

ศิลปะสร้างสรรค์ : กรณีศึกษางานศิลปะป๊อปอาร์ตชุดภาพโฆษณา
และภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี้ วอร์ฮอล

ปริญญานิพนธ์
ของ
กิตติพันธุ์ ปาลโมกข์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์:ศิลปะสมัยใหม่
พฤษภาคม 2547
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๒๕๓.๖๖๖

๖๖๖๖๖

๖๖

ศิลปะสร้างสรรค์ : กรณีศึกษางานศิลปะป๊อปอาร์ตชุดภาพโฆษณา
และภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี้ วอร์ฮอล

บทคัดย่อ

ของ

กิตติพันธุ์ ปาลโมกข์

๖๖ ก.ย. ๖๖๖

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์:ศิลปะสมัยใหม่
พฤษภาคม ๖๖๖

๖๖๖๖๖๖

กิตติพันธ์ ปาลโมกษ์.(2547).ศิลปะสร้างสรรค์:กรณีศึกษาผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตชุดภาพโฆษณา
และภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี วอร์ฮอล.ปริญญาานิพนธ์ ศป.ม.(ทัศนศิลป์:ศิลปะสมัยใหม่).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม : รอง
ศาสตราจารย์ พงษ์ คุปเศรษฐศิริ ศาสตราจารย์ ดร. วิรุณ ตั้งเจริญ

การศึกษาวิจัยฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาวิเคราะห์ผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตชุดภาพ
โฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี วอร์ฮอล ในประเด็นแนวความคิดสร้างสรรค์ เนื้อหาของ
ภาพและกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน โดยกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาในหัว
ข้อการใช้ภาพและตัวอักษร กลวิธีการใช้สี การออกแบบและการสื่อสาร

ช่วงแรกผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ผลงานสร้างสรรค์ของศิลปินมีความเกี่ยว
เนื่องกับบริบททางสังคม เนื่องจากอเมริกาในยุคนั้นเป็นยุคบริโภคนิยม กล่าวคือ ผู้คนใช้ชีวิต
อย่างมั่งคั่ง มีความสุขกับการจับจ่ายซื้อสินค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีมากมาย ตลอดจนผู้
คนเหล่านั้นล้วนมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นในด้านต่างๆ อย่างเต็มที่ สิ่งเหล่านี้ได้กลายเป็น
แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินผู้นี้

ดังนั้นผลการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจึงสรุปได้ว่า ศิลปินได้รับอิทธิพลมาจากบริบททาง
สังคมในยุคบริโภคนิยม อันเป็นที่มาของการเชื่อมโยงงานพาณิชย์ศิลป์เข้ามาสร้างสรรค์ผลงาน
ศิลปะป๊อปอาร์ตในแนวทางเฉพาะตัวของศิลปิน

จากการศึกษาผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต ชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี
วอร์ฮอล ผู้วิจัยพบว่าแนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินมีแรงบันดาลใจจากการใช้
ชีวิตประจำวันมากกว่าการแข่งขันทางธุรกิจ ในขณะที่เนื้อหาของภาพศิลปินได้นำเสนอเกี่ยวกับ
เรื่องบริโภคและเรื่องอุปโภคในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน การใช้ภาพ
และตัวอักษรของแอนดี วอร์ฮอล พบว่าศิลปินนิยมใช้ภาพในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับการใช้ตัว
อักษร ส่วนของกลวิธีการใช้สี ศิลปินได้นำเทคนิคการใช้สีงานพิมพ์ระบบออฟเซต (C.M.Y.K.) ที่
พบในงานพาณิชย์ศิลป์มาใช้ โดยการสกรีนบนผืนผ้าใบทีละสี ผลงานจึงมีลักษณะเป็นการทับ
ของสีชั้นเดียวและการทับของสีมากกว่าหนึ่งสี สีที่ใช้จึงเป็นลักษณะเหมือนสีที่ปรากฏในงาน
พาณิชย์ศิลป์ และการใช้สีทับกันชั้นเดียวและทับกันหลายชั้นนี้ ทำให้ภาพเกิดจังหวะและการ
เคลื่อนไหวของภาพ ส่วนการออกแบบและการสื่อสารพบว่า ศิลปินได้นำหลักของการออกแบบ
และการสื่อสารในการทำงานพาณิชย์ศิลป์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยการ
สร้างจุดสนใจด้วยภาพเป็นแนวทางหลักและการสร้างความสมดุลจากภาพ การทำภาพและ

สีซ้ำๆ กันเป็นจังหวะ การใช้คำพูดและตัวอักษรเพื่อช่วยเน้นจุดสนใจของภาพ ภาพบางภาพมีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง บางภาพใช้สัญลักษณ์หรืองานกราฟิกเพื่อการสร้างจุดสนใจ

ดังนั้นเพื่อให้การศึกษามุ่งตามวัตถุประสงค์ ในส่วนของการสร้างสรรค์ผลงานผู้วิจัยจึงได้แบ่งการสร้างสรรค์เป็น 2 ช่วงการศึกษาคือ ช่วงการศึกษามผลงานและช่วงการพัฒนาผลงาน

ช่วงการศึกษามผลงาน ผู้วิจัยมีแนวคิดในการสร้างสรรค์มาจากเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคม บริโภคตามสภาพสังคมไทย เนื้อหาเป็นการแสดงถึงการใช้ชีวิตของคนเมือง เช่น การบริโภค บะหมี่สำเร็จรูป การเปิดรับข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ การบริโภคเครื่องดื่มชูกำลัง ตลอดจนการให้บริการร้านสะดวกซื้อและการกีฬา เป็นต้น ผลงานศิลปะสกรีนบนผืนผ้าใบที่ปรากฏจึงเป็นรูป บะหมี่สำเร็จรูปมา มา หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เครื่องดื่มกระหิงแดง เซเว่นอีเลฟเว่น และมวยไทย

ช่วงการพัฒนาผลงาน ผู้วิจัยนำเอาผลการวิเคราะห์ที่เป็นลักษณะเด่นของศิลปะมาพัฒนาตามลำดับ โดยเริ่มจากการแนวคิดที่เป็นเรื่องราวซึ่งได้รับความนิยมของคนไทย จากนั้นนำกลวิธีการใช้สีทับกันในงานศิลปะสกรีนมาพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานให้มีลักษณะเป็นงานศิลปะปะป้อปอาร์ต 3 มิติ

งานศิลปะปะป้อปอาร์ต 3 มิติ จึงเป็นงานที่พัฒนาได้แตกต่างจากงานศิลปะปะป้อปอาร์ตต้นแบบ ซึ่งผู้วิจัยตั้งใจที่จะสร้างสรรค์ผลงานให้มีความแตกต่างจากผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอลและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้วิจัยเอง ดังนั้นผลงานที่ปรากฏจึงต่างกันไป มีชั้นสีแบ่งแยกออกจากกันโดยสิ้นเชิง โดยที่สีแต่ละชั้นมองเห็นทะลุกันได้ สีแต่ละชั้นจะผสมผสานกันตามมุมมองที่ตาเห็น และเมื่อเปลี่ยนมุมมองสีแต่ละชั้นจะทำให้ภาพเปลี่ยนไป

สุดท้าย ผู้วิจัยได้พัฒนาผลงานในขั้นบูรณาการ โดยการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ นำเสียงดนตรีมาประกอบ นำภาพที่มีการใช้สีต่างกันมาซ้อนกันเป็น ซึ่งดูเหมือนมีลักษณะสีทับกัน โดยรวมผลงานทั้งสองช่วงการศึกษาจำนวน 16 ภาพ

CREATIVE ART : A CASE STUDY OF POP ART IN ADVERTISING
AND PRODUCT COLLECTION OF ANDY WARHOL

AN ABSTRACT
BY
KITTI PHAN PALMOKE

Presentation in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Fine Arts degree in Visual Art-Modern Art
at Srinakharinwirot University

May 2004

Kittiphan Palmoke. (2004). *Creative Art : A Case Study of Pop Art in Advertising and Product Collection of Andy Warhol*. Master Thesis, M.F.A. (Visual Art – Modern Art). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee : Assistant Prof. Prit Supasetsiri, Prof. Dr. Wiroon Tungcharoen.

The purpose of this research was to analyse the Creative Art : A Case Study of Pop Art in Advertising and Product Collection of Andy Warhol. The criterion was divided into 3 areas ; Creative Art Concept, Content of Work and Procession of Creative Art which is to analyse in using picture and letter, color, design and communication.

In the beginning of studying, I found out that his creativity was come from social context. Since it was a consumerism age at that time in America. In which people lived a wealthy life, happy to buy things and all the facilities happened. And people was free to fully express their opinion. All of these was the inspiration in creative work of this artist.

Hence, the result of the first research is the artist had influence from the social context in consumerism age which brought in the commercial art to create his unique creative work, Pop Art.

In studying Pop Art in advertising and product collection of Andy Warhol, I found out that the creative concept come from every day life rather than business. While content of work was presented about food and household product equally. The procession of creative work, he used picture and letter equally. For the color, he used the technique of offset printing (C.M.Y.K.) which was used in commercial art by screening one color at a time. So the work was appeared to have layer of color more than one. So the color he used was like what appeared in commercial art. The color layer makes the rhythm and movement in picture. For the design and communication, the artist adapted the design and communication of commercial art in his creative work. The main thing was to make the outstanding point with picture and to create the balancing in picture, making picture and color rhythmic repeatedly, using words and

letters to enhance the outstanding point in picture, using celebrities, symbols or graphic design in some picture.

So to achieve the objective, in the part of work creating was divided to be 2 session ; work studying and work development.

In work studying session, the creative concept came from what happened in Thai consumerism. The content of work was about people lived in the city such as instant noodle, newspaper, energy drink, mini-mart and sport. So what appeared on silkscreen-canvas was the picture of instant noodles, Thai Rath newspaper, Krating Dang, Seven-Eleven and Thai boxing.

In the work development session, the works were developed according to the result from the first research of his specialty. Begin with the creative concept came from what popular in Thai. Then using the color repeating in silkscreen to develop a creative work which is 3 dimension Pop Art.

The 3 dimension Pop Art is the work that was developed differently from the original Pop Art which is my intention to create work different from Andy Warhol and to be uniqueness of the researcher. So the work is different as the layer of color was completely separated but each color can be seen through each other. Each layer of color will blend together according to any point of view. When changing point of view, the color in each layer will be altered.

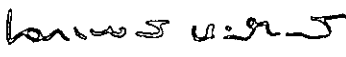
Finally, the work was developed in constructed session which computer was used and also music. The pictures with different color were laid overlap each other to make it look like overlap color. There are 16 pictures from 2 session of studying.

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

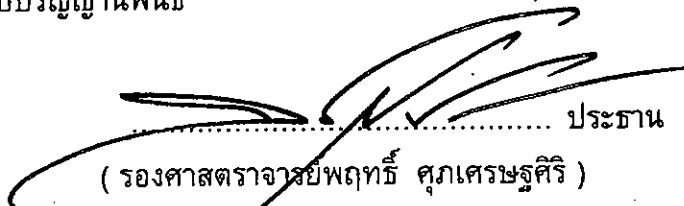
ศิลปะสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตชุดภาพโฆษณาและ
ภาพผลิตภัณฑ์ ของแอนดี้ วอร์ฮอล

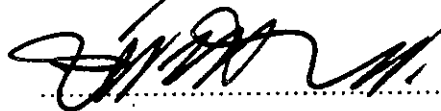
ของ
นายกิตติพันธุ์ ปาลโมกษ์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์ : ศิลปะสมัยใหม่
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

 คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพรณ์ พะวานนท์)
วันที่ ๒๗ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. ๒๕๔๗

คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์

 ประธาน
(รองศาสตราจารย์ พุทธิ์ สุขเศรษฐศิริ)

 กรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร. วิรุณ ตั้งเจริญ)

 กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(รองศาสตราจารย์วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ)

 กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อำนาจ เย็นสบาย)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์เรื่อง ศิลปะสร้างสรรค์ : กรณีศึกษางานศิลปะป๊อปอาร์ตชุดภาพโฆษณา และภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดิวอร์ฮอลฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความสามารถของท่าน รองศาสตราจารย์ พงษ์ศักดิ์ เศรษฐศิริ ประธานกรรมการ ศาสตราจารย์ ดร.วิรุณ ตั้งเจริญ กรรมการที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาชี้แนะแนวทางที่ถูกต้องในการศึกษาวิจัยและให้ความช่วยเหลือในทุกด้านเป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ วรณรัตน์ ตั้งเจริญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อำนาจ เย็นสบาย กรรมการเพิ่มเติมในการสอบปริญญานิพนธ์ที่ให้ความช่วยเหลือและชี้แนะแนวทางเพื่อให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ คุณศิริศศิธร กัญไธ ผู้ที่คอยช่วยติดต่อประสานงานด้วยอัธยาศัยไมตรีอันดี ตลอดระยะเวลาในการทำปริญญานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อสนธิ ปาลโมกษ์ บิดาของผู้วิจัยที่ล่วงลับไปแล้ว ขอขอบพระคุณ คุณแม่บุญพร้อย ปาลโมกษ์ ผู้ที่คอยให้กำลังใจตลอดมา ขอขอบคุณ คุณชนิษฐา ปาลโมกษ์ ภรรยาผู้วิจัยที่คอยช่วยเหลือให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี และขอขอบพระคุณบุคคลผู้มีพระคุณต่อผู้วิจัยทุกท่านที่สนับสนุนผู้วิจัยตลอดมา

กิตติพันธุ์ ปาลโมกษ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	6
ความสำคัญของการวิจัย.....	7
ขอบเขตของการวิจัย.....	7
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	8
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
วิธีการศึกษาค้นคว้า.....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
เอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับศิลปะป๊อปอาร์ต.....	12
ความเป็นมาและความหมายของศิลปะป๊อปอาร์ต.....	12
อิทธิพลของบริบททางสังคมที่มีต่อผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต.....	16
กระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะป๊อปอาร์ต.....	18
เอกสารข้อมูลเกี่ยวกับแอนดี้ วอร์ฮอล.....	21
ประวัติและผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล.....	21
การสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล.....	24
เอกสารข้อมูลเกี่ยวกับผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต ของแอนดี้ วอร์ฮอล	
ชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์.....	27
แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน.....	27
เนื้อหาของภาพ.....	32
กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	34
การใช้ภาพและตัวอักษร.....	35
กลวิธีการใช้สี.....	43
การออกแบบและการสื่อสาร.....	49

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 การศึกษาวิเคราะห์.....	62
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	62
ผลของการศึกษาวิเคราะห์.....	65
สรุปผลการวิเคราะห์.....	159
4 การพัฒนาสร้างสรรค์.....	168
ผลงานภาพชุด มาม่า.....	170
ผลงานภาพชุด กระทั่งแดง	175
ผลงานภาพชุด เซเว่น อีเลฟเว่น.....	180
ผลงานภาพชุด ไทยรัฐ.....	185
ผลงานภาพชุด มวยไทย.....	190
ผลงานภาพชุด บุญนาการ.....	199
สรุปผลการพัฒนาสร้างสรรค์.....	203
5 สรุปและการอภิปรายผล.....	212
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	212
ความสำคัญของการวิจัย.....	212
ขอบเขตของการวิจัย.....	212
สรุปผลการศึกษาวิเคราะห์.....	215
วิธีการพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานของผู้วิจัย.....	216
สรุปผลการพัฒนาสร้างสรรค์.....	218
การอภิปรายผลการศึกษาวิเคราะห์.....	219
บรรณานุกรม.....	222
ภาคผนวก.....	226
ประวัติผู้วิจัย.....	237

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานภาพโฆษณา.....	159
2	แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานภาพผลิตภัณฑ์.....	160
3	เนื้อหาของภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับผลงานภาพโฆษณา.....	161
4	เนื้อหาของภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับผลงานภาพผลิตภัณฑ์.....	162
5	การใช้ภาพและตัวอักษรในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา.....	163
6	การใช้ภาพและตัวอักษรในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์.....	163
7	กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการใช้สีในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับ ภาพโฆษณา.....	164
8	กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการใช้สีในภาพผลงานที่นำเสนอ เกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์.....	165
9	การออกแบบและการสื่อสารในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา.....	166
10	การออกแบบและการสื่อสารในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์..	166
11	แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการศึกษาค้นคว้า.....	203
12	แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการพัฒนาผลงาน.....	204
13	เนื้อหาของภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการศึกษาค้นคว้า.....	205
14	เนื้อหาของภาพผลงานที่นำเสนอผลงานช่วงการพัฒนาผลงาน.....	205
15	การใช้ภาพและตัวอักษรในภาพผลงานช่วงการศึกษาค้นคว้า.....	207
16	การใช้ภาพและตัวอักษรในภาพผลงานช่วงการพัฒนาผลงาน.....	207
17	กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการใช้สีในภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการ ศึกษาค้นคว้า.....	208
18	กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการใช้สีในภาพผลงานที่ นำเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน.....	209
19	การออกแบบและการสื่อสารในภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการศึกษาค้นคว้า.....	210
20	การออกแบบและการสื่อสารในภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน....	210

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ผลงานภาพ Advertisement.1960.....	65
2 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	66
3 ผลงานภาพ Dr.scholl.1960.....	71
4 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	72
5 ผลงานภาพ Cooking Pot.1960.....	76
6 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	77
7 ผลงานภาพ Ice box.1960.....	81
8 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	82
9 ผลงานภาพ TV\$199.1960.....	86
10 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	87
11 ผลงานภาพ Close Cover Before Striking(Pepsi-Cola)1960.....	91
12 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	92
13 ผลงานภาพ Yellow Close Cove Before Striking 1960.....	96
14 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	97
15 ผลงานภาพ Blackglama(JudyGarland) from Portforio AD. 1985.....	100
16 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	101
17 ผลงานภาพ Rebel without a Cause(JamesDean)) from Portforio AD.....	104
18 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน	105
19 ผลงานภาพ Van Hevsen (Ronan Reagan) from Portforio AD. 1985.....	108
20 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	109
21 ผลงานภาพTelephone1960.....	112
22 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	113
23 ผลงานภาพ Campbell's Soup Can with Ketchup Bottle1962.....	116
24 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	117
25 ผลงานภาพ Campbell's Soup Can with Opener1962.....	120
26 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	121
27 ผลงานภาพ Big Campbell's Soup Can 1962.....	125
28 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	126

บัญชีภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพประกอบ	หน้า
29 ผลงานภาพ Campbell's Soup Can and Dollar Bills 1960.....	130
30 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	131
31 ผลงานภาพ 210 Coca-Cola bottles 1962.....	135
32 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	136
33 ผลงานภาพ Peach Halves 1960	140
34 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	141
35 ผลงานภาพ Tewele Cadilacs 1962.....	145
36 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	146
37 ผลงานภาพ Seven Tewele Cadilacs 1962.....	150
38 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน.....	151
39 ผลงานภาพ Mercedes-Benz (Model C111 Experimental Vehicle 1970) 1986	155
40 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน	156
41 ผลงานภาพ ชุดมาม่า ช่วงการศึกษาผลงาน.....	170
42 ผลงานภาพ ชุดมาม่า ช่วงการพัฒนาผลงาน.....	170
43 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน ช่วงการศึกษาผลงาน.....	171
44 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน ช่วงการพัฒนาผลงาน.....	172
45 ผลงานภาพ ชุดกระทิงแดง ช่วงการศึกษาผลงาน.....	175
46 ผลงานภาพ ชุดกระทิงแดง ช่วงการพัฒนาผลงาน.....	175
47 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการศึกษาผลงาน.....	176
48 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการพัฒนาผลงาน.....	177
49 ผลงานภาพ ชุดเซเว่น อีเลฟเว่นช่วงการศึกษาผลงาน.....	180
50 ผลงานภาพ ชุดเซเว่น อีเลฟเว่นช่วงการพัฒนาผลงาน.....	180
51 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการศึกษาผลงาน.....	181
52 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการพัฒนาผลงาน.....	182
53 ผลงานภาพชุดไทยรัฐช่วงการศึกษาผลงาน.....	185
54 ผลงานภาพ ชุดไทยรัฐช่วงการศึกษาพัฒนาผลงาน.....	185
55 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการศึกษาผลงาน.....	186
56 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการพัฒนาผลงาน.....	187

57	ผลงานภาพ ชุดมวยไทยช่วงการศึกษาผลงาน.....	190
58	ผลงานภาพ ชุดมวยไทยช่วงการพัฒนาผลงาน.....	190
59	ผลงานภาพ ชุดมวยไทยช่วงการพัฒนาผลงาน.....	191
60	ผลงานภาพ ชุดมวยไทยช่วงการพัฒนาผลงาน.....	191
61	ผลงานภาพ ชุดมวยไทยช่วงการพัฒนาผลงาน.....	191
62	ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการศึกษาผลงาน.....	192
63	ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการพัฒนาผลงาน.....	193
64	ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการพัฒนาผลงาน.....	194
65	ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการพัฒนาผลงาน.....	195
66	ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการพัฒนาผลงาน.....	196
67	ผลงานภาพ ชุดบูรณาการช่วงการพัฒนาผลงาน.....	199
68	ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการพัฒนาผลงาน.....	200

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ด้วยกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในอเมริกาช่วงกลางทศวรรษที่ 20 ได้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นรูปแบบสังคมบริโภค ผู้คนได้หันมาสนใจเครื่องจักรกลใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ สินค้าสำเร็จรูป ดาราภาพยนตร์ โฆษณาสินค้า และคำขวัญต่างๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของผู้คนทุกๆ ด้าน

กอบกมล (2540 : 105-106) ได้กล่าวถึงเรื่องความเป็นอยู่ของคนอเมริกาในช่วงนี้ว่า

คนอเมริกามีความฝันที่จะมีความเป็นอยู่อย่างสุขสบายได้เป็นจริงขึ้น เมื่อทุกคนสามารถมีบ้านของตนเองและเครื่องใช้ไม่สอยที่อำนวยความสะดวกสบาย ถึงแม้จะไม่มีเงินก้อนก็ตาม เนื่องจากทุกคนสามารถผ่อนส่งทุกอย่างได้ วิลเลียม เลวิทท์ คือราชาแห่งการสร้างบ้านไว้ขายผู้คน เขาได้สร้างบ้านจำนวนนับพันหลังต่อปีในรูปแบบบ้านจัดสรร เพื่อสนองความฝันของชาวอเมริกัน นอกจากนี้ยังมีห้างสรรพสินค้าหลายแห่งเกิดขึ้นตามชานเมือง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อสินค้าบริโภคอุปโภคอีกด้วย ซึ่งเป็นการเริ่มต้นแห่งยุคใหม่ ยุคแห่งความอุดมสมบูรณ์ รวดราถูก น้ำมัน อาหารราคาถูก บ้านในชานเมืองราคาไม่แพง คนรุ่นนี้สามารถหาเงินทองได้มาก ธุรกิจใหญ่และสหภาพแรงงานต่างๆ ได้ทำงานร่วมกันเพื่อจะเพิ่มผลผลิตและค่าจ้าง

เพาเวลล์และพีล (Powell & Peel. 1985 : 72) ได้แสดงความคิดเห็นเชิงเปรียบเทียบไว้ว่า ถ้ายุค 40 เป็นช่วงเวลาของการรัดเข็มขัด และในยุค 50 เป็นช่วงเวลาของการปลดปล่อย ดังนั้นในยุค 60 ก็ถือว่าเป็นยุคของขอบขางยืด บริโภคนิยม คือคำจำกัดความ และมันก็ได้รับการสานต่อและยอมรับอย่างชัดเจนและเกรียวกราว เงินพูดได้ เฟอรินิเจอร์และบิลท์-อินเริ่มล้าสมัย ที่เราเห็นตามหน้าต่างร้านค้าคือชุดกระดาษและเก้าอี้กระดาษ ซึ่งถูกออกแบบให้คงทนเท่าที่ผู้บริโภคยังสนใจมันอยู่ ความงามจากกองขยะ (Throw-away aesthetics) คือสิ่งที่ Preyner Banham นักเขียนและนักวิจารณ์ได้กล่าวถึงปรากฏการณ์นี้แม้กระนั้นความงามเหล่านี้ก็เป็นอมตะ

ต่อมาในช่วงต้นยุค 50 คนอเมริกันมีเงินในกระเป๋ามากขึ้นเพื่อที่จะจับจ่ายทั้งของที่จำเป็นและไม่จำเป็น ร้านค้าและการช้อปปิ้งเริ่มเปลี่ยนรูปร่างเป็น Retail productivity และการขายปลีกก็แตกออกเป็นหลายลักษณะ เพื่อที่จะลดต้นทุนแต่ยังคงทำให้ลูกค้าซื้อของได้

ด้านวงการแฟชั่นก็ถูกกระทบมากเช่นเดียวกับวงการออกแบบอื่น ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และค่านิยมจากยุค 50 มาสู่ยุค 60 มีการพูดกันว่าขอบกระโปรงของผู้

หญิง ระหว่างยุค 60 ทำหน้าที่เหมือนเครื่องวัดทางทัศนคติร่วมสมัย เมื่อลัทธิบริโภคนิยมแบบ Swinging Sixties ขึ้นถึงจุดสูงสุด ขอบกระโปรงของผู้หญิงก็เช่นเดียวกัน เมื่อผู้คนเริ่มพัฒนาความสำนึกเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของพวกเขา กระโปรงแบบมิดีและแม็กซีก็ปรากฏออกมา นอกจากนั้น แฟชั่นในยุค 60 เริ่มดูจะเป็นการส่งเสริมพวกชอบโชว์ มินิตเกดส์สั้นฉูดฉาด และชุดโปรงใส ล้วนมีแนวโน้มว่าจะโชว์รูปร่างของผู้หญิงที่ผู้ชายไม่มีมากขึ้น เครื่องประดับของกอดี (Gaudy) เช่น แหวนและต่างหูทรงแปลก (perplex) และเข็มขัดรูปโซ่สีทอง ล้วนช่วยสื่อข้อความนี้อย่างชัดเจนทั่วถึงกัน ตามธรรมเนียมแล้ว มีกฎอันเคร่งครัดที่จะบอกว่าอะไรควรใส่และเมื่อใด ชุดลำลองสำหรับใส่ในเวลากลางวัน ซึ่งจะแตกต่างจากชุดกลางคืนที่เป็นทางการอย่างสิ้นเชิง เช่นเดียวกับชนิดของเนื้อผ้าที่ใช้ก็ต้องให้เหมาะกับชุดนั้น ๆ ในยุค 60 เราได้เห็นการยกเลิกกฎดั้งเดิมเหล่านี้ และก็เป็นการเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะใส่ชุดทำงานและชุดงานเลี้ยงกลางคืนเป็นชุดเดียวกัน เนื้อผ้าหลายชนิดที่เคยสงวนไว้สำหรับชุดราตรีเท่านั้น เช่น กำมะหยี่และซาติน ก็นำมาใช้อย่างกว้างขวางสำหรับชุดทุกประเภท นอกเหนือจากเนื้อผ้าที่มีอยู่ วัสดุดิบแปลก ๆ หลายชนิดก็เริ่มเข้ามาอยู่ในคำศัพท์ของดีไซเนอร์เสื้อผ้า ซึ่งรวมทั้งพีวีซีและเหล็กกล้า แต่ในจำนวนที่จำกัด

สรุปได้ว่าในทศวรรษนี้ ทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านของค่านิยมและศีลธรรมในสังคมและการเปลี่ยนจากการใช้ชีวิตและแนวความคิดแบบธรรมเนียมนิยม มาเป็นแบบอิสระ ทั้งหมดนี้สะท้อนอยู่ในภาพยนตร์ เช็กส์และความรุนแรงบนจอเป็นสิ่งที่ผู้คนยอมรับได้ ในขณะที่หนังเรื่อง ลาโดชีวิตา ของเฟลลินี (Fellini's La Dolce Vita) ซึ่งสร้างขึ้นในยุค 50 ตอนปลาย แต่ได้ชมกันทั่วไปในยุค 60 ได้สร้างความสั่นสะเทือนเมื่อฉายเป็นครั้งแรก เพราะมันเน้นเรื่องความเป็นอยู่ของชาวโรมันที่หาแต่ความสุขใส่ตัว ภายในปลายทศวรรษ พฤติกรรมสุดขั้วนี้ก็เริ่มผ่อนคลายลง การแสดงออกถึงความรุนแรงก็เปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิงเช่นกันตัวอย่างเช่น จากการสังหารอย่างบ้าคลั่งจากหนังเรื่อง Psycho (1960) ของฮิธคอค The Wild Bunch (1969) ของเพคคินพาห์ หรือ Easy Rider (1969) ของ ฮอปเปอร์ ในขณะที่ความชื่นชอบในตัวเจมส์บอนด์และพฤติกรรมของเขาที่หลบนอนกับผู้หญิงแล้วสังหารเธอได้อย่างไม่แยแส ทั้งหมดนี้เสนอออกมาอย่างมีสไตล์ และเท่ ทันสมัย ซึ่งเป็นการสะท้อนสภาวะสังคมในนั้น

ส่วนสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติและค่านิยมระหว่างยุค 50 และยุค 60 เป็นผลกระทบมาจากอำนาจของ younger generation ที่เพิ่มมากขึ้น กฎ กติกา ประเพณีนิยมหน้าที่ หรือแม้แต่กฎหมายที่คนรุ่นก่อน ๆ ปฏิบัติกันมาได้ถูกละเลย สิ่งที่คุณสนใจกลายเป็นเรื่องอิสระทางความคิด การมีส่วนร่วมในการเลือกและการตัดสินใจสำคัญ สิ่งที่เขาเลือกในยุคนั้นคือ แฟชั่นและดนตรี ซึ่งพบเห็นได้จากเสียงเพลงของ The Beatles ได้ยินไปทุกแห่งหน และการแต่งกายชุดมินิสเกิร์ตที่นิยมกันทั่วเมือง ในขณะเดียวกันช่องทางการสื่อสารมีมากมาย เช่นนิตยสาร หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ และโทรทัศน์ สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดการรับรู้ข่าวสารใหม่ทั่วโลกได้ทุกวัน

ต่อมาช่วงปี ค.ศ. 1962 ดาวเทียมสื่อสารเทลสตาร์ (Telstar) ถูกปล่อยขึ้นเป็นครั้งแรก อีกทั้งช่วงปลายยุค 60 ชนชาติอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ได้ดูโทรทัศน์ นิตยสารใหม่ ๆ เกิดขึ้น เช่น The Sunday Times Colour Supplement (อังกฤษ), Lui (ฝรั่งเศส), Twen (เยอรมันนี) และ Nova (อเมริกา) ดังนั้นนิตยสารแบบใหม่ ผู้อ่านจะพบเห็นภาพแพชั่นและออกแบบในสีสดใสใทางด้านการขนส่ง เริ่มมีการติดต่อค้าขายระหว่างยุโรปและอเมริกา เมื่อศักยภาพของเทคโนโลยีขนส่งมีมากขึ้น จึงได้ขยายพื้นที่การติดต่อมากขึ้น และในที่สุดผู้คนได้มีโอกาสติดต่อกันได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น และในยุคของประธานาธิบดีไอเซนฮาวร์ จึงเป็นยุคที่ชาวอเมริกันทำงานได้เงินมากกว่าที่เคยฝันไว้เสียอีก นโยบาย ชื้อผ่อนส่ง ทำให้ผู้คนสามารถซื้อหาสิ่งของที่ต้องการ และเมื่อมีบริษัทเครดิตการ์ด โดเนอร์สคลับ เปิดขึ้นเป็นครั้งแรกในสหรัฐอเมริกาปี 1950 อเมริกันเอกซ์เพรส เปิดต่อมาในปี 1958 และการ์ดบลองซีในปี 1959 ก็ยิ่งทำให้ผู้คน ชื้อก่อน-จ่ายทีหลังมากเป็นประวัติการณ์ แม้แต่ข้าวของราคาแพง นอกจากนั้นธุรกิจการโฆษณาสินค้าต่างๆ ก็มีอิทธิพลในการล่อผู้คนให้ซื้อสินค้ามหาศาลในทศวรรษ 1950 การโฆษณากลายเป็นอุตสาหกรรมใหญ่ออย่างหนึ่ง เมื่อผู้คนเริ่มมีเงินทองขึ้น ตลาดก็เติบโตตามไปด้วย ดังนั้นผู้คนจึงถูกจูงใจโดยการโฆษณา และก่อให้เกิดการซื้อของที่ฟุ่มเฟือย อย่างไรก็ตามการที่ผู้คนมีเงินในกระเป๋ามากขึ้นเพื่อที่จะจับจ่ายของที่จำเป็นและไม่จำเป็น ครั้งแรกในอเมริกาจากยุค 40 ตอนปลาย แล้วมาสู่ประเทศอุตสาหกรรมอื่นๆ จากยุค 50 ตอนต้น ร้านค้าและการจับจ่ายซื้อของก็เริ่มเปลี่ยนรูปร่าง กล่าวคือไม่เพียงแต่สินค้าที่วางขายจะเป็นการแสดงถึงความสำเร็จของเทคโนโลยีเท่านั้น ตัวร้านค้าเองก็เปลี่ยนรูปร่างเป็นลักษณะที่เรียกว่า Retail productivity คือค่าที่ใช้เรียกในเวลานั้น และการขายปลีกก็แตกออกเป็นหลายลักษณะเพื่อที่จะลดต้นทุนแต่ยังคงทำให้ลูกค้าซื้อของเพื่อบริโภค ดังนั้นจึงเกิดธุรกิจการโฆษณาขึ้นในยุค 60

เพาเวลล์ และพีล (Powell & Peel.1985 : 73) ได้กล่าวถึงธุรกิจโฆษณาในยุค 60 ว่า

การโฆษณาได้เข้ามาสู่วิธีคิดใหม่ที่ลึกซึ้งกว่าเดิม ดอยล์ เดน เบอรันาช (Doyle Dane Bernach) ซึ่งเป็นบริษัทโฆษณาในอเมริกา เป็นเจ้าของโฆษณาอันมีชื่อเสียงของรถเต่าไวล์คสวาเกินในชุด 'Think Small' ในปี 1960 เป็นต้นแบบของงานโฆษณาที่มาแทนแบบ hard-sell ด้วยการให้ภาพที่เตะตา และข้อความที่ให้อึด การเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ของ packaging มาพร้อมกับการเติบโตของซูเปอร์มาร์เก็ต ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตคาดหวังว่าจะต้องมีภาพที่แรงและมีสีสัน เพื่อที่จะทำให้เกิดจุดจดจำของแบรนด์ และเพื่อให้ดึงดูดความสนใจของคุณแม่บ้าน Chain supermarket (ซูเปอร์แบบมีสาขา) อย่าง Sainsbury's และร้านนานาชาติ ต่างก็เริ่มผลิตสินค้าในชื่อตนเอง (own-label) ซึ่งมักจะมีหีบห่อที่เรียบง่าย และสวยงาม

จากพรรคคนดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า อำนาจของการใช้จ่ายและความมั่งคั่งในยุค 50 ทำให้แน่ใจได้ว่าอุตสาหกรรมการค้าขายแปรรูปเปลี่ยนไปเป็นอุตสาหกรรมด้านความบันเทิง และในยุค 60 ถึงต้นยุค 70 มีศูนย์การค้าเกิดขึ้นมากมาย ความอุดมสมบูรณ์ที่ครอบคลุมอเมริกาจากยุค 50 เป็นต้นมา ทำให้ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าจำนวนเพิ่มมากขึ้น มีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเกิดขึ้นมากมาย เพื่อตอบสนองให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีจำนวนเพิ่มและมีความหลากหลายมากขึ้น สินค้ายอดนิยมที่มีราคาถูกยังมีการโฆษณาและออกรายการโทรทัศน์ แม้กระทั่งหนังสือการ์ตูน จากปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ผู้ออกแบบจึงจำเป็นต้องออกแบบผลิตภัณฑ์และสร้างสรรค์แนวทางการโฆษณาที่ก่อให้เกิดความน่าสนใจ ดึงดูดผู้บริโภคเมื่อแรกเห็น และสามารถสนับสนุนให้เกิดการซื้อได้ในที่สุด การใช้สีสันสดใสและลูกเล่นต่างๆ ลงไปในผลิตภัณฑ์และงานโฆษณาล้วนเป็นส่วนประกอบสำคัญในการเสนอขาย รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยด้านการตลาด ได้แก่ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค ข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งชั้น ข้อมูลสภาวะทางการตลาด ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะทำโฆษณา ล้วนมีส่วนในการคิดและสร้างสรรค์ผลงาน โดยการออกแบบเพื่อกระตุ้นความต้องการและใช้เป็นข้อมูลเพื่อการตัดสินใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจหรือมีแนวโน้มที่จะซื้อในทันทีที่พบเห็นโฆษณา ดังนั้นผลจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมอเมริกาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในวงการศิลปะ เช่นเดียวกัน กล่าวคือ มีการนำเอาแนวคิดใหม่ซึ่งเกิดจากการนำเรื่องราวในชีวิตประจำวันมานำเสนอ (Life Style) ในงาน โดยศิลปินรุ่นใหม่ซึ่งเรียกตัวเองว่า ศิลปะป๊อปอาร์ต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวความเป็นอยู่ ค่านิยมใหม่ในความบันเทิง ความชื่นชอบในผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตลอดจนแนวคิดใหม่ในงานโฆษณา ซึ่งเรื่องราวเหล่านี้ล้วนมีความสัมพันธ์ต่อแนวคิดสร้างสรรค์ผลงานศิลปะของศิลปิน

ศิลปะป๊อปอาร์ตเป็นศิลปะที่สร้างความตื่นตา ตื่นใจแก่ผู้พบเห็น เป็นศิลปะที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับคนทั่วไป เป็นเรื่องราวที่แสดงถึงความเป็นอยู่ปัจจุบันโดยไม่ได้นำเสนอเกี่ยวกับเรื่องศาสนา ความเชื่อหรือนิยายยุคโบราณเก่าก่อน นอกจากนั้นยังใช้เทคนิคในการนำเสนอตามแบบอย่างแอบстрактเอกซ์เพรสชันนิซึม (Abstract Expressionism) ทำให้ผู้เสพผลงานศิลปะ ซึ่งเป็นบุคคลทั่วไปสามารถรับรู้ได้ง่าย เพราะเป็นเรื่องราวในยุคนั้นๆ เช่น เรื่องราวเกี่ยวกับดารานาฏศิลป์ ผลิตภัณท์ใหม่ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้นรวมถึง คำขวัญโฆษณาต่างๆ ด้วย

อาร์ สุธิพันธุ์ (2535 : 248-249) กล่าวถึงศิลปินป๊อปอาร์ตว่า

ศิลปินป๊อปอาร์ตมีความเชื่อว่าสิ่งสัพเพเหระในชีวิตประจำวันคือเรื่องราวของศิลปะ เรื่องราวที่ศิลปินได้แสดงความรู้สึกของประสบการณ์ทั้งหมดในช่วงเวลาหนึ่ง ขณะหนึ่งและสถานที่หนึ่งเท่านั้น ซึ่งเป็นการสะท้อนความรู้พื้นฐานธรรมดาที่ศิลปินมีส่วนร่วมให้เห็นชัดแบบของศิลปะ

ป๊อปอาร์ต มีความแตกต่างกันที่ความสนใจของศิลปินแต่ละคน บางคนสนใจภาพโฆษณา บางคนสนใจเรื่องภาพยนตร์ บางคนสนใจเรื่องเครื่องจักรกล บางคนสนใจเรื่องง่าย ๆ และด้วยผลงานแสดงง่าย ๆ ที่พบได้ทุกวัน

ดังนั้นจึงกล่าวสรุปได้ว่า ผลงานของป๊อปอาร์ตมีความสัมพันธ์ต่อแนวคิดสังคมบริโภคนิยมอย่างเห็นได้ชัด การรับรู้ความชื่นชมในภาพและสิ่งของในศิลปะป๊อปอาร์ตเริ่มต้นมาจากกลุ่มอิสระ (The Independent Group) ที่ The Institute of Contemporary Arts (ICA) ในลอนดอน กลางยุค 50 กลุ่มนี้มีบุคคลสำคัญ ทั้งนักเขียน ศิลปิน และสถาปนิก อาทิ พี.เรย์เนอร์ แบนแฮม (P.Reyner Banham), เอดูอาร์โด เปาลอซซี (Aduardo Paolozzi), ริชาร์ด แฮมิลตัน (Richard Hamilton) และอลิสันกับปีเตอร์ สมิธสัน (Alison and Peter Smithson) ซึ่งได้รับอิทธิพลงานป๊อปอาร์ตทั้งจากอังกฤษ และอเมริกา ศิลปินอย่างเช่น Paolozzi ทำงานคอลลาจ (Collage) จากภาพโฆษณา ตัวอย่างงานสร้างใหม่ก็มีเช่น งานของ Hamilton ในปี 1956 ที่มีชื่อว่า Just what is it that makes today's home so different, so appealing ? งานสร้างภาพจากภาพโฆษณาเรื่องชุดฝุ่นและวิทยุ

ส่วนในสหรัฐอเมริกา โรเบิร์ต รอสเซนเบิร์ก (Robert Rauschenberg) และแจสเปอร์ จอห์น (Jasper Johns) ซึ่งมีความสนใจในงานของมาร์เซล ดูชอง (Marcel Duchamp) เป็นพวกแรกที่ยื่นขอบวัตถุสามมิติที่ถูกทิ้งแล้ว เช่นขวดโค้ก ผู้ที่สนับสนุนแนวความคิดอย่างหนักแน่น คือ แอนดี้ วอร์ฮอล และรอย ลิชเทนสไตน์ (Roy Lichtenstein) วอร์ฮอลทำงานเป็นศิลปินโฆษณาแต่ดั้งเดิม ดังนั้นจึงเป็นสะพานเชื่อมความคิดระหว่างงานศิลปะและงานพาณิชย์ศิลป์ได้เป็นอย่างดี ศิลปินทั้งสองคนนำเอาการ์ตูนมาเป็นแรงบันดาลใจ โดยเฉพาะการออกแบบแนวเสียดสีสินค้าในซูเปอร์มาร์เก็ตของวอร์ฮอล ที่บ่งชี้ถึงศักยภาพของวัฒนธรรมป๊อป ซึ่งเห็นว่าศิลปินมักจะเอาเรื่องเกี่ยวกับทุนนิยมมาสร้างสรรค์ผลงาน โดยเฉพาะผลงานชุดภาพโฆษณาสินค้าของแอนดี้ วอร์ฮอล

วอล์คเกอร์ (Walker อ้างอิงจาก สมเกียรติ ตั้งนโม. 2542 : 44) ได้เรียบเรียงไว้ในผลงานบริการศิลปะเรื่องศิลปะในยุคสื่อสารมวลชนไว้ ความว่า

การแสดงออกของศิลปินที่ปรากฏในงานศิลปะแนวป๊อปอาร์ต นอกจากจะสะท้อนสภาพความเป็นจริงของสังคมในขณะนั้น ผลงานศิลปะยังเปลี่ยนรูปแบบ และกรรมวิธีการนำเสนอต่างไปจากอดีต มีการนำเอางานพาณิชย์ศิลป์ (Commercial Art) มาใช้มีการผลิตซ้ำ ซึ่งเป็นกระบวนการงานอุตสาหกรรมคือระบบทุนนิยม (Assembly line) ศิลปินมองว่ามันเป็นสิ่งที่น่ากลัว ขวัญถึง ตราสินค้า หรือคำขวัญโฆษณาและสัญลักษณ์ คือสิ่งที่ทุกคนบริโภค ดังเห็นได้จากผลงานชุด Campbell's Soup ของ Coca Cola และงานบรรจุภัณฑ์ Brillo Box ของศิลปิน ชื่อ Andy

Warhol ผู้ซึ่งเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงคนหนึ่งในบรรดาศิลปินป๊อปทั้งหมด เป็นคนสร้างภาพประกอบและนักออกแบบที่ประสบความสำเร็จคนหนึ่งในนิวยอร์ก ก่อนจะกลายมาเป็นจิตรกรคนหนึ่งและสร้างภาพยนตร์ ประสบการณ์ของเขาเกี่ยวข้องกับธุรกิจโฆษณา เป็นเครื่องพิสูจน์ให้เห็นว่าเขาได้หยิบมาใช้ในเวลาต่อมา ตราสินค้า สัญลักษณ์ สโลแกนหรือคำขวัญที่ว่า ข้าพเจ้าบริโภค ดังนั้นข้าพเจ้าจึงเป็นนักบริโภค (I consum, therefore I am) เป็นคำที่หล่อหลอมลักษณะพื้นฐานทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับสังคมบริโภคของชาวอเมริกัน และยุโรปในช่วงปีทศวรรษ 1950 และ 1960

จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมในอเมริกา เกิดขึ้นช่วงกลางทศวรรษที่ 20 การโฆษณาและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ได้เข้ามามีบทบาทและเป็นส่วนหนึ่งของสังคมบริโภครวมทั้งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำรงชีวิตของผู้คนและเมื่อศิลปินสร้างสรรค์งานศิลปะ โดยเฉพาะศิลปะป๊อปอาร์ตซึ่งเป็นศิลปะที่สะท้อนเรื่องราวเกิดขึ้นในบริบทสังคมขณะนั้น ดังนั้นแนวคิดในงานโฆษณาและผลิตภัณฑ์จึงมีอิทธิพลต่อศิลปะป๊อปอาร์ตทั้งทางด้านแนวคิด เนื้อหา ตลอดจนกลวิธีในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี้ วอร์ฮอล

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ศึกษาวิจัยสนใจเนื่องจากยังไม่มีผู้ใดได้ทำการศึกษาวิจัยอย่างเป็นรูปธรรม ผู้ศึกษาวิจัยจึงเลือกที่จะทำวิจัยเรื่อง ศิลปะสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาลงานศิลปะป๊อปอาร์ตชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของ แอนดี้ วอร์ฮอล

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ผลงานสร้างสรรค์ของชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี้ วอร์ฮอล ในประเด็น ดังนี้

1.1 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

1.2 เนื้อหาของภาพ

1.3 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

1.3.1 การใช้ภาพและตัวอักษร

1.3.2 กลวิธีการใช้สี

1.3.3 การออกแบบและการสื่อสาร

2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาพัฒนาสร้างสรรค์งานศิลปะป๊อปอาร์ตที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ โดยนำเอาผลงานโฆษณาและผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในสังคมไทยทั้งในอดีตและปัจจุบันมาสร้างสรรค์ภายใต้แนวคิดศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี้ วอร์ฮอล

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงที่มาของแนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน เนื้อหาของภาพและกระบวนการสร้างสรรค์ในผลงานชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี วอร์ฮอล
2. สามารถนำผลงานจากการศึกษาค้นคว้ามาเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต
3. ผลจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาด้านศิลปะในระดับอุดมศึกษาและการศึกษาค้นคว้าวิจัยทางด้านศิลปะ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี วอร์ฮอล ชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ ที่สร้างสรรค์ขึ้นในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1960-1986 จำนวน 20 ภาพจากผลงานทั้งหมดจำนวน 98 ภาพ ซึ่งแต่ละภาพได้แสดงถึงเรื่องราวยุคสังคมนิยมมากที่สุดในยุค โดยจัดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา

1. Advertisement. 1960
Synthetic polymer paint on canvas, (182.9x137cm)
2. Dr.Scholl.1960
Synthetic polymer paint on canvas, (137.177.8cm)
3. Cooking Pot.1960
Photo-engraving on paper (29.8 x 24.1 cm.)
4. Icebox. 1960
Oil, ink, and pencil on canvas (170.2 x134.9 cm)
5. TV \$199. 1960
Oil on canvas, (158.1 x 125.7 cm)
6. Close Cover Before Striking (Pepsi-Cola)1962
Synthetic polymer paintand sand paper on canvas, (182.9x137 cm)
7. Yellow CloseCover Before Striking.1962
Synthetic polymer paintand sand paper on canvas, (40.6x50.8 cm)
8. Blackglame(Judy Garland) from Portforio Ad 1985
Serigraph on board from a portforio of ten, (96.5x96.5 cm)
9. Rebel Without a Cause(James Dean) from Portforio Ad 1985

Serigraph on board from a portfolio of ten, (96.5x96.5 cm)

10. Van Heusen (Ronald Reagan)) from Portfolio Ad 1985

Serigraph on board from a portfolio of ten, (96.5x96.5 cm)

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์

11. Telephone. 1961

Oil on canvas, (177.2x137.2cm)

12. Campbell's Soup Can with Ketchup Bottle. 1962

pencil on paper(60x45cm.)

13. Campbell's Soup Can with can Opener. 1962

Silkscreen ink on synthetic polymer on canvas, (182.9x 132 cm)

14. Big Campbell's Soup Can 19 c/1962

Synthetic polymer paint and pencil on canvas, (182.9x134.4cm.)

15. Campbell's Soup Can and Dollar Bills. 1962

pencil and watercolor on paper(60x45cm.)

16. 210 Coca-Cola Bottles. 1962

Silkscreen ink on synthetic polymer on canvas, (208x267 cm)

17. Peach Halves. 1960

Synthetic polymer paint on canvas, (177.5 x137.5 cm)

18. Twelve Cadillacs. 1962

Silkscreen ink on canvas,(116.8x106.7cm)

19. Seven Cadillacs. 1962

Silkscreen ink on canvas,(142x48.2cm)

20. Mercedes-Benz (Model C111 Experimental Vehicle, 1970.) 1986

Silkscreen ink on synthetic polymer on canvas,(152.5x158 cm)

ข้อตกลงเบื้องต้น

การศึกษาวเคราะห์ผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของ แอนดี้ วอร์ฮอล นั้น จะศึกษาภาพอันเป็นข้อมูลชั้นทุติยภูมิ (secondary source) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลภาพที่ได้จากหนังสือศิลปะฉบับภาษาอังกฤษชื่อ Andy Warhol A Retrospective ของ

Kynaston Mc Shine พิมพ์ที่ Estern Press.,Inc New York ซึ่งเชื่อได้ว่ามีความเหมือนหรือใกล้เคียงกับผลงานจริงมากที่สุด

นิยามศัพท์เฉพาะ

ป๊อปอาร์ต หมายถึง กลุ่มศิลปะที่มีผลมาจากการออกแบบกราฟิกต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ ป้ายหรืองานศิลปะ โฆษณาอื่นๆ นิยมใช้เทคนิคเลียนแบบจากงานออกแบบในเชิงธุรกิจซึ่งเป็นการขยายขอบเขตของ เนื้อหา สาระทางศิลปะให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

แนวความคิดสร้างสรรค์ผลงาน หมายถึง แนวทางในการถ่ายทอดความคิดผลงานของศิลปินที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

เนื้อหาของภาพ หมายถึง เรื่องราวที่ศิลปินนำเสนอตามแนวความคิดสร้างสรรค์

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน หมายถึง วิธีการหรือกระบวนการทั้งหมดในการสร้างสรรค์และนำเสนอผลงาน

การโฆษณา หมายถึง กระบวนการสื่อสารทางการตลาดซึ่งผ่านกระบวนการคิดสร้างสรรค์ผลงานโดยมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนขึ้นเพื่อการจูงใจผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคให้มีความสนใจซื้อสินค้า ทดลองสินค้าหรือสร้างภาพพจน์โดยผ่านขั้นตอนการวิจัย การวิเคราะห์และข้อเสนอ ซึ่งประกอบด้วยส่วนประสมของการสร้างสรรค์ และมีการซื้อสื่อ ชื่อพื้นที่เพื่อการเผยแพร่และบอกรายละเอียดเกี่ยวกับให้ผู้โฆษณาหรือเจ้าของสินค้าอย่างชัดเจน

ภาพโฆษณา หมายถึง การถ่ายทอดแนวความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดจากจินตนาการของผู้สร้างสรรค์มาเป็นรูปภาพต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับเนื้อหาที่จะสื่อสาร โดยมีหรือไม่มีข้อความโฆษณาประกอบก็ได้

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่สร้างขึ้นหรือผลิตขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์ด้านการบริโภคและอุปโภค

วิธีการศึกษาค้นคว้า

1. ศึกษาค้นคว้าแหล่งข้อมูลภาพจากหนังสือศิลปะฉบับภาษาอังกฤษชื่อ Andy Warhol A Retrospective ของ Kynaston Mc Shine พิมพ์ที่ Estern Press.,Inc New York โดยการรวบรวมผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล ในช่วง ค.ศ. 1960-1986 ได้ภาพจำนวน 20 ภาพ เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง

2. ศึกษาเกณฑ์ที่จะนำมาใช้วิเคราะห์จากเอกสารต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยค้นคว้าได้จาก

- 2.1 สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2.2 ห้องสมุดบริษัทตัวแทนโฆษณา เจ วอลเตอร์ ทอมป์สัน (J.Walter Thompson)

3. ศึกษาวิเคราะห์งานศิลปะแบบป๊อปอาร์ต ของแอนดี้ วอร์ฮอล ชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ จำนวนทั้งหมด 20 ภาพ โดยแยกเป็นประเด็นดังนี้

3.1 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

3.2 เนื้อหาของภาพ

3.3 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

3.3.1 การใช้ภาพและตัวอักษร

3.3.2 กลวิธีการใช้สี

3.3.3 การออกแบบและการสื่อสาร

4. นำผลการวิจัยมาพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตที่เนื้อหาเกี่ยวกับงานโฆษณาและผลิตภัณฑ์

5. สรุปเรียบเรียงผลการศึกษางานศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี้ วอร์ฮอล ชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในระยะเวลาสองทศวรรษหลังสงครามโลกครั้งที่สอง เป็นช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ไม่คาดคิดมาก่อนด้วยสถานะของสงครามบังคับให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบทบาทของผู้คนในสังคม มีการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติมวลชน รวมทั้งการวางแนวความคิดสมัยใหม่ที่จะแบ่งบานกลายเป็นปัจเจกนิยม การรู้จักตัวเอง อิสระในเรื่องเพศและการค้นหาความสมบูรณ์ของชีวิต

ช่วงทศวรรษ 1950 เริ่มต้นขึ้น ประชาชนเชื่อว่าพวกเขากำลังก้าวเข้าสู่ยุคใหม่ ซึ่งทุกอย่างล้วนเป็นไปได้จริงๆ ราวกับว่าศักยภาพของมนุษยชาตินั้นไม่มีขีดจำกัดในอันจะทำการใดๆ ให้สำเร็จ ในวงการวิทยาศาสตร์ได้ผลิตวัคซีนป้องกันโรคโปลิโอ พลังงานปรมาณูได้ถูกพัฒนามาแทนพลังงานไฟฟ้า มีการกำหนดโครงสร้างของ DNA และกัมมันตภาพรังสี ถูกนำมาใช้ในวงการยาและอุตสาหกรรมอย่างกว้างขวาง ความเชื่อในเทคโนโลยีสมัยใหม่สะท้อนให้เห็นในงานออกแบบและศิลปะ โดยเฉพาะศิลปะป๊อปอาร์ตเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่สะท้อนภาพความเปลี่ยนแปลงของสังคมที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดีในสังคมอเมริกาและยุโรป

ความอุดมสมบูรณ์ที่ครอบคลุมอเมริกาจากยุค 50 เป็นต้นมา ซึ่งมียุโรปตามหลังมาไม่ห่าง ทำให้มีผู้ผลิตสินค้าจำนวนมาก ที่ไม่เพียงแต่ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีราคาถูก แต่ยังมีทุกอย่างที่มาจากการโฆษณาและรายการโทรทัศน์ จนถึงหนังสือการ์ตูนและกระป๋องเครื่องดื่มที่ถูกโยนทิ้ง ซึ่งปรากฏการณ์นี้เป็นการผสมผสานแนวความคิดระหว่างวัฒนธรรมป๊อปกับงานศิลปะ จึงเกิดเป็นศิลปะรูปแบบใหม่ เรียกว่าศิลปะป๊อปอาร์ต

ดังนั้นเพื่อให้นักศึกษาวิจัยผลงานป๊อปอาร์ตของแอนดี้ วอร์ฮอล ครึ่งนี้ได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในประเด็นต่างๆ โดยแยกไว้เป็นหมวดหมู่ดังนี้

1. เอกสารข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะป๊อปอาร์ต
 - 1.1 ความเป็นมาและความหมายของศิลปะป๊อปอาร์ต
 - 1.2 อิทธิพลของบริบททางสังคมที่มีต่อผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต
 - 1.3 กระบวนการสร้างสรรค์ในศิลปะป๊อปอาร์ต
2. เอกสารข้อมูลเกี่ยวกับ แอนดี้ วอร์ฮอล
 - 2.1 ประวัติและผลงานของ แอนดี้ วอร์ฮอล
 - 2.2 การสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล
3. เอกสารข้อมูลเกี่ยวกับผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต ของแอนดี้ วอร์ฮอลชุดภาพโฆษณา

และภาพผลิตภัณฑ์

3.1 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

3.2 เนื้อหาของภาพ

3.3 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

3.3.1 การใช้ภาพและตัวอักษร

3.3.2 กลวิธีการใช้สี

3.3.3 การออกแบบและการสื่อสาร

1. เอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับศิลปะป๊อปอาร์ต

1.1 ความเป็นมาและความหมายของศิลปะป๊อปอาร์ต

ศิลปะป๊อปอาร์ตเป็นศิลปะแขนงหนึ่ง ซึ่งแพร่หลายเข้ามาในสหราชอาณาจักรช่วงทศวรรษที่ 20 จากนั้นได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว แต่ในสหรัฐอเมริกากลับไม่ได้รับการยอมรับเท่าที่ควรในช่วงแรกจากกลุ่มอนุรักษ์นิยม โดยที่ศิลปะป๊อปอาร์ตในเบื้องต้นได้พยายามนำเสนอผลงานศิลปะ เพื่อให้เกิดการยอมรับจากศิลปะแขนงเดิมมาสู่แขนงใหม่ ซึ่งถือเป็นงานที่ท้าทายอย่างมาก อย่างไรก็ตามศิลปะป๊อปอาร์ตของอเมริกาก็ไม่สามารถเข้าไปเติบโตและยืนหยัดอยู่ได้ในประเทศอังกฤษ ด้วยสาเหตุที่ว่าผลงานไม่สามารถสื่อความคิดริเริ่ม ความเป็นต้นแบบและความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นหัวใจของการนำเสนอได้

ศิลปะป๊อปอาร์ตในอังกฤษมีแนวคิดที่ไม่ต้องการปลุกกระแสต่างๆ เช่น กระแสเพลงนิยม แนวแฟชั่น เพราะในความเป็นจริงแล้ว ศิลปะป๊อปอาร์ตได้รับการยอมรับในระดับหนึ่งแล้ว จากตัวบ่งชี้คือกระแสความนิยมไม่ว่าจะเป็นทางดนตรี แฟชั่นและการออกแบบ กระแสความนิยมเหล่านี้ทวีความรุนแรงขึ้นจนเป็นที่ยอมรับและถูกขนานนามว่า วัฒนธรรมนิยม ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในเวลาต่อมาว่าเป็นยุคของสวิง กิง ลอนดอน Swinging London

สำหรับความแพร่หลายของอเมริกันป๊อปอาร์ตในช่วงปี ค.ศ.1962 ได้ก่อให้เกิดความขัดแย้งอย่างมากในกลุ่มอนุรักษ์นิยมของชนชั้น

สำหรับเหล่าศิลปินชาวอังกฤษได้เป็นผู้คิดคำว่า ป๊อปอาร์ต ขึ้นเพื่อใช้เรียกความเคลื่อนไหวของกลุ่มขบวนการศิลปวัฒนธรรมของอังกฤษ ซึ่งตั้งชื่อกลุ่มของพวกเขาว่า Independent Group กลุ่มนี้มีความสนใจวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะสามัญและปรากฏอยู่อย่างดาษดื่น ไม่ว่าจะเป็นงานประณีตศิลป์ สถาปัตยกรรม การออกแบบโฆษณาหรืองานพาณิชย์ศิลป์ หากการยอมรับศิลปวัฒนธรรมเหล่านี้มีอยู่จริง สามารถกล่าวได้ว่า ศิลปะในสมัยปัจจุบันควรเป็นการสื่อสารถ่ายทอดความคิดร่วมสมัยไม่เชื่อถือในรสนิยมที่ดีหรือเลวเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งสมมุติ

จากจุดกำเนิดในอังกฤษที่ได้แพร่ขยายไปยังสหรัฐอเมริกา ผสมผสานเข้ากับปฏิกิริยาต่อต้านลัทธิสำแดงพลังอารมณ์แนวนามธรรม (Abstract Expressionism) ดังเห็นได้จากการที่ศิลปินได้หวนกลับมาสร้างงานที่มีรูปและภาพคนศิลปินในแนวทางนี้มีชื่ออีกอย่างหนึ่งว่า กลุ่มดาตาใหม่ (Neo Dada) เพราะได้รับอิทธิพลทางความคิดจาก มาร์เซล ดูชองปี ในเรื่องการนำวัสดุสำเร็จรูป (Ready made) มาใช้ในการสร้างสรรค์งานตั้งแต่ พ.ศ. 2458-2463 การสร้างงานสามารถทำได้โดยไม่จำกัดกลวิธี นอกจากจะนำวัสดุสำเร็จรูป เช่น กระป๋อง เสื้อ ก้าวี่ เป็นต้น มาใช้ในงานและใช้วิธีการระบายสีอย่างรุนแรงตามแบบฉบับของศิลปินลัทธิสำแดงพลังอารมณ์แนวนามธรรมหรือการวาดอย่างประณีตแบบโบราณ และอาจนำภาพถ่ายหรือศิลปะภาพพิมพ์หรือวิธีทางพาณิชย์ศิลป์มาใช้ก็ได้ โดยการนำเสนอเรื่องราวเนื้อหา โดยใช้ภาพการ์ตูน เครื่องหมายจราจร กระป๋องใส่อาหาร ภาพโฆษณา เป็นต้น โดยการนำเสนออย่างหลากหลาย อาทิ การเยาะเย้ยถากถาง อารมณ์สนุกสนาน สัญลักษณ์ ความขบขันของผลงาน เช่น ผลงานของศิลปินแอนดี้ วอร์ฮอล เป็นต้น

กัจจกร สุนพงษ์ศรี (2528 : 360-365) ได้กล่าวถึงความเป็นมาของป๊อปอาร์ตในอังกฤษและอเมริกา ไว้ดังนี้

ป๊อปอาร์ต ในอังกฤษในทศวรรษระหว่าง ปี ค.ศ. 1954-1955 ที่สถาบันศิลปะร่วมสมัย (Institute of Contemporar Art) ประเทศอังกฤษ ศิลปินอิสระกลุ่มหนึ่งได้จัดให้มีการพบปะสังสรรค์และเปลี่ยนความคิดซึ่งกันและกันในกลุ่มนี้อัลโลเวย์ (Alleyway) นักวิจารณ์ศิลปะร่วมสมัยคนสำคัญคนหนึ่งของอังกฤษร่วมด้วย จากการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดซึ่งกันและกันนี้ก่อให้เกิดแนวความคิดใหม่แก่วงการศิลปะขึ้น พวกเขาได้ยอมรับและประกาศชื่อแนวความคิดนี้ว่า “ป๊อปอาร์ต” อัลโลเวย์ผู้เป็นตัวตั้งตัวตีคนสำคัญคนหนึ่งแถลงว่า พวกเราได้ค้นพบบางสิ่งบางอย่างในวัฒนธรรมพื้นบ้านธรรมดาๆ สิ่งเหล่านี้มีอยู่แล้วแม้ว่ามันดูเป็นของสามัญไม่น่าสนใจเป็นพิเศษในเรื่องพุทธิปัญญาทางศิลปะไม่ว่าจะเป็นผลงานทางด้าน สถาปัตยกรรม การออกแบบ หรือแม้แต่ในการวิพากษ์วิจารณ์ ถึงกระนั้นสิ่งเหล่านี้ได้ครอบคลุมเราทั้งหมด ดังจะเห็นได้จากแหล่งต่างๆ ที่ผลิตวัฒนธรรมชาวบ้านมากมายหลายแหล่ง อาทิเช่นจากภาพยนตร์ การโฆษณา หรือนวนิยาย เรารู้สึกว่ามีบางสิ่งบางอย่างอยู่วัฒนธรรมเหล่านี้มีทั้งที่เกี่ยวกับทางด้านการค้าและทางพุทธิปัญญาควบคู่กัน เรายอมรับว่ามันเป็นความจริงซึ่งปฏิเสธไม่ได้ หลังจากมีการถกเถียงกันอย่างละเอียด และแล้วพวกเราต่างยอมรับความสำคัญของมัน” ส่วนป๊อปอาร์ตในอเมริกา เกิดขึ้นในราว ค.ศ. 1955 เป็นยุคที่พวกแอ็บ-สแตรกท์เอกซ์เพรสชันนิสม์ มีการปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เราเช่นเบิร์ก ได้ใช้วิธีการบางอย่างของกลุ่มนี้พร้อมกับนำวิธีการใหม่มาใช้ มีสิ่งที่น่าสนใจ คือการทำลายประเพณี การสร้างภาพที่จำกัดอยู่เพียงแค่ภายในกรอบสี่เหลี่ยมของผืนผ้าใบ เรายิเริ่มนำวัสดุสำเร็จรูปจริงๆ มาติดเข้ากับผืนภาพ ดังเช่นภาพ “เตียง” (Bed) โดยนำ

เตียมนอนจริงๆ อันประกอบด้วยผ้าปู ที่นอนเก่าๆ มาติดบนพื้นภาพ เท่ากับเขาเสนอเงื่อนไขของ ศิลปะแนวใหม่ขึ้น คือสร้างศิลปะจากสิ่งที่เป็นอยู่ทั่วไป ในวัฒนธรรมตามัญตอชีวิตประจำวัน และนำมาใช้เป็นอุปกรณ์ในการสร้างงานตามอย่างพวกดาตาเคยกระทำ ภายหลังจากการ แสดงของเราเซนเบิร์กสิ้นสุดลงไม่กี่เดือน ศิลปินอเมริกาอีกผู้หนึ่งชื่อ จอห์น (John) ซึ่งศึกษาผลงานและทฤษฎีของคุชอมพ์มาอย่างลึกซึ้งได้ สร้างภาพขึ้นด้วยการวาดทำเป็นรูปธงชาติสหรัฐฯ ภายในบรรจุหมายเลขและเทคนิคการขว้างปาสีให้สีแตกกระจายเปลี่ยนแปลงรูปร่าง

จากการศึกษาความเป็นมาของศิลปะป๊อปอาร์ตทั้งในอังกฤษและอเมริกาผู้ศึกษาพบว่า ศิลปะป๊อปอาร์ตในอังกฤษได้รับการยอมรับมาก เนื่องจากเป็นแนวคิดต้นแบบ ซึ่งเป็นแนวคิดใหม่ และมิได้มีลักษณะปลุกกระแสนิยมจึงทำให้ผู้คนยอมรับ ในขณะที่อเมริกาในช่วงแรกศิลปะป๊อป อาร์ตได้รับการต่อต้านจากกลุ่มอนุรักษ์นิยมชั้นสูง หรือกลุ่มนามธรรม แต่ต่อมาศิลปะป๊อปอาร์ต ได้มีบทบาทมากขึ้น เมื่อมีกลุ่มต่อต้านกลุ่มอนุรักษ์นิยมชั้นสูงเกิดขึ้น ดังนั้นแนวคิดป๊อปอาร์ตจึง เข้ามามีส่วนผสมผสานความคิดกับกลุ่มต่อต้านอนุรักษ์นิยมชั้นสูง ทำให้ผู้คนยอมรับในแนวคิด ศิลปะป๊อปอาร์ตมากขึ้นในที่สุด ดังนั้นศิลปะป๊อปอาร์ตจึงกล่าวได้ว่า เป็นศิลปะที่เติบโตมาจากการเคลื่อนไหวของกลุ่ม Independent Group ซึ่งเป็นกลุ่มขบวนการทางศิลปะวัฒนธรรมของ อังกฤษ กลุ่มนี้มีแนวคิดที่เชื่อว่า ศิลปะในสมัยปัจจุบันควรเป็นการสื่อสาร การถ่ายทอด และความ คิดร่วมสมัย ไม่เชื่อถือในรสนิยมที่ดีหรือเลวเท่านั้น ซึ่งเรื่องรสนิยมนั้นเป็นเพียงเรื่องสมมุติขึ้นเท่านั้น

นพรัตน์ โชคชัยชุตติกุล (2536 : 243) ได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับที่มาและลักษณะความ หมายของศิลปะป๊อป อาร์ต ความว่า

