

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แบ่งตามหัวข้อที่ศึกษาได้ดังนี้

2.1 วรรณกรรมเกี่ยวกับความเป็นมาของ ดิคอนสตรัคชัน

2.1.1 ดิคอนสตรัคชัน

2.1.2 สถาปัตยกรรมดิคอนสตรัคชัน

2.1.3 เวนิสปีดิคอนสตรัคชัน

2.2 วรรณกรรมเกี่ยวกับการโฆษณา

2.2.1 วิวัฒนาการของการโฆษณา

2.2.2 ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand image)

2.2.3 ตำแหน่งตราสินค้า (Brandpositioning)

2.2.4 คุณค่าของตราสินค้า (Brand quity)

2.3 วรรณกรรมเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

2.3.1 บุคลิกตราสินค้า

2.3.2 สร้างแบรนด์ ด้วยศรัทธา

2.3.3 บุคลิกภาพ แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง และแบบการดำเนินชีวิต

2.4 วรรณกรรมเกี่ยวกับเทคนิค

2.4.1 คัมภีร์อโดบี โฟโตชอป 7 (Adobe Phoshop 7) : เทคนิคการใช้ฟิลเตอร์ใน
อโดบี โฟโตชอป

2.4.2 กระบวนการสร้างสรรค์โฆษณา : ฝึกหัดเพื่อความว่องไว : 201 วิธีสู่ความ คิด
สร้างสรรค์

2.4.3 การทดลองตัวพิมพ์ : ทำลายกฎ

2.5 วรรณกรรมเกี่ยวกับจัดองค์ประกอบในการออกแบบ

2.5.1 ออกแบบ 2 มิติ : องค์ประกอบในการออกแบบ

2.5.2 แบบเรียนที่ว่าง : โครงสร้างองค์ประกอบ

2.5.3 กราฟิกสำหรับการสื่อสาร : ตัวอักษร – การจัดวาง – การออกแบบ

2.1 ความเป็นมาของดีคอนสตรัคชัน

2.1.1 ดีคอนสตรัคชัน

ดีคอนสตรัคชัน แปลเป็นคำไทยว่า การรื้อโครงสร้าง ไม่ใช่การทำลาย (แหล่งที่มา <http://www.midnightuniv.org>) ผู้เรียกคำนี้ ครั้งแรกคือ ปรัชญาเมธีร่วมสมัยชาวฝรั่งเศส เชื้อสาย กำเนิดแอลจีเรียน ฉาค แดริตาร์ (Jacques Derrida) ศัพท์นี้แพร่หลายในราวทศวรรษที่ 60 และ 70 โดยชาวอเมริกันจนขยายเป็นทฤษฎีครอบคลุมสาขาอื่น เช่น วรรณกรรม พุทธศาสตร์ ศาสนาและอื่นๆต่อมา ซึ่งได้มีการนำไปใช้กันอย่างกว้างขวาง จนกระทั่งคำว่า deconstruction ได้ กลายมามีความหมายว่า "การฉีกทิ้งการรื้อ" โครงสร้าง หรือ "การทำลาย" ทุกวันนี้การใช้คำว่าดีคอนสตรัคชัน (to deconstruct) บางสิ่งบางอย่าง ก็คือ ฉีก รื้อ มันออกมา ต่อไปนี้เป็นความหมาย จากคำนิยามสารานุกรมฉบับต่างๆ

การรื้อสร้าง คือ สกิลความคิดทางปรัชญาสกุลหนึ่งที่ถือกำเนิดขึ้นมาในฝรั่งเศสในช่วง ปลายทศวรรษที่ 1960 ซึ่งมีผลกระทบอย่างมาก ต่อวงการศึกษาของแองโกล-อเมริกัน ผู้นำ เสนอแนวคิดนี้ขึ้นมาคือ เมาค แดริตาร์ "การรื้อสร้าง" มีลักษณะกลับหัวกลับหางกับขนบจารีต อกปรัชญาของตะวันตก มันเป็นตัวแทนความสลับซับซ้อนที่ขานรับกับความหลากหลายอันหนึ่งของขบวนการทางปรัชญาและทางทฤษฎีในคริสต์ศตวรรษที่ 20 เช่น ปรัชญาการณวิทยาแบบ Husserlian ที่เด่นมาก, โครงสร้างนิยมแบบ Saussurean และฝรั่งเศส, และจิตวิเคราะห์แบบ Freudian และ Lacanian

การรื้อสร้าง ศัพท์คำนี้แสดง ถึงปฏิบัติการที่มีลักษณะเฉพาะอันหนึ่งเกี่ยวกับการอ่าน และ ด้วยเหตุนี้ มันจึงเป็นวิธีการอันหนึ่งของการวิจารณ์ และลักษณะของการสืบสวนเชิงวิเคราะห์ใน หนังสือของ Barbara Johnson เรื่อง The Critical Difference (1981), ได้ให้ความกระจ่าง เกี่ยวกับศัพท์ดังกล่าว ดังนี้

ดีคอนสตรัคชัน (deconstruction) ไม่ใช่ศัพท์คำพ้องกับคำว่า "การทำลาย" (destruction) แต่อย่างไรก็ตาม ในข้อเท็จจริงมันใกล้เคียงกันมากกับความหมายดั้งเดิมของคำว่า "การวิเคราะห์" (analysis) ในตัวของมันเอง ซึ่งความหมายในเชิงศัพท์มูลวิทยา (Etymolog-คำอธิบายเกี่ยวกับ กำเนิดและพัฒนาการต่างๆ ในความหมายของคำๆ หนึ่ง) หมายถึง "to undo" (เปลี่ยนกลับ, ทำให้มีผลกลับกัน) คำพ้องคำหนึ่งกับ "to de-construct".

ถ้าจะมีสิ่งใดถูกทำลายไปในการอ่านแบบดีคอนสตรัคชัน (deconstructive reading) มัน จะไม่ใช่ข้อความเดิมที่ถูกทำลายไป แต่มันจะเป็นข้อความที่เข้ามาครอบงำที่ทำให้เกิดความ กำกวมคลุมเครือของความเป็นไปอันหนึ่งที่มีความหมายเหนืออีกความหมายหนึ่งได้ถูกทำลายลง การอ่านแบบ "รื้อสร้าง" จะวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับความแตกต่างเชิงวิพากษ์ของ หนังสือที่ต่างไปจากตัวของมันเอง

ส่วนเดวิด ฮา้ได้นำเอาคำว้าดีคอนสตรักชั่น มาจากงานของมาร์ติน ไฮเด็คเกอร์ (Martin Heidegger) ในช่วงฤดูร้อนของปีค.ศ. 1927 มาร์ติน ไฮเด็คเกอร์ ได้เสนอคำบรรยายชุดหนึ่ง ซึ่งปัจจุบัน ได้รับการพิมพ์ขึ้นมายุได้ชื่อ ปัญหาพื้นฐานต่างๆเกี่ยวกับปรากฏการณ์วิทยา (Basic Problems of Phenomenology) วิธีการทางปรัชญา ที่ให้ความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับความสำนึกและวัตถุต่างๆ จากประสบการณ์ตรง มาร์ติน ไฮเด็คเกอร์ กล่าวว้า ปรากฏการณ์วิทยาเป็นชื่อของวิธีการอันหนึ่งในการศึกษาปรัชญา มาร์ติน ไฮเด็คเกอร์ กล่าวว้า วิธีการดังกล่าวมีขั้นตอนอยู่ 3 ขั้นตอนด้วยกันคือ การลดทอน, การสร้าง, และการทำลาย (Reduction, Construction, and Destruction) และได้อธิบายว้ากระบวนการ 3 ขั้นตอน มีความเกี่ยวข้องกันและกัน "การสร้าง" (Construction) มีความจำเป็นที่จ้จะต้องเกี่ยวพันกับ "การทำลาย" (destruction) จากนั้นก็ด้ทำการวิเคราะห์ "การทำลาย" (destruction) ด้ว้ "การรื้อโครงสร้าง" (deconstruction = abbau) ไฮเด็คเกอร์อธิบายสิ่งที่เขาหมายถึง "การทำลายทางปรัชญา" โดยการใช้คำในภาษาเยอรมันเดิม ซึ่งเราอาจแปลมันตามตัวอักษรว้า "unbuild" หมายถึง abbau ว้า deconstruction เพื่อให้ความกระจ่างมากขึ้นว้า มาร์ติน ไฮเด็คเกอร์ ไม่ได้ต้องการให้หมายความถึงถอดสิ่งต่างๆออก ("taking things apart") จ้ริงๆ มาร์ติน ไฮเด็คเกอร์ ไม่เชื่อว่ามันมีเครื่องมืออัตโนมัติที่เรียกว่า "เหตุผล" ซึ่งเรานำมาใช้โดยไม่คำนึงถึงภาษา เวลา สถานการณ์สภาพแวดล้อมของเรา หรือความสนใจต่างๆ เพื่อวิจารณ์ความคิดต่างๆ ซึ่งดูเหมือนว้าเราจะไม่สามารถเริ่มต้นมาจากศูนย์ หรือจุดตั้งต้นของเหตุผลอันนั้น หรือเป็นอิสระจากแนวความคิดต่างๆที่มีอยู่แล้ว ศัพท์แสงต่างๆ หรือวิธีการเข้าถึงทั้งหลาย มันจึงปรากฏออกมาว้า เราได้ถูกบีบบังคับให้ทำซ้ำอดีตและความผิดพลาดของมัน สำหรับเดวิด ฮา้ คำว้าดีคอนสตรักชั่น เป็นท่าทีอันหนึ่ง ในความหมายระดับรากของคำว้าั้นเลยทีเดียว มันคือตำแหน่งสมมุติหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับบางสิ่งบางอย่าง

ในแง่วรรณกรรมและการวิจารณ์วรรณกรรม ดีคอนสตรักชั่น แตกต่างไปจากวิธีการอื่นๆ ของการตั้งคำถามต่างๆเกี่ยวกับงานในแต่ละชั้น มีอะไรซึ่งมากไปกว่าการเปรียบเทียบผลงานดังกล่าวกับมาตรฐานภายนอก สำหรับอะไรที่ควรจะทำ อย่างเช่น มาตรฐานทางศีลธรรม มาตรฐานทางวิทยาศาสตร์ หรืออุดมการณ์ทางการเมือง มักจะค้นหาช่องทางหรือวิธีการที่หนังสือเล่มนั้น ในตัวของมันเอง ด้แสดงให้เห็นถึงสิ่งทีมันได้ถูกมองข้ามไป

ดีคอนสตรักชั่น เป็นรูปแบบหนึ่งของสิ่งทีได้รับการเรียกว่า บทวิจารณ์ที่น่ากลัว ยกตัวอย่างเช่น เดวิด ฮา้ได้เขียนเกี่ยวกับหมายเหตุอันหนึ่งในงานเขียนเรื่อง บีกิน แอน ไทม์ ออฟ ไฮเด็คเกอร์ (Being and Time of Heidegger) เพื่อแสดงให้เห็นว้า ขณะที่อ่านหมายเหตุข้างด้ อย่างระมัดระวัง มันจะแสดงให้เห็นในเชิงความหมายและวัตถุประสงค์ ข้ออ้างต่างๆ ของหนังสือเล่มนี้ เป็นสิ่งสร้างปัญหาให้ชวนสงสัยในข้อเท็จจริง เดวิด ฮา้ให้เหตุผลว้า ผลงานของไฮเด็คเกอร์ได้แย้งกันในตัวของมันเอง

แต่อย่างไรก็ตามดีคอนสตรัคชัน สำหรับแดริดาร์ เป็นการวิจารณ์ที่แตกต่างไปจากการวิจารณ์ในเชิงอุดมคติและศีลธรรมแดริดาร์ ไม่ได้รื้อ (deconstruct) ผลงานของไฮเด็คเกอร์แต่แสดงให้เห็นว่า ไฮเด็คเกอร์ควรที่จะเขียนหนังสือเล่มดังกล่าวให้ดีกว่านี้ อันนี้ไม่เหมือนกับนักวิจารณ์หนังสือที่ดี แดริดาร์ไม่ได้ทำหน้าที่ซ่อมแซมงานของ ไฮเด็คเกอร์เพื่อเขา เพียงให้เข้าใจกันเอาเองว่า ด้วยการแก้ไขเหล่านี้, อย่างน้อยที่สุดโดยหลักการ เราจะมียานที่ดีกว่าขึ้นมาขึ้นหนึ่ง การวิจารณ์แบบนี้ (Deconstructive criticism) มิได้เจตนาหรือมีความตั้งใจที่จะเสนอแนะวิธีการอันใดอันหนึ่ง ที่จะทำให้หนังสือเล่มนี้สมบูรณ์ขึ้น แต่กลับเป็นการแสดงให้เห็นถึงความไม่สมบูรณ์ต่างหากดีคอนสตรัคชัน ได้ถูกนำมาใช้เพื่อแสดงให้เห็นว่า ผลงานชิ้นหนึ่งไม่ได้พูดถึงบางสิ่งบางอย่าง ยังไม่ครอบคลุมเพียงพอไม่ใช่ว่ามันควรจะเป็น

ดีคอนสตรัคชัน ไม่ได้มุ่งหมายให้ภารกิจของมันที่กระทำลงไปทุกอย่าง จะถูกนำรวมเข้าไว้ด้วยกัน นั่นเป็นไปได้ มันไม่ได้คาดว่า งานนี้จะมีผลในการนำรวมเข้าไปในอะไรที่มากกว่าสิ่งซึ่งได้ถูกรวมเอาไว้ก่อนหน้านั้นแล้ว มันไม่ได้คิดเอาว่า งานของมันจะทำให้สิ่งต่างๆดีขึ้น ไม่นับพื้นฐานว่ามันเป็น เป้าหมายอันหนึ่งต่อผลงานของ ดีคอนสตรัคชัน แม้ว่าจะเป็เพียงในหลักการก็ตาม

ประเด็นของ ดีคอนสตรัคชัน ก็เพื่อแสดงให้เห็นว่า ที่ไหนบ้าง ซึ่งบางสิ่งบางอย่างได้ถูกละเลยหรือถูกมองข้ามไป ไม่ใช่เนื่องมาจากความมืดบอดของตัวผู้เขียน ไม่ใช่เพราะนักวิจารณ์ฉลาดกว่าหรือดีกว่า แต่เพราะว่านั่นเป็นเรื่องธรรมดา คือ มันมักจะมีสิ่งต่างๆที่ “ข้าพเจ้า” ไม่รู้เสมอๆ แม้ว่าในความเป็นจริงโดยสัจจะนั้น “ข้าพเจ้า” ไม่รู้ว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นส่วนหนึ่งของสิ่งที่ “ข้าพเจ้า” รู้

ดีคอนสตรัคชัน เรียกร้องทางปฏิบัติที่เกี่ยวกับ ความทรงจำ ความสงสัย การยกย่อง และความสัมพันธ์ระหว่างความทรงจำอันหนึ่งกับสิ่งที่เราหลงลืมไป มากกว่าการอธิบายในสิ่งที่เราหลงลืมไปต่างๆ

ดีคอนสตรัคชัน จะขัดจังหวะความราบรื่นไร้ร่องรอย (Seamlessness) ที่เด่นชัดของตำราต่างๆ และปฏิบัติการต่างๆ ดังนั้น เราจึงมีโอกาบบางครั้งในการสังเกตถึงสิ่งที่ทำให้ตำราและปฏิบัติการเหล่านั้นเป็นไปได้ แม้ว่าเราสามารถเพียงแค่สังเกต “มัน” จากร่องรอยหรือกลิ่นที่มันได้ทิ้งไว้เบื้องหลัง มันอาจจะเป็นไปได้ง่ายที่จะระลึกถึงสิ่งที่เราหลงลืมไป แต่อย่างน้อยที่สุด ดีคอนสตรัคชันเรียกร้องให้เรา ระลึกถึงความหลงลืมของเราบ้าง

ดีคอนสตรัคชันไม่ได้ไร้เดียงสาหรือง่ายๆและชื่อๆในสิ่งที่มันเปิดเผยกับเรา ในสิ่งที่มันเรียกคืนความทรงจำของเรากลับมา การเปรียบเทียบกับทิวทัศน์ในเชิงนิเสธเป็นสิ่งที่ชัดเจนจะแจ้งว่า ดีคอนสตรัคชันของแดริดาร์ ไม่ได้เป็นการไปซ่อมหรือปรับปรุงตำราของไฮเด็คเกอร์ เขาไม่เชื่อว่า ดี

คอนสตรัคชันสามารถกระทำเช่นนั้นได้ แต่แสดงให้เห็นถึงเรื่องจริยธรรมและการละเลยในเรื่องอื่นๆ ของพวกเรา เป็นสิ่งที่ไม่สามารถหลุดรอดไปได้

ดีคอนสตรัคชันเป็นปรัชญาในลักษณะวิพากษ์ เป็นการใช้คำในลักษณะวิเคราะห์วิจารณ์ในความหมายหรือเหตุผลเชิงปรัชญา มันแสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดต่างๆ ของหนังสือตำราหรือการปฏิบัติที่เรากำลังตรวจสอบ เพื่อว่าเราสามารถที่จะมองเห็นข้อจำกัดเหล่านั้น บางครั้งความหมายต่างๆ ได้ถูกกระทบกระเทือน บางครั้งความสัมพันธ์ของเรากับพระเจ้าก็ไม่ใช่เป็นอย่างนั้น บางคราวเราอาจไม่มั่นใจในสิ่งที่ทำให้เกิดผล หรือแม้แต่ผลเราก็อาจไม่แน่ใจว่ามันเป็นผลจากการกระทำอันนั้น

ผลอันเนื่องมาจากดีคอนสตรัคชัน เราอาจจะหวนคิดถึงจุดมุ่งหมายต่างๆ ของเรา ต่อเนื่องไปถึงบางสิ่งอย่าง เช่น สภาพการณ์ที่เป็นอยู่ ลักษณะคู่ขนานกับเทววิทยาเชิงนิเสธก็คือว่า เราอาจต่อเนืองไปพูดถึงสิ่งเดียวกันเกี่ยวกับพระเจ้า เราอาจจะเลือกบางสิ่งๆ ที่ใหม่ขึ้นมาแทน เราอาจสร้างเทววิทยาใหม่ๆ ขึ้น แต่ถ้าหากว่าเราทำเช่นนั้น ก็จะต้องรู้ต่อไปด้วยว่า ผลที่ตามมานั้น เราอาจจะละเลยหรือกีดกันกลุ่มหรือผู้คนต่างๆ หรือความคิด หรืออะไรอื่นๆ ออกไป ด้วยเหตุนี้สำหรับแตริดาร์แล้ว แม้ว่าดีคอนสตรัคชันจะเกี่ยวพันกันกับหนังสือ ตำราต่างๆ แต่มันก็ไม่ใช่ระเบียบวิธีอันหนึ่งในการวิจารณ์จับผิดหนังสือตำราแต่อย่างใด ไม่ว่าจะเป็นการเขียนสภาพของสังคม หรืออื่นๆ อันที่จริงแล้วดีคอนสตรัคชันเป็นท่าทีอันหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งท่าทีในเชิงจริยธรรมในประเด็นสำหรับข้ออ้างต่างๆ ในตำราและการวิเคราะห์ มันเป็นที่ของความต่อเนืองต่อความทรงจำและความต่อเนืองต่อการยกย่อง

จากคำสัมภาษณ์ของ ฌาค แตริดาร์ ดีคอนสตรัคชัน จะตั้งคำถามต่อข้อสรุป ใจความสาระสำคัญ และความมีตำแหน่งแหล่งที่ (Logocentrism) ของทุกสิ่งทุกอย่าง เราต้องศึกษาแบบจำลองต่างๆ และประวัติศาสตร์ของแบบจำลองทั้งหลาย หลังจากนั้น ไม่พยายามที่จะล้มล้างพวกมันเพื่อวัตถุประสงค์ของการทำลายล้างพวกมัน แต่เพื่อเปลี่ยนแปลงแบบจำลองต่างๆ และคิดค้นหนทางใหม่ของการเขียน ซึ่งไม่ใช่ในฐานะของการทำลายที่เป็นทางการ แต่เพื่อหลักจริยธรรม เหตุผลต่างๆ ทางการเมือง แตริดาร์ กล่าวว่า จะไม่เห็นด้วยกับการโยนตำราต่างๆ ไปสู่ความยุ่งเหยิงสับสน อันดับแรก วาทกรรมหรือคำอธิบายในทางวิชาการของมีอาซีฟเกี่ยวกับดีคอนสตรัคชัน ไม่ได้หมายถึงการทำลายบรรทัดฐานต่างๆ หรือหลักการบรรทัดฐานเหล่านี้ไปสู่ความไร้ระเบียบแบบสุดๆ ข้าพเจ้าไม่เห็นด้วยหรือสนับสนุนความสับสนอลหม่าน ข้าพเจ้าจะเริ่มต้นด้วยจารีตประเพณี ถ้าหากว่าคุณไม่ได้รับการฝึกฝนมาแบบจารีต ถ้าเป็นเช่นนั้น ดีคอนสตรัคชัน ก็ไม่มีความหมายอะไร มันเป็นสิ่งที่ไม่มีอะไรเลย แตริดาร์ คิดว่าถ้าสิ่งที่ถูกเรียกว่า "ดีคอนสตรัคชัน" ได้ผลิตสิ่งที่เป็นความไม่เอาใจใส่เกี่ยวกับผู้เขียนงานคลาสสิกทั้งหลาย ตำรับตำราเกี่ยวกับวินัยหรือกฎเกณฑ์ และอื่นๆ เราควรจะต้องสู้กับมันข้าพเจ้าสนับสนุนเกี่ยวกับวินัยหรือกฎเกณฑ์ แต่แตริดาร์

จะไม่หยุดอยู่เพียงแค่นั้น แดริดาร์ คิดว่า บรรดานักศึกษาทั้งหลาย ควรจะอ่านสิ่งที่ได้รับการพิจารณาว่าเป็นตำรับตำราอันยิ่งใหญ่ในขอบประเพณีของเราบรรดานักศึกษาสามารถที่จะพัฒนา , กล่าวคือ, ปฏิบัติการเกี่ยวกับดีคอนสตรักชัน ขึ้นมาแต่เพียงในขอบเขตที่พวกเขา “รู้” ถึงสิ่งที่พวกเขากำลัง “ดีคอนสตรักติ้ง (deconstructing)” มันคือเครือข่ายอันมากมายของคำถามหรือข้อสงสัยอื่นๆ.

แดริดาร์คิดว่า ผู้คนซึ่งพยายามที่จะเป็นตัวแทนสิ่งที่แดริดาร์กำลังทำ หรือสิ่งที่เรียกขานกันว่า “ดีคอนสตรักชัน” กำลังทำ ในด้านหนึ่งนั้น พยายามที่จะทำลายวัฒนธรรม หรือในอีกด้านหนึ่งนั้น เพื่อลดมันลงมาสู่ชนิดหนึ่งของการปฏิเสธ (Negativity) ลดมันลงมาสู่ชนิดหนึ่งของความจบสิ้น ผู้คนเหล่านี้ต่างก็เป็นตัวแทนดีคอนสตรักชันที่ผิดๆ

ดีคอนสตรักชัน โดยสาระแล้วเป็นเรื่องของการยืนยัน มันให้การสนับสนุนของการยืนยันอีกครั้งเกี่ยวกับความทรงจำ แต่การยืนยันซ้ำสองอันนี้เกี่ยวกับความทรงจำได้ถามไถ่ถึงข้อสงสัยที่สุมเสี่ยงมาก และอันตรายอย่างสุดๆ เกี่ยวกับจารีตประเพณีของเราเกี่ยวกับสถาบันต่างๆของเราเกี่ยวกับวิธีการสอนของเราและอื่นๆ

สิ่งหนึ่งของปรัชญาดีคอนสตรักชัน คือการมองหาสิ่งที่ขาดหายไปในงานและความคิดทั้งหลาย เสมือนเป็นความรู้ที่ตกหล่นไปไม่เป็นความสมบูรณ์ ตามที่นักปรัชญารุ่นก่อนๆคาดหวังกันไว้ “ว่ามี” ในทางปรัชญาทางพุทธศาสนามีผู้รู้แปลความหมายของความสมบูรณ์ คือสภาวะ “นิพพาน” คือความหยั่งรู้ในความไม่สมบูรณ์ของสรรพสิ่ง ที่ยอมมีการเปลี่ยนแปลงเป็นนิรันดร ไม่มีสถานะภาพคงที่ และมีสถานะภาพของการเคลื่อนที่อยู่ตลอดเวลา “โครงสร้าง” ของสรรพสิ่งทั้งหลายจึงพร้อมตอบรับการรื้อแต่งได้ตลอดเวลา เพื่อสร้างรูปแบบโครงสร้างของการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆต่อไปดีคอนสตรักชัน จึงเป็นการรื้อโครงสร้างเสียใหม่ ไม่ใช่การทำลาย (Destruction)

2.1.2 สถาปัตยกรรมดีคอนสตรัคชัน

คำว่าดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction) มีรากมาจากแนวทางการเขียนหนังสือ เป็นการมองหาแนวทางที่ไม่ใช่แบบเดิม โดยเป็นการมองถึงรากของมันไม่ใช่แค่การปฏิเสธสิ่งที่เป็นอยู่ ณ วันนี้ แต่ย้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นแล้วลองเริ่มเดินกันใหม่ โดยเชื่อว่าไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามที่เป็นอยู่ ณ วันนี้เช่นกัน ทบทวนความรู้เดิมๆกันใหม่ (Yongyudh na Nagara , ที่มา : <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>)

แต่เมื่อมาถึงงานสถาปัตยกรรม สถาปนิกได้พยายามตีความการแสวงหาเป็นการทดลอง สิ่งที่แตกต่างกัน โดยรักษารากและร่องรอยเดิมผสมผสานกับความใหม่ จึงออกมาในเรื่องของ สเปซ เซอคิวลेशन (Space Circulation) การแบ่งแยกหน้าที่ (Function) โดยมองในมิติใหม่ เช่น ผนังเอียง การเชื่อมระหว่างสเปซ การรับรู้ถึงผลกระทบ (Effect) ของที่ว่าง การรวมโปรแกรม (Program) คอสโปรแกรมมิง (Cross programming) อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าการศึกษาดีคอนสตรัคชัน เป็นการศึกษาวินิจฉัยว่าเป็นเช่นไร เช่น ผนังเคยมีแต่ตรง ๆ และมองไปถึงรากของมัน เช่น ผนังเป็นการตีฟอน สเปซ (Define space) ในลักษณะหนึ่ง แล้วทดลองแสวงหาทางเลือกอื่น ๆ ตามมา เช่น ผนังอาจจะเอียงก็ได้ และอาจจะไม่ใช่แค่ผนังก็ได้ที่เป็นคำตอบ ไม่ใช่แค่การปฏิเสธสิ่งที่เป็นอยู่เท่านั้น ทำแย้งกฎระเบียบและวิธีการทำแบบเดิมให้แตกต่าง รื้อทิ้งแล้วจัดแจงใหม่

