อหาเข้าถึงคนกลุ่มใหญ่บนสื่อสาธารณะ มีกลุ่มเฉพาะ(แฟนคลับ)คอยตอบในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรถมอเตอร์ไซค์ตามรุ่นที่ใช้งาน ผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่าเว็บไซต์ Pantip เป็นพื้นที่พิเศษในการสร้างแม่แบบทางอุดมคติของผู้ใช้รถมอเตอร์ไซค์ สามารถใช้เพื่อไอวอดอัตลักษณ์รสนิยม โดยเน้นอัตลักษณ์เชิงกลุ่มมากกว่าอัตลักษณ์เชิงปัจเจก

4.2 ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม

การเก็บข้อมูลภาคสนามแบบมีโครงสร้าง เช่น ใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ และแบบไม่มีโครงสร้าง โดยอาศัยการพูดคุยและการสังเกตเก็บข้อมูลวิเคราะห์เปรียบเทียบ

4.2.1 เก็บข้อมูลพื้นฐานของรถมอเตอร์ไซค์ และข้อมูลพื้นฐานของรถมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมช็อปเปอร์

รถมอเตอร์ไซค์ในความเข้าใจโดยทั่วไปอาจแบ่งกันได้ตามราคาและขนาดเครื่องยนต์ มอเตอร์ไซค์ที่มีราคาแพง และมีเครื่องยนต์ขนาดเกินกว่า 300 cc. ขึ้นไปมักเรียกรวมกันว่าบิ๊กไบค์ ส่วนรถมอเตอร์ไซค์ที่ราคาไม่เกินหนึ่งแสนบาท และมีขนาดเครื่องยนต์เล็กกว่า 300 cc. จะนิยมเรียกว่ารถบ้านหมายถึง รถมอเตอร์ไซค์ที่ใช้งานอเนกประสงค์ภายในครอบครัว ซึ่งสามารถแยกย่อยออกไปได้อีกเช่น รถครอบครัว รถกระบะ รถทรงผู้ชาย สกูตเตอร์ พ่วงข้าง รถแต่งซิ่ง (รถเด็กแว้น) ในการสำรวจข้อมูลมอเตอร์ไซค์รถบ้านนั้น ผู้วิจัยอาศัยแหล่งข้อมูลจากการสังเกตการณ์การใช้งานรถมอเตอร์ไซค์ของผู้คนรอบตัวในชีวิตประจำวัน เนื่องจากผู้วิจัยมีพื้นเพเป็นคนต่างจังหวัด จึงมีความคุ้นเคยกับการใช้งานมอเตอร์ไซค์ และคลุกคลีกับผู้ใช้งานรถมอเตอร์ไซค์ในแบบรถครอบครัว รถกระบะ รถทรงผู้ชาย มอเตอร์ไซค์พ่วงข้างฯ ต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน วิธีการสังเกตจึงเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม

จากการสำรวจผู้วิจัยพบว่ารถมอเตอร์ไซค์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ มอเตอร์ไซค์แบบรถ

ครอบครัว เนื่องจากปัจจัยเรื่องราคา ความคุ้มค่าในการใช้งาน ซึ่งง่าย ซ่อมง่าย พ่อแม่ซื้อ แต่ลูกใช้ บางบ้านมีรถมอเตอร์ไซค์กันคนละคัน พ่อแม่ซื้อมาเพื่อใช้ความสะดวกใช้การทำมาหากินเช่นการนำไปต่อ พ่วงข้าง อีกคันซื้อให้ลูกไว้ขี่เดินทางไปโรงเรียนเพราะในต่างจังหวัดบ้านอาจไกลจากโรงเรียนหลายสิบกิโลเมตร เมื่อลูกได้รถมอเตอร์ไซค์เป็นของตน ลูกตกแต่งเพิ่มเติมให้รูปแบบรถเข้ากับรสนิยม และใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์ตัวตนให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่มเพื่อน เริ่มจากติดสติ๊กเกอร์ เปลี่ยนน็อตให้กลายเป็นสีรุ้งเลียนแบบน็อตแต่งโททาเนียม ปาดเบาะ เปลี่ยนล้อเป็นยางหน้าแคบจากขนาด 1.70 นิ้วเป็น 1.10 นิ้ว เลียนแบบรถมอเตอร์ไซค์ที่ตัดแปลงเพื่อแข่งขันแบบรถแดร์ริ่ง เปลี่ยนอุปกรณ์ในตัวรถ จนสุดท้ายตัดแปลงเครื่องยนต์ รูปแบบการตกแต่งตัดแปลงทั้งหมดมีแม่แบบมาจากรถแข่งแม่แบบที่แสดงความเป็นลูกผู้ชาย เก่ง มีรถแรง ต้องมีผู้หญิงมาชอบ ปัจจุบันเรียกว่า รถเด็กแว้น

รถกระบะ หรือโมเอ็ท สปอร์ต เป็นรถมอเตอร์ไซค์สองจังหวะ ปริมาตรกระบอกสูบ 150 ลูกบาศก์เซนติเมตร ได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นมากเพราะมีอัตราเร่งแรงและทำความเร็วสูงได้มากกว่ารถครอบครัว นิยมนำมาตัดแปลงเครื่องยนต์ไว้สำหรับแข่งขันกันทั้งในสนามแข่งและการแข่งขันบนถนน ในปัจจุบันนี้รถทรงกระบะไทยได้ลดความนิยมลงอย่างมากเนื่องจากบริษัทผู้ผลิตเลิกสายการผลิตรถมอเตอร์ไซค์สองจังหวะในประเทศไทยไปแล้ว ปัจจุบันรถกระบะเหลือแต่รถปีเก่าที่ขาดแคลนอะไหล่ในการซ่อมแซมดูแลรักษาจึงลดความนิยมลงไป

รถทรงผู้ชาย ในช่วงสองสามปีที่ผ่านมาเริ่มมีรถทรงผู้ชายออกมาขายในเมืองไทยอีกครั้ง ทั้งจากยี่ห้อของไทย ยี่ห้อจากญี่ปุ่น และยี่ห้อจากยุโรป ผู้เลือกใช้รถทรงนี้เป็นผู้ชายวัยรุ่นเป็นหลัก การขับขี่ต้องมีทักษะในการควบคุมรถมากกว่ารถครอบครัว เนื่องจากรถทรงผู้ชายเป็นรถแบบมีครัชที่ต้องกำครัชให้สัมพันธ์กับความเร็วรอบเครื่องยนต์จึงจะเปลี่ยนเกียร์แล้วรถไม่ดับไม่กระตุก นอกจากนั้นรถทรงผู้ชายมักจะมีขนาดเครื่องยนต์ที่มีกำลังมากกว่ารถครอบครัวจึงขับขี่ยากกว่า อีกประเภทของรถทรงผู้ชายคือ รถเก่าหรือรุ่นเก่า ที่นำมาซ่อมแซมตกแต่งให้ทันสมัยเพื่อนำมาใช้งานอีกครั้ง โดยมีแม่แบบมาจากรถมอเตอร์ไซค์ทรงผู้ชายยี่ห้อจากประเทศอังกฤษ (triumph) ที่สามารถแยกลักษณะการตกแต่งออกไปได้อีกสามลักษณะ ดังนี้ แนวที่หนึ่ง แนวคาเฟ่เรเซอร์ (cafe racer) เป็นการตัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์เพื่อแข่งขันบนท้องถนนการเปลี่ยนตำแหน่งแฮนด์บาร์ต่ำใส่โม้มงเวลาซึ่งต้องหมอบการแต่งแนวนี้มีจุดเริ่มจากปะเทศอังกฤษ แนวที่สอง แนวแทรกเกอร์ (tracker) การตัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์แบบนี้ก็เริ่มมาจากประเทศอังกฤษเช่นกัน เป็นการตัดแปลงรถเพื่อแข่งขันหรือขับขี่บนพื้นดินพื้นทรายในพื้นที่ทุรกันดาร โดยการเปลี่ยนแฮนด์บาร์ให้สูงขึ้นกว้างขึ้น เปลี่ยนยางดอกสูงเพื่อตะกุกดิน ยกท่อให้สูงขึ้นไม่ให้น้ำเข้า แนวที่สาม แนวบอบเบอร์ (bobber) หรือ โอลด์สคูล (old school) เป็นลักษณะการแต่งแบบที่เป็นที่นิยมในประเทศอเมริกัน ใส่ล้อใหญ่ โช๊คหน้ายาว ถอดบังโคลนกับชิ้นส่วนที่ไม่จำเป็นออก มีแม่แบบจากการแต่งมอเตอร์ไซค์ ฮาเลย์ เดวิสสัน เป็นต้น

รถมอเตอร์ไซค์สกูตเตอร์ มอเตอร์ไซค์แบบสกูตเตอร์นี้ ผู้วิจัยได้แยกข้อมูลออกมาจากกลุ่มรถครอบครัวเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีปริมาณมากขึ้นในช่วงระยะเวลาสั้น เป็นมอเตอร์ไซค์ที่ขี่ง่ายส่วนใหญ่ใช้ระบบเกียร์อัตโนมัติ มีขนาดตัวรถและขนาดเครื่องยนต์ใหญ่กว่ารถครอบครัว ทำความเร็วได้ดี กลุ่มวัยรุ่นจึงนิยมนำมาดัดแปลงแต่งในแบบรถแตรึกมากขึ้น ผู้ออกแบบรถมอเตอร์ไซค์สกูตเตอร์ออกแบบโดยเน้นองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ ที่ประกอบด้วยรูปทรงที่โฉบเฉี่ยว มีเส้นโค้งและเส้นตรงจรดกัน เป็นปลายแหลม ใช้สีสันกระดุน้ร่าสายตา สีแดงสด สีดำด้าน สีน้ำเงินสด ดูทันสมัย

รถมอเตอร์ไซค์พ่วงข้าง พบได้ทุกจังหวัดในประเทศไทย ทำหน้าที่แบบเดียวกับรถยนต์กระบะ เป็นรถมอเตอร์ไซค์ที่ต่อเติมเพื่อใช้บรรทุกของบรรทุกคน เพิ่มความสามารถในการหารายได้ เป็นเครื่องมือประกอบอาชีพทำมาหากินของคนรายได้น้อย ใช้เป็นร้านขายของชำเคลื่อนที่ ร้านอาหารเครื่องดื่มเคลื่อนที่ มีอาณาเขตการค้าขายที่ไม่กว้างมากนัก แต่สามารถซ็อกแซกเข้าไปตามตรอกซอกซอยที่รถยนต์เข้าไม่ถึง รถมอเตอร์ไซค์พ่วงข้างยังถูกใช้ในการเก็บเกี่ยวและขนส่งผลผลิตทางเกษตรกรรมออกจากพื้นที่สวนที่ถนนไม่อำนวยให้รถยนต์เข้าถึงได้สะดวก

รถมอเตอร์ไซค์ระดับล่างเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือน เป็นปัจจัยในการประกอบอาชีพของครอบครัว ช่วยย่นระยะเวลาในการเดินทางไปทำงานหรือไปเรียน ส่วนการตกแต่งดัดแปลงเกิดจากการที่วัยรุ่นและวัยทำงานต้องการสร้างอัตลักษณ์ตัวตน มีอำนาจในการตัดสินใจแต่งรถได้เต็มที่ไม่ต้องขออนุญาตจากพ่อแม่ แสดงออกว่าตนเป็นผู้ใหญ่แล้วดัดแปลงตกแต่งด้วยการเลียนแบบแม่แบบทางอุดมคติ ที่เป็นทั้งรสนิยมส่วนตัวและรสนิยมประชานิยมไปด้วยในเวลาเดียวกัน

ตารางข้อมูลพื้นฐานของรถมอเตอร์ไซด์

ชื่อเรียก/ฉายา	ภาพมอเตอร์ไซด์	คุณสมบัติ
รถมอเตอร์ไซด์ครอบครัว/ ทรงผู้หญิง		ราคาถูก ขับขี่ง่าย ใช้งาน สะดวก คล่องตัว บรรทุกของได้ มาก
รถมอเตอร์ไซด์ทรงผู้ชาย		มักมีเครื่องยนต์ขนาด 150 cc. ที่กำลังเครื่องยนต์และมี โครงสร้าง แข็งแรง นิยมใช้บรรทุกของ หนัก
รถมอเตอร์ไซด์ทรงกระเทย		เคยเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่น เนื่องจากระบบการเปลี่ยนเกียร์ แบบคลัชมือจึงสามารถสร้าง แรงบิดได้มากกว่ารถคลัชเท้า แบบมอเตอร์ไซด์แม่บ้าน
รถมอเตอร์ไซด์สกูตเตอร์		เป็นรถมอเตอร์ไซด์ทรงที่กำลัง นิยมในปัจจุบัน เนื่องจากรูปทรง ทันสมัย ความสะดวกสบายใน การขับขี่ (บิดอย่างเดียว) ด้วย ระบบอัตโนมัติ

ตารางที่ 5 ข้อมูลพื้นฐานของรถมอเตอร์ไซด์

วิเคราะห์อัตลักษณ์ของมอเตอร์ไซค์

อัตลักษณ์ของมอเตอร์แต่ละประเภะนั้นสามารถแยกแยะออกจากกันได้อย่างชัดเจนทั้งด้วยรูปร่าง ลักษณะการตกแต่ง การใช้งาน และลักษณะของผู้เป็นเจ้าของ เช่น อัตลักษณ์แบบรถครอบครัวคือ เน้นความคุ้มค่าทั้งราคา และการใช้งาน เป็นรถของทุกคนในครอบครัวทั้งเด็กทั้งผู้ใหญ่สามารถใช้งานได้ทุกสถานการณ์ เน้นคุณค่าใช้สอยมากกว่าคุณค่าเชิงสัญลักษณ์

อัตลักษณ์แบบรถกระแทก ที่เป็นอัตลักษณ์ของวัยรุ่นเนื่องจากเคยได้รับความนิยมมากในหมู่วัยรุ่น เนื่องจากมีเครื่องยนต์ที่แรงกว่ามอเตอร์ไซค์ประเภทอื่น ซี่ได้เร็ว เสียงดัง ดัดแปลงได้หลากหลาย มีสีสันฉูดฉาด เช่น สีเขียว สีชมพู ส้ม ฟาสต เป็นต้น

อัตลักษณ์แบบรถสกูตเตอร์ เป็นมอเตอร์ไซค์ที่ครอบครองอัตลักษณ์แบบผู้หญิง และเด็กวัยรุ่น และคาบเกี่ยวกับอัตลักษณ์แบบรถครอบครัวด้วย สกูตเตอร์เน้นการออกแบบรูปร่างโค้งมนน่ารัก ทันสมัยขับง่ายและไม่เร็วมากนักผู้ใช้สกูตเตอร์จึงมีภาพลักษณ์ของความสุภาพ น่ารัก ปลอดภัย

รูปแบบอัตลักษณ์เฉพาะของมอเตอร์ไซค์แต่ละแบบนี้ยังสามารถถ่ายทอดข้ามไปยังมอเตอร์ไซค์แบบอื่นได้ด้วย เช่นปัจจุบันเริ่มมีการนำรูปแบบการตกแต่งที่เป็นอัตลักษณ์ของรถกระแทกไปใช้กับรถครอบครัว และสกูตเตอร์แล้ว ผู้วิจัยจึงพออนุมานได้ว่าในงานวิจัยชิ้นนี้จะสามารถนำรูปแบบอัตลักษณ์เฉพาะของมอเตอร์ไซค์แต่ละแบบ มาถ่ายทอดข้ามไปยังงานทัศนศิลป์เพื่อค้นหากระบวนการที่สามารถนำเสนออัตลักษณ์รูปแบบอัตลักษณ์เฉพาะใน “งานประติมากรรมสื่อใหม่รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ”

ข้อมูลพื้นฐานของรถมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ (ในประเทศไทย)

มอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์หมายถึง รถมอเตอร์ไซค์ที่ทำการดัดแปลงตกแต่งจากทรงครุยเซอร์หรือมอเตอร์ไซค์ทรงผู้ชาย ที่เริ่มแรกจากการเน้นประสิทธิภาพในการใช้งานไปสู่การพัฒนาไปในทิศทางของความเป็นงานศิลปะ และสุนทรีย์เฉพาะของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย เช่น การลดน้ำหนักของชิ้นส่วนที่ไม่จำเป็นออก เปลี่ยนชิ้นส่วนที่สร้างขึ้นใหม่ เช่น โช๊คหน้ายาว ล้อใหญ่ เพ้นท์สีฉูดฉาด และบังโคลน รวมทั้งการชุบโครเมียมให้เกิดความมันวาว การตกแต่งดัดแปลงแบบนี้ได้รับความนิยมในอเมริกาช่วงปี ค.ศ.1970 – 1980 และได้แพร่หลายมายังประเทศไทยในช่วงสงครามเวียดนามผ่านสื่อและชาวต่างชาติตามเมืองท่องเที่ยวหลายแห่งในประเทศไทย

สื่อกระแสหลักที่มาจากภาพยนตร์ และเพลง มีส่วนอย่างมากในการสร้างกระแสความนิยม วัฒนธรรมฮอปเปอร์ โดยมี นายยีนยง โอภากุล หรือ แอ๊ด คาราบาว นักร้องนำวงดนตรีคาราบาว และผู้ก่อตั้งกลุ่มมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์ภายใต้ชื่อ Commander City เป็นไอคอนของชาวฮอปเปอร์ในประเทศไทย แอ๊ด คาราบาวคือตัวอย่างการผสมผสานแนวดนตรีเพื่อชีวิต การแต่งกายแนวทหาร และ ฟ้าขาวมาให้ง่ายเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ฉะนั้นการผูกผ้าขาวม้าขี่มอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์จึงกลายเป็น ภาพคุ้นตาที่มักปรากฏให้เห็นตามสื่อโดยทั่วไป



ภาพที่ 12 นายยีนยง โอภากุล หรือ แอ๊ด คาราบาว นักร้องนำวงดนตรีคาราบาว ที่มา <https://www.youtube.com/watch?v=Vmm7q58Tvl8>

รูปแบบการตกแต่งของมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์นั้นส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความถนัดและรสนิยมของช่าง โดยช่างแต่ละช่างจะมีรูปแบบการตกแต่งและการดัดแปลงรถฮอปเปอร์ที่มีแนวทางแตกต่างกัน ฉะนั้นเจ้าของรถจึงต้องเลือกว่าจะเลือกช่างที่มีรสนิยมใกล้เคียงกันเพื่อดัดแปลงรถให้ตนเอง โดยจะเรียกการที่ดัดแปลงแล้วว่า รถอิงเฟรม (frame kit) หรือสปริงเกอร์หน้ายาว ซึ่งจะมีรายละเอียดปลีกย่อยอีกมากมาย ในช่วงแรกมีช่างอยู่จำนวนน้อย เช่น อาจารย์อ้อด บ่าวลัว ช่างปุ๋ย ริโวเวอร์ เป็นต้น ต่อมาจึงเริ่มมีการนำเข้าเฟรมโดยช่างหน้าใหม่และเจ้าของรถเริ่มดัดแปลงรถด้วยตนเองมากขึ้น การแต่งมอเตอร์ไซค์จึงเริ่มมีแนวทางอื่นเพิ่มขึ้นภายหลัง

ลำดับขั้นในการดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ที่ได้รับความนิยมโดยทั่วไปมีดังนี้ เริ่มต้นจากเป็นรถเดิมทำการเปลี่ยนแปลงอะไหล่เพื่อเสริมสมรรถนะและความงาม ตัวอย่างเช่น เริ่มต้นจากการเปลี่ยนท่อไอเสียใหม่ที่มีรูปทรงสวยงามและมีเสียงดังไพเราะตามทัศนศาสตร์ส่วนตัวของเจ้าของรถเอง เปลี่ยนทรงของแฮนด์บาร์และขนาดดวกล้อเพื่อปรับท่าทางการขับขี่ให้แปลกแตกต่างจากท่าทางการขี่มอเตอร์ไซค์แบบอื่น ขั้นต่อมาคือการสร้างรถอิงเฟรม คือผลิตโครงสร้างและชิ้นส่วนของรถมอเตอร์ไซค์ขึ้นมาใหม่หมดเรียกรถสร้าง โดยอาจเป็นการสร้างโครงรถขึ้นมาเองใหม่ หรือซื้อโครงรถสำเร็จรูปจากสำนักแต่งทั้งในและต่างประเทศ เน้นการไม่เหมือนใครมีคันเดียวในโลกเป็นหลัก การดัดแปลง

ตกแต่งข้างต้น ไม่เพียงเพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างของรถเพื่อเปลี่ยนรูปทรงของรถเท่านั้น แต่ยังเป็น การปรับเปลี่ยนท่าทางของผู้ขับขี่ไปด้วย เช่น เปลี่ยนแฮนสูงเพื่อเวลาขี่ต้องยกแฮนสูงและกางออก ทำให้ผู้ขี่ดูตัวใหญ่ น่าเกรงขาม หรือแฮนชิดกันและยื่นไปด้านหน้า ท่าทางผู้ขี่ก็จะเหมือนกำลังชูกำปั้นยึด ตรงไปด้านหน้า โดยจะตัดสติใจโดยรสนิยมและจริตของเจ้าของรถ เพราะเห็นรถจะเหมือนเห็น เจ้าของ

สำหรับมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ในประเทศไทยอาจแบ่งระดับของรถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์เป็น สองระดับ คือ ซ้อปเปอร์ที่ใช้รถฮาลีย์ เดวิส กับซ้อปเปอร์ที่ไม่ใช่ฮาลีย์ เดวิส หมายถึง มอเตอร์ไซค์ญี่ปุ่นที่มีทรงครุยเซอร์ หรือทรงใกล้เคียง มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ที่ใช้รถฮาลีย์ เดวิส มา ดัดแปลงนั้นเกือบทั้งหมดเป็นกลุ่มที่ใช้รถมือสอง ประกอบด้วยมอเตอร์ไซค์ฮาลีย์ เดวิสสองถึงสาม รุ่นหลักคือ รุ่น Spotster, Softail และรุ่น DYNA หรือนิยมเรียกตามชื่อเครื่องยนต์ว่า Shovel Head และเครื่องยนต์ V-Twinเป็นหลักเนื่องจากเป็นสองรุ่นที่ราคาไม่สูงมากนัก และสามารถหารมือสองได้ ง่าย กลุ่มที่สองคือรถมอเตอร์ไซค์ญี่ปุ่น ที่ได้รับความนิยมในการนำมาดัดแปลงเป็นทรงซ้อปเปอร์ ได้แก่ Yamaha SR400, Yamaha XS 650, Honda Street400, Honda CB750 และแบบรดยิง เฟรมที่ใช้แค่เครื่องยนต์เดิมแต่ส่วนประกอบอื่นสร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด เป็นต้น ซ้อปเปอร์ที่ดัดแปลงมา จากมอเตอร์ไซค์ทรงผู้ชายของญี่ปุ่น เรียกว่ารถหน้ายาวซึ่งที่ได้รับความนิยมที่สุดคือ มอเตอร์ไซค์ Honda CB750 เครื่องยนต์ 750 cc หรือเจ็ดแรงครึ่ง เรียกกันในหมู่คนเล่นรถว่า รถแปดวาล์ว คือ เครื่องยนต์สี่สูบแต่ละลูกสูบมีสองวาล์วเท่ากับแปดวาล์ว

กิจกรรมและลักษณะของกลุ่มมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ในไทยนั้นแตกต่างจากภาพลักษณ์ ของแก๊งมอเตอร์ไซค์ในสหรัฐอเมริกา เพราะมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ในไทยนั้นเป็นสินค้าราคาสูง ผู้ ครอบครองส่วนใหญ่มักเป็นวัยกลางคนที่มั่งคั่งเป็นเจ้าของธุรกิจ และเป็นข้าราชการ เป็นต้น ทำให้กิจกรรมที่ทำประจำคือขี่มอเตอร์ไซค์ท่องเที่ยวเรียกว่า "การออกทริป" พบปะสังสรรค์กันแบบ ครอบครัวยุคใหม่วันหยุดสุดสัปดาห์ และรวมตัวตามงานเทศกาล ทำบุญ บริจาคเงินสิ่งของให้วัดหรือ โรงเรียน ตามจุดหมายปลายทาง กลุ่มซ้อปเปอร์มีการรวมกลุ่มกันเกือบทุกจังหวัดในประเทศไทย โดยเฉพาะจังหวัดขนาดใหญ่หรือจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวยังมีหลายกลุ่ม จังหวัดที่เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวนิยมจัดงานเทศกาลดึงดูดให้ผู้ชื่นชอบรถซ้อปเปอร์รวมตัวกัน เช่น งานบูรพาไบท์วิค ภูเก็ต

ไบค์วีค และบุรุษขี่ไบค์วีค เป็นต้น



ภาพที่ 13 งานบูรพาไบค์วีค

ที่มา <https://jakkaew.wordpress.com/author/jakarat/page/8/>



ภาพที่ 14 กิจกรรมแปรอักษร บัณฑิตแห่งราชัน 26 พฤศจิกายน 2559 ณ บริเวณสนามกีฬา
วิทยาลัยพลศึกษาชลบุรี

ที่มา ผู้วิจัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

วิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการตกแต่งตัดแปลงยานพาหนะในวัฒนธรรมฮอปเปอร์

ตารางข้อมูลจากผู้บริโภคสินค้าระดับล่างในวัฒนธรรมฮอปเปอร์

รูปแบบ	คำอธิบายลักษณะ	วัตถุประสงค์การดัดแปลง
	<p>หน้ายาว สปริงเกอร์ เปลี่ยนความยาวของโช๊คหน้า และเปลี่ยนระบบกันสะเทือนหน้า เป็นแบบสปริง</p>	<p>เพื่อดัดแปลงให้รูปทรงของรถมอเตอร์ไซด์มีลักษณะพุ่งทะยานไปข้างหน้า และแลดูมีขนาดใหญ่ มีเอกลักษณ์แตกต่างจากรถมอเตอร์ไซด์ทั่วไป</p>
	<p>แฮนด์บาร์ ยกสูง ยาว สั้น กว้าง แคบ มีหลากหลายรูปแบบ</p>	<p>มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อปรับเปลี่ยนท่านั่งและการวางแขนของผู้ขี่เป็นหลัก เช่น การยกสูง หรือการยื่นไปด้านหน้าซึ่งจะทำให้ท่านั่งของผู้ขี่ดูเท่ ดูกวน ดูน่าเกรงขาม เป็นต้น</p>
	<p>ยิงเฟรม สร้างโครงรถขึ้นมาใหม่</p>	<p>เพื่อปรับโครงสร้างมอเตอร์ไซด์ให้มีความงาม และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้น เช่น สามารถใส่ล้อหลังที่ใหญ่ขึ้นได้ ใส่ลักษณะหรือสัญลักษณ์เฉพาะตัวลงไปได้</p>
	<p>โครเมียมสีเงิน/ทอง แววาว</p>	<p>ความแววาว นอกจากความสวยงามแล้วยังบ่งบอกยุคสมัย และแสดงความเป็นวัตถุเป็นโลหะมีค่าได้ชัดเจน</p>

	<p>ล้อขนาดใหญ่</p>	<p>ขนาดล้อถึงพลัง พลังในการขับเคลื่อน มักเปลี่ยนล้อให้มีขนาดใกล้เคียงกับขนาดความกว้างของโครงรถ</p>
	<p>ทำสีถึงน้ำมัน</p>	<p>เป็นอีกส่วนที่แสดงเอกลักษณ์ รสนิยม เฉพาะตัวได้ชัดเจน ลวดลายที่ได้รับความนิยม เช่น ลายไฟ ลายเส้น ลายเหมือนจริง แฟนตาซี กระโหลก สัญลักษณ์ทางชนชาติ ศาสนา รวมถึงลวดลายตลก และการ์ตูน เป็นต้น</p>
	<p>การแต่งกาย กางเกงยีนส์ เสื้อแขนยาว เสื้อกั๊กยีนส์หรือหนัง</p>	<p>เสื้อและกางเกงยีนส์ นอกจากเป็นเอกลักษณ์ที่ได้รับความนิยมแล้วยังช่วยเรื่องความปลอดภัยได้ระดับหนึ่ง และดูไม่สกปรกมากนักเมื่อเจอคราบฝุ่นคราบน้ำมันเครื่องเมื่อต้องซ่อมแซมรถด้วยตัวเอง</p>
	<p>การดัดแปลงซ้อปเปอร์จากมอเตอร์ไซค์ขนาดเล็ก</p>	<p>มักพบในแนวขบขัน เนื่องจากรถเล็กไม่คุ้มค่าที่จะดัดแปลงเป็นซ้อปเปอร์ เพราะระบบเท่ารถคันใหญ่จึงมักตกแต่งแบบตลกขบขัน</p>

ตารางที่ 6 ข้อมูลจากผู้บริโภคสินค้าระดับล่างในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์

การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบในวัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์

รูปแบบอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์นั้นเกิดจากการตกแต่งดัดแปลงมอเตอร์ไซค์ เพื่อให้ตอบสนองความพึงพอใจ ให้เกิดความรู้สึกที่ไม่เหมือนมอเตอร์ไซค์ทั่วไปเป็นหลัก ไม่เน้นคุณค่าใช้งาน แต่เน้นคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ การดัดแปลงทรงของมอเตอร์ไซค์นั้น นอกจากจะสร้างอัตลักษณ์ของตัวเองแล้ว ยังเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของผู้ขี่อีกด้วย เช่น การเปลี่ยนไซค์หน้ายาวและแฮนด์ให้สูงก็เป็นการเปลี่ยนท่าทางในการนั่งของผู้ขี่ไปด้วย จนทำให้แบบกางขากางแขน หลังตรงยกแขนสูง กลายเป็นอัตลักษณ์ของคนในวัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์ไปด้วย

การตกแต่งประดับประดาในมอเตอร์ไซค์ช้อปปิ้งเปอร์เป็นไปเพื่อสื่อความหมายที่มีสามารถเข้าใจได้ง่าย และไม่สามารถอ่านความหมายได้ เช่น การใช้เครื่องหมายที่เป็นสากล การใช้สัญลักษณ์ที่มีแต่เจ้าของรถเท่านั้นที่สามารถเข้าใจความหมายได้คนเดียว ทำให้การตกแต่งดัดแปลงไม่ว่าจะเป็น การดัดแปลงทรงของรถ การติดเครื่องประดับ การทำสีเขียนลาย และการพันทลึงไปบนตัวมอเตอร์ไซค์นั้นไม่จำเป็นต้องดูแล้วเข้าใจว่ากำลังสื่อสารอะไรเรื่องราวเป็นอย่างไร แต่เน้นการนำเสนอภาพรวม หรือบรรยากาศที่มี ธีม (theme) ในการตกแต่งเท่านั้น เช่น ธีมห้วงกะโหลก ธีมแฟนตาซี ธีมน่ารัก เป็นต้น

ผู้วิจัยจึงพอสรุปได้ว่า นิยามของอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์นั้น แม้ประกอบขึ้นจากรูปแบบที่หลากหลาย แปรเปลี่ยนได้ตลอดเวลาในส่วนของรายละเอียด แต่สิ่งที่ต้องคงไว้คือ ธีม อันเป็นสาระสำคัญของการตกแต่งดัดแปลงมอเตอร์ไซค์ให้เป็นทรงครุยเซอร์ในแบบที่เน้นความเท่ ความสนุกสนานมาก่อน โดยไม่คำนึงถึงความสะดวกสบายและประสิทธิภาพในการใช้งานแต่อย่างใด ลักษณะของอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์ที่ได้กล่าวมาสามารถช่วยในการทำความเข้าใจในสิ่งที่เรียกว่า สุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์ขึ้นมาในระดับหนึ่ง

4.2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยกลุ่มประชากรสองกลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าระดับบน และกลุ่มผู้บริโภคระดับล่าง โดยวิธีการตอบแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ พูดคุย และการสังเกตการณ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

4.2.2.1 ข้อมูลจากผู้บริโภคสินค้าระดับบนในวัฒนธรรมช้อปปิ้ง

ผู้บริโภคสินค้าระดับบนในงานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์การแบ่งจากรถมอเตอร์ไซค์ ฮาเลย์ เดวิสัน เท่านั้น ราคาส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 700,000 ถึง 2,000,000 บาท ส่วนรถมอเตอร์ไซค์มือสองมีราคาอยู่ในช่วง 400,000 ถึง 1,000,000 บาท บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรถมอเตอร์ไซค์บิ๊กไบค์สามอันดับแรกได้แก่ ตัวเอง เพื่อนและครอบครัว ตามลำดับ

มอเตอร์ไซค์ช้อปปิ้งที่ใช้รถฮาเลย์ เดวิสัน มาดัดแปลงนั้นเกือบทั้งหมดเป็นกลุ่มที่ใช้รถมือสอง ประกอบด้วยมอเตอร์ไซค์ฮาเลย์ เดวิสันสองถึงสามรุ่นหลักคือ รุ่น Spotster, Softail และรุ่น DYNA หรือนิยมเรียกตามชื่อเครื่องยนต์ว่า Shovel Head และเครื่องยนต์ V-Twin เป็นหลัก เนื่องจากเป็นสองรุ่นที่ราคาไม่สูงมากนัก และสามารถหารถมือสองได้ง่ายกว่ารุ่นอื่นที่มีราคาสูงและมีจำนวนน้อย สำหรับช้อปปิ้งกลุ่มนี้ค่อนข้างดัดแปลงโครงสร้างหลักของตัวรถเพียงเล็กน้อย เพื่อรักษาลักษณะของฮาเลย์ เดวิสัน เอาไว้

ผู้วิจัยพบว่าข้อมูลการตกแต่งดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ที่ได้จากผู้บริโภคสินค้าระดับบนนั้น ปรากฏว่าการตกแต่งที่นอกเหนือไปจากแบบอย่างมาตรฐานมีน้อยมากในรถมอเตอร์ไซค์มือหนึ่ง อันเนื่องมาจากเหตุผลสามข้อดังนี้ เหตุผลที่หนึ่ง เรื่องความปลอดภัยในการใช้งาน และอายุของผู้เป็นเจ้าของ หากใช้อุปกรณ์ที่ไม่ได้มาตรฐานหรือออกแบบมาอย่างถูกต้องอาจทำให้ลดสมรรถนะของรถ และทำให้เกิดอุบัติเหตุได้ เหตุผลที่สอง เรื่องเทคโนโลยี และเครื่องมือที่ยังไม่เพียงพอ ไม่ทันสมัยแบบที่ใช้แต่งรถช้อปปิ้งในสหรัฐอเมริกาประเทศต้นตำหรับ เหตุผลที่สาม เรื่องรสนิยมแบบเรียบหรู เป็นค่านิยมทางสังคมที่กลุ่มประชากรรับเข้ามาอยู่ในตัวก่อนนานแล้ว ซึ่งที่มผู้ออกแบบได้ใช้ความรู้ทางองค์ประกอบศิลป์ในการออกแบบมาเป็นอย่างดีแล้ว เช่น สีดำและสีเทนเข้มคือสีที่ได้รับความนิยมในรถมอเตอร์ไซค์มากที่สุด เนื่องจากใช้เพื่อสื่อความหมายถึง ความเท่ ทันสมัย ดุดัน เรียบหรู และมีระดับ เป็นต้น