คำว่า ป๊อป (Pop) ย่อมาจาก ป๊อป ular อาร์ต Popular Art และคำว่า ป๊อปอาร์ต (Pop Art) ปรากฏขึ้นครั้งแรกในบทความของนักวิจารณ์ชาวอังกฤษ Lawrence ที่ชื่อ The Art and the Media ดีพิมพ์ไน (Apehite Cultural Design) ฉบับเดือนกุมภาพันธ์ ปี 1958 ถึงแม้ว่าโดยทั่วไปแล้ว ป๊อปอาร์ต จะเกี่ยวของกันกับปี 1960 มากกว่าก็ตาม นิตยสาร Time Life และ Newweek ต่างตีพิมพ์เรื่องราวของ ป๊อป อาร์ต (Pop Art) ขึ้นแรกคิดว่าจะเป็นงานติดกระดาษ (collage) ซึ่ง ตัดมาจากหน้าโฆษณาในนิตยสารของริชาร์ด แฮมิลตัน (Richard Hamilton) ที่ชื่อ Just What is it that Makes Today's Home so Different so Appealing 1956 งานชิ้นนี้ถูกพบเห็นครั้งแรก ในงานนิทรรศการ ซึ่งอุทิศให้กับวัฒนธรรมแบบป๊อปูลาร์ (Popular) ที่จัดขึ้นโดยกลุ่มศิลปินใน อิสระจากสถาบันศิลปะร่วมสมัยในลอนดอน ชื่อนิทรรศการ This is Tomorrow ส่วนงาน นิทรรศการที่ผลักดัน ป๊อปอาร์ต เข้าไปสู่สามัญสำนึกของอเมริกาและชาวอเมริกันจริงๆ แล้วก็คือ นิทรรศการ The New Pealists ซึ่งจัดขึ้นที่ Sidney Janis Gallery ในนิวยอร์ก เมื่อ พฤศจิกายน ปี 1962

พีระพงษ์ กุลพิศาล, นิพนธ์ ทวีภาณุจันทร์ และทวีเกียรติ ไชยียงยศ (2534 : 141) กล่าวถึงความหมายและความเป็นมาของศิลปะแนวป๊อปอาร์ต ความว่า

คำว่า ป๊อปอาร์ต นักวิจารณ์ศิลปะชาวอังกฤษชื่อ ลอเรนซ์ อัลโลเวย์ เป็นคนคิดคำขึ้นโดยเรียกศิลปินชาวอังกฤษกลุ่มหนึ่งซึ่งเคลื่อนไหวในปี พ.ศ. 2493 ใช้นี้ชื่อว่ากลุ่ม Independence Group ศิลปินกลุ่มนี้หันมาสนใจศิลปะวัฒนธรรมพื้นบ้าน งานช่างฝีมือ ถ่ายภาพ งานโฆษณา แนวทางของศิลปินกลุ่มนี้ได้ขยายอิทธิพลไปสู่กรุงนิวยอร์กในสิบปีต่อมาในราว พ.ศ. 2503

อารี สุทธิพันธุ์ (2528 : 249) ได้แสดงทรรศนะเกี่ยวกับศิลปินป๊อปอาร์ต ไว้ว่า

ศิลปินกลุ่มป๊อปอาร์ต นี้ มีความเชื่อเกี่ยวกับศิลปะว่า ศิลปะใช้ช่วงเวลาหนึ่ง ขณะหนึ่งและสถานที่แห่งหนึ่งเท่านั้น ซึ่งสะท้อนความรู้พื้นฐานธรรมดาที่ศิลปินมีส่วนหนึ่งรวมอยู่ให้ปรากฏ สำหรับเรื่องชื่อป๊อปอาร์ต ว่าควรเป็นศิลปะ ไม่ใช่ศิลปะนั้น เขาให้ความเห็นว่า ศิลปินเป็นผู้นิยามหรือกำหนดขอบข่ายของศิลปะ ไม่ใช่ภัณฑารักษ์ และยิ่งกว่านั้น การนิยามศิลปะในปัจจุบันขณะนั้น (Contemporary Art) ไม่ใช่เรื่องง่ายเหมือนกับแบบอย่างของศิลปะก่อนๆ เมื่อตั้งชื่ออะไรแล้ว ก็ควรใช้กันไปพลางก่อนและนิยามกว้างๆ กำหนดเป็นความเข้าใจขั้นแรกเท่านั้นและเห็นว่าเหมาะสม จะเรียกชื่อตามที่ตกลงกันได้รูปแบบของศิลปะป๊อปอาร์ต ต่างกันตามความสนใจของศิลปินแต่ละคน บางคนสนใจภาพโฆษณา บางคนสนใจดาราวาทยนต์ บางคนสนใจเครื่องจักรกล บางคนสนใจเรื่องง่ายๆ และด้วยผลงานแสดงรูปร่างง่ายๆ ที่เห็นอยู่ทุกวันนี้เองจึงทำให้บางคนมีความคิดเห็นว่า ป๊อปอาร์ตไม่ใช่ศิลปะ เพราะไม่มีคุณค่าลึกซึ้งเลยเป็นเรื่องโฆษณาๆ เท่านั้น ความเห็นนี้สำหรับคนที่สนใจศิลปะโบราณและบุคคลที่ใจแคบหลงอยู่กับศิลปะเก่าๆ มักจะสนับสนุนกันเป็นส่วนมาก อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี เรื่องของความเห็น เป็นเรื่องที่ควรนำมาประกอบพิจารณาด้วย ในอเมริกาเมื่อป๊อปอาร์ตอุบัติขึ้น และสร้างความสนใจให้แก่สังคม ทางพิพิธภัณฑ์ศิลปะสมัยใหม่ในอเมริกา (The Museum of Modern Art) จึงได้จัดการประชุมอภิปรายเกี่ยวกับศิลปะแบบป๊อปอาร์ตขึ้น เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 1962 โดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิทางศิลปะโดยตรงมาร่วมอภิปรายหลายคน ความมุ่งหมายของการอภิปรายในครั้งนั้น เพื่อรวบรวมความเห็นต่างๆ พิมพ์เป็นหลักฐานบันทึกความเปลี่ยนแปลงทางศิลปะของสังคมปัจจุบันและได้มีการฉายกระจากฉายและจัดแสดงผลงานของป๊อปอาร์ต ด้วย ในการอภิปรายครั้งนั้น ผู้อภิปรายบางคนให้ความเห็นว่าควรเรียกแบบอย่างศิลปะที่สะท้อนภาพความจริงนี้ว่า เป็นลัทธิเรียลลิสม์ใหม่ (The New Realism) เพราะเป็นความเคลื่อนไหวทางศิลปะคล้ายกับในเยอรมนีและฝรั่งเศส ซึ่งแสดงออกเหมือนกัน หลังจากพิจารณากันแล้ว ต่างลงความเห็นว่ ชื่อป๊อปอาร์ต มีความหมายตรงชัดเจนมากที่สุด

จากทฤษฎีของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ดังนี้คือ ศิลปะป๊อป อาร์ต เกิดขึ้นระหว่างปี ค.ศ. 1950-1970 โดยเกิดขึ้นในสหราชอาณาจักรและทั่วยุโรป ต่อมาได้แพร่กระจายสู่อเมริกา ในสหราชอาณาจักรศิลปะป๊อปอาร์ตได้แสดงถึงกระแสนิยมไม่ว่าจะเป็นทางด้านดนตรี แฟชั่นและการออกแบบ โดยกระแสนิยมเหล่านี้ มีความรุนแรงมากขึ้นจนเป็นที่สุดท้ายกลายเป็นวัฒนธรรมนิยม (Pop Culture) ซึ่งเป็นที่รู้จักในเวลาต่อมาว่าเป็นยุคของสวิงกิง ลอนดอน (Swinging London) ส่วนในอเมริกา ความแพร่หลายของอเมริกัน ป๊อปอาร์ต (American Pop Art) ได้เกิดการขัดแย้งต่อกลุ่มอนุรักษ์วัฒนธรรมชั้นสูง แต่ในที่สุดสังคมก็ยอมรับ

ศิลปะป๊อปอาร์ต มีแนวความคิดที่จะเลิกคิดและสร้างผลงานแบบเดิมๆ โดยหันมาเสนอแนวคิดใหม่ที่ตอบสนองต่อกระแสความเปลี่ยนแปลงในสังคมปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคของสังคมอุตสาหกรรมใหม่ ในความเชื่อของศิลปินกลุ่มนี้เชื่อว่า ศิลปะป๊อปอาร์ต เกิดจากกระบวนการสร้างสรรค์ที่มาจากเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน เป็นการแสดงความรู้สึกของประสบการณ์ทั้งหมดของศิลปินในช่วงเวลาหนึ่ง ในขณะหนึ่งและสถานที่หนึ่งเท่านั้น เป็นการสะท้อนความรู้พื้นฐานที่ธรรมดาของศิลปิน มีส่วนร่วมอยู่ให้ปรากฏ เช่น ภาพยนตร์ โฆษณา การ์ตูน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับชีวิตประจำวันของผู้คน

ดังนั้นกระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะของเหล่าศิลปินป๊อปอาร์ต จึงนำเอาวิธีการใหม่ๆ มาใช้ ซึ่งเป็นการทำลายประเพณีการสร้างภาพที่จำกัดอยู่เพียงแต่กรอบสี่เหลี่ยมของผืนผ้าใบ ตลอดจนวิธีการถ่ายทอดความคิดและจินตนาการในเรื่องราวของสังคมอุตสาหกรรม และ งานพาณิชย์ศิลป์ (Commercial Art) เข้ามาเกี่ยวข้อง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า สังคมเป็นตัวกำหนดหรือแรงบันดาลใจที่มีอิทธิพลในการสร้างสรรค์ผลงาน

1.2 อิทธิพลของบริบททางสังคมที่มีต่อผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต

การรวมตัวของคนในสังคมทำให้เกิดแบบแผน รูปแบบการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรม ยิ่งสภาพทางสังคมมีการเปลี่ยนแปลงขยายตัวอย่างรวดเร็วเพียงใดก็ยิ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงและแบ่งแยกทางวัฒนธรรม

วอล์คเกอร์ (Walker. 2540 : 9) ได้กล่าวไว้ว่า วัฒนธรรมถูกแบ่งแยกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ วัฒนธรรมชั้นสูง วัฒนธรรมชั้นกลาง และวัฒนธรรมชั้นต่ำ

นอกจากนั้นการเปลี่ยนแปลงและการสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่นั้น ยังเกิดจากการใช้สื่อรูปแบบต่างๆ ในการเผยแพร่ ดังเช่นผลงานศิลปะที่แสดงออกอย่างกว้างขวาง อาทิ รูปแบบงานจิตรกรรม งานภาพถ่าย งานที่เกิดจากการออกแบบทางด้านกราฟิก เป็นต้น นอกจากนี้ ยังรวมถึงผลงานที่แสดงออกอย่างกว้างขวางของเหล่าศิลปิน เช่น งานวิจิตรศิลป์ งานฝีมือหรือ

งานหัตถกรรม งานออกแบบด้านอุตสาหกรรมศิลป์ งานที่ใช้สื่อมวลชน และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยงานดังกล่าวเกิดจากการคิด การตีความและการแสดงคุณค่าทางทัศนคติที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น

ดังนั้นความเป็นสังคมจึงเกิดรูปแบบที่กลายเป็นบริบททางสังคมหรืออาจกล่าวได้ว่าบริบททางสังคมมีอิทธิพลต่อแบบแผนการดำเนินชีวิต วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในสังคม ซึ่งอาจถ่ายทอดสู่ผลงานทางด้านศิลปะและสื่อ

วิรุณ ตั้งเจริญ (2544 : 69-70) ได้กล่าวถึงบริบททางสังคมไว้ว่า มีความเกี่ยวข้องกับศิลปะป๊อปอาร์ต ดังนี้

ในช่วงที่เศรษฐกิจเฟื่องฟูปลายทศวรรษ 1950 ป๊อป อาร์ต ได้แสดงบทบาทขึ้นในอังกฤษและสหรัฐฯ นำเสนอผลงานศิลปะด้วยภาพ วัตถุในชีวิตประจำวัน สื่อตลึงและวัตถุต่างๆ ที่ใครๆ อาจมองข้ามไป ศิลปินป๊อปเลือกสรรวัตถุจากวัฒนธรรมมวลชนผลิตภัณฑ์ทันสมัย (popular mass culture) วัตถุ สิ่งพิมพ์ งานโฆษณา นิตยสาร ภาพยนตร์ บรรจุภัณฑ์ ตัวอักษร ตัวเลข ฯลฯ นำมาแสดงออก ศิลปินติดตามสังคมที่แข่งขันในระบบทุนนิยม แข่งขันทางสื่อสารมวลชน สื่อมวลชนที่เริ่มเข้ามาครอบคลุมนชีวิตประจำวัน สะท้อนปรากฏการณ์เหล่านั้นเป็นผลงานศิลปะผลงานป๊อป อาร์ต ผลงานป๊อป อาจมิใช่ความงามที่ศิลปินสร้างขึ้นโดยตรงแต่เป็นภาพจากภาพ (image from image) ที่ปรากฏในสังคมทุนนิยมภาพที่เราคุ้นเคยและใช้อยู่ในชีวิตประจำวัน ทุกสิ่งทุกอย่างล้วนสวยงาม ทุกสิ่งที่เปิดเผยในสังคม ศิลปะเป็นสิ่งธรรมดาสามัญที่ไม่ต้องเกรงกลัวหรือเข้าถึงยาก ชื่นชมกับ ป๊อปอาร์ต โดยไม่ต้องแสวงหาความรู้หรือการศึกษาที่ซับซ้อน ทุกคนล้วนสัมผัสสื่อเหล่านี้ได้ ผลปรากฏว่า ป๊อปอาร์ต ได้รับการชื่นชม ต้อนรับจากคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่เป็นอย่างมาก ศิลปะได้กลายเป็นปรากฏการณ์ร่วมสมัยที่สนใจ ไม่ใช่ลมหายใจที่เก่าครึ้นในพิพิธภัณฑ์ศิลปะอีกต่อไป

วิรัตน์ พิชญ์ไพฑูรย์ (2528 : 184) กล่าวถึงบริบททางสังคมกับศิลปะ ป๊อปอาร์ต ไว้ดังนี้

แรงบันดาลใจจากการแสดงออกของศิลปินกลุ่มป๊อปอาร์ต (Pop Art) เป็นผลจากวัฒนธรรมที่ปรากฏทั่วไปในสิ่งแวดล้อมปัจจุบัน เช่น จากภาพยนตร์ ภาพการ์ตูน และโฆษณาสินค้าที่ปรากฏมากมายทุกหนทุกแห่ง ศิลปินป๊อป อาร์ต จึงเสมือนทำหน้าที่สอดส่องชีวิตและความเป็นไปในสังคมแล้วรายงานออกมาในรูปแบบงานศิลปะ

วอล์คเกอร์ (Walker 1995 อ้างอิงจาก สมเกียรติ ตั้งนโม. 2540 : 27-28) ได้กล่าวถึงศิลปะป๊อปอาร์ต ที่แปรเปลี่ยนบริบททางสังคม ความว่า

ศิลปะแนวป๊อปเป็นตัวอย่างอธิบายถึงการขานรับในเชิงผสมผสานกับวัฒนธรรมมวลชน สำหรับ คัฟท์คำว่า ป๊อป อาร์ต ศิลปะแนวป๊อปที่วงครอบคลุมไปถึงงานจิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ และภาพปะติด (collage) ที่หลากหลายกว้างขวาง ซึ่งได้รับการสร้างขึ้นโดยบรรดาศิลปิน มืออาชีพ ผู้ซึ่งใช้วัฒนธรรมแนวป๊อป (popular culture) และวัสดุทางด้านสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นแหล่งที่มาของภาพ เทคนิคต่างๆ และขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ

จากทรรศนะดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า บริบททางสังคมมีอิทธิพลต่อผลงาน ศิลปะป๊อปอาร์ตในด้านรูปแบบของเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอด โดยเหล่าศิลปินป๊อปทั้งหลายได้หยิบยกเอาเรื่องราวจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากสังคมระบบทุนนิยม จากสภาพแวดล้อมทางสังคมรอบตัว จากรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวัน จากวัฒนธรรมมวลผลิตที่มีความทันสมัย เช่น วัตถุสิ่งพิมพ์ งานโฆษณา ผลิตภัณฑ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ บรรจุภัณฑ์ ตัวอักษร ตัวเลข เป็นต้น ซึ่งทุกสิ่งเหล่านี้ ศิลปินมองเป็นความสวยงาม มีการผลิตซ้ำ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในโลกอุตสาหกรรมการผลิตและเป็นการเชื่อมโยงระหว่างศิลปะกับวิทยาศาสตร์

1.3 กระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะป๊อปอาร์ต

ในมุมมองของศิลปินที่สร้างสรรค์งานศิลปะแต่ละบุคคล จะมีความคิดเกี่ยวกับศิลปะแตกต่างกัน บางคนอาจกล่าวว่า ศิลปะคือความงาม ความจริงใจ ศิลปะคือ การแก้ไขปัญหา ศิลปะคือการถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ศิลปะเป็นการแสดงความเพ้อฝัน มีการใช้เส้น สี วัสดุต่างๆ เป็นการแสดงออกซึ่งรสนิยม สะท้อนภาพชีวิต สังคม ซึ่งมุมมองต่างๆ เหล่านี้ล้วนเกิดจากกระบวนการสร้างสรรค์และการถ่ายทอดโดยยึดหลักสุนทรียภาพทั้งสิ้น

พระพงษ์ กุลพิศาล, นิพนธ์ ทวีกาญจน์ และทวีเกียรติ ไชยงยศ (2534 : 141) กล่าวถึงกระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะป๊อปอาร์ต ความว่า

กระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะป๊อปอาร์ตเกิดจากความสนใจในเรื่องราวและรูปร่างของวัตถุต่างๆ โดยเฉพาะวัสดุสำเร็จรูปที่มองเห็นได้ เช่น อาหารกระป๋อง เสื้อผ้า หนังสือพิมพ์ งานโฆษณา เครื่องหมายจราจร ในเรื่องเทคนิค ศิลปินป๊อปอาร์ต อาจใช้วิธีใดก็ได้ เช่น วาด ระบายสี พิมพ์ ปะติดหรือภาพถ่าย เช่น รอย ลิขเซนสไดน์ เขียนภาพการ์ตูน โรเบิร์ต อินเดียนาเขียนภาพเครื่องหมายจราจร และเครื่องหมายสินค้าต่างๆ เดลส์ โอลเดนเบิร์ก เขียนภาพเป็นแท่งไอศกรีม และ แอมเบอร์เกอร์ขนาดใหญ่

สงวน รอดบุญ (2533 : 114) ได้กล่าวถึงกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปะ

ป๊อปอาร์ต ไว้อีกมุมมองหนึ่งว่า

ป๊อปอาร์ต เป็นศิลปะในลักษณะวิจารณ์ชีวิตสังคมอเมริกันในปัจจุบัน เป็นจิตรกรรมที่ผสมผสานกับงานปะติด (Collage) จากการสร้างองค์ประกอบของวัสดุต่างๆ จากงานพาณิชย์ศิลป์ สื่อมวลชน (Mass Media) และการบริโภค เช่น ภาพจากรูปโฆษณาสินค้า รูปถ่าย ดาราภาพยนตร์ที่ประชาชนคลั่งไคล้ ตัวอักษรหรือหนังสือพิมพ์ ป้ายโฆษณาตามทางหลวง เครื่องรับวิทยุ ด้วยพลาสติก กระป๋องเบียร์ กระป๋องโคล่า ไอศกรีมชั้นเดียวย หอทดอก แฮมเบอร์เกอร์ และอื่นๆ อันเป็นวัฒนธรรมที่แพร่หลายในชีวิตประจำวันและมีปฏิกริยาต่อศิลปะนามธรรม จากการออกแบบที่แปลกตาของ “ป๊อปอาร์ต” ทำให้มีแนวโน้มไปทางลัทธิ “ดา ดา” หรือ Proto-Pop และมีผู้เรียกว่า “Neo Dada” หรือ “ดาดาใหม่” เพราะมีลักษณะล้อเลียนเยาะเย้ย การใช้สีเข้มจากแม่สี มีการระบายสีด้วยเทคนิคของเส้นรอบนอกหรือขอบคม (Hard Edged) วัสดุที่นิยมใช้มี พลาสติก ไวนิล แสงนีออน และสีสะท้อนแสง (luminescent Paint)

จากข้อมูลดังกล่าวโดยสรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ของศิลปะป๊อปอาร์ตเกิดจากการออกแบบที่มีการผสมผสานของวัสดุต่างๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวันในสังคมบริโภค ซึ่งนับเป็นวัฒนธรรมใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมและลักษณะเด่นของศิลปะป๊อปอาร์ตคือผลงานแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงแนวคิดสมัยใหม่ โดยไม่ลืมนำหลักสุนทรียภาพทางศิลปะมาใช้

กำจร สุนพงษ์ศรี (2523 : 361-362) ได้กล่าวถึงหลักสุนทรียภาพของศิลปะป๊อปอาร์ตไว้ดังนี้

1. ศิลปะป๊อปอาร์ตเป็นศิลปะที่ทำลายประเพณีที่นิยมในการสร้างศิลปกรรมที่เน้นความสำคัญของเรื่องมิติต่างๆ โดยแก้ปัญหาเพียงแค่ว่าภายในกรอบสี่เหลี่ยมของภาพ แต่ป๊อปอาร์ตไม่แก้ปัญหานั้นด้วยวิธีดังกล่าวแต่สร้างภาพขนาดใหญ่ให้มีผลขยายต่อสิ่งแวดล้อมข้างเคียง ดังเช่น จัดเป็นฉากชีวิตในบ้านราวกับนำเอาของจริงมาแสดงหรือวาดให้เกินขนาดจำเป็น
2. ใช้เทคนิคและผลิตผลทางอุตสาหกรรมให้เป็นประโยชน์ ดังเช่น สีชนิดใหม่ ๆ หรือสีต่างๆ ซึ่งมนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้น มีการใช้เทคนิคการระบายสีอย่างรวดเร็วจับพลาของศิลปินในกลุ่มแอบสแตรกท์ เอ็กเซอร์ชันนิสม์ และเทคนิคที่เรียบง่ายของงานพาณิชย์ศิลป์
3. ความผูกพันของกฎสุนทรียภาพต่างๆ ที่ยึดถือมาในอดีต ดังเช่นคุณค่าของศิลปะศิลปินป๊อปอาร์ตเห็นว่าศิลปะแต่ละลัทธิต่างมีส่วนดีเด่นของตน พวกเขาจึงปฏิเสธในเรื่องความแตกต่างระหว่างรสนิยมดี เลว ศิลปะไม่ควรกำหนดขอบเขตในคุณค่าของตัวเอง ดังนั้นศิลปะป๊อปอาร์ตจึงขยายวงกว้างออกไป มีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ มีการทำเรื่องของเด็กๆ บางครั้งเป็นเรื่องตลกขบขัน

4. ศิลปินกลุ่มบิ๊อปอาร์ต มีความชอบแตกต่างกันไปตามถนัด บางคนมีความนิยมต่อการแสดงออกในเรื่องของความลึกกลับ และเต็มไปด้วยความฝัน ดังเช่น ในคตินิยมเซอร์เรียลลิสม์หรือบางคนชอบการแสดงออกอย่างรุนแรง เด็ดขาด เช่น กลุ่มเอ็กเพรสชันนิสม์ ถึงกระนั้นพวกเขายังคงมีความต้องการร่วมมือกัน คือแสดงออกซึ่งเป็นเรื่องราวที่คงผูกพันกับภาวะของสิ่งแวดล้อมของเมืองอยู่

5. มีความเคลื่อนไหวที่มีความยืดหยุ่นปรับตัวเข้ากับศิลปะทุกรูปแบบ มีการนำเทคนิคความคิดของคตินิยมต่างๆ เข้ามาคลุกเคล้าให้ปรากฏขึ้นมาในรูปแบบใหม่ ข้าพเจ้าเพื่อศิลปะ โอลเดน เบิร์ก ศิลปินคนสำคัญของบิ๊อปอาร์ต กล่าวไว้ ดังนั้น จึงทำบางอย่างมากกว่าจะมัดติดแต่เรื่องทำเพื่อพิพิธภัณฑ

6. การแสดงออกตามอุดมคติในลัทธิการเมืองตามแนวเสรีนิยมอย่างเต็มที่นั้น เสรีภาพเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานอันสำคัญของมนุษย์ ดังเช่น ดาราภาพยนตร์หรือประธานาธิบดี ในขณะที่จัดกรรไกรผู้หนึ่งสนใจเรื่องบุคคลสำคัญ ดังเช่น ดาราภาพยนตร์ หรือประธานาธิบดี หรือวีระบุรุษคนใดคนหนึ่งก็ได้ หรืออาจสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับทางเครื่องจักรกล เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ ฯลฯ ศิลปินแต่ละคนต่างมีความคิดแตกต่างกันไป มีการแสดงออกอย่างง่ายๆ จนดูคล้ายกับขาดความลึกซึ้งทางใจ

7. มีเจตนารมณ์สะท้อนภาพชีวิตสังคมปัจจุบัน นำเรื่องราวซึ่งคนจำนวนมากคุ้นเคยจนลืมนึกถึงความสำคัญ แต่สำหรับศิลปินแล้ว สิ่งแวดล้อมมีคุณค่าแก่การสร้างสรรค์ พวกเขานำมาเป็นพลังจิตใจ จับเอาความรู้สึกชั่วขณะหนึ่งของคนมาสร้างงาน ชีวิตกลายเป็นสิ่งรวดเร็วและเปลี่ยนแปลงง่ายคล้ายดังแฟชั่น การแต่งกาย วันนี้อาจเป็นที่นิยมแต่พรุ่งนี้ทุกคนก็ลืมเสียแล้ว

กล่าวโดยสรุปได้ว่า หลักรสนทรียภาพของศิลปะบิ๊อปอาร์ต มีลักษณะดังนี้

1. เกิดจากการมีมุมมองที่แตกต่างไปจากการสร้างสรรค์งานศิลปะแบบเดิมในเรื่องการแก้ปัญหา เรื่องมิติของภาพ
2. เกิดจากการพัฒนาเทคนิคสร้างสรรค์ผลงานที่ได้รับอิทธิพลมาจากผลผลิตอุตสาหกรรม
3. เกิดจากการยอมรับคุณค่าในเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันหรือเรื่องราวที่เป็นสามัญ
4. เกิดจากการยืดหยุ่น ปรับแนวคิดเข้ากับสภาพสังคม
5. มีความคิดที่เสรี และสามารถนำสิ่งต่างๆ ที่พบเห็นในชีวิตประจำวันมาผสมผสานให้เป็นสิ่งใหม่ที่คนทั่วไปสัมผัสได้

2. เอกสารข้อมูลเกี่ยวกับ แอนดี้ วอร์ฮอล

2.1 ประวัติและผลงานของ แอนดี้ วอร์ฮอล

แอนดี้ วอร์ฮอล เป็นศิลปินอเมริกันเชื้อสายเช็กโก เกิดเมื่อวันที่ 28 กันยายน ปี ค.ศ. 1930 ที่เมืองฟลอเรสท์ รัฐเพนซิลเวเนีย ในครอบครัวของคณงานด้านหิน ชื่อเดิม Andrew Warhola สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากโรงเรียนเทคนิคพิทสเบิร์ก และได้เข้าไปอยู่ในช่วงที่แอปสแตร์คเอกซ์เพรสชันนิสม์ กำลังได้รับความนิยม วอร์ฮอล ได้ใช้ชื่อ Warhol แทน “Wahola” โดยตัดตัว a ออกเขาเริ่มทำงานด้วยการเป็นนักเขียนภาพประกอบและออกแบบในหนังสือวารสารชั้นนำเช่น Vogue เป็นต้น จากการศึกษาประวัติของแอนดี้ วอร์ฮอล พบว่าได้เสียชีวิตขณะมีอายุเพียง 56 ปี ที่โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยนิวยอร์ก เมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 1987 เป็นที่แน่นอนว่าการเสียชีวิตของเขาจะทำให้ผลงานของเขามีราคาสูงขึ้นจากเดิมหลายสิบเท่า

วิบูลย์ ลิ้มสุวรรณ (2531 : 147) กล่าวถึง แอนดี้ วอร์ฮอล ไว้ว่า

แอนดี้ วอร์ฮอล เป็นผู้บุกเบิกหรือเป็นผู้นำของศิลปะที่เรียกว่า Pop Art ซึ่งเกิดในช่วงทศวรรษ 1960 เป็นศิลปะเหมือนจริงหรือสังคมนิยมแนวใหม่ ผสมดาดาแนวใหม่ (new realism and neo dada) เป็นศิลปะที่มีพื้นฐานมาจากพาณิชย์ศิลป์ เป็นการนำสิ่งที่ปรากฏอยู่ในชีวิตของคนส่วนใหญ่มาเสนอในรูปแบบของศิลปะเช่น ภาพของเครื่องหมายการค้าที่เป็นที่นิยมของประชาชน ตลอดจนถึงดารา และกล่องใส่สินค้า ศิลปะประเภทนี้พัฒนาขึ้นมาในช่วงปลายทศวรรษ 1950

กำจร สุนพงษ์ศรี (2528 : 375) กล่าวถึง แอนดี้ วอร์ฮอล ไว้ว่า

แอนดี้ วอร์ฮอล เป็นศิลปินคนสำคัญอีกคนหนึ่งของกลุ่มป๊อป เขาเกิดที่เมืองพิทสเบิร์ก เริ่มเข้าสู่วงการศิลปะด้วยการทำงานด้านพาณิชย์ศิลป์ รับหน้าที่เป็นผู้ทำโฆษณาของบริษัททำรองเท้า ออกแบบบัตรอวยพร และจัดตกแต่งตู้โชว์ตามห้างสรรพสินค้าในราวปี ค.ศ. 1961 ชื่อเสียงเริ่มเป็นที่รู้จักในหมู่วงการศิลปะการแสดงแห่งหนึ่ง เพราะว่าเขาใช้ฉันทบัตรเป็นส่วนประกอบของผลงานของเขา หลังจากนั้นก็มีเรื่องเล่ากันว่า เมื่อเขานำภาพไปแสดงให้สุภาพสตรีผู้หนึ่งซึ่งเป็นเจ้าของสถานแสดงภาพดู ดังนั้นคุณจึงไปเขียนรูปมา เขาจึงเริ่มสร้างงานชุดนี้ออวาทันที คือภาพกระป๋องซูปของบริษัตกัมเบลล์ วอร์ฮอล ให้เหตุผลว่า มันเป็นจิตรกรรม เพราะว่าข้าพเจ้ากินมันเสมอ ข้าพเจ้าเคยมีอาหารชนิดนี้กินทุกๆ มื้อในตอนเที่ยงทุกวันเป็นเวลาถึง 20 ปี ท่านลองคิดดูเถอะ ในสิ่งเดียวกันข้าแล้วข้าอีก

โอ.เบรอน (O'Brien quoted in O'Connor and Liu. 1996 : 11) กล่าวถึงแอนดี้ วอร์ฮอล ไว้ในหนังสือชื่อ Unseen Warhol ว่า

แอนดี้ วอร์ฮอล คือ “realist” ตัวจริง เขามองทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นความจริงจนผู้คนที่คิดว่าเขาไม่จริง พวกเขาคิดว่าผลงานของเขานั้นไร้ความเป็นศิลปะและจ่อมปลอม แต่งานโฆษณาและงานวาดภาพเหมือนของเขานั้นก็เป็นส่วนหนึ่งที่เขาเรียกว่าเป็นการ “เอาเบคอนเข้าบ้าน” แอนดี้ เอาเบคอนชิ้นใหญ่มากเข้าบ้านจริงๆ ภาพวาดของเขาจ่ายค่าทำหนังสือ ค่าทำหนังสือ ค่าทำรายการทีวี และจุนเจือสมาชิกที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ที่ Factory

ในด้านประวัติผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล ฮอนเนฟ (Honnef 1998 : 85) ได้กล่าวดังนี้

- 1928-1931 เกิดระหว่างปีนี้ วอร์ฮอลกล่าวว่าในไบแอ้งเกิดที่ระบุว่าเป็นปี 1930 นั้นเป็นของปลอม เขามีชื่อเดิมว่า แอนดรูว์ วอร์โฮล (Andrew Warhola) เกิดที่เมืองฟอเรสต์ ซิตี้ รัฐเพนซิลวาเนีย เป็นลูกชายของกรรมกรก่อสร้างและคนงานเหมืองชื่อ อองเดรจ วอร์โฮล กับฮูเลียภรรยา ในปี 1912 เขาได้อพยพออกจากเชโกสโลวาเกียมาสู่สหรัฐอเมริกา ภรรยาของเขาตามมาในอีก 9 ปีให้หลัง แอนดรูว์มีพี่ชายหนึ่งคน และน้องชายหนึ่งคนเข้าเรียนชั้นปทุม
- 1942 บิดาถึงแก่กรรมหลังจากป่วยหนักอยู่ 3 ปี
- 1945 จบชั้นไฮสคูล
- 1945-1949 เรียนที่สถาบันเทคโนโลยีคาร์เนกี ในพิตส์เบิร์ก ในฐานะนักเรียนที่ทำงานไปด้วย ได้พบฟิลิปเพิร์ลสไตน์ นักเรียนทุนเขาทำงานในห้างสรรพสินค้าช่วงปิดเทอมหน้าร้อน
- 1949 ในเดือนมิถุนายน จบปริญญาตรีสาขาจิตรกรรม มุ่งสู่นิวยอร์ก และอาศัยในอพาร์ทเมนต์ที่เซ็นต์ มาร์ค'สเพลส ทางฝั่งตะวันออก ทำงานเป็น commercial artist ให้หนังสือไวค์ และฮาร์เปอร์'ส บาซาร์ และวาดภาพสำหรับงานโฆษณาชิ้นแรกให้กับ เค.มิลเลอร์ ผู้ผลิตรองเท้าชั้นนำ อีกทั้งเป็นปีที่เขาริเริ่มการตกแต่งหน้าต่างโชว์ให้กับ บอนวิท เทลเลอร์ และหัดชื่อให้สั้นลงเป็นแอนดี้ วอร์ฮอล
- 1952 ได้แสดงนิทรรศการเดี่ยวเป็นครั้งแรกที่อูโก้แกลเลอรี ในนิวยอร์ก
- 1953-1955 ออกแบบฉากให้กับคณะละครนอกบรอดเวย์ ย้อมผมเป็นสีฟางซึ่งกลายเป็นภาพที่ผู้คนทั่วโลกจดจำจนวันที่เขาเสียชีวิต เขาย้ายเข้าบ้านใหม่บนถนนเล็กข้างต้นพร้อมกับ มารดาและแมวอีกหลายตัว
- 1954 แสดงนิทรรศการกลุ่มเป็นครั้งแรกที่ลอฟท์ แกลเลอรี ในนิวยอร์ก
แสดงนิทรรศการเดี่ยวภาพวาด Boy Book ที่บอดลีย์ แกลเลอรี (Bodley Gallery)
แสดงภาพ Golden Shoes บนถนนเมดิสัน ได้ทัวร์รอบโลก และเมืองที่เป็นแรงบันดาลใจคือ เมืองฟลอเรนซ์ ภาพวาดของเขาได้ร่วมแสดงในงาน “Recent

- Drawing USA” ที่พิพิธภัณฑ์แห่งศิลปะสมัยใหม่ในนิวยอร์ก (Museum of Modern Art) ได้รับรางวัลจากงาน Art Directors’ Club Award ครั้งที่ 35 (คลาส โคนเฟ 1988:94-95) สำหรับผลงานที่โดดเด่น (งานโฆษณาของเท้าของมิลเลอร์)
- 1957 ได้รับเหรียญในฐานะศิลปินงานโฆษณา(commercial artist) จาก Art Directors’ Club
- 1960 เริ่มสร้างภาพวาดจากหนังสือการ์ตูนเป็นครั้งแรก (เป็นเวลาเดียวกับที่รอย ลิชเทนสไตน์ก็ใช้ภาพการ์ตูน) และภาพวาดขูดโคคา-โคล่าสองภาพแรก
- 1962 เริ่มวาดภาพบนผืนผ้าใบตามธรรมเนียมด้วยภาพกระป๋องแคมป์เบลซูป และภาพ แบงค์ดอลลาห์ ภาพแรกที่ใช้วิธีซิลค์สกรีนโดยใช้ดาราสอลลิวิตต์เป็นต้นแบบ เออร์วิง บลูม แห่งฟิรูกแกลเลอรี (Ferus Gallery) เมืองลอสแอนเจลิส ได้เปิดแสดงภาพกระป๋องแคมป์เบลซูป 36 ชิ้น และซื้อภาพมากกว่าที่ตนเองจัดแสดง ที่งานแสดงภาพป๊อปอาร์ตที่สำคัญที่สุดคือ “The New Realists” ที่ซินีเยเจนิสแกลเลอรี (Sidney Janis Gallery) นิวยอร์ก แสดงภาพเดี่ยวเป็นครั้งแรกที่เอลลีเนอร์ วอร์ดส์ สเตเบิล แกลเลอรี (Eleanor Wards Stable Gallery) นิวยอร์ก เริ่มสร้างภาพชุดจากข่าวอุจาด เช่น Car Crash , Suicide and Electric Chair ห้องใต้ดินที่เขาอยู่ ซึ่งต่อมามีชื่อเสียงว่าเป็นโรงงาน กลายเป็นทั้งโรงฝึกงานและบ้านให้กับคนหนุ่มไฟแรง กลุ่มหนึ่งที่เป็นผู้ช่วย ที่มงานทั้งหมดรับผิดชอบในงานวาด และมักจะช่วยขนย้ายอุปกรณ์เพื่อออกแสดงทุกเวทีที่เขาออกแบบ ระหว่างปี 1962 ถึง 1964 เขาได้สร้างผลงานถึง 2,000 ชิ้น
- 1963 วอร์ฮอลได้สนิทสนมกับเจอร์ราด มาลันกา (Gerard Malanga) ซึ่งต่อมาได้กลายเป็นผู้ช่วยในการสร้างภาพย่นตรีใต้ดิน ภาพย่นตรีเรื่องแรก Sleep (ความยาว 6 ชั่วโมง) และ Empire (ความยาว 8 ชั่วโมง) ในปีต่อ ๆ มา เขาได้สร้างภาพย่นตรีถึง 75 เรื่อง
- 1964 นิทรรศการเดี่ยวในยุโรปเป็นครั้งแรกที่ซ็อนนาบองแกลเลอรี (Sonnabend Gallery) ในปารีส ได้แสดงภาพดอกไม้ในงาน The Mural Thirteen Most Wanted Men ที่ New York State Pavilion ซึ่งวาดขึ้นด้วยเหตุผลทางการเมือง การพยายามสังหารภาพวาดของวอร์ฮอลในปี 64 (64 “assassination”) โดยมีผู้หญิงยิงภาพวาดมาริลีน มอนโร เขาได้สร้างงานปั้นเป็นครั้งแรก เช่น จนวนรวมภาพซิลค์สกรีนของ Brillo, Heinz และ Del Monte
- 1965 แสดงเดี่ยวในพิพิธภัณฑ์เป็นครั้งแรกในสถาบันศิลปะร่วมสมัย (Institute of Contemporary Art) ในเมืองฟิลาเดลเฟีย สื่อต่าง ๆ ลงข่าวว่า เขาเลิกวาดภาพและหันมาเอาใจใส่กับการ สร้างภาพย่นตรีอย่างจริงจัง เขาได้พบกับวงดนตรีร็อกชื่อเวลเว็ตอันเดอร์กราวนด์ (Velvet Underground)
- 1966–1968 ยังคงมุ่งหน้าสร้างภาพย่นตรีโดยร่วมมือกับวงเวลเว็ต อันเดอร์กราวนด์ ลีโอ คาสเทลลิ (Leo Castelli) ได้แสดงภาพ “Cow Wallpaper” และ “Silver Pillows” และโรงงานได้ย้ายไปอยู่ตึกใหม่
- 1968 แสดงนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์ของยุโรปเป็นครั้งแรกที่ Moderna Museet กรุงสต็อก

- โฮล์ม ในวันที่ 2 มิถุนายน วอร์ฮอลถูกวาเลอรี โซลานิส (Valerie Solanis) สมาชิกเพียงคนเดียวของ S.C.U.M. (Society for Cutting Up Men — สมาคมจำกัด ประชากรเพศชาย) ลอบยิง และได้รับบาดเจ็บสาหัส
- 1969 เป็นบรรณาธิการหนังสือ Interview ฉบับปฐมฤกษ์
- 1963-1972 ระหว่างช่วงเวลานี้ วอร์ฮอลสร้างผลงานเพียงสองสามชิ้น มีรายได้จากการวาดภาพเพื่อนศิลปิน และเจ้าของแกลเลอรี
- 1972 เขาเริ่มวาดภาพอีกครั้งด้วยชุดภาพเหมือนหมาเจอตุง และได้แสดงนิทรรศการที่พิพิธภัณฑ์เคิสท์ (Kust museum) ในเบเซล
- 1975 พิมพ์หนังสือ The Philosophy of Andy Warhol (From A to Band Back Again)
- 1976 สร้างผลงานภาพชุด The Shulls และ Hammer and Sickle และภาพเหมือนผู้นำอินเดียนแดง Russel Means และได้แสดงผลงานทั้งหมดที่ผ่านมาของเขาอย่างสมบูรณ์เป็นครั้งแรกที่ Wurttembergischer Kunstverein เมืองสตูดการ์ท
- 1977 ผลิตผลงานชุด 10 นักกีฬา (10 Athletes) เปิดนิทรรศการศิลปะพื้นเมืองในพิพิธภัณฑ์ศิลปะสมัยใหม่ (Museum of Modern Art) ในนิวยอร์ก
- 1978 เปิดแสดงผลงานทั้งหมดของเขาอย่างใหญ่โตที่ Kunsthaus เมืองซูริก
- 1979-1980 นิทรรศการภาพ “Portraits of the Seventies” ที่พิพิธภัณฑ์วิทเนีย ในนิวยอร์ก และสร้างผลงานชุด Reversals และ Retrospectives กลับคืนสู่ธีมที่สำคัญที่สุดของผลงานในช่วงต้น
- 1980 ผลิตวิดีโอหลายชิ้น และฉายทางเคเบิลทีวีส่วนตัวชื่อ “Andy Warhol TV.” และหนังสือ The Warhol 60s และ POPs พิมพ์ออกจำหน่าย
- 1982-1986 ภาพชุดก๊วยพิบัติคือ ภาพชื่อ Myth และ ภาพชุด the Oxidation ได้ถูกนำออกแสดงอย่าง
- 1982-1987 กว้างขวาง อีกทั้งยังได้สร้างภาพวาดที่ยึดภาพที่มีชื่อเสียงเป็นแกนหลัก เช่น ภาพเหมือนเกอเธ ผลงานของ โยฮันน์ ไฮน์ริช วิลเฮล์ม ทิชไบน์ ภาพกำเนิดวีนิส (Birth of Venus) ของซานโดร บอทิเชลลี และ The Annunciation ของลีโอนาร์โด ดา วินชี และภาพอาหารมื้อสุดท้าย (Last Supper) และ ภาพจอร์จกับมังกร (George and The Dragon) ของเปาโล ยูเซลโล
- 1986 ชุดภาพเหมือนเลนิน และภาพเหมือนตนเอง ถือว่าเป็นผลงานชิ้นสุดท้ายของเขา
- 1987 แอนดี วอร์ฮอล เสียชีวิตเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นผลกระทบจากการผ่าตัด

2.2 การสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี วอร์ฮอล

ผู้ศึกษาศิลปะของแอนดี วอร์ฮอล ได้ทำการศึกษาและพบว่าในช่วงปี พ.ศ. 2503 ขณะที่ศิลปินในกรุงนิวยอร์กกำลังนิยมสร้างงานแอบสแตรกต์เอ็กเพรสชันนิสม์ หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า แอคชัน เพนติง ซึ่งมีแนวทางที่แตกต่างไปจากศิลปินกลุ่มป๊อป อาร์ต เพราะขณะที่ศิลปินกลุ่มแอบสแตรกต์เอ็กเพรสชันนิสม์ สนใจเรื่องของการแสดงอย่างอิสระอย่างฉับพลันโดยไม่สร้างรูปที่

เข้าใจให้ปรากฏเห็น ศิลปินกลุ่มป๊อปอาร์ต กลับสนใจเรื่องราวและรูปร่างของวัตถุต่างๆ โดยเฉพาะวัสดุสำเร็จรูปที่มองเห็นได้ เช่น อาหารกระป๋อง เสื้อผ้า แก้วน้ำ หนังสือพิมพ์ งานโฆษณา เครื่องหมายจราจร ในเรื่องเทคนิค ศิลปินป๊อปอาร์ตจะใช้วิธีการผสมผสานไม่เลือกรูปแบบตายตัว เช่น การวาด ระบายสี การพิมพ์ การปะติด หรือเทคนิคภาพถ่าย เช่น รอย ลิขแทนสไตน์ เขียนภาพการ์ตูน โรเบิร์ต อินเดียนา เขียนภาพเครื่องหมายจราจรและเครื่องหมายสินค้าต่างๆ แคลล์ โอลเดนเบิร์ก เขียนภาพเป็นแท่งไอศกรีมและแฮมเบอร์เกอร์ขนาดใหญ่ จอร์จ ชีกัส สร้างรูปด้วยการถอดพิมพ์หรือหล่อจากคนจริงด้วยปูนพลาสเตอร์แล้วนำมาจัดวางแสดงสถานการณ์ต่างๆ

ส่วนงานศิลปะของแอนดี วอร์ฮอล มีลักษณะเป็นภาพสะท้อนชีวิตร่วมสมัยของชาวอเมริกัน ซึ่งต้องทำงานแข่งกับเวลา จัดระบบให้ตัวเองเหมือนเป็นเครื่องจักรกล ผลงานแอนดี วอร์ฮอล ต้องการจะชี้ให้เห็นว่า ชาวอเมริกันจำนวนมาก ขาดความสนใจจะเลยที่จะสัมผัสต่างๆ อย่างละเอียดด้วยแง่มุมต่างๆ การเพิกเฉยเหล่านี้ทำให้พวกเขาขาดการรับรู้ทางสุนทรียศาสตร์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนควรมีในมุมมองของศิลปินสมัยใหม่หลายคน มองโลกด้วยสายตาและความคิดที่แยกแยะ เขาได้นำเอาส่วนที่เขารับรู้มาย่อยทีละส่วน ไม่ว่าจะเป็นมุมถนน ขอบโต๊ะ พื้นดินที่แตก หรือการแตกผกกลางศีรษะคน แอนดี วอร์ฮอล ก็เห็นมาเช่นนั้นแต่เขาไม่ได้เห็นมันอย่างโดดเดี่ยว ทั้งนี้เพราะสิ่งต่างๆ เหล่านั้นมันปรากฏซ้ำซากทุกที่ทุกวัน มันผ่านสายตาจนเขารู้สึกเป็นเรื่องแสนธรรมดาเลยไม่ให้ความสนใจอะไรมันอีก เขาพากันมองข้ามเลยไปหันไปสนใจสิ่งใหม่ๆ ซึ่งไม่นานมันก็จะเกิดความซ้ำซากขึ้นอีก และเขาเหล่านั้นก็จะหันไปสนใจสิ่งอื่นๆ ต่อไปไม่จบสิ้น แต่สิ่งที่เขาจะเลยเหล่านั้น มันไม่ได้หายไปไหน แท้จริงมันกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่เขาอยู่ด้วย แอนดี วอร์ฮอล มองสิ่งแวดล้อมรอบตัวอย่างไม่ละเลย เขาจับเอาสิ่งเหล่านั้นให้มันมาปรากฏในรูปโฉมใหม่บนพื้นผ้าใบของเขา และให้ความสำคัญต่อมัน หยิบยกมันขึ้นมาเสนออย่างสอดคล้องและสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์ แม้มันจะเป็นสิ่งธรรมดาซึ่งกลายเป็นผลงานที่มีความคิดสร้างสรรค์สำหรับงานศิลปะสมัยนั้น

อาร์ สุธิพันธุ์ (2535 : 252) ได้กล่าวถึงการสร้างสรรค์งานของแอนดี วอร์ฮอล ไว้ว่า

แอนดี วอร์ฮอล สนใจที่จะตอบสนองสภาวะสังคมอย่างถูกต้องชัดเจน และตรงไปตรงมา พอ ๆ กับแสดงทักษะและความสามารถทางเทคนิค โดยพยายามที่จะแสดงออกทางจิตรกรรม เพื่อให้ผู้พบเห็นรู้ว่า ฉลากสินค้า ภาพโฆษณา มีความสำคัญต่อชีวิตคุณแค่ไหน วอร์ฮอลให้ทรรศนะว่า ศิลปินในปัจจุบัน ก็คือ เครื่องจักรกลชนิดสูง ซึ่งมีประสิทธิภาพที่จะถ่ายทอดความจริงในโลกนี้ให้ถูกต้อง

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล เป็นลักษณะการถ่ายทอดความคิดของศิลปินที่ตรงไปตรงมาตามสภาพสังคมที่เกิดขึ้นในสมัยนั้น

กัจจกร สุนพงษ์ศรี (2523 : 375-377) ได้กล่าวถึงผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอลไว้ว่า

จากกรรมวิธีการสร้างสรรค์ด้วยการใช้ภาพถ่ายเข้าช่วย พร้อมนำระบบการพิมพ์ผ้า หรือพ่นสี วอร์ฮอลทำงานจากกรรมวิธีเหล่านี้เป็นส่วนมาก เขาทำงานโดยมีลูกมือคอยช่วยเหลือ นอกจากนี้ยังชอบทำเรื่องราวล้วนใหญ่เกี่ยวกับกล่องสำเร็จรูปสำหรับบรรจุสิ่งของ ของบริษัทบริลโล ซึ่งเขาได้ความคิดมาจากจิม ฮาร์วีย์ ศิลปินกลุ่มนามธรรม ซึ่งวาดขึ้นเพื่อเยาะเย้ยถากถางความมีอิทธิพลของภาชนะนี้ต่อชีวิตชาวอเมริกัน ส่วนมากใช้กันอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้วอร์ฮอลยังนำพวกเครื่องหมายต่างๆ ที่มีอยู่ทั่วไป และอาหารกระป๋องสำเร็จรูปของบริษัทแคมเบลล์ ซึ่งคนอเมริกันนับล้านชีวิตอยู่ได้เพราะมัน มาใช้เป็นเรื่องราวสำคัญในผลงาน ส่วนวิธีการจัดองค์ประกอบ เขาก็ใช้วิธีการง่ายๆ เช่นสะกดตา บางภาพเป็นรูปกระป๋องนมที่มากเพียงกระป๋องเดียวเด่นอยู่กลางภาพ หรือไม่ก็วางเรียงเป็นลำดับ รวบรวมมันวางอยู่บนชั้นวางของในห้างสรรพสินค้า ทำให้เกิดจังหวะซ้ำๆ ซากๆ แก่สายตา

วอลส์เกอร์ (สมเกียรติ ตันจโน. 2540 : 44 ; อ้างอิงจาก Walker.n.d) ได้กล่าวถึงการสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล ไว้ว่า

ผลงานบนผืนผ้าใบจำนวนมากของ Warhole เผยให้เห็นถึงการถูกครอบงำจิตใจด้วยสินค้าต่างๆ ของสังคมบริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลผลิตที่เกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มอย่างเช่น กระป๋อง Campbell's soup และขวด Coca-Cola วอร์ฮอลได้เสนอข้อพิสูจน์อันมีเหตุผลที่มีลักษณะเป็นอุดมคติสำหรับความสนใจของเขาในวัตถุปัจจัยที่เกี่ยวกับเรื่องโลกอันนั้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล มีลักษณะเป็นภาพสะท้อนชีวิตร่วมสมัยของชาวอเมริกัน ซึ่งต้องทำงานแข่งกับเวลา จัดระบบให้ตัวเองเหมือนเครื่องจักรกล ซึ่งจะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับทฤษฎีของ อาร์. สุธิพันธุ์ นอกจากนี้ยังพบว่าต้องการชี้ให้เห็นถึงชาวอเมริกันจำนวนมากที่ขาดความสนใจและการละเลยที่จะสัมผัสต่างๆ อย่างละเอียดด้วยแง่มุมต่างๆ การเพิกเฉยเหล่านี้ทำให้พวกเขาขาดการรับรู้ทางสุนทรียศาสตร์ ซึ่งเป็นส่วนที่ทุกคนควรมี และสำหรับมุมมองของศิลปินสมัยใหม่ หลายคนมองโลกด้วยสายตาและความคิดที่แยกแยะ เขาได้นำเอาส่วนที่เขาเหล่านั้นรับรู้มาย่อยที่ละส่วน เพราะสิ่งต่างๆ เหล่านั้นมันปรากฏอยู่ทั่วไปทุกที่วัน มันผ่านเข้ามาในสมองจนรู้สึกเป็นเรื่องธรรมดาเลยไม่ให้ความสนใจกับสิ่งเหล่านี้อีกต่อไป

นั้น แต่กลับหันไปสนใจสิ่งอื่นๆ ต่อไป แต่สิ่งที่เหล่าศิลปินจะเลยไปนั้น มิได้หายไปไหน แท้จริงสิ่งเหล่านั้นกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่เขาอยู่ด้วย

สำหรับแอนดี วอร์ฮอล เป็นบุคคลที่มองสิ่งต่างๆ รอบตัวอย่างไม่ละเลย และจับเอาสิ่งเหล่านั้นมาสร้างสรรค์ให้ปรากฏในรูปโฉมใหม่บนผืนผ้าใบ และให้ความสำคัญกับมัน โดยการหยิบยกมันขึ้นมานำเสนออย่างสอดคล้อง และสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์ แม้ว่าสิ่งเหล่านั้นจะเป็นสิ่งธรรมดา

3. เอกสารข้อมูลเกี่ยวกับผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี วอร์ฮอลชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์

3.1 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน หมายถึงพื้นฐานทางความคิด และความเชื่อของศิลปิน อันส่งผลให้ศิลปินเกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน

สุชาติ เภาทอง (2536 : 63-64) ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับที่มาของความคิดสร้างสรรค์ผลงานไว้ดังนี้

ประการแรก มีพื้นฐานมาจากความสวยงามของสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติเป็นเงื่อนไขหนึ่งที่สร้างความรื่นรมย์ ความสุขใจ และความประทับใจให้เกิดขึ้นกับมนุษย์ ความรู้สึกเหล่านี้จะอยู่ในความทรงจำของมนุษย์ในระดับที่ต่างกัน แต่ศิลปินจะมีธรรมชาติของอารมณ์และความรู้สึกภายในที่ต้องถ่ายทอดและแสดงออกเกี่ยวกับความรู้ที่มีต่อธรรมชาติให้ปรากฏต่อสายตาผู้อื่นด้วย โดยผ่านสื่อกลางชนิดต่างๆ จึงเกิดเป็นผลงานศิลปะที่มีสาเหตุ 2 ประการ สาเหตุแรก คือ สิ่งเร้าจากวัตถุภายนอกอีกสาเหตุหนึ่ง คือ บุคลิกของศิลปิน จิตกรรมจึงเป็นเครื่องมือของศิลปินที่จะถ่ายทอดประสบการณ์ดังกล่าว ให้ปรากฏเป็นผลงานทางศิลปะทั้งรูปธรรมและนามธรรม โดยอาศัยรูปแบบ และวิธีการทางจิตกรรมทำให้ปรากฏขึ้น

ประการที่สอง มีผลมาจากความปรารถนาของศิลปินที่จะถ่ายทอดโลกภายในที่มีความรู้สึกและเข้าใจออกมาให้ปรากฏเพื่อสร้างความซาบซึ้งและความประทับใจและความยินดีต่อผู้ชม การสร้างสรรค์ผลงานจิตกรรมในประการนี้ ส่วนใหญ่จะใช้รูปแบบในการสื่อความหมายทางความคิด การแสดงออกและเทคนิคเป็นสำคัญ โดยแสดงคุณค่าของภาษาทางศิลปะโดยศิลปะ เช่น รูปร่าง รูปทรง ผิวน เป็นต้น

จากความคิดเห็นดังกล่าวสรุปได้ว่า แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานมีที่มาจากหลัก 2 ประการคือ ประการที่หนึ่งมาจากการรับรู้ถึงความสวยงามของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ล้อมรอบๆ ตัวของมนุษย์ภายนอก ประการที่สอง มาจากความคิดความรู้สึก ความเข้าใจภายในของมนุษย์ ซึ่งทั้งสองประการนี้จะถูกถ่ายทอดออกมาโดยอยู่ในรูปแบบผลงานของศิลปินที่มีรูปร่าง รูปทรง พื้นผิวหรือเรื่องราวความคิด การแสดงออกและเทคนิคต่างๆ ที่สำคัญ โดยมีกระบวนการทางความคิดที่แตกต่างของศิลปินแต่ละคน

ชัยยุทธ รัตตานุกุล (2540 : 26) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่า

การมองความคิดสร้างสรรค์ในรูปกระบวนการของความคิดนั้น คือกระบวนการคิดในลักษณะของวิธีการอุปมาอุปมัย เรื่องราว หลักการ / วิธีการ และสิ่งต่างๆ ในรูปแบบใหม่ๆ หรือเพื่อคัดสรร จำแนกวิธีการความเป็นไปทั้งหลาย เพื่อประมวลรวบรวมเข้าด้วยกัน สรุปเป็นประเด็น แนวทางการแก้ปัญหา หรือเป็นการแก้ไขปัญหาลิขิตใหม่ๆ เกี่ยวกับผลผลิต เช่น รูปแบบ (style) ใหม่ และมีคุณค่า (Value) อาจเป็นคุณค่าด้านความงาม ความถูกต้องและ / หรือคุณค่าด้านประโยชน์การใช้สอย (Function) เป็นปรากฏการณ์ใหม่ โดยไม่ซ้ำกับปรากฏการณ์เดิมที่มีอยู่เป็นต้น

จากทรรศนะดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า การมองที่มาของความคิดสร้างสรรค์มีการมองได้ ในรูปแบบของกระบวนการทางความคิดที่แตกต่างกัน เช่น การอุปมาอุปมัย การรวมเรื่องราว การใช้หลักการ วิธีการ ฯลฯ ซึ่งรูปแบบต่างๆ เหล่านี้ได้ถูกสรุปและนำเสนอออกมาเป็นประเด็นที่ใหม่ขึ้น เพื่อให้เกิดผลงานใหม่ ทั้งมีคุณค่าด้านความงามหรืออาจเป็นคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยมากขึ้น

สวนศรี ศรีแพงพงษ์ (2538 : 85) ได้กล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ไว้ว่า

ความคิดสร้างสรรค์หมายถึง ความสามารถที่จะรวบรวมสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันเข้าเป็นสิ่งใหม่รูปแบบใหม่ และอาจนำไปใช้หนึ่งได้ ความสามารถอันนี้แสดงออกมาโดยการตอบสนองต่อสิ่งเร้า โดยสิ่งเร้าจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความคิดต่อเนื่องสัมพันธ์กันไปจนสิ้นสุดกระบวนการ นับเป็นโชคของมนุษย์อย่างหนึ่งที่มีความคิดสร้างสรรค์เป็นสมบัติติดตัวมาคล้ายกับอวัยวะส่วนหนึ่งของร่างกาย ซึ่งเมื่อได้รับการฝึกฝนแนะนำอย่างเหมาะสมแล้ว ก็สามารถนำเอามาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ ความคิดสร้างสรรค์เป็นความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ที่ต้องการสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ให้แปลกไปจากเดิม

จากทรรศนะดังกล่าวสรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์น่าจะมีความหมายรวมถึงความคิดที่เกิดจากการรวบรวมจากสิ่งที่มีอยู่และมีความเกี่ยวข้องกัน มาจัดให้เกิดการรวมตัวเป็นสิ่งใหม่ และสามารถนำเสนอโดยตอบสนองต่อสิ่งเร้าได้อย่างสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

สุชาติ เภาทอง (2536 : 60-63) ได้กล่าวถึง ส่วนประกอบของการสร้างสรรค์ดังนี้

ส่วนประกอบที่สำคัญของการสร้างสรรค์ 3 ประการคือ

1. การรับรู้ (perception) การรับรู้เป็นส่วนประกอบประการแรกของมนุษย์ เราจะพบว่าผู้มีความคิดสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ได้ มักจะเป็นผู้ที่พบเห็นสิ่งต่างๆ มามาก มีการรับรู้มากและพยายามสังเกตจากการรับรู้

2. จินตนาการ (imagination) จินตนาการเป็นผลมาจากการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสต่างๆ ของมนุษย์ เมื่อรู้มาก เห็นมากก็ทำให้เกิดความคิดมาก จึงมีจินตนาการต่อสิ่งต่างๆ มากมาย กล่าวได้ว่า จินตนาการเกิดจากการสังสมของการรับรู้ทั้งมวล ดา วินชี ผู้คิดสร้างเครื่องบินคนแรกของโลกนั้นจะต้องเคยเห็นนกบิน หรือแมลงต่างๆ บินมาก่อน จึงเกิดจินตนาการสร้างเครื่องบินขึ้น และทำการทดลองค้นคว้าต่อมาจนเกิดเป็นเครื่องบินดังที่ทราบกันทุกวันนี้ จินตนาการเป็นผลที่เกิดจากการรับรู้ของมนุษย์ต่อสิ่งต่างๆ รอบตัวบวกกับความคิด การใช้จินตนาการแบบอุดมคติ คือการสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ด้วยรูปลักษณะที่แตกต่างไปจากที่เคยเห็น ดังตัวอย่างภาพจิตรกรรมของไทย เช่น กนิรี คชสีห์ หรือสัตว์ในโบราณนิยายต่างๆ เป็นต้น

3. ประสบการณ์ (experience) ประสบการณ์เป็นผลต่อการรับรู้ในการเรียนรู้หรือทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาก่อนและเก็บสิ่งสมไว้ในสมอง และพร้อมที่จะแสดงออกมาเมื่อถึงเวลาอันสมควร ประสบการณ์มีความสำคัญต่อชีวิต คือทำให้เกิดการเรียนรู้และการแก้ปัญหาไปพร้อมๆ กัน เช่น การต้มไข่ เราพบว่าไข่แดง และไข่ขาวแข็ง ซึ่งเราเคยทราบมาว่าของเหลว เมื่อถูกความร้อนแล้วไม่แข็ง แต่จะกลายเป็นไอ เช่น น้ำ เป็นต้น แต่เรารู้ว่าไข่ไม่อยู่ในข่ายนี้ ความรู้ดังกล่าวเป็นความรู้ที่เกิดจากการทดลอง ที่เรียกว่าแบบลองผิด แบบลองถูก ซึ่งเป็นประสบการณ์อีกอย่างหนึ่ง ดังนั้น ประสบการณ์เป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค์ทัศนศิลป์ใหม่ๆ ทำให้มนุษย์ได้มีการศึกษาเรียนรู้ในกิจกรรมทางปัญญาอันไม่มีที่สิ้นสุด และทำให้โลกมีสิ่งแวดล้อมทางความงาม เป็นอาหารตาอาหารใจ ช่วยสร้างความสุขแก่มนุษย์

จากคำกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์มีส่วนประกอบที่สำคัญ 3 ประการคือ การเรียนรู้ จินตนาการ และประสบการณ์ ทั้งสามส่วนนี้จะมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน เช่นเมื่อมนุษย์มีข้อมูลมาก มีประสบการณ์ที่หลากหลายมุมมอง มีการรับรู้กว้างขวาง มนุษย์ย่อมจะมีโอกาสในการจินตนาการสูง ซึ่งเปรียบเสมือนห้องสมุดที่เกิดขึ้นในสมอง เมื่อมีการสะสมประสบการณ์และการรับรู้ที่มาก ข้อมูลต่างๆ ก็จะถูกจัดเก็บไว้มากและเมื่อวันหนึ่งมีการกระตุ้นให้สร้างจินตนาการก็สามารถหยิบเอาข้อมูลที่ถูกจัดเก็บเหล่านั้นมาใช้ได้ทันที ซึ่งแตกต่างกับคนที่ไม่มีความรู้ ประสบการณ์ จะไม่สามารถจินตนาการหรือเห็นภาพได้

สวนศรี ศรีแพ่งพงษ์ (2538 : 93) ได้กล่าวถึงความหมายของการรับรู้ไว้ว่า

การรับรู้ คือ อาการสัมผัสที่มีความหมาย เป็นการแปลหรือตีความแห่งการสัมผัสที่ได้รับออกมาเป็นสิ่งที่ใดสิ่งหนึ่งที่มีความหมายอันเป็นสิ่งที่รู้จักและเข้าใจ ซึ่งในการแปลหรือตีความของการสัมผัสนั้น จำเป็นที่ตัวเราต้องใช้ประสบการณ์เดิม หรือความรู้เดิมที่มีมาแต่หนหลัง ส่วนการรับรู้ทางศิลปะ หมายถึง การรวบรวมมวลประสบการณ์จากการเห็นด้วยการสังเกตรูปแบบของวัตถุสิ่งของต่างๆ เพื่อให้เกิดความคิดที่จะนำไปถ่ายทอดรูปแบบบนพื้นระนาบผิวต่างๆ การรับรู้เป็นกระบวนการสืบเนื่องจากการสังเกต เพื่อนำไปสู่การถ่ายทอดในการเขียนภาพ โดยการมองเห็นรูปทรงที่เป็นศิลปะเป็นผลที่ได้จากการจัดองค์ประกอบที่มองเห็นสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกัน

จากความหมายของการรับรู้กล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การรับรู้เป็นการตีความจากการสัมผัสโดยให้ความหมายในสิ่งต่างๆ ที่ได้รับรู้และเชื่อมโยงกับประสบการณ์ที่เคยมีมา กล่าวคือ การรับรู้เป็นการสัมผัสที่สามารถบ่งบอกและเข้าใจความหมายได้แต่ต้องอาศัยความรู้เดิมหรือประสบการณ์เดิมที่เคยมีมาก่อนนั่นเอง ส่วนการรับรู้ทางด้านศิลปะเป็นการรับรู้ที่มีความลึกซึ้งกว่าการรับรู้โดยทั่วไป การรับรู้ทางด้านศิลปะจะเป็นการรวบรวมประสบการณ์จากการสังเกต การมองเห็นรูปทรง วัตถุต่างๆ เข้าเชื่อมโยงกับความคิด เพื่อนำไปสู่จินตนาการของศิลปินแต่ละคน การรับรู้ทางศิลปะยังพบว่ามีความละเอียดอ่อน มีการใช้สายตาพินิจวิเคราะห์มากกว่าการใช้สายตาตามปกติธรรมดาและผลผลิตที่ได้จากการรับรู้ลักษณะนี้เรียกว่า การรับรู้ทางทัศนศิลป์ ซึ่งทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบที่แตกต่างไปตามความถนัดของศิลปินแต่ละคน

ชัยยุทธ รัตนานุกูล (2540 : 55-56) ได้กล่าวถึงรูปแบบของความคิดสร้างสรรค์ในงานทัศนศิลป์มี 3 รูปแบบคือ

1. ความคิดสร้างสรรค์ทางด้านความคิด (Creative in Thinking) ได้แก่การรู้จักวิเคราะห์พิจารณาด้วยเหตุผล เพื่อคิดค้นวิธี/กระบวนการ สร้างผลงานทางศิลปะให้แปลกใหม่ไปจากเดิม ตามความพอใจ อารมณ์และความรู้สึกเฉพาะตัว ด้วยแรงดลใจ / จุดบันดาลใจ ลักษณะต่างๆ ทั้งจากภายในและสิ่งแวดล้อมภายนอก
2. ความคิดสร้างสรรค์ทางประโยชน์ใช้สอย (Creative in Function) ได้แก่การใช้ความคิดในการทำสิ่งของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อประโยชน์ใช้สอย อาจจะเป็นประโยชน์ที่เกิดขึ้นใหม่ซึ่งแตกต่างไปจากประโยชน์เดิมๆ หรือเป็นการปรับปรุงประโยชน์เดิมให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น มีศักยภาพในการอำนวยความสะดวกที่สูงขึ้นมากขึ้น มีความคงทนถาวรมากขึ้น ประหยัดพลังงานมากขึ้นหากผลผลิตนั้นต้องใช้พลังงาน จุดมุ่งหมายด้านประโยชน์ใช้สอยของผลงานด้านทัศนศิลป์ จำเป็นต้องคำนึงถึงความสวยงามของรูปร่าง สิ่งของที่สร้างขึ้นด้วย จึงจะจัดได้ว่าเป็นผลงานศิลปะ ซึ่งคุณ