ในปัจจุบันแนวทางนี้ยังไม่ไปถึงจุดสิ้นสุดตามแนวปรัชญาที่ว่าไว้ เพราะเมื่อเราจับต้องสิ่งที่เป็นแก่นของการมองที่เปลี่ยนบนรากของสิ่งที่เป็นอยู่ เรายังไม่สามารถกลับไปจุดเริ่มต้น (Start at zero degree) ได้จริง ๆ อาจจะต้องรื้อระบบการคิด ไม่ใช่แค่รูปแบบการออกแบบ ในวิธีการเดิม ๆ จึงจะสามารถหาสิ่งใหม่ได้ และท้ายที่สุดอาจจะกลับมาที่จุดเดิมก็เป็นได้

ดีคอนสตรัคชัน คือการเสนอเรื่องราวที่ไม่รู้จัก (ทิพย์สุดา ปทุมมานนท์, ม.ป.ท.) และไม่ได้ประกาศความตายของสถาปัตยกรรมต่อบริบทรอบข้างแบบเดิมๆ ดีคอนสตรัคชัน สามารถดำรงอยู่และเดินคู่ไปกับวันเวลาที่เดินทางผ่านมา การก่อสร้างที่ดูเหมือนความสำเร็จในความไม่เสร็จเป็นตัวให้เราละลឹกลอยอยู่เสมอและคาดการณ์ไม่ได้ว่าจะเกิดอะไรขึ้นต่อไป เหมือนกับชีวิตที่เราไม่อาจคาดเดาได้ว่าจะเกิดอะไรขึ้นในวันข้างหน้าความไร้ระเบียบอาจนำมาซึ่งความเป็นระเบียบ ในการจัดการตัวของมันเอง ตามทฤษฎีโกลาหล (Chaos theory) ทางแพ่งที่เราเองไม่อาจคาดเดา เหตุการณ์ล่วงหน้าถึงสถานที่ที่เราเลือกและไปได้ (สู่ทางหายนะหรือวิฆนการ) การทบทวีคุณจาก 1 เป็น 2-2 เป็น 4-8-16 เป็นไปได้ไม่รู้จัก แบบซินเนอร์จี (Synergy) การรวมเพิ่มแบบทวีคูณ

อาจารย์ ดร. สุานิศว์ กล่าวถึง ดีคอนสตรัคชันว่า คือแนวคิดแบบใหม่ เทคนิคคือการฉีกหรือรูปทรงของสิ่งใดๆ รวมถึงรูปทรงทางความคิดและภาษาออกมาดูกันใหม่ หรือ ใช้คำว่า ดิสเพลท (Displace) คือการเลื่อนที่ หรือย้ายตำแหน่ง ขยับใหม่ ซึ่งเป็นการท้าทายหรือฝ่าฝืนกฎเกณฑ์การ

ออกแบบเดิมๆ โดยเข้าใจว่าการคิดหรือย้ายดังกล่าว จะได้รูปทรงใหม่ที่มีความหมายสมบูรณ์ยิ่งขึ้น แปลกกว่าเดิมๆ สถาปนิกที่นำความคิดนี้ไปใช้ทางสถาปัตยกรรม คือปีเตอร์ เฮลเซนแมน (Peter Eisenman) และเบอร์นาร์ท ทิสซูมิ (Bernard Tschumi) เป็นต้น ทั้งสองสถาปนิกเคยเชิญเจ้าของ ทัศนิกปรัชญาเดิมคือ ฌาค แดริดาร์ (Jacques Derrida) มาร่วมในงานออกแบบ สถาปัตยกรรมสนองตอบในรูปแบบสถาปัตยกรรม ดีคอนสตรักชัน (Deconstructive Architecture) คือการรื้อย้ายโครงรูปของที่ว่าง (Space) แบบเดิมๆ ออก มีการจับหมุน จับวาง ซ้อนทับ ในแนวแกนที่ต่างกัน ฯลฯ เกิดรูปแบบแปลกๆ

แนวคิดของดีคอนสตรักชันละทิ้งแนวทางการออกแบบที่ว่างและรูปทรงต่างจากเดิมๆ คือ แนวร่วมคลาสสิก (Classic) ที่เน้นการคิดจากข้างนอกโครงสร้างและสัดส่วน (Structure and Proportion) สู่ข้างใน แนวร่วมโมเดิร์น (Modern) ที่เน้นจากข้างในประโยชน์ใช้สอยออกสู่รูปทรง ภายนอก และ โฟส-โมเดิร์น (Post-Modern) ที่ผสมผสานทั้งสองสิ่งกับบริบทโดยรอบของที่ตั้งและ รูปทรงสัญลักษณ์เป็นสำคัญ ในส่วนของดีคอนสตรักชันนั้น ใช้วิธีการขยับหรือกฎเกณฑ์เดิมของการ คิดเดิมทั้งหลาย เช่นการย้ายหมุน การซ้อนทับ ด้วยการเบี่ยงแกนหรือแนวในแต่ละชั้น (Layers) ตลอดเวลา ทำให้ได้รูปทรงภายนอกที่แปลก ซับซ้อนกว่าเดิมโดยไม่คำนึงถึงบริบทที่คงที่ของที่ตั้ง ตั้งแต่จะสนองการโยกย้ายเปลี่ยนแปลงเสมอๆ แม้แต่คุณค่าสถาปัตยกรรมแต่เดิมเพื่อการอยู่อาศัยหรือการใช้สอยนั้นแดริดาร์แย้งว่าน่าจะเป็นคุณค่ารอง และสถาปัตยกรรมน่าจะเป็นเรื่องการสนองตอบทางการเสพปัญญา และอารมณ์ของมนุษย์ด้วย นอกเหนือจากคุณค่าเดิมดังกล่าว ส่วนในงานของทิสซูมิ (Tschumi) นั้น เขามีความคิดที่แย้งว่าสถาปัตยกรรมเดิมมีรูปแบบเป็นกฎเกณฑ์ที่ตายตัวเกินไป บางส่วนแฝงไว้ในส่วนการใช้สอย เพื่อความเป็นอิสระต่อความคิด ควรพิจารณา การโปรแกรมหรือคอสโปรแกรม (Deprogram or Cross program) หรือโปรแกรมเสียใหม่ นำมา แยกพิจารณาแล้วจึงนำกลับไปประกอบกันใหม่ งานของ ทิสซูมิ (Tschumi) จึงเป็นการแยกแยะที่ว่างของอาคารออกเป็นโซน (zone) แล้วนำมาจัดเรียงกันใหม่ในลักษณะเหมือนการถักทอ ประสานกัน หรือบางครั้งเป็นการวางประจันกันอย่างที่เรียกว่า จักสหภาพสขิซัน (Juxtaposition) ด้วยวิธีการนี้ทำให้เกิดที่ว่างและรูปทรงในลักษณะใหม่ๆ ขึ้นมาแทนของเดิมๆ

ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างหนึ่งของงานสถาปัตยกรรมในแนวคิดของคอนสตรักชัน



ภาพที่ 1 ทิสซูมิ (Bernard Tschumi)

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>



ภาพที่ 2 ทัดเนียบภาพ Lerner Student Center, Columbia University, New York

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>

"Form follows fiction" รูปทรงเกิดจากนิยาย หรือเรื่องแต่งขึ้นบวกจินตนาการเป็นตัวอย่างหนึ่งในกฎเกณฑ์การกล่าวถึงสถาปัตยกรรมในแง่ หมายเหตุทางสถาปัตยกรรม Architectonic notation ของเบอร์นาร์ท ทิสซูมิ (Bernard Tschumi) ซึ่งทำให้เขาเป็นนักคิดทางทฤษฎีสถาปัตยกรรมที่มีผู้กล่าวถึงมากมาย ทิสซูมินำความคิดนี้ไปประยุกต์กับปัญหาออกแบบทางด้านสถาบันทางวัฒนธรรมและการศึกษา นำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบจริงจนประสบความสำเร็จและสร้างชื่อเสียงให้กับตัวเองคือ ในโครงการการออกแบบ The Parc de la Villette in Paris, 1998 (จะมีรายละเอียดต่อไป) ซึ่งก่อสร้างบนเนื้อที่ 125 เฮกเตอร์ เป็นสถานที่ที่ดึงดูดประกอบด้วยกลุ่มอาคารทางเดินเท้า สะพาน และสวนที่สวยงาม ดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนถึง

แปดล้านคนต่อปี โครงการออกแบบนี้สะท้อนความเป็นอัจฉริยะภาพในการออกแบบของทีสตูมิ รวมทั้งโครงการอื่นๆ



ภาพที่ 3 ทักษะสถาปัตยกรรม Le Fresnoy National Studio for Contemp. Arts

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>



ภาพที่ 4 ทักษะสถาปัตยกรรม Int. Panorama-The Parc de la Villette in Paris

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>



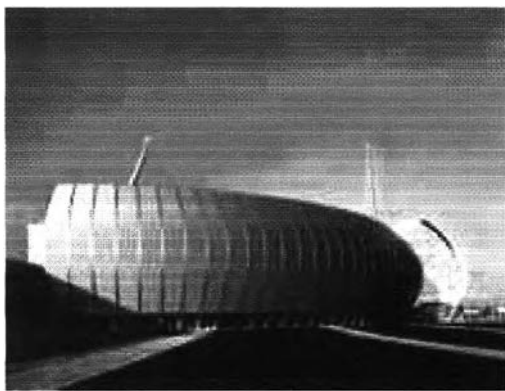
ภาพที่ 5 ทักษะสถาปัตยกรรม Int. Panorama-The Parc de la Villette in Paris

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>

แนวคิด 6 แนวของเบอร์นาร์ ทิสซูมิ ดัดทอนมาจากสถาปัตยกรรมและความขัดแย้งที่ไม่
ลงรอยกันได้ (Architecture and Disjunction)

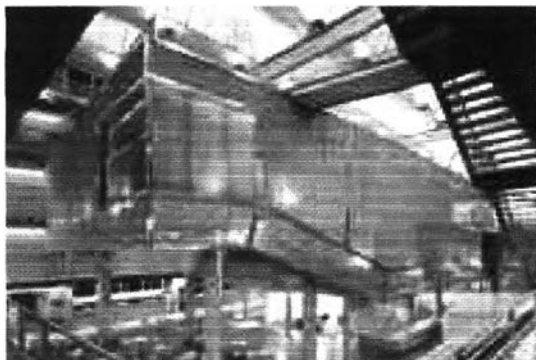
แนวคิดที่ 1: วิทยาการของการรื้อทิ้งสิ่งที่คุ้นเคย (Technologies of Defamiliarization)

ในราวกลางปี ถึงค.ศ. 1970 มีการรวมตัวกันต่อต้านเล็กๆน้อยๆของสถาปนิกในส่วนต่างๆของโลก
เช่น อังกฤษ ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น (ในส่วนเกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าของวัฒนธรรมหลัง
อุตสาหกรรม) เริ่มจากการถือประโยชน์ของสถานการณ์ที่เปราะบาง ดิ้นเขิน จนกระทั่งเปลี่ยนเป็น
การต่อต้านมันไปเลย หากเป็นความคิดที่คุ้นเคยและแพร่หลาย มโนทัศน์ที่คุ้นๆ เกิดขึ้นในปี 1920s
จากยุคทันสมัย หรือ จากยุคคลาสสิกของศตวรรษที่ 18 การต่อต้านหนึ่งก็คือ ขจัดความคุ้นเคยนั้น
เสีย หากเป็นสิ่งใหม่ ที่มีการประนีประนอมหรือส่งเสริมการรื้อทิ้งความเป็นจริงเดิมๆ ซึ่งอาจเป็นไปได้
อาจเป็น เราก็ควรเอาประโยชน์ของการรื้อทิ้งสิ่งนั้น หรือยินดีที่มันแตกออกเป็นเสี่ยง ด้วยการ
ส่งเสริมวัฒนธรรมที่แตกต่าง โดยเร่งและกระตุ้นการยกเลิกความถาวร ความเป็นศูนย์กลาง ความ
เคยเป็นมาของประวัติศาสตร์ ในวัฒนธรรมโดยรวมในโลกของข่าวสารที่เกิดขึ้นเมื่อในราว 20 ปีที่
แล้วมา ช่วยสะท้อน “แง่มุม” ใหม่ ๆ มากมาย เช่นในเรื่องกฎเกณฑ์ต่างๆของศาสนา การเกิดทัศนะ
ใหม่ในเรื่องสตรี คนต่างดาว พวกกรักร่วมเพศ พวกชนกลุ่มน้อย และพวกที่ไม่ใช่ชาวตะวันตก ซึ่งสิ่ง
เหล่านี้ไม่เคยเป็นปกติสุขใน “สังคม” เดิมที่เราเคยเชื่อกัน ในเรื่องเฉพาะของสถาปัตยกรรม การรื้อ
ทิ้งความคุ้นเคยเป็นเรื่องที่เห็นได้ชัด เช่น ถ้าการออกแบบหน้าต่างเพียงเพื่อเป็นการตกแต่งผิว
เปลือกอาคาร เราก็อาจเริ่มมองวิธีออกแบบใหม่โดยที่ไม่มีหน้าต่าง หรือถ้าเป็นการออกแบบเสา
เพื่อการรองรับโครงสร้างแบบเดิมๆ เราก็อาจยกเลิกมันเสียทั้งหมดไปเลย



ภาพที่ 6 ทัศนียภาพ Concert Hall & Exhibition Complex in Rouen, France.

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>



ภาพที่ 7 ทศนิยมภาพ The School of Architecture Marne La Vallee, France

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>

แนวคิดที่ 2: การขัดขวางความสะดุ้งตกใจของเมืองมหานคร (The Mediated

“Metropolitan” Shock)

แสงริบหรี่ที่คั่งทึบของจินตภาพ สร้างความประหลาดใจให้กับเรา มากเท่ากับ Walter Benjamin ในข้อเขียนเรื่อง The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction ผมเกลียดที่จะอ้างถึง “คลาสสิก” แต่บทวิเคราะห์ของ Gianni Vattimo ในข้อเขียนนี้ชี้ให้เห็นและได้ความกระจ่างของสถานการณ์ร่วมสมัย เมื่อเบนจามินกล่าวถึงการหวนระลึกถึงของจินตภาพต่างๆ เขาชี้ให้เห็นความสูญเสีย “รัศมี” ในคุณค่า เพราะการแลกเปลี่ยนหรือสับเปลี่ยนกันและกันของจินตภาพเหล่านั้น และนั่นเป็นยุคของข้อมูลบริสุทธิ ที่ยึดถือกัน ได้สร้าง “ความสะดุ้งตกใจ” ความสะดุ้งตกใจของจินตภาพและสิ่งเกี่ยวข้องที่ทำให้ประหลาดใจ ผลนี้ทำให้จินตภาพโดดเด่นออกมา สะท้อนคุณลักษณะของสถานการณ์ร่วมสมัย และอันตรายของชีวิตในเมืองมหานครที่ทันสมัย

ภัยอันตรายเหล่านี้ส่งผลให้เกิดความกังวลในใจอย่างเรื่อยมาที่จะค้นหาตัวเองในโลกนี้ ในทุกสิ่งที่เคยดีงามและไม่ต้องมีมูลค่า ประสบการณ์ในความกังวลใจนี้เคยเป็นประสบการณ์หนึ่งของการรื้อทิ้งความคุ้นเคย หรือประสบการณ์ของความลึกลับ

ปัจจุบัน เราได้พบการค้นคว้าใหม่ที่สำคัญเกี่ยวกับเมืองที่เปราะบางและหลงทิศทาง โดยสาเหตุของการซ้อนทับของหลายสิ่งที่ไม่ได้สัดส่วนกัน เช่น ทางด่วน ศูนย์การค้า อาคารสูง และบ้านหลังเล็กๆ ที่ส่งสัญญาณ ของความมีชีวิตชีวาของวัฒนธรรมชุมชน ขัดแย้งกับการหวนหาอดีต ในความพยายามที่จะซ่อมแซมคงไว้ในสิ่งที่เป็นไปได้อีกต่อไปของถนนและลานโล่ง งานค้นคว้านี้บ่งชี้ถึงเหตุการณ์ที่สะท้อนออกมาจากความสะดุ้งตกใจของชุมชน ดอกหญ้าและเร่งประสบการณ์ชุมชนผ่านความแตกสลายและความขัดแย้ง คนละความหมายและไม่เกี่ยวข้องกันและกัน

กลับมาที่เรื่องสื่อ (ตัวกลาง) ในยุคของการจำลองแบบ เราได้เห็นเทคนิคการก่อสร้างธรรมดาทั่วไปของโครงและผิวเปลือก ตอบสนองกันแบบตาราง และน่ากลัวอันตรายของวัฒนธรรมสื่อ และการขยายตัวอย่างคงที่อย่างไร ต่อการเปลี่ยนแปลงที่จำเป็น ต่อความพอใจในคลื่นที่

ต้องการบ่อยๆของสื่อ เราได้เห็นการยอมรับเหตุผลนี้ ซึ่งหมายถึง บางงานถูกเปลี่ยนแปลงกัน ภายในโดยคนอื่น รวากับเราเร่งสลัดผิวของอาคารที่อยู่อาศัย แล้วแทนมันด้วยสิ่งอื่น เราได้เห็น ด้วยว่า ความสะอึกสะอื้นใจเกิดต่อต้านกับการหวงรำลึกถึงความถาวรหรืออำนาจ ไม่ว่าจะ เป็น วัฒนธรรมทั่วไปหรือแม้แต่สถาปัตยกรรมเป็นเรื่องเฉพาะ

แนวคิดที่ 3: การรื้อสร้างโครงกันใหม่ (De-structuring)

“ การอ่อนล้า ” ของสถาปัตยกรรมนี้ เปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างและจินตภาพ โครงสร้างกับผิวเปลือก เป็นสิ่งที่น่าสนใจในการตรวจสอบและโต้ตอบกันให้เห็นกันชัดๆ ซึ่งในเร็วๆ นี้กระทำเป็นวงจรรกันอยู่ในสถาปัตยกรรม เช่น โครงสร้างกับการตกแต่ง ตั้งแต่ ยุคเรเนซองส์ ทฤษฎีสถาปัตยกรรมให้ความแตกต่างระหว่างโครงสร้างและการตกแต่ง และกำหนดความสัมพันธ์ เชิงลดหลั่นกันระหว่างกัน อ้างถึงคำกล่าวของ Leon Battista Alberti: “การตกแต่งลวดลาย ให้ ลักษณะจำเพาะเพิ่มขึ้น” ลวดลายนั้นหมายถึงการเพิ่มเติม แต่มันต้องไม่ทำลายหรือทำให้ โครงสร้างอ่อนแอ

แต่ความสัมพันธ์ที่ลดหลั่นความสำคัญกันนั้นมีความหมายอะไรในปัจจุบันนี้ ในเมื่อ โครงสร้างยังคงเป็นเช่นเดิมซ้ำๆต่อเนื่องโดยมีแนวหรือตารางเป็นตัวประสานไม่มีที่สิ้นสุด ปัจจุบัน ส่วนมากของการก่อสร้างในประเทศ (สหรัฐอเมริกา) นี้ ด้านก่อสร้างทางโครงสร้างมีแนวคิดที่ เครื่องคิด มีกฎเกณฑ์ที่คล้ายๆกัน เช่น โครงประสานของไม้ เหล็กและคอนกรีต อย่างที่กล่าวไว้ ก่อนหน้านี้ การตัดสินใจว่าจะสร้างโครงประสานของวัสดุเหล่านี้หรือไม่ มักตกอยู่ในดุลพินิจของ วิศวกรและนักเศรษฐศาสตร์ (เรื่องงบประมาณ) มากกว่าสถาปนิก สถาปนิกไม่มีส่วนในการตั้ง คำถามเรื่องโครงสร้าง โครงสร้าง “ต้อง” มันคงแข็งแรง หลังจากนั้นเป็นเรื่องของจำนวนเงินค่า ประกัน (ความน่าเชื่อถือ) หากมีการพังเกิดขึ้น นี่เป็นผลในการบอกปิดเรื่องคำถามในเรื่อง โครงสร้าง โครงสร้างต้องสมดุล มิฉะนั้น โครงจะพังโครง คือทั้งของอาคารและโครงของความคิด ทั้งหมด ในการเปรียบเทียบกับวิทยาศาสตร์ หรือปรัชญา สถาปัตยกรรมแทบจะไม่มีคำถามในชั้น มูลฐานเอาเลย

ผลที่เป็นดังนี้ก็เพราะเหตุจาก “จิตใจที่ข้าซากจนเป็นนิสัย” ในงานสถาปัตยกรรมที่ว่า โครงสร้างของอาคาร ไม่หวังที่ต้องมีคำถามมากมายเหมือนที่เราไม่ตั้งเคยตั้งคำถามเครื่องฉาย ภาพยนตร์ขณะที่กำลังดูหนัง หรือกลไกภายในเครื่องรับโทรทัศน์เมื่อกำลังดูภาพของรายการต่างๆ บนจอทีวี นักสังคมวิทยาจะตั้งคำถามเกี่ยวกับภาพ แทบจะไม่เกี่ยวกับเครื่องอุปกรณ์ โครงร่างของ ภาพเลย จนเมื่อผ่านมาร่วมยี่สิบปี เราเริ่มเห็นการซักถามเช่นนี้ นักปรัชญาร่วมสมัย ได้จับ ความสัมพันธ์ระหว่างโครงร่างกับภาพ โครงร่างนี้ถูกมองเหมือนโครงสร้าง ลวดเหล็กอ่อนที่พันกัน

ในไดนาโม และภาพก็เหมือนสิ่งตกแต่งหรือสวดลายประดับไว้ ข้อเขียนของฌาค แควรีดาร์ (Jacques Derrida) (Parergon) ได้บอกเราถึงคำถามระหว่างโครงร่างและภาพ แม้เราอาจเถียงว่ากรอบของภาพวาดไม่เหมือนที่เดียวกับโครงสร้างของอาคาร อันหนึ่งเป็นภายนอก ขณะที่อีกอันเป็นภายใน ผมจะยึดการขัดแย้งนี้เป็นบรรทัดฐาน ตามประเพณีนั้น ทั้งโครง โครงร่าง และโครงสร้างทำหน้าที่เดียวกันคือการ “รวมไว้ในหลายสิ่งเข้าด้วยกัน”

แนวคิดที่ 4: การแต่งเติมเสริมกันพิเศษ (Superimposition)

คำถามของโครงสร้างนี้นำไปสู่การโต้เถียงในอีกแง่หนึ่งของสถาปัตยกรรม ชื่อว่า ดีคอนสตรัคชัน (Deconstruction) จากที่เริ่มต้นการโต้เถียงกันของดีคอนสตรัคชัน รวมความแล้วเกี่ยวข้องกับความคิดของนักทฤษฎี Post-Structuralist ซึ่งเป็นที่สนใจของพวกสถาปนิกส่วนน้อย เพราะมันดูเหมือนเป็นคำถามหลักที่พวกเขากระแสความคิดหลังทันสมัยพยายามนำเสนอ เมื่อเบอร์นาทท์ ทิสซูมิพบกับ ฌาค แควรีดาร์เป็นครั้งแรก ได้พยายามที่จะชวนเขาให้ทำงานของเขาเกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรม แควรีดาร์ถามว่า “สถาปนิกจะสนใจดีคอนสตรัคชันได้อย่างไร ในเมื่อ ดีคอนสตรัคชันต่อต้านรูปทรง ต่อต้านความสัมพันธ์เชิงลดหลั่น ต่อต้านโครงสร้าง และตรงข้ามโดยรวมที่ว่าสถาปัตยกรรมยืนอยู่ อย่างเด่นชัดด้วยเหตุผล ผมตอบกลับไป

หลายปีผ่านไป การตีความหลายชั้น ที่สถาปนิกตอบสนอง ให้กับดีคอนสตรัคชัน มากมายกลายเป็นทฤษฎีของดีคอนสตรัคชันที่ซับซ้อนหลายชั้นมากขึ้นเกินกว่าที่นักอ่านหรือผู้สนใจเรื่องนี้อาคาดหวังได้ สำหรับสถาปนิกคนหนึ่ง มันต้องกระทำด้วยการพราง สำหรับคนอื่น ด้วยการทำเป็นขึ้นเล็กขึ้นน้อย สำหรับอีกคน ด้วยการเข้าสรวมแทนที่ อีกครั้งที่ต้องอ้างถึง Nietzsche “ไม่มีข้อเท็จจริง นอกจากการตีความที่ไม่มีที่สิ้นสุด” และในไม่ช้า อาจเกี่ยวกับข้อเท็จจริงที่ว่าสถาปนิกหลายคนร่วมกันไม่ชอบเรื่องเล่าขานของพวกเขาหลังทันสมัย “Historicist Postmodernists” หรือความฉงนสนเท่ห์ที่เหมือนกันกับพวกก้าวหน้าในราวศตวรรษที่ 20 ต้นๆ Deconstructivism เกิดขึ้นทันทีที่ถูกกำหนดให้เรียกเป็น “รูปแบบ (style)” หนึ่งเห็นได้ชัดว่าสถาปนิกเหล่านี้พยายามที่จะหลีกเลี่ยง ความสนใจในความคิดของ Post-Structuralist และ Deconstruction มีรากฐานจากข้อเท็จจริงที่ทำลายต่อ ความคิดหนึ่งเดียวบ่งบอกชุดของภาพหลายๆภาพ ความคิดของสิ่งที่แน่นอน และที่ชัดคือ ทำลายความคิดของภาษาที่ถือว่าเหมือนกัน

สถาปนิกนักทฤษฎีตามที่เขาเรียกกันต้องการเผชิญหน้าตรงกันข้ามกับสถาปัตยกรรมจารีตนิยม เช่น รูปแบบเผชิญกับประโยชน์ใช้สอย หรือนามธรรมเผชิญกับรูปปรากฏ อย่างไรก็ตาม เขายังทำลายการประยุกต์ใช้ความสัมพันธ์เชิงลำดับชั้น ที่กลับซ้อนเร้นกลายเป็นการแก่งแย่งกัน เช่น “รูปทรงขึ้นอยู่กับประโยชน์ใช้สอย, สิ่งประดับหรือสวดลายรับใช้โครงสร้าง” การไม่ยอมรับความสัมพันธ์แบบลำดับชั้น นำไปสู่ความฉงนของภาพต่างๆที่ซับซ้อน ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกันของ

“ทั้งคู่” และ “ไม่ใช่ทั้งคู่” จินตภาพทั้งหลายถูกวางซ้อนทับหรือจัดวางแต่งเติมกันและกัน การแต่งเติมให้กันและกันกลายเป็นเครื่องมือ อันหนึ่ง ซึ่งจะเห็นได้ในงานของผมเอง (ด้วยจินตภาพล้วน) ในหนังสือของผมเรื่อง The Manhattan Transcripts (1981) or The Screenplays (1977) เครื่องมือนี้ใช้ครั้งแรกโดยการหยิบยืมมาจาก ทฤษฎีทางภาพยนตร์ และ Nouveau Roman ใน Transcripts ความแตกต่างระหว่างโครงสร้าง (หรือกรอบแต่ละภาพของฟิล์ม) รูปทรง (หรือที่ว่าง) เหตุการณ์ (หรือประโยคที่ใช้สอย) ร่างกาย (หรือการเคลื่อนไหว) นิยาย (หรือการบรรยาย) นั้นมีความไม่แน่นอนเลื่อนกลางเท่าๆกันโดยผ่านการแต่งเติมให้กันและกัน ปะทะกันและกัน บิดเบี้ยวด้วยกัน แดกสลายเป็นชิ้นๆเหมือนกัน เป็นต้น เราจะพบว่าการแต่งเติมเสริมกัน (Superimposition) นี้ถูกนำไปใช้ในงานสถาปัตยกรรมอย่างเสียบๆโดย ปีเตอร์ เอลเซนแมน (Peter Eisenman) ที่มีการซ้อนทับกันสำหรับโครงการออกแบบ Romeo and Juliet นำเสนอเชิงอักษรศาสตร์และปรัชญาเป็นคู่ขนานที่เห็นได้ชัด ความแตกต่างจากความเป็นจริงเหล่านี้ ทำทลายการตีความเดียวๆ และการพยายามแก้ปัญหาทางสถาปัตยกรรมที่คงเส้นคงวาแน่นอน การก้าวข้ามระหว่างวรรณคดีทางภาพยนตร์ และสถาปัตยกรรม งานทำนองนี้ได้ประโยชน์มากในสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัยและงานฉากทางศิลปกรรม นิทรรศการแสดงภาพและการพิมพ์ ที่ซึ่งมีการเชื่อมโยงระหว่างแขนงวิชาที่แตกต่างกัน ยอมให้สถาปนิกพล่ามไว้ในความแตกต่างระหว่างศิลปวัตถุ ไม่ลดละในการตั้งคำถามหลักการทางสถาปัตยกรรมและความสัมพันธ์แบบลำดับชั้นของรูปทรง ทิสซูมิกกล่าววว่า ถ้าเขาตรวจสอบงานของเขากับผู้ร่วมงานในขณะนี้ คงกล่าวได้ว่าทั้งสองเกิดขึ้นมาจาก การวิจารณ์สถาปัตยกรรม จากธรรมชาติของสถาปัตยกรรม มันได้ถอดหรือแนวคิดหลายอย่าง และกลายเป็นเครื่องมือทางความคิดที่สำคัญ แต่มันไม่สามารถอ้างถึงสิ่งเดียวที่ทำให้งานของสถาปนิกแตกต่างไปจากงานของนักปรัชญา วัตถุนิยม ได้มากนัก

แนวคิดที่ 5: การไขว้ข้อกำหนด (Crossprogramming)

สถาปัตยกรรมเกี่ยวข้องกับอย่างมากกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในที่ว่างหรือแม้กับที่ว่างเอง อาคารทรงรูปกลมของมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย The Columbia University Rotunda เป็นห้องสมุด มันเคยถูกใช้เป็นห้องเลี้ยงรับรอง เป็นห้องเรียน บางวันก็อาจใช้เป็นทีเล่นกีฬาของมหาวิทยาลัยด้วย ช่างเป็นที่น่าประหลาดใจเพียงไรที่สระว่ายน้ำเกิดขึ้นในอาคารทรงกลมนี้ ท่านอาจนึกว่าผมพูดตลก แต่จริงๆแล้วในทุกวันนี้ สถานีรถไฟกลายเป็นพิพิธภัณฑสถาน และโบสถ์กลายเป็นสถานบันเทิง เป็นกรณีหนึ่งที่เกิดขึ้นแล้ว การแลกเปลี่ยนสลับกันทั้งรูปทรงและการใช้สอย ต่างจากจารีตนิยมเดิม ในกฎเกณฑ์เรื่องความสัมพันธ์ของเหตุกับผลที่ยึดถือของพวกทาสสมัยนิยม จะไม่ใช่ ประโยชน์ใช้สอยขึ้นกับรูปทรง รูปทรงก็ไม่ขึ้นกับประโยชน์ใช้สอย หรือเรื่องราวเล่าขานที่ถือเป็นสาระอย่างไร

ก็ตาม สิ่งเหล่านี้ยังเกี่ยวข้องกันอยู่อย่างแน่นอต่อเนื่องไป การกระโจนลงสระน้ำสีน้ำเงินรูปทรงกลม เป็นส่วนหนึ่งของ ความสะดุ้งตกใจ

ถ้าความสะดุ้งตกใจไม่จำเป็นต้องเกิดจากความล้มเหลวในการวางเคียงกันของรูปด้านหน้า อาคารและในห้องโถงทางเข้า อาจสร้างการวางเคียงกันของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหลังสิ่งที่กล่าวทั้งสอง ถ้า “เคารพความเลอะเทอะ ในการแยกแยะทั้งหมดเหล่านี้ การทดแทนหน้าที่กันสมำเสมอ ความสับสนในรูปแบบของศิลปวัตถุ ” เหมือนคำอธิบายโดยนักวิจารณ์ Andreas Huyssens ให้กับ Jean Baudrillard ว่าด้านซ้ายกับด้านขวาคลายคลึงกัน เป็นแนวทางใหม่ของคนในยุคนี้ มันอาจใช้เป็นประโยชน์สำหรับบางคนได้ เป็นประโยชน์สำหรับให้มีความกระชับ กระเฉงขึ้นสำหรับสถาปัตยกรรมมากขึ้น ถ้าสถาปัตยกรรมเป็นทั้งสองของ แนวคิดกับประสบการณ์ ที่ว่างกับการใช้ประโยชน์ โครงสร้างกับจินตภาพที่ปะไว้ไม่เป็นแบบสัมพันธ์ที่เป็นลำดับกัน ดังนี้แล้ว สถาปัตยกรรมจะหยุดการแยกแยะเป็นส่วนต่างๆ หากแต่หลอมรวมกันในแบบต่างจากการรวมกันเดิมๆ ของข้อกำหนดโปรแกรมกับที่ว่างกลายเป็น “Crossprogramming” “Transprogramming” และ “Disprogramming” โดยแนะว่าเป็นเรื่องการเลื่อนที่และความเลอะเทอะ

แนวคิดที่ 6: เหตุการณ์จุดเปลี่ยนหักเห (Events: The Turning Point)

งานของทิสซูมิในราวปีค.ศ. 1970 ตอกย้ำเสมอๆว่า ไม่มีสถาปัตยกรรมที่ขาดเรื่อง เหตุการณ์ ไม่มีสถาปัตยกรรมที่ขาดการกระทำ ขาดกิจกรรม ขาดประโยชน์ใช้สอยต่างๆ สถาปัตยกรรมถูกมองเป็นการรวมกันของที่ว่าง เหตุการณ์ และการเคลื่อนไหวที่ไม่สัมพันธ์กันในแบบ ลำดับชั้น แต่มีความเสมอภาคกันทั้งหมด ความสัมพันธ์ต่อกันเชิงลำดับชั้น เช่น การมีเหตุ จึงมีผล ตามมาเช่น ระหว่างรูปทรงกับประโยชน์ใช้สอยเป็นสิ่งที่ยึดถือกันมาในความคิดทางสถาปัตยกรรมหนึ่งที่ทำให้ความเชื่อมั่นในการช่วยเหลือปกป้องชีวิตทางสังคม ซึ่งบอกเราว่าการอยู่อาศัยในบ้าน “ต้องออกแบบที่ตอบสนองความต้องการ” หรือในเมืองที่ถูกวางผังเหมือนเครื่องจักรกลที่มีชีวิต Geborgenheit กฎเกณฑ์นี้นำไปสู่ความขัดแย้งทั้งเรื่องแท้จริงของความยินดีปรีดาของ สถาปัตยกรรมที่ไม่คาดคิด และความจริงของชีวิตชุมชนร่วมยุคสมัยที่มีการปลุกเร้าและไม่มีแนวทางที่กำหนดได้อย่างชัดเจน ดังนั้น ในงานเช่น The Manhattan Transcripts คำจำกัดความของสถาปัตยกรรมจึงไม่สามารถเป็นรูปทรงหรือผนัง (แยกกัน) ต่างๆ แต่ต้องเป็นการรวมกันของความหลากหลาย ที่อาจเป็นเรื่องการเข้ากันไม่ได้เลย

การสอดแทรกเรื่อง “เหตุการณ์” และ “การเคลื่อนไหว” เข้าไปนั้น ได้รับอิทธิพลความคิด จาก การบรรยายของ พวกนักสถานการณ์ในยุค 68 ที่ว่า ไม่เพียงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากการกระทำเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นในความคิดของเราด้วย การสร้างแนวรั้วกัน (ประโยชน์ใช้สอย) ของ ถนน (รูปทรง) สายหนึ่งในนครปารีส ไม่เพียงพอที่ควรจะเป็นประโยชน์ใช้สอย

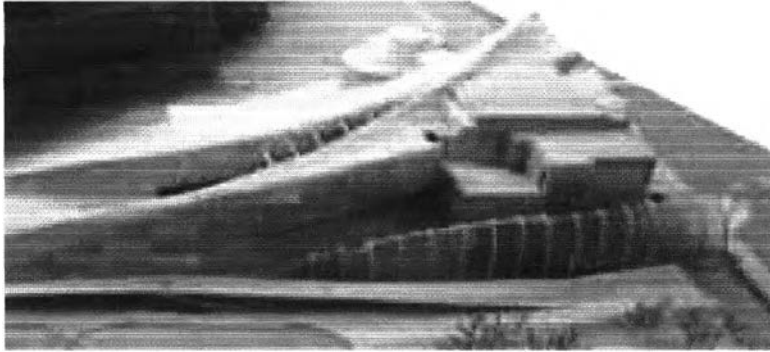
ทุกวันนี้ในเมืองโตเกียว เราพบว่าข้อกำหนดการใช้พื้นที่หลายอย่างกระจายไปทั่วทุกชั้นในอาคารสูง ห้างสรรพสินค้า พิพิธภัณฑ์ ศูนย์สุขภาพ และสถานีรถไฟ ด้วยการจัดสวนไว้บนหลังคา และเราจะพบที่แตกต่างอื่นๆอีกในอนาคต คืออาคารสนามบินอาจเป็นทั้งสวนสนุก ศูนย์กีฬา โรงภาพยนตร์ และอื่นๆในเวลาเดียวกัน โดยข้ออ้างที่ว่า เป็นโอกาสที่สิ่งเหล่านี้รวมกันได้ หรือไม่ก็เกี่ยวกับราคาที่ดินที่ตัวสูงขึ้นไป ความสัมพันธ์ที่ไม่เกี่ยวกับเหตุผล ของรูปทรงและประโยชน์ใช้สอยที่ว่างกับกิจกรรม นี้เกิดขึ้นไกลเกินกว่าการเผชิญหน้าอย่างไม่คาดฝันในสิ่งที่ไม่น่าจะอยู่เคียงกันได้ Michel Foucault ถูกอ้างถึงในหนังสือของ John Rajchman ขยายคำจำกัดความของคำว่า “เหตุการณ์” ที่ไกลเกินกว่าความหมายของกิจกรรมหรือการกระทำเพียงอย่างหนึ่งอย่างใด และอ้างไปถึง “เหตุการณ์ของความนึกคิด” ด้วย สำหรับ Foucault เหตุการณ์หนึ่งไม่เป็นเพียงลำดับทางเหตุผลอย่างคำพูดหรือการกระทำ แต่ “เป็นช่วงเวลาของการสีกกร่อน ผู้ฟัง มีคำถาม หรือปัญหาของการคาดการณ์ในแต่ละสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างประมาณไม่ได้ บางครั้งเพราะโอกาสและความเป็นไปได้จากสิ่งอื่น จากเหตุการณ์อื่นที่แตกต่างกันก็ได้” เหตุการณ์เช่นนี้ถูกมองเป็น จุดเปลี่ยนอันหนึ่งไม่ใช่จุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด เป็นสิ่งโต้แย้งคำกล่าวอ้างที่ว่า “รูปแบบขึ้นอยู่กับประโยชน์ใช้สอย” ผมใคร่เสนอว่าอนาคตของสถาปัตยกรรมขึ้นอยู่กับ การสร้างสรรค์เหตุการณ์เช่นนี้

และต่อจากนี้เป็นสถาปนิกอีกท่านที่อยู่ในสถาปัตยกรรมดีคอนสตรักชัน ปีเตอร์ เอลเซนแมน (Peter Eisenman) เขียนหนังสือสถาปัตยกรรมหลายเล่ม เขียนบทความมากมายที่เกี่ยวกับทฤษฎีสถาปัตยกรรมในวารสารต่างประเทศที่มีชื่อเสียงทั้งหลาย



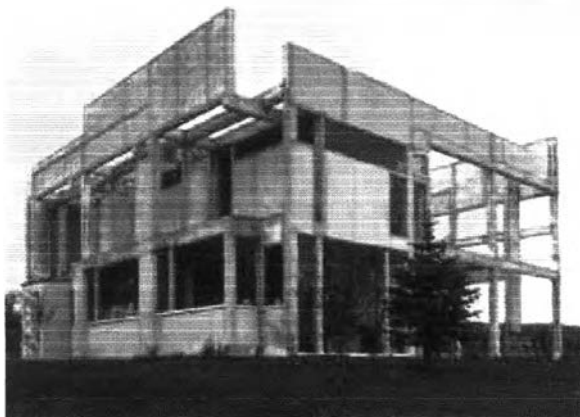
ภาพที่ 8 ปีเตอร์ เอลเซนแมน (Peter Eisenman)

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>



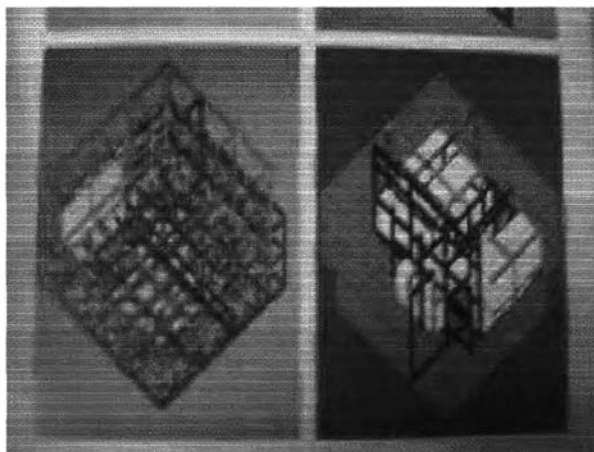
ภาพที่ 9 จากงานประกวดแบบ Carnegie Science Center Competition ของ P. Eisenman

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>



ภาพที่ 10 ทัดนียภาพ 1970 House II Hardwick, VT

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>



ภาพที่ 11 แบบร่าง Diagram of House VI

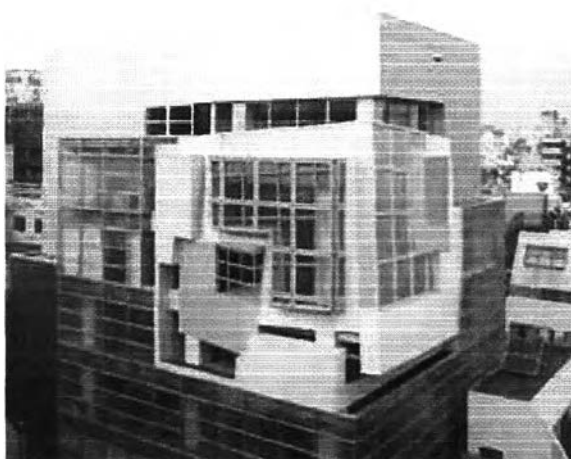
ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>

เอลแซนแมน เคยเป็นหัวหน้ากลุ่ม New York architects, เรียกว่า The New York Five (John Hejduk, Michael Graves, Charles Gwathmey, and Richard Meier รวมตัวเขาเป็นห้าสถาปนิก) ในกลุ่มพยายามนำเสนอทฤษฎีและแนวคิดทางสถาปัตยกรรมเหมือนกลุ่มสถาปนิกยุโรปหัวก้าวหน้าขณะนั้น เครื่องคิดต่อความคิดที่อิสระจากทฤษฎีสถาปัตยกรรมทันสมัยเดิม ในปี ค.ศ. 1980 หลังงานสอน งานเขียน และค้นคว้าทางทฤษฎีหลายปี เขาได้ตั้งสำนักงานปฏิบัติวิชาชีพสถาปนิกอย่างจริงจัง ออกแบบอาคารและโครงการอาคารสงเคราะห์ที่ต่างๆมากมาย ตลอดจนอาคารทางการศึกษาและบ้านอยู่อาศัยขนาดเล็กทั่วไป



ภาพที่ 12 1989 Wexner Center Columbus, OH
1989 Wexner Center Columbus, OH

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>



ภาพที่ 13 1990 Koizumi Sangyo Building Tokyo

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>



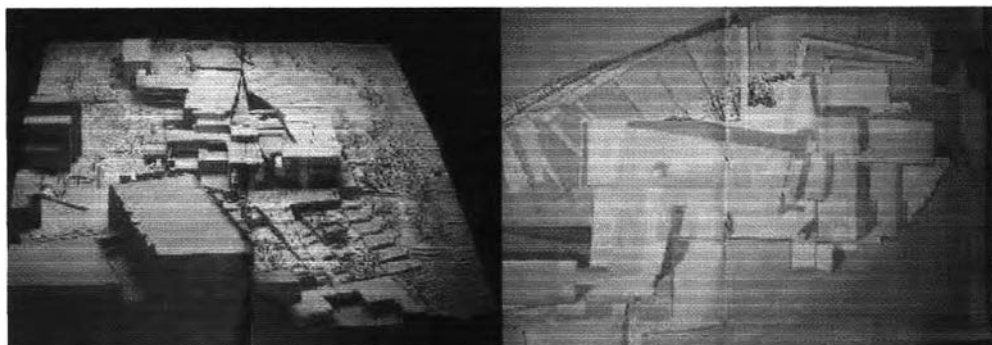
ภาพที่ 14 1994 Aronoff Building Cincinnati, OH

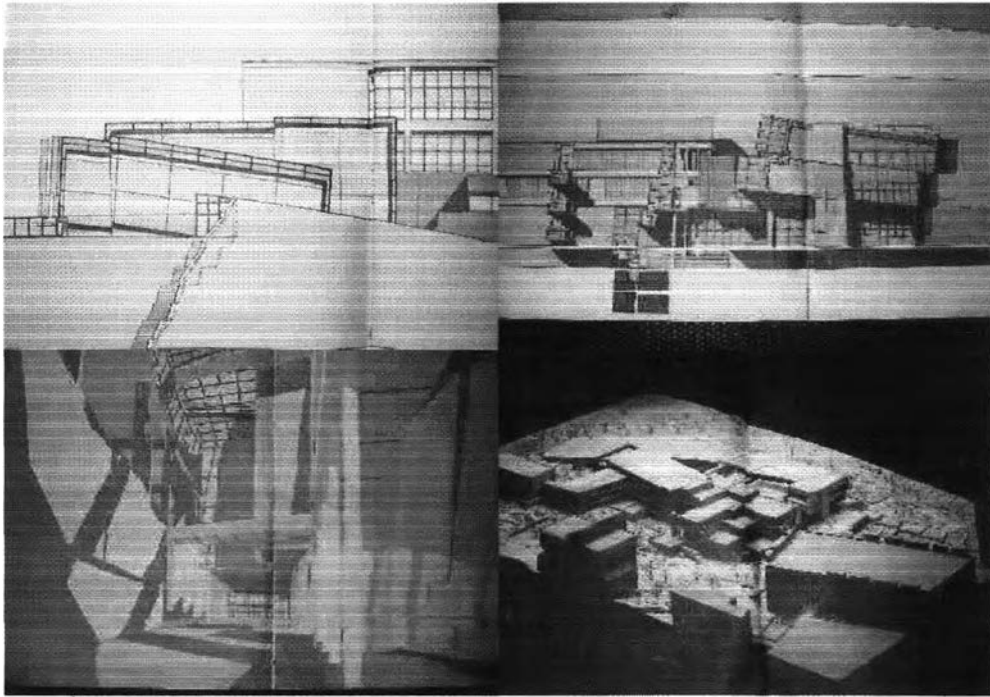
ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>

ทฤษฎีการออกแบบที่ตอบสนองการทำงานของเอลเซนแมน เป็นแนวคิดใหม่สดเน้นความมีอิสระต่อสถาปัตยกรรมทั้งในความรู้สึกและบริบทโดยรอบ เขาจะพยายามเสนองานออกแบบที่สอดคล้องกับทฤษฎีสถาปัตยกรรมของเขาอย่างชัดเจน

เอลเซนแมน กล่าวว่า "เขากำลังมองหาแนวทางสร้างสรรค์ที่ว่าง ให้เกิดความสัมพันธ์ที่การเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลาไม่คงที่ ผู้ใช้จะไม่สามารถอ้างถึงสิ่งที่คุ้นเคยเดิมๆ ได้อีกต่อไป นี่คือนสิ่งที่เขาพยายามกระทำ เช่นโดยกำหนดการจัดวางสิ่งต่างๆ ให้เอียงเฉไฉเสียใหม่ หรือรื้อแนวคิดสถาปัตยกรรมที่คุ้นเคยกันเดิมๆ ทิ้งไป "

งานออกแบบบ้านในระยะแรก เขาสร้างสรรค์การแปรเปลี่ยนของรูปทรง ในลักษณะความสัมพันธ์กันอย่างหลวมๆ เหมือนการร้อยเรียงคำในโครงสร้างภาษา งานในระยะต่อมาแสดงความมีใจต่อต้านมนุษย์ "Anti-humanist" ความคิดที่รื้อทิ้งโครงสร้างเสียใหม่ หรือ Ideas of Deconstructivism อาคารที่ออกแบบโดยเอลเซนแมนเป็นการจัดรูปทรงที่อิสระปราศจากกฎเกณฑ์เดิม ที่เคยตรงกลายเป็นเอียง มีการซ้อนทับระหว่างชั้นที่หมิ่นเหม่เหลื่อมแนวแกนกันและกัน เพื่อการสื่อเข้าไปสู่ความไม่แน่นอนอย่างไร้ระเบียบ เสมือนเป็นการเตรียมเป็นคำตอบไว้ล่วงหน้าแล้ว





ภาพที่ 15 งานออกแบบของปีเตอร์ เอลเซนแมน ในปีค.ศ.1993

ที่มา: <http://pioneer.netserv.chula.ac.th/~yongyudh/>

ภาพตัวอย่างงานออกแบบของปีเตอร์ เอลเซนแมน ในราวปีค.ศ. 1993 University of Cincinnati, College of Design, Architecture, Art, and Planning at Cincinnati, Ohio

การออกแบบโครงการนี้ เขาพยายามนำความคิดที่จงใจให้เกิดที่ว่างที่ปรากฏตามความจริงในรูปแบบใหม่ โดยการนำแนวหรือเส้นตรง (Cartesian line) มาตัดแยกออกเป็นส่วนๆ ซึ่งจำลองแทนเป็นรูปร่าง ขนาด หรือตำแหน่ง รวมกันเป็นทิวทัศน์กระทำเหมือนเลขยกกำลังทางพีชคณิต ด้วยเส้นจำลองที่ บิด เอียง ซ้อนทับ เปลี่ยนเลื่อนเป็นระยะๆ ส่วนที่แยกเหล่านี้อ้างเลยไปถึงรูปแบบของโครงสร้างตามสภาพทางธรณีวิทยา เป็นภาพแทนผืนของผิวเปลือกโลกที่เปลี่ยนแปลงมากกว่าเป็นเหมือนสิ่งเคยอ้างเช่นแกนกลางของร่างกายมนุษย์ตามที่เคยกระทำกันมาแต่เดิม ด้วยการใช้สมการแบบยกกำลังและการเลื่อนเป็นระยะๆนี้ เราสามารถสร้างสรรค์เส้นแนวที่ไม่เป็นจุดๆต่อเชื่อมเหมือนกัน มันอาจเป็นหลายๆสิ่งในเวลาเดียวกัน และเมื่อภาพเหล่านี้เคลื่อนไป ก็จะสร้างภาพซ้อนเร้นเกิดเป็นชุดๆ เป็นเหมือนสิ่งลวงตา ภาพที่พรั่มัว ซึ่งไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยใช้วิธีการออกแบบตามจารีตนิยมเดิมๆ ผลที่เกิดของที่ว่าง เอียง และบิดตัวเมื่อมันสอดผ่านทะลุโครงร่างของอาคารหนึ่งๆ

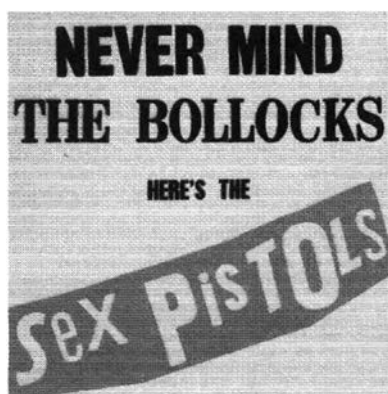
2.1.3 เชนศิลปะดีคอนสตรักชัน (Rick Poynor, 2003)

จากยุคค.ศ. 1960 มีตัวอย่างของงานกราฟิกมากมายที่สร้างโดยนักออกแบบที่ขาดความรู้ความชำนาญในกฎของการสร้างงาน การสร้างรูปร่างต่างๆขึ้นมาเอง ผู้ซึ่งมีอิทธิพลต่อสิ่งๆต่างๆเป็นเวลานาน ไปสเตอร์สำหรับ The dils สำหรับ Bird club 1978 สร้างขึ้นมาคล้ายกับการต่อจิ๊กซอว์มีการใช้คำอย่างรุนแรง ที่มีลักษณะขาดวิน โดยตัวอักษรนี้ตัดมาจากหนังสือพิมพ์ มาทำให้ตัวใหญ่และในรายละเอียดที่สำคัญต่างๆ



ภาพที่ 16 Jamie Reid. God Save the Queen by the Sex Pistols, 7-inch single cover, Virgin Record, UK, 1977

ที่มา: No More Rule



ภาพที่ 17: Jamie Reid. Never Mind the Bollocks Here's the Sex Pistols by the Sex Pistols, album cover, Virgin Records, UK, 1977

ที่มา: No More Rule

กราฟฟิคจะไม่ชอบอะไรที่มีระเบียบแบบแผน มีการใช้กราฟฟิคในระดับสูงมาก Punk design ยากที่จะจับจุดถูก มีการลื่นไหลไปเรื่อยๆ และในความคิด พบได้ในหนังสือ ID, Vogue คือมีภาพรวมในการนำเสนอ Street Fashion



ภาพที่ 18 Frank Edie. Concert poster, USA, 1978

ที่มา: No More Rule



ภาพที่ 19 Cliff Roman. The Weirdos are loose, concert poster, USA, 1977

ที่มา: No More Rule

Instant design คือต้องทำออกมาอย่างรวดเร็ว ทำงานคล้ายกับเป็นนักข่าว เป็นความคิดของ John เทคนิคมีบางส่วนที่ทำด้วยมือ ด้วยไม้ ดินสอ ปากกา แปรงสแตนซิล และใช้การแสดมปี และส่วนที่ใช้เครื่องมือช่วย ได้แก่ พิมพ์ดีดไฟฟ้า การจัดตัวอักษรด้วยคอมพิวเตอร์ (ลักษณะที่ต้องทำให้ดูหยาบ เหมือนไม่ได้มีการใช้เครื่องมือมาช่วยเลย) มีการ montage ,photocopy มีการอบสำหรับวางตัวอักษรและโลโก้ และมีการใช้เอฟเฟคในระบบการพิมพ์ ทุกอย่างพัฒนามาจากความผิดพลาด หรือการทดลอง ยกตัวอย่างเช่น หนังสือ ID ที่มีการทดลองทุกอย่างตั้งแต่ เรื่องขนาด ลักษณะตัวอักษร การทำทั้งหมดนี้เหมือนเป็นการไม่ยอมสไตล์ไตสไตล์หนึ่ง แต่จริงแล้วมาจากการไม่ยอมรับการจัดหน้าแบบเดิมๆ และศิลปะแบบเดิม



