

การศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ : ปัญหาผลิตภัณฑ์สื่อบริโภค
จากแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์-นิคม กรณีศึกษา : ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์-ศิลปะสมัยใหม่
มีนาคม 2555

การศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ : ปัญหาลัทธน์ปายสื่อโฆษณา
จากแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์-นิยม กรณีศึกษา : ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์-ศิลปะสมัยใหม่

มีนาคม 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ : ปัญหามลทัศน์ป้ายสื่อโฆษณา
จากแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์-นียม กรณีศึกษา : ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์-ศิลปะสมัยใหม่
มีนาคม 2555

สิทธิโชค บำรุงชัย. (2555). *โครงการวิจัยการศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ ปัญหาหมลท์ศนั้ปายสื่อโฆษณา จากแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์-นิยม กรณีศึกษา : ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา*.
ปริญญาานิพนธ์ ศป.ม. (ทัศนศิลป์- ศิลปะสมัยใหม่). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะกรรมการควบคุม รองศาสตราจารย์ สมศักดิ์ ขวาลาวัณย์
รองศาสตราจารย์ จิตรพี ขวาลาวัณย์.

การศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ : ปัญหาหมลท์ศนั้ปายสื่อโฆษณา จากแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์-นิยม กรณีศึกษา:ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เป็นการศึกษาวิเคราะห์ปัญหา
ด้านหมลท์ศนั้ที่เกิดขึ้นจากปายสื่อการโฆษณา ที่ได้บดบังทัศนียภาพ ลดทอนคุณค่าความงามทาง
สุนทรียศาสตร์ และนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาสร้างเป็นภาพร่าง 2 ชุด จำนวน 40 ภาพ แล้ว
คัดเลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จากผู้เชี่ยวชาญ ได้จำนวน 7 ภาพ
นำมาแก้ไขปรับปรุงและสรรค์เป็นผลงาน ภาพจิตรกรรม 2) เพื่อนำเสนอต่อสาธารณชนโดยมีแบบ
ประเมินความคิดเห็นในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการศึกษาวิจัย นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผล
จากการหาค่าร้อยละ แบบประเมินแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 เป็นคำถามแบบเลือกตอบ
เกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบประเมินความคิดเห็น ที่มีต่อภาพงานศิลปะที่ผู้วิจัย
ได้จัดแสดง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน ผลการวิเคราะห์จากแบบประเมินพบว่า จากแบบประเมิน
เพศชายตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 76 และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ
78 ตอนที่ 2 ผลการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อผลงานศิลปะ จำนวน 7 ภาพ ซึ่งภาพที่ 3 ชื่อภาพว่า
ปัจจุบันที่อัมพวา 3 มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระดับเกณฑ์ ดีมาก ซึ่งเป็นคะแนนสูงสุด จากจำนวนภาพ
ทั้งหมด โดยใช้หลักเกณฑ์ 2 ด้าน คือ ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ (Composition) มีคะแนน
เฉลี่ยอยู่ในระดับเกณฑ์ ดีมาก และด้านความสัมพันธ์ ระหว่างแนวความคิด (Conceptual) กับผลงาน
ศิลปะ(Work of Art) มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับเกณฑ์ ดีมาก

จากผลข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์นิยม ตลาดน้ำอัมพวาและตลอดจนแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยมอื่นๆ ได้ทราบถึง
สภาพปัญหาหมลท์ศนั้จากปายสื่อการโฆษณา และนำรูปแบบงานวิจัยที่ได้ไปศึกษาปรับปรุงและ
พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

EDUCATION FOR A SAKE OF AWARENESS : A CASE STUDY TO INVESTIGATE THE
PROBLEM OF ADVERTISING VISUAL BOARDS POLLUTION ON ECOTOURISM AT
AMPHAWA FLOATING MARKET.



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Fine Arts Degree in Visual Art: Modern Art
at Srinakharinwirot University

March 2012

Sittichok Bumrungchai. (2012). *Education for a sake of awareness : a case study to investigate the problem of advertising visual boards pollution on ecotourism at Amphawa Floating Market*. Master thesis, M.F.A. (F Visual Art: Modern Art). Bangkok: Graduate School, Srinakhariwirot University. Advisor Committee: Assoc. Prof. Somsuk Chawarawan, Assoc. Prof. Jitrapee Chawarawan.

This research aims to investigate the problem of the pollution caused by advertising visual boards which decrease the aesthetics of the Floating Market. The results of the investigation was used to create 2 sets of painting sketches. There were 20 sketches in each set. The 2 sets were evaluated by experts and 7 sketches were selected. The seven sketches were revised and for the exhibition. An opinion form was developed using the five likert scale . There were 2 parts to the opinion form. Part 1 comprised of visitors personal information. Part 2 comprised of opinion-based items focusing on 1) the beauty of composition. 2) the relationship between conceptual and work of art. Visitors to the exhibition used the opinion form to evaluate the sketches. The opinion forms were given to a 100 visitors to the exhibition.

The results of the opinion forms showed that.

1. The best painting was monlatat Amphawa 3
2. The mean score of beauty of composition was 4.55
3. The mean score of the relationship between conceptual and work of art was 4.68

The results of the research are beneficial to Ecotourism management as well as in creasing awareness of the pollution caused by advertising visual bordds. Furthermore, the results are used to enhance tourists awareness of advertising visual board pollution at every area of Ecotourism.

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

โครงการวิจัยการศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ : ปัญหามลพิษน้ำเสียชุมชน
จากแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์-นิคม กรณีศึกษา : ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

ของ

สิทธิโชค บำรุงชัย

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์-ศิลปะสมัยใหม่

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

วันที่ เดือน มีนาคม พ.ศ. 2555

คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน

..... ประธาน

(รองศาสตราจารย์ สมศักดิ์ ชวลาวัฒน์)

(รองศาสตราจารย์ กมล เผ่าสวัสดิ์)

..... กรรมการ

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ จิตรพี ชวลาวัฒน์)

(รองศาสตราจารย์ สมศักดิ์ ชวลาวัฒน์)

..... กรรมการ

(ดร.วิเทพ มุสิกะปาน)

ประกาศขอบคุณ

จากการทำงานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี อันเนื่องมาจากได้รับความช่วยเหลือจากผู้มีอุปการคุณทุกท่าน ข้าพเจ้าขอขอบคุณท่าน รองศาสตราจารย์ สมศักดิ์ ชวาลาวัฒน์ ที่ได้ให้คำแนะนำปรับปรุง แก้ไขรูปเล่มงานวิจัยจนสำเร็จด้วยดี ขอขอบคุณท่าน รองศาสตราจารย์ กมล เภาสวัสดิ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ แก้ไข ตลอดจน ให้นำแนวคิดวิธีการทำงานศิลปะให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ขอขอบคุณท่านอาจารย์ทุกท่านในสาขาวิชาทัศนศิลป์- ศิลปะสมัยใหม่ ที่คอยให้คำแนะนำปรึกษาการทำงาน และขอขอบคุณมารดา บิดาของข้าพเจ้า นางอารีรัตน์ บำรุงชัยและ นายสมบัติ บำรุงชัย ตลอดจน นางสาวจุฑามาศ ชัยพี ฒน์ และคณะเพื่อนร่วมงานทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนให้กำลังใจตลอดมา



สิทธิโชค บำรุงชัย

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการศึกษาเพื่อทำปริญญาโท
จาก
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายการวิจัย.....	5
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	5
ความสำคัญของการวิจัย.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
ขั้นตอนการศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์.....	7
2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
ประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำ.....	8
ประวัติความเป็นมา สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา.....	10
วัฒนธรรมกับการโฆษณา.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาสุนทรีย์ภาพของสิ่งแวดล้อม.....	18
การสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	19
หลักการสร้างผลงานจิตกรรม.....	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	39
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	60
สรุปผลการประเมินความคิดเห็น.....	60
อภิปรายผล.....	64
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	66
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	66
บรรณานุกรม.....	67
ภาคผนวก.....	70
ภาคผนวก ก แบบประเมินความคิดเห็น.....	71
ภาคผนวก ข แบบภาพร่าง.....	73
ภาคผนวก ค ภาพผลงานจิตรกรรม.....	80
ภาคผนวก ง ภาพการจัดแสดงผลงาน.....	83
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	87

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 การการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบประเมินความคิดเห็น ที่มีต่องานศิลปะที่ผู้วิจัยจัดแสดง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน.....	45
2 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพ ผลงานศิลปะ ภาพที่ 1 ปัจจุบันที่อัมพวา 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน.....	47
3 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพ ผลงานศิลปะ ภาพที่ 2 ปัจจุบันที่อัมพวา 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน.....	49
4 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพ ผลงานศิลปะ ภาพที่ 3 ปัจจุบันที่อัมพวา 10 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน.....	51
5 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพ ผลงานศิลปะ ภาพที่ 4 ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน.....	53
6 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพ ผลงานศิลปะ ภาพที่ 5 ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 13 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน.....	55
7 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพ ผลงานศิลปะ ภาพที่ 6 ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 16 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน.....	57
8 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพ ผลงานศิลปะ ภาพที่ 7 ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 17 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน.....	59

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ตลาดน้ำอัมพวาที่ได้รับรางวัลเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2551 ณ โครงการอัมพวา ชัยพัฒนานุรักษ์.....	14
2 ตลาดน้ำอัมพวาที่ยังคงไว้ซึ่งเมื่อครั้งอดีต.....	14
3 ร้านค้าที่ยังคงเคารพความเป็นอดีต.....	15



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

หากกล่าวถึงสังคมการบริโภค ท่ามกลางโลกแห่งทุนนิยม สื่อโฆษณาตกตะกอนเป็นปัจจัยสำคัญในการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์สินค้าเข้ากับผู้บริโภคซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคกลายเป็นฝ่ายที่ถูกสื่อเหล่านี้กระทำ (active) ทางความคิดสอดคล้องกับแนวคิดในยุคสมัยของโจเซฟ สตาลิน Joseph Stalin > ที่ได้กล่าวไว้ว่า ภาพ(Image)โดยตัวของมันเองแล้วไม่ได้เป็นเพียงฝ่ายรับ(passive) อีกต่อไป หากแต่มันคือปฏิบัติการเชิงรุก(active) ที่มีผลทางการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ข้อเท็จจริงที่อยู่ภายในตัวมันเอง One might say that here tradition itself is reinterpreted in and avant-garde spirit to mean not the “passive” depiction of reality but the expression of an active bent toward reality’s transformation. < Museum Culture 1994:156. >

การเปลี่ยนแปลงทางการรับรู้ที่เสมือนได้ควบคุมให้ผู้เกิดสภาวะการจดจำ (Recognize) ในสื่อโฆษณาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นป้ายสื่อโฆษณา สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ แผ่นโปสเตอร์โฆษณา ฯลฯ และหนึ่งในสื่อโฆษณาที่ได้รับความนิยมอย่างมากในยุคสมัยนี้คือ ป้ายสื่อโฆษณา ที่ไม่ว่าจะเดินทางไปไหนมาไหนก็จะสามารถเห็น ป้ายสื่อโฆษณาเหล่านี้อยู่เต็มไปหมด ทั้งป้ายขนาดเล็กๆ ริมถนน ไปจนกระทั่งป้ายขนาดใหญ่เท่าอาคาร 20 ชั้น เช่นเดียวกับในแนวคิดของ S.Hall ที่ได้กล่าวถึงขั้นตอนการสื่อสารใน *ขั้นของการเผยแพร่* (circulation) ไว้อย่างนี้คือ *ขั้นเผยแพร่* คือช่องทางของการเผยแพร่ของข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร 2 ตัว คือ ปริมาณของความถี่ของการได้เผยแพร่ข่าวสารที่ได้รับการเผยแพร่แบบ “มาบ่อย มาได้รวดเร็ว มาได้อย่างรุนแรง ” ย่อมมีโอกาสเข้าถึงผู้รับสารได้มากกว่า และอีกตัวแปรหนึ่งคือ ธรรมชาติของสื่อที่ถูกใช้เป็นช่องทาง เช่น เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ ฯลฯ (นิษฐา หุ่นเกษม . 2549; อ้างอิงจาก แนวคิดและทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ. ม.ป.ป.: 82)

จากความต้องการที่จะเข้าถึงตัวผู้รับสารหรือผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด จึงทำให้โฆษณาทั้งจากยี่ห้อดังตลอดจนโฆษณาขึ้นเล็กขึ้นน้อยต่างประดอมโฆษณาของตนอันจะเห็นได้มากมายเกลื่อนกลาดภายในชีวิตประจำวัน และป้ายสื่อโฆษณามากมายเหล่านี้เอง ที่มีผลทำให้เกิดสภาวะการควบคุมการรับรู้ต่อผู้คนแวดล้อมในสังคมในฐานะของ ผู้บริโภค ให้เกิดการคล้อยตาม เกิดความปรารถนา(desire) สินค้าในป้ายสื่อโฆษณานั้นๆดังที่ ธวัชวรรณ์ อินทนนชัย ได้กล่าวไว้ในงานวิจัย การโฆษณาเครื่องดื่มชูกำลังและการบริโภคมาหาดิขของผู้บริโภควัยฉกรรจ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ว่าการโฆษณา (Advertising)

เป็นสิ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะการโฆษณาเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญทางการตลาด เป็นกระบวนการทางด้านสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นเพื่อจูงใจให้มีความต้องการในการซื้อสินค้าหรือบริการ (ธวัชวรัตน์ อินทนนชัย. 2552: 9)

เมื่อป้ายสื่อการโฆษณาเหล่านี้ได้ถูกติดตั้งอย่างไรซึ่งขอบเขตหรือไรซึ่งจิตสำนึก ในเรื่องของพื้นที่ที่มีความเฉพาะ เช่น พื้นที่บริเวณบ้าน อาคาร สถานที่ท่องเที่ยว สถานศึกษา วัด ซึ่งพื้นที่ เหล่านี้เป็นสิทธิส่วนบุคคลที่มีเจ้าของ หรืออาจกล่าวได้ว่าจะสามารถพบเห็นป้ายสื่อโฆษณาเหล่านี้ได้ตามพื้นที่ที่ผู้คนอาศัยไม่ว่าจะมากหรือน้อยก็ตาม

สถานที่ท่องเที่ยวที่ประกาศว่าเป็นแหล่งการอนุรักษ์นิยม คืออีกสถานที่หนึ่งที่สามารถพบเห็นป้ายสื่อการโฆษณาได้จำนวนมาก มากจนบางครั้งไม่สามารถแยกได้ว่าสิ่งไหนคือสิ่งที่มีการอนุรักษ์นิยม และสิ่งไหนคือ สิ่งคนแห่งการบริโภคนิยม

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม คือ สถานที่ที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนธรรมชาติ ที่อยู่อาศัย ร้านค้าฯลฯ ซึ่งคงรักษาไว้ให้มีความใกล้เคียง กับครั้งในอดีต และในแนวคิด การอนุรักษ์นิยมนี้ เชื่อว่าการหวงแหนหรือการธำรงไว้ ซึ่งวิถีดำเนินชีวิตแบบเดิมนั้น นอกจะเป็นการอนุรักษ์ความเป็นไทยมิให้สูญหายแล้ว ยังเป็นการรำลึกหรือโหยหา บรรยากาศครั้งเดิมนั้น เก่าๆ ที่ครั้งหนึ่งมีวิถีชีวิตอย่างเรียบง่าย มีความสุขร่ม รมเย็น สิ่งเหล่านี้ได้แสดงถึงความสุนทรีย์ ที่เกิดขึ้นกับบรรยากาศแวดล้อมเชิงอนุรักษ์

ทัชชะพงศ์ อัครพรหมธาดา (2550: บทนำ) ได้กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ที่แสดงถึงลักษณะของวัฒนธรรมความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของ ตลาดน้ำ (Floating Market) ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในท้องถิ่นของตนเองที่ไม่เหมือนใคร เป็นภาพสะท้อนการดำเนินชีวิตของคนไทยในอดีตได้เป็นอย่างดี มีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจที่จะไปเที่ยวอย่างต่อเนื่อง จึงนับได้ว่าตลาดน้ำเป็นเป้าหมายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สำคัญประเภทหนึ่ง จากข้อมูลภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวพบว่า ในประเทศไทยมีตลาดน้ำที่ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 7 แห่ง ซึ่งอยู่ในภาคกลางและภาคตะวันตกคือ 1. ตลาดน้ำตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 2. ตลาดน้ำบางคูเวียง จังหวัดนนทบุรี 3. ตลาดน้ำบางน้อย สุขาภิบาลกระดังงา อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม 4. ตลาดน้ำอัมพวา อำเภ่อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม 5. ตลาดน้ำคลองโพธิ์หัก จังหวัดสมุทรสาคร 6. ตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม 7. ตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี (ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว 2539: 463-468)

ตลาดน้ำอัมพวา คืออีกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายจากกลุ่ม ของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ ตลาดน้ำอัมพวาตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรสงคราม อ .อัมพวา เป็นตลาดริมคลองอัมพวา เปิดทำการในวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา 15.00 น.ถึง 21.00 น. และด้วยคุณค่าทางวัฒนธรรมจากวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ จากบริบททางสังคม ชุมชนหรือ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้จึงได้รับรางวัลจากองค์การยูเนสโกในปี 2551 รายงานข่าวจาก องค์การยูเนสโก แจ้งว่า องค์การยูเนสโกจะจัดพิธีมอบรางวัลเพื่อยกย่องการบูรณปฏิสังขรณ์ชุมชนอัมพวา จ.สมุทรสงคราม ในวันที่ 21 ธันวาคม 2551 เวลา 16.00 น. ณ โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์ โดยโครงการอนุรักษ์ อาคารมรดกดังกล่าวได้รับรางวัลชมเชย(Honourable Mention) จากการประกวดรางวัลเพื่อการอนุรักษ์ มรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกแห่งองค์การยูเนสโกประจำปี 2551 ในพิธีครั้งนี้ ดร.เชลดอน เซฟเฟอร์ ผู้อำนวยการองค์การยูเนสโก สำนักงานกรุงเทพฯ ทูลเกล้าฯ ถวายโล่รางวัลแด่ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในฐานะที่ทรงเป็นองค์ราชูปถัมภ์โครงการ อนุรักษ์ ชุมชนอัมพวา พร้อมทั้งทูลเกล้าฯ ถวายของที่ระลึกในฐานะที่ทรงดำรงตำแหน่งทูตสันถวไมตรี นับตั้งแต่ปี 2548 จนถึงปัจจุบันจะมีคณะกรรมการผู้ตัดสินกล่าวชื่นชม โครงการอนุรักษ์ชุมชนอัมพวา จ.สมุทรสงคราม ที่ประสบความสำเร็จในการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการ ค้ำครองโครงการที่มีคุณค่าในฐานะที่เป็นมรดกของประเทศไทย โครงการดังกล่าวสามารถอนุรักษ์ อาคารสำคัญๆ ทางประวัติศาสตร์ซึ่งมีคุณค่าสำคัญทางท้องถิ่นหลายอาคารไว้ได้เป็นอย่างดีและยังได้ รักษาลักษณะการตั้งถิ่นฐานริมฝั่งคลองแบบดั้งเดิมที่ตกอยู่ในภาวะเสี่ยงที่ ทั่วประเทศเอาไว้อีกด้วย นอกจากนี้ โครงการยังแสดงถึงคุณค่าของความสำคัญทางวัฒนธรรมบริเวณคลองอัมพวาและการ ตระหนักถึงมรดกทางสถาปัตยกรรมและวิถีชีวิตของชุมชนริมฝั่งคลองประวัติศาสตร์แห่งนี้ ในปีนี้มี โครงการอนุรักษ์ส่งผลงานเข้าร่วมประกวดทั้งสิ้น 45 โครงการ จาก 13 ประเทศในภาคพื้นเอเชียและ แปซิฟิก ซึ่งประกอบด้วย โรงแรมอาคารสำนักงาน อาคารสถาบันทางวัฒนธรรม อาคารสถาบันการศึกษา ศาสนสถาน อนุสรณ์สถาน อาคารสาธารณะ ที่พักอาศัย และชุมชนเมือง Herat Old City (ประเทศ อัฟกานิสถาน) และ Stadium Merdeka (กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย) ได้รับรางวัลยอดเยี่ยม จากโครงการประกวดนี้ ผู้ได้รับรางวัลดีเด่น 3 รางวัล ได้แก่ National Pass (ในอุทยานบลูเมาเทนส์ มลรัฐนิวเซาท์เวลส์ ประเทศออสเตรเลีย) Fujian Earth Buildings (มณฑลฟูเจี้ยน ประเทศจีน) และ Suffolk House (เมืองปีนังประเทศมาเลเซีย) ในส่วนของ ผู้ได้รับรางวัลดี (Award of Merit) 3 รางวัล ได้แก่ Vysial Street (เมืองพอนดิเชอร์รี ประเทศอินเดีย) Shigar Historic Settlements and Bazaar Area (เขตทางเหนือ ประเทศปากีสถาน) และวัดปงสนุก (เมืองลำปาง ประเทศไทย) ส่วนรางวัลชมเชย (Honourable Mention) 6 รางวัล ได้แก่ Bethany (เขตปกครองพิเศษฮ่องกง ประเทศจีน) Archiepiscopal Palace (เมืองโกอา ประเทศอินเดีย) Craigie Burn Bungalow (มัฐราช ประเทศอินเดีย) Bach 38 (เกาะแรงคิโตโต ประเทศนิวซีแลนด์) สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จ.ฉะเชิงเทรา และชุมชน อัมพวาจังหวัดสมุทรสาคร

โครงการรางวัลเพื่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกแห่งองค์การยูเนสโก มีจุดประสงค์หลักเพื่อยกย่องบุคคลและองค์กรภาคเอกชน หรือโครงการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ในการบูรณปฏิสังขรณ์อาคารและสิ่งก่อสร้างที่เป็นมรดกอันทรงคุณค่าในภูมิภาค โดยโครงการอนุรักษ์ที่ส่งเข้าประกวดเพื่อเข้ารับพิจารณารางวัลจะต้องมีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป และแล้วเสร็จสมบูรณ์ภายในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ จะต้องมีการเปิดใช้อาคารนั้นๆ มาแล้วอย่างน้อยเป็นระยะเวลา 1 ปี นับตั้งแต่วันที่ประกาศการประกวดรางวัล องค์การยูเนสโกเชื่อมั่นว่าการยกย่องภาคเอกชนเรื่องการบูรณปฏิสังขรณ์และปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางประวัติศาสตร์จะเป็นแรงผลักดันให้เจ้าของอาคารรายอื่นๆ เริ่มดำเนินโครงการอนุรักษ์ภายในชุมชนของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการกระทำโดยตัวบุคคล หรือการแสวงหาความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนต่อไป ทั้งนี้ ประเทศไทยได้ส่งโครงการอนุรักษ์เข้าร่วมการประกวดมาเป็นระยะเวลาต่อเนื่อง นอกเหนือไปจากโครงการอนุรักษ์ชุมชนอัมพวา โครงการอนุรักษ์อื่นๆ ในประเทศไทย 5 โครงการก็เคยได้รับรางวัลจากองค์การยูเนสโกมาก่อนหน้านี้ คือ โครงการอนุรักษ์วัดปรางสนุก เมืองลำปาง (รางวัล Award of Merit ปี 2551) สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จ. ฉะเชิงเทรา (รางวัล Honourable Mention ปี 2551) โครงการอนุรักษ์ตำหนักใหญ่ วังเทเวศร์ กรุงเทพมหานคร (รางวัล Honourable Mention ปี 2548) โครงการอนุรักษ์พระราชวังเดิม กรุงเทพมหานคร (รางวัล Award of Merit ปี 2547) และโครงการอนุรักษ์วัดสระทอง จ. ขอนแก่น รางวัล Award of Merit ปี 2545

แต่เนื่องด้วยปัจจุบันกระแสทางสังคมการบริโภค ทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างต้องซื้อต้องขาย ความต้องการของมนุษย์กลับมีมากขึ้นตามกระแสนิยม ทำให้ผู้ประกอบการสินค้าต่างแข่งขันกันในเรื่องการตลาดอย่างสูง การสร้างป้ายสื่อการโฆษณา เพื่อเป็นแรงจูงใจหรือแรงปรารถนาต่อผู้บริโภค จึงถูกตีพิมพ์ผลิตออกมาซ้ำแล้วซ้ำอีก อันจะเห็นได้ตามสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นๆ ป้ายสื่อการโฆษณามากมายเหล่านี้กำลัง ลดทอนหรือทำให้เกิดการลบล้างพื้นที่เชิงอนุรักษ์ที่เดิมเคยมีบรรยากาศอันสุนทรีย์ที่นักท่องเที่ยวพึงปรารถนา ซาบซึ้งไปกับบรรยากาศ กลิ่นไอในสิ่งที่ยังคงสภาพเดิมๆ ไม่ต่างไปจากครั้งอดีต สอดคล้องกับงาน

ความรุกรานตา ของป้าย สื่อการโฆษณาเหล่านี้ ล้วนแต่เป็นปัญหาทางด้าน มลทัศน์ ทั้งสิ้น คำว่ามลทัศน์ หมายถึง ความมัวหมองที่เกิดจากการมองเห็นภาพหรือภูมิประเทศที่สกปรกอันเนื่องมาจากของเสียหรือถูกทำให้สกปรก ซึ่งจะเป็นอันตรายต่อมนุษย์ทางด้านความรู้สึกนึกคิด ความเข้าใจ ความคิดเห็นและรบกวนหรือก่อให้เกิดความไม่เจริญตาเจริญใจแก่ผู้ได้พบเห็น (ปัญญาวัจน์ ชลวิจิต . 2545; อ้างอิงจาก อิทธิพล ราชีเกรียงไกร. ม.ป.ป.: บทคัดย่อ)

ดังนั้น สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม อันได้สร้างความแตกต่างหรือเป็นแนวทางในการท่องเที่ยวทางเลือกหนึ่งให้กับการท่องเที่ยวของประเทศไทย จึงควรให้ความสำคัญต่อการจัดระบบระเบียบใน ป้ายสื่อการโฆษณาต่างๆ ซึ่งไม่ได้มีการระบุไว้เป็นกฎหมายหรือเป็นความผิดใดๆ ในการติดตั้งป้ายสื่อการโฆษณาในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยมเหล่านี้ หากแต่มันคือปัญหาทาง มลทัศน์ เป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อในด้านอารมณ์ความรู้สึกต่อผู้คนแวดล้อมนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้สัญจรไปมา (นักท่องเที่ยว) ผู้มีถิ่นที่อยู่อาศัยโดยรอบ ยิ่งหากสถานที่นั้นๆ เป็นสถานที่ซึ่งมีคุณค่าทางจิตใจหรือเป็นสถานที่เก่าแก่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ สื่อป้ายโฆษณาเหล่านี้ย่อมสร้างปัญหามลทัศน์ ด้วยความไม่เป็นระเบียบ รกหูรกตา ตลอดจนบดบังทัศนียภาพที่สำคัญบางพื้นที่อีกด้วย ผู้วิจัยจึงได้นำปัญหาดังกล่าวข้างต้นมาวิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางการแก้ไขหรือเป็นส่วนหนึ่งให้ได้ตระหนักถึงปัญหาที่ กิดขึ้นอยู่จริงในชีวิตประจำวัน

จากข้อมูลดังกล่าวพอจะประมวลปัญหาได้ดังนี้

1. ป้ายสื่อการโฆษณาที่ ลุกล้ำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยมอันส่งผลกระทบต่อ การลดทอนคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์
2. ป้ายสื่อการโฆษณา ที่บดบังทัศนียภาพ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อันส่งผลทำให้เกิดปัญหามลทัศน์

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจเสาะแสวงหาแนวทางเพื่อเป็นส่วนหนึ่งที่จะลดหรือบรรเทาปัญหาด้าน มลทัศน์ที่เกิดจากป้ายสื่อการโฆษณาและ เพื่อเป็นการสงวนรักษาคุณค่าของทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยมไว้ ซึ่งจะก่อให้เกิด ผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สืบไป

ความมุ่งหมายการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัญหา มลทัศน์ จากป้ายสื่อโฆษณา จากแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม
2. เพื่อสร้างสรรค์ผลงาน ภาพจิตรกรรม แล้วนำเสนอต่อสาธารณะชน เพื่อสาธารณะชนจะได้ตระหนักถึงความสำคัญที่จะได้รับรู้แนวทางวิธีการแก้ไขปัญหานั้นที่ผู้วิจัยได้สะท้อนทางด้านวิถีชีวิตสังคม

ข้อตกลงเบื้องต้น

ในการศึกษาวิจัย ค้นคว้า การวิเคราะห์ปัญหา มลทัศน์ จากป้ายสื่อโฆษณา ตามแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม นั้นผู้วิจัยกระทำการศึกษาวิจัยจากข้อมูลเชิงเอกสาร หนังสือ งานวิจัย บทความเชิงวิชาการ ภาพถ่ายและสถานที่จริง

