

การซ้ำและช่องว่าง

Gap and Pattern



ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาจิตรกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2560 - 2561

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อนุมัติให้  
ศิลปนิพนธ์ ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา  
จิตรกรรม

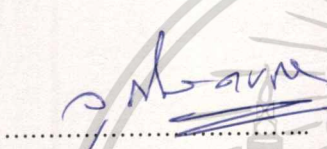
.....คณบดี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์



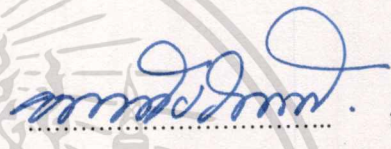
ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิธิพัฒน์ หอยสังข์ทอง)



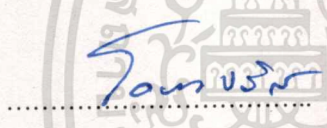
กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วุฒิกร คงคา)



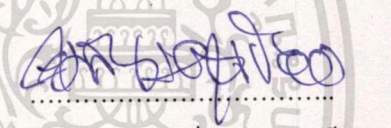
กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์หทัยรัตน์ มณีรัตน์)



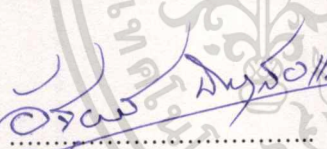
กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มล. โอภาสจรัส นันทวัน)



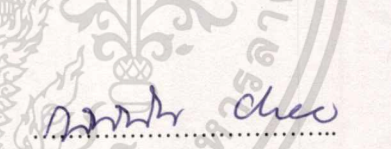
กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์คมสัน หนูเขียว)



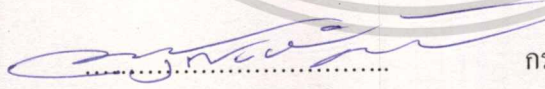
กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัฐพร นิมมาลัยแก้ว)



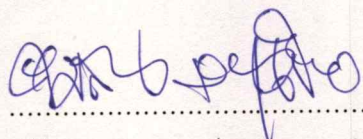
กรรมการ

(อาจารย์ฉัตรฉัตร บัวลอย)



กรรมการและเลขานุการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อนุพงษ์ จันท)



อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์คมสัน หนูเขียว)

หัวข้อศิลปนิพนธ์

การซ้ำและช่องว่าง

ชื่อ

Gap and Pattern

นายปิยะบุตร ลิ่มจันทร์ประภาพร

รหัสนักศึกษา

57020560

สาขาวิชา

จิตรกรรม

คณะ

สถาปัตยกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา

2560 - 2561

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์คมสัน หนูเขียว

### บทคัดย่อ

ข้าพเจ้าต้องการสร้างสรรค์งานจิตรกรรม ที่อธิบายถึงเรื่อง การบริโภคของคนในปัจจุบัน รวมถึงระบบอุตสาหกรรมการผลิตจำนวนมาก โดยการใช้การจัดวางของสินค้า เข้ามาเป็นตัวช่วยแสดงออก และใช้วิธีคิดแบบ Pop Art เพื่ออธิบายผลงานศิลปะของข้าพเจ้า การมีข้าพเจ้าใช้ต้นแบบเป็นสินค้าเพื่อให้ผู้ชมมีประสบการณ์ร่วม กับภาพจัดการจัดวางของร้านสะดวกซื้อที่พบเจอกันในปัจจุบัน ตัดบริบทของสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องออกไป เพื่อเล่าเจตงานงในการ สร้างงานศิลปะ แบบมีชั้นเชิง ความเป็นบริโภคนิยม มีแนวโน้มมากขึ้น อย่างที่ เราพบ ได้ทุกเมื่อเชื่อวัน

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์คมสัน หนูเขียวเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการที่ได้ให้คำแนะนำ แนวคิด ตลอดจนแก้ไข ข้อบกพร่องต่างๆมาโดยตลอด จนโครงการ เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ที่ให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆและทุนที่ใช้ในการทำโครงการนี้ รวมทั้งเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา ขอขอบคุณพนักงานในร้านสะดวกซื้อที่อนุญาตให้เก็บข้อมูล ขอขอบคุณเพื่อนๆที่ช่วยให้คำแนะนำดีๆเกี่ยวกับเนื้อหาและแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับโครงการชิ้นนี้สุดท้ายนี้ขอขอบคุณ นายจตุสคมภ์ แซ่ฉิม ที่มาช่วยเก็บงาน

นายปิยะบุตร ลิ้มจันทร์ประภาพ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

	หน้า
<b>บทคัดย่อ</b>	ก
<b>กิตติกรรมประกาศ</b>	ข
<b>สารบัญ</b>	ค
<b>สารบัญภาพ</b>	จ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	1
1.1. ความสำคัญของ โครงการ	1
1.2. วัตถุประสงค์ของ โครงการ	1
1.3. ขอบเขตของโครงการ	2
1.4. วิธีการดำเนินงาน	2
1.5. กรอบแนวคิดในการวิจัย	2
1.6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
1.7. จำนวนผลงานมี 3 ชิ้น	2
<b>บทที่ 2 อิทธิพลที่ได้รับจากการสร้างสรรค์</b>	3
2.1 อิทธิพลที่ได้รับจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคร	3
2.2 อิทธิพลที่ได้รับจากศิลปิน	7
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการสร้างสรรค์</b>	9

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.1 ภาพร่างและการพัฒนาภาพร่าง	9
3.2. กระบวนการสร้างงาน	12
<b>บทที่ 4 วิเคราะห์การสร้างสรรค์</b>	16
4.1 วิเคราะห์ผลงาน โดยรวม	16
4.2. ผลงาน	16
4.3. วิเคราะห์การจัดองค์ประกอบศิลป์	19
<b>บทที่ 5 บทสรุป</b>	22
เอกสารอ้างอิง	23
รูปผลงานศิลปะ	24
ประวัติผู้เขียน	28

## สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.2 Tokyo, 2013 Acrylic on DIbond 84x86	7
2.2.1 โอรฟอร์ เอริสัน (Olafur Eliasson)	7
2.3 Olafur Eliasson, Seu corpo da obra (Your body of work), 2011	8
3.1.1 ภาพร่างชิ้นที่ 1	9
3.1.2 ภาพร่างชิ้นที่ 2	10
3.1.3 ภาพร่างชิ้นที่ 3	10
3.2.2 ภาพถ่ายต้นแบบ	13
3.2.3 ตัดบริบทของสินค้าออก	13
3.2.4 ร่างภาพลงเฟรม	14
3.2.5 ลงสีชั้นแรก	14
3.2.6 ลงสีชั้นที่สอง	15
3.2.7 เก็บลายระเอียดชิ้นงาน	15
4.3.1 องค์ประกอบศิลป์	19
4.3.2 ความหลากหลาย	20
4.3.3 ความสมดุล	20
4.3.5 ความเด่น	21
ภาพงาน ชื่อผลงาน Gap and Pattern No. 1	25
ภาพงาน ชื่อผลงาน Gap and Pattern No. 2	26
ภาพงาน ชื่อผลงาน Gap and Pattern No. 3	27

# บทที่ 1

## บทนำ

สมัยนี้การซื้อของกินของใช้ในร้านสะดวกซื้อมีมากมายหลายอย่าง และความเป็นวัตถุนิยม ข้าพเจ้าสนใจสิ่งเหล่านั้นรวมถึง การวางสินค้าร้านสะดวกซื้อจึงนำสินค้าเหล่านั้นตัดบริบทของมันออกเพื่อสร้างเป็นต้นแบบแสดงเพื่อออกทางจิตรกรรม (Painting) ข้าพเจ้าได้ตัดบริบทของสินค้าออกเหลือแต่สินค้าที่ลอยอยู่และสร้างความลึกโดยแสดงการซ้ำของสินค้าเหล่านั้นทำให้ตัวงานมีความเป็น Pop Art เพื่อพูดถึงระบบอุตสาหกรรมที่มีการผลิตซ้ำเป็นจำนวนมากเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของคน และระบบการหาอะไรที่มีการจัดวางสินค้าแบบมีชั้นเชิงแต่ผู้คนที่สามารถเลือกซื้อได้อย่างอิสระ เพราะการไปเลือกซื้อของในห้างสรรพสินค้าที่มีความพลุกพล่านวุ่นวาย หรือมีสินค้าใหม่มาก็เป็นทีที่พูดกันไม่นานแล้วก็ล้มหายไปหมด ข้าพเจ้าได้นำภาพของสินค้าในห้างมานำเสนอเพราะสิ่งเหล่านี้เป็นผลผลิตที่ผู้คนบริโภคกันเป็นภาพแทน Lifestyle ของผู้คนทั่วไป และภาพสิ่งของเหล่านี้เป็นภาพที่ทุกๆคนคุ้นเคยกันแบบปกติเมื่อไป Supermarket