การตกแต่งดัดแปลงโครงสร้างของรถมอเตอร์ไซค์ กลับพบมากในรถ ฮาเลย์ เดวิสันมือสอง ด้วยปัจจัยเรื่องราคา สภาพรถ และวัยของผู้เป็นเจ้าของรถซึ่งเป็นวัยรุ่นวัยทำงาน ลักษณะของรถมอเตอร์ไซค์มือสองคือมักจะมีการปรับเปลี่ยนมาแล้วน้อยบ้างตามแต่รสนิยมและทุนทรัพย์ของเจ้าของเดิม จึงง่ายต่อการตัดสินใจตัดสินใจในดัดแปลงให้มากขึ้น โดยใช้อะไหล่ดัดแปลงที่สร้างขึ้นเองหรืออะไหล่ราคาถูกลักษณะแปลกตาจากต่างประเทศ เป้าหมายของการแต่งรถมอเตอร์ไซค์คือต้องการให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และไม่เพียงปรับเปลี่ยนโครงสร้างของรถเท่านั้นยังเป็นการปรับเปลี่ยนท่าทางของผู้ขับขี่ไปด้วย ในประชากรกลุ่มนี้ผู้วิจัยพบว่ามอเตอร์ไซค์ที่ดัดแปลงเป็นรูปแบบช้อปปิ้งนั้นมีน้อยมากจึงจะขอยกการอธิบายขั้นตอนการดัดแปลงลักษณะของโครงสร้างรถมอเตอร์ไซค์ และ

แนวคิดในการสร้างมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ไบค์ไปอธิบายในข้อ 3.2.2 ข้อมูลจากผู้บริโภคสินค้าระดับล่างในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ถัดไป



ภาพที่ 15 รถจักรยานยนต์ Harley-davidson ตระกูล DYNA

http://www.harley-davidson.com/en_US/Motorcycles/dyna.html



ภาพที่ 16 รถจักรยานยนต์ Harley-davidson ตระกูล Sportster

ที่มา <http://www.siaminside.com/2014/10/02/2016-2017-harley-davidson-xl1200x-forty-eight/>



ภาพที่ 17 มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ในทรงโอสคูลที่ใช้เครื่องยนต์ Harley-davidson Shovelhead

ที่มา <http://bigbike.boxzaracing.com/magazine/8859>

4.2.2.2 ข้อมูลจากผู้บริโภคสินค้าระดับล่างในวัฒนธรรมช็อปเปอร์

ผู้บริโภคสินค้าระดับล่าง ในงานวิจัยนี้ใช้เกณฑ์การแบ่งจาก รถมอเตอร์ไซด์ช็อปเปอร์ที่ไม่ใช่ ฮาเลย์ เดวิสสัน แต่เป็นมอเตอร์ไซด์ญี่ปุ่นทั้งหมด จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามและทำการสัมภาษณ์จำนวน 20 คน เป็นชายทั้งหมด ประเภทของรถมอเตอร์ไซด์ช็อปเปอร์ที่ได้รับความนิยมคือ Kawasaki Boss 175, Kawasaki Vulcan 400, Honda Phantom, Honda Steed 400 600, Honda Shadow, Yamaha Virago 400 600, Yamaha XS650, Yamaha SR 400 500 เป็นต้น ราคาส่วนใหญ่ที่คนเลือกซื้ออยู่ในช่วง 50,000-200,000บาท ไม่มีทะเบียนบ้าง หรือมีทะเบียนแต่โอนไม่ได้บ้าง บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อสามอันดับแรกได้แก่ ตัวเอง เพื่อน และครอบครัว ตามลำดับ และมีความคาดหวังว่าวันหนึ่งจะมีโอกาสได้เป็นเจ้าของรถมอเตอร์ไซด์ ฮาเลย์ เดวิสสัน สักคันในชีวิต

ผู้วิจัยพบว่าข้อมูลการตกแต่งดัดแปลงรถมอเตอร์ไซด์ที่ได้จากผู้บริโภคสินค้าระดับล่างนั้น มีความหลากหลายเลื่อนไหลอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากกลุ่มประชากรที่ครอบครองรถมอเตอร์ไซด์ระดับล่างนั้นมีปริมาณมาก และมีการใช้งานที่หลากหลายมากกว่ามอเตอร์ไซด์ระดับบน รูปแบบการตกแต่งมีทั้งตุ๊กต สวยงาม วิจิตรพิสดาร แม้แต่ตลกแนวขบขัน โดยรูปทรงหลักก็ยังคงเป็นแบบช็อปเปอร์ที่มีไซค์หน้ายาว แชนด์ยกสูง ถังน้ำมันเล็ก และชิ้นส่วนตกแต่งซุบโครเมียมแวววาวเป็นหลัก รวมถึงการกำหนดท่าทางในการขับขี่ไว้ล่วงหน้าจากการวางตำแหน่งแฮน เบาะนั่ง และพักเท้า ว่าเมื่อผู้ขี่กำลังนั่งอยู่บนมอเตอร์ไซด์เขาจะมีท่าทางแบบใด ไม่ว่าจะ ท่าเกรงขาม ตลกขบขัน ดูสบายผ่อนคลาย หรือท่าทางแบบกวนๆ

ในกลุ่มประชากรนี้พบว่ามี การดัดแปลงโครงสร้างรถไปจากเดิมมากเพราะรูปทรงพื้นฐานของมอเตอร์ไซด์ที่ใช้ทำช็อปเปอร์ส่วนใหญ่ไม่ใช่ทรงครุยเซอร์ ซึ่งเป็นรูปทรงพื้นฐานของรถช็อปเปอร์ แต่กลับใช้รถมอเตอร์ไซด์ทรงผู้ชายมาดัดแปลงเช่น มอเตอร์ไซด์ Honda CB 750 และ Yamaha SR 400 เป็นต้น โดยรถมอเตอร์ไซด์ช็อปเปอร์บางคันมีเพียงเครื่องยนต์เท่านั้นที่เป็นของเดิม เพราะตั้งแต่ล้อหน้า ไซค์หน้า เฟรมรถหรือโครงสร้าง ถังน้ำมัน เบาะ ท่อ ล้อหลัง เป็นของที่ซื้อมาหรือสร้างขึ้นเองใหม่ทั้งหมด เรียกช็อปเปอร์แบบรถสร้างหรือรถยิงเฟรม

ช็อปเปอร์แบบรถสร้างหรือรถยิงเฟรมนั้นถือเป็นลักษณะทางกายภาพที่ชัดเจนที่สุดในวัฒนธรรมช็อปเปอร์ เพราะเป็นขั้นสุดของกระบวนการการดัดแปลงรถมอเตอร์ไซด์แบบช็อปเปอร์ รถยิงเฟรมใช้เรียกมอเตอร์ไซด์ที่สร้างเฟรม(โครงสร้าง)ขึ้นมาใหม่โดยมีทั้งแบบสั่งทำโดยช่างในไทยเอง หรือสั่งซื้อจากสำนักแต่งที่มีชื่อเสียงจากต่างประเทศมาประกอบกับเครื่องยนต์ที่มีอยู่แล้ว โครงสร้างแบบนี้มักจะเป็นแบบทางแข็ง หมายถึง โครงรถไม่มีไซค์ รับแรงสะเทือนด้านล้อหลัง แต่จะมีสปริงรับแรงสะเทือนบริเวณใต้เบาะนั่งแทน ส่วนด้านหน้ามักเปลี่ยนระบบรับแรงสะเทือนหน้าเป็นแบบสปริง โดย

เรียกว่า สปริงเกอร์ ซึ่งเป็นอีกลักษณะเด่นอีกสิ่งหนึ่งของรถซอปเปอร์

รถสปริงเกอร์ มักถูกเรียกให้เข้าใจตรงกันได้ง่ายว่า รถหน้ายาว รถซอปเปอร์หน้ายาว หมายถึงโซ้คหน้ายาว โดยมีความยาวและทำมุมเอียงกับพื้นโลกมากกว่ามอเตอร์ไซค์ทุกแบบ ส่วนยาวที่สุดเท่าที่ไร่นั้นไม่มีกำหนดแล้วแต่ความต้องการของเจ้าของรถและความสามารถของช่าง โซ้คหน้าหรือสปริงเกอร์หน้าเกือบทั้งหมดนิยมชุบโครเมียมหรือเป็นสแตนเลสขัดเงา รวมไปถึงท่อไอเสีย และแฮนด์มอเตอร์ไซค์ด้วยที่นิยมชุบโครเมียมหรือใช้วัสดุสแตนเลสขัดเงา

แฮนด์มอเตอร์ไซค์สำหรับมอเตอร์ไซค์ซอปเปอร์นั้นมีรูปแบบที่หลากหลายที่สุดในบรรดา รูปแบบแนวทางในการตกแต่งดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ทุกแบบ วัตถุประสงค์หลักของการเลือกเปลี่ยนทรงแฮนด์มอเตอร์ไซค์ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในรูปแบบเป็นหลัก เพราะนอกจากแฮนด์มอเตอร์ไซค์ทรงมาตรฐานที่ติดมากับรถแล้ว แฮนด์รูปแบบอื่น อาทิเช่น แฮนด์ยกสูง แฮนด์แคบ แฮนด์ไขว่ แฮนด์ต่ำ แฮนด์กว้างหรือแฮนด์เขาควย เมื่อมาอยู่บนมอเตอร์ไซค์ซอปเปอร์แล้วทำให้ควบคุมทิศทางของมอเตอร์ไซค์ยากขึ้นทั้งสิ้น



การทำสีและลวดลาย บริเวณถังน้ำมันและส่วนระนาบบนรถมอเตอร์ไซค์ มีลวดลายที่ได้รับความนิยมหลายแบบ เช่น ลายไฟ ลายกระโหลก ลายเส้นวิจิตร ลายผู้หญิงเซ็กซี่ ลายแฟนตาซี ลายการ์ตูน ตามลำดับรวมทั้งสัญลักษณ์กลุ่ม และสัญลักษณ์สากลที่เป็นที่รู้จัก แม้กระทั่งลายที่ไม่เข้าใจความหมายแต่รู้ว่ามันไ้แล้วโก้ดี เช่น ลายสวัสดิกะพรคนาซี สัญลักษณ์ทางศาสนา กางเขน สัญลักษณ์และลวดลายอีกมากที่ปรากฏบนรถซอปเปอร์โดยที่เจ้าของรถช่างที่แต่งรถไม่รู้ความหมายที่มา เพราะการแต่งรถใช้การเลียนแบบหยาบๆรูปแบบมาจากนิตยสาร หนังสือ และภาพจากอินเทอร์เน็ตจากต่างประเทศที่เจ้าของรถ และช่างไม่เข้าใจภาษานั้น หยาบมาเพียงแค่ว่ารูปแบบเท่านั้นไม่สนใจการสื่อความหมายที่ติดมากับรูปแบบดังกล่าว

อะไหล่และส่วนประกอบอื่นนอกเหนือจาก โซ้คหน้า แฮนด์มอเตอร์ไซค์ และโครงรถ นั้นมีลักษณะและรูปแบบที่หลากหลายไม่ตายตัวนัก ไม่ว่าจะเป็นล้อเล็กหรือล้อใหญ่ ล้อแม็กหรือล้อซี่ ท่อสั้นหรือท่อยาว รวมทั้งส่วนประกอบตกแต่งล้วนทำหน้าที่ในเชิงรูปแบบ และของประดับตกแต่งเสริมความชัดเจนทางรูปแบบ มากกว่าการเป็นส่วนเสริมสมรรถนะของตัวมอเตอร์ไซค์เอง กล่าวคือไม่ได้ทำให้ขี่ง่ายขึ้น แต่สร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวเฉพาะกลุ่มได้ชัดเจนขึ้น

กฎกติกาในการดัดแปลงรถซอปเปอร์นอกจากลักษณะทางกายภาพแล้ว อาจมองว่าไม่มีกฎเกณฑ์และหลักการทางความคิดที่ตายตัวนัก แต่ยังมีข้อบ่งชี้ได้ว่าซอปเปอร์ในทางแนวคิดต้องเป็นอย่างไร เช่นลักษณะโดยรวมของรถเมื่อขับขึ้นต้องดูมีพลังกำลังสูงสามารถนำโครงเหล็กขนาดใหญ่และผู้ขี่แหวกปะทะกระแสลมไปได้โดยไม่คำนึงหลักกลศาสตร์แบบยานพาหนะทั่วไป เส้นสายที่ตกแต่งต้อง

ทำให้รถมีลักษณะเป็นเครื่องจักรที่ยากต่อการควบคุมราวกับว่ารถกำลังลากผู้ขี่ไป ผู้ขี่จึงต้องมีทักษะ และพละกำลังจึงจะควบคุมยานพาหนะของตนได้อย่างเชื่องมือ เพื่อแสดงออกความเป็นลูกผู้ชายตัวจริงตามที่ศนะของวัฒนธรรมซ้อปเปอร์

ตัวอย่างการนำมอเตอร์ไซค์ญี่ปุ่นมาดัดแปลงเป็นซ้อปเปอร์



ภาพที่ 18 ก) Honda CB750 ข) CB750 ที่ดัดแปลงเป็นซ้อปเปอร์แล้ว

ที่มา ก) http://www.motorcyclespecs.co.za/model/Honda/honda_cb750k%2069.htm

ข) <http://www.thaiscooter.com/forums/showthread.php?t=533868>



ภาพที่ 19 ก) Yamaha XS650 ข) Yamaha XS650 ซ้อปเปอร์

ที่มา ก) <http://silodrome.com/5-minute-histories-story-yamaha-xs650/>

ข) <http://www.xs650.com/threads/1981-xs650-chopper.47753/>



ภาพที่ 20 ก) Yamaha SR400 ข) Yamaha SR400 ซ้อปเปอร์

ที่มา ก) ผู้วิจัย ข) <https://www.pinterest.com/sealilydesigns/sweet-bikes/>

การวิเคราะห์ข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์นั้นเน้นความเท่าเทียมเป็นหลัก เป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของรถ เช่นการควบคุมรถที่ท้าทายความสามารถของผู้ขับขี่มากขึ้น รถซ้อปเปอร์ต้องมีลักษณะที่แสดงถึงพลังกำลังของรถที่ดูราวกับว่ากำลังลากผู้ขี่ไป เป็นมอเตอร์ไซค์ที่ควบคุมได้ยากผู้ที่สามารถขี่รถซ้อปเปอร์ได้ต้องมีร่างกายแข็งแรงมีความสามารถมีทักษะสูง เป็นชายที่สมบูรณ์ตามทัศนคติแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ จึงทำให้คนภายนอกมองว่าเป็นนักเลง หรือมาเฟีย ตามลักษณะท่าทาง การแต่งกาย และพฤติกรรมเมื่ออยู่รวมกัน

ชาวซ้อปเปอร์มีกิจกรรมการขี่รถไปโชว์ตามงานชุมนุมต่างๆ เช่น พัทยาไบค์วีค บางแสนหรือกระบี่ไบค์วีค การไปโชว์รถของตัวเองในงานชุมนุมแล้วมีคนมาดูเยาะนั่นเป็นความสุขในการแบ่งปัน(โอ้อวด) โดยจะค่อยๆเก็บประสบการณ์และหียบยืมรูปแบบจากรถคันอื่นมาทำการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะให้รถตัวเอง โดยการเลือกคู่ก็เป็นปัจจัยในการเลือกแนวทางในการแต่งด้วย เพราะช่างแต่ละคนมีแนวความถนัดไม่เหมือนกัน เป็นแนวใครแนวมัน

สังคมของผู้ชื่นชอบรถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์นั้นสามารถเรียกได้ว่าเป็นโลกของเพศชาย เนื่องจากผลการสำรวจข้อมูลภาคสนามผู้วิจัยพบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้เป็นเพศชายเกือบทั้งหมด ตั้งแต่ วิศวกรผู้ออกแบบเครื่องยนต์และโครงสร้าง ดีไซน์เนอร์ที่ออกแบบรูปทรงองค์ประกอบสีสันทัน ช่างซ่อมรถ ผู้ใช้งานและนักสะสม กิจกรรมที่พบก็เป็นการรวมตัวกันใช้เวลาว่างแบบผู้ชาย เช่น การขี่รถเล่น การเดินทางท่องเที่ยวทางไกล เข้าป่ากางเต็นท์ค้างแรม อีกทั้งการซ่อมแซม ดูแลรักษา และการแต่งรถ เป็นงานที่ต้องใช้กำลัง และสกปรกเลอะเทอะ ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่าโลกของรถ

มอเตอร์ไซค์ คือโลกแห่งอุดมคติที่มีแม่แบบของความเป็นชายในแบบต่างๆ แบ่งออกเป็นกลุ่มตามรูปแบบและรสนิยมที่มีอัตลักษณ์เชิงกลุ่ม แสดงออกได้ด้วยลักษณะและรูปแบบการตกแต่งดัดแปลงของมอเตอร์ไซค์ ตามการสร้าง ความหมายของผู้เป็นเจ้าของ

กลุ่มประชากรที่น่าสนใจที่สุดที่จะเป็นกรณีศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้คือ ผู้บริโภคสินค้าระดับล่างในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ที่ประกอบด้วยผู้คนหลากหลายที่สังคมนิยม และมึรูปแบบในการตกแต่งดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์มายาวนาน ที่ทำให้สามารถอธิบายแนวคิดของสุนทรียะแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ในประเทศไทยได้ชัดเจนกว่ากลุ่มอื่น

4.2.3 การสำรวจข้อมูลภาคสนามในงานเทศกาลในวัฒนธรรมฮอปเปอร์

ผู้วิจัยทำการสำรวจงานเทศกาลเกี่ยวกับมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์ไว้สองแบบ แบบแรกเป็นงานที่จัดขึ้นในเขตกรุงเทพฯ ที่มีบริษัทผู้ผลิตมอเตอร์ไซค์ และร้านตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องมาร่วมกันจัดงานเป็นหลัก ซึ่งจะจัดงานในสถานที่ที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่ายเดินทางสะดวก เช่น ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่หรือศูนย์แสดงสินค้า เป็นต้น งานแบบที่สองเป็นงานเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์โดยตรง ผู้จัดงานเป็นกลุ่มหรือบุคคลที่นิยมขี่มอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์อยู่แล้วและมีชื่อเสียงในวงการฮอปเปอร์พอที่จะเชิญกลุ่มมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์กลุ่มอื่นมาร่วมงานได้ โดยนิยมจัดตามจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล เช่น พัทยา กระบี่ ภูเก็ต เป็นต้น

4.2.3.1 งาน Bangkok Motorbike Festival 2016

วันที่ 27 ถึง 31 มกราคม 2559 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ โดยวิธีการสังเกต จดบันทึก และถ่ายภาพ งาน Bangkok Motorbike Festival 2016 จัดขึ้นบริเวณชั้นหนึ่งและลานด้านหน้าศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ในงานประกอบไปด้วยการออกร้านของตัวแทนจำหน่ายรถมอเตอร์ไซค์ทุกยี่ห้อที่มีขายในเมืองไทย อาทิเช่น บริษัทมอเตอร์ไซค์จากญี่ปุ่น ยามาฮ่า ฮอนด้า คาวาซากิ ซูซูกิ บริษัทยุโรปและอเมริกา ไทรอ้ม KTM BMW ฮาเลย์ เดวิสัน บริษัทจีน คีวีเวย์ ริวก้า บริษัทไทย GPX สตาร์เลียน นอกจากนี้บริษัทรถมอเตอร์ไซค์แล้วยังมีการออกร้านของร้านขายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ท่อ อุปกรณ์กันลม อุปกรณ์เสริม หมวกกันน็อค เสื้ออากงสำหรับขี่มอเตอร์ไซค์

สิ่งที่เป็นอีกสีสันในบริเวณงาน คือการที่สำนักแต่งรถหลายสำนักเอารถมอเตอร์ไซค์ที่ได้รับการตกแต่งดัดแปลงในสไตล์ที่หลากหลายมาโชว์ให้ผู้เข้าชมงานสัมผัสอย่างใกล้ชิด รถมอเตอร์ไซค์จากสำนักแต่งเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นตัวแทนและต้นแบบในการตกแต่งดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ในรูปแบบที่เป็นที่นิยมกันในปัจจุบัน อาทิเช่น แนวคาเฟ่เรเซอร์ เปลี่ยนตำแหน่งแฮนด์ให้ต่ำลง ใส่ไฟหน้ากลมย้อนยุค ปาดเบาะทรงตุ่มมดคือบริเวณด้านท้ายเบาะจะโป่งคล้ายตุ่มมด เปลี่ยนตำแหน่งเกียร์ตามทำนองที่

เปลี่ยนถอยหลังร่นไปจากตำแหน่งปกติ และสีสันที่ขาดไม่ได้คือ มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ ที่มาจากทั้งผู้จัดและผู้มาร่วมงานขึ้นมาเอง

กลุ่มผู้ชมงานส่วนใหญ่เป็นผู้ชายอายุราว 18 ถึง 50 ปี โดยมีความสนใจมางานด้วยสามเหตุผลหลักคือ หนึ่งมาดูรถตัวจริงหรือดูรถรุ่นใหม่ที่น่าสนใจและไม่มีโอกาสพบเห็นได้บ่อยนักบนท้องถนน มีโอกาสลองคร่อมให้เพื่อนหรือพนักงานช่วยถ่ายภาพไว้ดูไว้แชร์ใน Facebook เหตุผลที่สองมาเพื่อจองรถหรือซื้อรถในงานเนื่องจากมักจะมีโปรโมชั่น มาดูการส่งเสริมการขายที่ล่อใจกว่าเวลาปกติ เช่น ดอกเบี้ยต่ำ ฟรีประกันชั้นหนึ่ง ฟรีพ.ร.บ. และมักมีของแถม เหตุผลที่สาม มาเลือกซื้ออุปกรณ์เสริม อุปกรณ์ตกแต่ง หมวกกันน็อค เสื้อกางเกง รองเท้าสำหรับขี่มอเตอร์ไซค์ที่มีการนำมาลดราคากันมากกว่าซื้อในร้านปกติ

วัตถุประสงค์หลักของงานคือการจำหน่ายสินค้าและบริการที่ตอบสนองรสนิยมและรูปแบบการใช้ชีวิต รถมอเตอร์ไซค์บางรุ่นโดยเฉพาะรุ่นที่มีราคาสูงมักมีสีโลแกนที่กล่าวอ้างถึงความมีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่ซ้ำใคร เช่นเดียวกับสินค้าอื่น เช่น เสื้อผ้า หมวกกันน็อค ผู้บริโภคซื้อสินค้าเหล่านั้นเพราะต้องการความโดดเด่นความแตกต่าง แต่เป็นความแตกต่างที่ต้องยังอยู่ในแนวทางตามอุดมคติของภาพลักษณ์หรือแม่แบบที่คุณค่าแลกเปลี่ยนที่ติดมากับรถมอเตอร์ไซค์ หมายถึงการสร้างอัตลักษณ์เชิงปัจเจกต้องสอดคล้องกับอัตลักษณ์เชิงกลุ่มเสมอ

4.2.3.2 งานบูรพาไบค์วีค Burapa Bike Week 2017

งานครบรอบ 20 ปี พัทยาไบค์วีค จัดขึ้นระหว่างวันที่ 17-18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 สถานที่จัดงานคือ สนามกีฬา ซอยชัยพฤกษ์ 2 พัทยาใต้ เป็นกิจกรรมที่กลุ่มมอเตอร์ไซค์ภาคตะวันออกจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 20 ผู้จัดงานได้จัดสรรพื้นที่ให้แก่ผู้ร่วมงานเป็นโซนต่างๆ ทั้งกลุ่มรถซ้อปเปอร์ กลุ่มรถคลาสสิก กลุ่มรถอเมริกัน นอกจากนี้ ยังแบ่งพื้นที่โซนจำหน่ายสินค้าและอาหาร รวมทั้งจัดพื้นที่สำหรับจอดรถให้เป็นสัดส่วนเพื่อให้ง่ายต่อการเข้าร่วมกิจกรรมจากกลุ่มนักท่องเที่ยว พร้อมกันนี้ยังได้จัดกำลังอำนวยความสะดวก และดูแลความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่ทหารจากมทบ.14 และเจ้าหน้าที่อปพร.ให้ผู้เข้าร่วมทั่วพื้นที่การจัดงาน โดยมีนายรัตนชัย สุทธิเดชานัย ประธานกรรมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม สภาเมืองพัทยา นายประสาร นิกากิจ นายกสสมาคมจะจกรยานยนต์สยาม และประธานบูรพามอเตอร์ไซค์เคิลคลับ นายนิรันดร วัฒนศาสตร์สาร กล่าวเปิดงานอย่างเป็นทางการ

ผู้เข้าร่วมงานประกอบด้วยนักขี่มอเตอร์ไซค์หลากหลายแนว ทั้งกลุ่มมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ มอเตอร์ไซค์คลาสสิก มอเตอร์ไซค์บิ๊กไบค์ และเป็นงานที่กลุ่มวัฒนธรรมย่อยหลายกลุ่มใช้เป็นโอกาสมารวมตัวกันเช่น กลุ่มฮิปปี กลุ่มนิยมเพลงและวิถีชีวิตแนวเร็กเก้ กลุ่มชื่นชอบการแต่งกาย

ยานพาหนะและอุปกรณ์แนวทหาร กลุ่มที่นิยมการแต่งกายแบบอินเดียนแดงกับคาวบอย เป็นต้น นอกจากนี้เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาร่วมงานเนื่องจากงานเทศกาลจัดขึ้นในเมืองพัทยาซึ่งเป็นจังหวัดท่องเที่ยวชายทะเลที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากอยู่แล้ว

รถมอเตอร์ไซค์ที่เข้ามาโชว์ตัวกันในบริเวณงานนั้น นอกจากซ้อปเปอร์แต่งสวยงามแล้ว ยังมีซ้อปเปอร์แปลกตาด้วย เช่น ซ้อปเปอร์ขนาดใหญ่ ซ้อปเปอร์หน้ายาวมาก ซ้อปเปอร์ที่ตกแต่งโดยได้รับแรงบันดาลใจจากภาพยนตร์ไซไฟเช่น ภาพยนตร์เรื่อง Alien และภาพยนตร์เรื่อง Predator เป็นต้น

ในบริเวณงานไบค์วีคมีการจัดพื้นที่ให้ออกกำลังกายของ เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย กระจาปะ ๓ อาหารและเครื่องดื่ม มีการแสดงดนตรีบนเวทีตอนกลางคืนโดยมีทั้งวงดนตรีแนวเพื่อชีวิต วงดนตรีร็อก และดนตรีที่กำลังเป็นกระแสนิยมผลัดเปลี่ยนกันขึ้นมาแสดงบนเวที

งานไบค์วีคที่เกิดขึ้นในไทยนั้นเป็นกิจกรรมและลักษณะการจัดงานเป็นการเลียนแบบงานเทศกาลมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ของอเมริกา เช่น งานเคโทน่า บีช ไบค์ วีค Daytona Beach Bike Week

การวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามงานเทศกาลในวันธรรมช้อปเปอร์

สำหรับงานเทศกาลแบบแรกแบบงาน Bangkok Motorbike Festival เป็นงานแบบที่บริษัทผู้ผลิตรถใช้กลไกการโฆษณาที่เน้นคุณค่าแลกเปลี่ยนของมอเตอร์ไซค์มากกว่าคุณค่าใช้งานเน้นการขาย ทำให้ผู้ครอบครองรถมอเตอร์ไซค์คือผู้ครอบครอง ธรรมเนียมและรูปแบบการสร้างสรรค์ที่บ่งบอกสถานะทางสังคม อัตลักษณ์ กลุ่ม ชนชั้นทางสังคม ที่แยกย่อยออกไปตามลักษณะทางองค์ประกอบศิลป์ และราคาของรถมอเตอร์ไซค์ อีกทั้งผู้บริโภคยังสามารถแสดงออกผ่านส่วนประกอบอื่นได้อีกด้วยไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการตกแต่ง รูปแบบการแต่งกาย

อุปกรณ์เสริมที่เลือกใช้บนรถมอเตอร์ไซค์เป็นส่วนเสริมที่สำคัญมากพอกันกับรูปแบบของตัวรถมอเตอร์ไซค์ เช่น ผู้ใช้รถมอเตอร์ไซค์แบบท่องเที่ยวผจญภัย ต้องใช้หมวกกันน็อคเสื้อผ้ารองเท้าที่สามารถกันแดดกันฝน มีวิทยุสื่อสารอุปกรณ์นำทางผ่านดาวเทียม ผู้ใช้รถมอเตอร์ไซค์แบบคลาสสิกจะเลือกใช้หมวกกันน็อคและเสื้อผ้ารองเท้ารูปแบบย้อนยุคเรียบไม่มีสีสัน เป็นต้น ตัวอย่างที่กล่าวมาเป็นการเน้นย้ำคุณค่าแลกเปลี่ยนที่แสดงออกมาใช้รูปของรูปแบบการสร้างสรรค์ที่ถูกกำหนดโดยธรรมเนียมเฉพาะกลุ่ม

งานเทศกาลแบบที่สอง งานเทศกาล ไบค์วีคเป็นงานชุมนุมรวมตัวกันของผู้ชื่นชอบวัฒนธรรมแบบซ้อปเปอร์และวัฒนธรรมย่อยอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้ใช้พื้นที่แสดงอัตลักษณ์ตัวตนผ่านกิจกรรม

การแต่งกาย และมอเตอร์ไซค์ ทั้งยังเป็นพื้นที่ในการบ่มเพาะแนวคิดหรือนิยามให้แก่ผู้สนใจหรือผู้ที่เริ่มต้นครอบครองอัตลักษณ์ตามแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์เพราะมีการจัดกิจกรรมกันมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน เช่นงานบูธพาไปคัวิก ที่จัดต่อเนื่องมาเป็นครั้งที่ 20 แล้วจนกลายเป็นฐานและรูปแบบที่ชัดเจนแข็งแรงให้กับวัฒนธรรมฮอปเปอร์ในประเทศไทย

4.2.4 การมีส่วนร่วมกับการปรากฏการณ์ที่ศึกษาโดยการเป็นเจ้าของรถมอเตอร์ไซค์

หลังจากการสำรวจข้อมูลภาคเอกสารและข้อมูลภาคสนามมาระยะเวลาหนึ่ง ผู้วิจัยตัดสินใจนำตัวเองลงไปจุ่มจมอยู่กับปรากฏการณ์ที่กำลังศึกษา โดยผู้วิจัยเลือกที่จะเป็นเจ้าของรถมอเตอร์ไซค์บิ๊กไบค์ขนาดกลางที่สามารถเข้าร่วมกลุ่มได้หลากหลายกลุ่ม ผนวกกับความชอบส่วนบุคคลของผู้วิจัยเอง

ผู้วิจัยเลือกรถมอเตอร์ไซค์ ยี่ห้อยามาฮ่า รุ่น SR400 ซึ่งเป็นรถมอเตอร์ไซค์ขนาดกลาง มีปริมาตรกระบอกสูบ 399 ลูกบาศก์เซนติเมตร รูปทรงแบบคลาสสิกย้อนยุคเนื่องจากมีระยะเวลาการผลิตที่ต่อเนื่องถึง 39 ปีเริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 1978 จนถึงปัจจุบันยังไม่มีเปลี่ยนแปลงรูปทรงแต่อย่างใด ทำให้เจ้าของรถได้ครอบครองประวัติศาสตร์ของตัวรถมอเตอร์ไซค์ไปด้วย เป็นมูลค่าเพิ่มและมูลค่าแลกเปลี่ยนของรถมอเตอร์ไซค์ของยามาฮ่า SR400 ที่สำคัญ SR400 เป็นมอเตอร์ไซค์รุ่นหนึ่งที่มีความนิยมที่จะนำไปดัดแปลงเป็นฮอปเปอร์อีกด้วย

สิ่งแรกที่ผู้วิจัยสังเกตได้คือการแต่งกายที่ต้องเปลี่ยนไปให้เหมาะสำหรับการขับขี่มอเตอร์ไซค์ เริ่มจากหมวกกันน็อกที่ต้องมีเพื่อความปลอดภัยและใส่ตามกฎหมายกำหนด หมวกกันน็อกมีมากมายหลายแบบแต่สามารถแบ่งออกเป็นสามลักษณะหลัก ได้ดังนี้ หนึ่งหมวกกันน็อกครึ่งใบ หมายถึงหมวกกันน็อกที่มีลักษณะครึ่งวงกลมป้องกันศีรษะบริเวณหน้าผากถึงท้ายทอยเปิดหู มีหรือไม่มีบังลมหน้าก็ได้

หมวกกันน็อกแบบครึ่งใบเป็นหมวกกันน็อกแบบแรกสุดที่มีการคิดค้นขึ้นมาใช้งาน นิยมใช้กันในหมู่ผู้ขับขี่รถมอเตอร์ไซค์แบบครุยเซอร์คู่กับแว่นตาดำและผ้าปิดหน้า ลักษณะที่สอง หมวกกันน็อกแบบเต็มใบเปิดหน้า หมายถึงหมวกกันน็อกที่มีลักษณะป้องกันศีรษะตั้งแต่หน้าผากจนถึงต้นคอจะมีบังลมหน้าหรือไม่มีก็ได้ เป็นหมวกกันน็อกที่เป็นที่นิยมแพร่หลายใช้กันได้กับรถมอเตอร์ไซค์ทุกลักษณะ หมวกกันน็อกลักษณะที่สามหมวกกันน็อกแบบเต็มใบ หมายถึงหมวกกันน็อกที่ป้องกันบริเวณหน้าผากคางและด้านหลังศีรษะทั้งหมดเหลือช่องว่างบริเวณตาและจมูกเท่านั้น บังลมหน้ายกเปิดปิดได้ เหมาะสำหรับการขับขี่ด้วยความเร็วสูง

รูปแบบของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นเครื่องบ่งชี้หรือนิยามที่แสดงลักษณะของรถมอเตอร์ไซค์ได้

เป็นอย่างดี รถมอเตอร์ไซค์แต่ละประเภทก็จะมีรูปแบบของแฟชั่นที่แตกต่างกัน โดยมีที่มาจากวัตถุประสงค์ของการใช้สอย การปรับประยุกต์จนได้รับความนิยมและแฝงด้วยการสื่อความหมายที่เป็นมาายาคติที่สัมพันธ์กับรถมอเตอร์ไซค์ตัวอย่างเช่น

ผู้ขี่มอเตอร์ไซค์คลาสสิกและซ้อปเปอร์ต้องใส่เสื้อยีนส์หรือเสื้อหนัง กางเกงยีนส์ซึ่งเป็นผ้าหนาช่วยป้องกันร่างกายเมื่อประสบอุบัติเหตุ ผ้ายีนส์หรือเสื้อหนังยังสื่อถึงแฟชั่นแบบไม่ตกยุคความเป็นอมตะ ผู้สวมใส่เป็นคนติดดินใช้ชีวิตเรียบง่ายแบบเดียวกับรถมอเตอร์ไซค์ที่เขาใช้ เป็นการเน้นรูปแบบมากกว่าประโยชน์ใช้สอย

ผู้ขี่มอเตอร์ไซค์ทรงสปอร์ต นิยมใส่เสื้อผ้าใยสังเคราะห์สีฉูดฉาด มีเกราะป้องกันหลัง ไหล่ และศอกอยู่ภายใน ป้องกันอุบัติเหตุขณะใช้ความเร็วสูง ตกแต่งด้วยชิ้นส่วนสะท้อนแสงเพราะเน้นขับขี่ในเมืองใช้รถตอนกลางคืนจึงต้องสังเกตเห็นได้ชัดเจนจากผู้ใช้ถนนคนอื่น การใช้เสื้อผ้าแบบนี้สื่อนัยยะว่าเป็นคนทันสมัยเท่าทันเทคโนโลยี ใช้ชีวิตมีสีสัน ชอบความเร็วชอบเสียง ต้องการให้คนมอง

ผู้ขี่รถมอเตอร์ไซค์แบบวิบากนิยมใส่เสื้อผ้าสีฉูดฉาดซึ่งได้รับความนิยมมาจากชุดที่ใช้ในการแข่งขัน ชุดถูกออกแบบมาเพื่อกระตุ้นความเข้าใจของผู้ชมด้วยลวดลายที่มีองค์ประกอบของเส้นแนวเฉียง และสีฉูดฉาดสีโทนร้อนเช่น สีแดง สีส้ม สีเหลือง เป็นหลัก สื่อถึงความตื่นเต้นท้าทายกิจกรรมโลดโผน

ตามแนวคิดวัฒนธรรมทางสายตา รถมอเตอร์ไซค์เป็นเครื่องมือที่สามารถทำให้บุคคลได้ครอบครองอัตลักษณ์ทางสังคมและรสนิยมที่จะกลายเป็นอัตลักษณ์เชิงปัจเจก โดยต้องเริ่มจากการมีรถมอเตอร์ไซค์ก่อนเป็นอันดับแรก ต่อมาผู้วิจัยเริ่มถูกชักชวนเข้าร่วมกลุ่ม โดยกิจกรรมหลักของกลุ่มผู้ใช้รถมอเตอร์ไซค์คือการออกทริป หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มทั้งแบบระยะใกล้ไปกลับในวันเดียว และระยะทางไกลที่ต้องใช้เวลาสองวันขึ้นไป ส่วนใหญ่มีเป้าหมายตามที่อยู่ทางแห่งชาติเป็นหลัก เส้นทางระยะสั้นที่เป็นที่นิยมคือ เส้นทางกรุงเทพฯไปกลับจังหวัดกาญจนบุรี จังหวัดกาญจนบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเนื่องจากมีอุทยานแห่งชาติและมีที่พักมากมายในอำเภอสวนผึ้ง ใช้เวลาเดินทางเพียงสองชั่วโมงครึ่งจากกรุงเทพฯ

เส้นทางที่สองคือ กรุงเทพฯไปกลับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จังหวัดนครนายกและอำเภอด่านช้างจังหวัดนครราชสีมา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดเนื่องจากตลอดเส้นทางมีสถานบริการน้ำมันขนาดใหญ่หลายจุดภายในมีร้านอาหารร้านกาแฟไว้ให้บริการนักท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และบริเวณโดยรอบมีที่พักให้เลือกหลายระดับราคา ท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี การออกทริประยะสั้นเป็นที่นิยมเนื่องจากสามารถใช้เวลาช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ในการท่องเที่ยวที่สามารถกลับมาทำงานในวันจันทร์ได้โดยไม่ต้องลาหยุด จึงง่ายต่อการตัดสินใจเดินทาง อาจไปกันเป็นกลุ่มเล็ก

สองสามคัน หรือไปเป็นกลุ่มใหญ่หลายสิบคันก็มี

การเตรียมตัวออกทริปเดินทางท่องเที่ยวระยะไกลต้องมีความพร้อมมากกว่าทริประยะใกล้หลายเท่าตัว กลุ่มหลักที่นิยมการเดินทางระยะไกลมีสองกลุ่ม หนึ่งคือกลุ่มวัยรุ่นที่ยังเรียนอยู่ในระดับอุดมศึกษาที่จะมีช่วงเวลาปิดเทอมใหญ่สามเดือนทำให้สามารถใช้ช่วงเวลานี้เดินทางนานหลายวันได้ กลุ่มที่สองกลุ่มเจ้าของกิจการที่ไม่ต้องทำงานทุกวันสามารถออกทริปเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นระยะเวลานานและไกลมากได้โดยไม่กระทบกับรายได้ เส้นทางที่ได้รับความนิยมที่สุดคือเส้นทางกรุงเทพฯไปจังหวัดเชียงใหม่ระยะทางประมาณ 700 กว่ากิโลเมตร การเดินทางลักษณะนี้จำเป็นต้องเตรียมสัมภาระเดินทางนอน เสื้อผ้า ยางอะไหล่ อุปกรณ์ซ่อมแซมและดูแลรักษาโรค ส่วนจะใช้เวลากี่วันนั้นขึ้นอยู่กับสมรรถนะของรถ เช่น รถมอเตอร์ไซค์ที่มีปริมาตรกระบอกสูบใหญ่กว่า 1,000 ลูกบาศก์เซนติเมตรจะใช้เวลาเพียงวันเดียวในการเดินทาง 700 กิโลเมตร ในขณะที่รถมอเตอร์ไซค์ที่มีปริมาตรกระบอกสูบเล็กกว่า 1,000 ลูกบาศก์เซนติเมตรอาจใช้เวลามากกว่า ขึ้นอยู่กับลักษณะของตัวรถและความสามารถหรือความคุ้นเคยของผู้ขับขี่อีกด้วย

การออกทริปเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สะท้อนรสนิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตตามอุดมคติอย่างหนึ่งของผู้ใช้รถมอเตอร์ไซค์ สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดวัฒนธรรมทางสายตา และวัฒนธรรมประชานิยมว่า บุคคลซึมซับแนวคิดการออกทริปนี้ผ่านสื่อสาธารณะ เช่น YouTube Facebook Pantip และการปฏิบัติเป็นระยะเวลานานจนรู้สึกราวกับว่าเป็นรสนิยมความชื่นชอบที่เกิดขึ้นเองโดยอัตโนมัติ การท่องเที่ยวด้วยรถมอเตอร์ไซค์ มีหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับลักษณะและสมรรถนะของตัวรถ ทั้งรถที่ใช้วิ่งบนถนน วิ่งในทางลุยดินลุยโคลน รถในแต่ละลักษณะมีกิจกรรมเฉพาะ มีลักษณะของกลุ่มคนที่มีทุนทางสังคมเฉพาะ ที่อยู่ในลำดับชั้นทางสังคมใกล้เคียงกัน เช่น มีระดับการศึกษาใกล้เคียงกัน มีฐานะหน้าที่การงานและรายได้ในระดับใกล้เคียงกัน ใช้รถมอเตอร์ไซค์เพื่อสื่อความหมาย แสดงอัตลักษณ์เชิงปัจเจกและอัตลักษณ์เชิงกลุ่ม

การวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าไปมีส่วนร่วมกับการปรากฏการณ์ที่ศึกษา

การครอบครองรถมอเตอร์ไซค์และการออกทริปเดินทางท่องเที่ยววันนี้ถือเป็นวัฒนธรรมประชานิยมประเภทหนึ่งที่ทำให้ผู้ครอบครองสามารถใช้เพิ่มคุณค่าให้แก่ตนเอง เป็นผู้มีรสนิยม มีรับรองจากกลุ่มคนจำนวนมาก การจะมีทุนทางวัฒนธรรมได้นั้นต้องมีทุนทางเศรษฐกิจเสียก่อน เพื่อสร้างเครือข่ายทางสังคมการเข้ากลุ่มการถูกยอมรับจากกลุ่มเป็นทุนทางสังคม เช่น การซื้อรถเพื่อเครือข่ายทางสังคม ซื้อรถเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจในลักษณะการออกทริปเพื่อพูดคุยทางธุรกิจ สั่งสมจนกลายเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ได้ครอบครองรูปแบบของรสนิยมเฉพาะตัวและรสนิยมเฉพาะกลุ่ม

4.3 สรุปท้ายบทการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนาม

- 4.3.1 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดแนวคิดอัตลักษณ์
- 4.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดวัฒนธรรมประชานิยม
- 4.3.3 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดวัฒนธรรมทางสายตา
- 4.3.4 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดศิลปะสื่อใหม่
- 4.3.5 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดศิลปะป๊อปอาร์ต

4.3.1 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดอัตลักษณ์

มนุษย์สร้างอัตลักษณ์ตัวตนผ่านวัตถุและรสนิยมที่ตนเองครอบครอง วัตถุและรสนิยมดังกล่าวต้องเป็นสิ่งที่สามารถพกพาติดตัวไปได้ในพื้นที่สาธารณะเพื่อแสดงให้เห็นให้ผู้อื่นเห็น ในงานวิจัยนี้หมายถึงรถมอเตอร์ไซค์ซึ่งเป็นวัตถุที่สามารถพาไปไหนมาไหนได้สะดวกในที่สาธารณะและยังบ่งบอกอัตลักษณ์ตัวตนรสนิยมของผู้เป็นเจ้าของ เรียกว่าอัตลักษณ์เชิงปัจเจก ทั้งนี้อัตลักษณ์เชิงปัจเจกต้องอ้างอิงมาจากอัตลักษณ์เชิงกลุ่มซึ่งเป็นอัตลักษณ์ทางสังคม นั้นหมายความว่า การใช้สัญลักษณ์ที่แตกต่างจากคนอื่น สัญลักษณ์ที่ใช้จำเป็นต้องมีความเหมือนกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพื่อใช้จำแนกความแตกต่างจากกลุ่มอื่น ดังนั้นการมีอัตลักษณ์จึงหมายถึงต้องเหมือนกับอะไรบางอย่าง ในกรณีของการแต่งรถมอเตอร์ไซค์จึงต้องเลือกว่าตนต้องการมีอัตลักษณ์แบบใดก่อน แล้วจึงจะเลือกรูปแบบการตกแต่งตัดแปลงในเป็นไปตามนั้น อัตลักษณ์ตัวตนจึงถูกแสดงออกผ่านรูปแบบการสร้างสรรค์ที่ปรากฏบนรถมอเตอร์ไซค์ ให้แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆแต่ต้องเหมือนกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น

อัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ เริ่มจากบุคคลรับเอารสนิยมความชื่นชอบในการขับขี่และสะสมรถมอเตอร์ไซค์จากอิทธิพลของสื่อสาธารณะและสภาพแวดล้อมรอบตัว ผ่านการเลือกที่จะซื้อมอเตอร์ไซค์รูปแบบทางรสนิยม อุดมคติ ความชอบ เพียงบางอย่างที่ตนรู้สึกพอใจหรือถูกทำให้พอใจ เป็นกระบวนการซื้อมอเตอร์ไซค์จากภายนอกเข้าสู่ภายใน ผ่านการปฏิบัติทางร่างกายซ้ำๆยาวนาน จนติดแน่นอยู่ในตัวบุคคล เมื่อถึงเวลาจะแสดงออกมาเองราวกับเป็นรสนิยมและจริตเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือติดตัวมาแต่กำเนิด เช่น ความชอบรถมอเตอร์ไซค์ในลักษณะต่างกันของแต่ละบุคคลนั้น ไม่สามารถอธิบายได้อย่างเป็นเหตุเป็นผลมากนัก มีให้ข้อมูลคล้ายๆกันที่พบบ่อย ดังนี้ ที่ชอบรถมอเตอร์ไซค์ทรงผู้ชายเพราะเห็นญาติผู้ใหญ่ในบ้านใช้มาก่อน หรือชอบรถฮอปเปอร์เพราะเห็นบ่อยในหนัง รู้สึกว่ามันเท่ ข้อมูลของรสนิยมดังที่กล่าวมานี้ราวกับว่าเกิดขึ้นเองอย่างไม่มีที่มาที่ไป แต่หากสังเคราะห์แยกแยะให้ดีจะพบว่า อุดมคติเหล่านี้ล้วนเกิดขึ้นจากการซื้อมอเตอร์ไซค์จากภายนอก ผ่านการปฏิบัติ

ทางร่างกายที่ต้องใช้เวลานาน จนก่อร่างสร้างตัวเป็นจริตและรสนิยมส่วนบุคคล ที่ยังอ้างอิงกับรสนิยมของกลุ่ม ที่ต้องแสดงออกผ่านรูปแบบการสร้างสรรค์ที่ปรากฏบนรอมมอเตอร์ไซค์

4.3.2 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดวัฒนธรรมประชานิยม

อิทธิพลสำคัญของการสร้างอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์มาจากสื่อ เช่น ภาพยนตร์ เพลง อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ การรับสื่ออย่างยาวนานก่อให้เกิดความต้องการครองครองรสนิยมที่แตกต่างจากบุคคลอื่น แต่ยังเป็นรสนิยมและรูปแบบที่ได้รับการยอมรับในวงกว้างในเวลาเดียวกัน การครอบครองรอมมอเตอร์ไซค์ที่ตกแต่งอย่างสวยงามนั้นเท่ากับเป็นการครอบครองทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นวัฒนธรรมประชานิยมแบบหนึ่ง ที่สามารถเพิ่มคุณค่าเชิงอัตลักษณ์ให้แก่ผู้เป็นเจ้าของ

การครอบครองทุนทางวัฒนธรรมต้องเริ่มจากการมีทุนทางเศรษฐกิจคือต้องมีเงินให้การซื้อหารอมมอเตอร์ไซค์เสียก่อน ทุนทางเศรษฐกิจนี้เองที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมในระดับต่างๆ จากนั้นเข้ากลุ่มมอเตอร์ไซค์ที่มีลักษณะร่วมกัน การมีกลุ่มกลายเป็นเงื่อนไขในการสร้างทุนทางสังคมของผู้ครอบครองรอมมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์ เพราะข้อมูลและรูปแบบรสนิยมหลายอย่างจะมาจากการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนกันภายในกลุ่ม ร่วมกันสร้างและเป็นเจ้าของคุณค่าของกลุ่ม จึงเป็นการเพิ่มคุณค่าแก่ตนเองไปด้วยโดยอัตโนมัติ พัฒนากลายเป็นอัตลักษณ์ติดตัวที่แสดงออกได้โดยรูปแบบการสร้างสรรค์ที่ปรากฏบนรอมมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์

วัฒนธรรมฮอปเปอร์คือรูปแบบหนึ่งของวัฒนธรรมประชานิยมที่ต้องใช้ทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางสังคมในการเข้าถึงในลำดับขั้นแตกต่างกัน เช่น กลุ่มฮอปเปอร์ที่ขี่มอเตอร์ไซค์ราคาแพง กลุ่มมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์ที่ขี่มอเตอร์ไซค์ราคาถูกมาดัดแปลง เป็นต้น และการที่วัฒนธรรมฮอปเปอร์เป็นวัฒนธรรมประชานิยมจึงทำให้วัฒนธรรมฮอปเปอร์มีการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการตกแต่งอยู่ตลอดเวลา คล้ายเป็นกระแสแฟชั่น เช่น ปัจจุบันนิยมทำสีถึงน้ำมันแบบสีกากเพชร แต่ในอีกสองถึงสามเดือนข้างหน้าอาจหมดความนิยมลงไป เป็นต้น

4.3.3 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดวัฒนธรรมทางสายตา

ผู้วิจัยพบวาทกรรมเรื่องการครอบครองรอมมอเตอร์ไซค์ที่มีลักษณะแตกต่างไม่เหมือนใคร และการขับขี่ออกทริปท่องเที่ยว สามารถสื่อถึงความมีอิสระ มีสไตล์มีรสนิยมที่เท มีอัตลักษณ์ไม่เหมือนใคร ทำทนายประสบการณ์ที่แตกต่างจากการดำเนินชีวิตประจำวัน วาทกรรมเหล่านี้เข้ามาเกี่ยวข้องกับรอมมอเตอร์ไซค์ได้อย่างไร คำถามเหล่านี้สามารถอธิบายให้ชัดเจนขึ้นได้ด้วยแนวคิดทฤษฎีบริโภคนิยม

เชิงสัญญา ซึ่ง เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพหนึ่งที่ใช้ในการอ่านปรากฏการณ์วัฒนธรรมทางสายตาได้
ดังนี้

การบริโภคคุณค่าเชิงสัญญา

มายาคติเป็นการสร้างวาทกรรมเพื่อการยกย่องเชิดชูแนวคิดและอุดมคติหนึ่งเพื่อกดขี่อุดมคติอื่น ในกรณีของมายาคติเรื่องรถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ เป็นการชูแนวคิดที่เกี่ยวกับรูปแบบการใช้เวลาว่างและรสนิยมความชอบที่แสดงความเป็นลูกผู้ชาย เพราะการขี่รถมอเตอร์ไซค์ต้องใช้ทักษะและความอดทนมากกว่ารถยนต์ การตกแต่งก็เป็นเครื่องแสดงรสนิยมเฉพาะตัวและความมีอิสระที่จะเลือกรูปแบบการใช้เวลาว่างให้แตกต่างจากคนส่วนใหญ่ของสังคม การออกทริปเป็นกิจกรรมกลางแจ้งประเภทหนึ่งที่ใช้เพิ่มคุณค่าความเป็นลูกผู้ชายของตนให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มสังคมเฉพาะ เช่น กลุ่มเพื่อน ที่ทำงาน และสังคมออนไลน์ เป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างความสุขและความภาคภูมิใจส่วนตัวและเติมเต็มจิตใจให้แก่บุคคลที่ครอบครองวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ได้

สี่แม่แบบของเพศชาย

บุคคลค้นหาแม่แบบเหล่านั้นจากสื่อ เช่น ภาพยนตร์ การ์ตูน โฆษณา สื่อสังคมออนไลน์ บุคคลที่มีตัวตนจริง สังคมแวดล้อม พยายามเลียนแบบเพื่อสร้างตัวตนตามอุดมคติ ด้วยวิธีการปฏิบัติทางร่างกายเพื่อยกระดับคุณค่าในตัว และใช้การบริโภคเชิงสัญญาเพื่อสื่อความหมายให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเองอยู่ในกลุ่มไหนครอบครองรสนิยมและคุณค่าแบบใดในโลกของเพศชาย ผู้วิจัยขอตัวอย่างการสรุปลักษณะแม่แบบของเพศชายมาอธิบายลักษณะเดียวกันคือ ลักษณะที่หนึ่งแม่แบบของเพศชายแบบ King

แม่แบบของเพศชายแบบ King ที่ปรากฏในการสำรวจข้อมูลภาคสนามจะมีในลักษณะของผู้ใช้รถมอเตอร์ไซค์คันใหญ่มีขนาดปริมาตรกระบอกสูบใหญ่ ตำแหน่งที่นั่งสูง เสียงดัง ทำความเร็วสูง ราคาแพง การตกแต่งใช้ของราคาแพงตามไปด้วย กิจกรรมยามว่างก็มีค่าใช้จ่ายสูงตาม ประกอบด้วยมอเตอร์ไซค์ยี่ห้อจากอเมริกาและยุโรปอย่าง ฮาเลย์เดวิดสัน และ BMW อุปกรณ์ตกแต่งมอเตอร์ไซค์ที่มีราคาแพงบางอย่างติดตั้ง เพราะเหตุผลว่าได้รับความนิยมหรือเป็นประเพณีนิยมเท่านั้นอาจไม่ได้มาจากความชอบส่วนตัวของเจ้าของรถ รถมอเตอร์ไซค์ในกลุ่มแม่แบบ King เลือกรักเป็นที่สังเกตได้ง่าย เพราะมีรูปลักษณะโดดเด่นแตกต่างจากรถมอเตอร์ไซค์ประเภทอื่น เน้นเส้นโค้งขนาดใหญ่ มีตัวถังขนาดใหญ่สีดำหรือสีที่ไม่ฉูดฉาดแต่มีชิ้นส่วนโครเมียมมันวาวและลวดลายสีสดเร้าใจ เช่น ลายไฟ ลายหัวกะโหลก ฯ ลวดลายเหล่านี้จึงถูกมองว่าไร้รสนิยมจากกลุ่มแม่แบบอื่นได้ด้วย

แม่แบบของเพศชายที่พบในการสำรวจข้อมูลภาคสนามนั้นแบ่งได้ตามอายุของกลุ่มประชากรดังนี้ ช่วงอายุ 20 – 30 ปี พบว่ามีลักษณะของแม่แบบ Lover มากที่สุด ช่วงอายุ 30 – 40 ปี พบว่ามี

ลักษณะของแม่แบบ King Warrior ตามลำดับ และช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไปจึงจะเริ่มพบลักษณะของแม่แบบ King มากขึ้นซึ่งแสดงพัฒนาการของอุดมคติของเพศชายจากเด็กชายไปสู่วัยรุ่น และจากวัยรุ่นไปสู่ผู้ใหญ่ผ่านรูปแบบและองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ที่เปลี่ยนไป ตามลำดับ

4.3.4 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดศิลปะสื่อใหม่

รถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์หนึ่งคันเต็มไปด้วยรูปแบบการสร้างสรรค์ที่ใช้ทั้งเทคนิควิธีการ และวัสดุหลากหลายชนิดที่นำมาใช้สร้างใช้ตกแต่งรถมอเตอร์ไซค์ วัสดุต่างชนิดกันมาประกอบเข้าด้วยกันกับเพื่อตอบสนองเป้าหมายของการเป็นมอเตอร์ไซค์หนึ่งคัน และตอบสนองเป้าหมายทางสุนทรียะตามรสนิยมของผู้เป็นเจ้าของได้ด้วย วัสดุและเทคนิควิธีการในการตกแต่งดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์นั้น ได้รับการปรับเปลี่ยนปรับปรุงอยู่ตลอด เช่น การค้นพบโลหะชนิดใหม่ที่มีน้ำหนักเบาขึ้น โลหะที่มีสีสันทึบสวยงามแปลกตา หรือเทคโนโลยีที่สามารถขึ้นรูปโลหะให้มีรูปทรงตามแต่ต้องการได้มากขึ้น ด้วยปัจจัยข้างต้นทำให้ผู้สร้างหรือช่างสามารถสร้างสรรค์รูปแบบการตกแต่งที่แปลกตาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตามแต่จะจินตนาการ

การตกแต่งมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์เป็นการผสม ผสานรูปแบบจากหลายแหล่ง โดยใช้กฎเกณฑ์และเหตุผลตามรสนิยมความชอบผู้สร้างเอง และถ่ายทอดรูปแบบจากสื่อหนึ่งไปยังอีกสื่อหนึ่ง จากวัตถุหนึ่งไปยังอีกวัตถุ จากวัฒนธรรมหนึ่งไปยังอีกวัฒนธรรมหนึ่งอย่างอิสระตามแนวคิดศิลปะสื่อใหม่ เช่น รถสปีดใช้การตกแต่งที่รับอิทธิพลมาจากรูปแบบการตกแต่งมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์มีการรับอิทธิพลทางรูปแบบบางอย่างจากการตกแต่งสปีดเช่นกัน

4.3.5 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามภายใต้กรอบแนวคิดศิลปะป๊อปอาร์ต

รถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์คือวัตถุในชีวิตประจำวันที่เต็มไปด้วยรูปแบบการสร้างสรรค์ที่ใช้ทั้งสื่อและเทคนิควิธีการที่เป็นกระแสนิยมที่สามารถพบเห็นได้จนเคยชิน มีทั้งรูปแบบทางองค์ประกอบศิลป์และเทคโนโลยีล่าสุด เช่น เทคโนโลยีเกี่ยวกับสีในระบบอุตสาหกรรมที่แพร่หลายและมีราคาถูกลง ช่างแต่งรถจึงสามารถใช้สีที่มีความพิเศษได้มากขึ้นยกตัวอย่างการทำสีโครเมี่ยมแบบพ่นที่กำลังได้รับความนิยม ช่างหรือเจ้าของรถสามารถสร้างโครงรถขึ้นมาได้ด้วยตนเองเพราะวัสดุอุปกรณ์ราคาถูกลงโครงรถจึงมีรูปแบบที่วิจิตรพิสดารมากขึ้น รูปแบบการสร้างสรรค์ขยายขอบเขตออกไปตามการ

พัฒนาเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้นและถูกลง เหล่านี้เป็นปรากฏการณ์ร่วมสมัยที่ผู้คนจำนวนมากสามารถรับรู้ได้ และสามารถเฉลิมฉลองร่วมกันได้

ช่างและนักตกแต่งรถยนต์ไฮค์ซ้อปเปอร์รวมทั้งนักออกแบบมือสมัครเล่นที่เป็นเจ้าของรถยนต์ไฮค์เอง นิยมใช้การหิบบีมลอกเลียนรูปแบบการตกแต่งที่ปรากฏเป็นกระแสนิยมในสังคมที่มาจากรูปแบบของรถยนต์ไฮค์ราคาสูง มาปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อตกแต่งดัดแปลงรถของตนเอง โดยไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อทำให้กลายเป็นหรือเหมือนกับรถต้นแบบ แต่นำมาปรับใช้เพื่อสร้างความหมายใหม่เพื่อสื่อความหมายตามเป้าหมายที่ตนต้องการ รวมทั้งใช้รูปแบบการสร้างสรรค์เหล่านั้นสื่อสารว่าตนมีรสนิยมแบบใด อยู่ในวงชั้นทางสังคมใด หรือแม้แต่เพื่อสื่อสารว่าตนไม่ได้อยู่ในกฎเกณฑ์ทางสังคม และต่อต้านอุดมการณ์ที่สังคมพยายามสร้างให้

ปรากฏการณ์การหิบบีมรูปแบบการตกแต่งของรถยนต์ไฮค์ราคาแพงมาใช้ในรถยนต์ไฮค์ที่มีราคาถูกกว่านั้น ตอนเริ่มต้นเจ้าของรถหรือช่างมีเป้าหมายเพื่อเลียนแบบรสนิยมในวงชั้นทางสังคมที่สูงกว่า การกระทำนี้ไม่ได้ต้องการยกระดับช่วงชนทางสังคมของผู้เลียนแบบเพราะไม่สามารถทำได้ด้วยการเลียนแบบ แต่เป็นการสร้างพื้นที่ใหม่ให้แก่ตนเอง เมื่อรูปแบบการตกแต่งถูกทำซ้ำไปเรื่อยๆ เป้าหมายของการตกแต่งรถยนต์ไฮค์จะเคลื่อนจากการเลียนแบบไปสู่การกลายเป็นรูปแบบเฉพาะตัวที่สังคมร่วมกันสร้างความหมายใหม่ขึ้นมาภายหลัง โดยเป็นอิสระไม่เกี่ยวข้องกัต้นแบบอีกต่อไป ซึ่งต้องใช้ความเข้าใจใหม่ข้อตกลงใหม่ในการอ่านความหมาย

บทที่ 5 กระบวนการสร้างสรรค์

5.1 การวางกรอบแนวคิดในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ” ช่วงที่ 1

5.1.1 กำหนดกรอบสุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมช้อปเปอร์เพื่อการออกแบบประติมากรรมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

5.1.2 กรอบแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบการสร้างสรรค์และรสนิยมในศิลปะยกล้อ

5.2 การออกแบบภาพร่างและสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 1 คิงส์คะนองนา (King Kanongna)

5.2.1 รวบรวมข้อมูลสู่การสร้างสรรค์

5.2.2 กระบวนการออกแบบผลงานประติมากรรม

5.2.3 กระบวนการสร้างผลงาน

5.3 การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 2 เร็ว แรง เกิน (Too Fast and Too Furious)

5.3.1 รวบรวมข้อมูลสู่การสร้างสรรค์

5.3.2 กระบวนการออกแบบผลงานประติมากรรม

5.3.3 กระบวนการสร้างผลงาน

5.4 การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 3 ชี้อ นักลู่ตลาดสด (The Transporter)

5.4.1 รวบรวมข้อมูลสู่การสร้างสรรค์

5.4.2 กระบวนการออกแบบผลงานประติมากรรม

5.4.3 กระบวนการสร้างผลงาน

5.5 ข้อเสนอแนะและแนวทางการแก้ไขกระบวนการสร้างสรรค์สู่การปรับปรุงผลงานที่สมบูรณ์

5.5.1 ข้อสังเกตจากผลการวิเคราะห์ผลงานประติมากรรมช่วงที่ 1 และแนวทางการแก้ไข

5.5.2 ข้อสังเกตและแนวทางการแก้ไขจากการนำเสนอบทความวิจัยและสร้างสรรค์และการนำเสนอบทความวิจัย

5.6 การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4 ทองเนื้อเก้า (Golden Bike)

5.6.1 รวบรวมข้อมูลสู่การสร้างสรรค์

5.6.2 กระบวนการออกแบบผลงานประติมากรรม

5.6.3 กระบวนการสร้างผลงาน

5.1 วางกรอบแนวคิดในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลา และรสนิยมในศิลปะยกล้อ”

ในบทนี้เป็นการวางกรอบแนวคิดในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงาน “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ” ดังนี้

5.1.1 กำหนดกรอบของสุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมช้อปปิ้งเพื่อการออกแบบประติมากรรมตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ผลงานชุด “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลา และรสนิยมในศิลปะยกล้อ” สะท้อนแนวคิดของกลุ่มผู้บริโภคระดับล่างในวัฒนธรรมช้อปปิ้ง มีการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะที่สื่อความหมายแตกต่างจากผู้บริโภคระดับบนเช่นกัน พฤติกรรมการเลียนแบบ ลอกเลียนรูปแบบที่หรูหรา เลียนแบบการตกแต่งด้วยวัสดุอุปกรณ์ราคาแพงของมอเตอร์ไซค์ช้อปปิ้งที่มีราคาสูง ในลักษณะการเอามาล้อเล่น ที่เล่นที่จริง เหมือนแต่ไม่ใช่ ผลที่ปรากฏจึงมักออกมาในรูปแบบของ ความตลกขบขัน การล้อเลียนตนเอง หรือแปลกประหลาดพิศดารไปเลยก็มี การเลียนแบบดังกล่าวไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อต้องการเลื่อนระดับชั้นของตนให้เหมือนต้นแบบ แต่เป็นความพยายามสร้างพื้นที่ใหม่ที่เป็นพื้นที่เฉพาะหลุดออกจากการถูกแยกว่าเป็นระดับบนหรือระดับล่าง เหลือเพียงการครอบครองอัตลักษณ์แบบช้อปปิ้งเท่านั้น โดยผู้วิจัยเรียกปรากฏการณ์นี้ว่าเรียกว่า สุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมช้อปปิ้ง

ผู้วิจัยสนใจลักษณะของมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ ที่หรูหราและมีลักษณะประดิษฐ์ประดอยที่ชัดเจน โดยเฉพาะชิ้นส่วนโลหะชุบโครเมียมและแฮนด์ยกสูงแบบซ้อปเปอร์ จึงหยิบยืมรูปแบบดังกล่าว มาผสมผสานกับรูปทรงของรถเข็นผัก ที่เป็นอุปกรณ์ที่ใช้โดยแรงงานระดับล่างรับจ้างรายวันตามตลาดสด ในผลงานชุดนี้ ผู้วิจัยแสดงให้เห็นความต้องการครอบครองอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ โดยไม่มีปัจจัยทางการเงิน จึงใช้วิธีการหยิบยืมถ่ายทอดรูปแบบการสร้างสรรค์ที่เป็นลักษณะเด่นของมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ผู้ให้ไปปรากฏบนวัตถุอื่น มาสร้างให้มีความสำคัญในฐานะเป็นวัตถุทางสุนทรียะ แสดงออกถึงการเชิดชูรูปแบบทางรสนิยมในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์อย่างชัดเจนและล้นเกิน สร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะให้แก่ผู้ชม

ตามหลักวิชาสุนทรียศาสตร์ตามแนวคิดเรื่อง ประสบการณ์ทางสุนทรียะของดิวี่ นั้น ประสบการณ์ทางสุนทรียะไม่ใช่การรับรู้เชิงปฏิบัติ เนื่องจากการรับรู้เชิงปฏิบัติ เป็นการรับรู้เพื่อใช้สิ่งที่รับรู้เป็นเครื่องมือนำไปสู่เป้าหมายอื่น แต่ประสบการณ์ทางสุนทรียะเป็นการรับรู้เพื่อการรับรู้ ในการรับรู้ที่จับในตัวเองนี้ผู้รับรู้จะได้รับความเพลิดเพลินจากการรับรู้นั้น ในผลงานชุด “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลา และรสนิยมในศิลปะยกล้อ” แม้อาศัยการรับรู้เชิงปฏิบัติก็ตาม แต่เป็นไปเพื่อสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะที่เป็นการรับรู้เพื่อการรับรู้ จบในตัวเอง ผู้รับรู้จะได้รับความเพลิดเพลินจากการรับรู้นั้น

รูปแบบและลักษณะที่ปรากฏมีลักษณะลูกผสม มีหลายเรื่องปะปนกัน รูปแบบที่ไม่กลมกลืนในทางเดียวนั้นเป็นการให้ความสำคัญต่อแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียะที่ไม่ได้หมายถึงเพียงความงามที่รับรู้ได้ด้วยการมองเห็น แต่ใช้กระบวนการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลงานประติมากรรมกับผู้ชม เพื่อนำสุนทรียะที่เกิดจากการรับรู้ ที่อาศัยทั้งการมองเห็นและการสัมผัส เพื่อให้ผู้ชมสามารถสัมผัสซ้อปซ้อรูปแบบทางรสนิยมและรับรู้สุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์