ความสำคัญของการวิจัย

1. เป็นแนวทางการรณรงค์ให้ตระหนักถึงปัญหาทางด้านมลพิษที่เกิดจากป้ายสื่อการโฆษณา ในพื้นที่กรณีศึกษา ตลาดน้ำอัมพวา
2. เป็นประโยชน์ต่อ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในการรักษาคุณค่าทางทัศนียภาพให้คงอยู่
3. นำผลที่ได้จากงานวิจัย ปัญหาด้านมลพิษที่เกิดจากป้ายสื่อการโฆษณาในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มาเป็นข้อมูลในการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมในรูปแบบของผู้ศึกษาเอง

ขอบเขตการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้บรรลุตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

ประชากร ประชากรได้จาก ข้อมูลทางภาคทฤษฎี ข้อมูลภาพจากสถานที่จริง ข้อมูลภาพที่ปรากฏตามเอกสารสิ่งพิมพ์และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงนำมาวิเคราะห์สรุปเป็นภาพร่างทั้งหมด 40 ภาพ จำนวน 2 ชุด ชุดละ 20 ภาพ

ภาพร่างชุดที่ 1 ประกอบด้วย ภาพที่ 1 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 1 ขนาด 70x70 เทคนิค สีน้ำมัน, ภาพที่ 2 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 2 ขนาด 70x70 เทคนิค สีน้ำมัน, ภาพที่ 3 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 3 ขนาด 100x120 เทคนิค สีน้ำมัน....., ภาพที่20 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 20 ขนาด 100x120 เทคนิค

ภาพร่างชุดที่ 2 ประกอบด้วย ภาพที่ 1 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษที่อัมพวา 1 ขนาด 80x200 เทคนิค สีน้ำมัน, ภาพที่ 2 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษที่อัมพวา 2 ขนาด100x100 เทคนิค สีน้ำมัน, ภาพที่ 3 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษที่อัมพวา 3 ขนาด100x100 เทคนิค สีน้ำมัน, ภาพที่ 4 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษที่อัมพวา 4 ขนาด100x120เทคนิค สีน้ำมัน....., ภาพที่20 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษที่อัมพวา 20 ขนาด100x120 เทคนิค

กลุ่มตัวอย่าง ภาพร่างทั้งหมด 40 ภาพ จำนวน 2 ชุด ชุดละ 20 ภาพ แล้วจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากภาพร่าง ได้จำนวน 7 ภาพ

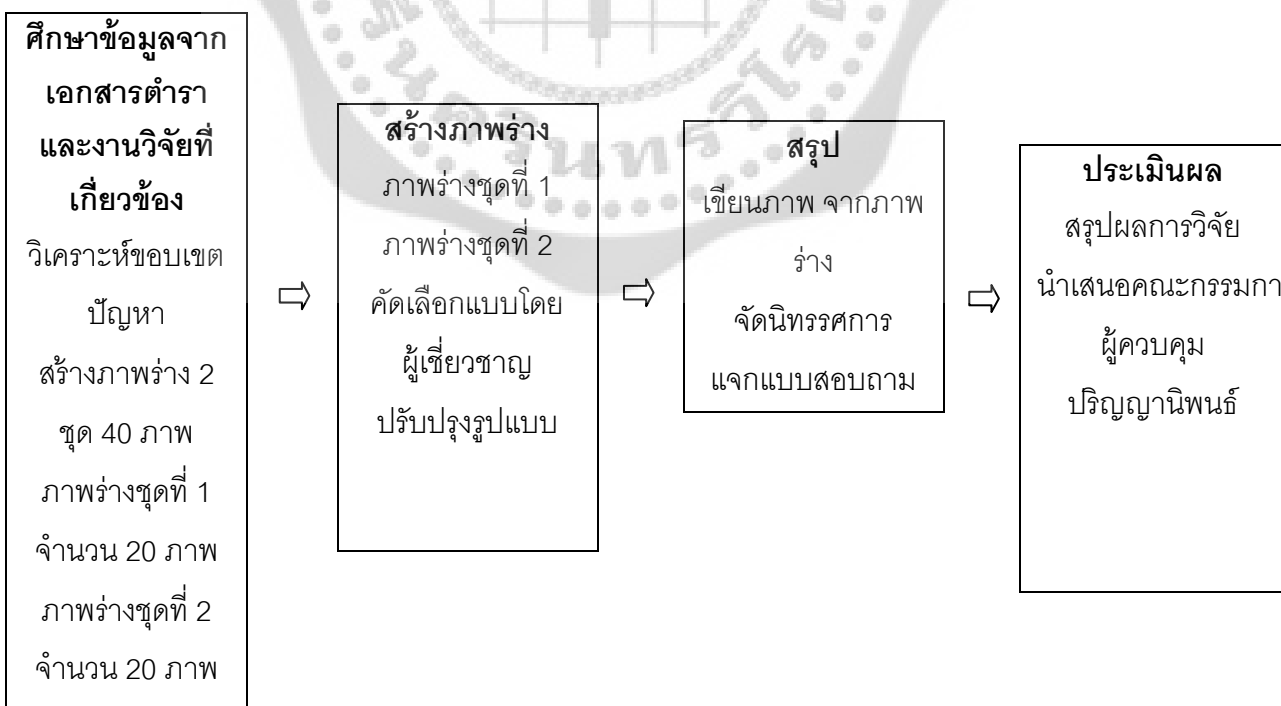
ภาพร่างชุดที่ 1 ประกอบด้วย ภาพที่ 1 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 1 ขนาด 70x70 เทคนิค สีน้ำมัน, ภาพที่ 2 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 2 ขนาด 60x80 เทคนิค สีน้ำมัน , ภาพที่ 10 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 10 ขนาด 60x80 เทคนิค สีน้ำมัน

ภาพร่างชุดที่ 2 ประกอบด้วย ภาพที่ 3 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษที่อัมพวา 3 ขนาด100x100 เทคนิค สีน้ำมัน , ภาพที่ 13 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษที่อัมพวา 13 ขนาด 80x200 เทคนิคสีน้ำมัน, ภาพที่ 16 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษที่อัมพวา 16 ขนาด100x120เทคนิค สีน้ำมัน , ภาพที่ 17 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษที่อัมพวา 17 ขนาด100x120เทคนิค สีน้ำมัน

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ป้ายสื่อการโฆษณา** หมายถึง สื่อการโฆษณาากลางแจ้งที่เป็นตัวกลางในการนำข่าวสารโฆษณาไปยังผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
2. **สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม** หมายถึง สถานที่ที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนธรรมชาติ ที่อยู่อาศัย ร้านค้าฯ ซึ่งคงรักษาไว้ให้มีความใกล้เคียงกับครั้งในอดีต และในแนวคิด การอนุรักษ์นิยมนี้ เชื่อว่าการวางแผนหรือการรังวางไว้ ซึ่งวิถีดำเนินชีวิตแบบเดิมนั้น นอกจะเป็นการอนุรักษ์ความเป็นไทยมิให้สูญหายแล้ว ยังเป็นการรำลึกหรือโยยหา บรรยากาศครั้งเดิมนั้น เก่าๆ ที่ครั้งหนึ่งมีวิถีชีวิตอย่างเรียบง่าย มีความสุขร่มเย็น
3. **มลทัศน์** หมายถึง ความมัวหมองที่เกิดจากการมองเห็นภาพหรือภูมิประเทศที่สกปรกอันเนื่องมาจากของเสียหรือถูกทำให้สกปรก ซึ่งจะเป็นอันตรายต่อมนุษย์ทางด้านความรู้สึกนึกคิด ความเข้าใจ ความคิดเห็นและรบกวนหรือก่อให้เกิดความไม่เจริญตาเจริญใจแก่ผู้ได้พบเห็น
4. **การลุล้ำ** หมายถึง การใช้พื้นที่ใดๆ ที่ไม่ใช่สิทธิ์ของตนมากเกินไปเกินควร ในด้านของ ธุรกิจ

ขั้นตอนการศึกษาเพื่อการสร้างสรรค



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ : การวิเคราะห์ปัญหา มลทัศน์ จากป้ายสื่อโฆษณา จากแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม กรณีศึกษา ตลาดน้ำ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานการศึกษา ประกอบด้วย

ประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำ

ประวัติความเป็นมา สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา

วัฒนธรรมกับการการโฆษณา

แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาสุนทรียภาพของสิ่งแวดล้อม

การสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

หลักการ สร้างผลงานจิตกรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำ

ตลาดน้ำกับวิถีชีวิตของคนไทย

ตลาดน้ำเป็นวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และวัฒนธรรมของชุมชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางที่มีสายน้ำเป็นเส้นชีวิต เป็นที่อยู่อาศัยและที่ทำมาหาเลี้ยงชีพ ตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึงกระบวนการค้าขายแลกเปลี่ยน วิธีการดำรงชีวิตเช่นนี้ได้เริ่มเปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะในเขตเมืองหลวง ตั้งแต่วัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาเมื่อมีอิทธิพล ต่อมาสมัยหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองในประเทศไทย พ .ศ. ๒๔๗๕ และเมื่อทั่วโลกตกอยู่ในสภาวะการขาดแคลนอาหาร หลังจากสงครามโลกครั้งที่ ๒ สงบลง ประเทศไทยซึ่งได้ชื่อว่าเป็นประเทศเกษตรกรรมมีพื้นที่อุดมสมบูรณ์ จึงมีความสำคัญในการผลิตอาหารไปช่วยแก้ปัญหาความขาดแคลนที่ประสบอยู่ในขณะนั้น นับแต่นั้นเป็นต้นมาก็มีการพัฒนาอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ตามมา แหล่งอุตสาหกรรมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่อยู่ในเขตเกษตรกรรมเดิม ในบริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางอันอุดมสมบูรณ์ คือ อยุธยา ปทุมธานี นนทบุรี กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ สมุทรสาคร ราชบุรี การเปลี่ยนแปลงพื้นที่เกษตรเป็นโรงงานอุตสาหกรรมนี้ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อมเดิม จะเห็นได้จากสภาพสวนและนา ซึ่งเคยเป็นแหล่งเพาะปลูกและแหล่งอาหารถูกทำลายไป ลักษณะเช่นนี้จะมีให้เห็นได้อยู่ทั่วไป น้ำท่าคุณลงที่มีมากับสวนก็กลายเป็นร่องรับน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลนานาชนิดและจะไหลไปสู่คลองอื่นๆ ที่ต่อเนื่องกัน ปัญหาเหล่านี้นับจะทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น หาก ไม่มาตรการแก้ไขฟื้นฟูให้น้ำ

และคุณคลองมีสภาพดีขึ้นแล้ว เกษตรกรก็จะละทิ้งอาชีพและเปลี่ยนสภาพการใช้ที่ดินไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นแทน ดังนั้นในขณะประเทศกำลังตกอยู่ในสภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจเช่นนี้ ควรเปลี่ยนวิกฤตมาเป็นโอกาสอันดีที่จะร่วมมือกันฟื้นฟูสภาพของแหล่งน้ำบริ เวณที่ราบลุ่มภาคกลางที่มีปัญหาให้กลับดีขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งต้องร่วมแรงร่วมใจกันอย่างจริงจัง เมื่อสายน้ำกลับคืนสู่สภาพเดิมได้แล้วทรัพยากรอันมีค่านี้ก็จะให้ประโยชน์กลับคืนมา เหลือแต่ประโยชน์ใช้สอยทางด้านเกษตร การคมนาคม การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นแหล่งค้าขายได้ด้วย ตลาดน้ำเป็นตัวอย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นความสำคัญของแหล่งน้ำในวิถีชีวิตของคนไทยที่ดำเนินชีวิต ตามสภาพที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิต ในอดีตบ้านเมืองของเราไม่มีอาชีพใดที่เหมาะสมเท่ากับอาชีพเกษตรกรรมเพราะความสมบูรณ์ของดินและน้ำ และเมื่อเกษตรกรได้ผลผลิตออกมา ก็จะนำผลผลิตเหล่านั้นมาซื้อขายแลกเปลี่ยนในสถานที่ที่สะดวกเหมาะสมต่อการติดต่อที่จะเดินทาง ในอดีตใช้เส้นทางน้ำในการคมนาคมที่สำคัญจึงไม่มีที่ทางใดเหมาะสมต่อการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน เท่ากับตามริมฝั่งน้ำในบริเวณที่ราบลุ่ม เช่น ในเขตจังหวัดพื้นที่ภาคกลางแห่งที่ราบลุ่มเจ้าพระยา มีผู้คนมาตั้งหลักแหล่งมากกว่าเขตอื่น เมื่อมีผู้คนมาตั้งถิ่นฐานกันมากตามริมฝั่งน้ำสายเดิมหรือที่มีอยู่เดิมกันมากขึ้น ก็จะขุดคลองหรือลำประโดงเพื่อชักน้ำตอเข้าไปในพื้นที่ที่เป็นแผ่นดินลึกเข้าไปอีก จึงมีคลองเชื่อมต่อกันมากมาย ยัง ผลให้การคมนาคมทางน้ำเป็นสิ่งจำเป็น เกษตรกรจึงนำผลผลิตในสวนไร่นาบรรทุกเรือเพื่อขาย ทำให้เกิดสถานที่นัดพบแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน เมื่อผู้ใดทราบแหล่งแลกเปลี่ยนซื้อขาย เขาก็จะนำสิ่งของจากสวนของตนมาขายบ้าง ซึ่งเรียกกันว่า *นัด* เช่น นัดคลองโคก นัดท่าคา นัดบางน้อย ใน จังหวัดสมุทรสงคราม มีการนัดกันว่าจะไปซื้อขายกันโดยกำหนดวันทางจันทรคติ ได้แก่ วันข้างขึ้นหรือแรมใดจะมาพบกันตามวันเวลานั้น แต่ถ้าสถานที่นัดพบนั้นกลายเป็นสถานที่ชุมชนซื้อขายชนิดที่มีเป็นประจำทุกวัน นัดดังกล่าวจะกลายเป็นตลาดน้ำไป เช่น นัดอัมพวา ปัจจุบันก็กลายเป็นตลาดน้ำอัมพวาที่มีชื่อเสียง หรือนัดที่คลองลัดพลีอำเภอดำเนินสะดวกเป็นตลาดน้ำดำเนินสะดวกเป็นต้น (อุดม เขยกิจวงศ์, 2552: 32-34)

ตลาดน้ำในยุคปัจจุบัน

นับแต่ พ.ศ. ๒๕๐๐ วิถีชีวิตของเกษตรกรภาคกลางเริ่มเปลี่ยนแปลง เมื่อมีการปรับปรุงระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๐๔-๒๕๐๙) เป็นตัวกำหนดบทบาท ทำให้ระบบเศรษฐกิจของไทยเปลี่ยนไปจากระบบการค้าย่อยมาเป็นระบบการค้าสากล ซึ่ง รัฐบาลได้ส่งเสริมให้เกษตรกรหันไปผลิตพืชเพื่อการอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกแทนการปลูกเพื่อการอยู่กินอย่างพอมีพอใช้ตามวิถีสังคม เกษตรกรระบบการคมนาคมทางบกจึงเกิดขึ้นเพื่อการรองรับการผลิตขนาดใหญ่ และเมื่อถนนเข้ามามีบทบาทสำคัญแทนแม่น้ำลำคลอง การแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน ในท้องน้ำจึงไม่มีความจำเป็น แต่การหาเลี้ยงชีพที่ดำเนินไปอย่างเรียบง่าย

ตามธรรมชาติที่มีสายน้ำเป็นตัวกำหนด เช่น ตลาดน้ำ กลับเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจให้ผู้คนต่างถิ่นต่าง วัฒนธรรมใคร่ชมและสัมผัส ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงเล็งเห็นประโยชน์ในการนำระบบ บวิถี ชีวิตของเกษตรกรรมมาประชาสัมพันธ์เพื่อเป็นจุดขาย โดยเฉพาะกับชาวต่างประเทศ และเมื่อ วัตถุประสงค์เปลี่ยนไป บุคลิกของตลาดน้ำจึงผิดแผกไปจากเดิม กลายเป็นตลาดน้ำที่สนองต่อ กิจกรรมท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว ผลผลิตที่มาจำหน่ายไม่ใช่แต่เฉพาะในท้องถิ่นเท่านั้น หากแต่มาจากทั่วทุกภาคของไทยและมีราคาสูงเพราะมุ่งขายแต่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ไม่ใส่ใจคนใน ท้องถิ่น และเมื่อประเทศต้องประสบภาวะทางเศรษฐกิจตั้งแต่ปี พ.ศ.๒๕๔๐ เป็นต้นมา ทั้งภาครัฐและ เอกชนต่างประชาสัมพันธ์ ชักชวนให้คนไทยหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศให้มากขึ้น การท่องเที่ยว เชิงเกษตรจึงเป็นที่นิยมในหมู่คนไทยอย่างกว้างขวางมีรายการนำเที่ยวตามเรือสวนควบคู่กับการชม ตลาดน้ำ หรือเมื่อผู้คนที่อยู่ในเมืองอยากสัมผัสกับชีวิตที่สงบเรียบง่ายในบ้านสวน หรือเพื่อศึกษาวิถีชีวิต ของชาวสวนก็สามารถทำได้ เพราะมีสวนหลายแห่งเปิดโอกาสให้ นักท่องเที่ยวไปพักผ่อนในบ้าน สวนภายใต้โครงการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่นที่บ้านสวนแถบอัมเภอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้ รวมตัวกันเปิดรับนักท่องเที่ยวอยู่ในปัจจุบันนี้ (อุดม เขยกิจวงศ์. 2552: 35)

ประวัติความเป็นมา สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาดน้ำอัมพวา

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม คือ สถานที่ที่คงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจนธรรมชาติ ที่อยู่อาศัย ร้านค้าฯ ซึ่งคงรักษาไว้ให้มีความใกล้เคียงกับครั้งในอดีต และในแนวคิด การอนุรักษ์นิยมนี้ เชื่อว่าการหวงแหนหรือการดำรงไว้ ซึ่งวิถีดำเนินชีวิตแบบเดิมนั้น นอกจะเป็นการอนุรักษ์ความเป็นไทย มิให้สูญหายแล้ว ยังเป็นการรำลึกหรือโยเยหา บรรพบุรุษครั้งเดิมนั้นๆ ที่ครั้งหนึ่งมีวิถีชีวิตอย่างเรียบง่าย มีความสุขร่มเย็น สิ่งเหล่านี้ได้แสดงถึงความสุนทรีย์ ที่เกิดขึ้นกับบรรพบุรุษแวดล้อมเชิงอนุรักษ์ (สุกัญญา เบนเนต. 2553: 13)

อัมพวา เป็นบริเวณชุมชนเก่าแห่งหนึ่งของสมุทรสงคราม ตั้งอยู่บริเวณสองฝั่งแม่น้ำแม่กลอง บริเวณตั้งแต่อัมพวาขึ้นไปจนจรดคลองบางกอกน้อยในเขตอำเภอบางคนที คนสมัยก่อนรู้จักอัมพวาใน ชื่อของ “บางช้าง” ปราบภูหลักฐานการตั้งถิ่นฐานของผู้คนตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ ๒๐ หรือตรงกับสมัย กรุงศรีอยุธยาตอนต้น ใกล้เคียงกับการเกิดของเมือง บางกอกโดยมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ใกล้เคียงกัน คือตั้งอยู่ในที่ดอนอันเกิดจากการทับถมของลำน้ำที่คดเคี้ยวไปมาก่อนที่จะออกทะเล ผู้คนได้อาศัยที่ดอน เหล่านั้นตั้งบ้านเรือนที่อยู่อาศัย การที่เป็นย่านชาวสวนเหมือนกัน จึงมีคำเรียกกันติดปากว่า “สวนใน บางกอก สวนนอกบางช้าง ” หรือ “บางช้างสวนนอกบางกอกสวนใน ” เป็นต้น (สุกัญญา เบนเนต . 2553: 13)

ถึงแม้ว่าการเกิดขึ้นของชุมชนอัมพวาจะไม่มีเอกสารบันทึกไว้อย่างชัดเจน เท่ากับเมืองบางกอก แต่ก็มีหลักฐานทางโบราณคดีสนับสนุน เพราะลำน้ำแม่กลองและแม่น้ำเจ้าพระยาต่างก็เป็นลำน้ำที่ใช้ในการคมนาคมติดต่อทางทะเลกับโลกภายนอกเหมือนกัน มีเรือสินค้าใหญ่แล่นมาจากปากน้ำเข้ามาถึงเมืองท่าภายในนั้นคือลำน้ำเจ้าพระยา มีอยุธยาและกรุงเทพมหานครเป็นเมืองท่า ส่วนทางลำน้ำแม่กลองมีเมืองคูบัวและเมืองราชบุรีเป็นเมืองท่า จากลักษณะภูมิประเทศและหลักฐานทางโบราณคดีนั้นสิ่งที่ทำให้เกิดชุมชนขึ้นที่อัมพวา นอกเหนือจากการมีที่ดอนเหมาะสมกับการตั้งบ้านเรือนและเรือสวนก็คือ บริเวณที่มีลำน้ำลำคลองหลายสายมาพบกันทำให้กลายเป็นชุมชนเส้นทางในการคมนาคมของลำน้ำแม่กลองก่อนออกทะเล (สุกัญญา เบนเน็ต. 2553: 13)

ตลาดน้ำอัมพวา

ตลาดน้ำอัมพวาในอดีตอัมพวาถือว่าเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางน้ำที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสงคราม ตลาดน้ำขนาดใหญ่และชุมชนริมน้ำที่เป็นศูนย์กลางทางด้านพาณิชยกรรม แต่ผลกระทบของการพัฒนาการคมนาคมทางบกทำให้ความเป็นศูนย์กลางของอัมพวาต้องสูญหายไป ทำให้ตลาดน้ำค่อยๆ ลดความสำคัญและสูญหายไปที่สุดในที่สุด ทิ้งไว้แต่ร่องรอยความเจริญในอดีตซึ่งยังคงปรากฏทางเทศบาลตำบล อัมพวา แต่ด้วยความร่วมมือร่วมใจของคนในท้องถิ่น ช่วยกันฟื้นฟูตลาดน้ำอัมพวาขึ้นมาอีกครั้งหนึ่ง ช่วยกันอนุรักษ์ความเป็นอยู่ของชุมชนริมน้ำหาอยู่ได้ยากในปัจจุบันให้สืบทอดไปโดยใช้ชื่อว่า “ตลาดน้ำยามเย็น”

โดยทั่วไปตลาดมักจะจัดขึ้นในเวลากลางวัน แต่ตลาดน้ำอัมพวาแห่งนี้จัดขึ้นในเวลาเย็นเรื่อยไปจนถึงเวลาพม่า สามารถกล่าวได้ว่าเป็นตลาดน้ำแห่งแรกของประเทศไทยที่จัดในลักษณะนี้ หากนักท่องเที่ยวมาตั้งแต่เช้าก็จะไม่เห็นความเป็นตลาดเต็มตัว ต้องรอเวลาประมาณ ๑๓.๓๐ น. ชาวบ้านย่านนั้นที่เป็นพ่อค้าแม่ค้าเริ่มจัดร้าน เตรียมอุปกรณ์หรือ ผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาขาย ในลำคลองก็จะเริ่มมีเรือพายที่ละลำสองลำ นำสินค้าหลากหลายนานาชนิด อาทิ พืชผักสวนครัว อาหาร ผลไม้ ขนม ของกินของใช้มาขายให้นักท่องเที่ยว หรือคนในท้องถิ่นที่สัญจรไปมาที่ตลาดอัมพวา ทำให้สัมผัสธรรมชาติของชีวิตของชุมชนริมน้ำซึ่งเป็นที่น่าประทับใจอย่างยิ่ง นักท่องเที่ยวสามารถซื้ออาหารมานั่งรับประทานบริเวณริมคลองอัมพวาได้ เนื่องจากมีการจัดสถานที่ให้มีความสะดวกสบายยิ่งขึ้น นอกจากนี้มีอาหารเรือในลำคลองแล้ว สองข้างทางสองฝั่งสะพานยังมีร้านให้เดินเลือกชมกันอีกมากมาย หลายร้านเช่น ลูกชุบที่มีรูปลักษณะที่โดดเด่นสีสันสะดุดตา กวยเตี่ยวหมูหรือโอเลี้ยงที่มีรสชาติอร่อย ตลาดน้ำอัมพวาแห่งนี้เป็นตลาดเก่าแก่ ซึ่งเมื่อสัก ๕๐-๖๐ ปีก่อนที่ตลาดน้ำนี้ถือเป็นตลาดนัดทางน้ำที่ใหญ่ที่สุดในสมุทรสงคราม แต่แล้วเมื่อความเป็นตลาดก็คึกคักถึงขีดสุดผู้คนหลั่งไหลไปกันมากมาย ความเจริญก็เริ่มเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับผู้ที่จะมาเที่ยวมากขึ้น ซึ่งก็เหมือนกันกับที่อื่นๆ คือมีการตัดถนนหนทาง ทำให้ตลาดการค้าย้ายไปอยู่ริมถนนกันเป็นจำนวนมาก ถึงกระนั้นชาวอัมพวาเดิมส่วนใหญ่ก็ยังคงอนุรักษ์รูปแบบการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนไว้อย่างดี อนุรักษ์สมบูรณ์ จนได้รับรางวัลชุมชนอนุรักษ์ดีเด่น ประจำปี ๒๕๔๕ จากสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ (อุดม เขยกิจวงศ์. 2552: 38)

รางวัลอนุรักษ์ทางวัฒนธรรม ปี ๒๐๐๘ จากองค์การยูเนสโก

โครงการสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม พื้นที่ริมคลองอัมพวา (Thailand Cultural Environment Project : Amphawa CanalCommunity) ได้รับรางวัลชมเชย (Honourable Mention) ด้านการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม จากองค์การยูเนสโกภาคพื้นทวีปเอเชียแปซิฟิก ประจำปี ๒๐๐๘ (UNESCO Asia-Pacific Heritage Award) ซึ่งเป็นผลร่วมมือระหว่างภาคราชการ ภาคเอกชนและชุมชน ในการอนุรักษ์สถาปัตยกรรมและสิ่งแวดล้อม ศิลปกรรมของชุมชน โดยได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากสำนักงานให้ความช่วยเหลือทางวิชาการเดนมาร์ก(DANIDA) เทศบาลตำบลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม สำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนภายใต้ชื่อ “โครงการอัมพวา ชัยพัฒนาอนุรักษ์ ” เป็นโครงการที่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มีพระราชดำริให้สำนักงานมูลนิธิชัยพัฒนา นำที่ดินที่คุยมประยงค์ นาควะรังค์ ชาวอัมพวาได้น้อมเกล้าฯ ถวายมาดำเนินการพัฒนาให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอัมพวา และด้วยที่ชุมชนอัมพวา เป็นชุมชนที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาเกี่ยวข้องกับความเป็นชาติไทย ซึ่งอนุชนรุ่นหลังสามารถหวนรำลึกได้ด้วย การมองย้อนเห็นภาพในอดีตอันรุ่งเรืองถึงความเป็นชุมชนที่มีวัฒนธรรม และประเพณีที่งดงามที่สะท้อนความเป็นไทยได้อย่างน่าภาคภูมิใจ ดังนั้นการพัฒนาและจัดการที่ แห่งนี้จึงดำเนินไปอย่างถูกต้องเหมาะสม และที่สำคัญได้รับความร่วมมือพร้อมใจจากชาวอัมพวาทุกคน(อุดม เขยกิจวงศ์. 2552: 38-39)

สอดคล้องกับ กุลธิดา สืบหล้า อธิบายเกี่ยวกับความงดงามของตลาดน้ำอัมพวาว่า “จุดเด่นของอัมพวาอยู่ตรงการดำเนินชีวิตของพวกเขา ” รศ.ดร.ศิริวรรณ ศิลพัชรนันท์ จากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเข้ามาทำโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรมในชุมชนอัมพวา พูดขึ้นในขณะที่เรานั่งเล่นอยู่ริมน้ำในบ่ายวันหนึ่ง “ทุกคนยังใช้ชีวิตสัมพันธ์กับน้ำ คูลิดะ บ้านเรือนยังหันหน้าเข้าหาคลอง แล้วทุกบ้านมีบันไดทอดลงไป คุณจะเห็นการใช้ประโยชน์ของน้ำตั้งแต่เข้าจุดเย็นเขียวละ ไม่ว่าจะอาบน้ำ ชักผ้า ล้างจาน หรือแม้แต่การทำมาหากินหลายรูปแบบ ” ที่โดดเด่นอีกอย่างในใจสถาปนิกนั่นก็คือที่นี่มีแนวเส้นขอบฟ้าเป็นระยะของสันหลังคาความสูงไล่เลี่ยกันอยู่ที่ 2 เมตร ด้วยสายตาดูก หากมองลงมาจะเห็นได้ว่าเรือนแถวไม้ชั้นเดียวยาวเหยียดนับกิโลเมตรนี้ วางตัวขนานกับลำคลองอย่างเป็นระเบียบ (กุลธิดา สืบหล้า. 2551: 145)

“เมื่อก่อนนี้เงียบมากเลยครับศดร.วรรณศิลป์ พีรพันธุ์ อาจารย์จากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเข้ามาทำโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม ต่อจากรศ.ดร.ศิริวรรณ ศิลพัชรนันท์ กล่าว “เราต้องประชุมกับชาวบ้านเพื่อกำหนดแผนงานร่วมกัน นอกจากคุณค่าที่ทำให้ต้องอนุรักษ์อย่างเร่งด่วนแล้ว ที่นี่ยังมีศักยภาพการท่องเที่ยวสูง ชาวบ้านเองก็อย ากได้ตลาดน้ำกับคืนมา ข้อสรุปจึงอยู่ที่เราจะทำแผนการอนุรักษ์ควบคู่ไปกับแผนการท่องเที่ยว ก่อนจะดึงคนมาเที่ยว อัมพวาคง

ต้องขัดสีฉวีวรรณเสียใหม่ โครงการจากนักวิชาการได้จุดประกายความหวังเล็กๆ ให้กับชุมชน เริ่มด้วยการรับสมัครบ้านหลังที่พร้อมจะปรับปรุง โดยเจ้าของบ้านออกค่าใช้จ่ายเพียงครั้งเดียว ส่วนอีกครั้งรัฐบาลเดนมาร์กจะช่วยออก แรกๆ ชาวบ้านยังกลัวว่าพอเสร็จแล้วบ้านจะกลายเป็นของฝรั่งไปแต่ตอนหลังเขาเข้าใจครับ มีมาเข้าร่วมกับเราสิบเจ็ดหลัง เราก็ ปรับปรุงเฉพาะด้านนอก คอยดูแลแบบให้เหมือนเดิมมากที่สุด ซ่อมแซมประตูบานเพี้ยมพวกค้ำยัน หลังคาเปลี่ยนจากสังกะสีเป็นกระเบื้อง นอกจากนี้เรายังปรับปรุงสำนักเทศบาลทั้งหลังอีกด้วยที่โดดเด่นที่สุดเห็นจะเป็นเรือนแถวยาวเหยียดที่ประยงค์ นาคะวรงค์หญิงสูงวัยชาวอัมพวาน้อมเกล้าฯ ถวายมูลนิธิชัยพัฒนา ร่วมกับที่ดินของครอบครัว ให้เป็นสวนสาธิตเกษตรของมูลนิธิฯ เช่นเดียวกัน ซึ่งทั้งสองนี้จะเปิดเป็นศูนย์ข้อมูลชุมชนอัมพวาและแหล่งท่องเที่ยวตามแนวพระราชดำริของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ครั้งเสด็จพระราชดำเนินเยือนอัมพวาเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 (กุลธิดา สืบหล้า. 2551: 146-147)

เรือนแถวไม้อัมพวาส่วนใหญ่สร้างแบบชั้นเดียวหลังคามีทั้งปั้นหยา ทรงจั่วเดี่ยว ทรงจั่วคู่ และทรงจั่วแฝดทรงไทย มุงด้วยหลังคากระเบื้องว่าวบ้าง กระเบื้องธรรมดาบ้าง หรือไม้สังกะสีลูกฟูกเหนือประตูบานเพี้ยมมีช่องลมระบายอากาศ บ้านจึงมีลมพัดผ่านตลอดวันแม้ข้างนอกนั้นแดดจะจัดจ้าเพียงใด กลางวันเป็นช่วงเวลาแห่งการพักผ่อนดูโทรทัศน์หรือไมกันอนเอกเขนกบนพื้นไม้กระดานแผ่นใหญ่เรียบลื่นด้วยสัมผัสของสมาชิกในบ้านอุ่นแล้วอุ่นเล่า บนฝาไม้ตีซ็อนเกร็ดยังเล่าเรื่องราวด้วยรูปภาพของครอบครัวตอกติดกันแบบละลานตา (กุลธิดา สืบหล้า. 2551: 148)



ภาพประกอบ 1 ตลาดน้ำอัมพวาที่ได้รับรางวัลเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2551 ณ โครงการอัมพวาชัยพัฒนานุรักษ์
ที่มา: ผู้จัดการออนไลน์. (2551: ออนไลน์).