### 1.1 ความสำคัญของโครงการ

สำหรับซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศไทย แห่งแรกที่มีการเปิดกิจการ ชื่อ เจนิ ส โตร์ เปิดกิจการเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2494 ที่ถนนพระราม 4 ตรงข้ามวังสระปทุม โดยนายเกียรติ ศรีเฟื่องฟุ้งนักธุรกิจชาวไทย การค้าปลีกค้าส่งเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากจะเป็นสาขาที่ทำรายได้สูงเป็นอันดับรองจากอุตสาหกรรมและมีการจ้างงานมากเป็นอันดับสามรองจากภาคเกษตรและภาคบริหาร การค้าปลีกค้าส่งมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน โดยตรงธุรกิจค้าปลีกจึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศโดยรวมและเป็นตัวจักรในการพัฒนามาตรฐานการครองชีพและคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงและกระจายสินค้าจากผู้ผลิตและนำสู่ผู้บริโภคธุรกิจค้าปลีก

ลัทธิบริโภคนิยมหมายถึงการนิยมบริโภคฟุ่มเฟือยเกินความต้องการที่จำเป็นในชีวิตและเกินกว่าฐานะรายได้หรือความสามารถในการผลิตของคนหรือของประเทศ เป็นลัทธิที่แพร่หลายในประเทศไทยมาก ไม่ใช่เฉพาะนิสิต นักศึกษา เยาวชนวัยรุ่นหนุ่มสาวเท่านั้นที่นิยมใช้จ่ายฟุ่มเฟือย สินค้าในชีวิตประจำวันที่ถูกวางอย่างเป็นระเบียบและการวางสินค้าแบบมีชั้นเชิงในการขาย การไปซื้อของเหล่านั้นมาเพื่อบริโภค ในชีวิตประจำวัน เราต่างคุ้นชินกับภาพของสินค้าที่เป็นระเบียบ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 เพื่อแสดงถึงความงามของ ชุดสี วัตถุที่ถูกจัดเรียง Perspective ที่ถูกสร้างขึ้น โดยการซ้ำ ทำให้รู้สึกถึงอุตสาหกรรม การผลิตจำนวนมาก

1.2.2 นำเสนอความงามของรูปแบบงาน Pop Art

1.2.3 พูดยถึงความ เป็น Pop Art ในความคิดของข้าพเจ้า

## 1.3. ขอบเขตของโครงการ

1.3.1 เนื้อหาเกี่ยวกับการจัดวางสินค้าของร้านสะดวกซื้อในปัจจุบัน

1.3.2 ศึกษางานลักษณะ Pop Art ที่แสดงการซ้ำของอุตสาหกรรมการผลิตที่เกิดขึ้นภายในผลงาน ตลอดจนทำความเข้าใจ กระบวนการทางความคิดของลัทธินี้

1.3.3 ในการสร้างสรรค์ผลงาน ใช้เทคนิคสีน้ำมัน

## 1.4 วิธีการดำเนินงาน

1.4.1 ข้าพเจ้าได้สืบค้นข้อมูลภาพสินค้าจากร้านสะดวกซื้อทั่วไป

1.4.2 นำภาพสินค้าที่ได้มาตัดบริบทของสินค้าออกเพื่อสร้างต้นแบบในรูปแบบการซ้ำ

1.4.3 หาข้อมูลชุดสีของแสงไฟนีออนเพื่อทำเป็นพื้นหลังของต้นแบบ

1.4.4 เสนอผลงานแนวจิตรกรรมและศึกษาเทคนิควิธีการในการนำเสนอ

## 1.5 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.5.1 รูปแบบงานของข้าพเจ้าได้พุดถึงความ เป็นบริโภคนิยมและความเป็นอุตสาหกรรมความผลิตซ้ำ

1.5.2 ขนาดเฟรมแสดงถึงการ จัดแสดงสินค้าซึ่งนำเสนอสินค้าผ่านความเป็นจริง

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ข้าพเจ้าต้องการให้ผู้ชมงานรู้สึกถึงความงามของการผลิตซ้ำผ่านชุดสีและรูปแบบของงานที่มีความ เป็น Pop Art

## 1.7 จำนวนผลงานมี 3 ชิ้น

ผลงาน Gap and Pattern No.1 เทคนิค สีน้ำมันบนผ้าใบ ขนาด 180X180 ปี พ.ศ.2561

ผลงาน Gap and Pattern No.2 เทคนิค สีน้ำมันบนผ้าใบ ขนาด 180X180 ปี พ.ศ.2561

ผลงาน Gap and Pattern No.3 เทคนิค สีน้ำมันบนผ้าใบ ขนาด 180X180 ปี พ.ศ.2561

## บทที่ 2

# อิทธิพลที่ได้รับจากการสร้างสรรค์

### 2.1 อิทธิพลที่ได้รับจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของบุคคลต่างๆ ที่มีการลอกเลียนแบบ และตามแฟชั่นนิยม ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของและเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน จำพวกที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค อาหาร และเครื่องนุ่งห่ม ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ รถยนต์ รถจักรยานยนต์ โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ และอื่นๆ พฤติกรรมการลอกเลียนแบบตามแฟชั่น ส่วนมากมาจากการโฆษณาชวนเชื่อผ่านตามสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

ปัจจุบันแบ่งประเภทของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้เป็น 7 ประเภท คือ

1. ซูเปอร์เซ็นเตอร์ (Super Center, Hyper Mart, Discount Store) เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ มุ่งกลุ่มลูกค้ารายได้ต่ำถึงปานกลาง มีขนาดพื้นที่ตั้งแต่ 10,000-15,000 ตารางเมตร สินค้าที่จำหน่ายเป็นกลุ่มสินค้าแบบประหยัด เน้นราคาถูก มีระบบศูนย์กระจายสินค้า (Distribution Center) ผู้ผลิตที่ประสงค์จะวางสินค้าจำหน่ายในร้านค้าประเภทนี้จะต้องไปติดต่อที่ศูนย์จัดซื้อและแจกจ่ายที่กรุงเทพฯ และต้องผ่านกระบวนการบริหารจัดการจัดซื้อและเสียดำใช้จ่ายต่างๆ ร้านค้าประเภทนี้มักตั้งอยู่กลางเมืองหรือชานเมือง มีที่จอดรถบริการ เช่น บิ๊กซี โลตัส เป็นต้น
2. ห้างสรรพสินค้า (Department Store) ขายสินค้าหลากหลาย มักตั้งอยู่กลางใจเมือง เน้นสินค้ากลุ่มที่มีคุณภาพดีราคาค่อนข้างสูงมีทั้งสินค้านำเข้าจากต่างประเทศและผลิตในประเทศ สินค้าจะมีราคาค่อนข้างสูงกว่า Discount Store การตกแต่งร้านเน้นความสวยงาม พนักงานคอยบริการให้คำแนะนำ เช่น ห้างเซ็นทรัล โรบินสัน เป็นต้น
3. ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) จำหน่ายสินค้ากลุ่มอาหารและของใช้ประจำวันเป็นหลัก เช่น เนื้อสัตว์ ผักสด ผลไม้สด อาหารสำเร็จรูป ของแห้ง ของใช้ส่วนตัว ร้านค้าประเภทนี้มีทั้งที่ตั้งอยู่ริมถนนเป็นอิสระ เช่น ฟู้ดแลนด์และร้านประเภทที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เช่น ท็อปซูเปอร์มาร์เก็ต โฮมเฟรชมาร์ท ของ เดอะมอลล์ เป็นต้น
4. ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store หรือ Gas Store) เป็นร้านค้าปลีกประเภทบุคคลทั่วไป มีพื้นที่ขนาดเล็กที่สุดประมาณ 15 ตารางเมตรจนถึงใหญ่สุดไม่เกิน 500 ตารางเมตร เน้นการจัดการร้านการบริหารจัดการที่ทันสมัย สินค้าที่วางจำหน่ายมักจะเป็นสินค้า กลุ่มอาหารและของใช้จุกจิกประจำวัน จำนวนสินค้าน้อยกว่า 5 พันรายการ ส่วนใหญ่ร้านสะดวกซื้อจะกระจายไปตามชุมชนหรือแหล่ง ชุมชนของคนทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ร้านค้าปลีกในรูปการขายส่ง (Cash And Carry) รูปแบบการขายปลีกแบบต้องเป็นสมาชิก มีเพียงแห่งเดียว คือ ห้างแม็คโคร ผู้ซื้อจะต้องมีบัตรสมาชิกหรือบัตรสมาชิกชั่วคราวเพื่อเข้าไปซื้อสินค้าได้ วัตถุประสงค์เดิมคือสมาชิกเป็นร้านค้าปลีกย่อย แต่ต่อมาการ แข่งขันมากขึ้นจึงเปิดให้ประชาชนทั่วไป เป็นสมาชิกได้จึงกลายมาเป็นการค้าปลีกในรูปแบบพิเศษ เน้นขายสินค้าราคาถูกจำนวนมากๆ

6. ร้านค้าปลีกขายสินค้าเฉพาะอย่างหรือสินค้าพิเศษ (Specialty Store หรือ Brand Specialty) เน้นขายสินค้าเฉพาะด้านที่มี คุณภาพราคาสูง บางร้านขายสินค้าเฉพาะ Brand ของตนเองมีพนักงานคอย ให้คำแนะนำพื้นที่ขายประมาณ 200-1,000 ตารางเมตร มักตั้งร้านอยู่ในแหล่งชุมชนใหญ่ เช่น บู้ท วัดสัน พิพิลเฮลท์แคร์ซูเปอร์สปอร์ต เป็นต้น