รูปแบบทางรสนิยมในวัฒนธรรมประชานิยมนำเสนอความงามที่ไม่ได้เป็นไปตามมาตรฐานจากหลักการทางสุนทรียะของศิลปะสมัยใหม่ กล่าวคือ ศิลปะสมัยใหม่เน้นการรับรู้ความงามได้ด้วยการมองเห็นและความเป็นเอกภาพกลมกลืน หรือความขัดแย้งกันขององค์ประกอบในผลงาน ส่วนกรอบของสุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์แสดงลักษณะทางสุนทรียะแบบอื่น เช่น การผสมปนเปที่ลักลั่น องค์ประกอบในผลงานอยู่ด้วยกันแบบไม่กลมกลืนแต่ไม่ขัดแย้งกัน เป็นต้น

ผู้วิจัยใช้กระบวนการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลงานประติมากรรมกับผู้ชม เพื่อให้ผู้ชมสามารถสัมผัสซ้อซ้อรูปแบบทางรสนิยมและรับรู้สุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ที่ผู้วิจัยหยิบ

ยืมมาใช้ในลักษณะใช้ในผลงานประติมากรรม การหยิบยืมรูปทรงแบบมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ที่ ตกแต่งอย่างล้นเกิน และจำลองกิจกรรมการขี่มอเตอร์ไซค์ท่องเที่ยว เป็นแนวทางในการสร้างการมี ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานศิลปะ เป็นการนำเสนอสุนทรียะที่เกิดจากการรับรู้ที่อาศัยทั้งการ มองเห็น สัมผัส และรวมไปถึงชักชวนให้ผู้ชมหยอกล้อรูปแบบการใช้ชีวิตในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ที่ สามารถสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะผ่านการรับรู้เชิงปฏิบัติ

5.1.2 กรอบแนวคิดในการสร้างสรรค์ “ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบการ สร้างสรรค์และรสนิยมในศิลปะยกล้อ”

กรอบแนวคิดการสร้างสรรค์ผลงานวิจัยเรื่อง “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบการสร้างสรรค์ และรสนิยมในศิลปะยกล้อ” นี้ตั้งอยู่บนแนวคิด การสร้างสุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ที่ว่าด้วย การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ซ้อปเปอร์ในผลงานประติมากรรม ที่มีรูปแบบการสร้างสรรค์ที่ มีลักษณะเฉพาะตัว เฉพาะกลุ่มเพื่อบ่งบอกสถานะในสังคม และใช้กรอบแนวคิดของวัฒนธรรมประชา นิยม ที่ผสมผสานรูปแบบที่ทุกคนเข้าถึงเข้าใจได้ง่ายหยิบยืมมาจากหลากหลายแหล่งที่มาโดยไม่ จำเป็นต้องมีความกลมกลืนในแง่ความงาม หากแต่ต้องการนำเสนอรสนิยมและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับ ความสุขสนุกสนานความพอใจของคนในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ที่เป็นจุดกำเนิดของการผสมรูปแบบที่ไม่ เข้ากันให้อยู่ด้วยกันบนชิ้นงานประติมากรรม

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างสังคมกับบุคคลเปลี่ยนแปลงและเลื่อนไหลตลอดเวลา รูปแบบของการ แสดงออกถึงอัตลักษณ์จึงสามารถเปลี่ยนแปลงเลื่อนไหล ดำรงอยู่เพียงชั่วคราวได้เช่นกัน ผลงาน ประติมากรรมเป็นวัตถุที่สามารถสวมอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ให้แก่ผู้ชมที่เข้ามาปฏิบัติ สัมพันธ์กับผลงานได้ด้วยการนั่งคร่อมงานประติมากรรม ในลักษณะเดียวกับการคร่อมมอเตอร์ไซค์ ด้วยองค์ประกอบของงานประติมากรรมและท่าทางของร่างกาย ผู้ชมจะสามารถครอบครองอัตลักษณ์ แบบซ้อปเปอร์ได้ชั่วขณะ และรับรู้สุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ได้ในเวลาเดียวกัน ผู้วิจัยจึงแบ่ง การกำหนดกรอบคิดในผลงาน “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลา และรสนิยมในศิลปะยกล้อ” ไว้ สองข้อดังนี้

กรอบคิดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับงานศิลปะ

การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับงานศิลปะนั้นเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ศิลปินศิลปะสื่อใหม่ใช้ นำเสนอทัศนคติความคิดผ่านงานศิลปะ มากกว่าการใช้เพียงแค่ตัวสื่อที่ทันสมัย ศิลปินพยายาม นำเสนอและอธิบายปรากฏการณ์ทางสุนทรียภาพที่ไม่ได้หมายถึงเพียงความงามที่รับรู้ได้ด้วยการ มองเห็นเท่านั้น แต่ยังมีประสบการณ์ทางสุนทรียะแบบอื่นอีก ศิลปะสื่อใหม่ในปัจจุบันจึงนำเสนอ สุนทรียะที่รับรู้สัมผัสได้ด้วยการเข้าไปมีส่วนร่วม มีปฏิสัมพันธ์กับผลงาน สำหรับ “ประติมากรรมสื่อ ใหม่ รูปแบบลีลา และรสนิยมในศิลปะติดล้อ” ผู้ชมไม่เพียงรับรู้สุนทรียะจากการมองความงามของ รูปทรงประติมากรรมเท่านั้น แต่สามารถรับรู้สุนทรียะต้นทางของรูปแบบและรสนิยมที่นำมาใช้ใน ผลงานประติมากรรมโดยการมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับงานประติมากรรม ซึ่งผู้ชมจะเชื่อมโยงได้ทั้ง รูปแบบรสนิยมและหลักการทางสุนทรียภาพที่มาจากวัฒนธรรมช็อปเปอร์

การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับงานศิลปะนั้นเป็นกลวิธีหนึ่งที่ศิลปินศิลปะสื่อใหม่ใช้ นำเสนอประสบการณ์ทางสุนทรียภาพแบบอื่นอีก เช่น กลวิธีการใช้ร่างกาย และท่าทางของผู้ชมให้ กลายเป็นส่วนหนึ่งของผลงานประติมากรรม ในงานวิจัยนี้จะสร้างกลไกการเข้าไปมีส่วนร่วมของผู้ชม ในฐานะผู้ที่เข้าไปนั่งคร่อม และซบซึ้งผลงานประติมากรรมร่างกายของผู้ชมจะกลายเป็นส่วนของ ผลงานประติมากรรมที่สมบูรณ์ ทั้งแง่ของวัตถุทางสุนทรียะ และการรับรู้ประสบการณ์ทางสุนทรียะ แบบวัฒนธรรมช็อปเปอร์

กรอบคิดสุนทรียะแบบหลังสมัยใหม่ การหยิบยืมในศิลปะป๊อปอาร์ต กับการหยิบยืมใน “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลา และรสนิยมในศิลปะติดล้อ”

หลักการการหยิบยืมในศิลปะป๊อปอาร์ต คือ การหยิบรูปแบบจากไอคอนในวัฒนธรรมประชานิยม ซึ่งเป็นภาพที่เป็นที่รู้จัก ผู้ชมสามารถเห็นแล้วเข้าใจได้ทันทีว่าเป็นภาพอะไร มีที่มาอย่างไร มา ดัดแปลงปรับเปลี่ยนตามแนวคิดทัศนคติของศิลปิน แต่จะเห็นได้ว่าเป็นเพียงการหยิบยืมรูปแบบและ ความหมายที่ติดมาเท่านั้นไม่ได้รวมเอาการหยิบยืมกรอบแนวคิด รสนิยม และหลักการสุนทรียภาพ ของต้นทางมาด้วย หรือไม่ได้นำมาเป็นประเด็นหลักในการนำเสนอเท่าไรนักในศิลปะป๊อปอาร์ต

“ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลา และรสนิยมในศิลปะติดล้อ” รูปแบบของผลงาน ประติมากรรมที่สร้างขึ้นจากหลักการหยิบยืมแนวคิด รสนิยม และรูปแบบการตกแต่งดัดแปลง ยานพาหนะที่เกี่ยวข้องวัฒนธรรมช็อปเปอร์ รวมทั้งรูปแบบจากวัตถุข้างเคียงมาใช้ในการสร้างสรรค์ ผลงาน โดยการขยายขนาดให้ใหญ่โตกว่าปกติ ตกแต่งประดับประดามากหรือเด่นกว่ารูปแบบจากต้น ทาง

5.2 ออกแบบภาพร่างและสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 1



ภาพที่ 21 คิงส์คะนองนา (King Kanongna) 2014-2015

90 x 300 x 280 เซ็นติเมตร

เทคนิค สื่อมผสม

ที่มา จากผู้วิจัย



5.2.1 รวบรวมข้อมูลสู่การสร้างสรรค

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง อัตลักษณ์

ผู้วิจัยมักพบการล้อเลียนความเป็นลักเซอริแบรน์ของมอเตอร์ไซค์ ฮาเลย์ เดวิสสัน ที่เป็นสินค้าจากสหรัฐอเมริกา ผู้ซื้ฮาเลย์ชาวอเมริกันมีภาพลักษณ์ที่เท่ เก๋ นอกกรอบหรือนอกกฎหมาย อิสระเสรี ก้าวร้าว ชอบใช้ความรุนแรง รักความเร็ว สิ่งเหล่านี้กลายเป็นอัตลักษณ์เชิงปัจเจกและอัตลักษณ์เชิงกลุ่มของสิ่งนักบิดที่ครอบครองมอเตอร์ไซค์ลักษณะรูปทรงแบบนี้ไป แต่สำหรับในสังคมไทย การซื้ฮาเลย์กลายเป็นคนละบริบท ด้วยราคาที่แพงผู้ที่สามารถครอบครองได้จึงต้องมีฐานะทางการเงินที่สูงและมีทุนทางสังคมที่ดี ลักษณะ เท่ เก๋ นอกกรอบหรือนอกกฎหมาย ก้าวร้าว ชอบใช้ความรุนแรงจึงเป็นเพียงความพยายามสื่อความหมายด้วยรูปแบบการสร้างสรรคเท่านั้น

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง วัฒนธรรมทางสายตา

"คิงส์คะนองนา" ทำหน้าที่สื่อความหมาย ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นสามระดับตามแนวคิดแบบสัญศาสตร์ดังนี้ ความหมายระดับที่หนึ่ง คือยานพาหนะสามล้อที่มีพวงท้าย ผสมผสานรูปทรงมอเตอร์ไซค์กับล้อกับล้อเข้าด้วยกัน ความหมายระดับที่สอง ทำหน้าที่สื่อความหมาย อิสระเสรี โฉบเฉี่ยว ก้าวร้าว ลั่นเกิน และความหมายระดับที่สาม ต่อต้านรสนิยมและมาตรฐานสังคม

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง สี่แม่แบบของความเป็นชาย KWML

การพิจารณาแม่แบบของ "คิงส์คะนองนา" จำเป็นต้องเริ่มพิจารณาจากแม่แบบของ ฮาเลย์ เดวิดสันและแม่แบบของรถสิบล้อเสียก่อน ที่ว่าด้วยความเป็นลูกผู้ชาย ที่สามารถควบคุมเครื่องยนต์ที่มีขนาดใหญ่ มีพลังกำลังมาก อีกทั้งมีราคาสูง เป็นจุดสนใจไปที่ไหนก็มีแต่คนมองเห็นเด่นชัดมาแต่ไกล เหล่านี้ล้วนเข้าข่ายคุณสมบัติของแม่แบบคิงส์มากที่สุด

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง ศิลปะสื่อใหม่

ประติมากรรม "คิงส์คะนองนา" เป็นการให้ความสำคัญต่อแนวคิดทางสุนทรียภาพที่แสดงถึงยุคสมัยและวัฒนธรรมแวดล้อมที่ผู้วิจัยอาศัยอยู่ แนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียะที่เปลี่ยนไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติของคนในสังคมปัจจุบัน ที่สุนทรียะไม่ได้หมายถึงเพียงความงามที่รับรู้ได้ด้วยการมองเห็นเท่านั้น แต่ยังมีปรากฏทางสุนทรียะแบบอื่น การเปลี่ยนสถานะของการนำเสนอและการเปลี่ยนประสบการณ์ของผู้ชม เช่น สุนทรียะที่รับรู้สัมผัสได้ด้วยการเข้าไปมีส่วนร่วม และการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานศิลปะ เป็นต้น ผลงานประติมากรรม "คิงส์คะนองนา" ใช้กระบวนการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลงานประติมากรรมกับผู้ชม เพื่อให้ผู้ชมสามารถสัมผัสกับรูปแบบทางรสนิยมและรับรู้สุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมช็อปเปอร์

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง ศิลปะหลังสมัยใหม่

การใช้กรอบคิดแบบศิลปะหลังสมัยใหม่ มาวิเคราะห์ผลงานประติมากรรม "คิงส์คะนองนา" จะพบว่ารูปแบบและลักษณะที่ปรากฏในผลงานประติมากรรมนั้นสามารถอธิบายได้ด้วยลักษณะสำคัญของแนวคิดศิลปะหลังสมัยใหม่ อาทิเช่น การปฏิเสธเอกภาพ ด้วยลักษณะการเป็นลูกผสมมีหลายเรื่องปะปนกันระหว่างล้อกับมอเตอร์ไซค์ช็อปเปอร์ และรูปแบบที่ใช้ในผลงานที่ไม่กลมกลืนกับในทางเดียว การนำรูปแบบทางวัฒนธรรมช็อปเปอร์มาขยายมาล้อเลียนดัดแปลง และสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานศิลปะ เพื่อนำเสนอสุนทรียะที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม มีนอกเหนือจากการการมองเห็นเพียงอย่างเดียว

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง ป๊อปอาร์ต แอปโพรปริเอชัน และศิลปะปกรณศึกษา

การหยิบรูปแบบการสร้างสรรค์ที่พบในชีวิตประจำวันอย่างเช่น ลวดลายไทยแบบร่วมสมัยที่ ตกแต่งบนรถสิบล้อ และภาพสีน้ำมันรูปทุ่งนาและบ้านเรือนในชนบทที่บังบอกพื้นเพของเจ้าของรถใน ลักษณะหวนระลึกความหลัง การประดับประดาทับทิมสะท้อนแสง และลักษณะที่แสดงความหรูหรา ของโลหะชุบโครเมียม มาใช้อย่างตรงไปตรงมาในผลงานประติมากรรมเพื่อต้องการให้ผู้ชมสามารถ เชื่อมโยงระหว่างผลงานประติมากรรมกับแหล่งที่มาของรูปแบบการสร้างสรรค์ได้ และยังสามารถ เชื่อมโยงแนวคิดเกี่ยวกับหลักสุนทรียภาพในวัฒนธรรมย่อย ที่เป็นเหตุของการสร้างรูปแบบดังกล่าว ด้วย

อิทธิพลของรูปแบบทางศิลปะที่จะใช้ในผลงานชิ้นนี้ประกอบด้วย การใช้รูปแบบการตกแต่ง จากระสนิยมสาธารณะแบบ คุณส์ เช่น ใช้ลวดลายสีสันฉูดฉาดอย่างที่ใช้ในการพันทบนรถสิบล้อ การ ดัดแปลงประติมากรรมให้มีรูปแบบมอเตอร์ไซค์ที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ของเจ้าของแบบ จีนสง และการให้ผู้ชมสามารถขึ้นไปขึ้นงานประติมากรรมได้แบบ วูร์ม

5.2.2 กระบวนการออกแบบผลงานประติมากรรม

แนวคิดในผลงานประติมากรรม

แนวคิดและกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่ปรากฏบนผลงานประติมากรรม

ผลงาน “คิงส์คะนองนา” สะท้อนแง่มุมที่ว่าด้วยการเลียนแบบ การถ่ายเทรูปแบบ และ ทัศนียภาพของซ้อปเปอร์ไปย้งยานพาหนะอื่น เช่น รถบรรทุกสิบล้อ เพื่อให้ผลงานประติมากรรมสามารถ ครอบครองอัตลักษณ์แบบ ดุเท่ เก๋า นอกกรอบ ก้าวร้าว แบบเดียวกันกับที่ปรากฏบนมอเตอร์ไซค์ ซ้อปเปอร์และรถบรรทุกสิบล้อซึ่งเข้าข่ายแม่แบบของเพศชายแบบคิงส์

ผลงานประติมากรรมคิงส์คะนองนา ไม่ได้เป็นการเลียนแบบรูปแบบตกแต่งยานพาหนะ เพื่อให้กลายเป็นมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ หรือสิบล้อ แต่ใช้เค้าโครงของซ้อปเปอร์และสิบล้อ มา นำเสนอสุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ที่ต้องรับรู้ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลงานศิลปะกับ ผู้ชม ซึ่งเป็นข้อแตกต่างระหว่างวัตถุประสงค์ของการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมกับการ สร้างสรรค์จากแหล่งที่มาของรูปแบบที่นำมาใช้

ตารางการสังเคราะห์แนวคิดการสร้างสรรค์ประติมากรรม ชั้นที่ 1

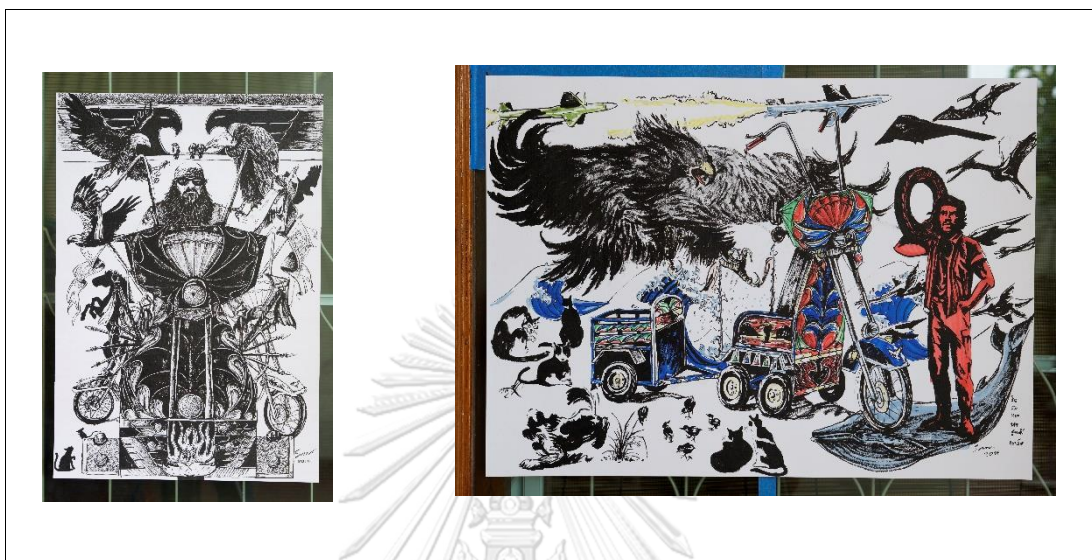
มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์	รถสิบล้อ	ภาพในมโนทัศน์
 <p>ซ้อปเปอร์หน้ายาว แชนด์ยกสูง</p>	 <p>สิบล้อที่ตกแต่งด้วยการเขียนลาย ภาพสีน้ำมัน และประดับตกแต่งแบบเก่า</p>	
 <p>ซ้อปเปอร์แบบมีโม่งบังลม</p>	 <p>สิบล้อที่ตกแต่งแบบใหม่ จะเรียบง่ายกว่า</p>	

ตารางที่ 7 การสังเคราะห์แนวคิดการสร้างสรรค์ประติมากรรมชั้นที่ 1

รูปแบบของผลงานประติมากรรม

ผลงานประติมากรรม “คิงส์คะนองนา” มีลักษณะที่แสดงถึงความหรูหราประดิษฐ์ประดอยของชิ้นส่วนโลหะชุบโครเมียม โม่งหรือหน้ากากบังลมขนาดใหญ่ แชนด์ยกสูงแบบซ้อปเปอร์ และรูปแบบใช้ที่ตกแต่งบนรถสิบล้อ เช่น ลวดลายไทยแบบร่วมสมัย การประดับประดาทับทิมสะท้อนแสง ภาพสีน้ำมันรูปทุ่งนาและบ้านเรือนในชนบท ภาพทะเล และภาพเขาตะปู ที่บ่งบอกพื้นเพของเจ้าของรถในลักษณะหวนระลึกความหลัง ลักษณะทั้งสองแบบถูกนำมาใช้ปะปนกันโดยตรงไปตรงมาในผลงานประติมากรรมเพื่อต้องการให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงระหว่างผลงานประติมากรรมกับแหล่งที่มาของรูปแบบการสร้างสรรค์ และแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติภาพในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ที่เป็นเหตุของการสร้างรูปแบบดังกล่าวด้วย อาจกล่าวได้ว่า ผลงานประติมากรรม “คิงส์คะนองนา” มี

ลักษณะเป็นงานศิลปะแบบลูกผสม Hybrid มีหลายเรื่องปะปนกัน และยังปฏิเสธความเป็นเอกภาพของรูปทรงโดยการใช้รูปแบบที่ไม่กลมกลืนกันในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม เพื่อสะท้อนการสร้างรสนิยม และมาตรฐานทางสุนทรียะที่วัฒนธรรมซอปปเปอร์กำหนดขึ้นเอง



ภาพที่ 22 ภาพร่างผลงานชิ้นที่1
ที่มา จากผู้วิจัย

กระบวนการการออกแบบ

ผลงาน “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบและรสนิยมในศิลปะยกล้อ” ชิ้นที่1 ผลงานชื่อ “คิงส์คะนองนา” นำเสนอแนวคิดในเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ อัตลักษณ์ถูกสร้างผ่านการสร้างปฏิสัมพันธ์กับสังคมของเจ้าของอัตลักษณ์ และผู้สร้างเองก็สรรหาวิธีการแสดงออกผ่านรูปแบบเฉพาะตัว ก็เหมาะสมกับเฉพาะกลุ่ม อันเป็นการบ่งบอกตัวตนในสังคมที่ขับเคลื่อนด้วยกระแสวัฒนธรรมประชานิยม อัตลักษณ์แบบนี้มีลักษณะที่ทุกคนเข้าถึง เข้าใจได้ง่าย อัตลักษณ์มีความหลากหลายทางเนื้อหา เนื่องจากมันผ่านการหยิบยืมดัดแปลงมาจากหลายวัฒนธรรม สิ่งที่สำคัญ คือ การสร้างอัตลักษณ์ผ่านกระบวนการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างสังคมกับบุคคลเป็นสิ่งที่ไม่คงที่ สามารถเปลี่ยนแปลงและเลื่อนไหลได้ตลอดเวลา ฉะนั้นรูปแบบของการแสดงอัตลักษณ์จึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้เช่นกัน “คิงส์คะนองนา” จึงนำเสนอรูปแบบการแสดงอัตลักษณ์ที่มีลักษณะชั่วคราว

การออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 1 “คิงส์คะนองนา” ใช้รูปแบบการตกแต่งที่ปรากฏอยู่บนรถบรรทุกสิบล้อและรถมอเตอร์ไซค์ซอปปเปอร์ รูปแบบทั้งสองมีลักษณะเฉพาะตัวที่โดดเด่นด้วยขนาดใหญ่โตมองเห็นได้แต่ไกล การออกแบบลวดลายด้วยสีฉูดฉาด ประยุกต์

มาจากลวดลายร่วมสมัยและลายพื้นบ้านเป็นรูปแบบที่ใช้ปะปนกันในวัฒนธรรมประชานิยม เช่น รูปนกอินทรี เครื่องบิน ดาวห้าแฉก ลายกระจัง และลายริ้วผ้า เป็นต้น มีการใช้ชิ้นส่วนซูเปอร์โครมเมียมขัดเงาสร้างการตกต่าที่สะดุดตา และมีการถ่ายทอดหีบยืมรูปแบบการสร้างสรรค์ข้ามวัฒนธรรมกันไปมา ให้ปรากฏเห็นพร้อมกันในผลงาน

ตารางการทดลอง และการออกแบบผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 1

แนวคิด	การทดลอง	ผลการทดลอง
ออกแบบภาพร่างตามมโนทัศน์เพื่อกำหนดลักษณะโดยรวมของผลงานที่จะผลิตขึ้น ใช้ลักษณะของการตกแต่งซ้อปเปอร์ผสมผสานกับการตกแต่งและรูปทรงของสืบล้อ		
 <p>หาสัดส่วนความสูงของชิ้นงานที่จะทำให้</p> <p>ร่างกายยืนยึดตัวและกางแขนทำมุมฉาก 90 องศา</p>	 <p>สูง 180 cm.</p>	 <p>แฮนสูง cm. จะทำให้ผู้ชมที่สูงตั้งแต่ 155 cm. – 180 cm. ยืนยึดตัวกางแขนเป็นมุมฉากเมื่อยืนขับผลงานประติมากรรม</p>
ทดลองนำวัตถุที่ไม่เกี่ยวข้องกับซ้อปเปอร์และสืบล้อมาตกแต่งผลงาน เช่น โคมไฟรั้วบ้าน มือจับประตู		วัตถุบางอย่างสามารถนำมาใช้งานได้เช่น มือจับประตู สวิตไฟ แต่วัตถุบางอย่างไม่นำไปสู่เป้าหมายของการสร้างสรรค์ เช่น โคมไฟบ้าน เป็นต้น

แนวคิด	การทดลอง	ผลการทดลอง
<p>เมื่อผู้วิจัยสร้างส่วนบังลมเสร็จแล้ว จึงเริ่มพิจารณาองค์ประกอบของชิ้นงานพบว่ารูปแบบที่ปรากฏยังไม่สามารถแสดงออกถึงลักษณะของข้ออปเปอร์ได้ชัดเจน จึงเพิ่มส่วนประกอบอื่นเข้าไป (โม่ง) เพื่อให้ชิ้นงานแสดงลักษณะเด่นของข้ออปเปอร์ให้ชัดเจนที่สุด</p>	 <p>เพิ่มส่วนโม่ง ครอบบริเวณไฟหน้า</p>	 <p>ผลคือ ชิ้นงานดูมีขนาดใหญ่ขึ้น มีรูปทรงและลวดลายที่สามารถมองเห็นได้จากระยะไกล ตามแนวคิดที่มาจากการตกแต่งข้ออปเปอร์ และการตกแต่งสีล้อ</p>
 <p>ผลงานตามที่ผู้วิจัยออกแบบไว้ในตอนเริ่มต้นมีเพียงส่วนหัวเท่านั้น เมื่อสร้างเสร็จตามแผนงาน ผู้วิจัยพิจารณาว่าผลงานยังขาด ส่วนที่สามารถแสดงรูปแบบที่หยิบยืมมาจากสีบล้อ จึงเพิ่มส่วนพวงท้ายให้กับผลงาน</p>	 	 <p>เมื่อเพิ่มส่วนพวงท้าย ทำให้ผลงานประติมากรรมสามารถแสดงรูปแบบอัตลักษณ์ของข้ออปเปอร์และสีบล้อได้ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน</p>

ตารางที่ 8 กระบวนการการทดลอง และการออกแบบผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 1

5.2.3 กระบวนการสร้างผลงาน

ตารางขั้นตอนการสํารวจสรุคผลงานประติมากรรม คิงส์คะนองนา

ขั้นตอน	ภาพกระบวนการการทำงาน
<p>สร้างโครงสร้างหลักของตัวชิ้นงานประติมากรรม ที่ได้แนวคิดมาจากการผสมโครงสร้างของมอเตอร์ไซค์ยิงเฟรมเข้ากับลักษณะของกะบะรถบรรทุกสิบล้อ</p>	
<p>สร้างใช้คหน้ายาว และแฮนด์บาร์ที่มีความยาว</p>	
<p>ติดล้อโดยให้ล้อหน้ามีขนาดใหญ่กว่าล้อหลัง เส้นผ่าศูนย์กลาง 18 นิ้ว ล้อหลังมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 8 นิ้ว ทำสีใช้คหน้าด้วยสีเงิน บูแผ่นโลหะบริเวณบังลม</p>	
<p>ติดตั้งระบบขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์ไฟฟ้า ใช้พลังงานจากแบตเตอรี่ ขับเคลื่อนล้อหลังด้วยโซ่</p>	

ขั้นตอน	ภาพกระบวนการการทำงาน
<p>ออกแบบลวดลายบนแผ่นบังลม โดยนำมาจากลวดลายที่ปรากฏบนการตกแต่งรถสิบล้อ มีลักษณะสีสดใส สีคู่ตรงข้ามตัดกัน สัญลักษณ์ รูปนกอินทรี รื้อผ้าที่ปลิวสับกับสายลม</p>	
<p>ร่างแบบลวดลายบนแผ่นบังลม</p>	
<p>กันกระดากาวเพื่อพ่นสีชั้นที่ 3 พ่นสีแบบไล่สีน้ำหนกอ่อนแก่</p>	
<p>ได้แผ่นบังลมที่มีลวดลายตามต้องการ</p>	

ขั้นตอน	ภาพกระบวนการการทำงาน
ทำกระบวนการเดียวกันกับบังโคลนหน้า ลายนกอินทรี	
โครงหน้ากากก้นลม	
หน้ากากก้นลมเหนือตำแหน่งไฟหน้า	
จากนั้นทำสี โดยใช้รูปแบบและแนวคิดแบบเดียวกับแผ่นบังลมด้านล่าง ให้มีความเป็นเอกภาพแบบเดียวกัน	

ขั้นตอน	ภาพกระบวนการการทำงาน
<p>ฟ่งท้าย ที่นำรูปแบบมาจากฟ่งท้ายสิบล้อ</p>	
<p>ทำสีโดยใช้รูปแบบลักษณะที่พบปรากฏบนฟ่งท้ายสิบล้อ</p>	
<p>ด้านข้าง ตกแต่งด้วยภาพวาดสีน้ำมัน ที่บ่งบอกสถานที่ (เขาตูปู จังหวัดพังงา) พื้นเพของเจ้าของรถ ตามแบบที่นิยมทำกันบนรถสิบล้อ ตกแต่งบริเวณส่วนล่างด้วย แผ่นทับทิมสะท้อนแสง รอบคัน</p>	
<p>ผลงานประติมากรรมเสร็จสมบูรณ์</p>	

ตารางที่ 9 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ประติมากรรม "คิงส์คะนองนา"

5.3 การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 2 “เร็ว แรง เกิน” Too Fast Too Furious



ภาพที่ 23 ผลงานชื่อ "เร็ว แรง เกิน" (Too Fast Too Furious) 2016

50 x 250 x 150 เซ็นติเมตร เทคนิค สีสผสม

ที่มาจากผู้วิจัย

5.3.1 รวบรวมข้อมูลสู่การสร้างสรรค์

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง อัตลักษณ์

การสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมเพื่อแสดงอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ผู้วิจัยใช้หลักการการหยาบยี่มรูปแบบของมอเตอร์ไซด์ซ้อปเปอร์ และรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ โดยนำเอาภาพจำของสิ่งหนักบิต ที่มีภาพลักษณ์ เท่ เก๋ นอกกรอบหรือนอกกฎหมาย ก้าวร้าว อิสระเสรีรักการท่องเที่ยว และรักความเร็ว ที่อัตลักษณ์ทางสังคมของผู้ครอบครองรถซ้อปเปอร์ มาใช้เป็นเป้าหมายของการสร้างอัตลักษณ์ชั่วคราวให้กับผู้ชม ซึ่งผลงานประติมากรรมสามารถสวมอัตลักษณ์แบบซ้อปเปอร์ให้ผู้ชมที่เป็นใครก็ได้ ทำให้สามารถครอบครองอัตลักษณ์แบบสิ่งหนักบิตได้ชั่วขณะที่นั่งคร่อมอยู่บนผลงานประติมากรรม

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง วัฒนธรรมประชานิยม

อัตลักษณ์แบบสิงห์นักบิณฑคือภาพจำที่มาจากวัฒนธรรมประชานิยมแบบหนึ่ง ที่แม้เริ่มจากการเป็นเพียงวัฒนธรรมย่อย แต่มีการผลิตซ้ำทำซ้ำมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน มีการปรับเปลี่ยนและถ่ายเทรูปแบบจากวัฒนธรรมอื่นโดยคนรุ่นใหม่อยู่ตลอดเวลาจนทำให้มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์รวมทั้งผู้ขี่มีเอกลักษณ์เฉพาะ สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวันผ่านสื่อ และประสบการณ์ตรงจากการเดินทางบนท้องถนน ผลงาน “เร็ว แรง เก้น” เป็นการนำภาพจำจากวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ในแง่มุมที่แสดงถึงความหมายในทางโลกีย์ สนุกสนาน บันเทิง นำเสนอเรื่องที่ดูธรรมดาในชีวิตประจำวัน มาสร้างให้มีความสำคัญในฐานะเป็นผลงานประติมากรรม ที่แสดงออกถึงรสนิยมในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง วัฒนธรรมทางสายตา

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามด้วยแนวคิดการบริโภคนิยม ผู้วิจัยสามารถแบ่งระดับชั้นของการสื่อความหมายของมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ได้สามระดับ ความหมายระดับที่หนึ่ง คือการใช้รูปแบบเค้าโครงรถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ที่เน้นชิ้นส่วนที่ใหญ่โตแวววาว และเพิ่มจำนวนให้มีปริมาณที่ล้นเกิน ความหมายระดับที่สอง ทำหน้าที่สื่อความหมายถึงคนในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ผู้มีรสนิยมรักความมีอิสระเสรี เท่ โฉบเฉี่ยว ก้าวร้าว ล้นเกิน ความหมายระดับที่สาม การใช้รูปแบบการตกแต่งยานพาหนะเพื่อต่อต้านรสนิยมตามมาตรฐานสังคม และสร้างพื้นที่เฉพาะของกลุ่มจนกลายเป็นอัตลักษณ์ทางสังคมของคนในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์หรือเรียกว่าสิงห์นักบิณฑ

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิด ศิลปะสื่อใหม่ และศิลปะหลังสมัยใหม่