ภาพประกอบ 2 ตลาดน้ำอัมพวาที่ยังคงไว้ซึ่งเมื่อครั้งอดีต
ที่มา: สายลมที่ผ่านมา. (2553: ออนไลน์).



ภาพประกอบ 3 ร้านค้าที่ยังคงเคารพความเป็นอดีต

ที่มา: ดินสอขอเขียน. (2550: ออนไลน์).

วัฒนธรรมกับการโฆษณา

หากจะกล่าวถึงสิ่งสำคัญในการสร้างรัฐประชาชาติใดๆ “วัฒนธรรม” ดูเหมือนจะเป็นสิ่งที่ทุก
รัฐประชาชาติต้องมี ครั้นเมื่อไม่มีวัฒนธรรมก็จำเป็นต้องมีคณะกรรมการเพื่อพิสูจน์หรือแม้กระทั่งสร้าง
ขึ้นมาให้มี การรณรงค์จึงเป็นตรรกะของประเทศเล็กๆ ที่จำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมให้ มี “วัฒนธรรม”
(ธเนศ วงศ์ยานาวา. 2552. ศิลปะกับสภาวะสมัยใหม่ : ความขัดแย้งกับความลึกลับ. หน้า 51) ไม่เว้น
แม้แต่ทาง ชุมชนยากไร้ สังคมชนชั้นสูงหรือที่ใดๆ “การอนุรักษ์วัฒนธรรม” จึงเป็นกลไกหนึ่งในการ
สร้างรัฐประชาชาติ โดยเกี่ยวเนื่องกับ สำนักทางกาลเวลา ระหว่าง “อดีตและปัจจุบัน” การอนุรักษ์ให้
มรดกทางวัฒนธรรมที่มีในอดีตยังคงปรากฏอยู่ในปัจจุบันดูจะเป็นสิ่งที่นิยมอย่างแพร่หลายใน
สังคมไทยปัจจุบัน การโหยหาอดีต ความอบอุ่น ความเจริญชนบประเพณี (Tradition) ตลอดจนการหา
อยู่หากิน ได้ถูกนำมาหรือสร้างใหม่ อันจะเห็นได้จาก การที่ องค์กรในเชิงอนุรักษ์ทั้งหลายในไทย เช่น
เพลินวาน ที่ อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ หรือตลาดน้ำต่างๆ ที่ยังคงสภาพดั้งเดิมให้มากที่สุดครั้งการ
คมนาคมทางน้ำรุ่งเรือง

สมสุข หินวิมาน กล่าวไว้ใน โฆษณากับวัฒนธรรมการบริโภคร่วมสมัยว่า หากจะมีใครสักคนตั้งคำถามว่าสยาม มประเทศเมื่อสองร้อยปีที่ผ่านมาเป็นเช่นไร ก็ให้ไปอ่านงานนิราศทั้งเก้าเรื่องของสุนทรภู่ดูแล้วก็จะทราบว่าชาวสยามเมื่อสองทศวรรษก่อนดำเนินชีวิตทางสังคมเช่นไร แต่อย่างไรก็ดีอีกสองร้อยปีข้างหน้า มีใครตั้งคำถามกันขึ้นมาใหม่ว่า เราจะเข้าใจความคิดของผู้คนในต้นศตวรรษ ที่ 21 กันได้อย่างไร ถ้าผู้เขียนมีชีวิตรอบถึงวันนั้นแล้วก็คงจะตอบเขาไปว่า คุณก็ลองเอางานโฆษณาโทรทัศน์ที่ผลิตในช่วงเวลาดังกล่าวมานั่งศึกษาดู แล้วคุณก็จะเห็นเองว่า คนไทยในห้วงเวลานั้นเขาใช้ชีวิตกันเยี่ยงไร (สมสุข หินวิมา. 2549: 116)

โฆษณาคือผลผลิตทางวัฒนธรรม ที่ก่อรูปมาพร้อมกับการเติบโตของระบบทุนนิยม แม้ในด้านหนึ่งนักวิชาการหลายท่านกล่าวไว้ว่าโฆษณาคือการสื่อสารที่จรรโลงไว้ซึ่งระบบเศรษฐกิจ สังคมแบบทุนนิยม แต่ในอีกด้านหนึ่งโฆษณาก็คือทั้งภาพที่สะท้อนและสื่อที่สรรค์สร้างความคิดความเชื่อของผู้คนในแต่ละยุคสมัย ที่ขึ้นงานโฆษณาเหล่านั้นได้ รับการผลิติดอกมา (สมสุข หินวิมาน . 2549. เปิดประตูสู่การรู้เท่าทันสื่อ. หน้า 116)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 4) กล่าวว่า การประกอบธุรกิจทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การขายหรือการให้บริการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค ย่อมต้องอาศัยสื่อมวลชน เพื่อบอกกล่าว ให้ความรู้หรือจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจและเกิดความพอใจในสินค้าหรือบริการ การโฆษณา (Advertising) เป็นเครื่องมือสำคัญในการติดต่อสื่อสารไปยังผู้บริโภค โดยอาศัยเหตุผลหรือคุณสมบัติต่างๆ ของสินค้าหรือบริการมาใช้ในการจูงใจ ด้วยจุดมุ่งหมายที่ช่วยให้การจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ผ่านมือจากผู้ผลิต ผู้จำหน่ายไปยังผู้บริโภคโดยเร็วที่สุด

Williams มีความเห็นว่า การโฆษณา (Advertising) เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่ทรงอิทธิพลในระบบทุนนิยมสมัยใหม่มากที่สุด ในระบบทุนนิยมสมัยใหม่ การที่ “ตลาด” เปลี่ยนฐานะจากการเป็นสถานที่ซึ่งลูกค้าจะพบสินค้าได้ไปเป็นอุปสงค์ในตลาดของ “ผู้บริโภค” สินค้าได้เปลี่ยนลักษณะสำคัญประการหนึ่งคือ จากการเป็นสินค้าที่สังคมเป็นผู้กำหนดให้ระบบเศรษฐกิจผลิตขึ้นมาเป็นสินค้าที่ระบบเศรษฐกิจเป็นผู้กำหนดให้ผู้บริโภคในสังคมต้องบริโภค การโฆษณาก็มีบทบาททั้งเป็นพลังการผลิตที่ช่วยในการดำเนินธุรกิจ สังคม ทุนนิยมสมัยใหม่ สามารถดำเนินไปได้อย่างมั่นคงมากขึ้น และเป็นพลังการผลิตในการที่ธุรกิจสมัยใหม่จะรุกคืบเข้าไปยังอาณาเขตของสิ่งของที่สังคมควบคุมอยู่ หรือกล่าวได้ว่า เป็นประเพณีของการเลือก ในการที่ธุรกิจสมัยใหม่จะผนวกเอาสิ่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งของ อารมณ์ ความรู้สึกหรือแม้แต่สถานภาพทางสังคมเข้ามา¹

¹ ศิริวรรณ อินทนนชัย. (2552). บทที่ 2. ในการโฆษณาเครื่องดื่มชูกำลังและการบริโภคมาายาคติของผู้บริโภครับจ้างสี่ล้อในจังหวัดเชียงใหม่

กว่าจะเห็นเป็นโฆษณาไทยในศตวรรษที่ 21

สำหรับกรณีของไทยคำว่า “โฆษณา” น่าจะมีรากมาจากคำว่า “โฆษะ” อันแปลว่าก็ก้องไปได้ไกล (เช่น วลีที่ว่า “นามอุโฆษ” ก็แปลว่า ชื่อเสียงเรื่องลือขจรขจายไปได้ไกล) หากดูผิวเผินหลายคนอาจคิดว่า “โฆษณา” เป็นสื่อหรือวัฒนธรรมที่ก่อรูปขึ้น ในสังคมไทยเมื่อไม่กี่ทศวรรษมานี้เอง แต่อันที่จริงแล้ว ก่อนหน้าที่เราจะบัญญัติศัพท์ “โฆษณา” ขึ้น เพื่อเรียกกิจกรรมหรือกระบวนการซื้อขายสินค้าและบริการคนไทยเราเคยมีสำนวนที่ว่า “ตีฆ้องร้องป่าว” อันแปลว่ามีข่าวสารมาแพร่กระจายบอกสู่กัน และในอีกทางหนึ่ง นอกจากคนไทยจะมีวัฒนธรรมตีฆ้องร้องป่าวแล้ว เรายังมีวัฒนธรรมการเล่นลำบัดสำนวนเป็นพื้นฐานของสังคมอีกด้วย ดังเช่นคำว่า “ปากเป็นเอก เลขเป็นโท โบราณว่า” หรือ “คารมเป็นต่อรูปหล่อเป็นรอง” หรือแม้แต่วรรณกรรมรวมเกียรติก็มีกลอนท่อนหนึ่งที่กล่าวว่า “จะพลิกพลิกชีวหาเป็นอาวภู ประหารบุตรเจ้าลงกาให้อาสน์” ฉะนั้นหากพิจารณาตามในนี้ โฆษณาสัมัยใหม่ก็น่าจะมีด้านที่เกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรม “ตีฆ้องร้องป่าว” และวัฒนธรรม “เล่นลิ้นเล่นสำนวน” เป็นฐานหล่อเลี้ยงเอาไว้ ในขณะที่การ พลิกพลิ้วเล่นลิ้น มีมานานในสังคมไทย แล้วโฆษณายาขายสินค้าและการบริการแบบที่เห็นๆ กันในปัจจุบันมีตั้งแต่สมัยใด อเนก นาวิกมูล (2538) ได้ทำการสำรวจโฆษณาไทยในสมัยแรกๆ และพบว่าโฆษณาสินค้าที่บันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ปรากฏขึ้นครั้งแรกเมื่อปีพ.ศ.2388 อันตรงกับสมัยรัชกาลที่ 3 หรือช่วงที่สยามประเทศเปิดรับอารยธรรมตะวันตกอย่างเป็นจริงเป็นจังหลังยุคสนธิสัญญาเบาริง ทั้งนี้หนังสือพิมพ์ของหมอบรัดเล มิซชันนารีชาวอเมริกันชื่อ Bangkok Recorder ฉบับที่ 8 หน้าที่ 32 ได้ปรากฏประกาศสั้นๆ ชื่อ “Quinine for Sale” ที่มีข้อความส่วนหนึ่งว่า

ยาคินินนั้น,แต่ก่อนเขาขายอยู่ที่ตึกหันแตร,แต่บัดนี้เขาได้เอามาฝากขายไว้ที่บ้านข้าพเจ้าหมอบรัดเล,ด้วยข้าพเจ้าเห็นว่าในพระนครนี้,คนเป็นไข้จับสั่นมากนัก,ข้าพเจ้ามีเมตตาจะสงเคราะห์คนทั้งปวง จึงรับเอายานั้นมา,เจ้าของสั่งให้ขายอย่างไร,ข้าพเจ้าขายอย่างนั้น, เหตุดังนี้จึงช่วยรับมาไว้ขาย มิได้เอากำไลเลย,....

จากข้อความที่ยกมาข้างต้นนี้ จะเห็นว่า นอกจากประกาศของหมอบรัดเลจะบอกขายยาควินินที่บ้านหมอบรัดเลเองแล้ว ยังดูจะเป็นจุดเริ่มต้นของโฆษณาสัมัยใหม่ของไทย ที่มีเป้าหมายเพื่อการขายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภค อย่างไรก็ตามโฆษณานี้ ยังไม่ได้ก้าวข้ามไปถึงลักษณะของการบรรยายหรือโน้มน้าวใจในสรรพคุณของสินค้า หากแต่เป็นเพียงการแจ้งข่าวสาร (information) ให้ผู้อ่านได้ทราบว่ามีสินค้าอะไร วางขายที่ไหน และมีราคาจำหน่ายเท่าใด กลยุทธ์การโฆษณาจะเริ่มพัฒนาไปไกลขึ้นในช่วงภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง จนถึงสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม ทั้งนี้ในสมัยนั้น มีความพยายามที่รัฐจะอาศัยกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อขยายแนวคิดเรื่องประชาธิปไตย และการเผยแผ่ลัทธิ “เชื้อผู้นำ” ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมชัดเจนก็คือ “การก่อตั้งกรมโฆษณาการ” ซึ่งต่อมาก็คือกรมประชาสัมพันธ์ ที่ทำหน้าที่เป็นกลไกเผยแผ่อุดมการณ์แห่งรัฐ ด้วยเหตุนี้รูปแบบการโฆษณาใน

ยุคดังกล่าวจึงเน้นหนักไปในทางโฆษณาชวนเชื่อทางการเมือง (political propaganda) และเมื่อสงครามโลกครั้งที่สองสงบลง อุตสาหกรรมการผลิตของไทยเริ่มเติบโตก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในช่วงหลังจากที่ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2504) ผลพวงที่ตามมาก็คือ การเข้ามาของบริษัทข้ามชาติทางการโฆษณาใหญ่น้อย ดังที่มีการศึกษาพบพบว่า ตลาดใหม่ย่านเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเฉพาะในกรณีของไทย บริษัทโฆษณาของอเมริกาเข้ามาเปิดกิจการในปี พ.ศ.2506 และการที่เจ้าของสินค้าขนาดใหญ่ของอเมริกา อย่าง Colgate & Palmolive ที่เข้ามายึดสถานีวิทยุ 8-9 เพื่อโฆษณาสินค้าผงซักฟอกในเวลาต่อมา จากจุดนี้เอง กิจการโฆษณาสินค้าและบริการก็กลายเป็นความจำเป็นขึ้นมาในภาคธุรกิจ ยิ่งเมื่อสื่อวิทยุและโทรทัศน์ขยายตัวมากขึ้น โฆษณาก็ได้เข้าไปยึดเวทีเพื่อส่งเสริมการขายอย่างเป็นล่ำเป็นสัน จนถึงกับมีวลีสำคัญปรากฏอยู่ในบทเพลงหนึ่งของ สังกัดของ สีไล ที่ร้องว่า “ของอะไรดีไม่ได้ในยุคนี้ต้องโฆษณา...” และเพียงแค่นั้น ทศวรรษให้หลัง อุตสาหกรรมก็เฟื่องฟูขึ้นพร้อมกับมีบริษัทโฆษณาข้ามชาติมาเปิดกิจการในประเทศไทยมากขึ้น เป็นต้นว่า J.Walter Thompson, Needham International, D.Y.R., Young & Rubicam และมีบางบริษัทที่เปิดกิจการร่วมกับเอเยนซีโฆษณาภายในประเทศ เช่น Prakit & FCB (ซึ่งเป็นการร่วมลงทุนระหว่างบริษัทของไทยคือ Prakit & Associates กับบริษัทของอเมริกาคือ Foote, Cone & Belding) และนับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาโฆษณาก็ดูจะขาดไม่ได้บนโลกของสื่อมวลชน การขายสินค้าและบริการ และที่สำคัญโฆษณาก็ได้มากลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคมไทยในยุคปัจจุบัน²

แนวคิดเกี่ยวกับปัญหาสุนทรียภาพของสิ่งแวดล้อม

ปัญหามลทัศน์

มลทัศน์ (Visual Pollution) หรือเรียกว่า มลภาวะทางสายตาหรือทัศนอุจาด เป็นปัญหาสิ่งแวดล้อมในชุมชนเมืองที่เหมือนกับปัญหาน้ำเสีย อากาศเสีย เสียงดัง การจราจรคับคั่ง เป็นต้น ซึ่งปัญหาดังกล่าวมีผลกระทบต่อสุขภาพอนามัยจากการรับรู้ได้โดยการสูดกลิ่น การได้ยิน ในขณะที่การรับรู้ทางด้านมลทัศน์จะรับรู้ได้โดยการมอง (Visual Perception) ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อร่างกาย แต่จะทำให้ภูมิทัศน์เมือง (Urban Landscape) ไม่มีความสวยงาม ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยขององค์ประกอบของเมือง ได้แก่ อาคารและสิ่งปลูกสร้าง ระบบสาธารณูปโภค ซึ่งบริการและอำนวยความสะดวกต่อชุมชน รวมทั้งเฟอร์นิเจอร์บนถนน (Street Furniture) ป้ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์บริเวณอาคารต่างๆ (สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2549: ออนไลน์)

² อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2534). กว่าจะมาเป็นโฆษณาไทยในศตวรรษที่ 21. อังโน เปิดประตูสู่หนังสือ. หน้า 137-140.

การสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย

มารยาท โยทงยศ (2553: ออนไลน์) แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัยชนิดหนึ่งที่นิยมใช้กันมากในหมู่นักวิจัย ทั้งนี้เพราะการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามเป็นวิธีที่สะดวกและสามารถใช้วัดได้อย่างกว้างขวาง แบบสอบถามส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของคำถามเป็นชุดๆ ที่ได้ถูกรวบรวมไว้อย่างมี หลักเกณฑ์และเป็นระบบ เพื่อใช้วัดสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะวัดจากกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรเป้าหมายให้ได้มา ซึ่งข้อเท็จจริงทั้งในอดีต ปัจจุบันและการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สามารถทำได้ด้วยการสัมภาษณ์หรือให้ผู้ตอบตอบด้วยตนเอง สำหรับบทความนี้จะมุ่งเน้นที่การสร้างแบบสอบถามสำหรับผู้ตอบด้วยตนเอง มีการกล่าวถึงโครงสร้างของแบบสอบถามขั้นตอนการสร้างแบบสอบถามและข้อเด่นข้อด้อยของการใช้แบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบด้วยตนเอง เพื่อให้ นักวิจัยหรือผู้ที่สนใจสามารถสร้างแบบสอบถามที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างหรือประชากรเป้าหมายจะนำมาซึ่งผลการวิจัยที่ความถูกต้องและเชื่อถือได้มากที่สุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

โครงสร้างของแบบสอบถาม

โครงสร้างของแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 3 ส่วนสำคัญ ดังนี้

1. หนังสือนำหรือคำชี้แจง โดยมากมักจะอยู่ส่วนแรกของแบบสอบถาม อาจมีเจตหมายนำอยู่ด้านหน้าพร้อมคำขอบคุณ โดยคำชี้แจงมักจะระบุถึงจุดประสงค์ที่ให้ตอบแบบสอบถาม การนำคำตอบที่ได้ไปใช้ประโยชน์ คำอธิบายลักษณะของแบบสอบถาม วิธีการตอบแบบสอบถามพร้อมตัวอย่าง พร้อมทั้งจบลงด้วยชื่อและที่อยู่ของผู้วิจัย หรืออาจเพิ่มข้อความที่ระบุว่าผู้วิจัยจะไม่นำข้อมูลไปเปิดเผย
2. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว คำตอบที่ได้จะเป็นข้อเท็จจริงของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น คำถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นต้น การที่จะถามข้อมูลส่วนตัวอะไรบางอย่างขึ้นอยู่กับกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยดูว่าตัวแปรที่สนใจจะศึกษานั้นมีอะไรบางอย่างที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว เพื่อที่จะถามเฉพาะข้อมูลส่วนตัวที่จำเป็นในการวิจัยเรื่องนั้นๆ เท่านั้น
3. คำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะหรือประเด็นที่จะวัด เช่น พฤติกรรม ปรัชญาการณหรือความคิดเห็นของผู้ตอบในเรื่องนั้นๆ เป็นชุดคำถามที่ให้ผู้ตอบบอกถึงพฤติกรรม หรือปรัชญาการณ หรือให้แสดงความคิดเห็นในด้านต่างๆ

ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

ขั้นที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะที่จะวัด

ผู้วิจัยจะต้องทราบว่าคุณลักษณะหรือประเด็นที่จะวัดให้มีอะไรบ้าง โดยอาจดูได้จากวัตถุประสงค์ของการวิจัย กรอบแนวความคิดหรือสมมติฐานการวิจัย จากนั้นจึงศึกษาคุณลักษณะหรือประเด็นที่จะวัดดังกล่าว ให้เข้าใจอย่างละเอียดทั้งเชิงทฤษฎีและนิยามเชิงปฏิบัติการ ซึ่งอาจได้จากเอกสาร ตำราหรือผลการวิจัยต่างๆ ที่มีลักษณะเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน

ขั้นที่ 2 กำหนดประเภทของข้อคำถาม

ผู้วิจัยจะต้องพิจารณาประเภทของข้อคำถามที่จะวัดคุณลักษณะที่ต้องการ ซึ่งข้อคำถามในแบบสอบถามอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. **คำถามปลายเปิด (Open Ended Question)** เป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ตอบสามารถตอบได้อย่างเต็มที่ คำถามปลายเปิดจะนิยมใช้กันมากในกรณีที่ผู้วิจัยไม่สามารถคาดเดาได้ล่วงหน้าว่าคำตอบจะเป็นอย่างไร หรือใช้คำถามปลายเปิดในกรณีที่ต้องการได้คำตอบเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างคำถามปลายปิด ตัวอย่างคำถามปลายเปิด เช่น ท่านตัดสินใจประกอบอาชีพค้าขาย เพราะ

2. **คำถามปลายปิด (Close Ended Question)** เป็นคำถามที่ผู้วิจัยมีแนวคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบจากคำตอบที่กำหนดไว้เท่านั้น คำตอบที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ล่วงหน้ามักได้มาจากการทดลองใช้คำถามในลักษณะที่เป็นคำถามปลายเปิด แล้วนำมาจัดกลุ่มของคำตอบ หรือได้มาจากการศึกษาผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง หรือจากแนวความคิดของผู้วิจัยเอง และจากข้อมูลอื่นๆ ซึ่งข้อคำถามแต่ละประเภทมีข้อเด่นข้อด้อย ดังนี้

ข้อเด่น	
คำถามปลายเปิด	คำถามปลายปิด
1.สามารถสร้างคำถามได้ง่าย 2.เปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็นเต็มที่ 3.คำตอบที่ได้จะตรงกับความรู้สึกนึกคิดของผู้ตอบ มากกว่าคำถามปลายปิด	1.ไม่ต้องเสียเวลาในการสรุปประเด็นคำตอบ 2.คำตอบที่ได้รับจะจำกัดเฉพาะประเด็นที่เราสนใจศึกษาเท่านั้น 3.ผู้ตอบไม่ต้องเสียเวลาในการคิดหาคำตอบ และเขียนเรียงเรียงคำตอบ 4.คำถามปลายปิดช่วยให้ผู้ตอบไม่ค่อยรู้สึกลำบากใจในการตอบคำถามเกี่ยวกับเรื่องที่ไม่ต้องการจะตอบ เช่น รายได้
1.คำตอบที่ได้จะมีความหลากหลายบางคำตอบก็ ไม่อยู่ในประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจ 2.เสียเวลาในการสรุปประเด็นคำตอบเพื่อนำมาลงรหัส 3.เสียเวลาในการคิดหาคำตอบ ซึ่งอาจทำให้เกิดความเบื่อหน่ายในการตอบคำถาม 4.บางคำถามผู้ตอบอาจมีความรู้สึกลำบากใจหรือไม่อยากตอบ เช่น รายได้ เป็นต้น	1.ผู้ตอบไม่มีอิสระในการตอบ เพราะถูกจำกัดให้เลือกตอบเฉพาะคำตอบที่มีให้เลือกเท่านั้น 2.ผู้วิจัยต้องเสียเวลาในการคิดหาคำตอบไว้ล่วงหน้าว่าผู้ตอบจะตอบอะไรบ้าง ซึ่งอาจไม่ตรงกับคำตอบของผู้ตอบอาจแก้ไขได้โดยการมีคำตอบ “อื่นๆ โปรดระบุ”ไว้ด้วย

ขั้นที่ 3 การร่างแบบสอบถาม

เมื่อผู้วิจัยทราบถึงคุณลักษณะหรือประเด็นที่จะวัด และกำหนดประเภทของข้อคำถามที่จะมีอยู่ในแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงลงมือเขียนข้อคำถามให้ครอบคลุมทุกคุณลักษณะหรือประเด็นที่จะวัด โดยเขียนตามโครงสร้างของแบบสอบถามที่ได้กล่าวไว้แล้ว และหลักการในการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

1. ต้องมีจุดมุ่งหมายที่แน่นอนว่า ต้องการจะถามอะไรบ้าง โดยจุดมุ่งหมายนั้นจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่จะทำ
2. ต้องสร้างคำถามให้ตรงตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ เพื่อป้องกันการมีข้อคำถามนอกประเด็นและมีข้อคำถามจำนวนมาก

3. ต้องถามให้ครอบคลุมเรื่องที่จะวัด โดยมีจำนวนข้อคำถามที่พอเหมาะ ไม่มากหรือน้อยเกินไป แต่จะมากหรือน้อยเท่าใดนั้นขึ้นอยู่กับพฤติกรรมที่จะวัด ซึ่งตามปกติพฤติกรรมหรือเรื่องที่จะวัดเรื่องหนึ่งๆ นั้นควรมีข้อคำถาม 25-60 ข้อ