สมบัติที่ว่านี้ ช่างหรือผู้สร้างงานศิลปะยอมรับกันว่าจะต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญเท่าๆ กัน ระหว่างคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอยและคุณค่าทางความสวยงาม

3.ความคิดสร้างสรรค์ทางความงาม (Creative in Beauty) ได้แก่การคิดค้นหาวิธี / กระบวนการเพื่อสร้างความสวยงาม ซึ่งควรจะแปลกใหม่ไปจากเดิมที่เคยพบเห็นอยู่ทุกวัน โดยจะขึ้นอยู่กับความนิยม ความยอมรับของสังคมเป็นหลักในการพิจารณาด้วยผลงานทัศนศิลป์ โดยทั่วไป จะมุ่งเน้นในทางสร้างสรรค์ความงาม ความประณีตและความพิถีพิถันจากการใช้ทัศนธาตุ จึงได้ได้รับความนิยม ผู้ริเริ่มทำงาน ทัศนศิลป์ใหม่ๆ จะนิยมเน้นการสร้างสรรคตามเงื่อนไขนี้เป็นเบื้องต้น เช่น การเขียนภาพเลียนแบบธรรมชาติโดยพยายามถ่ายทอดรูปแบบตามบุคลิกภาพ และบรรยากาศให้คล้ายคลึงวัตถุจริงมากที่สุด ด้วยความประณีตพิถีพิถัน เคารพในสภาพเดิมของวัตถุที่เป็นอยู่

จากคำกล่าวถึงรูปแบบของความคิดสร้างสรรค์ในงานทัศนศิลป์ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ในงานทัศนศิลป์มี 3 รูปแบบคือ ความคิดสร้างสรรค์ทางด้านความคิด ความคิดสร้างสรรค์ทางด้านประโยชน์ใช้สอยและความคิดสร้างสรรค์ทางด้านความงาม นอกจากนั้นรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ที่กล่าวมานั้นยังพบว่า ความคิดสร้างสรรค์ทางด้านความคิด และความคิดสร้างสรรค์ทางด้านความงาม เป็นรูปแบบที่มีความเกี่ยวข้องกับผลงานของแอนดี วอร์ฮอล ซึ่งมีผลงานโดยใช้เทคนิคการพิมพ์แบบเดียวกันที่ซ้ำๆ กัน โดยได้แนวคิดมาจากระบบการทำงานซ้ำๆ ของเครื่องจักรกลในสังคมอุตสาหกรรม ดังที่แอนดี วอร์ฮอลได้กล่าวไว้ว่า เครื่องจักรกลมีบทบาทสำคัญต่ออารยธรรมสมัยใหม่ และการสร้างสรรค์งานซ้ำๆ กันนี้ที่เกิดจากตัวเขาและทีมงานเขาย่อมแสดงถึงพฤติกรรมและการกระทำที่เป็นกิจวัตรประจำวันของผู้คน ซึ่งการที่เขาได้เปรียบเทียบเช่นนี้เป็นการกระทำเช่นเดียวกับการกินของผู้คนที่ทำเป็นประจำทุกวัน ดังนั้นที่มาของความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นส่วนประกอบที่ทำให้การถ่ายทอดความคิดของมนุษย์มีความแตกต่างกัน เนื่องจากความคิดสร้างสรรค์เป็นพฤติกรรมสำคัญของมนุษย์ที่ต้องการสร้างสิ่งแปลกใหม่ขึ้นมาจากที่เคยรับรู้ เคยสัมผัสหรือพบเห็น โดยมีที่มาจากสภาพแวดล้อมที่ปรากฏและสำหรับศิลปินแล้ว ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดที่เป็นโลกภายในของศิลปินซึ่งมีต่อโลกภายนอก อันได้แก่ สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติออกมาเป็นภาพ เสียง บทความ ตัวอักษร เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ให้ปรากฏ

กล่าวโดยสรุป แนวความคิดสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี วอร์ฮอล เป็นศิลปินที่มีความเชื่อบนพื้นฐานของสังคมอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโตและมีการแข่งขันสูง ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมทำให้เขาเกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยมีความประทับใจกับเรื่องราวรอบข้างที่เกิดขึ้นทุกวันซ้ำแล้วซ้ำเล่า ซึ่งสิ่งเหล่านี้หลายคนมองข้าม เช่น จากภาพยนตร์ จากโฆษณาสินค้า คำขวัญต่างๆ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จึงเป็นที่มาของความคิดสร้างสรรค์ในการแสดง

ออกที่เยาะเย้ย ล้อเลียนหรือแสดงให้เห็นภาพจริง นอกจากนั้นแรงบันดาลใจจากการผลิตแบบอุตสาหกรรม ผลผลิตที่ปรากฏเหมือนกัน สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นขณะนั้น เช่น อาหารกระป๋องชนิดเดียวกันที่เรียงกันอยู่บนชั้นในร้านค้า โดยผลงานป๊อปอาร์ตของแอนดี้ วอร์ฮอล มีที่มาจากประสบการณ์ที่ได้ประสบพบเห็นสังคมในยุคนั้น และประสบการณ์จากอาชีพของเขา โดยแอนดี้ วอร์ฮอลได้ผ่านวงการโฆษณา การถ่ายแบบแฟชั่น ซึ่งกำลังเติบโตในสังคมยุคนั้น เมื่อศิลปินนำเอาประสบการณ์ของตนเองผสมผสานกับจินตนาการที่ได้สร้างสรรค์ขึ้น และเมื่อศิลปินถ่ายทอดออกมาเป็นผลงานด้านศิลปะแล้วทำให้ผู้คนเกิดการรับรู้ในเรื่องราวต่างๆ แนวคิดต่างๆ รวมถึงรสนิยมต่างๆ ของผู้คนในยุคนั้น ซึ่งการรับรู้ จินตนาการและประสบการณ์นี้เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล

สำหรับรูปแบบของความคิดสร้างสรรค์ของศิลปินเน้นทางด้านความคิด โดยนำเสนอแง่มุมบางส่วน of สังคม โดยใช้วัตถุของวัฒนธรรมบริโภคมาเป็นสื่อ ผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ทางด้านความงามที่โดดเด่นในเรื่องการใช้สี ซึ่งปรากฏในสังคมขณะนั้น

3.2. เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพหมายถึง เรื่องราวที่ศิลปินนำมาถ่ายทอดในผลงานศิลปะ เรื่องราวที่เกิดขึ้นจะถูกถ่ายทอดออกมาเป็นภาพเกี่ยวกับธรรมชาติ เกี่ยวกับมนุษย์ เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ศิลปินได้สัมผัสมาและนำมาเล่าเรื่องราวผ่านกระบวนการทางศิลปะตามความถนัดของศิลปิน ชลูด นิยมเสมอ (2534 : 22) ได้กล่าวถึงเนื้อหาของภาพไว้ดังนี้

เนื้อหา คือ ความหมายของงานศิลปะที่แสดงออกผ่านรูปทรงทางศิลปะ (Artistic form) ซึ่งมีคุณลักษณะเป็นนามธรรม แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ เนื้อหาภายในหรือเนื้อหาทางรูปทรง กับเนื้อหาภายนอก หรือเนื้อหาทางเรื่องราว หรือทางสัญลักษณ์

อารี สุทธิพันธุ์ (2528 : 63) ได้เสนอความคิดเห็นในประเด็นเนื้อหาของภาพโดยแบ่งเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. เรื่องราวที่เกี่ยวกับมนุษย์และธรรมชาติของมนุษย์ (Man and His Own Nature) ซึ่งได้แก่ เรื่องราวความรัก ความโกรธ หลง อิจฉา ริษยา ฯลฯ เมื่อเป็นทัศนศิลป์ปรากฏว่า ผู้ดูจะต้องนึกถึงตนเอง และสังเกตธรรมชาติของตัวเองมากขึ้น
2. เรื่องราวที่มนุษย์เกี่ยวข้องกับมนุษย์ (Man and Other People) เช่น เรื่องธรรมชาติของครอบครัว เรื่องประวัติศาสตร์ สงคราม การทำมาหากิน ความเห็นอกเห็นใจต่อผู้อื่น ฯลฯ

3. เรื่องราวที่มนุษย์เกี่ยวข้องกับมนุษย์และสิ่งแวดลอม (Man and The Intangibles) ได้แก่ เรื่องราวของเทพเจ้า ศาสนา นิยาย ฯลฯ เรื่องราวต่างๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ ถือว่าเป็นคุณค่าทางเรื่องราว (Content Value) ที่ปรากฏบนทัศนศิลป์แขนงจิตรกรรม และประติมากรรมมากที่สุด ส่วนสถาปัตยกรรมนั้นมีน้อย

ชัยยุทธ รัตตานุกูล (2540 : 191) ได้กล่าวถึง เนื้อหาของภาพไว้ว่า

ศิลปินได้รับสิ่งบันดาลใจจากธรรมชาติ สภาพแวดล้อมรอบๆ ตัวเป็นเบื้องต้น เราคงเคยได้ยินได้ฟังเสมอสำหรับคำว่า “ธรรมชาติคือครูสอน” จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ศิลปินพยายามถ่ายทอดแบบในลักษณะอ้างอิงหรือเทียบเคียงความจริง ที่ประสบพบเห็นในธรรมชาติ เป็นรูปแบบที่ศิลปินได้บันทึกถ่ายทอดเป็นผลงานศิลปะที่แสดงเนื้อหาสาระหรือเรื่องราวให้ประจักษ์แก่การรับรู้มากมาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นแจ้งถึงเหตุการณ์ ประสบการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับเวลาและสถานที่สำคัญๆ ตั้งแต่อดีตกาลมาถึงปัจจุบัน หรือบางครั้งก็อาจเป็นเรื่องราวเนื้อหาสาระ ที่เกิดขึ้นภายในความรู้สึกนึกคิดและจินตนาการของศิลปินเอง ซึ่งอยู่นอกเหนือเงื่อนไข เวลา หรือกฎเกณฑ์จากรูปแบบที่จิตรกรหรือศิลปิน ได้บันทึกถ่ายทอดให้ปรากฏเห็นเหล่านี้

จากคำกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า เนื้อหาของภาพได้แบ่งตามเรื่องราวที่เกิดขึ้น 3 ประเด็นคือ เรื่องราวที่เกี่ยวกับมนุษย์ และธรรมชาติของมนุษย์ เรื่องราวที่มนุษย์เกี่ยวข้องกับมนุษย์ และเรื่องราวที่มนุษย์เกี่ยวข้องกับมนุษย์และสิ่งแวดลอม ซึ่งทั้ง 3 ประเด็นพบว่าเนื้อหาของภาพในมุมมองของอารี สุทธิพันธ์ กล่าวว่าเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับมนุษย์ทั้งสิ้น มีความสอดคล้องกับมุมมองของชัยยุทธ รัตตานุกูล ดังที่กล่าวไว้ว่าเนื้อหาของภาพเป็นเรื่องราวที่ถ่ายทอดจากธรรมชาติ เหตุการณ์หรือประสบการณ์จริง โดยศิลปินจะนำเอาธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมมาผสมผสานกับความรู้สึกนึกคิดและจินตนาการของศิลปินแล้วถ่ายทอดออกมาเป็นเนื้อหาของภาพ นอกจากจะกล่าวถึงเรื่องราวเกี่ยวกับมนุษย์ ธรรมชาติและประสบการณ์จริงแล้ว อาจจะมองเห็นในเรื่องของการแสดงออกของรูปทรงทางศิลปะ ซึ่งรูปทรงต่างๆ ที่ศิลปินได้ถ่ายทอดมานั้นย่อมมีที่มาและความหมายในการนำเสนอและในการถ่ายทอดที่สะท้อนความรู้สึกในบางแง่มุมของศิลปิน ความรู้สึกทางสุนทรียภาพ ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้ผู้ชมศิลปะจะต้องตีความจากการรับรู้ที่เกิดขึ้น ส่วนเนื้อหาของภาพในผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตจะพบว่ามีแตกต่างกับเนื้อหาของภาพในผลงานศิลปะลัทธิอื่นๆ ทั้งนี้มีผลมาจากแนวคิดสิ่งแวดลอมหรือวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในช่วงที่ศิลปินสร้างสรรค์ผลงาน เรื่องราวต่างๆ ที่ปรากฏในศิลปะป๊อปอาร์ตจะสะท้อนความเฟื่องฟูของเศรษฐกิจ สะท้อนวัฒนธรรมบริโภคนิยม สะท้อนเรื่องราวของสังคมที่มีการแข่งขันกัน ซึ่งปรากฏการณ์เหล่านี้ศิลปินป๊อปอาร์ตไม่เคยมองข้ามดังเช่น คราอุส (Krausse 1995 : 113-115) ได้กล่าวไว้ว่า

ในช่วงที่เศรษฐกิจเฟื่องฟู ปลายทศวรรษ 1950 ป๊อปอาร์ต ได้แสดงบทบาทขึ้นในอังกฤษและสหรัฐ นำเสนอผลงานศิลปะด้วยภาพวัตถุในชีวิตประจำวัน สื่อตลึงและวัตถุต่างๆ ที่ใครๆ อาจมองข้ามไป ศิลปินเลือกสรรภาพจากวัฒนธรรมมวลผลิตที่ทันสมัย วัตถุ สิ่งพิมพ์ งานโฆษณา นิตยสาร ภาพยนตร์ บรรจุภัณฑ์ ตัวอักษร ตัวเลข ฯลฯ นำมาแสดงออก ศิลปินติดตามสังคมที่แข่งขันในระบบทุนนิยม แข่งขันทางสื่อสารมวลชน ที่เริ่มเข้ามาครอบคลุมชีวิตประจำวัน สะท้อนปรากฏการณ์เหล่านี้เป็นผลงานศิลปะผลงานป๊อปอาจไม่ใช่ความงามที่ศิลปินสร้างขึ้นโดยตรง แต่เป็นภาพจากภาพ (Image form image) ที่ปรากฏในสังคมทุนนิยม ภาพที่เราคุ้นเคยอยู่ในชีวิตประจำวันและป๊อปอาร์ต ต้องการนำสื่อภาพกระป๋องชุป โคลา-โคลา กล้องฉกฉก ฯลฯ ให้ปรากฏใหม่ทางศิลปะ เพื่อตอบสนองทางวัฒนธรรมมวลผลิตป๊อปอาร์ต ไม่ปรารถนาที่จะสร้างสรรค์ศิลปะเพื่อแสดงวัฒนธรรมที่ยิ่งใหญ่ แต่พยายามผสมผสานศิลปะชั้นสูง (High Art) กับวัฒนธรรมมวลผลิตไปด้วยกัน

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า เนื้อหาของภาพในผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต ส่วนมากจะพบเป็นภาพวัตถุในชีวิตประจำวันของสังคมบริโภค เช่น สิ่งพิมพ์ งานโฆษณา นิตยสาร ภาพยนตร์ บรรจุภัณฑ์ ตัวอักษร ตัวเลข เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ปรากฏในสังคมระบบทุนนิยมที่มีการแข่งขันสูง เป็นภาพที่ผู้คนสัมผัสและคุ้นเคยในชีวิตประจำวันซึ่งปรากฏในเนื้อหาของภาพในผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล สอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการหลายท่านที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

3.3 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

ในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานหรือกลวิธีในการทำงาน คือขั้นตอนที่ศิลปินต้องปฏิบัติงาน การปฏิบัติงานหรือกระบวนการสร้างสรรค์งานในผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี้ วอร์ฮอล ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

3.3.1 การใช้ภาพและตัวอักษร

3.3.2 กลวิธีการใช้สี

3.3.3 การออกแบบและการสื่อสาร

ด้วยเหตุผลที่ว่า ศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี้ วอร์ฮอล เป็นศิลปะที่มีรูปแบบของงานพาณิชย์ศิลป์ งานโฆษณาเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นการออกแบบจึงเป็นส่วนสำคัญต่อกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปิน และเพื่อให้การศึกษาวิจัยได้มีศึกษาอย่างละเอียด ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาถึงส่วนประกอบของการออกแบบในขณะเดียวกัน ผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี้

วอร์ฮอลมีการใช้สีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปิน ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาในประเด็นการใช้สี ประกอบด้วย

สุชาติ เกาทอง (2536 : 65) ได้กล่าวถึงกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานหรือเทคนิคในการทำงานต่างๆ ไว้ว่า

เทคนิคในการทำงานคือกลวิธีในการสร้างสรรค์ผลงานแขนงต่างๆ ซึ่งต้องใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะงาน เพราะขึ้นอยู่กับการใช้เครื่องมือ วัสดุ และกระบวนการทำงานที่แตกต่างกัน ศิลปินและช่างจำเป็นต้องเชี่ยวชาญรู้เทคนิคการทำงานในแขนงใดแขนงหนึ่งโดยเฉพาะจึงจะสามารถสร้างสรรค์งานได้ดี

จากคำกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานหรือเทคนิคในการทำงาน ศิลปินจะต้องนำความชำนาญต่อเครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์ เพื่อให้มีความรู้และทักษะต่อเทคนิคหรือวิธีการนั้นโดยเฉพาะ ผลงานที่ปรากฏจะได้มีความสร้างสรรค์และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

อารี สุทธิพันธุ์ (2532 : 82-83) กล่าวถึงวัสดุที่มีอิทธิพลต่อการถ่ายทอดทางความคิดไว้ว่า

เมื่อมนุษย์เห็นภาพในโลกภายนอก เห็นโชดหิน ต้นไม้ ท้องฟ้า ดอกไม้ ฯลฯ แล้วเลือกใช้วัสดุถ่ายทอดภาพจากโลกนั้น เช่น สี ดินสอ ถ่าน ฯลฯ โดยนำเอาองค์ประกอบของการมองเห็นดังกล่าวแล้ว มาใช้ถ่ายทอดตำแหน่งใกล้ไกล กำหนดรูปแบบ ลักษณะผิว สี ฯลฯ ผลงานนั้นก็จะเป็นผลของการถ่ายทอดของมนุษย์ซึ่งอาจเรียกชื่อต่างๆ กันดังกล่าวแล้วในขอบข่ายของทัศนศิลป์ การที่มนุษย์ถ่ายทอดเช่นนี้ เพราะมีความอยากรู้อยากเห็น ความพอใจและความคิดสร้างสรรค์อันเป็นสมบัติติดตัวมนุษย์เป็นผู้บงการ ซึ่งเมื่อเป็นผลงานแล้วอาจจะมีผลเชื่อต่างๆ ผ่องแผ้ว มีประโยชน์เพื่อเป็นสื่อกลางระหว่างกันสังคม หรือเพื่อความต้องการอื่นๆ ดังนั้นการถ่ายทอดจึงเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญยิ่งเพื่อที่จะตอบสนองการรับรู้ การถ่ายทอดมีสมมุติฐานที่สำคัญคือ ความจริงทั้งหลายที่ปรากฏเกิดขึ้นในโลกภายนอก จะไม่อยู่นอกเหนือการรับรู้ของมนุษย์ มนุษย์มีสิทธิเสรีภาพที่จะแสดงออกเพื่อตอบสนองโดยการถ่ายทอดตามขอบเขต และคุณสมบัติของวัสดุวิธีการ และความเชื่อปรากฏเป็นรูปแบบ

จากคำกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะปะปออาร์ต วัสดุมีอิทธิพลต่อการถ่ายทอดทางความคิด เช่นภาพหนึ่งภาพ เมื่อศิลปินจะสร้างสรรค์ขึ้น ศิลปินจะต้องเลือกวัสดุที่เหมาะสมกับความคิดมาใช้ ไม่ว่าจะเป็นสี ดินสอ ถ่าน เป็นต้น มาสร้างสรรค์ผลงาน ผลงานที่ปรากฏออกมานั้นจึงจะมีความแตกต่างกัน ทั้งที่เป็นภาพเดียวกัน กล่าวคือความแตกต่างนั้นเกิดจากคุณสมบัติของวัสดุที่นำมาใช้ในการถ่ายทอด รวมทั้งความชำนาญในการใช้เครื่องมือ

ในกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินป๊อปอาร์ต นอกจากศิลปินจะต้องมีความชำนาญต่อการใช้เครื่องมือ วัสดุ ซึ่งเป็นกระบวนการทำงานซึ่งศิลปินต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการทำงานขั้นต้นคือ การออกแบบและการสื่อสาร เพราะถือเป็นจุดเริ่มต้นของการถ่ายทอดความคิด ดังที่อาร์ สุธิพันธุ์ได้กล่าวไว้ข้างต้น

3.3.1 การใช้ภาพและตัวอักษร

การใช้ภาษาในการสื่อสารโดยการสร้างสรรค์เป็นผลงานเชิงพาดิซัยศิลป์ มีการใช้ทั้ง วัจนภาษาและอวัจนภาษา โดยวัจนภาษาได้แก่คำหรือข้อความ ส่วนอวัจนภาษาได้แก่ ภาพหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ที่มนุษย์ใช้สื่อความหมายกัน ดังนั้นผลงานเชิงพาดิซัยศิลป์จึงมีลักษณะของการผสมผสานภาษาทั้ง 2 ส่วนไว้ด้วยกัน

สกนธ์ ภูงามติ (2545 : 123-124) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับภาษาภาพไว้ว่า

ภาษาภาพ นั้นมีหลักฐานว่า มนุษย์ในยุคดึกดำบรรพ์ได้ใช้วัสดุท้องถิ่นที่มีและพหุหาได้ เช่น เลือด ยางไม้ ดินหรือหินสี นำมาขีดเขียนเพื่อบันทึกสิ่งที่พวกเขาจดจำ พบเห็น หรือเพื่อถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์และความเชื่อส่วนตัว จึงได้ปรากฏเป็นภาพเขียนสีตามผนังถ้ำต่างๆ หลายแห่ง ภาษาภาพเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการการรับรู้ทางการมองเห็นรายละเอียดของภาพ ในระหว่างการดำรงชีวิตในชีวิตประจำวันของมนุษย์ในยุคนั้น ที่พยายามจะบันทึกเรื่องราวในการล่าสัตว์ของแต่ละวันหรือแม้กระทั่งเป็นการออกแบบตกแต่งผนังถ้ำให้เกิดความสวยงามจากชีวิตประจำวันที่ซ้ำซาก จำเจ ไร้สีสัน ซึ่งมีแต่ม้วนสีเทาๆ ให้เกิดความน่าสนใจขึ้น ต่อมา “ภาษาภาพ” ลักษณะต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้ถูกพัฒนาและออกแบบให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวมากขึ้น เพื่อให้สนองความต้องการด้านต่างๆ จนกระทั่งพัฒนามาเป็นภาษาหนังสือในปัจจุบัน นอกจากนี้ภาษาภาพ แตกต่างจากภาษาหนังสืออย่างมาก เนื่องจากภาษาหนังสือมีกฎเกณฑ์และไวยากรณ์ที่ค่อนข้างตายตัว แต่ภาษาภาพไม่มีเกณฑ์ที่ตายตัว และสามารถแปลภาษาภาพได้หลายความหมาย ทั้งนี้ นักออกแบบ คือ นักแก้ปัญหา ดังนั้น ในการออกแบบจึงต้องศึกษาทำความเข้าใจในส่วนประกอบของการออกแบบอย่างท่องแท้ เพื่อนำไปใช้แก้ปัญหาในด้านต่างๆ จนเกิดเป็นผลงานออกแบบที่มีคุณภาพได้

จันทนา ทองประยูร (2537 : 52) ได้ให้ทรรศนะเกี่ยวกับภาพ ดังนี้

ภาพเป็นสื่อที่มีความหมายในตัวเอง การตีความหรือการเข้าใจความหมายของเรื่องราวที่ปรากฏในภาพนั้นขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างบุคคล จิตวิทยาในการรับรู้สารของบุคคล ภูมิหลังและภาวะแวดล้อมทางสังคม รวมทั้งปัจจัยอื่นอีกมากมาย นอกจากนี้มนุษย์ยังพบเห็น

สิ่งพิมพ์มากมายในชีวิตประจำวัน และในบรรดาส่งพิมพ์ที่มนุษย์พบเห็นเป็นกิจวัตรนั้น ภาพเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ ภาพสามารถก่อให้เกิดผลกระทบมากมายต่อผู้พบเห็น ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้พบเห็นด้วยเหตุผลสำคัญหลายประการ กล่าวคือ ภาพมีส่วนช่วยดึงความสนใจจากผู้ดูหรือผู้พบเห็นโดยทั่วไป ภาพช่วยอธิบายเนื้อหาและแนวคิดของข้อความที่ปรากฏ และช่วยให้ผู้ดูเกิดความเข้าใจในเนื้อหามากขึ้นและเข้าใจความหมายได้ตรงกัน นอกจากนั้นภาพยังช่วยเติมคุณค่าและความหมายให้สิ่งพิมพ์ ภาพช่วยเพิ่มความงามให้สิ่งพิมพ์ และก่อให้เกิดความประทับใจต่อผู้พบเห็นและช่วยให้ผู้ใช้สิ่งพิมพ์จดจำสิ่งพิมพ์ได้ในระยะยาว อีกทั้งภาพยังมีความสำคัญต่อการช่วยพิสูจน์หลักฐานเพื่อยืนยันความจริงที่เกิดขึ้น รวมถึงการใช้ในการอ้างอิงและประโยชน์อื่นๆ อีกมาก

กาญจนา มีศิลปวิภักย์ (2537 : 15) ได้กล่าวไว้ในมุมมองของนักวิชาการด้านโฆษณาเกี่ยวกับภาพ ความว่า

ภาพ (visual elements) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์ การใช้ภาพจะช่วยในการสื่อสาร สร้างความสนใจ จากแนวความคิดและภาพลักษณ์ที่เราต้องการประกอบกับข้อความจะทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งรวมทั้งชื่อ (Brand Name or Trade Name) เครื่องหมายการค้า (Trademarks) และโลโก้ (Logos) ไม่ว่าจะเป็นภาพจริงหรือภาพเขียนก็ตาม

จากข้อมูลทีกล่าวนำข้างต้นสรุปได้ว่า ภาษาภาพ หมายถึงสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการการรับรู้ทางการมองเห็น รายละเอียดของภาพในระหว่างการดำรงชีวิตตั้งแต่อดีตจนพัฒนามาถึงปัจจุบันมีการพัฒนาและออกแบบให้มีลักษณะพิเศษมากขึ้น ภาษาภาพไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวแต่สามารถแปลได้หลายความหมายตามที่คุณพบเห็น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าภาพเป็นสื่อที่มีความหมายในตัวเอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการศึกษาของแต่ละบุคคลและภาพก่อให้เกิดผลกระทบมากมายต่อผู้พบเห็น ดังนั้นภาพจึงเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการออกแบบโดยเฉพาะในงานสิ่งพิมพ์ ภาพจะช่วยสร้างความน่าสนใจ และช่วยสื่อสารความคิด ตลอดจนภาพลักษณ์ของสินค้าได้เป็นอย่างดี ดังคำกล่าวที่เคยมีผู้กล่าวไว้ว่าภาพอธิบายได้มากกว่าคำพูดและเมื่อมีการจัดภาพประกอบข้อความโฆษณาที่มีความลงตัว ภาพนั้นจะมีความสมบูรณ์และอธิบายข้อมูลได้มากขึ้น

โกสุม สายใจ (2537 : 69-70) กล่าวถึงความสำคัญของภาพประกอบในสิ่งพิมพ์ไว้ดังนี้

ภาพประกอบในสิ่งพิมพ์นั้นว่ามีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าข้อความ บางครั้งภาพอาจจะให้ความรู้ ความหมายได้ดีหรือชัดเจนกว่าข้อความ และกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคบางคนชอบดูเฉพาะภาพประกอบ ทั้งภาพประกอบและข้อความต้องมีความสัมพันธ์กันหรือเป็นเรื่องเดียวกัน ภาพประกอบช่วยขยายให้เนื้อเรื่องของข้อความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันข้อความก็ทำหน้าที่อธิบายภาพให้ชัดเจนและเข้าใจมากขึ้น

โกสุม สายใจ (อ้างอิงจาก เกริกบุระ ยมนา. 2534 : 29) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของภาพไว้ว่า

ภาพประกอบเป็นสิ่งปรุงแต่งให้เนื้อเรื่องน่าอ่านยิ่งขึ้น ถ้าสิ่งพิมพ์มีแต่ตัวอักษร ตัวหนังสือ ซึ่งดูเหมือนกัน ไม่ช้าก็เบื่อ ถ้ามีรูปภาพเข้ามาแทรกบ้าง ก็จะเป็นสิ่งจูงใจอ่านแล้วมีรสชาติมากขึ้น โดยทั่วไปแล้วภาพประกอบในสิ่งพิมพ์มี 2 ลักษณะคือ

1. ภาพประกอบจากภาพเขียน เป็นภาพประกอบที่ใช้กันมาตั้งแต่ยุคแรกๆ ผู้เขียนภาพประกอบในยุคนั้นเป็นศิลปิน เพราะช่วงเวลานั้นยังมีกล้องถ่ายภาพ ปัจจุบันยังนิยมใช้ภาพเขียนเป็นภาพประกอบในงานพิมพ์ ทั้งนี้เพราะต้องการที่จะได้ภาพประกอบตามเนื้อเรื่องซึ่งภาพถ่ายทำไม่ได้ หรือทำได้ยาก เช่น ภาพที่เกี่ยวกับสงคราม การต่อสู้ ภาพเกี่ยวกับนรกสวรรค์ ภาพเกี่ยวกับจักรวาล ภาพอดีตหรืออนาคตกาล และเรื่องราวลึกลับต่างๆ
2. ภาพประกอบภาพถ่าย การถ่ายภาพเริ่มค้นคิดกันมาตั้งแต่ประมาณ ค.ศ. 1410 มีการพัฒนาต่อเนื่องกันมาจนสามารถถ่ายเป็นภาพได้ประมาณปี ค.ศ. 1490 ซึ่งในขณะนั้นภาพประกอบที่ใช้ในงานพิมพ์ยังเป็นภาพเขียน จนประมาณปี ค.ศ. 1800 ลิสซีกี้ (Lissisky) ชาวรัสเซียและโมโฮลีนากี้ (Moholy Nagy) ชาวฮังการี นักสร้างสรรค์งานประยุกต์ศิลป์แห่งสถาบันบาวเฮาส์ (Bound House) ได้เริ่มนำภาพถ่ายเข้ามาใช้ในกระบวนการพิมพ์ โดยทำเป็นบล็อกเริ่มใช้กับระบบพิมพ์แบบเลตเตอร์เพลทซึ่งยังไม่ค่อยสมบูรณ์นัก และได้มีการพัฒนามาโดยตลอดจนถึงปัจจุบันสามารถพิมพ์สอตสีได้เหมือนต้นฉบับทุกประการ

นอกจากนี้ภาพประกอบในงานสิ่งพิมพ์ ภาพที่ใช้จัดทำต้นฉบับในการจัดทำสิ่งพิมพ์มีมากมาย แต่ถ้าจะจำแนกตามลักษณะทั่วไปที่มองเห็นสามารถจำแนกได้ดังนี้ (จันทนา ทองประยูร. 2537 : 53-54)

1. ภาพถ่าย เป็นภาพที่จากการบันทึกภาพและข้อความลงบนฟิล์ม และผ่านกระบวนการล้างและอัดขยายลงบนกระดาษโดยใช้กระบวนการทางแสงและเคมี ภาพที่ได้จะมีน้ำหนักเนื้อเรื่อง มีทั้งภาพขาวดำและภาพสี

2. ภาพวาด เป็นภาพที่ได้จากการวาดหรือเขียนด้วยหมึก สีน้ำ สีน้ำมันและสีอื่นๆ ภาพวาดมีสองลักษณะ คือ ภาพวาดที่ให้น้ำหนักสีต่อเนื่อง ดูคล้ายภาพถ่ายหรือภาพธรรมชาติ เช่น ภาพวาดสีน้ำ หรือภาพวาดสีน้ำมัน เป็นต้น ภาพวาดอีกลักษณะหนึ่งเป็นภาพที่ให้น้ำหนักสีเพียงสองสี คือ สีขาวและสีดำ ภาพวาดประเภทหลังเรียกว่า ภาพลายเส้น เป็นภาพที่ให้ความเปรียบเทียบต่างสูง กล่าวคือ ให้น้ำหนักสีของสีดำในส่วนที่เป็นภาพหรือตัวอักษรบนพื้นสีขาวของกระดาษเท่านั้น โดยไม่มีสีเทาปรากฏ เช่น ภาพข้อความหรือตัวอักษรสีดำบนกระดาษสีขาว หรือภาพวาดการ์ตูนขาวดำ เป็นต้น

3. ภาพสกรีน เป็นภาพที่ผ่านกระบวนการทางการพิมพ์มาแล้ว ประกอบด้วยเม็ดหรือจุดขนาดต่างๆ ตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ มีความละเอียดและความหนาของเม็ดสกรีนที่ต่างกันไปแล้วแต่การเลือกใช้ว่า ความละเอียดของเม็ดสกรีนมีหน่วยเป็นจุดหรือเส้นต่อนิ้วหรือจุดหรือเส้นต่อเซนติเมตร สกรีนที่มีความละเอียดมากจะมีจำนวนจุดมากต่อระยะหนึ่งหน่วย สกรีนที่มีความละเอียดน้อยหรือมีความหนามากจะมีจำนวนจุดน้อยต่อระยะหนึ่งหน่วย ภาพที่ใช้ความละเอียดของเม็ดสกรีนน้อยหรือใช้เม็ดสกรีนหนา เช่น 60 จุดต่อนิ้วหมายความว่า ภาพดังกล่าวมีจำนวนเม็ดสกรีนเท่ากับ 60 จุด ในระยะหนึ่งนิ้ว ในกรณีนี้ ผู้ดูจะมองเห็นเม็ดหรือจุดที่ปรากฏบนภาพได้ถ้ามองภาพนั้นที่ระยะการดูภาพปกติ ส่วนภาพที่ใช้ความละเอียดของเม็ดสกรีนมาก เช่น 150 จุดต่อนิ้ว ผู้ดูภาพจะไม่สามารถจำแนกรายละเอียดของเม็ดสกรีน กล่าวคือไม่สามารถมองเห็นเม็ดหรือจุดที่ปรากฏบนภาพด้วยตาเปล่าที่ระยะการดูภาพปกติ แต่ถ้าใช้แว่นขยายที่มีกำลังขยายประมาณ 4-5 เท่าส่องดูจึงจะแลเห็นการจำแนกเม็ดได้

นอกจากแนวคิดเกี่ยวกับประเภทของภาพประกอบดังกล่าวข้างต้น ในงานสิ่งพิมพ์ยังให้ความสำคัญกับการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ เนื่องจากว่าสิ่งพิมพ์ที่พบเห็นโดยทั่วไปประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญหลายอย่าง ได้แก่ ตัวอักษรหรือข้อความ ภาพประกอบ เนื้อที่ว่างและส่วนประกอบอื่นๆ ดังนั้นการออกแบบและจัดหน้าจึงต้องคำนึงถึงการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ในงานสิ่งพิมพ์เข้าด้วยกันโดยใช้หลักการดังต่อไปนี้ (จินทนา ทองประยูร. 2537 : 22-29)

1. ความมีเอกภาพ การจัดวางองค์ประกอบให้มีเอกภาพเป็นการจัดวางองค์ประกอบทั้งหมดของรูปแบบตั้งแต่ข้อความ ภาพ สัญลักษณ์และอื่นๆ ให้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน สามารถสะท้อนเรื่องราวเป็นหนึ่งเดียว ทำให้เกิดผลต่อผู้อ่านหรือผู้ดูไปในทางเดียวกัน โดยสอดคล้องกับความต้องการและวัตถุประสงค์ของเจ้าของงานและผู้ออกแบบ การจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ให้มีเอกภาพทำได้โดยการใช้จำนวนแบบตัวพิมพ์หรือแบบตัวอักษรที่ไม่มากเกินไปในหนึ่งหน้า เพื่อมิให้เกิดความหลากหลายหรือทำให้ส่วนประกอบต่างๆ ของรูปแบบแยกออกจากกันมากเกินไป
2. ความสมดุล การจัดวางองค์ประกอบให้เกิดความสมดุลเป็นการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ของรูปแบบให้มีน้ำหนักที่สมดุลกันในแต่ละด้านไม่หนักไปทางใดทางหนึ่ง ความสมดุลในการจัดวางรูปแบบมีสองประการคือ ความสมดุลแท้หรือความสมดุลที่องค์ประกอบทางซ้ายและขวาหรือ

บนและล่างมีน้ำหนักเท่ากัน เมื่อลากเส้นแบ่งครึ่ง รูปแบบความสมดุลอีกประเภทหนึ่ง ได้แก่ ความสมดุลเทียบหรือความสมดุลที่องค์ประกอบทางด้านซ้ายและขวาหรือบนและล่างมีน้ำหนักไม่เท่ากัน

3. ความมีสัดส่วน การจัดองค์ประกอบโดยคำนึงถึงความมีสัดส่วน เป็นการจัดวางโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ของขนาดและรูปร่างขององค์ประกอบที่ปรากฏและความสัมพันธ์ระหว่างด้านกว้างและด้านยาวของสิ่งพิมพ์ รวมทั้งความเหมาะสมของสัดส่วน ของขนาด รูปแบบและรูปเล่มของสิ่งพิมพ์ โดยทั่วไป

4. การเน้นหรือย้าจุดสนใจ การจัดวางองค์ประกอบโดยการเน้นหรือย้าจุดสนใจเป็นการจัดวางให้จุดสนใจ จุดสำคัญหรือจุดเด่นของรูปแบบโดดเด่นชัดขึ้น แตกต่างจากสีพื้นและส่วนประกอบอื่นๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้สิ่งพิมพ์และเร้าความรู้สึกของผู้ดู การทำให้สิ่งพิมพ์มีจุดเน้นที่น่าสนใจทำได้โดยการใช้สีตัดกัน การใช้สีขาว-ดำ การใช้ตัวอักษรเว้นขาวในพื้นที่หรือการใช้เนื้อที่ว่างแทรกระหว่างหน้าที่มีเนื้อความมากๆ เป็นต้น

5. การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน การจัดวางองค์ประกอบโดยการใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน เป็นการจัดวางส่วนประกอบต่างๆ ของรูปแบบให้ดูเป็นกลุ่มก้อนโดยใช้รูปแบบที่คล้ายคลึงกันหรือเหมือนกันวางรวมกัน เพื่อเพิ่มความแปลกและความน่าสนใจให้สิ่งพิมพ์ และยังเป็นการเน้นข้อความหรือจุดสำคัญที่ต้องการสื่อความด้วย

6. การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหว การจัดวางองค์ประกอบโดยการใช้เส้นนำสายตาเป็นการใช้เส้นหรือส่วนประกอบของรูปแบบ ชวนนำสายตาผู้อ่านหรือผู้ดูไปสู่จุดสำคัญที่ต้องการสื่อความ นอกจากนี้ยังเพิ่มความมีชีวิตชีวาให้กับรูปแบบ ช่วยให้ส่วนประกอบต่างๆ แลดูคล้ายมีการเคลื่อนไหวจากส่วนประกอบหนึ่งไปอีกส่วนประกอบหนึ่งทำให้ภาพดูไม่ “นิ่ง” เกินไป

7. การใช้กรอบหรือภาพพื้นที่เป็นลวดลาย การจัดวางองค์ประกอบโดยการใช้กรอบหรือภาพพื้นลวดลายเป็นการเสริมแต่ความน่าสนใจ ความงามและความเด่นหรือสร้างอารมณ์ให้เกิดกับภาพข้อความและรูปแบบสิ่งพิมพ์ โดยใช้การตกแต่งกรอบ หรือวาดลวดลายเป็นกรอบล้อมรอบภาพและ ข้อความ นอกจากนี้อาจใช้ภาพพื้นที่มีลวดลาย หรือ ใช้กระดาษที่มีลายในตัว เพื่อเพิ่มความเด่นและความสวยงาม

เสรี วงษ์มณฑา (2540 : 158-160) ได้กล่าวถึงการจัดภาพในงานโฆษณาว่า การจัดภาพเป็นการนำภาพหลายภาพและ (หรือ) บางภาพต้องใช้คู่กับคำพูด คู่กับพาดหัว สโลแกน ฯลฯ จึงได้เกิดการจัดภาพขึ้น ดังนั้นการจัดภาพจึงมีประเด็นที่ต้องพิจารณาดังนี้

1. จะนำอะไรเข้ามาใส่ (Composition) ซึ่งการที่จะนำสิ่งใดเข้ามาใส่นั้นจะต้องเน้นจุดขาย (Selling point) ของบริษัทว่าจะขายอะไร ถ้าขายความสะดวกก็ต้องนำภาพความสะดวกเข้ามา ถ้าขายชิ้นส่วนสินค้าก็นำเอาภาพชิ้นส่วนเข้ามา ถ้าขายความสุขก็นำภาพที่คนกำลังมีความสุขมา สิ่งนี้คือเรื่องของการจัดภาพว่าจะวางพาดหัว สโลแกนตรงไหน ข้อความคำพูดมีกี่ข้อความจะวางตรง

ในรูปจะวางอย่างไร ในเรื่องของการจัดภาพว่าจะนำเอาอะไรมาใส่นั้นจะต้องมีจุดสนใจ (Point of interest) อยู่ในภาพจุดหนึ่งที่เด่นชัด ซึ่งภาพที่เป็นจุดเด่นชัดนี้จะต้องสะท้อนบุคลิกภาพของตราสินค้า (Brand personality) และสะท้อนจุดขายของสินค้า และเมื่อดึงดูดใจผู้บริโภคแล้วจะต้องเกิดการซื้อสินค้านั่นเอง

2. ช่องว่าง (White space) พื้นที่ว่างของภาพโฆษณาในการทำโฆษณาไม่ควรคำนึงว่าจะต้องใช้ข้อมูลมากมาย เนื่องจากเสียดยพื้นที่เพราะถ้าหากใส่เข้าไปมากจะทำให้โฆษณานั้นแน่นเกินไป ไม่มีช่องว่างให้พักสายตา ซึ่งเหมือนกับการอ่านตำราที่ทำให้อ่านแล้วง่วงนอน เพราะไม่มีจุดเด่น และไม่มีควมน่าสนใจ

3. สัดส่วน (Proportion) ซึ่งในแง่ของการโฆษณาจะไม่เหมือนกับรูปถ่าย เพราะรูปภาพในโฆษณาอาจมีบางสิ่งบางอย่างที่ไม่เหมือนของจริง อาจใหญ่เกินจริงหรือเล็กเกินจริง ตัวอย่างวิธีการทำให้ดูยิ่งใหญ่ต้องนำคนไปยืนอยู่ข้างหลังและฉายภาพข้างหน้า เพราะฉะนั้นถ้าต้องการจะให้ภาพหวือภาพหรือการเปรียบเทียบคนกับสิ่งของให้ดูใหญ่แค่ไหนก็สามารถทำได้ การจัดสัดส่วนเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นตามอำเภอใจของผู้จัดแต่เกิดขึ้นโดยเจตนาเพราะบางครั้งก็ต้องการให้บางสิ่งใหญ่และบางสิ่งเล็ก

4. การเคลื่อนไหวสายตา (Gazing) หมายถึง การวาดสายตาเวลาที่อ่านหนังสือ ซึ่งนักโฆษณาจะต้องคำนึงถึงธรรมชาติของมนุษย์ด้วยว่าเขากวาดสายตาไปทางไหน ถ้าหากทำผิดทิศทางที่เขากวาดสายตา สมควรจะทำตัวเลขบอกเพื่อให้อ่านตามลำดับจะได้ไม่เกิดผิดพลาดสับสนจากผู้อ่าน

5. รูปแบบของการจัดวางภาพ (Layout type) เป็นการพิจารณาภาพว่าจะมีขอบขาวหรือไม่ ใช้สีอะไรและจะวางรูปแบบใด ถ้าเป็นแบบตีตาราง (Window layout) นักวาดภาพจะเป็นคนทำรูปนั้น การขยับรูปภาพให้ได้สัดส่วนให้ได้สมมาตรหรือถ้ารูปสมมาตรเกินไปก็อาจมีการขยับเพื่อไม่ให้สมมาตรบ้าง จะได้เกิดพลวัตการเคลื่อนไหว (Dynamic) จะเห็นได้จากการจัดวางภาพโฆษณาจะมีเอียงบ้าง เล็กบ้าง ใหญ่บ้าง ซึ่งจะเกิดการเคลื่อนไหวมากกว่า ผู้ที่เรียนทางด้านศิลปะจะรู้จักพิจารณาว่าจะมีรูปแบบในการวางภาพแต่ละภาพอย่างไร ซึ่งจะแตกต่างกันไปหลายรูปแบบ

จากทฤษฎีเกี่ยวกับภาพประกอบและการจัดภาพที่กล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าภาพประกอบในสิ่งพิมพ์มีลักษณะสำคัญคือ เป็นภาพประกอบที่เกิดจากการวาดภาพ การถ่ายภาพและภาพการสกรีน ซึ่งภาพประกอบทั้งสามลักษณะมีความแตกต่างตามลักษณะของการนำไปใช้ในงาน ส่วนการจัดภาพซึ่งมีความสำคัญต่อการออกแบบนั้นต้องคำนึงถึง ความมีเอกภาพ ความสมดุล ความมีสัดส่วน การเน้นหรือย้ำจุดสนใจ การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน การใช้เส้นนำสายตา การใช้กรอบหรือภาพพื้นที่เป็นลวดลาย และสำหรับงานสิ่งพิมพ์ด้านโฆษณาเรื่องการจัดภาพสิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือเรื่องการจัดภาพควบคู่กับคำพูดเพื่ออธิบายเนื้อหา กล่าวคือ คำนึงถึงสิ่งที่จะนำมาใส่ต้องมีจุดขายที่เด่นชัดโดยภาพนั้นต้องมีความน่าสนใจ การเว้นช่องว่างในการจัดภาพ สัดส่วนของภาพซึ่งต้องคำนึงถึงความเป็นจริงและความสอดคล้องกับแนวคิดที่ต้องการนำ

เสนอ การเคลื่อนไหวสายตาที่ต้องคำนึงถึงธรรมชาติของมนุษย์ในการอ่าน และรูปแบบการจัดวางภาพที่คำนึงถึงสัดส่วนที่สมดุลและความน่าสนใจซึ่งต้องอาศัยองค์ความรู้ทางด้านศิลปะเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งทั้งหมดดังกล่าวจะทำให้งานออกแบบมีลักษณะสร้างสรรค์และสมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม การให้ความสำคัญกับภาพประกอบและการจัดภาพเป็นสิ่งที่พึงกระทำเพื่อให้งานน่าสนใจ แต่ก็ไม่ควรละเลยหรือให้ความสำคัญกับการใช้ตัวอักษรในการออกแบบ เช่น เรื่องของการเลือกรูปแบบตัวอักษร

เสรี วงษ์มณฑา (2540 : 160) ได้กล่าวถึงการเลือกรูปแบบตัวอักษรในงานโฆษณาไว้ว่า

การเลือกรูปแบบตัวอักษร (Typography) เป็นเรื่องของการใช้ตัวอักษร (Font) เนื่องจากลายเส้นสามารถสะท้อนบุคลิกภาพได้ เช่น ถ้าสินค้าเขียนด้วยตัวอักษรคอมพิวเตอร์คนก็จะมองว่าเป็นสินค้าที่ทันสมัยและถ้าหากบริษัทมีสินค้าที่ทันสมัยแต่ใช้ตัวอักษรโรมันหรืออักษรโบราณก็จะไม่เข้ากับสินค้า ดังนั้นในเรื่องรูปแบบตัวอักษรจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเลือกใช้ตัวอักษรให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของสินค้า เมื่อผู้บริโภคมองแล้วไม่ผิดเพี้ยน สินค้าเด็กก็ดูเป็นเด็ก สินค้าวัยรุ่นก็ดูเป็นวัยรุ่น สินค้าผู้ใหญ่ สินค้าทันสมัย สินค้าโบราณ ซึ่งรูปแบบตัวอักษรจะต้องสอดคล้องกับลักษณะสินค้าให้เปลี่ยนแปลงไปตามกัน

จันทนา ทองประยูร (2537 : 38) ได้กล่าวถึงการเลือกใช้ตัวอักษรในการออกแบบและจัดหน้าสิ่งพิมพ์ไว้ว่า

หลักการเลือกใช้ตัวอักษรในการออกแบบและจัดหน้าสิ่งพิมพ์มีความสัมพันธ์กับหลักการออกแบบและจัดหน้าสิ่งพิมพ์ด้วย กล่าวคือ ต้องคำนึงถึงประเภทและลักษณะเนื้อหาของสิ่งพิมพ์ วัตถุประสงค์ในการจัดทำ กลุ่มเป้าหมายผู้ใช้สิ่งพิมพ์ และข้อมูลอื่นที่จำเป็น ผู้ออกแบบจัดหน้าสิ่งพิมพ์ควรคำนึงถึง การใช้รูปแบบตัวอักษรที่ช่วยให้สิ่งพิมพ์อ่านง่ายและอ่านออกมากกว่าความสวยงามทางศิลปะ

การอ่านง่าย หรือการอ่านเข้าใจง่าย (readability) แตกต่างจากการอ่านออก หรือที่เรียกว่า ประจักษ์ภาพ (legibility) กล่าวคือ การอ่านง่ายหมายถึง ความสบายตาของผู้อ่านในการอ่านข้อความที่เกิดจากการนำตัวอักษรมาเรียงต่อกันเป็นข้อความแล้วเข้าใจในเนื้อหาของข้อความนั้นได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องใช้ความพยายามในการเพ่งสายตาเพื่ออ่านจับใจความที่ระยะการอ่านหนังสือปกติ คือประมาณ 12-16 นิ้วจากระดับสายตา ส่วนการอ่านออกหรือประจักษ์ภาพ หมายถึงความสามารถของสมองมนุษย์ในการรับรู้ว่ามีตัวอักษรปรากฏให้เห็นเด่นชัดบนหน้ากระดาษและทราบว่าเป็นตัวอักษรอะไร

ส่วนการพาดหัวข่าวหรือในพาดหัวโฆษณาหรือในงานที่ใช้จำนวนตัวอักษรไม่มาก การเลือกใช้ตัวอักษรควรคำนึงถึงการอ่านง่ายและการอ่านออก การเลือกใช้ตัวอักษรที่อ่านง่ายและอ่านออกต้องคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสบายตาในการอ่านได้แก่ แบบตัวพิมพ์ หรือแบบตัวอักษร ขนาดตัวอักษร น้ำหนักตัวอักษร ความยาวบรรทัด ช่วงบรรทัดหรือระยะห่างระหว่างบรรทัด เป็นต้น

จากแนวคิดเรื่องการเลือกรูปแบบตัวอักษรดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า การเลือกรูปแบบตัวอักษรเป็นเรื่องของการใช้ตัวอักษรชนิดต่างๆ ในงานโฆษณานั้น ลายเส้นจากตัวอักษรสามารถสะท้อนบุคลิกภาพได้ เพราะฉะนั้นในการเลือกใช้ควรเลือกให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของสินค้าหรือสิ่งที่ต้องการจะสะท้อนบุคลิกภาพของสิ่งนั้นออกมา นอกจากนั้นจะต้องคำนึงถึงเหมาะสมของชนิดหรือประเภทและลักษณะเนื้อหาของสิ่งพิมพ์ วัตถุประสงค์ในการจัดทำ กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจะสื่อสารและความยากง่ายในการอ่านของกลุ่มเป้าหมาย

3.3.2 กลวิธีการใช้สี

กลวิธีการใช้สีของแอนดี้ วอร์ฮอล นับว่าเป็นการสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปินในกลุ่มป๊อปอาร์ต ความโดดเด่น สะดุดตาของสี การใช้คู่สีที่ตัดกัน การใช้สีทับกัน สีแต่ละสีที่ศิลปินใช้มีความเกี่ยวข้องกับสีที่เกิดขึ้นในงานพาณิชย์ศิลป์ งานโฆษณาและภาพการ์ตูน ซึ่งเป็นสีเส้นที่สะท้อนจากสังคมบริโภคทั้งสิ้น ดังที่สมเกียรติ ตั้งนโม (2542 : 112) กล่าวว่า

Warhol เป็นคนสร้างภาพประกอบและนักออกแบบที่ประสบความสำเร็จคนหนึ่งในนิวยอร์ก ก่อนที่จะกลายมาเป็นจิตรกรคนหนึ่งและนักสร้างภาพยนตร์ ประสบการณ์ของเขาเกี่ยวกับธุรกิจและการโฆษณาจะเป็นเครื่องพิสูจน์และประโยชน์อันยิ่งของเขาในเวลาต่อมา สโลแกนหรือคำขวัญที่ว่า ข้าพเจ้าบริโภค ดังนั้นข้าพเจ้าจึงเป็น (นักบริโภค) (I consum, therefore I am) เป็นคำที่หุ้มห่อลักษณะพื้นฐานทางวัฒนธรรมเกี่ยวกับสังคมบริโภคของชาวอเมริกันและยุโรปในช่วงปีทศวรรษที่ 1950 และ 1960 เอาไว้ ดังที่ภาพของงานศิลปะป๊อปอาร์ตบ่งชี้เอาไว้ พวกมันส่วนมา แล้วเป็นการขายรับเชิงบวกต่อสังคมที่มั่งคั่งร่ำรวยใหม่นี้ ผลงานบนผืนผ้าใบจำนวนมากของ Warhol เผยให้เห็นถึงการถูกครอบงำจิตใจด้วยสินค้าต่างๆ ของสังคมบริโภค

จากทฤษฎะดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า กลวิธีการใช้สีในผลงานป๊อปอาร์ตของแอนดี้ วอร์ฮอล ในการสังเกตเบื้องต้นพบว่า มีหลักการใช้สีตามที่นักวิชาการได้กล่าวไว้และผนวกกับอิทธิพลจากสังคมบริโภคที่มีการใช้สีที่โดดเด่น สะดุดตาในงานโฆษณาและผลิตภัณฑ์ เพื่อดึงดูดผู้บริโภค จุดประสงค์ของนักออกแบบที่ตั้งใจจะให้ผู้บริโภคเห็นในงานโฆษณาหรือสินค้า คือเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อในเวลาอันรวดเร็ว สีเส้นของแพชั่น เสื้อผ้าที่ผู้คนสวมใส่หรือแม้แต่วัสดุของ

ใช้ประเภทพลาสติกที่เป็นที่นิยมในยุคนั้นล้วนมีอิทธิพลต่อการใช้สีในการสร้างสรรค์งานของแอนดี วอร์ฮอล ทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน

แรงบันดาลใจของแอนดี วอร์ฮอลในการสร้างสรรค์งานเกิดจากสภาพสังคมยุคนั้น เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับชีวิตประจำวันของผู้คนยุคนั้น สีที่สร้างขึ้นในผลงานจึงมีสีที่สะท้อนจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมยุคนั้นเช่นเดียวกัน กล่าวโดยสรุปคือ ในการสร้างสรรค์งาน ศิลปินจะใช้สีสดใสโดดเด่น ศิลปินเลือกใช้สีที่เป็นตัวถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก เพราะสีแต่ละสีมีความหมายต่อการรับรู้ของบุคคล ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล สีที่แอนดี วอร์ฮอลใช้ยังช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับผลงาน เป็นตัวแทนของสัญลักษณ์ที่ศิลปินต้องการสื่อ-สารและยังช่วยสร้างความประทับใจให้กับผู้พบเห็นได้ ดังนั้นการใช้สีในการสร้างสรรค์งานของแอนดี วอร์ฮอล จึงเป็นการใช้สีที่สื่อความหมายถึงสภาพชีวิตสังคมบริบทนิยม สีของแฟชั่น ของสินค้าและผลงานโฆษณาที่มีการแข่งขันสูงในยุคนั้น การใช้สีที่โดดเด่นสะดุดตา การใช้สีตัดกันของภาพที่มีอิทธิพลจากภาพการ์ตูนทั้งสิ้น

วิรัตน์ พิชญ์ไพบุญย์ (2524 : 41-42) ได้กล่าวถึงการใช้สีไว้ว่า

สี (color) เป็นองค์ประกอบหนึ่งของงานศิลปะที่มีความหมายมาก เพราะสีสามารถช่วยให้เกิดคุณค่าในองค์ประกอบอื่นๆ เช่น การใช้สีผ้ายใส่เป็นเส้นต่างๆ การใช้สีให้เกิดรูปร่าง การใช้สีให้เกิดจังหวะ การใช้สีแสดงลักษณะของพื้นผิว นอกจากนั้นการใช้สียังมีส่วนส่งเสริมให้เกิดความคิด ความรู้สึกและอารมณ์ สีแสดงถึงความหมาย สีเปรียบประดุจองค์ประกอบหลักที่สามารถควบคุมและเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบอื่นทั้งนี้เพราะสีมีผลเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทุกอย่างที่ประกอบเป็นภาพและมีอิทธิพลเหนือจิตใจและก่อให้เกิดความรู้สึกในด้านต่างๆ ได้ สีเป็นการแสดงถึงความหมายและอารมณ์ของผู้ใช้สี จะเปลี่ยนแปลงไปตามปริมาณของแสงทำให้เกิดเงาอ่อนแก่เคลื่อนที่ไปช่วยให้และดูมีชีวิตชีวา ซึ่งความรู้สึกนี้จะผันแปรไป รวมทั้งแสดงอารมณ์เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลานั้นด้วย ถ้าลองทบทวนถึงเหตุการณ์ในสิ่งแวดล้อมรอบตัวเราถึงความเปลี่ยนแปลงสีในธรรมชาติ

สุชาติ เถาทอง (2536 : 81-90) ได้กล่าวถึงการใช้สีไว้ดังนี้

สี (Color) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของงานทัศนศิลป์ เพราะช่วยให้เกิดคุณค่าในส่วนประกอบต่างๆ และเป็นเครื่องแสดงอารมณ์และความคิด ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องที่ค่อนข้างจะซับซ้อน ถ้าต้องการให้การใช้สีได้ผลสมบูรณ์จริงๆ เพราะทั้งอารมณ์และความคิดเป็นสิ่งที่ยากจะวางมาตรฐานมาแน่นอนได้ ด้วยเหตุที่ศิลปินมักจะใช้สีกันอย่างค่อนข้างอิสระ และต่างก็มีเหตุผลของการใช้สีมีดังนี้

1. สร้างความรู้สึก สีให้ความรู้สึกต่อผู้พบเห็นแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และภูมิหลังของผู้ดู สีบางสีสามารถช่วยบำบัดโรคจิตบางชนิดได้ การใช้สีกับอาคารทั้งภายใน และภายนอกเป็นการสร้างความรู้สึกต่อการสัมผัส และการสร้างบรรยากาศ
2. สร้างความน่าสนใจ สีมีอิทธิพลต่องานศิลป์ และออกแบบ สีช่วยสร้างความประทับใจและความสนใจเป็นอันดับแรกที่เราพบเห็น
3. สีบอกสัญลักษณ์ของวัตถุ เกิดจากประสบการณ์และภูมิหลัง เป็นต้นว่า สีแดงแทนไฟ สีเขียวแทนพืชหรือความปลอดภัย
4. สีช่วยในการรับรู้และจดจำ งานทางทัศนศิลป์และออกแบบต้องการให้ผู้พบเห็นเกิดความจดจำในรูปแบบและผลงาน หรือเกิดความประทับใจ การใช้สีจะต้องระมัดระวังและมีเอกภาพคุณสมบัติของสีในบรรดาสวนประกอบของทัศนศิลป์ มีองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญคือสี (Color) และน้ำหนักของสี (Value of Color) เพราะสีเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดคุณค่าในองค์ประกอบอื่นๆ เช่น การใช้สีป้ายให้เป็นเส้นต่างๆ การใช้สีให้เกิดรูปร่าง การใช้สีให้เกิดจังหวะ การใช้สีแสดงลักษณะของผิวพื้น นอกจากนั้นการใช้สียังมีส่วนส่งเสริมให้เกิดความคิด ความรู้สึก และอารมณ์

มาโนช กงกะนันท์ (2539 : 123) ได้กล่าวถึงหลักการใช้สีเพิ่มเติมอีกว่า

การใช้สี หรือการให้สีในการสร้างสรรค์งานศิลปะทั้งประเภทจิตรศิลป์และประยุกติศิลป์นั้น การให้สีมีความสำคัญมาก เปรียบเหมือนกับการปรุงอาหาร อาหารจานหนึ่งๆ นั้น ถ้าแม่ครัวทำอย่างธรรมดาเราก็รับประทานได้ แต่อาจไม่อร่อย ไม่มีรสชาติ ต้องปรุงแต่งเพิ่มเติมจนเป็นที่ถูกปาก ส่วนการสร้างงานศิลปกรรม โดยเฉพาะงานจิตรกรรมและเลขนศิลป์นั้น ถ้าไม่มีการให้สีเพื่อให้เป็นที่ต้องตาและต้องใจแล้ว ผลงานชิ้นนั้นก็แทบจะหมดความหมายไป อาจไม่มีความสนใจเลย

รัชนี นพเกตุ (2540:91)ได้กล่าวถึงการรับรู้เรื่องสีโดยสรุปได้ว่า

การรับรู้เรื่องสีเป็นความสามารถในการแยกสีต่างๆ ตามความแตกต่างของความยาวคลื่น นักปรัชญา นักฟิสิกส์ กวี ศิลปิน นักจิตวิทยา ต่างให้ความสนใจศึกษา ทั้งนี้เพราะมีความแตกต่างระหว่างบุคคลมาก มีตัวแปรอื่นเป็นต้นว่า การเรียนรู้ ประสบการณ์ บุคลิกภาพ อารมณ์แรงจูงใจ เป็นต้น

นอกจากนี้ รัชนี นพเกตุ (2540:92-93)ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของสีเพิ่มเติมอีกว่า

สีแต่ละสีมีคุณสมบัติ 3 ประการที่สัมพันธ์กัน สามารถเขียนออกมาในรูปแบบ 3มิติเรียกว่ากระสวยสี(Color spindle)ซึ่งประกอบด้วย 1.มิติของสี(Hue)ได้แก่ส่วนรอบของกระสวยเรียงตามลำดับ

จากช่วงคลื่นสั้นไปยังช่วงคลื่นยาว 2.มิติของความสดใส(Brightness)ได้แก่แกนตั้ง สีที่อยู่ก่อนไปทางข้างบนแสดงว่ามีสีขาวมากความสดใสจะมาก สีเหลืองที่มีขนาดคลื่นเท่ากัน อาจมีความสดใสไม่ เท่ากันก็ได้ความแตกต่างของความสดใสนี้เกิดจากความแตกต่างของแอมพลิจูด 3.มิติของความอิ่มตัว(Saturation)ได้แก่ส่วนของรัศมี หมายถึง ความบริสุทธิ์ของสีทั้งหลายสีคูมีสีเทาปนสีไม่ บริสุทธิ์หรือสีที่อิ่มตัวน้อยจะมีสีเทาปนมากความอิ่มตัวขึ้นอยู่กับความสดใสด้วย

จากแนวคิดกลวิธีการใช้สี หลักการใช้สีและการรับรู้เรื่องสีดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า สีเป็นองค์ประกอบของงานศิลปะ ในอันที่จะทำให้งานเกิดคุณค่า สีช่วยให้เกิดจังหวะในภาพ สีแสดงพื้นผิวและนอกจากนั้นยังช่วยให้เกิดความคิด อารมณ์ต่างๆ ได้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือสีเป็นเครื่องแสดงอารมณ์และความคิด สำหรับหลักการใช้สีควรคำนึงถึงสาระสำคัญเรื่องการใช้สีเพื่อให้เกิดการประสานกลมกลืนในลักษณะต่างๆ สีแต่ละสีมีคุณสมบัติ3ประการคือมิติของสี มิติของความสดใส มิติของความอิ่มตัว สีแต่ละสีสามารถส่งเสริมกันในลักษณะต่างๆ และประการสุดท้ายการใช้สีตามทฤษฎีของศิลปิน ล้วนเกิดจากการพัฒนาการทางเทคนิคใหม่ๆ ผสมกับความคิดสร้างสรรค์เฉพาะตัวของศิลปินที่ได้นำมาสร้างสรรค์ผลงานนั้นเพื่อสร้างความแตกต่างไม่ซ้ำใคร อย่างไรก็ตามกลวิธีการใช้สีกับงานออกแบบนั้นอยู่ที่นักออกแบบแต่ละบุคคลว่าจะมีความชำนาญ และมีจุดมุ่งหมายใดที่จะสร้างความน่าสนใจ เราใจต่อผู้ชมผลงาน เพื่อให้เข้าถึงจุดมุ่งหมายที่ต้องการ

วิรุณ ตั้งเจริญ (2535 : 21-22) ได้กล่าวถึงความสำคัญในการใช้สี และจิตวิทยาเกี่ยวกับสีความว่า

เมื่อศิลปินหรือนักออกแบบสร้างสรรค์งาน จำเป็นจะต้องให้ความสำคัญกับสี ซึ่งเป็นสื่อในการแสดงออกคุณภาพของสี เช่น คุณภาพดูดซับแสง และสะท้อนแสง (Absorptive and Reflective Qualities) ขีดจำกัดในการใช้ของสีแต่ละชนิดหรือสีที่ต่างคุณสมบัติ เช่น สีน้ำมันและสีอะคริลิค ประสิทธิภาพเกี่ยวกับสีเหล่านี้เป็นประสบการณ์ต้องเรียนรู้โดยตรง จิตวิทยาเกี่ยวกับสี นักจิตวิทยาถือว่าสีต่างๆ แต่ละสียังมีอุณหภูมิเชิงจิตวิทยา (Psychological Temperature) กับแสงอาทิตย์หรือไป สีน้ำเงิน หรือสีเขียวสัมพันธ์กับ ป่า น้ำ ท้องฟ้าและให้ความรู้สึกเย็น เป็นต้น ศิลปิน นักออกแบบ

และนักสร้างสรรค์กระบวนการแบบ (Stylist) เรียนรู้และเข้าใจในเรื่องจิตวิทยาเกี่ยวกับสี ความสัมพันธ์ระหว่างสีกับปฏิกิริยาตอบสนองมนุษย์ และนำประโยชน์จากการเรียนรู้และประสบการณ์ไปสร้างสรรค์งานศิลปะหรืองานออกแบบของเขา

ทองเจือ เขียดทอง (2542 : 196-200) ได้กล่าวถึงการใช้สัญลักษณ์ตามหลักจิตวิทยาไว้ว่า

การออกแบบสัญลักษณ์นอกจากจะคำนึงถึงความต้องการของตนตามหลักการออกแบบแล้ว ต้องนึกถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและลูกค้าด้วย ซึ่งความรู้สึกนึกคิด รสนิยม วัฒนธรรม และความเชื่อเรื่องสีต่างกัน ดังนั้นถ้านำหลักการทางจิตวิทยาไปผสมผสานกับการใช้สีตามทฤษฎีแล้วไปในทิศทางเดียวกันก็จะดียิ่ง

จากแนวคิดเกี่ยวกับสัญลักษณ์สามารถสรุปได้ว่า นักออกแบบจะต้องให้ความสำคัญกับสี โดยการสร้างความเข้าใจและขีดจำกัดของการใช้สี ตลอดจนคุณสมบัติของสีแต่ละชนิด ซึ่งเป็นประสบการณ์การเรียนรู้โดยตรงของนักออกแบบ นอกจากนี้ต้องเรียนรู้เรื่องจิตวิทยาของสี เนื่องจากสีแต่ละสีสามารถสร้างการตอบสนองต่อการรับรู้ของมนุษย์ที่แตกต่างกัน สีบางสีให้ความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ บางสีให้ความรู้สึกเย็นชา บางสีให้ความรู้สึกเบิกบานหรือเศร้าหมอง เป็นต้น

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาเรื่องสี พบว่าในปัจจุบัน สี กลายเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางการตลาดที่จำเป็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านรูปลักษณ์ภายนอกของสินค้า สีจะมีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค นอกจากนี้สียังสื่อสารถ่ายทอดข้อมูล รวมถึงคุณภาพของสินค้าและเอื้อประโยชน์ต่อการใช้งาน อีกทั้งบ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสินค้าหรือแม้แต่องค์กรบางแห่ง