7. ร้านค้าปลีกเฉพาะอย่างเน้นราคาถูก (Category Killer) ร้านค้าประเภทนี้คล้ายๆ กับประเภท ที่ 6 แต่เน้นราคาถูก สินค้าจะ หลากหลายในประเภทของสินค้าหมวดหมู่เดียวกัน พื้นที่ขายตั้งแต่ 2,000- 10,000 ตารางเมตร ทำเลที่ตั้งใจกลางเมืองหรือย่านธุรกิจ มี พนักงานคอยให้บริการ จำนวนสินค้า 1,000- 6,000 รายการ เรียกอีกอย่างได้ว่า Low Price Specialty Store เช่น แม็คโครออฟฟิศ เพาเวอร์บาย ออฟฟิศ ดีโป เป็นต้น

สินค้าหรือโภคภัณฑ์ ไม่ใช่แค่เพียงวัตถุที่เราต้องการหาซื้อมารับริโภคโดยทั่วๆ ไป ผู้ที่คิดเช่นนั้น ช่างน่าสงสารเป็นอย่างยิ่ง หากสนใจก็ขอให้แกละรอยวัตถุสินค้าที่เราซื้อหามา จะพบว่ามืองค์ประกอบที่ ก่อตัวมาจากวัฒนธรรม หลังจากนั้นก็วาดแผนภาพความเชื่อมโยงระหว่างสินค้าและวัฒนธรรมการ บริโภค กับการพัฒนาโลกที่ก่อปัญหาสภาพแวดล้อม ให้เราสร้างสายโซ่ความสัมพันธ์จากเหตุสู่ผล อาจจะเริ่มจากสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ลักษณะการบริโภคแบบใดแบบหนึ่ง ทรัพยากรสำหรับการบริโภค ประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการบริโภค โดยตรงและโดยอ้อม หรือความสนใจของเราเกี่ยวกับการบริโภค สินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ให้ตระหนักว่า ทั้งหมดนี้คือความคิดที่อยู่ในแนวระนาบเดียวกันกับการบริโภค ทั้งสิ้น และให้สนใจว่ากระบวนการที่ถูกวางสิ่งใดไว้ให้เป็นสินค้านี้มีสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม ดังนั้น สินค้าคือ คุณค่าในเชิงสัญลักษณ์ นั่นเอง ( Paterson, Mark. 2006. Consumption and Everyday Life: ).

การบริโภคในสังคมทุนนิยมในวันนี้เรียกว่า “การบริโภคนิยม” (Consumption) ได้แก่การ บริโภคสินค้าและ ผลผลิตภัณฑ์ การกำหนดให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็น “สินค้า” และการใช้สินค้า กระทำการผ่าน การโฆษณาโดย “สื่อสารมวลชน” (Mass Media) และกระบวนการผลิตมาจากการ “ผลิตมวลชน” (Mass Production) คือการผลิตในจำนวน มากๆ ทำให้เกิดการกำหนดค่านิยมทางวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการ บริโภคที่มีสำนึกในการนิยมวัตถุสิ่งของ ทำให้ประชาชนใช้จ่ายเงินทองสิ้นเปลืองไปโดยไม่จำเป็น

ดังนั้นอุตสาหกรรมการโฆษณาเป็นกิจกรรมหนึ่งที่อันตรายมาก เป็นตัวกระทำการหนึ่งที่เข้ามา ทำการ ควบคุมประชาชนให้หนึ่งเฉยไว้การต่อต้านและบริโภคสินค้าตามโฆษณา ข้อควรคิดก็คือ หาก ประชาชนพยายามควบคุมการบริโภคของตนเอง ซึ่งหากสามารถทำได้ก็เท่ากับเป็นการต่อต้าน (Resist)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และเหมือนเป็นการต่อรอง (Negotiate) กับบริษัทโฆษณาและบริษัทผลิตสินค้า กลุ่มคนเหล่านี้ได้สร้างความสัมพันธ์ทางอำนาจระหว่างผู้ผลิตกับประชาชน และทำให้ประชาชนต้องการบริโภค นักวิชาการที่ต่อต้านการบริโภคนิยม ได้ให้คำแนะนำว่า ประชาชนควรสนใจว่ามี “กระบวนการผลิต” อย่างไรและ “การบริโภค” อย่างไร มากกว่าที่เราจะไปสนใจเรื่องวิธีการการผลิต เช่น

1. ผลกระทบในทางเศรษฐกิจการบริโภคนิยมเกิดขึ้นในระดับโลก ทำให้ประชาชนผู้บริโภคอยู่ในสถานะของ “เหยื่อ” ที่นั่งรอการถูกทำร้ายจากระบบทุนนิยม
2. อธิบายว่า วิธีการบริโภค ของประชาชน คือ การตื่นเต้น หรือตื่นตูม ของผู้บริโภคที่พยายามสร้างให้ตัวเองมีเอกลักษณ์ทางสังคม ที่จะได้มาจากการบริโภค
3. วิธีการทางเศรษฐกิจและโครงสร้างระดับโลก ของการผลิตไม่สามารถจะแบ่งแยกการกระทำของปัจเจกในการ เป็นผู้บริโภคที่เลือกได้
4. ความสัมพันธ์ของการผลิตการบริโภคที่ทำให้เกิดการตื่นตัว (Active) มีอิทธิพลต่อประชาชน เช่น กรณีของรสชาติของน้ำอัดลมหรือ เสื้อผ้าสิ่งประดิษฐ์ที่ประชาชนสนใจสินค้า ถูกอธิบายว่าเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ (Identity) และอัตลักษณ์ก็มีความหลากหลายจากสินค้าที่มีความแตกต่างกันในระบบทุนนิยมนั่นเอง

ผู้บริโภคในระบบแบบแผนของทุนนิยมถูกอธิบายว่า ไม่มีอำนาจ ประชาชนมีความพอใจในการบริโภค และเชื่อว่าการบริโภคคือการสร้างเอกลักษณ์ ข้าพเจ้าขอเสนอตัวอย่างรูปแบบการบริโภคของนายทุนอเมริกันช่วงท้ายศตวรรษที่ 19 เรื่องนายทุนมั่งคั่งร่ำรวย นอกจากร่ำรวยแล้วเขาจะสร้างสถานภาพของตนเองให้โดดเด่นสูงขึ้นไปอีก โดยการแสดงตนเองจากการซื้อสินค้าและบริการ ที่เป็นลักษณะของการบริโภคที่เห็นได้และสะดุดตา (Conspicuous Consumption) เช่น การซื้อรถยนต์ราคาแพง เช่น Rolls-Royce ดังนั้นการผลิตทุนนิยมได้เข้ามาทำให้เกิดกระบวนการแปรเปลี่ยน วัฒนธรรมเป็นสินค้า ทำให้การซื้อเปียโนระดับบ้าน เป็นการสร้างเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ให้แก่คนที่มีความมั่งคั่ง ร่ำรวย เป็นการสร้างสถานภาพของบุคคล โดยการบริโภคสินค้าราคาแพง การเป็นเจ้าของ Rolls-Royce คือ รูปแบบหนึ่งการบริโภค ที่ทำให้การบริโภคกลายเป็นศิลปะการแสดงชนิดหนึ่งในพื้นที่ที่เป็นสาธารณะ คือการบริโภคเพื่อความสะดุดตาผู้พบเห็น (Conspicuous Consumption) บางคนยอมที่จะลงทุนเพื่อสร้างความหมายจากสินค้า ให้เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ตนเองคือผู้มีความเหมาะสมในการได้รับความเคารพยำเกรง และจะเป็นส่วนหนึ่งของสังคมของผู้ครอบครอง เปียโน สิ่งนี้เรียกว่าเป็นความต้องการที่ผิดพลาด (False Need) โดยถูกกระตุ้นจากนักโฆษณา ผู้เขียนขอยกตัวอย่างอีกกรณีหนึ่ง คือเราจ่ายเงินค่าอาหารเพื่อความ สะดวกสบาย เพราะเรากำลังจ่ายเงินให้แก่เวลาเล็กน้อย สำหรับการที่เราไม่ต้องทำอาหาร การบริโภคเกิดขึ้นในพื้นที่ส่วนตัว ไม่ว่าจะเป็นการดูโทรทัศน์ การอ่านหนังสือ ที่ห้องพักผ่อนในบ้าน หรือเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การซื้อเปียโนมาโซวไว้ที่บ้าน หรือการซื้อรถยนต์ใหม่โดยนำรถเก่าไปแลกและเพิ่มเงินเพื่อซื้อรถยนต์ยี่ห้อใหม่ได้รถใหม่มา เป็นต้นดังนั้นการบริโภคจึงเป็นการบริโภควัฒนธรรมเพื่อสร้างเอกลักษณ์ และผู้บริโภคก็พยายามแข่งขันหรือแข่งขันกับผู้บริโภคอื่นๆ ในการสร้างเอกลักษณ์ของตนเองที่โดดเด่นนักคิดคนสำคัญคนหนึ่งคือ Jean Baudrillard ได้โต้แย้งว่าประชาชนสามารถต่อต้านการนำเสนอในโฆษณา สินค้าได้ และเราสามารถทำการปกป้องประชาชนจากการเป็นผู้ถูกทำร้ายโดยโฆษณา อีกทั้งสื่อโฆษณาสินค้าไม่สามารถทำได้ในทุกสิ่ง กล่าวคือประชาชนสามารถที่จะรู้และเข้าใจความต้องการตนเองได้ การบริโภคจึงเป็นมากกว่าเรื่องพื้นฐานต่างๆ ของปฏิบัติการทางเศรษฐกิจ แต่เป็นระบบของ สัญญาเป็นการสร้างการสื่อความหมายถึงตัวเราจากการบริโภค จริงๆ ก็ไม่ใช่เรื่องใหม่ เพราะตลาดการซื้อและการขายสินค้า คือสิ่งที่มีมาตั้งแต่โบราณกาลซึ่งก็คือ การแปลงวัตถุให้เป็นสินค้าออกมาอย่างแตกต่างหลากหลายและการผลิตสินค้าก็คือการบรรจุสัญญา หรือความหมายลงในวัตถุสินค้าให้สามารถสื่อสารออกไปในสังคม และที่สำคัญก็คือ ทำให้สินค้านั้นสามารถหลุดออกมาจากตัวของมันเองได้ว่า ไร้ความสุขที่คุณดื่มได้ และเปปซี่ ดีที่สุด เป็นต้น

