



ศิลปะข้างถนนการแสดงออกบนพื้นที่สาธารณะ : ต่อเหตุการณ์สำคัญในสังคม

Street Art Expression in Public Sphere : Important Social Circumstance

ไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ¹
Chaiyasit Chanarwut

บทนำ

สภาวะสมัยใหม่ (Modernity) ถือได้ว่าเป็นตัวจักรสำคัญได้นำพาความหลากหลายทางวัฒนธรรมซึ่งก่อให้เกิดการสร้างสังคมที่มีความทันสมัย ทั้งในเชิงโครงสร้าง ความเชื่อ และทัศนคติ ตลอดจนเป็นตัวการในการบริหารและจัดการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ส่งผลทำให้เกิดความหลากหลายกลายเป็น “ความหลากหลายทางวัฒนธรรม” เกิดการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เข้ามามีบทบาทกับมนุษย์ในสังคมปัจจุบัน ด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยีต่างๆ ทำให้มนุษย์ที่อยู่ห่างไกลกัน มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันสามารถทำการสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น (พัชราภา เอื้ออมรวิช, 2559 : 80) นอกจากนี้การปราศจากการผูกขาดทางวัฒนธรรม จึงเป็นกรอบคิดที่สอดคล้องกับระบอบเสรีประชาธิปไตยที่ประชาชนมีสิทธิเสรีในการแสดงออก (Expression) ภายใต้อำนาจรัฐ คนในยุคต่างๆ เกิดการหลอหลอมในยุคสมัยที่เปลี่ยนไปทั้งปัจจัยในด้านบุคลิกลักษณะด้านความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว และด้านค่านิยม (ปรารภณา ศรณวัตร และประจวบ เพิ่มสุวรรณ, 2557 : 49) ซึ่งในการแสดงออกนั้นมีอยู่หลายทางวัฒนธรรมที่เต็มไปด้วยความเห็นต่างจึงเป็นเรื่องปกติธรรมดาที่จะมีการแสดงออกในเชิงมีส่วนร่วม การแสดงออกในเชิงต่อต้านและขัดแย้ง เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของสังคมผ่านหลากหลายช่องทาง ศิลปะ (Art) ถือได้ว่าเป็นช่องทางในการแสดงออกรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการคิดค้นของมนุษย์ โดยใช้ สี เส้น รูปร่าง รูปทรง ผ่านวัตถุรองรับที่เรียกว่า สื่อ (Medium) ที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไปประกอบกับสังคมที่มีวิวัฒนาการอย่างไม่เคยหยุดนิ่งจึงทำให้รูปร่างหน้าตาของตัวสื่อเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังที่วอลเตอร์ เบ็นจามิน (Walter Benjamin) ได้ให้แนวคิดไว้ซึ่งได้กล่าวอ้างถึงในหนังสือ สายธารแห่งนักคิด ทฤษฎีเศรษฐกิจศาสตร์การเมืองและสื่อสารการศึกษาศึกษา ที่เขียนโดยกาญจนา แก้วเทพ และ

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรการสร้างสรรค์ศิลปะดิจิทัล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
e-mail : dayframe2010@gmail.com



สมสุข หินวิมาน (2551 : 289-291) ให้ความหมาย "ชีวิตประจำวัน" (Daily life) ซึ่งสนใจในเรื่องชีวิตประจำวัน ที่เป็นแบบธรรมดาๆ ที่เขาใช้ชีวิตอยู่จริงๆ การศึกษาชีวิตประจำวันที่แสนจะธรรมดาของผู้คนเหล่านั้น รวมทั้งดูวิถีการใช้ชีวิตของพวกเขาที่สัมพันธ์กับสิ่งของที่ดูธรรมดาๆ ต่างๆ เช่น สิ่งที่เราพบเจอบนท้องถนน ศิลปะที่ชม เสื้อผ้าที่สวมใส่ สิ่งของอุปกรณ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันละครหรือภาพยนตร์ที่ชม ดนตรีที่กลุ่มคนพวกนั้นชอบฟัง การเก็บของสะสมต่างๆ ฯลฯ จากสิ่งที่เป็นธรรมดาเหล่านี้ หากพลิกดูข้างในก็จะมองเห็นโครงร่างของวัฒนธรรม และสังคมสมัยใหม่ของวิถีชีวิตในรูปแบบนั้นๆ เป็นจามินเห็นว่าวัฒนธรรมการบริโภคของระบบทุนนิยมนั้นได้เข้ามาเกี่ยวข้องในเรื่องของแฟชั่น การขยายตัวของรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) การสื่อสารโดยมีวัฒนธรรมมวลชน/วัฒนธรรมสมัยนิยม (Mass / Popular Culture) เป็นตัวจักรสำคัญ