ปฏิคม พลับพลึง (2546 : 141) กล่าวถึงสูตรสำเร็จทางการตลาดในเรื่องสี คือ การเข้าถึงคุณสมบัติต่อไปนี้ได้ในเวลาเดียวกัน

1. สีเป็นเหมือนสื่อกลางในการถ่ายทอดสารที่สินค้าและบริการต้องการสื่อออกมา โดยอาศัยการวิจัยผู้บริโภคมารองรับ เพราะสีที่คู่ควรกับสินค้าและบริการย่อมมีค่ามากกว่าคำบรรยาย
2. การใช้สีต่างๆ ร่วมกัน จะต้องมีการผสมกันอย่างกลมกลืน ไม่ว่าสีเหล่านั้นจะมีโทนดูเด่นหรือนุ่มนวลแค่ไหนก็ตาม แต่ทั้งหมดจะต้องเกื้อหนุนกันและกันอย่างลงตัว
3. สี จะต้องส่งผลกระทบต่ออารมณ์ตามที่มุ่งหวังได้ เพราะในแง่วิทยาศาสตร์ สีมักทำปฏิกิริยากับกลไกการมองเห็นของคนเราก่อนเป็นอันดับแรก บางครั้งกลิ่นเนื้อตาอาจจะผ่อนคลายหรือเกร็งตัว รูปร่างตาอาจจะขยายหรือหดตัว ขึ้นอยู่กับความแรงของโทนสี เราอาจรู้สึกรู้สีกว่าสีบางสีโดดเด่นขึ้นมา ขณะที่สีอื่นๆ ค่อยๆ ลดบทบาทลง

จากผลการวิจัยของ Henley Centre ระบุว่า 73% ของการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามักเกิดขึ้น ณ จุดขาย ฉะนั้นสินค้าที่มีสีสันสะดุดตา และสามารถสื่อความหมายได้ดีที่สุดก็ย่อมจะมีโอกาสชนะใจบรรดานักช็อปได้มากที่สุดเช่นกัน สีสิ้นจึงมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะ

ตัวของสินค้า (Brand Identity) ในท้องตลาด ไม่ว่าจะเป็นการใช้บรรจุภัณฑ์หลากสีอย่างกล่องสีเหลืองดำของฟิล์มสปีโกดัก หรือกล่องโทนสีเขียวของฟิล์มสปีฟูจิ

ประพันธ์ งามเนตร (2540 : 2-3) ได้กล่าวถึงหลักการใช้สีในงานออกแบบไว้ดังนี้

1. การใช้สีวรรณะเดียว ความหมายของสีวรรณะเดียว (tone) คือกลุ่มของสีที่แบ่งออกตามวงล้อของสีเป็น 2 วรรณะ คือ วรรณะร้อน (warm tone) ซึ่งประกอบด้วย สีเหลือง สีส้ม สีแดง สีม่วง สีเหล่านี้ให้อิทธิพลต่อความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ กระฉับกระเฉง ถือว่าเป็นสีวรรณะร้อน ส่วนสีวรรณะเย็น (cool tone) ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน สีม่วง สีเหล่านี้ดูเย็นตา ให้ความรู้สึกที่สงบ สดชื่น (สีเหลืองกับสีม่วงสามารถอยู่ได้ทั้งสองวรรณะ) การใช้สีแต่ละครั้งควรใช้สีวรรณะเดียวในภาพทั้งหมด เพราะจะทำให้ภาพมีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (เอกภาพ) กลมกลืน มีแรงจูงใจให้คล้อยตามได้มาก
2. การใช้สีต่างวรรณะ หลักการทั่วไปใช้อัตราส่วน 80% ต่อ 20% ของวรรณะสี คือ ถ้าใช้สีวรรณะร้อน 80% สีวรรณะเย็นก็ 20% เป็นต้น ซึ่งการใช้แบบนี้จะสร้างจุดสนใจต่อผู้ดู ไม่ควรใช้อัตราส่วนที่เท่ากันเพราะจะทำให้ไม่มีสีโดดเด่น ไม่น่าสนใจ
3. การใช้สีตรงข้าม จะให้ความรู้สึกที่ตัดกันรุนแรง สร้างความเด่นและเร้าใจได้มาก แต่หากใช้ไม่ถูกหลักหรือไม่เหมาะสม หรือใช้จำนวนมากสีจนเกินไปก็จะให้ความรู้สึกที่พร่ามัว ลายตา ขัดแย้ง ควรใช้สีตรงข้ามในอัตราส่วน 80% ต่อ 20% หรือหากมีพื้นที่เท่ากันที่จำเป็นต้องใช้ ควรนำสีขาวหรือสีดำ เข้ามาเสริม เพื่อตัดเส้นให้แยกออกจากกันหรืออีกวิธีหนึ่งคือการลดความสดของสีตรงข้ามให้หม่นลงไป

จากแนวคิดเรื่องสีในงานออกแบบดังกล่าวข้างต้น พิจารณาได้ว่าสีสามารถสร้างความรู้ให้เกิดในผลงานตามที่ต้องการได้ โดยการเลือกใช้สีซึ่งต้องคำนึงถึงการตอบสนองความต้องการของบุคคลจึงจะทำให้สีนั้นสามารถสร้างบรรยากาศ และอารมณ์ความรู้ได้ นอกจากนี้เรื่องของกลวิธีต่างๆ ก็เป็นเรื่องสำคัญ เพราะการระบายด้วยกลวิธีต่างๆ จะสามารถสื่อสารด้านอารมณ์ ความคิด และจิตนาการของผู้ใช้สีได้ อย่างไรก็ตามการใช้สีจำเป็นต้องเลือกประเภทของสีในการออกแบบเพื่อความเหมาะสมด้วยเช่นกัน

จากแนวคิดเรื่องการใช้สีดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การใช้สีนั้น นักออกแบบจะใช้ตามจุดมุ่งหมายที่ตนต้องการ โดยพิจารณาเรื่องวรรณะของสี ได้แก่การใช้สีวรรณะเดียว การใช้สีต่างวรรณะ และการใช้สีตรงข้าม นอกจากนั้นการใช้สียังคำนึงถึงการเกิดคุณค่าทางความงามและสร้างความรู้สึกต่างๆ ของผู้พบเห็นโดยนำหลักจิตวิทยามาใช้เพื่อกระตุ้นเร้าความสนใจในการรับรู้ แต่อย่างไรก็ตามสีที่ใช้มีหลายประเภท ได้แก่ สีที่ใช้เกี่ยวกับแสง สีที่ใช้เนื้อสีผสม สีที่ใช้เนื้อสีผสมและสัมพันธ์กับแสง ดังนั้นการเลือกใช้สีจึงต้องอาศัยหลักการออกแบบเข้ามาเกี่ยวข้องโดยตรง

หรือหากเป็นผลงานด้านการโฆษณาควรเลือกใช้สีให้เหมาะสมกับบุคลิกของสินค้า ซึ่งเป็นสีที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ที่โดดเด่น สร้างสีสันในงานให้สะดุดตาและสามารถอยู่ภายใต้แนวคิดที่กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาขอเสนอแนวคิดเกี่ยวกับกลวิธีการใช้สีในการโฆษณาว่า สีมียผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค เพราะสีสามารถถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือ สินค้าที่มีสีสะดุดตา สามารถสื่อความหมายได้ดีย่อมมีโอกาสกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้มากที่สุดเช่นกัน กล่าวโดยสรุปได้ว่า สีแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสินค้าและองค์กร

บทบาทของสีในการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสินค้าและองค์กร สีเข้ามามีส่วนสำคัญต่อการรับรู้ต่อตราสินค้า โดยการมองผ่านศิลปะการออกแบบ ตัวอย่างเช่น เครื่องดื่มโคคา โคล่าใช้สีแดงเป็นสีเอกลักษณ์ ส่วนเครื่องดื่มเป๊ปซี่ใช้สีฟ้าเป็นสีเอกลักษณ์ สำหรับองค์กรที่ต้องการแสดงถึงความมั่นคงเช่น ธนาคารส่วนมากจะพบสีที่ใช้คือ สีน้ำเงิน จากบทบาทของสีดังกล่าวแสดงให้เห็นเชิงเปรียบเทียบได้ว่า ผลงานของแอนดี วอร์ฮอล เป็นผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตที่มีการใช้สีที่เน้นความโดดเด่น สะดุดตา และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อันเป็นแนวทางเดียวกันกับงานโฆษณาในปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคสังคมบริโภคนิยมเช่นเดียวกัน

3.3.3 การออกแบบและการสื่อสาร

การออกแบบเป็นพื้นฐานของการสร้างสรรค์งานศิลปะทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นจิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ งานสถาปัตยกรรม งานออกแบบสื่อสาร งานพาณิชย์ศิลป์ หรืองานโฆษณาทุกชนิด

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2538 : 14-15) ได้กล่าวถึง ความหมายของการออกแบบไว้ว่า

คำว่า การออกแบบ (Design) ก็มีความหมายเป็นหลายนัยเช่นกัน จากรากศัพท์ลาติน คำว่า Design ซึ่งมาจาก Designare หมายถึงกำหนดออกมา กะหรือขีดหมายไว้ เป้าหมายที่จะแสดงออกซึ่งหมายถึงสิ่งที่อยู่ในอำนาจความคิด (Conscious) อันอาจเป็นโครงการ รูปแบบหรือแผนผังที่ศิลปินกำหนดขึ้นด้วยการจัดทำทาง ถ้อยคำ เส้น สี รูปแบบ โครงสร้างและวัสดุต่างๆ โดยใช้หลักเกณฑ์ทางความงามหรือสุนทรียภาพ (Aesthetic Principle) ประดิษฐ์คิดสร้างสรรค์ขึ้นจากสิ่งที่ย่างที่สุดไปจนถึงสิ่งที่ยุ่งยากสลับซับซ้อนเต็มที่

มนตรี ยอดบางเตย (2538 : 3) ได้กล่าวถึงความหมายของการออกแบบไว้ว่า

การออกแบบเป็นกิจกรรมอันสำคัญประการหนึ่งของมนุษย์ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่มนุษย์จะต้องการใช้การออกแบบทุกกระยะเพื่อกำหนดการดำรงชีวิต เพราะการวางแผนตั้งแต่เริ่มต้น จนถึงขั้นสุดท้ายของชีวิตในทุกๆด้าน ย่อมขึ้นอยู่กับวิธีการออกแบบทั้งสิ้น

อารี สุทธิพันธุ์ (2535 : 115) ได้กล่าวถึงการออกแบบในมุมมองทางศิลปะไว้ว่า

การออกแบบมีความหมายกว้างตามความเข้าใจต่างกัน สถาปนิก อาจจะหมายความว่า การรู้จักและเข้าใจวางผังก่อสร้าง การรู้จักเลือกใช้วัสดุให้ตรงกับคุณสมบัติเพื่อเป็นรูปทรงตามความต้องการ ซึ่งได้ประโยชน์และมีความงาม หรือความสามารถในการตกแต่งดัดแปลงสิ่งก่อสร้างทั้งหลายเพื่อความสะดวกของประชาชน นักดาราศาสตร์ อาจจะหมายถึงตำแหน่งต่างๆของดวงดาวในสุริยจักรวาลในอวกาศ นักประวัติศาสตร์ อาจจะหมายถึงแบบแผนของความเป็นมาเกี่ยวกับวิวัฒนาการของมนุษย์ ซึ่งมีผลต่อสังคมปัจจุบัน นักชีววิทยา อาจจะหมายถึงโครงสร้างของสิ่งที่มีชีวิตทั้งหลายตลอดจนการหมุนเวียนของสิ่งมีชีวิต โครงสร้างของกระดูก ผังผืด กล้ามเนื้อ สำหรับนักปรัชญา อาจจะหมายถึงแบบของการดำรงชีวิต (The way of life)

จากข้อมูลที่นักวิชาการได้กล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การออกแบบในมุมมองทางศิลปะหมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ เพื่อประโยชน์ และผลสมผสานด้วยการนำเอาสิ่งเดิมมาปรับปรุงดัดแปลงให้เหมาะสมยิ่งขึ้น นอกจากนั้นการออกแบบยังเป็นกิจกรรมสำคัญของมนุษย์ที่เกิดขึ้นตลอดชีวิต โดยมีองค์ประกอบ 2 ทางคือ การออกแบบหรือเสริมสร้างความเป็นมนุษย์และการออกแบบเพื่อตอบสนองความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต อย่างไรก็ตาม การออกแบบสร้างสรรค์ผลงานแต่ละครั้งไม่ว่าจะออกแบบด้วยเหตุผลใดก็ตาม สิ่งที่เขาได้คือ หลักการออกแบบ เพราะหลักของการออกแบบคือพื้นฐานที่สำคัญในการสร้างสรรค์ผลงาน

ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ (2539 : 47) ได้กล่าวถึงหลักการออกแบบไว้ว่า หลักในการออกแบบประกอบด้วย 9 ส่วนดังนี้

ความมีเอกภาพและความกลมกลืน (Unity and Harmony) การตัดกัน (Contrast) ความสมดุล (Balance) ความมีแบบแผนและความมีระเบียบ (Pattern and Order) ความคล้ายคลึง (Similarity) ความใกล้เคียง (Proximity) รูปทรงปิด (Closed Form) จังหวะและการเคลื่อนไหว (Rhythm and Movement) จุดเน้นและจุดดึงดูดความสนใจ (Emphasis and Focal point)

จากหลักการดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า หลักการออกแบบควรมีลักษณะสำคัญ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความเป็นเอกภาพและความกลมกลืนทั้งในเรื่องสี รูปร่างที่แตกต่างกัน แต่เมื่อมาอยู่ด้วยกันจะต้องจัดวางให้มีความรู้สึกว่ายู่ร่วมกันได้อย่างกลมกลืน
2. การเน้นจุดสนใจโดยการตัดกันเป็นการเน้นจุดสนใจหรือใช้ความแตกต่างกันซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของงาน
3. ในการสร้างสรรค์ผลงาน ความสมดุลหมายถึง ความสมดุลขององค์ประกอบทุกส่วนในหน้าที่เท่ากันจากการมองเห็นและความสมดุลทางความรู้สึกของจิตใจ
4. การใช้ความมีระเบียบในผลงานคือ การจัดลำดับและให้ความสำคัญขององค์ประกอบ เช่น จากเล็กไปหาใหญ่ หรือจากใหญ่ไปหาเล็ก เป็นต้น
5. การใช้ความคล้ายคลึงซึ่งเกิดจากการจัดองค์ประกอบของรูปทรงที่แตกต่างกันที่ขนาดแต่คล้ายคลึงกันที่รูปทรงก็สามารถเกิดเป็นเอกภาพได้
6. การใช้ความใกล้เคียงกัน เกิดจากการวางตำแหน่งขององค์ประกอบที่ใกล้กันให้อยู่ด้วยกัน ทำให้ผลงานดูเป็นกลุ่มก้อน
7. การเน้นด้วยรูปทรงเปิด เพื่อสร้างจุดสนใจแก่ผู้ชมผลงาน
8. การใช้จังหวะและการเคลื่อนไหว ซึ่งทำให้ผลงานมีความต่อเนื่องและเกิดการซ้ำ
9. มีการเน้นที่จุดเน้นและจุดดึงดูดความสนใจเพื่อให้ผลงานโดดเด่นในจุดที่ต้องการนำเสนอ

มนตรี ยอดบางเตย (2538 : 8-9) ได้กล่าวถึงหลักของการออกแบบไว้ว่า

การออกแบบเป็นงานแขนงหนึ่งของศิลปะ ซึ่งจะต้องมีหลักเกณฑ์ในการสร้างสรรค์ ดังนั้นหลักของการออกแบบจึงเป็นแสดงออกทางความงาม หรือโครงสร้างของศิลปะ ซึ่งนักออกแบบจะต้องคำนึงถึงหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้ คือ

1. ความเป็นหน่วย (Unity) หมายถึง การออกแบบจะต้องคำนึงถึงงานทั้งหมดให้อยู่ในหน่วยเดียวกันเป็นกลุ่มเป็นชุดสัมพันธ์กันทั้งหมด มีความเชื่อมโยงกันได้ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นชุดหรือมีหลายขนาด การออกแบบควรคำนึงถึงรูปแบบความเป็นหน่วย เพราะจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเป็นเอกลักษณ์
2. ความสมดุล (Balancing) หมายถึง ความสมดุลในงานออกแบบนั้นๆ ซึ่งเป็นหลักทั่วไปของงานศิลปะ ความสมดุล ที่เกิดขึ้นอาจมาจากองค์ประกอบต่างๆ กัน เช่น รูปทรง ขนาด ความหนาแน่น สี ลักษณะความสมดุล แบ่งออกได้ 3 ประการ คือ

2.1 ความสมดุลในลักษณะเท่ากัน (Symmetry Balancing) คือมีลักษณะที่มีความเท่ากันทั้ง ซ้าย-ขวา บน-ล่าง ความสมดุลในลักษณะเช่นนี้ ดูง่ายและเข้าใจง่าย ให้ความรู้สึกนิ่งเยือกเย็น

2.2 ความสมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน (Asymmetry Balancing) คือมีความสมดุลกันในตัวเอง ไม่จำเป็นต้องเท่ากัน แต่ดูแล้วเกิดความรู้สึกว่าสมดุลกันในตัว ลักษณะการสมดุลแบบนี้ นักออกแบบจะต้องมีการประลอง และทดสอบดูให้แน่ใจเสียก่อน ซึ่งอาจเป็นความสมดุลที่เกิดจากลักษณะที่แตกต่างกันก็ได้ เช่น ใช้ความสมดุลด้วยผิว (Texture) ด้วยแสง-เงา (Shade) หรือด้วยสี (Color) เป็นต้น

2.3 ความสมดุลในลักษณะจุดศูนย์ถ่วง (Gravity Balance) คือการออกแบบใดๆ ที่เป็นวัตถุสิ่งของ และจะต้องใช้งานการทรงตัว นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงจุดศูนย์ถ่วง ได้แก่ การไม่โยกเยียง หรือให้ความรู้สึกมั่นคงแข็งแรงของงานที่ใช้การทรงตัว เช่น เก้าอี้จะต้องตั้งตรงยึดมั่นทั้ง 4 ขาเท่าๆกัน การออกแบบบันคนในท่าวิ่ง นักออกแบบจะต้องรู้และวางรูปได้ถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น จุดศูนย์ถ่วงมีความจำเป็นต้องคำนึงถึงเป็นพิเศษ เพราะบรรดาเครื่องใช้สอยทั่วไปจะต้องตั้ง ซึ่งมีน้ำหนักกดลงที่ฐาน เรื่องของจุดศูนย์ถ่วงจึงหมายถึง การทรงตัวของวัตถุสิ่งของนั่นเอง

3. ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts) หมายถึง ความสัมพันธ์กันในเรื่องของศิลปะ เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณากันหลายขั้นตอน เพราะเป็นเรื่องของความรู้สึกที่สัมพันธ์กัน อันได้แก่

3.1 การเน้นส่วนสำคัญ หรือจุดสนใจ (Emphasis or Center of Interest) การเน้นส่วนสำคัญหรือจุดสนใจในงานด้านศิลปะ นักออกแบบจะต้องเน้นให้เกิดสิ่งประทับใจแก่ผู้พบเห็น โดยไม่ต้องบอกกล่าว เป็นความรู้สึกรวมอันเกิดขึ้นเองจากผลงานนั้น ความรู้สึกนี้นักออกแบบจะต้องพยายามสร้างให้เกิดขึ้น

3.2 จุดสำคัญรอง (Subordinate) เป็นส่วนที่คล้ายกับจุดเน้นหรือจุดสนใจนั่นเอง แต่มีความสำคัญรองลงไปตามลำดับ ซึ่งอาจเป็นของส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 ก็ได้ ส่วนนี้จะช่วยให้เกิดความลดหลั่นทางผลงานที่แสดง นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงสิ่งนี้ด้วย

3.3 จังหวะ (Rhythm) โดยทั่วไปแล้ว สิ่งที่มีสัมพันธ์กันย่อมมีจังหวะ ระเบียบ หรือความถี่ห่างในตัวมันเอง หรือสิ่งแวดล้อมที่มีสัมพันธ์อยู่ไม่ว่าจะเป็น เส้น สี แสง เงา หรือช่วงจังหวะของการตกแต่ง และลวดลายที่มีความสัมพันธ์กันก็ตาม ย่อมเป็นความรู้สึกของผู้พบเห็นหรือนักออกแบบ จะต้องรู้สึกในความงามนั่นเอง

3.4 ความแตกต่าง (Contrast) เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นโดยมีความประสงค์ให้เกิดความขัดแย้ง เพื่อแก้ปัญหาความซ้ำซาก ความจำเจ หรือเกิดความเบื่อหน่าย การออกแบบโดยอาศัยหลักความแตกต่าง ทำให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึก ตื่นเต้น ไร่ใจ เพิ่มรสชาติแตกต่างออกไป

3.5 ความกลมกลืน (Harmony) ความกลมกลืนในที่นี้หมายถึงการพิจารณาในส่วนรวมทั้งหมด แม้จะมีบางสิ่งบางอย่างที่แตกต่างกันก็ตาม การใช้สีที่ตัดกัน หรือการใช้ความแตกต่างของผิว การใช้เส้นที่ขัดกัน ความรู้สึกส่วนน้อยนี้ไม่ทำให้ส่วนรวมเสียก็ถือว่าเกิดความกลมกลืนในส่วนรวม

จากหลักการข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า หลักการออกแบบจะต้องคำนึงถึงหลักการซึ่งมีลักษณะสำคัญดังนี้

1. ความเป็นหน่วย ซึ่งหมายถึงมีความเป็นกลุ่ม เป็นชุดความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ทำให้ผลงานมีความเป็นเอกภาพ เช่นเดียวกับแนวความคิดของศุภกรณ์ ดิษฐพาณิชย์ ที่ได้กล่าวไว้
2. ผลงานจะต้องมีความสมดุล ซึ่งเกิดจากรูปแบบ ขนาด สี ความหนาแน่น โดยมีความสมดุล 3 ลักษณะคือ
 - 2.1 ความสมดุลในลักษณะเท่ากัน
 - 2.2 ความสมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน
 - 2.3 ความสมดุลในลักษณะจุดศูนย์ถ่วง

โดยลักษณะสำคัญทั้ง 2 ประการมีความสัมพันธ์ทางศิลปะ ได้แก่ ความสัมพันธ์ในการเน้นส่วนสำคัญหรือจุดสนใจ ความสัมพันธ์จุดสำคัญรอง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความลดหล่นทางผลงาน และความสัมพันธ์ในเรื่องจังหวะของภาพ ไม่ว่าจะเป็นเส้น สี เงา มีความแตกต่างเกิดขึ้นจากความขัดแย้ง คือความกลมกลืนในภาพรวมของผลงาน

อารี สุทธิพันธุ์ (2535 : 117-126) ได้กล่าวถึง ส่วนประกอบของการออกแบบไว้ว่า

ผลงานออกแบบทุกชิ้นมักจะประกอบด้วยการผสมผสานกันของส่วนประกอบอย่างกลมกลืนเหมาะสม ตรงตามความมุ่งหมายที่ผู้ออกแบบได้วางไว้ ทางด้านความงามและประโยชน์ใช้สอย (Form Function) โดยมีส่วนประกอบของการออกแบบที่สำคัญ คือ เส้น (Line) ทิศทาง (Direction) รูปร่าง รูปทรง (Form Shape) ขนาดและสัดส่วน (Size and Proportion) ลักษณะพื้นผิว(Texture) น้ำหนักและสี (Value and Color)

ส่วนประกอบของการออกแบบทั้ง 6 ประการต่างมีความสำคัญและมีความหมายต่าง ๆ กัน ตามความเข้าใจของแต่ละสังคม อย่างไรก็ตามการที่จะนำลักษณะส่วนประกอบทั้ง 6 นี้มารวมให้ได้เป็นการออกแบบ มีหลักของความกลมกลืนเกี่ยวกับส่วนประกอบ 6 อย่างคือเรื่องตำแหน่งต่างๆ ของส่วนประกอบที่ใกล้กัน ไกลกัน ตัดกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ในประเด็นความกลมกลืนของเส้นพบว่า เส้นแต่ละลักษณะที่เกิดจากวัตถุต่างๆ จะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน ประเด็นความกลมกลืนของทิศทาง พบว่าทิศทางเป็นตัวบ่งชี้ว่าส่วนประกอบของการออกแบบจะเคลื่อนไหวไปทางทิศใด ในด้านความกลมกลืนของรูปร่างและรูปทรง

พบว่ามีความแตกต่างกัน กล่าวคือ รูปร่างมีลักษณะ 2 มิติ ส่วนรูปทรงมีลักษณะ 3 มิติ นอกจากนั้น รูปทรงยังเกิดจากธรรมชาติและเกิดจากการตัดทอน ประเด็นความกลมกลืนของขนาดและสัดส่วนพบว่ามีความสัมพันธ์กับการจัดภาพทำให้เกิดความตื้นลึก ใกล้ไกล ประเด็นความกลมกลืนของลักษณะพื้นผิว ช่วยให้ผู้พบเห็นเกิดความคล้อยตามได้รวดเร็ว ลักษณะผิวมีหลายลักษณะ เช่น ขรุขระ ผิวมัน ผิวด้าน และสุดท้ายประเด็นความกลมกลืนของน้ำหนักและสี พบว่าทำให้ผลงานเกิดความน่าสนใจ โดดเด่นสะดุดตา เกิดจากการตัดกันของสี ความกลมกลืนและใกล้เคียงกันของสี

มานิช กงกะนันท์ (2544 : 77-90) ได้กล่าวถึงส่วนประกอบของการออกแบบโดยใช้คำว่า องค์ประกอบของการออกแบบ คือ ทิศนาคู และลักษณะของทิศนาคู ซึ่งประกอบด้วย จุด เส้น รูปร่างและรูปทรง โดยมีรายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบดังนี้

1. จุด (Dot) จุดเป็นองค์ประกอบของการออกแบบอันดับแรกมีความหมายในตัวเอง แสดงให้เห็นพลังในการขยายหรือรวมตัวได้ จุดมีขนาดแตกต่างและสามารถก่อให้เกิดความรู้สึกต่างๆ ได้
2. เส้น (Line) คือ จุดหลายจุดที่เรียงกันเป็นแถว และถ้ามีหลายแถวจะก่อให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวไปมาในทิศทางต่างๆ กัน สามารถแสดงให้เห็นถึงจุดเริ่มต้นและจุดสุดท้าย โดยปกติแล้วเส้นมีอยู่ 2 ลักษณะที่สำคัญ คือ เส้นตรงและเส้นโค้ง
3. รูปร่าง (Shape) หรือรูปสองมิติ เมื่อเราเขียนเส้นหนึ่งไม่ว่าจะเป็นเส้นตรงหรือเส้นโค้ง ย่อมมีจุดเริ่มต้นและจุดสุดท้าย และถ้าเรานำเอาปลายของเส้นมาเชื่อมต่อกันก็จะเกิดเป็นบริเวณพื้นที่ขึ้น ซึ่งมีเส้นเป็นขอบรูปนอกที่แสดงถึงอาณาเขตหรือบริเวณ บริเวณนี้เรียกว่า “รูปร่าง” มีลักษณะแบน ไม่มีความหนาเป็นรูป 2 มิติ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่ารูปร่างเกิดจาเส้นและทิศทางที่มีปลายทั้งสองมาบรรจบกันมีอยู่ 3 ลักษณะ คือ วงกลม สามเหลี่ยมและสี่เหลี่ยม ซึ่งเรียกว่าเป็นรูปร่างพื้นฐานหรือรูปร่างเรขาคณิต รูปร่างเหล่านี้ต่างมีความหมายในตัวเองซึ่งสามารถจะรับรู้ได้
4. รูปทรง (Form) หรือรูปสามมิติ รูปทรงมีวิวัฒนาการมาจากเส้นเช่นเดียวกับรูปร่าง แต่มีลักษณะแตกต่างกัน กล่าวคือ รูปทรงมีลักษณะเป็น 3 มิติ เป็นรูปร่างที่มีความหนา รูปทรงที่เป็นแท่งตัน ไม่โปร่ง เรียกว่า “มวล” (Mass) ส่วนรูปทรงที่ภายในโปร่ง ไม่ทึบเป็นแท่งตัน เรียกว่า ปริมาตร (Volume) ถ้าเราระบายเงาลงไปบนรูปร่างเพื่อแสดงให้เห็นถึงการตกทอดของแสงและบังเกิดเงาขึ้น จะเกิดเป็นรูปทรงขึ้นมาทันที

จากองค์ประกอบของการออกแบบดังกล่าวข้างต้นกล่าวโดยสรุปได้ว่า จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง เป็นทิศนาคูที่เป็นพื้นฐานขององค์ประกอบของการออกแบบ แต่ยังมีลักษณะของธาตุเหล่านี้ซึ่งเป็นรายละเอียดช่วยเสริมเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของงาน สามารถแสดงให้เห็นหรือดำรงอยู่ได้ด้วยตัวเองตามลำพัง ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของการออกแบบ ส่วนขนาด สี ความเข้ม ลวดลาย

ลักษณะผิว ทิศทาง พื้นที่ว่าง ระยะ ความลึกและทัศนียภาพนั้น ไม่อาจปรากฏให้เห็นหรือดำรงอยู่ได้โดยปราศจากจุด เส้น รูปร่างหรือรูปทรง ซึ่งเรียกว่า ลักษณะของทัศนธาตุ

ดังที่มานิซ กงกะนันท์ (2539 : 91-104) ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะของทัศนธาตุ เป็นองค์ประกอบเสริม ทำให้งานออกแบบมีชีวิตชีวา มีความงามเป็นที่พอใจมากขึ้น โดยลักษณะของทัศนธาตุประกอบด้วย

ขนาด (Size) คือ บริเวณพื้นที่ซึ่งเป็นขอบเขตของรูปร่างหรือรูปทรง ซึ่งมีต่างๆ กัน ความแตกต่างนี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการเปรียบเทียบระหว่างกัน ซึ่งเราสามารถที่จะรับรู้ได้ด้วยตา

ทิศทาง (Direction) รูปร่างพื้นฐาน มีลักษณะแสดงออกให้เห็นถึงทิศทางต่างๆ กัน รูปสี่เหลี่ยมแสดงให้เห็นทิศทางในแนวราบและตั้งฉาก รูปสามเหลี่ยมมีทิศทางในแนวเฉียง รูปวงกลมมีทิศทางในแนวโค้ง ทิศทางเหล่านี้มีความหมายและเป็นหลักสำคัญที่นักออกแบบจำเป็นต้องนำไปใช้ในการสร้างงานของตน ทิศทางในแนวนอน ตั้งฉากแสดงออกถึงความมั่นคง เป็นความหมายพื้นฐานหลักที่ใช้กันมาในงานออกแบบทุกประเภท ทิศทางในแนวเฉียงแสดงออกถึงความไม่อยู่กับที่ มีความเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว มีอิทธิพลมากในการสร้างความตื่นเต้นต่อการรับรู้ทางตา ทิศทางในแนวโค้ง แสดงออกถึงการไม่อยู่กับที่เดินทางไปรอบๆ มีความช้าและอบอุ่น ทิศทางเหล่านี้มีพลังและมีความสำคัญที่ส่งผลต่อการสื่อความหมายในการออกแบบ

พื้นที่ว่าง (Space) คือ บริเวณว่างที่อยู่โดยรอบวัตถุต่างๆ ถ้าเปรียบตัวเราเป็นวัตถุซึ่งมีสภาพเป็นมวลแล้ว ความว่างดังกล่าวเป็นบริเวณพื้นที่ลบ (Negative Space) ส่วนพื้นที่ที่เป็นของตัวเรานั้นเป็นบริเวณพื้นที่บวก (Positive Space) ในการออกแบบงานประเภท 2 มิติ จะต้องกำหนดกรอบพื้นที่ (Space Frame) เป็นรูปสี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม วงกลมหรือรูปร่างอิสระเสียก่อน แล้วจึงจะสร้างรูปร่างหรือรูปทรงตามที่ต้องการลงในกรอบพื้นที่อีกทีหนึ่ง

ระยะ-ความลึก (Distance-Depth) ในระยะเริ่มต้นตั้งแต่มีการสร้างงานศิลปะ เช่น วาดรูปนั้นบรรดาจิตรกรก็เริ่มประสบกับปัญหาที่จะสร้างสรรค์ผลงานของตนให้แลดูมีระยะ-ความลึกหรือมีลักษณะเป็น 3 มิติ ลงในผืนผ้าใบหรือแผ่นกระดาษแบนๆ ที่เป็น 2 มิติ ในการสร้างความรู้สึกของระยะ-ความลึกลงในภาพนั้น จะใช้เส้นระดับที่ขนานกับกรอบพื้นที่โดยไม่ต้องสร้างทัศนียภาพเลย หากแต่เริ่มต้นใช้เส้นระดับตาก่อน แล้วค่อยๆ เพิ่มระดับของเส้นขึ้นเรื่อยๆ ก็จะทำให้รู้สึกมีระยะ-ความลึกของพื้นที่มากขึ้น

ลักษณะผิว (Texture) หมายถึง ลักษณะภายนอกของสิ่งต่างๆ ทั้งที่มีอยู่ตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น เปลือกผลไม้ เปลือกหอย เนื้อผ้า ผิวนอกของเครื่องเรือนหรือผ้านั่งหอนผิวนอกของสิ่งต่างๆ นี้มีลักษณะต่างๆ กัน เช่น มัน ด้าน ละเอียด หยาบ เรียบ ขรุขระ เรารับรู้ในเรื่องเหล่านี้ได้ทางตาและการสัมผัส ในบางโอกาสเมื่อเรารับรู้ทางตาเท่านั้น แต่สามารถสร้างความรู้สึกสัมผัสไปได้เหมือนกับที่เราได้มีโอกาสจับต้องด้วยมือ ลักษณะผิวเกี่ยวเนื่องกับลวดลาย เช่น ระลอกคลื่นในน้ำหรือลายผ้าที่เกิดจากการทอ มีเรื่องพูดกันว่าเมื่อเราอยู่ในที่สูงมองลง

มายังทุ่งนา จะมีความรู้สึกที่ทุ่งนานั้นเป็นลวดลาย แต่ถ้าเรามองใกล้เข้าอีกจะรู้สึกที่ทุ่งนานั้นมีลักษณะผิว และถ้าเราลงมาอยู่ท่ามกลางทุ่งนานั้น กลับจะรู้สึกที่ทุ่งนานั้นเป็นรูปทรง

ลวดลาย (Pattern) ลวดลายเป็นลักษณะของทัศนธาตุอีกประเภทหนึ่งที่ปรากฏอยู่บนพื้นผิว (surface) ของรูปร่างหรือรูปทรง มีอาณาเขตจรดขอบกรอบพื้นที่ เช่น ลวดลายของผ้าลาย แฉ่นไม้-สัก ลายของเสื่อลาว ลายผ้าต่างๆ ฯลฯ นักออกแบบอาจคิดลวดลายขึ้นใหม่ เพื่อเสริมสร้างให้ผลงานน่าสนใจยิ่งขึ้น

ความเข้ม (Value) คือ จำนวนความมืดและสว่างของแสงที่ตกกระทบลงยังพื้นที่หรือวัตถุ มีความแตกต่างกันตั้งแต่ขาว เทา-อ่อน เทา เข้า ไปจนถึงดำ ความเปลี่ยนแปลงหรือจำนวนความเข้มนี้เองที่สามารถก่อให้เกิดความรู้สึกในการรับรู้ได้หลายประการ เช่น เกิดความเคลื่อนไหว เกิดระยะใกล้-ไกล เกิดความลึก-ตื้น เกิดความแตกต่างของขนาด ความกลมหรือความหนา

สี (Color) ในบรรดาองค์ประกอบของการออกแบบทั้งหมด สีซึ่งเป็นลักษณะอย่างหนึ่งของทัศนธาตุมีบทบาทที่สำคัญ มีพลัง สามารถสร้างปฏิกิริยาให้กับอารมณ์ได้อย่างมหาศาล สีมีอิทธิพลต่อจิตใจมนุษย์เป็นอย่างยิ่ง จนอาจกล่าวได้ว่า ในขณะที่ดิน น้ำ ลม ไฟ เป็นสิ่งที่ร่างกายขาดมิได้ฉันใด สีก็เป็นสิ่งที่จิตใจขาดมิได้ฉันนั้น

วิรุณ ตั้งเจริญ (2531 : 157-164) ได้กล่าวถึงการออกแบบประเด็นต่างๆ ไว้ดังนี้

1. แนวคิดทางด้านรูปแบบ การออกแบบทุกอย่างจำเป็นต้องวางเป้าหมายไว้ก่อน และพยายามปฏิบัติงานอย่างใช้ความคิดและมีจุดหมายปลายทาง เพื่อให้ได้งานออกแบบบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ การรับรู้และการสื่อสารการเห็น (perception and visual communication) การที่คนเรารับรู้สิ่งแวดล้อมรอบตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งธรรมชาติ ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญยิ่งของคนเรานั้น จะพบว่าธรรมชาติให้ความรู้สึกต่างๆ กัน เช่น ความงาม ความสงบเงียบ ความน่าหวาดกลัว เป็นต้น การรับรู้สิ่งแวดล้อมและถ่ายทอดเป็นงานออกแบบ เราอาจจะรับรู้แล้วถ่ายทอดรูปทรงตามที่ตามองเห็น รับรู้เฉพาะโครงสร้างแล้วถ่ายทอดเพื่อแสดงโครงสร้างหรือรับรู้แล้วเกิดอารมณ์ความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่ง แล้วนำอารมณ์ความรู้สึกหรือความคิดคำนึงสร้างให้ปรากฏขึ้นก็ได้

2. ความสมดุล (balance) ความสมดุลเป็นสภาพของความรู้สึกที่รับรู้ความเหมาะสมกลมกลืนของด้านน้ำหนักในการออกแบบ ไม่เกี่ยวกับการชั่งตวง หรือตรวจสอบน้ำหนักโดยตรง ความรู้สึกสมดุลเกิดจากการรับรู้โดยรวม ซ้าย ขวา บน ล่าง ตื้น และลึก แต่นักออกแบบหรือนักวาด จะให้ความรู้สึกเกี่ยวข้องกับความรู้สึกได้ เด่นชัด ความรู้สึกสมดุลไม่ได้เกิดขึ้นเพียงน้ำหนักของรูปทรงเท่านั้น แต่ได้ผลรวมของส่วนประกอบของการออกแบบทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นลักษณะผิว สี บริเวณว่าง ฯลฯ

3. แนวตั้งและแนวนอน (vertical and horizontal level) แนวตั้งและแนวนอนในการออกแบบมีผลต่อการรับรู้เป็นอย่างมาก เพราะจากประสบการณ์ตามธรรมชาติแล้วแนวตั้งและแนวนอนมีผลต่อแรงและความรู้สึก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแรงดึงดูดในแนวตั้งหรือฐานแนวนอน

รูปทรงที่หันเหจากแนวตั้งย่อมมีแนวโน้มที่จะล้มหรือเคลื่อนไหว ได้มากรูปทรงที่ห่างจากแนวราบมากเท่าใด ย่อมมีแรงที่จะตกกระทบลงสู่พื้นได้มากเท่านั้น หรือแนวราบแนวตั้งก็จะมีปัญหาเรื่องความสมดุลในแต่ละรูปทรงด้วยเช่นกัน

4. ความน่าสนใจ (attraction) งานออกแบบจำนวนไม่น้อยที่จัดรวมส่วนการออกแบบต่างๆ เข้าด้วยกันเป็นอย่างดี มีความประสานกลมกลืนกันอย่างเป็นเอกภาพแต่สิ่งบกพร่องคือความน่าสนใจ เพราะความน่าสนใจ เป็นสิ่งที่ช่วยให้งานออกแบบมีความหมายและมีคุณค่า สะท้อนความรู้สึกสนใจต่อผู้พบเห็น ความน่าสนใจจึงอาจจะเป็นความเด่น การรวมกันเป็นกลุ่มก้อน การเน้นบางตอน จังหวะของส่วนประกอบความรู้สึก เคลื่อนไหว หรือสภาพที่ตัดกัน แต่ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้การรวมตัวกันอย่างเหมาะสมกลมกลืน

5. บริเวณบวกและลบ (positive and negative space) บริเวณบวก คือส่วนที่เป็นรูป และบริเวณลบคือส่วนที่เป็นบริเวณว่างบนพื้นภาพ การออกแบบก็คือการจัดรวมบริเวณบวกและบริเวณลบเข้าด้วยกัน การจัดวางบริเวณบวกนั้น ผู้ออกแบบจะต้องคาดการณ์ ได้ถึงบริเวณลบที่ปรากฏขึ้น บริเวณลบต้องมีความสัมพันธ์กับบริเวณบวกเป็นอย่างดี เพราะบริเวณลบเป็นส่วนที่มีความสำคัญในอันที่จะผลักดันให้บริเวณบวกมีคุณค่าเพิ่มขึ้น

6. พลังการเคลื่อนไหวในการออกแบบ พลังเคลื่อนไหวในงานออกแบบก็เป็นผลมาจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันที่ได้พบเห็นธรรมชาติเคลื่อนไหว หือคนและสัตว์เคลื่อนไหว ประสบการณ์เหล่านี้ก่อให้เกิดความคิดที่จะสร้างสรรค์งานออกแบบให้เคลื่อนไหว พิจารณาได้ 2 ลักษณะ คือ

6.1 พลังเคลื่อนไหวลวง (virtual movement) หมายถึง งานออกแบบสองหรือสามมิติที่ให้ความเคลื่อนไหวในรูปแบบเป็นแต่ความรู้สึกที่รับรู้ได้ ไม่ใช่เป็นการเคลื่อนไหวจริงที่สามารถสัมผัสได้

6.2 เกี่ยวข้องกับเวลาและบริเวณว่าง (time and space) เพราะเมื่อวัตถุเคลื่อนไหวนั้น จะเคลื่อนไหวอยู่ในอากาศหรือบริเวณที่ว่าง และการเคลื่อนไหวก็จะเป็นการเคลื่อนไหวในเวลาที่ยาวไปเรื่อยๆ

จากมุมมองเรื่องการออกแบบข้างต้นสามารถสรุปได้ดังนี้

1. แนวคิดทางด้านรูปแบบเกิดจากการรับรู้สิ่งต่างๆ โดยมองเห็น และถ่ายทอดออกมาเป็นรูปร่าง และรูปทรง จึงทำให้เกิดรูปแบบผลงาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคิด อารมณ์ จิตนาการ และประสบการณ์การถ่ายทอดรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปของศิลปิน
2. ความสมดุลเป็นความกลมกลืนของผลงานที่ออกแบบ เช่น ความกลมกลืนภาพ สี เป็นต้น
3. แนวตั้งและแนวราบ มีผลต่องานออกแบบในด้านความรู้สึก เช่นรูปทรงที่อยู่ในแนวตั้งจะให้ความรู้สึกล้มหรือเคลื่อนไหวมากกว่ารูปทรงที่อยู่ในแนวราบ

4. ความน่าสนใจหมายถึงการออกแบบผลงานที่สามารถสร้างความโดดเด่น ดึงดูดความรู้สึกของผู้ชมผลงาน
5. บริเวณบวกและลบ หมายถึงบริเวณที่เป็นรูปและพื้นที่ว่างในการจัดวางให้มีความสัมพันธ์กัน ทำให้มีส่วนผลักดันความสมบูรณ์ของงาน
6. พลังการเคลื่อนไหวในการออกแบบหมายถึง การออกแบบให้ผลงานเกิดความเคลื่อนไหวในความรู้สึกของผู้พบเห็นผลงานและความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นจากผลงานจริง

สกันธ์ กุ๋งามดี (2545 : 34) ได้กล่าวถึงทฤษฎีและแนวคิดทางจิตวิทยาที่มีผลต่อการออกแบบไว้ดังนี้

จากทฤษฎีและแนวคิดทางจิตวิทยา สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบงานศิลปะด้านต่างๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบสิ่งพิมพ์ การออกแบบงานสถาปัตยกรรม การออกแบบเพื่อการตกแต่งภายใน เป็นต้น เนื่องจากทฤษฎีและแนวคิดทางจิตวิทยานั้นทำให้สามารถเรียนรู้พฤติกรรมของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทำให้รู้จักพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เช่นในกรณีที่ต้องการออกแบบสิ่งพิมพ์สิ่งใดที่ผู้ออกแบบต้องรู้นอกเหนือจากหลักการออกแบบ หรือกระบวนการสิ่งพิมพ์ ยังต้องรู้ลักษณะทางกายภาพของกลุ่มเป้าหมาย เช่น อายุ เพศ วัยหรืออื่นๆ ที่มีผลต่อการรับรู้หรือแม้แต่แนวคิดเรื่องปัจจัยที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเรียนรู้ข่าวสารที่จะเสนอในสิ่งพิมพ์ รวมทั้งการรับรู้เรื่องสีของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งหากนำองค์ความรู้ทางจิตวิทยามาประยุกต์ใช้ ก็ย่อมทำให้สิ่งที่ออกแบบนั้นสามารถบรรลุเป้าหมายทางการตลาดได้เช่นกัน ตัวอย่างเช่น การเลือกใช้สีพื้นหลักของสิ่งพิมพ์ รูปภาพและของข้อความที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเรียนรู้ เกิดความต้องการหรือเกิดความจำเป็นในสิ่งที่นำเสนอบนสิ่งพิมพ์นั้น เป็นต้น ด้วยเหตุนี้องค์ความรู้ทางจิตวิทยา จึงเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการออกแบบที่ประสบความสำเร็จ

จากแนวคิดด้านการออกแบบของนักวิชาการพบว่า แต่ละท่านได้มีมุมมองที่หลากหลายเหมือนและแตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตามในมุมมองของศิลปะป๊อปอาร์ตอาศัยหลักการออกแบบเป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์ และยังพบว่าผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตได้นำหลักจิตวิทยามาใช้เพื่อการสื่อสารต่อการรับรู้ของบุคคล โดยหลักการมีอยู่ว่าบุคคลย่อมให้ความสนใจรับรู้ต่อสิ่งเร้า ดังนั้นผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล ประกอบด้วยบริบทต่างๆ ในสังคม ที่บุคคลในสังคมให้ความสนใจเปิดรับ การใช้สีที่น่าสนใจ การใช้รูปภาพและข้อความที่โดดเด่น ทำให้กลุ่มเป้าหมาย

สนใจและเกิดการเรียนรู้ โดยหลักจิตวิทยาดังกล่าวสามารถกระตุ้นการรับรู้ได้ต่อเมื่อผู้สร้างสรรค์ผลงานได้มีความเข้าใจด้านจิตวิทยาและการสื่อสาร ตลอดจนการนำมาใช้กับกลุ่มเป้าหมาย

วรวงศ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2538 : 10-11) ได้กล่าวถึงการสื่อสารไว้ว่า

สังคมมนุษย์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีพัฒนาการในทุกๆ ด้าน ตั้งแต่วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การพัฒนาตนเองให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ลักษณะทางสังคม ระเบียบประเพณี ความเชื่อ พัฒนาการทางด้านวิทยาการ เครื่องแต่งกาย อาหารการกิน ที่อยู่อาศัย ตลอดจนการสร้างระเบียบแบบแผนของการสื่อความหมายจนกลายเป็นกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication Process) ที่มีกลไกซับซ้อน พัฒนาการต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงและขยายตัวไปตามสภาพการเติบโตของสังคมต่อการขยายตัวของสังคมมนุษย์ ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์แผนใหม่ เป็นมูลเหตุหลักและเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งของการพัฒนา การสร้างสรรค์รูปแบบการสื่อสาร ประกอบกับความเป็นนักคิด นักแสดงออก จึงทำให้เกิดรูปแบบการสื่อสารที่หลากหลาย การสื่อความหมายจึงเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสังคมที่จะนำไปสู่วัตถุประสงค์หลักได้อย่างง่ายดายที่แตกต่างกันไป บางครั้งเป็นเพียงการแจ้งให้ทราบ นอกให้รู้ ต้องการสร้างจินตภาพร่วมกัน ต้องการให้เกิดทัศนคติที่ดีร่วมกัน ต้องการให้เกิดการยอมรับในข้อมูลข่าวสารนั้น หรืออาจเน้นลึกไปถึงขั้นให้คล้ายคลึงตามและปฏิบัติตาม

ธงชัย สันติวงษ์และธนาธิป สันติวงษ์ (2541 : 11) ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า

คำว่า การสื่อสาร (Communication) มีการให้ความหมายแตกต่างจากอดีตเรื่อยมาจนถึงยุคข่าวสารข้อมูลในสมัยนี้ โดยมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังเช่นที่ปรากฏอยู่ในหนังสือชื่อ Communication and Persuasion โดย C.J.Holland, L.I.Janis and H.H.Kelly (ค.ศ. 1953) ที่ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การสื่อสารหมายถึง กระบวนการที่ซึ่งบุคคลคนหนึ่ง (ที่เป็นผู้ทำการสื่อความ) ส่งผ่านตัวกระตุ้น (ซึ่งโดยมากมักจะเป็นวาจาหรือคำพูด) ไปยังอีกฝ่ายหนึ่งที่อาจเป็นคนเดียวหรือหลายคน (ที่ซึ่งเป็นฝ่ายของผู้รับหรือผู้ฟัง) โดยมีมุ่งหวังที่จะให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมขึ้นในฝ่ายหลังนี้ คำจำกัดความนี้หากนำไปเทียบกับคำจำกัดความของ Weaver ในหนังสือ The Mathematical Theory of Communication (ค.ศ. 1949) คำจำกัดความจะมีขอบเขตกว้างกว่า คล่องตัวและครอบคลุมได้สมบูรณ์กว่าคือ การสื่อสาร หมายถึง ระเบียบขั้นตอนต่างๆ (Procedures) ที่ซึ่งความคิดจากฝ่ายหนึ่งสามารถส่งผลกระทบต่ออีกฝ่ายหนึ่งได้

จากแนวคิดด้านการสื่อสารดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารมีการพัฒนา มาจากสังคมมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การขยายตัวของสังคม ความเจริญทางด้าน

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นสาเหตุของการพัฒนา จึงทำให้การสื่อสารมีการพัฒนารูปแบบที่หลากหลาย ความคิดที่ว่า การสื่อสารเป็นการติดต่อสื่อความหมาย แจ้งให้ทราบ การสร้างจินตนาการและการถ่ายทอดร่วมกัน การสร้างการยอมรับ และอาจรวมถึงการจูงใจให้คล้อยตามและปฏิบัติตาม ก็คือวัตถุประสงค์ของการสื่อสารของมนุษย์ที่ต้องการส่งข่าวสารด้วยกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างมีระเบียบขั้นตอนของฝ่ายหนึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร ซึ่งการกระทำนั้นส่งผลต่ออีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่าผู้รับฝ่ายสื่อหรือช่องทาง

วรพล พรหมกบุตร (2534 : 20) ได้กล่าวถึงความหมายการสื่อสารและลักษณะการสื่อสารไว้ดังนี้

การสื่อสาร เป็นกระบวนการทางสังคม ซึ่งมีลักษณะสำคัญเป็นการปฏิสังสรรค์ด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อนำข่าวสารเชิงสัญลักษณ์จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งด้วยจุดมุ่งหมายในการสื่อความหมายหรือทำความเข้าใจความหมายร่วมกันระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้อง ถ้าหากเราพิจารณากระบวนการสื่อสารในฐานะที่เป็นกิจกรรมทางสังคมดังกล่าว เราสามารถแยกแยะองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสารได้เป็น 2 ส่วนที่สำคัญ ได้แก่ องค์ประกอบที่เป็นบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการปฏิสังสรรค์และองค์ประกอบที่เป็นผลผลิตเชิงวัฒนธรรมซึ่งถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการสื่อสารความหมายร่วมกัน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การสื่อสารจึงเป็นกระบวนการทางสังคมที่เกิดจากการมีปฏิสังสรรค์ร่วมกันระหว่างบุคคลด้วยวิธีการต่างๆ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าการสื่อสารเกิดจากองค์ประกอบ 2 ส่วนคือ องค์ประกอบที่เป็นบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน และองค์ประกอบที่เป็นผลผลิตเชิงวัฒนธรรม

สกนธ์ ภู่งามดี (2545 : 175) ได้กล่าวถึงศิลปะที่ใช้ในการสื่อสารไว้ว่า

องค์ความรู้ทางศิลปะที่สำคัญประการหนึ่งคือ การนำศิลปะประเภทพาณิชยศิลป์มาเป็นเครื่องมือในกระบวนการสื่อสาร โดยนำวิธีการสร้างสรรค์ศิลปะสาขาจิตรกรรม (Painting) และการวาดเขียน (Drawing) มาเป็นหลักสำหรับงานพาณิชยศิลป์และนำไปสู่การสร้างช่องทางการสื่อสารสู่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า องค์ความรู้ทางศิลปะเป็นองค์ความรู้หนึ่งที่สามารถประยุกต์เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการนำสารสู่ช่องทางการสื่อสารและศิลปะที่เกิดขึ้นใน

กระบวนการสื่อสาร คือศิลปะประเภทพาณิชยศิลป์ ที่ถ่ายทอดในรูปแบบวิจนะภาษาและอวิจนะภาษา โดยศิลปะประเภทพาณิชยศิลป์ส่วนใหญ่ ผู้ศึกษาพบว่า ได้ใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางการเผยแพร่ผลงาน ดังนั้นการสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในงานศิลปะแขนงนี้ เนื่องจากโลกทุกวันนี้ ได้มีระบบสื่อสารมวลชนเข้ามาควบคุมสังคม ส่งผลให้ผู้คนที่อยู่ในสังคมย่อมได้รับผลกระทบจากการสื่อสาร และงานศิลปะเช่นเดียวกัน

บทที่ 3

การศึกษาวិเคราะห์

การศึกษาวิจัยเรื่องศิลปะสร้างสรรค์ : กรณีศึกษामผลงานวิจัยศิลปะป๊อปอาร์ต ชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี วอร์ฮอลนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยการวิเคราะห์ผลงานชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี วอร์ฮอล และนำเสนอผลการวิจัยแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) จากนั้นผู้วิจัยนำผลการศึกษามาพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบของผู้วิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผลงานสร้างสรรค์ของ แอนดี วอร์ฮอล ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ผลงานชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของ แอนดี วอร์ฮอล ที่สร้างสรรค์ในระหว่าง ค.ศ. 1960 - 1986 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามจุดมุ่งหมาย (Puposive Sampling) กล่าวคือ ผลงานชุดภาพโฆษณาและผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มตัวอย่างจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. เป็นผลงานที่สร้างขึ้นในช่วง ค.ศ. 1960-1986
2. เป็นผลงานชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ในแนวทางศิลปะป๊อปอาร์ต
3. ผลงานต้องมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับทั่วไป

จากวิธีการสุ่มตัวอย่างตามจุดมุ่งหมายดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยรวบรวมผลงานของแอนดี วอร์ฮอล จำนวน 98 ภาพ ที่สร้างสรรค์ขึ้นในระหว่างปี ค.ศ. 1960-1986 ซึ่งผู้วิจัยได้คัดเลือกผลงานดังกล่าวโดยใช้เกณฑ์การนำเสนอเนื้อหาของภาพที่แสดงถึงเรื่องราวยุคสังคมนิยมมากที่สุดในยุคมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ชุดภาพโฆษณาและผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสิ้น 20 ภาพดังนี้

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา

1. Advertisement. 1960
Synthetic polymer paint on canvas, (182.9x137 cm)
2. Dr. Scholl. 1960
Synthetic polymer paint on canvas, (137.177.8 cm)
3. Cooking Pot. 1960
Photo-engraving on paper (29.8x24.1 cm.)

4. Icebox. 1960
Oil, ink, and pencil on canvas (170.2x134.9 cm)
5. TV \$ 199. 1960
Oil on canvas, (158.1 x 125.7 cm)
6. Close Cover Before Striking (Pepsi-Cola) 1962
Synthetic polymer paint and sand paper on canvas, (182.9x137 cm)
7. Yellow Close Cover Before Striking. 1962
Synthetic polymer paint and sand paper on canvas, (40.6x50.8 cm)
8. Blackglame (Judy Garland) from Portfolio Ad 1985
Serigraph on board from a portfolio of ten, (96.5x96.5 cm)
9. Rebel Without a Cause (James Dean) from Portfolio Ad 1985
Serigraph on board from a portfolio of ten, (96.5x96.5 cm)
10. Van Heusen (Ronald Reagan) from Portfolio Ad 1985
Serigraph on board from a portfolio of ten, (96.5x96.5 cm)

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์

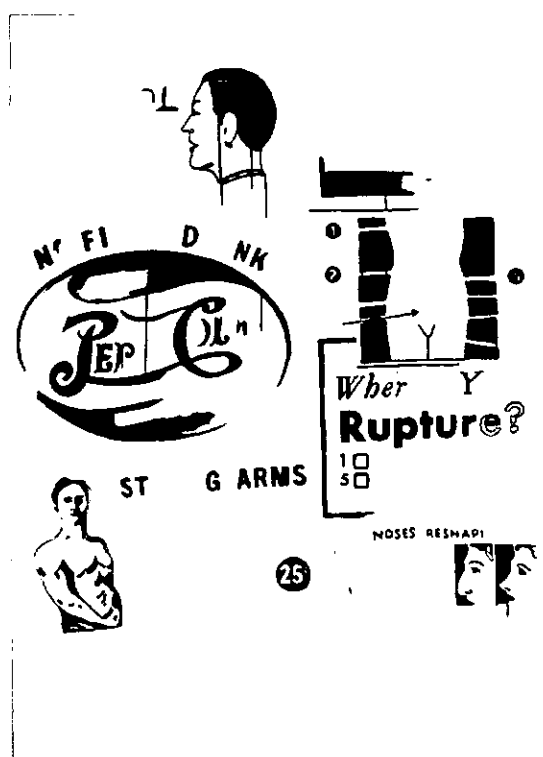
11. Telephone. 1961
Oil on canvas, (177.2x137.2 cm)
12. Campbell's Soup Can with ketchup Bottle. 1962
Pencil on paper (60x45 cm)
13. Campbell, s Soup Can with can opener. 1962
Silkscreen ink on synthetic polymer on canvas, (182.9x132 cm)
14. Big Campbell, s Soup Can 19c/1962
Synthetic polymer paint and pencil on canvas, (182.9x134.4 cm)
15. Campbell's Soup Can and Dollar Bills, 1962
Pencil and watercolor on paper (60x45 cm)
16. 210 Coca-Cola Bottles. 1962
Silkscreen ink on synthetic polymer on canvas, (208.267 cm)
17. Peach Halves. 1960
Synthetic polymer paint on canvas, (177.5x137.5 cm)

18. Twelve Cadillacs. 1962
Silkscreen ink on canvas, (116.8x106.7 cm)
19. Seven Cadillacs. 1962
Silkscreen ink on canvas, (142x48.2 cm)
20. Mercedes-Benz (Model C111 Experimental Vehicle, 1970.) 1986
Silkscreen ink on synthetic polymer on canvas, (152.5x158 cm)

ผลของการศึกษาวิเคราะห์

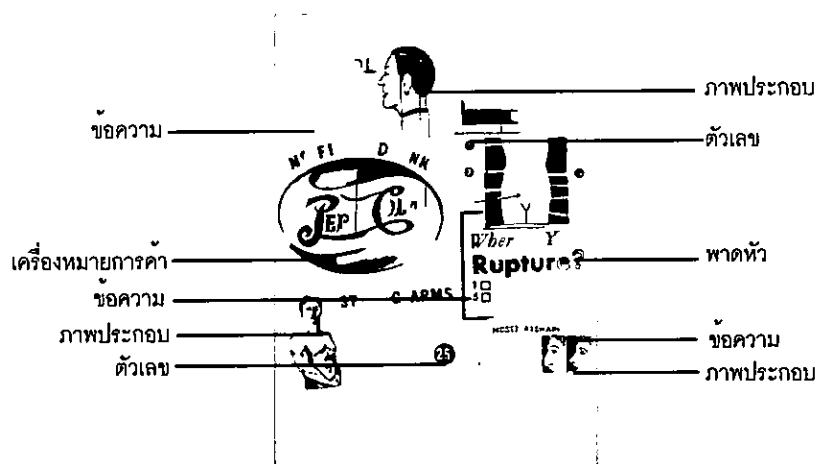
จากการศึกษาวิเคราะห์ภาพผลงานชุดภาพโฆษณาและผลิตภัณฑ์ของ แอนดี วอร์ฮอลปรากฏผลดังนี้

1.ผลงานภาพ Advertisement.1960

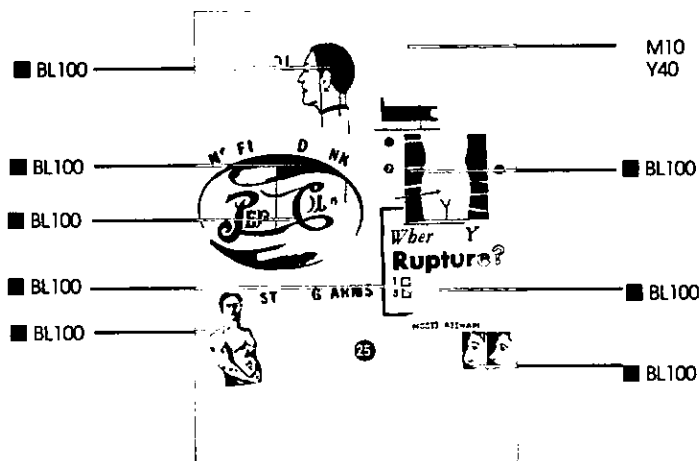


ภาพประกอบ 1 ผลงานภาพ Advertisement.1960

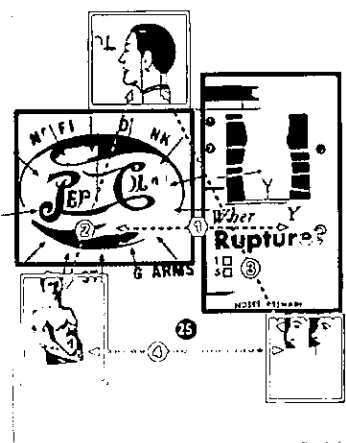
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 2 ภาพประกอบกระบวนกรสร้างสรรค์ผลงาน

แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการพิจารณาผลงาน Advertisement. 1960 พบว่า ผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้แรงบันดาลใจมาจากภาพโฆษณาที่พบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน โดยสังเกตได้จากภาพโฆษณา เครื่องดื่ม ภาพโฆษณาการทำศัลยกรรมใบหน้า ภาพโฆษณาการเพาะกาย และภาพโฆษณาของใช้ส่วนตัว ซึ่งภาพทั้งหมดที่ปรากฏในผลงานชิ้นนี้ศิลปินได้นำเอาภาพสัญลักษณ์ ตัวหนังสือ และเครื่องหมายการค้า ซึ่งเป็นส่วนประกอบของงานพาณิชย์ศิลป์มาสร้างสรรค์ภาพผลงานชิ้นนี้ศิลปินสร้างสรรค์ขึ้นเป็นผลงาน ป๊อปอาร์ต ที่สื่อถึงแนวคิดในการใช้ชีวิตของผู้คนยุคบริโภคนิยม

จากการวิเคราะห์สรุปได้ว่า แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานของ แอนดี วอร์ฮอล เป็นลักษณะการถ่ายทอดความคิดที่ตรงไปตรงมา ตามสภาพสังคมที่เกิดขึ้นในสมัยนั้น แอนดี วอร์ฮอล สนใจที่จะตอบสนองสภาวะทางสังคมอย่างถูกต้องชัดเจน เพื่อให้ผู้พบเห็นรู้ว่า จลากรสินค้า ภาพโฆษณาที่เกิดขึ้นหลากหลายทุก ๆ วันรอบตัวเรามีความสำคัญต่อชีวิตคนเราแค่ไหน ผลงานชิ้นนี้จึงพบว่ามีประกอบไปด้วยโฆษณาต่าง ๆ ทั้งการบริโภคและอุปโภค ซึ่งเป็นการบริโภคและอุปโภค เป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์

เนื้อหาของภาพ

จากข้อมูลข้างต้นได้กล่าวไว้ว่า ในช่วงที่เศรษฐกิจเฟื่องฟู ปลายทศวรรษ 1950 ป๊อปอาร์ต ได้แสดงบทบาทขึ้นในอังกฤษและสหรัฐ นำเสนอผลงานศิลปะด้วยภาพวัตถุในชีวิตประจำวัน สื่อลึกลับและวัตถุต่าง ๆ ที่ใคร ๆ อาจมองข้ามไป ศิลปินป๊อปเลือกสรรภาพจากวัฒนธรรมมวลผลิตที่ทันสมัย วัตถุ สิ่งพิมพ์ งานโฆษณา นิตยสาร ภาพยนตร์ บรรจุภัณฑ์ ตัวอักษร ตัวเลข ฯลฯ

ดังนั้น เนื้อหาของภาพในผลงานชิ้นนี้จึงเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับงานโฆษณาที่ปรากฏในสังคมยุคบริโภคนิยม ภาพตราสินค้ายี่ห้อแป๊ปซี่ โคล่า ภาพคำขวัญ หรือคำอธิบายภาพ ซึ่งเป็นภาษาโฆษณา โน้มน้าวให้ผู้บริโภคให้หันมาใช้สินค้าหรือบริการ ภาพแสดงผลลัพธ์ในการทำศัลยกรรมจมูก ภาพผู้ชายที่ออกกำลังกายแสดงถึงความแข็งแรง ภาพทรงผมยอดนิยม และภาพสระน้ำให้เห็นจุดต่าง ๆ ของร่างกาย ส่วนประกอบเหล่านี้ศิลปินนำมารวมกันในภาพ Advertisement เพื่อสื่อให้เห็นถึงเนื้อหาที่บ่งบอกถึงเรื่องราวเกี่ยวกับการโฆษณาที่เกิดขึ้นในยุคนี้

กระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

กาญจนา มีศิลปวิทย (2537 : 15) ได้กล่าวไว้ในมุมมองของนักวิชาการด้านโฆษณาเกี่ยวกับภาพ ความเป็นภาพ (visual elements) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสื่อสิ่งพิมพ์ การใช้ภาพจะช่วยให้การสื่อสาร สร้างความสนใจ จากแนวความคิดและภาพลักษณ์ที่เราต้องการประกอบกับข้อความจะทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งรวมทั้งชื่อ เครื่องหมายการค้า (Trademarks) และโลโก้ ไม่ว่าจะเป็นภาพจริงหรือภาพเขียนก็ตาม

ผลงานชิ้น Advertisements เป็นผลงานที่มีการนำเอาภาพโฆษณา 5 ชุดมาประกอบกันเป็นภาพของชิ้นงาน โดยศิลปินได้นำเอาโฆษณาที่พบได้จากสิ่งพิมพ์ ได้แก่ ภาพที่เด่นที่สุดคือ โฆษณาเครื่องดื่มเป๊ปซี่ โคล่า รองลงมา คือ โฆษณาเกี่ยวกับสรีระของมนุษย์ ภาพทรงผมปลอม ภาพการศัลยกรรมจมูก และภาพสุดท้ายคือ ภาพสถานออกกำลังกาย ภาพทั้งหมดที่ศิลปินนำมาพบว่า ศิลปินจะนำเอาภาพประกอบที่เป็นลักษณะเด่น หรือเป็นเอกลักษณ์ของโฆษณาชิ้นนั้น (Key Visual) มาสร้างสรรค์ โฆษณาบางประเภทใช้เครื่องหมายการค้าเป็นเอกลักษณ์ เช่น เป๊ปซี่ โคล่า บางประเภทใช้ภาพและตัวหนังสือซึ่งเป็นข้อความพาดหัวอธิบายเป็นเอกลักษณ์ บางประเภทใช้ภาพที่แสดงถึงอาการ เช่น ภาพโฆษณาศัลยกรรมจมูก โฆษณาภาพสถานออกกำลังกาย และบางภาพใช้ภาพตัวสินค้านั้น ๆ เช่น ภาพทรงผมปลอม เป็นต้น ในการใช้ภาพศิลปินจะใช้ภาพของคนผสมกับรอยแปรงในบางส่วน ในการใช้ตัวอักษรศิลปินได้นำเอาตัวอักษรที่เป็นพาดหัว มาสร้างสรรค์ ประกอบกับการ นำเอาข้อความ ตัวเลข และเครื่องหมายการค้าของสินค้านั้น ๆ มาประกอบกับภาพโฆษณานั้นด้วย