ภาพที่ 20 Terry Jones. I-D, no.28, magazine cover, UK, 1985. Photograph by Nick

Knoght

ที่มา: No More Rule



ภาพที่ 21 Hard Werken, magazine cover

ที่มา: No More Rule

ด้วยนิสัยของนักออกแบบ ดีคอนสตรัคชัน รวมไปถึงการเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิก ทั้งพวกโมเดิร์นและพวกอื่นๆ มีการตั้งหัวข้อที่จะซักถามเกี่ยวกับเรื่องนี้ เยอะมาก นักออกแบบดีคอนสตรัคชันมักจะระวังเป็นอย่างมากเกี่ยวกับทิศทางของการออกแบบ ด้วยการใช้ความรู้สึกของอดีตที่เชื่อว่ารูปทรงและสิ่งต่างๆ นั้นส่งผลมาจนปัจจุบัน อย่างไรก็ตามเหตุผลเหล่านี้ถือว่ากระจ่างมาก แต่ในความจริง ดีคอนสตรัคชัน ไม่เคยมีการเปลี่ยนแปลงอะไรที่เต็มรูปแบบ หรือเป็นเรื่องเป็นราวพอที่จะใส่คำว่า ism ต่อท้ายได้อย่างพวก Constructivism or Surrealism ไม่ว่าจะมีการจัดนิทรรศการ หรือมีการประชุมหลายๆ ครั้งก็ตาม หรือ แม้แต่ใน วงจรของปรัชญา และหลักทฤษฎี มีการโต้เถียงกันระหว่างดีคอนสตรัคชัน และโพสโมเดิร์นกันมากมาย แต่เนื้อหาที่ถกกันนั้น นอกเหนือเกินกว่าหนังสือเล่มนี้ แต่ก็เชื่อได้ว่า แนวทางของดีคอนสตรัคชันนั้นดูกันที่ผลที่ออกมา หรือครอบคลุมหลักทั้งหมด ตั้งแต่วิถีในการสร้าง ข้อสงสัยของโครงสร้างภายใน และสร้างข้อซักถามเพื่อสร้างความมั่นใจ เป็นบทวิจารณ์ถึงดีคอนสตรัคชันของนักปรัชญาชาวฝรั่งเศส ปีค.ศ. 1967 ได้สนับสนุน แนวคิดของเดริดาร์ว่ามีผลครอบคลุมไปถึงในมหาลัยที่เกี่ยวกับวิชามนุษย์สัมพันธ์ ว่า รูปแบบของเดริดาร์นั้น มีการสังเคราะห์(สร้างใหม่) ในโครงสร้างตัวอักษรในงานออกแบบ ตั้งแต่รูปแบบการออกแบบตัวอักษรและการออกแบบ รวมถึง Material Process แล้วแต่สิ่งที่เกี่ยวข้องด้วย Jonathan Culler ได้แนะไว้ว่าดีคอนสตรัคชัน คือการพูดถึงข้างในข้างนอก จิตใจและร่างกาย การพูดและการเขียน การแสดงออกและการซ่อนเงื่อน ธรรมชาติและวัฒนธรรม สุดท้ายโครงสร้าง

เดริดาร์ กล่าวไว้ว่า ไม่มีอะไรภายนอกตัวอักษร คำพูดถึงคำว่า different ที่มาจากรากของกิริยาภาษาฝรั่งเศส ของคำว่า differ และ defer เป็นการอธิบายถึงความต่างระหว่างคำ

แนวความคิดทั้งหมดนี้จะพบได้ในงาน ออกแบบของโพสโมเดิร์นและความคิดของ Derridean อย่างเช่น Sous rapture ที่ว่า กลยุทธ์ของการใส่การลอบออกของไอเดียโดยใช้หลักการข้าม บางส่วนไป ในอีกทางคือช่วยกระตุ้นผู้อ่านไม่ให้ยอมรับแค่เพียงคุณค่าภายนอกที่ออกมาให้ดู เนื้อหาภายในด้วย นี่คือนทางในการฝึกการออกแบบกราฟิก



ภาพที่ 22 Barnbrook design. Heathen by David Bowie, CD booklet page,

ISO Records UK, 2002 Photograph by Markus Klinko

ที่มา: No More Rule

พบในงานนิทรรศการของงานสถาปัตยกรรมดีคอนสตรัคชั่นของโมมา เดือนมิถุนายน ถึง สิงหาคมปีค.ศ. 1988 แต่ก็ไม่ได้มีการแนะนำเกี่ยวกับนักออกแบบทางด้านกราฟิก เล่าว่าทำไม เกี่ยวข้องกับการแยกให้เห็นความแตกต่าง และ ความเกี่ยวข้องกันของงานทั้งสองสาขานี้ พุดกันในเรื่องที่ว่า ความสมบูรณ์ (ความสูงสุดในรูปร่างที่บริสุทธิ์ได้ถูกรบกวน รูปร่างสามารถกลายเป็นสิ่งที่เน่า น่ารังเกียจได้ ในงานสถาปัตยกรรมดีคอน อธิบายว่า ทำไมถึงไม่มีกรรือถอนตึก มีการใส่เขาควายโดยธรรมชาติ (หนทางที่ยากมาก เหมือนกับการหนีเสือปะจระเข้) เข้าไปแทน จนเกิดอาการที่ระงับความไม่บริสุทธิ์ (ความไม่สมบูรณ์) นักดีคอนเริ่มพัฒนามาตั้งแต่ในยุคแรกๆ ช่วงที่งานคอนสตรัคของรัสเซียได้หายไป ในปีค.ศ. 1910 – 1920 ได้เกิดศิลปินอวองการต ได้แนะนำพื้นฐานโครงสร้าง ว่าตั้งอยู่ในความไม่แน่นอนของรูปร่างเรขาคณิต แต่เขาก็ไม่เชื่อว่าจะสร้างเป็นตึกได้

ลัทธิดีคอนสตรัคชั่นไม่ต้องการให้มีการรื้อทำลาย แยกออกเป็นส่วน หรือทำลายโครงสร้างของตึก โดยแทรกจากภายนอกตึก ทว่าเป็นแผนการในการสร้างความงามที่เรียกว่า ความงามของความอันตราย แต่ก็ไม่มีความรู้สึกถึงความแท้จริง เป็นการแทนที่ด้วยคอนกรีตแทน ลัทธิดีคอนดู เหมือนว่าจะเป็นการทำลาย ไม่แน่นอน และหันเห โดยการเติมเสริมแต่งเปลี่ยนแปลงเข้าไปใน

โครงสร้างภายในวิกิลีย์ ซึ่ให้เห็นว่าแนวทางนี้ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของสไตลี้ดๆ หรือมีทิศทางของ ความงาม แต่เค้าก็กล่าวว่าในความคิดเค้า พวกอวองการ์ดไม่ได้ทำมาจากแนวทางปรัชญาที่รู้จัก กันเหมือนดีคอนสตรัค และก็ไม่ได้เข้าเกณฑ์ของทฤษฎีดีคอนสตรัค แต่หลังจากนั้นประมาณสองถึง สามเดือน ได้มีงานประมุมนักประพันธ์สไตลี้ดีคอนสตรัคชั่น เป็นครั้งแรกที่ Tate Gallery ที่กรุง ลอนดอน ได้มีการเปิดวิดีโอสัมภาษณ์พิเศษดารินดา โดย คริสโตเฟอร์ นอร์ริส เกี่ยวกับการข้องเกี่ยว กันระหว่างทฤษฎีและงานสถาปัตยกรรมถึงจุดที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ปีเตอร์ เอลเซนแมน (Peter Eisenman) และเบอร์นาร์ท ทิสชูมิ (Bernard Tschumi) สองผู้ที่เฝ้าระวังเกี่ยวกับทฤษฎี ของงานสถาปัตยกรรมของทีม Johnson และ Wigley seven ที่สถาบัน MoMa

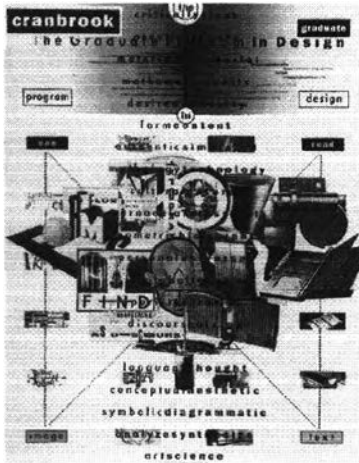
ค่อนข้างที่จะน่าแปลกใจ และก็เกิดข้อคิดเห็นที่แตกต่างออกมาในงานประชุมสถาปนิก อ้างว่างานสถาปนิกนั้นเป็นแค่การยืมลักษณะเพียงภายนอกของงานกราฟิก ขนาดซึ่งจุดสนใจ และ เข้มงวด (คือจุดที่แสดงความเป็นดีคอน) ในปีค.ศ. 1990 มีบทความตีพิมพ์ถึงข้อถกเถียงเกี่ยวกับ De-Construction Typography พูดถึงเกี่ยวกับนักออกแบบดีคอนสตรัคเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ Philip Meggs พูดถึงงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและตัวอักษรจากการศึกษาการพัฒนา ทั้งหมด เขาอธิบายถึงความไม่เกี่ยวข้องของงาน Style construction ในตัวอย่างงาน สถาปัตยกรรมที่ John และ Wigley มาเป็นตัวอย่าง ว่าเป็นการทำสิ่งที่ผิดมาเป็นเวลานานหลายปี ถือว่าเป็นสิ่งยืนยันว่าสิ่งผิดเหล่านี้ก็ยังคงอยู่ต่อไป การใช้คำว่าดีคอนสตรัคชั่นเป็นเพียงแค่เปลือก นอก Megges ได้ออกมาให้คำนิยามเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า เป็นการรวบรวมส่วนต่างๆ ทั้งหมดไว้ หรือ เป็นการหารัดส่วนทั้งหมดของการรวมงานกราฟิกไว้ด้วยกัน การลดทอนลักษณะภายนอกของดี คอนสตรัคจนถึงการรื้อถอนนั้น Wigley ได้แปลความหมายไว้ว่าเป็นสิ่งระมัดระวังที่ควรเลียง และ ละซึ่งความรู้สึกในการทำลาย หรือหักเห ไปจากในโครงสร้างในงานสถาปนิก (หรือโครงสร้าง ตัวอักษร) ที่เกิดขึ้น แต่นั่นก็ไม่สามารถที่จะอธิบายถึงตัวอย่างทั้งหมดที่ Meggs ถกเถียงในงาน โฆษณา Torchsong ของเนวิล บรอดี้ (Neville Brody) ตัวอักษรคำว่า Torchsong ถูกจัดให้ เบียดเสียดกันจนผิดไปจากตัวอักษรที่มีลักษณะเฉพาะตัวรูปแบบเดิม



ภาพที่ 23 Neville Brody. Magazine advertisement for Torchsong, UK, 1984

ที่มา: No More Rule

นั่นอาจจะไม่ใช่ธรรมเนียมปฏิบัติ การวางตัวอักษรตามยาว แต่นั่นก็ยังคงเป็นลำดับชั้นของความงาม และมีผลลัพธ์ที่จะแสดงโครงสร้างที่มีแข็งแรง นั่นคือหมายเหตุของ Megges แต่ไม่ใช่ทฤษฎี ลำดับชั้นของการมูลเหตุ (Underlying order) ยังคงไม่ถูกทำลายโดยขบวนการนี้ แต่เป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม ในปี 1984 ในงานต่อเนื่อง 6 designs Brody ได้ออกแบบคำว่า Contents ในหนังสือ The face หน้าสารบัญเป็นการแสดงกระบวนการของความเสื่อมทรม(การตัดทอน) อย่างก้าวร้าว ทำเดือนต่อเดือน (บ่งบอกว่าทำหลายๆเดือน) จนกระทั่งตัวอักษรกลายเป็นคอลเลกชันของอักษรที่อ่านไม่ออกเป็นสัญลักษณ์ทางแอปสเตรกไป ในช่วงต้นค.ศ. 1990 ในตอนที่อ่านออกก็กลายมาเป็นจุดสำคัญที่เข้ามาเกี่ยวข้องกันในเรื่องของการโอนเอียงในงานออกแบบของพวกเขาดีคอนอสตรักชัน



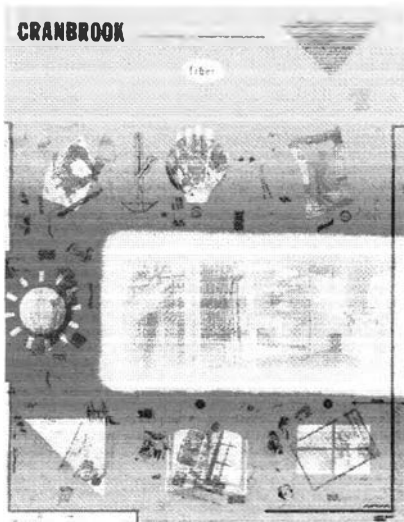
ภาพที่ 24 Katherine McCoy. The Graduate Program in Design, poster, Cranbrook Academy of Art, USA, 1989

ที่มา: No More Rule

ในหัวข้ออื่นๆ งานตีพิมพ์ในช่วงปี 1990 ในอเมริกา นักออกแบบ Chuck Byrne และ Martha Witte ยังคงยืนกรานในข้อคิดเห็นเกี่ยวกับดีคอนสตรัคชัน ในงานออกแบบเกี่ยวกับข้อวิพากษ์วิจารณ์กันถึงการระงับความรู้สึกดั้งเดิมในทฤษฎี deco สำหรับพวกเขาแล้ว ประโยคที่ว่า การทำลายบางสิ่งบางอย่าง (The breaking down of something) ในที่นี้คือ ความคิด กฎ คำ และคุณค่า เป็นลำดับขั้นของการถอดรหัส (Decode) ในส่วนของที่เกี่ยวข้องกับความหมายในตัวสิ่งสิ่งนั้น หรือ ข้อสันนิษฐาน (Assumption) หรือเป็นการตัดสินโทษ (Conviction) ที่เราควรให้ความสนใจใฝ่มัน การให้ความสำคัญในเรื่องของความหมายของพวกเขา เป็นสัญลักษณ์ของความก้าวหน้าจากความเข้าใจว่าดีคอนสตรัคชันเป็นการนำส่วนต่างๆ เข้าไปในรูปร่างของ Reinventing และพวกเขาสังเกตเห็นว่าที่น่าสนใจ พวกเขาแนะนำถึงงานออกแบบตัวอักษรที่มีพื้นฐานมาจากคำและข้อความ แต่ก็น่าจะเป็นความต่อเนื่องที่เราพบเห็นได้ (Visual) ของดีคอนสตรัคชัน และพวกเขายังคงที่จะได้เถียง ถึงว่าถึงคราวที่ความเข้าใจของนักออกแบบสไตล์ดีคอนสตรัคชัน จะปรับเปลี่ยนมาเป็นงานออกแบบ ในแต่ละขั้นตอน ตลอดจนเรื่องของการใช้ภาษา และภาพ เป็นเหมือนการให้ความสนใจใฝ่ในการเล่นเกมที่เต็มไปด้วยความรอบคอบ ว่าที่จะเข้าถึงคนดูที่สามารถค้นพบ page 50 และประสบการณ์ที่จะซ่อนความซับซ้อนของภาษา (language = การอ่านพวกภาษา) พวกนี้ ในการช่วงต้นของการวิพากษ์วิจารณ์งานออกแบบของดีคอนพยายามที่จะปฏิเสธถึงสิ่งสำคัญของมันมากกว่าประโยชน์ที่ทำให้เกิดความซับซ้อนที่เกินต้องการ และงานสไตล์ที่มากเกินไป Byrne และ Witte มีความเห็นที่มากกว่านั้นแต่เป็นในทางตรงกันข้าม บอกว่าศักยภาพในความสำคัญนั้นแสดงออกมาได้อย่างชัดเจน หรือพัฒนารูปแบบของการสื่อสารออกมาได้อย่างมีแบบแผน (uniform) สิ่งเหล่านี้ถูกปิดบังโดยพวกโมเดิร์นนิสต์ (Modernist)

ช่วงปลายปีค.ศ. 1980 มีตัวอย่างการเข้าถึงเอกลักษณ์ของงานดีคอนสตรัคชันได้เป็นอย่างดี เห็นได้ในงานออกแบบให้กับมหาาลัย Cranbrook Academy of Art ที่ซึ่งแคทเธอรีน แมคคอย (Katherine McCoy) และ สามีไมเคิล แมคคอย (Michael McCoy) เป็นผู้บริหารตั้งแต่ปีค.ศ. 1971 ในหนังสือ Cranbrook design : The new discourse ที่ถูกตีพิมพ์สำหรับงานนิทรรศการ และมีการตั้งชื่อเหมือนกับงานที่แสดงครั้งแรกที่ Cranbrook Academy (พฤศจิกายน 1990) และแสดงต่อใน Steelcase Design ใน New York (มกราคม 1991) โดยทั้งหมดนี้ออกแบบโดย Katherine McCoy , P scott Makela และ Mary Lou Kroh ที่สนับสนุนสิ่งเหล่านี้ในระบบการพิมพ์และนำเสนอตัวอย่างที่ไม่ธรรมดาของดีคอนสตรัคชันเป็นกลยุทธ์ในการทำงาน การวางตำแหน่งในแนวนอนอย่างผิดวิธี (Fault) ในแต่ละบทความ แบ่งข้อความออกเป็นคอลัมน์สองคอลัมน์ โดยแบ่งให้มีช่องแคบๆ ระหว่างคอลัมน์ ในคอลัมน์ทางขวามือถูกวางให้อยู่สูงกว่าคอลัมน์ทางซ้ายมือไม่กี่มิลลิเมตรเพื่อการสั่นไหวของสายตาคนอ่าน โดยไม่อ่านข้ามช่วงว่างระหว่างтекไป ด้วยการวางประโยคให้ต่ำลงมานิดหนึ่ง ในโปสเตอร์การศึกษาของ Cranbrook ทำใน ค.ศ. 1989 แคทเธอรีน แมคคอย ได้ใช้คำตรงกันข้ามของ Derridean มาใช้อันได้แก่ ศิลปะ และ วิทยาศาสตร์ เทพนิยามและเทคโนโลยี มีแบบแผนเดี่ยว และหลายแบบแผน สิ่งพื้นเมืองและสิ่งชั้นดี ใช้โครงสร้างในการจัดองค์ประกอบให้อยู่ด้านข้างของแกนกลาง(ช่องว่างตรงระหว่างคอลัมน์) (Spine = กระดูกสันหลัง แก่น) ในบทความของแมคคอยที่แสดงตรงคำว่า The new discourse ที่ Cranbrook นักออกแบบได้ใส่แนวความคิด เน้นสิ่งของที่เป็นคู่ลงไปในข้อความระหว่างพื้นที่ว่างในแนวกว้าง และแทรกเข้าไปให้เป็นการจัดวางแบบไม่ได้ตั้งใจวางเข้าไปวางรบกวนคอลัมน์ และถือว่าการแสดงทางเลือกในการอ่านได้อีกทาง The Mccoys ได้อธิบายถึงการนำทฤษฎีเหล่านี้มาใช้ในการออกแบบที่สถาบันของเค้า

แนวความคิดที่ออกมาเป็นการเน้นโครงสร้างของความหมายระหว่างผู้ดู และงานออกแบบแต่ละชิ้น การสื่อสารของภาพที่ออกมาที่เปรียบเสมือนการสื่อสารทางตา ในการสร้างทฤษฎีทางภาษาของการให้ความหมาย หรือการปฏิเสธความจริงของความหมายที่คาดคะเนอย่างมีหลักการ ทำให้แนวความคิดนี้ส่งผลโดยตรงกับงานออกแบบนักเรียนดีไซน์ของเค้า มีแนวความคิดน่าสนใจที่เปิดกว้าง (Experiment) ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวอักษรและภาพ และ ขบวนการในการอ่านและการมอง ที่ข้อความและภาพถือเป็นความหมายให้กับการอ่านรายละเอียดต่างๆ เป็นการถอดความหมาย นักเรียนก็เริ่มที่จะทำดีคอนสตรัคชัน ในการใช้ภาษาแบบนี้ และเริ่มเข้าใจมันเหมือนกับเป็นการเพิ่มการมองเห็นที่เข้าไปช่วยสร้างการตอบสนองที่ดีกับคนอ่าน



ภาพที่ 25 Jeffery Keedy. Graduate Studies in Fiber, poster, Cranbrook Academy of Art, USA, 1984

ที่มา: No More Rule

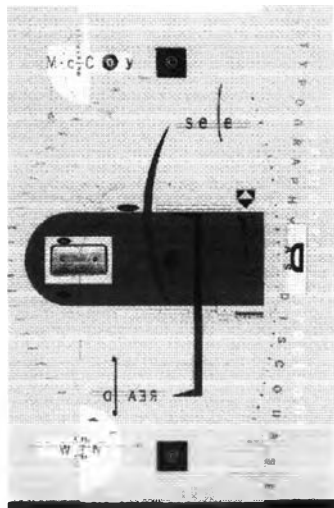
แคทเทอรีน กล่าวว่า การจัดคอลัมภ์ของตัวอักษร ควรขยายเนื้อตัวอักษรให้เต็มพื้นที่กรอบทำงานเพิ่มระยะระหว่างบรรทัด ระยะระหว่างคำควรเพิ่มขึ้นจนกระทั่งตัวอักษรที่กระจัดกระจายรวมกันเป็นก้อนเดียว ในที่นี้หมายความว่าถึง footnote ด้วย ตามปกติแล้วในที่นี้หมายความว่ารวมถึงตัวอักษรที่ไม่สำคัญ พวกอักษรที่เป็นส่วนประกอบ จะมีการแทรกตัวอักษรไม่สำคัญบางส่วนเข้าไปในพื้นที่ ตัวอักษรหลักจุดมุ่งหมายคือสร้างจุดเด่นให้กับโครงสร้างของการนำเสนองานพิมพ์อักษร และการสร้างความสำคัญของการไม่มีเส้นบรรทัดระหว่างคำ เป็นการเปิดโอกาสให้กับการอ่านที่น่าจะเป็นไปได้ช่วงปีค.ศ.1980 นักเรียนส่วนใหญ่ตื่นตัว และเกิดการวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างมากเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ เกี่ยวกับการหาความสำคัญที่เกิดขึ้น



ภาพที่ 26 Teffery Keedy. Event programme, Los Angeles Contemporary Exhibitions, USA, 1988

ที่มา: No More Rule

Teffery Keedy ได้สรุปตำแหน่งความสำคัญของการพัฒนานี้ภายใต้อิทธิพลของการไม่ยอมรับความงาม และการเขียนของ Roland Barthes นักปรัชญา Keedy เริ่มหาทางที่จะสร้างพลังของการออกแบบให้เป็นเหมือนกับความโดดเด่นทางวัฒนธรรม (Focus ที่ Culture) โดยอาศัยความชำนาญของ Barthes ในการหาจุดร่วม ความชำนาญ มาเป็นตัวช่วยในการแก้ปัญหา เห็นได้จาก ไปสเตอร์ของ Cranbook ที่เน้นไปที่การโฆษณาถึงคำพูดที่ว่า ทำทุกสิ่งให้ผิด แต่ก็ไม่ได้เข้มงวดเกี่ยวกับลำดับของแต่ละข้อมูล หรือการรวมกันของข้อความต่างๆ เข้ามาแทนที่ลูกเล่นของหลังการส่งแบบสเกตของนักเรียน กระจายกระจายไปทั่วพื้นที่ของการออกแบบ สร้างจังหวะ และปรับเปลี่ยนกระบวนการออกแบบและ พื้นที่การมองที่ประณีตทั้งหมดก็ไม่สร้างความสนใจได้ในตั้งแต่ครั้งแรกที่มอง



ภาพที่ 27 Allen Hon. Typography as Discourse, event poster, American Institute of Graphic Arts, USA, 1989

ที่มา: No More Rule

Keedy ปฏิเสธรูปแบบโมเดิร์นอย่างสิ้นเชิง โดยมั่นใจในรูปแบบของเค้าเหมือนกับ แมคคอยที่เชื่อว่า คุณค่าของคนที่มาชมงาน ว่าเค้าสามารถเข้าใจถึงลักษณะของการออกแบบได้อย่างเต็มที่ ตามคำพูดที่ว่า “ไม่ควรมึกฏมากมายมาช่วยในการทำสังคม”

คำสัมภาษณ์ Émigré ถึงยูคงานออกแบบดีคอน ในปี 1990 Keedy และ Fella พูดถึงแรงกระตุ้นในการฝึกฝนด้วยตัวเองและต่อต้านพวกผู้ที่ชำนาญในการออกแบบ Fella กล่าวว่า (ได้แย้ง) การออกแบบกำลังมีความฉลาดมากขึ้น และเก่งมากขึ้น และความสามารถในการสร้างความประทับใจในครั้งแรกของการมองที่มากขึ้น ทุกอย่างนี้จะตามมาหลังจากความคิด ความคิดนี้ช่วยสนับสนุนการกำหนดรูปแบบการออกแบบ ที่ผิดแปลกและไม่ปกติ พบเห็นได้ในงานออกแบบของ Detroit focus gallery ว่าในความจริงคือ ความผิดปรกติคือ “ความคิดนอกกรอบในการออกแบบ” กล่าวว่า ถ้า ดีคอนสตรัคชั่น คือหนทางในการแสดงออกของการเชื่อมต่อกันระหว่างวัฒนธรรมตะวันตกได้ด้วยตัวเอง และมีการเน้นงานออกแบบ ของการออกแบบตัวอักษรไว้ด้วย มักจะมีช่องว่างในหลักการออกแบบตัวอักษรที่มักจะควบคุม และการใช้ที่ว่างที่เป็นปรกติ ในระหว่างสัญลักษณ์เฉพาะของตัวอักษรแต่ละตัว คำ และเส้น หรือระยะระหว่างบรรทัด ลักษณะรูปแบบการใช้การจัดวางตัวอักษร (เน้นรวมถึง title , column) หรือระหว่างตัวอักษรและขอบกระดาษ Fella ใช้งานแบบนี้ได้หลายวิธี เห็นได้จาก Poster Andre Elis นักออกแบบ ที่พูดว่า “ไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในที่ว่างระหว่างขึ้น รูปแบบของความไม่ปรกตินี้คือ การนำการบิดเบี้ยว (Distort) ของ Fella ที่นำชุดตัวอักษร (typeface) ที่เป็นแบบไม่มีเชิง (San serif) มาทำมาขึ้น ด้วยการให้ความหนาของส่วนโค้ง และความหนา เพื่อให้ได้รูปแบบที่ต่างกันไป