นิยามรูปแบบของผลงานประติมากรรม “เร็ว แรง เก้น” มีลักษณะเป็นศิลปะสื่อใหม่ ที่เหมือนกับ “คิงส์คะนองนา” โดยทั่วไปแล้ว ศิลปะสื่อใหม่ หมายถึงผลงานทัศนศิลป์ที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสร้างสรรค์ แต่สำหรับผลงานประติมากรรมทั้งสองชิ้นนี้จัดว่าเป็นศิลปะสื่อใหม่ ไม่ใช่เพราะว่าผู้วิจัยใช้เทคโนโลยีในการขับเคลื่อนประติมากรรมแต่อย่างไร ประติมากรรมทั้งสองเป็นศิลปะสื่อใหม่อันเนื่องมาจากการที่ผู้วิจัยออกแบบกระบวนการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมเป็นสำคัญ การสร้างปฏิสัมพันธ์นี้จัดวางเป็นการ “นำเสนอ” ผลงานทัศนศิลป์ในรูปแบบที่แตกต่างจากศิลปะสมัยใหม่ กล่าวคือ ศิลปินนำเสนอศิลปะสมัยใหม่ในฐานะวัตถุที่มีความงาม อาจสรุปได้ว่า “แรง เร็ว เก้น” เป็นศิลปะสื่อใหม่ เพราะผลงานชักชวนให้ผู้ชมมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะของนั่งคร่อม บนวัตถุทางสุนทรียะที่ให้ความรู้สึกโฉบเฉี่ยว เสียงดัง เรียกร้องความสนใจ เท่แบบราคาประหยัด และไม่ได้ถูกผลิตด้วยช่างมืออาชีพ

ผลงานประติมากรรม “เร็ว แรง เก้น” มีลักษณะเป็นศิลปะหลังสมัยใหม่ด้วยเช่นกัน ความหมายของศิลปะสื่อใหม่และศิลปะหลังสมัยใหม่มีความคาบเกี่ยวกันอย่างมีนัยยะสำคัญ กล่าวคือ ศิลปะสื่อใหม่เป็นการนิยามที่พยายามอธิบายลักษณะของตัวสื่อและวิธีการนำเสนอสื่อในพื้นที่สาธารณะ ส่วนศิลปะหลังสมัยใหม่เป็นแนวคิดที่นำเสนอเรื่องสุนทรียะที่แตกต่างจากสุนทรียะของศิลปะสมัยใหม่ ในกรณีของ “เร็ว แรง เก้น” ผู้วิจัยใช้กรอบคิดแบบศิลปะหลังสมัยใหม่มาสร้างสรรค์ผลงาน ผู้วิจัยยังปรับประยุกต์ใช้วิธีการของศิลปินหลังสมัยใหม่ ได้แก่ การล้อเลียน การดัดแปลงให้หลุดไปจากบริบทเดิม และการตกแต่งอย่างล้นเกินมาใช้ในการสร้างผลงาน สุดท้าย ผู้ชมจะได้สวมอัตลักษณ์แบบช้อปปิ้งเปอร์ และทดลองเข้าร่วมกิจกรรมการช้อปปิ้งเปอร์ไร้ช้อปที่วุ่นวาย ที่ไม่ต้องเจอสายลมแสงแดด แต่เจอเพียงแผ่นภาพทิวทัศน์ที่หมุนวนระหว่างกลางวันและกลางคืนอย่างรวดเร็ว เป็นการหยอกล้อกับการช้อปปิ้งเปอร์เชิงท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะโดยในเชิงปฏิบัติ ซึ่งแตกต่างจากหลักการสุนทรียศาสตร์แบบดั้งเดิมที่เชื่อว่าการปฏิบัติไม่สามารถสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะได้

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิด ศิลปะป๊อปอาร์ต การหยิบยืม และศิลปินกรณีศึกษา

การหยิบยืมรูปแบบการสร้างสรรค์ที่พบในชีวิตประจำวันอย่างมอเตอร์ไซค์ช้อปปิ้งเปอร์ มาใช้นำเสนอด้วยหลักการทางสุนทรียภาพของวัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์ในงานประติมากรรม โดยเน้นและขยายรูปแบบของสุนทรียะ เพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงรับรู้ได้ง่ายและรวดเร็ว เช่น การนำลักษณะที่ปรากฏบนมอเตอร์ไซค์ช้อปปิ้งเปอร์มาใช้อย่างตรงไปตรงมาในผลงานประติมากรรม เพื่อต้องการให้ผู้ชมสามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผลงานประติมากรรมเข้ากับที่มาของรูปแบบการสร้างสรรค์ และยังสามารถเชื่อมโยงแนวคิดเกี่ยวกับบริบทความเชื่อการใช้ชีวิตของกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมช้อปปิ้งเปอร์ โดยที่ผู้ชมสามารถสัมผัสสุนทรียะดังกล่าวได้โดยการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรมโดยตรง

รูปแบบการสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับข้อมูลศิลปินกรณีศึกษาในผลงาน เร็ว แรง เก้น มีดังนี้ ใช้การดัดแปลงประติมากรรมให้มีรูปแบบมอเตอร์ไซค์ที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ของเจ้าของแบบจินตนาการ และการให้ผู้ชมสามารถขึ้นไปขี่บนงานประติมากรรมได้แบบ วูรัม ใช้วัตถุที่สีสนับดูฉูดฉาดและการชุบโครเมียมเงาแวววาวแบบ คุณส์

5.3.2 ออกแบบผลงานประติมากรรม

แนวคิดและกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่ปรากฏบนผลงานประติมากรรม

มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ และไบค์เกอร์หรือสิงห์นักบิด คือภาพลักษณ์เฉพาะตัว เฉพาะกลุ่มที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน ผลงาน “เร็ว แรง เกิน” เป็นการนำภาพลักษณ์จากวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ในแง่มุมที่แสดงถึงความสนุกสนาน บันเทิง ที่ดูเป็นเรื่องไกลตัวผู้ชม มาสร้างให้มีความสำคัญในฐานะประติมากรรม ที่แสดงออกถึงการเชิดชูรสนิยมในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์อย่างล้นเกินจนผู้ชมที่เข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานสามารถรับรู้และจินตนาการได้ถึงความสนุกสนาน บันเทิงในกิจกรรมการขี่มอเตอร์ไซค์ท่องเที่ยวของคนในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์

“เร็ว แรง เกิน” แสดงภาพจำของวัตถุที่สื่อถึงกิจกรรมและรสนิยมในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ประกอบด้วยรูปแบบการตกแต่งที่เป็นขนบของการตกแต่งดัดแปลงรถซ้อปเปอร์อย่างเคร่งครัดตามแม่แบบนักรบ เช่น การชุบโครเมียมชิ้นส่วนโลหะอย่างท่อ โช๊ค การใช้ไฟหน้ากลม และการใช้ระบบกันสะเทือนหน้าแบบสปริงเกอร์ เป็นต้น ส่วนสีส้น และความใหญ่โตนั้นเข้าข่ายแม่แบบคิงส์



มอเตอร์ไซค์ยิ้งเฟรม	ภาพจากสื่อเกี่ยวกับแนวคิดการเดินทางท่องเที่ยวทางไกล
	 <p>ภาพจากภาพยนตร์</p>
	 <p>ภาพจากงานจิตรกรรมแบบ kitsch</p>
งานประติมากรรมที่หยิบยืมรูปแบบจากรถยิ้งเฟรม	หยิบยืมแนวคิดเกี่ยวกับสุนทรียะในการขี่ท่องเที่ยวแบบไม่กำหนดจุดหมายปลายทาง

ตารางที่ 10 การสังเคราะห์แนวคิดการสร้างสรรคผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 2

รูปแบบของผลงานประติมากรรม

ผลงาน “เร็ว แรง เกิน” หยิบยืมลักษณะรูปแบบของมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ ที่เป็นอัตลักษณ์เชิงปัจเจกและอัตลักษณ์เชิงกลุ่มของสิงห์นักบิดในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์แบบในสังคมไทยกลายเป็นคนละบริบทกับวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ในอเมริกาแหล่งต้นทางของแนวคิด ลักษณะเท่ เก๋ ก้าวร้าวเป็นเพียงสัญลักษณ์ที่ใช้สื่อความหมายให้ผู้พบเห็นรับรู้ถึงรสนิยม และอัตลักษณ์ทางสังคมของผู้ครอบครองรถซ้อปเปอร์เท่านั้น

ผลงาน “เร็ว แรง เกิน” หยิบเอารูปแบบการสร้างสรรคมานำเสนอด้วยหลักการทางสุนทรียภาพของวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ที่พบในชีวิตประจำวัน โดยเน้นและขยายรูปแบบของสุนทรียะและรสนิยมของวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ให้เด่นชัด จนผู้ชมสามารถเข้าถึงรับรู้ได้ง่ายและรวดเร็ว ผู้ชมสามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผลงานประติมากรรมเข้ากับที่มาของรูปแบบการสร้างสรรค

และแนวคิดเกี่ยวกับสนิยมความเชื่อการใช้ชีวิตของกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์อีกด้วย



ภาพที่ 24 ภาพร่างผลงาน “เร้ว แรง เก็น”
ที่มา จากผู้วิจัย

กระบวนการออกแบบ

สมมุติฐานในการออกแบบผลงานประติมากรรม “เร้ว แรง เก็น”

รูปแบบของวิถีชีวิตที่กลายเป็นภาพจำของคนในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ปรากฏบนสื่อต่างๆ เช่น ภาพยนต์ งานศิลปะ และงานโฆษณา ฯลฯ ได้กลายเป็นรูปแบบที่ติดตรึงอยู่ในความทรงจำของผู้รับรู้โดยทั่วไป เช่นเมื่อมองเห็นรูปแบบการสร้างสรรค์ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์บนมอเตอร์ไซค์ หรือบุคคลที่มีอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์จะสามารถเชื่อมโยงกับภาพจำได้ทันทีที่เป็นสิ่งหนึ่งกบิต ที่ใช้ชีวิตอิสระ ไม่ยึดถือกฎเกณฑ์ทางสังคม รวมทั้งกฎหมาย ก้าวร้าว ชอบใช้ความรุนแรง ในด้านรูปทรงของมอเตอร์ไซค์ที่เราัมักพบเห็น พอจะคาดคะเนได้ว่า คนที่ขี่มอเตอร์ไซค์แบบนี้ต้องแข็งแรง เพราะเครื่องยนต์มีพลังกำลังสูง และรูปทรงควบคุมยากมากกว่ามอเตอร์ไซค์ทั่วไป

“เร้ว แรง เก็น” หยิบยืมทั้งรูปแบบการสร้างสรรค์ และแนวคิดที่เป็นภาพจำจากวัฒนธรรมทางสายตาของรถมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์ มาใช้เป็นหลักการในการสร้างสรรค์ผลงาน ที่เมื่อผู้ชมเห็นต้องเข้าใจได้ทันทีว่าผลงานประติมากรรมกำลังนำเสนออัตลักษณ์ และรูปแบบวิถีชีวิตแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ผ่านรูปลักษณ์ของประติมากรรมที่มีเค้าโครงมาจากรถมอเตอร์ไซค์ และผู้ชมสามารถชี้และบิดคันเร่งเพื่อให้เกิดเหตุการณ์จำลองการออกทริปท่องเที่ยว อันเป็นกิจกรรมหลักในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ด้วยสมมุติฐานข้างต้น ผู้ชมน่าจะสามารรับรู้ และรู้สึกมีส่วนร่วมกับแนวคิดรสนิยมในวัฒนธรรมฮอปเปอร์

ธรรมซ้อปเปอร์ได้จากทั้งการเห็น และการปฏิบัติทางร่างกาย

ตารางกระบวนการทดลอง และการออกแบบผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 2

แนวคิด	การทดลอง	ผลการทดลอง
<p>ออกแบบภาพร่างของผลงานตามมโนทัศน์ ที่มีเป้าหมายเพื่อนำเสนอรูปแบบที่จะสามารถนำไปสู่การรับรู้สุนทรียะแบบซ้อปเปอร์</p>	<p>ต้องการให้มีลักษณะของประติมากรรมที่อาศัยรูปทรงของมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์โดยทำให้ล้นเกินในลักษณะล้อเล่น เช่น เพิ่มขนาดและจำนวนท่อไอเสีย ถังน้ำมันขนาดใหญ่ มีองค์ประกอบเกือบทุกอย่างของซ้อปเปอร์แต่ไม่มีล้อ</p>	
<p>   </p> <p>ในการออกแบบผลงานชิ้นนี้ ผู้วิจัยต้องการนำเสนอรูปแบบการสร้างสรรค์ในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ให้ผู้ชมเห็นแล้วรับรู้ได้ทันที</p>	<p>   </p> <p>ผสมรูปแบบการขยายขนาดและหยาบวัสดุที่หาได้จากชาวบ้านมาใช้ สร้างผลงานออกมาให้มีลักษณะไม่ได้มาตรฐานโรงงานอุตสาหกรรม แต่เป็นฝีมือช่างชาวบ้าน</p>	<p>   </p> <p>ทำสีบริเวณตัวถัง ด้วยสีฉูดฉาด ทำสีท่อไอเสียด้วยสีโครเมียม</p>

แนวคิด	การทดลอง	ผลการทดลอง
 <p>ต้องการให้ผลงานที่นิ่งอยู่กับที่ สามารถสร้างความรู้สึกรักแก่ผู้ชม ว่า ผลงานสามารถเคลื่อนที่ได้ มีเครื่องยนต์ มีพลังงาน</p>	  <p>ผู้วิจัยทดลองติดหลอดไฟ LED บริเวณด้านในและด้านใต้ของ ชิ้นงาน</p>	 <p>ผู้ชมสามารถสร้างถึง ความ เคลื่อนไหว พลังงาน ฯ จาก แสงสีฟ้าที่เรืองอยู่บริเวณ ใต้ บังโคลนหน้า เครื่อง และใต้บัง โคลนหลัง ที่เป็นตำแหน่งของ ล้อ และเครื่องยนต์ที่ทำหน้าที่ ขับเคลื่อนมอเตอร์ไซค์</p>
 <p>ผลงานชิ้นนี้ ผู้วิจัยมีเป้าหมาย เพื่อสร้างประสบการณ์เชิง สุนทรียะแบบวัฒนธรรมฮอป เพอร์ให้แก่ผู้ชม สร้าง สถานการณ์แวดล้อมเพิ่มเติม ให้กับผลงานในแบบที่สามารถ สร้างปฏิสัมพันธ์ และสร้าง ประสบการณ์ร่วมให้กับผู้ชมได้</p>	 <p>ผู้วิจัย จึงออกแบบกลไก ฉาก หลังเป็นภาพทิวทัศน์ ที่หลุด ออกจากความเป็นจริงใน ชีวิตประจำวัน</p>	 <p>ฉากหลังผ้าใบ พื้นที่เป็นภาพ ทิวทัศน์ที่หมุนวนเป็นวง สัมพันธ์กับการบิดคันเร่ง สร้าง ประสบการณ์เทียบเคียงการ ขับขี่ท่องเที่ยวในวัฒนธรรมฮ อปเปอร์</p>

ตารางที่ 11 กระบวนการการทดลอง และการออกแบบผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 2

5.3.3 กระบวนการสร้างผลงาน

ตารางขั้นตอนการสร้างสรรค์

ขั้นตอน	ภาพการทำงาน
สร้างโครงสร้างหลักของผลงาน ตามแบบร่าง	
ปิดแผ่นโลหะบนโครงสร้างหลักเพื่อใช้เป็นพื้นในการติดตั้งส่วนอื่นเพิ่มเติมได้เพิ่มส่วนต่อ โดยใช้ท่อข้องอ เป็นส่วนเชื่อมต่อ	
ออกแบบส่วนท่อไอเสียเพิ่มเติม โดยให้มีลักษณะสอดคล้องประสานกันแบบเครื่องยนต์มอเตอร์ไซค์ขนาดใหญ่ ภาพด้านข้างโครงรถ และการติดท่อไอเสีย	
มุม 45 องศา	
ติดบังโคลนหลัง	

ขั้นตอน	ภาพการทำงาน
ติดตั้งถังน้ำมัน และทำสีรองพื้นส่วนถังน้ำมัน กับบังโคลนหลังด้วยสีแดง ไล่เปลวไฟตั้งภาพ	
ส่วนบังโคลนหลังที่ทำสีและลวดลาย เรียบร้อย	
ส่วนใช้คหน้าและ ไฟหน้าสามดวง	
ทำสีท่อด้วยสีเงินโครเมียม ส่วนบังโคลนหน้าที่ทำสีเรียบร้อย ติดตั้งชิ้นส่วนเพิ่มเติม เช่น กรองอากาศขนาดใหญ่ เบาะ แฮนด์ ฯ	
ติดหลอดไฟ LED สีฟ้าด้านล่างใต้ชิ้นงาน	

ขั้นตอน	ภาพการทำงาน
<p>ติดตั้งคู่กับฉาก (ภาพสีน้ำมันทิวทัศน์) ที่หมุนได้เปลี่ยนจากภาพกลางวันกลายเป็นภาพกลางคืน</p> <p>โดยทำงานสัมพันธ์กับการบิดคันเร่งเพื่อให้ฉากหลังเคลื่อนที่เร็วตามแรงบิดคันเร่ง ทิวทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงไป</p>	

ตารางที่ 12 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรม “เร็ว แรง เกิน”



5.4 การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 3 ชื่อ นักสู้ตลาดสด The Transporter



ภาพที่ 25 ผลงาน “นักสู้ตลาดสด”
ที่มา จากผู้วิจัย



ภาพที่ 26 ผลงาน “นักสู้ตลาดสด” ใน PSG Art Galley
ที่มา จากผู้วิจัย

5.4.1 รวบรวมข้อมูลสู่การสร้างสรรค

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง อัตลักษณ์

ภาพลักษณ์ของคนในวัฒนธรรมช้อปปิ้งที่คนทั่วไปจำได้มักมีลักษณะ เท เก้า นอกรอบ หรือนอกกฎหมาย อีสระเสรี ก้าวร้าว ชอบใช้ความรุนแรง และรักความเร็ว ภาพจำเหล่านี้ กลายเป็นอัตลักษณ์เชิงปัจเจกและอัตลักษณ์เชิงกลุ่มของสิ่งนักบิตที่ครอบครองมอเตอร์ไซค์ลักษณะ รูปทรงแบบนี้ไปด้วย สิ่งที่เกิดขึ้นมาข้างต้นมีลักษณะที่ไม่ตรงกับภาพจำของคนช้อปปิ้งที่เกิดขึ้นใน สังคมไทยนัก ผู้ที่สามารถครอบครองมอเตอร์ไซค์ช้อปปิ้งในเมืองไทยต้องมีฐานะทางการเงินที่สูง และมีทุนทางสังคมที่ดีพอควร สิ่งที่เราต้องเตรียม คือ เงินสำหรับซื้อสินค้า และค่าใช้จ่ายในการ ตกแต่งและดัดแปลงจากทรงเดิมให้กลายเป็นรถที่มีทรงช้อปปิ้งที่สมบูรณ์ ค่าใช้จ่ายอย่างหลังนี้ตก อยู่ที่หลักแสน เงื่อนไขดังกล่าวทำให้ผู้สามารถครอบครองอัตลักษณ์ช้อปปิ้งจำกัได้อยู่ในวงแคบ ผู้ที่ เข้าถึงรูปแบบทางอัตลักษณ์เฉพาะนี้ได้ต้องมีฐานะดีพอควร ส่วนภาพลักษณ์ เท เก้า นอกรอบหรือ นอกฎหมาย ก้าวร้าว ชอบใช้ความรุนแรงที่ติดมาพร้อมกับภาพจำในระดับนานาชาติ จึงเป็นเพียง ความพยายามสื่อความหมาย และกลไกในการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวของผู้ขับขี่ในสังคมไทยเท่านั้น

ผู้วิจัยใช้การหยิบยืมรูปแบบที่มาจากสองแหล่งที่แตกต่างกัน คือรูปแบบการตกแต่งใน วัฒนธรรมช้อปปิ้ง เช่นการเปลี่ยนใช้คันท้ายยาว การชุบชิ้นส่วนด้วยโครเมียม และการประดับ หลอดไฟ กับโครงหลักของผลงานประติมากรรมที่มาจากรูปทรงของรถเข็นผัก ที่เป็นอุปกรณ์ที่ใช้โดย แรงงานระดับล่างรับจ้างรายวันตามตลาดสด ในผลงานชิ้นนี้ผู้วิจัยแสดงให้เห็นความต้องการ ครอบครองอัตลักษณ์และสุนทรียะแบบวัฒนธรรมช้อปปิ้ง โดยไม่มีปัจจัยทางการเงิน ผลงาน ประติมากรรมจะสร้างขึ้นในลักษณะการล้อเลียนรูปแบบของมอเตอร์ไซค์ช้อปปิ้ง ที่เป็นสินค้า หูหรราราคาแพง ซึ่งมักจะปรากฏในสื่อเสมอจนกลายเป็นภาพประทับในความนึกคิดของคนทั่วไปเสีย แล้ว จึงใช้วิธีการหยิบยืมถ่ายเทรูปแบบการสร้างสรรค์ให้ไปปรากฏบนวัตถุอื่น เช่น มอเตอร์ไซค์ราคา ถูก ข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันที่มีล้อ ในกรณีของผลงานประติมากรรม “นักสู้ตลาดสด” ผู้วิจัย จะถ่ายเทรูปแบบการสร้างสรรค์สุนทรียะแบบวัฒนธรรมช้อปปิ้งลงไปอยู่บนรถเข็นผัก เป็นต้น

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง วัฒนธรรมประชานิยม

การมีมอเตอร์ไซค์ช้อปปิ้งไว้ในครอบครอง คือ ความใฝ่ฝันของผู้ชายจำนวนไม่น้อยใน สังคมไทย ทั้งยังมีรูปแบบที่มีอัตลักษณ์เฉพาะในวัฒนธรรมประชานิยมแบบไทยๆ และเป็นรูปแบบที่ สามารถแสดงรสนิยม วิถีชีวิต และสร้างการยอมรับในสังคมที่ตนอาศัยอยู่ได้อีกด้วย

ผลงานประติมากรรมชิ้นนี้จะนำรูปแบบที่เป็นลักษณะเด่นของมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์มอเตอร์ไซค์หน้ำยาว โครงรถซูปโครเมียม มาใช้นำเสนอวัตถุที่ดูธรรมดาในชีวิตประจำวัน มาสร้างให้มีความสำคัญในฐานะเป็นผลงานประติมากรรม ที่แสดงออกถึงการเชิดชูรูปแบบทางรสนิยมในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์อย่างชัดเจน และล้นเกินเพื่อแสดงให้เห็นปรากฏการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นอยู่ในวัฒนธรรมประชานิยมในปัจจุบัน

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง วัฒนธรรมทางสายตา

ผลงานประติมากรรมชิ้นนี้ต้องทำหน้าที่สื่อความหมายได้สามระดับ ตามแนวคิดแบบสัญศาสตร์ดังนี้ ความหมายระดับที่หนึ่ง คือวัตถุคล้ายยานพาหนะ ที่ผสมผสานรูปทรงแบบ มอเตอร์ซ้อปเปอร์กับรถเข็นผักเข้าด้วยกัน ความหมายระดับที่สอง ทำหน้าที่สื่อความหมาย รสนิยมการใช้ชีวิตแบบฮิสระเสรี โฉงฉ่าง ก้าวร้าว ล้นเกิน หลูหร่า มีรสนิยม ความหมายระดับที่สาม ต่อต้านรสนิยมและมาตรฐานสังคม ด้วยการเลียนแบบรูปแบบที่เหนือกว่า ไม่ใช่เพื่อยกระดับช่วงชั้นทางสังคมของผู้ครอบครอง แต่เพื่อสร้างพื้นที่เฉพาะทางอัตลักษณ์ด้วยการบริโภครสนิยมเชิงสัญลักษณ์

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิด ป็อบ อาร์ต และแอบโพรพริเอชัน

ผู้วิจัยใช้การตัดส่วนเอาเฉพาะส่วนหน้า ที่มีรูปลักษณะที่มองเห็นได้ชัดเจนที่สุดจากมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ มาผสมกับรถเข็นผัก เพื่อเน้นและแยกให้เห็นเฉพาะรูปแบบของสุนทรีย์หรือรูปแบบรสนิยมของวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงรับรู้ได้ง่ายและรวดเร็วกว่าการที่รูปแบบดังกล่าวอยู่บนรถมอเตอร์ไซค์ เช่น การนำลักษณะที่แสดงความหลูหร่าของโลหะซูปโครเมียม ความยาวของแฮนด์ และโซ้คหน้า การประดับประดาหลอดไฟที่ปรากฏบนมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์มาใช้โดยตรงมาในผลงานประติมากรรม มีความเป็นไปได้ที่ผู้ชมจะสามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผลงานประติมากรรมเข้ากับกับที่มาของรูปแบบการสร้างสรรค์ และยังสามารถเชื่อมโยงแนวคิดเกี่ยวกับรสนิยมความเชื่อการใช้ชีวิตของกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ บนรถมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ โดยที่ไม่มีรถมอเตอร์ไซค์ปรากฏให้เห็นในผลงานเลยก็ตาม

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดศิลปะสื่อใหม่

รูปแบบทางรสนิยมและวัฒนธรรมแวดล้อมในสังคมร่วมสมัย มีความสำคัญต่อรูปแบบการสร้างสรรค์ในวัฒนธรรมประชานิยม ที่ความงามไม่ได้มีมาตรฐานจากหลักการทางสุนทรีย์ของศิลปะสมัยใหม่ ที่เน้นความเป็นเอกภาพกลมกลืน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันทั้งในแง่รูปร่างรูปทรง และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในแง่เรื่องราว แต่รูปแบบการสร้างสรรค์ที่ปรากฏในวัฒนธรรมประชานิยมมักเป็นรูปแบบที่เกิดขึ้นอย่างไม่เรียงลำดับ ไม่ปะติดปะต่อ หรืออาจไม่เกี่ยวข้องมาจากคนละกาลเทศะกันเลย

มาอยู่รวมกันในพื้นที่เดียวกันและคนส่วนใหญ่ในสังคมยังสามารถเข้าใจ และรับรู้ถึงแหล่งที่มาและการสื่อความหมายใหม่ได้โดยไม่ต้องอธิบาย

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดศิลปะหลังสมัยใหม่

รูปแบบและลักษณะที่จะปรากฏในผลงานประติมากรรมนั้นต้องสามารถอธิบายได้ด้วยลักษณะสำคัญของแนวคิดศิลปะหลังสมัยใหม่ อาทิเช่น ลักษณะการเป็นลูกผสมแบบย่ำใหญ่ ที่มีหลายเรื่องปะปนกันระหว่างรถเข็นผักที่เป็นเครื่องมือทำมาหากินของแรงงานรับจ้างกับมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ที่เป็นการตกแต่งเพื่อความหรูหราตอบสนองความพึงพอใจ และแสดงคามมีรสนิยมที่ไม่เหมือนใคร ผู้วิจัยกำหนดรูปแบบที่ใช้ในผลงานประติมากรรม ที่นำรูปแบบทางวัฒนธรรมซ้อปเปอร์มาขยายมาล้อเลียนดัดแปลง และถ่ายเทไปยังวัตถุอื่นโดยไม่ได้เรียงลำดับเหตุผลก่อนหลัง การนำรูปแบบการตกแต่งของรถซ้อปเปอร์มาล้อเลียนดัดแปลงให้หลุดไปจากบริบทเดิม โดยการหยิบยืมรูปแบบจากวัฒนธรรมซ้อปเปอร์มาดัดแปลงใช้ตกแต่งรถเข็นผัก สร้างผลงานที่มีลักษณะที่เล่นทีจริง นำเสนอเรื่องเล็กน้อยในชีวิตประจำวันให้กลายเป็นสาระสำคัญของงานศิลปะ ตามแนวคิดศิลปะหลังสมัยใหม่

5.4.2 ออกแบบผลงานประติมากรรม

แนวคิดและกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ที่ปรากฏบนผลงานประติมากรรม

ผลงานประติมากรรม “นักสู้อลาดสด” สร้างขึ้นในลักษณะการล้อเลียนรูปแบบของมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ ที่เป็นสินค้าหรูราคาแพง ส่วนภาพลักษณ์ เป็นเพียงเครื่องมือในการสื่อความหมาย และกลไกในการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวเท่านั้น เมื่อพิจารณาผลงาน “นักสู้อลาดสด” ด้วยแนวคิดสี่แม่แบบของเพศชาย ผลงานชิ้นนี้เข้าข่ายคุณสมบัติของแม่แบบคิงส์ และนักรบ ดังนี้ “นักสู้อลาดสด” แสดงภาพจำของวัตถุที่สื่อถึงกิจกรรมการตกแต่งประดับประดาเครื่องมือทำมาหากินแบบลูกผู้ชาย เช่น การใช้แรงงานด้วยรสนิยมในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ประกอบด้วยรูปแบบการตกแต่งที่เป็นขนบของการตกแต่งดัดแปลงรถซ้อปเปอร์อย่างเคร่งครัดตามแม่แบบนี้กรบ เช่น การชุบโครเมียม ใช้คันทัน แชนด์บาร์ และการใช้ไฟหน้ากลม เป็นต้น ส่วนลักษณะของการตกแต่งประดับประดา และความใหญ่โตเกินความจำเป็นนั้นเข้าข่ายแม่แบบคิงส์ แต่น่าจะเรียกว่าเป็นความพยายามเลียนแบบ แม่แบบคิงส์ มากกว่าความพยายามกลายเป็นแม่แบบคิงส์ หรือแม่แบบนี้กรบ

รสนิยมและอัตลักษณ์สามารถแสดงออกได้ด้วยการครอบครองวัตถุที่มีรูปแบบการสร้างสรรค์ที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น หากต้องการครอบครองอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ต้องครอบครอง

มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ แต่ด้วยการมองปรากฏการณ์ดังกล่าวด้วยแนวคิดแบบป๊อปอาร์ต และแนวคิดแบบศิลปะหลังสมัยใหม่ ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามว่า หากถ่ายเทเอาเฉพาะลักษณะเด่นของรูปแบบการสร้างสรรค์แบบซ้อปเปอร์ไปสวมทับลงบนวัตถุอื่น จะยังสามารถแสดงถึงการครอบครองอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ได้หรือไม่

ในกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน นักผู้ตลาดสด ผู้วิจัยจะใช้หลักการการหยิบยืมรูปแบบการสร้างสรรค์ และหยิบยืมหลักการทางสุนทรียภาพมากจากการตกแต่งวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ มาใช้ในการสร้างรถเข็นผัก ซึ่งเป็นวัตถุที่ใช้งานในชีวิตประจำวัน และไม่มีมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ มีเพียงล้อกับด้ามจับที่ทำหน้าที่แบบแฮนด์มอเตอร์ไซค์เท่านั้น โดยมีสมมุติฐานว่ารถเข็นผักที่สร้างตามหลักการสุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์จะสามารถแสดงถึงการครอบครองอัตลักษณ์เฉพาะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ได้

ตารางแสดงการสังเคราะห์แนวคิดในการสร้างสรรค์

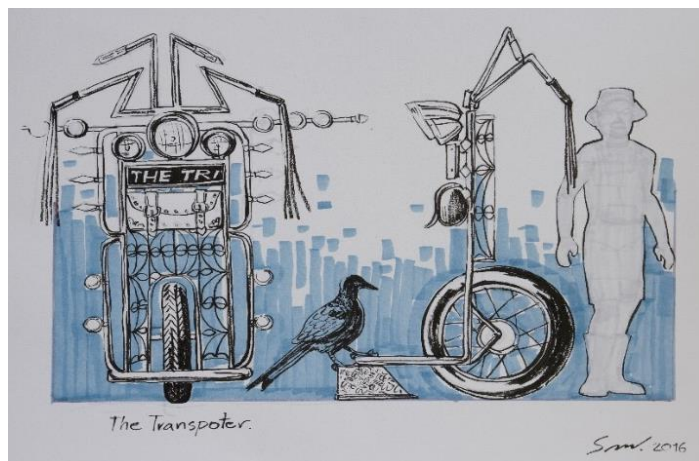
มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์	รถเข็นผักที่ใช้ชนของตามตลาดสด	ภาพร่างผลงานในจินตนาการ
		

ตารางที่ 13 การสังเคราะห์แนวคิดการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 3

รูปแบบของการสร้างสรรค์ที่ปรากฏบนผลงานประติมากรรม

ผู้วิจัยใช้การหยิบยืมรูปแบบที่มาจากสองแหล่งที่แตกต่างกัน คือ รูปแบบการตกแต่งในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์กับโครงหลักของผลงานประติมากรรมที่มาจากรูปทรงของรถเข็นผัก รถเข็นผักเป็นอุปกรณ์ที่ใช้โดยแรงงานระดับล่างรับจ้างรายวันตามตลาดสด ผลงานชิ้นนี้แสดงให้เห็นความต้องการครอบครองอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์โดยไม่มีปัจจัยทางการเงิน จึงใช้วิธีการหยิบยืมถ่ายเทรูปแบบการสร้างสรรค์ที่เป็นลักษณะเด่นของมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ให้ไปปรากฏบนวัตถุอื่น

ลักษณะเด่น ได้แก่ การชุบโครเมียม การใส่ไฟหน้าไฟเลี้ยว การใช้ล้อหน้าวงกว้าง และแฮนด์ที่มีลักษณะยกสูง ผู้วิจัยนำรถเข็นผักมาตกแต่งดัดแปลงด้วยรูปแบบจากวัฒนธรรมซอปปเปอร์ให้มีความสำคัญในฐานะเป็นผลงานประติมากรรม แสดงออกถึงการเชิดชูรูปแบบทางรสนิยมในวัฒนธรรมซอปปเปอร์อย่างล้นเกินที่ปรากฏในวัฒนธรรมตาในชีวิตประจำวัน



ภาพที่ 27 ภาพร่าง นักสูตลาดสด
โดยผู้วิจัย

5.4.3 กระบวนการสร้างผลงาน

ตารางขั้นตอนการสร้างสรรค์

ขั้นตอน	ภาพประกอบ
<p>แฮนด์บาร์ ที่มีลักษณะเกินจริง มีด้ามจับหก ด้าม เพื่อแสดงความล้นเกินของการตกแต่งที่ เน้นแสดงออกทางรสนิยมมากกว่าหน้าที่ใช้ งาน</p>	
<p>เชื่อมต่อส่วนรถเข็น กับแฮนด์บาร์ด้วยตุ้กตา แฮนด์ ที่เป็นวิธีการเดียวกันกับมอเตอร์ไซค์ เชื่อมต่อส่วนรถเข็น กับแฮนด์บาร์ด้วยตุ้กตา</p>	
<p>ส่วนล่างใช้ล้อมอเตอร์ไซค์ขนาดวงใหญ่ 18 นิ้ว และเสริมลายละเอียดที่เป็นการประดับตกแต่ง แบบลายเหล็กตัดตามช่องว่างระหว่างท่อเหล็ก</p>	
<p>ทำการพ่นสีโครเมียม ส่วนรถเข็น</p>	