4. การเรียงลำดับข้อคำถามควรเรียงลำดับให้ต่อเนื่องสัมพันธ์กันและแบ่งตามพฤติกรรมย่อยๆ ไว้เพื่อให้ผู้ตอบเห็นชัดเจนและง่ายต่อการตอบ นอกจากนั้นต้องเรียงคำถามง่ายๆ ไว้เป็นข้อแรกๆ เพื่อชักจูงให้ผู้ตอบอยากตอบคำถามต่อ ส่วนคำถามสำคัญๆ ไม่ควรเรียงไว้ตอนท้ายของแบบสอบถาม เพราะความสนใจในการตอบของผู้ตอบอาจจะน้อยลง ทำให้ตอบอย่างไม่ตั้งใจ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อการวิจัยมาก

5. ลักษณะของข้อความที่ดี ข้อคำถามที่ดีของแบบสอบถามนั้น ควรมีลักษณะดังนี้

1) ข้อคำถามไม่ควรยาวจนเกินไป ควรใช้ข้อความสั้น กระชับรัด ตรงกับวัตถุประสงค์ และสอดคล้องกับเรื่อง

2) ข้อความ หรือภาษาที่ใช้ในข้อความต้องชัดเจน เข้าใจง่าย

3) ไม่ใช่คำถามนำหรือแนะให้ตอบ

4) ไม่ถามเรื่องที่เป็นความลับเพราะจะทำให้ได้คำตอบที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริง

5) ไม่ควรใช้ข้อความที่มีความหมายกำกวมหรือข้อความที่ทำให้ผู้ตอบแต่ละคน

เข้าใจความหมายของข้อความไม่เหมือนกัน

6) ไม่ถามในเรื่องที่รู้แล้ว หรือถามในสิ่งที่วัดได้ด้วยวิธีอื่น

7) ข้อคำถามต้องเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ต้องคำนึงถึงระดับการศึกษา

ความสนใจ สภาพเศรษฐกิจ ฯลฯ

8) ข้อคำถามหนึ่งๆ ควรถามเพียงประเด็นเดียว เพื่อให้ได้คำตอบที่ชัดเจนและตรง

จุดที่จะง่ายต่อการนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

9) คำตอบหรือตัวเลือกในข้อคำถามควรมีมากพอ หรือให้เหมาะสมกับข้อคำถาม

นั้น แต่ถ้าไม่สามารถระบุได้หมดก็ให้ใช้ว่า อื่นๆ โปรดระบุ

10) ควรหลีกเลี่ยงคำถามที่เกี่ยวกับค่านิยมที่จะทำให้ผู้ตอบไม่ตอบตามความเป็นจริง

เช่น ท่านมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศหรือไม่

11) คำตอบที่ได้จากแบบสอบถาม ต้องสามารถนำมาแปลงออกมาในรูปของปริมาณ

และใช้สถิติอธิบายข้อเท็จจริงได้ เพราะปัจจุบันนี้นิยมใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นแบบสอบถามควรคำนึงถึงวิธีการประมวลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้วย

ขั้นที่ 4 การปรับปรุงแบบสอบถาม

หลังจากที่สร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ผู้วิจัยควรนำแบบสอบถามนั้นมาพิจารณา ทบทวนอีกครั้งเพื่อหาข้อบกพร่องที่ควรปรับปรุงแก้ไขและควรให้ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจแบบสอบถามนั้น ด้วย เพื่อที่จะได้นำข้อเสนอแนะและข้อวิพากษ์วิจารณ์ของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

ขั้นที่ 5 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้เพื่อวิเคราะห์คุณภาพ

เป็นการนำเอาแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างเล็กๆ เพื่อนำผลมาตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ซึ่งการวิเคราะห์หรือตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม ทำได้หลายวิธี แต่ที่สำคัญมี 2 วิธี ได้แก่

1. **ความเที่ยงตรง (Validity)** หมายถึง เครื่องมือที่สามารถวัดได้ในสิ่งที่ต้องการวัด โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1) ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา(Content Validity) คือ การที่แบบสอบถามมีความครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือพฤติกรรมที่ต้องการวัดหรือสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพเพื่อ ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC: Index of item Objective Congruence) หรือดัชนีความเหมาะสมโดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คนขึ้นไป ประเมินเนื้อหาของข้อคำถามเป็นรายข้อ

2) ความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ (Criterion-related Validity) หมายถึง ความสามารถของแบบวัดที่สามารถวัดได้ตรงตามสภาพความเป็นจริง แบ่งออกได้เป็นความเที่ยงตรงเชิงพยากรณ์และความเที่ยงตรงตามสภาพ สถิติที่ใช้วัดความเที่ยงตรงตามเกณฑ์ เช่น ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ทั้งของ Pearson และ Spearman และ ค่า t-test เป็นต้น

3) ความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) หมายถึงความสามารถของแบบสอบถามที่สามารถวัดได้ตรงตามโครงสร้างหรือทฤษฎีซึ่งมักจะมีในแบบวัดทางจิตวิทยาและแบบวัดสติปัญญา สถิติที่ใช้วัดความเที่ยงตรงตามโครงสร้างมีหลายวิธีเช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบ(Factor Analysis) การตรวจสอบเชิงเหตุผล เป็นต้น

2. **ความเชื่อมั่น (Reliability)** หมายถึง เครื่องมือที่มีความคงเส้นคงวานั่นคือ เครื่องมือที่สร้างขึ้นให้ผลการวัดที่แน่นอนคงที่จะวัดกี่ครั้งผลจะได้เหมือนเดิม สถิติที่ใช้ในการหาค่าความเชื่อมั่นมีหลายวิธี แต่นิยมใช้กันคือ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ คอนบาร์ช (Conbach's Alpha Coefficient : α coefficient) ซึ่งจะใช้สำหรับข้อมูลที่มีการแบ่งระดับการวัดแบบประมาณค่า (Likert Scale)

ขั้นที่ 6 ปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์

ผู้วิจัยจะต้องทำการแก้ไขข้อบกพร่องที่ได้จากผลการวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถาม และตรวจสอบความถูกต้องของถ้อยคำหรือสำนวน เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์และมีคุณภาพผู้ตอบอ่านเข้าใจได้ตรงประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการ ซึ่งจะทำให้ผลงานวิจัยเป็นที่น่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

ขั้นที่ 7 จัดพิมพ์แบบสอบถาม

จัดพิมพ์แบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว เพื่อนำไปใช้จริงในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย โดยจำนวนที่จัดพิมพ์ควรมีน้อยกว่าจำนวนเป้าหมายที่ต้องการเก็บรวบรวมข้อมูล และควรมีการพิมพ์สำรองไว้ในกรณีที่แบบสอบถามเสียหรือสูญหายหรือผู้ตอบไม่ตอบกลับ

ข้อเด่นและข้อด้อยของการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม

การใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีข้อเด่นและข้อด้อยที่ต้องพิจารณาประกอบในการเลือกใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ข้อเด่นของการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามมีดังนี้ คือ

1. ถ้าตัวอย่างมีขนาดใหญ่ วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จะเป็นวิธีการที่สะดวกและประหยัดกว่าวิธีอื่น

2. ผู้ตอบมีเวลาตอบมากกว่าวิธีการอื่น

3. ไม่จำเป็นต้องฝึกอบรมพนักงานเก็บข้อมูลมากเหมือนกับวิธีการสัมภาษณ์หรือวิธีการสังเกต

4. ไม่เกิดความลำเอียงอันเนื่องมาจากการสัมภาษณ์หรือการสังเกต เพราะผู้ตอบเป็นผู้ตอบข้อมูลเอง

5. สามารถส่งแบบสอบถามให้ผู้ตอบทางไปรษณีย์ได้

6. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูล

ข้อด้อยของการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีดังนี้คือ

1. ในกรณีที่ส่งแบบสอบถามให้ผู้ตอบทางไปรษณีย์ มักจะได้แบบสอบถามกลับคืนมาน้อย และต้องเสียเวลาในการติดตาม อาจทำให้ระยะเวลาการเก็บข้อมูลล่าช้ากว่าที่กำหนดไว้

2. การเก็บข้อมูลโดยวิธีการใช้แบบสอบถามจะใช้ได้เฉพาะกับกลุ่มประชากรเป้าหมายที่อ่านและเขียนหนังสือได้เท่านั้น

3. จะได้ข้อมูลจำกัดเฉพาะที่จำเป็นจริงๆ เท่านั้น เพราะการเก็บข้อมูลโดยวิธีการใช้แบบสอบถามจะต้องมีคำถามจำนวนน้อยข้อที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

4. การส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ หน่วยตัวอย่างอาจไม่ได้เป็นผู้ตอบแบบสอบถามเองก็ได้ ทำให้คำตอบที่ได้มีความคลาดเคลื่อนไม่ตรงกับความจริง

5. ถ้าผู้ตอบไม่เข้าใจคำถามหรือเข้าใจคำถามผิด หรือไม่ตอบคำถามบางข้อหรือไม่ไตร่ตรองให้รอบคอบก่อนที่จะตอบคำถาม ก็จะทำให้ข้อมูลมีความคลาดเคลื่อนได้ โดยที่ผู้วิจัยไม่สามารถย้อนกลับไปสอบถามหน่วยตัวอย่างนั้นได้อีก

6. ผู้ที่ตอบแบบสอบถามกลับคืนมาทางไปรษณีย์ อาจเป็นกลุ่มที่มีลักษณะแตกต่างจากกลุ่มผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถามกลับคืนมา ดังนั้นข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์จะมีความลำเอียง อันเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างได้การใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีทั้งข้อเด่นข้อด้อย ดังนั้นการเลือกใช้จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลาและงบประมาณที่ใช้ในการทำวิจัย ประชากรเป้าหมาย ลักษณะข้อมูลที่ต้องการ และอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยจะต้องนำมาพิจารณาประกอบกัน เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีคุณภาพและนำข้อมูลที่ได้ไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลและสามารถตอบปัญหาการวิจัยได้อย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ

หลักการสร้างผลงานจิตรกรรม

หลักการทางองค์ประกอบศิลป์

อารี สุทธิพันธุ์ (2532: 114) ได้กล่าวว่าวัตถุในโลกภายนอกมีรูปร่างต่างกันและเมื่อถ่ายทอดรวมกันเป็นผลงานวาดเขียนหรือผลงานจิตรกรรม จำเป็นต้องคำนึงถึงรูปร่างของสิ่งต่างๆ เหล่านั้นด้วย ซึ่งจัดเป็น เงื่อนไขอันสำคัญยิ่ง ในการจัดองค์ประกอบศิลปะเราอาจจะจัดให้มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีรูปแบบของประธานอยู่เด่นภาพ
2. มีรูปแบบของส่วนประกอบสมดุลกันในภาพ
3. มีรูปแบบของสิ่งต่างๆ กลมกลืนกันตามทฤษฎีของความกลมกลืนเกี่ยวกับเส้น

รูปทรง

4. มีรูปแบบของสิ่งต่างๆ ที่ประกอบกันให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันตามแนวต่างๆ คือ
 - ด้านต่อด้าน
 - มุมต่อมุม
 - มุมต่อด้าน
 - ด้านเดียวกัน
 - ซ้อนทับกัน
 - เสนอแนะรูปแบบใกล้เคียงกัน
 - บิดงอรัศมีเดียวกัน
 - ซ้ำๆ กันในทิศทางเดียวกัน
5. มีรูปแบบง่ายเชื่อมโยงยึดเหนี่ยวกัน เช่น วัตถุเป็นรูปทรง สามเหลี่ยม วงกลม

สุชาติ เกาทอง (2539: 67) กล่าวว่า โครงสร้างทางทัศนศิลป์หรือทางที่ภาษาศิลปะเรียกว่าเป็นองค์ประกอบหลักในการสร้างสรรค์และพิจารณางานศิลปะว่าไม่มีความงามและความเหมาะสมมากนักน้อยเพียงใด โครงสร้างทางทัศนศิลป์ประกอบด้วย ดุลยภาพ (Balance) สัดส่วน (Proportion) ความกลมกลืน (Harmony) ช่วงจังหวะ (Rhythm) และจุดเด่นของงานศิลปะ (Dominance) แต่หลักการเหล่านี้ไม่ได้เป็นกฎเกณฑ์ตายตัวที่จะต้องปฏิบัติตามทุกกรณี เพราะการจัดและการสร้างสรรค์เป็นการแก้ปัญหา ซึ่งอาจต้องดัดแปลงปรับปรุงเพื่อให้งานมีเอกภาพมากที่สุด

สีน้ำมัน (OIL COLOR)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โกล่อม สายใจ กล่าวไว้ในสีและการใช้สีว่า สีน้ำมันเป็นสีที่เกิดจากการผสมของสารสีกับน้ำมัน เช่นน้ำมันลินซีด น้ำมันสน ส่วนมากจะใช้เขียนบนผ้าใบ บนไม้กระดาน หรือบนโลหะก็ได้ เมื่อแห้งสนิทแล้วกันน้ำได้เป็นอย่างดี สีน้ำมันจึงได้รับการประยุกต์ใช้ในด้านอื่น ๆ มากมาย เช่น เป็นสีสำหรับทาอาคารบ้านเรือนที่อยู่อาศัย ใช้พ่นรถยนต์ ผลิต ตมภัณฑ์ที่เป็นโลหะต่างๆ และใช้ในวงการพิมพ์ด้วย สีน้ำมันส่วนใหญ่บรรจุหลอดหรือกระป๋องอย่างดี เพื่อกันสีแห้ง มีหลายขนาด นอกจากนี้ยังมีน้ำมันพิเศษที่สามารถผสมให้สีแห้งช้าหรือแห้งเร็วได้ตามความต้องการ

ในวงการศิลปะ สีน้ำมันจะบรรจุหลอดและนิยมใช้ในงานจิตรกรรมมากที่สุด ทั้งเพราะเป็นสีที่สังเคราะห์ขึ้นจึงทำให้ผลิตสีได้หลายสีสนองความต้องการได้เป็นอย่างดี และเป็นสีที่เขียนง่ายสามารถทาบไปมาได้หลายครั้งทำให้ผู้เขียนสามารถค้นหาวิธีการเขียนได้มากมาย และสามารถทิ้งไว้ได้นานๆ แล้วนำกลับมาเขียนได้อีก

สีน้ำมันมีวิธีการเขียนมากมาย ทั้งที่เขียนสีในลักษณะหนาทึบบางแบบสีฝุ่น สีโปสเตอร์หรืออาจจะเขียนแบบสีบางๆ แบบสีน้ำก็ได้ มีเทคนิคเฉพาะในการเขียนสีน้ำมันวิธีหนึ่งที่ใช้สีน้ำมันแล้วทำได้ดีคือ สีมันหมอก เป็นการใช้สีในลักษณะสีส่วนรวมเน้นให้มีบรรยากาศใกล้ไกล โดยสิ่งที่อยู่ใกล้จะเขียนชัดเจนสิ่งที่อยู่ไกลจะค่อยๆ จางหาย เชื่อกันว่า ลีโอนาร์โด ดา วินชี (Leonardo Davinchi) เป็นผู้คิดค้นขึ้น

สีน้ำมันเริ่มใช้เขียนกันประมาณคริสต์ศตวรรษที่ 5 โดยศิลปินกลุ่มเฟลมมิช (Flemish) เช่น แจน ฟาน อีด (Jan Van Eyck) และแพร่หลายไปสู่ประเทศอิตาลี

สีน้ำมันได้รับการพัฒนาทั้งส่วนผสมและวิธีการเขียนมาอย่างต่อเนื่อง จนตมมาถึงยุคของทิเชียน (TITIAN) รูเบนส์ (RUBEN) และเรมбранด์ท์ (REMBRANDT) ซึ่งถือว่าเป็นแสดงลักษณะของสีน้ำมันได้อย่างสมบูรณ์ที่สุด (โกล่อม สายใจ. 2540: 40-41)

อิทธิพลแนวความคิดในการสร้างผลงานจิตรกรรม

ศิลปะดาดาหรือขบวนการดาดา (Dada Movement) ได้พัฒนาขึ้นระหว่างสงครามโลก ครั้งแรกศิลปะดาดาเป็นขบวนการทางทัศนศิลป์และวรรณกรรม ก่อตัวขึ้นในซุริค สวิตเซอร์แลนด์ ในปี 1916 เป็นการรวมตัวของศิลปินต่างๆ ในยุโรปที่ต่อต้านสงคราม เก็บกอดและแสวงหาเสรีภาพในชีวิต คำว่า “ดาดา” ได้มาจากวิธีการเดาสุ่มโดยศิลปินใช้มีดตัดของจดหมาย สอดเดาสุ่มเข้าไปอย่างไร้เหตุผล ในพจนานุกรมภาษาเยอรมัน- ฝรั่งเศส “ดาดา” มีความหมายว่า “ม้าโยกสำหรับเด็กนั่งเล่น” ศิลปะของศิลปินกลุ่มนี้มีลักษณะแตกต่ากัน เย้ยเยาะ ถากถาง เหมือนเป็นความพยายามที่จะลบล้างสุนทรียศาสตร์แบบเดิม อย่างไรก็ตาม จากความเก็บกอดและต่อต้านที่ศิลปินกลุ่มนี้แสดงออก อาจเป็นสื่อที่สะท้อนให้เห็นว่ามนุษย์ไร้สาระเพื่อก้าวไปสู่ “สาระ” อันเป็นแก่นสารก็ได้ ถ้าพิจารณาทางด้านทัศนศิลป์ ศิลปินกลุ่มนี้นิยมใช้สื่อซึ่งเป็นภาพปะติด วัสดุต่างๆรวมทั้งสิ่งของสำเร็จรูป (Ready-made Object) นำมาเป็นสื่อในการแสดงออก ตัวอย่างผลงานศิลปะลัทธิดาดาเช่น “น้ำพุ” (Fountain) ของดูของซึ่งนำมาจากโถปัสวะเครื่องเคลือบดินเผา ชุดกาแฟและซ็อนนัสต์ร์กระรอก” (Squirrel) ของออปเปินฮาม (Merret Oppenheim) ฯลฯ (วิรุณ ตั้งเจริญ. 2544: 58; อ้างอิงจาก จินตภาพ Image. 2544)

จากหลักการดังกล่าวของกลุ่มลัทธิดาดา ผู้วิจัยได้นำเอาแนวความคิด จากการแสดงออกทางสังคมในเชิงเสียดสี เย้ยหยัน ถากถาง เพื่อเผยอีกด้านหรือนัยหนึ่งออกมาจากสุนทรียศาสตร์ หาได้เป็นความงามแบบสุนทรียศาสตร์เดิมไม่ หากแต่ความเย้ยหยัน ถากถางนี้อาจกลายเป็นสื่อที่สะท้อนให้เห็น “ความเป็นสาระหรือปัญหาของความจริงในสังคมปัจจุบันนี้”

หลักการเขียนภาพทัศนียภาพ Perspective

ทัศนียภาพ หรือ เปอร์สเป็คทีฟ (perspective) ในศิลปะของการวาดภาพจิตรกรรมและประติมากรรมบางแบบเป็นเทคนิคที่ทำให้เราวาดภาพวัตถุแบบ 3 มิติ และที่ว่างลงบนพื้นผิวระนาบนี้ก็คือกระดาน กระดาษ ผนังผ้าใบ หรือพื้นผิวอื่นใดที่เราวาดหรือระบายความประทับใจของเรา และมุมมองของวัตถุ หรือทิวทัศน์ลงไป ในทางศิลปะ มีหลายวิธีในการใช้ความคิดและตรรกะของทัศนียภาพให้ได้มาซึ่งมายา หรือความลวงตาของความลึก บ้างก็ใช้สีหรือ การไล่ระดับของสีดำและสีขาว และบ้างก็ใช้การวาดวัตถุอย่างถูกต้อง โดยการนำเอากฎของระบบการเขียนทัศนียภาพแบบเลขาคณิตไปใช้ (William F. Powell. n.d.: 3-11)

ทัศนียภาพเชิงเส้นที่เรารู้จักกันในทุกวันนี้ น่าจะมาจากการวาดภาพทางสถาปัตยกรรมของสถาปนิก 2 ท่าน คือ บรูเนลเลสซี อัลแบเรตี ในเมืองฟลอเรนซ์ ประเทศอิตาลี ในช่วงต้นของ ค.ศ.1400 พิลลิปโป บรูเนลเลสซี วาดภาพ 2 ภาพของเมืองฟลอเรนซ์ในแบบทัศนียภาพทั้งสองส่งผลกระทบต่อสำคัญต่อทฤษฎีศิลปะในสาขาสถาปัตยกรรมและจิตรศิลป์ โชคร้ายที่ภาพทั้งสองสูญหายไปอยู่ในเมืองฟลอเรนซ์ ประเทศอิตาลี เขาออกแบบอาคารที่คลาสสิกมากที่สุด บางอาคารของศตวรรษที่ 15 เขาเขียนหนังสือเล่มแรกๆ เกี่ยวกับการวาดภาพที่ครอบคลุมทั้งภาคทฤษฎีและเทคนิคการวาด และมันมี

อิทธิพลอย่างสูงต่อจิตรกรในยุคฟื้นฟู งานเขียนของเขาครอบคลุมหลายหัวข้อ เช่นการเรียนแบบ
ธรรมชาติ ความงาม ทักษะภาพ และศิลปะโบราณ ที่น่าสนใจคือในปี ค .ศ. 1464 อัลแบร์ตี ยังเขียน
เกี่ยวกับเรื่องประติมากรรม ซึ่งถือเป็นงานแรกๆ ในสาขาวิชานี้ และครอบคลุมถึงสัดส่วนต่างๆ ของ
มนุษย์

ในหนังสือของชื่อ “De pictura” อัลแบร์ตี รวมเอาทฤษฎีและเทคนิคในการเขียนภาพ
ทัศนียภาพเข้ากับทฤษฎีที่ว่า การเขียนภาพเลียนแบบความจริง เขามองระนาบภาพว่าคล้ายหน้าต่างที่
จิตรกรมองผ่านไปยังโลก 3 มิติที่ปรากฏให้เห็น วัตถุจะมีขนาดเล็กลงเมื่ออยู่ห่างไกลกันออกไปและ
ระยะห่างวัตถุที่มีระยะห่างสม่ำเสมอ เช่นเสารั้วจะดูเข้าใกล้กันมากยิ่งขึ้นเมื่อมันห่างไกลกันออกไป
การลากต่อเส้นจินตนาการที่ขนานกับระนาบพื้นผิวจะดูเข้าไปสู่จุดเดียวกันที่เส้นขอบฟ้า ทุกวัตถุใน
ภาพจะสัมพันธ์กับเส้นขอบฟ้าเดียวกัน เมื่อมองดูมันจากจุดมองหรือตำแหน่งเดียวกัน ในวิธีนี้ทุกวัตถุ
สามารถจะวัดสัดส่วนและขนาดที่สอดคล้องซึ่งกันและกัน

จิตรกรยุคนี้จะต้องทำงานภายใต้ระบบที่วางไว้ในขนาดที่จิตรกรชาวเบลเยียมจะถือตาม
การเฝ้าสังเกตและประสบการณ์จากการปฏิบัติของพวกเขา ในการหาพยากรณ์การลงตาของความลึก
และที่ว่าง วิธีการหาความลึกแบบนี้เราเรียกกันว่า “วิธีที่ได้จากการสังเกต” (ชวลิต ดาบแก้ว. 2549: 2-4)

ลีโอนาร์โด ดา วินชี ได้ชื่อว่าเป็นผู้พัฒนาทัศนียภาพแบบทางอากาศหรือแบบบรรยากาศ
(AERIAL ATMOSPHERIC PERSPECTIVE) เป็นวิธีที่ยืนอยู่บนการสังเกตที่ว่า การตัดกันของสี
คุณค่าของความมืดและสว่างมีในวัตถุที่อยู่ใกล้มากกว่าวัตถุที่อยู่ไกลมาก บรรยากาศและแสงส่งผลต่อ
สีของวัตถุในธรรมชาติ ผลกระทบของสีขาวอมน้ำเงินที่สร้างขึ้นจากบรรยากาศจะสังเกตเห็นได้ในสีทุก
สีเมื่อมันอยู่ไกลออกไป ทัศนียภาพแบบทางอากาศยังสังเกตว่า ระยะทางส่งผลกระทบต่อสีของวัตถุ
และสีเดียวกันจะปรากฏว่าเย็นลง หรือเบาลงได้เมื่อวางห่างออกไป และปรากฏว่าสีอุ่นขึ้น หรือแน่นขึ้น
เมื่อเขาใกล้เข้ามาการใช้ทัศนียภาพเชิงเส้นมีอิทธิพลอย่างมากในพัฒนาการทางศิลปะในวัฒนธรรม
ตะวันตก แต่สำหรับในศิลปะทุกวันนี้มันถูก แยกไปเก็บไว้ข้างๆ เพราะมีคนจำนวนมากรู้สึกที่ ศิลปะ
น่าจะเป็นความรู้สึกของเขาเอง ที่ขยายออกมามากกว่าที่จะเป็นเพียงกระจกเงาสะท้อนธรรมชาติและ
ความเป็นจริงออกมาเท่านั้น ในบางกรณีผมมีความเห็นว่าสิ่งนี้เป็นเรื่องของการแก้ตัวด้วยความซื่อสัตย์
มากกว่า เพื่อหลีกเลี่ยงความยากลำบากในการเรียนวิธีการวาด ความรู้ เกี่ยวกับทัศนียภาพเป็นสิ่งที่ไม่
ค่าไม่ได้สำหรับจิตรกรผู้จริงจัง ไม่ว่าเขาจะชอบเทคนิคหรือสถาบันศิลปะใดๆก็ตาม ถ้าเขารู้และเข้าใจใน
ทฤษฎีเบื้องต้นของทัศนียภาพ เราจะสามารถผลิตงานของเราให้เหมือนจริงในระดับใดก็ได้ เราจะเห็น
วัตถุแตกต่างกันตามตำแหน่งที่เรามอง ในการวาดภาพวัตถุเราจึงต้องกำหนด “จุดมอง” ว่าเรามองวัตถุ
จากจุดมองไหน และใช้จุดนั้นตลอด จนกว่าจะวาดภาพเสร็จ เมื่อยามที่เราเฝ้ามองวัตถุ เราจะมองเห็น
ความลึกและความเป็น 3 มิติ เมื่อเราวาดภาพตามที่เห็นบนแผ่นกระดาษแบนราบ เรากำลังวาดภาพ

ทัศนียภาพที่เรียกว่า “เพอร์สเป็คทีฟ”(PERSPECTIVE) นั้นเอง สิ่งแรกที่เราที่ควรจะต้องจำไว้ก็คือ วาดภาพแบบไม่ใช้อะไรช่วยยกเว้นดินสอที่เราเรียกว่า วาดแบบ “ฟรีแฮนด์” ให้มากที่สุดแต่ใช้หลักการวาดภาพทัศนียภาพเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเพราะถ้าใช้แต่หลักการดังกล่าวอย่างเคร่งครัดเกินไป โดยละเลยอิสระในการวาดภาพตามที่ตามองเห็น ภาพที่ได้จะแข็งทื่อไร้ชีวิตชีวาไป เครื่องมืออุปกรณ์ที่ช่วยได้มากคือ ไม้ทึ่ (T.square) ฉากสามเหลี่ยมและวงเวียน อาจมีอุปกรณ์อื่นๆ เช่น พลาสติกช่วยเขียนวงรี วงกลม ที่มีขนาดมุมต่างๆ กันและโครงแบบต่างๆ ที่มีราคาแพงมาก และอาจไม่จำเป็นนักถ้าคุณไม่ได้ตั้งใจยึดอาชีพช่างเขียนแบบเครื่องกลหรือเทคนิค น่าจะใช้เครื่องมือง่ายๆ เช่น เชือกกับหมุดติดกระดาษ สำหรับการกำหนดจุดลึบตา (VP.Vanishing point) ที่อยู่ห่างออกไปจากระนาบของภาพ (Picture plane) หลักการวาดภาพทัศนียภาพ ทำให้เราสามารถวาดและลงสีทิวทัศน์หรือวัตถุได้เหมือนกับที่มันได้ปรากฏต่อสายตาดูจริงๆ ทั้งรูปร่าง รูปทรง ตำแหน่ง ระยะ ความลึก และความสัมพันธ์กับส่วนต่างๆ ในภาพ นอกจากนี้หลักการวาดภาพแบบนี้ยังช่วยให้เราศึกษาและวิเคราะห์สัดส่วนของพื้นที่ภายในมวลที่มีขนาดใหญ่ขึ้น โดยถูกต้องทั้งขนาดและรูปทรง (ชวลิต ดาบแก้ว. 2549: 2-4)