ภาพที่ 28 Edward Fella. Exhibition poster, Detroit Focus Gallery, USA, 1987

ที่มา: No More Rule

แม้แต่ในงานเล็กๆ การออกแบบตัวอักษรก็ยังคงทำหน้าที่ได้อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ขนาดที่หลากหลาย ภายใต้การตั้ง Baseline typo แบบเดิมๆ ดูได้จากนักออกแบบส่วนใหญ่ก็ยังคงทำตามแนวทางของ Fella แต่ก็ทำให้งานออกแบบก็ยังคงไม่สมบูรณ์ ด้วยการคิดที่ไม่ใส่ใจกับกฎของการสร้างตัวอักษรที่ดี นี่คือผลที่ตามมาจากกฎของ Fella เกี่ยวกับความรู้ และผลสะท้อนกลับ เขาทำงานเป็นศิลปะแบบการค้า 3 ปีก่อนเค้าได้ตัดสินใจมาเป็นหนึ่งในนักเรียนของ Cranbrook และหาแรงบันดาลใจของความคิด เขาอ้างอิง Barthes และนักเรียนอื่น ที่เป็นทั้งพวก Structionism และมากมาย

มีบทความวิจารณ์ เขายังคงฝึกฝนทักษะของการทำงานด้วยมือต่อไป เน้นทักษะที่เป็นการสร้างงานจากมือ และไม่รีบเร่งที่จะใช้คอมพิวเตอร์มาสร้างงาน และ นำเสนอภาพออกมาเป็น Bitmap นี่คือข้อพิสูจน์ทั้งหมด ว่าการเคลื่อนย้ายความงามจะสมบูรณ์แบบใดก็ต่อเมื่อเราเปิดขอบเขตให้กับงานของ Digital space เข้ามาแทรกอยู่ด้วย

Fella เป็นผู้นำให้กับโลก ออกแบบในช่วงหลัง ทั้งใน อเมริกาและที่อื่น ก่อนที่เค้าจะกลายเป็นนักเรียนที่ Cranbrook และร่วมงานกับ California Instituted of Arts และที่นั่น งานออกแบบ Experience ได้แพร่หลาย และกว้างขวางมากขึ้น ที่นั่นงาน Fella นั้นได้เด่นชัดมาก เห็นได้จากงานออกแบบโปสเตอร์ของงานบรรยายการออกแบบ

Keedy ก็ยังคงสอนอยู่ที่ Cal Arts และก็ยังสร้างอิทธิพลให้กับงานเรียนและงานออกแบบในนิทรรศการ Los Angeles ที่มีการสัมมนาในความคิดกันเรื่อง การร่วมกันทางวัฒนธรรม การสวาปามทางวัฒนธรรม และการต่อต้านความงามด้วยความก้าวร้าว การคิดด้วย

ระบบความคิดที่สร้างสรรค์ไม่ใส่ใจในข้อกำหนดของงานกราฟิก มีการทำลายกฎดั้งเดิม พบเห็นได้ในงานของ Fell โดยตัวอักษรของ Keedy คือ Keedy Sans ออกมาในปีค.ศ. 1990 โดยกลุ่ม Émigré โดยมาจากการแปลงรูปแบบฟอนของ Fella ดังนี้ โดยยังคงไว้ในเรื่องของระยะระหว่างคำ มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะของคำ ให้มีความโค้งมนมากขึ้น (case) และตัดมุมในบางส่วน ทั้งหมดนี้ช่วยให้เกิดความรู้สึกที่อ่อนลง แต่ก็มีลักษณะที่คมมากขึ้น ตัวอักษรนี้ได้ลงโฆษณา Emigré พร้อมกับสโลแกนที่ว่า Witfully contradict expectation คือ การคาดหมายที่เต็มไปด้วยความขัดแย้งได้อย่างมีไหวพริบ Keedy อธิบายว่า มันเป็นฟอนของยุคโพส โมเดิร์น เหมาะสำหรับงานที่ต้องการความใส่ใจในข้อบกพร่องต่างๆ และการสังเคราะห์รูปแบบของงานที่เฉพาะตัวออกมา แบบแผนการคิดนี้สังเกตให้ดีจะคล้ายคลึงกับงานโดยรวมของ Barry Dec ที่มีลักษณะของการนำยุค Gothic เข้ามาในงานชุดตัวอักษร (typeface) ที่รู้จักกันว่านำมาจากรูปแบบฟอนของ Fella ตามคำอ้างของ Barry ที่ว่า Imperfect language of an Imperfect World คือ ภาษาที่ไม่สมบูรณ์แบบอยู่ในโลกที่ไม่สมบูรณ์แบบ ถือว่าประโยคนี้เป็นตัวกำหนดรูปแบบชุดตัวอักษร (typeface) ในช่วงทศวรรษนี้ก็ได้

ถ้างานออกแบบดีคอนสตรัคชันในยุค 1980 ยังเป็นเรื่องที่ไม่เปิดเผย (underground = ไม่นิยม) ดูเหมือนว่ามีกระบวนการที่กลับกันจากปกติ อยู่นอกเหนือเครือข่ายแนวทางการออกแบบที่ Academy นิยม และยังคงอยู่ในความสงสัยของท่านผู้ชำนาญการออกแบบช่วงนั้น ส่งผลให้ในช่วงต้นปีค.ศ. 1990 งานดีคอนสตรัคชันถือว่าเป็นงานที่นิยมในยุโรป ในช่วงค.ศ. 1985 พอดีกลับช่วงที่ Ketherine Maccoy and Dumber ต่อตั้ง Studio Dumber ตั้งอยู่ที่ช่วงช่องแคบอังกฤษ โดยก็ยังคงสอนอยู่ใน Cranbook และมีกลุ่มนักเรียนที่เข้ามาพร้อมกับ Studio Dumber ด้วย เพื่อช่วยกำหนดทิศทางของงานออกแบบโดยรวมของสตูดิโอโดยเฉพาะในเรื่องของวัฒนธรรมของลูกค้ำ



ภาพที่ 29 Studio Dumber. Performance poster, Holland Festival, The Netherlands, 1987

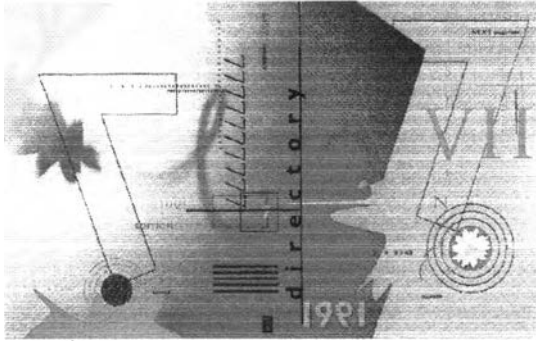
Photograph by Lex van Pierterson

ที่มา: No More Rule

ในช่วงปี 1985 -1987 Dumbar ได้ค้นพบที่มันักเรียนอีกทีมที่ RCA London มาก่อตั้ง Why not Associates ที่ซึ่งงานออกแบบของ Cranbook เริ่มมีความสำคัญมากขึ้นหรือบางครั้งก็มีการนำ ไอเดียเหล่านี้มาเป็นหัวใจในการสร้างความสำคัญของสาร (Subject matter) ของการออกแบบ เช่นในงานออกแบบโปสเตอร์ของ Allen Hori เรื่อง Typography as Dicours

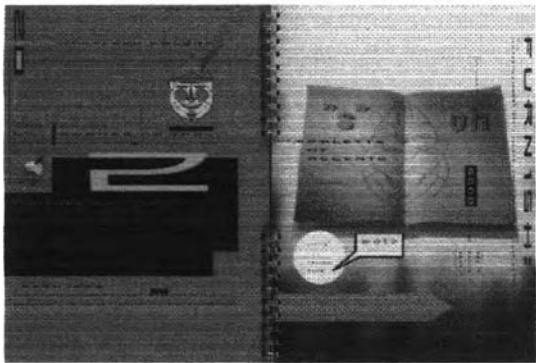
ในช่วงปลายปีค.ศ. 1980 – ต้น 1990 “Why not มีการพัฒนาผลงานออกแบบได้อย่างต่อเนื่อง เช่นในการออกแบบของเสื้อผ้า Next มีการใช้การจัดวางตัวอักษรที่มีการจัดวางแบบ ล่องลอยไม่ตัดสินใจว่าจะวางตรงไหนดี มีการตัดส่วนของภาพ และมีระยะระหว่างภาพ

ในช่วงปีค.ศ.1991 มีการนำการกลับภาพมาใช้ (พบมากถึง 3 ครั้ง) และใน Catalogue Number 7 ก็ค้นพบว่ามีเหตุการณ์นี้เกิดขึ้นด้วย มีการนำตัวเลขและตัวเลขลักษณะ โรมันมาวาง ด้านหน้าเฉยๆ ไม่มีภาพใดๆ มาวางอีก และมีการซ้ำตัวเลขมากมายที่ด้านหลัง แต่บางทีก็มีรูปแบบงานดีคอนสตรัคชันที่ต่างกันออกไปอีก แต่ผลที่ตามมาก็คือ ความสนุกสนาน ในการจัดทำที่มีการใช้การหมุนภาพทั้งหมดจากรูปแบบเดิมที่มีลักษณะการหมุนเฉพาะจุดเล็กๆ ใน Chicago ยุค 1990 Rich + company (Thist) งานของที่นี่เป็นที่สะดุดตาอย่างมากในอเมริกา ถือว่าเป็นกลุ่มที่เผยแพร่งาน ดีคอนและช่วยสร้างความเข้าใจในงานดีคอนได้ดี ในอเมริกา ตั้งแต่ปีค.ศ. 1988 (Thist) ได้สร้างรูปแบบทิศทางงานออกแบบ เช่น ในการสร้างภาพลักษณ์ให้กับ สถาบัน Financial at Chicago ที่ซึ่งเค้าได้สร้างการแหกกฎออกมา ด้วยกานำเสนอ “ศิลปะกะหน้าที่ ที่เต็มไปด้วยความคิดในกระบวนการออกแบบและการดึงความเป็นตัวของตัวเองออกมา” ค.ศ. 1990 ได้ออกแบบ โบรชัวร์ ของบริษัทกระดาษที่เป็นลูกค้าของ Thirst ด้วยการ ให้ข้อมูลใน โบรชัวร์ที่น้อย สร้างความน่าตื่นเต้นและการไม่มีเส้นบรรทัดเข้ามาจำกัด สร้างจุดสนใจหลายจุด ในงานออกแบบนี้ได้เกิดกลไกบางอย่างขึ้น เช่น การใช้ลูกศร และการกำหนดกรอบสี่ มีเส้นที่วิ่งไปตามแนวตั้ง ที่กระจายกันเป็นจังหวะ และการตัดขอบข้อมูลต่างๆ ออกมาเป็นชิ้นๆ ใช้ในทุก รายละเอียด รูปแบบนี้ยังคงแพร่กระจายไปสู่งานออกแบบโปสเตอร์ของเอลวิส ที่มองดูแต่แรกรู้สึก ตลก มีการสื่อออกมาในรูปแบบที่ผิดปรกติ มีกรอบพื้นที่ของ Text column ที่เต็มไปด้วยตัวอักษร และมีการใช้ฟอนที่มีขนาดหลากหลายจนยุ่งเหยิง ซึ่งงานนี้เหมือนกับงานของทีม Why Not ที่มี จุดมุ่งหมายว่า จะใช้ความก้าวร้าวให้เกิดในงานออกแบบ ใช้ลักษณะงานที่เต็มไปด้วยการสร้างความบันเทิงให้กับคนที่มาดู สร้างความรู้สึกร่วม



ภาพที่ 30 Way Not Associates, Next Directory, catalogue cover, front and back, Next, UK, 1991. Photography by Why Not Associates and Rocco Redondo

ที่มา: No More Rule



ภาพที่ 31 Rick Valicenti and Micheal Pappas, Thirst. Brochure for Esse paper range, spread, Gilbert Paper, USA, 1990

ที่มา: No More Rule

ในขณะที่ Paula Scher แนะนำงานของ Valicenti ใน Why Not เป็นงานแบบ Dada ว่า Valicenti ได้ได้กลับถึงงานออกแบบของดีไซน์เนอร์ผู้หนึ่งที่ทำงานแบบ ทำลายงานตัวเอง เห็นได้ในการออกแบบหน้านิตยสาร 4 หน้า ตามที่กลุ่มได้ศึกษามา ให้ออกแบบตามแนวทางของดีไซน์เนอร์ ที่มีการออกแบบตัวอักษรได้รับการสนับสนุนงานแบบนี้จาก กลุ่มนักออกแบบตัวอักษรและดีไซน์เนอร์ทำให้เกิดเสียงวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้การออกแบบตัวอักษร



ภาพที่ 32 Rick Valicenti. Stereotypes, insert for step-by-step magazine, USA, 1990.

Photography by Tony Klassen

ที่มา: No More Rule

นั่นก็คือเดวิด คาร์สัน (David Carson) เป็นมากกว่าดีไซเนอร์คนหนึ่ง ตั้งแต่ปี ค.ศ.1990 ผู้ซึ่งสร้างความตื่นตัวและส่งผลต่องานออกแบบออกมาได้อย่างมากมายสู่ดีไซเนอร์รุ่นใหม่ ผลงานของเค้าก็คือ การเป็นอาร์ต ไดเรกเตอร์ให้กับนิตยสาร Raygun ตั้งแต่ปีค.ศ. 1992-1995 ที่ได้รับรวบรวมข้อมูลมาจากของกลุ่ม Lecture และ Workshop ทั่วโลก นำเสนองานที่แพร่หลายในแนว Experiment ได้รับการพูดถึงกันอย่างท่วมท้น และแสดงออกซึ่งภาพลักษณ์ของหนังสือ Raygun ที่มีความเป็น Experiment โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่นอก อเมริกา เพราะว่า หนังสือ Raygun มีอิทธิพลต่อนักออกแบบตัวอักษรและดีไซเนอร์อย่างชัดเจน และยังส่งผลกระทบต่อวงดนตรีถึงงาน Media อื่นๆ อีก จากความสำเร็จของ Raygun ได้มีความนิยมไปสู่กลุ่มวัฒนธรรมวัยรุ่นยุค Generation X ผู้ที่นำงานออกแบบดีคอนสตรัคชันไปสู่งานโฆษณา นั่นคือ คาร์สันเองก็ได้ รับเอารูปแบบเหล่านี้ มาใช้ในงานโฆษณาเช่นเดียวกัน พบได้ในโฆษณาของ Pepsi-Cola, Nike, Later, Microsoft ปีค.ศ. 1997 หนังสือพิมพ์ของอังกฤษได้ยกย่องคาร์สันว่าเป็น A Hero of Deconstruct ฮีโร่ของงานสไตล์ดีคอนสตรัคชัน

สรุปว่า การทำลายกฎ คือตัวกระตุ้นอย่างดีของคาร์สันที่จะนำมาใช้ในการออกแบบ แต่สิ่งที่สำคัญอีกสิ่งก็คือ การมีศูนย์กลางความคิดที่ดี มีหลักการของดีคอนอยู่ตั้งแต่เริ่มคิดงานออกแบบ และคาร์สันก็ยังเป็นผู้หนึ่งที่นำงานดีคอนสตรัคชันเข้าสู่โลกของงานโฆษณา ในงานของคาร์สัน การทำลายกฎ คือตัวกระตุ้นมาจากสไตล์ Punk และดีคอนสตรัคชันกลายเป็นศูนย์กลางของความคิดในการออกแบบ

ไม่มีข้อโต้แย้งใดๆที่จะมาท้าทาย หลักการ รูปแบบโครงสร้างของการออกแบบที่ไม่คำนึงถึงกฎใดๆ นอกจาก การนำความรู้สึกที่กว้างขวางมาใส่ ในหนังสือของคาร์สัน คือ The End of Print (1995) คำอธิบายถึงงานเค้าเป็นงานที่ทำมาอย่างคร่ำครวๆ แต่ใช้สัญชาตญาณมาช่วย ไม่ได้มีการฝึกฝนมาก่อน (คือการที่ไม่อิงการฝึกฝนตามแบบเดิมๆ ใช้การทำใหม่ขึ้นมา) เขาอธิบายว่า บางทีระดับความรู้สึกสมเหตุสมผลของแต่ละคนมันต่างกัน บางงานออกแบบก็ได้สร้างความผิดหวังให้กับคนดูได้ แต่บางความรู้สึกของคาร์สันเองก็ยังคงไม่เห็นว่าเป็นต้องมีเหตุผลใดๆ ที่ต้องมาทนทำงานกับกฎของการออกแบบ บางทีมันก็เป็นเหตุผลว่าทำไมตัวคาร์สันเองถึงไม่ยอมรับกฎของการออกแบบคาร์สันไม่ได้ต่อต้านสิ่งที่เรียนมาที่โรงเรียน แต่ตั้งแต่ เค้าเริ่มเรียนด้านดีไซน์ เค้าก็ไม่รู้ว่าแท้จริงแล้วกฎเหล่านั้นคืออะไร แต่เค้าก็รู้สึกตื่นตากับการที่เค้าได้สำรวจและศึกษากับสิ่งใหม่ๆ เอง รับรู้และศึกษาเรื่องราวของการออกแบบได้ดีกว่าการทำตามกฎ Cranbook + Cal Arts ได้ออกมาแสดงความคิดเห็นต่อความเห็นของคาร์สันนี้ แต่คาร์สันได้โต้แย้งกลับว่า ในการออกแบบของคาร์สันมีเหตุผล ไม่ได้เลื่อนลอย มีโครงสร้าง (Grid) ที่ชัดเจน และ รูปแบบของการออกแบบตัวอักษรที่สมเหตุสมผล แต่ดูเหมือนว่าไร้เหตุผลอย่างสิ้นเชิง แต่ก็เพื่อตอบสนองให้กับความซับซ้อนของโลกที่ร่วมสมัย

งานออกแบบของคาร์สันที่ไม่ยอมรับกฎของการออกแบบ เค้าได้เริ่มเป็นบรรณาธิการให้กับหนังสือนิตยสาร Beach culture 1991 เขาเริ่มไม่ใส่เลขหน้า และหน้าสารบัญของเล่มที่ 5 การใช้ตัวเลขให้น้อยที่สุดก็ใช้อย่างรุนแรงขึ้น และเริ่มที่จะใส่ความหนาให้กับการออกแบบตัวอักษรสำคัญๆ และไม่มีกำหนดระดับบน หรือล่างของหนังสือที่แน่นอน รวมทั้งยังคงพยายามที่จะสร้างความน่าสนใจเพิ่มขึ้นด้วยการใช้ตัวอักษรที่สร้างด้วยมือ (การเขียนด้วยมือ) Raygun นั้น ลักษณะ ของตัวอักษรที่ใช้นั้นก็มีการใช้มาจากการวาด ที่ใส่ระดับของความรู้สึกของอิสระลงไป ซึ่งลักษณะการทำงานแบบนี้ ก็เข้าข่ายสไตลิสต์คอน ที่วางแผงในปีค.ศ. 1994 คอลัมน์มีการสร้างให้ผิดรูปร่าง เส้นที่มีการแตกมุมวิ่งเข้าไปยัง text เส้นแต่ละเส้นของช่วงล่าง paragraph มีการบังคับทิศทางให้พุ่งไปยังการใช้ที่ว่าง และมีหนึ่งคอลัมน์ที่พุ่งออกมาอย่างสุดขอบกระดาษ ดังนั้น เส้นตัดหน้ากระดาษก็จะตัดตัวอักษรบางส่วนออกไป ที่ 2 1/2 ของที่ช่วงกลางประโยคมีการใช้ตัวอักษรที่เป็นตัวใหญ่ ภาพและคำของคาร์สันนำมาใช้นั้นเป็นตัวกระตุ้นทั้งหมด ในบทสัมภาษณ์ของงานเปิดตัวนักร้องร็อคสตาร์ของอังกฤษ Mornsey ในอัลบั้ม The loneliest Monk มีการทำให้แตกเป็นชิ้นๆ ดึงบางส่วนของแต่ละชิ้นที่แตก เค้าไม่สนใจใน whordom นั่นก็คือ การทำให้รูปแบบของการออกแบบตัวอักษรแตกออกเป็น 3 ส่วน แล้วไปอยู่รอบๆ ของรูปร่าง นี่เป็นการนำสายตาคอนดูมาถ่ายภาพ

เป็นการท้าทายต่อสิ่งพิมพ์จำพวกหนังสือ แต่ก็ไม่ได้คิดว่าจะเป็นที่แพร่หลายได้ ความคิดทั้งหมดนี้ถือว่าไม่ต่างจากความคิดของโพสต์ โมเดิร์น (Post modern) ยุค 1990

คาร์สันมีการท้าทายเรื่อง การอ่านไม่ได้ เป็นการเลี่ยงการอ่านแทนที่การอ่านข้อความ เห็นได้จากเขาแทนที่ Bryan Ferry นักร้อง ด้วยสองคอลัมน์ที่อ่านไม่ออกด้วยอักษร Dingbats (มีการใช้ตัวอักษรอย่างเต็มที่ สำหรับที่ต้องอ่านให้อ่านด้านหลังของแมกาซีนมีการใช้ตัวอักษรเต็มปกหลังเลย)

จากการคาดเดาเค้าต้องการให้คนอ่านนั้นเข้าใจถึงกระบวนการอ่านที่ค่อยคลี่คลาย ค่อยๆ ถอดออกมาเป็นภาษา หรือมีการใช้ต่างจากตัวอักษรเดิมๆ สำหรับคนวัยรุ่น คาร์สันแนะนำให้ใช้การใช้สื่ออื่นๆ มาช่วยในการดึงดูด และการนำสิ่งต่างๆ (Material Design) มาใช้ในการออกแบบ ถือว่าเป็นการช่วยสร้างความน่าสนใจ และน่าจดจำมากขึ้น สร้างให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมกับสิ่งเหล่านี้ ตัวอักษรหลายๆ ตัวมีผลกระทบต่อ การอ่าน ดังเช่น Raygun มีข้อคิดเดียวกันว่า คือ สิ่งที่แปลกเกี่ยวกับคำแนะนำของ คาร์สันและไม่ได้สร้างคุณค่าให้การอ่านในครั้งแรก มันแสดงถึงการอ่านเนื้อหาทั่วไป ถือว่าเป็นบทแนะนำได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ ขณะที่อาร์ต ไดเรกเตอร์ของ Raygun เริ่มกำลังเป็นงานกราฟิกแบบดีคอนสตรัคชันแล้วเค้าก็ค้นพบกับกราฟิกสไตล์ใหม่ คือ Grunge ลักษณะที่เป็นความหน้าไปอีกก้าวหนึ่ง คือ มีการใช้มุมที่ตัดทอนมากขึ้น และ ใช้ Dirty Graphic เหมือนกับเป็น Rock Grunge ในช่วงต้นปีค.ศ. 1990 เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของเพลง Rock ผสม Punk

Gunge เหมือน Punk เต็มเปี่ยมไปด้วยพลัง ก้าวร้าว ไม่มีความเคารพยำเกรง โกรธเคือง (หรือบางทีดูเหมือนโกรธใครอยู่ตลอดเวลา) ความดิบ แต่ก็ไม่ได้ถือว่าเป็นสิ่งสุดท้าย

The clean grid of modernity เป็นการปฏิเสธโดยลัทธิของกลุ่มคนรุ่นใหม่ นั่นก็คือ ลัทธิการทำลายของ Russia เขียนโดย Joshua Beger บรรณาธิการ Plazm ใน Portland Oregon และเหล่าบรรณาธิการที่ Raygun เหมือนเป็นผู้ผลิตความรู้สึกรุ่นของ Grunge ออกมาให้แพร่หลาย เห็นได้จาก มี typeface ของบริษัทอเมริกันออกมา ชื่อว่า Plazm font พบเห็นได้ที่ offshoot=footnote ของหนังสือ และบริษัทอีกที่ (House Industry) แสดงถึงตัวอักษรที่ทำลาย outline และทำให้กลายเป็นสิ่งพิเศษ มีการทำให้ขอบสูงขึ้น ทำให้รู้สึกถึงความสมบูรณ์ลงตัวนั้นหายไป Elliot Earl's Dysfunctional trio of typefaces คือ font dysphasia , dysplasia and dyslexia ค่อนข้างแปลกมาก Lucasi de groot's font , jesus love yr sister เป็นฟอนต์ที่มีลักษณะเหมือนมีการเท trail ลงไปบนพื้นผิวของทั้งหมดตัวอย่างทั้งหมดนี้คือ Punk style ยุค 70 และ grunge style ยุค 90 แต่ก็มีเทคโนโลยีอย่างหนึ่งของ Punk grunge ถูกทำออกมาอย่างง่าย ๆ ด้วยมือ ด้วยการ Birus, Zerox , Type ง่าย ๆ กรรไกร และ Gunge น่าจะเป็นหนึ่งในดีคอนเพราะว่ามีการใช้เครื่องมือดิจิทัลมาช่วยด้วยจุดมุ่งหมายสำคัญของทั้งหมดไม่ใช่เพื่อการหาสไตล์กราฟิก แต่เพื่อหาทางให้คนดูนั้นรู้สึกถึง

โครงสร้างของ Grunge และทำความเข้าใจมัน มีการโต้เถียงกันเกี่ยวกับอิสระในการสร้างควา
 เข้าใจในแต่ละบุคคลของสร้างการยอมรับที่หลากหลายจากสิ่งของที่มีเอกลักษณ์เพียงอย่างเดียว
 (Individual View) ผลอย่างหนึ่งก็คือ การออกแบบกลายเป็นเครื่องมือวิพากษ์วิจารณ์ถึงการ
 วิเคราะห์สิ่งแทนของพวกเขา



ภาพที่ 33 Elliott Earls. Dyshasia, typeface family poster, USA, 1995

ที่มา: No More Rule

การออกแบบสามารถใช้เป็นการปฏิรูประบบการแสดงผล (สื่อต่างๆ) แต่จะโดยใคร เมื่อ
 ไหร ภายใต้เงื่อนไขใด สิ่งผลักดันใด นักออกแบบจะเป็นคนค้นหาคำตอบนี้ และค่อยข้างมีการ
 เปลี่ยนแปลงการสื่อสารตลอดมาแต่ปัจจุบันนี้ภายใต้อิทธิพลต่างๆ จุดมุ่งหมายของ The
 Telephone Book Unstable Text นี้ก็คือ การสร้างความร่วมมือกันระหว่างนักเขียน นักออกแบบ
 และนักจัดองค์ประกอบ และอีกหลายๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับการจัดตัวอักษร

2.2 วรรณกรรมเกี่ยวกับการโฆษณา

2.2.1 วิวัฒนาการของการโฆษณา (เสรี วงษ์มณฑา, 2540)

วิวัฒนาการของการโฆษณาแนวทางในการทำโฆษณานั้นได้มีการพัฒนามาเป็นลำดับซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 3 ยุคด้วยกัน ดังนี้

2.2.1.1 ยุคที่ 1. ยุคผลิตภัณฑ์ (Product era)