ขั้นตอน	ภาพประกอบ
<p>พ่นสีโครเมียมส่วนแฮนด์บาร์</p>	
<p>รายละเอียดส่วนเหล็กตัดตามช่องว่าง</p>	
<p>นำส่วนรถเข็นกับแฮนด์บาร์มาประกอบเข้าด้วยกัน</p>	
<p>ทดลองติดตั้งหลอดไฟ หลายสี แต่พิจารณาแล้วไม่นำมาใช้เนื่องจาก เต้นกว่าโครงสร้างหลักของรถเข็น</p>	

ขั้นตอน	ภาพประกอบ
<p>ติดตั้งด้วยไฟหน้าขนาดใหญ่ ไฟเลี้ยว6ดวง พู่หนังปลายแฮนด์ ป้ายไฟLED กระเป๋าหนัง และเพิ่มล้อขนาดเล็กแบบรถเข็นฝักอีกสองล้อ</p>	
<p>ทดสอบการใช้งาน</p>	
<p>ผลงานเสร็จสมบูรณ์</p>	

ตารางที่ 14 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมขั้นที่ 3

5.5 ข้อสังเกตและแนวทางการแก้ไขกระบวนการสร้างสรรค์สู่การปรับปรุงผลงานที่สมบูรณ์

5.5.1 ข้อสังเกตจากการวิเคราะห์ผลงานประติมากรรมช่วงที่ 1 และแนวทางการแก้ไข

ข้อสังเกตข้อที่ 1

การใช้รูปแบบของโครงสร้างหลักของผลงานประติมากรรมที่มีที่มาจากหลายแหล่งที่ใกล้เคียงกันมากเกินไป ตัวอย่างเช่น ซ้อปเปอร์กับสิบล้อ และซ้อปเปอร์กับรถเข็นผัก ทำให้เป้าหมายให้ผู้ชมสามารถรับรู้ได้ถึงหลักการสุนทรียภาพแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ไขว้เขว เพราะผู้ชมจะให้ความสนใจกับการผสมรูปทรงจากหลายแหล่งที่มามากกว่าการรับรู้รูปแบบที่นำไปสู่สุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์



ภาพที่ 28 ข้อสังเกตข้อที่ 1 รูปแบบมาจากหลายแหล่งที่ใกล้เคียงกันมากเกินไป ก) ซ้อปเปอร์กับสิบล้อ ข) ซ้อปเปอร์กับรถเข็นผัก

แนวทางการแก้ไข

เลือกใช้รูปทรงที่จะมาเป็นโครงหลักของผลงานประติมากรรมที่มีแหล่งที่มาใกล้เคียงกันกับข้อมูลในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ เช่น การดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ขนาดเล็ก ที่มีราคาถูก ให้มีรูปร่างแบบมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ โดยยังเป็นการใช้หลักการหยาบยี่มรูปแบบการสร้างสรรค์ที่ปรากฏบนมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์มาถ่ายทอดลงบนวัตถุอื่น ที่มีความใกล้เคียงกับแหล่งที่มา เช่น ถ่ายทอดบนรถมอเตอร์ไซค์สกูตเตอร์ หรือมอเตอร์ไซค์ทรงผู้หญิง เป็นต้น

ข้อสังเกตข้อที่ 2

กระบวนการการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม นอกเหนือจากการให้

ผู้ชมคร่อมชี่อยู่กับที่แล้ว ยังขาดการทำให้ผู้ชมสัมผัสสรรรธรสผ่านการสร้างประสบการณ์ทางสุนทรีย์ยะอื่น เช่น ผ่านการจับชี่ เสียง กลิ่น การสัมผัสอากาศ ลม อุณหภูมิ ฯ ผ่านทางร่างกายของผู้ชม



ภาพที่ 29 ข้อสังเกตข้อที่ 2 ก) ผู้ชมสัมผัสเพียงประสบการณ์เสมือน ข) กระบวนการปฏิสัมพันธ์กับผลงานได้ผลไม่ชัดเจน

แนวทางการแก้ไข

ผลงานประติมากรรมควรสามารถทำงานได้จริง เช่น มีเสียงการสั่นสะเทือนจากเครื่องยนต์และท่อไอเสีย หรือการสามารถจับชี่ได้จริง เพื่อให้ผู้ชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรมรับรู้สุนทรีย์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ได้อย่างครบถ้วนผ่านร่างกายของตนเองมากกว่าแค่เพียงการมอง และการนั่งคร่อมอยู่กับที่โดยไม่มีเสียงหรือความรู้สึกถึงเครื่องยนต์ที่กำลังทำงาน

5.5.2 ข้อสังเกตและแนวทางการแก้ไขจากการนำเสนอบทความวิจัยและสร้างสรรค์ และการนำเสนอบทความวิจัย

นิทรรศการ “สุนทรีย์ยกล้อ” ที่ PSG Art Gallery (21/4/2559) ข้อสังเกตที่ได้รับจากแบบสอบถามและการพูดคุยกับผู้ชมนิทรรศการมีดังนี้

1. ไม่มีเสียง (เครื่องยนต์หรือเสียงจากท่อไอเสีย)
2. รูปแบบจากสลิปล้อ หรือรถเข็นผัก ทำให้เป้าหมายหลักที่ต้องการสื่อไขว้เขว
3. ผู้หญิง วัยรุ่น และสูงวัย มีปฏิกิริยาตอบสนองที่สนุกตื่นเต้นกับการได้มีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม
4. ชายที่สูงวัย แสดงปฏิกิริยาในทางไม่ชอบเพราะผลงานประติมากรรมแสดงรูปแบบทางรสนิยมที่ขัดแย้งกับความเชื่อเรื่องหลักการทางสุนทรีย์ภาพแบบที่ตนเข้าใจ

5. ชายที่มีมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ในครอบครอง แสดงปฏิกิริยาในทางไม่ชอบเพราะผลงานประติมากรรมดูเป็นมอเตอร์ไซค์ของปลอม มีลักษณะเป็นเครื่องเล่น

การนำเสนอบทความวิจัยและสร้างสรรค์ ในโครงการ ศิลปการวิจัยและสร้างสรรค์ ครั้งที่ 9 (17/1/2559) ข้อสังเกตที่ได้รับจากแบบสอบถามและการพูดคุยกับผู้เข้าฟังการนำเสนอบทความในโครงการ ศิลปการวิจัยและสร้างสรรค์ ครั้งที่ 9 มีดังนี้

1. งานประติมากรรมน่าจะมีเสียงเครื่องยนต์ด้วย เพื่อให้ได้รับสุนทรียะแบบที่ผู้วิจัยต้องการนำเสนอ
2. อັตลักษณ์จากสลิปล้อมีความสำคัญเท่ากับอັตลักษณ์แบบซ้อปเปอร์
3. ดูไม่ออกว่าสามารถขี่จริงได้ หรือขี่ไม่ได้

5.5.3 สรุปแนวทางการแก้ไข

จากการสรุปผลการวิเคราะห์ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบและรสนิยมในศิลปะยกล้อ ช่วงที่1ทั้งสามชิ้นที่ผ่านมาผู้วิจัยพบข้อสังเกตที่ทำให้ผลงานประติมากรรมตอบวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัยได้ยังไม่ชัดเจนสองข้อ โดยผู้วิจัยมีแนวทางแก้ไขที่จะนำมาปรับใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ ช่วงที่ 2 ดังต่อไปนี้

แนวทางการแก้ไขข้อที่ 1

เลือกใช้รูปทรงที่จะมาเป็นโครงหลักของผลงานประติมากรรมที่มีแหล่งที่มาใกล้เคียงกันกับข้อมูลในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ เช่น การดัดแปลงรถมอเตอร์ไซค์ขนาดเล็ก ที่มีราคาถูก ให้มีรูปร่างแบบมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ โดยยังเป็นการใช้หลักการหดยืมรูปแบบการสร้างสรรค์ที่ปรากฏบนมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์มาถ่ายทอดลงบนวัตถุอื่น ที่มีความใกล้เคียงกับแหล่งที่มา เช่น ถ่ายทอดลงบนรถมอเตอร์ไซค์สกูตเตอร์ หรือมอเตอร์ไซค์ทรงผู้หญิง เป็นต้น

ตารางแนวทางการแก้ไขข้อที่ 1

ก่อนการแก้ไข	แนวทางการแก้ไข	ผลงานที่แก้ไขแล้ว
 <p>สิบล้อ และรถเข็นผัก</p>	<p>เลือกใช้รูปทรงของผลงาน ประติมากรรมที่มีแหล่งที่มา ใกล้เคียงกันกับ ข้อมูลใน วัฒนธรรมซอปปเปอร์ เช่น การตัดแปลงมอเตอร์ไซค์ ขนาดเล็ก</p>	 <p>มอเตอร์ไซค์สกูตเตอร์</p>
ผลงานที่ได้ก่อนการแก้ไข	ผลที่ได้	ผลงานที่ได้หลังการแก้ไข
	<p>ผู้ชมสามารถเข้าถึงรับรู้ ความเชื่อมโยงระหว่าง ผลงานประติมากรรมเข้ากับ ที่มาของรูปแบบการ สร้างสรรค์ และแนวคิด เกี่ยวกับสุนทรียะแบบ วัฒนธรรมซอปปเปอร์ ได้ง่าย และรวดเร็ว</p>	

ตารางที่ 15 การแก้ไขตามแนวทางที่ 1

แนวทางการแก้ไขข้อที่ 2

ผลงานประติมากรรมควรสามารถทำงานได้จริง เช่น มีเสียงการสั่นสะเทือนจากเครื่องยนต์ และท่อไอเสีย หรือการสามารถขับขึ้นได้จริง เพื่อให้ผู้ชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม รับรู้สุนทรียะแบบวัฒนธรรมซอปปเปอร์ได้อย่างครบถ้วนผ่านร่างกายของตนเองมากกว่าแค่เพียงการ

มอง และการนั่งคร่อมอยู่กับที่โดยไม่มีเสียงหรือความรู้สึกถึงเครื่องยนต์ที่กำลังทำงาน

ตารางแนวทางการแก้ไขข้อที่ 2

ปฏิสัมพันธ์ก่อนการแก้ไข	แนวทางการแก้ไข	ปฏิสัมพันธ์หลังการแก้ไข
	<p>ผลงานประติมากรรมควรสามารถทำงานได้จริง เช่น มีเสียงการสั่นสะเทือนจากเครื่องยนต์และท่อไอเสีย หรือความสามารถขับขี่ได้จริง เพื่อให้ผู้ชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม รับรู้สุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ได้อย่างครบถ้วนผ่านร่างกายของตนเอง</p>	

ตารางที่ 16 การแก้ไขตามแนวทางที่ 2

5.6 การออกแบบและการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4 “ทองเนื้อเก้า” Golden Bike



ภาพที่ 30 ทองเนื้อเก้า

เทคนิค สื่อผสม

ขนาด 80 x 170 x 250 cm.

โดยผู้วิจัย

5.6.1 รวบรวมข้อมูลสู่การสร้างสรรค์

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง อัตลักษณ์

ผลงานประติมากรรมชิ้นนี้ผู้วิจัยต้องการแสดงรูปแบบและรสนิยมที่เป็นผลลัพธ์ของการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ และการสร้างพื้นที่เฉพาะของผู้บริโภคระดับล่าง ด้วยการเลียนแบบรูปแบบการสร้างสรรคที่เหนือกว่าในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ แต่ไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อเลื่อนระดับรสนิยมของตนให้กลายเป็นเหมือนรูปแบบที่เหนือกว่าแต่อย่างใด ด้วยวิธีการนำรูปแบบที่เหนือกว่ามาใช้ในลักษณะล้อเล่น ล้อเลียน ที่เล่นที่จริง ชับเน้นให้ล้นเกิน เพื่อใช้สร้างพื้นที่ทางอัตลักษณ์ใหม่ที่คล้ายคลึงอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ และยังให้ความเคารพแหล่งที่มาของแนวคิด ที่สามารถสะท้อนการใช้วัตถุเป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายเชิงอัตลักษณ์ของผู้บริโภคระดับล่างในวัฒนธรรมฮอปเปอร์

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดเรื่อง วัฒนธรรมประชานิยม

ในผลงานประติมากรรมชิ้นนี้ผู้วิจัยต้องการสื่อถึงความสำคัญของกิจกรรมและรสนิยมที่ถูกมองว่าไร้สาระ ผ่านรูปแบบที่มาจากกรตแต่งตัดแปลงมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ ที่กลายเป็นกระแสนิยมที่แพร่หลาย มีลักษณะเฉพาะ และสื่อถึงรสนิยมการใช้ชีวิตที่เน้น ความสุข สนุกสนาน ไม่ยึดติดกับกรอบความคิดของสังคม รูปแบบที่ปรากฏจึงเน้นความพึงพอใจส่วนบุคคลมากกว่า ประโยชน์ใช้สอย หรือความคุ้มค่าในการลงทุน เป็นการเติมเต็มทางใจมากกว่าการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจะใช้รูปแบบและรสนิยมแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ที่มักถูกมองว่าไร้รสนิยม มาทำให้กลายเป็นผลงานศิลปะที่น่าเสนอแนวคิดว่าความสุขเล็กน้อยเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นของชีวิตผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ทางประติมากรรม

การรวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิด ศิลปะสื่อใหม่ และศิลปะหลังสมัยใหม่

แนวคิดของศิลปะสื่อใหม่ และแนวคิดของศิลปะหลังสมัยใหม่นั้นมีความคาบเกี่ยวกันค่อนข้างมาก ทั้งในแง่รูปแบบการนำเสนอ สื่อที่ใช้ และการรับรู้ต่อผลงานศิลปะของผู้ชม ในงานวิจัยนี้ นำเสนอวิธีการรับรู้ และผลของการรับรู้ต่อผลงานตามหลักคิดของแนวคิดศิลปะสื่อใหม่ และศิลปะหลังสมัยใหม่ โดยผลงานประติมากรรมไม่เพียงจะนำเสนอความงามในฐานะวัตถุทางสุนทรียะเท่านั้น ประติมากรรมยังทำหน้าที่สร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะผ่านการรับรู้เชิงปฏิบัติให้กับผู้ชมด้วย

ผลงานประติมากรรมจะเปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถรู้สึกครอบครองอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ได้ชั่วคราว เช่น ขณะที่คร่อมอยู่บนผลงานประติมากรรม หรือซ้อปซิมัน ผลงานเน้นสร้างการรับรู้สุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ให้แก่ผู้ชมผ่านการปฏิสัมพันธ์และการปฏิบัติทางร่างกายระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม

รวบรวมข้อมูลผ่านแนวคิดศิลปะป้อปอาร์ต ศิลปะการหยิบยืม และศิลปะป็นกรณีศึกษา

หลักการหยิบยืมที่จะใช้ในผลงานประติมากรรมไม่ใช่การเลียนแบบเพื่อให้เหมือนต้นแบบ แต่เป็นการหยิบยืมเพื่อล้อเล่นกับความเป็นต้นแบบ กล่าวคือไม่ได้ต้องการทำให้กลายเป็นมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ของจริง แต่หยิบยืมมาล้อเล่นเพื่อให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงกับไปยังแหล่งที่มาของรูปแบบและแนวคิดที่อยู่ในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ นำเสนอการใช้วัตถุที่แสดงคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย ใช้รูปแบบที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวสร้างพื้นที่เฉพาะทางสังคมที่แทรกย่อยลงไป ในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์อีกชั้นหนึ่ง

รูปแบบ และแนวคิดจากศิลปะป็นกรณีศึกษาที่นำมาใช้ถ่ายทอดผลงานประติมากรรมมี

ผลงานประติมากรรม “ทองเนื้อเก้า” นำเสนอการใช้วัตถุที่แสดงคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ในการสื่อความหมาย ใช้รูปแบบที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวสร้างพื้นที่เฉพาะทางสังคมที่แทรกย่อยลงไป ในวัฒนธรรมช้อปปิ้งอีกระดับหนึ่ง “ทองเนื้อเก้า” จะหยิบเอารูปแบบการสร้างสรรค์ของวัฒนธรรมช้อปปิ้งที่แสดงความหรูหรา ความเท่ มาใช้โดยเน้นและขยายให้ล้นเกิน ในแบบที่เล่นที่จริง ล้อเล่น ให้ผู้ชมสามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผลงานประติมากรรมเข้ากับที่มาของรูปแบบวัฒนธรรมช้อปปิ้ง เช่น การโลหะที่ชุบโครเมียมเงาแวววาวแบบ การขยายขนาดใหญ่กว่าปกติ การดัดแปลงให้มีรูปทรงที่ผิดเพี้ยนจากเดิม และการเปลี่ยนแปลงท่าทางตอนขึ้น เพื่อนำเสนอการใช้มอเตอร์ไซค์ที่เป็นวัตถุธรรมดาในชีวิตประจำวันที่สามารถใช้แสดงอัตลักษณ์ของผู้เป็นเจ้าของ และการสร้างกระบวนการการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม

สำหรับที่มาของชื่อ ทองเนื้อเก้า นั้นผู้วิจัยต้องการนำเสนอว่าผลงานประติมากรรมนำเสนอแก่นแท้ และสาระสำคัญของรูปแบบ รสนิยมซึ่งนำไปสู่ความเข้าใจเกี่ยวกับสุนรียะแบบวัฒนธรรมช้อปปิ้ง สอดคล้องกับความหมายของทองเนื้อเก้า ที่หมายถึง ทองเนื้อแท้ ทองธรรมชาติ และทองคำบริสุทธิ์ที่มีค่ามีราคา และคงคุณสมบัติของทองไม่ว่าอยู่ในรูปใดวัตถุใดก็ตาม

ตารางการสังเคราะห์แนวคิดในการสร้างสรรค์

มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์แบบDIY สร้างเอง	การหยิบยืมรูปแบบซ้อปเปอร์ มาใช้ในยานพาหนะราคาถูก	ภาพร่างประติมากรรม
 <p>ได้รับแรงบันดาลใจจากภาพยนตร์</p>	 <p>หยิบยืมมาดัดแปลงรถทรง แม่บ้าน</p>	
 <p>นำเสนอความใหญ่โต</p>	 <p>หยิบยืมมาใช้ กับจักรยานไฟฟ้า</p>	
 <p>ได้รับแรงบันดาลใจจากภาพยนตร์</p>	 <p>หยิบยืมมาใช้ในของเล่น</p>	

ตารางที่ 17 การสังเคราะห์แนวคิดการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4

รูปแบบของการสร้างสรรค์ที่ปรากฏบนผลงานประติมากรรม

ในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นนี้ ผู้วิจัยมีเป้าหมายที่จะสร้างผลงานประติมากรรมที่ผู้ชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานได้ เพื่อการรับรู้สุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ผ่านร่างกายจากการคร่อมขี่ในท่าทางที่ร่างกายกางออก (กางแขนกางขา) การได้สัมผัสกับเสียงการสั่นของเครื่องยนต์ และสามารถขี่ได้จริง วัสดุที่ผู้วิจัยเลือกมาสำหรับรองรับรูปแบบการตกแต่งดัดแปลงในวัฒนธรรมซ้อปเปอร์คือ มอเตอร์ไซค์แบบสกูตเตอร์ขนาด 50 cc. ที่แม้จะเป็นมอเตอร์ไซค์ แต่กลับ

ห่างไกลจากวัฒนธรรมซอปปเปอร์ในการรับรู้โดยทั่วไป ในกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน ประติมากรรมชิ้นนี้จะทำการนำหลักการของการตัดแปลงมอเตอร์ไซค์ซอปปเปอร์ เช่น การซุบโครเมียมเงินทองแวววาว การยิงเฟรมหมายถึงสร้างโครงรถขึ้นมาเอง การใช้ใช้คหน้ายาวแบบซอปปเปอร์หน้ายาว การประดับประดาด้วยสัญลักษณ์ และการทำสีเขียนลายตามรสนิยมส่วนตัว โดยใช้มอเตอร์ไซค์สกูตเตอร์เป็นกำลังขับเคลื่อนให้ผลงานประติมากรรม


ในผลงานชิ้นนี้ผู้วิจัยแสดงให้เห็นความต้องการครอบครองอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมซอปปเปอร์ โดยมีปัจจัยทางการเงินไม่มาก จึงใช้วิธีการหยาบยึมรูปแบบการสร้างสรรค์ที่เป็นลักษณะเด่นของมอเตอร์ไซค์ซอปปเปอร์ให้ไปปรากฏบนวัตถุอื่น กรณีนี้คือมอเตอร์ไซค์สกูตเตอร์ โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับหลักการทางสุนทรียภาพจากวัฒนธรรมซอปปเปอร์มาถ่ายเทลงบนมอเตอร์ไซค์สกูตเตอร์ เพื่อให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงผลงานประติมากรรมกลับไปยังแหล่งที่มาจากวัฒนธรรมซอปปเปอร์ โดยที่ผู้วิจัยต้องการแสดงให้เห็นการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ที่หลุดออกจากการเป็นของจริงหรือของเลียนแบบมอเตอร์ไซค์ซอปปเปอร์

ผลงานประติมากรรม “ทองเนื้อเก้า” สร้างขึ้นในลักษณะการล้อเลียนล้อเล่นกับรูปแบบของมอเตอร์ไซค์ซอปปเปอร์ ที่เป็นสินค้าหรูหราราคาแพงที่สื่อถึงกิจกรรม และรสนิยมในวัฒนธรรมซอปปเปอร์ ประกอบด้วยรูปแบบการตกแต่งที่เป็นแก่นเป็นสาระสำคัญของการตกแต่งตัดแปลงรถซอปปเปอร์ เช่น การซุบโครเมียมชิ้นส่วนโลหะอย่างท่อ โช๊ค การใช้ไฟหน้ากลม และการใช้ระบบกันสะเทือนหน้าแบบสปริงเกอร์ เป็นต้น การหยาบยึมรูปแบบการสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในผลงานประติมากรรม เป็นการหยาบยึมเพื่อล้อเล่นกับความเป็นต้นแบบ กล่าวคือไม่ได้ต้องการทำให้กลายเป็นมอเตอร์ไซค์ซอปปเปอร์จริงๆ แต่หยาบยึมมาล้อเล่นเพื่อให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงกับไปยังแหล่งที่มาของรูปแบบ และแนวคิดที่อยู่ในวัฒนธรรมซอปปเปอร์



ภาพที่ 31 ภาพร่างผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4 “ทองเนื้อเก้า”
ที่มา จากผู้วิจัย

ตารางกระบวนการการทดลอง และการออกแบบผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4

แนวคิด	การทดลอง	ผลการทดลอง
<p></p> <p>ผลงานชิ้นนี้ต้องการนำเสนอรูปแบบรสนิยม สุนทรียะแบบวัฒนธรรมชอปปเปอร์ ที่สามารถมองได้ทั้ง สวย หรือ ไร้อรสนิยม</p>	<p></p> <p>ผู้วิจัย ออกแบบโดยยึดหลังทำให้เกินพอดี เช่น ยาวเกิน บิดเกิน ประดับประดาเกิน</p>	<p></p> <p>ผลงานถูกเห็นได้ชัดเจนที่สุดจากด้านข้าง จึงออกแบบให้ด้านข้างมีลวดลาย และมีลีลามากกว่าด้านหน้า และหลัง</p>
<p>ระดับความสูงของแฮนด์ จะเป็นตัวกำหนดท่าทางของผู้ชมที่เข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม เช่น นั่งหลังตรง นั่งงอตัว ยึดตัวแบบสบายๆ ยึดตัวแบบสุดแขน ส่งผลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกัน</p>	<p></p> <p></p> <p>ทดลองหาตำแหน่งความสูงแฮนด์</p>	<p></p> <p>สุดท้ายผู้วิจัย เลือกตำแหน่งแฮนด์ที่ผู้ชมต้องยื่นมือสุดแขน ส่วนคนตัวเล็กก็ต้องยึดตัวด้วยเข้าข่ายรูปทรงดูเท่ มาก่อนความสะดวกสบายในการใช้งาน</p>

ตารางที่ 18 กระบวนการการทดลอง และการออกแบบผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4

5.6.3 กระบวนการสร้างผลงานประติมากรรม

ขั้นตอนการสร้างสรรค์

ขั้นตอน	ภาพขั้นตอนการทำงาน
มอเตอร์ไซค์สกูตเตอร์ Yamaha Vino 50 cc.	
ถอดส่วนเปลือกนอกที่เป็นชิ้นส่วนพลาสติกออกให้เหลือแต่ส่วนที่เป็นโครงโลหะ เพื่อพิจารณาว่าจะทำการตัดส่วนหน้าออกที่จุดไหนจึงจะยังรักษาความแข็งแรงของโครงรถไว้ได้ด้วย	
บันทึกขนาดและโครงสร้างของมอเตอร์ไซค์สกูตเตอร์ เพื่อออกแบบโครงสร้างงานประติมากรรม (หาจุด ตัด ต่อ)	
ตัดท่อเหล็กตามแบบ ที่ออกแบบไว้ โดยตรงกลางเว้นที่ว่างเป็นรูปหัวใจ	
เชื่อมท่อเหล็กเพื่อใช้เป็นโครงรถ ใส่ลวดลาย โดยการตัดเหล็กเส้นเป็นลายไทยประยุกต์ตามช่องว่างของโครงรถมอเตอร์ไซค์ เพื่อสื่อว่าเป็นวัฒนธรรมช้อปเปอร์แบบไทยๆ	

ขั้นตอน	ภาพขั้นตอนการทำงาน
<p>ใช้คู้หน้ายาว และเป็นหยักโดยใช้ลักษณะเส้นที่แสดง ความเคลื่อนไหวรวดเร็ว</p> <p>เสริมความแข็งแรง และตกแต่งด้วยเหล็กตัดลายไทยประยุกต์</p> <p>นำใช้คู้หน้าทั้งสองข้างมาเชื่อมกับคอรถ เพื่อให้สามารถนำไปประกอบเข้ากับโครงรถได้</p>	
<p>เขียนแบบ แอนด ที่มีความสูง และมีลักษณะเส้นสายเข้ากันกับใช้คู้หน้า</p>	
<p>ประกอบสร้างโครงสร้างเข้ากับส่วนต่างๆ ตามรูปแบบของซ็อบเปอร์</p> <ul style="list-style-type: none"> - รถยิงเฟรม (สร้างโครงรถขึ้นใหม่) - หน้ายาว ใช้ใช้คู้หน้ายาว - ล้อหน้าวงใหญ่กว่าล้อหลัง - แสนดัยกสูง เพื่อให้ได้ทำนั่งที่สง่า (ตามแบบวัฒนธรรมซ็อบเปอร์) 	
<p>การตกแต่งลวดลายตามรสนิยมความชอบส่วนตัว ที่อาจจะมามีที่มาที่ไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาหลักของงานประติมากรรม เช่น ลายไทยประยุกต์ เพื่อสื่อว่าเป็นซ็อบเปอร์ในประเทศไทย</p>	
<p>ล้อหน้าใหญ่กว่าล้อหลัง</p> <p>เลือกล้อสีม่วงโครเมียม</p>	

ขั้นตอน	ภาพขั้นตอนการทำงาน
เชื่อมต่อโครงสร้างด้านหน้ากับโครงสร้างด้านหลัง	
ส่วนโช๊คหน้า และแฮนด์ทำสีโครเมียมทอง ส่วนเฟรม (โครงรถ) ทำสีโครเมียมทอง	
ลายไฟสีทองบนพื้นสีแดง	
ประกอบชิ้นส่วนทั้งหมดเข้าด้วยกัน เป็นชิ้นงานเสร็จสมบูรณ์	
ทดสอบการขับขี่ การทำงานของเครื่องยนต์ ระบบไฟฟ้า ระบบเบรค	

ตารางที่ 19 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4 “ทองเนื้อเก้า”

บทที่ 6 บทวิเคราะห์

6.1 เนื้อหา

6.2 กระบวนการสร้างสรรค์

6.1.1 รูปแบบพันธู์ทาง

6.1.2 การขยายจนล้นเกิน

6.1.3 อัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัย

6.3 กระบวนการการนำเสนอผลงาน

6.1 เนื้อหา

การวิจัยเรื่อง “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ” มีจุดเริ่มต้นมาจากประสบการณ์การเดินทางบนท้องถนนในชีวิตประจำวันของผู้วิจัยเอง ผู้วิจัยพบเห็นการตกแต่งประดับประดายานพาหนะที่มีความแตกต่างหลากหลาย และดูราวกับว่ามีแนวทางและหลักการเป็นของตัวเอง กลุ่มที่มีการตกแต่งดัดแปลงยานพาหนะที่มีเอกลักษณ์ชัดเจนที่สุดกลุ่มหนึ่ง คือกลุ่มยานพาหนะในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ที่หมายรวมไปถึงกลุ่มคนที่อยู่ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ด้วย วัฒนธรรมฮอปเปอร์มีหลักการทางสุนทรียภาพที่มีลักษณะเฉพาะที่เน้นความพึงพอใจส่วนตัว ความรู้สึกเท่ ผ่านการตกแต่งดัดแปลงมอเตอร์ไซค์ตามริมเป็นของตนเอง จนภาพลักษณ์ของมอเตอร์ไซค์ที่ปรากฏบนสื่อกลายเป็นภาพจำของคนในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ไปโดยปริยาย

จากข้อสังเกตข้างต้น ผู้วิจัยพบว่าประเด็นที่น่าสนใจอยู่สองประเด็น ประเด็นแรกเรื่องการสร้างสรรคประติมากรรม ผ่านรูปลักษณ์ของรถมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์จะสามารถสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะที่ผู้ชมรับรู้ได้โดยง่ายผ่านกระบวนการใดได้บ้าง ประเด็นที่สองเกิดจากการสังเกตเห็นพฤติกรรมของคนชอบนั่งคร่อมมอเตอร์ไซค์โพสท่าถ่ายภาพ แล้วนำไปโพสแชร์ในสื่อออนไลน์ เป็นการสวมอัตลักษณ์ชั่วคราวให้กับตนเอง

ประเด็นทั้งสองนี้ กลายมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมชุดนี้ โดยมีคำถามของงานวิจัยดังนี้ ผลงานประติมากรรมจะกลายเป็นเครื่องมือสร้างอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรม ซ็อบเปอร์ให้แก่มุขมิได้หรือไม่ จะสามารถขยายฐานคิดเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ประสบการณ์ทางสุนทรียะผ่านผลงานประติมากรรมในแวดวงศิลปะร่วมสมัยให้กว้างขึ้นอีกได้หรือไม่

การวางกรอบแนวคิดการสร้างสรรคในผลงาน “ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบการสร้างสรรคและรสนิยมในศิลปะยกล้อ” มีกรอบแนวคิดของการสร้างสรรคดังนี้

กรอบคิดของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับงานศิลปะนั้นเป็นกลยุทธ์ที่ใช้นำเสนอและอธิบายประสบการณ์ทางสุนทรียภาพให้แก่ผู้ชม ที่ไม่ได้เป็นเพียงความงามที่ผู้ชมรับรู้สุนทรียะจากการมองรูปทรงประติมากรรมเท่านั้น แต่สามารถรับรู้ต้นทางของความคิดทัศนคติผ่านการรับรู้เชิงปฏิบัติ โดยการมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับงานประติมากรรม ซึ่งผู้ชมจะเชื่อมโยงได้ทั้งรูปแบบรสนิยมและหลักการทางสุนทรียภาพที่มาจากวัฒนธรรมซ็อบเปอร์ โดยในผลงานแต่ละชิ้นนำเสนอประเด็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและหลักการสุนทรียะในวัฒนธรรมซ็อบเปอร์

ผู้วิจัยมีเป้าหมายในการสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมในวิทยานิพนธ์ชุดนี้เพื่อแสดงให้เห็นประเด็นหลักเรื่อง การแสดงปรากฏการณ์การสร้างสรรคของซ็อบเปอร์ระดับล่างที่หยิบยืมรูปแบบมาจากรูปแบบรสนิยมที่สูงกว่ามาดัดแปลง ในลักษณะล้อเล่น ที่เล่นที่จริง เพื่อสร้างพื้นที่เฉพาะหลุดออกจากการแบ่งระดับชั้น เหลือเพียงการครอบครองอัตลักษณ์แบบซ็อบเปอร์เท่านั้น และเกิดผลลัพธ์เป็นรูปแบบวัฒนธรรมซ็อบเปอร์แบบไทย และมีประเด็นย่อยในหัวข้อหลักเดียวกัน จึงมีการนำเสนอประเด็นย่อยหลายประเด็นในชุดผลงานประติมากรรม โดยจะอธิบายเพิ่มเติมในการวิเคราะห์กระบวนการการสร้างสรรค

6.2 กระบวนการสร้างสรรค

ในขั้นตอนวิเคราะห์กระบวนการสร้างสรรคนี้เป็นการอธิบายผลของการสร้างสรรคผลงาน ซึ่งประกอบด้วยผลงานสี่ชิ้นที่มีเป้าหมายเพื่อสะท้อนแนวคิดสุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ็อบเปอร์ ในแบบเน้นจนล้นเกิน ล้อเล่น ผสมผสมรูปแบบในวัฒนธรรมซ็อบเปอร์กับวัตถุในชีวิตประจำวัน โดยสามารถแบ่งรูปแบบการสร้างสรรคที่ปรากฏในผลงานประติมากรรมแต่ละชิ้นได้สามรูปแบบดังนี้

6.1.1 รูปแบบพันธุ์ทาง

รูปแบบที่หนึ่ง พันธุ์ทาง (Hybrid) คือการผสมผสานรูปแบบการสร้างสรรค์จากหลายแหล่งที่มา ในลักษณะยิ่งใหญ่ประกอบด้วย ประติมากรรมชิ้นที่หนึ่ง “คิงส์คะนองนา” และ ชิ้นที่สาม “นักสู้ ตลาดสด” ชิ้นที่สี่ “ทองเนื้อเก้า” รูปแบบที่เกิดขึ้นนี้สามารถแสดงปรากฏการณ์การสร้างรูปแบบการสร้างสรรค์เฉพาะของกลุ่มคนที่มีรสนิยม และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะที่ต้องการพื้นที่ แสดงออกตัวตน ว่าอยู่ในตำแหน่งแห่งที่ใดในสังคม