ผู้เขียนได้มองเห็นถึงความสัมพันธ์ของกลไกทางสังคมในหลายประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันในหลายศาสตร์อย่างหลากหลายมิติ อันได้แก่ มนุษยวิทยา สังคมวิทยา การเมืองและวัฒนธรรม ที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปะข้างถนนที่ได้แสดงออกถึงบนกำแพง พื้นที่สาธารณะ แทรกซึมแทรกแซงกระทบชีวิตผู้คนทั้งในพื้นที่เมืองและชนบทที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ทั้งนี้เพราะการปฏิวัติของเทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคมยุคใหม่ เช่น โทรศัพท์ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น ผ่านวัฒนธรรม ประชาชนนิยม (Popular Culture) จึงมีลักษณะของการเป็นวัฒนธรรมลูกผสม (Hybridity) ทั้งในด้านวัฒนธรรม เทคโนโลยี เนื้อหา สุนทรียะ การเมือง จึงถือว่าเป็นวัฒนธรรมข้ามพรมแดนที่ได้มีแหล่งกำเนิดจากที่เดียวที่ดำรงอยู่กับคนไทยในสังคม ซึ่งได้ทำหน้าที่บันทึกเหตุการณ์ที่สำคัญทางสังคมไว้อย่างตรงไปตรงมาในจิตของคนทั่วไป ชาวบ้าน ช่างฝีมือไม่มีการปรุงแต่งหัวข้อข่าวให้น่าสนใจเกินจริงแต่อย่างใด แต่กลับสามารถเข้าถึงประชาชนได้เร็ว ยอมรับง่าย เสพง่ายกว่าศิลปะประเภทอื่นที่จะต้องใช้พื้นฐานทางกายภาพและความคิด สมาธิในการที่พยายามที่จะเข้าใจในตัวงานศิลปะ จึงเป็นประโยชน์ในการพัฒนาศิลปะแขนงอื่นๆ ให้สามารถเข้าถึงประชาชนได้ง่ายขึ้นในการสื่อสารกระจายข้อมูลไปสู่วงกว้าง ในเหตุการณ์สำคัญในสังคมที่กล่าวถึงกันอยู่ในยุคที่สื่อในสังคมปัจจุบัน ซึ่งเต็มไปด้วยการแข่งขัน และแย่งชิงพื้นที่ทางความคิด ความทรงจำ เพื่อสร้างการยอมรับและไว้วางใจจากผู้บริโภคในสังคมปัจจุบัน

ศิลปะข้างถนนกับเหตุการณ์สำคัญในสังคม

ศิลปะข้างถนน (Street Art) เป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อย อีกประเภทหนึ่งซึ่งมีรูปแบบวิถีที่แตกต่างออกไปจากศิลปะประเภทอื่นๆ ในการสร้างสรรค์งานศิลปะบนพื้นที่สาธารณะอย่างมีความหมาย ไม่ว่าจะเป็น การแสดงออก สำนึก รสนิยม ความสัมพันธ์ ระบบค่านิยม และความเชื่อรวมไปถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต (ไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ และพัชรภา อี้ออมรวนิช, 2558 : 4) และ Michael Brake (1990 อ้างถึงในกอบชัย ศักดาวงศ์ศิริมิล, 2552 : 13) ยังได้อธิบายว่า ลักษณะโดยทั่วไป

4. Character ตัวละคร หรือตัวการ์ตูน เป็นตัวละครที่ศิลปินสร้างสรรค์ขึ้น จากเรื่องราวที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวเองจากอดีต หรือปัจจุบัน ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของตน โดยจะเพิ่มเติมความซ้ำซ้อน ตลก และความน่ารักลงไป เพื่อสร้างการจดจำแก่ผู้พบเห็น

5. Sticker เป็นการต่อยอดพัฒนาจากการสร้างสรรค์ Character เมื่อศิลปินสร้างตัวละครของตนเป็นที่จดจำ จึงนำมาออกแบบเป็นสติ๊กเกอร์ใช้ในการติดในพื้นที่ที่ไม่สะดวกในการ Tag และแลกเปลี่ยนกันในกลุ่ม หรือเมื่อพบเจอกันในงานต่างๆ