เป็นยุคที่มุ่งเน้นหนักที่คุณสมบัติของสินค้า ในการทำโฆษณาก็จะไม่คำนึงถึงตำแหน่งของสินค้า หรือ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning) ของสินค้าว่าเป็นอย่างไรมุ่งแต่การบรรยายถึงคุณสมบัติที่เด่นของตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว ผลที่ตามมาก็คือ มีสินค้าที่ผลิออกมาเลียนแบบ แล้วใช้วิธีการบรรยายถึงคุณสมบัติที่เด่นคล้ายกัน ตัวอย่าง สินค้าใหม่ที่ผลิออกมาดูเด่น สินค้าต่อไปก็จะเป็นสินค้าเลียนแบบ (Metoo) เป็นเหตุให้มีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคที่ 2 คือยุคภาพพจน์

2.2.1.2 ยุคที่ 2. ยุคภาพพจน์ (Image era)

เป็นยุคที่ใช้สัญลักษณ์หรือรูปภาพต่างๆ เพื่อสะท้อนภาพพจน์ของสินค้า เช่น การโฆษณารถโฟล์ค จะใช้พื้นที่โล่งกว้างสีขาว แล้วนำรถโฟล์คไว้ตรงกลางซึ่งชี้ให้เห็นจุดขายที่ว่า รถโฟล์คเป็นรถขนาดเล็ก เดินทางได้สะดวก รวดเร็วและคล่องตัว สามารถหาที่จอดรถได้สะดวกพยายามสร้างภาพสะท้อนที่เป็นบุคลิกภาพของตราสินค้า ในยุคภาพพจน์นี้อาจจะไม่สามารถที่จะเลียนแบบกันได้ ในการบรรยายถึงคุณสมบัติ แต่จะสามารถเลียนแบบกันได้โดยการใช้สัญลักษณ์ หรือรูปภาพ ที่มีความใกล้เคียงกันจึงทำให้สินค้าอื่นมีความสับสนในเชิงภาพพจน์ จึงทำให้มีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคที่ 3 ซึ่งเป็นยุคทองของตำแหน่งครองใจสินค้า

2.2.1.3 ยุคที่ 3. ยุคของตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)

เป็นยุคที่คำนึงถึงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมายและจะต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์เชิงเปรียบเทียบกับคู่แข่ง (Relation to Competiton) ดังนั้นตำแหน่งผลิตภัณฑ์จึงเกิดการเลียนแบบได้ยาก

2.2.2 ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand image)

หมายถึงการรับรู้ของผู้บริโภค (Consumer perception) ที่มีต่อตราสินค้า เป็นเรื่องของความรู้สึกนึกคิดมากกว่าข้อเท็จจริงในคุณภาพและลักษณะต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ในการโฆษณาจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้างภาพลักษณ์ในตราสินค้า(Brand image)โดยการสร้างความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image differentiation) ตัวอย่าง การใช้ชื่อสินค้าเป็นภาษาตะวันตกแม้ว่าจะเป็นสินค้าที่ผลิตในประเทศไทยเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในตราสินค้าว่าเป็นสินค้าต่างประเทศ ดังรูปที่ 4.6 แสดงการโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ตราสินค้าของ BMW

2.2.3 ตำแหน่งตราสินค้า (Brandpositioning)

หมายถึง การกำหนดตราสินค้าที่มีคุณค่าในจิตใจของลูกค้า

บุคลิกตราสินค้า (Brand personality) หมายถึง รูปร่าง ลักษณะทางกายภาพเฉพาะอย่างของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดขึ้น

2.2.4 คุณค่าของตราสินค้า (Brand equity)

หมายถึงการที่สินค้าของบริษัทมีความหมายเชิงบวก ในสายตาของลูกค้าซึ่งเป็นผู้ซื้อ (Bovee and others. 1995:2) นักการตลาดจะต้องพยายามสร้างคุณค่าให้ตราสินค้าให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ กล่าวคือ การที่คนมีความรู้เกี่ยวกับตราสินค้า มีผลในการสร้างความแตกต่างให้กับตราสินค้า และมีผลให้เกิดพฤติกรรมของตราสินค้านั้น คุณค่าของตราสินค้าจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้บริโภคคุ้นเคยกับตราสินค้า มีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้าอย่างมั่นคง จดจำตราสินค้านั้นได้ด้วยคุณลักษณะที่ไม่ซ้ำกับตราสินค้าอื่น ดังรูป 4.8 แสดงการโฆษณาเครือข่ายการบิน STAR ALLIANCE ซึ่งสร้างคุณค่าในตราสินค้า

เป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ตราสินค้าในสายตาของผู้บริโภค (Customer-based brand equity) เป็นคุณค่าซึ่งลูกค้าผู้จัดจำหน่าย พนักงานขาย คิดและรู้สึกเกี่ยวกับตราสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในช่วงเวลาของการตัดสินใจซื้อการสร้างคุณค่าให้ตราสินค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญ ตราสินค้าจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อผู้บริโภคมองเห็นถึงความแตกต่างของตราสินค้านั้นในเชิงบวก ถ้าผู้บริโภคมองไม่เห็นถึงความแตกต่างในตราสินค้านั้นถือว่าตราสินค้านั้นไม่มีคุณค่า คุณค่า (equity) เกิดขึ้นเมื่อคนคุ้นเคยในตราสินค้าและเก็บไว้ในความทรงจำ และจดจำลักษณะสำคัญของตราสินค้าไว้ได้ การสร้างคุณค่าให้ตราสินค้าเกิดขึ้นในสายตาของผู้บริโภค การสร้างคุณค่าให้ตราสินค้าเกิดในสายตาของผู้บริโภค มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

ก. ต้องก่อให้เกิดความรู้สึกว่า สินค้านั้นแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ

ข. คุณค่าในตราสินค้าเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมองเห็นถึงความคุ้นเคยกับตราสินค้า หรือเกิดความพึงพอใจในบางประการ

2.3 บุคลิกภาพ

2.3.1 บุคลิกตราสินค้า (David A. Aaker, 1996)

บุคลิกภาพตราสินค้า หมายถึง สิ่งที่บ่งบอกบุคลิกภาพตราสินค้าที่อยู่ในตลาด ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากเพราะสามารถบอกความรู้สึกส่วนรวมให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภคได้ อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันในระดับอารมณ์ (Emotion) ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค

แบรนด์ (Brand) เป็นสิ่งที่สามารถอธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic) ได้แก่ อายุ , เพศ , สถานะทางสังคม และรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) การศึกษาบุคลิกตราสินค้า สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่มใหญ่ คือ ความจริงใจ ซื่อสัตย์ (Sincerity) ความตื่นเต้น (Excitement) ความมีอำนาจ (Competence) ความฉลาดรอบรู้ (Sophistication) และความแข็งแกร่ง ทนทาน (Ruggedness) โดยบุคลิกภาพตราสินค้านั้นมีการสำรวจ รวบรวม จาก 60 แบรินด์ดังที่เป็นที่รู้จัก เช่น Cambell's, Hallmark, Kodak ที่ให้บุคลิกความจริงใจ ซื่อสัตย์ Levi's , Marlboro ,Nike เป็นแบรนด์ที่ให้บุคลิกความตื่นเต้น เป็นต้น

บุคลิกภาพตราสินค้าสามารถแบ่งเป็นบุคลิกย่อย ได้ดังนี้

- | | |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| 1. Down to Earth – ตรงไปตรงมา | 2. Honest - ซื่อตรง |
| 3. Wholesome – บริสุทธิ์ | 4. Cheerful - ยินดี เบิกบานใจ |
| 5. Daring - กล้าบังอาจ | 6. Spirited - แข็งขัน มีชีวิตชีวา |
| 7. Adventurous – หุนหันพันเล่น | 8. Up to Date - ทันสมัย |
| 9. Reliable - ไว้ใจได้ | 10. Intelligent - ฉลาดหลักแหลม |
| 11. Successful - ประสบผลสำเร็จ | 12. Upper Class – ชั้นสูง |
| 13. Charming - ดุสวยงาม มีเสน่ห์ | 14. Outdorrry - รักอิสระ |
| 15. Tough - บึกบึน ดื้อดึง | |

2.3.2 สร้างแบรนด์ ด้วยศรัทธา (Kent Wertime, 2546)

เครื่องจักรแห่งการเติบโต (The Growth Engine) ความสำคัญทางการเงินและอิทธิพลที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ของเศรษฐกิจภาพลักษณ์ (Image Economy) ถ้าหากให้มันปรากฏอยู่ทั่วทุกแห่ง มีคำถามที่น่าสนใจที่คนทั่วไปน่าจะถามถึง ยกตัวอย่างเช่น Image Economy จะมุ่งไปสูทิศทางใด แรงอะไรที่เป็นตัวกำหนดและชี้นำอะไรที่เป็นลักษณะเด่นและทำทนาย สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือมีอะไรเป็นเคล็ดลับที่ทำให้ประสบความสำเร็จและเอาชนะกันได้ด้วยภาพลักษณ์

บริษัทที่ขายสินค้าอุปโภคบริโภคที่หมุนเวียนเร็วถูกมองว่าสร้างแบรนด์เป็นหลัก บริษัทเหล่านี้มีความต้องการที่ชัดเจนในการสร้างบุคลิกภาพการแพร่หลายของแบรนด์ การที่แบรนด์มีอายุยืนยาว

หรือสามารถขยายขอบเขตได้กว้างไกล เป็นเหตุผลสำคัญว่าทำไมคนทั้งหลายถึงได้พยายามที่จะสร้างแบรนด์ สัญญาอันหนึ่งที่บอกถึงความจริงนี้ก็คือ จำนวนแบรนด์ที่จะจดทะเบียนเป็นเครื่องหมายการค้าในปัจจุบันมีถึง 9 ล้านแบรนด์ ซึ่งเพิ่มเป็น 2 เท่า ตั้งแต่ปี 1974 ข้อมูลจากองค์กรทรัพย์สินทางปัญญาโลก แต่อย่างทีกล่าวไปแล้วว่าแบรนด์ไม่ได้เป็นแค่เครื่องหมายการค้าเท่านั้นแต่การขยายตัวของเครื่องหมายการค้าคือสัญญาว่ามีบริษัทมากขึ้น พยายามจะสร้างความมั่นคงด้วยการเป็นเจ้าของชื่อซึ่งเป็นก้าวแรกของการสร้างแบรนด์ คุณค่าถาวร ความเชื่อมโยงระหว่างประเภทต่างๆ ของแบรนด์คือความต้องการที่จะสร้างคุณค่าที่ถาวร ซึ่งเกิดจากการซื้อสัตย์ภักดีของผู้ซื้อ

บุคลิกภาพในฐานะแบรนด์ บุคลิกภาพถูกจัดฉากได้เหมือนกับที่ทำกับแบรนด์ ผู้ดูแลเรื่องชื่อของแต่ละบริษัทค่อนข้างระวังมากๆ ต่อการเคลื่อนไหวต่อหน้าสาธารณชน เป้าหมายเดียวกับสิ่งที่ทำกับแบรนด์เลยนั่นคือ เพิ่มคุณค่าของตัวเองให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้เนื่องจากชื่อเสียงสามารถสร้างคุณค่าทางการเงินอย่างถาวรได้ แบรนด์ชั้นนำของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกลักษณะแทบจะกลั่นความเป็นตัวตนของคนที่เป็นสัญลักษณ์ ยกตัวอย่างเช่น Mick Jagger, Madonna, Richard Branson คนดังเหล่านี้อยู่ๆ ก็มีภาพลักษณ์เฉพาะตัวที่ไปกันได้กับทางเดียวกับ Pepsi, Volvo หรือ McDonald's พวกเขาเหล่านี้ถูกจับวางไว้ในตำแหน่งไหนสักแห่งในใจของผู้บริโภค เหมือนกับที่ทำกับสินค้า เหมือนกับที่แบรนด์สินค้ามวลชนดึงดูดลูกค้านับล้านๆ คน ต่อมาจะเกี่ยวกับเรื่องราวสั้นๆ ของต้นแบบทั้ง 12 ประเภทที่พบบ่อยที่สุดใน Image Economy เรื่องราวสั้นๆ ที่จะอธิบายให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะที่มากับต้นแบบแต่ละประเภท และแสดงให้เห็นสิ่งที่สามารถเกี่ยวพันกับสินค้า การนำเสนอ และลักษณะนิสัยที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ต่างๆ

2.3.2.1 สุดยอดแข็งแกร่ง (The Ultimate Strength) สาระสากลเกี่ยวกับรูปลักษณ์นี้ อำนาจที่ยิ่งใหญ่จะแสดงถึงสาระสากลถึงอำนาจ ความสามารถและความอดทน ข้อสรุปที่ใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย มีเพียงคำไม่กี่คำเท่านั้นที่สามารถจับความหมายที่แท้จริงของอำนาจได้ดีเท่ากับที่ George Mallory ใช้ในการตอบคำถามที่ว่าทำไมเขาถึงต้องการพิชิตยอดเขาเอเวอร์เรสต์ ซึ่งคำตอบของเขาก็คือ “ เพราะมันอยู่ตรงนั้น ” เพราะคำพูดนี้แสดงให้เห็นถึงจุดสำคัญของความแข็งแกร่งสุดยอด เมื่อใดก็ตามที่พบอุปสรรคจะต้องเอาชนะมันให้ได้ เพราะการมีอำนาจต้องได้รับการพิสูจน์ รูปลักษณ์ในการโฆษณาและการตลาด การทดสอบความอดทนและข้อความที่ถ่ายทอดถึงคุณสมบัติ การเคลื่อนไหวของแข็งแกร่งสุดยอดที่ต้องเผชิญความท้าทายแสดงให้เห็นเด่นชัดในการสร้างสรรค์เรือนร่างสมัยใหม่สำหรับแบรนด์ต่างๆ โฆษณาและตลาดในสมัยนี้มักจะเน้นถึงอำนาจที่ได้รับการพิสูจน์ด้วยการทดสอบต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเชื่อถือในคุณภาพและ

ความคงทนของสินค้าซึ่งอาจเกิดได้ในหลายรูปแบบแต่ที่เห็นได้บ่อยที่สุดก็คือการใช้การทดสอบความแข็งแรงและข้อความที่สื่อถึงคุณสมบัติ

2.3.2.2 นางพราย (Siren) สวรรสกาลที่เกี่ยวกับรูปลักษณ์นี้ นางพรายเป็นตัวแทนของพลังดึงดูดซึ่งโยงโยกับความเป็นไปได้ในการทำลายล้าง ข้อสรุปที่ใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย พลังของนางพรายมีรากฐานจากสัญชาตญาณดิบของมนุษย์ แรงขับเคลื่อนทางเพศภายใน และแรงดึงดูดทางเพศเป็นแรงจูงใจที่แข็งแรงที่สุดอย่างหนึ่งในชีวิตคนเรา พลังของสัญชาตญาณดิบ เป็นเรื่องที่ยากจะขัดขึ้น และแทบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่จะเมินเฉย ขายเรื่องเกี่ยวกับเพศ (Sex sells) มันเป็นการยากที่จะหนดรูปแบบของตรรกะในเรื่องต้นหาของมนุษย์ เราเพียงรู้ว่าเมื่อไหร่จะเกิดขึ้น แต่นักการตลาดรู้ว่าความดึงดูดไม่ใช่ความรู้สึกที่ล่าช้าหรือต้องใช้เหตุผล มันทำงานฉับพลัน

2.3.2.3 วีรบุรุษ (Hero) ข่าวดสารทั่วไปที่เกี่ยวกับโฉมหน้านี้ วีรบุรุษเป็นตัวแมนของความแข็งแรง ความกล้าหาญและชัยชนะ พลวัตที่ไร้กาลเวลา วีรบุรุษไม่ได้เป็นมาตั้งแต่เกิด จริงอยู่บางคนอาจเกิดมาในตระกูลสูงหรือถือกำเนิดอย่างยิ่งใหญ่ แต่ทว่าวีรบุรุษจะต้องผ่านการเคี่ยวกรำและทำทหายก่อนประสบชัยชนะในบั้นปลายดังนั้นเรื่องราวของวีรบุรุษคือเรื่องราวของการเดินทางและการเปลี่ยนแปลง ภาพวีรบุรุษในโฆษณาและการตลาด ฮีโร่ในฐานะผู้หนุนหลัง คนโฆษณามักจะใช้เส้นที่ดึงดูดมวลชนของฮีโร่เพื่อเชื่อมต่อกลุ่มลูกค้าอันหลากหลาย หนึ่งในวิธีที่นิยมกันมากก็คือการนำฮีโร่มาหนุนหลัง (Endorsement) เหตุผลง่าย ๆ ก็คือถ้าวีรบุรุษมีแรงดึงดูดต่อมวลชน ผลิตภัณฑ์ที่มีฮีโร่ผูกพันด้วยการผ่านหนุนหลังมวลชนก็จะพบว่าผลิตภัณฑ์มีแรงดึงดูด

2.3.2.4 ผู้ร้าย (The Anti-Hero) สวรรสกาลเกี่ยวกับรูปลักษณ์นี้ ผู้ร้ายเป็นตัวแทนของสวรรสกาลของการทำลายล้างและแรงดึงดูดของความชั่ว

ข้อสรุปที่ใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย โดยธรรมชาติมนุษย์จะมีทั้งหยินและหยาง ซึ่งสะท้อนการเชื่อมโยงระหว่างความดีและความชั่ว การสร้างและการทำลายล้าง จริงๆแล้วความชั่วก็คือสิ่งที่อยู่ตรงข้ามกับความดี ซึ่งแต่ละด้านจะพึ่งพากันและกันเพื่อหาคำนิยามดังนั้นด้านมืดคือส่วนที่ปฏิเสธไม่ได้ของส่วนผสมของมนุษย์ พวกเราทั้งหมดล้วนแล้วแต่มีความสามารถ และบางครั้งก็อาจทำตัวเลวบ้าง รูปลักษณ์ในโฆษณาและการตลาด เมล็ดพันธุ์แห่งความเลวและแบนด์ รูปลักษณ์นี้จะมีพลังอันแข็งแรงที่เชื่อมต่อสำหรับการสร้างแบนด์ ก็อย่างที่เรารู้ในเทพนิยาย ในยุคโบราณและปัจจุบันซึ่งได้แสดงจิตใต้สำนึกภายในของใจ ดังนั้นความยินดีจะเลียนแบบที่เราเห็นในความสัมพันธ์ต่อฮีโร่ในการสร้างแบนด์มันก็จะใช้ได้ผลกับต้นแบบโฉมหน้าอื่นๆ เช่นกันซึ่งรวมไปถึงผู้ร้ายด้วย

2.3.2.5 ผู้สร้าง (The Creator) สารสากลเกี่ยวกับรูปลักษณ์นี้ ผู้สร้างเป็นตัวแทนของสารสากล (Universal Message) ของแรงบันดาลใจเชิงสร้างสรรค์และพลังแห่งจินตนาการ

ข้อสรุปที่ใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย ผู้สร้างคือภาพแห่งพลังของการประดิษฐ์คิดค้นและสร้างสรรค์ เมื่อใดก็ตามที่รูปลักษณ์นี้เข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้ชมจะเข้าใจโดยสัญชาตญาณทันทีว่านวัตกรรมกำลังเกิดขึ้นและเนื่องจากจินตนาการไร้ขอบเขต จึงไม่มีข้อจำกัดทางด้านโอกาสที่เกี่ยวข้องกับรูปลักษณ์นี้

รูปลักษณ์ผู้สร้างในโฆษณาและการตลาดพลวัตเชิงสัญลักษณ์ของผู้สร้างจะปรากฏอย่างเบาหวิวและใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้น้อยอย่างไรก็ตามเมื่อเรามองไปที่เรื่องราวสมัยใหม่ เราจะเห็นการเชื่อมต่อระหว่างอำนาจลึกลับของผู้สร้างและข่าวสารสำคัญที่พบในการตลาดและความบันเทิง เราจะมองทั้งสองส่วนโดยส่วนแรกจะดูที่รูปลักษณ์ของผู้สร้างว่ามีส่วนเกี่ยวข้องกับการก่อกำเนิดความเชื่ออันทรงพลังในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างไร

2.3.2.6 เจ้าแห่งการเปลี่ยนแปลง (The Change Master) สารสากลเกี่ยวกับรูปลักษณ์นี้ เจ้าแห่งการเปลี่ยนแปลงเป็นตัวแทนของสารสากลของการเปลี่ยนแปลง การพัฒนาตนเองและการเป็นนายตัวเอง

ข้อสรุปที่ใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย ขณะที่ผู้สร้างเป็นสัญลักษณ์ของการสร้างสรรค์ เจ้าแห่งการเปลี่ยนแปลงเป็นตัวแทนของการสร้างตัวเองและความสามารถในการทำให้ตัวเองดูทันสมัย นอกจากนี้เจ้าแห่งการเปลี่ยนแปลง มักจะมีความสามารถในการควบคุมสิ่งที่ดูเหมือนควบคุมไม่ได้ รูปลักษณ์ดังกล่าวนี้คือเจ้าแห่งการเปลี่ยนแปลงนั่นเอง

รูปลักษณ์ผู้สร้างในโฆษณาและการตลาดสินค้าในฐานะภาพเจ้าแห่งการเปลี่ยนแปลงโดยทั่วไปผลิตภัณฑ์ใช้ต้นแบบเจ้าแห่งการเปลี่ยนแปลง เพื่อวางตำแหน่งตนเองในฐานะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไปสู่ผู้บริโภคทุกวันเราจะถูกทำให้ชินโดยเทปนิยายสมัยใหม่ ที่ทำให้พวกเราเชื่อว่าพลังแห่งการเปลี่ยนแปลงของผลิตภัณฑ์ “ดูเอาเถอะว่ามันเหน็ดเหนื่อยขนาดไหนกับการทำกับข้าวด้วยเตาแบบเก่า แล้วดูสิว่าเตาไมโครเวฟแบบใหม่ทำให้เราทำอาหารได้ง่ายขึ้นขนาดไหนกัน” พลังของเจ้าแห่งการเปลี่ยนแปลงแสดงบทบาทสำคัญในการโฆษณาต่อผลิตภัณฑ์มากมาย ผลิตภัณฑ์บางประเภทอำพรางตนภายใต้ร่มเงาของเจ้าแห่งการเปลี่ยนแปลงเพื่อบรรลุความสำเร็จ

2.3.2.7 ตัวแทนอำนาจ (The Powerbroker) สารสากลเกี่ยวกับรูปลักษณ์นี้

ตัวแทนอำนาจเป็นตัวแทนสารสากลของอำนาจ อิทธิพลและการครอบงำ

ข้อสรุปที่ใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย เห็นือสิ่งอื่นใด ประเด็นสำคัญที่ควรตระหนักก็คือตัวแทนอำนาจแตกต่างจากแข็งแกร่งสุดยอด (ultimate strength) แม้ว่าทั้งสองจะมีคุณลักษณะของอำนาจเหมือนกันก็ตามที่ ขณะที่แข็งแกร่งสุดยอดโดดเด่นในเรื่องพลังกำลังทางร่างกาย ตัวแทนอำนาจสำแดงพลังโดยการใช้อิทธิพลส่วนตัวและจูงใจเพื่อให้ได้ในเรื่องที่ต้องการ

รูปลักษณ์ผู้สร้างในโฆษณาและการตลาดโฆษณาเชิงภาวะผู้นำและการครอบงำ ต้นแบบตัวแทนอำนาจแสดงบทบาทสำคัญต่อแบรนด์และโฆษณาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในโฆษณาที่ยกฐานะผู้นำตลาดในหมวดหมู่นั้นๆ วิธีแบบนี้ถูกเรียกว่า " dominant- leadership advertising " โฆษณาเชิงภาวะผู้นำและการครอบงำมันถูกกำหนดบุคลิกโดยกลยุทธ์ที่ให้ความรู้สึกถึงตำแหน่งที่ไม่อาจจู่โจมได้ของบริษัทผู้บริโภค

2.3.2.8 อาจารย์ ปราชญ์ (The Wise Old Man)

สารสากลเกี่ยวกับรูปลักษณ์นี้ อาจารย์ ปราชญ์ เป็นตัวแทนสารสากลเกี่ยวกับประสบการณ์ คำแนะนำมรดกตกทอด

ข้อสรุปที่ใช้ได้ทุกยุคทุกสมัยเราต้องมองย้อนกลับไปเพื่อทำความเข้าใจโฉมหน้านี้ เนื่องจากอาจารย์ ปราชญ์ไม่จำเป็นต้องฉลาด หรือขรบางช่วงของชีวิต อาจารย์ ปราชญ์คือมือใหม่ซึ่งต่อสู้ดิ้นรน เขาคือนักเรียนคนใหม่ หรือนักสู้ผู้ไร้ประสบการณ์ ประเด็นนี้ง่ายต่อการลืมเลือน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับคนยุคถัดไปซึ่งไม่รู้ประวัติที่ผ่านมาของอาจารย์ ปราชญ์ แต่ทว่ามันเป็นประเด็นสำคัญต่อผู้อ่านในการจดจำโฉมหน้านี้เนื่องจากพลวัตสำคัญของอาจารย์ ปราชญ์ คือประสบการณ์ที่ผ่านการสั่งสมมาอย่างยาวนาน

รูปลักษณ์ตัวแทนอำนาจในโฆษณาและการตลาด ผู้ริเริ่มและผู้สนับสนุน ลักษณะสำคัญของอาจารย์ ปราชญ์ช่วยกระบวนการขายและโฆษณา ช่วยให้(คนทดลองใช้ผลิตภัณฑ์และก่อให้เกิดความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์เหล่านั้นผ่านการหนุนหลัง ลองพิจารณาประเด็นเหล่านี้ ซึ่งจะเกิดผลกระทบตามมา

อย่างที่เรารู้ถึงก่อนหน้านี้อาจารย์ ปราชญ์ มักจะเป็นกระบวนการหนึ่งของการเริ่มต้นสำหรับฮีโร่วัยหนุ่ม หรือพระเอก เราได้เห็นเรื่องเหล่านี้และความลึกลับผ่านยุคสมัย ยกตัวอย่างเช่นขณะที่เจ้าชายหนุ่มเริ่มผจญภัยเขามักหันกลับไปทางเสด็จพ่อหรือกุนซือชื่อผู้ไว้วางใจได้เพื่อขอคำปรึกษา

2.3.2.9 ผู้ภักดี (The Loyalist)

สารสากลที่เกี่ยวข้องกับรูปลักษณะนี้ ผู้ภักดีเป็นตัวแทนของสารสากลเกี่ยวกับความเชื่อถือ ความภักดีและความไว้วางใจ

ข้อสรุปที่ใช้ได้กับทุกยุคทุกสมัย ขณะที่การทดสอบฮีโร่คือเรื่องราวพื้นฐานของการได้ความรู้และการตระตนเองส่วนบุคคล ต้นแบบผู้ภักดีเชื่อมต่อกับผู้คนในฐานะสัตว์สังคม รูปลักษณะตัวแทนอำนาจในโฆษณาและการตลาดสารด้านความเชื่อถือและความไว้วางใจ ประเด็นสุดท้ายนี้สำคัญอย่างยิ่งवादในทฤษฎีสมัยใหม่แบรนด์ต้องพึ่งพาความเต็มใจของผู้คนที่ต้องการพึ่งพามันซึ่งเป็นสัมพันธ์ภาพที่แบรนด์ถ่ายทอดไปสู่ผู้บริโภคถ้าหากผู้คนที่ไม่เชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ก็เป็นเรื่องยากที่แบรนด์จะสร้างความผูกพันที่คงทนกับผู้บริโภคได้