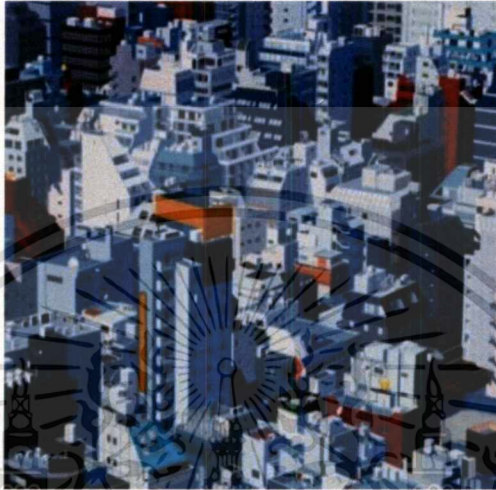
วัตถุสิ่งของในชีวิตประจำวัน เช่น นาฬิกา รถยนต์ ไฟแช็ค เหมือนกับภาพถ่ายจากศิลปิน เมื่อวิเคราะห์อย่างลุ่มลึกโดยใส่ใจในรายละเอียด สามารถจัดประเภทได้ว่า คือวัตถุ (Objects) ได้มีหน้าที่ในระบบสมัยใหม่ อันเป็นเทคโนโลยีที่อยู่ในสมัยใหม่ (Modern Life) สิ่งนี้คืออุดมการณ์ที่มีบทบาทอยู่ในระบบทุนนิยม Baudrillard ได้ศึกษาว่าเหมือนมีไวยากรณ์ (Grammar) อยู่ในวัตถุ เหมือนกับมีไวยากรณ์อยู่ในเสื้อผ้าที่มีระบบการสร้างให้เกิดความนิยม (Pawlett, William. 2007. "Jean Baudrillard: Key Sociologist". London and New York: Routledge.)

ผลงานชุดนี้ได้รับอิทธิพลจาก บทความในเว็บไซต์ และจากการประสบการณ์ที่พบเจออยู่ตลอด ที่มีต่อร้านสะดวกซื้อต่างๆ ที่มีสินค้าวางตามชั้นวางสินค้า ผู้คนต่างซื้อกันไปอุปโภค บริโภค กันอยู่ตลอดเวลา ต่างคนก็ใช้แบรนด์สินค้าไม่เหมือนกันแล้วแต่คนชอบ ตัวอย่างเช่น น้ำดื่ม น้ำชาเขียว อาหารสำเร็จรูป สินค้าเหล่านี้ล้วนมีชื่อสินค้ามากมายให้เลือกซื้อ จึงมองเห็นถึงความงามของการเลือกที่ซื้อที่ซ้ำซากและจำเจ โดยการแสดงออกผ่านทางจิตกรรม โคนสร้างต้นแบบมาจากชั้นวางสินค้าจากร้านสะดวกซื้อที่เราพบเจออยู่บ่อยๆ

## 2.2 อธิพิพลที่ได้รับจากศิลปิน

### 1. เดเนียน ริช (Daniel Rich) เป็นศิลปินจิตรกรรม

เดเนียน ริช (Daniel Rich) พูดยังเรื่องการเปลี่ยนแปลงภาพถ่ายมาเป็นงานจิตรกรรมโดยการใช้ภาพของ ประวัติศาสตร์ การเมือง เหตุการณ์ต่างๆ อุดมการณ์สงครามความวุ่นวายในสังคมมาเป็นต้นแบบ และสร้างสภาพแวดล้อมใหม่ขึ้นจากจิตรกรรมของเขา



ภาพที่ 2.2. Tokyo, 2013 Acrylic on Dibond 84x86

### ผลงานที่ให้อิทธิพล Tokyo, 2013. Acrylic on Dibond 84 x 86"

เดเนียน ริช (Daniel Rich) ได้ให้ความสำคัญและความหมายในภาพ มีสถานที่จริง โดยมีเศรษฐกิจและสถาปัตยกรรมที่เป็น ไอคอนสำหรับระบบการเมือง ศาสนา และความเชื่อมาเป็นต้นแบบ เขาได้รวบรวมภาพถ่ายจาก หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต ด้วยการซ้ำแบบนี้ทำให้ข้าพเจ้าแรงบันดาลใจไปสร้างงาน

### วิเคราะห์อิทธิพลที่ได้จากศิลปิน

แนวความคิดของ เดเนียน ริช (Daniel Rich) ได้รับอิทธิพล ทางรูปแบบงาน งานของเขามีความเป็นระเบียบและสร้างจากรูปถ่าย โดยยังคงชุดสีแบบเดิม

## 2. โอรฟัวร์ เอลิสัน (Olafur Eliasson)



### 2.2.1. โอรฟัวร์ เอลิสัน (Olafur Eliasson)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โอรฟอร์ เอลิสัน (Olafur Eliasson) (ไอซ์แลนด์: ÓlafurEliasson;) เกิดปี 1967 ศิลปินชาว ไอซ์แลนด์ – เดนมาร์กที่สร้างสรรค์งานประติมากรรมและศิลปะการจัดวางขนาดใหญ่ โดยใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น แสงน้ำและอากาศ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ของผู้ชมงาน เขาก่อตั้งสตูดิโอ Olafur Eliasson ในเบอร์ลินซึ่งเป็นห้องปฏิบัติการวิจัยเชิงพื้นที่ Olafur แสดงงานที่เดนมาร์ก 50 ปีเวนิสเบียนเนลล์ ในปี 2003 ศิลปินมีส่วนร่วมในโครงการต่างๆ



ภาพที่ 2.2.2 Olafur Eliasson, Seu corpo da obra (Your body of work), 2011 (Your body of work), 2011

© 2011 Olafur Eliasson. Foto: Anders Sune Berg. Installation view, Moderna Museet/ArkDes, Stockholm 2015

**ผลงานที่ให้อิทธิพล** Olafur Eliasson, Seu corpo da obra (Your body of work), 2011

ผลงานชิ้นนี้มีการจัดวางที่เป็นระเบียบและมีการเว้นพื้นที่รอบๆทำให้ข้าพเจ้านำการเว้นพื้นที่นี้ไปใช้ในงาน

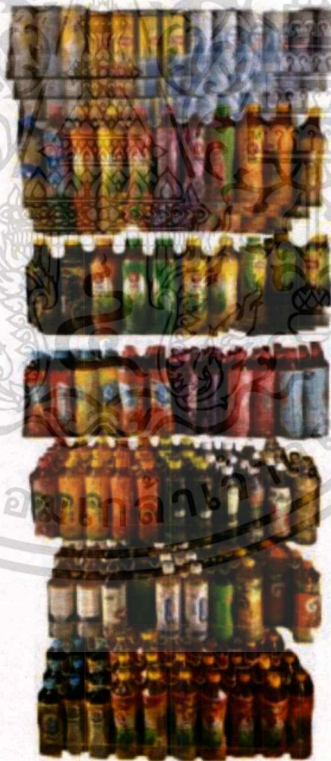
## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการสร้างสรรค์