6. Poster เป็นการทำงานมาก่อนล่วงหน้าจากที่อื่นบนกระดาษที่มีคุณสมบัติบางเบา เพื่อต่อการเคลื่อนย้ายที่ ส่วนใหญ่เป็นสีเดียวหรือสองสีแล้วนำมาติดตามพื้นที่สาธารณะ โดยใช้กาวแปะเปียก ซึ่งจะทำให้ผลงานติดแนบไปกับพื้นผิวแบบสนิทเป็นเนื้อเดียวหลุดออกได้ยาก

7. Production คือ การรวมตัวกันของศิลปินภายในกลุ่มเดียวกัน หรือข้ามกลุ่มที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกันมาร่วมกันสร้างผลงานในพื้นที่ขนาดใหญ่ เพื่อสร้างความงามให้กับพื้นที่หรือปรับพื้นที่รกร้างให้สวยงามขึ้นภายใต้โจทย์ที่กำหนดขึ้น หรือการจัดกิจกรรมของกลุ่มผู้จัดขนาดใหญ่ เพื่อต้องการที่จะร่วม หรือสร้างกลุ่มศิลปินข้างถนนให้มีความกว้างขวางขึ้นทั้งภายในประเทศไทยและต่างประเทศ

8. Painting ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ศิลปินทุกคนต้องเริ่มจากการร่างภาพ สร้างแบบสเก็ตจากดินสอ ปากกา และใช้พู่กัน หรือแปรงทาสี เป็นการทำงานศิลปะขั้นพื้นฐานในกระดาษที่ถูกขยายขนาดให้ใหญ่ขึ้น ง่ายต่อการทำงาน เก็บรายละเอียดต่างๆ และควบคุมการทำงานได้ดี เป็นสายการทำงานศิลปะข้างถนนที่กว้างและมีเทคนิคที่หลากหลายขึ้น

9. Pieces มาจากคำว่า Master Pieces ซึ่งให้ความหมายถึงผลงานชิ้นที่โดดเด่นในการพัฒนางานในรูปแบบของ Hip Hop Graffiti เนื่องจากมีการประดิษฐ์ประดิษฐ์ และประณีต ตัวอักษรหรือตัวละครที่ใช้เป็นองค์ประกอบในผลงานมากขึ้นเป็นพิเศษ ในทางเทคนิค เช่น ใช้หัวพ่นเส้นเล็กบางๆ (Fat Cap) ให้ความสวยงามที่หลากหลายขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าศิลปินกราฟฟิตี้ไทยได้มีความคิดริเริ่มที่จะนำตัวอักษรภาษาไทยมาสร้างสรรค์เป็นงานศิลปะข้างถนนที่มีขนาดใหญ่และประยุกต์รูปแบบให้ทันสมัยขึ้นไปจนถึงการนำชื่อภาษาไทยมาใช้ในการ Tag ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการจงใจที่จะนำเสนอความเป็นไทยสอดแทรกเข้าไปในตัววัฒนธรรมให้ความเป็นไทยมีความทันสมัยขึ้น

ในงานวิจัยของไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ และพัชราภา เอื้ออมรวิช (2558 : 209-215) ได้อ้างถึงพื้นที่สาธารณะที่มีความสอดคล้องกับงานของเกษม เพ็ญภินันท์ (2552 : 44-45) ที่กล่าวถึงทัศนะของเจอร์เก้น ฮาเบอร์มาส (Jurgen Habermas) ในหนังสือ The Structural transformation of the Public Sphere ไว้ว่า ปริมาณพลสาธารณะนั้นไม่ได้ถูกจำกัดความหมายอยู่กับพื้นที่ในเชิงกายภาพเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงพื้นที่ทางสังคมที่มนุษย์ในประชาคมนั้นมารวมตัวกันแสดงออกทั้งทางความคิดเห็นและทัศนะวิจารณ์ต่อสังคมที่ตนเองอยู่ในฐานะเป็นสมาชิกคนหนึ่งซึ่งมีสิทธิเท่าเทียมกัน