โฆษณาสร้างการเชื่อมโยงกับผู้บริโภคได้โดยกำหนดผลิตภัณฑ์อยู่ระหว่างสถานการณ์ผู้จงรักที่เป็นธรรมชาติสิ่งนี้สามารถอธิบายได้โดยหนึ่งในโฆษณาที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดตลอดกาล นั่นคือเพื่อนสองคนในครัว วิธีการเช่นนี้ (ซึ่งได้กลายเป็นเครื่องมือมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนตลอดหลายทศวรรษที่ผ่านมา) โฟกัสไปที่สถานการณ์ในครัวหรือในบ้านซึ่งจะเกี่ยวข้องกับเพื่อนหรือเพื่อนบ้าน

2.3.2.10 พระแม่โพสพ (The Mother of Goodness)

ภาพสากลที่เกี่ยวข้องกับโฉมหน้านี้ พระแม่โพสพคือตัวแทนของสารสากลของความบริสุทธิ์ การเลี้ยงดูและความอบอุ่นของมารดา

บทสรุปแห่งพลวัตที่ไร้กาลเวลา พระแม่โพสพก็เช่นผู้สร้าง (The creator) นั่นคือทำสรรพสิ่งให้ปรากฏ อย่างไรก็ตามขณะที่ผู้สร้างเป็นตัวแทนพลังแห่งการสร้างสรรค์และพลังปัญญาของการประดิษฐ์ พระแม่โพสพยืนหยัดเพื่อการสร้างผ่านการให้กำเนิด ดังนั้นพระแม่โพสพจึงแตกต่างจากโฉมหน้าอื่นๆ ซึ่งเป็นทั้ง สองเพศ พระแม่โพสพคือต้นแบบแห่งเพศหญิงรูปลักษณะในโฆษณาและการตลาดสัญญาของพระแม่โพสพ บริสุทธิ์ผุดผ่อง การเลี้ยงดู และ ความอบอุ่น สร้างสายสัมพันธ์ที่มีพลังทฤษฎีสมัยใหม่ในการขายผลิตภัณฑ์ เราพิจารณาประเด็นเหล่านี้โดยเริ่มต้นด้วยบทบาทของความบริสุทธิ์ของผลิตภัณฑ์ ในปัจจุบัน

2.3.2.11 เจ้าเล่ห์น้อย (The Little Trickster)

สารสากลที่เกี่ยวข้องกับโฉมหน้านี้ เจ้าเล่ห์น้อยเป็นตัวแทนของสารสากลของอารมณ์ขัน ออกนอกกรอบ non-conformist และความน่าประหลาดใจ

ข้อสรุปที่ใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย เจ้าเล่ห์น้อยเพิ่มโอกาสในการทำลายความน่าเบื่อหน่ายประจำวัน จริงๆแล้ว มันคืองานประจำของเขาละ เจ้าเล่ห์น้อยใช้ชีวิตกับการคิดมุข ล้อหลอกและ

หักมุมด้วยมุขของเขา เขายังพบว่าตนเองทำให้ตนเองตกอยู่ในสถานการณ์สับสนด้วยการทำให้เกิดความประหลาดใจซึ่งเกิดจากสร้างของเขาเอง

โฉมหน้าในการตลาดและโฆษณาความซันในการขาย บุคลิกของต้นแบบนี้โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อารมณ์ขันส่งผลให้การขายดูนุ่มนวลขึ้นและปิดการขายได้ง่ายเหตุผลที่เด่นชัดที่สุดที่ว่าทำไมอารมณ์ขันคือเครื่องมือในการขายที่ดีที่สุดโฆษณาและการตลาดก็คือมันทำให้ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมมากขึ้น

2.3.2.12 ปริศนา (The Enigma)

สารสากลที่เกี่ยวพันกับภาพนี้ ปริศนาคือตัวแทนสารสากลเกี่ยวกับความลึกลับ แขนงบนเส้นด้ายและความไม่แน่นอน

ข้อสรุปที่ไร้กาลเวลา ความไม่แน่นอนคือบางสิ่งบางอย่างที่เราเผชิญอยู่ทุกเมื่อเชื่อวัน ความไม่แน่นอนนี้คือบ่อเกิดของความวิตกกังวลและเป็นต้นเหตุแห่งความกลัว ทว่าขณะเดียวกันมันก็เป็นบ่อเกิดแห่งเสน่ห์ที่รักรังผู้บริโภคไปแสนาน

ภาพลึกลับในการตลาดแลโฆษณา การขายผลิตภัณฑ์โดยใช้ความกลัว ความไม่แน่นอน กังขา ในระดับหนึ่งการใช้ความลึกลับและความไม่แน่นอนขายผลิตภัณฑ์ และสร้างแบรนด์นั้นเป็นเรื่องแปลก หลังจากนั้นเราได้ทดสอบหลายต่อหลายทางซึ่งคนโฆษณาพยายามสร้างความมั่นใจต่อผู้บริโภคด้วยการสาริตไฮไลต์และแจจแจงประโยชน์ของสินค้าความลึกลับและความไม่แน่นอนจะดำเนินการตรงกันข้ามต่อสิ่งเหล่านี้ แต่เราต้องไม่มองข้ามว่า ความกังวลและความไม่พอใจก็เป็นพลังแห่งการจูงใจที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

สรุปได้ว่าสิ่งเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นประเด็นที่ว่าจิตใจมนุษย์ยากแท้หยั่งถึง ความซับซ้อนของจิตใจมนุษย์ ข้อเท็จจริงที่ว่าผู้คนเข้าใจอารมณ์ที่แตกต่างกันเหล่านี้คือเหตุผลสำคัญที่ว่าทำไมต้นแบบทั้งหมดนี้สามารถถูกใช้เพื่อจูงใจผู้บริโภคต่างกัน

2.3.3 บุคลิกภาพ แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง และแบบการดำเนินชีวิต (ดารา ที่ ประปาละ, 2546)

ความหมายของบุคลิกภาพ คำว่า บุคลิกภาพ หรือ personality' มาจากภาษาลาตินว่า persona หมายถึง "หน้ากากของตัวละคร" (actor's face mask) ซึ่งความหมายหนึ่งของบุคลิกภาพของคนนั้นก็คือ "หน้ากาก" (mask) ที่บุคคลสวมใส่ติดตัวไปในสถานการณ์ต่างๆ ตลอดชั่วชีวิตนั่นเอง (mowen and Minor 1998:198)

บุคลิกภาพตามความหมายของคนทั่วไปแล้ว มักจะหมายถึง ลักษณะรูปร่าง หน้าตา ท่าทาง การพูด การวางตัวและลักษณะความเป็นผู้นำ เป็นต้นแต่ความหมายของนักวิชาการและ

นักจิตวิทยาแล้วได้มีผู้สำรวจพบว่ามีนียามแตกต่างกันมากกว่า 50 นียาม ลองพิจารณาจากนิยามต่อไปนี้

(1) คอตเลอร์ (Kotler.1997:181)

ได้ให้นิยามว่าบุคลิกหมายถึงลักษณะทางด้านจิตวิทยาของบุคคลซึ่งแต่ละคนมีลักษณะของตัวเองซึ่งแตกต่างกันอันจะนำไปสู่การตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมในรูปแบบเดียวกันเสมอ

(2) โมเวนและไมเนอร์ (Mowen and Minor.1998:198)

ได้ให้นิยามว่าบุคลิกภาพหมายถึงรูปแบบของพฤติกรรมอันเป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลซึ่งประกอบด้วยความคิดและอารมณ์ที่แสดงลักษณะการปรับตัวของแต่ละคนเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ของชีวิตของเขา

(3) โซโลมอน (Solomon.1996:231)

ได้ให้นิยามว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะทางด้านจิตวิทยาที่เป็นเอกลักษณ์ (unique psychological makeup) ของบุคคลอันมีอิทธิพลแสดงให้เห็นว่าบุคคลมีแนวทางการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมออย่างไร

จากที่กล่าวมาข้างต้นก็พอจะสรุปความหมายอย่างกว้างๆได้ว่าบุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัว บุคคลทำให้บุคคลนั้นมีลักษณะแตกต่างกันและมีรูปแบบการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองอย่างสม่ำเสมอและค่อนข้างมั่นคงบุคลิกภาพของบุคคลนั้นเป็นผลจากการได้รับพันธุกรรมที่ติดตัวมาตั้งแต่ กำเนิดรวมทั้งเกิดจากการได้รับการเลี้ยงดูอบรมหรือจากสิ่งแวดล้อมรวมทั้งอาจเกิดจากสถานการณ์บางอย่างทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพได้อย่างไรก็ตามไม่ว่าบุคลิกภาพจะมีต้นตอเกิดจากอะไรประเด็นสำคัญก็คือว่า การศึกษาเรื่องบุคลิกภาพจะช่วยให้เราเข้าใจว่า ทำไมคนมีพฤติกรรมแตกต่างกันในสถานการณ์ต่างๆ

ทฤษฎีลักษณะและองค์ประกอบ (Trait and Factor Theories)

อาจกล่าวได้ว่าแนวความคิดของการใช้ลักษณะและองค์ประกอบเพื่ออธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้รับความนิยมนมากที่สุดนักทฤษฎีลักษณะ (Traittheorists) เชื่อว่าบุคลิกภาพของคนประกอบด้วยลักษณะต่างๆที่จะอธิบายบรรยายออกมาได้และเป็นตัวกำหนดความแตกต่างของคน (Allport,quoted in Hoyer and MacInnis.1997:424) ทฤษฎีลักษณะยึดถือสมมติฐานหรือความเชื่อ 3 ประการ คือ (Loudon and Della Bitta.1993:305)

(1) บุคคลแต่ละคนจะมีแนวโน้มทำที่ที่จะแสดงพฤติกรรมที่ค่อนข้างมั่นคง และแน่นอน

(2) บุคคลมีแนวโน้มและทำที่ที่จะแสดงพฤติกรรมในขนาดที่แตกต่างกัน

(3) ขนาดของแนวโน้มทำที่ที่แตกต่างกันระหว่างบุคคลอันเกิดจากการกำหนดและการวัด จะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการบอกลักษณะของบุคลิกภาพของเขาได้จากสมมติฐานดังกล่าวนี้จึงอาจสรุปได้ว่าลักษณะนิสัยทั่วไปอันแสดงบุคลิกภาพของคนทีถาวรจะมีอิทธิพลต่อแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมที่สามารถทำนายได้จากการศึกษาวิจัยลักษณะของคนเป็นจำนวนมากเพื่อค้นหาลักษณะอันเป็นที่มาของการเกิดพฤติกรรมที่ปรากฏให้เห็น ของนักทฤษฎีลักษณะผู้หนึ่งซึ่งชื่อว่า อาร์.บี. แคทเทลล์ (R.B. Cattell) พบว่าลักษณะแหล่งที่มา (source trait) ที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในอันเป็นแหล่งก่อเกิด ลักษณะภายนอกที่ปรากฏแสดงให้เห็น (surface trait) มี 16 ลักษณะคู่กัน

ตารางที่ 1 ลักษณะภายนอกที่ปรากฏแสดงให้เห็น (surface trait) มี 16 ลักษณะคู่กัน

สงบเสงี่ยม (reserved)	คู่กับ	เปิดเผย (outgoing)
ปัญญาทึบ (dull)	คู่กับ	ฉลาด (bright)
เจ้าอารมณ์ (unstable)	คู่กับ	อารมณ์มั่นคง (stable)
อ่อนน้อม (docile)	คู่กับ	ก้าวร้าว (aggressive)
เคร่งขรึม (serious)	คู่กับ	ตามสบาย (happy-go-lucky)
ถือความสะดวก (expedient)	คู่กับ	รอบคอบ (conscientious)
ขี้อาย (shy)	คู่กับ	ใจกล้า (uninhibited)
ใจแข็ง (tough-minded)	คู่กับ	ใจอ่อน (tender-minded)
ไว้ใจได้ (trusting)	คู่กับ	น่าสงสัย (suspicious)
เป็นนักปฏิบัติ (practical)	คู่กับ	เป็นนักเพ้อฝัน (imaginative)
เป็นคนตรง (unpretentious)	คู่กับ	กะล่อน (polished)
มั่นใจในตัวเอง (self – assured)	คู่กับ	ตำหนิตัวเอง (self-reproaching)
ชอบอนุรักษ์ (conservative)	คู่กับ	ชอบลองสิ่งใหม่ (experimenting)
ขึ้นอยู่กับกลุ่ม (group-dependent)	คู่กับ	ทะนงตัว (self-sufficient)
ขาดวินัย (undisciplined)	คู่กับ	ควบคุมได้ (vcontrolled)
ผ่อนคลาย (relaxed)	คู่กับ	เครียด (tense)

2.4 เทคนิคการปรับเปลี่ยนทัศนระชาต

2.4.1 เทคนิคการใช้ฟิลเตอร์ใน Adobe Phoshop 7 (วงศ์ประชา จันทรสมวงศ์,มานิตา เจริญปฐุ, 2546)

Photoshop เป็นโปรแกรมของบริษัท Adobe (อะ-โด-บี) ซึ่งเป็นผู้พัฒนาซอฟต์แวร์ด้านกราฟิก และอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์รายสำคัญ รวมถึงเป็นผู้คิดค้นภาษา PostScrip และ ไฟล์แบบ PDF (Portable Document Format) ที่ใช้ในวงการพิมพ์และจากจัดรูปแบบเอกสารทางอินเทอร์เน็ตด้วย ดังนั้น Photoshop จึงสามารถทำงานร่วมและแลกเปลี่ยนไฟล์กับโปรแกรมอื่นที่ใช้ทำงานด้านกราฟิก ได้อย่างกว้างขวาง เช่น โปรแกรม Illustator, PageMaker และ Acrobat ซึ่งทั้งหมดเป็นของ Adobe เช่นกัน

Photoshop ออกในเวอร์ชันแรกในปี 1990 และได้รับการพัฒนาต่อเนื่องมาเรื่อยๆเป็นเวอร์ชัน 2, 2.5, 3, 4, 5, 5.5, และ 6 ตามลำดับ จนกระทั่งล่าสุดคือเวอร์ชัน 7.0 ในขณะนี้โดยมีความสามารถใหม่ๆสำหรับการจัดการกับภาพในลักษณะต่างๆเพิ่มมากยิ่งขึ้น การตกแต่งภาพ เช่น ตัด หรือลบส่วนที่ไม่ต้องการออกไป ปรับภาพให้เบลหรือคมชัด ดัดแปลงภาพให้เป็นสีซีเปียแบบโบราณ เป็นภาพเก่า หรือภาพขาวดำทำให้เป็นภาพสี ใส่เอฟเฟ็คต์พิเศษให้ภาพ เช่นทำให้เหมือนมองผ่านกระจกชนิดต่างๆ หรือเหมือนเงาในน้ำ ใส่ประกายแสง หรือเงาให้กับวัตถุต่างๆ ฟิลเตอร์ (Filter) เป็นเทคนิคในการสร้างภาพให้เปลี่ยนไปจากเดิม เช่น การแปลงภาพถ่ายให้เหมือนกับภาพที่ศิลปินวาดขึ้น การเติมผิว (Texture) ให้กับภาพนอกจากนี้สามารถใช้ฟิลเตอร์เพื่อช่วยในการสร้างภาพกราฟิกได้ด้วย

หลักใหญ่และคุณสมบัติที่สำคัญรายละเอียดหลักการเกี่ยวกับการใช้เทคนิค (ดูภาพ ภาคผนวก)

Artistic การปรับภาพให้มีลักษณะคล้ายการสร้างงานด้วยวิธีการศิลปะ

Colored Pencil / สีไม้	Plastic Wrap / คลุมด้วย พลาสติก
Cutout / สีพื้นตัดกัน	Poster Edges / ทำให้ขอบชัด ขม
Dry Brush / พู่กัน แปรง	Rough Pastels (Brick) / ขรุขระ
Film Grain / เกรนฟิล์ม	Smudge Stick / ด่าง
Fresco / ภาพเขียน ฟูโรโซโค(ปูนหมาด)	Sponge / ฟองน้ำ
Neon Glow / แสงสว่าง	Underpainting (Bricks) / ระบายสี
Paint Daubs / แต้มสี blurเห็นfromชัด	Watercolor / สีน้ำ
Palette knife / แผ่นสี	

Blur การปรับภาพให้ไม่ชัดแบบเคลื่อนไหวและธรรมชาติ

Blur / พรางมัว	Motion Blur
Blur More	Radial Blur (Spin)
Gaussian Blur	Radial Blur (Zoom)

Brush Stroke การปรับภาพให้มีลักษณะแบบทู่ทึบ

Accented Edges / เส้นทู่ทึบ	Dark Strokes
Angle Stroke	Ink Outlines
Crosshatch	

Distort การปรับภาพให้เปลี่ยนทรงไปจากเดิม

Diffuse Glow / แผลงแสง	Ripple / คลื่น
Displace / ไหว	Shear / ย้วย
Glass (Block) / แปรเป็นแก้ว	Spherize (Normal) / ยืด
Ocean Ripple / เป็นคลื่น	Twirl / หมุน
Pinch (-40) / หยิก, หด	Wave (sine) / คลื่น
PolarCoordinates(Rectangle toPolar)/ยืด	ZigZag (Around Center) / หยัก

Noise การปรับภาพให้มีความหยาบในภาพคล้ายมีเม็ดสีมาเป็นส่วนสร้างให้ภาพใหญ่

Add Noise / เพิ่มหยาบ	Dust & Scratches
Despeckle	Median

Pixelate ลักษณะผลงานให้มีเม็ดสีขนาดใหญ่รวมตัวกันเป็นภาพ

Color Halftone / คัลเลอร์ฮาฟโทน	Mezzotint / ประสีดำ
Crystallize / ผลึก	Mosaic / โมเสก
Facet / ประกาย	Pointillize / จุดสี

Render การปรับภาพให้เปลี่ยนทรงไปจากเดิมโดยมีมุมมองที่จำลองแบบ 3 มิติ

3D Transform (Cube) / ทำเป็น 3 มิติ	Lens Flare / เลนส์แฟร์
Different Clouds / เมฆเงามืด	Lighting Effects (Directional) / จัดแสดง

Sharpen การปรับภาพให้มีความชัด โดยการให้น้ำหนักที่ตัดกันเพิ่มขึ้นมา

Sharpen / ทำให้คมชัด	Sharpen More
Sharpen Edges	Unsharp Mask

Sketch ปรับภาพให้มีลักษณะคล้ายแบบร่าง เห็นโครงร่างของภาพเดิมน้อย

Bas Relief / นูนต่ำ	Chrome / โครมเมียม
Chalk & Chacoal / สีชอล์ค	Conte Crayon (Brick) / เกรยอง

Graphic Pen / แรเงาเส้นปากกา	Plaster / พอก(ปูน)
Halftone Pattern (Circle) / ใช้สองสี	Reticulation / ไขว้กันเหมือนแห
Halftone Pattern (Dot) / สองสีแบบจุด	Stamp / ประทับตรา
Halftone Pattern (Line) / สองสีแบบเส้น	Torn Edges / สว่าง-มืด จัด
Note Paper / กระดาษโน้ต	Water Paper / กระดาษเปียกน้ำ
Photocopy / โฟโต้ก๊อปปี้	
Styleize ทำให้มีรูปแบบตามรายละเอียดดังนี้	
Diffuse / แสงพร่า ฝ้า	Solarize / แสงโซลล่า
Emboss / ลายนูน	Tiles / ตารางกระเบื้อง
Extrude (Blocks) / เพิ่มความหนา	Trace Contour / ลากเส้น
Find Edges / ขอบเข้มชัด	Wind (Wind) / ปลิวไหว
Glowing Edges / สว่างเฉพาะกรอบ	
Texture สร้างพื้นผิว	
Craquelure / ผิวแตก	Texturizer (Bricks) / พื้นผิวอิฐ
Grain (Regular) / เกษน	Texturizer (Burlap) / พื้นผิวกระสอบ
Mosaic Tiles / ผิวกระเบื้อง	Texturizer (Canvas) / พื้นผิวผ้าใบ
Patchwork / ผ้าปะติดปะต่อ	Texturizer (Sandstone) / พื้นผิวหินทราย
Stained Glass / กระจกสี	
Vide เทคนิคการปรับภาพไหวจาร์วีดีโอให้เห็นชัด	
De – Interlace /	Custom
NTSC Colors	

2.4.2 แบบฝึกหัดเพื่อความว่องไวขึ้น : 201 วิธีสู่ความคิดสร้างสรรค์

(Stephen Baker,1979)

แนวคิดทั้งหมดที่จะเกิดขึ้นต่อไปนี้เป็นกรสร้างแบบงานโฆษณา (Lay-out) เพื่อ ช่วยในการฝึกหัดทำแบบงานโฆษณา และช่วยลดเวลาในการทำงาน ส่งผลทำงานได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

Turn it upside down / กลับหัว	Change its colour / เปลี่ยนสี
Stretch it / ยืด	Make it bigger / ทำให้ใหญ่
Shrink it / หด	Make it smaller / ทำให้เล็ก

- Make it round / ทำให้กลม
- Make it square / ทำให้เหลี่ยม
- Make it longer / ทำให้ยาว
- Make the most out of a circumstance / ทำนอกเหนือเหตุการณ์
- Put it into words / วางคำพูด
- Put it into music / ใส่เพลง
- Combine words and music / ผสานคำพูดและเพลง
- Combine words music and picture. / ผสานคำพูด เพลง และภาพ
- Combine picture and music / ผสานภาพ
และเพลง
- Eliminate the words / ตัดคำพูด
- Eliminate the picture / ตัดภาพ
- Silence it / เงียบ ไม่ออกเสียง
- Use repetition / ทำซ้ำ
- Make it 3 dimensional / ทำเป็น 3 มิติ
- Sell it by subscription only / ขายโดยสมาชิกเท่านั้น
- Animate it / ทำให้มีการเคลื่อนไหว มีชีวิต
- Electrify it / ใช้กับไฟฟ้า
- Mechanize it / ใช้กับเครื่องจักร
- Make it look like something else / ทำให้ดูเหมือนสิ่งอื่น
- Give it texture / แสดงพื้นผิว
- Make it romantic / สร้างเรื่องราว รัก ยวนใจ
- Add nostalgic appeal / เพิ่มความคิดถึง ยวนใจ
- Make it look old-fashioned / ทำให้ดูย้อนสมัย
- Make it look futuristic / ทำให้ดูล้ำสมัย
- Make it a part of something else / แยกส่วนอะไรบางอย่าง
- Make it stronger / ทำให้แข็งแรง
- Use a new art style / ใช้รูปแบบศิลปะใหม่
- Make it more durable / ทำให้ทนทาน
- Change to photography / เปลี่ยนภาพถ่าย
- Use symbolism / ใช้สัญลักษณ์
- Change to illustration / เปลี่ยนภาพประกอบ
- Be realistic / สภาพจริง
- Change the typeface / เปลี่ยนตัวอักษร
- Tell your story by picture caption / บอกเรื่องราวด้วยภาพ ขยายรายละเอียด
- Make the ad look editorial / ทำให้เหมือนบทความ
- Make the editorial look like an ad / ทำให้บทความเหมือนโฆษณา
- Use a new advertising medium / ใช้โฆษณาใหม่ปานกลาง

Invent a new advertising medium / แต่งโฆษณาใหม่ปานกลาง	
Make it hotter / ทำให้ร้อน	
Use a New advertising medium / ใช้โฆษณาใหม่ๆ	
Invent a new advertising medium / แต่งโฆษณาใหม่ๆ	
Make it cooler / ทำให้เย็น	Change the scent / เปลี่ยนกลิ่น
Add scent / ใส่กลิ่น	Deodorize it / ดับกลิ่นมัน
Make it appeal to children / สร้างแรงจูงใจจากเด็ก	
Make it appeal to women / สร้างแรงจูงใจจากผู้หญิง	
Make it appeal to men / สร้างแรงจูงใจจากผู้ชาย	
Lower the price / ทำให้ราคาต่ำ	Add new ingredients / เพิ่มส่วนประกอบ
Raise the price / ยกเลิกราคา	ใหม่
Change the ingredients / เปลี่ยน	Twist it / บิด
ส่วนประกอบ	Make it transparent / ทำให้จาง ลง ใจ
Make it opaque / ทำให้ขุ่น ทึบ อับแสง	
Use a different background / ใช้พื้นหลังที่แตกต่าง	
Use a different environment / ใช้บรรยากาศที่แตกต่าง	
Glamorize it / ทำให้ภาพน่าสนใจ ชวนดู	Add human interest / สร้างให้คนสนใจ
Use optical effects / ผลกระทบต่อสายตา	Make it compact / ทำให้กะทัดรัด
Use another material / ใช้วัสดุอื่น	
Put in a different container / บรรจุในสิ่งที่ต่างออกไป	
Change the package / เปลี่ยนบรรจุภัณฑ์	
Miniaturize / น้อย ซีดต่ำ	Go to the extremes / ทำให้สุดขอบ
Maximize / มาก	Summarize it / ฤดูร้อน
Eliminate / กำจัด แยกออก ตัดออก	Winterize it / ฤดูหนาว
Make it portable / ทำให้ถือได้ พกได้	Personalize it / ทำให้เป็นส่วนตัว
Make it collapsible / ทำให้ยุบ ล้ม	Make it darker / ทำให้ดำขึ้น
Illuminate it / ทำให้เป็นอลูมิเนียม	Make it sparkle / ทำให้เป็นประกาย
Make it glow / ทำให้สว่าง เรืองแสง	Make it light up / เพิ่มแสงสว่าง
Make it flicker / ทำให้วูบวาบ	
Make it fluorescent / ทำให้เรืองแสง	Make it lighter / ทำให้เบาขึ้น
Make it heavier / ทำให้หนักขึ้น	Tie in with a promotion / เชื่อม ผูก