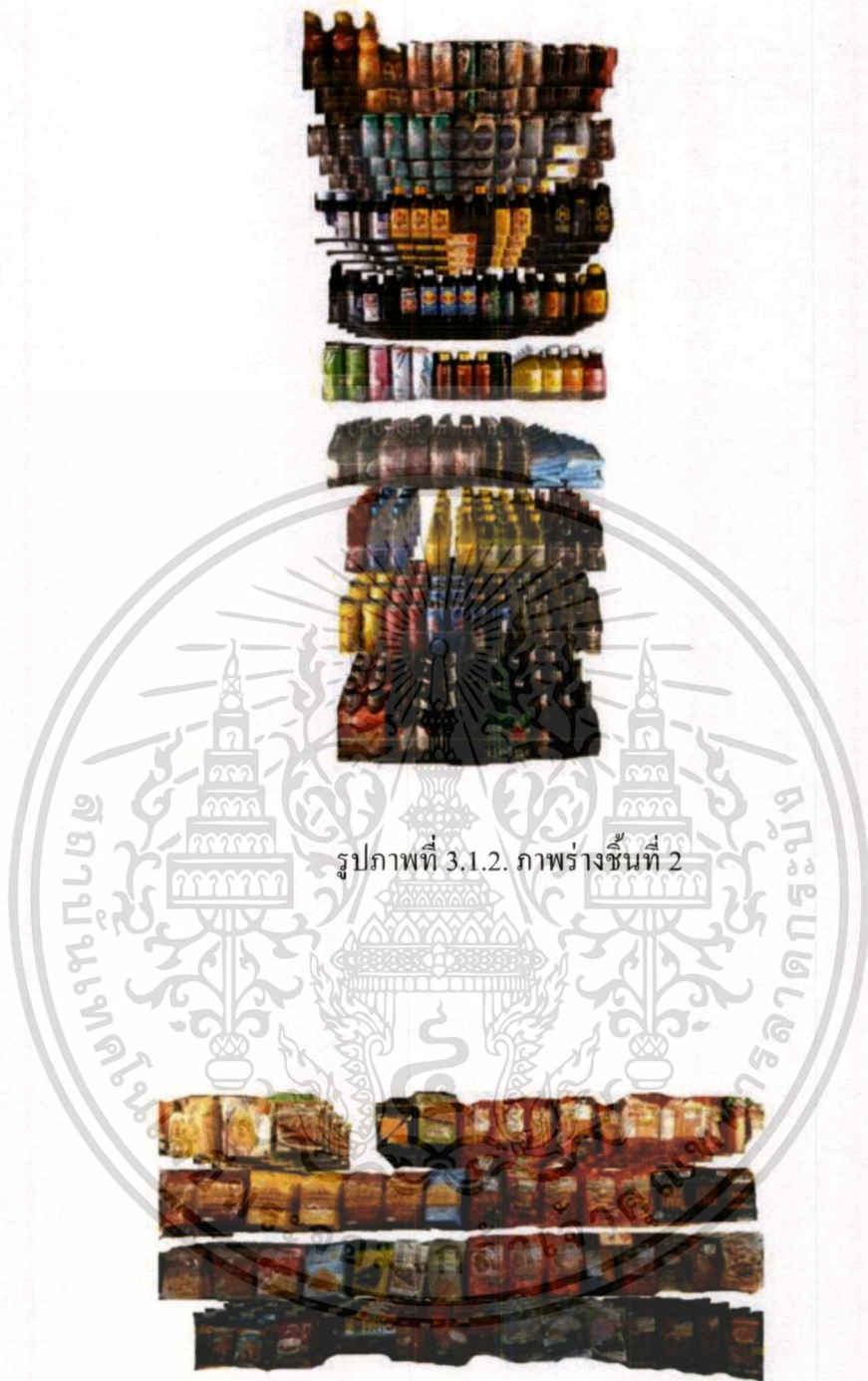
จากวิธีคิดแบบ Pop Art กับเหตุการณ์ที่ข้าพเจ้าได้พบเจอในปัจจุบัน ผู้คนส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่คุ้นชินกับชั้นวางสินค้า ในร้านสะดวกซื้อทั่วไปตามที่ต่างๆ สินค้าที่วางเรียงกันอย่างเป็นระเบียบรอผู้คนมาซื้อไปเพื่ออุปโภคและบริโภค ผู้คนบางส่วนมีพฤติกรรมยึดติดกับยี่ห้อสินค้าไม่มากก็น้อย พฤติกรรมเหล่านี้ล้วนแล้วแสดงถึงความเป็น บริโภคนิยม

ข้าพเจ้าได้เห็นว่าการจัดวางสินค้าบนชั้นสินค้านั้น มีการซ้ำซึ่งคล้ายกับ Pop Art ข้าพเจ้าจึงสร้างต้นแบบโดยการใช้ภาพถ่ายชั้นวางสินค้า ตัดบริบทของสินค้าออก แล้วนำมาซ้ำให้เกิดความลึก

#### 3.1 ภาพร่างและการพัฒนาภาพร่าง



รูปภาพที่ 3.1.1 ภาพร่างชั้นที่ 1



รูปภาพที่ 3.1.2. ภาพร่างชั้นที่ 2

รูปภาพที่ 3.1.3 ภาพร่างชั้นที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1.2 ภาพร่างชั้นที่ 1



รูปภาพที่ 3.1.1 ภาพร่างชั้นที่ 1.

#### 3.1.2.1 แนวความคิด

ภาพร่างนี้จะเป็นในส่วนของเครื่องดื่มนำมาดัดกันเป็นอาหารว่างทุกเพศทุกวัยดัดกัน ผู้คนสามารถซื้อได้ตลอดเวลา รวมถึงสิ่งของเหล่านี้เป็นสินค้าที่เกินความจำเป็น

#### 3.1.2.2 ปัญหาในการสร้างงาน

ข้าพเจ้ามีปัญหาในวิธีการสร้างชิ้นงาน ด้วยขนาดงานที่มีขนาดใหญ่ จึงต้องวางแผนเรื่องเวลาให้ดี และเหมาะสม

### 3.1.3 ภาพร่างชั้นที่ 2



รูปภาพที่ 3.1.2 ภาพร่างชั้นที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1.3.1 แนวความคิด

ภาพร่างนี้เป็นชั้นวางเครื่องดื่มน้ำสำหรับ คนวัยทำงาน เครื่องดื่มน้ำบางอย่างขายเป็นเวลา ซึ่งมีหลากหลายยี่ห้อให้เลือกซื้อ

### 3.1.3.2 ปัญหาในการสร้างงาน

ข้าพเจ้ามีปัญหาในวิธีการสร้างชิ้นงาน ด้วยขนาดงานที่มีขนาดใหญ่ จึงต้องวางแผนเรื่องเวลาให้ดี และเหมาะสม

## 3.1.4 ภาพร่างชิ้นที่ 3



รูปภาพที่ 3.1.3 ภาพร่างชิ้นที่ 3

### 3.1.4.1 แนวความคิด

ภาพร่างนี้เป็นชั้นวางสินค้าของ อาหารสำเร็จรูป ต่างๆ เพื่อความสะดวกสบายในชีวิตที่เร่งรีบและมีให้เลือกสรรหลากหลายชนิดหลายยี่ห้อ

### 3.1.4.2 ปัญหาในการสร้างงาน

ข้าพเจ้ามีปัญหาในวิธีการสร้างชิ้นงาน ด้วยขนาดงานที่มีขนาดใหญ่ จึงต้องวางแผนเรื่องเวลาให้ดีและเหมาะสม

## 3.2 กระบวนการสร้างงาน

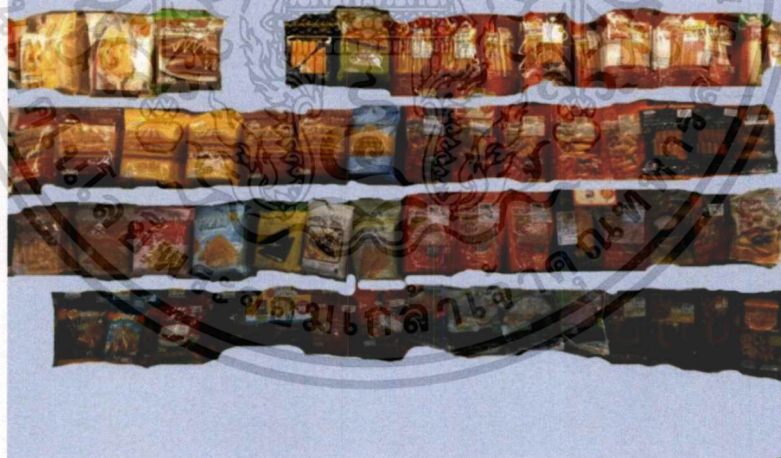
### 3.2.1 ข้าพเจ้าหาชั้นวางสินค้าตามหมวดหมู่ต่างๆและมีการจัดวางที่น่าสนใจ

### 3.2.2 ลงมือถ่ายชั้นวางสินค้าเหล่านั้น



ภาพที่ 3.2.2 ภาพถ่ายต้นแบบ

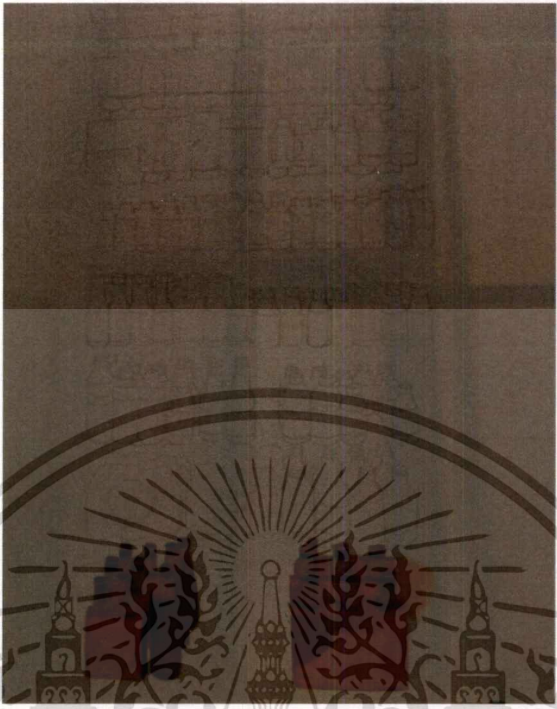
### 3.2.3 นำภาพที่ถ่ายมาตัดบริบทออกโดยการพิมพ์ มาแล้วใช้กระดาษลอกลายคัดลอกเพียงแต่โครงสร้างของสินค้าไปเท่านั้น แสกนลงคอมพิวเตอร์