ในสังคมผ่านปริมณฑลสาธารณะ เพื่อที่จะต้องการใช้เหตุผล (Rationality) แสดงออกทางอำนาจ (Power) มาตั้งคำถาม ทำทนายผู้ถืออำนาจ ไม่ว่าจะจะเป็นนักการเมือง ทหาร ตำรวจ ครูกิจอุบิภาค บริโภคยักษ์ใหญ่ที่ครองตลาดไปจนถึงอำนาจรัฐ ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมในพื้นที่สาธารณะ ของปัจเจกและกลุ่มนี้เอง มีความสอดคล้องกับ Hebdige (1998 อ้างถึงในรัตนนา โตสกุล, 2548 : 50-51) ในเรื่องวัฒนธรรมย่อย (Sub Culture) ที่การรวมกลุ่มของกลุ่มที่มีความเฉพาะ และแสดงออกซึ่ง การสื่อสารผ่านรูปแบบเฉพาะของตนในสไตล์ที่ไม่ต่างไปมากจากมวลชน ซึ่งเป็นวิถีทางเดียว ที่จะฟื้นฟู ความมีชีวิตชีวาในโลกแห่งความเป็นจริง (Lifeworld) ให้มวลชนรู้จักตื่นคิดผ่าน ปฏิบัติการของการสื่อสาร (Communication Action) คือ ศิลปินข้างถนนต้องการบอกกล่าว ให้ผู้ผ่านพบผลงานของตนเองบังเกิดความเข้าใจในข้อความหรือเนื้อหาบางอย่าง (Cognition Communication) แต่ทั้งนี้ปัจจัยในการสื่อสารนั้นเป็นไปทางเดียว คือ ตัวศิลปินได้สร้างผลงาน ทิ้งไว้ตามตึกร้าง ข้างถนน สมบัติสาธารณะของรัฐ รอการมาพบเจอของผู้สัญจร ซึ่งล้วนแล้ว แต่จะตีความตามพื้นความรู้และประสบการณ์ของผู้พบเห็น เป็นการรับสารแบบปลายเปิด ที่ไม่มีคำตอบ หรือเฉลยที่ชัดเจน เนื่องจากเจ้าของผลงานไม่ได้นำเสนอหรือบอกเล่าแนวคิดของ การทำงาน แต่ศิลปินข้างถนนในฐานะผู้ส่งสารก็คาดหวังให้ผู้ผ่านไปมาได้รับรู้ แต่ไม่ได้คาดหวัง ในการตีความหมายตรงกันร้อยเปอร์เซ็นต์ (Interaction Communication) ทั้งนี้การแสดงออก บนพื้นที่สาธารณะของศิลปินข้างถนนผ่านรูปร่าง รูปทรง สี สัน แสงเงา โดยปัจเจกบุคคล หรือการรวมกลุ่มเพื่อบอกกล่าวข่าวสารกับมวลชน ยังคงถูกนำเสนอจากอารมณ์ภายใน ที่ต้องการแสดงออกทางความรู้สึกออกมาให้ผู้รับสารได้รับรู้ (Expressive Communication) การแสดงออกดังกล่าว ได้เน้นย้ำถึงความเป็นพลเมืองที่มีอิสรภาพ เสรี ไม่ตกอยู่ภายใต้ การชักจูงของนายทุนภายใต้ระบบทุนนิยม เป็นการแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ในการใช้ศิลปะในฐานะ ความเป็นพลเมืองที่แตกต่างในฐานะ “พลเมือง”

จากการแสดงออกของศิลปะข้างถนนบนพื้นที่สาธารณะจึงได้แยกการอธิบายได้เป็น 2 ลักษณะ ข้อแรกคือ การอธิบายการใช้พื้นที่สาธารณะในเชิงภูมิศาสตร์ (Passive Geography) เป็นการอธิบายถึงพื้นที่ในเชิงกายภาพที่ศิลปินข้างถนนเลือกในการที่จะขีดเขียน หรือพ่นในสถานที่ หรือวัตถุที่เป็นสาธารณะสมบัติของชุมชนเมือง ได้แก่ กำแพงสวนสาธารณะ ป้ายรถโดยสาร ประจำทาง สะพานลอย ป้ายจราจร ป้ายบอกชื่อสถานที่ ตู้โทรศัพท์ ตู้เก็บสายไฟ และรั้วสังกะสี เป็นต้น