รูปแบบพันธุ์ทางในผลงานประติมากรรม คิงส์คะนองนา

รูปทรงของ คิงส์คะนองนา เกิดจากการผสมผสานรูปแบบจากสองแหล่งที่มา คือจาก มอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ก็บรลิสต์ เป็นรูปทรงแบบพันธุ์ทางหัวเป็นมอเตอร์ไซค์หางเป็นลิสต์ และมี รายละเอียดการตกแต่งประดับประดาจากทั้งสองแหล่งแทรกปนกันไปอยู่ตามส่วนต่างๆของผลงาน

แหล่งที่มา ของรูปแบบ	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	ผลลัพธ์
ลักษณะที่ หยิบยืมมาใช้	  <p>การตกแต่งบนรถลิสต์ กัน ชน, ลวดลายเพ้นท์</p>	  <p>แฮนด์ยกสูง บังลมหน้ารถ</p>	  <p>ประติมากรรมรูปแบบ พันธุ์ทาง</p>

ตารางที่ 20 วิเคราะห์รูปแบบล้นเกินในผลงานในชิ้นที่ 1 คิงส์คะนองนา

รูปแบบพันธุ์ทางในผลงานประติมากรรม เร็ว แรง เกิน

ผลงานประติมากรรม เร็ว แรง เกิน มีองค์ประกอบทางกายภาพดังนี้ 1.อะไหล่สีเงินโครเมียม ที่แฮนด์ โช๊ค และท่อไอเสีย สีโครเมียมนั้นนอกจากแสดงถึงความงามของวัสดุแล้วยังแสดงถึงความแข็งแรงทนทานของโลหะอีกด้วย กล่าวคือมีทั้งความงามและความแข็งแกร่ง 2.ลายไฟ เป็นลวดลายที่แสดงพลังความร้อนแรงบริเวณบังโคลนหน้า ถังน้ำมัน และบังโคลนหลัง เป็นรายละเอียดที่ส่วนให้รูปทรงโดยรวมแสดงความเคลื่อนไหว 3.เช่นเดียวกันกับแสงไฟจากหลอด LED ใต้บังโคลนหน้า เครื่องยนต์ และบังโคลนหลังสื่อถึงพลังงานขับเคลื่อนโดยไม่มีล้อ 4.ฉากหลังเป็นภาพทิวทัศน์สีน้ำมันที่เคลื่อนไหวตามการบิดคันเร่งของผู้ชม ทำให้ภาพทิวทัศน์ของเมืองต่อเนื่องกันทิวทัศน์ของทะเลทรายในอเมริกาเคลื่อนไหวสลับกันไม่สิ้นสุด ซึ่งเป็นภาพฝันในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ที่ปรากฏผ่านสื่อ จนกลายเป็นภาพลักษณ์ของคนและมอเตอร์ไซค์ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ไปโดยปริยาย แม้จะไม่ได้ใช้ชีวิตตามแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์เลยก็ตาม

อะไหล่สีเงินโครเมียม	ลายไฟ	แสงไฟ	ฉากหลัง
			
			
			
ไฟหน้า ไฟท้าย ท่อ ชิ้นส่วนโครเมียม ที่ แสดงทั้งความงามและ ความแข็งแรง	ถังน้ำมันและบังโคลน ขนาดใหญ่มีมวลมาก แสดงพลังกำลังมาก	แสงสีฟ้าใต้ตัวรถ	ฉากหลังเคลื่อนไหวได้ สร้างบรรยากาศที่ลึน เกินจริงให้กับผลงาน

ตารางที่ 21 วิเคราะห์รูปแบบล้นเกินในผลงาน เร็ว แรง เกิน

รูปแบบพันธุ์ทางในผลงานประติมากรรม นักสู้ตลาดสด

ในผลงานชิ้นนี้ ใช้รูปทรงของรถเข็นผัก และการตกแต่งแบบมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์มาผสมกัน โดยรูปทรงที่ได้คือ รถเข็นผักขนาดใหญ่ที่มีลักษณะแบบส่วนหน้าของมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ คือ ตั้งแต่ส่วนล้อหน้า โช๊คหน้า ไฟหน้า ไฟเลี้ยว และแฮนด์ ซึ่งชิ้นส่วนทั้งหมดเป็นสีเงินโครเมียม เป็นรูปแบบหรือสูตรสำเร็จรูปแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์

	รูปแบบที่1	รูปแบบที่2	ผลลัพธ์
แหล่งที่มาของรูปแบบที่นำมาใช้			
ลักษณะที่หยิบยืมมาใช้	รถเข็นผัก อุปกรณ์ทำงาน เน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลักเป็นของราคาถูก และเป็นภาพลักษณ์ของการใช้แรงงาน	รูปแบบสำเร็จรูปจากมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ การตกแต่งเน้นแสดงออกрсนิยม ความชอบโดยประสิทธิผลการใช้งาน เป็นรอง	ผลงานประติมากรรมที่หยิบยืมรูปทรงมาจากรถเข็นผัก และการตกแต่งตามรสนิยมแบบซ้อปเปอร์ แสดงแนวคิด การล้อเล่นเกี่ยวกับอัตลักษณ์และรสนิยมแบบซ้อปเปอร์

ตารางที่ 22 วิเคราะห์รูปแบบพันธุ์ทางในผลงานชิ้นที่ 3 นักสู้ตลาดสด

รูปแบบพันธุ์ทางในผลงานประติมากรรม ทองเนื้อเก้า

วัตถุที่ผู้วิจัยเลือกมอเตอร์ไซค์แบบสกูตเตอร์ซึ่งมีอัตลักษณ์แบบผู้หญิงและวัยรุ่น มาดัดแปลงให้มีอัตลักษณ์แบบมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ ด้วยกระบวนการการตกแต่งดัดแปลงมอเตอร์ไซค์แบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ประกอบด้วย การชุบโครเมียมเงินทองแวววาว การยิงเฟรมหมายถึงสร้างโครงสร้างขึ้นมาเอง การใช้โช๊คหน้ายาวแบบซ้อปเปอร์หน้ายาว การประดับประดาด้วยสัญลักษณ์และการทำสีเขียนลายตามรสนิยมส่วนตัว โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้แก่สกูตเตอร์และผู้ขี่

	รูปแบบที่1	รูปแบบที่2	รูปแบบที่3	ผลลัพธ์
แหล่งที่มาของรูปแบบที่นำมาใช้	 	 	 	 
ลักษณะที่หยิบยืมมาใช้เพื่อตอบสนองเป้าหมายของการสร้างสรรค์	การดัดแปลงเพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวในกรอบอัตลักษณ์ซ้อปเปอร์ เป้าหมายคือต้องการให้คนอื่นมอง	มอเตอร์ไซค์สกูตเตอร์ ที่มีอัตลักษณ์แบบผู้หญิง และวัยรุ่น เน้นคุณค่าใช้งาน คุณค่าทางใจ เป็นความน่ารัก	ลักษณะเด่นจากมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ ที่เน้นคุณค่าทางใจแบบความเท่ แบบลูกผู้ชาย	อัตลักษณ์แบบซ้อปเปอร์ที่มีเป้าหมายเพื่อให้คนอื่นมอง จึงจะเกิดคุณค่าทางใจแก่ผู้เป็นเจ้าของ

ตารางที่ 23 วิเคราะห์รูปแบบพันธุ์ทางในผลงานชิ้นที่ 4 ทองเนื้อเก้า

6.1.2 การขยายจนล้นเกิน

รูปแบบที่สองปรากฏในผลงานประติมากรรมทุกชิ้น และเด่นชัดที่สุดในผลงานชิ้นที่สอง เร็วแรงเกิน กับผลงานชิ้นที่สี่ ทองเนื้อเก้า คือผลงานประติมากรรมที่ใช้รูปแบบการสร้างสรรค์ตามแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ ที่แสดงแสดงออกได้ด้วย การใช้ชีวิตและการใช้เวลาว่าง เป็นกิจกรรมที่ทำเป็นประจำ ได้แก่ รูปแบบแนวทางการตกแต่งประดับประดายานพาหนะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตนตามกรอบคิดแบบซ้อปเปอร์ เพื่อสื่อสารถึงคนที่อยู่ในกลุ่มอัตลักษณ์แบบเดียวกัน และคนที่มีอัตลักษณ์แตกต่างกับตน และภาพฝันเกี่ยวกับการโยกย้ายการใช้ชีวิตอย่างเสรี

ความล้นเกินของท่าทางร่างกาย นอกเหนือจากความล้นเกินของรูปทรงและรายละเอียดในผลงานประติมากรรมแล้ว ยังปรากฏความล้นเกินของท่าทางจากร่างกายของผู้ชมอีกด้วย ซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม ไม่ว่าจะเป็นนั่งคร่อม การขี่ หรือการยืนอยู่บนผลงานประติมากรรม เป็นการแปรสภาพร่างกายของผู้ชมให้แตกต่างจากท่าทางในชีวิตประจำวัน ซึ่ง

กระบวนการนี้มีส่วนสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ และสุนทรียะแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ให้แก่ผู้ชมได้ด้วย ในบางกรณีแม้ไม่มีการเปลี่ยนท่าทาง ก็สามารถสร้างอัตลักษณ์ และการรับรู้สุนทรียะแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ได้เช่นกัน

รูปแบบการขยายจนล้นเกินในผลงานประติมากรรม เร็ว แรง เกิน

ผู้วิจัยใช้ลักษณะเด่นที่อยู่ในการตกแต่งมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์มาถ่ายทอดลงบนผลงานประติมากรรมโดยการขยายจนล้นเกิน เช่น การขยายขนาด การยืด การเพิ่มจำนวน เพื่อให้เห็นแล้วสามารถเข้าใจได้ทันทีว่ากำลังสื่อสารถึงรสนิยมแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ พร้อมกับสร้างฉากทิวทัศน์สีน้ำมันด้านหลัง จำลองรสนิยมและความคิดฝันถึงการใช้ชีวิตอย่างเสรีของคนในวัฒนธรรมฮอปเปอร์

	รูปแบบที่1	รูปแบบที่2	ผลลัพธ์
แหล่งที่มาของรูปแบบที่นำมาใช้			
ลักษณะที่หยิบยืมมาใช้	ภาพที่ปรากฏตามสื่อ ที่กลายเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมฮอปเปอร์นำมาสร้างเป็นฉากหลังของผลงาน (ฉากถ่ายภาพ)	นำลักษณะเด่นจากมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์มาใช้ในผลงานโดยการยืด ขยาย และการเพิ่มจำนวนชิ้นส่วน เป้าหมายเพื่อแสดงความล้นเกินที่ตอบสนองทางใจ	สร้างสถานการณ์จำลองเพื่อรับรู้ประสบการณ์เชิงสุนทรียะผ่านการปฏิบัติของผู้ชม ที่ร่างกายอยู่ในท่าที่เอนอย่างล้นเกิน

ตารางที่ 24 รูปแบบการขยายจนล้นเกินในผลงานชิ้นที่ 2 เร็วแรงเกิน

รูปแบบการขยายจนล้นเกินในผลงานประติมากรรม เร็ว แรง เกิ้น

ผลงาน เร็ว แรง เกิ้น ใช้หลักการสร้างสรรค์ที่มาจากแนวคิดในตกแต่งตัดแปลงยานพาหนะ ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์แบบไทย ที่ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ ของความเท่ความเป็นนักเลงแบบไม่ ต้องเป็นจริงๆ และความใฝ่ฝันถึงการท่องเที่ยวอย่างอิสระเสรีด้วยมอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์แบบไม่ต้องไป จริง แต่แสดงออกด้วยรูปแบบการตกแต่งตัดแปลงมอเตอร์ไซค์ ประกอบด้วย 1.การขยายขนาดให้ ส่วนประกอบมีขนาดใหญ่มากกว่ามอเตอร์ไซค์ทั่วไป เช่น การขยายขนาดของถังน้ำมัน บังโคลนหน้า หลังเพื่อให้เดินทางได้เป็นระยะทางไกล 2.การยืดชิ้นส่วนให้ยาว เป็นสัญลักษณ์ของการเคลื่อนไปข้างหน้า และสื่อความหมายของรูปทรงที่มีทิศทางเคลื่อนที่พุ่งไปข้างหน้าอย่างรวดเร็วตามหลักการภาษาทาง ประติมากรรม 3.การเพิ่มจำนวนอะไหล่ที่แสดงกำลังของเครื่องยนต์ให้มีจำนวนมาก เช่น ท่อไอเสียที่มีถึง 26 เส้น และกรองอากาศขนาดใหญ่เพื่อแสดงพลังกำลังของเครื่องยนต์ที่ราวจะไม่มีวันหมด 4. การแสดงพลังความเคลื่อนไหวผ่านบรรยากาศแวดล้อมในงานประติมากรรม เช่น แสงไฟสีฟ้าบริเวณ ใต้ผลงาน กลไกการเคลื่อนของฉากทิวทัศน์ที่อยู่ด้านหลังผลงานสะท้อนภาพฝันอันเกินจริงของคนใน วัฒนธรรมฮอปเปอร์แบบไทย

การขยายขนาด	การยืดชิ้นส่วนให้ยาว	การเพิ่มจำนวน	พลังความเคลื่อนไหว
			
			
ขยายชิ้นส่วนต่างๆ เพราะในทาง ประติมากรรมขนาดมี ผลต่อการรับรู้ถึง พลังกำลังของรูปทรง	ยืดโซ่คหน้า และตัวรถ เพื่อแสดงการยืดพุ่งไป ข้างหน้าอย่างรวดเร็ว ของรูปทรง ประติมากรรม	เพิ่มท่อ และหลอดไฟ ให้มีจำนวนมากล้น เกินความจำเป็นเพื่อ เน้นให้เห็นแนวคิดที่ เกินจริง	สร้างบรรยากาศ แวดล้อมให้ผลงาน สามารถแสดง ความ เคลื่อนไหวได้โดยไม่ต้องเคลื่อนไหวที่

ตารางที่ 25 แนวคิดการขยายจนล้นเกินในผลงานประติมากรรม เร็ว แรง เกิ้น

6.1.3 อัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัย

อัตลักษณ์ไทย หรือลักษณะแบบศิลปะไทยร่วมสมัย คือลักษณะและรูปแบบการสร้างสรรค์ที่มีความเด่นชัดปรากฏในผลงานชุดประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกล้อ ทุกชิ้นโดยมีลักษณะเด่นที่เกิดจากการหยิบยืมรูปแบบ และรายละเอียดการตกแต่งจากวัฒนธรรมช้อปเปอร์แบบอเมริกันมาใช้ปรับประยุกต์ดัดแปลงผ่านรสนิยม จริต พื้นฐานของฝีมือ และความคุ้นเคยจนกลายเป็นรูปแบบที่มีอัตลักษณ์ไทยปรากฏในผลงานประติมากรรม

รูปแบบอัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัยในผลงานประติมากรรม คิงส์คะนองนา

ผลงาน คิงส์คะนองนา มีองค์ประกอบทางกายภาพดังนี้ 1..ลวดลายที่แสดงพลัง ความเคลื่อนไหว ความเร็ว เช่น รูปนกอินทรี ลายริ้วผ้าพลิ้วไหว ที่ดัดแปลงให้มีลักษณะแบบศิลปะไทย 2. การอ้างอิงแหล่งที่มา ภูมิปัญญา หรือถิ่นอาศัย เช่น ภาพทิวทัศน์ที่แสดงภาพทุ่งนาต่างจังหวัดตามความทรงจำของผู้สร้าง หรือภาพที่ดูรู้ว่าที่ไหน (เขาตะปู จังหวัดพังงา) และข้อความระบุ สถานที่ “ช่าง บัง นครปฐม” นอกจากทำหน้าที่เป็นลวดลายประดับแล้วยังทำหน้าที่บอกชื่อช่างเจ้าของผลงาน เพื่อทำหน้าที่คล้ายตราสินค้า หรือลายเซ็นศิลปินที่สามารถเพิ่มคุณค่าของผลงานได้อีก

วัสดุที่เป็นสีเงินโครเมียม	ลวดลายสีสันฉูดฉาด	อ้างอิงแหล่งที่มาด้วยภาพ	อ้างอิงแหล่งที่มาด้วยข้อความ
  <p>โครเมียมแวววาว เพื่อความงาม และการสื่อความหมายถึงความเป็นโลหะที่แข็งแกร่ง</p>	  <p>ลวดลายแบบตะวันตกที่ถูกดัดแปลงให้มีลักษณะแบบศิลปะไทยแบบช่างชาวบ้าน แสดงสุนทรียะแบบช้อปเปอร์ไทย</p>	  <p>ดัดแปลงจากความนิยมเขียนภาพสีน้ำมัน เป็นการหวนระลึกประสบการณ์ที่ตนประทับใจ</p>	  <p>นอกจากภาพเขียนแล้วยังมีการใช้อักษรวิจิตรทำหน้าที่สื่อความหมายและเป็นลวดลายประดับ</p>

ตารางที่ 26 รูปแบบอัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัยในประติมากรรม คิงส์คะนองนา

รูปแบบอัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัยในผลงานประติมากรรม นักสู้อลาดสด

ผลงาน นักสู้อลาดสด มีองค์ประกอบทางกายภาพดังนี้ 1. วัสดุสีโครเมียมมันวาว 2. ลวดลายเหล็กดัดที่เป็นลายไทย ตามความพึงพอใจส่วนตัว 3. เพิ่มอุปกรณ์ที่สามารถสื่อถึงลักษณะของข้อปเปอร์ได้ 4. การเพิ่มจำนวนแฮนด์เพื่อเน้นความงามมากกว่าประโยชน์ใช้งาน

สีโครเมียมมันวาว	ลายไทยประยุกต์	อุปกรณ์ที่สื่อถึงของข้อปเปอร์	การเพิ่มจำนวนแฮนด์
 <p>โครงสร้างของชิ้นงานมีการทำสีโครเมียมให้แสดงความงามหรูหราและความแข็งแกร่งแตกต่างจากปกติรถเข็นจะเป็นเพียงโลหะทาสีน้ำมันที่ดูแข็งแรงแต่ไม่มีความงามความหรูหรา</p>	 <p>ลักษณะแบบศิลปะไทยที่ได้แรงบันดาลใจจากลายเหล็กดัดที่ปรากฏบนการตกแต่งงานโลหะ เช่น ประตู หน้าต่าง และรั้ว(วัด)</p>	 <p>ไฟหน้า ไฟเลี้ยว กระเป๋าสัมภาระ ปอดแฮนด์ เป็นอุปกรณ์เสริมที่มีหน้าที่ทั้งประโยชน์ใช้สอยและเพิ่มความงามตามแบบวัฒนธรรมข้อปเปอร์</p>	 <p>การเพิ่มจำนวน และขนาดให้ล้นเกิน เพื่อเน้นย้ำให้ผู้ชมสามารถเชื่อมโยงรูปแบบบรรณนิยมและรูปแบบการสร้างสรรคที่นำมาใช้ได้ทันทีที่เห็น</p>

ตารางที่ 27 รูปแบบอัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัยในผลงานประติมากรรม นักสู้อลาดสด

รูปแบบอัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัยในผลงานประติมากรรม ทองเนื้อเก้า

ผลงาน มีองค์ประกอบทางกายภาพดังนี้ 1. วัสดุสีเงินโครเมียม และสีทองโครเมียม แสดงมูลค่าของวัตถุ และคุณค่าทางใจ 2. เส้นเหล็กดัดลายไทยที่เป็นจริตและอิทธิพลจากศิลปะใกล้ตัวที่แวดล้อมทั้งข้าง และเจ้าของรถ เช่น วัด 3. การยึด และขยายรูปทรง เพื่อเปลี่ยนแปลงรูปลักษณะ

ภายนอกของรูปทรงยานพาหนะที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงคุณค่าทางใจแบบใหม่ที่เกิดขึ้น 4.ลายไฟ ลวดลายที่แสดงความร้อนแรง 5.สัญลักษณ์แฝงดังนี้ รูปหัวใจ นกอินทรี ลายไฟ และลายสายฟ้า มีความหมายเฉพาะตัวที่ศิลปินจงใจให้ผู้ชมสามารถถอดรหัสได้บางส่วน

โครเมียมเงินทอง	ลายไทย	การยืด และขยาย	สัญลักษณ์แฝง
  <p>โครเมียมสีทองถูกใช้ เป็นสัญลักษณ์แสดง ความงามและคุณค่า ขั้นสุดทั้งในแง่คุณค่า ของทองคำที่มีราคา และคุณค่าทางใจที่ สร้างความพึงใจให้แก่ ผู้ครอบครอง</p>	  <p>เค้าโครงแบบลายไทย ที่พบมากในงานโลหะ ง่ายๆ เช่น เหล็กดัด ประตูกำลึง และ เป็นงานช่างที่ช่าง ชาวบ้านสามารถทำได้ เพราะมีตัวอย่างอยู่ รอบตัว เช่นการ เลียนแบบลวดลาย จากวัด เป็นต้น</p>	  <p>การเปลี่ยนแปลง รูปลักษณะภายนอก สะท้อนการ เปลี่ยนแปลงคุณค่า ทางใจแบบใหม่ที่ เกิดขึ้น และทำให้ ทำทางร่างกายผู้ชม เปลี่ยนไปด้วย ซึ่ง ช่วยสร้างการรับรู้อัต ลักษณ์แบบซ้อปเปอร์ อีกด้วย</p>	  <p>รูปหัวใจ ลายเปลวไฟ นกอินทรี และลาย สายฟ้า มีความหมาย เฉพาะตัวที่ศิลปินจงใจ ให้ผู้ชมสามารถ ถอดรหัสได้บางส่วน</p>

ตารางที่ 28 รูปแบบอัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัยในผลงาน ทองเนื้อเก้า

ผลงาน ทองเนื้อเก้า เป็นผลงานชิ้นสุดท้ายของการพัฒนาการของงานวิจัย และเป็นบทสรุป ท้ายสุดที่แนวคิดทั้งหมดในงานทั้งสามชิ้นที่ผ่านมา จะปรากฏในงานชิ้นนี้ด้วย ผู้วิจัยต้องการนำเสนอ การตกแต่งดัดแปลงที่เน้นคุณค่าทางใจ อันเป็นสาระสำคัญของวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ โดยตั้งชื่อผลงาน ประติมากรรมเปรียบเทียบกับความบริสุทธิ์ของทองคำ ผู้วิจัยใช้การอุปมาความบริสุทธิ์ของทองคำ

กับความเท่ ซึ่งเป็นแก่นอันเป็นสาระสำคัญของวัฒนธรรมฮอปเปอร์ที่ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน ยานพาหนะนั้นั้นเป็นอะไรแต่สำคัญที่การตอบสนองคุณค่าทางใจเมื่อถูกคนอื่นจ้องมอง หากนำเสนอความเท่ได้ก็สามารถนำเสนอสาระสำคัญของวัฒนธรรมฮอปเปอร์ได้

หลักการสร้างสรรค์มาจากแนวคิดในตกแต่งตัดแปลงยานพาหนะ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่แสดง ความเท่ ความหรูหรา ความเป็นลูกผู้ชาย เพื่อสร้างคุณค่าทางใจ เมื่อถูกจ้องมองซึ่งเป็นสาระสำคัญของสุนทรียะแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์แบบไทย แนวคิดในการตัดแปลงรูปทรงของผลงาน ประติมากรรมชิ้นนี้ประกอบด้วย 1.การขยายขนาดให้ใหญ่ การยืดให้ยาวอย่างล้นเกิน 2. รูปแบบพันธุ์ทาง 3.อัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัย การตกแต่งตามความพึงพอใจส่วนตัวของเจ้าของรถโดยทั้งสามส่วนมีเป้าหมายเพื่อสร้างให้มีความล้นเกิน ล้อเล่น ล้อเลียนภาพลักษณ์ของมอเตอร์ไซค์ราคาแพง ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์เอง

ผลงาน ทองเนื้อเก้า สื่อความหมายถึงความเท่อย่างล้นเกิน ที่เป็นแก่นหลักของเป้าหมายในการสร้างอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมฮอปเปอร์ ผ่านองค์ประกอบทางกายภาพที่ใช้ในการตกแต่งตัดแปลง มอเตอร์ไซค์ฮอปเปอร์ เมื่อองค์ประกอบทั้งหมดทำงานร่วมกัน ไม่ได้มีเป้าหมายไว้เพื่อสื่อความหมายให้ผู้พบเห็นเข้าใจว่ากำลังสื่อสารเรื่องราวใด แต่ทำหน้าที่แสดงอัตลักษณ์ที่เป็นความรู้สึกเท่ แปลกแตกต่าง ไม่สามารถประเมินคุณค่าและความงามได้ตามเป้าหมายของผู้สร้าง ซึ่งเป็นหลักการสุนทรียะแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ที่ผู้ชมสามารถรับรู้ได้จากการเห็นและการคร่อมซี่ ปลายหางของผลงานชิ้นนี้คือการสร้างการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานได้โดยการรับรู้สุนทรียะแบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ผ่านปฏิบัติทางร่างกาย ที่ทำให้ผู้ชมรับรู้สุนทรียะที่เป็นต้นทางอย่างครบวงจร

6.3 วิเคราะห์กระบวนการการนำเสนอผลงาน

ผลงานที่สมบูรณ์ในงานวิจัยนี้หมายถึง ผู้ชมกับผลงานประติมากรรม ผลลัพธ์ที่โดดเด่นที่สุดในงานการวิจัยคือการสร้างกระบวนการการมีปฏิสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมระหว่างผู้ชมกับผลงาน ประติมากรรมที่เข้าถึงง่าย ปฏิบัติได้ง่าย และผู้ชมสมัครใจที่จะมีส่วนร่วมด้วยความสนุกสนาน กระตือรือร้น ซึ่งกลายเป็นกรอบคิดสำคัญในการสร้างรับรู้ ขึ้นชมประติมากรรมสื่อใหม่ กรอบคิดนี้แตกต่างจากกรอบคิดในการเสพงานประติมากรรมในแบบปกติ ผู้ชมจะรับรู้ชื่นชมผลงาน ประติมากรรมสื่อใหม่ได้อย่างสมบูรณ์ได้การมีส่วนร่วมระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม

ผู้วิจัยในฐานะผู้ชมคนแรกของงานประติมากรรม เมื่อสร้างสรรค์ผลงานประติมากรรมเสร็จเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยเองคือผู้ชมคนแรกที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรมทั้งสิ้น ผู้วิจัยจึงใช้ตัวเองทดสอบและประเมินกระบวนการการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงาน และประสบการณ์ทางสุนทรียะก่อนในขั้นต้นผลที่ได้มีดังนี้

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลงานกับผู้วิจัย	ผลการวิเคราะห์กระบวนการมีปฏิสัมพันธ์
 <p data-bbox="448 882 619 913">คิงส์ คะนองนา</p>	<p>ร่างกายถูกทำให้แปรเปลี่ยนให้ล้นเกินจากท่าทางในการใช้ชีวิตประจำวันปกติ ด้วยทำยื่น กางแขน การควบคุมยานพาหนะจากมุมสูง และเมื่อขึ้นไปยืนบนผลงานผู้ชมจะกลายเป็นจุดเด่น ครอบครองอัตลักษณ์ที่เกิดจากองค์ประกอบต่างๆของประติมากรรม</p>
 <p data-bbox="448 1196 619 1227">เร็ว แรง เกิน</p>	<p>สิ่งที่สร้างการรับรู้สุนทรียะแบบวัฒนธรรมช้อปปิ้ง เกิดจากส่วนประกอบ ฉากเคลื่อนไหวได้ แสง เสียงไซ้ ที่สัมพันธ์กันกับการบิดคันเร่งของผู้ชม และผู้ชมจะรับรู้ได้ว่าองค์ประกอบทั้งหมดสร้างขึ้นเพื่อให้คนอื่นมองมายังตนเองที่กำลังสวมอัตลักษณ์ช้อปปิ้ง</p>
 <p data-bbox="448 1494 619 1525">นักสู้อลาดสด</p>	<p>ตัวผลงานประติมากรรมครอบครองรูปแบบอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมช้อปปิ้ง แต่ผู้ชมที่มีปฏิสัมพันธ์กับผลงานชิ้นนี้รับรู้สุนทรียะช้อปปิ้งได้น้อยกว่าชิ้นอื่น เนื่องจากการปฏิสัมพันธ์ไม่สร้างความล้นเกินทางร่างกายแก่ผู้ชม</p>
 <p data-bbox="448 1890 619 1921">ทองเนื้อเก้า</p>	<p>ผลงานชิ้นนี้สามารถสร้างการรับรู้สุนทรียะ และสวมอัตลักษณ์แบบช้อปปิ้งให้ผู้ชมได้อย่างดี เนื่องจากการออกแบบรูปทรงของประติมากรรม แสดงลักษณะอัตลักษณ์ช้อปปิ้งอย่างเด่นชัด และประติมากรรมยังเปลี่ยนท่าทางร่างกายของผู้ชมให้รับรู้ความล้นเกินผ่านร่างกายของตนเอง ผ่านการปฏิสัมพันธ์</p>

ตารางที่ 29 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลงานประติมากรรมกับผู้วิจัยในฐานะผู้ชมคนแรก

ผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างและผู้ชมคนแรก ตรวจสอบผลสัมฤทธิ์โดยการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงาน ประติมากรรมด้วยตนเองทุกชิ้น เช่น การนั่งคร่อม การนำออกไปจับที่จริงบนถนน และนำไปใช้งาน ผู้วิจัยพบว่าผลงานประติมากรรมบางชิ้นสำเร็จผล บางชิ้นไม่สำเร็จผลเท่าไรนัก

ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกย่องที่สัมฤทธิ์ผลในการ ตรวจสอบโดยผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างได้แก่ คิงคะนองนา เร็วแรงเกิน และทองเนื้อเก้า เนื่องจากผลงาน ทั้งสามชิ้นสามารถสร้างการรับรู้คุณค่าทางใจ เช่น ความเท่ ความภาคภูมิใจ และความกระอัก กระอ่วนใจ ซึ่งนับเป็นประสบการณ์ทางสุนทรียะที่เกิดขึ้นเมื่อผู้วิจัยสวมอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมช็อปเปอร์ผ่านการปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม ผู้วิจัยสามารถรับรู้ผ่านท่าทางของร่างกายที่ถูกทำให้ล้นเกิน และตำแหน่งของร่างกายที่สามารถสร้างรับรู้ถึงคุณค่าทางใจในวัฒนธรรมช็อปเปอร์

ผลงานประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลาและรสนิยมในศิลปะยกย่องที่สัมฤทธิ์ผลน้อยในการตรวจสอบ โดยผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างได้แก่ นักสู้ตลาดสด เนื่องจากกระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงาน ในผลงานชิ้นนี้ไม่สามารถทำให้ร่างกายของผู้ชมมีการเปลี่ยนท่าทางให้ล้นเกิน หรือไม่อยู่ในท่าทางที่ทำให้ช่วยสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าทางใจแบบวัฒนธรรมช็อปเปอร์ได้มากเท่ากับผลงานอีกสามชิ้นที่เหลือ

การวิเคราะห์โดยข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาศิลปะ

ผู้ชมกลุ่มต่อมาที่ผู้วิจัยให้ความสำคัญในการเสนอข้อคิดเห็น และช่วยในการประเมินผล กระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลงานประติมากรรมกับผู้ชม และการรับรู้สุนทรียะแบบวัฒนธรรมช็อปเปอร์ คือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาศิลปะ ไม่ว่าจะเป็นศิลปิน ศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ ศิลปินชั้นเยี่ยมจากการประกวดศิลปกรรมแห่งชาติ และศาสตราจารย์ในสายศิลปะ เป็นต้น

ตัวอย่างการรวบรวม ข้อคิดเห็นและข้อวิจารณ์ผลงานระหว่างการจัดแสดงนิทรรศการ โดยผู้ทรงคุณวุฒิในทางศิลปะ

ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านศิลปะ	ข้อเสนอแนะ
 <p data-bbox="300 573 772 611">ศาสตราจารย์เกียรติคุณ กัญญา เจริญศุภกุล</p>	<p data-bbox="831 409 1305 506">“รู้สึกว่ามันใช้เวลาชั่งอยู่บน ประติมากรรม คล้ายเป็นไบค์เกอร์จริงๆ”</p>
 <p data-bbox="336 846 772 884">ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ปรีชา เกาทอง</p>	<p data-bbox="839 687 1382 784">“สาระสำคัญ คือการนำเสนอประติมากรรมที่ขี่ได้ เคลื่อนที่ได้ ไม่ใช้การเลียนแบบซ้อปเปอร์จริงๆ”</p> <p data-bbox="986 792 1230 831">“ขี่แล้ว รู้สึกเท่มากๆ”</p>
 <p data-bbox="357 1099 756 1137">ศาสตราจารย์ญาณวิทย์ ภูญแจทอง</p>	<p data-bbox="839 956 1382 1099">“ชิ้นงานมีความเป็นประติมากรรมมากกว่าเป็น มอเตอร์ไซค์ แม้มันจะคร่อมได้ขี่ได้ เพราะทำทาง ไม่เหมือนมอเตอร์ไซค์”</p>
 <p data-bbox="304 1375 804 1413">อำมฤทธิ์ ชูสุวรรณ (ประธานเปิดนิทรรศการ)</p>	<p data-bbox="847 1209 1374 1305">“เป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ของการชมงาน ประติมากรรม”</p>

ตารางที่ 30 การรวบรวม ข้อคิดเห็นและข้อวิจารณ์ผลงานระหว่างการจัดแสดงนิทรรศการ
โดย ผู้ทรงคุณวุฒิในทางศิลปะ บางส่วน

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรมศิลปะยกล้อ

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อคิดเห็นเกี่ยวกับประสบการณ์ทางสุนทรียะที่เกิดขึ้นกับผู้ชม และผู้ทรงคุณวุฒิผ่านการแสดงนิทรรศการในงานวิจัยนี้คือรูปแบบของศิลปะปฏิสัมพันธ์ โดยใช้ร่างกายผู้ชมมาเป็นวัตถุทางสุนทรียะด้วยโดยมีประเด็นสำคัญคือ การรับรู้และการสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับงานประติมากรรม ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผลงานประติมากรรมกับผู้ชมได้ออกเป็น สองรูปแบบ ดังนี้

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรมรูปแบบที่ 1 สุนทรียะผ่านการปฏิบัติ