ในการใช้ตัวอักษรศิลปินได้ตัดทอนตัวอักษรบางคำ แสดงให้เห็นถึงสิ่งพิมพ์โฆษณาที่ได้ผ่านกาลเวลาในการประกาศ บางคำอาจจะจัดวางไปตามอายุของสิ่งพิมพ์

ในการระบายภาพ ศิลปินจะระบายภาพบางส่วนเป็นส่วนเปิด เพื่อให้แต่ละภาพมีความประสานและกลมกลืนซึ่งกันและกัน สามารถรวมอยู่ด้วยกันได้ แม้จะมีหลายภาพโฆษณายู่ด้วยกัน

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ภาพผลงานชิ้นนี้พบว่า ศิลปินมีหลักในการใช้สีตามข้อมูลหลักการใช้สีที่กล่าวมาแล้วข้างต้น คือ ศิลปินเลือกการใช้สีที่ทับกันชั้นเดียวเพื่อให้สีประสานกลมกลืน โดยการใช้สีกลมกลืนด้วยค่าน้ำหนักเดียว โดยในภาพนี้พบว่า ศิลปินใช้สีดำเป็นส่วนของภาพ และสีเหลืองอ่อนเป็นส่วนของพื้น

ในภาพนี้ ศิลปินจะพบได้สองสี คือ สีดำ (BL 100) ของภาพ และ สีเหลืองอ่อน (M10 Y 40) ของพื้นภาพ การใช้สีดำแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของเทคโนโลยีสิ่งพิมพ์ ช่วงแรกที่มีการพิมพ์สีเดียวคือสีดำ (BL 100) ศิลปินต้องการถ่ายทอดความรู้สึกเหมือนเราได้ดูงานสิ่งพิมพ์โฆษณาจริง ๆ โดยศิลปินใช้พื้นภาพสีสีเหลืองอ่อน (M10 Y 40) เหมือนกระดาษปรีฟ และ ภาพเป็นสีดำ เหมือนหมึกพิมพ์ การระบายสีเป็นการระบายสีที่มีขอบคม ประกอบกับการใช้รอยแปรงในบางส่วน เพื่อให้เกิดการตัดทอน เช่น ในส่วนของตราสินค้า เป๊ปซี่ โคล่า

การออกแบบและการสื่อสาร

ในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้มีวิธีการสร้างจุดสนใจด้วยภาพและตัวอักษรโดยนำเอาภาพโฆษณาต่าง ๆ มารวมอยู่ด้วยกัน ออกแบบให้เครื่องหมายการค้า เป๊ปซี่ โคล่า เป็นจุดสนใจของภาพ ซึ่งเกิดจากรูปแบบที่เป็นวงรี ต่างจากรูปแบบของภาพโฆษณาอื่น ๆ ที่เป็นสี่เหลี่ยม ในภาพนี้ศิลปินได้ออกแบบให้ภาพมีความสมดุลกัน 3 ส่วน คือ การใช้ตัวอักษรดวงดูลกันระหว่างตัวอักษร เช่น เครื่องหมายการค้า เป๊ปซี่ โคล่า กับโฆษณา Rupture เป็นวิธีที่ศิลปินได้นำมาใช้เป็นอย่างดี เพื่อให้ซ้ายขวามีความสมดุลกัน การใช้ภาพใบหน้าของคนด้านข้างดวงดูลด้านมุมบนซ้าย กับภาพโฆษณาใบหน้าด้านข้างของภาพโฆษณาคล้ายกรรมจุกด้านล่างขวาเป็นการวางตำแหน่งภาพที่สมดุลกันอีกส่วนหนึ่งของภาพ ภาพสัดส่วนคนภาพโฆษณา Rupture กับภาพครึ่งตัวของคนในภาพโฆษณาสถานออกกำลังกาย

เพื่อให้การวิเคราะห์ด้านการออกแบบมีข้อสรุปที่ชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยจึงได้แยกเป็นประเด็นดังนี้

ความมีเอกภาพ ผลงานชุดนี้มีการจัดวางให้เกิดความมีเอกภาพระหว่างโฆษณาทั้ง 5 ภาพ โดยใช้สีของภาพซึ่งเป็นสีดำ (BL 100) เป็นส่วนเชื่อมโยงกัน และรูปทรงเปิดของภาพแต่ละภาพมีส่วนสัมพันธ์กับพื้นภาพสีครีม (C 5 M 10 Y 40 BL 5)

ความสมดุล ผลงานภาพชุดนี้มีการจัดวางภาพและตัวอักษรให้เกิดความสมดุลย์ซ้าย-ขวา และบน-ล่าง ที่ไม่เท่ากัน

ความมีสัดส่วน ในการจัดภาพศิลปินได้ให้ความสำคัญกับภาพมากกว่าตัวอักษรและในสัดส่วนระหว่างภาพกับพื้นภาพอยู่ในสัดส่วน 50%

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพนี้อยู่ที่เครื่องหมายการค้าเนื่องจากมีขนาดใหญ่และอยู่ในรูปทรงที่แตกต่างในภาพ

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ในภาพนี้ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน

การใช้เส้นนำสายตา เกิดลีลาเคลื่อนไหวในภาพนี้อาจหมายถึงภาพประกอบส่วนรองจากภาพหลัก เช่น ภาพโฆษณาสถานออกกำลังกาย ภาพคล้ายกรรมใบหน้าและภาพทรงผม

ปลอม เป็นต้น ภาพเหล่านี้ถูกจัดวางเกาะกลุ่มรอบ ๆ ภาพหลัก จึงเป็นเส้นนำสายตาให้กับ
ภาพหลักได้เป็นอย่างดี

ในส่วนของการสื่อสาร ศิลปินต้องการสื่อสารให้เห็นว่า สิ่งที่เราพบเห็นในสังคมอยู่ตรง
หน้าคนเรานั้น มีแต่โลกของโฆษณาและสินค้า สิ่งเหล่านี้เราได้บริโภคสิ่งที่จำเป็นต่อชีวิตและ
สิ่งที่จำเป็นต่อจิตใจ เช่น แอปเปิ้ล โค้ก้า จำเป็นต่อชีวิต แต่ทรงผมปลอมจำเป็นต่อจิตใจ

2.ผลงานภาพ Dr. scholl.1960



ภาพประกอบ 3 ผลงานภาพ Dr. scholl.1960

การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 4 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

ผลงานชิ้นนี้จากการวิเคราะห์ผลงานภาพ Dr. Scholl. 1960 พบว่า ศิลปินได้แนวความคิดมาจากโฆษณาพลาสติกเปิดเท้า เพื่อป้องกันรองเท้ากัด ซึ่งเป็นงานโฆษณาที่พบได้และเป็นที่นิยมในยุคนั้น เพราะเป็นสินค้าใหม่ที่ใช้วิวัฒนาการทางด้านเวชภัณฑ์ ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาสินค้า สินค้ามีจุดขายนี้โดดเด่น เมื่อสินค้านำคุณประโยชน์มาทำการโฆษณาให้กับผู้บริโภคเพื่อแก้ปัญหา ผู้บริโภคก็ซื้อสินค้านั้น เช่นเดียวกันแอนดี วอร์ฮอล ได้นำโฆษณาชิ้นนี้มาสร้างสรรค์เพื่อชี้ให้เห็นว่ามีผลิตภัณฑ์ใหม่เกิดขึ้นมาในสังคม เป็นผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงทั้งการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และความเป็นอยู่ของผู้คนในสังคมไปพร้อม ๆ กันด้วย

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานของ แอนดี วอร์ฮอล มีความเชื่อมโยงมาจากสังคมที่เปลี่ยนแปลงเห็นได้จากภาพโฆษณาที่แสดงให้เห็นถึงสินค้าที่เป็นรูปแบบพลาสติกเรขาคณิต ซึ่งเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ใช้รักษาในรูปแบบที่ทันสมัย สะดวกสบายกว่าเมื่อก่อนนี้ที่ใช้ยาทา ความทันสมัย ความสะดวกของผลิตภัณฑ์สะท้อนให้เห็นถึงความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และในขณะเดียวกันผู้บริโภคนิยมใช้สินค้าประเภทนี้ มีการโฆษณาซึ่งแสดงให้เห็นได้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคเกิดขึ้นจากที่เคยใช้ยาทามาใช้พลาสติกแทน ดังคำกล่าวของวิรูณ ตั้งเจริญ ได้กล่าวไว้ว่า ป๊อปปาร์ตได้แสดงบทบาทขึ้นในอังกฤษและสหรัฐโดยนำเสนอผลงานศิลปะด้วยภาพ วัตถุในชีวิตประจำวัน สื่อล่อใจ วัตถุต่าง ๆ ที่ใคร ๆ อาจจะมองข้ามไป ศิลปินเลือกสรรภาพจากผลผลิตที่ทันสมัย นอกจากภาพในงานโฆษณาแล้ว ศิลปินได้นำเอาตัวอักษรซึ่งเป็นพาหนะงานโฆษณาและภาพกราฟิกมาสร้างสรรค์ในผลงานชิ้นนี้ด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงระหว่างงานศิลปะกับงานพาณิชย์ศิลป์

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพในผลงานชิ้นนี้ศิลปินต้องการนำเสนอภาพโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์พลาสติกเรขาคณิตที่เป็นสินค้าใหม่ในสังคมอเมริกายุคนั้น ภาพเท้าที่สาธิตการใช้สินค้าเพื่อชี้ให้ผู้บริโภคเห็นถึงวิธีการใช้ที่สะดวกและง่ายในการใช้งาน ภาพกราฟิกที่อยู่ด้านหลังเท้าแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของสินค้าต่ออาการที่เกิดขึ้น ประกอบกับการใช้ตัวอักษรเป็นชื่อสินค้า Dr. Scholl เด่นชัด และได้วางในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด ตัวอักษร Corns เป็นพาหนะของภาพโฆษณาเพื่ออธิบายแนวคิดของภาพโฆษณา แต่เนื่องจากภาพได้จัดวางให้ตัวหนังสืออยู่ขอบภาพเห็นเพียงบางส่วน ซึ่งไม่สามารถเข้าใจความหมายของคำนี้ได้

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

การใช้ภาพในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้นำเอาภาพประกอบของโฆษณามาเป็นภาพหลัก โดยประกอบด้วยตัวอักษรซึ่งเป็นพาดหัว และภาพกราฟิกเป็นส่วนประกอบ ภาพเป็นการแสดงถึงเท้าที่มีแผลจากรองเท้ากัดเท้าและแสดงการใช้สินค้าชิ้นนี้คือ Dr. Scholl ซึ่งเป็นข้อสินค้า ที่สาริตการทำให้ผู้บริโภคเห็นเป็นลักษณะภาพลายเส้นในขณะนี้ภาพกราฟิกบนหลังเท้าเป็นสีทึบทำให้เพิ่มน้ำหนักในการมองภาพได้โดดเด่นขึ้น ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพของสินค้าชิ้นนี้ การใช้ตัวอักษรประกอบกับภาพเป็นเพียงการนำเอาส่วนหนึ่งของภาพโฆษณามาใช้ ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถแปลความหมายจากภาพได้ แต่น่าจะเป็นส่วนหนึ่งของคำพาดหัวของภาพโฆษณาที่อธิบายถึงสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้ ดังนั้น โกสุม สายใจ (2537 : 69-70) กล่าวถึงความสำคัญของภาพประกอบในสิ่งพิมพ์ไว้ดังนี้ว่า ภาพประกอบในสิ่งพิมพ์นั้นมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าข้อความ บางครั้งภาพอาจจะให้ความรู้ ความหมายได้ดีหรือชัดเจนกว่าข้อความ และกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคบางคนชอบดูเฉพาะภาพประกอบ ทั้งภาพประกอบและข้อความต้องมีความสัมพันธ์กันหรือเป็นเรื่องเดียวกัน ภาพประกอบช่วยขยายให้เนื้อเรื่องของข้อความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันข้อความก็ทำหน้าที่อธิบายภาพให้ชัดเจนและเข้าใจมากขึ้น

กลวิธีการใช้สี

ในผลงานภาพชิ้นนี้ พบว่า ศิลปินเลือกการใช้สีทับกันชั้นเดียวเพื่อให้สีประสานกลมกลืน โดยการใช้สีกลมกลืนด้วยค่าน้ำหนักเดียว

ภาพนี้ศิลปินได้ใช้สี 2 สีคือ สีดำ (BL 100) ซึ่งเป็นส่วนของภาพ และสีขาว (Whrit) ซึ่งเป็นส่วนของพื้น โดยสีดำศิลปินต้องการถ่ายทอดกรรมวิธีของหมึกพิมพ์ที่พิมพ์บนพื้นกระดาษขาว ซึ่งน่าจะเป็นกระดาษปอนด์เป็นพื้นของงานพิมพ์ชิ้นนี้ การใช้สีทึบในส่วนของการกราฟิกแสดงให้เห็นถึงการเน้นจุดสนใจของภาพและจุดขายของโฆษณาหรือประสิทธิภาพของสินค้าชิ้นนี้ การใช้น้ำหนักเทาเป็นสีผิวนั้นแสดงให้เห็นถึงเท้าที่บอบบาง ต้องการการดูแล

การออกแบบและการสื่อสาร

ในการออกแบบผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้ออกแบบให้เกิดจุดสนใจทั้งภาพและตัวอักษรโดยการใช้สีดำ (BL 100) ซึ่งเป็นสีทึบ อยู่ในตำแหน่งที่โดดเด่นสะดุดตาและเป็นจุดสนใจของพื้นที่ซึ่งสามารถแสดงถึงประสิทธิภาพของสินค้าได้ในขณะเดียวกัน ภาพเท้าศิลปินได้ใช้เป็นลายเส้นและสีเทา (BL 50) แสดงถึงผิวหนังที่บอบบาง ต้องการการดูแล และรอยขีดข่วนด้านขวา

แสดงถึงความรวดเร็วและสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ซึ่งถือว่าเป็นการแสดงถึง
 วิวัฒนาการของการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วย การใช้สีทึบในส่วนของตัวอักษรด้านบน ศิลปิน
 น่าจะมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ภาพเกิดความสมดุลขึ้น ระหว่างภาพทำด้านล่างกับตัวอักษรด้าน
 บน โดยสรุปแยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ในผลงานชุดนี้ การใช้สี คือ สิ่งที่ทำให้ภาพมีความกลมกลืน เนื่องจาก
 ภาพประกอบด้วย รูปทรงที่แตกต่างกันทั้งตัวอักษร ภาพกราฟิก และภาพประกอบ แต่ละส่วน
 มีรูปทรงที่ไม่เหมือนกัน เมื่อมาอยู่ด้วยกันจึงต้องมีสิ่งเชื่อมโยงให้อยู่ด้วยกันได้ คือ สีดำ (BL
 100) และสีเทา (BL 50)

ความสมดุล ในผลงานชุดนี้ ศิลปินใช้ความสมดุลย์ซ้าย-ขวา และบน-ล่าง ไม่เท่ากัน

ความมีสัดส่วน ในภาพนี้ สัดส่วนของภาพจะมากกว่าสัดส่วนของตัวอักษรและรองมาคือ
 การใช้กราฟิก

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพนี้อยู่ที่ตำแหน่งกลางภาพด้านซ้าย ซึ่งเกิดจากน้ำหนักสี
 ดำ (BL 100) ที่เข้มและโดดเด่นที่สุดในภาพ

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหว เส้นนำสายตาน่าจะเกิดจากแฉกที่อยู่รอบๆ
 ภาพกราฟิก เส้นแฉกทุกเส้นได้นำสายตาเข้าสู่ส่วนจุดสนใจของภาพ คือ ภาพกราฟิกนั่นเอง

ในด้านการสื่อสารภาพนี้ ศิลปินน่าจะต้องการสื่อให้เห็นถึงโฆษณาที่แสดงถึงนวัตกรรม
 ของผลิตภัณฑ์สินค้าและคู่กับชีวิตที่ทันสมัย ประสิทธิภาพของสินค้าที่ได้ผลดีเยี่ยมแสดงให้เห็น
 ถึงการพัฒนาก้าวหน้าของความทันสมัยทางด้านวิทยาศาสตร์เช่นเดียวกัน

3.ผลงานภาพ Cooking Pot.1960

ON SALE TUES. & WED.



**4 QUART ENAMEL
COOKING POT**

**WITH
COVER**

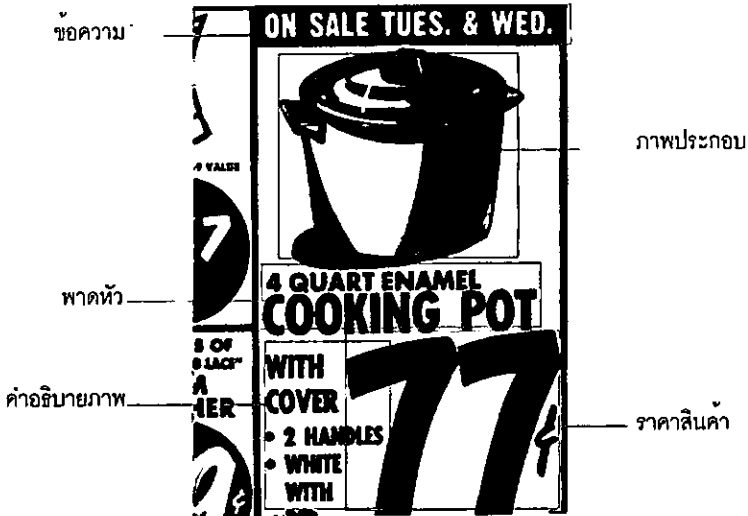
- 2 HANDLES
- WHITE
WITH

77¢

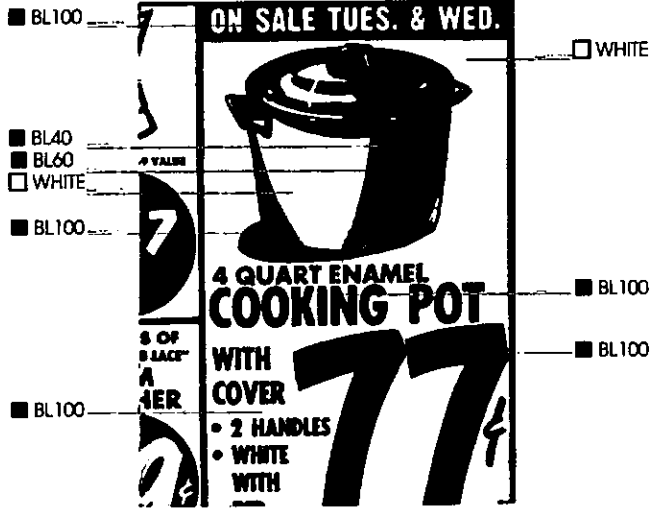
7
VALUE
7
S OF
PLACE"
A
HER
9¢

ภาพประกอบ 4 ผลงานภาพ Cooking Pot.1960

การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 5 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์ผลงานภาพ Cooking Pot. 1960 พบว่าศิลปินได้มีแนวคิดสร้างสรรค์จากภาพโฆษณาในสิ่งพิมพ์ โดยสังเกตได้จากภาพผลงานได้แบ่งเป็นคอลัมน์ ซึ่งเป็นลักษณะในการจัดวางในสื่อสิ่งพิมพ์ แนวคิดที่สื่อให้เห็นถึงสินค้าใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมบริโภคยุค 60 ซึ่งเป็นการเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนจากที่เคยประกอบอาหารด้วยอุปกรณ์เก่า ๆ ผู้ผลิตได้นำเสนอขายสินค้าด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ให้ความสะดวกสบายขึ้น มีการโฆษณา และอธิบายถึงประสิทธิภาพของสินค้ารวมทั้งการส่งเสริมการขายเพื่อเร่งรัดให้ผู้บริโภคซื้อในเวลาที่กำหนดไว้ รวมทั้งราคาที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจอย่างรวดเร็วที่สุด แนวคิดในการนำเสนอเป็นแนวคิดในระบบทุนนิยมที่มีการแข่งขันสูงที่มีสิ่งใหม่ ๆ เกิดขึ้นทุกวัน ดังข้อมูลข้างต้นที่กล่าวไว้ว่า แอนดี วอร์ฮอล มองสิ่งแวดล้อมรอบตัวอย่างไม่ละเลย เขาจับเอาสิ่งเหล่านั้นให้มันมาปรากฏในรูปโฉมใหม่บนพื้นผ้าใบของเขา และให้ความสำคัญต่อมัน หยิบยกมันขึ้นมาเสนออย่างสอดคล้องและสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์ แม้มันจะเป็นสิ่งธรรมดาซึ่งกลายเป็นผลงานที่มีความคิดสร้างสรรค์สำหรับงานศิลปะสมัยนั้น

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพโฆษณาชิ้นนี้ ศิลปินต้องการนำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณาสินค้าอุปโภคประเภทหม้อหุงข้าวที่เป็นที่นิยมของคนอเมริกัน ผลงานชิ้นนี้เป็นโฆษณาที่ปรากฏในสิ่งพิมพ์ ศิลปินต้องการนำเสนอถึงภาพโฆษณาที่แสดงถึงการลดราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์ในวันอังคารและวันพุธ ราคา 77¢ นอกจากนี้ยังบอกถึงคุณสมบัติของสินค้าและสิ่งที่มิให้เลือก ผลงานชิ้นนี้เป็นผลงานโฆษณาที่วางประกอบกับโฆษณาชิ้นอื่น ๆ ในหน้าหนังสือพิมพ์ แสดงให้เห็นว่าในสังคมยุคนั้น โฆษณาได้เข้ามามีบทบาทต่อสื่อสิ่งพิมพ์มากพอสมควร

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานชิ้นนี้ศิลปินได้นำเอาภาพจากสิ่งพิมพ์โฆษณามาสร้างสรรค์โดยประกอบด้วยภาพหม้อหุงข้าวซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในยุคนั้น ซึ่งเป็นภาพประกอบขาว – ดำ การใช้ตัวอักษรเป็นพาดหัว ที่แสดงถึงราคาสินค้าที่เจ้าของผลิตภัณฑ์ทำการส่งเสริมการขาย ตัวอักษร ที่อธิบายเกี่ยวกับคุณสมบัติของสินค้า และบอกถึงระยะเวลาในการลดราคา ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในสิ่งพิมพ์โฆษณาที่ศิลปินได้นำมาสร้างสรรค์ในผลงานชุดนี้

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ในหลักการใช้สีพบว่า ผลงานภาพนี้ศิลปินเลือกหลักการใช้สีทับกันชั้นเดียวเพื่อให้สีประสานกลมกลืน โดยใช้สีกลมกลืนด้วยค่าน้ำหนักสีเดียว ตามข้อมูลที่กล่าวไว้ข้างต้น

ในผลงานชิ้นนี้ศิลปินใช้สีดำ (BL 100) เป็นรูปและสีขาว เป็นพื้นซึ่งเป็นวิธีการใช้สีแบบเดียวกับงานโฆษณาสิ่งพิมพ์ประเภทขาว – ดำ ศิลปินใช้โทนสีขาว - ดำ น้ำหนักของภาพหม้อหุงข้าวมี 3 น้ำหนัก คือ น้ำหนักอ่อน ซึ่งอยู่ในตำแหน่งแสงตกกระทบ น้ำหนักเทา คือตำแหน่งน้ำหนักกลางเพื่อให้รู้สึกเกิดความลึกที่มีมิติ น้ำหนักเข้ม (BL 100) ซึ่งเป็นน้ำหนักในตำแหน่งเงาของวัสดุ น้ำหนักที่เกิดจากสีดำทั้งสามน้ำหนัก ศิลปินไม่ได้เกลี่ยให้กลมกลืนกัน แต่มองแล้วจะได้ความรู้สึกเป็นมิติได้เหมือนกัน ในส่วนของการใช้สีดำตำแหน่งตัวอักษร ศิลปินได้ใช้สีดำ (BL 100) ในส่วนของราคา 77 ฿ เพราะเป็นจุดขายของสินค้า รองลงมาคือคำอธิบายเกี่ยวกับคุณสมบัติต่าง ๆ ของสินค้า ในขณะที่กำหนดวันส่งเสริมการขาย ศิลปินได้ใช้สีขาวซึ่งเป็นสีพื้นมานำเสนอ เพื่อให้เกิดการเน้นพื้นของภาพนี้ สีขาวที่ศิลปินนำมาใช้น่าจะเป็นสีของกระดาษปอนด์บนพื้นสิ่งพิมพ์

การออกแบบและการสื่อสาร

ในการออกแบบภาพผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพและตัวอักษรโดยวางตำแหน่งของภาพหม้อหุงข้าวเป็นภาพเด่นด้านบน โดยให้ตัวเลข 77 ฿ มีขนาดใหญ่เพื่อเป็นจุดดึงดูดกับภาพด้านบนและภาพโฆษณาอยู่ด้านซ้ายมือ โดยสรุปได้เป็นประเด็นดังนี้

ความมีเอกภาพ จากการวิเคราะห์พบว่า ผลงานชุดนี้ไม่มีความมีเอกภาพ เนื่องจากประกอบไปด้วยภาพ ตัวอักษร และตัวเลข ที่มีขนาดใกล้เคียงกัน ทำให้เกิดการแข่งขันกันในภาพ ศิลปินจึงต้องใช้เส้นกรอบเป็นตัวค้ำยันให้ภาพเกิดความมีเอกภาพขึ้น ในส่วนของการใช้สีดำ (BL 100) พอดีช่วยในส่วนของความมีเอกภาพอยู่บ้างเช่นกัน

ความสมดุล ความสมดุลเกิดจากความสมดุลที่ซ้าย-ขวา และ บน-ล่าง ไม่เท่ากัน

ความมีสัดส่วน ในภาพนี้สัดส่วนของตัวอักษรจะมากกว่าสัดส่วนของภาพ เพราะเนื่องจากเป็นโฆษณาที่ต้องให้ข้อมูลในการส่งเสริมการขาย

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพมี 2 จุด คือ ในส่วนของภาพหม้อหุงข้าว และในส่วนของตัวอักษร คือ ราคา 77 ฿ จุดสนใจส่วนของภาพจะเป็นจุดดึงดูดของภาพได้เช่นเดียวกัน

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำ ๆ กัน

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาความเคลื่อนไหว ในภาพนี้ศิลปินได้ใช้คำอธิบายภาพซึ่งเป็นตัวอักษรเป็นเส้นนำสายตา ประกอบกับเส้นกรอบแนวตั้งและแนวนอนที่มาบรรจบกันที่ตัวอักษรคำว่า Cooking Pot นำสายตาสู่จุดสนใจภาพคือภาพหม้อหุงข้าวและราคา 77 ¢

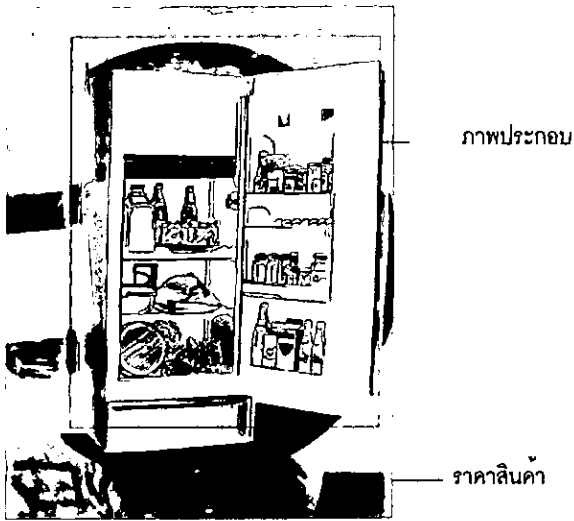
ในด้านการสื่อสารศิลปินต้องการชี้ให้เห็นว่าโฆษณาจีนนี้อยู่ท่ามกลางโฆษณาอีกหลายชิ้นซึ่งเป็นการสื่อให้เห็นถึงธุรกิจอเมริกาซึ่งให้ความสำคัญกับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

4.ผลงานภาพ Icebox.1960

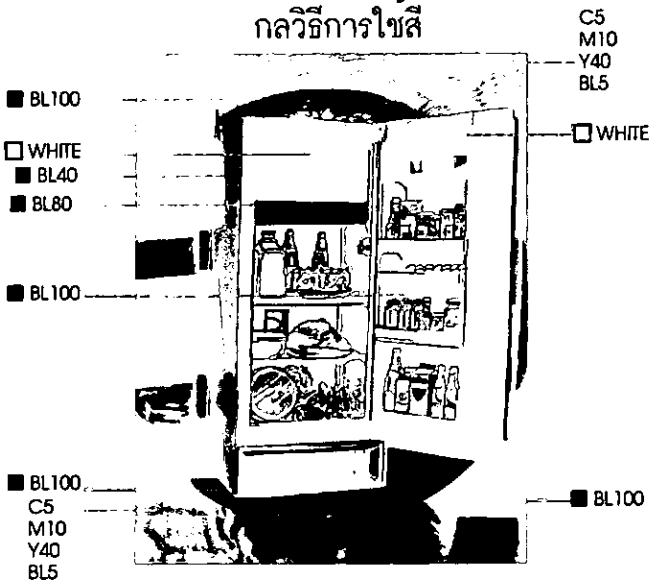


ภาพประกอบ 7 ผลงานภาพ Icebox.1960

การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 8 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์ผลงานภาพ Icebox. 1960 พบว่า เป็นภาพที่มีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานมาจากผลงานโฆษณาตู้เย็น ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในสังคมยุค 60 ศิลปินได้นำวิธีการนำเสนอการขายสินค้าใหม่โดยใช้ราคานี้เป็นจุดเด่นของการโฆษณามาประกอบในการสร้างสรรค์ภาพ การที่สื่อให้เห็นถึงสินค้านี้ใช้ในการบริโภคต่าง ๆ เต็มตู้เย็น แสดงให้เห็นถึงแนวคิดในการใช้ชีวิตของครอบครัวสมัยใหม่ที่นิยมความสะดวกสบาย ความทันสมัย ความไม่มีเวลาและเร่งรีบของคนอเมริกันดังที่ข้อมูลข้างต้นที่ได้กล่าวไว้ว่าผลงานของ แอนดี วอร์ฮอล มีลักษณะเป็นภาพสะท้อนชีวิตร่วมสมัยของชาวอเมริกัน ซึ่งต้องทำงานแข่งกับเวลา จัดระบบให้กับตัวเองเหมือนเครื่องจักรกล ชาวอเมริกันจำนวนมากขาดความสนใจและการละเลยที่จะสัมผัสวัตถุอย่างละเอียดด้วยแง่มุมต่าง ๆ

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพโฆษณาชิ้นนี้ แสดงให้เห็นถึงความทันสมัยในการใช้ชีวิตของคนอเมริกัน การใช้ตู้เย็นเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าความเป็นอยู่ในการดำรงชีวิตของพวกเขาดีขึ้น ภาพสินค้าในตู้เย็นที่ปรากฏให้เห็นแสดงถึงความมั่งคั่ง ความร่ำรวย ของผู้คนในยุค 60 ซึ่งประกอบกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมช่วงนั้นมีห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตเกิดขึ้นมากมายที่อำนวยความสะดวกให้กับชีวิตของคนเหล่านั้น

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

การใช้ภาพในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้นำเอาภาพตู้เย็นที่มีของอยู่เต็มตู้มาเป็นภาพหลัก ภายในตู้เย็นที่เปิดออกแสดงให้เห็นภาพสินค้ามากมายซึ่งเป็นสินค้าที่พบได้ในซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นสินค้าที่แสดงให้เห็นถึงการใช้ชีวิตของคนอเมริกันยุคใหม่ที่นิยมความสะดวกสบาย มีแต่ความเร่งรีบ สังเกตเห็นว่าสัดส่วนของสินค้าที่ได้มีการบรรจุภัณฑ์จะมากกว่าสินค้าจากธรรมชาติโดยตรง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความนิยมของผู้คนในยุคนี้ นิยมใช้สินค้าที่แปรรูป สินค้าเหล่านี้พวกเขาได้มาจากการจับจ่ายในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ต

ในส่วนของตัวอักษรเป็นส่วนประกอบเพียงเล็กน้อยอยู่ด้านล่างของภาพซึ่งเป็นราคาของตู้เย็น ซึ่งน่าจะเป็นราคาที่ทำการส่งเสริมการขายเพื่อบอกให้กลุ่มเป้าหมายซื้อสินค้าในราคาถูก

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ผลงานชิ้นนี้พบว่า ศิลปินเลือกใช้หลักการใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี เพื่อให้สีประสานกลมกลืน โดยวิธีการสร้างความกลมกลืนโดยใช้สี ในลักษณะสีเอกรงค์ เป็นการสร้างงานโดยใช้สีเดียวหรือเป็นกลุ่มเดียวกันหรือสีอื่นมาผสมด้วยแต่ไม่มากนัก

ในภาพนี้ศิลปินใช้สี 3 สี คือ สีขาว สีครีม (C 5 M 10 Y 40 BL 5) และสีดำ (BL 100) โดยสีของตุ้ยมืดจะเป็นสีขาว ศิลปินตัดเส้นสีดำประกอบกับการระบายในส่วนเงาเพื่อสร้างมิติของภาพเป็นน้ำหนักเบา ในส่วนของสินค้าในตุ้ยมืดศิลปินใช้วิธีการตัดเส้นเป็นส่วนใหญ่ ในส่วนของพื้นภาพศิลปินระบายสีครีม และระบายสีขาวทับด้านซ้ายของภาพ ศิลปินระบายสีขาวทับบางส่วนของตุ้ยมืดเพื่อให้ภาพเกิดความกลมกลืน ในขณะที่ด้านบนของภาพศิลปินใช้วิธีวาดเส้นด้วยดินสอเพื่อเน้นให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวเหมือนกับตุ้ยมืดกำลังเปิดโชว์สินค้าที่มีอยู่ด้านใน

ในส่วนของตัวอักษร ศิลปินระบายสีดำ (BL 100) เป็นพื้นก่อนแล้วระบายสีขาว (WHITE) ทับบางส่วนของอีกชั้นหนึ่งเพื่อไม่ให้เกิดความคมชัดของตัวอักษรมากเกินไป ภาพจะได้กลมกลืนทั้งภาพ

การระบายสีทับจะสังเกตเห็นว่าศิลปินจะระบายในส่วนรอบ ๆ ของภาพหลักทั้งนี้เพื่อให้จุดเด่นของภาพที่เกิดขึ้นตรงกลางภาพเด่นสะดุดตาออกมา ศิลปินใช้สีขาวเป็นสีที่ควบคุมบรรยากาศให้เกิดความกลมกลืนของภาพทั้งหมด

การออกแบบและการสื่อสาร

ในด้านการออกแบบ ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพโดยจัดวางภาพให้ภาพหลักอยู่ตรงกลางภาพโดยให้รายละเอียดของภาพเกิดขึ้นภายในตุ้ยมืดซึ่งประกอบด้วยสินค้ามากมาย แต่ศิลปินไม่ได้ระบายรายละเอียดสินค้าแต่ละประเภทเพียงแต่ตัดเส้นให้เกิดเป็นรูปทรงแบบด้วยสีดำในขณะที่ตัวอักษร ศิลปินได้นำมาเป็นเพียงส่วนประกอบย่อยเท่านั้น

ในการจัดภาพ ศิลปินได้จัดให้ตัวอักษรด้านล่างของภาพเป็นจุดดึงดูดของภาพหลัก คือ ภาพตุ้ยมืด

ศิลปินได้สร้างความกลมกลืนในภาพโดยศิลปินได้เอาสีขาวซึ่งเป็นสีส่วนรวมของภาพมาระบายทับสีเข้มในตำแหน่งรอบ ๆ ภาพหลัก เพื่อให้เกิดความกลมกลืนของภาพและสร้างความสนใจที่จุดศูนย์กลางของภาพ โดยสรุปแยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ในภาพนี้ตุ้ยมืดทำให้ภาพมีเอกภาพ เนื่องจากภายในตุ้ยมืดประกอบด้วยสิ่งของมากมาย แต่สิ่งของเหล่านั้นเกิดจากสีเดียว คือ สีดำ (BL 100) และถูกจัดวางอย่างเป็นระเบียบในตุ้ยมืดซึ่งทำให้ภาพนี้มีเอกภาพ

ความสมดุลผลงานชิ้นนี้ความสมดุลเกิดจาก ความสมดุลซ้าย-ขวาและบน-ล่าง ไม่เท่ากัน
 ความมีสัดส่วน ในภาพนี้สัดส่วนของภาพจะมากกว่าตัวอักษรและสัดส่วนของสีอ่อนมากกว่าสัดส่วนของสีเข้ม

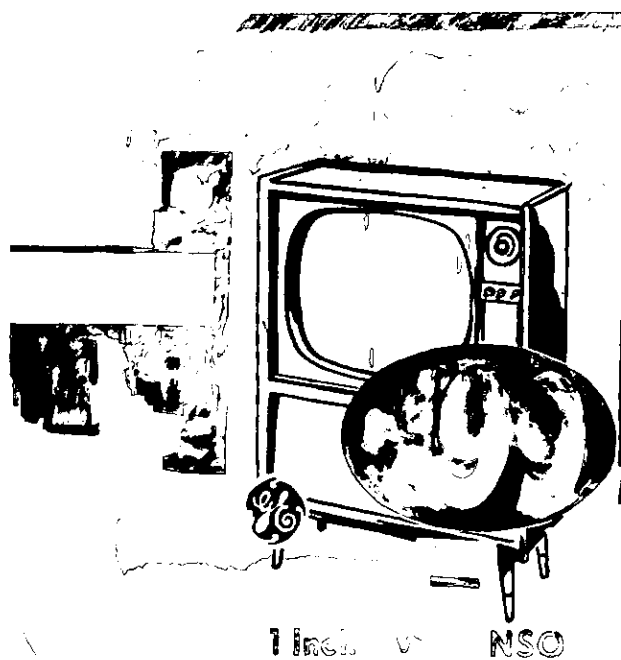
การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพนี้อยู่ตรงกลางภาพ จุดสนใจเกิดจากภาพลายเส้นขาว-ดำ ที่เป็นสิ่งของต่าง ๆ ในตู้เย็น

การใช้รูปแบบที่ซ้ำ ๆ กัน ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาความเคลื่อนไหว ในภาพนี้ประตูที่เปิดออกเป็นเส้นนำสายตาของภาพ นำไปสู่การมองในจุดสนใจของภาพคือภายในตู้เย็น

ในส่วนของการสื่อสารในภาพนี้ ศิลปินต้องการจะสื่อให้เห็นถึงชีวิตที่มีแต่ความอุดมสมบูรณ์ของคนอเมริกัน ความทันสมัย สะดวกสบาย ของผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ตู้เย็น สามารถยืดระยะเวลาอายุของอาหารได้ ซึ่งนับว่าเป็นการเอาชนะธรรมชาติ ด้วยเทคโนโลยีอีกวิธีหนึ่ง ในภาพนี้ศิลปินสื่อให้เห็นถึงความสุขสบายที่เกิดขึ้นจากเงิน เมื่อมีเงินก็มีทุกสิ่งทุกอย่าง

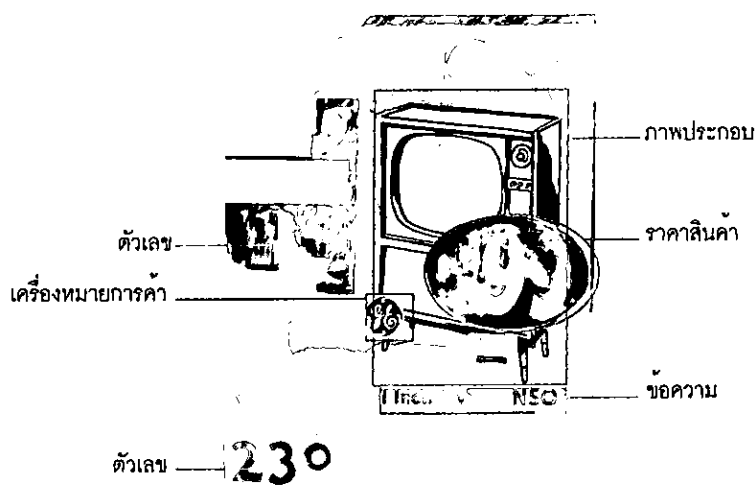
5.ผลงานภาพ TVS199.1960



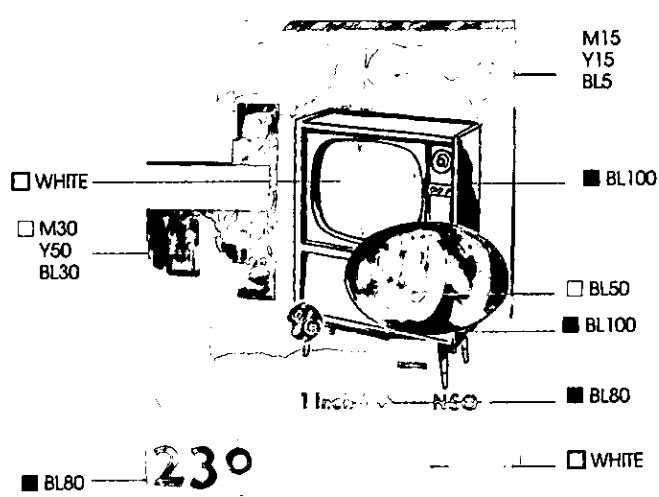
230

ภาพประกอบ 9 ผลงานภาพ TVS199. 1960

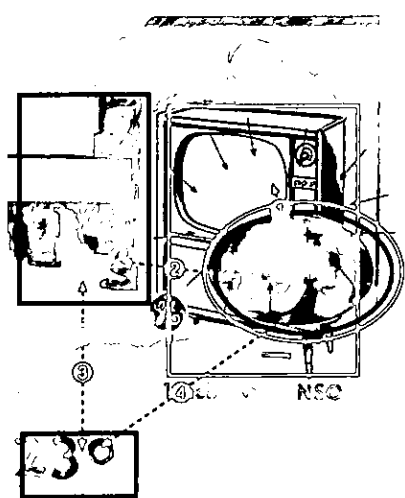
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 10 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวความคิดในการสร้างสรรค์

จากข้อมูลที่ถูกกล่าวข้างต้นพบว่า เมื่อสิ้นสุดยุค 1950 โทรทัศน์กลายเป็นรูปแบบเดียวที่สำคัญที่สุดของความบันเทิงและวัฒนธรรมของมวลชน และได้สร้างอุตสาหกรรมการผลิตสินค้าแบบด่วน เช่น 'TV dinner' ที่เห็นอยู่ทั่วไป ซึ่งเป็นเพียงรูปแบบหนึ่งของอาหารตามสะดวก ซึ่งวางเรียงรายเต็มชั้นในซูเปอร์มาร์เก็ตทันสมัยขนาดใหญ่ โทรทัศน์ทำให้ครอบครัวอเมริกันส่วนใหญ่สามารถนั่งในบ้านชานเมืองทันสมัย และดูละครเรื่องราวชีวิตของอเมริกันชนอื่น ๆ ที่มีชีวิตเหมือนตนเอง โดยผ่านการโฆษณาโทรทัศน์ ยังทำให้ผู้คนได้เห็นภาพสินค้าบริโภคมากมาย

ดังนั้นจากการศึกษาวิเคราะห์ผลงานภาพ TV \$199.1960 พบว่า แนวคิดในการสร้างสรรค์ของภาพ เป็นแนวคิดที่ศิลปินได้รับอิทธิพลมาจากผลงานโฆษณาโทรทัศน์อยู่ในช่วงลดราคาสินค้า โดยสังเกตได้จากภาพของโทรทัศน์ที่ถูกปิดด้วยตัวเลข 199 \$ ขนาดใหญ่ ภาพเครื่องหมายการค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความนิยมในตราสินค้าของผู้คนคือยี่ห้อ GE รอยแปรงของสีน้ำมันที่พบในภาพเป็นการแสดงถึงแนวคิดของงานศิลปินที่มีความเกี่ยวข้องกับงานพาณิชย์ศิลป์ ซึ่งเป็นแนวคิดของศิลปะป๊อปอาร์ต ศิลปะที่นำเสนอเรื่องราวที่ได้รับ ความนิยมชมชอบ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นศิลปะที่มีแนวคิดต่อการใช้ชีวิตประจำวันของครอบครัวอเมริกัน

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพนี้ ศิลปินต้องการนำเสนอเกี่ยวกับอุปกรณ์ ความบันเทิง ของครอบครัวอเมริกัน โดยได้แรงบันดาลใจจากโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับโทรทัศน์ที่ได้ลดราคา ในโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ การมีโทรทัศน์ของผู้คนยุคนั้นแสดงให้เห็นถึงความมั่งคั่ง ร่ำรวย การให้รางวัลชีวิตรูปแบบใหม่ของคนอเมริกันที่ทำงานหนักทั้งวัน การเป็นเจ้าของโทรทัศน์สักเครื่องไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป เพราะใคร ๆ ก็เป็นเจ้าของได้ในราคาถูก

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ในผลงานภาพชิ้นนี้ ศิลปินได้นำภาพโฆษณาโทรทัศน์ที่ได้ทำการส่งเสริมการขาย เป็นสินค้ายี่ห้อที่ได้รับความนิยมในขณะนั้น ศิลปินได้จัดวางภาพให้โดดเด่นในตำแหน่งบนขวา โดยภาพจะใช้วิธีการต่อเส้นขอบคม เพื่อให้มีน้ำหนักขาวจัด - ดำจัด ในขณะที่จุดรองของภาพคือ ราคาสินค้า ซึ่งเป็นตัวอักษรหนาอยู่ในภาพกราฟิก รูปวงรี วางทับโทรทัศน์เป็นภาพที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าชิ้นนี้ นอกจากนี้ยังมีตัวอักษรอื่น ๆ ประกอบภาพโฆษณาชิ้นนี้

ที่จะเป็นคำอธิบายเนื้อหาในโฆษณา ศิลปินได้นำเอาเครื่องหมายการค้ามาจัดวาง นอกจากจะบ่งบอกถึงตราสินค้าแล้วยังเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าด้วย

ในส่วนของพื้นภาพ ศิลปินได้ระบายสีขอบคมก่อนแล้วระบายสีขาวทับเป็นส่วน ๆ เพื่อให้เกิดความกลมกลืน และไม่ให้โดดเด่นจนเกินไป

กลวิธีการใช้สี

ในผลงานภาพนี้พบว่า ศิลปินเลือกวิธีการใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี เพื่อให้ประสมกลมกลืนกัน ในลักษณะสีเอกรงค์

ในการใช้สีของภาพนี้ ศิลปินได้ใช้สี 3 สี คือ สีดำ (BL 100) สีน้ำตาล (M 30 Y 50 BL 30) และสีขาว เนื่องจากโฆษณาในยุคนี้เป็นโฆษณาภาพขาว – ดำ บนกระดาษปอนด์ ซึ่งมีสีน้ำตาลอ่อน (M 15 Y 15 BL 5) ภาพที่ออกมาจึงเป็นภาพ ขาว – ดำ ศิลปินได้ระบายสีในส่วนของโทรทัศน์เป็นลักษณะขอบคม หรือขาวจัด – ดำจัด ในส่วนตำแหน่งแสงศิลปินจะเว้นสีพื้นไว้ และระบายในส่วนของเขา ซึ่งเป็นสีดำ ในขณะที่บรรยากาศของภาพ ศิลปินจะระบายสีดำ (BL 100) ขอบคมและสีน้ำตาล (M 30 Y 50 BL 30) ขอบคม ศิลปินได้ระบายสีขาว (WHITE) ทับภาพเพื่อควบคุมบรรยากาศให้ดูกลมกลืน ในส่วนของสีน้ำตาล (M 30 Y 50 BL 30) ศิลปินได้ทำวิธีเดียวกันกับสีดำ (BL 100) คือ การระบายขาว (WHITE) ทับ นอกจากนั้นด้านบนของภาพศิลปินได้ใช้สีระบายเป็นลักษณะการขีดขีดเพื่อให้ภาพดูมีจังหวะและสีลามากขึ้น

การออกแบบและการสื่อสาร

ในด้านการออกแบบ ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพและตัวอักษรโดยจัดวางภาพได้โดดเด่นด้วยการที่ภาพโทรทัศน์ได้จัดวางอยู่ในตำแหน่งกลางของภาพ ในขณะที่จุดรองคือราคาสินค้า และส่วนประกอบต่าง ๆ คือ ตัวอักษร คำบรรยายเป็นส่วนเสริม ในการออกแบบศิลปินยังให้ความสำคัญต่อราคาสินค้าและตราสินค้า ศิลปินได้นำป้ายราคาและเครื่องหมายการค้ามาทับภาพโทรทัศน์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ราคาและเครื่องหมายการค้าเป็นส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในภาพจะมีความสมดุล 3 ส่วน คือ ภาพโทรทัศน์กับราคาสินค้า ภาพตราสินค้ากับตัวอักษรด้านซ้ายมือ และภาพตัวอักษรด้านซ้ายมือกับภาพตัวอักษรด้านล่าง โดยสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ในภาพการระบายสีขาวทับภาพทำให้ส่วนของภาพและตัวอักษรซึ่งประกอบในภาพมีความกลมกลืนซึ่งกันและกัน

ความสมดุล ผลงานชิ้นนี้มีความสมดุลแบบซ้าย-ขวาและบน-ล่าง ไม่เท่ากัน

ความมีสัดส่วน ผลงานชิ้นนี้ จะมีสัดส่วนของการใช้ภาพน้อยกว่าสัดส่วนของการใช้ตัวอักษร และสัดส่วนของรูปจะน้อยกว่าสัดส่วนของพื้น

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพนี้อยู่ที่ภาพโทรทัศน์และราคาสินค้า โดยจุดสนใจเกิดจากสีที่มีน้ำหนักเข้มที่สุดในภาพ

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ในภาพนี้ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาความเคลื่อนไหว เส้นนำสายตาของภาพนี้คือตัวอักษรในภาพทั้ง 3 ขนาด และตรงสินค้าที่อยู่ใกล้โทรทัศน์จะเป็นส่วนที่จะนำสายตาตามมาสู่จุดสนใจของภาพ

ในด้านการสื่อสาร ผลงานชิ้นนี้ ศิลปินต้องการจะสื่อให้เห็นว่าสังคมบริโภคนิยมนั้น นอกจากจะบริโภคสิ่งจำเป็นต่อชีวิต เช่น อาหาร, ยา แล้วยังมีการบริโภคที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ การบริโภคข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งโทรทัศน์คือ สื่อหนึ่งที่ผู้บริโภคได้รับความนิยมในขณะนั้น เมื่อผู้คนให้ความสำคัญกับสื่อโทรทัศน์ ผู้ผลิตสินค้าจึงได้นำการผลิตสินค้าเพื่อออกขาย ราคา และเครื่องหมายการค้าจึงมีบทบาทในการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภค

6.ผลงานภาพ Close Cover Before Striking(Pepsi-Cola).1960

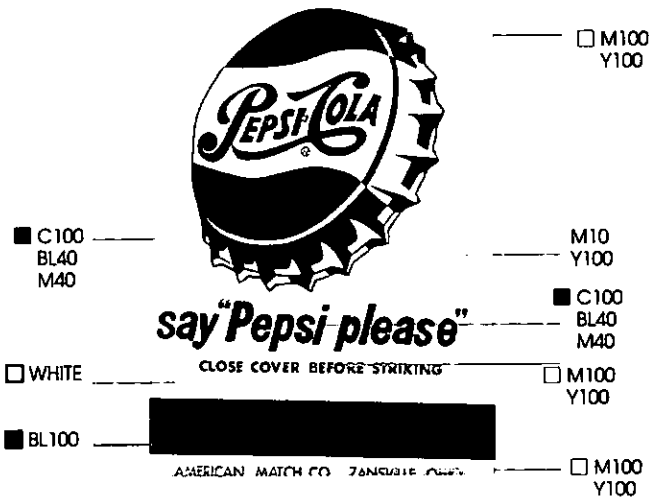


ภาพประกอบ 11 ผลงานภาพ Close Cover Before Striking(Pepsi-Cola).1960

การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 12 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานของ แอนดี วอร์ฮอล ในผลงานภาพ Close Cover Before Striking (Pepsi – Cola) 1960 ได้รับอิทธิพลจากภาพโฆษณาสินค้ายี่ห้อ เป๊ปซี่ โคล่า ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ยอดนิยมพอ ๆ กับ โคคา โคล่า และเป็นสินค้าคู่แข่งแนวคิดจากภาพนี้พบว่า ในสังคมทุนนิยมมีการแข่งขันสูง สินค้าทุกสินค้านำเสนอสิ่งที่ดีที่สุด ใหม่ที่สุด เพื่อให้ได้รับความนิยมสูงสุด และเมื่อได้รับความนิยมแล้ว สิ่งก็ตามมาก็คือผลกำไรที่เกิดขึ้น ภาพนี้มีแนวคิดนำเสนอคำพูดที่ต้องการให้ผู้คนกล่าวขวัญถึงคำว่า Say เป็นการชักจูงให้ผู้บริโภคเจาะจงใช้สินค้ายี่ห้อนี้เท่านั้น การใช้สีที่สดใส เป็นแนวคิดในการนำเสนอของรูปแบบงานพาณิชย์ศิลป์ที่ต้องการนำเสนอให้ภาพโดดเด่น สะดุดตา ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นในภาพโฆษณา แอนดี วอร์ฮอล ได้นำแนวคิดนั้นมาเสนอเพื่อให้ผลงานเป็นสิ่งที่จะอธิบายความคิดของศิลปินให้ได้มากที่สุด

เนื้อหาของภาพ

ผลงานภาพนี้ แสดงเนื้อหาเกี่ยวกับเครื่องดื่มยี่ห้อดังที่ได้รับความนิยมไม่แพ้ โคคา โคล่า คือเป๊ปซี่ โคล่า สินค้านี้เป็นสินค้าคู่แข่งกับ โคคา โคล่า เนื่องจากอเมริกาเป็นประเทศโลกเสรี มีการแข่งขันสูงในด้านการตลาด เมื่อมีสินค้าที่ได้รับความนิยมของผู้คน ย่อมจะมีสินค้าคู่แข่งเกิดขึ้น เป๊ปซี่ โคล่า จึงเป็นสินค้าหนึ่งที่จะต้องทำการโฆษณาเพื่อต่อสู้กับโคคา-โคล่า แอนดี วอร์ฮอล ได้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับผลงานโฆษณาชิ้นนี้จากใบปิดโฆษณาโดยนำเอาฉลากของขวดเป๊ปซี่ โคล่า ซึ่งมีเครื่องหมายการค้าที่เด่นชัด แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของสินค้ายี่ห้อนี้ พร้อมกับคำพูดที่อยู่ในตำแหน่งใต้ภาพ เพื่อโน้มน้าวให้ผู้คนซื้อ ชื่นชมในสินค้านี้ ดั่งข้อมูลข้างต้นที่กล่าวไว้ว่า ศิลปินติดตามสังคมที่แข่งขันในระบบทุนนิยม แข่งขันทางสื่อสารมวลชน ที่เริ่มเข้ามาครอบคลุมชีวิตประจำวัน สะท้อนปรากฏการณ์เหล่านี้เป็นผลงานศิลปะผลงานป๊อปอาจไม่ใช่ความงามที่ศิลปินสร้างขึ้นโดยตรง แต่เป็นภาพจากภาพ (Image form Image) ที่ปรากฏในสังคมทุนนิยม ภาพที่เราคุ้นเคยอยู่ในชีวิตประจำวัน

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ในผลงานชิ้นนี้ ตัวอักษรมีบทบาทมากในการสร้างสรรค์ผลงาน เนื่องจากโฆษณานี้ศิลปินนำมาสร้างสรรค์งานชิ้นนี้เป็นโฆษณาที่มีการใช้คำพูด มาทำการโฆษณา การใช้ภาพในโฆษณานี้มีแค่เครื่องหมายการค้าที่ปรากฏบนฉลาก จุดเด่นของความคิดในภาพนี้ คือ การ

ใช้คำพูดที่ชักจูงให้ผู้บริโภคหันมาดื่มสินค้ายี่ห้อนี้ ท่ามกลางการแข่งขันทางการตลาดที่มีเจ้าตลาดคือ ยี่ห้อโคคา โคล่า ถือครองอยู่

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์หลักการใช้สีในภาพนี้พบว่า ศิลปินเลือกใช้สีทับกันชั้นเดียว เพื่อให้สีแต่ละสีประสานส่งเสริมกัน โดยใช้การใช้สีเพื่อส่งเสริมให้เกิดพลังเด่น

ในภาพนี้ ศิลปินได้นำสีเหลือง (M 10 Y 100) เป็นสีที่ช่วยให้ภาพเกิดความโดดเด่น สะดุดตาและในขณะเดียวกันศิลปินได้ใช้สีแดง (M100 Y 100) และสีขาว และน้ำเงิน (C 100 M 80 BL 40) ซึ่งเป็นสีของตราสินค้าของ Pepsi – Cola มาสร้างสรรค์ผลงาน นอกจากนั้นยังปรากฏสีดำเป็นแถบอยู่ด้านล่างซึ่งเป็นโฆษณาอีกชิ้นหนึ่ง

การออกแบบและการสื่อสาร

ในด้านการออกแบบ ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพและตัวอักษรและสีโดยจัดวางจุดเด่นของภาพอยู่ในตำแหน่งด้านบนของภาพในสัดส่วนมากกว่า 50% ของภาพทั้งหมด ในขณะที่จุดเสริมของภาพคือ คำพูดใต้ภาพและประกอบด้วยคำบรรยาย และเจ้าของผลิตภัณฑ์ ในภาพนี้ ศิลปินได้นำเอาแถบดำ (BL 100) วางไว้ด้านล่างเพื่อถ่วงน้ำหนักของภาพด้านบน แถบดำนี้เป็นแถบดำของภาพสินค้าอีกประเภทหนึ่งคือ ไม้ขีดไฟ

ในการจัดความสัมพันธ์ของภาพ ศิลปินได้วางภาพให้เกิดการถ่วงดุล 2 ส่วน คือ ส่วนของภาพหลัก คือ ฝาเบียร์สี โคล่า กับ พาดหัว และพาดหัว กับแถบสีดำ BL 100) ด้านล่าง โดยสรุปประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ในภาพนี้ การใช้สีช่วยให้ภาพมีเอกภาพโดยสีน้ำเงิน (C 100 M 80 BL 40) ที่ปรากฏในภาพฝาเบียร์ได้นำมาใช้ในส่วนของพาดหัว และสีแดง (M100 Y 100) ที่ปรากฏในฝาเบียร์ได้ถูกนำมาใช้ในส่วนของคำพูดเช่นเดียวกันและในส่วนของแถบสีขาว (WHITE) ด้านบน จะพบในส่วนของฝาเบียร์ และแถบล่าง ซึ่งการใช้สีในส่วนต่าง ๆ ให้มีความสัมพันธ์กัน ทำให้ภาพเกิดความกลมกลืนมีเอกภาพ

ความสมดุล ผลงานชิ้นนี้ความสมดุลซ้าย-ขวา เท่ากัน แต่บน-ล่าง ไม่เท่ากัน

ความมีสัดส่วน ในภาพนี้สัดส่วนของการใช้ภาพจะมากกว่าสัดส่วนของการใช้ตัวอักษร และสัดส่วนของรูปมากกว่าสัดส่วนของพื้น

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพนี้เกิดจากขนาดภาพฝาเบียร์ขนาดใหญ่พาดหัวและสีสดใส การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาความเคลื่อนไหว เส้นนำสายตาของภาพนี้น่าจะเป็นส่วนของสี่เหลี่ยม (M 10 Y 100) ที่ทำให้จุดเด่นของภาพสะดุดตา และทำให้มองไปที่จุดสนใจของภาพคือภาพฝาผนังที่มีขนาดใหญ่

ในด้านการสื่อสาร ศิลปินได้สื่อให้เห็นถึงความนิยมชมชอบในตราสินค้าของคนอเมริกัน ในขณะที่มีการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง สินค้าแต่ละชนิดจะต้องมีวิธีในการโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้หันมาซื้อสินค้า การใช้สี การใช้เครื่องหมายการค้า และการใช้คำพูดตรงใจคือสิ่งที่เจ้าของผลิตภัณฑ์ต้องทำให้เกิดความแตกต่าง

7.ผลงานภาพ Yellow Close Cover Before Striking.1960

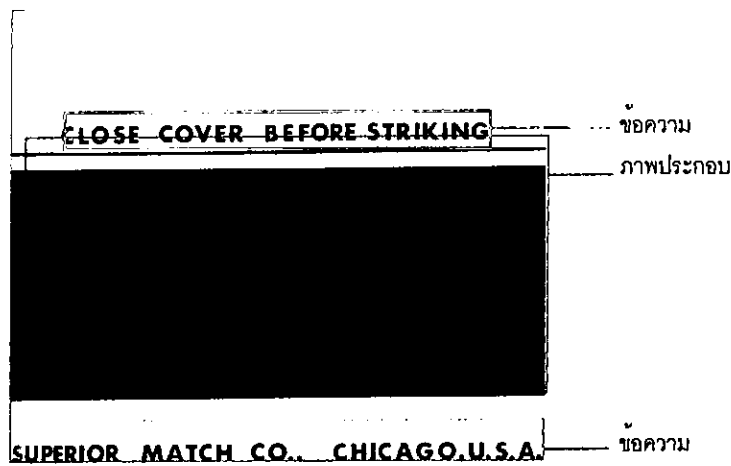
CLOSE COVER BEFORE STRIKING



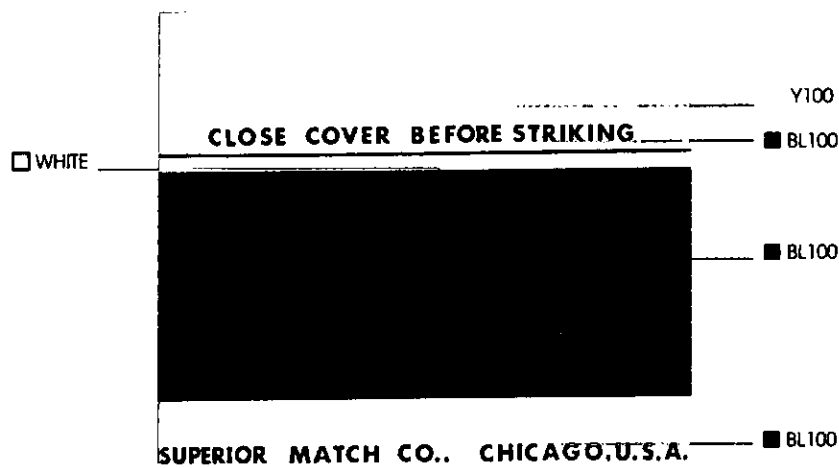
SUPERIOR MATCH CO., CHICAGO,U.S.A.