เนื่องจากเป็นจุดที่อยู่บนถนนสาธารณะมีคนผ่านไปมาเป็นประจำ สามารถมองเห็นผลงาน ของตนได้อย่างชัดเจน เพื่อแนะนำตนเองให้เป็นที่รู้จักกับศิลปินข้างถนนคนอื่นๆ และคนใน เนื่องจากไม่ถูกจำกัดเรื่องขนาดของพื้นที่และเวลาในการสร้างผลงาน อีกทั้งความถาวรของงาน ที่จะอยู่บนกำแพงในพื้นที่นั้นๆ และขึ้นอยู่กับความต้องการของพื้นที่ด้วย เช่น ศูนย์บริการรถยนต์ร้าง

ร้านอาหารร้าง บั๊มน้ำมันร้าง นอกจากนี้การวางแผนที่จะสร้างสรรค์งานของตนลงไปนั้น ศิลปินข้างถนนได้คำนึงถึงบริบทของพื้นที่เป็นสำคัญ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการสร้างสรรค์งานในการสะท้อนด้านอัตลักษณ์และเนื้อหาของตนเองออกมา ณ พื้นที่ตรงนั้น ซึ่งมีผลต่อการปรับแต่งรูปแบบร่างในแบบฉบับพลัน แสดงให้เห็นถึงความยืดหยุ่นในการสร้างสรรค์ผลงาน อีกทั้งบริบทพื้นที่รายล้อมทางกายภาพยังอาจเป็นส่วนหนึ่งของแรงบันดาลใจในการสร้างผลงานรวมถึงเทคนิคในตอนนั้น เพื่อให้งานมีความสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ กลมกลืน เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับพื้นที่

การใช้พื้นที่สาธารณะ คือ การใช้ในเชิง “พื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรม” (Social and Culture Space) ซึ่งได้ขยายพื้นที่ครอบคลุมไปถึงนัยยะต่อความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และการต่อต้านที่มีการปฏิสัมพันธ์กันในสังคมที่พื้นที่สาธารณะกลายเป็นเวทีต่อสู้ ได้เถียง ต่อบรอง และช่วงชิงความหมายผ่านการสร้างผลงานศิลปะข้างถนน สามารถสรุปได้เป็น 5 ด้านภายใต้การใช้พื้นที่สาธารณะในเชิงพื้นที่ทางสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ การท้าทายกฎหมาย การต่อสู้ประชาชนฝีมือ การต่อรองทางอำนาจ การกระตุ้นเตือนมวลชนและต่อต้านการบริโภคนิยม และเหตุการณ์สำคัญในสังคม (ไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ และพัชรภา เอื้ออมรวิธ, 2558 : 213)

ในประเด็นเหตุการณ์สำคัญในสังคม (Important Social Circumstance) กลุ่มศิลปินข้างถนน ยังมีการใช้พื้นที่สาธารณะมีส่วนร่วมในโอกาสสำคัญที่เป็นวาระพิเศษที่เกิดขึ้นในบริบทสังคมไทยและสากล เช่น ในประเพณีวันต่างๆ ผ่านการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะข้างถนน เช่น วันสงกรานต์ วันคริสต์มาส จนไปถึงการให้ความเคารพต่อพระเจ้าแผ่นดิน ดังตัวอย่างในภาพที่ 1 และ 2 หลังจากคนไทยทั่วประเทศต้องพบเจอกับการสูญเสียครั้งยิ่งใหญ่ เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 13 ตุลาคม พ.ศ. 2559 อันเนื่องมาจากพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศรรามาธิบดี จักรีนฤพดินทร สยามินทราธิราช บรมนาถบพิตร เสด็จสวรรคต ในฐานะองค์อัครศิลปินและพระมหากษัตริย์คุณในฐานะองค์อุปถัมภ์งานด้านศิลปวัฒนธรรมไทยในหลากหลายด้าน เพื่อเป็นการถวายความอาลัยและรำลึกในพระมหากษัตริย์คุณในหลวง รัชกาลที่ 9” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ “น้อมรำลึก องค์อัครศิลปิน” ที่มูลนิธิหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร จัดขึ้นเพื่อน้อมรำลึกพระอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช โดยศิลปิน 5 ท่านคือ คุณพัชรพล แดงรีน (Alex Face) คุณยุรี เกนสาคุณ คุณวิศุทธิ์ พรนิมิตร คุณรักกิจ ครอบาเวช และไก่เต็ม คุณกิตติพงษ์ คำสาตร์โดยศิลปินจะขึ้นรถเข็นวาดภาพบนผนังอาคารหอศิลป์กรุงเทพมหานคร ขนาด 10x25 เมตร บริเวณหน้าหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และภาพงานศิลปะข้างถนน ภาพที่ 3 เป็นประเภทของการสร้างผลงานที่มีการรวมกลุ่มกันของศิลปิน โดยใช้คำว่า ขอเป็นข้ารองพระบาททุกชาติไป ด้วยดวงใจไทยทั้งผอง เพื่อเป็นการแสดงถึงความจงรักภักดีและน้อมรำลึกถึงพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ณ จุดต่างๆ ทั่วกรุงเทพมหานคร