สุนทรียะผ่านการปฏิบัติเกิดขึ้นกับรูปแบบผลงานที่ผู้ชมสามารถจับซึ่ได้จริง แต่มีเงื่อนไขว่าผู้ชมต้องมีทักษะในการขี่มอเตอร์ไซด์ ผู้ชมกลุ่มนี้จึงมีจำนวนจำกัด ผลงานที่ผู้ชมสามารถจับซึ่ได้ ชั้นที่หนึ่ง “คิงส์คะนองนา” และผลงานชั้นที่สี่ “ทองเนื้อเก้า” การจับซึ่ทำให้สามารถรับรู้สุนทรียะได้จากทั้งเสียงเครื่องยนต์ อุณหภูมิ กลิ่นน้ำมัน และการรับรู้ผ่านร่างกายว่ากล้ามเนื้อกำลังควบคุมยานพาหนะในท่าทางที่ล้นเกินกว่าการขี่มอเตอร์ไซด์ธรรมดา ผลคือการแสดงความเป็นเจ้าของอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมฮอปเปอร์ในที่สาธารณะ

เพื่อไม่ให้ข้อแม้เรื่องทักษะการขี่มอเตอร์ไซด์มาจำกัดการเข้าถึงสุนทรียะของผลงาน ผู้วิจัยจัดแสดงผลงานทั้งสองชิ้นโดยจอดไว้ในห้องนิทรรศการให้ผู้ชมนั่งคร่อม และมีภาพเคลื่อนไหวแสดงการจับซึ่ เพื่อให้ผู้ชมทราบว่าทั้งสองชิ้นนี้สามารถจับซึ่ได้จริง ผู้ชมสามารถสร้างจินตนาการและความรู้สึกมีอารมณ์ร่วม แม้ผู้ชมจะทำแค่เพียงนั่งคร่อมแต่ไม่ได้นำออกมาจับซึ่จริงก็ตาม



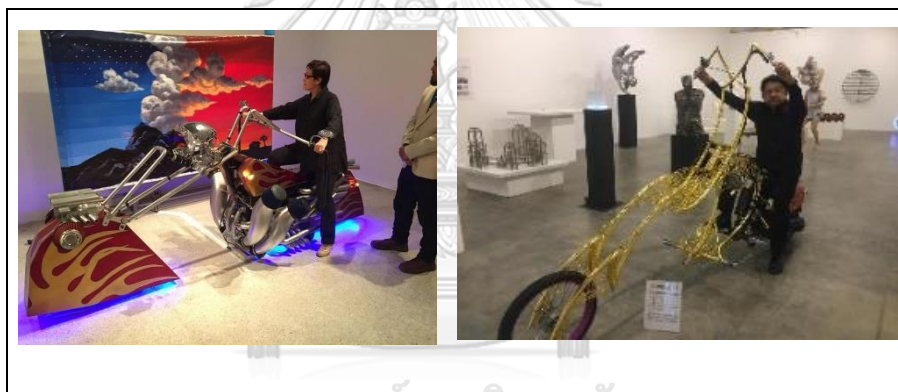
ภาพที่ 32 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม ผ่านการปฏิบัติจริง

ผู้ชมสามารถสร้างความเชื่อมโยงผลงานประติมากรรมกลับไปยังแหล่งที่มาโดยการจินตนาการถึง เสียง ความสั่นสะเทือนของเครื่องยนต์ กลิ่นจากน้ำมันและท่อไอเสีย และรับรู้สุนทรียะของวัฒนธรรมฮอปเปอร์จากการควบคุมแฮนด์ที่มีลักษณะยกสูงที่ไม่เหมือนการขี่มอเตอร์ไซด์ทั่วไป แต่เป็นการนั่งชิวอยู่บนประติมากรรมที่เป็นวัตถุทางสุนทรียะชิ้นหนึ่ง เป็นสุนทรียะแบบเสมือน

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรมรูปแบบที่ 2 สุนทรียะแบบเสมือน

รูปแบบผลงานที่ผู้ชมสามารถนั่งคร่อมขึ้นบนผลงานประติมากรรมได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีทักษะการขี่มอเตอร์ไซด์มาก่อน ซึ่งสามารถประยุกต์วิธีการนี้กับผลงานแบบแรกได้ด้วย ผลงานประติมากรรม นักสู้อลาดสัด อาจไม่ใช่การคร่อมขี่แต่ก็ใช้รูปแบบการมีปฏิสัมพันธ์โดยการจับแฮนด์แบบซ้อปเปอร์เซ็น นักสู้อลาดสัดคือผลงานอีกชิ้นหนึ่งที่สื่อความหมายถึงมายาคติของการใช้รูปแบบที่มีอัตลักษณ์ของสิ่งหนักบดทับซ้อนลงบนวัตถุในชีวิตประจำวัน

ประติมากรรม เร็ว แรง เกิน คือประติมากรรมที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานศิลปะ ผ่านกิจกรรมและบรรยากาศที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยออกแบบท่าทางของผู้ชมที่จะมาขี่ให้อยู่ในลักษณะและกระทำกิจกรรมตามที่ผู้วิจัยกำหนดไว้



ภาพที่ 33 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม สุนทรียะเสมือน

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับงานศิลปะในงานวิจัยชิ้นนี้หมายถึงการใช้ร่างกายคน ในที่นี้คือร่างกายผู้ชมมาเป็นวัตถุทางประติมากรรม หมายถึงผลงานจะเป็นประติมากรรมที่สมบูรณ์ได้เมื่อมีผู้ชมและผลงานอยู่ร่วมกัน โดยผู้วิจัยเป็นผู้กำหนดโจทย์หรือคำสั่งอย่างแนบเนียนด้วยวิธีที่เข้าถึงได้ง่าย จูงใจให้ผู้ชมเข้าร่วมอย่างสนุกสนานเพื่อสร้างการรับรู้ประสบการณ์ทางสุนทรียะแบบวัฒนธรรมซ้อปเปอร์เจนเกิดความซาบซึ้งรู้สึกมีอารมณ์ร่วม จากการควบคุมท่าทางของร่างกายให้ลื่นเกินจากท่าทางปกติในชีวิตประจำวัน และจากการถูกมองจากคนรอบข้าง เกิดการรับรู้ความรู้สึกภาคภูมิใจ ความเท่ ความโดดเด่น สนุกสนาน หรือแม้กระทั่ง เชนอายุ กระอักกระอ่วน แปลกประหลาด จากการ

ที่อยู่บนวัตถุทางสุนทรียะแบบวัฒนธรรมช้อปเปอร์ จึงทำให้เกิดประสบการณ์ทางสุนทรียะตามที่ผู้วิจัยตั้งเป้าหมายไว้ในบทที่ 1

ประสบการณ์ทางสุนทรียะที่ได้จากประติมากรรมปฏิสัมพันธ์

กระบวนการประติมากรรมปฏิสัมพันธ์ในงานวิจัยเรื่อง ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบลีลา และรสนิยมในศิลปะยกล้อ สามารถสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะที่เกิดขึ้นได้ 3 ระดับดังนี้

ระดับที่ 1. สุนทรียะที่เกิดจากการรูปรูปร่างของผลงานประติมากรรม

ที่เป็นผลของการสร้างสรรค์ผลงานตามหลักการทัศนศิลป์ งานวิจัยชิ้นนี้ใช้กระบวนการสร้างสรรค์แบบ พันธุ์ผสม หรือ พันธุ์ทาง โดยการผสมผสานรูปแบบการสร้างสรรค์จากหลายแหล่งที่มา ในลักษณะลักลั่น อีกทั้งกระบวนการขยายให้ล้นเกิน ทำให้เด่นชัดทั้งขนาด จำนวน และวัสดุ ที่สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือสร้างผลงานศิลปะที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ช้อปเปอร์แบบไทย ก่อให้เกิดประสบการณ์สุนทรียะจากการชื่นชมความงามของรูปรูปร่างประติมากรรม

ระดับที่ 2. สุนทรียะที่เกิดจากการมีส่วนร่วม ผู้ชมคือองค์ประกอบในงานศิลปะ

ผลงานประติมากรรมสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะด้วยกระบวนการการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผลงานประติมากรรม ผู้ชมคือองค์ประกอบหนึ่งของผลงานประติมากรรม ผู้วิจัยสร้างวิธีการชื่นชมผลงานประติมากรรมในแบบเฉพาะที่แตกต่างจากหลักการชื่นชมผลงานประติมากรรมปกติ เช่น ผู้ชมสามารถสัมผัสได้ คร่อมชี้ได้ และขับชี้ได้ ผู้ชมจึงกลายเป็นชิ้นส่วนที่ทำให้ผลงานประติมากรรมสมบูรณ์ในการนำเสนอ ทำให้เกิดการปฏิกริยาต่อเนื่อง เช่น ประเด็นคำถามเรื่องความขบขันและความเคร่งขรึมในงานศิลปะ เรื่องการวิพากษ์ตนเอง การตั้งคำถามและล้อเลียนตนเองของผู้ชม จนผู้ชมเริ่มตั้งคำถามกับแหล่งที่มาของรูปแบบและรสนิยมที่ตนยึดถือ เกิดการตรวจสอบอัตลักษณ์ของตนด้วยตนเองกลายเป็นสุนทรียะจากการมีส่วนร่วม ทั้งในฐานะผู้ชมที่เป็นผู้ปฏิบัติ และในฐานะองค์ประกอบหนึ่งในงานศิลปะให้ผู้ชมคนอื่นมอง

ระดับที่ 3. สุนทรียะที่รับรู้ผ่านการปฏิบัติของผู้ชม

สุนทรียะที่ผู้ชมรับรู้ผ่านการปฏิบัติเป็นการขยายขอบเขตความหมายใหม่ของผลงานประติมากรรม โดยประติมากรรมปฏิสัมพันธ์นั้นสามารถจับต้องได้ นั่งคร่อม ขับชี้ได้ ด้วยวิธีการที่ง่าย

ผู้ชมเกิดความสนุกสนาน สร้างประสบการณ์แบบตลกขบขัน แปลกประหลาด กระอักกระอ่วน เขินอาย หรือต่อต้าน ทั้งยังสามารถถ่ายภาพเซลฟี่ เพื่อแชร์ต่อในสื่อออนไลน์ได้ ผลงานส่งผลในแง่กระบวนการการเข้าถึงความงามด้วยวิธีคิดแบบใหม่ ซึ่งขยายฐานคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ ประติมากรรมที่มีมาก่อนหน้า เปิดทางให้แนวคิดในการสร้างสรรค์ศิลปะร่วมสมัย ขยายฐานคิดเกี่ยวกับการสร้างงานประติมากรรมร่วมสมัย ที่ไม่ได้หยุดอยู่แค่เพียงการชื่นชมสุนทรีย์ภาพจากความงามของรูป ทรงสามมิติของประติมากรรมเท่านั้น ในส่วนนี้เองที่ตอบโจทย์ความเป็นศิลปะสื่อใหม่ด้วยวิธีการเข้าถึงสุนทรีย์ และวิธีการใช้สื่อประติมากรรมที่ต่างไปจากเดิม



บทที่ 7

บทสรุป

7.1 ผลการวิจัย

7.2 อภิปรายผล

7.1 ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ประติมากรรมสื่อใหม่ รูปแบบการสร้างสรรค์และรสนิยมในศิลปะยกล้อ คือ การสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างประสบการณ์ทางสุนทรียะแบบวัฒนธรรมช้อปปิ้ง ผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับผลงานประติมากรรม โดยผลงานประติมากรรมที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้สุนทรียะ และสวมอัตลักษณ์แบบวัฒนธรรมช้อปปิ้งให้กับผู้ชมแบบชั่วคราว ด้วยกระบวนการที่ผู้วิจัยเรียกว่า ประติมากรรมปฏิสัมพันธ์

ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยผลงานประติมากรรมทั้งหมด 4 ชิ้นโดยแบ่งพัฒนาการของผลงานออกเป็นสองช่วง ผลงานช่วงแรกคือผลงานสามชิ้นประกอบด้วย คิงส์คะนองนา เร็วแรงเกิน และนักสูตลาตสด ผู้วิจัยใช้ผลการวิเคราะห์ผลงานประติมากรรม และผลที่ได้จากการนำเสนอผลงานในนิทรรศการมาพัฒนาเป็นผลงานช่วงที่สอง เป็นผลงานประติมากรรมชิ้นที่ 4 ในงานงานวิจัยเพื่อให้ผลงานชิ้นที่ 4 ชื่อทองเนื้อเก้านำเสนอประเด็นการครอบครองอัตลักษณ์แบบช้อปปิ้งในวัฒนธรรมช้อปปิ้งแบบไทยให้ชัดเจนที่สุดตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

ผลงานประติมากรรม ทองเนื้อเก้า เป็นผลสรุปที่พัฒนามาจากผลงานทั้งสามชิ้นก่อนหน้า โดยนำจุดเด่นของผลงานในช่วงก่อนหน้านี้ รูปแบบพันธุ์ทาง การขยายจนล้นเกิน และอัตลักษณ์แบบไทยร่วมสมัย มาพัฒนาเพื่อนำเสนอประเด็นเรื่อง ความต้องการมีมอเตอร์ไซค์ช้อปปิ้งไว้ในครอบครอง แต่ไม่สามารถซื้อได้จึงหยาบยืมรูปแบบการตกแต่งจากวัฒนธรรมช้อปปิ้งที่มีความงามหรูหราราคาแพง มาดัดแปลงเปลี่ยนแปลงเพื่อแสดงการครอบครองอัตลักษณ์แบบช้อปปิ้งในวัฒนธรรมช้อปปิ้งแบบไทยมาสร้างใหม่ในลักษณะแบบล้อเล่น หยอกล้อในรูปแบบที่จริงจัง เพื่อเน้นคุณค่าทางใจและสร้างพื้นที่เฉพาะทางอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมช้อปปิ้งแบบไทย

ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยนั้นแตกต่างจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในการตกแต่งดัดแปลงมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ในชีวิตจริงซึ่งเป็นแหล่งที่มาของข้อมูล และแรงบันดาลใจต้นทาง เพราะงานวิจัยชิ้นนี้ไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อจำลองหรือเลียนแบบการตกแต่งมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์เพื่อนำมาสร้างมอเตอร์ไซค์ซ้อปเปอร์ หรือการแสดงอัตลักษณ์ของผู้วิจัย แต่เป็นการนำรูปแบบและแนวคิดที่ได้จากปรากฏการณ์ดังกล่าวมาถ่ายทอดใหม่ตาม ความคิดและทัศนะของผู้วิจัยในประเด็นทางทัศนศิลป์ ผ่านผลงานประติมากรรมตามโจทย์วัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ตั้งไว้

7.2 อภิปรายผล

ในระยะแรกของการทำงานวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ผู้วิจัยพบปัญหาที่เกิดจากความไม่สอดคล้องกันบางประการ ระหว่างกระบวนการวิจัยกับกระบวนการสร้างสรรค์ทางทัศนศิลป์ทำให้เกิดความไขว้เขวออกจากเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยขอยกตัวอย่างไว้สองข้อดังนี้

หนึ่ง การยึดติดกับทฤษฎีทำให้หลุดออกจากวัตถุประสงค์ ทฤษฎีดังกล่าวได้แก่ ทฤษฎีเรื่องชนชั้น ว่าด้วยเรื่องการแบ่งชนชั้นทางสังคมโดยพิจารณาจากการบริโภคและวิถีชีวิต ผู้วิจัยได้ปรับใช้ทฤษฎีนี้ในการสร้างประติมากรรม คิงส์คะนองนา และนักสูตลาดสด เป็นงานประติมากรรมที่ให้ความสำคัญกับเรื่องอาชีพของคนจนและรสนิยมของชนชั้นสูง เมื่อย้อนกลับไปดูที่วัตถุประสงค์ของงานวิจัย ได้แก่ การศึกษาวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ในสังคมไทย จะเห็นได้ว่า ประติมากรรมทั้งสองชิ้นมีรูปแบบอื่นปรากฏขึ้น ซึ่งส่งผลทำให้รูปแบบของวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ไม่เด่นชัด กลับถูกกลบไปด้วยประเด็นความแตกต่างระหว่างชนชั้นในสังคมไทยแทน ผู้วิจัยจึงได้แก้ไขปัญหาโดยการตัดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องน้อยออก และมุ่งเน้นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอย่างตรงไปตรงมาได้แก่ อัตลักษณ์ ประชาชนนิยม และวัฒนธรรมทางสายตา และสร้างประติมากรรมที่แสดงลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมซ้อปเปอร์ให้เด่นชัด ซึ่งสามารถเห็นได้จากผลงานชิ้นสุดท้าย ทองเนื้อเก้า

สอง ในนิทรรศการ สุนทรียะยกล้อ ที่จัดแสดงที่ PSG Gallery มหาวิทยาลัยศิลปากร ในปี พ.ศ. 2559 ผู้วิจัยได้นำเสนอผลงานสองชุดหลัก ได้แก่ ผลงานชุดก่อนวิทยานิพนธ์ เป็นผลงานประติมากรรม Kinetic Art แสดงให้เห็นกลุ่มประติมากรรมที่เคลื่อนไหวด้วยระบบอินเตอร์แอคทีฟ โดยใช้ระบบเซนเซอร์จับการเคลื่อนไหวและเสียงของผู้ชม ผลงานชุดนี้เป็นผลงานที่ผู้วิจัยกำลังอยู่ในช่วงค้นคว้าหาแนวเรื่อง รูปแบบ และเทคนิค ชุดที่สองได้แก่ ผลงานประติมากรรมสามชิ้นแรกของวิทยานิพนธ์ ได้แก่ คิงส์คะนองนา แร่ง เร็ว เกิน และนักสูตลาดสด ซึ่งแสดงให้เห็นแนวเรื่อง

รูปแบบ และเทคนิคที่ชัดเจน เหตุผลที่ผู้วิจัยนำเสนอผลงานทั้งสองแนวเรื่องในพื้นที่เดียวกันนี้ เพราะเรื่องขนาดของพื้นที่ภายในหอศิลป์ที่มีขนาดใหญ่ และต้องการแสดงให้ผู้ชม โดยเฉพาะนักศึกษาและเพื่อนอาจารย์ของผู้วิจัย เห็นพัฒนาการทางด้านความคิดก่อนและหลังการเสนอหัวข้อระดับดุขฎีนิพนธ์ เมื่อพิจารณาภาพรวม ผลงานชุดแรกแสดงให้เห็นการเคลื่อนไหว โดยผู้ชมเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนไหวในรูปแบบที่แตกต่างกัน แต่ผลงานชุดวิทยานิพนธ์ แม้ว่าจะสามารถซับซ้อนได้จริงเมื่ออยู่ในสถานการณ์ของห้องนิทรรศการกลับนิ่ง ไม่เคลื่อนไหว ไร้ชีวิต ผู้วิจัยจึงเกิดความคิดว่า ควรจะนำเสนอผลงานประติมากรรมสามชิ้นในลักษณะที่เคลื่อนไหวได้ โดยบันทึกการซับซ้อนประติมากรรมในรูปแบบของวิดีโอ

เมื่อเริ่มถ่ายทำผู้วิจัยก็เกิดความรู้สึกว่า หากทำเป็นเพียงบันทึกก็จะดูจืดชืด เมื่อนึกย้อนกลับไปที่ยุทธศาสตร์ของงานเมือง ก็อดนึกถึงอารมณ์ที่สนุกสนานของชาวบ้านอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้วิจัยจึงได้จัดทำเค้าโครงเรื่องที่ได้จากการดูละครเบาสมอง โดยโครงเรื่องมีลักษณะเลียนแบบทำให้ล้นเกิน เพื่อกระตุ้นให้เกิดอารมณ์ขัน สนุก และตลก โดยมีผู้วิจัยเป็นผู้แสดงร่วมกับนักศึกษาอีกคนหนึ่ง ซึ่งผู้แสดงหลักทั้งสองไม่มีทักษะการแสดงแบบมืออาชีพ เมื่อนำผลงานวิดีโอดังกล่าวนำเสนอในห้องนิทรรศการ ผลที่เกิดขึ้นคือ ผู้ชมจำนวนหนึ่งยืนดูวิดีโอตั้งแต่ต้นถึงจบ และชักชวนกลุ่มเพื่อนให้กลับมาดูอีกหลายรอบ พร้อมกับเสียงหัวเราะดังออกมาจากห้องนิทรรศการเป็นระยะ



ตำแหน่งของจอโทรทัศน์ในนิทรรศการ

ภาพบางส่วนใน วิดีโอ

ภาพที่ 34 วิดีโอในนิทรรศการ สุนทรียะยกล้อ PSG Gallery มหาวิทยาลัยศิลปากร

หากพิจารณาในแง่บรรยากาศของนิทรรศการ ก็อาจพิจารณาได้ว่า บรรยากาศโดยรวมเต็มไปด้วยความสนุกสนาน ไม่เคร่งเครียด หากแต่ถ้าพิจารณาบทบาทของวิดีโอ โดยอิงกับวัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์ สามารถพิจารณาได้ดังนี้ ประติมากรรมชุดวิทยานิพนธ์มีบทบาทรองกว่าวิดีโอ

วิดีโอมีบทบาทที่สำคัญกว่า และวิดีโอก็ไม่ได้ตอบคำถามงานวิจัยแต่อย่างไร เพราะวิดีโอไม่ได้ทำให้ผู้ชมเกิดการตระหนักรู้ในเรื่องสุนทรียะแบบวัฒนธรรมช้อปปิ้ง เพราะผู้ชมสนุกกับเรื่องและการแสดงอย่างไร้ทักษะมากกว่า จึงสามารถสรุปได้ว่า การนำเสนอนิทรรศการโดยเฉพาะนิทรรศการเพื่อแสดงความก้าวหน้าในระดับชุมชน ควรจะให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเป็นสำคัญ หากมีองค์ประกอบใดที่ทำให้ผู้ชมไม่สามารถเข้าถึงประเด็นของการวิจัยได้ ก็ควรจะลดบทบาทเสีย



รายการอ้างอิง

- Atkins, and Sharon Matt. *Art Appropriation and Identity since 1980*. New Brunswick: The State University of New Jersey, 2004.
- Barker, C. *Cultural Studies: Theory and Practice*. London: Sago, 2000.
- Erwin Wurm. "ปรัชญา-ประติ-บัติ." By พิชญา ศุภวานิช (4 กุมภาพันธ์ 2560 2560). magazine, Mars. "Chopper Culture."
<http://www.manager.co.th/Marsmag/ViewNews.aspx?NewsID=9580000016819>.
- R., Moore, and Gillette D. King, *Warrior, Magician, Lover : Rediscovering the Archetypes of the Mature Masculine* San Francisco: CA: Harper Collins, 1991.
- เคลาส์ ฮอนเนท. ป๊อป อาร์ต. กรุงเทพมหานคร เดอะเกรทโฟนอาร์ท, 2541.
- ไทยรัฐออนไลน์. "สิ่งสองล้อ Ep.1." <http://www.thairath.co.th/content/580861>.
- กาญจนา แก้วเทพ. การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ : แนวคิด และตัวอย่างงานวิจัย. กรุงเทพมหานคร หจก ภาพพิมพ์, 2541.
- กำจร สุนพงษ์ศรี. ศิลปะสมัยใหม่: *Modern Art* กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2523.
- กิริติ บุญเจือ. ปรัชญาอัตถิภาวนิยม (*Existentialism*) กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2522.
- จรูญ โคมุทร์ตานนท์. สุนทรียศาสตร์ ปัญหาเบื้องต้นในปรัชญาศิลปะและความงาม. ปทุมธานี: ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต, 2539.
- จิรวุฒิ เสนาคำ. เหลียวหน้าแลหลังวัฒนธรรมป๊อป. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2549.
- ทัศนัย เศรษฐเสรี. "สื่อ ความหมาย มิติทางประวัติศาสตร์ และการปรับเปลี่ยนของสังคม." In สะบัด รัต พิศ เหวี่ยง : การศึกษาสื่อศิลปะเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของสังคมร่วมสมัยของไทย, 30 - 37. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2557.
- ธีรยุทธ บุญมี. โลก *modern & Post Modern*. กรุงเทพมหานคร: สายธาร, 2552.
- พระทักษิณคณาธิกร. ปรัชญา. กรุงเทพมหานคร: กรุงเทพมหานครการพิมพ์, 2517.
- พัฒนา กิตติอาษา. คนพันธุ์ป๊อป : ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2546.
- มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย. ปรัชญาเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: นวสาส์นการพิมพ์, 2551.
- ยุรฉัตร บุญสนิท. "ภาวะสังคมหลังสมัยใหม่." วารสารปาริชาติ 15, no. 2 (2546): 16-17.
- รสลิน กาสต์. แอ็พโพรพริเอชันอาร์ต ศิลปะแห่งการหยิบยืม กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558.

วิรุณ ตั้งเจริญ. สุนทรียศาสตร์เพื่อชีวิต. กรุงเทพฯ: สันติสิริการพิมพ์, 2552.

สมเกียรติ ตั้งมโน. มองหาเรื่อง: วัฒนธรรมทางสายตา. มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2549.

สมพร รอดบุญ. "ศิลปะแอฟโทรโพริเอชั่น." In สุจิตร์การแสดงผลงานศิลปกรรมแห่งชาติ ครั้งที่ 58 80.

(กรุงเทพมหานคร, 2555).

สะบัด รัต พิศ เหวียง : การศึกษาสื่อศิลปะเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของสังคมร่วมสมัยของไทย. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2557.

สิริชัย ดีเลิศ. "อัตลักษณ์แห่งตัวตนในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะในมุมมองของอาจารย์กลุ่มศิลปะ คณะเทคโนโลยี

สารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี : Self-Identity to Creative Arts:

Perspective of Lecturer Faculty of Information and Communication

Technology." *Veridian E-Journal* 3 (2556).

สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์. "ทางไปสู่การวิจารณ์ของเศรษฐกิจการเมืองแห่งสัญญา." *วารสารธรรมศาสตร์* 14 (2528):

212 – 26.

อภิญา เพื่อฟูสกุล. อัตลักษณ์ (*Identity*). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2546.

อภิรัตน์ โปษยานนท์. "คำกล่าวเปิด." In สะบัด รัต พิศ เหวียง : การศึกษาสื่อศิลปะเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของ

สังคมร่วมสมัยของไทย 11- 14. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2557.

อริชัย อรรถอุดม, and สราวุธ อนันตชาติ. "การพัฒนาแนวคิดและมาตรวัดต้นแบบตราสินค้าวีรบุรุษในเชิงการ

สื่อสารการตลาด." *วารสารนิเทศศาสตร์* 28, no. 4 (2553): 3-4.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

โปสเตอร์และบัตรเชิญ ในนิทรรศการ “สุนทรีย์ะยกล้อ” (Superabundant Aesthetic) 4-21 พฤษภาคม 2559 หอศิลป์ PSG Art Gallery Bangkok



King Hosangha "สุนทรีย์ะยกล้อ" (2014-2016)
93 x 300 x 290 cm.
สีผสม

สุนทรีย์ะยกล้อ

"Superabundant Aesthetic"
by Teerapon Hosanga

MAY 4 - 21, 2016

at PSG Art Gallery,
Silpakorn University,
Bangkok.

"สุนทรีย์ะยกล้อ"
โดย ชีรมา หอสง่า

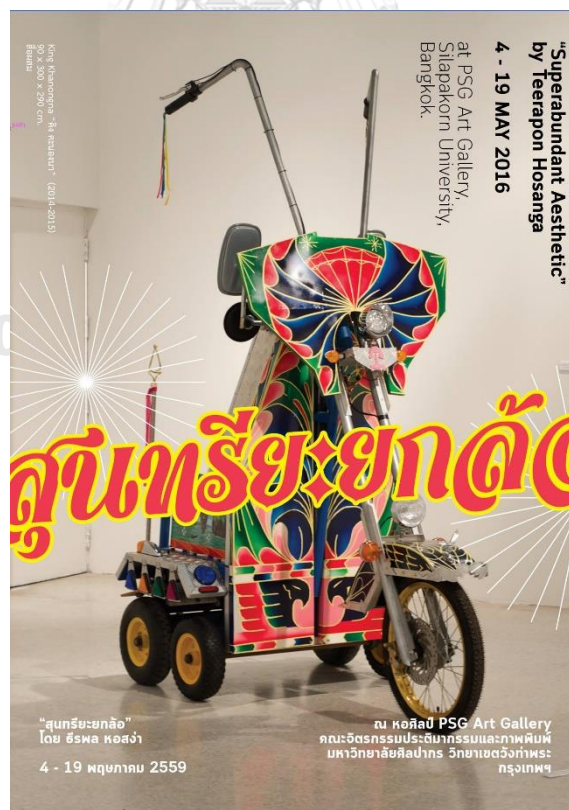
4 - 21 พฤษภาคม 2559

หอศิลป์ PSG Art Gallery
คณะจิตรกรรมประติมากรรมและภาพพิมพ์
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตวังท่าพระ กรุงเทพฯ

โปสเตอร์ในนิทรรศการ สุนทรีย์ะยกล้อ



บัตรเชิญ ในนิทรรศการ สุนทรียะยกล้อ



หน้าปกสูจิบัตร ในนิทรรศการ สุนทรียะยกล้อ

โปสเตอร์และบัตรเชิญ ในนิทรรศการ “ส่งผ่าน TRANSITION” 21-30 มีนาคม 2561 หอศิลป์บรมราชกุมารี คณะจิตรกรรมประติมากรรม และภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม



ขอมติชมนิทรรศการ "ส่งผ่าน TRANSITION"

โดยภาควิชาประติมากรรม คณะจิตรกรรม ประติมากรรมและภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

>> จัดแสดง 21 - 30 มีนาคม 2561 <<

เปิดให้เข้าชมวันจันทร์ - เสาร์ เวลา 9.00 - 16.30 น.

ชมฟรี ปิดวันอาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์

ณ ห้อง Project Space I หอศิลป์บรมราชกุมารี คณะจิตรกรรมประติมากรรมและภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

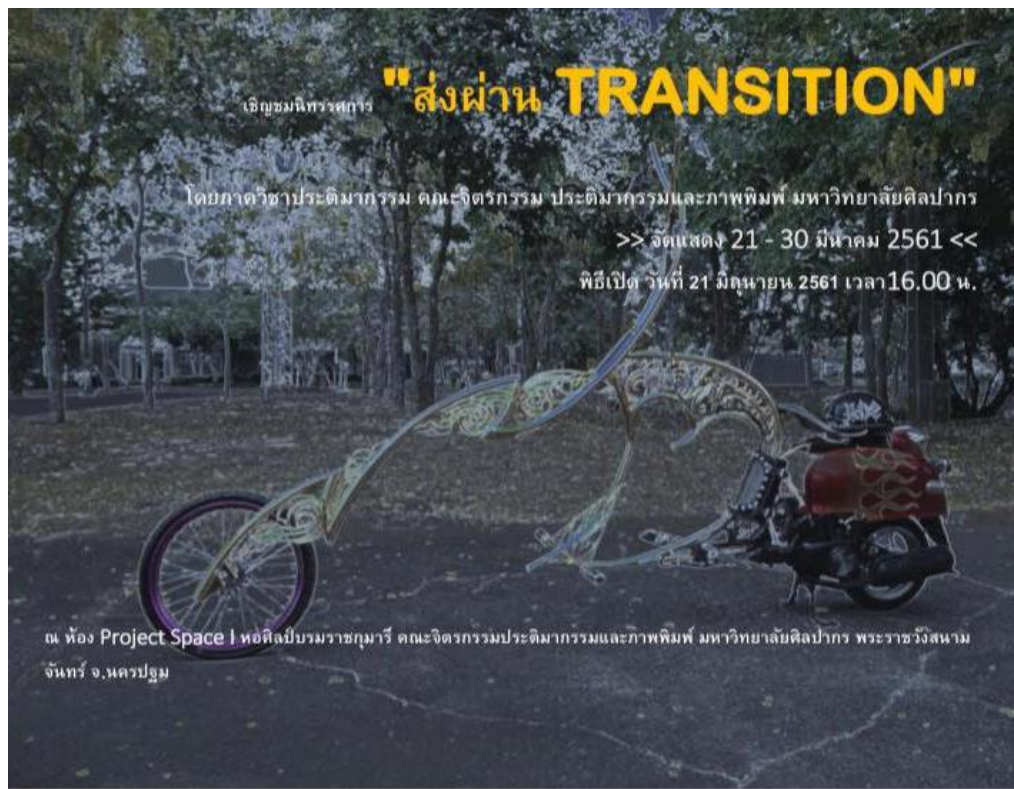
พระราชวังสนามจันทร์ จ.นครปฐม

📱 สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม 📞

Facebook Page : Psg Art Gallery

www.facebook.com/psgartgallerysilpakorn/

โปสเตอร์ ในนิทรรศการ “ส่งผ่าน TRANSITION”



บัตรเชิญ ในนิทรรศการ “ส่งผ่าน TRANSITION”



บรรยากาศวันเปิดแสดงงานนิทรรศการ ส่งผ่าน

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายธีรพล หอสง่า เกิดวันที่ 18 เมษายน 2523

ที่อยู่ 20/3 หมู่ 7 ตำบลโคกเคียน อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา 82110

teeraponghosa@gmail.com teeraponghosa@gmail.com

หมายเลขโทรศัพท์ 0890567867

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2545 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต สาขาประติมากรรม จาก คณะจิตรกรรม ประติมากรรม และภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

พ.ศ. 2551 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาประติมากรรม จาก คณะจิตรกรรม ประติมากรรม และภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2552 เข้าทำงานที่คณะจิตรกรรมฯ ในตำแหน่งอาจารย์ประจำ ภาควิชา ประติมากรรม คณะจิตรกรรม ประติมากรรม และภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

รางวัลและทุนที่ได้รับ

พ.ศ. 2547 ได้รับคัดเลือกให้เป็นศิลปินในโครงการ “Brand New” โดย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พ.ศ. 2555 ได้รับทุนเรียนติ่มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ประจำปี 2555 จาก สำนักงานการ อุดมศึกษา (สกอ.) เพื่อศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก ปัจจุบันกำลังศึกษาใน หลักสูตร ศิลปกรรมศาสตร์ดุขฎี บัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2559 ได้รับทุนโครงการวิจัยสร้างสรรค์ศิลปกรรม "ศิลปะติดล้อ" ของ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติประจำปีงบประมาณ 2559

พ.ศ. 2560 ได้รับทุนใน โครงการทุนสร้างสรรค์ศิลปกรรม ศิลป์ พีระศรี ครั้งที่ 17 ประจำปี 2560