ภาพที่ 3.2.3 ตัดบริบทของสินค้าออก

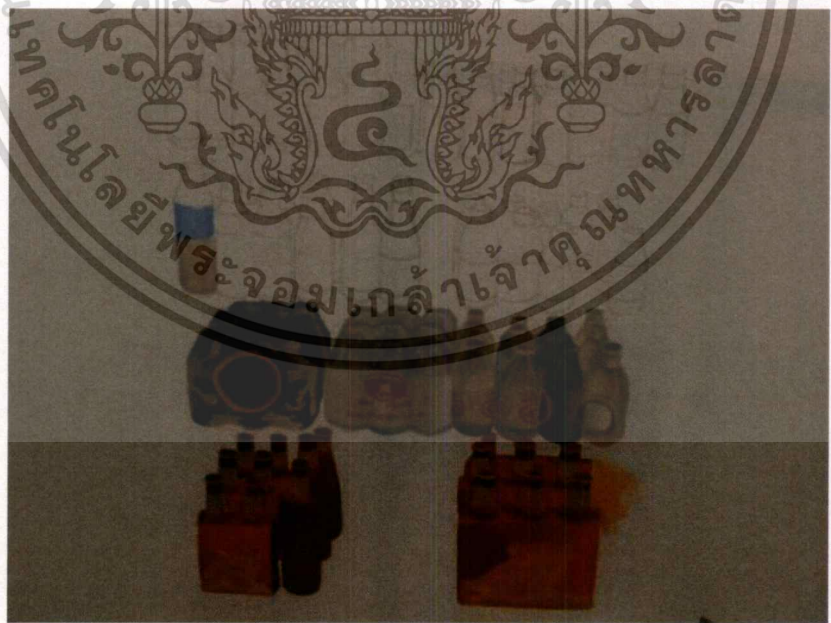
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.4 รายงานโดยการฉายโปรเจกเตอร์



ภาพที่ 3.2.4 รำภาพลงเฟรม

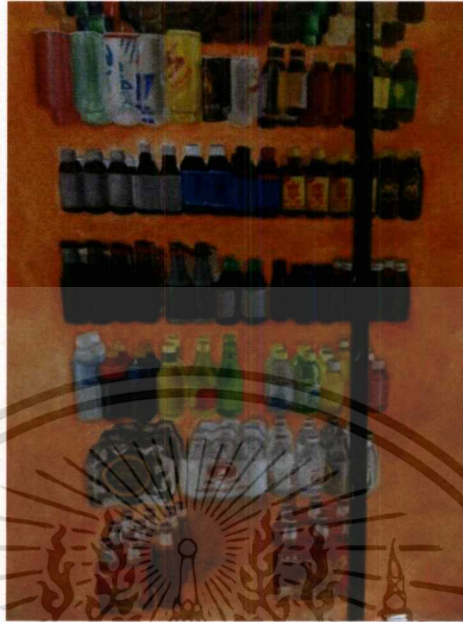
3.2.5 ลงสีชั้นแรก



ภาพที่ 3.2.5 ลงสีชั้นแรก

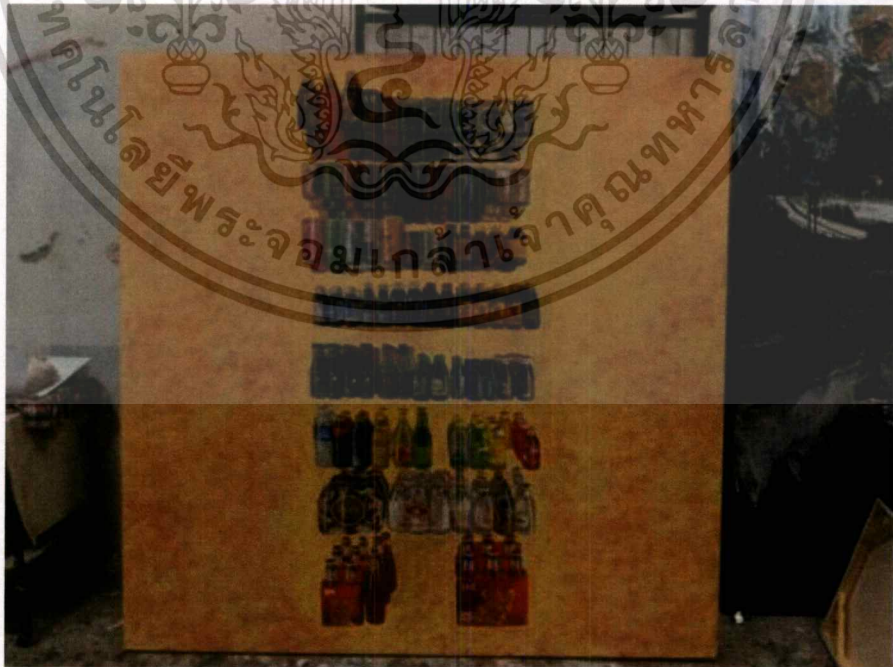
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.2.6 ลงสีชั้นที่สอง



ภาพที่ 3.2.6 ลงสีชั้นที่สอง

### 3.2.7 เก็บรายละเอียดชิ้นงาน



ภาพที่ 3.2.7 เก็บรายละเอียดชิ้นงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

# วิเคราะห์การสร้างสรรค์

ผลงานของข้าพเจ้านั้นเป็นศิลปะในรูปแบบ Pop Art ซึ่งจะเป็นการซ้ำเพื่อทำให้เกิด ความลึกในบทนี้ ข้าพเจ้าจะวิเคราะห์แต่ละทัศนธาตุการจัดองค์ประกอบศิลป์ และข้าพเจ้าได้สร้างต้นแบบโดยการใช้ ตัว สีน้า มาใช้เพราะเป็นสิ่งที่พบเจอกันอยู่ทุกวันสินค้าน้าเหล่านี้มีบทบาทในชีวิตประจำวันของเราแบบ ปฏิเสธไม่ได้

### 4.1 วิเคราะห์ผลงานโดยรวม

งานของข้าพเจ้านั้นจะเป็นการใช้รูปแบบ Pop art ซึ่งจะเป็นการซ้ำเพื่อทำให้เกิดความลึก และได้ เลือกใช้ สีน้ามาเป็นต้นแบบเพื่อให้ตอบ โจทย์กับวัตถุประสงค์ที่ข้าพเจ้าพูดถึง เรื่องบริ โภค นิยมอยู่แล้ว

#### 4.1.1 เรื่องราว (Subject)

ข้าพเจ้าได้ถ่ายทอดความรู้สึกลงไปในงาน โดยใช้จิตรกรรมเป็นตัวกลางเพื่อนำเสนอ เนื้อหาไป เป็นสิ่งที่ผู้คนพบเจอในปัจจุบัน การซื้อสินค้าน้าในร้านสะดวกซื้อ

#### 4.1.2 เนื้อหา (Content)

ในงานของข้าพเจ้าพูดถึงการซื้อสินค้าน้าที่การเลือกแบรนด์สินค้าน้าของผู้คน พฤติกรรม บริ โภคนิยมที่มีให้เห็นอยู่รอบตัวทำให้ข้าพเจ้าเกิดประเด็นสร้างงานชุดนี้ขึ้นมา

#### 4.1.3 การแสดงออก (Expression)

ผลงานศิลปนิพนธ์ชุดนี้ มีการแสดงออกทาง จิตรกรรม เพื่อให้ผู้ชมรับรู้ถึงความงาม ของจิตรกรรม และต้นแบบที่ข้าพเจ้าใช้ เป็นสินค้าน้า ที่ได้มาจากร้านสะดวกซื้อต่างๆ ที่ผู้มาชม งานมีประสบการณ์ร่วม อยู่แล้ว.