ภาพที่ 1 ภาพเขียนผนังอาคารโดย 5 ศิลปินร่วมสมัย คุณยุริ เกนดาคุณ คุณพัชรพล แต่งรีน (Alex Face) คุณวิศุทธิ์ พรนิมิตร คุณรักกิจ ควรรหาเวช และคุณกิตติพงษ์ คำศาสตร์ (โกเอ็ม) ในโครงการ “น้อมรำลึก องค์อัครศิลปิน” ที่หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ร่วมกับกรุงเทพมหานคร

ที่มา : <http://www.bacc.or.th/content/e-newsletter>



ภาพที่ 2 KING of THAILAND with Big Process !!! โดย BON Photo by #minimao

ที่มา : www.facebook.com/Bon.mue



ภาพที่ 3 ผลงานประเภท Production ของกลุ่มศิลปินที่ร่วมกันสร้างผลงานน้อมรำลึกถึงพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ณ จุดต่างๆทั่วกรุงเทพมหานคร

ที่มา : ภาพถ่ายโดยผู้เขียน

จากมุมมองทางทฤษฎีและแนวคิด การสถาปนาอุดมการณ์นำ (Hegemony) ของแอนโตนิโอ กรัมสซี (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2544 : 267) ใช้คำว่า “วัฒนธรรมประชาชน” (Popular culture) ในช่วงทศวรรษ 1970 เพื่อวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ที่พิจารณาว่า วัฒนธรรมประชาชนเป็น วัฒนธรรมของชนชั้นล่าง มีลักษณะทางวัฒนธรรมที่ไม่ได้เป็นผลิตผลของระบบทุนนิยมเท่านั้น แต่ได้ชี้ให้เห็นถึงการสอดแทรกทางอุดมการณ์ภายในขั้นตอน และการนำเสนอความหมายทางวัฒนธรรมก่อให้เกิดการเปิดกว้างในการบรรจุสร้างลักษณะของความเป็นพลเมือง (ซึ่งมิได้จำกัดความหมายเพียงพลเมืองของรัฐเท่านั้น) ที่ทุกคนสามารถเป็นหรือแสดงออก และเข้าใจต่อความเป็นพลเมืองในลักษณะนี้ ผ่านเรื่องสิทธิ เสรีภาพขั้นพื้นฐาน ศักดิ์ศรี และความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งทั้งหมดนี้รับรองค่านิยมพื้นฐานในเรื่องประชาธิปไตยที่ต่างคนต่างออกแบบการใช้ชีวิตของตนเองได้ ดังนั้นพวกเขาจึงสามารถเลือกแบบแผนการดำเนินชีวิตที่แต่ละคนต้องการได้ โดยมีความเป็นตัวตนหรือองค์ประธาน (Subject) ของตนเองแล้วย่อยลงมาสู่ระดับการดำเนินชีวิต โลกทัศน์ การเสพคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม หรือแม้กระทั่งความเป็นสมัยนิยมของการเกิดความรู้สึกร่วมกับการเชื่อมโยงเข้ากับพลเมืองเชิงวัฒนธรรม ก่อให้เกิดคุณูปการทางสังคม ดังต่อไปนี้ (เกษมเพ็ญภินันท์, 2552 : 83-84) การย่อยสลายเขตแดนระหว่างปริมนทลสาธารณะและปริมนทลส่วนตัว ซึ่งเปิดโอกาสให้ทุกคนต่างไม่แยกความเป็นสาธารณะออกจากความเป็นส่วนตัว ในขณะเดียวกันก็สามารถแสดงออกถึงความเป็นส่วนตัวผ่านพื้นที่สาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องแต่งกาย บุคลิกภาพทางเพศหรือเชื้อชาติ ไปจนถึงอารมณ์ร่วมต่อบุคคลและสังคม