ภาพประกอบ 13 ผลงานภาพ Yellow Close Cover Before Striking.1960

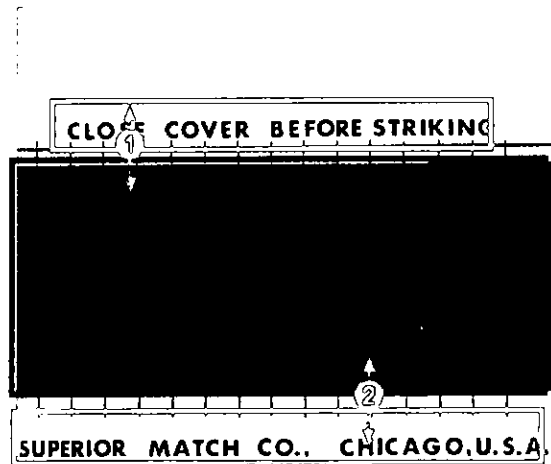
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 14 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานภาพ Yellow Close Cover Before Striking. 1962 ศิลปินได้รับอิทธิพลจากภาพโฆษณาผลิตภัณฑ์กล่องไม้ขีดไฟ โดยศิลปินได้นำเอาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มาเสนอสีที่ใช้เป็นคู่สีที่ปรากฏในผลิตภัณฑ์ รวมทั้งแนวคิดที่ได้นำเอาพื้นผิวของวัสดุ เช่น Sand Paper มานำเสนอเป็นเทคนิคที่ศิลปินต้องการจะให้เกิดความรู้สึกเหมือนจริงมากที่สุด ซึ่งเป็นพื้นผิวของบรรจุภัณฑ์ คำโฆษณาต่าง ๆ ที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ ศิลปินได้นำมาเสนอด้วยเช่นกัน ดังนี้ อาร์ สุธิพันธ์ (2535 : 252) ได้กล่าวถึงการสร้างสรรค์งานของ แอนดี วอร์ฮอล ในข้อมูลข้างต้นไว้ว่า แอนดี วอร์ฮอล สนใจที่จะตอบสนองสภาพวะสังคมอย่างถูกต้องชัดเจนและตรงไปตรงมา พอ ๆ กับแสดงทักษะและความสามารถทางเทคนิค โดยพยายามที่จะแสดงออกทางจิตกรรม เพื่อให้ผู้พบเห็นรู้ว่า ฉลากสินค้า ภาพโฆษณา มีความสำคัญต่อชีวิตคุณแค่ไหน วอร์ฮอลให้ทรรศนะว่า ศิลปินในปัจจุบันก็คือ เครื่องจักรกลชนิดสูงซึ่งมีประสิทธิภาพที่จะถ่ายทอดความจริงในโลกนี้ให้ถูกต้อง

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพนี้ แสดงให้เห็นถึงภาพโฆษณากล่องไม้ขีดยี่ห้อหนึ่งนี้ได้รับความนิยมในขณะนั้น โฆษณานี้เป็นโฆษณาของบริษัท Superior Math Co. จาก Chicaco. USA. เป็นการแสดงภาพระยะใกล้ของสินค้า ชี้ให้เห็นถึง สี และ เส้น ในงานกราฟิก โดยด้านบนเป็นแถบสีเหลืองคั่นด้วยสีขาว ตรงกลางเป็นสีน้ำตาล ซึ่งเป็นพื้นที่การใช้วางเมื่อขีดไม้ขีดไฟ และคั่นด้วยสีขาว ส่วนด้านล่างแถบสีเหลือง มีตัวหนังสือบอกถึงบริษัทที่ผลิตสินค้าชิ้นนี้ ภาพโฆษณาชิ้นนี้ ศิลปินนำเอาประสิทธิภาพของสินค้ามาแสดงให้เห็น

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานชิ้นนี้ ศิลปินใช้ภาพด้านข้างของไม้ขีดไฟเป็นภาพหลัก โดยใช้สีและวัสดุ คือ กระดาษทรายให้มีพื้นผิวเหมือนกับไม้ขีดไฟจริง ๆ เป็นภาพสีน้ำตาล (BL 100) อยู่กลางภาพ ในขณะที่ด้านบนและด้านล่างเป็นแถบสีเหลือง (Y 100) ซึ่งคั่นด้วยสีขาว (WHITE) และประกอบด้วยตัวอักษรที่บอกถึงเจ้าของผลิตภัณฑ์และแหล่งผลิต ในภาพนี้ศิลปินได้นำเอาภาพที่ปรากฏบนผลิตภัณฑ์จริงมาสร้างสรรค์ โดยภาพที่เกิดความรู้สึกเหมือนของจริงคือ การใช้กระดาษทราย (Sand Paper) มาสร้างพื้นผิวของผลงาน

การใช้ตัวอักษร เป็นการใช้ตัวอักษรที่พบได้ในผลงานประเภทสิ่งพิมพ์ เป็นลักษณะตัวที่ทันสมัยและใช้สีเข้มคือสีดำ (BL 100)

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ผลงานชิ้นนี้พบว่า ศิลปินเลือกหลักการใช้สีทับกันชั้นเดียวเพื่อให้แต่ละสีประสานส่งเสริมกัน โดยการใช้สีเพื่อส่งเสริมให้เกิดพลังเด่น ในส่วนพื้นและส่วนจุดสนใจ

ในภาพนี้ ศิลปินได้ใช้ 3 สี คือ สีเหลือง (Y 100) สีขาว และสีดำ (BL 100) สีเหลืองเป็นสีกลองไม้ซิดไฟ และสีดำเป็นสีแถบด้านข้าง ซึ่งเป็นตำแหน่งของการใช้งานของกลองไม้ซิดไฟ ตัวอักษรเป็นสีดำ สีขาว ซึ่งคั่นระหว่าง สีเหลืองกับสีดำ (BL 100) จะทำให้แถบสีดำ (BL 100) ดูมีพลังและโดดเด่นขึ้น เพราะเป็นส่วนที่จะเกิดไฟ

การออกแบบและการสื่อสาร

ในการออกแบบของผลงานภาพนี้ ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยสีและตัวอักษรจัดวางให้ดูง่าย ใช้จุดสนใจของภาพอยู่ในตำแหน่งสีกลางภาพ โดยจัดภาพเป็นลักษณะในแนวนอน จุดเด่นของภายนอกจะเป็นสีที่มีน้ำหนักเด่นแล้วยังได้ความรู้สึกเหมือนของจริงด้วยพื้นผิวกระดาษทราย

ในการจัดภาพ ศิลปินได้จัดภาพให้เกิดจุดถ่วงดุล 2 จุด คือ ระหว่างตัวหนังสือด้านบนกับแถบดำ และแถวดำกับตัวหนังสือด้านล่าง โดยสรุปปะเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ การใช้สีในผลงานชิ้นนี้ จะช่วยให้ภาพเกิดเป็นเอกภาพขึ้นมาได้คือสีดำ (BL 100) ที่ใช้ในแถบดำตรงกลางได้ปรากฏในส่วนของตัวหนังสือแถบบนและแถบล่าง

ความสมดุล ผลงานชิ้นนี้ความสมดุลซ้าย-ขวาและบน-ล่าง เท่ากัน

ความมีสัดส่วน ในภาพนี้ สัดส่วนในการใช้สีมากกว่าการใช้ตัวอักษร

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจในภาพนี้เกิดจากการใช้วัสดุที่พื้นผิวเหมือนวัสดุจริง และการใช้สีที่มีน้ำหนักเข้มท่ามกลางพื้นสีอ่อนและตัวอักษร

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน

การใช้เส้นนำสายตา ให้เกิดลีลาความเคลื่อนไหว ตัวอักษรบน-ล่างทำให้ดูเหมือนเส้นนำสายตาไปสู่แถบบนกลางภาพ

ในส่วนของการสื่อสาร ผลงานชิ้นนี้ศิลปินต้องการสื่อให้เห็นถึงความก้าวหน้าของงานพาณิชย์ศิลป์ที่เกิดขึ้นในยุคนั้น ความเรียบง่าย ของการโฆษณาที่เกิดขึ้นที่ตัวสินค้าเอง คือสิ่งที่แสดงให้เห็น ภาพสินค้าและผู้ผลิต ซึ่งสื่อถึงภาพพจน์ของสินค้านั้นเอง

8.ผลงานภาพ Blackglama (JudyGarland) from Portforio AD.1985



ภาพประกอบ 15 ผลงานภาพBlackglama (JudyGarland)
from Portforio AD.1985

การใช้ภาพและตัวอักษร



ภาพประกอบ

พาดหัว

ข้อความ

กลวิธีการใช้สี



WHITE

M70

M70

M5

C60

BL100

M100

Y100

BL100

M10

Y40

การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 16 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการวิเคราะห์ศึกษามผลงานภาพ Blackglama (Judy Garland) for Portforio AD. 1985 พบว่า ศิลปินได้แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานมาจากภาพโฆษณาสิ่งพิมพ์ของเขาเอง ซึ่งเป็นภาพถ่ายนางแบบปกหนังสือ ทรงผม การแต่งหน้า รวมถึงเสื้อผ้า ได้แสดงถึงแนวคิดสมัยใหม่ ของผู้หญิง เครื่องประดับต่าง ๆ ที่ใช้ ได้แสดงถึงรสนิยมของผู้คนเพื่อให้อวดคัลล้องกับการแต่งกาย ภาพพื้นสีเข้มที่ช่วยผลักดันให้สีสันของภาพดูโดดเด่น ตัดโศ เป็นแนวคิดใหม่ที่ศิลปินต้องการจะนำเสนอแนวคิดงานศิลปะป๊อปอาร์ต ที่เป็นการสร้างภาพของคน ซึ่งได้พัฒนามาจากงานกราฟิกแสงสีขาวบนใบหน้า แสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นท่ามกลางแสงไฟแฟลชที่มีแสงเกิดขึ้นรอบด้าน ดังข้อมูลที่ถูกกล่าวไว้ข้างต้นซึ่งกล่าวไว้ว่า ผลงานป๊อปอาร์ตของแอนดี้ วอร์ฮอล มีที่มาจากประสบการณ์ที่ได้ประสบพบเห็นสังคมในยุคนั้น และประสบการณ์จากอาชีพของเขา โดยแอนดี้ วอร์ฮอลได้ผ่านวงการโฆษณา การถ่ายแบบแฟชั่น ซึ่งกำลังเติบโตในสังคมยุคนั้น เมื่อศิลปินนำเอาประสบการณ์ของตนเองผสมผสานกับจินตนาการที่ได้สร้างสรรค์ขึ้น และเมื่อศิลปินถ่ายทอดออกมาเป็นผลงานด้านศิลปะแล้วทำให้ผู้คนเกิดการรับรู้ในเรื่องราวต่าง ๆ แนวคิดต่าง ๆ รวมถึงรสนิยมต่าง ๆ ของผู้คนในยุคนั้น ซึ่งการรับรู้จินตนาการและประสบการณ์นี้เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของการสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของผลงานชิ้นนี้ เป็นผลงานโฆษณาของศิลปินซึ่งหนึ่งในขณะที่ศิลปินทำงานพาณิชย์ศิลป์ โดยมีนางแบบเป็นภาพหลัก และประกอบด้วยพาดหัวว่า What become a legend Most? ภาพโฆษณาชิ้นนี้เป็นภาพที่นิยมโฆษณากันคือ การใช้ดารา หรือนางแบบเช่นเดียวกับปกหนังสือ เพราะเชื่อว่า คนดังหรือดาราจะเป็นตัวอย่าง และเป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับ เป็นบุคคลที่ทุกคนนิยมชมชอบ เสื้อผ้า ทรงผม การแต่งหน้า รวมทั้ง เครื่องประดับเป็นแฟชั่น ที่สังคมยุคนั้นนิยมกัน ภาพนี้ให้เห็นถึงการนำแฟชั่นความทันสมัย ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องการของผู้คน

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานภาพชิ้นนี้ ศิลปินได้นำภาพซึ่งเป็นภาพนางแบบในผลงานของศิลปินเอง ช่วงที่ได้ทำงานพาณิชย์ศิลป์ มาสร้างสรรค์เป็นผลงานศิลปะ ภาพเป็นภาพแฟชั่น ผสมผสานกับภาพลายเส้นซ้อนทับกัน โดยมีตัวอักษรพาดผ่านด้านบน

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ผลงานชิ้นนี้พบว่า ศิลปินได้ใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี เพื่อให้สีประสมกลมกลืน โดยการสร้างความกลมกลืนด้วยการใช้วรรณะของสี ตามข้อมูลที่กล่าวไว้ข้างต้น

ในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้ใช้สีน้ำเงิน (M 50 C60) ในส่วนของภาพและพื้นเป็นเข้ม (BL 100) ในส่วนของแสงที่ใบหน้านางแบบศิลปินใช้สีขาว (WHITE) และส่วนเงา ศิลปินจะใช้น้ำหนักของสีน้ำเงิน (M 50 C60) โดยน้ำหนักของสีจะแบ่งแยกชัดเจน และเพื่อให้ภาพดูน่าสนใจมากขึ้น ศิลปินได้ตัดเส้นของภาพด้วยสีตรงข้าม คือ สีชมพู (M 70) ตัดขอบภาพและตัวอักษร ทำให้ภาพดูทันสมัย และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้น

การออกแบบและการสื่อสาร

ในด้านการออกแบบ ศิลปินได้จัดสร้างจุดสนใจด้วยภาพและสี จัดภาพให้เกิดจุดถ่วงดุล 2 จุด คือ ระหว่างภาพกับตัวอักษรด้านบนและด้านล่าง โดยจุดสนใจของภาพอยู่ตรงกลางภาพ คือ ใบหน้าของนางแบบ ในขณะที่ศิลปินได้ตัดเส้นของภาพด้วยสีตรงกันข้าม ทำให้ภาพดูโดดเด่น ทันสมัย และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ผลงานชุดนี้ ศิลปินใช้น้ำหนักของสีเป็นส่วนที่ทำให้เกิดเอกภาพโดยน้ำหนักสีเข้มของพื้นจะมีน้ำหนักสัมพันธ์กับน้ำหนักในส่วนของเสื้อผ้าและทรงผมของภาพและการใช้สีของพาดหัว สัมพันธ์กับลายเส้นรอบตัวนางแบบ

ความสมดุล ผลงานชุดนี้มีการจัดภาพให้เกิดส่วนสมดุลซ้าย-ขวาและบน-ล่าง เท่ากัน

ความมีสัดส่วน สัดส่วนระหว่างรูปและพื้น ในภาพนี้มีสัดส่วนที่เท่ากัน ส่วนในการใช้ภาพจะมีสัดส่วนมากกว่าการใช้ตัวอักษร

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจในภาพนี้เกิดขึ้นตรงกลางภาพโดยสีขาว (WHITE) บนใบหน้าของนางแบบ เป็นสีที่สว่างโดดเด่นออกมาจากภาพที่มีน้ำหนักเข้ม

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ในภาพนี้ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหว เส้นนำสายตาในภาพนี้น่าจะเป็นเส้นตัดรอบ ๆ ลำตัวของนางแบบ การใช้สีตรงกันข้ามที่เส้นตัดขอบทำให้โดดเด่น สะดุดตา

ในการสื่อสาร ศิลปินต้องการจะสื่อให้เห็นถึงความนิยมชมชอบในด้านแฟชั่นของผู้คนในยุคนั้น การแต่งหน้าที่ชาวโพลน ตัดด้วยขอบปากสีแดง ทรงผมขอยสั้น ประกอบด้วย เครื่องประดับหรูหรา คือความคลั่งไคล้ของผู้คน แสดงให้เห็นถึงความมีหน้ามีตาในสังคมของผู้คนที่ได้อวดโฉมกัน

9.ผลงานภาพ Rebel Without a Cause (James Dean)from Portforio AD.1985

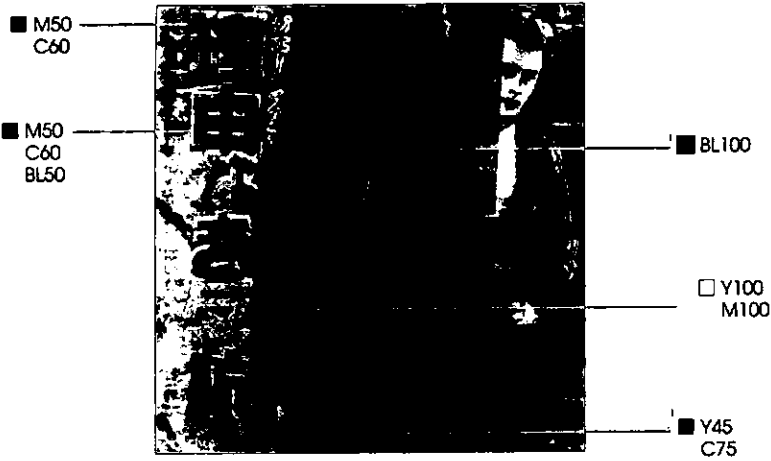


ภาพประกอบ 17 ผลงานภาพRebel Without a Cause (James Dean)
from Portforio AD.1985

การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 18 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์ผลงานภาพ Rebel without a Cause (James Dean) พบว่าเป็นผลงานที่สร้างสรรค์จากผลงานโฆษณา ภาพแสดงถึงแนวคิดของศิลปินป๊อปอาร์ตที่มีการนำเสนอโดยใช้ภาพดารายอดนิยม ซึ่งเป็นภาพเจมส์ดีน ซูเปอร์สตาร์ ที่ได้รับความนิยมในขณะนั้น ศิลปินได้นำเอาตัวหนังสือญี่ปุ่นมาผสมผสานในผลงานชิ้นนี้ ซึ่งนับว่าเป็นการสื่อให้เห็นถึงแนวคิดร่วมสมัยที่ตะวันตกรับเอาวัฒนธรรมตะวันออกมานำเสนอ แสดงให้เห็นว่าความแตกต่างด้านวัฒนธรรมก็ยังมาอยู่ด้วยกันได้ แสดงให้เห็นว่าโลกนี้ไม่มีพรมแดนขวางกั้นความคิดสร้างสรรค์ สีแดงที่แสดงถึงแนวคิดที่เร้าร้อน ความคลั่งไคล้และคามนิยมของผู้คน ผสมกับสีส้มของวัฒนธรรมตะวันออก ซึ่งน่าจะเป็นสีส้มของความเป็นชาติญี่ปุ่น หัวใจสำคัญของแนวคิดในภาพนี้จึงน่าจะเป็นการผสมผสานของสองวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน

เนื้อหาของภาพ

ผลงานภาพชิ้นนี้เป็นผลงานโฆษณาของศิลปินอีกชิ้นหนึ่งในขณะที่ศิลปินทำงานพาณิชย์ศิลป์ เนื้อหาของภาพนี้แสดงถึงการที่ได้รับความนิยมชมชอบไปทั่วโลกในภาพนี้ดาราคือ James Dean ในการทำโฆษณาขณะนั้นเชื่อว่าการนำภาพดารามาใช้ในงานโฆษณาซึ่งเป็นสิ่งที่เจ้าของสินค้านิยมใช้กัน เพราะเมื่อผู้คนนิยมดาราลแล้วย่อมจะนิยมชมชอบ สินค้าชิ้นนั้นด้วย เนื้อหาของภาพนี้แสดงถึงคามนิยมชมชอบดาราคณนี้ของคนทั่วโลก พาดหัวที่เป็นภาษาญี่ปุ่นซึ่งเป็นชาตินิยม ยังนิยมชมชอบดาราคตะวันตก แสดงให้เห็นว่าความเป็น Popular หรือ วัฒนธรรม เมื่อถึงจุดหนึ่งที่เกิดความคลั่งไคล้หรือนิยมชมชอบ คามนิยมชมชอบก็ไม่ได้จำกัดที่ใดที่หนึ่ง จะกระจายไปทั่วโลกและความเป็นชาตินิยมจะผ่อนคลายเป็นที่สุด

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้นำเอาภาพของดารายอดนิยมมาเป็นภาพหลัก โดยประกอบด้วยตัวอักษรที่เป็นภาษาญี่ปุ่นการนำภาพดารายอดนิยมมาใช้ในผลงานของ แอนดี้ วอร์ฮอล แสดงให้เห็นถึงความคลั่งไคล้ของผู้คนในยุคนั้นต่อดาราหรือผู้มีชื่อเสียง ในทำทางที่สุดเท่าที่ประกอบกับเสื้อผ้าของภาพแสดงให้เห็นถึงแฟชั่นนิยมในยุคนั้น

กลวิธีการใช้สี

ในผลงานชิ้นนี้พบว่า ศิลปินได้ใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี เพื่อให้ประสานกลมกลืน โดยสร้างความกลมกลืนด้วยการใช้วรรณะของสี ซึ่งภาพนี้จะเป็นวรรณะของสีร้อน

การใช้สีในผลงานภาพนี้จะเป็นสีโทนร้อน ทั้งพื้นและภาพหลักจะเป็นสีแดง (Y 100 M 100) ศิลปินใช้วิธีการตัดเส้นของภาพหลักด้วยสีดำ (BL 100) ซึ่งเป็นการเลียนแบบงานกราฟิก ส่วนตัวหนังสือจะมีทั้งสีฟ้า (M50 C60) และสีน้ำเงิน (M 80 C 80 BL 50) มีการตัดเส้นด้วยสีฟ้าอ่อน (C 70)

การออกแบบและการสื่อสาร

ในการออกแบบภาพนี้ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพและตัวอักษร จัดภาพเกิดจุดถ่วงดุล 1 จุด โดยภาพจะมีความสมดุลกันทั้งด้านซ้ายและด้านขวา โดยใช้ภาพและตัวอักษร ด้านขวาเป็นการจัดวางภาพหลัก ด้วยน้ำหนักรูปสีดำ (BL 100) ส่วนด้านซ้ายเป็นตัวอักษรสีฟ้า (M 50 C 60) และสีน้ำเงิน เป็นการถ่วงดุลให้ภาพมีความสมดุลมากขึ้น ในขณะที่พื้นภาพเป็นสีแดง (Y 100 M 100) โดยสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ผลงานชุดนี้ ศิลปินใช้น้ำหนักของสีพื้นทำให้เกิดเป็นเอกภาพ ซึ่งเป็นน้ำหนักของสีที่ปรากฏในส่วนของการใช้ภาพและการใช้ตัวอักษร

ความสมดุล ผลงานชุดนี้มีการจัดภาพให้เกิดส่วนสมดุลซ้าย-ขวาและบน-ล่าง เท่ากัน

ความมีสัดส่วน สัดส่วนของพื้น จะมากกว่าสัดส่วนของรูปและสัดส่วนของการใช้ตัวอักษร จะมีสัดส่วนพอ ๆ กับสัดส่วนของการใช้ภาพ

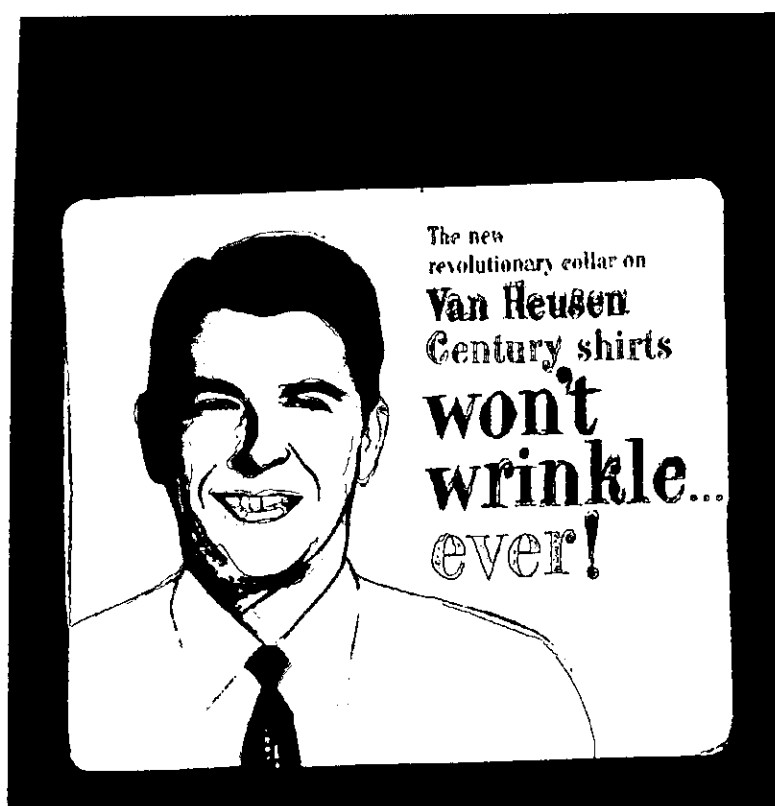
การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจในภาพนี้เกิดขึ้นจากภาพดาราศาสตร์ที่มีชื่อเสียงและตัวอักษร

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ในภาพนี้ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหว เส้นนำสายตาของภาพนี้ เกิดขึ้นเป็นแนวตั้ง โดยแนวของตัวอักษรขนานกับแนวตั้งของภาพดาราศาสตร์ทำให้จุดสนใจของภาพเกิดขึ้นได้ 2 ส่วน คือ ส่วนของตัวอักษรและส่วนของภาพ

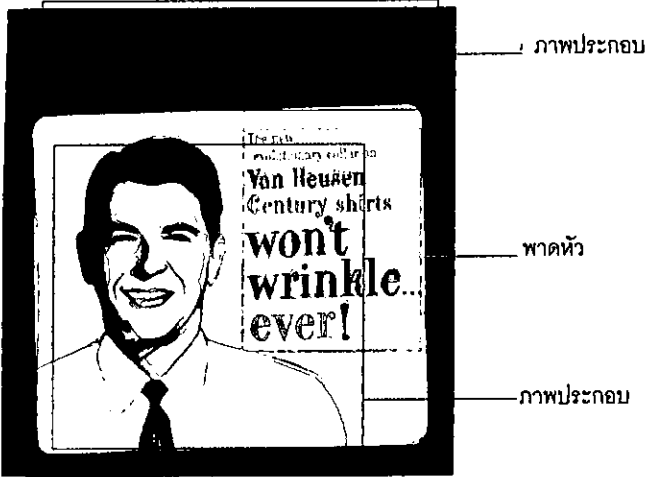
ในด้านการสื่อสารผลงานภาพชิ้นนี้ สื่อให้เห็นถึงความคลั่งไคล้ของดาราศาสตร์นิยามตะวันตกที่มีความนิยมสูงสุดแม้ในโลกตะวันออกที่อยู่คนละซีกโลก

10.ผลงานภาพ Van Heusen (Ronald Reagan)from Portforio AD.1985

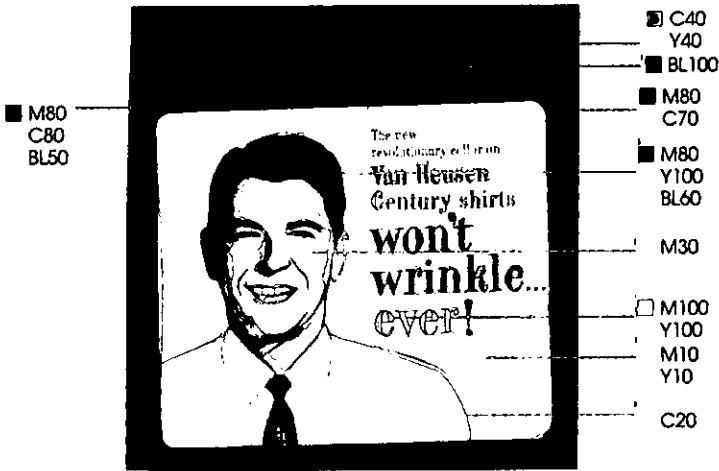


ภาพประกอบ 19 ผลงานภาพ Van Heusen (Ronald Reagan)from Portforio AD.1985

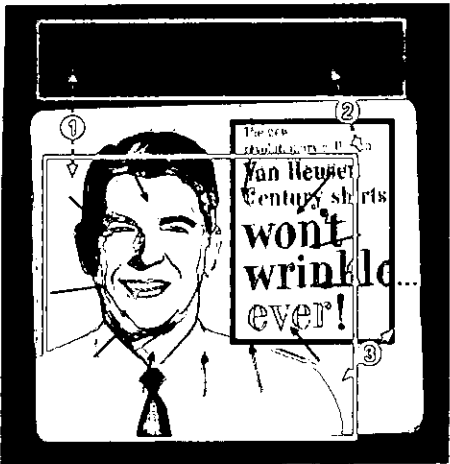
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 20 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์แนวคิดในการสร้างสรรค์ในผลงานภาพ Van Heusen (Ronald Reagan) from Portfolio AD. 1985 แสดงให้เห็นว่า บุคคลสำคัญที่ได้รับความนิยมนั้น ย่อมเป็นบุคคลที่ใคร่พิศถึง ซึ่งเป็นแนวคิดของศิลปินป๊อปอาร์ต รูปถ่ายดาราดาราภาพยนตร์ที่ประชาชนคลั่งไคล้ในผลงานภาพนี้เป็นอีกหนึ่งบุคคล คือภาพประธานาธิบดี โรนัลด์ เรแกน ได้ถ่ายแบบเสื้อผ้ายี่ห้อหนึ่ง ซึ่งแสดงถึงบุคลิกผู้นำ เสื้อผ้ายี่ห้อนี้ได้รับความนิยมของคนอเมริกันยุคนั้นเป็นอย่างมากและเมื่อได้ผู้นำเป็นผู้นำแบบ ยิ่งทำให้ผู้คนชื่นชอบเสื้อผ้ายี่ห้อนี้

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของผลงานภาพชิ้นนี้ แสดงถึงการให้ผู้นำหรือบุคคลผู้มีชื่อเสียงมาเป็น Presenter ให้กับสินค้า ซึ่งเป็นสินค้าแฟชั่นประเภทเสื้อผ้ายี่ห้อหนึ่ง คือ Van Heusen ศิลปินนำเอาโฆษณาชิ้นนี้มาสร้างสรรค์ผลงานโดย เนื้อหาแสดงถึงบุคลิกของการเป็นผู้นำ ผลงานโฆษณาชิ้นนี้ได้้นำเอาผู้นำมาเป็นนักแสดงแบบแฟชั่น เพราะฉะนั้นเมื่อผู้นำใส่เสื้อผ้ายี่ห้อนี้ เขาผู้นั้นจะมีบุคลิกเป็นผู้นำเช่นเดียวกัน ซึ่งสร้างความมั่นใจให้กับผู้สวมใส่ โดยประกอบกับพาดหัวที่พูดว่า Van Heusen Centally Shity Won't Wrinkle ever! คำพูดนี้เกิดขึ้นเป็นคำพูดที่ทำให้ภาพมีความหมายมากขึ้น

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

การใช้ภาพในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้เอาบุคคลผู้มีชื่อเสียงของประเทศได้ทำการโฆษณาเสื้อผ้ายี่ห้อ Van Heusen มาเป็นภาพหลัก โดยประกอบด้วยพาดหัวที่เป็นคำโฆษณาแสดงถึงสินค้าชิ้นนี้ในขณะที่พื้นภาพเป็นรูปกราฟิกลักษณะของจอโทรทัศน์ด้านบนเป็นภาพผู้มีชื่อเสียง แต่จัดวางภาพเป็นลักษณะซ้ำ ๆ

ในการใช้ตัวอักษร ศิลปินได้นำลักษณะของพาดหัวในโฆษณามาประกอบภาพ ตัวอักษรเป็นแบบตัวที่ใช้กันในภาพโฆษณาทั่วไป

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ผลงานชิ้นนี้พบว่า ศิลปินได้ใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี โดยใช้สีเพื่อให้สีประสานกลมกลืน โดยสร้างความกลมกลืนด้วยการใช้วรรณะของสี

การใช้สีทั้งภาพจะเป็นโทนเย็น โดยศิลปินได้ใช้สีน้ำเงิน (M 80 C 70) เป็นกรอบจอโทรทัศน์ พื้นรูปเป็นพื้นขาว (WHITE) และภาพหลักในตำแหน่งที่โดนแสงจะเป็นสีขาว (WHITE)

และในส่วนเงาจะเป็นสีแดง (Y 100 M 100) และสีน้ำตาล (Y 100 M 100 BL 60) เสื้อจะเป็นสีฟ้า และตัดเส้นด้วยสีน้ำตาลอ่อน

การใช้สีในตัวอักษร จะเป็นสีแดง (Y 100 M 100) สลับกับสีน้ำตาล (Y 100 M 100 BL 60) ในส่วนประกอบของภาพที่อยู่ด้านบนพื้นจะเป็นสีดำ (BL 100) ส่วนภาพจะเป็นลักษณะของแผ่นฟิล์มภาพนิ่งเกิดขึ้นจากกล้องถ่ายรูป

การออกแบบและการสื่อสาร

ในผลงานชิ้นนี้ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพและตัวอักษร นำภาพที่เกิดจากโฆษณาเสื้อผ้าของตัวเองมาสร้างสรรค์เป็นภาพศิลปะโดยจัดภาพให้ภาพคนอยู่ด้านซ้าย และถ่วงดุล 3 จุดด้วยตัวอักษรด้านขวาและภาพซ้ำ ๆ ด้านบนในภาพหลัก ศิลปินจัดวางให้ภาพอยู่บนพื้นขาว เพื่อให้เกิดความโดดเด่น

ตัวอักษรที่อยู่ด้านขวา ศิลปินได้จัดวางเสมอหน้า ปล่อยหลังเพื่อให้ตัวอักษรอ่านง่าย และอยู่ในคอลัมน์ ในการจัดตัวอักษรมีหลายขนาดตามความหมายของคำ ส่วนด้านบนของภาพศิลปินได้จัดวางให้ภาพดูกลมกลืน แต่มีสีส้ม โดยให้เป็นภาพสี่เหลี่ยมในพื้นดำ เหมือนภาพที่เกิดขึ้นในฟิล์มถ่ายรูป เส้นกรอบของจอโทรทัศน์ ศิลปินได้ใช้สีน้ำเงินเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ ดูมั่นคงและสุขุมโดยแยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินใช้กรอบเป็นส่วนที่ทำให้ภาพเกิดความมีเอกภาพระหว่างภาพผู้นำกับพาดหัว บนพื้นขาว

ความสมดุล ผลงานชุดนี้ มีการจัดภาพให้เกิดส่วนสมดุลซ้าย-ขวาและบน-ล่าง ไม่เท่ากัน

ความมีสัดส่วน สัดส่วนของการใช้ภาพมีน้ำหนักใกล้เคียงกับการใช้ตัวอักษรในขณะที่สัดส่วนของรูปน้อยกว่าสัดส่วนของพื้น

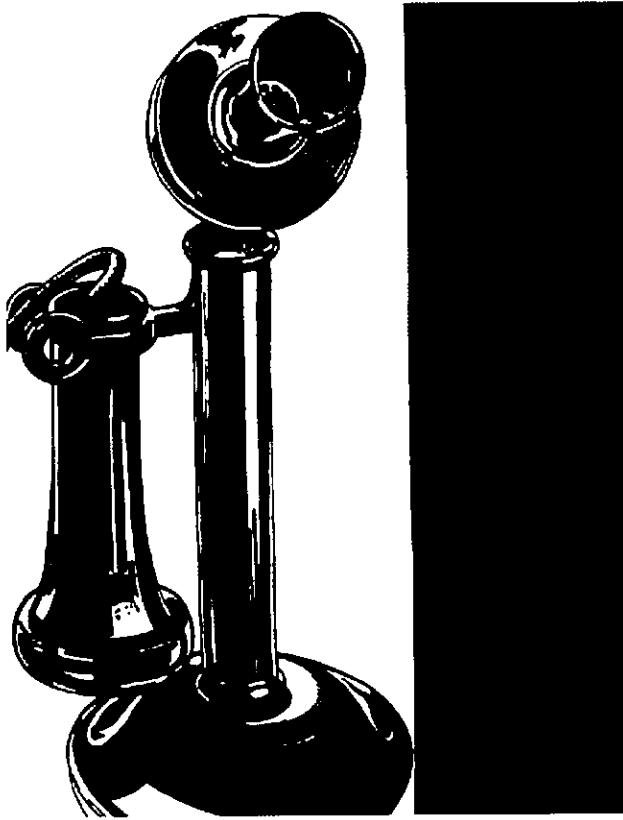
การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพเกิดจากพื้นสีขาวที่ช่วยให้ภาพและตัวอักษรโดดเด่น สะดุดตาและอยู่ในตำแหน่งกลางภาพ

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ในภาพนี้จะพบได้ในส่วนของพื้นภาพ

การใช้เส้นนำสายตา ให้เกิดลีลาเคลื่อนไหวภาพนี้ไม่ปรากฏเส้นนำสายตา เป็นเหมือนพื้นสีขาวที่จะนำสายตาให้ภาพโดดเด่นมากกว่าการใช้เส้น

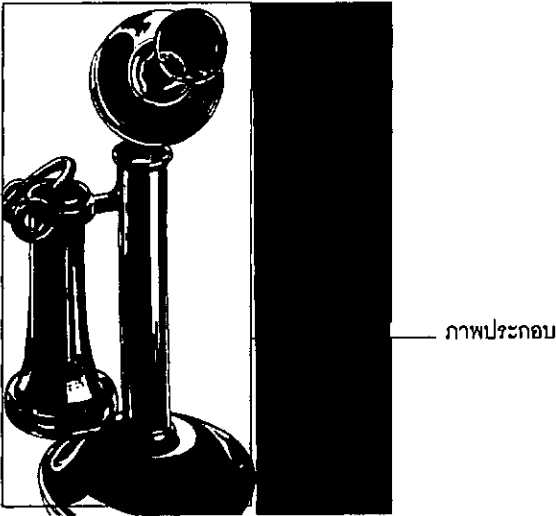
ในการสื่อสารในภาพนี้ ศิลปินต้องการจะสื่อให้เห็นถึงบุคคลผู้มีชื่อเสียงเข้ามามีบทบาทต่องานโฆษณา ซึ่งโฆษณาชิ้นนี้แสดงให้เห็นว่าภาพพจน์ของผู้นำ คือ ภาพพจน์ของผู้บริโภคที่มีรสนิยมเหมือนกับสินค้ายี่ห้อที่ผู้สวมใส่เสื้อผ้าจะเกิดความรู้สึก ภูมิฐาน มีความเป็นผู้นำ เมื่อได้สวมใส่เสื้อผ้า ยี่ห้อนี้ และความรู้สึกนี้ คือสิ่งที่ศิลปินได้สื่อสารออกมาในผลงานของเขา

11.ผลงานภาพ Telephone.1961

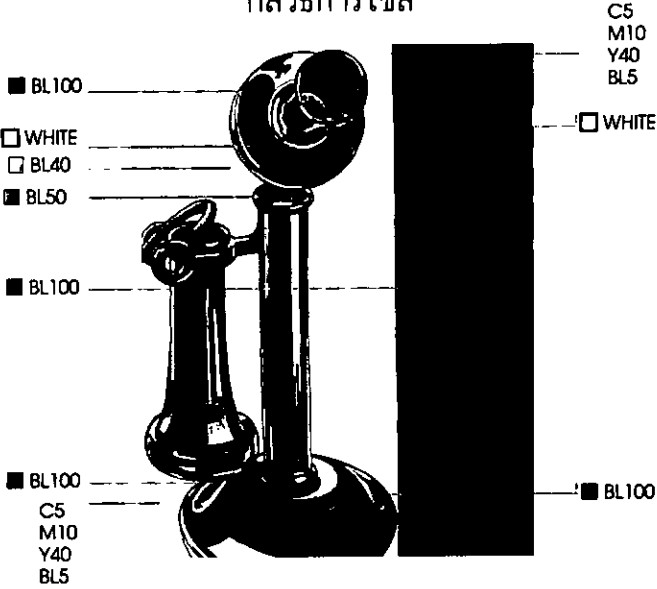


ภาพประกอบ 21 ผลงานภาพ Telephone.1961

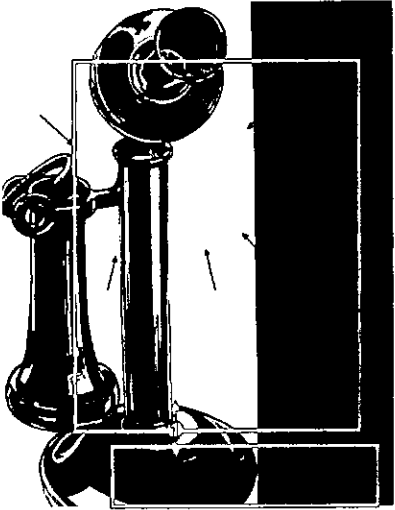
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์ผลงานภาพ Telephone 1961 พบว่า มีแนวคิดในการสร้างสรรค์จากการที่ศิลปินได้นำเสนอการสื่อสารวิธีการใหม่ของผู้คนที่ได้รับความนิยม ความก้าวหน้าของวิทยาศาสตร์ที่มนุษย์คิดค้นประกอบกันขึ้นมา คือ โทรศัพท์ เพราะฉะนั้น การใช้โทรศัพท์ ซึ่งเป็นเรื่องใหม่ ๆ ที่ใคร ๆ พูดถึงภาพนี้ชี้ให้เห็นว่าโทรศัพท์คือสิ่งจำเป็นของมนุษย์ในสังคมยุคใหม่ ในภาพได้แบ่งเป็นน้ำหนักของภาพ ขาว และ ดำ ในส่วนของขาวจึงเป็นพื้นที่ให้กับภาพโทรศัพท์ ในขณะที่เป็นน้ำหนักดำเป็นจุดต่างของภาพทำให้ภาพน่าสนใจมากขึ้น แสงเงาที่เกิดขึ้น คมชัด บนโทรศัพท์ แสดงให้เห็นว่าวัสดุที่นำมาสร้างเป็นวัสดุผิวมันและมีน้ำหนัก โดยสังเกตจากฐานของโทรศัพท์ที่มีความกว้างมากพอสมควร

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพนี้แสดงถึง เครื่องมือในการสื่อสารในยุคนั้น คือโทรศัพท์ ที่มีการพัฒนาไปกับการขยายตัวของสังคมเมื่อสังคมมีการกระจายความเจริญจากสังคมเมืองเข้าสู่สังคมชนบท การสื่อสารจึงเป็นสิ่งจำเป็นเช่นเดียวกัน เมื่อมีความต้องการทางด้านการสื่อสาร การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารซึ่งมีความจำเป็นมากขึ้น ผลผลิตที่ขึ้นนี้จึงได้คิดค้นขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คนและสังคมในขณะนั้น

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานภาพชิ้นนี้ ศิลปินได้แรงบันดาลใจในการใช้ภาพมาจากโทรศัพท์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้ได้รับความนิยมในขณะนั้น ภาพเป็นลักษณะภาพขาว – ดำ เนื่องจากช่วงนั้นมีภาพการพิมพ์ ซึ่งโฆษณาที่พบได้มากคือภาพขาว – ดำ ศิลปินได้หยิบยกเอาภาพที่เห็นชินตาของผู้คนมาสร้างสรรค์ผลงาน ลักษณะของภาพจะเป็นภาพขอบคมและมีขนาดใหญ่ ส่วนด้านขาวมือคือแถบสีดำ ซึ่งจะช่วยถ่วงน้ำหนัก ภาพโทรศัพท์ที่อยู่ด้านซ้ายเป็นอย่างดีในด้านตัวอักษร ภาพนี้ไม่ปรากฏตัวอักษรหรือตราสินค้าแต่อย่างใด

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ภาพผลงานชิ้นนี้พบว่า ศิลปินเลือกใช้สีทึบกันสีเดียวเพื่อให้สีประสานกลมกลืน โดยการใช้สีกลมกลืนด้วยค่าน้ำหนักสีเดียว

เนื่องจากเทคโนโลยีการพิมพ์ในช่วงแรกของอเมริกานั้น ยังนิยมพิมพ์ภาพขาว – ดำ กันอยู่ ผลงานชิ้นนี้จึงเป็นภาพขาว – ดำ ตามแบบต้นฉบับ แต่ศิลปินยังได้ลงน้ำหนักสีให้ภาพดูมี

มิติ โดยในส่วนของแสงจะเป็นสีพื้นคือขาว (WHITE) และเงาจะเป็นสีดำ (BL 100) การใช้สีของศิลปินจะเป็นการระบายขอบคม เพราะวัสดุพื้นผิวของผลิตภัณฑ์มีผิวมัน ศิลปินจึงได้ระบายสีแสดงถึงความรู้สึกนั้นออกมา ด้านขวาเป็นการลงสีดำ (BL 100) เพื่อถ่วงน้ำหนักด้านซ้าย

การออกแบบและการสื่อสาร

ผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพออกแบบในการจัดวางภาพให้ภาพเกิดจุดถ่วงดุล 1 จุด โดยให้หลักอยู่ทางด้านซ้ายมือ เป็นลักษณะภาพขนาดใหญ่ โดยด้านขวาจะเป็นแถบสีดำ (BL 100) ของภาพ เพื่อให้เกิดน้ำหนักที่สมดุล และภาพดูไม่น่าเบื่อ ภาพโทรศัพท์เป็นภาพขอบคม ดูเหมือนผลงานกราฟิก แสงเงาของภาพเกิดจากการแบ่งน้ำหนักสี โดยขึ้นส่วนแสงจะเป็นสีขาว ในส่วนน้ำหนักเงา จะเป็นสีดำ (BL 100) เรียงกันเป็นเส้นเล็ก ๆ สลับเส้นขาวและน้ำหนักเข้มจะเป็นสีดำทึบ โดยสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินใช้สีดำ (BL 100) เป็นส่วนที่จะทำให้เกิดเป็นเอกภาพ
ความสมดุล ผลงานชุดนี้ มีการจัดภาพให้เกิดความสมดุลซ้าย-ขวาและบน-ล่าง ไม่เท่ากัน
ความมีสัดส่วน สัดส่วนของรูปใกล้เคียงกับสัดส่วนของพื้นและไม่ปรากฏสัดส่วนของการใช้ตัวอักษร

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพเกิดจากวัสดุที่มีขนาดใหญ่ คือโทรศัพท์ และพื้นสีขาว ยิ่งทำให้โทรศัพท์มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำ ๆ กันในภาพ

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหว เส้นนำสายตาของภาพนี้ เกิดขึ้นในแนวตั้งตามทิศทางเดียวกับภาพหลัก ทำให้ภาพดูนิ่งไม่เคลื่อนไหว

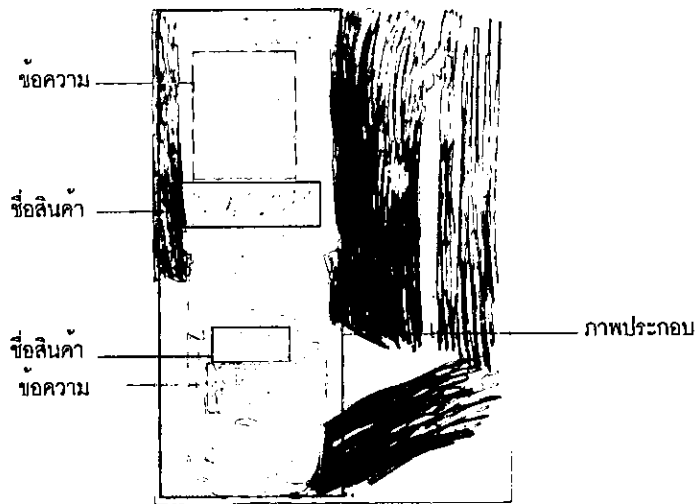
ในด้านการสื่อสาร ศิลปินต้องการสื่อให้เห็นว่า เครื่องมือสื่อสารมีบทบาทต่อสังคมบริโภค เนื่องจากการพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า เมื่อโลกมีการติดต่อถึงกันเครื่องมือก็มีการพัฒนาเช่นเดียวกัน เมื่อเครื่องมือมีการพัฒนา ข่าวสารต่าง ๆ จึงเกิดขึ้นใหม่ในสังคมที่เปลี่ยนแปลง เพราะฉะนั้นการบริโภคข่าวสารจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

12.ผลงานภาพ Campbell's Soup Can with Ketchup Bottle. 1962

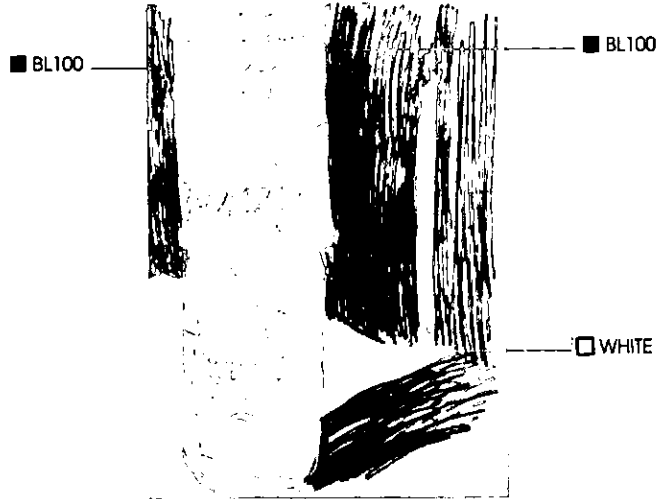


ภาพประกอบ 23 ผลงานภาพ Campbell's Soup Can with Ketchup Bottle. 1962

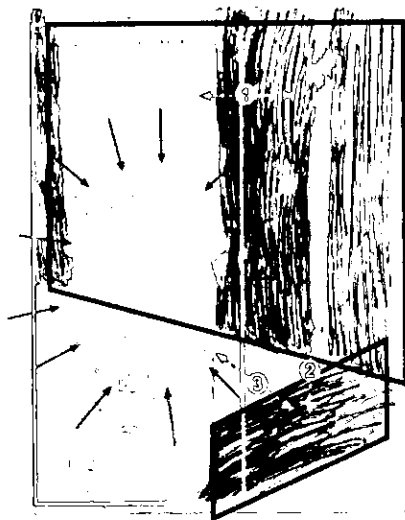
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 24 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์ ผลงานภาพ Campbell's Soup Can with Ketchup Bottle 1962 พบว่า ผลงานชิ้นนี้มีแนวคิดสร้างสรรค์มาจากพฤติกรรมการบริโภคของคนอเมริกันทุก ๆ บ้านมีการบริโภคซूपมะเขือเทศ และการใช้ซอสมะเขือเทศในการรับประทานอาหาร การนำเสนอภาพนี้สื่อให้เห็นถึงตราสินค้าซึ่งเป็นวิธีการนำเสนอในงานพาณิชย์ศิลป์

ศิลปินได้นำเอาสินค้า 2 ยี่ห้อ มารวมกันเป็นการแสดงให้เห็นถึงความนิยมชมชอบในตราสินค้าหรืออาจจะมองได้ว่าเป็นสินค้าคู่แข่ง แต่ทั้งสองยี่ห้อยังคงได้รับความนิยมจากผู้คนอเมริกันตลอดมา

การนำเสนอในส่วนของน้ำหนักรู้สึกเกิดจากการวาดเส้นแสดงให้เห็นถึงแนวคิดที่มีความเร่งรีบไม่มีเวลาของผู้คนในการบริโภคอาหาร อาหารประเภทนี้จึงถูกมองว่าเป็นอาหารฟาสต์ฟู้ด แสงเงาที่นำเสนอศิลปินต้องการชี้ให้เห็นถึงกาลเวลาที่เกิดขึ้นในขณะที่เกิดกิจกรรมนี้

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของผลงานชิ้นนี้ ศิลปินต้องการแสดงให้เห็นถึงการบริโภคของผู้คนอเมริกันที่มีแต่ความเร่งรีบ อาหารกระป๋องเท่านั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการบริโภค เพื่อความรวดเร็ว สะดวกสบาย สินค้าประเภทนี้จึงกลายเป็นสิ่งที่ต้องการของผู้คน ภาพของซूपมะเขือเทศที่เปิดปากขวด ซอสมะเขือเทศ แสดงให้เห็นสิ่งเกี่ยวข้องและมีความสัมพันธ์กันในมืออาหารตอนเช้าของคนอเมริกัน ความทันสมัยของบรรจุภัณฑ์ที่พบได้ในภาพแสดงถึงเนื้อหาเกี่ยวกับวัสดุที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับครอบครัวทันสมัยของคนอเมริกันยุคนั้น

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้นำภาพกระป๋องซूपแคมเบลและขวดซอสมะเขือเทศยี่ห้อไฮน์ มาเป็นภาพหลัก โดยใช้กระป๋องซूपแคมเบลวางครอบขวดซอสมะเขือเทศไฮน์ ซึ่งภาพที่เกิดจากการวาดเส้นด้วยดินสอพื้นของภาพจะมีน้ำหนักเข้มกว่าภาพมากทำให้ภาพดูเด่นออกมา

ในส่วนของการใช้ตัวอักษร ไม่พบว่ามีการใช้ตัวอักษรในภาพนี้ นอกจากจะเป็นตราของผลิตภัณฑ์

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ผลงานภาพชิ้นนี้พบว่าศิลปินเลือกใช้สีทับกันชั้นเดียวโดยให้สีประสานกลมกลืน โดยการใช้สีกลมกลืนด้วยค่าน้ำหนักสีเดียว

การใช้สีในภาพนี้ จากการสังเกตพบว่าเป็นการใช้สีที่เกิดจากการวาดเส้นด้วยดินสอ ภาพหลักคือกระป๋องซูปแคมเบลและขวดซอสมะเขือเทศไฮน์ จะเป็นสีขาว (WHITE) คือสีพื้นของผ้า ในส่วนเส้นจะเป็นสีดำ (BL 100) ที่เกิดจากเส้นดินสอ พื้นจะเป็นการผลัดน้ำหนักเข้มที่เกิดจากการวาดเส้นของดินสอที่มีลักษณะซ้ำ ๆ กันหลายครั้ง

การออกแบบและการสื่อสาร

การออกแบบในภาพนี้ ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพโดยจัดวางภาพหลักอยู่ด้านซ้าย โดยให้น้ำหนักของพื้นภาพอยู่ด้านขวา แต่พื้นภาพมีน้ำหนักมากกว่าภาพหลัง ภาพจึงมีการถ่วงดุล ซึ่งกันและกัน 3 จุด ภาพกระป๋องซูปแคมเบลที่วางครอบขวดซอสมะเขือเทศไฮน์ แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมการบริโภคของคนอเมริกันมีความนิยมในผลิตภัณฑ์ทั้งสอง สรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินใช้เงาด้านหลังของภาพที่เป็นฉากและเงาของขวดไฮน์เป็นส่วนที่ทำให้เกิดเป็นเอกภาพขึ้นมา โดยมองแล้วจะเป็นรูปสามเหลี่ยม

ความสมดุล มีการจัดภาพให้เกิดความสมดุลซ้าย-ขวาและบน-ล่าง ไม่เท่ากัน

ความมีสัดส่วน สัดส่วนของรูปใกล้เคียงกับสัดส่วนของพื้นและสัดส่วนการใช้ตัวอักษรไม่ปรากฏในภาพนี้

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพเกิดจากการผลัดกันของน้ำหนักเข้มที่เป็นฉาก ทำให้ภาพที่เป็นน้ำหนักอ่อนโดยเด่นขึ้นมา

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำ ๆ กันในภาพ

การใช้เส้นนำสายตา ให้เกิดลีลาเคลื่อนไหวเส้นนำสายตาเกิดจากการระบายของเส้นดินสอในทิศทางแนวตั้งและแนวเฉียง

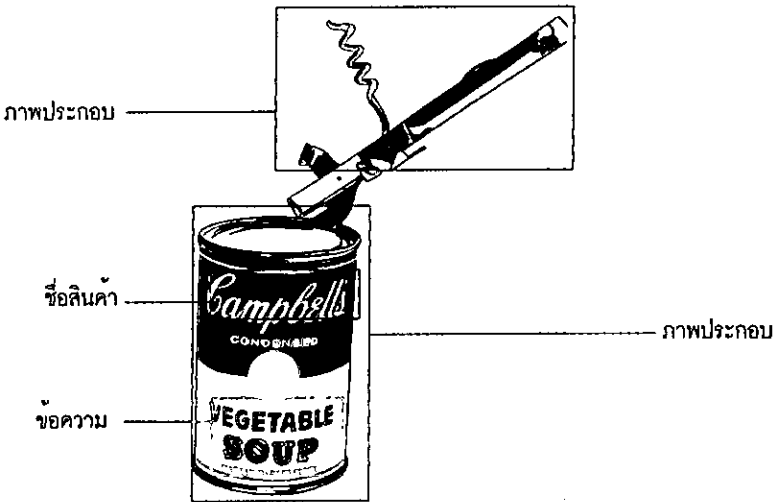
ในด้านการสื่อสารแสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 มีผลต่อการใช้ชีวิตที่ทันสมัยและเร่งรีบของผู้คน โดยสังเกตได้จาก ร่องรอยของการวาดเส้นผลิตภัณฑ์ โดยศิลปินนำเสนอด้วยเส้นสายที่เร่งรีบ

13.ผลงานภาพ Campbell's Soup Can with Opener. 1962



ภาพประกอบ 25 ผลงานภาพ Campbell's Soup Can with Opener. 1962

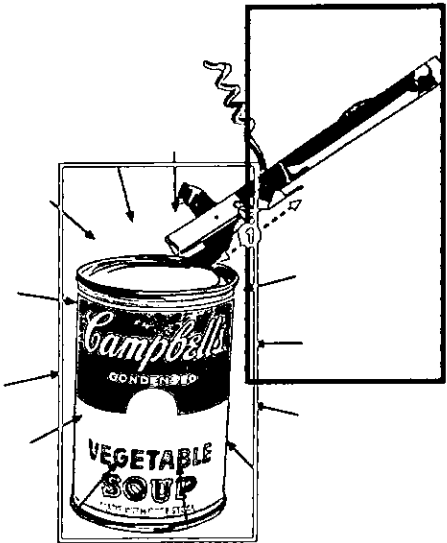
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 26 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์ผลงานภาพ Campbell's soup Can with opener 1962 พบว่า แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานชิ้นนี้พบว่าศิลปินต้องการสื่อให้เห็นถึงรูปแบบในการใช้ชีวิตของสังคมบริโภคที่มีความทันสมัย เครื่องมือนี้ใช้ในการเปิดกระป๋องได้พัฒนาไปพร้อมกับเทคโนโลยีของบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ที่ใช้โลหะเป็นวัสดุประกอบกับการมีฉลากที่โดดเด่นจากงานพิมพ์ ลักษณะของภาพเป็นรูปแบบของงานป๊อปอาร์ตที่ได้อิทธิพลมาจากงานพาดิซีย์ ศิลปินในแนวคิดของผลงานชิ้นนี้ชี้ให้เห็นว่าศิลปินได้นำเสนอรูปแบบการใช้ชีวิตของคนอเมริกันที่ทันสมัยประกอบกับการพัฒนาทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ยุคใหม่และงานพิมพ์เข้ามาเกี่ยวข้องกัน

เนื้อหาของภาพ

ผลงานภาพชิ้นนี้ แสดงให้เห็นถึงเนื้อหาเกี่ยวกับความทันสมัยในการบริโภคของผู้คนอเมริกันที่มีแต่อุปกรณ์ทันสมัย บรรจุภัณฑ์ที่เป็นกระป๋องได้รับความนิยมมากขึ้น การพัฒนาทางด้านการออกแบบ เพื่อตอบสนองความทันสมัยในการบริโภคของผู้คนได้พัฒนาตามไปด้วย อุปกรณ์หนึ่งอย่างได้ออกแบบให้ใช้งานได้มากกว่าหนึ่งอย่าง ซึ่งแสดงถึงประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์เช่นที่เปิดกระป๋องซูปในภาพประกอบด้วยที่เปิดไวน์และที่เปิดขวด สิ่งนี้เป็นการพัฒนาด้านการออกแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คนในสังคมยุคบริโภคที่มีแต่ความต้องการ และเพื่อความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้นำภาพกระป๋องซูปแคมเบลและที่เปิดกระป๋องมาเป็นภาพหลักในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยภาพเป็นภาพสื่ออยู่บนพื้นครีมทำให้โดดเด่นสะดุดตา เห็นฉลากภาพผลิตภัณฑ์ชัดเจน ภาพกระป๋องซูป บอกถึงชื่อสินค้า คือแคมเบล ประเภทสินค้า คือ ซูปผัก ภาพเป็นลักษณะภาพกราฟิกหรือภาพประกอบงานโฆษณาที่พบได้ในสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ในขณะนั้นที่เปิดกระป๋องนับว่าเป็นวิวัฒนาการของการออกแบบอีกขั้นเพื่อตอบสนองการใช้งานภาพชอบคมทำให้น้ำหนักของแสงและเงาชัดเจนแสดงถึงผิวของวัสดุที่เป็นโลหะได้เป็นอย่างดี

การใช้ตัวอักษรในผลงานภาพนี้ ตัวอักษรจะปรากฏในลักษณะฉลากของสินค้า โดยเป็นรูปแบบของตราสินค้า ประเภทสินค้าและคำโฆษณา

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ผลงานชิ้นนี้พบว่า ศิลปินใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี โดยใช้สีตามข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น คือ การใช้สีเพื่อให้สีประสานกลมกลืน โดยการสร้างความกลมกลืน โดยใช้สีในลักษณะภาพสีอ่อน

การใช้สีในผลงานชิ้นนี้ จะเป็นสีที่ปรากฏบนผลิตภัณฑ์ คือ สีแดง (Y 100 M 100) เหลือง (Y 100 M 20) ครีมน้ำตาล (BL 100) สีแดง (Y 100 M 100) ที่นำมาใช้บนผลิตภัณฑ์ประเภทชุป แสดงถึงความรู้สึกอบอุ่น เหมือนเรารับประทานชุป สีส้ม (M 10 Y 20) แสดงถึงความสะอาด สีเหลือง (Y 100 M 20) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูมีสีสัน และเป็นโทนเดียวกับน้ำชุป คือ สีส้ม ในขณะที่สีน้ำตาล (BL 100) ทำให้ตัวอักษรมีน้ำหนักและทำให้เกิดเป็นมิติในส่วนของกระป๋องและที่เปิดกระป๋อง

การออกแบบและการสื่อสาร

การออกแบบในภาพนี้ ศิลปิน ได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพ ตัวอักษรและสี โดยการนำเอาภาพกระป๋องชุปมาเป็นจุดเด่นของภาพและที่เปิดกระป๋องจะเป็นภาพรองโดยการจัดวาง ศิลปินได้ออกแบบให้ กระป๋องชุปอยู่ด้านซ้ายล่าง เพื่อสร้างความน่าสนใจในการใช้พื้นที่ ส่วนที่เปิดกระป๋องจะอยู่ติดกับกระป๋องแต่ปลายจะทะแยงมุมขึ้นด้านบนทางขวาและติดขอบภาพ เพื่อให้เกิดการถ่วงดุลกับภาพกระป๋องชุป ทำให้ภาพไม่น่าเบื่อ และมีเส้นซึ่งทำให้ที่เปิดกระป๋องเกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว เมื่อมองภาพ ความเคลื่อนไหวนี้จะเกิดจากอุปกรณ์เปิดโวน์ จากที่เปิดกระป๋องที่ดูคล้ายลวดสปริง ทำให้ที่เปิดกระป๋องเกิดการเคลื่อนไหวขึ้น – ลง เช่น ลักษณะที่พบได้ในภาพการ์ตูนโดยสรุปให้เป็นประเด็นดังนี้

ความมีเอกภาพ ความมีเอกภาพในภาพนี้เกิดจากการตัดเส้นขอบคมของภาพ ที่อยู่บนพื้นขาว

ความสมดุล มีการจัดภาพแบบซ้าย-ขวา และบน-ล่าง ไม่เท่ากัน

ความมีสัดส่วน ให้สัดส่วนของรูปจะใกล้เคียงกับสัดส่วนของพื้น และสัดส่วนของการใช้ภาพมากกว่าสัดส่วนของการใช้ตัวอักษร

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพเกิดจากภาพขอบคมของกระป๋องชุปแคมเบล และอยู่ในตำแหน่งล่างซ้ายของภาพ สีแดงของฉลากและสีขาวของตัวหนังสือ คือ สิ่งที่จะช่วยให้ภาพเกิดจุดสนใจเช่นเดียวกัน

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำ ๆ กันในภาพ

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหวในภาพนี้เส้นนำสายจา คือที่เปิดกระป๋องด้านบนขวา ศิลปินวางภาพให้เกิดเส้นทแยงมาสู่จุดสนใจคือกระป๋องชุป ในขณะที่ลวดสลิงด้านบนที่เปิดกระป๋องทำให้เกิดความเคลื่อนไหวเช่นเดียวกัน

ด้านการสื่อสารผลงานภาพชิ้นนี้ แสดงให้เห็นถึงความทันสมัยของครอบครัวอเมริกันยุคใหม่ ที่มีเครื่องอำนวยความสะดวก ตอบสนองการใช้ชีวิตประจำวันของพวกเขา สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ได้พัฒนาไปพร้อม ๆ กับการเปลี่ยนแปลงของสังคมอุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นในอเมริกา

14.ผลงานภาพ Big Campbell's Soup Can. 1962



ภาพประกอบ 27 ผลงานภาพ Big Campbell's Soup Can. 1962

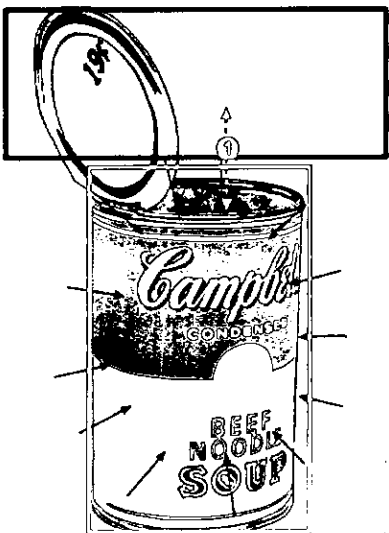
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 28 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์ผลงานภาพ Big Campbell's Soup Can 1962 พบว่า ผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้มีแนวคิดจาก พาณิชนศิลป์เช่นเดียวกัน เป็นผลงานที่แสดงถึงพฤติกรรมการบริโภคของคนอเมริกันในทุก ๆ เช้า เป็นภาพผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงความเจริญของเทคโนโลยี และการออกแบบ ฉลากที่โดดเด่นสะดุดตาทำให้ดึงดูดผู้คนในการเลือกซื้อบริโภค ภาพการเปิดกระป๋องสื่อให้เห็นถึง กระป๋องที่ผ่านการใช้งานแล้ว ราคาที่ติดฉลากกระป๋องเป็นตัวเลข บอกราคาต่อหน่วย ซึ่งเป็นผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ภาพตัวหนังสือและตราผลิตภัณฑ์บนกระป๋อง ศิลปินจัดวางให้ดูภาพมีมิติ ซึ่งทั้งหมดนี้ศิลปินต้องการสื่อแนวคิดให้เห็นถึง พฤติกรรมการบริโภคของผู้คนอเมริกันยุคนั้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลข้างต้นที่ได้กล่าวมาแล้วว่า วอร์ฮอลนำพวกเครื่องหมายต่าง ๆ ที่มีอยู่ทั่วไป และอาหารกระป๋องสำเร็จรูปของบริษัท แคมเบล ซึ่งคนอเมริกันนับล้านชีวิตอยู่ได้เพราะมัน มาใช้เป็นเรื่องราวสำคัญในผลงานและวิธีการจัดองค์ประกอบ เขาก็ใช้วิธีการง่าย ๆ เด่นสะดุดตา บางภาพเป็นรูปกระป๋องมีมาเพียงกระป๋องเดียวเด่นอยู่กลางภาพหรือไม่ก็วางเรียงเป็นลำดับ รวากับมันวางอยู่บนชั้นวางของในห้างสรรพสินค้า ทำให้เกิดจังหวะซ้ำ ๆ ซาก ๆ แก่สายตา

เนื้อหาของภาพ

ภาพนี้แสดงให้เห็นถึงเนื้อหาเกี่ยวกับ การจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในราคาและปริมาณที่คุ้มกว่า ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการตลาด สินค้าที่มีปริมาณมากถูกลดราคาให้ถูกลง เป็นสิ่งที่ทางซูเปอร์มาร์เก็ต หรือห้างสรรพสินค้าทำการแข่งขันกัน ในมุมมองของผู้บริโภคย่อมเป็นสิ่งที่คุ้มค่า เพราะฉะนั้น เมื่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ยื่นข้อเสนอคุ้มค่านี้นย่อมทำให้ผู้บริโภคสนใจซื้อสินค้าในภาพนี้ ศิลปินได้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับกลยุทธ์ในเชิงการตลาดของผลิตภัณฑ์ Campbell Soup ที่มีการส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นข้อเสนอที่คุ้มค่าต่อผู้บริโภคในราคา 19c ในกระป๋องขนาดใหญ่ แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมที่ส่งเสริมการขายทางการตลาดนั้นได้มีผลต่อผู้บริโภคในเชิงธุรกิจ

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

การใช้ภาพในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้นำเอาภาพผลิตภัณฑ์ซูปรกระป๋อง แคมเบล ประเภทซูปรเนื้อ มาเป็นภาพหลัก โดยให้ภาพดูโดดเด่นด้วยสีของฉลาก และสีพื้นกับสีกระป๋องเป็นสีเดียวกัน ภาพกระป๋องเปิดฝาออกพร้อมทั้งมีการแสดงมปีราคาที่ฉลากกระป๋องที่เปิด ร่องรอยของ

การเปิดรับประธานเกิดจากเทคนิคนี้ที่เป็นคราบในกระป๋องทำให้ภาพเกิดความรู้สึกเหมือนจริงทั้ง ๆ ที่เป็นภาพกราฟิก

การใช้ตัวอักษรในภาพนี้ จะพบได้ในรูปแบบของฉลากสินค้า มีทั้งตัวเขียน ตัวหนา และตัวธรรมดา ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้โดยเฉพาะ

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์พบว่า ศิลปินได้ใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี โดยการเลือกการใช้สีให้ประสานกลมกลืน โดยการสร้างความกลมกลืน โดยใช้สีในลักษณะสภาพสีส่วนรวม

การใช้สีในภาพนี้ จะพบได้ 4 สี คือ สีแดง (Y 100 M 100) สีเหลือง (Y 100 M 20) สีครีม (M 10 Y 20) สีดำ (BL 100) สีแดง (Y 100 M 100) เป็นสีพื้นด้านบนของเครื่องหมายการค้า สร้างความโดดเด่นและให้ความรู้สึกอุ่นเหมือนกรับประธานชุปตอนเช้า สีเหลือง (Y 100 M 20) เป็นสีที่สร้างสีสันให้กับฉลากสินค้า สีดำ (BL 100) ทำให้ภาพตัวอักษรมีน้ำหนักและสร้างมิติให้ภาพกระป๋อง ในขณะที่สีครีม (M 10 Y 20) เป็นสีพื้นของภาพและเป็นส่วนของกระป๋อง เป็นความรู้สึกนุ่มนวล ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับสีของน้ำซุปรุ่นเดียวกัน คราบในกระป๋อง เกิดจากเทคนิคของศิลปินที่ต้องการจะสื่อให้เห็นถึงร่องรอยของการรับประธานชุป ทำให้ภาพมีชีวิตชีวาเหมือนอยู่ในเหตุการณ์จริง

การออกแบบและการสื่อสาร

การออกแบบในภาพนี้พบว่าศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพ ตัวอักษรและสีโดยการจัดวางภาพในลักษณะการขยายภาพ คือ ภาพกระป๋องชุปให้มีขนาดใหญ่เต็มพื้นที่ภาพโดยด้านบนและด้านล่างจะชนขอบภาพ และจัดภาพกระป๋องให้อยู่ในตำแหน่งกลางภาพพอดี ในขณะที่ฝากระป๋องเปิดออกชิดขอบภาพ ด้านบนเป็นการถ่วงดุล 1 จุด ทำให้ภาพไม่อยู่ในน้ำหนักด้านล่างมากเกินไป คราบที่เกิดจากเทคนิคเฉพาะของศิลปินแสดงให้เกิดความรู้สึกเหมือนเพิ่งรับประธานชุปเสร็จใหม่ ๆ ทำให้ผู้ชมผลงานดูแล้วรู้สึกว่ายู่ในเหตุการณ์จริงทั้ง ๆ ที่เป็นภาพกราฟิก โดยสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ความมีเอกภาพในภาพนี้เกิดจาก การตัดเส้นขอบคมของภาพ และการวางตำแหน่งภาพกระป๋องไว้กลางภาพ

ความสมดุล มีการจัดภาพให้ซ้าย-ขวาและบน-ล่าง เท่ากัน

ความมีสัดส่วน สัดส่วนของรูปจะมากกว่าสัดส่วนของพื้นที่และไม่ปรากฏในการใช้ตัวอักษร

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพเกิดขึ้นในตำแหน่งกลางภาพ คือ แถบสีแดง (Y 100 M 100) ของฉลากและสีขาว ของตัวอักษร

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำ ๆ กันในภาพ

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหวในภาพนี้เส้นนำสายตาน่าจะเป็นภาพของฝา
กระป๋องที่เปิดออก ทำให้มองดูแล้วเกิดความรู้สึกว่าฝากระป๋องกำลังเปิด และนำสายตาไปสู่
จุดสนใจของภาพ

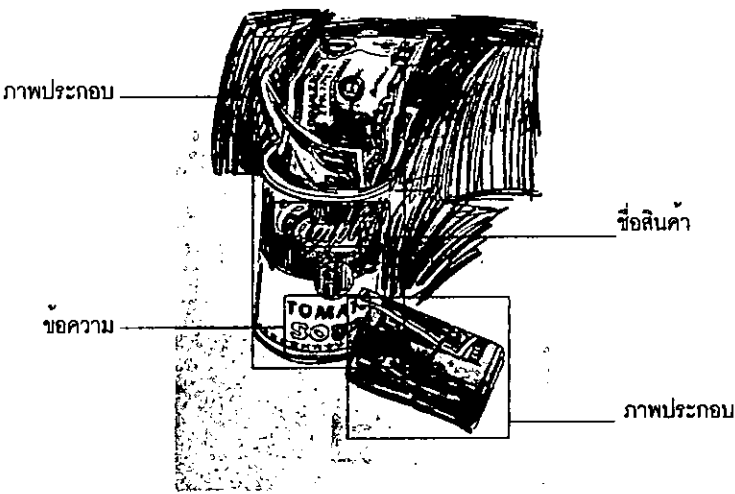
ในด้านการสื่อสาร ศิลปินสื่อให้เห็นว่า การรับประทานอาหารยอดนิยมชนิดนี้เป็นเรื่อง
ปกติธรรมดาและเกิดขึ้นทุกวัน ราคา 19 C ที่ฝากระป๋องสื่อให้เห็นว่า การกำหนดราคาใน
ราคาที่ถูกลงทำให้เกิดความคุ้มค่าต่อผู้บริโภคซึ่งเป็นกลไกทางการตลาด และมีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจซื้อท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจ ที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูงในขณะนั้น