### 4.2 ผลงาน

#### 4.2.1 ภาพร่างที่ 1

##### 4.2.1.1 เส้น (Lines)

เส้นในงานชิ้นนี้เป็นเส้นที่นำสายตาไปสู่ความลึกที่เกิดจากการวางเรียงของต้นแบบที่เป็นสินค้าน้า

##### 4.2.1.2 รูปทรง (Forms)

รูปทรงเป็นชั้นวางสินค้าน้าในร้านสะดวกซื้อแต่ข้าพเจ้าตัดบริบทของสินค้าน้าออก ทำให้เกิดการรับรู้ใหม่ที่ สินค้านั้นลอยอยู่บนพื้นที่

##### 4.2.1.3 พื้นผิว (Textures)

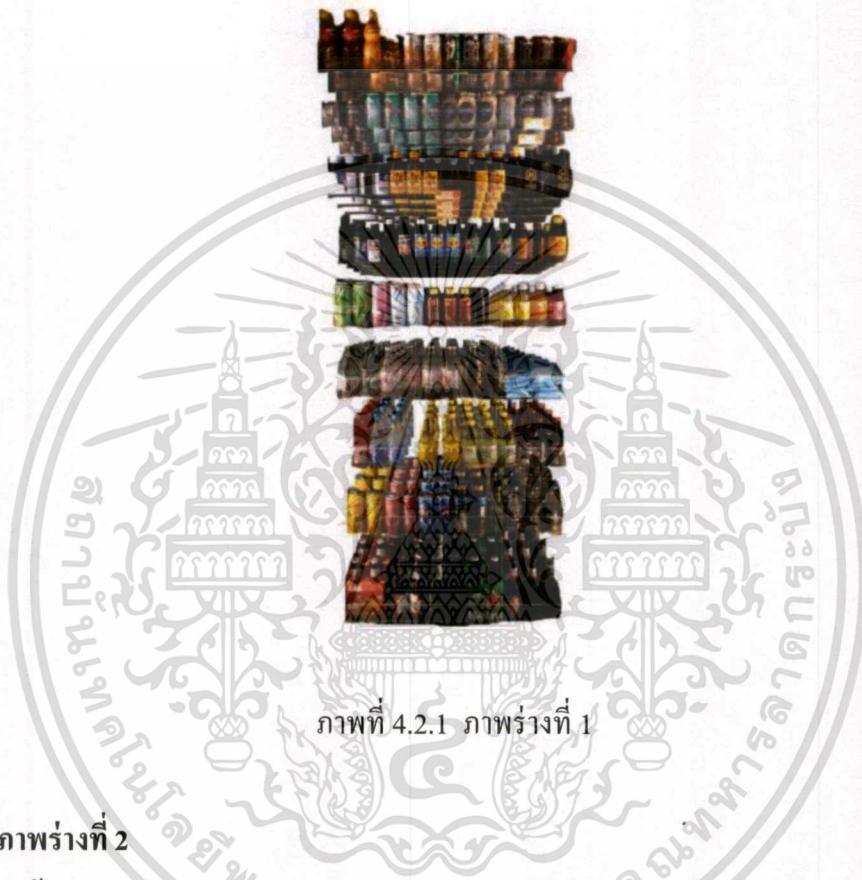
ผิวในงานของข้าพเจ้า เนื่องจากข้าพเจ้าใช้เทคนิคเหมือนจริงจึงต้องทำให้ผิวนั้น ไกล่เคียงของจริงมากที่สุด เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.2.1.4 น้ำหนัก (Volume)

น้ำหนักในงานของข้าพเจ้าได้เรียนแบบน้ำหนักจริง บรรยากาศจริงที่ได้มาจากการจัดแสงในร้านสะดวกซื้อเพื่อการค้า

#### 4.2.1.5 ที่ว่าง (Space)

พื้นที่ว่างในงานของข้าพเจ้าได้ใส่สีของหลอดไฟนีออนลงไปและเป็นสีที่ใช้ในร้านสะดวกซื้อ



ภาพที่ 4.2.1 ภาพร่างที่ 1

#### 4.2.2 ภาพร่างที่ 2

##### 4.2.2.1 เส้น (Lines)

เส้นในงานชิ้นนี้เป็นเส้นที่นำสายตาไปสู่ความลึกที่เกิดจากการวางเรียงของต้นแบบที่เป็นสินค้า

##### 4.2.2.2 รูปทรง (Forms)

รูปทรงเป็นชั้นวางสินค้าในร้านสะดวกซื้อแต่ข้าพเจ้าตัดบริบทของสินค้าออก ทำให้เกิดการรับรู้ใหม่ที่สินค้านั้นลอยอยู่บนพื้นที่

##### 4.2.2.3 พื้นผิว (Textures)

ผิวในงานของข้าพเจ้า เนื่องจากข้าพเจ้าใช้เทคนิคเหมือนจริงจึงต้องทำให้ผิวนั้น ไกล่เคียงของจริงมากที่สุด

##### 4.2.2.4 น้ำหนัก (Volume)

น้ำหนักในงานของข้าพเจ้าได้เรียนแบบน้ำหนักจริง บรรยากาศจริงที่ได้มาจากการจัดแสงในร้านสะดวกซื้อเพื่อการค้า

##### 4.2.2.5 ที่ว่าง (Space)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พื้นที่ว่างในงานของข้าพเจ้าได้ใส่สีของหลอดไฟนีออนลงไปและเป็นสีที่ใช้ในร้านสะดวกซื้อ



ภาพที่ 4.2.2 ภาพร่างที่ 2

### 4.2.3 ภาพร่างที่ 3

#### 4.2.3.1 เส้น (Lines)

เส้นในงานชิ้นนี้เป็นเส้นที่นำสายตาไปสู่ความลึกที่เกิดจากการวางเรียงของต้นแบบที่เป็นสินค้า

#### 4.2.3.2 รูปทรง (Forms)

รูปทรงเป็นชั้นวางสินค้าในร้านสะดวกซื้อแต่ข้าพเจ้าตัดบริบทของสินค้าออก ทำให้เกิดการรับรู้ใหม่ที่สินค้านั้นร่อยอยู่บนพื้นที่

#### 4.2.3.3 พื้นผิว (Textures)

ผิวในงานของข้าพเจ้า เนื่องจากข้าพเจ้าใช้เทคนิคเหมือนจริงจึงต้องทำให้ผิวนั้น โกล้เคียงของจริงมากที่สุด

#### 4.2.3.4 น้ำหนัก (Volume)

น้ำหนักในงานของข้าพเจ้าได้เรียนแบบน้ำหนักจริง บรรยากาศจริงที่ได้มาจากการจัดแสงในร้านสะดวกซื้อเพื่อการค้า

#### 4.2.3.5 ที่ว่าง (Space)

พื้นที่ว่างในงานของข้าพเจ้าได้ใส่สีของหลอดไฟนีออนลงไปและเป็นสีที่ใช้ในร้านสะดวกซื้อ



ภาพที่ 4.2.3 ภาพร่างที่ 3

#### 4.3 วิเคราะห์การจัดองค์ประกอบศิลป์

องค์ประกอบศิลป์ของข้าพเจ้านั้นเป็นในลักษณะ perspective ลึกลงไป โดยการซ้ำ รูปทรงของสินค้า มีความเป็น Pop art ข้าพเจ้าจะพูดถึงความเป็นอุตสาหกรรม การผลิตซ้ำจำนวนมากๆจึงเลือกวิธีนี้มาใช้ในงาน



ภาพที่ 4.3 องค์ประกอบศิลป์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.3.1 ความกลมกลืน (Harmony)

ข้าพเจ้ามองเห็นสินค้าในงานของข้าพเจ้าดูวางอย่างกลมกลืนด้วยภาพจำของผู้คนที่พบเห็นกันอยู่ ชินตาว่าสินค้าเหล่านี้ได้อยู่ในตู้เย็นหรือชั้นวางสินค้าในร้านสะดวกซื้อ เพียงแต่ในงานของข้าพเจ้าสินค้าเหล่านี้มันลอยอยู่

#### 4.3.2 ความหลากหลาย (Variety)

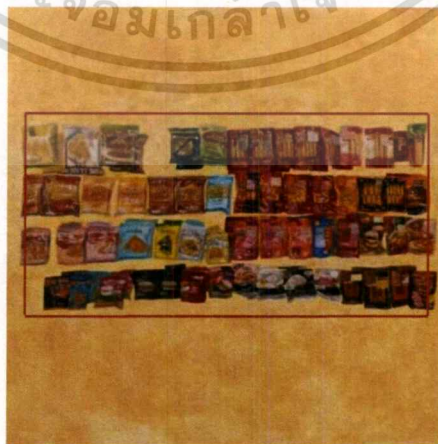
ความหลากหลายในยี่ห้อสินค้าในงานของข้าพเจ้าบ่งบอกเป็นอย่างดีที่จะพูดถึงในเรื่อง ความบริโภคของคนในปัจจุบัน



ภาพที่ 4.3.2 ความหลากหลาย

#### 4.3.3 ความสมดุล (Balance)

การจัดวางองค์ประกอบของข้าพเจ้าได้มาจากชั้นวางสินค้าในร้านสะดวกซื้อหรือแม่กระถางในตู้เย็นที่เรานั้น เลือกรูปทรงที่เป็นสินค้า องค์ประกอบเหล่านี้ถูกสร้างขึ้นจากการเรียงสินค้า ประกอบกันเป็นความลึก ขึ้นมา



ภาพที่ 4.3.3 ความสมดุล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.3.4 สัดส่วน (Proportion)

การเลือกขนาดเฟรมในงานของข้าพเจ้านั้นเป็นสีเหลี่ยมจัตุรัส เพื่อให้รู้สึกเหมือนมีกรอบในการซื้อสินค้าขาดความอิสระ เพราะสินค้าที่วางขายนั้น ถูกจัดวางแบบมีชั้นเชิงทำให้เรานั้นเหมือนโดนบังคับทำให้เราต้องเปลี่ยนยี่ห้อให้เลือกซื้อบ้างตามการจัดวางของร้านสะดวกซื้ออื่นๆ

#### 4.3.5 ความเด่น (Dominance)

ความเด่นของสินค้าในงานของข้าพเจ้านั้นขึ้นอยู่กับผู้ชมว่าจะมีความคุ้นชินสินค้ายี่ห้อไหนมากที่สุด ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีประสบการณ์ร่วมผ่านมากันยังไง



ภาพที่ 4.3.5 ความเด่น

#### 4.3.6 ความเคลื่อนไหว (Movement)

ไม่มีความเคลื่อนไหวในงานของข้าพเจ้าเพราะสินค้าเหล่านี้ถูกวางโชว์เพื่อรอคนมาซื้อไป อุปโภค บริโภค.