เกษม เพ็ญภินันท์ (2552 : 29-31) ยังได้ยกข้อสรุปของจอห์น สโตเรย์ (John Storey) ถึงสาระที่ได้ถกเถียงกันว่า วัฒนธรรมไม่ได้เป็นอะไรที่เกิดขึ้นมาให้เราบริโภค วัฒนธรรม คือ อะไรที่เราสร้างขึ้นภายใต้ปฏิบัติการในระดับชีวิตประจำวัน การบริโภคเกี่ยวข้องกับการสร้างวัฒนธรรมด้วยเหตุนี้เอง วัฒนธรรมร่วมสมัยและกระแสบริโภคนิยมจึงสอดรับกันทั้งในระดับปรากฏการณ์ทางสังคมและเนื้อหาทางทฤษฎีให้นักวิชาการทางวัฒนธรรมศึกษา ได้ลากเส้นทางความคิดซึ่งผ่านแนวคิดสัญวิทยาในเรื่องการวิเคราะห์ความหมายและคุณค่าทางวัฒนธรรมแล้ว พวกเขายังได้ขับเคลื่อนประเด็นต่างๆ ให้แตกต่างหลากหลาย ภายใต้ลักษณะร่วมของวัฒนธรรมบริโภค และนัยยะทางวัฒนธรรมที่เผยตัวออกมาในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น อัตลักษณ์ วิถีชีวิต และรสนิยม เป็นต้น

บทสรุป

เพื่อให้บทความนี้ได้เนื้อหาและประเด็นด้านบริบทอย่างลึกซึ้ง ผู้เขียนจึงได้ใช้กรอบคิดในการกำหนดกรอบความสนใจในชีวิตประจำวันของเป็นจามิน ในเรื่อง“ชีวิตประจำวัน” (Daily life) เพื่อนำเสนอมุมมองที่ทันสมัยเป็นประโยชน์ในเชิงลึกยิ่งขึ้น ซึ่งจากกรณีศึกษาจะกล่าวได้ว่า ศิลปะข้างถนนเข้ามามีส่วนร่วมกับชีวิตกับคนไทยอย่างกลมกลืนทั้งที่รู้เท่าทันและไม่ทันระวังแต่เมื่อรู้สึกตัวได้นั้นก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าศิลปะข้างถนนช่างอยู่ใกล้ชิดเราเสียเหลือเกิน ตั้งแต่ กำแพงข้างทาง ประตูรั้ว อุปกรณ์ตกแต่งเล็กๆ น้อยๆ จนไปถึงเสื้อผ้าที่เราสวมใส่ นับได้ว่าเป็นการขยายตัวของรูปแบบการใช้ชีวิตที่เข้าถึงชีวิตของความเป็นประชาชนคนในรัฐอย่างกลมกลืนผ่านวัฒนธรรมประชานิยมในด้านการแสดงออกนั้นได้ถูกมองย้อนกลับไปให้ผู้ส่งสารหรือผู้สร้างสรรค์ผลงานผ่านสื่อ (Medium) โดยในบทความครั้งนี้ผู้เขียนได้เน้นหนักไปที่ประเด็นเหตุการณ์สำคัญในสังคม (Important Social Circumstance) ซึ่งกลุ่มศิลปินข้างถนนมีการใช้พื้นที่สาธารณะรวมตัวกันเพื่อมีส่วนร่วมในการสร้างผลงาน เนื่องจากเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในบริบทสังคมไทยและสากล เช่น ในประเพณีวันต่างๆ ผ่านการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะข้างถนน เช่น วันสงกรานต์ วันคริสต์มาส จนไปถึงการให้ความเคารพต่อพระเจ้าแผ่นดิน ตัวอย่างเช่น ศิลปินข้างถนน ได้สร้างสรรค์ผลงานเนื่องในวันแม่ 12 สิงหาคม 2558 ไปจนกระทั่งการสร้างผลงานที่แสดงถึงน้อมรำลึกถึงพระเจ้าแผ่นดินในรัชกาลที่ 9 ในวาระอันเนื่องมาจากพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช มหิตลาธิเบศรรามาธิบดี จักรีนฤพดินทร สยามินทราธิราช บรมนาถบพิตรเสด็จสวรรคต โดยใช้ข้อความ “ขอเป็นข้ารองบาททุกชาติไป ด้วยดวงใจไทยทั้งผอง” และ “๙” ในพื้นที่สาธารณะจนได้รับความสนใจจากประชาชนและสื่อมวลชนในการนำเสนอถึงการนำศิลปะข้างถนนในเชิงสร้างสรรค์สอดคล้องกับบริบทวาระเหตุการณ์สำคัญในสังคม ซึ่งการนำเสนอผ่านสื่อมวลชนนั้นสะท้อนให้เห็นได้ว่า ศิลปะข้างถนนได้รับการยอมรับมากขึ้นจากผู้คนในสังคมโดยการแชร์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จนถูกนำมาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในวาระโอกาสพิเศษต่างๆ และยังสะท้อนอีกว่าศิลปินข้างถนนเอง ก็ให้