15.ผลงานภาพ Campbell's Soup Can and Dollar Bills . 1960

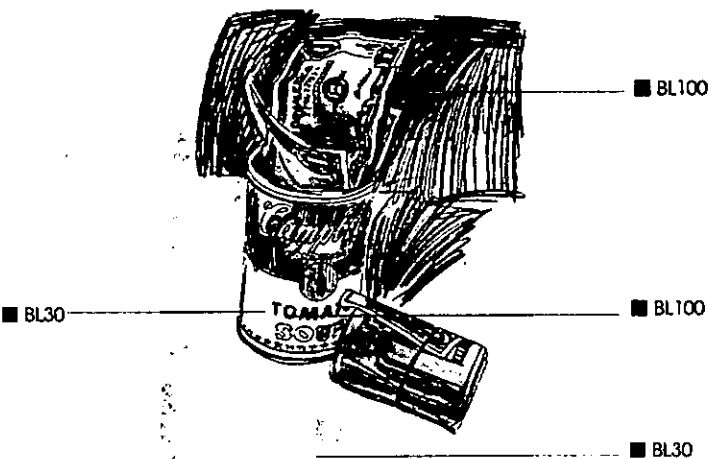


ภาพประกอบ 29 ผลงานภาพ Campbell's Soup Can and Dollar Bills . 1960

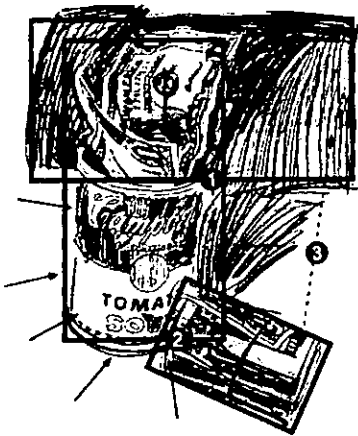
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 30 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์ภาพผลงาน Campbell's Soup Can and Dollar Bills 1960 พบว่า แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้รับอิทธิพลมาจากระบบทุนนิยม ซึ่งสังเกตได้จากภาพธนบัตรที่ออกมาจากกระป๋องซูป และข้างกระป๋องแสดงให้เห็นว่าในสังคมยุคนั้นเงินคือปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต การจับจ่ายใช้สอยคือกิจวัตรประจำวันของคนอเมริกัน ซูปกระป๋องคือสินค้าที่หาซื้อได้จากซูเปอร์มาร์เก็ต การนำเสนอด้วยการใช้ดินสอวาดเส้นด้วยความรวดเร็ว แสดงให้เห็นถึงแนวคิดของการใช้ชีวิตที่เร่งรีบของผู้คน

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของผลงานชิ้นนี้ แสดงให้เห็นถึงเงินมีอิทธิพลต่อการบริโภคของผู้คน ความอยู่รอดของผู้คนขึ้นอยู่กับเงิน เมื่อมีเงินย่อมมีอาหาร เช่นเดียวกันในสังคมอเมริกา เมื่อการแข่งขันในเชิงกลยุทธ์ มีการเปลี่ยนแปลงเป็นสังคมบริโภค เงินเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องการ ใครมีเงินผู้นั้นย่อมอยู่รอด เหมือนดังคำที่ว่า “ทำงานเพื่อเงิน” หรือเงินคือพระเจ้า ภาพธนบัตรที่อยู่ในกระป๋องซูปมะเขือเทศที่ได้รับความนิยมในขณะนั้น คือความอยู่รอดของคนอเมริกันที่ใช้บริโภคกันทุก ๆ วัน ดังข้อมูลที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น โดยกล่าวว่า ปิออปอาร์ต ต้องการนำเสนอภาพกระป๋องซูปให้ปรากฏใหม่ทางศิลปะเพื่อตอบสนองทางวัฒนธรรมมวลผลิตปิออปอาร์ต ไม่ปรารถนาที่จะสร้างสรรค์ศิลปะเพื่อแสดงวัฒนธรรมที่ยิ่งใหญ่ แต่พยายามผสมผสานศิลปะชั้นสูงกับวัฒนธรรมมวลผลิตไปด้วยกัน

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้นำเอาภาพผลิตภัณฑ์ซูปแคมเบลและธนบัตรดอลลาร์มาเป็นภาพหลัก โดยธนบัตรดอลลาร์จะอยู่ในกระป๋องซูปแคมเบลและมีดวงอยู่บนพื้นด้านบนตัวกระป๋องตัวอักษรของภาพเกิดจากฉลากของผลิตภัณฑ์และตัวอักษรในธนบัตรดอลลาร์ ลักษณะของภาพจะเป็นภาพที่เกิดจากการวาดเส้นด้วยจางหว่าที่รุนแรง

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ผลงานชิ้นนี้พบว่า ศิลปินได้ใช้สีทับกันชั้นเดียวเพื่อให้สีประสานกลมกลืน โดยการใช้สีกลมกลืนด้วยค่าน้ำหนักสีเดียว

การใช้สีในภาพนี้ จะเป็นสีขาว – ดำ ที่เกิดจากการวาดเส้นของดินสอ และการระบายสีน้ำ โดยภาพกระป๋องซูป ธนบัตรดอลลาร์ ศิลปินได้วาดเส้นที่ละเอียด และในส่วนพื้นของธนบัตรดอลลาร์ ศิลปินระบายสีน้ำ โดยสังเกตได้จากรอยคราบที่เกิดขึ้นบนภาพ ศิลปินได้วาดเส้นที่มีน้ำหนักเข้มด้วยดินสอ เพื่อผลักดันให้ภาพธนบัตรและกระป๋องซูปโดดเด่นออกมา

การออกแบบและการสื่อสาร

ในการออกแบบผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพโดยการนำเอาวัสดุสองสิ่ง ที่ได้รับความนิยมของผู้คนในยุคนั้น คือ ซูปแคมเบล และธนบัตรดอลลาร์ ซึ่งทั้งสองสิ่งนี้กลายเป็นปัจจัยสำคัญของชีวิตคนยุคนั้น ศิลปินได้สร้างสรรคภาพได้น่าสนใจโดยภาพธนบัตรได้ออกมาจากกระป๋องซูปซึ่งทำให้ผู้ชมดูแล้วตีความได้หลากหลายความคิด เช่น กระป๋องซูป คือ กระปุกเก็บเงิน หรือ ซูปที่เราบริโภค มีมูลค่ามหาศาลต่อตัวเรา เป็นต้น

ในการจัดวางภาพศิลปินได้จัดวางภาพกระป๋องไว้ในตำแหน่งกลางภาพโดยให้ธนบัตรเป็นจุดถ่วงดุลของภาพ 3 จุด ทั้งธนบัตรที่มีด้านบนหน้ากระป๋อง และธนบัตรด้านในกระป๋อง ด้านบน ความเด่นของธนบัตรที่มีอยู่ด้านหน้ากระป๋อง ถูกถ่วงดุลด้วยเงาที่เกิดจากการวาดเส้นที่มีน้ำหนักเข้ม การวาดเส้นที่เร่รือ รุนแรงนี้ดูเป็นเงาของภาพที่ตกกระทบผนังก็อาจจะเป็นได้ พื้นภาพด้านล่าง ศิลปินได้ปล่อยไว้ให้เกิดพื้นที่ว่าง เพื่อสร้างให้จุดสนใจโดดเด่น ในขณะเดียวกันเป็นการจัดวางภาพแบบใหม่ที่ไม่ค่อยพบเห็นบ่อยในผลงานของเขา โดยสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ความมีเอกภาพในภาพนี้เกิดจาก การจัดวางภาพให้อยู่เป็นกลุ่มเป็นก้อนกันทั้งเงาของภาพ ภาพกระป๋องและธนบัตรดอลลาร์

ความสมดุล มีการจัดภาพแบบความสมดุลที่มีซ้าย-ขวาและบน-ล่าง ไม่เท่ากัน

ความมีสัดส่วน ในสัดส่วนของรูปจะมากกว่าสัดส่วนของพื้นและไม่ปรากฏสัดส่วนในการใช้ตัวอักษร

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพเกิดขึ้นบนขอบภาพ โดยการวาดเส้นดินสอ ในส่วนเงาของภาพในทิศทางแนวตั้ง ทำให้ภาพโดดเด่นขึ้นมา

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำ ๆ กันในภาพ

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหวในภาพนี้เส้นนำสายตา คือ การวาดเส้นด้วยดินสอในทิศทางแนวตั้งทำให้เกิดการมองไปสู่จุดสนใจเร็วขึ้น และการวางธนบัตรดอลลาร์เป็นการทำให้เกิด เส้นนำสายตาอีกเส้นหนึ่งในภาพ

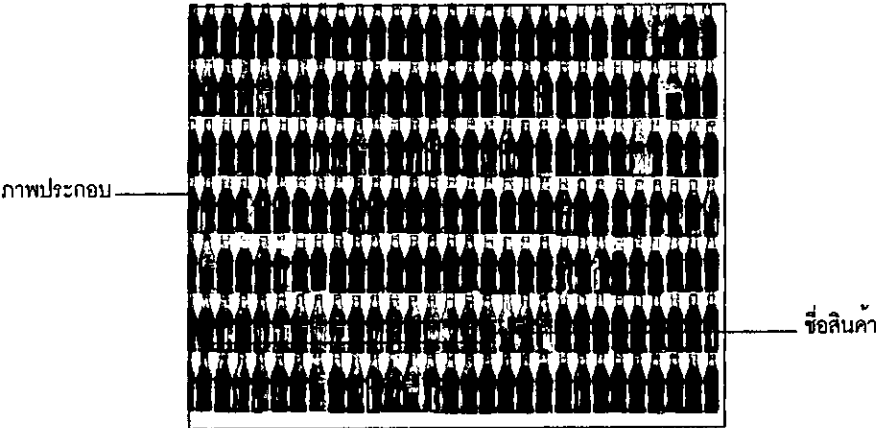
ในด้านการสื่อสาร ผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้สื่อให้เห็นว่า เงินคือปัจจัยสำคัญของชีวิตและเป็นการอยู่รอดของคนยุคนี้ เงินเป็นเรื่องพื้น ๆ หรือเป็นเรื่องที่คนระดับล่าง ๆ ก็เป็นเจ้าของได้ง่าย ซึ่งสังเกตได้จากมุมมองของภาพที่เป็นลักษณะ Bird Eye View

16.ผลงานภาพ 210 Coca-Cola Bottles. 1962

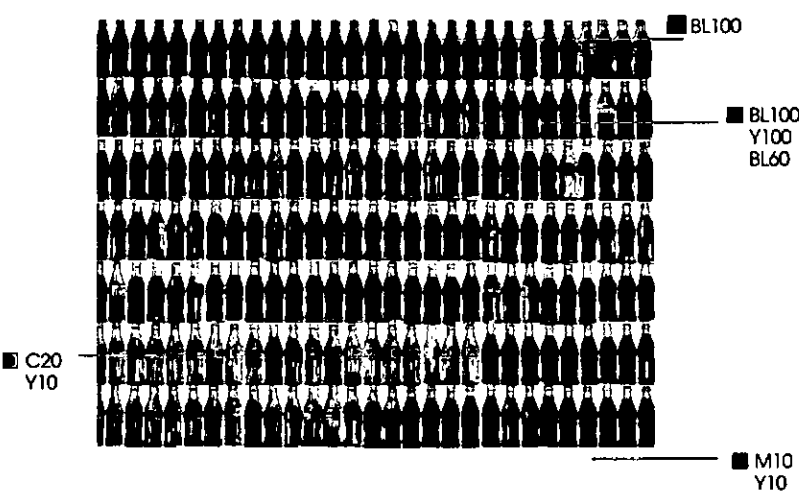


ภาพประกอบ 31 ผลงานภาพ 210 Coca-Cola Bottles. 1962

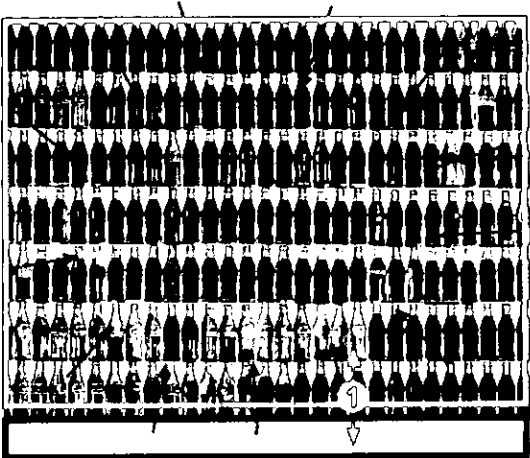
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 32 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์ผลงานภาพ 210 Coca – Cola Bittles 1962 พบว่า แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน ศิลปินได้รับอิทธิพลจากสินค้าที่ได้รับความนิยมในสังคมอเมริกา คือ เครื่องดื่ม โคคา-โคล่า ศิลปินได้นำเอารูปแบบวิธีการจัดวางสินค้าในห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาเก็ตมานำเสนอ

วอล์กเกอร์ (Walker ม.ป.ป. อ้างอิงจาก สมเกียรติ ตั้งนโม. 2540 : 44) ได้กล่าวถึงการสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล ไว้ว่า ผลงานบนผืนผ้าใบจำนวนมากของ Warhol เผยให้เห็นถึงการถูกครอบงำจิตใจด้วยสินค้าต่าง ๆ ของสังคมบริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลผลิตที่เกี่ยวข้องกับเครื่องดื่มอย่างเช่น ขวดโคคา-โคล่า วอร์ฮอลได้เสนอข้อพิสูจน์อันมีเหตุผลที่มีลักษณะเป็นอุดมคติสำหรับความสนใจของเขาในวัตถุปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องโลกรวันนั้น

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพนี้แสดงให้เห็นถึงความนิยมชมชอบของผู้คนอเมริกัน ต่อเครื่องดื่ม โคคา – โคล่า จนกลายเป็นภาพพจน์ของคนอเมริกัน เมื่อพูดถึงโคคา – โคล่าเป็นสินค้าที่อยู่คู่คนอเมริกันและผูกพันกันมานาน ภาพนี้แสดงให้เห็นถึงปริมาณที่มากของขวดโคคา โคล่า แสดงถึงเนื้อหาเกี่ยวกับความนิยมชมชอบจำนวนมากของคนอเมริกันเช่นกัน ภาพนี้เป็นภาพที่พบได้ตามซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นภาพที่ตื่นตาของผู้คน ทุกวันนี้ผู้คนอเมริกันต้องเข้าซูเปอร์มาเก็ตก็จะเห็นชั้นวางสินค้าที่มีอยู่รอบ ๆ ด้าน ซึ่งศิลปินได้หยิบมานำเสนอเพื่อที่แสดงให้เห็นว่า สินค้าชิ้นนี้เปรียบเทียบกับชีวิตของคนอเมริกันไปแล้วไม่ว่าจะมองไปทางทิศใด

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้นำภาพขวดโคคา โคล่า มาวางซ้ำ ๆ กัน เพื่อให้ดูแล้วเกิดจังหวะและเป็นความรู้สึกของชั้นวางของเหมือนที่เราพบได้ในซูเปอร์มาเก็ตทั่ว ๆ ไป ภาพหลักจะเป็นภาพขวดโคคา โคล่า จำนวน 210 ใบ

ในส่วนของตัวอักษรจะปรากฏแต่ชื่อของสินค้าที่ไขว้อยู่ด้านหน้าขวด

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ผลงานชิ้นนี้พบว่า ศิลปินใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี เพื่อให้สีประสมกลมกลืน ด้วยการสร้างความกลมกลืนโดยใช้สีในลักษณะเอกรงค์ เป็นการสร้างสรรค์โดยใช้สีเดียวหรืออาจจะมียี่สิบสีผสมเข้าด้วยกันแต่เป็นส่วนน้อย

ผลงานภาพชิ้นนี้จะพบว่า ศิลปินใช้สีดำ (BL 100) เป็นลายเส้นของขวด สีฟ้า (C 20 Y 10) เป็นสีในตำแหน่งที่ขวดโดนแสงและในน้ำหนักเข้มของขวดศิลปินใช้สีเข้ม (M 100 Y 100 BL 60) ในส่วนของพื้นศิลปินใช้สีครีม (M 10 Y 10)

การออกแบบและการสื่อสาร

ผลงานภาพชิ้นนี้ ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพโดยการจัดวางภาพในลักษณะซ้ำ ๆ กัน โดยใช้ภาพขวดโคคา โคล่า เรียงต่อกันไปเป็นแถว ๆ และวางเป็นชั้น ๆ เพื่อให้เกิดความรู้สึกเหมือนกับสินค้าได้ถูกวางบนชั้นวางสินค้า ซึ่งเป็นภาพที่ชินตามากในยุคบริโภคนิยมในอเมริกา

ถ้าดูจากการจัดวางน้ำหนักของภาพดูเหมือนจะเป็นการตั้งใจ เป็นภาพที่จำเจ น่าเบื่อ แต่ศิลปินได้ออกแบบในการใช้สีให้ปรากฏในตำแหน่งที่เป็นจุดสนใจของภาพบางจุด เพื่อแก้ไขปัญหาการซ้ำของการจัดวาง เช่น มุมล่างซ้ายจะเป็นน้ำหนักของแสงที่ตกกระทบขวด จะชัดกว่าน้ำหนักส่วนอื่น ๆ เป็นต้น

การออกแบบในการหันด้านหน้าของขวด คือ ความตั้งใจของศิลปินที่ต้องการจะสื่อให้เห็นถึงชื่อสินค้า เพราะในยุคนั้นสินค้ามีการแข่งขันสูงการใช้เครื่องหมายการค้าให้เห็นชัดที่สุด เร็วที่สุด คือสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องพึงกระทำ ในการจัดวางภาพ ศิลปินได้วางภาพขวดให้เกิดความถ่วงดุล 1 จุด กับ แถบพื้นที่ว่างด้านล่าง โดยสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ผลงานชุดนี้ การจัดวางขวดโคคา-โคล่า ในจังหวะที่ซ้ำ ๆ กันทำให้เกิดความมีเอกภาพและการใช้สีโทนเดียวกันทำให้เกิดความมีเอกภาพเช่นกัน

ความสมดุล มีการจัดภาพให้เกิดความสมดุลที่มีซ้าย-ขวาและบน-ล่าง เท่ากัน

ความมีสัดส่วน ในสัดส่วนของรูปจะมากกว่าสัดส่วนของพื้นและไม่ปรากฏสัดส่วนในการใช้ตัวอักษร

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพนี้ไม่เด่นชัด เกิดจากจังหวะที่ซ้ำ ๆ กันของขวดโคคา-โคล่า อาจจะไม่มีจุดสนใจ ส่วนใดส่วนหนึ่งเป็นพิเศษ แต่จุดสนใจจะเกิดขึ้นทั้งภาพ

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน การวางขวดโคคา-โคล่า ที่ซ้ำ ๆ กัน ทำให้เกิดจังหวะของภาพ ทำให้ภาพเกิดความน่าสนใจและมีความเคลื่อนไหวในภาพ

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหวในภาพ นี้ไม่พบเส้นนำสายตา เพียงแต่พบเฉพาะน้ำหนักของสีในส่วนของแสงที่ตกกระทบขวดโคคา-โคล่า ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ภาพเกิดความเคลื่อนไหวขึ้นมาได้

ในด้านการสื่อสาร ศิลปินต้องการสื่อให้เห็นว่าทุกวันนี้สังคมมีการแข่งขันสูง ผู้คนมีโอกาเลือกมากขึ้นจากสินค้าในตลาดที่มีอยู่หลายตราสินค้าในสินค้าประเภทเดียวกัน การ

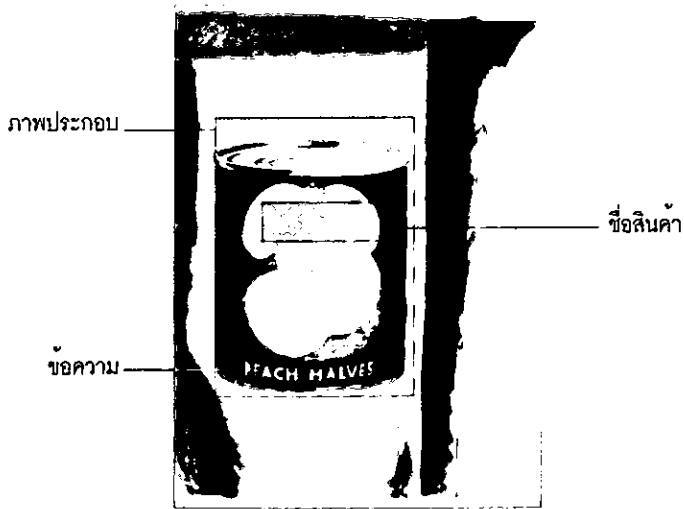
ทำให้ตราสินค้าเป็นที่จดจำของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญ เครื่องดื่ม โคคา – โคล่า จึงได้กลายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างสูงของคนอเมริกัน ไม่ว่าหันไปทางไหนก็เห็นสินค้านี้ ผลงานภาพขึ้นนี้จึงเห็นจำนวนของขวดเครื่องดื่มในจำนวนมากมายเหมือนที่เราพบเห็นบนชั้นโชว์สินค้า

17.ผลงานภาพ Peach Halves. 1960

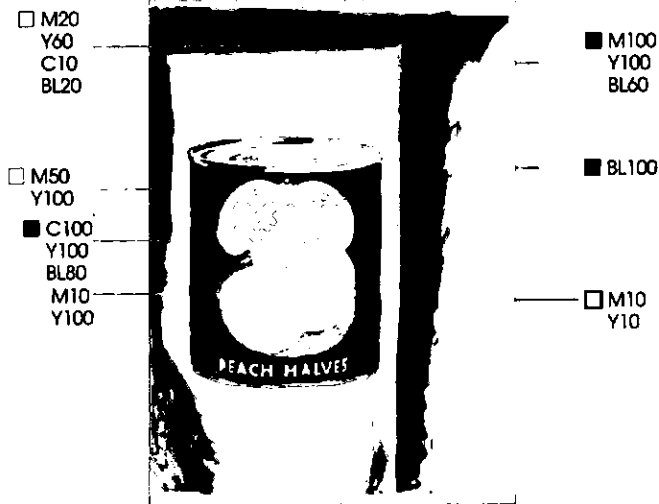


ภาพประกอบ 33 ผลงานภาพ Peach Halves. 1960

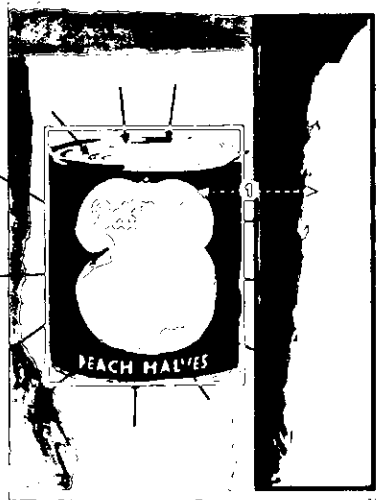
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์ ผลงานภาพ Peach Halves. 1960 พบว่า ศิลปินมีแนวคิดในการสร้างสรรค์จากภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในขณะนั้น ชื่อสินค้าที่สะดุดตา ตัวหนังสือ และภาพกราฟิกข้างกระป๋อง แสดงให้เห็นถึงแนวคิดในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น ในการโฆษณาสินค้าประเภทสิ่งพิมพ์ที่เจ้าของผลิตภัณฑ์ต้องการประกาศให้ผู้บริโภครับรู้ และโดดเด่นสะดุดตากว่าคู่แข่ง

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพนี้แสดงให้เห็นถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมอีกผลิตภัณฑ์หนึ่ง ศิลปินต้องการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการบริโภคของคนอเมริกันที่มีความทันสมัย อาหารกระป๋อง เป็นสิ่งที่พบได้โดยทั่วไป และได้รับความนิยมชมชอบ สอดคล้องกับชีวิตสมัยใหม่ของคนอเมริกันที่เร่งรีบ จลากลสินค้าที่โดดเด่นด้วยสีสะดุดตา คือสิ่งที่เจ้าของผลิตภัณฑ์จะต้องนำเสนอ และเนื้อหาของสินค้าจะต้องดูโดดเด่นเช่นเดียวกัน เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพแลตัวอักษร

ในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้นำเอาภาพอาหารกระป๋องที่นิยมในอเมริกายุคบริโภคนิยมมาเป็นภาพหลัก โดยภาพผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้จะพบได้ในชั้นวางของตามซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป พบจากใบปิดผนัง ภาพที่เห็นจะเป็นภาพผลิตภัณฑ์กระป๋องที่ปิดบนเสาปูน ภาพเป็นภาพมุมประมาณ 20 องศา ซึ่งมองเห็นด้านบนของกระป๋อง จลากลได้หันมาด้านหน้าเห็นชื่อสินค้าและตัวอักษรชัดเจน ภายในจลากลสินค้ามีภาพประกอบของลูกพีทสีส้ม (M 10 Y 100) ในตะกร้าอยู่ในตราสินค้า พื้นของจลากลเป็นสีเขียวเข้ม (C 100 Y 100 BL 80)

ในการใช้ตัวอักษร ซึ่งจะไม่พบในภาพส่วนอื่น ๆ นอกจากในจลากลสินค้า ตัวอักษรศิลปินนำรูปแบบจากจลากลผลิตภัณฑ์จริงที่เห็นชื่อสินค้า และประเภทของสินค้า

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์พบว่า ผลงานชิ้นนี้ศิลปินได้ใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี เพื่อให้สีแต่ละสีประสานส่งเสริมซึ่งกันและกันด้วยการใช้สีตรงข้ามให้ประสานส่งเสริมกัน

ในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้ใช้สีจำนวน 8 สี คือ สีส้ม (M 10 Y 100) ของลูกพีท สีเขียว (C 100 Y 100 BL 80) ของพื้นจลากล สีส้มแดง (Y 100 M 50) ในพื้นของชื่อสินค้า สีครีม (M 10 Y

10) ของพื้น สีเทา (BL 50) ของตะกร้า สีน้ำตาล (Y 60 M 20 C 10 BL 100) ของขอบปูนด้านบน สีดำ ของเงาเสาปูน และสีเหลือง (Y 100) ของคราบจากกระป๋องที่ผนังปูน

ศิลปินจะใช้สีส้ม (M 10 Y 100) ของลูกพีทเป็นจุดดึงดูดสายตา โดยให้สีส่วนรวมเป็นสีอ่อน คือ พื้นผนังปูน เงาสีดำ (BL 100) เป็นสีที่ทำให้ผนังปูนมีมิติ ภาพของกระป๋องสินค้าเด่นชัดจากพื้นภาพ

การใช้สีส้ม (M 10 Y 100) และสีเหลือง (Y 100) เป็นลักษณะไหลลงตามแรงดึงดูดของโลก แสดงถึงการเวลาของภาพที่ถูกตัดไว้เป็นเวลานาน หรืออาจมองได้ว่าศิลปินต้องการจะเสนอแนวคิดเกี่ยวกับความสดของผลิตภัณฑ์นี้

การออกแบบและการสื่อสาร

ในด้านการออกแบบ ผลงานชิ้นนี้ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพและสีโดยการรับแนวคิดจากใบปิดผนังของผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องที่พบได้ข้างทาง ตามผนังปูนหรืออาคารในสาธารณะ ศิลปินได้จัดวางภาพอยู่ในตำแหน่งกลางภาพที่ค่อนข้างไปทางซ้ายมือ โดยให้ตราสินค้าเป็นจุดสนใจของภาพ ศิลปินได้ใช้เทคนิคระบาย เพื่อให้เกิดความรู้สึก สด ใหม่ มีทั้งความคมชัด และความนุ่มนวล ผสมผสานกับการใช้เทคนิคระบายให้สีไหลตามธรรมชาติของแรงดึงดูดบนโลก ซึ่งเป็นภาพที่พบได้จากรอยคราบของใบปิดโฆษณาสินค้าทั่วไป เมื่อได้ผ่านการเวลาไปพอสมควร ในการจัดภาพให้เกิดจุดถ่วงดุล ศิลปินได้จัดภาพให้เกิดจุดถ่วงดุล 1 จุด โดยให้ภาพหลัก คือ ภาพกระป๋องถ่วงดุลกับขอบเสาปูนด้านขวามือ ได้สรุปเป็นประเด็นดังนี้

ความมีเอกภาพ ในผลงานชุดนี้ ความมีเอกภาพเกิดขึ้นจากการใช้เทคนิคสีไหลและรอยแปลง ซึ่งเกิดขึ้นในส่วนต่าง ๆ ของภาพ เช่น ในส่วนฉลากสินค้า ในส่วนเสาปูน ซึ่งเป็นฉากหลังและในส่วนด้านล่างของภาพกระป๋อง ซึ่งเทคนิคสีไหลและรอยแปลงที่ทำให้ภาพเกิดความมีเอกภาพขึ้นมาได้

ความสมดุล มีการจัดภาพให้เกิดความสมดุลที่มีซ้าย-ขวาและบน-ล่าง ไม่เท่ากัน

ความมีสัดส่วน ในสัดส่วนของรูปจะน้อยกว่าสัดส่วนของพื้นและไม่ปรากฏสัดส่วนในการใช้ตัวอักษรนอกจากจะพบได้ในฉลากสินค้า

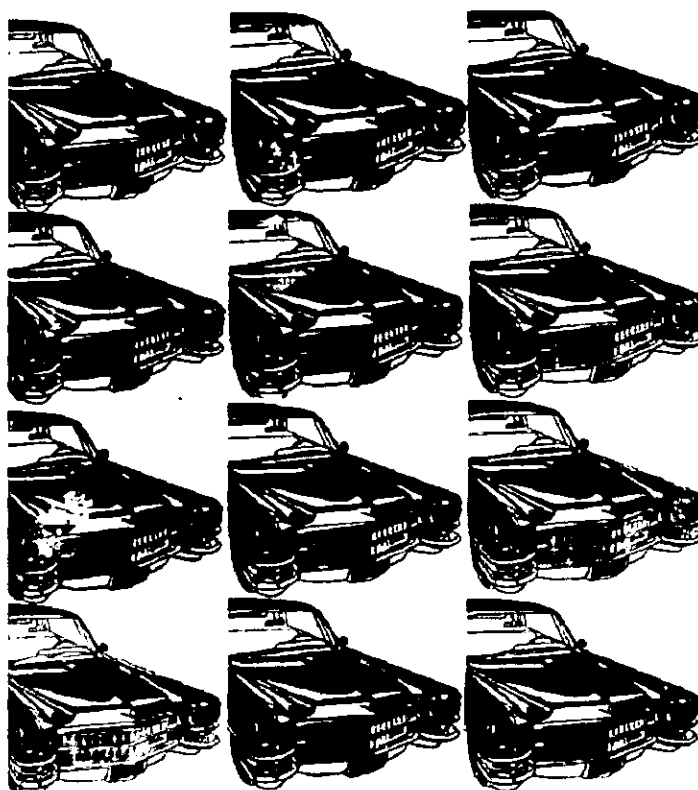
การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพนี้เกิดขึ้นจากสีเหลือง (Y 100) สีครีม (Y 10 M 10) ของฉลากสินค้า ที่อยู่ท่ามกลางสีเขียวเข้ม (C 100 Y 100 BL 80)

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ไม่ปรากฏการใช้รูปแบบที่ซ้ำ ๆ กันในภาพ

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหวเส้นนำสายตาในภาพนี้เกิดจากรอยแปรงของสีดำ (BL 100) ด้านหลังของภาพในแนวตั้ง ประกอบกับรอยกรอบที่เกิดขึ้นจากเทคนิคสีไหลทำให้ภาพโดดเด่นขึ้น

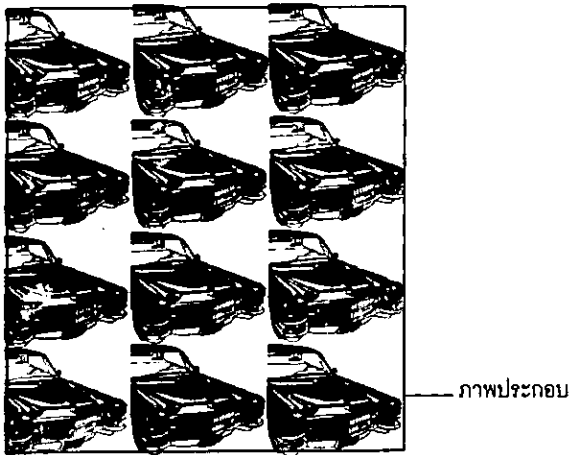
ในส่วนของการสื่อสาร ในภาพนี้ศิลปินต้องการสื่อให้เห็นถึงการโฆษณาสินค้าของผลิตภัณฑ์อาหารกระป๋องที่ได้รับความนิยมได้ทุกหนทุกแห่ง แสดงให้เห็นว่าในสังคมบริโภคนิยมมีการแข่งขันสูง บริษัทผลิตสินค้าจะต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางการตลาด เพื่อโน้มน้าวให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าไม่ว่าวิธีใดวิธีหนึ่ง และใบปิดเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ได้นิยมทำกันในยุคนี้

18.ผลงานภาพ Twelve Cadillacs. 1962

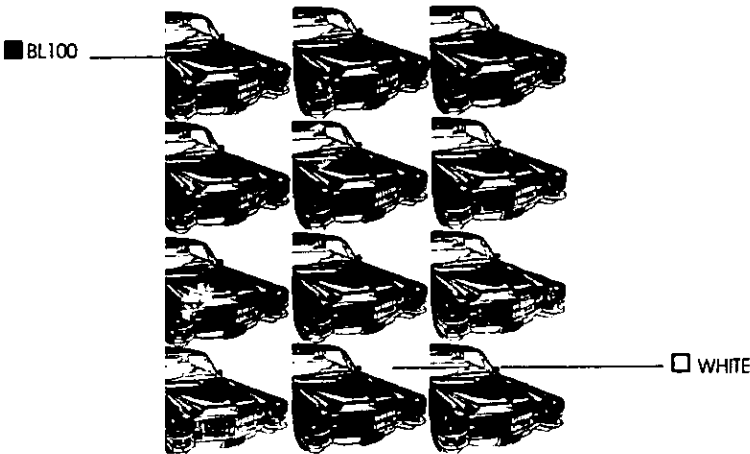


ภาพประกอบ 35 ผลงานภาพ Twelve Cadillacs. 1962

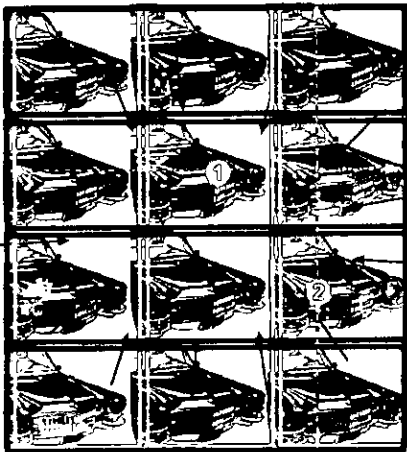
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 36 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์ผลงานภาพ Twelve Cadillacs, 1962 พบว่า ศิลปินมีแนวคิดในการสร้างสรรค์จากความนิยมของผู้คนต่อสินค้าประเภทรถยนต์ ภายใต้ยี่ห้อ Cadillac มีการนำเสนอภาพซ้ำ ๆ แสดงถึงกระบวนการผลิตในภาคอุตสาหกรรมที่ผลิตออกมาจำหน่ายเป็นจำนวนมาก แสดงถึงความต้องการของผู้บริโภคและได้รับความนิยมในขณะนั้น เป็นสิ่งที่กล่าวขวัญถึงของผู้บริโภค จำนวนของภาพ 12 ภาพ ศิลปินต้องการสื่อให้เห็นถึงแนวคิดในกระบวนการผลิตภาคอุตสาหกรรมที่มียอดผลิตในจำนวนมากมาย

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของผลงานชิ้นนี้แสดงให้เห็นถึงความนิยมชมชอบของคนอเมริกันต่อผลิตภัณฑ์ประเภทรถยนต์ยี่ห้อหนึ่งชื่อ Cadillacs เป็นรถอเมริกันที่แสดงให้เห็นว่าเป็นความทันสมัย เป็นแฟชั่นและมีความเป็นชาตินิยม การพัฒนาของเทคโนโลยีนี้อเมริกาได้พัฒนาขึ้นมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้คน เนื้อหาบนภาพนี้ศิลปินได้นำเสนอถึงความนิยมของผู้คนจำนวนมาก โดยเฉพาะเป็นจำนวนภาพ 20 คัน ใน 1 ภาพ ซึ่งเป็นการแสดงภาพทั่ว ๆ ไป แสดงให้เห็นถึงระบบสายการผลิต ในโลกอุตสาหกรรมในอเมริกา

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้นำเอาภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมของวัยรุ่นยุคนั้น คือ เารถยี่ห้อ Cadillacs ศิลปินนำภาพมาจัดวางซ้ำ ๆ กัน แสดงให้เห็นถึงลักษณะของสายการผลิตของระบบอุตสาหกรรม ที่เกิดขึ้นในอเมริกา ภาพถูกจัดวางให้ซ้ำขวาเท่ากัน บนล่างเท่ากัน แต่ศิลปินได้เอาเฉพาะช่วงหน้าของภาพแสดงในผลงาน เพราะจุดเด่นของรถคันนี้คือด้านหน้าของรถซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของรถยี่ห้อนี้มากที่สุด

ผลงานชิ้นนี้ไม่ปรากฏในการใช้ตัวอักษร

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ภาพผลงานชิ้นนี้พบว่า ศิลปินใช้สีทับกันชั้นเดียว เพื่อให้สีประสานกลมกลืน ด้วยวิธีการใช้สีกลมกลืนด้วยค่าน้ำหนักสีเดียว

ในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้ใช้สีดำ (BL 100) และสีขาว (WHITE) ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าศิลปินน่าจะนำวิธีการใช้สีในโฆษณาครั้งนี้ ซึ่งเป็นภาพขาว – ดำ มาเป็นต้นแบบในการใช้สีของผลงานภาพชิ้นนี้

พื้นของผลงานจะเป็นสีขาว ในขณะที่ตัวรถจะเป็นสีดำ (BL 100) โดยภาพจะเป็นลักษณะขาวจัด ดำจัด ซึ่งเป็นลักษณะเดียวกับงานกราฟิกในงานพาณิชย์ศิลป์

การออกแบบและการสื่อสาร

ในผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพโดยการจัดวางภาพในลักษณะซ้ำ ๆ กัน แสดงให้เห็นถึงกรรมวิธีการผลิตในระบบอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ใหม่ในอเมริกา ศิลปินได้นำภาพในส่วนหน้าของผลิตภัณฑ์มาจัดวางแสดงให้เห็นว่าด้านหน้าของผลิตภัณฑ์เป็นส่วนที่จดจำของผู้บริโภคมากที่สุดซึ่งถือว่าเป็นบุคคลิกของผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้ ลักษณะของภาพจะเป็นภาพขอบคมเช่นเดียวกับงานกราฟิกในงานพาณิชย์ศิลป์ ในการจัดวางภาพ ศิลปินได้จัดวางให้เกิดจุดสมดุลของภาพ 2 ทิศทาง คือ แนวตั้งกับแนวนอน โดยจะเกิดความแตกต่างในแต่ละภาพที่น้ำหนักของสีที่เกิดขึ้น ในการซิลค์สกรีนแต่ละครั้งที่ไม่เท่ากัน โดยสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ในผลงานชุดนี้ ความมีเอกภาพเกิดขึ้นจากการจัดวางภาพที่ซ้ำ ๆ กัน ประกอบด้วยการใช้สีดำ (BL 100) สีเดียวในการสร้างสรรค์งาน ทำให้ภาพเกิดความมีเอกภาพ

ความสมดุล มีการจัดภาพให้เกิดความสมดุลที่มีซ้าย-ขวาและบน-ล่าง เท่ากัน

ความมีสัดส่วน ในสัดส่วนของรูปจะใกล้เคียงกับสัดส่วนของพื้น และไม่ปรากฏสัดส่วนของการใช้ตัวอักษร

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพนี้เกิดขึ้นจากการซ้ำของภาพ จะไม่พบจุดสนใจส่วนใดส่วนหนึ่งของภาพ จะพบทั้งภาพ

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน การใช้รูปที่ซ้ำกันของภาพรถ Cadillacs ทำให้เกิดจังหวะของภาพ และทำให้ภาพน่าสนใจมากขึ้น

การใช้เส้นนำสายตา ให้เกิดลีลาเคลื่อนไหวเส้นนำสายตาของภาพนี้เกิดจากการจัดวางภาพให้สมดุลซ้าย-ขวา เท่ากัน เมื่อจัดวางภาพซ้ำ ๆ กันทำให้เกิดเส้นแบ่งรูป ซึ่งพบได้ทั้งแนวตั้งและแนวนอน และเป็นส่วนทำให้เกิดเป็นเส้นนำสายตาไปสู่ภาพหลักทั้ง 12 ภาพ

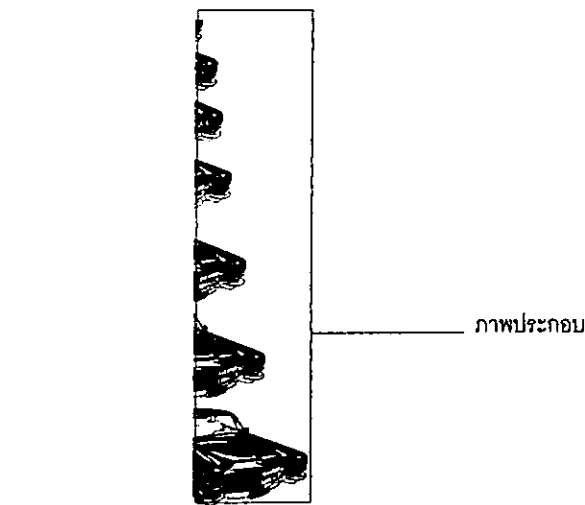
ในด้านการสื่อสาร ศิลปินต้องการสื่อให้เห็นถึงความคลั่งไคล้ของวัยรุ่นอเมริกาต่อรถยนต์ยี่ห้อนี้ผลิตภัณฑ์นี้สื่อให้เห็นถึงบุคลิกของผู้ขับนี้ ซึ่งเป็นหน้าตาของตัวเอง โดยมีความเท่ห์ทันสมัย เมื่อได้ขับที่รถยนต์ยี่ห้อนี้ ทำให้สังคมยอมรับ นับหน้าถือตาและการนำภาพมาซ้ำ ๆ กัน แสดงให้เห็นถึง พฤติกรรมซ้ำ ๆ ของผู้คนที่เกิดขึ้นทุกวัน การขับรถ การเดินทาง คือกิจวัตรประจำวันของคนอเมริกัน

19.ผลงานภาพ Seven Cadillacs. 1962

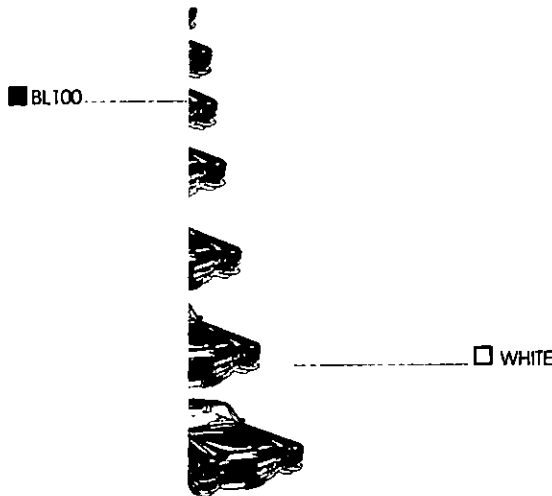


ภาพประกอบ 37 ผลงานภาพ Seven Cadillacs. 1962

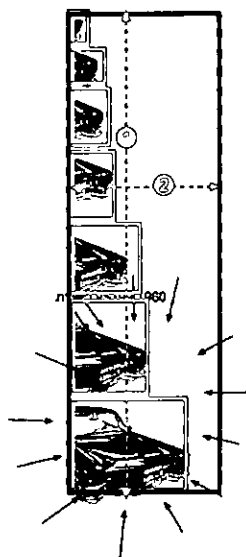
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 38 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากข้อมูลข้างต้นที่กล่าวไว้ว่า แนวความคิดสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี วอร์ฮอล เป็นศิลปินที่มีความเชื่อบนพื้นฐานของสังคมอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโตและมีการแข่งขันสูง ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมทำให้เขาเกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยมีความประทับใจกับเรื่องราวรอบข้างที่เกิดขึ้นทุกวันซ้ำแล้วซ้ำเล่า

เช่นเดียวกับผลงานภาพ Seven Cadillacs. 1962 พบว่า ศิลปินได้แนวคิดสร้างสรรค์มาจากความนิยมชมชอบของคนอเมริกัน ต่อยนต์ียี่ห้อ Cadillacs การจัดวางของภาพซ้ำ ๆ เป็นการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับผลผลิตแบบอุตสาหกรรม ที่เกิดขึ้น การเปลี่ยนแปลงในยุคนั้น การจัดวางภาพขาว-ดำบนพื้นขาว ทำให้ภาพโดดเด่น และมีความน่าสนใจ จำนวนงานที่ศิลปินนำมาจัดวางในภาพนี้จำนวน 7 คัน ซึ่งมีแนวคิดต่อการใช้รถของผู้คนว่ารถคือปัจจัยสำคัญของชีวิตใน 1 สัปดาห์ อีกปัจจัยหนึ่งนอกจากปัจจัย 4

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพนี้แสดงให้เห็นถึงความนิยมของคนอเมริกันต่อยนต์ียี่ห้อ Cadillacs จำนวนภาพ 7 ภาพศิลปินนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการเดินทางภายใน 1 สัปดาห์ของผู้คน จะพบเห็นแต่รถยนต์ยี่ห้อนี้ การซ้ำของภาพแสดงให้เห็นถึงระบบอุตสาหกรรมที่มีการผลิตมากมาย ศิลปินได้นำเสนอในส่วนหน้ารถ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าผลิตภัณฑ์ยี่ห้อนี้และแสดงถึงความเป็นที่นิยม ความเท่ ทันสมัย

กระบวนการสร้างสรรค์

การใช้ภาพและตัวอักษร

ในผลงานภาพชิ้นนี้ ศิลปินได้นำภาพของรถ Cadillac ที่เป็นรถที่ได้รับความนิยมในกลุ่มวัยรุ่นอเมริกัน มานำเสนอ โดยเรียงภาพรถจากด้านบนลงด้านล่าง โดยให้มีขนาดของภาพค่อย ๆ โตขึ้น รวมจำนวน 7 คัน ภาพเป็นภาพขาว – ดำ ที่พบได้จากภาพถ่ายทั่วไปในนิตยสารและใบปิดโฆษณา วิธีการใช้ภาพซ้ำ ๆ แสดงให้เห็นถึงแผนการผลิตแบบอุตสาหกรรม

ในการใช้ตัวอักษรไม่ปรากฏการใช้ตัวอักษรในภาพนี้

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ภาพผลงานชิ้นนี้พบว่า ศิลปินใช้สีทับกันชั้นเดียว เพื่อให้สีประสานกลมกลืน ด้วยวิธีการใช้สีกลมกลืนด้วยค่าน้ำหนักสีเดียว

ผลงานภาพชิ้นนี้จะเป็นภาพขาว – ดำ โดยที่พื้นภาพจะเป็นสีขาว (WHITE) และภาพรถจะเป็นภาพกราฟิกสีดำ (BL 100) เป็นลักษณะ ขาวจัด – ดำจัด ภาพมีน้ำหนักและเป็นภาพขอบคม ในส่วนของแสงที่สะท้อนจากพื้นผิวรถยนต์จะเป็นสีขาว (WHITE) ซึ่งเป็นสีพื้นของพื้นภาพและในส่วนกระจกจะเป็นสีขาวเช่นเดียวกัน

ในส่วนของเงาคือสีเข้มหรือสีดำ การใช้สีของศิลปินในภาพนี้น่าจะได้อิทธิพลมาจากภาพถ่าย ขาว – ดำ หรือภาพโฆษณา ขาว – ดำ ในนิตยสารทั่วไป

การออกแบบและการสื่อสาร

ในด้านการออกแบบ ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพเพื่อต้องการจะสื่อให้เห็นถึงการจัดวางที่น่าสนใจ ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นลักษณะที่เหมือนกัน การจัดวางในภาพนี้ ศิลปินจัดวางให้ภาพรถมีน้ำหนัก 2 ทิศทาง คือ แนวตั้งและแนวนอน ขนาดของรถจะมีขนาดแตกต่างกัน จากเล็กไปหาใหญ่ แสดงให้เห็นถึงความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นจากการมอง ด้านขวาศิลปินได้ใช้สีพื้นเป็นพื้นที่ถ่วงน้ำหนักของรถด้านซ้าย ภาพรวมของภาพนี้ทั้งหมดจะมีขนาดที่โดดเด่นจากผลงานที่เขาเคยทำมาคือ ผลงานจะเป็นแนวตั้ง ผลงานภาพสื่อให้เห็นถึงรูปต่าง ๆ ของผลงานที่มีอิทธิพลจากสังคมบริโภค ศิลปินอาจจะได้อิทธิพลมาจากสิ่งก่อสร้าง ปริมาณของรถที่มากขึ้นทุกวัน จนเป็นขยะกองโตซึ่งเป็นกลวิธีหนึ่งที่ศิลปินต้องการสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ โดยสรุปได้เป็นประเด็นดังนี้

ความมีเอกภาพ ในผลงานชุดนี้ ความมีเอกภาพเกิดขึ้นจากการจัดวางภาพที่ซ้ำ ๆ กัน และการใช้สีโทนเดียวกัน ในการสร้างสรรค์ผลงาน รวมทั้งการเลือกใช้มุมภาพ

ความสมดุล มีการจัดภาพให้เกิดความสมดุลที่มีซ้าย-ขวาและบน-ล่าง ไม่เท่ากัน

ความมีสัดส่วน ในสัดส่วนของรูปจะใกล้เคียงกับสัดส่วนของพื้น และไม่ปรากฏสัดส่วนของการใช้ตัวอักษร

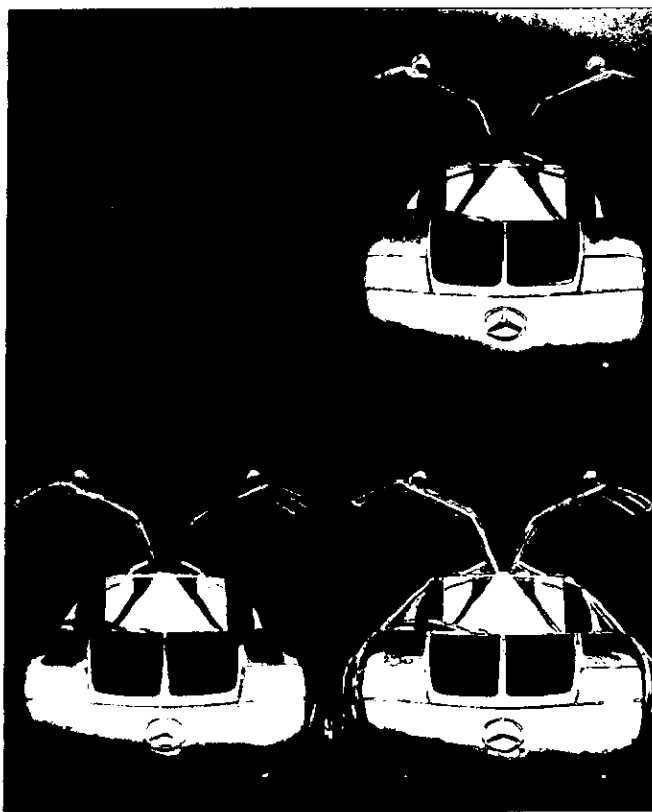
การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพนี้เกิดขึ้นจากการซ้ำของภาพ และเป็นการซ้ำที่เปลี่ยนแปลงขนาดด้วย ทำให้ภาพเกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน การใช้รูปที่ซ้ำกันของภาพนี้ ศิลปินได้นำเอาส่วนหน้าของรถ Cadillac จัดวางในมุมเดียวกัน แต่เปลี่ยนแปลงขนาดให้ใหญ่ขึ้น ซึ่งทำให้เกิดจังหวะและความเคลื่อนไหวมากขึ้น

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหวเส้นนำสายตาของภาพนี้เกิดจากขนาดของภาพที่มีขนาดลดหลั่นกันไป ในการจัดวางซ้ำ ๆ กัน ทำให้เกิดเป็นทัศนของภาพ มีระยะใกล้ไกล และนำสายตาไปสู่ภาพที่ใหญ่ที่สุดได้อย่างน่าสนใจ

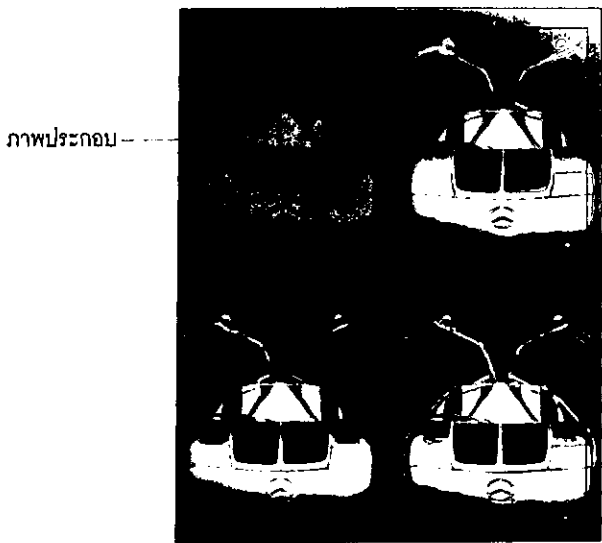
ในด้านการสื่อสารผลงานภาพสื่อให้เห็นถึงรูปต่าง ๆ ของผลงานที่มีอิทธิพลจากสังคมบริโภค ศิลปินอาจจะได้อิทธิพลมาจากสิ่งก่อสร้างปริมาณของรถที่มากขึ้นทุกวัน จนเป็นขยะกองโตซึ่งเป็นกลวิธีหนึ่งที่ศิลปินต้องการสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้

20.ผลงานภาพ Mercedes-Benz(Model C111 Experimental Vehicle1970).1986

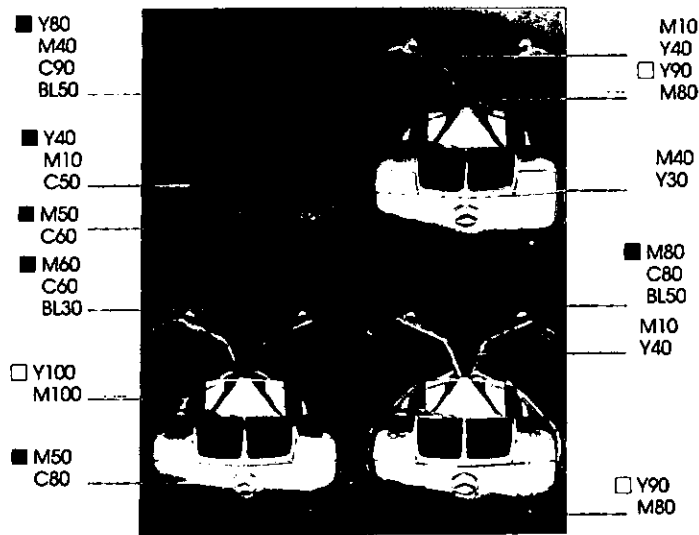


ภาพประกอบ 3 9 ผลงานภาพMercedes-Benz
(Model C111 Experimental Vehicle1970).1986

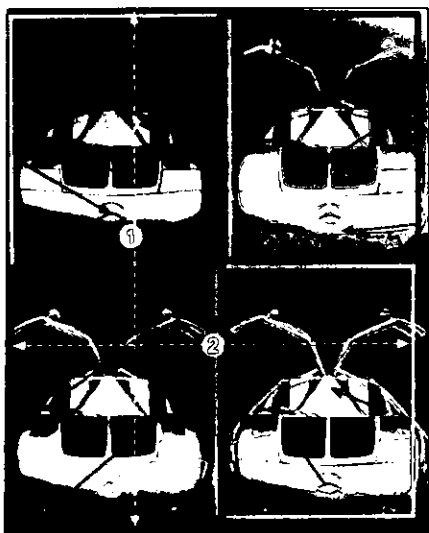
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 40 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการศึกษาวิเคราะห์ ผลงานภาพ Mercedes – Benz (Model C111) Experimental Vehicle, 1970). 1986 พบว่า แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินได้รับอิทธิพลจากผลิตภัณฑ์ประเภทรถยนต์ยี่ห้อเบนซ์ที่ได้รับความนิยมในขณะนั้น ความหรูหราและความทันสมัยของรถในการเปิดประตู ซึ่งเป็นสิ่งแปลกใหม่สอดคล้องกับแนวคิดในการใช้สีของศิลปินที่สร้างความสดใสและทันสมัยด้วยการใช้สีและการผสมลายเส้นบนภาพ ทำให้เกิดความทันสมัยขึ้นในภาพ การใช้สีเขียว (Y 80 M 40 C 90 BL 50) วางภาพติดกับสีแดง (M 90 Y 80) ทำให้ภาพเกิดการเคลื่อนไหวในความรู้สึกซึ่งเป็นแนวคิดในการนำเสนอภาพผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่กล่าวมาแล้วข้างต้นโดยกล่าวไว้ว่า สำหรับรูปแบบของความคิดสร้างสรรค์ของศิลปินเน้นทางด้านความคิด โดยนำเสนอแง่มุมบางส่วนของสังคมโดยใช้วัตถุของวัฒนธรรมบริโภคนิยมเป็นสื่อ ผลผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ทางด้านความงามที่โดดเด่นในเรื่องการใช้สี ซึ่งปรากฏในสังคมขณะนั้น

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพนี้ ศิลปินนำเสนอเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์รถยนต์ยี่ห้อ Mercedes – Benz รุ่นใหม่ที่ทันสมัยที่สุด ประตูที่เป็นปีกนก ซึ่งเป็นการพัฒนาทางเทคโนโลยียานยนต์ล่าสุด ได้นำเสนอต่อผู้บริโภคนับว่าเป็นนวัตกรรมในยุคนั้น ศิลปินได้นำเอาเนื้อหาการพัฒนาของเทคโนโลยีบวกกับค่านิยมในความทันสมัยของผู้คนอเมริกันในยุคนั้น นับว่าเป็นการทำทายต่อสังคมที่คนอเมริกันนิยมสินค้ายุโรป จากที่เคยเป็นชาตินิยมในสินค้าของตัวเองเสมอมา แสดงให้เห็นว่าความต้องการเป็นผู้ทันสมัยมีบทบาทมากกว่าความเป็นชาตินิยม ซึ่งหมายถึงทัศนคติของผู้ใช้สินค้าและภาพพจน์ของผู้ใช้สินค้านั้นเช่นเดียวกัน

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ในการใช้ภาพของผลงานชิ้นนี้ ศิลปินได้นำเอารถ Mercedes – Benz มาจัดวางเป็นภาพหลัก โดยรูปแบบของรถเป็นรถที่ทันสมัย แสดงการใช้งานชัดเจนคือเปิดประตูขึ้นด้านบน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและเป็นเอกลักษณ์ของความหรูหราอีกผลิตภัณฑ์หนึ่ง

ในการใช้ตัวอักษร ในภาพนี้ไม่ปรากฏใช้ตัวอักษร นอกจากเป็นชื่อสินค้าด้านหน้าของรถเท่านั้น

กลวิธีการใช้สี

จากการวิเคราะห์ผลงานภาพชุดนี้พบว่า ศิลปินใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี เพื่อให้สีประสานกลมกลืน ด้วยการกลับค่าของสี ตามข้อมูลที่กำลังกล่าวมาข้างต้น

ในผลงานภาพนี้จะพบว่าศิลปินได้ใช้สีที่ตัดกันทั้งสีร้อนคู่กับสีเย็น หรือสีตรงกันข้ามที่อยู่ด้วยกัน การจัดวางสี ศิลปินจะใช้สีพื้นผสมผสานกับตัวรถ ในขณะที่ลายเส้นที่ทับบนตัวรถจะเป็นสีที่โดดเด่นกว่า ซึ่งทำให้ภาพมีมิติ และมีระยะมากขึ้น ผลงานชิ้นนี้จะดูเป็นภาพกราฟิกซึ่งนิยมกันในงานโฆษณายุค 60

การออกแบบและการสื่อสาร

ในด้านการออกแบบ ผลงานชิ้นนี้ศิลปินได้สร้างจุดสนใจด้วยภาพและสีโดยการจัดวางภาพเป็น 4 ภาพ เท่า ๆ กัน ทำให้เกิดจุดถ่วงดุล 2 ทิศทาง คือ แนวตั้งและแนวนอน ในการใช้สีจะแตกต่างกันโดยให้สีตรงกันข้ามอยู่ด้วยกัน ศิลปินได้ใช้การระบายสีพื้นผสมผสานกับการตัดเส้นและเส้นสีจะโดดเด่นจากสีพื้นภาพทำให้เกิดความรู้สึก ความเคลื่อนไหวของประตुरुถขณะที่เปิดอยู่ โดยสรุปประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ในผลงานชุดนี้ ความมีเอกภาพเกิดขึ้นจากการจัดวางภาพที่ซ้ำ ๆ กัน ในมุมเดียวกัน และการใช้ลายเส้นสีบนภาพหลัก ทำให้แต่ละภาพมีความสัมพันธ์กันและทำให้ภาพรวมมีเอกภาพขึ้นมาได้

ความสมดุล มีการจัดภาพให้เกิดความสมดุลที่มีซ้าย-ขวาและบน-ล่าง เท่ากัน

ความมีสัดส่วน พบว่าสัดส่วนของรูปมากกว่าสัดส่วนของพื้น และไม่ปรากฏสัดส่วนของการใช้ตัวอักษร

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพนี้เกิดจากการใช้ลายเส้นกับบนสีพื้นของรถและการใช้คู่สีตรงกันข้ามมาอยู่ด้วยกัน

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ภาพนี้ศิลปินใช้รูปแบบที่ซ้ำ ๆ กัน ในมุมที่เหมือนกันแต่จะมีความแตกต่างกันในการใช้สีของภาพและสีของลายเส้น ทำให้ภาพเกิดจังหวะและความน่าสนใจมากขึ้น

การใช้เส้นนำสายตา ให้เกิดลีลาเคลื่อนไหวเส้นนำสายตาของภาพนี้น่าจะเป็นลายเส้นที่เป็นสีต่างๆ ได้ถูกจัดวางทับบนภาพ ทำให้ภาพเกิดมิติขึ้นมาและสร้างความสนใจให้กับภาพหลักได้

ในด้านการสื่อสาร ศิลปินต้องการสื่อให้เห็นถึงนวัตกรรมของเทคโนโลยีใหม่ๆ สื่อให้เห็นถึงตราสินค้าที่แสดงถึงความเท่ ทันสมัย และความภูมิฐานของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นภาพที่จะได้ความรู้สึกถึงค่านิยมของยุโรปที่เกิดขึ้นในอเมริกา ซึ่งนับว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายในยุคนั้น

สรุปผลการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์ผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล ชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์รวมจำนวน 20 ภาพ โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญที่ศึกษา 5 ประเด็น คือ

- 1. แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน
 - 2. เนื้อหาของภาพ
 - 3. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการใช้ภาพและตัวอักษร
 - 4. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยกลวิธีการใช้สี
 - 5. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการออกแบบและการสื่อสาร
- โดยแต่ละประเด็นที่ศึกษาจะนำเสนอในรูปตารางโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

ตาราง 1 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ ภาพโฆษณา

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา	แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน	
	การแข่งขันทางธุรกิจ	การใช้ชีวิตประจำวัน
1. Advertisement. 1960	✓	
2. Dr. Scholl. 1960		✓
3. Cooking Pot. 1960		✓
4. Icebox. 1960		✓
5. TV \$ 199. 1960	✓	
6. Close Cover Before Striking (Pepsi-Cola) 1962	✓	
7. Yellow Close Cover Befor Striking. 1962	✓	
8. Blackglame (Judy Garland)from Portforio Ad 1985		✓
9. Rebel Without a Cause (James Dean) from Portforio Ad 1985		✓
10. Van Heusen (Ronai Reagan))"from Portforio Ad 1985		✓

ตาราง 2 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ ภาพผลิตภัณฑ์

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์	แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน	
	การแข่งขันทางธุรกิจ	การใช้ชีวิตประจำวัน
11. Telephone. 1961	✓	✓
12. Campbell,s Soup Can with Ketchup Bottle. 1962		✓
13. Campbell,s Soup Can with can Opener. 1962		✓
14. Big Campbell,s Soup Can 19/c1962		
15. Campbell,s Soup Can and Dollar Bills. 1962		✓
16. 210 Coca-Cola Bottles. 1962		✓
17. Peach Halves. 1960		✓
18. Twelve Cadillacs. 1962		✓
19. Seven Cadillacs 1962		✓
20. Mercedes-Benz (Model C111Experimental Vehicle, 1970.) 1986		✓

สรุปผลการวิเคราะห์

จากตาราง 1 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานภาพโฆษณา ของแอนดี วอร์ฮอล พบว่า มีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานที่มาจากการแข่งขันทางธุรกิจ จำนวน 4 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 40 และมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานที่มาจากการใช้ชีวิตประจำวัน จำนวน 6 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 60

ส่วนตาราง 2 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานภาพผลิตภัณฑ์ พบว่า มีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานที่มาจากการแข่งขันทางธุรกิจ จำนวน 1 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 10 และมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานที่มาจากการใช้ชีวิตประจำวัน จำนวน 9 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 90

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี วอร์ฮอล ชุดภาพโฆษณามีแนวความคิดมาจากการใช้ชีวิตประจำวันมากกว่าแนวคิดที่มาจากสภาพการแข่งขันทางธุรกิจ และแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานชุดภาพผลิตภัณฑ์ ก็มีแนวคิดมาจากการใช้ชีวิตประจำวันมากกว่าแนวคิดที่มาจากสภาพการแข่งขันเช่นเดียวกัน จากข้อสรุปดังกล่าวพบว่าสอดคล้อง สัมพันธ์กับแนวคิด ทฤษฎี ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดในการสร้างสรรค์มีพื้นฐานจากความสวยงามของสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ ตลอดจนความรู้สึกภายในของมนุษย์ ซึ่งจะถูกถ่ายทอดออกมาโดยรูปแบบผลงานของศิลปิน ซึ่งจะแสดงออกและมีกระบวนการทาง

ความคิดที่แตกต่างกันของศิลปินแต่ละคน และสำหรับผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล เกิดจากแรงบันดาลใจในวิถีชีวิต สิ่งแวดล้อมรอบตัว จึงจับเอาสิ่งต่างๆ เหล่านั้นมาปรากฏเป็นผลงานบนพื้นผ้าใบของเขาและให้ความสำคัญกับมัน โดยการหยิบยกขึ้นมานำเสนออย่างสอดคล้องและสัมพันธ์กับชีวิตมนุษย์

2. เนื้อหาของภาพ

ตาราง 3 เนื้อหาของภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา	เนื้อหาของภาพ	
	เกี่ยวกับเรื่องบริโคด	เกี่ยวกับเรื่องอุปโคด
1. Advertisement. 1960	✓	✓
2. Dr. Scholl. 1960		✓
3. Cooking Pot. 1960		✓
4. Icebox. 1960		✓
5. TV \$ 199. 1960		✓
6. Close Cover Before Striking (Pepsi-Cola) 1962	✓	
7. Yellow CloseCover Befor Striking. 1962		✓
8. Blackglame (Judy Garland)"from Portforio Ad 1985		✓
9. Rebel Without a Cause (James Dean) from Portforio Ad1985		✓
10. Van Heusen (Ronald Reagan))"from Portforio Ad 1985		✓