Run a contest / เข้าร่วมหรือมีการแข่งขัน, ให้การแข่งขันดำเนินไป	
Run a sweepstake / การแข่งขันม้า	Split it / รอยแตก ตัด
Make it "junior" size/ ทำให้เป็นขนาดเล็ก	Understate / พูด กล่าว ถ่อมตัว
Make it grow / ทำให้งอก	Exaggerate / พูดเกินจริง ใช้อวด
Sell it as a substitute / ขายตัวนี้แทนอีกตัวหนึ่ง	
Find a new use / หาวิธีใช้ใหม่ๆ	Lower it / ทำให้มันต่ำ ขั้นต่ำ
Subtract / ลด หักล้าง	Raise it / หาย ยก เพิ่ม ปลูก
Divide it / แบ่งส่วน	Divide it / แบ่งแยกส่วน
Combine / รวมตัว	Mix it / ผสม
Use the obvious / ใช้ให้ชัดเจน	Translate it / เคลื่อนย้าย แปลสภาพ
Rearrange the elements /	
Change consistency / เปลี่ยนสิ่งที่ดูคล้ายกัน	
Slow it down/ ลดความเร็ว	Put sex appeal into it / สร้างแรงดึงดูดทางเพศ
Make it fly / ทำให้บิน	Condense it / ย่อ กลายเป็นของเหลว
Make it float / ทำให้บวม ลอย ลูกโป่ง	Bend it / โค้ง งด ตัด
Make it roll / ทำให้ม้วน	Match it / เข้าชุด เปรียบเทียบ
Pulverize it / ขยี้ให้เป็นผง	Tilt it / เอียง กระดก
Cut it into pieces / ตัดแล้วต่อ	Mask it / หน้ากาก คลุมปิดบัง
Make it stand upright / ทำให้ตั้งตรง ซื่อตรง	Make it symmetrical / สร้างสมดุลง
Turn it inside out / กลับให้อยู่ด้านใน	Make it asymmetrical / ไม่ให้สมดุลง
Turn it side ways / กลับอีกด้าน	Partition it / แบ่งส่วน กั้น พรวก
Weave it / สานทอ	Sharpen it / ทำให้คมขึ้น ชัดขึ้น
Suspend it / แขนง ลอย	
Pit one against another /	
Change the contour / เปลี่ยนแปลงเส้นแสดงรูปร่าง	
Encircle it / ล้อมรอบ โอบรัด	Fill it up / ทำให้เต็ม
Frame it / ทำเป็นกรอบ	Empty it / ทำให้ว่างเปล่า
Coil it / ม้วน ขด	Open it / เปิด
Misspell it / ข้าม	Transfer it / โอนย้าย ถ่าย
Nickname it / ชื่อเล่น	Pack it / บรรจุห่อของ
Seal it / ปิด ผนึก ประทับตรา	Concentrate it / รวมพล กำลึง เฟงเล่ง

Spread it out / แผ่ ปู่ กระจาย	Intonate / สำเนียงสูงต่ำ
Alternate it / เว้น ตัด กัน สลับกัน	Make it narrower / ทำให้แคบ
Solidify it / ทำให้หนาแน่น รวมกัน	Make it wider / ทำให้กว้าง
Liquefy it / กลายเป็นน้ำ	Make it funny / ทำให้ตลก สนุก
Jellify it / ทำให้เป็นวุ้น	Make it satirical / ล้อเลียน
Speed it up / เพิ่มความเร็ว	Use short copy / ใช้คำสั้น
Harden it / ทำให้แข็ง	Use long copy / ใช้คำยาว
Vaporize it / ระเหย เป็นไอ	
Attach an instruction sheet / ตัดไว้กับกระดาษแนะนำการใช้	
Find a second use / หาทางใช้ที่สอง	Put it in a can / วางในกระป๋อง
Prefabricate it / เตรียมเป็นส่วนๆ	Put it in a box / วางในกล่อง
Sell it as a kit / ขายเป็นชุด เครื่องมือใช้	Put it in a jar / วางในโหล
Purify it / ทำให้บริสุทธิ์	Put it in a pot / วางในหม้อ
Sanitize it / ทำให้มันถูกสุขลักษณะ สะอาด	Wrap it / โด้งอ ปรวนแปร
Make it more nourishing / บำรุงให้มากขึ้น	Fold it / พับ ไขว่ คุ้ม ซอก
Put it in a bottle / วางในขวด	
Unfold it / ไม่พับ ไม่ไขว่ ไม่คุ้ม ไม่ ซอก	Use a different texture / ทำให้พื้นผิวแตกต่าง
Extend credit / ขยายชื่อ	Sweeten it / ทำให้หวาน
Offer it free / ให้ฟรี	Sour it / ทำให้เปรี้ยว
Offer it at cost / ดูแลค่าใช้จ่าย	Moisten it / ทำให้เปียกชื้น
Make a special offer / ยื่นข้อเสนอพิเศษ	Dry it / ทำให้แห้ง
Add comfort / ให้คำปลอบโยน	Dehydrate it / เอน้ำออก คายน้ำออก
Offer protection / ให้การคุ้มครองปกป้อง	Project it / ฉายเป็นเงา
Freeze it / แช่น้ำแข็ง ทำให้แข็ง	
Make it blander / ทำงาในตัว	
Make it more pungent / ทำให้แสบ ทำให้เผ็ดร้อน	
Soften it / ทำให้นุ่ม	Simplify it / ทำให้ง่ายขึ้น
Combine any of the above / รวมระหว่างแต่ละข้อด้านบน	

2.4.3 ทำลายกฎ (Rob Carter, 1997)

การจัดเรียงตัวอักษรมีประโยชน์ใช้สอยต่างๆกันขึ้นอยู่กับความหมายของผู้ที่ต้องการจะสื่อสารงานออกแบบนั้นๆ ทั้งหมดก็เกิดจากข้อกำหนดในการออกแบบ และจากแรงบันดาลใจที่เกิดจากความสนุกที่ไม่รู้จบ ตลอดจนการทดลองที่นำไปสู่แนวทางใหม่ๆของความก้าวหน้าทางด้านออกแบบเรียงตัวอักษร (ดูภาพประกอบ ภาคผนวก)

1. Typographic การใช้ประเภทของรูปแบบตัวอักษร

1.1 Case - กรณีต่างๆ

1.1.1 Upper Case – ตัวอักษรตัวใหญ่

1.1.2 Lower Case - ตัวอักษรตัวเล็ก

1.1.3 Combination Case - ผสมผสานกันระหว่างตัวอักษรเล็กกับใหญ่

1.2 Face - ลักษณะต่างๆตัวอักษร

1.2.1 Serif Face - ตัวอักษรแบบมีเชิง

1.2.2 Sans serif Face - ตัวอักษรไม่มีเชิง

1.2.3 Script Face - ตัวอักษรแบบตัวเขียน

1.2.4 Eccentric Face – ตัวอักษรลักษณะแปลก ๆ

1.2.5 Combination Face – ผสมผสานกันระหว่างลักษณะต่างๆ

1.3 Size - ขนาด

1.3.1 Small Size – ขนาดเล็ก

1.3.2 Medium Size - ขนาดปานกลาง

1.3.3 Large Size - ขนาดใหญ่

1.3.4 Combination Size - ผสมหลายขนาด

1.4 Slant - ลาดเอียง

1.4.1 Slight Slant - เอียงเล็กน้อย

1.4.2 Medium Slant - เอียงปานกลาง

1.4.3 Extreme Slant - เอียงมาก

1.4.4 Combination Slant – เอียงผสมผสาน

1.5 Weight - น้ำหนัก

1.5.1 Light Weight - น้ำหนักเบา

1.5.2 Medium Weight - น้ำหนักปานกลาง

1.5.3 Heavy Weight – น้ำหนักหนัก

1.5.4 Combination Weight – หลายน้ำหนัก

1.6 Width - ความกว้าง

1.6.1 Narrow Width - แคบ

1.6.2 Medium Width - ปานกลาง

1.6.3 Wide Width - กว้าง

1.6.4 Combination Width – ผสมผสาน

2. Form factors การใช้โครงสร้างตัวอักษร หรือการเปลี่ยนโครงสร้าง

2.1 Blending - นำหนักกลมกลืน

2.1.1 Linear Blending – เส้น

2.1.2 Radial Blending - รัศมี

2.1.3 Combination Blending – ผสมผสาน

2.2 Distortion - เปลี่ยนรูปทรง

2.2.1 Fragmenting Distortion - ชิ้นส่วน

2.2.2 Skewing Distortion - ลาดเอียง

2.2.3 Bending Distortion - โค้ง

2.2.4 Stretching Distortion - ดึง

2.2.5 Blurring Distortion – พร่ามัว

2.2.6 Inverting Distortion - คั่ว

2.2.7 Mutilating Distortion – ฉีก

2.2.8 Combination Distortion – ผสมผสาน

2.3 Elaboration - ประณีต

2.3.1 Addition Elaboration - ต่อเติม

2.3.2 Subtraction Elaboration - ลบ

2.3.3 Extension Elaboration – ต่อ

2.3.4 Combination Elaboration – ผสมผสาน

2.4 Outline - เส้นรอบนอก

2.4.1 Thin Outline - ผอมบาง

2.4.2 Medium Outline - ปานกลาง

2.4.3 Thick Outline –หนา

2.4.4 Broken Outline - แตก

2.4.5 Combination Outline – ผสมผสาน

2.5 Texture การใช้พื้นผิวลงไปแบบตัวอักษร

2.5.1 Fine Texture - ประณีต

2.5.2 Coarse Texture - หยาบ

2.5.3 Regular Texture – สม่ำเสมอ

2.5.4 Irregular Texture - ไม่สม่ำเสมอ

2.5.5 Combination Texture – ผสมผสาน

2.6 Dimensionality การใช้ขนาด

2.6.1 Volumetric Dimensionality - เกี่ยวกับปริมาตร

2.6.2 Shadowing Dimensionality - ร่ม

2.6.3 Combination Dimensionality – ผสมผสาน

2.7 Tonality การใช้น้ำหนัก

2.7.1 Light Tonality – สว่าง

2.7.2 Medium Tonality - ปานกลาง

2.7.3 Dark Tonality – มืด

2.7.4 Combination Tonality – ผสมผสาน

3. Space factors การใช้พื้นที่ระหว่างตัวอักษร

3.1 Balance - การทรงตัว

3.1.1 Symmetrical Balance – ส่วนลัด

3.1.2 Asymmetrical Balance -

3.1.3 Combination Balance - การรวมกัน

3.2 Direction - ทิศทาง

3.2.1 Horizontal Direction - ขอบเขต

3.2.2 Vertical Direction - เส้นตรง

3.2.3 Diagonal/ Direction - เส้นขวาง

3.2.4 Circular Direction - วงกลม

3.2.5 Combination Direction – การรวมกัน

3.3 Ground - พื้นดิน

3.3.1 Advancing Ground - ก้าวหน้า

3.3.2 Receding Ground - ลดถอย

3.3.3 Combination Ground - การรวมกัน

3.4 Grouping - กลุ่ม

3.4.1 Consonant Grouping - คล้องจอง

3.4.2 Dissonant Grouping - เอะอะ

3.4.3 Combination Grouping - การรวมกัน

3.5 Proximity - ใกล้ชิด

3.5.1 Overlapping Proximity - ทับ

3.5.2 Touching Proximity -แตะ

3.5.3 Separating Proximity – แยก

3.5.4 Combination Proximity - การรวมกัน

3.6 Repetition - กล่าวซ้ำ

3.6.1 Few Repetition - น้อย

3.6.2 Many Repetition - มาก

3.6.3 Random Repetition – สุ่ม

3.6.4 Pattern Repetition - แบบแผน

3.6.5 Combination Repetition - การรวมกัน

3.7 Rhythm - จังหวะ

3.7.1 Regular Rhythm - สม่ำเสมอ

3.7.2 Irregular Rhythm - ไม่สม่ำเสมอ

3.7.3 Alternating Rhythm - สลับกัน

3.7.4 Progressive Rhythm - ขยายขึ้น

3.7.5 Combination Rhythm - การรวมกัน

3.8 Rotation - หมุนรอบ

3.8.1 Slight Rotation - เล็กน้อย

3.8.2 Moderate Rotation - ย่อมเยา

3.8.3 Extreme Rotation - สุดปลาย

3.8.4 Combination Rotation - การรวมกัน

4. Support factors

4.1 Ruled lines/การใช้เส้น

4.1.1 Horizontal lines - แนวนอน

4.1.2 Vertical lines - แนวตั้ง

4.1.3 Diagonal lines - เส้นทแยง

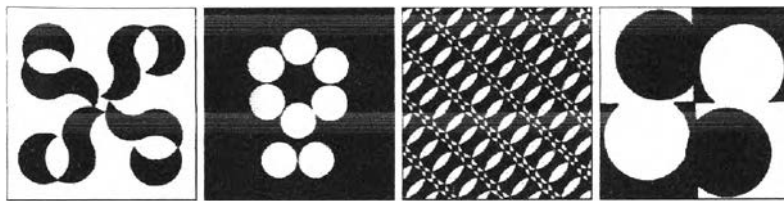
- 4.1.4 Curved lines - โค้ง
- 4.1.5 Stair-stepped lines – เป็นขั้น
- 4.1.6 Thin lines - บาง
- 4.1.7 Medium lines - ปานกลาง
- 4.1.8 Thick lines - หนาพิเศษ
- 4.1.9 Combination lines - การรวมกัน
- 4.2 Shapes - รูปร่าง
 - 4.2.1 Geometric Shapes – เรขาคณิต
 - 4.2.2 Organic Shapes - ธรรมชาติ
 - 4.2.3 Background Shapes - พื้นหลัง
 - 4.2.4 Adjacent Shapes - ใกล้ชิด
 - 4.2.5 Combination Shapes - การรวมกัน
- 4.3 Symbols - สัญลักษณ์
 - 4.3.1 Normal Symbols - ปกติ
 - 4.3.2 Manipulated Symbols - ผสม
 - 4.3.3 Combination Symbols – การรวมกัน
- 4.4 Images - ภาพ
 - 4.4.1 Background Images - พื้นหลัง
 - 4.4.2 Adjacent Images - ใกล้ชิด
 - 4.4.3 Contained Images – บรรจุ
 - 4.4.4 Manipulated Images - ผสม
 - 4.4.5 Combination Images – การรวมกัน

2.5 การจัดองค์ประกอบ (วิรุณ ตั้งเจริญ, 2537)

2.5.1 ออกแบบ 2 มิติ : องค์ประกอบในการออกแบบ

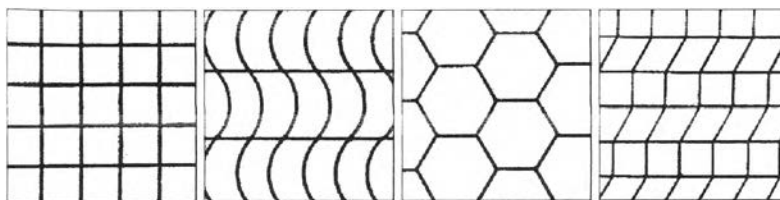
องค์ประกอบ หรือหลักการออกแบบ (Principles of Design) ที่ปรากฏอยู่ในหนังสือเล่มนี้ มีทั้งหมด 8 ชนิดด้วยกันคือ

2.5.1.1 สภาพการซ้ำ (Repetition)



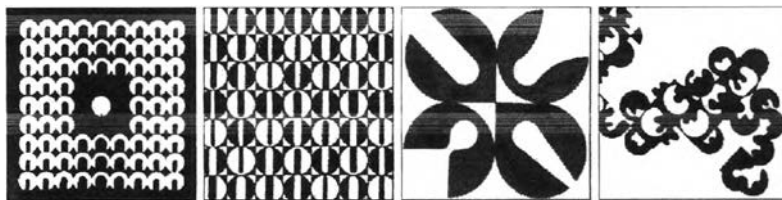
สภาพการซ้ำก่อให้เกิดความกลมกลืนกันได้ง่าย รูปทรงที่มีการซ้ำจะช่วยแสดงถึงจังหวะได้ รูปแบบของการซ้ำ สามารถแบ่งออกเป็น 8 รูปแบบคือ การซ้ำของรูปร่าง ขนาด สี ลักษณะผิว ทิศทาง ตำแหน่ง บริเวณว่าง และแรงศูนย์ถ่วง โครงสร้างซ้ำมีพื้นที่แยกเป็นส่วนย่อยเสริมโครงสร้างด้วยรูปร่างและขนาดเท่าๆกัน

2.5.1.2 โครงสร้าง (Structure)



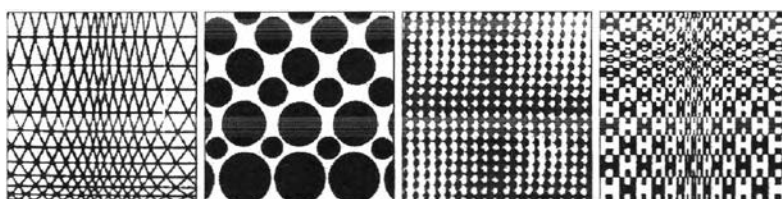
โครงสร้างจะเป็นตัวกำหนดระเบียบแบบแผนไว้อย่างมั่นคง เชิงคำนวณ หรือความสัมพันธ์ของรูปทรงในงานออกแบบล่วงหน้า โดยลักษณะโครงสร้างแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ โครงสร้างปกติ โครงสร้างกึ่งปกติ และโครงสร้างอปกติ

5.1.3 ความคล้ายคลึง (Similarity)



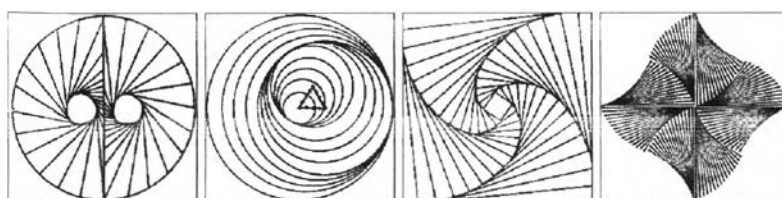
ลักษณะความคล้ายคลึงมักพบได้ในธรรมชาติ เช่น ใบไม้ ต้นไม้ เม็ดทราย คลื่นในท้องทะเล โดยสามารถแบ่งออกเป็น ความคล้ายคลึงของหน่วยรูปทรง และของหน่วยรูปร่าง โครงสร้างคล้ายคลึงมีลักษณะคล้ายโครงสร้างซ้ำแต่ แตกต่างกันที่ส่วนย่อย เช่น รูปสามเหลี่ยม สีเหลี่ยม หกเหลี่ยม ด้านไม่เท่า หรืออย่างกันสามารถรวมตัวเป็นโครงสร้างได้ และอาจมีลักษณะกระจายเป็นการเปิดโอกาสให้หน่วยรูปทรงแต่ละหน่วยแบ่งบริเวณว่างกัน

5.1.4 การลดหลั่น (Gradation)



เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่มองเห็นได้ สิ่งที่อยู่ใกล้จะให้ความรู้สึกใหญ่ และสิ่งที่อยู่ไกลก็ให้ความรู้สึกเล็กลง มีทั้งการลดหลั่นของหน่วยรูปทรง ระบาย และรูปร่าง โครงสร้างการลดหลั่น คล้ายลักษณะโครงสร้างซ้ำแต่เปลี่ยนแปลงขนาด และรูปร่างที่ลดหลั่นเปลี่ยนแปลงไป

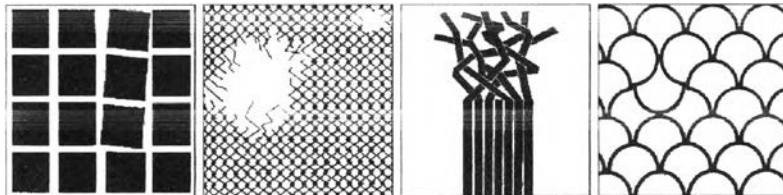
5.1.5 การแผ่ขยาย (Radiation)



การแผ่ขยายเป็นการออกแบบซ้ำในลักษณะพิเศษ รูปทรงซ้ำหรือโครงสร้างของรูปทรงซึ่งหมุนรอบจุดศูนย์กลางเกิดการแผ่ขยายขึ้น การแผ่ขยายที่มีผลต่อการสั้นไหวทางสายตา เป็นผลมา

จากการลดหลั่นในสภาพการแผ่ขยาย มีจุดสนใจอยู่ตรงกลางและสามารถสร้างความสนใจได้ดี โครงสร้างการแผ่ขยาย มี 3 ลักษณะคือ โครงสร้างการแผ่ขยายจากศูนย์กลาง การกระจายจากศูนย์กลาง และกระสวนแผ่ขยายจากศูนย์กลาง

5.1.6 ความผิดปกติ (Anomaly)



คือ สภาพอันผิดปกติหรือแปลกออกไป ท่ามกลางสภาพอันเป็นการแสดงความขัดแย้ง การออกแบบแสดงความผิดปกติ อาจทำให้เกิดประโยชน์บางอย่างคือ ดึงความสนใจ ลดความซ้ำซากจำเจ เปลี่ยนสภาพปกติ ทำลายสภาพปกติ หน่วยรูปทรงผิดปกติพร้อมที่จะดึงดูดความสนใจในงานงานออกแบบได้เป็นอย่างดี

5.1.7 การตัดกัน (Contrast)



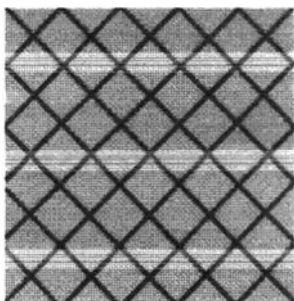
การตัดกันเกิดจากสิ่งที่ตรงข้ามกัน เกิดจากการเปรียบเทียบ รูปทรง 2 รูป อาจจะรู้สึกตัดกันมากในสภาพการณ์หนึ่ง และตัดกันน้อยในอีกสภาพการณ์หนึ่ง การตัดกันของส่วนประกอบที่สัมพันธ์กัน อาจแยกพิจารณาได้ดังนี้คือ การตัดกันของรูปร่าง ขนาด สี พื้นผิว ทิศทาง ตำแหน่ง บริเวณว่าง และแรงโน้มถ่วง โครงสร้างการตัดกัน เกิดขึ้นได้จาก ทิศทาง ตำแหน่ง บริเวณว่าง และแรงศูนย์ถ่วง

5.1.8 การรวมตัว (Concentration)

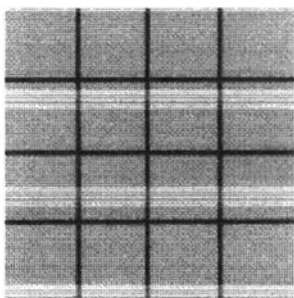
5.2 แบบเรียนที่ว่าง : โครงสร้างองค์ประกอบ (ญาดา ชวาลกุล, 2546)

โครงสร้างในการจัดองค์ประกอบนั้น มีมากมายหลายแบบ แต่หนังสือเล่มนี้ จะกล่าวถึง เฉพาะแบบโครงสร้าง ที่มีผลต่อบุคลิกภาพของงานออกแบบเรขศิลป์ 2 มิติ ประกอบด้วย 8 โครงสร้าง ได้แก่

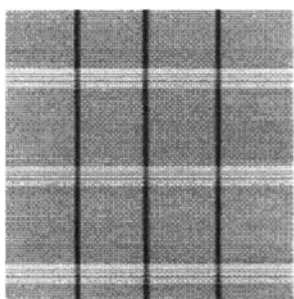
5.2.1 โครงสร้างซ้ำ



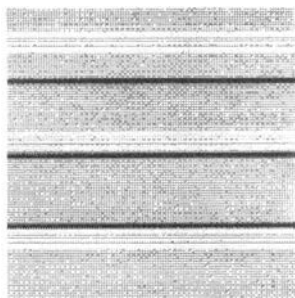
5.2.2 โครงสร้างตาราง



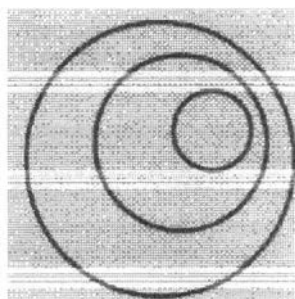
5.2.3 โครงสร้างเน้นเส้นแนวตั้ง



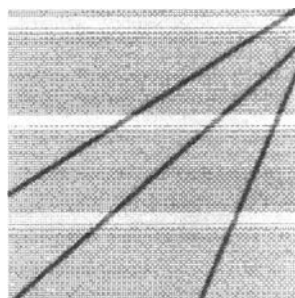
5.2.4 โครงสร้างเน้นเส้นแนวนอน



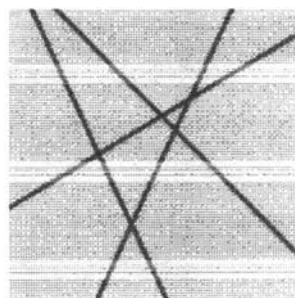
5.2.5 โครงสร้างเน้นเส้นเส้นโครง



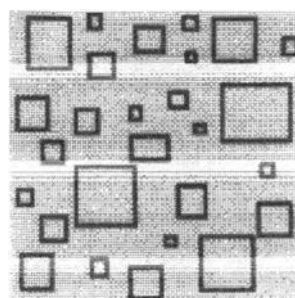
5.2.6 โครงสร้างเน้นเส้นทแยง



5.2.7 โครงสร้างแบบขัดแย้ง



5.2.8 โครงสร้างแบบกระจาย



5.3 กราฟิกรสำหรับการสื่อสาร : ตัวอักษร – การจัดวาง – การออกแบบ (T. Turnbull, Russell N. Baird, 1975)

5.3.1 การตัดกัน (Contrast)

ลักษณะของการตัดกันเกิดได้จากความต่างกันอย่างสุดขั้วขององค์ประกอบการออกแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นขนาด รูปทรง ค่าน้ำหนัก และทิศทาง โดยสามารถแบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ คือการตัดกันทางขนาด รูปทรง ค่าน้ำหนัก พื้นผิว และทิศทาง

5.3.2 ความสมดุล (Balance)

เกิดขึ้นได้เมื่อองค์ประกอบวางอยู่ในตำแหน่งที่ให้ความรู้สึกสมดุล เทียบตรง หรือหนักแน่น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับน้ำหนักขององค์ประกอบ ซึ่งเป็นผลมาจากขนาด รูปทรง และค่าน้ำหนัก ลักษณะความสมดุลมี 2 ประเภทหลัก คือ สมดุลแบบสมมาตร และสมดุลแบบไม่สมมาตร

5.3.3 สัดส่วน (Proportion)

เรื่องของสัดส่วนมีผลต่อการตัดสินใจของผู้อ่าน เพราะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ หรืองานออกแบบทั้งหมด สัดส่วนที่แน่นอนจะดึงดูดสายตาได้มากกว่าอย่างอื่น ดังนั้นในการจัดวางองค์ประกอบจึงต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วน และจังหวะที่มีความเหมาะสมด้วยเช่นกัน

5.3.4 จังหวะ (Rhythm)

โดยการซ้ำที่มีการจัดลำดับขององค์ประกอบ เช่น เส้น รูปทรง โทน พื้นผิว ซึ่งทำให้เกิดการเคลื่อนไหวอย่างเป็นจังหวะเกิดขึ้นได้

5.3.5 ความกลมกลืน (Harmony)

เป็นคำที่มีความหมายตรงกันข้ามกับความขัดแย้ง ลักษณะความกลมกลืนเกิดขึ้นได้จากความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ เช่น รูปทรง ขนาด พื้นผิว และค่าน้ำหนัก เป็นต้น

5.3.6 การเคลื่อนไหว (Movement)

การเคลื่อนไหวในความหมายของการจัดหน้ากระดาษนั้น เกิดจากพฤติกรรมกรรมการอ่านของคนนั่นเอง เป็นลักษณะการซ้ำกันขององค์ประกอบ หรือมีการเคลื่อนไหวนั่นเอง

5.3.7 ความเป็นเอกภาพ (Unity)

องค์ประกอบในงานออกแบบจะต้องมีความสัมพันธ์กันโดยรวม ถ้าขาดเอกภาพในงานออกแบบ งานนั้นก็จะเป็นหนึ่งเดียว