# บทที่ 5

## บทสรุป

การสร้างสรรคผลงานศิลปะนิพนธ์ชุด “การซ้ำและช่องว่าง” ข้าพเจ้าได้มุ่งเน้นรูปแบบของเนื้อหาสาระมาแสดงออกตามวิธีคิดแบบ Pop Art ที่ข้าพเจ้าได้ศึกษา รวมทั้งอิทธิพลจากสภาพแวดล้อม ชีวิตความเป็นอยู่ปัจจุบันซึ่งมาจากประสบการณ์ทั้งการพบเห็นและสัมผัสการมีส่วนร่วมกับสถานที่จริงนั้นคือ ร้านสะดวกซื้อ ซึ่งเป็นที่ที่ผู้คนได้เลือกซื้อของมาบริโภค อุปโภค ในนั้นได้มีการจัดวางสินค้า อียากมีหลักการ และชั้นเชิง และพูดถึงความเป็นอุตสาหกรรมการผลิตซ้ำเป็นจำนวนมากๆ ให้พอกับความต้องการของผู้คนที่มาซื้อ จึงบอกผ่านเรื่องราวเหล่านี้ผ่านวิธีการทางจิตรกรรม ความเป็นบริโภคนิยมที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้มีอยู่หลายรูปแบบต่างกัน ไปมิให้เห็นอยู่ทั่วไปซึ่งการที่ข้าพเจ้าทำงานชิ้นนี้ขึ้นมา เพื่อสื่อถึง ความเป็นหุ่นนิ่ง ที่อยู่ในระบบการค้าขาย หรือสินค้าที่เราคุ้นชินกับมันอยู่บ่อยๆ รวมไปถึงระบบการผลิตซ้ำ ของสินค้าเพื่อนำมาวางขาย

ปัญหาและอุปสรรคที่ข้าพเจ้าพบในการทำงานศิลปะนิพนธ์ชุดนี้คือ สภาพแวดล้อมบรรยากาศและปัจจัยในการทำงานเรื่องสีและอุปกรณ์ต่างๆที่ทำให้เกิดอุปสรรคเล็กน้อยในการทำงานศิลปะนิพนธ์ในผลงานทั้งสามชิ้นนี้ข้าพเจ้าต้องการให้ผู้ชมได้เกิดความรู้สึกร่วมจากภาพจินตนาการที่เห็นการจัดเรียงของสินค้าภายในงานของข้าพเจ้า ทำให้ข้าพเจ้ารู้สึกถึงความงามจิตรกรรมบนผืนผ้าใบของข้าพเจ้า

## เอกสารอ้างอิง

เว็บบไซต์ คม ชัด ลึก ข่าวการเมือง สังคมวัฒนธรรม(ออนไลน์).เข้าถึงได้จาก :

<http://www.komchadluek.net/news/politic/133616> (วันค้นข้อมูล : 23 มีนาคม 2561)

อนุศาสตร์ สระทองเวียน นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก:

[http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/july\\_sep\\_10/pdf/aw21.pdf](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/july_sep_10/pdf/aw21.pdf)

(วันค้นข้อมูล : 22 มีนาคม 2561)

Daniel Rich ประวัติ (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

<http://www.danielrich.net/> (วันค้นข้อมูล 22 มีนาคม 2561)

Olafur Eliasson (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก :

[https://en.wikipedia.org/wiki/Olafur\\_Eliasson](https://en.wikipedia.org/wiki/Olafur_Eliasson) (วันค้นข้อมูล 22 มีนาคม 2561)





ภาพผลงานศิลปะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



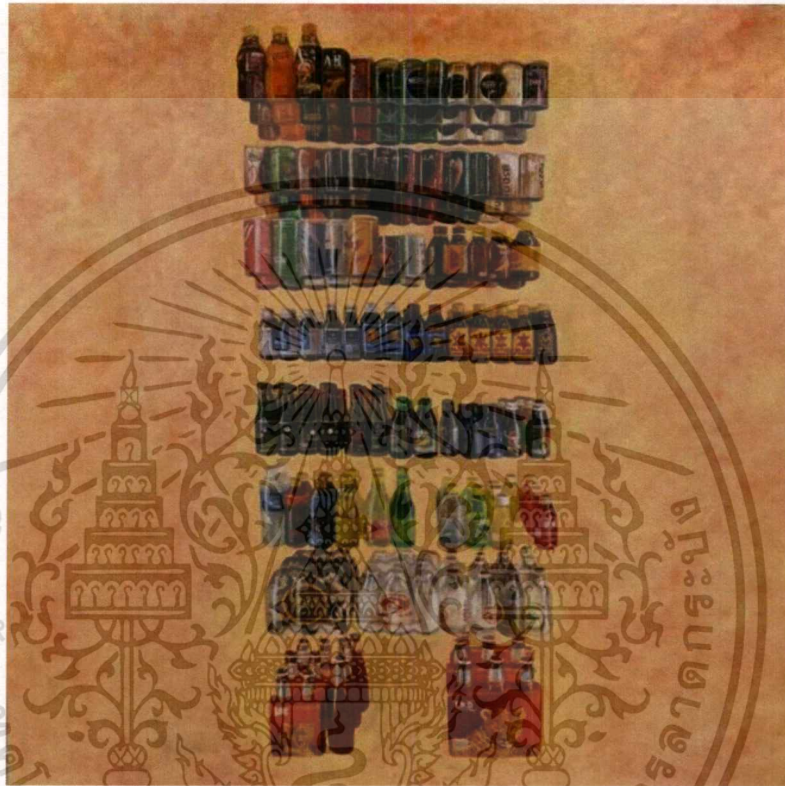
ชื่อผลงาน Gap and Pattern No. 1

เทคนิค จิตรกรรม สีน้ำมันบนผ้าใบ

ขนาด 180 x 180

ปี 2561

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

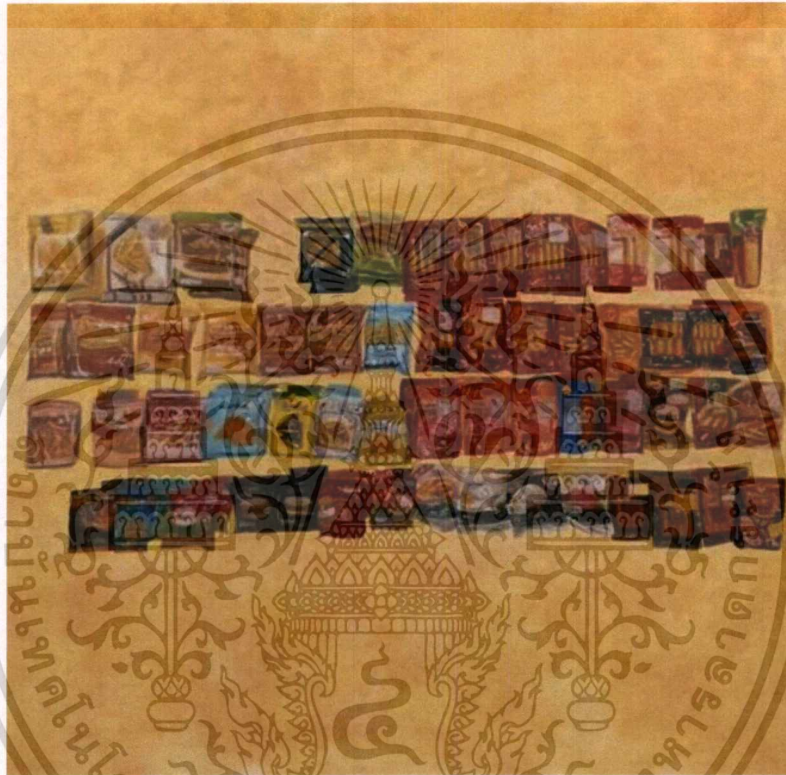


ชื่อผลงาน Gap and Pattern No. 2

เทคนิค จิตรกรรม สีน้ำมันบนผ้าใบ

ขนาด 180 x 180

ปี 2561



ชื่อผลงาน Gap and Pattern No. 3

เทคนิค จิตรกรรม สีน้ำมันบนผ้าใบ

ขนาด 180 x 180

ปี 2561

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายปิยะบุตร ลิ้มจันทร์ประภาพ  
วัน เดือน ปี เกิด 23 กันยายน 2538  
ที่อยู่ 2088 แขวงบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพฯ 10150  
ประวัติการศึกษา 2555 โรงเรียน ศึกษานารีวิทยา จบ มัธยมศึกษา ตอนต้น  
2558 โรงเรียน ศึกษานารีวิทยา จบ มัธยมศึกษา ตอนปลาย  
2560 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง คณะ  
สถาปัตยกรรม สาขาวิชา วิชาศิลป  
เกียรติประวัติ แสดงงาน Art Thesis Exhibition “PI-R2” ที่G23 Gallery สถานที่จัด  
แสดงผลงาน โถงชั้น 1 และชั้น3 อาคารนวัตกรรม ศ.ดร.สาโรช บัวศรี  
(400ล้าน)