ความสำคัญกับบริบทสังคมที่ตนดำรงอยู่ซึ่งประกอบด้วยเหตุการณ์ต่างๆ และดึงความคิดสร้างสรรค์ของตนเองออกมาสร้างผลงานเพื่อสื่อสารกับผู้ที่พบเห็นงานในพื้นที่สาธารณะได้ตระหนักและรู้สึกร่วมกับเหตุการณ์เหตุการณ์สำคัญในสังคม ทั้งนี้การแสดงออกบนพื้นที่สาธารณะของศิลปินข้างถนนผ่าน สี สัน แสงเงา โดยปัจเจกบุคคล หรือการรวมกลุ่มเพื่อบอกกล่าวข่าวสารกับมวลชน ยังคงถูกนำเสนอจากอารมณ์ภายในที่ต้องการแสดงออกทางความรู้สึกออกมาให้ผู้รับสารได้รับรู้ (Expressive Communication) การแสดงออกดังกล่าว ได้เน้นย้ำถึงความเป็นพลเมืองที่มีอิสรภาพ เสรี สำหรับศิลปินข้างถนนในสถานการณ์ทางสังคมดังกล่าว เป็นการแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ในการใช้ศิลปะในฐานะความเป็นพลเมืองที่แตกแถวมีความกล้าเผชิญหน้ากับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับสังคมโดยภาพรวมในฐานะ “พลเมือง”

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี



บรรณานุกรม

- กอบชัย ศักดิ์ดวงศ์ศิริวิมล. (2552). การสื่อสารเพื่อการสร้างพื้นที่สาธารณะของวัฒนธรรมย่อย Cos'Play. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพมหานคร : เอดิชั่นเพรสโปรดักส์.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). สายธารแห่งนักคิด ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองและสื่อสารการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.
- เกษม เพ็ญภินันท์. (2552). ความโกลาหลของวัฒนธรรมศึกษา ยกเครื่องเรื่องวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- จารุณี สุวรรณศรีมี. (2547). กราฟฟิตี (graffiti) : การสื่อสารความหมายและอัตลักษณ์. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ไชยสิทธิ์ ชาญอาวูธ และพัชราภา เอื้ออมรวิช. (2558). การศึกษาคคุณค่าด้านอัตลักษณ์ของศิลปะข้างถนนเพื่อการสร้างมูลค่าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ปรารภนา ศรีนุวัตร และประจวบ เพิ่มสุวรรณ. (2557). ปัจจัยของคนรุ่นใหม่เรชั่นวายที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. 8(2) : 46-55.
- พัชราภา เอื้ออมรวิช. (2559). การศึกษาปัญหาการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมและแนวทางการปรับตัวของอาจารย์ต่างชาติกับนักศึกษาไทยในมหาวิทยาลัยราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี. 10(2) : 77-92.
- รพีพรรณ สายัณห์ตระกูล. (2550). กราฟฟิตี สีสันอันขบถ. นิตยสารสารคดี. 23(271) : 138-172.
- รัตนา โตสกุล. (2548). มโนทัศน์เรื่องอำนาจ. กรุงเทพมหานคร : คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ.
- รัตนา หาญสวัสดิ์. (2551). ศิลปะกราฟฟิตี : พื้นที่การสร้างความเป็นชายของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สมเกียรติ ตั้งนโม. Graffiti – กราฟฟิตี การตะโกนกร้องหาเสรีภาพของคนที่ไม่ไว้ตัวตน. ค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์ 2558, จาก <http://v1.midnightuniv.org/midnightweb/newpage22.html>.
- Griswold, W. (2004). Cultures and Societies in a Changing World. Thousand Oaks, CA : Pine Forge Press.