การมอง มุมมองและระดับการมอง

ทุกๆ วัตถุจะปรากฏแตกต่างกันไปตามแต่มุมมองที่ใช้ในการสร้างสรรคภาพลวงตาที่ดูเหมือนจริงของสิ่งที่เราต้องการจะวาด เราต้องมองดูสิ่งนั้นและสิ่งอื่นๆ ที่สัมพันธ์กันจากจุดมองจุดเดียวกัน จุดมอง (Viewing POINT) ดูได้ว่าเป็นเส้นตรงที่ลากจากตาเราเข้าไปหาเส้นขอบฟ้า เมื่อเราขยับเคลื่อนไปทางขวาหรือซ้าย เรากำลังเปลี่ยนจุดมองไปและจะทำให้ภาพที่วาดมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก สถานที่ที่เราใช้ยืนมองสิ่งที่เราต้องการจะวาด รู้จักกันในชื่อของจุดมองและต้องรักษาให้อยู่คงที่เมื่อคุณวาดภาพบนขอบหน้าต่าง คุณจะสังเกตได้ว่าถ้าคุณขยับมากเกินไป ภาพวาดจะบิดเบี้ยวไปและยากที่จะวาดได้ ทดลองเปลี่ยนตำแหน่งของคุณให้สัมพันธ์กับเส้นขอบหน้าต่าง และสังเกตความเปลี่ยนแปลงมากมายของสิ่งที่เราต้องการจะวาดและตำแหน่งของมันในระนาบภาพ เมื่อมุมของจุดมองเปลี่ยนไปด้วย ลักษณะการเปลี่ยนแปลงแบบเดียวกันก็จะเกิดเมื่อเปลี่ยนระดับการมอง ถ้าการมองถูกยกระดับให้สูงขึ้น การมองสิ่งที่ต้องการจะวาดจะมองก้มลง ถ้าลดระดับการมองลง การมองจะเป็นการมองแบบเงยขึ้น องศาการเปลี่ยนแปลงของระดับแม้เพียงน้อยนิด จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากในการรับรู้ของวัตถุทุกชิ้นในภาพของเรา ถ้าทรงระบอนี้มองจากมุมบน ภาพที่เห็นจะหดส่วนด้านหน้าจะสั้นลง และจะให้ผลที่แตกต่างกันโดยสิ้นเชิงของภาพที่จากการมองทรงระบอเดียวกันจากทางด้านข้าง เมื่อเลือกระดับการมองได้แล้วต้องรักษาระดับไว้ให้คงที่ ให้เพื่อพยายามเลือกระดับของภาพให้ได้ภาพที่ดีที่สุดเสมอ (ชวลิต ดาบแก้ว. 2549: 5)

เส้นขอบฟ้า (HORIZON LINE) เส้นขอบฟ้าแทนด้วยจุดที่ทะเลและท้องฟ้าหรือพื้นดินกับท้องฟ้าบรรจบกัน สิ่งนี้เป็นธรรมชาติและเป็นขอบฟ้าที่แท้จริง เส้นขอบฟ้าจริงมักจะอยู่ที่ระดับสายตาของคุณและเปลี่ยนแปลงเมื่อคุณเปลี่ยนระดับการมอง ยิ่งยกระดับการมองให้สูงขึ้นเท่าใด เส้นขอบฟ้าจะยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น เห็นพื้นดินมากขึ้นและท้องฟ้าน้อยลง ดังนั้นตำแหน่งของเส้นขอบฟ้าในภาพของเราจึงขึ้นอยู่กับระดับที่เราองสิ่งที่ต้องการจะวาด (ซวลิต ดาบแก้ว, 2549: 5)

บางเวลาเส้นขอบฟ้าจริงอาจไม่สามารถมองเห็นได้ ตัวอย่างเช่น เมื่อเราอยู่ใน ห้องมองไปที่โต๊ะ ซึ่งมีกล่องใบหนึ่งวางอยู่ข้างบน ผนังห้องบดบังเส้นขอบฟ้าจริงจากสายตา แม้ว่าเราจะมองไม่เห็น เราก็ต้องคิดว่ามีมันอยู่เพื่อให้การวาดภาพถูกต้อง วัตถุใดก็ตามที่อยู่ในระดับและขนานไปกับระนาบพื้นจะถูกกระทบด้วยเส้นขอบฟ้าที่จุดเดียวกันบนเส้นขอบฟ้า จุดนี้เราเรียกว่า “จุดลับตา” (VP-VANISHING POINT) เป็นจุดที่สำคัญมากจุดหนึ่งที่จะทำให้วาดภาพได้อย่างถูกต้อง ถ้าจุดลับตาวางผิดตำแหน่งไป ภาพวัตถุจะบิดเบี้ยวไปได้ (ซวลิต ดาบแก้ว, 2549: 5)

การเขียนภาพทัศนียภาพแบบจุดเดียว

ในวัตถุมากมายหลายอย่างที่เรานำมาวาดและระบายสีกัน เราพบว่ามีการทัศนียภาพ 3 ชนิด ที่เราใช้กันมากที่สุดคือแบบจุดเดียว แบบ 2 จุด และแบบ 3 จุด แต่อย่างไรก็ตามยังมีวัตถุที่มีรูปแบบไม่ปกติและมีหลายด้าน หลายหน้า ซึ่งเราเรียกว่า รูปแบบซับซ้อน

การเขียนภาพแบบจุดเดียวคือลักษณะของเส้นที่ขนานกันและถอยกลับเข้าไปในภาพจะหาเข้ากับเส้นขอบฟ้า และต่างบรรจบกันที่จุดจุดเดียวกันบนเส้นขอบฟ้า นั่น จุดนี้คือ “จุดลับตา(VP)” และใช้กับวัตถุในการวาดภาพแบบทัศนียภาพแบบจุดเดียว ซึ่งเป็นภาพที่มีทั้งด้านสูงและด้านกว้างของวัตถุที่ต่างขนานกับแกนของภาพ (วิลเลียม เอฟ. โปเวลล์ : หลักการเขียนทัศนียภาพ จากหนังสือ Perspective. 2538)

ทัศนียวิทยาของสี (Color Perspective)

สมเกียรติ ตั้งนโม กล่าวไว้ว่า การมองไปที่วัตถุต่างๆ เช่น ฉากของทิวทัศน์ หรือทัศนียภาพของเหตุการณ์ทางการเมืองหรือประวัติศาสตร์ สามารถช่วยให้เรากำหนด หรือตัดสินใจเรื่องราวทั้งหมดได้ เราจะเห็นภาพกว้างและความสำคัญของสิ่งที่เรากำลังสังเกตเห็นอยู่ สำหรับในกรณีของภาพ งานศิลปะทัศนียภาพเป็นภาพที่เกี่ยวกับลูกตา เป็นปรากฏการณ์ทางสายตาเกี่ยวกับสิ่งที่เรากำลังวางแผนที่จะวาดมันออกมา เราจะมาพูดถึงหลักทัศนียวิทยา 2 ชนิดคือ

1. ทัศนียวิทยาแบบที่ใช้เส้น หรือ Linear Perspective
2. ทัศนียภาพแบบที่ใช้สี หรือ Color Perspective

ของทัศนียภาพแบบสี ก่อนนี้เคยเรียกขานกันว่า ทัศนียวิทยาเกี่ยวกับอากาศ (aerial perspective) สำหรับคำว่า aerial ศัพท์คำนี้หมายถึงทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับอากาศ หรือบรรยากาศต่างๆ ใครบางคนอาจคิดว่า คำว่า aerial perspective เป็นคำพูดที่ใช้พูดถึงวิวที่สวยงามที่สามารถมองเห็นได้จากที่สูงบนเครื่องบิน ดังนั้นในทางศิลปะแล้ว จักเป็นการดีกว่าที่เราจะเรียกมันว่า Color Perspective หรือทัศนียภาพแบบสี เพื่อป้องกันความสับสน เว้นแต่เรากำลังพูดถึงวิวซึ่งที่มองลงมาจากที่สูงเหมือนตานก(bird's-eye view) (สมเกียรติ ตั้งนโม 2536: 29)

ทัศนียภาพแบบเส้น (Linear Perspective) ในความเป็นจริงทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบๆ ตัวเรานั้น เป็น 3 มิติ แต่ทว่าในผลงานจิตรกรรมหรืองานวาดเส้นเราสร้างสรรคงานอยู่บนผิวหน้าที่เป็น 2 มิติ เราสังเกตวัตถุสิ่งของต่างๆ ราวกับว่าพวกมันเป็นของแบนๆ เหมือนกับกระดาษหรือผืนผ้าใบของเรา อันนี้มิใช่เรื่องง่าย ๆ เพราะว่ามีผู้คนส่วนใหญ่ต่างเรียกว่าภาพของความทรงจำ (memory picture) กล่าวคือพวกเขาคิดเกี่ยวกับวัตถุอย่างกับว่ามันเป็นรูปภาพ (diagrammatic form) ที่อยู่ตรงหน้าของพวกเขา เหมือนกับภาพอาคารในงานวาดเส้น ในงานสถาปัตยกรรมที่มองตรงๆ ในความเป็นจริงเวลาที่เรามองบางสิ่งบางอย่างนั้นเรามักจะมองมาจากมุมใดมุมหนึ่งเสมอ ยิ่งกว่าจะมองด้านหน้าตรง จากการมองมุมมอมหนึ่ง แก้วหรือจานกลมจึงดูเหมือนว่าเป็นรูปไข่ หรือสี่เหลี่ยมจัตุรัสเมื่อมองจากมุมใดมุมหนึ่ง ทำให้มันสูญเสียเหลี่ยมและแฉ่มที่ถูกต้องไป (หมายถึงดูไม่เป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส- อาจเป็นสี่เหลี่ยมขนมเปียกปอน) เส้นนอนของสี่เหลี่ยมดูลาดเอียงทั้งขึ้นและลง และรูปทรงต่างๆ มองดูเล็กลง และเล็กลงเรื่อยๆ เมื่อมันไกลออกไป ในทางทฤษฎีอย่างน้อยที่สุด ทัศนียภาพแบบเส้น Linear Perspective อันนี้ได้ถูกเข้าใจโดยชนชาวกรีกนับตั้งแต่โบราณมาแล้ว ในทางปฏิบัติ ชาวโรมันถือเป็นพวกแรกที่มอบผลงานทางด้านจิตรกรรมฝาผนังซึ่งใช้หลักการทางทัศนียวิทยาอันมีผลลงตาได้อย่างวิเศษเอาไว้ให้เราเป็นหลักฐาน ในช่วงนั้นศิลปินบางคนเกี่ยวกับทัศนียวิทยา มากกว่าคนอื่น หลังจากนั้นต่อมา ความรู้เกี่ยวกับหลักทัศนียวิทยาได้สูญหายไปในช่วงยุคมืด (Dark Ages) จนกระทั่งมาถึงคริสต์วรรษที่ 14 ศิลปินตะวันตกได้ค้นพบหลักทัศนียภาพแบบเส้น Linear Perspective ขึ้นมาอีกครั้ง และสามารถนำมาใช้ปฏิบัติสร้างเป็นมิตลวงตาในผลงานจิตรกรรมของพวกเขา (สมเกียรติ ตั้งนโม. 2536: 29-30)

ทัศนียภาพแบบสี Color Perspective เป็นการอ้างถึงการเปลี่ยนเงื่อนไขมูลเหตุมาใช้วิธีการบอกระยะไกลและบรรยากาศแทน ดูเหมือนว่าจะไม่มีศิลปินคนใดเคยทำหรือเข้าใจมาก่อนสำหรับเรื่องนี้ จนกระทั่งช่วงหลังของยุคกลาง (Middle Ages) เมื่อเราได้เห็นความพยายามครั้งแรกอันนี้ในการบอกระยะไกล โดยการใช้โทนสีฟ้าในฉากหลังภาพไกลๆ ของงานจิตรกรรม แม้ว่าในช่วงนั้นในทุกๆ ที่ซึ่งระมัดระวังในการวาดและระบายสี ทั้งหมดของส่วนเล็กๆ เหล่านี้ซึ่งเป็นฉากอมฟ้า (bluish scenery) ในงานจิตรกรรมมักจะใช้สีฟ้าเทาๆ กันเสมอ โดยไม่คำนึงถึงน้ำหนักของสีที่ควรลดลง ค่าน้ำหนักที่ละน้อยเมื่อฉากนั้นไกลออกไปมากขึ้น (สมเกียรติ ตั้งนโม. 2536: 30)

สมเกียรติ ตั้งนโม (2536: 31) กล่าวไว้ถึงความสำคัญของทัศนียภาพของสีว่า บทบาทที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของการใช้หลักทัศนียภาพวิทยาเกี่ยวกับสีอันนี้ โดยทั่วไปแล้วดูเหมือนว่าจะเป็นงานจิตรกรรมประเภทภาพเขียนทิวทัศน์ (Landscape scenery seascape cityscape) เนื่องจากว่าภาพเขียนเหล่านี้ ระยะใกล้-ไกล ของภาพและเรื่องของช่องว่างอากาศมักจะเป็นปัญหาที่เผชิญหน้ากับเรื่องราวเหล่านี้มากกว่าการเขียนภาพคน (figure painting) อย่างไรก็ตามแม้ว่าในการเขียนภาพคนหรือภาพเหมือนคนต่างๆ ฉากหลังจะถือเป็นสิ่งสำคัญหรือเป็นแผ่นระนาบหลังที่เป็นสี อย่างเช่น ผนัง ผ้าม่าน หรืออา จะจะเป็นฉากหลังที่ชัดเจนและมีความซับซ้อน ตัวอย่างเช่น ฉากภายในห้องๆ หนึ่ง ในสวน หรือจะเป็นฉากที่โรแมนติกในทำนองเดียวกันกับภาพของลีโอนาโด ดา วินชี ที่เขียนขึ้นมาข้างหลังของภาพโมนาลิซ่า สำหรับฉากหลังธรรมชาติของมันแล้ว มันควรจะดูแล้วรู้สึกว่าเป็นบางสิ่งที่อยู่หลังภาพคน เราจะต้องไม่ทำให้มันดูราวกับว่าภาพคนนั้นตัดปะติดกับกระดาษแข็งแผ่นหนึ่ง หรือแยกลงไปยิ่งกว่านั้น กล่าวคือ ทำให้มันดูเหมือนว่าภาพคนดังกล่าวเป็นเพียงภาพที่ดูคล้ายอยู่หน้ารอยไหวหรือช่องโพรงของผนังห้องหรือผ้าม่านผืนหนึ่ง

ระยะใกล้ไกลมีผลกระทบต่อสีทั้งหมด (Distance affects colors)

สีจะเปลี่ยนแปลงไปมากเท่าๆ กับเส้น และ รูปร่างของวัตถุตามระยะความใกล้ไกล หุบเขาและวัตถุต่างๆ ที่อยู่ไกลออกไปไม่เพียงแต่จะดูเล็กกว่าวัตถุอย่างเดียวกันเมื่อมันอยู่ใกล้เราเท่านั้น แต่มันจะดูมี สีอมน้ำเงินบรรยากาศด้วย สีที่สดใสมากๆ เช่นสีแดง และสีส้ม ดูเหมือนจะคงความสดใสแม้ว่าจะอยู่ไกล แต่อันที่จริงแล้วมันมีมวลสีและดูมีน้ำหนักเบาลงไปเรื่อยๆ ตามระยะห่างที่ไกลออกไป ภาพโปสเตอร์สีส้มที่อยู่บน พื้นผนังสีเทาห่างไป 200 ฟุต อาจดูเหมือนว่าสดใสสว่างหลุดออกมาจากผนังสีเทา เท่ากับภาพโปสเตอร์สีเดียวกันที่ติดอยู่บนพื้นผนังสีเทาอย่างเดียวกันและห่างกันแค่ 10 ฟุต อย่างไรก็ตาม การเปรียบเทียบอันนี้ได้พิสูจน์ ว่าผนังสีเทาทั้งคู่ และภาพโปสเตอร์สีส้มในระยะห่างออกไปดูสลัวลงไปมากกว่าภาพที่อยู่ในระยะใกล้ (สมเกียรติ ตั้งนโม. 2536: 31)

การศึกษาทัศนียภาพเกี่ยวกับสี (Studying color perspective)

วิธีการทางจิตใจการเข้าถึงทัศนียภาพเกี่ยวกับสีเป็นเรื่องอย่างเดียวกันกับการเข้าถึงการเรียนรู้เกี่ยวกับทัศนียภาพของเส้น พวกที่เริ่มหัดเขียนรูปมองหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งดังที่เขาจำกันได้ : คือเป็นวัตถุที่เป็นแผ่นสีเหลี่ยม อันดับแรกมันเป็นสิ่งที่ยากเย็นพอสำหรับมือใหม่ทั้งหลายที่จะทำให้พวกเขาเชื่อว่ากระดาษสีเหลี่ยมจะดูต่างออกไปเมื่อเรามองมันมาจากมุมหนึ่งของโต๊ะ ศิลปินจักต้องเรียนรู้ในการมองสี- เท่าๆ กับ เรื่องรูปทรง- จากมุมมองที่เบี่ยงเบนไปอย่างหลากหลาย ในแสงสว่างที่เปลี่ยนแปลงไป และในเงื่อนไขของบรรยากาศที่แตกต่างกันด้วย ระยะไกลที่ห่างออกไปเพียงไม่กี่ฟุตจะไม่ทำให้สีเปลี่ยนแปลงไปจนผิดสังเกต ถ้าเราต้องการสังเกตการณ์เปลี่ยนแปลงของสีแล้วละก็ เราจะต้องใช้พื้นที่กลางแจ้งในการสังเกตความ เปลี่ยนแปลงของสี วิถีทัศนียภาพที่เราจะมาจากยอด

หุบเขา โดยการวาดตาในลักษณะกว้างๆ แบบพานอรามา เป็นข้อพิสูจน์ที่เด่นชัดที่สุดของสีที่ถูกผลกระทบเกี่ยวกับเรื่องระยะและบรรยากาศ ถ้าเป็นไปได้แล้วละก็ พยายามสังเกตภาพในลักษณะกว้างๆ เช่นนี้สักสองสามวัน ที่แตกต่างกันด้วยก็จะดี ตัวอย่างเช่น ในวันที่สดใสแดดจัด และสังเกตอีกครั้งในวันที่ท้องฟ้าเมฆครึ้ม บรรยากาศสีเทาๆ บันทึกภาพถ่ายทิวทัศน์เดียวกันในวันที่แตกต่างกันนี้ และจะให้ดียิ่งกว่านั้น ลองสังเกตภาพเหล่านั้นด้วยสี และพยายามใส่ใจให้มากในเรื่องเฉดสียิ่งกว่ารายละเอียดอื่น ประเด็นอื่นๆ โทนสีสีของแนวภูเขาหรือหุบเขานั้นดูมีน้ำหนักเบาเมื่อมันอยู่ห่างไกลไปจากจุดที่เราเองดูอยู่ไม่ว่ามันจะมีอากาศเช่นใด แนวภูเขาที่ไกลหรือหลังสุด อย่างไรก็ตาม ก็ยังมีน้ำหนักที่เข้มกว่าท้องฟ้าในวันที่อากาศแจ่มใส หรือในวันที่อากาศมืดครึ้ม ซึ่งอันที่จริงมันอาจผสมกลมกลืนไปกับท้องฟ้าก็ได้รายละเอียดของโชดเขา ก้อนหิน พุ่มหญ้า บ้าน หมู่มรดต้นไม้เมื่อมองจากระยะไกลดูเป็นสิ่งที่คลุมเครือและไม่ชัดเจน และสีก็เป็นอย่างเดียวกันนี้ แต่ สีก็กลายเป็นสีอมน้ำเงิน และบางครั้งเกือบจะเป็นสีม่วง เราอาจยังแยกไม่ได้ระหว่างพุ่มหญ้าและต้นไม้สีเขียว หรือถนนหนทางที่ม้วนตัวชดเคี้ยวกับแม่น้ำที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน แต่จากทิวทัศน์ที่อยู่ไกลมันมีลักษณะที่คล้ายกับบางสิ่งที่ถูกปกคลุมไปด้วยหมอกควันในวันฝนตก หรือ ปกคลุมด้วยม่านสีฟ้าบางๆ ในวันที่อากาศแจ่มใส สำหรับทิวทัศน์ในเมือง ความแตกต่างในเรื่องของสีและค่าน้ำหนักของสีอาจตระหนักได้ชัดที่สุดตรงถนนที่ตัดตรงเส้นหนึ่ง ณ ที่นั้นเราจะสังเกตเห็นว่าบ้านเรือนมีขนาดเล็กลงในเรื่องของขนาดและสีต่างๆ ก็มีค่าความเข้มและความสดใสที่ ลดน้อยลง ในที่สุดปลายสายตาดีกด้านหนึ่ง อย่างไรก็ตาม สิ่งก่อสร้างต่างๆ ในประเทศของเราล้วนมีสีที่แตกต่างกันมากมาย แดง เหลือง เทา ขาว น้ำตาล และยิ่งมากในแถบเมืองทางใต้ของยุโรป เมื่อเปรียบเทียบแล้ว นับว่าไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับสายตาที่ไม่ได้รับการฝึกบ้านสีน้ำตาล ในระยะไกลดูมีสีแก่กว่าบ้านสีขาวในระยะใกล้ เราจะต้องเปรียบเทียบสีแดง สีน้ำตาล หรือบ้าน สีเทาในระยะไกลกับบ้านหลังหนึ่งที่มีสีเดียวกัน กับบ้านหลังหนึ่งซึ่งมีสีเดียวกันในระยะใกล้ที่เราเ็นอยู่ (สมเกียรติ ตั้งนโม. 2536: 49-50)

จิตวิทยาเกี่ยวกับสี (Psychology of color)

ความหมายในเชิงสัญลักษณ์ของสีมันได้แฝงความหมายกว้างๆ ในเชิงจิตวิทยาเอาไว้ด้วย ยิ่งไปกว่านั้น สีต่างๆ อาจส่งผลกระทบต่อเราในเชิงจิตวิทยาโดยมันไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ใดๆ เลยก็ได้ และผลของจิตวิทยาของสีใดสีหนึ่งอาจแตกต่างไปจากความสำคัญในเชิงสัญลักษณ์ด้วย ตัวอย่างเช่น สีดำโดยปกติแล้วมักจะหมายถึงความเศร้าโศก แต่เสื้อคลุมยาวหรือสูทสีดำ เช่นชุดทักซีโด(tuxedo) กลับเป็นชุดสูทที่แสดงถึงความเด่นและความภูมิฐานและงดงามทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสถานการณ์แวดล้อมต่างๆ หรืออย่างเสื้อคลุมยาวสีส้มหรือสีแดงซึ่งเป็นสีที่จุดขาดบาดตา มันอาจดูผิดกาลเทศะไปหน่อย หากได้รับการสวมใส่โดยหญิงที่ทำหน้าที่รับใช้หรือบริการแขกที่มาในงานศพ : แต่ในทางกลับกันมันอาจดูเหมาะสมและเป็นที่ยังดูดีเมื่อหญิงสาวคนเดียวกันเมื่อสวมมันขณะที่ทำ

หน้าที่คอยต้อนรับแขกงานรื่นเริงหรืองานแต่งงาน ที่จริงแล้ว มันไม่มีข้อนิยามเบ็ดเสร็จอันใดเกี่ยวกับผล ในทางจิตวิทยาของสี ไม่กี่ปีที่ผ่านข้าพเจ้าได้สวมชุดสุดหรูสีเทาถ่าน งดงามคู่หนึ่งสีเทา เสื้อเชิ้ตสีขาว และเนคไทสีอ่อน ข้าพเจ้ายืนอยู่ทางรถไฟใต้ดินและบังเอิญแอบได้ยินคำซุบซิบของหญิงสาวธรรมดาๆ สองคนพูดกัน “ผู้ชายคนนี้เป็นดีปหรือมั้ง” พร้อมทั้งชายตามายังข้าพเจ้า เธอทั้งสองคงจินตนาการ ไปว่าข้าพเจ้าคงจะได้กลิ่นความตาย ในเวลาเดียวกันข้าพเจ้าก็กลับรู้สึกตัวเองอยู่ในชุดนั้นด้วยความ สง่างาม แทบจะไม่มีคำถามนั้นผุดขึ้นมาเลยก็ได้ที่ว่าคนส่วนมาชอบความใสสว่าง ไม่ว่าจะ เป็น ความใสสว่างของแสงแดด นับแต่เช้ายังเย็นหรือหลังฝนตก : ซ้อดอกไม้สีสดใสเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจ มากกว่าถังขยะโกโรโกโสที่บรรจุแต่สิ่งไร้ประโยชน์ ทั้งนี้เพราะความมืดมักจะแนะไปถึงเรื่องอะไรที่ อันตราย น่ากลัวและลึกลับ : ในขณะที่ไฟและเปลวไฟไม่เคยหยุดยั้งเสนห์อันน่าทึ่ง หลงใหล เท่าๆ กับมัน ไม่เคยหยุดความตื่นเต้นของผู้คนเมื่อเผชิญหน้ากับมันเลยเช่นกัน หากพวกเราเกิดสำนึกบางอย่าง ขึ้นมา ไม่ว่าจะ เป็นความพอใจหรือความไม่พอใจอันเกี่ยวเนื่องมาจากปฏิกิริยาของสี เราจะใช้ความรู้ ของเราเหล่านี้ไปในทางปฏิบัติ กล่าวคือ ปัจจุบันพวกเรากำลังจะให้สีของผนังของโรงพยาบาลเป็นสีเขียว อ่อนๆ (Nile-green สีเขียวแม่น้ำไนล์) ยิ่งกว่าที่จะให้สีเทาอันปราศจากชีวิตชีวา หรือสีเหลืองอ่อน หรือ สีขาวจืดจางดังก่อน ทั้งนี้เพราะเราพบว่าสีเขียวอันนุ่มนวลมันให้ความรู้สึกพักผ่อนแก่สายตาและ วิญญาณนั่นเอง เรายังค้นพบต่อไปว่าห้องเล็กๆ ห้องหนึ่งมันจะดูใหญ่ขึ้นถ้าหากว่าเราระบายสีห้องนั้น โดยโทนสีเบาๆ และมันจะดูกว้างมากขึ้นถ้าผนังด้านใดด้านหนึ่ง ของมันถูกทาสีด้วยสีที่ต่างกันออกไปอีก สีหนึ่ง : สีที่เบากว่าจะช่วยให้เรามีความรู้สึกเกี่ยวกับอากาศหรือความว่าง ในขณะที่สีที่ต่างกันออกไป นั้นจะทำให้รู้สึกว่าเป็นการเปิดออกไปสู่ทัศนียภาพอีกภาพหนึ่งนั่นเอง พิพิธภัณฑ์ลูฟฟ์ในกรุงปารีส หรือ พิพิธภัณฑ์ที่ใหญ่ๆ ที่สำคัญอื่นๆ ในยุโรป นานมาแล้วได้ระบายสีพื้นผนังห้อง แสดงภาพอันมากมายใน พิพิธภัณฑ์ของตนด้วยสีต่างๆ ที่ต่างกัน : สีเขียวฝุ่น (dusty-green) ฟ้ามอมเทา (blue-gray) น้ำตาลแดง เบาๆ (light-maroon) และสีอื่นๆ เพื่อที่จะทำให้รู้สึกคุ้นเคย และหลากหลาย พิพิธภัณฑ์ New York's Metropolitan Museum of Art พยายามทำในสิ่งที่เป็นความคิดอย่างเดียวกันนี้เป็นเวลาหลายปีล่วง มาแล้ว แต่ดูเหมือนว่าผู้คนส่วนใหญ่มีท่าทีที่ไม่เห็นด้วยกับ การใช้สีทำนองดังกล่าว : พวกเขาไม่เคยชินกับสีมอมๆ ทึมๆ หรือน้ำตาลอมเหลืองที่เป็นแบบฉบับคล้ายกับยูนิฟอร์มของบรรดาห้องแสดง ภาพต่างๆ แม้ว่าเมื่อเร็วๆ นี้ พิพิธภัณฑ์ The Metropolitan จะได้มีการตกแต่งสีของห้องแสดง ภาพในพิพิธภัณฑ์กันขึ้นมาใหม่อีก และดูเหมือนว่าไม่มีผู้ใดบ่น หรือร้องเรียนกันมาแต่ประการใด ทั้งนี้ นับแต่ผู้คนเริ่มปรับตัวให้เข้ากับความคิดเกี่ยวกับการใช้สีเช่นนี้ได้แล้วนั่นเอง การระบายสีพื้นผนัง ห้องเป็นสิ่งที่ใกล้ชิดกับตัวของพวกเราหรือไม่ก็ดูเหมือนว่ามันเป็นเช่นนั้น ความแห้งแล้ง บรรยากาศที่เคร่งขรึม ดูจริงจังของพิพิธภัณฑ์ได้ถูกทำให้ดูนุ่มนวลมากขึ้น ศิลปินแต่ละคนจำนวนมาก มักจะเผชิญหน้ากับลูกค้าที่ไม่ค่อยกล้าพอที่จะซื้องานศิลปะบางชิ้นเนื่องจากว่าลูกค้าเหล่านั้นเชื่อว่า

มันจะไปด้วยกันไม่ได้กับสีของผนังห้อง อันนี้นับว่าเป็นแนวความคิดที่ผิดอย่างแน่นอน ความจริงแล้วสีของผนังห้องจะไม่ทำปฏิกิริยาอันใดกับภาพเขียนเหล่านั้นได้ นอกเสียจากว่าสีของผนังห้องจะเป็นสีที่ไม่เข้าท่าเช่นสีส้ม หรือบางทีประกอบกับเครื่องไม้ เช่น กรอบประตูหน้าต่างสีฟ้า (cabalt blue) หรือทาสีผนังห้องด้วยเชียวอมเหลืองประกอบกับเครื่องไม้สีส้ม ถ้าเป็นเช่นนี้แล้วค่อยว่ากัน หรือบางคนไม่กล้าที่จะเผชิญหน้ากับสีที่แปลกๆ ที่มีรวมๆ กันอยู่ในสิ่งของต่างๆ ในบ้าน สำหรับสีผนังบ้านธรรมดาๆ โดยทั่วไปแล้ว งานจิตรกรรมชิ้นใดที่คุณชอบ ยังคงเป็นภาพที่น่าดึงดูดใจหากว่ามันได้ถูกตระเตรียมให้อยู่ในกรอบที่ช่วยให้ตาเราแยกภาพงานศิลปะชิ้นนั้นๆ ออกจากสิ่งแวดล้อมได้ ผลกระทบของสีต่างๆ ต่อสภาพแวดล้อมและการเป็นอยู่ที่ดีในเชิงจิตวิทยาของเรา เทียบได้เท่ากับบุคลิกภาพที่ปรากฏให้เห็นของตัวเราเลยทีเดียว สีสามารถทำให้คนบางคนดูสูงขึ้นหรือเตี้ยลง อ้วนขึ้นหรือผอมลงได้ อันนี้เป็นความจริงทั้งผู้หญิงผู้ชาย แต่ผู้หญิงมักจะมีโอกาสมากกว่าในแง่ของประโยชน์ที่ได้รับเท่าที่จะเป็นไปได้ สำหรับเรื่องนี้ พวกหล่อนสามารถที่จะสวมใส่เสื้อผ้าสีต่างๆ ได้ตามใจปรารถนา ในขณะที่เราไม่ ค่อยจะเห็นด้วยนักเมื่อเห็นผู้ชายบางคนแต่งตัวอยู่ในชุดสีม่วง เหลืองหรือส้ม โดยไม่คำนึงถึงว่าเสื้อผ้าเหล่านั้นจะช่วยทำให้ดูดีหรือไม่เมื่อปรากฏแก่สายตาของผู้คน แต่ทว่าเมื่อไม่นานมานี้ พวกผู้ชายดูท่าจะได้รับ การยอมรับมากขึ้นให้สามารถที่จะสวมใส่เสื้อผ้าหลากสีได้ เช่นเดียวกับผู้หญิง การเดินร่ำ แบบ minuet ในห้องโถงขนาดใหญ่ซึ่งต้องจุดเทียนถึง 2000 เล่ม เพื่อให้ความสว่าง มักจะเป็นอาหารตาที่น่าดูเสมอ ความพยายามต่างๆ เหล่านี้กำลังทำให้สีกลับเข้าไปสู่ตู้เสื้อผ้าของบรรดาผู้ชายอยู่ในขณะนี้ (สมเกียรติ ตั้งนโม. 2536: 78-80)

ความจริงในศิลปะ (Reality in Art)

เมื่อศิลปินเขียนรูปต้นไม้ในงานจิตรกรรมชิ้นหนึ่ง ความจริงในงานนั้นไม่ใช่ต้นไม้ แต่เป็นจินตนาการของศิลปินที่เกี่ยวกับต้นไม้ เมื่อศิลปินมองดูต้นไม้ในธรรมชาติ เขาเห็นความสว่างหรือความมืด ความแข็งแรงหรือความอ่อนไหว ความใหญ่หรือความเล็ก ความสมบูรณ์ ความสงบหรือความบีบแสบ ทัศนทุกข์จากแรงพายุ ความรู้สึกหรืออารมณ์เหล่านี้ในศิลปะก็คือ การแสดงออกของปฏิกิริยาของศิลปินที่มีต่อความจริงในธรรมชาติ หรือต่อความนึกคิดของตัวศิลปินเอง ซึ่งเป็นความจริงแบบจิตวิสัย (Subjective Reality) และความจริงนั้นก็คือนี้อาของงานศิลปะ³

³ Lionello Venturi.(1956). Come si Comprende la Pittura da Giotto a Chagall.ใน องค์ประกอบของศิลปะ.หน้า 418.

จากองค์ความรู้ดังกล่าวผู้วิจัยได้นำเอาหลักการเรื่องความจริงในศิลปะมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมการเขียน ภาพทัศนียภาพในแบบของตนเอง โดยนำเสนอเนื้อหาที่แสดงออกถึงการเขียนทัศนียภาพจากสิ่งที่มีอยู่จริง หากแต่มุ่งเน้นความหมายเฉพาะที่ผู้วิจัยต้องการถ่ายทอดออกมา หาได้เป็นการลอกเลียนแบบธรรมชาติหรือการเขียนทัศนียภาพทั่วไป

ทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างงานศิลปะ

ศาสตราจารย์เกียรติคุณชะลูด นิ่มเสมอ (2533) ได้กล่าวไว้เกี่ยวกับการสร้างสรรค์งานศิลปะว่า ทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างสรรค์เป็นมูลฐานสำคัญที่จะต้องกล่าวถึงก่อนสิ่งอื่น เพราะศิลปะคือการสร้างสรรค์ในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง ศิลปะไม่ใช่การลอกเลียนแบบ ไม่ว่าสิ่งทีลอกเลียนแบบนั้นจะเป็นธรรมชาติ ความคิดหรือตัวอย่างของผู้อื่น งานศิลปะแบบรูปธรรมหรือแบบเหมือนจริง เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นในโลก โดยอาศัยรูปทรงจากของจริง ในธรรมชาติเป็นจุดบันดาลใจ สิ่งใหม่นี้ก็คือความคิดหรือจินตนาการ อารมณ์ความรู้สึก หรือความงามเป็นทัศนะส่วนตัวของศิลปิน สิ่งใหม่นี้ก็คือรูปทรงของธรรมชาติที่ผสมกับบุคลิกของศิลปินแล้ว หรือรูปทรงของธรรมชาติที่แปรเปลี่ยนไปตามจุดหมายในการแสดงออกของศิลปินแล้ว งานสร้างสรรค์จึงเป็นงานต้นแบบ ไม่ซ้ำของใคร ไม่ซ้ำแบบของธรรมชาติ ไม่ซ้ำแม้แต่แบบของตนเอง เป็นงานที่มีลักษณะเฉพาะตัวหรือบุคลิกภาพของศิลปิน งานศิลปะแบบนามธรรมก็เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ล้วนๆ ขึ้นในโลก โดยไม่ต้องอาศัยรูปทรงที่จำได้หมายรู้จากธรรมชาติ (ศาสตราจารย์เกียรติคุณชะลูด นิ่มเสมอ. 2533: 342-343)

เอกภาพของงาน

ศาสตราจารย์เกียรติคุณชะลูด นิ่มเสมอ (2533) ได้กล่าวว่า เอกภาพในงานศิลปะแยกออกได้เป็น 2 ชั้นคือ เอกภาพของรูปความคิดกับเอกภาพของรูปทรง

เอกภาพของรูปความคิด ศิลปินจะต้องมีรูปความคิด (Idea) ที่มาจากความบันดาลใจที่มีความหมายและมีเอกภาพในตัวเองเสียก่อนจึงมีพลังพอที่จะก่อรูปเป็นรูปทรงที่มีเอกภาพและความหมายได้ ใครที่มีความคิดสับสนจับต้นชนปลายไม่ได้ ใครที่มีความคิดหลายอย่างแตกต่างกันจนจัดลำดับความสำคัญไม่ได้ งานที่ปรากฏเป็นรูปทรงขึ้นก็จะมีลักษณะสับสน ขัดแย้งและขาดความเป็นเอกภาพไปด้วย ศิลปินต้องมี เสรีภาพทางความคิด ไม่เป็นทาสของสิ่งใด ไม่ว่าจะเป็ ศาสนา ลัทธิ อุดมคติ หรือแม้แต่ความคิดของตัวเอง เพราะศิลปะมีอิสระในตัวเอง ศิลปะเกิดและเติบโตแบบสิ่งมีชีวิต ด้วยความพอเหมาะพอดีของสิ่งแวดล้อม รูปความคิดทางศิลปะเปรียบเสมือนเมล็ดพืช ศิลปินมีหน้าที่เตรียมสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม เตรียมดินและรดน้ำให้เมล็ดพืชนั้นเติบโตเป็นรูปทรงที่สมบูรณ์ในรูปแบบพืชพันธุ์ของมัน จะบังคับให้เป็นไปตามใจของคนทำฝ่ายเดียวไม่ได้ ถ้าความคิดถูกมอมเมาให้ผิดไปจากธรรมดา งานที่เกิดขึ้นจากความคิดนั้นก็พิกลพิการตามไปด้วย ถึงแม้จะทำด้วยความบริสุทธิ์ใจ แต่ก็เป็ความบริสุทธิ์ใจของความมอมเมา ความคิดในทางศิลปะควรเป็นความคิดที่ไม่พิการ เป็นความคิดทางบวก ความเป็นลบในมนุษย์นั้นมีมากมายเกินอยู่แล้ว ไม่จำเป็นที่ เราจะต้องเพิ่มเติมเข้าไปด้วยการแสดงออกทางศิลปะอีก

เอกภาพของรูปทรง ทศนศิลป์เป็นศิลปะที่แสดงออกทางรูปทรง ดังนั้นปัญหาทางด้านเอกภาพของรูปทรงจึงเป็นปัญหาใหญ่ รูปทรงมีเอกภาพเกิดขึ้นจากการประสานกันของทัศนธาตุที่สอดคล้องกับความคิด อารมณ์หรือจินตนาการ รูปทรงจะเติบโตขึ้นที่ละชั้นพร้อมกับความคิด ในการฝึกหัดสร้างรูปทรง ผู้ศึกษาอาจใช้ทัศนธาตุต่างๆ ประกอบเข้าโดยคิดว่าจะให้มันประสานกลมกลืนกันหรือขัดแย้งกันในลักษณะอย่างไร การกำหนดชื่อเรื่องและแนวเรื่องต่างๆ กัน จะช่วยให้มีความชำนาญในการสร้างรูปทรงให้มีเอกภาพรวดเร็ว ขึ้น และทฤษฎีขององค์ประกอบศิลป์จะเข้ามามีส่วนช่วยค่อนข้างมาก ทฤษฎีต่างๆ จะกลายเป็นสัญชาตญาณอย่างหนึ่งที่ทำงานควบคู่ไปกับความคิดในการสร้างรูปทรงอย่างไร้สำนึก ถึงขั้นนี้เอกภาพของรูปทรงจึงจะพอมีขึ้นได้ ไม่ใช่เพียงเป็นเอกภาพของทัศนธาตุหรือรูปร่างในแบบฝึกหัดองค์ประกอบศิลป์อย่างเมื่อแรกปฏิบัติ เอกภาพที่แท้จริงของรูปทรงหรือเอกภาพที่มีความหมาย คือ เอกภาพรูปทรงผสมกับความคิด รูปทรงที่ปราศจากความคิดหรือรูปทรงที่ยังไม่รวมตัวกับความคิดจะเรียกว่ามีเอกภาพสมบูรณ์ไม่ได้ ถึงแม้งานศิลปะที่ต้องการแสดงรูปทรงบริสุทธิ์ ความคิดที่จะให้รูปทรงบริสุทธิ์อย่างไรก็ต้องเป็นจุดเริ่มต้นและรวมตัวเข้ากับรูปทรงในขั้นสุดท้าย (ศาสตราจารย์เกียรติคุณชະลูด นิมเสมอ. 2533: 344-347)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิชน สุขสมบูรณ์ (2550) ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการมลพิษจากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างประชาชนผู้อยู่อาศัยมีความพึงพอใจต่อสภาพภูมิทัศน์ ความปลอดภัย การอยู่อาศัย และผลประโยชน์จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่แตกต่างกันทั้งด้านบวกและด้านลบ ขึ้นอยู่กับลักษณะทางกายภาพของป้ายในแต่ละพื้นที่ศึกษา ขณะกลุ่มตัวอย่างประชาชนผู้เดินทางสัญจรมีความพึงพอใจต่อสภาพภูมิทัศน์ ความปลอดภัย การเดินทางสัญจร และผลประโยชน์จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ในด้านลบมากกว่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบด้านทัศนียภาพ ทัศนวิสัยในการเดินทาง และสมาธิในการ ขับขี่ยานพาหนะ

ปัญญาวัฒน์ ชลวิจิต (2545) ทำการศึกษาเรื่อง การอนุรักษ์ทัศนียภาพการในเมืองเชียงใหม่ ถนนราชดำเนิน ถนนท่าแพ และถนนเจริญเมือง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ประเมินคุณค่าของทัศนียภาพทางด้านภูมิทัศน์ชุมชน สถาปัตยกรรม และมรดกทางวัฒนธรรมภายในพื้นที่กรณีศึกษา (2) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยที่ ก่อให้เกิดปัญหามลพิษขึ้นภายในพื้นที่กรณีศึกษา (3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักวิชาการ เจ้าหน้าที่ ผู้เกี่ยวข้อง ที่มีต่อการอนุรักษ์ทัศนียภาพการและการจัดการปัญหามลพิษภายในพื้นที่กรณีศึกษา (4) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการอนุรักษ์ ทัศนียภาพการ และแนวทางในการจัดการปัญหามลพิษที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่กรณีศึกษา

พบว่า พื้นที่ ถนนราชดำเนิน ถนนท่าแพ และถนนเจริญเมือง คือพื้นที่หนึ่งที่เกิดปัญหามลพิษจากการทำลายคุณค่าของทัศนียภาพและเกิดความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยขององค์ประกอบต่างๆ ปัจจุบันสภาพพื้นที่บริเวณดังกล่าวได้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมด้านต่างๆ มากมาย รวมถึงปัญหาด้านมลพิษที่เกิดจากการติดตั้งป้ายโฆษณาที่ไม่เป็นระเบียบ ความรกรุงรังของระบบสาธารณูปโภค อาคารบ้านเรือนรวมถึงสีสนิม ขนาด ที่มีความขัดแย้งกัน หากปล่อยละเลยโดยไม่มีการวางแผนเพื่อจัดการกับสภาพดังกล่าว พื้นที่ที่มีความสำคัญในบริเวณนี้ก็จะสะท้อนภาพปัญหาการขาดความเอาใจใส่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และขาดการมีส่วนร่วมกันในการป้องกันและแก้ไขปัญหามาของประชาชนในท้องถิ่น ดังนั้นปัญหาดังกล่าว จึงเป็นปัญหาสำคัญที่ควรเร่งดำเนินการศึกษาหาแนวทางการอนุรักษ์ทัศนียภาพและแนวทางการป้องกันแก้ไขหรือลดความรุนแรงปัญหาของมลพิษที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นการช่วยสงวนคุณค่าของทัศนียภาพและคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมภายในพื้นที่บริเวณนี้ไว้ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อการท่องเที่ยวภายในเขตตัวเมืองเชียงใหม่สืบไป

ทัชชะพงศ์ อัครพรหมธาดา (2550) ทำการศึกษาเรื่อง จากกรณีศึกษาในด้านการคาดหวังและการรับรู้จริง ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านการบริการทางการท่องเที่ยวแตกต่างกัน พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และด้านบริการทางการท่องเที่ยว แตกต่างกันกับการรับรู้จริง ซึ่งจากการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีความคาดหวังต่อด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และด้านบริการทางการท่องเที่ยวมากกว่าการรับรู้จริงในทุกด้าน โดยการเปรียบเทียบความคาดหวังที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวที่ได้รับจริงตากการรับรู้ของนักท่องเที่ยว (Parasaraman, Zeithaml; & Berry. 1989: 133) พบว่าค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังโดยรวมและรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับสูงกว่าการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยว (ES>PS) จึงสรุปได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามยังไม่อยู่ในระดับที่ทำให้นักท่องเที่ยว หรือผู้ได้รับบริการการท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เนื่องจากความคาดหวังเป็นทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับความปรารถนา หรือความต้องการที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในบริการนั้นๆ และความต้องการเป็นสิ่งที่ ถูกฝังลึกอยู่ในจิตสำนึกของมนุษย์ ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานภาพของแต่ละบุคคล

บทที่ 3

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหาด้านมลพิษน้ำปายเพื่อการโฆษณา ที่เกิดขึ้นกับแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม กรณีศึกษา : ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา โดยมีขั้นตอนวิธีการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรได้จาก ข้อมูลทางภาคทฤษฎี ข้อมูลภาพจากสถานที่จริง ข้อมูลภาพที่ปรากฏตามเอกสารสิ่งพิมพ์และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงนำมาวิเคราะห์สรุปเป็นภาพร่างทั้งหมด 40 ภาพ จำนวน 2 ชุด ชุดละ 20 ภาพ

ภาพร่างชุดที่ 1 ประกอบด้วย ภาพที่ 1 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 1 ขนาด 80x80 เทคนิค สีน้ำมัน, ภาพที่ 2 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 2 ขนาด 60x80 เทคนิค สีน้ำมัน, ภาพที่ 3 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 3 ขนาด 100x120 เทคนิค สีน้ำมัน....., ภาพที่20 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 20 ขนาด100x120 เทคนิค

ภาพร่างชุดที่ 2 ประกอบด้วย ภาพที่ 1 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษน้ำที่อัมพวา 1 ขนาด 80x200 เทคนิค สีน้ำมัน, ภาพที่ 2 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษน้ำที่อัมพวา 2 ขนาด100x100 เทคนิค สีน้ำมัน, ภาพที่ 3 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษน้ำที่อัมพวา 3 ขนาด100x100 เทคนิค สีน้ำมัน, ภาพที่ 4 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษน้ำที่อัมพวา 4 ขนาด100x120เทคนิค สีน้ำมัน....., ภาพที่20 ชื่อภาพว่า ป้ายมลพิษน้ำที่อัมพวา 20 ขนาด100x120 เทคนิค

กลุ่มตัวอย่าง

ภาพร่างทั้งหมด 40 ภาพ จำนวน 2 ชุด ชุดละ 20 ภาพ แล้วจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญเลือก
กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากภาพร่าง ได้จำนวน 7 ภาพ

ภาพร่างชุดที่ 1 ประกอบด้วย ภาพที่ 1 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 1 ขนาด 70x70
เทคนิค สีน้ำมัน, ภาพที่ 2 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 2 ขนาด 60x80 เทคนิค สีน้ำมัน , ภาพที่ 10 ชื่อ
ภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 10 ขนาด 60x80 เทคนิค สีน้ำมัน

ภาพร่างชุดที่ 2 ประกอบด้วย ภาพที่ 3 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 3 ขนาด
100x100 เทคนิค สีน้ำมัน , ภาพที่ 13 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 13 ขนาด 80x200 เทคนิค
สีน้ำมัน, ภาพที่ 16 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 16 ขนาด 100x120 เทคนิค สีน้ำมัน , ภาพที่ 17
ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 17 ขนาด 100x120 เทคนิค สีน้ำมัน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการ
ศึกษาวิจัย ได้แก่ แบบประเมินผลจากผู้ชมผลงาน

ขั้นตอนสร้างเครื่องมือ มีดังนี้

ผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นความรู้พื้นฐานสำหรับการสร้าง
เครื่องมือ เครื่องมือในที่นี้คือ แบบประเมินผลจากผู้ชมผลงาน ซึ่งแบ่งแบบประเมินเป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ composition
2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual)กับผลงานศิลปะ(Work of Art)

แบบประเมิน ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบประเมินความเข้าใจและความรู้ดีกร่วมของผู้ชม
ประมาณ 100 คน ที่มีต่อผลงานศิลปะด้านงานจิตรกรรม โดยแบบประเมินมีประเด็นดังต่อไปนี้

1. ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ (Composition)

1. สี (Color)
2. ความกลมกลืน (Harmony)
3. ดุลยภาพ (Balance)
4. ช่วงจังหวะ (Rhythm)
5. จุดเด่น(Dominance)

2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual)กับผลงานศิลปะ (Work of Art)

1. การสื่อความหมายของผลงาน (Message)
2. แนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม
3. ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร บทความ ภาพถ่าย งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและภาพที่ปรากฏตามเอกสารสิ่งพิมพ์แล้วนำมาวิเคราะห์สรุปเป็นภาพร่างทั้งหมด 40 ภาพ เพื่อนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากภาพร่าง ได้จำนวน 7 ภาพ

วิธีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบแบบประเมิน มีวิธีดำเนินการดังต่อไปนี้

1. นำแบบประเมินเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและปรับปรุงแก้ไขเบื้องต้น
2. ปรับปรุงแก้ไข ตรวจสอบความถูกต้องจัดทำเป็นฉบับที่สมบูรณ์ และนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนของวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีการแบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูล มีด้วยกัน 3 ข้อมูล ดังนี้

1. นำผลงานไปจัดแสดง
2. ข้อมูลจากการแจกแบบประเมินผลงานจิตรกรรม ให้กับผู้มาเข้าร่วมชมงาน
3. ตรวจสอบจำนวน และความถูกต้องของแบบประเมินที่ได้รับคืน เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

วิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

จากวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว คือวิธีการที่ช่วยในการวิเคราะห์ให้ผู้วิจัยทราบถึงปัญหาในงานวิจัย อีกทั้งทฤษฎีดังกล่าวยังช่วยสนับสนุนซึ่งกันและกันทำให้ผู้วิจัยสรรค์สร้างกระบวนการงานศิลปะได้อย่างมีขั้นตอน มีจุดมุ่งหมาย และเกิดประสิทธิภาพสูงสุดอีกด้วย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละจากจำนวนของ ผู้ชมที่ได้จากการดูผลงานและแบบประเมินความเข้าใจและความรู้สึกร่วมที่มีต่อผลงานศิลปะจิตรกรรม 2 มิติ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน และเกณฑ์การแปลผล ซึ่งกำหนดค่าคะแนน (Weight) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	ผลการประเมิน ในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ผลการประเมิน ในระดับมาก
3	หมายถึง	ผลการประเมิน ในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ผลการประเมิน ในระดับน้อย
1	หมายถึง	ผลการประเมิน ในระดับน้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยต่างๆ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	ความหมาย
4.51 ขึ้นไป	ผลการประเมิน ในระดับดีมาก
3.51-4.50	ผลการประเมิน ในระดับดี
2.51-3.50	ผลการประเมิน ในระดับปานกลาง
1.51-2.50	ผลการประเมิน ในระดับน้อย
1.00-1.50	ผลการประเมิน ในระดับน้อยที่สุด

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากเครื่องมือ (แบบประเมินความคิดเห็นของผู้ชมงานศิลปะ) ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยสถิติ ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานใช้สถิติร้อยละในการวิเคราะห์

1.1 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประเมินที่ชมผลงานศิลปะใช้สถิติการหาค่าเฉลี่ย (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2540: 137)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น

$\sum X$ แทน ผลรวมของความคิดเห็นทั้งหมด

n แทน ผู้ชมงานศิลปะในกลุ่มตัวอย่าง

1.2 หาค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของคะแนนจากสูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ . 2540: 143)

$$SD = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ SD แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n แทน จำนวนผู้ชมงานศิลปะในกลุ่มตัวอย่าง

$\sum X$ แทน ผลรวมของความคิดเห็นทั้งหมด

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของความคิดเห็นแต่ละตัวยกกำลังสอง

5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัยเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ค้นคว้าเพิ่มเติมที่สามารถนำเอาข้อเสนอแนะไปพัฒนาต่อยอดในครั้งต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ : ปัญหา
มลพิษน้ำปายสื่อโฆษณา จากแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม กรณีศึกษา : ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา
ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X} แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางการวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ : ปัญหา
มลพิษน้ำปายสื่อโฆษณาจากแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม กรณีศึกษา : ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา
ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการสร้าง
แบบประเมินความคิดเห็นจำนวน 100 ชุดเพื่อใช้ประเมินความคิดเห็นของผู้ชมภาพงานศิลปะที่นำมา
จัดแสดงจำนวน 7 ภาพ โดยแบ่งแบบความคิดเห็นออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 เป็นคำถามแบบเลือกตอบเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบ
ประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพงานศิลปะที่ผู้วิจัยได้จัดแสดง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

ตาราง 1 การการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบประเมินความคิดเห็นที่มีต่องาน
ศิลปะที่ผู้วิจัยจัดแสดง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

ลักษณะพฤติกรรมและความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ
1.1 เพศของผู้ตอบแบบประเมินความคิดเห็น		
เพศชาย	76	76
เพศหญิง	24	24
รวม	100	100
ลักษณะพฤติกรรมและความคิดเห็น	ความถี่	ร้อยละ
1.2 การศึกษา		
ระดับปริญญาตรี	78	78
ระดับปริญญาโท	15	15
ระดับปริญญาเอก	7	7
รวม	100	100

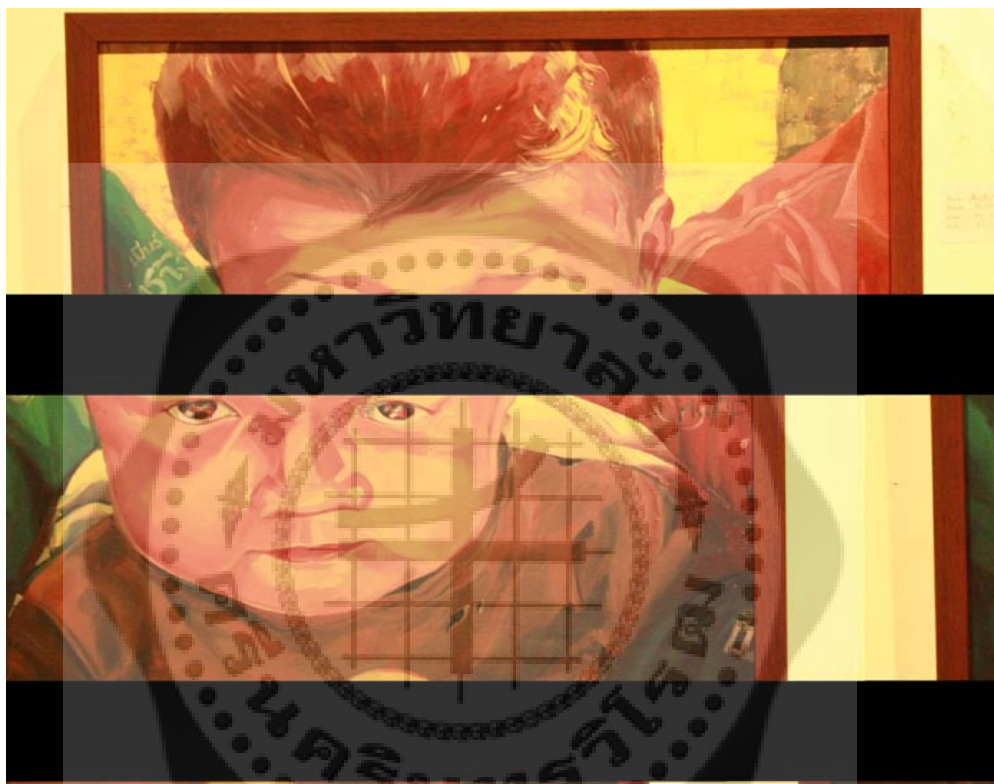
สรุปผล ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบประเมินความคิดเห็น ดังนี้

1. เพศชายคิดเป็นร้อยละ 76
2. เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 24
3. ระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 78

จากแบบประเมินความคิดเห็นเพศชาย ร้อยละ 76 และอยู่ในช่วงกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 78

ตอนที่ 2 เป็นคำถามแบบเลือกตอบเพื่อประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพงานศิลปะ จำนวน 5 ภาพ โดยผ่านการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้เชี่ยวชาญ ได้ผลการวิเคราะห์ ผลปรากฏดังตาราง 2 – 8

ภาพที่ 1 ปัจจุบันที่อัมพวา 1



มลทัศนัความรกรหุรกตา ความมากจนเกินพอดีจากป้ายสื่อโฆษณาที่เราสามารถเห็นได้ใน
ทุกบริบททางสังคม ซึ่งเสมือนกลายเป็น “ความคุ้นชิน” ที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของเรา
การจัดองค์ประกอบของภาพแบบ portrait เพื่อให้เห็นมุมมองแบบระยะใกล้เสมือนเป็น
ผู้ถูกมอง

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพผลงานศิลปะ
ภาพที่ 1 ปัจจุบันที่อัมพวา 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

ภาพที่ 1 ปัจจุบันที่อัมพวา 1	\bar{x}	S.D.	ระดับเกณฑ์
ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์			
1.สี(Color)	4.45	0.72	ดี
2.ความกลมกลืน(Harmony)	4.55	0.86	ดีมาก
3.ดุลยภาพ(Balance)	4.01	0.90	ดี
4.ช่วงจังหวะ(Rhythm)	4.06	1.18	ดี
5.จุดเด่น(Dominance)	3.64	0.93	ดี
รวม	4.14	0.92	ดี
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual)กับผลงานศิลปะ(Work of Art)			
1.การสื่อความหมายของผลงาน(Message)	4.58	0.78	ดีมาก
2.แนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม	4.35	1.02	ดี
3.ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ	4.47	0.77	ดี
รวม	4.47	0.86	ดี

จากตาราง 2 ผลการประเมิน ภาพที่ 1 ปัจจุบันที่อัมพวา 1 ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ดี ($\bar{x} = 4.14$, S.D.= 0.92) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านสี Color ($\bar{x} = 4.45$, S.D.=0.72) ด้านความกลมกลืน Harmony ($\bar{x} = 4.55$, S.D.=0.86) ด้านดุลยภาพ Balance ($\bar{x} = 4.01$, S.D.= 0.90) ช่วงจังหวะ Rhythm ($\bar{x} = 4.06$, S.D.= 1.18) จุดเด่น Dominance ($\bar{x} = 3.64$, S.D.= 0.93)

ผลการประเมินด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptualกับผลงานศิลปะ (Work of Art) โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.49$, S.D.= 0.74) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านการสื่อความหมายของผลงาน (Message) ($\bar{x} = 4.58$, S.D.= 0.78) ด้านแนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม ($\bar{x} = 4.35$, S.D.= 1.02) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ ($\bar{x} = 4.47$, S.D.= 0.77)

ภาพที่ 2 ปัจจุบันที่อัมพวา 2



มลทัศน์ความรกรุกตา ความมากจนเกินพอดีจากป้ายสื่อโฆษณาที่เราสามารถเห็นได้ในทุก
บริบททางสังคม ซึ่งเสมือนกลายเป็น “ความคุ้นชิน” ที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของเรา
การจัดองค์ประกอบของภาพแบบ portrait เพื่อให้เห็นมุมมองโดยรวมของภาพในระยะกลาง

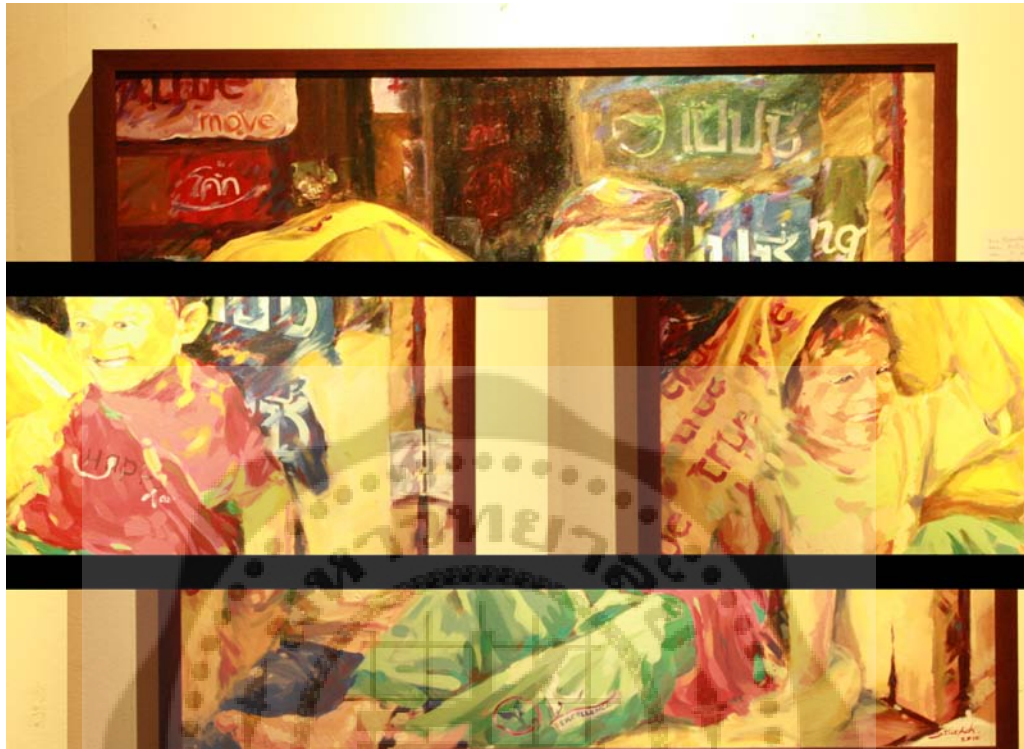
ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพผลงานศิลปะ
ภาพที่ 2 ปัจจุบันที่อัมพวา 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

ชื่อภาพ 2 ปัจจุบันที่อัมพวา 2	\bar{x}	S.D.	ระดับเกณฑ์
ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์			
1.สี(Color)	4.53	0.77	ดีมาก
2.ความกลมกลืน(Harmony)	4.14	1.06	ดี
3.ดุลยภาพ(Balance)	4.15	0.96	ดี
4.ช่วงจังหวะ(Rhythm)	4.19	1.15	ดี
5.จุดเด่น(Dominance)	4.59	0.62	ดีมาก
รวม	4.32	0.91	ดี
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual)กับผลงานศิลปะ(Work of Art)			
1.การสื่อความหมายของผลงาน(Message)	4.75	0.67	ดีมาก
2.แนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม	4.65	0.77	ดีมาก
3.ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ	4.31	1.02	ดี
รวม	4.57	0.82	ดีมาก

จากตาราง 3 ผลการประเมิน ภาพที่ 2 ภาพ ปัจจุบันที่อัมพวา 2 ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ดี ($\bar{x} = 4.32$, S.D.= 0.91) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านสี color($\bar{x} = 3.53$, S.D.= 0.77) ด้านความกลมกลืน Harmony ($\bar{x} = 4.14$, S.D.=1.06) ด้านดุลยภาพ Balance ($\bar{x} = 4.15$, S.D.= 0.96) ด้านช่วงจังหวะ Rhythm ($\bar{x} = 4.19$, S.D.= 1.15) ด้านจุดเด่น Dominance ($\bar{x} = 4.59$, S.D.= 0.62)

ผลการประเมินด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptualกับผลงานศิลปะ(Work of Art) โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.57$, S.D.= 0.82) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านการสื่อความหมายของผลงาน (Message) ($\bar{x} = 4.75$, S.D.= 0.67) ด้านแนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม ($\bar{x} = 4.31$, S.D.= 1.02) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ ($\bar{x} = 4.57$, S.D.= 0.82)

ภาพที่ 3 ปัจจุบันที่อัมพวา 10



มลทัศน์ความรุกรุกตา ความมากจนเกินพอดีจากป้ายสื่อโฆษณาที่เราสามารถเห็นได้ในทุก
 บริบททางสังคม ซึ่งเสมือนกลายเป็น “ความคั่งชิน” ที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของเรา
 การจัดองค์ประกอบของภาพแบบ portrait เพื่อให้เห็นมุมมองในอีกมุมหนึ่งของสถานที่

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพผลงานศิลปะ
ภาพที่ 3 ปัจจุบันที่อัมพวา 10 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

ภาพที่ 3 ปัจจุบันที่อัมพวา 10	\bar{x}	S.D.	ระดับเกณฑ์
ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์			
1.สี(Color)	4.44	1.03	ดี
2.ความกลมกลืน(Harmony)	4.59	0.65	ดีมาก
3.ดุลยภาพ(Balance)	4.11	1.09	ดี
4.ช่วงจังหวะ(Rhythm)	4.68	0.74	ดีมาก
5.จุดเด่น(Dominance)	4.64	0.77	ดีมาก
รวม	4.49	0.86	ดี
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual)กับผลงานศิลปะ(Work of Art)			
\bar{x} S.D. ระดับเกณฑ์			
1.การสื่อความหมายของผลงาน(Message)	4.49	0.66	ดี
2.แนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม	4.70	0.66	ดีมาก
3.ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ	4.45	0.87	ดี
รวม	4.55	0.73	ดีมาก

จากตาราง 4 ผลการประเมินภาพที่ 3 ภาพ ปัจจุบันที่อัมพวา 10 ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ดี ($\bar{x} = 4.49$, S.D.= 0.86) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านสี Color ($\bar{x} = 4.44$, S.D.= 0.65) ด้านความกลมกลืน Harmony ($\bar{x} = 4.59$, S.D.= 0.65) ดุลยภาพ Balance ($\bar{x} = 4.11$, S.D.= 1.09) ด้านช่วงจังหวะ Rhythm ($\bar{x} = 4.68$, S.D.= 0.74) ด้านจุดเด่น Dominance ($\bar{x} = 4.64$, S.D.= 0.77)

ผลการประเมินด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptualกับผลงานศิลปะ(Work of Art) โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.55$, S.D.= 0.73) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านการสื่อความหมายของผลงาน (Message) ($\bar{x} = 4.49$, S.D.= 0.66)ด้านแนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม ($\bar{x} = 4.70$, S.D.= 0.66) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ ($\bar{x} = 4.45$, S.D.= 0.73)

ภาพที่ 4 ป้ายมลทัศนที่อัมพวา 3



มลทัศนความรุกรุกตาความมากจนเกินพอดีจากป้ายสื่อโฆษณาที่ได้ลดทอนคุณค่าความงามทางสุนทรียศาสตร์ในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นสถานที่ที่คงไว้ซึ่งความเป็นอนุรักษ์นิยม การจัดองค์ประกอบของภาพแบบทัศนียภาพ perspective เพื่อให้เห็นมุมมองในด้านกว้าง

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพผลงานศิลปะ
ภาพที่ 4 ป้ายมลพิษที่อัมพวา 3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

ภาพที่ 4 ป้ายมลพิษที่อัมพวา 3	\bar{x}	S.D.	ระดับเกณฑ์
ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์			
1.สี(Color)	4.65	0.85	ดีมาก
2.ความกลมกลืน(Harmony)	4.46	0.85	ดี
3.ดุลยภาพ(Balance)	4.38	0.72	ดี
4.ช่วงจังหวะ(Rhythm)	4.65	0.82	ดีมาก
5.จุดเด่น(Dominance)	4.61	0.79	ดีมาก
รวม	4.55	0.89	ดีมาก
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual)กับผลงานศิลปะ(Work of Art)			
1.การสื่อความหมายของผลงาน(Message)	4.70	0.69	ดีมาก
2.แนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม	4.66	1.68	ดีมาก
3.ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ	4.69	0.75	ดีมาก
รวม	4.68	0.71	ดีมาก

จากตาราง 5 ผลการประเมินภาพที่ 4 ภาพป้ายมลพิษที่อัมพวา 3 ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.47$, S.D.= 0.84) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านสี Color ($\bar{x} = 4.60$, S.D.= 0.92) ด้านความกลมกลืน Harmony ($\bar{x} = 4.53$, S.D.=0.86) ด้านดุลยภาพ Balance ($\bar{x} = 4.08$, S.D.= 0.90) ด้านช่วงจังหวะ Rhythm ($\bar{x} = 4.55$, S.D.= 0.59) ด้านจุดเด่น Dominance ($\bar{x} = 3.57$, S.D.= 0.78)

ผลการประเมินด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptualกับผลงานศิลปะ(Work of Art) โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.68$, S.D.= 0.71) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านการสื่อความหมายของผลงาน (Message) ($\bar{x} = 4.70$, S.D.= 0.69) ด้านแนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม ($\bar{x} = 4.66$, S.D.= 1.68) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ ($\bar{x} = 4.69$, S.D.= 0.75)

ภาพที่ 5 ป้ายมัลติสตร์ที่อัมพวา 13



มัลติสตร์ความรุกรุกตา ความมากจนเกินพอดีจากป้ายสื่อโฆษณา ที่ได้ลดทอนคุณค่าความงามทางสุนทรียศาสตร์ในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นสถานที่ที่คงไว้ซึ่งความเป็นอนุรักษ์นิยม การจัดองค์ประกอบของภาพแบบทัศนียภาพ perspective 2 จุด เพื่อให้เกิดสันน้ำสายตาที่น่าสนใจ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพผลงานศิลปะ
ภาพที่ 5 ป้ายมลพิษที่อัมพวา 13 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

ภาพที่ 5 ป้ายมลพิษที่อัมพวา 13	\bar{x}	S.D.	ระดับเกณฑ์
ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์			
1.สี(Color)	4.60	0.92	ดีมาก
2.ความกลมกลืน(Harmony)	4.53	0.86	ดีมาก
3.ดุลยภาพ(Balance)	4.08	0.90	ดี
4.ช่วงจังหวะ(Rhythm)	4.55	0.59	ดีมาก
5.จุดเด่น(Dominance)	3.57	0.78	ดี
รวม	4.47	0.84	ดี
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual)กับผลงานศิลปะ(Work of Art)			
	\bar{x}	S.D.	ระดับเกณฑ์
1.การสื่อความหมายของผลงาน(Message)	4.54	0.83	ดีมาก
2.แนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม	4.37	0.80	ดี
3.ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ	4.49	0.83	ดี
รวม	4.47	0.82	ดี

จากตาราง 6 ผลการประเมิน ภาพที่ 5 ภาพ ป้ายมลพิษที่อัมพวา 13 ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ดี($\bar{x} = 4.55$, S.D.= 0.80) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านสี Color ($\bar{x} = 4.46$, S.D.= 0.85) ด้านความกลมกลืน Harmony ($\bar{x} = 4.65$, S.D.= 0.85) ด้านดุลยภาพ Balance ($\bar{x} = 4.38$, S.D.= 0.72) ด้านช่วงจังหวะ Rhythm ($\bar{x} = 4.65$, S.D.= 0.82) ด้านจุดเด่น Dominance ($\bar{x} = 4.61$, S.D.= 0.79)

ผลการประเมินด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptualกับผลงานศิลปะ(Work of Art) โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.47$, S.D.= 0.82) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านการสื่อความหมายของผลงาน (Message) ($\bar{x} = 4.54$, S.D.= 0.83) ด้านแนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม ($\bar{x} = 4.37$, S.D.= 0.80) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ ($\bar{x} = 4.49$, S.D.= 0.83)

ภาพที่ 6 ป้ายมลทัศนที่อัมพวา 16



มลทัศนความรุกรุกตา ความมากจนเกินพอดีจากป้ายสื่อโฆษณา ที่ได้ลดทอนคุณค่าความงามทางสุนทรียศาสตร์ในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นสถานที่ที่คงไว้ซึ่งความเป็นอนุรักษ์นิยม

การจัดองค์ประกอบของภาพแบบทัศนียภาพ perspective และใช้สีบรรยากาศที่ทำให้ดูอึดอัด

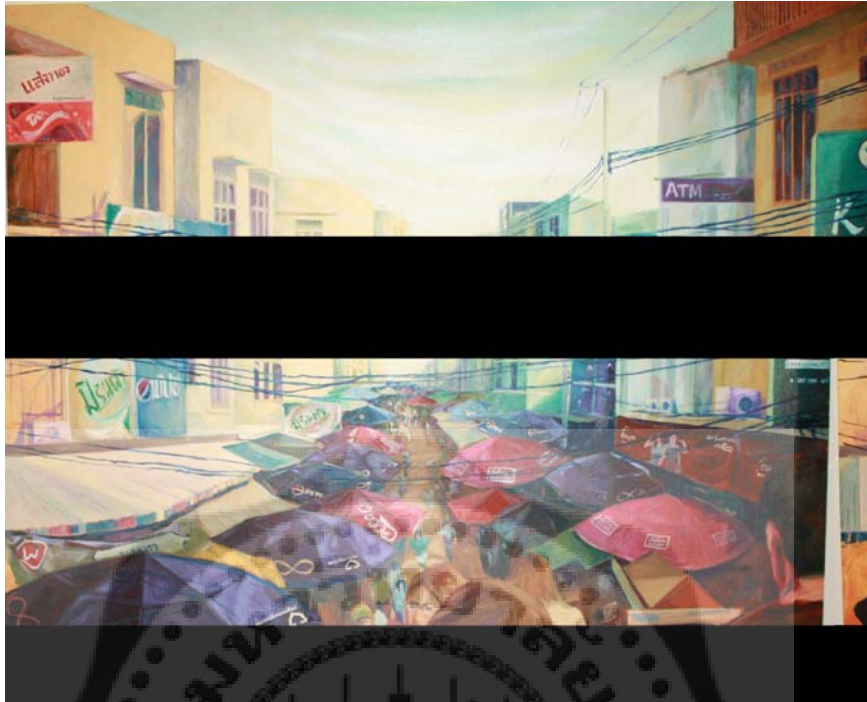
ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพผลงานศิลปะ
ภาพที่ 6 ป้ายมลพิษที่อัมพวา 16 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

ภาพที่ 6 ป้ายมลพิษที่อัมพวา 16	\bar{x}	S.D.	ระดับเกณฑ์
ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์			
1.สี(Color)	4.54	0.87	ดีมาก
2.ความกลมกลืน(Harmony)	4.46	0.87	ดี
3.ดุลยภาพ(Balance)	4.09	0.83	ดี
4.ช่วงจังหวะ(Rhythm)	4.21	0.59	ดี
5.จุดเด่น(Dominance)	4.34	0.87	ดี
รวม	4.33	0.81	ดี
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual) กับผลงานศิลปะ(Work of Art)			
1.การสื่อความหมายของผลงาน(Message)	4.63	0.79	ดีมาก
2.แนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม	4.43	0.93	ดี
3.ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ	4.52	0.85	ดี
รวม	4.53	0.86	ดี

จากตาราง 7 ผลการประเมิน ภาพที่ 6 ภาพ ป้ายมลพิษที่อัมพวา 16 ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.33$, S.D.= 0.81) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านสี Color ($\bar{x} = 4.54$, S.D.= 0.87) ด้านความกลมกลืน Harmony ($\bar{x} = 4.46$, S.D.= 0.87) ด้านดุลยภาพ Balance ($\bar{x} = 4.09$, S.D.= 0.83) ด้านช่วงจังหวะ Rhythm ($\bar{x} = 4.21$, S.D.= 0.59) ด้านจุดเด่น Dominance ($\bar{x} = 4.34$, S.D.= 0.87)

ผลการประเมินด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptualกับผลงานศิลปะ(Work of Art) โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.53$, S.D.= 0.86) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านการสื่อความหมายของผลงาน (Message) ($\bar{x} = 4.63$, S.D.= 0.79)ด้านแนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม ($\bar{x} = 4.43$, S.D.= 0.93) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ ($\bar{x} = 4.52$, S.D.= 0.85)

ภาพที่ 7 ป้ายมลทัศนที่อัมพวา 17



มลทัศนความรุกรุกตา ความมากจนเกินพอดีจากป้ายสื่อโฆษณา ที่ได้ลดทอนคุณค่าความงามทางสุนทรียศาสตร์ในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นสถานที่ที่คงไว้ซึ่งความเป็นอนุรักษ์นิยม การจัดองค์ประกอบของภาพแบบทัศนียภาพ perspective และจัดช่วงจังหวะให้ดูแน่นและรก

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพผลงานศิลปะ
ภาพที่ 7 ป้ายมลพิษที่อัมพวา 17 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

ภาพที่ 7 ป้ายมลพิษที่อัมพวา 17	\bar{x}	S.D.	ระดับเกณฑ์
ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์			
1.สี(Color)	4.42	0.87	ดี
2.ความกลมกลืน(Harmony)	4.70	0.54	ดีมาก
3.ดุลยภาพ(Balance)	4.39	0.79	ดี
4.ช่วงจังหวะ(Rhythm)	4.54	0.74	ดีมาก
5.จุดเด่น(Dominance)	4.49	0.67	ดี
รวม	4.51	0.72	ดีมาก
ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual)กับผลงานศิลปะ(Work of Art)			
1.การสื่อความหมายของผลงาน(Message)	4.68	0.71	ดี
2.แนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม	4.40	1.03	ดี
3.ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ	4.74	0.54	ดีมาก
รวม	4.61	0.76	ดีมาก

จากตาราง 8 ผลการประเมิน ภาพที่ 7 ภาพป้ายมลพิษที่อัมพวา 17 ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.51$, S.D.= 0.72) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านสี Color ($\bar{x} = 4.70$, S.D.= 0.54) ด้านความกลมกลืน Harmony ($\bar{x} = 4.39$, S.D.= 0.79) ด้านดุลยภาพ Balance ($\bar{x} = 4.09$, S.D.= 0.83) ด้านช่วงจังหวะ Rhythm ($\bar{x} = 4.54$, S.D.= 0.74) ด้านจุดเด่น Dominance ($\bar{x} = 4.49$, S.D.= 0.67)

ผลการประเมินด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptualกับผลงานศิลปะ(Work of Art) โดยภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.61$, S.D.= 0.76) โดยเรียงลำดับด้านที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านการสื่อความหมายของผลงาน (Message) ($\bar{x} = 4.40$, S.D.= 1.03)ด้านแนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัยร่วม ($\bar{x} = 4.74$, S.D.= 0.54) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ ($\bar{x} = 4.61$, S.D.= 0.76)

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อการสร้างสรรค์ : ปัญหามลพิษน้ำเสียจากแหล่ง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์- นิคม การศึกษา : ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา เป็นการนำเสนอให้เห็นถึง ปัญหาทางมลภาวะทางสายตาที่เกิดขึ้นจากสื่อโฆษณาอันมีมากเกินไปจนเกินความจำเป็น ซึ่งมีวิธีการ ดำเนินการดังนี้คือ

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้จาก ข้อมูลทางภาคทฤษฎี ข้อมูลภาพจากสถานที่จริง ข้อมูลภาพที่ปรากฏตามเอกสารสิ่งพิมพ์และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงนำมาวิเคราะห์สรุปเป็น ภาพร่างทั้งหมด 40 ภาพ จำนวน 2 ชุด ชุดละ 20 ภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้จากภาพร่างทั้งหมด 40 ภาพ จำนวน 2 ชุด ชุดละ 20 ภาพ แล้วจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากภาพร่าง ได้ จำนวน 7 ภาพ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษาวิจัย ได้แก่ แบบ ประเมินผลจากผู้เข้ามาชมผลงาน โดยคำนึงถึงหลักเกณฑ์ 2 หลักเกณฑ์ดังนี้

1. ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ (Composition)
2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual)กับผลงานศิลปะ(Work of Art)

โดยแบ่งแบบประเมินออกเป็น 2 ตอน ดังนี้คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามแบบเลือกตอบเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบ ประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพงานศิลปะที่ผู้วิจัยได้จัดแสดง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

ตอนที่ 2 ตอนที่ 2 เป็นคำถามแบบเลือกตอบเพื่อประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพงานศิลปะ จำนวน 7 ภาพ โดยผ่านการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้เชี่ยวชาญ ปรากฏผลการวิเคราะห์แบบประเมิน

สรุปผลการประเมินความคิดเห็น

ตอนที่ 1 เป็นคำถามแบบเลือกตอบเกี่ยวกับข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบ ประเมินความคิดเห็นที่มีต่อภาพงานศิลปะที่ผู้วิจัยได้จัดแสดง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

ผลการวิเคราะห์จากแบบประเมินพบว่า จากแบบประเมินเพศชายตอบแบบสอบถาม ร้อย ละ 76 และมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดคิดเป็น ร้อยละ 78

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบประเมินความคิดเห็นที่มีต่อผลงานศิลปะ จำนวน 7 ภาพ โดยภาพที่ 3 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 3 มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระดับเกณฑ์ ดีมาก ซึ่งเป็นคะแนนสูงสุดอันดับแรกจากจำนวนภาพทั้งหมด

สรุป ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อภาพงานศิลปะ ภาพที่ 1 ปัจจุบันที่อัมพวา 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

เกณฑ์ด้านองค์ประกอบด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ (Composition) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.14 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดีประกอบด้วย

ด้านหลักการใช้สี Color เฉดสีและค่าน้ำหนักของสี มีค่าเฉลี่ย 4.45 อยู่ในระดับดี ด้านความกลมกลืน Harmony ในเรื่องของสีและการจัดองค์ประกอบของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.55 อยู่ในระดับดีมาก ในเรื่องดุลยภาพ Balance การจัดวางภาพความสมดุล มีค่าเฉลี่ย 4.01 อยู่ในระดับดี ด้านช่วงจังหวะ Rhythm การจัดวางระยะของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.06 อยู่ในระดับดี ด้านจุดเด่น Dominance ของภาพ หรือจุดนำสายตา มีค่าเฉลี่ย 4.64 อยู่ในระดับดีมาก

เกณฑ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptual) กับผลงานศิลปะ (Work of Art) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.47 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดี ประกอบด้วย

การสื่อความหมายของผลงาน (Message) ให้ผู้ชมผลงานเข้าใจในเรื่องราวที่ผู้วิจัยต้องการสื่อสารผ่านภาพวาด มีคะแนนเฉลี่ย 4.58 อยู่ในระดับดีมาก ในส่วนของแนวความคิดการทำงานศิลปะที่มีความเป็นร่วมสมัยร่วมหรือสอดคล้องกับสภาพสังคมภายในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.35 อยู่ในระดับดี ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะที่มีความสอดคล้อง มีค่าเฉลี่ย 4.47 อยู่ในระดับดี

สรุป ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อภาพงานศิลปะ ภาพที่ 2 ปัจจุบันที่อัมพวา 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

เกณฑ์ด้านองค์ประกอบด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ (Composition) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.32 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดีประกอบด้วย

ด้านหลักการใช้สี Color เฉดสีและค่าน้ำหนักของสี มีค่าเฉลี่ย 4.53 อยู่ในระดับดีมาก ด้านความกลมกลืน Harmony ในเรื่องของสีและการจัดองค์ประกอบของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.14 อยู่ในระดับดี ในเรื่องดุลยภาพ Balance การจัดวางภาพความสมดุล มีค่าเฉลี่ย 4.15 อยู่ในระดับดี ด้านช่วงจังหวะ Rhythm การจัดวางระยะของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.19 อยู่ในระดับดี ด้านจุดเด่น Dominance ของภาพ หรือจุดนำสายตา มีค่าเฉลี่ย 4.59 อยู่ในระดับดีมาก

เกณฑ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptual) กับผลงานศิลปะ (Work of Art) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.57 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดีมาก ประกอบด้วย

การสื่อความหมายของผลงาน (Message) ให้ผู้ชมผลงานเข้าใจในเรื่องราว ที่ผู้วิจัยต้องการ สื่อสารผ่านภาพวาด มีคะแนนเฉลี่ย 4.75 อยู่ในระดับดีมาก ในส่วนของแนวความคิดการทำงานศิลปะ ที่มีความเป็นร่วมสมัยร่วมหรือสอดคล้องกับสภาพสังคมภายในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.65 อยู่ในระดับดี มาก ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะที่มีความสอดคล้อง มีค่าเฉลี่ย 4.31 อยู่ในระดับดี

สรุป ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อภาพ งานศิลปะ ภาพที่ 3 ปัจจุบันที่อัมพวา 10 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

เกณฑ์ด้านองค์ประกอบด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ (Composition) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.49 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดีประกอบด้วย

ด้านหลักการใช้สี Color เฉดสีและค่าน้ำหนักของสี มีค่าเฉลี่ย 4.44 อยู่ในระดับดี ด้านความกลมกลืน Harmony ในเรื่องของสีและการจัดองค์ประกอบของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.59 อยู่ในระดับดีมาก ในเรื่องดุลยภาพ Balance การจัดวางภาพความสมดุล มีค่าเฉลี่ย 4.11 อยู่ในระดับดี ด้านช่วงจังหวะ Rhythm การจัดวางระยะของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.68 อยู่ในระดับดีมาก ด้านจุดเด่น Dominance ของภาพหรือจุดนำสายตา มีค่าเฉลี่ย 4.64 อยู่ในระดับดีมาก

เกณฑ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptual) กับผลงานศิลปะ (Work of Art) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.56 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดีมาก ประกอบด้วย

การสื่อความหมายของผลงาน (Message) ให้ผู้ชมผลงานเข้าใจในเรื่องราวที่ผู้วิจัยต้องการ สื่อสารผ่านภาพวาด มีคะแนนเฉลี่ย 4.49 อยู่ในระดับดี ในส่วนของแนวความคิดการทำงานศิลปะที่มีความเป็นร่วมสมัยร่วมหรือสอดคล้องกับสภาพสังคมภายในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.70 อยู่ในระดับดีมาก ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะที่มีความสอดคล้อง มีค่าเฉลี่ย 4.45 อยู่ในระดับดี

สรุป ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อภาพ งานศิลปะ ภาพที่ 4 ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 3 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

เกณฑ์ด้านองค์ประกอบด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ (Composition) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.55 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดีมากประกอบด้วย

ด้านหลักการใช้สี Color เฉดสีและค่าน้ำหนักของสี มีค่าเฉลี่ย 4.65 อยู่ในระดับดีมาก ด้านความกลมกลืน Harmony ในเรื่องของสีและการจัดองค์ประกอบของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.46 อยู่ในระดับดี ในเรื่องดุลยภาพ Balance การจัดวางภาพความสมดุล มีค่าเฉลี่ย 4.38 อยู่ในระดับดี ด้านช่วงจังหวะ Rhythm การจัดวางระยะของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.65 อยู่ในระดับดีมาก ด้านจุดเด่น Dominance ของภาพหรือจุดนำสายตา มีค่าเฉลี่ย 4.61 อยู่ในระดับดีมาก

เกณฑ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptual) กับผลงานศิลปะ (Work of Art) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.68 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดีมาก ประกอบด้วย

การสื่อความหมายของผลงาน (Message) ให้ผู้ชมผลงานเข้าใจในเรื่องราวที่ผู้วิจัยต้องการ สื่อสารผ่านภาพวาด มีคะแนนเฉลี่ย 4.70 อยู่ในระดับดีมาก ในส่วนของแนวความคิดการทำงานศิลปะ ที่มีความเป็นร่วมสมัยร่วมหรือสอดคล้องกับสภาพสังคมภายใน ปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.66 อยู่ในระดับดี มาก ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะที่มีความสอดคล้อง มีค่าเฉลี่ย 4.65 อยู่ในระดับดีมาก

สรุป ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อภาพ งานศิลปะ ภาพที่ 5 ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 13 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

เกณฑ์ด้านองค์ประกอบด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ (Composition) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.47 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดี ประกอบด้วย

ด้านหลักการใช้สี Color เฉดสีและค่าน้ำหนักของสี มีค่าเฉลี่ย 4.60 อยู่ในระดับดีมาก ด้าน ความกลมกลืน Harmony ในเรื่องของสีและการจัดองค์ประกอบของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.53 อยู่ในระดับดี มาก ในเรื่องดุลยภาพ Balance การจัดวางภาพความสมดุล มีค่าเฉลี่ย 4.08 อยู่ในระดับดี ด้านช่วง จังหวะ Rhythm การจัดวางระยะของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.55 อยู่ในระดับดีมาก ด้านจุดเด่น Dominance ของภาพหรือจุดนำสายตา มีค่าเฉลี่ย 3.57 อยู่ในระดับดี

เกณฑ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptual) กับผลงานศิลปะ (Work of Art) มี ค่าเฉลี่ย รวม 4.47 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดี ประกอบด้วย

การสื่อความหมายของผลงาน (Message) ให้ผู้ชมผลงานเข้าใจในเรื่องราวที่ผู้ วิจัยต้องการ สื่อสารผ่านภาพวาด มีคะแนนเฉลี่ย 4.54 อยู่ในระดับดีมาก ในส่วนของแนวความคิดการทำงานศิลปะ ที่มีความเป็นร่วมสมัยร่วมหรือสอดคล้องกับสภาพสังคมภายในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.37 อยู่ในระดับดี ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะที่มีความสอดคล้อง มีค่าเฉลี่ย 4.49 อยู่ในระดับดี

สรุป ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อภาพ งานศิลปะ ภาพที่ 6 ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 16 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

เกณฑ์ด้านองค์ประกอบด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ (Composition) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.33 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดี ประกอบด้วย

ด้านหลักการใช้สี Color เฉดสีและค่าน้ำหนักของสี มีค่าเฉลี่ย 4.54 อยู่ในระดับดีมาก ด้าน ความกลมกลืน Harmony ในเรื่องของสีและการจัดองค์ประกอบของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.46 อยู่ในระดับดี ในเรื่องดุลยภาพ Balance การจัดวางภาพความสมดุล มีค่าเฉลี่ย 4.09 อยู่ในระดับดี ด้านช่วงจังหวะ Rhythm การจัดวางระยะของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.21 อยู่ในระดับดี ด้านจุดเด่น Dominance ของภาพ หรือจุดนำสายตา มีค่าเฉลี่ย 4.34 อยู่ในระดับดี

เกณฑ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual) กับผลงานศิลปะ (Work of Art) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.53 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดีมาก ประกอบด้วย

การสื่อความหมายของผลงาน (Message) ให้ผู้ชมผลงานเข้าใจในเรื่องราวที่ผู้วิจัยต้องการสื่อสารผ่านภาพวาด มีคะแนนเฉลี่ย 4.63 อยู่ในระดับดีมาก ในส่วนของแนวความคิดการทำงานศิลปะที่มีความเป็นร่วมสมัยร่วมหรือสอดคล้องกับสภาพสังคมภายในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.43 อยู่ในระดับดี ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะที่มีความสอดคล้อง มีค่าเฉลี่ย 4.52 อยู่ในระดับดี

สรุป ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อภาพงานศิลปะ ภาพที่ 7 ป้ายมลพิษที่อัมพวา 17 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 100 คน

เกณฑ์ด้านองค์ประกอบด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์ (Composition) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.51 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดีมาก ประกอบด้วย

ด้านหลักการใช้สี Color เฉดสีและค่าน้ำหนักของสี มีค่าเฉลี่ย 4.42 อยู่ในระดับดี ด้านความกลมกลืน Harmony ในเรื่องของสีและการจัดองค์ประกอบของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.70 อยู่ในระดับดีมาก ในเรื่องดุลยภาพ Balance การจัดวางภาพความสมดุล มีค่าเฉลี่ย 4.39 อยู่ในระดับดี ด้านช่วงจังหวะ Rhythm การจัดวางระยะของภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.54 อยู่ในระดับดีมาก จำนวนจุดเด่น Dominance ของภาพหรือจุดนำสายตา มีค่าเฉลี่ย 4.49 อยู่ในระดับดี

เกณฑ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual) กับผลงานศิลปะ (Work of Art) มีค่าเฉลี่ย รวม 4.61 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดีมาก ประกอบด้วย

การสื่อความหมายของผลงาน (Message) ให้ผู้ชมผลงานเข้าใจในเรื่องราวที่ผู้วิจัยต้องการสื่อสารผ่านภาพวาด มีคะแนนเฉลี่ย 4.68 อยู่ในระดับดีมาก ในส่วนของแนวความคิดการทำงานศิลปะที่มีความเป็นร่วมสมัยร่วมหรือสอดคล้องกับสภาพสังคมภายในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ย 4.40 อยู่ในระดับดี ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะที่มีความสอดคล้อง มีค่าเฉลี่ย 4.74 อยู่ในระดับดีมาก

อภิปรายผล

ผลการประเมินความคิดเห็นที่มีต่อผลงานศิลปะ จำนวนภาพ ซึ่งภาพที่ 8 ชื่อภาพว่าป้ายมลพิษที่อัมพวา 3 มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ระดับเกณฑ์ ดีมากซึ่งเป็นคะแนนสูงสุดอันดับแรกจากจำนวนภาพทั้งหมด โดยใช้หลักเกณฑ์ 2 ด้าน คือ ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์(Composition) และด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual)กับผลงานศิลปะ(Work of Art)

ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์(Composition) ซึ่งภาพ ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 3 ภายในภาพมีความสมบูรณ์ในเรื่องของหลักการทางองค์ประกอบศิลป์ มีค่าเฉลี่ยรวม 4.55 อยู่ในระดับเกณฑ์ดีมากซึ่งเป็นอันดับมากที่สุด สอดคล้องกับ อาร์ สุธิพันธุ์ (2532:114) ได้กล่าววาทัตถุในโลกภายนอกมีรูปทรงต่างกันและเมื่อถ่ายทอดรวมกันเป็นผลงานวาดเขียนหรือผลงานจิตรกรรม จำเป็นต้องคำนึงถึงรูปทรงของสิ่งต่างๆ เหล่านั้นด้วย ซึ่งจัดเป็นเงื่อนไขอันสำคัญยิ่ง ในการจัดองค์ประกอบศิลปะ ความสัมพันธ์กันในเรื่องของสีที่มีอิทธิพลต่อการสื่อความหมาย อารมณ์ภายในภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.65 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ ระดับดีมาก สอดคล้องกับ สมเกียรติ ตั้งนโม (2536: 78-80)ความหมายในเชิงสัญลักษณ์ของสีมันได้แฝงความหมายกว้างๆ ในเชิงจิตวิทยา ยาเอาไว้ด้วย ยิ่งไปกว่านั้น สีต่างๆ อาจส่งผลกระทบต่อเราในเชิงเชิงจิตวิทยาโดยมันไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ใดๆ เลยก็ได้ และผลของจิตวิทยาของสีได้สีหนึ่งอาจแตกต่างไปจากความสำคัญในเชิงสัญลักษณ์ด้วย

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด (Conceptual)กับผลงานศิลปะ(Work of Art) มีการนำเสนอรูปทรงสัญลักษณ์ที่มีความสัมพันธ์กันกับแนวความคิด ผู้ชมผลงานสามารถเข้าใจในเรื่องราวที่ผู้วิจัยต้องการสื่อสารผ่านภาพวาด มีค่าเฉลี่ย รวม 4.68 อยู่ในระดับเกณฑ์ ดีมาก สอดคล้องกับ สมเกียรติ ตั้งนโม (2536: 346-347) ที่ได้กล่าวถึง ความเป็นเอกภาพของรูปทรง ทัศนศิลป์เป็นศิลปะที่แสดงออกทางรูปทรง ดังนั้น รูปทรงมีเอกภาพเกิดขึ้นจากการประสานกันของทัศนธาตุ ที่สอดคล้องกับความคิด อารมณ์หรือจินตนาการ รูปทรงจะเติบโตขึ้นที่ละชั้นพร้อมกับความคิด เอกภาพที่แท้จริงของรูปทรงหรือเอกภาพที่มีความหมาย คือ เอกภาพรูปทรงผสมกับความคิด รูปทรงที่ปราศจากความคิดหรือรูปทรงที่ยังไม่รวมตัวกับความคิดจะเรียกว่ามีเอกภาพสมบูรณ์ไม่ได้ ถึงแม้งานศิลปะที่ต้องการแสดงรูปทรงบริสุทธิ์ ความคิดที่จะให้รูปทรงบริสุทธิ์อย่างไรก็ต้องเป็นจุดเริ่มต้นและรวมตัวเข้ากับรูปทรงในขั้นสุดท้ายและแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมการเขียนภาพทัศนียภาพของผู้วิจัยนั้น ได้นำเสนอเนื้อหาที่แสดงออกถึงการเขียนทัศนียภาพจากสิ่งที่มีอยู่จริง หากแต่มุ่งเน้นความหมายเฉพาะที่ผู้วิจัยต้องการถ่ายทอดออกมา หาได้เป็นการลอกเลียนแบบธรรมชาติหรือการเขียนทัศนียภาพทั่วไป สอดคล้องกับลิโอเนลโล เวนทูรี (Lionello Venturi, 1956) ที่อ้างใน องค์ประกอบของศิลปะ ว่า “เมื่อศิลปินเขียนรูปต้นไม้ในงานจิตรกรรมชิ้นหนึ่ง ความจริงในงานนั้นไม่ใช่ต้นไม้ แต่เป็นจินตนาการของศิลปินที่เกี่ยวกับต้นไม้ เมื่อศิลปินมองดูต้นไม้ในธรรมชาติ เขาเห็นความสว่าง หรือความมืด ความแข็งแรงแหรือความอ่อนไหว ความใหญ่หรือความเล็ก ความสมบูรณ์ ความสงบหรือความบิดเบี้ยว ทนทุกข์จากแรงพายุ ความรู้สึกหรืออารมณ์เหล่านี้ในศิลปะก็คือ การแสดงออกของปฏิกิริยาของศิลปินที่มีต่อความจริงในธรรมชาติ หรือต่อความนึกคิดของตัวเอง ซึ่งเป็น ความจริงแบบจิตวิสัย (Subjective Reality) และความจริงนั้นก็คือนี้อาของงานศิลปะ”

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

เป็นประโยชน์ต่อแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยม ตลาดน้ำอัมพวาและตลอดจนแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นิยมอื่นๆ ได้ทราบถึงสภาพปัญหาผลกระทบจากป้ายสื่อการโฆษณา และนำรูปแบบงานวิจัยที่ได้ไปศึกษาปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรให้หน่วยงานทั้งทางภาครัฐหรือเอกชนที่ดีเข้ามามีส่วนร่วมรับรู้รับทราบในส่วนองงานวิจัย เช่น เทศบาลตำบล องค์การบริหารส่วนตำบล ฯลฯ ของสถานที่นั้นๆ เพื่อร่วมกันสร้างความตระหนัก ความเข้าใจร่วมกันให้เกิดกับชุมชนได้ถูกต้อง
2. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดูแลแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่างๆ ควรดำเนินการหรือมีมาตรการควบคุมดูแลป้ายสื่อการโฆษณาไม่ว่าจะเป็นป้ายสื่อการโฆษณาที่มีขนาดเล็กหรือใหญ่ก็ตาม ให้มีจำนวนหรือขอบเขตที่เหมาะสม ไม่บดบังทัศนียภาพที่สำคัญ ตลอดจนทำลายหรือลดทอนคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ



บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- โกสุ่ม สายใจ. (2540). *สีและการใช้สี*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.
- ดินสอดขอเขียน. (2550). *แสงสุดท้ายของปลายฟ้าที่ตลาดน้ำอัมพวา*. สืบค้นเมื่อ 27 ก.พ.2555, จาก <http://www.oknation.net/blog/noieakthai/2007/10/04/entry-1>
- ทัชชะพงศ์ อัครพรหมธาดา. (2550). *ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธวัชวรรณ์ อินทนนชัย. (2552). *การโฆษณาเครื่องสำอางค์กำลังและการบริโภคมาคาดติของผู้บริโภครับจ้างสีล้อในจังหวัดเชียงใหม่*. สารนิพนธ์ ศศ.ม. (การสื่อสารศึกษา). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- นิษฐา หุ่นเกษม. (2549). *แนวคิดและทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ก็อปปี(ประเทศไทย).
- ปัญญวัฒน์ ชลวิชิต. (2545). *การอนุรักษ์ทัศนียภาพการในเมืองเชียงใหม่ ถนนราชดำเนิน ถนนท่าแพ และถนนเจริญเมือง*. สารนิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2551). *อัมพวายัมชนะเลิศรางวัลอนุรักษ์ขององค์กรยูเนสโก*. สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2555, จาก <http://www.thai2trip.com/news/detail.php?id=171&mode=marayat>
- มารยาท โยทองยศ. (2553). *การสร้างแบบสอบถามเพื่อการวิจัย*. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2554, จาก http://reseach.bu.ac.th/knowledge/kn27/Questionnaire_for_Research.pdf.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2544). *ศิลปะดาดอสิม ป็อปอาร์ตกระบวนการทัศนศิลป์หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 และภาพความคิดของศิลปินจินตทัศน์*. กรุงเทพฯ: สันติศิริการพิมพ์.
- ศาสตราจารย์เกียรติคุณชะลูด นิ่มเสมอ. (2533). *องค์ประกอบของศิลปะ Composition of art*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.
- ศิชน สุขสมบูรณ์. (2550). *การจัดการมลพิษจากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่*. สารนิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- สภาวะแวดล้อมของเรา. (2549). *ปัญหาสิ่งแวดล้อมเมือง*. สืบค้นเมื่อ 7 กุมภาพันธ์ 2554, จาก <http://www.eric.chula.ac.th/eric/envinfo/ep/cep1.html>

สมสุข หินวิมา. (2549). *เปิดประตูสู่การรู้เท่าทันสื่อ*. กรุงเทพฯ: มิสเตอร์ก๊อปปี้(ประเทศไทย).

สมเกียรติ ตั้งนโม. (2536). *ทฤษฎีสื่อ*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

สายลมที่ผ่านมา. (2553). *ย่าอัมพวา : ริมฝั่งอัมพวา*. สืบค้นเมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2555, จาก

<http://www.oknation.net/blog/winsstars/2010/01/22/entry-1>

สุกัญญา เภาเนิด. (2553). *มอญสมุทรสงคราม*. เสี่ยงรามัญ. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.

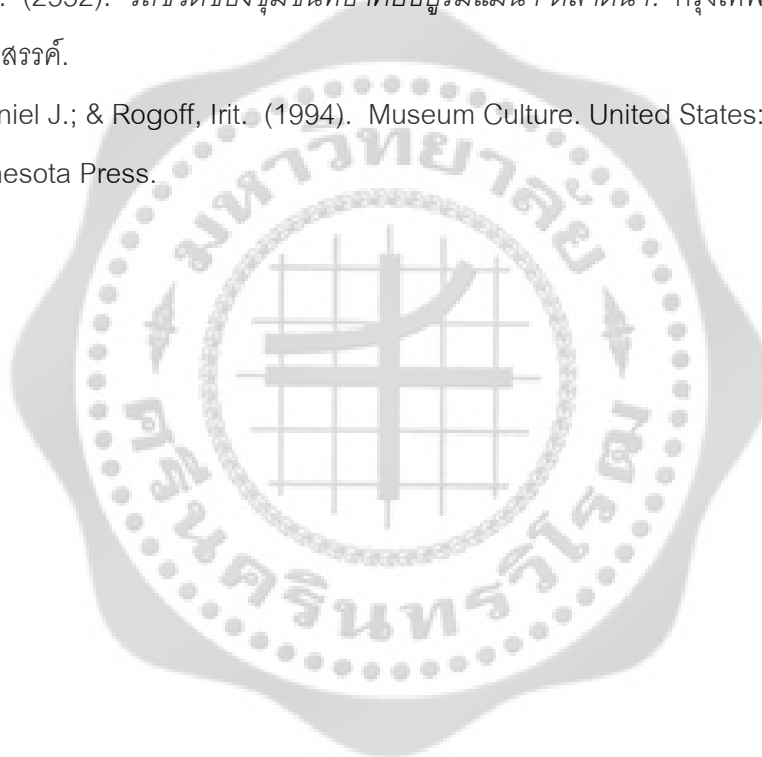
สุชาติ เกาทอง. (2539). *หลักการทัศนศิลป์*. กรุงเทพฯ: วัตยพัฒน์.

อารี สุทธิพันธุ์. (2532). *ทัศนศิลป์และความงาม*. กรุงเทพฯ: ต้นอ่อน.

----- (2532). *ศิลปะนิยม*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

อุดม เขยแก้ววงศ์. (2552). *วิถีชีวิตของชุมชนที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ ตลาดน้ำ*. กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญา
สร้างสรรค์.

Sherman, Daniel J.; & Rogoff, Irit. (1994). *Museum Culture*. United States: University of
Minnesota Press.





ภาคผนวก



แบบประเมินความคิดเห็นของผู้ชมงานศิลปะ

คำชี้แจง แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่เข้าชมงานศิลปะ เพื่อนำผลการประเมินไปเป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงานศิลปะให้มีคุณภาพต่อไป

แบบสอบถามนี้มี 2 ตอน ขอความร่วมมือผู้เข้าชมงานศิลปะ โปรดกรอกแบบสอบถามในแต่ละด้านตามสภาพเป็นจริงและปราศจากอคติ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. การศึกษา (กำลังศึกษาหรือจบการศึกษา)
 - ระดับปริญญาตรี
 - ระดับปริญญาโท
 - ระดับปริญญาเอก

ตอนที่ 2 โปรด ทำเครื่องหมาย / ในช่องระดับค่าคะแนนตามความคิดเห็นของท่าน

5 = ดีเยี่ยม 4 = ดี 3 = พอใช้ 2 = น้อย 1 = ต้อง

รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านความงามทางองค์ประกอบศิลป์					
1. สี(Color)					
2. สัดส่วน(Harmony)					
3. ดุลยภาพ(Balance)					
4. ช่วงจังหวะ(Rhythm)					
5. จุดเด่น(Dominance)					

ปรับปรุง

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิด(Conceptual)กับผลงานศิลปะ (Work of Art)	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. การสื่อความหมายของผลงาน(Message)					
2. แนวความคิดกับภาวะความเป็นร่วมสมัย					
3. ความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดกับการนำเสนอผลงานศิลปะ					

ขอขอบคุณท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาตอบแบบสอบถาม

นายสิทธิโชค บำรุงชัย

นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตย์

สาขาวิชาทัศนศิลป์ – ศิลปะสมัยใหม่ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ภาคผนวก ข

แบบภาพร่าง

ภาพร่างผลงานศิลปะ ภาพจิตรกรรม 2 มิติ จำนวน 40 ภาพ จำนวน 2 ชุด ชุดละ 20 ภาพ

ภาพร่างชุดที่ 1 จำนวน 20 ภาพ



ภาพที่1 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 1



ภาพที่4 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 4



ภาพที่2 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 2



ภาพที่5 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 5



ภาพที่3 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 3



ภาพที่6 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 6

ภาพร่างชุดที่ 1



ภาพที่7 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 7



ภาพที่10 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 10



ภาพที่8 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 8



ภาพที่11 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 11



ภาพที่9 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 9

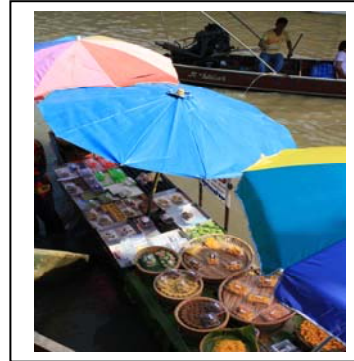


ภาพที่12 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 12

ภาพร่างชุดที่ 1



ภาพที่13 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 13



ภาพที่16 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 16



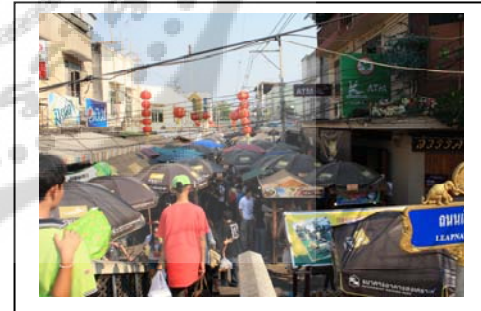
ภาพที่14 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 14



ภาพที่17 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 17



ภาพที่15 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 15



ภาพที่18 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 18

ภาพร่างชุดที่ 1



ภาพที่19 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 19

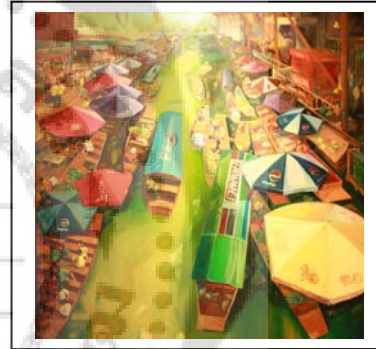


ภาพที่20 ชื่อภาพว่า ปัจจุบันที่อัมพวา 20

ภาพร่างชุดที่ 2 จำนวน 20 ภาพ



ภาพที่1 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 1



ภาพที่3 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 3



ภาพที่2 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 2



ภาพที่4 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 4

ภาพร่างชุดที่ 2



ภาพที่ 5 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 5



ภาพที่ 9 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 9



ภาพที่ 6 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 6



ภาพที่ 10 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 10



ภาพที่ 7 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 7



ภาพที่ 11 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 11

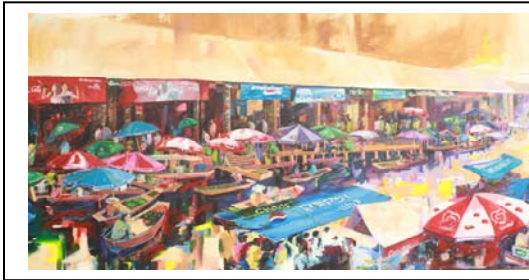


ภาพที่ 8 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 8



ภาพที่ 12 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 12

ภาพร่างชุดที่ 2



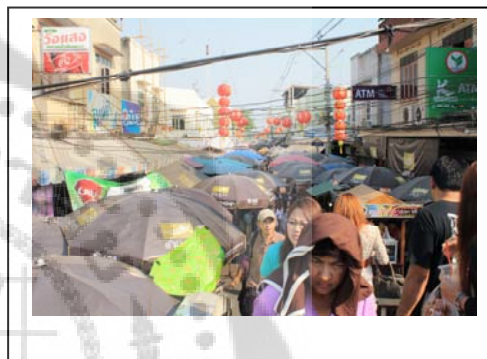
ภาพที่13 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 13



ภาพที่16 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 16



ภาพที่14 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 14



ภาพที่17 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 17



ภาพที่15 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 15



ภาพที่18 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 18



ภาพที่19 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 19



ภาพที่20 ชื่อภาพว่า ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 20



ภาคผนวก ค

ภาพผลงานจิตรกรรม

ภาพผลงานศิลปะ ภาพจิตรกรรม 2 มิติ จำนวน 7 ภาพ	
แบบภาพ	แนวความคิด
 <p>ปัจจุบันที่อัมพวา 1</p>	<p>มลทัศน์ความรกรุกตา ความมากจนเกินพอดี จากป้ายสื่อโฆษณาที่เราสามารถเห็นได้ในทุกบริบททางสังคม ซึ่งเสมือนกลายเป็น “ความคุ้นชิน” ที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของเรา</p>
 <p>ปัจจุบันที่อัมพวา 2</p>	<p>มลทัศน์ความรกรุกตา ความมากจนเกินพอดี จากป้ายสื่อโฆษณาที่เราสามารถเห็นได้ในทุกบริบททางสังคม ซึ่งเสมือนกลายเป็น “ความคุ้นชิน” ที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของเรา</p>
 <p>ปัจจุบันที่อัมพวา 10</p>	<p>มลทัศน์ความรกรุกตา ความมากจนเกินพอดี จากป้ายสื่อโฆษณาที่เราสามารถเห็นได้ในทุกบริบททางสังคม ซึ่งเสมือนกลายเป็น “ความคุ้นชิน” ที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของเรา</p>

ภาพผลงานศิลปะ ภาพจิตรกรรม 2 มิติ จำนวน 7 ภาพ	
แบบภาพ	แนวความคิด
 <p>ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 3</p>	<p>มลทัศน์ความรกรุกตา ความมากจนเกินพอดี จากป้ายสื่อโฆษณา ที่ได้ลดทอนคุณค่าความงามทางสุนทรียศาสตร์ในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่คงไว้ซึ่งความเป็นอนุรักษ์นิยม</p>
 <p>ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 13</p>	<p>มลทัศน์ความรกรุกตา ความมากจนเกินพอดี จากป้ายสื่อโฆษณา ที่ได้ลดทอนคุณค่าความงามทางสุนทรียศาสตร์ในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่คงไว้ซึ่งความเป็นอนุรักษ์นิยม</p>
 <p>ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 16</p>	<p>มลทัศน์ความรกรุกตา ความมากจนเกินพอดี จากป้ายสื่อโฆษณา ที่ได้ลดทอนคุณค่าความงามทางสุนทรียศาสตร์ในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่คงไว้ซึ่งความเป็นอนุรักษ์นิยม</p>
 <p>ป้ายมลทัศน์ที่อัมพวา 17</p>	<p>มลทัศน์ความรกรุกตา ความมากจนเกินพอดี จากป้ายสื่อโฆษณา ที่ได้ลดทอนคุณค่าความงามทางสุนทรียศาสตร์ในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่คงไว้ซึ่งความเป็นอนุรักษ์นิยม</p>



ภาคผนวก ง
ภาพการจัดแสดงงาน

ภาพ การเตรียมสถานที่การดำเนินงาน M.F.A. EXIBITION ART 2012

ณ หอศิลป์ศิลปกรรม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

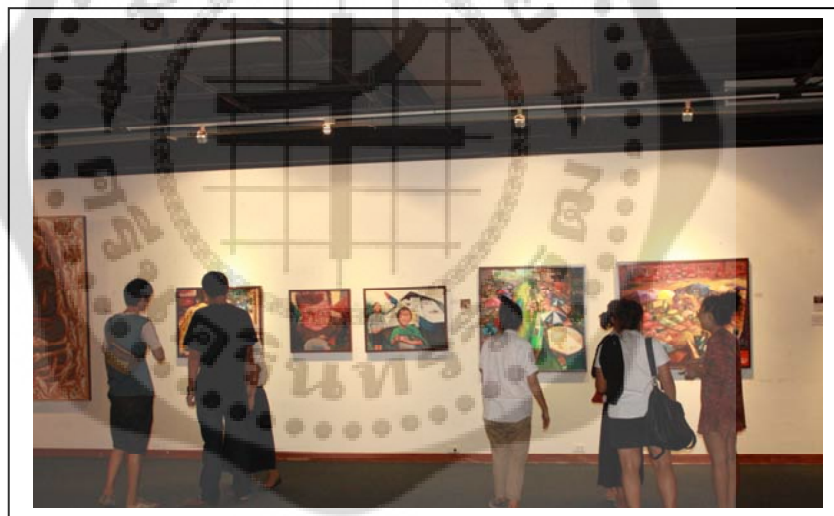


ภาพ พิธีการเปิดการแสดงผลงาน M.F.A. EXIBITION ART 2012
ณ หอศิลป์ศิลปกรรม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ภาพ แยกผู้มีเกียรติและผู้ชมผลงานการแสดงผลงาน M.F.A. EXHIBITION ART 2012

ณ หอศิลป์ศิลปกรรม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล นายสิทธิโชค บำรุงชัย
 วันเดือนปีเกิด 21 ธันวาคม พ.ศ. 2528
 สถานที่เกิด ตำบลบ้านกอก อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 148/5 หมู่ 2 ตำบลบ้านกอก อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ 36130
 ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน ครูอัตราจ้างงบประมาณ โรงเรียนจัตุรัสวิทยาคาร
 สถานที่ทำงานปัจจุบัน โรงเรียนจัตุรัสวิทยาคาร ตำบลกุดน้ำใส อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ
 ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2547 ศิลปกรรมระดับ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ(ป.ว.ช.)
 จาก วิทยาลัยช่างศิลป์สุพรรณบุรี
 พ.ศ. 2552 ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศส.บ.)
 จาก มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
 พ.ศ. 2555 ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (ศป.ม.)
 จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