ตาราง 4 เนื้อหาของภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์	เนื้อหาของภาพ	
	เกี่ยวกับเรื่องบริโภคนิยม	เกี่ยวกับเรื่องอุปโภค
11. Telephone. 1961		✓
12. Campbell,s Soup Can with Ketchup Bottle. 1962	✓	
13. Campbell,s Soup Can with can Opener. 1962	✓	
14. Big Campbell,s Soup Can 19/c1962	✓	
15. Campbell,s Soup Can and Dollar Bills. 1962	✓	
16. 210 Coca-Cola Bottles. 1962	✓	
17. Peach Halves. 1960	✓	
18. Twelve Cadillacs. 1962		✓
19. Seven Cadillacs 1962		✓
20. Mercedes-Benz (Model C111Experimental Vehicle, 1970.) 1986		

สรุปผลการวิเคราะห์

จากตาราง 3 เนื้อหาของภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณาในผลงานของแอนดี วอร์ฮอล พบว่า ผลงานมีเนื้อหาของภาพเกี่ยวกับเรื่องการบริโภคนิยม จำนวน 2 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 20 และผลงานมีเนื้อหาของภาพเกี่ยวกับเรื่องอุปโภค จำนวน 9 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 90 (ในผลงาน Advertisement. 1960 มีเนื้อหาของภาพปรากฏว่าเกี่ยวข้องกับเรื่องบริโภคนิยมและอุปโภค ทั้งสองส่วน)

ส่วนตาราง 4 เนื้อหาของภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี วอร์ฮอล พบว่า ผลงานมีเนื้อหาของภาพเกี่ยวกับเรื่องการบริโภคนิยม จำนวน 6 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 60 และผลงานมีเนื้อหาของภาพเกี่ยวกับการอุปโภค จำนวน 4 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 40

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า เนื้อหาของภาพในผลงานของแอนดี วอร์ฮอล มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องอุปโภคและบริโภคนิยม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีศิลปะป๊อปอาร์ต ที่ว่า เรื่องราวต่างๆ ที่ปรากฏในศิลปะป๊อปอาร์ต จะสะท้อนความเฟื่องฟูของเศรษฐกิจ สะท้อนวัฒนธรรมบริโภคนิยม สะท้อนเรื่องราวของสังคมที่มีการแข่งขันในระบบทุนนิยม

3. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยใช้ภาพและตัวอักษร

ตาราง 5 การใช้ภาพและตัวอักษร ในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา	กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน	
	การใช้ภาพ	การใช้ตัวอักษร
1. Advertisement. 1960	✓	✓
2. Dr. Scholl. 1960	✓	✓
3. Cooking Pot. 1960	✓	✓
4. Icebox. 1960	✓	✓
5. TV \$ 199. 1960	✓	✓
6. Close Cover Before Striking (Pepsi-Cola) 1962	✓	✓
7. Yellow CloseCover Befor Striking. 1962		✓
8. Blackglame (Judy Garland)"from Portforio"Ad"1985	✓	✓
9. "Rebel Without a Cause (James Dean) from Portforio"Ad"1985	✓	✓
10. "Van Heusen (Ronald Reagan))"from Portforio"Ad" 1985	✓	✓

ตาราง 6 การใช้ภาพและตัวอักษร ในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์	กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน	
	การใช้ภาพ	การใช้ตัวอักษร
11. Telephone. 1961	✓	
12. Campbell,s Soup Can with Ketchup Bottle. 1962	✓	
13. Campbell,s Soup Can with can Opener. 1962	✓	
14. Big Campbell,s Soup Can 19/c1962	✓	
15. Campbell,s Soup Can and Dollar Bills. 1962	✓	
16. 210 Coca-Cola Bottles. 1962	✓	
17. Peach Halves. 1960	✓	
18. Twelve Cadillacs. 1962	✓	
19. Seven Cadillacs 1962	✓	
20. Mercedes-Benz (Model C111Experimental Vehicle, 1970.) 1986	✓	

สรุปผลการวิเคราะห์

จากตาราง 5 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี วอร์ฮอล พบว่า ในการสร้างสรรค์ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา มีการใช้ภาพ จำนวน 9 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 90 และมีการใช้ตัวอักษร จำนวน 10 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 100

ส่วนตาราง 6 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี วอร์ฮอล พบว่า ในการสร้างสรรค์ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์ มีการใช้ภาพ จำนวน 10 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 100 ในขณะที่การใช้ตัวอักษรไม่ปรากฏในภาพผลงานชุดนี้

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานชุดภาพโฆษณา ศิลปินนิยมใช้ภาพผสมผสานกับการใช้ตัวอักษรมากในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ส่วนกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานชุดผลิตภัณฑ์ พบว่า ศิลปินได้มีกระบวนการสร้างสรรค์โดยการใช้ภาพเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตาม ทั้งส่วนของการใช้ภาพและตัวอักษร ล้วนเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินที่ต้องการจะสื่อความหมาย และถ่ายทอดทางความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของศิลปิน

4. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยกลวิธีการใช้สี

ตาราง 7 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยกลวิธีการใช้สี ในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา	กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน	
	ทับกันชั้นเดียว	ทับกันมากกว่า 1 สี
1. Advertisement. 1960	✓	
2. Dr. Scholl. 1960	✓	
3. Cooking Pot. 1960	✓	
4. Icebox. 1960		✓
5. TV \$ 199. 1960		✓
6. Close Cover Before Striking (Pepsi-Cola) 1962	✓	
7. Yellow CloseCover Befor Striking. 1962	✓	
8. Blackglame (Judy Garland) from Portforio Ad1985		✓
9. Rebel Without a Cause (James Dean) from Portforio Ad1985		✓
10. Van Heusen (Ronald Reagan))from PortforioAd 1985		✓

ตาราง 8 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยกลวิธีการใช้สี ในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์	กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน	
	ทับกันชั้นเดียว	ทับกันมากกว่า 1 สี
11. Telephone. 1961	✓	
12. Campbell,s Soup Can with Ketchup Bottle. 1962	✓	
13. Campbell,s Soup Can with can Opener. 1962		✓
14. Big Campbell,s Soup Can 19/c1962		✓
15. Campbell,s Soup Can and Dollar Bills. 1962	✓	
16. 210 Coca-Cola Bottles. 1962		✓
17. Peach Halves. 1960		✓
18. Twelve Cadillacs. 1962	✓	
19. Seven Cadillacs. 1962	✓	
20. Mercedes-Benz (Model C111Experimental Vehicle, 1970.) 1986		✓

สรุปผลการวิเคราะห์

จากตาราง 7 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการใช้สี ของแอนดี้ วอร์ฮอล พบว่า ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา มีกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานด้วยการใช้สีทับกันชั้นเดียว จำนวน 5 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 50 และมีการใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี จำนวน 5 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 50

ส่วนตาราง 8 พบว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการใช้สี ของแอนดี้ วอร์ฮอล ในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์ มีกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานด้วยการใช้สีทับกันชั้นเดียว จำนวน 5 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 50 และมีการใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี จำนวน 5 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 50

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการใช้สีของศิลปินมีสัดส่วนที่เท่ากัน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแอนดี้ วอร์ฮอล ศิลปินกลุ่มป๊อปอาร์ต ที่มีความโดดเด่น สะดุดตา และการใช้คู่สีที่ตัดกัน ใช้สีทับกัน โดยมีความเกี่ยวข้องกับสีที่เกิดขึ้นในงานพาณิชย์ศิลป์ สะท้อนสังคมบริโภค

5. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการออกแบบและการสื่อสาร

ตาราง 9 การออกแบบและการสื่อสารในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา	การออกแบบและการสื่อสาร	
	การสร้างจุดสนใจด้วยภาพ	การสร้างสมดุลด้วยภาพ
1. Advertisement. 1960	✓	✓
2. Dr. Scholl. 1960	✓	✓
3. Cooking Pot. 1960	✓	✓
4. Icebox. 1960	✓	✓
5. TV \$ 199. 1960	✓	✓
6. Close Cover Before Striking (Pepsi-Cola) 1962	✓	✓
7. Yellow CloseCover Befor Striking. 1962	✓	✓
8. Blackglame (Judy Garland)"from Portforio"Ad"1985	✓	✓
9. Rebel Without a Cause (James Dean) from Portforio"Ad"1985	✓	✓
10. Van Heusen (Ronald Reagan)) from PortforioAd1985	✓	✓

ตาราง 10 การออกแบบและการสื่อสารในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์	การออกแบบและการสื่อสาร	
	การสร้างจุดสนใจด้วยภาพ	การสร้างสมดุลด้วยภาพ
11. Telephone. 1961	✓	✓
12. Campbell,s Soup Can with Ketchup Bottle. 1962	✓	✓
13. Campbell,s Soup Can with can Opener. 1962	✓	✓
14. Big Campbell,s Soup Can 19/c1962	✓	✓
15. Campbell,s Soup Can and Dollar Bills. 1962	✓	✓
16. 210 Coca-Cola Bottles. 1962	✓	✓
17. Peach Halves. 1960	✓	✓
18. Twelve Cadillacs. 1962	✓	✓
19. Seven Cadillacs. 1962	✓	✓
20. Mercedes-Benz (Model C111Experimental Vehicle, 1970.) 1986	✓	✓

สรุปผลการวิเคราะห์

จากตาราง 9 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการออกแบบและการสื่อสาร ของ แอนดี วอร์ฮอล พบว่า ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา มีกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบและสื่อสารโดยการสร้างจุดสนใจด้วยภาพ จำนวน 10 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 100 และมีการสร้างสมดุลด้วยภาพ จำนวน 10 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 100

ส่วนตาราง 10 พบว่า ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์ มีกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบและสื่อสารโดยการสร้างจุดสนใจด้วยภาพ จำนวน 10 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 100 และมีการสร้างสมดุลด้วยภาพ จำนวน 10 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 100

ดังนั้นจึงสรุปว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบและสื่อสารในภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา และภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี วอร์ฮอล ได้นำหลักการออกแบบและสื่อสารด้วยการสร้างจุดสนใจด้วยภาพและสร้างสมดุลด้วยภาพมาใช้ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากงานพาดิซัยศิลป์ และเป็นการแสดงออกทางความงาม ตามโครงสร้างทางศิลปะสามารถสะท้อนสภาพความรู้สึกที่สามารถรับรู้ได้ ตลอดจนความเหมาะสมกลมกลืนของภาพ โดยความจริงแล้ว ความสมดุลยังรวมถึงส่วนประกอบการออกแบบทั้งหมด แต่ผู้ศึกษาเน้นเฉพาะเรื่องภาพ

บทที่ 4

การพัฒนาสร้างสรรค์

จากการวิเคราะห์ผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต ชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของ แอนดี วอร์ฮอล ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์มาพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานของผู้วิจัย โดยมีแนวความคิดสร้างสรรค์มาจากบริบทสังคมเมืองไทยที่มีรูปแบบของการใช้ชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไปตามแนวคิด เนื้อหา และกระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะป๊อปอาร์ต ผู้วิจัยนำเอางานศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี วอร์ฮอลในรูปแบบงานซิลค์สกรีนมาศึกษา และได้พัฒนาผลงานเป็นผลงาน 3 มิติ

เพื่อให้เห็นถึงการพัฒนาผลงานของผู้วิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งช่วงการศึกษาวิจัย เป็น 2 ช่วง คือ ช่วงการศึกษาผลงานและช่วงการพัฒนาผลงาน ซึ่งประกอบด้วยผลงานดังนี้

ช่วงที่ 1 ช่วงการศึกษาผลงาน

1. ผลงานภาพชุด มาม่า
ผลงานชื่อ มาม่า 2004/1 ซิลค์สกรีนบนผืนผ้าใบ
ขนาด 60 x 92 ซม.
2. ผลงานภาพชุด กระทั่งแดง
ผลงานชื่อ กระทั่งแดงหมายเลข 1 ซิลค์สกรีนบนผืนผ้าใบ
ขนาด 50 x 180 ซม.
3. ผลงานภาพชุด เซเวน อีเลฟเว่น
ผลงานชื่อ เซเวน อีเลฟเว่น หมายเลข 1 ซิลค์สกรีนบนผืนผ้าใบ
ขนาด 50 x 180 ซม.
4. ผลงานภาพชุด ไทยรัฐ
ผลงานชื่อ ไทยรัฐ หมายเลข 1 ซิลค์สกรีนบนผืนผ้าใบ
ขนาด 60 x 82 ซม.
5. ผลงานภาพชุด มวยไทย
ผลงานชื่อ ไหว้ครู ซิลค์สกรีนบนผืนผ้าใบ
ขนาด 60 x 180 ซม.

ช่วงที่ 2 ช่วงการพัฒนาผลงาน

1. ผลงานภาพชุด มาม่า
ผลงานชื่อ มาม่า ออฟเซท อะคริลิค

ขนาด 30 x 30 x 8 ซม.

2. ผลงานภาพชุด กระทั่งแดงหมายเลข 2

ผลงานชื่อ กระทั่งแดง หมายเลข 2 อะครีลิค

ขนาด 30 x 30 x 8 ซม.

3. ผลงานภาพชุด เซเว่น อีเลฟเว่น

ผลงานชื่อ เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 2 อะครีลิค

ขนาด 30 x 30 x 8 ซม.

4. ผลงานภาพชุด ไทยรัฐ

ผลงานชื่อ ไทยรัฐ หมายเลข 2 อะครีลิค

ขนาด 30 X 42 x 8 ซม.

5. ผลงานภาพชุด มวยไทย

ผลงานชื่อ มวยตู้ หมายเลข 1 อะครีลิค ขนาด 40x 40 x 8 ซม.

ผลงานชื่อ มวยตู้ หมายเลข 2 อะครีลิค ขนาด 40x 40 x 8 ซม.

ผลงานชื่อ มวยตู้ หมายเลข 3 อะครีลิค ขนาด 40x 40 x 8 ซม.

ผลงานชื่อ มวยตู้ หมายเลข 4 อะครีลิค ขนาด 40x 40 x 8 ซม.

6. ผลงานภาพชุด บุรณการ

ผลงานชื่อ ความสุขสี่เหลี่ยม คอมพิวเตอร์กราฟิก 1 นาที

ผลการพัฒนาสร้างสรรค์

การพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานในช่วงการศึกษาค้นคว้าและช่วงการพัฒนาผลงานปรากฏผลดังนี้

1.ผลงานภาพชุด มามา

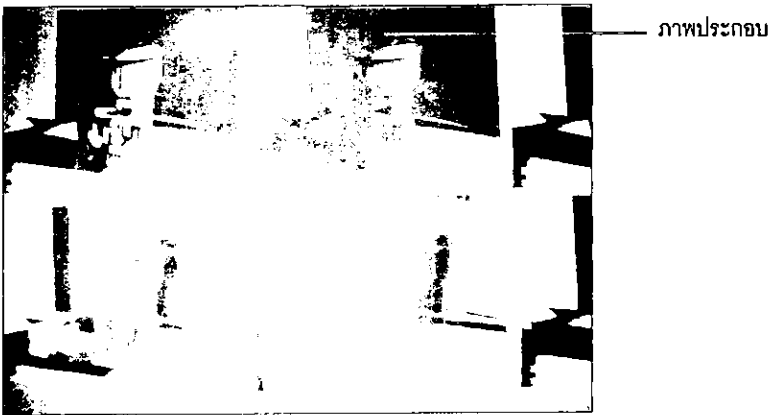


ภาพประกอบ 41 ผลงานภาพชุด มามา
มามา2004/1(ช่วงการศึกษาค้นคว้า)

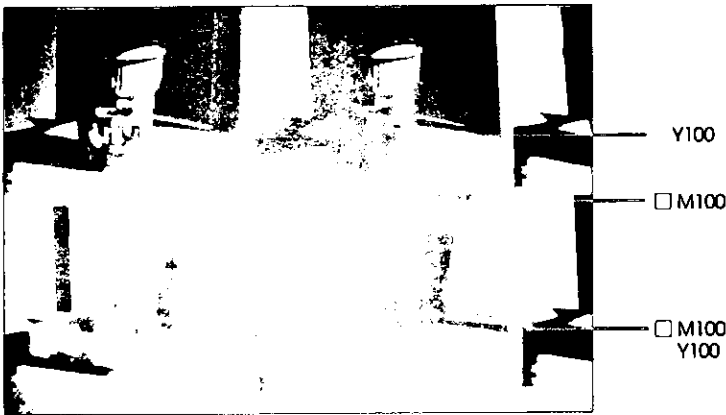


ภาพประกอบ 42 ผลงานภาพชุด มามา
มามาออฟเซต(ช่วงการพัฒนาผลงาน)

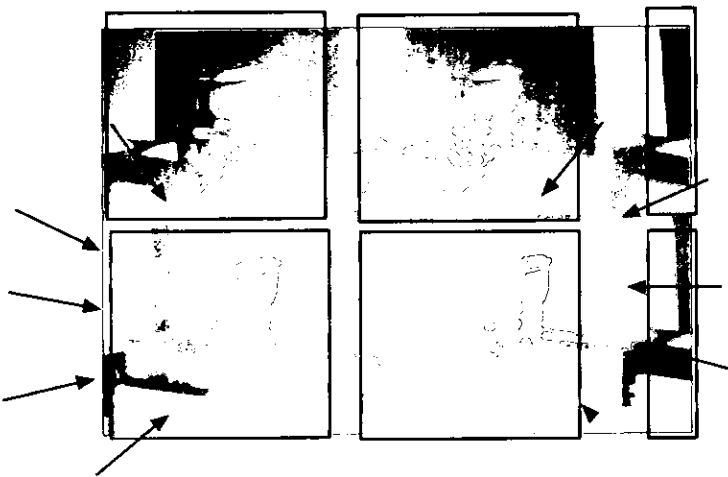
ชุดมามา (มามา2004/1)ในช่วงการศึกษาลงาน
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร

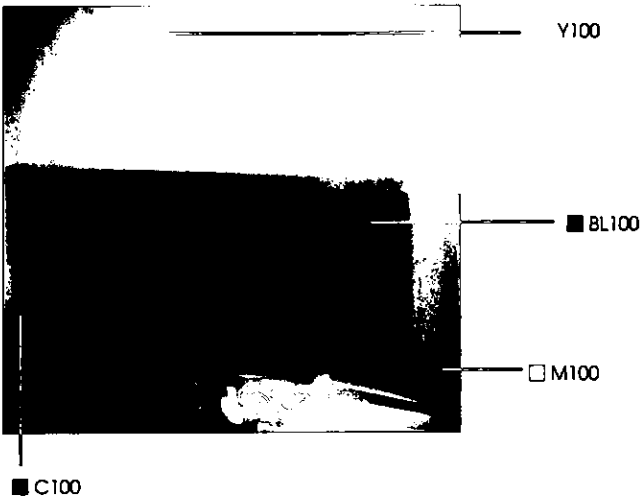


ภาพประกอบ 43 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
ชุดมามา (มามา2004/1)ในช่วงการศึกษาลงาน

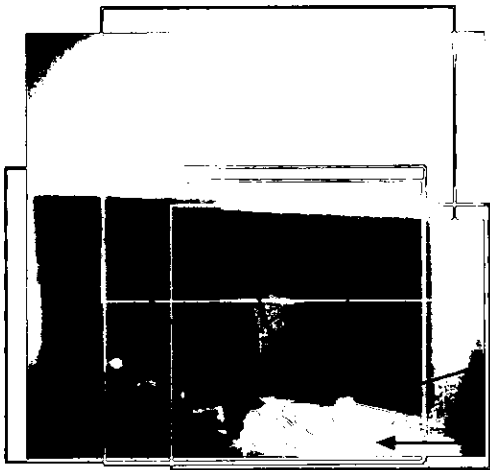
ชุดมามา (มามาออฟเซท)ในช่วงการพัฒนาผลงาน
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 44 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
ชุดมามา (มามาออฟเซท)ในช่วงการพัฒนาผลงาน

แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

จากการสร้างสรรค์ผลงานชุดมามา ทั้งช่วงการศึกษาศิลปะและช่วงการพัฒนาผลงาน พบว่า ได้แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานมาจากการรับประทานอาหารมื้อเร่งด่วน คือ บะหมี่สำเร็จรูปยี่ห้อมามา ซึ่งเกิดขึ้นทุกครั้งในเวลาที่เร่งรีบ สินค้าชิ้นนี้ได้รับความนิยมพอ ๆ กับซูปเปอร์แคมเบลของคนอเมริกันจนผู้คนเรียกบะหมี่สำเร็จรูปติดปากว่า มามา ไม่ว่าจะเป็ดยี่ห้ออะไร รูปแบบของผลิตภัณฑ์นี้ได้ออกแบบให้ทันสมัยเหมาะสมกับชีวิตของคนยุคใหม่ที่มีแต่ความเร่งด่วน ผลิตภัณฑ์ชิ้นนี้จะตอบสนองต่อคนกลุ่มนี้และเป็นที่นิยมทั่วไป

จากแนวคิดนี้จึงพบว่า เมื่อผู้คนนึกถึงบะหมี่สำเร็จรูปทุกคนจะนึกถึงผลิตภัณฑ์ยี่ห้อมามา แสดงว่า สินค้ายี่ห้อนี้คือผลิตภัณฑ์ในใจของเขา เมื่อเขาต้องการจะรับประทานบะหมี่สำเร็จรูป

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพชุดนี้ แสดงให้เห็นถึงช่วงเวลารอคอยของอาหารเร่งด่วนที่ใกล้จะเสร็จสมบูรณ์ เป็นเวลาที่สั้น ซึ่งแตกต่างกัน การปรุงอาหารในชีวิตประจำวัน เมื่อก่อนซึ่งต้องใช้เวลานานพอสมควร แต่ทุกวันนี้ชีวิตของผู้คนมีแต่ความเร่งรีบ สิ่งต่าง ๆ นี้เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันทุกวันนี้ก็เร่งรีบตามไปด้วยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้คน

กระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานชุดนี้ทั้งในช่วงการศึกษาศิลปะและช่วงการพัฒนา ผู้วิจัยได้นำเอาภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมาสร้างสรรค์ผลงาน คือ บะหมี่สำเร็จรูปยี่ห้อ มามา คัพวางอยู่บนพื้นโต๊ะที่มีแสงยามเช้าพาดผ่าน ผลิตภัณฑ์บะหมี่สำเร็จรูปยี่ห้อมามาเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักของคนไทยทั่วประเทศ ตำแหน่งของภาพผลิตภัณฑ์ถูกจัดวางซ้ำๆ กัน เพื่อให้เกิดจังหวะ ตัวหนังสือหันมาด้านหน้า ซึ่งบอกถึงตราสินค้าและประเภทของผลิตภัณฑ์ ฝาผลิตภัณฑ์ได้ถูกเปิดออกเล็กน้อยเพื่อแสดงให้เห็นว่าบะหมี่ถ้วยนี้อยู่ในช่วงเวลาที่ปรุงอยู่ จากด้านหลังเป็นผนังที่เห็นน้ำหนักของแสง

การใช้ตัวอักษร เป็นการใช้ตัวอักษรที่เป็นเครื่องหมายการค้าของชื่อสินค้า ส่วนด้านบนเครื่องหมายการค้าเป็นตัวอักษรตัวเจาะขาวอยู่ในแถบสีเทา ซึ่งเป็นตัวอักษรที่บอกถึงประเภทของผลิตภัณฑ์ ส่วนตัวอักษรด้านล่างบอกถึงรูปแบบของผลิตภัณฑ์แต่จะเป็นลักษณะตัวเอียง

กลวิธีการใช้สี

ในผลงานชุดนี้ ในช่วงการศึกษาผลงานผู้วิจัยได้ใช้สีสกรีนบนผืนผ้าใบตามแนวทางของศิลปิน โดยสีจะสกรีนในส่วนน้ำหนักของภาพและในส่วนที่เป็นแสงของพื้นภาพ ภาพที่เกิดขึ้นจะเป็นภาพขอบคมสองมิติ ส่วนในช่วงของการพัฒนาผลงานผู้วิจัยได้ใช้กรรมวิธีการสีซ้อนของชั้นสี โดยใช้แผ่นอะครีลิคซึ่งเป็นวัสดุโปร่งแสง ทำให้มองเห็นชั้นสีแต่ละสีได้และเกิดการผสมผสานของชั้นสีแต่ละชั้น ในแต่ละมุมมองได้ ภาพที่ปรากฏออกมาเป็นภาพขอบคมสามมิติและภาพจะเปลี่ยนไปตามมุมมอง

การออกแบบและการสื่อสาร

ผลงานชุดนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบให้จุดสนใจซึ่งเป็นภาพซ้ำๆกันซึ่งเป็นภาพผลิตภัณฑ์ โดยแยกเป็นประเด็นดังนี้

ความมีเอกภาพ ผลงานภาพชุดนี้ ทั้งในช่วงการศึกษาและการพัฒนาผลงานมีการจัดวางภาพซ้ำๆกัน โดยมีน้ำหนักแต่ละชั้นสีที่แตกต่างกันออกไปแต่ยังคงความมีเอกภาพด้วยภาพหลัก

ความสมดุลผลงานชุดนี้ มีการจัดวางภาพและตัวอักษรในลักษณะซ้าย – ขวาเท่ากัน

ความมีสัดส่วน ในภาพนี้สัดส่วนของผลงานภาพที่ 1 มีสัดส่วนประมาณ 30 % ของภาพและผลงานภาพที่ 2 และ 3 มีสัดส่วน 50 % ของภาพ

การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพอยู่ที่น้ำหนักของชั้นสีโดยเป็นลักษณะที่สัมพันธ์กับพื้นภาพและมุมมอง

ารใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ในภาพนี้พบว่ามีการใช้รูปแบบที่ซ้ำกันของภาพ

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหว ในภาพนี้คือตำแหน่งแสงด้านขวาของภาพที่ทอดผ่านมาด้านซ้ายของภาพ ทำให้เกิดทิศทางของแสงและนำสายตาไปสู่ตรงกลางภาพและน้ำหนักเข้มซ้ายขวาที่ทำให้จุดตรงกลางภาพซึ่งเป็นสีอ่อนโดดเด่นขึ้นมา

ในส่วนของการสื่อสาร ผลงานภาพชุดนี้ต้องการสื่อให้เห็นว่าสังคมทุกวันนี้มีแต่ความเร่งรีบ เมื่อชีวิตคนเราเร่งรีบ ปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นย่อมถูกสร้างขึ้นมา เพื่อตอบสนองสังคมที่เร่งรีบ เช่นเดียวกัน แนวโน้มของคนทุกวันนี้มีการใช้เวลาไปกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งน้อยลง เช่นในเรื่องการรับประทานอาหารเป็นต้น เวลาที่เคยมีถูกแบ่งปันไปเป็นกิจกรรมอื่น ๆ แทน

2.ผลงานภาพชุด กระทั่งแดง

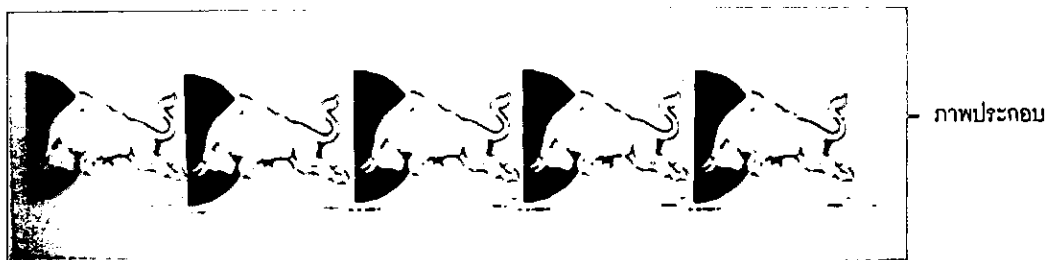


ภาพประกอบ 45 กระทั่งแดงหมายเลข 1 (ช่วงการศึกษางาน)

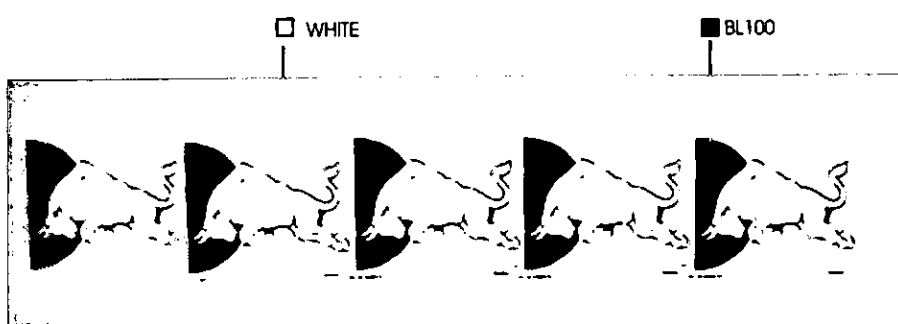


ภาพประกอบ 46 กระทั่งแดงหมายเลข 2 (ช่วงการพัฒนาผลงาน)

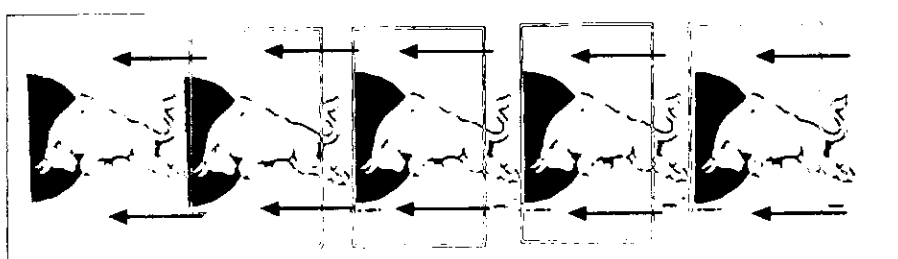
ชุด กระทั่งแดง (กระทั่งแดงหมายเลข 1) ในช่วงการศึกษาลงาน
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 47 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
ชุด กระทั่งแดง (กระทั่งแดงหมายเลข 1) ในช่วงการศึกษาลงาน

ชุด กระติ่งแดง (กระติ่งแดงหมายเลข 2) ในช่วงการพัฒนาผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ภาพประกอบ



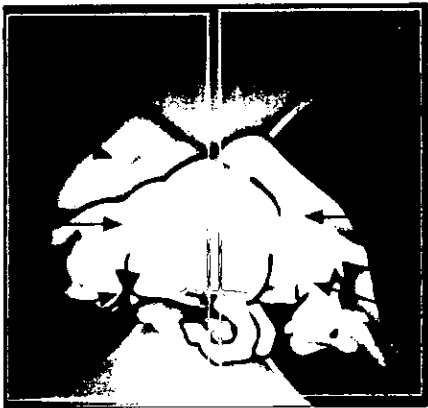
กลวิธีการใช้สี



■ BL100

□ WHITE

การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 48 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
ชุด กระติ่งแดง (กระติ่งแดงหมายเลข 2) ในช่วงการพัฒนาผลงาน

แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

ผลงานชุดนี้ ผู้วิจัยได้แนวคิดจากป้ายโฆษณาสินค้ายี่ห้อกระทิงแดง ที่พบได้ตามร้านค้าทั่วไป สินค้าชนิดนี้เป็นสินค้าให้กำลังงานอยู่คู่กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใช้แรงงานทั่วประเทศ เมื่อพูดถึงเครื่องดื่มชูกำลังย่อมนึกถึงเครื่องดื่มกระทิงแดง นอกจากจะได้รับความนิยมของคนไทยแล้วยังเป็นที่ยอมรับของคนต่างประเทศอีกด้วย ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานทั้งในช่วงการศึกษาผลงานโดยนำเอาเครื่องหมายการค้ามาสร้างสรรค์ในช่วงการพัฒนาผลงานผู้วิจัยได้นำเอารูปแบบของผืนผ้าใบที่มีขนาดผืนปกตินามาประกอบด้วย

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของภาพในผลงานชิ้นนี้ ต้องการนำเสนอภาพเครื่องหมายการค้าของสินค้าชูกำลังที่มีผลต่อผู้บริโภคกลุ่มใช้แรงงาน ภาพแสดงถึงซ้ำของภาพวัวกระทิง แสดงถึงความเคลื่อนไหวและการใช้กำลังอยู่ตลอดเวลา

กระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

การใช้ภาพในผลงานชุดนี้เป็นการใช้ภาพเครื่องหมายการค้าที่ผู้คนรู้จักเป็นอย่างดี ภาพแสดงถึงการให้กำลังซึ่งสอดคล้องกับบุคลิกของสินค้าที่เป็นเครื่องดื่มชูกำลัง ซึ่งแสดงถึงการให้กำลังต่อผู้กับทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของคนยุคใหม่

กลวิธีการใช้สี

การใช้สีของผลงานชุดนี้ ในช่วงการศึกษาผลงานผู้วิจัยได้ใช้สีสกรีนบนผืนผ้าใบตามแนวทางของศิลปินเช่นเดียวกัน โดยสีจะสกรีนในส่วนของภาพ ภาพที่เกิดขึ้นจะเป็นภาพขอบคมของมิติส่วนในช่วงของการพัฒนาผลงานผู้วิจัยได้ใช้กรรมวิธีการสีซ้อนของชั้นสีโดยใช้แผ่นอะคริลิคซึ่งเป็นวัสดุโปร่งแสง ทำให้มองเห็นชั้นสีแต่ละสีได้และเกิดการผสมผสานของชั้นสี แต่ภาพที่ปรากฏออกมาเป็นภาพขอบคมสามมิติและภาพจะเปลี่ยนไปตามมุมมองที่เปลี่ยนไปเช่นกัน

การออกแบบและการสื่อสาร

ผลงานชิ้นนี้ได้ออกแบบให้ภาพเกิดจุดสนใจด้วยการซ้ำภาพและการจัดวางชั้นสีโดยใช้เครื่องหมายการค้าของสินค้ามาเป็นสื่อในการนำเสนอ แบ่งเป็นประเด็นดังนี้

ความมีเอกภาพ ในผลงานชุดนี้ การซ้ำ ๆ ของภาพ ทำให้ภาพเกิดความมีเอกภาพขึ้น ทำให้ภาพเกิดความกลมกลืนขึ้นในภาพ

ความสมดุล ในผลงานภาพชุดนี้ สร้างสรรค์สมดุลโดยการจัดภาพซ้าย – ขวาไม่เท่ากันและซ้าย ขวาเท่ากัน

ความมีสัดส่วน ในภาพนี้สัดส่วนของภาพจะเท่ากับสัดส่วนของพื้นที่ในสัดส่วน 50%

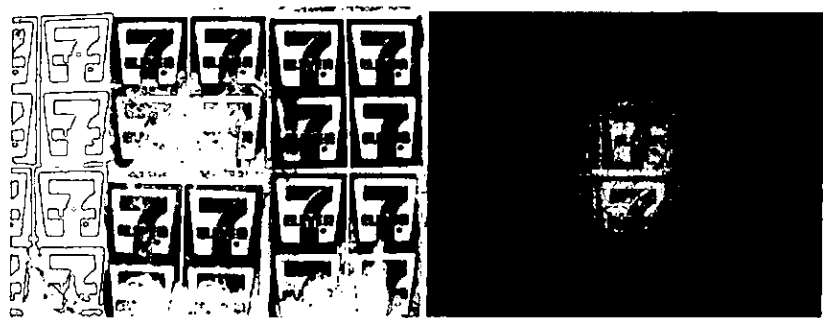
การเน้นจุดสนใจ จุดสนใจของภาพนี้เกิดขึ้น จากการซ้ำ ๆ กันของภาพ

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ในภาพนี้พบว่าการใช้รูปแบบที่ซ้ำกันของภาพ

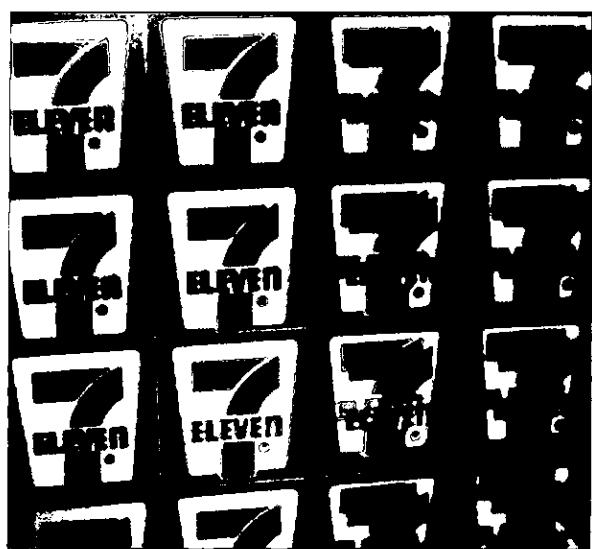
การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหว ทิศทางในการวางภาพให้จัดวัฏกระทั้งหันหน้าไปในทิศทางเดียวกันทำให้เกิดการเคลื่อนไหวเสมือนกับวัฏกระทั้งกำลังวิ่ง

ในด้านการสื่อสารผลงาน ภาพชุดนี้ต้องการสื่อสารให้เห็นว่า การใช้ชีวิตของผู้คนทุกคนขึ้นอยู่กับการทำอะไรซ้ำ ๆ และเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา เป็นเรื่องราวของชีวิตประจำวันที่ต้องเร่งรีบและแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับชีวิตของคนเมืองในยุคปัจจุบัน

3.ผลงานภาพชุด เซเวน อีเลฟเว่น

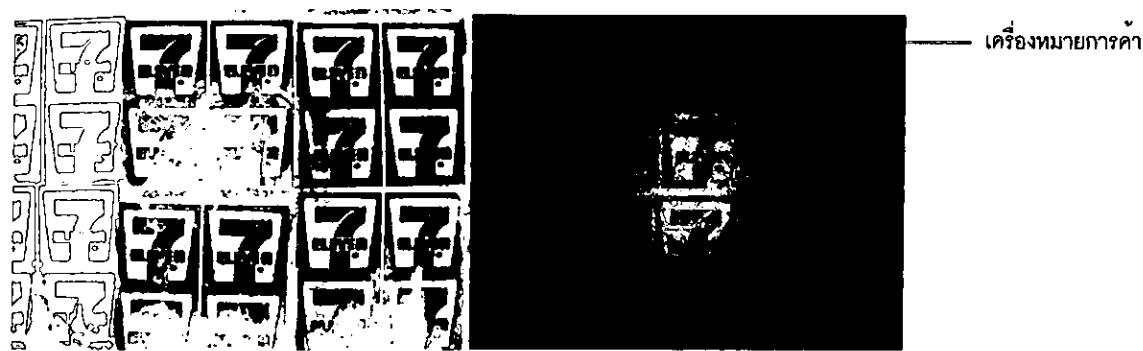


ภาพประกอบ 49 เซเวน อีเลฟเว่นหมายเลข 1(ช่วงการศึกษาคผลงาน)

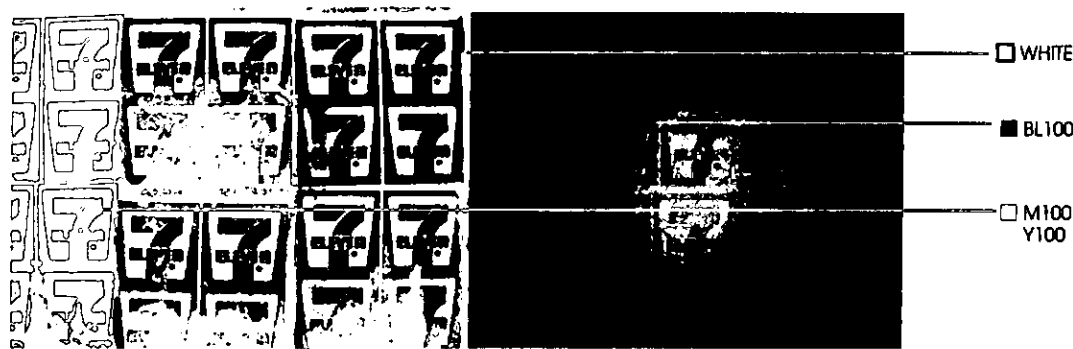


ภาพประกอบ 50 เซเวน อีเลฟเว่นหมายเลข 2 (ช่วงการพัฒนาผลงาน)

ชุดเซเว่น อีเลฟเว่น (เซเว่น อีเลฟเว่นหมายเลข 1)ในช่วงการศึกษาดูงาน
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี

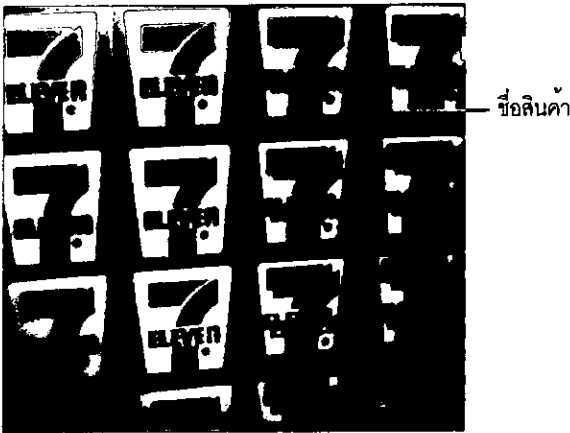


การออกแบบและการสื่อสาร

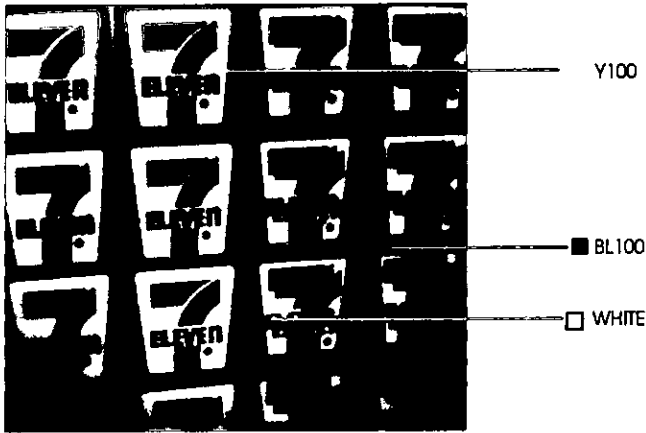


ภาพประกอบ 51 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
ชุดเซเว่น อีเลฟเว่น (เซเว่น อีเลฟเว่นหมายเลข 1)ในช่วงการศึกษาดูงาน

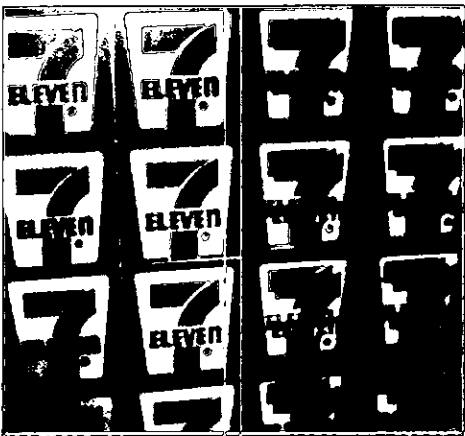
ชุดเซเวน อีเลฟเวน (เซเวน อีเลฟเวนหมายเลข 2)ในช่วงการพัฒนาผลงาน
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 52 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
ชุดเซเวน อีเลฟเวน (เซเวน อีเลฟเวนหมายเลข 2)ในช่วงการพัฒนาผลงาน

แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

ผลงานชุดนี้ ได้แนวคิดมาจากป้ายโฆษณาของร้าน เซเว่น อีเลฟเว่น ที่พบได้ทั่วประเทศ การเติบโตของธุรกิจเฟรนช์ชานด์ ทำให้ร้าน เซเว่น อีเลฟเว่น เกิดขึ้นเหมือนดอกเห็ด แต่การเกิดขึ้นของธุรกิจแบบนี้ทำให้ร้านชำอีกมากมายต้องปิดตัวลง เนื่องจาก เซเว่น อีเลฟเว่น มีรูปแบบของการขายที่ทันสมัยกว่าการบริการที่ดีกว่า นอกจากนี้ยังมีสินค้าให้เลือกอีกมากมาย ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต้องการหาซื้อสินค้าได้ตลอดเวลา เซเว่น อีเลฟเว่น จึงเปิดบริการ 24 ชม. ตอบสนองลูกค้า

เนื้อหาของภาพ

ผลงานชุดนี้ เป็นการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจเฟรนช์ชานด์ ซึ่งเป็นธุรกิจแบบใหม่ที่ได้รับความนิยมจากโลกตะวันตก ภาพนี้แสดงให้เห็นว่า ความต้องการของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์ไม่ถูกจำกัดเวลา เพราะ เซเว่น อีเลฟเว่น มีบริการ 24 ชม. นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าหากพื้นที่ไหนมี เซเว่น อีเลฟเว่น พื้นที่นั้นมีความเจริญ

กระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานชุดนี้ภาพหลักอยู่ที่ ตัวอักษรซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าของสินค้านี้ มีการจัดภาพออกเป็นส่วนๆ ซ้ำๆ กันทำให้เกิดจังหวะของภาพ ซึ่งมีผลกับการมองภาพ เมื่อมองภาพระยะใกล้จะมองไม่ชัดเจนเท่ากับการมองภาพระยะไกล ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการพิมพ์ที่เกิดจากการรวมตัวของเม็ดสีกรีนแต่ละภาพที่รวมกันเป็นหนึ่งภาพ

ในการใช้ภาพของผลงานชิ้นนี้ เป็นการใช้ตัวอักษรที่เกิดจากการรวมตัวของภาพเล็กๆ เหมือนในเทคนิคงานพิมพ์ การแบ่งภาพเป็นส่วนย่อย มีผลต่อแนวคิดของผลงาน เพื่อชี้ให้เห็นว่าส่วนย่อยมีความสำคัญต่อส่วนรวม

กลวิธีการใช้สี

ในผลงานชุดนี้ในช่วงการศึกษาผลงานผู้วิจัยได้ใช้สีสกรีนบนผืนผ้าใบตามแนวทางของศิลปินเช่นเดียวกัน ภาพที่เกิดขึ้นจะเป็นภาพขอบคมสองมิติ ส่วนในช่วงของการพัฒนาผลงานผู้วิจัยได้ใช้กรรมวิธีการสีซ้อนของชั้นสี โดยใช้แผ่นอะคริลิคซึ่งเป็นวัสดุโปร่งแสง ทำให้มอง

เห็นชั้นสีแต่ละสีได้และเกิดการผสมผสานของชั้นสี แต่ภาพที่ปรากฏออกมาเป็นภาพขอบคมตามมิติและภาพจะเปลี่ยนไปตามมุมมองที่เปลี่ยนไปเช่นกัน

การออกแบบและการสื่อสาร

การออกแบบในภาพชุดนี้ได้สร้างจุดสนใจโดยการแบ่งภาพเป็นภาพย่อย ๆ แต่เมื่อดูภาพรวมแล้วจะมองเห็นภาพ 1 ภาพ โดยแบ่งเป็นประเด็นได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ผลงานชุดนี้มีการจัดวางให้เกิดเอกภาพโดยใช้การซ้ำภาพ

ความสมดุล ในผลงานชุดนี้ สร้างความสมดุลโดยการจัดภาพ จัดตัวอักษร ให้จุดเด่นของภาพที่เกิดจากเครื่องหมายการค้าอยู่ในตำแหน่งทุกพื้นที่ของภาพ

ความมีสัดส่วน ในการจัดภาพได้ให้ความสำคัญของเครื่องหมายการค้า ซึ่งเป็นตัวอักษรอยู่ในสัดส่วน 80 % ของภาพ ส่วนที่เหลือเป็นพื้นภาพ

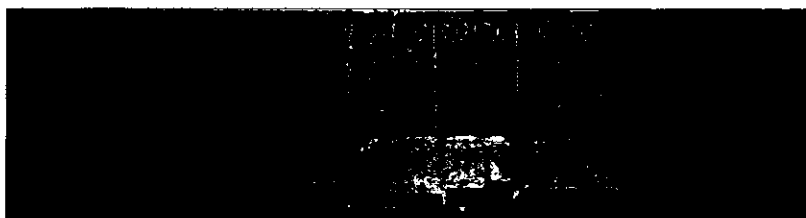
การเน้นจุดสนใจ การเน้นจุดสนใจของภาพอยู่ที่การจัดภาพย่อย ๆ ให้เกิดเป็นภาพเด่น 1 ภาพ โดยจุดเด่นของภาพอยู่ที่ตัวอักษร

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน การใช้รูปแบบที่ซ้ำกันเกิดจากการใช้เครื่องหมายการค้า

การใช้เส้นนำสายตา ให้เกิดลีลาเคลื่อนไหว เส้นนำสายตาของภาพนี้ คือ ภาพประกอบย่อย ๆ ด้านข้างและบนล่างของภาพ โดยภาพย่อย ๆ จะเป็นส่วนประกอบให้สายตาไปโฟกัสไปทุกพื้นที่ของภาพ

ในส่วนของการสื่อสารผลงานชุดนี้ชี้ให้เห็นว่า ส่วนรวมเกิดจากส่วนย่อย ซึ่งเป็นภาพของมหาอำนาจในการลงทุนธุรกิจเฟรนด์ชาวด์ คือ การสร้างมหาอำนาจในการลงทุนของธุรกิจค้าปลีก การเติบโตในรูปแบบเครือข่ายทำให้มีอำนาจการต่อรองทางธุรกิจและนำไปสู่ความเป็นเจ้าตลาดได้ในที่สุด จนทำให้ร้านค้าเดิม ๆ ที่มีแนวคิดแบบอนุรักษ์นิยม ต้องปิดตัวลง เพราะธุรกิจเดิม ๆ ไม่สามารถตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผู้บริโภคมีความต้องการมากขึ้น ธุรกิจเฟรนด์ชาวด์จึงเติบโตขึ้นตามไปด้วย

4.ผลงานภาพชุด ไทยรัฐ



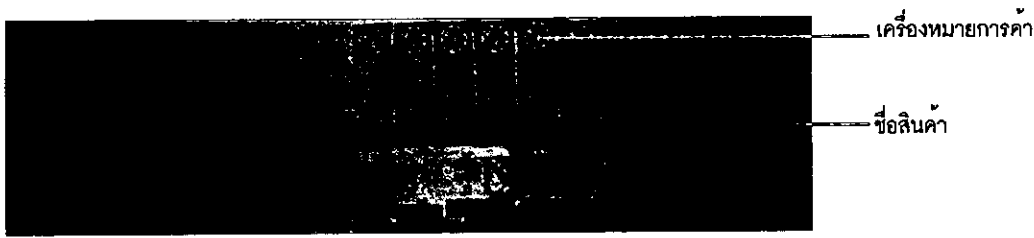
ภาพประกอบ 53 ไทยรัฐหมายเลข 1 (ช่วงการศึกษาผลงาน)



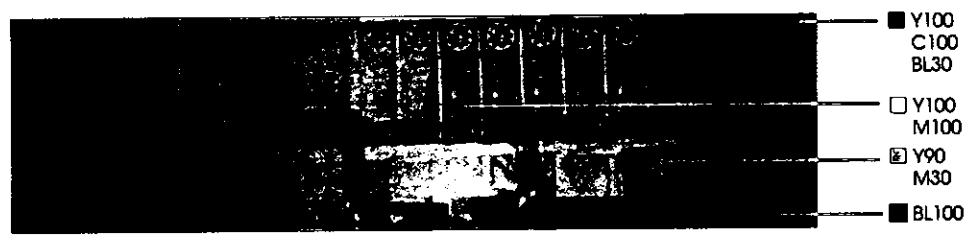
ภาพประกอบ 54 ไทยรัฐหมายเลข 2 (ช่วงการพัฒนาผลงาน)

ชุด ไทยรัฐ(ไทยรัฐหมายเลข 1) ในช่วงการศึกษาผลงาน

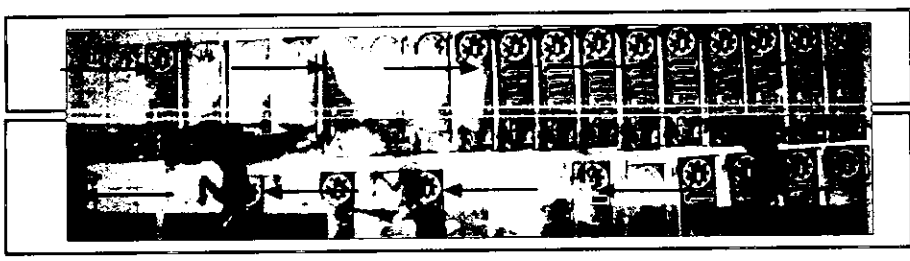
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี

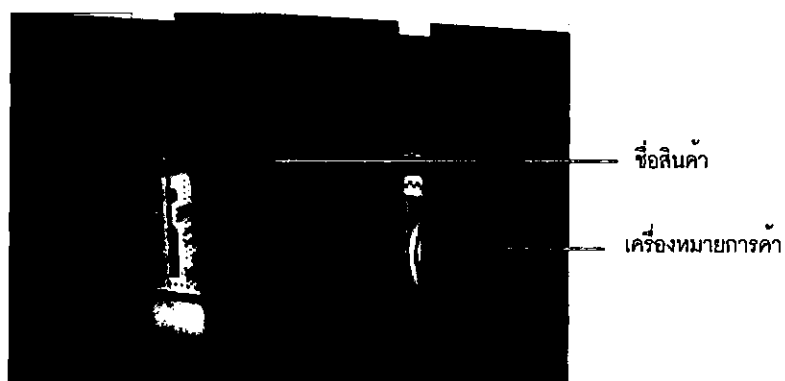


การออกแบบและการสื่อสาร

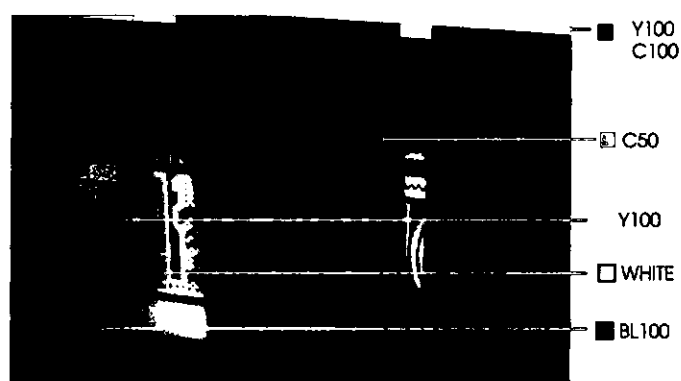


ภาพประกอบ 55 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
ชุด ไทยรัฐ(ไทยรัฐหมายเลข 1) ในช่วงการศึกษาผลงาน

ชุด ไทยรัฐ(ไทยรัฐหมายเลข 2) ในช่วงการพัฒนาผลงาน
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 56 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
ชุด ไทยรัฐ(ไทยรัฐหมายเลข 2) ในช่วงการพัฒนาผลงาน

แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานชุด ไทยรัฐ

เนื่องจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งที่มีความนิยมมากที่สุดในประเทศ ไม่มีใครไม่รู้จักหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ ข่าวสารที่เกิดขึ้นทุก ๆ วัน มีทั้งในแง่บวกและในแง่ลบ ทำให้เกิดเป็นพฤติกรรมของผู้คนทุก ๆ เช้า เมื่อทานกาแฟต้องมีหนังสือพิมพ์อ่าน เมื่อเข้าห้องน้ำต้องมีหนังสือพิมพ์อ่าน เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงนำหนังสือพิมพ์ฉบับนี้มาสร้างสรรค์งานศิลปะป๊อปอาร์ต ซึ่งเป็นศิลปะที่เกิดจากเรื่องราวในชีวิตประจำวันของผู้คน เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นจากความนิยมของผู้คน ดังนั้นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐจึงเหมาะสมที่สุดในการจะนำมาเป็นตัวแทนของหนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศ

เนื้อหาของภาพ

ในผลงานชุดนี้ ผู้วิจัยต้องการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้คนให้ความสนใจในทุกเช้าของทุก ๆ วัน ซึ่งกลายเป็นพฤติกรรมซ้ำ ๆ ของผู้คนไปแล้ว เนื้อหาของภาพนี้ ผู้วิจัยได้นำเอาชื่อหนังสือพิมพ์มาจัดวาง ซึ่งสามารถสื่อได้ถึงเนื้อหาของการผลิตของงานอุตสาหกรรมและพฤติกรรมซ้ำ ๆ ของผู้คนทุกเช้า

กระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานชุดนี้ผู้วิจัยได้นำตัวอักษรเป็นภาพหลัก โดยใช้ตัวอักษรที่เป็นภาพเหมือนเครื่องหมายการค้าของหนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทย เป็นหนังสือพิมพ์ที่ทุกคนรู้จัก การใช้ภาพซ้ำ ๆ กันแสดงให้เห็นถึงการซ้ำของระบบอุตสาหกรรมและพฤติกรรมของผู้คนมีชีวิตซ้ำ ๆ กันในทุก ๆ วัน

กลวิธีการใช้สี

ในผลงานชุดนี้ในช่วงการศึกษาผลงานผู้วิจัยได้ใช้สีสกรีนบนผืนผ้าใบตามแนวทางของศิลปินเช่นเดียวกัน ภาพที่เกิดขึ้นจะเป็นภาพขอบคมสองมิติ ส่วนในช่วงของการพัฒนาผลงานผู้วิจัยได้ใช้กรรมวิธีการสีชั้นของชั้นสี โดยใช้แผ่นอะคริลิคซึ่งเป็นวัสดุโปร่งแสง ทำให้มองเห็นชั้นสีแต่ละสีได้และเกิดการผสมผสานของชั้นสี แต่ภาพที่ปรากฏออกมาเป็นภาพขอบคมสามมิติและภาพจะเปลี่ยนไปตามมุมมองที่เปลี่ยนไป

ในช่วงการศึกษามผลงาน ผู้วิจัยได้นำเอาสีที่เป็นเอกลักษณ์ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มาสร้างสรรค์ คือ สีเขียว จะนำมาใช้เป็นสีพื้นในผลงานในการศึกษามผลงานและในช่วงการพัฒนามผลงานผู้วิจัยได้นำเอาสีของระบบงานพิมพ์(Y,M,C,K) มาสร้างสรรค์ผลงานเพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่วางไว้

การออกแบบและการสื่อสาร

การออกแบบในผลงานชุดนี้ มีการจัดวางให้เกิดจุดสนใจของภาพที่เกิดจากตัวอักษร โดยแบ่งได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ความมีเอกภาพในผลงานชุดนี้ คือ การใช้ตัวอักษรซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าของหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ การซ้ำ ๆ กันของตัวอักษรในตำแหน่งต่าง ๆ ของพื้นภาพ ทำให้เกิดความมีเอกภาพเกิดขึ้นจากสีเดียวกัน

ความสมดุล ในผลงานชุดนี้ ทั้งในส่วนของผลงานช่วงที่ 1 และช่วงที่ 2 มีความสมดุลแบบซ้าย - ขวาเท่ากัน

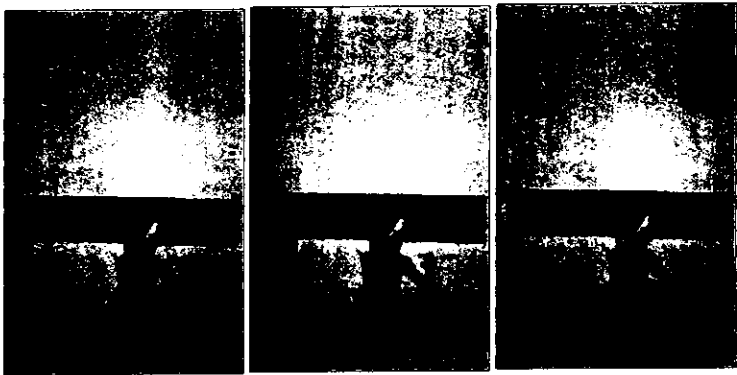
ความมีสัดส่วน การจัดภาพทั้งสองช่วงยังคงให้ความสำคัญกับส่วนของตัวอักษรที่เป็นเครื่องหมายการค้ามากกว่าส่วนของพื้นภาพ

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ในทั้งสองช่วงของผลงานปรากฏการซ้ำ ของภาพคือ การใช้เครื่องหมายการค้า

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหว ในผลงานชุดนี้ เส้นนำสายตาเกิดจากการจัดวางตัวอักษรที่ซ้ำ ๆ กัน แต่มีน้ำหนักเท่า ๆ กัน เพราะฉะนั้นเส้นนำสายตาจะกระจายไปทั่วทั้งภาพ ไม่มีจุดใดจุดหนึ่งเป็นเส้นนำสายตาที่ชัดเจนนอกจากการใช้สีที่โดดเด่นที่แตกต่างกัน

ในส่วนของการสื่อสาร ผู้วิจัยต้องการสื่อให้เห็นว่าในทุกวันนี้ ทุกคนมีกิจวัตรประจำวันที่ซ้ำ ๆ กัน เหตุการณ์เมื่อวานอาจจะเหมือนเหตุการณ์รู้งี้สิ่งเหล่านี้เป็นแนวคิดของศิลปะป๊อปอาร์ต ที่ผู้คนสัมผัสได้ เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นทุก ๆ วันซ้ำแล้วซ้ำเล่า

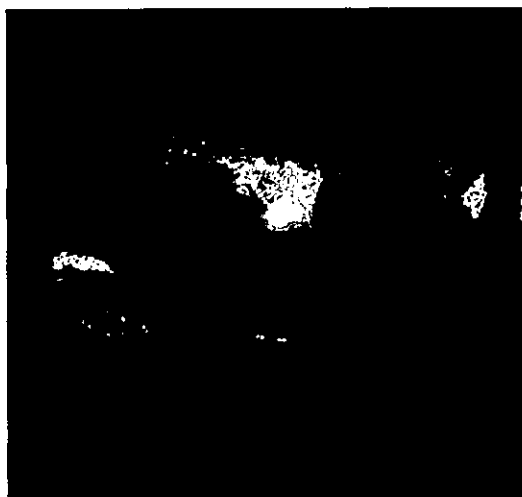
5.ผลงานภาพชุด มวยไทย



ภาพประกอบ 57 ไทว้ครู (ช่วงการฝึกซ้อม)



ภาพประกอบ 58 มวยตู๋หมายเลข 1 (ช่วงการพัฒนาผลงาน)



ภาพประกอบ 59 มวยตูหมายเลข 2 (ช่วงการพัฒนาผลงาน)

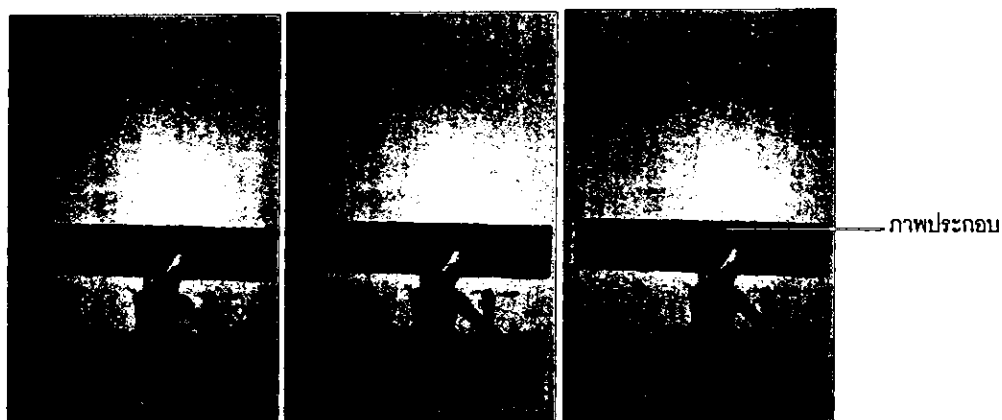


ภาพประกอบ 60 มวยตูหมายเลข 3 (ช่วงการพัฒนาผลงาน)



ภาพประกอบ 61 มวยตูหมายเลข 4 (ช่วงการพัฒนาผลงาน)

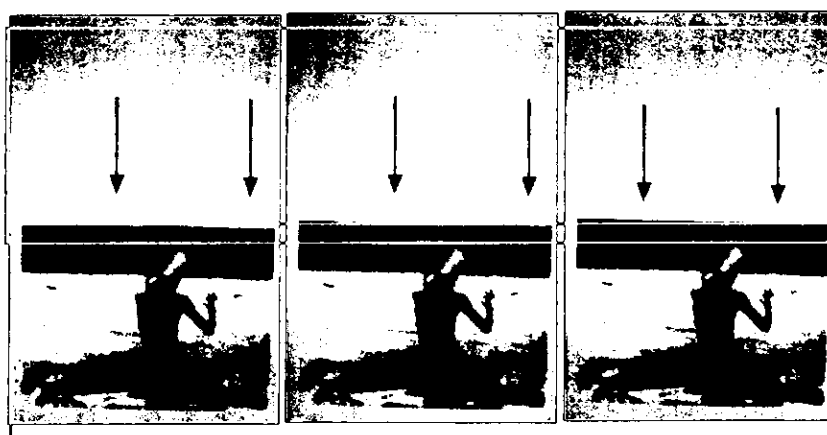
ชุด มวยไทย(ไหว้ครู)ในช่วงการศึกษาผลงาน
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี

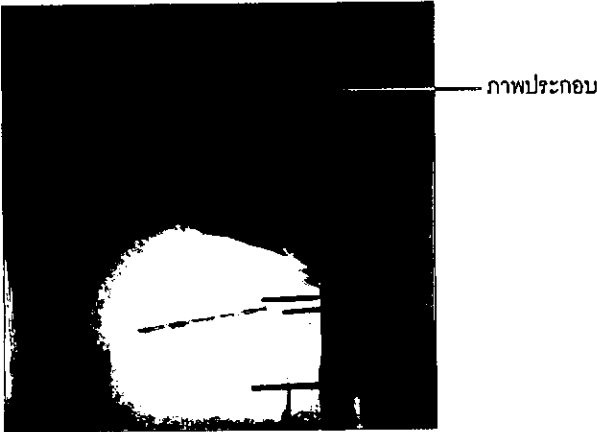


การออกแบบและการสื่อสาร

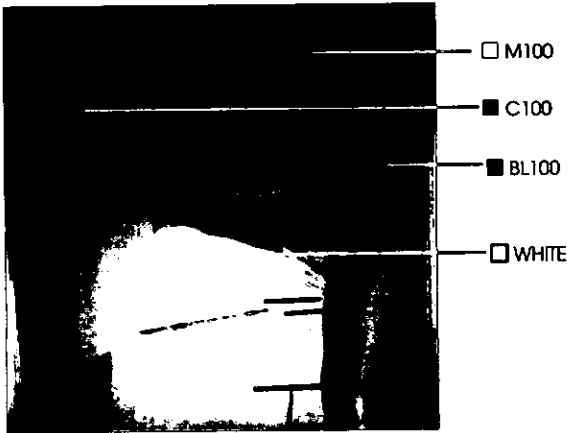


ภาพประกอบ 62 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
ชุด มวยไทย(ไหว้ครู)ในช่วงการศึกษาผลงาน

ชุดมวยไทย(มวยคู่หมายเลข 1) ในช่วงการพัฒนาผลงาน
การใช้ภาพและตัวอักษร

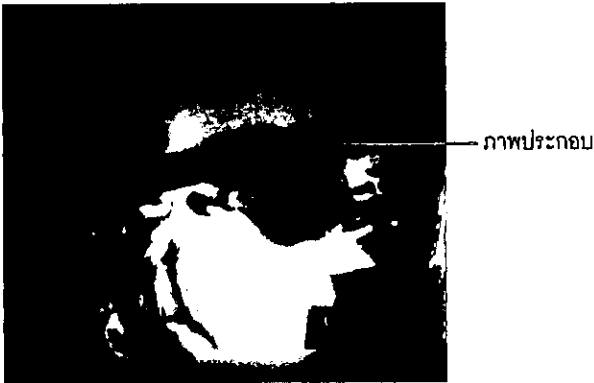


กลวิธีการใช้สี

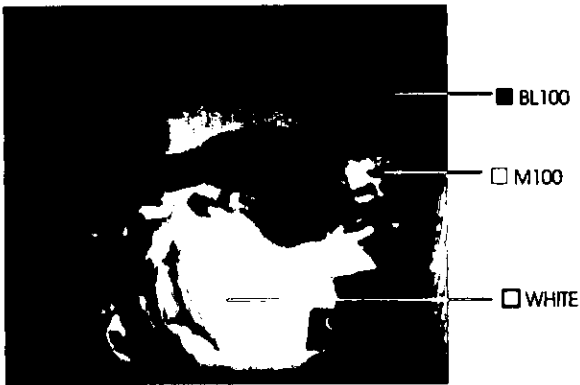


ภาพประกอบ 63 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
ชุดมวยไทย(มวยคู่หมายเลข 1) ในช่วงการพัฒนาผลงาน

ชุดมวยไทย(มวยคู่หมายเลข 4) ในช่วงการพัฒนาผลงาน
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี

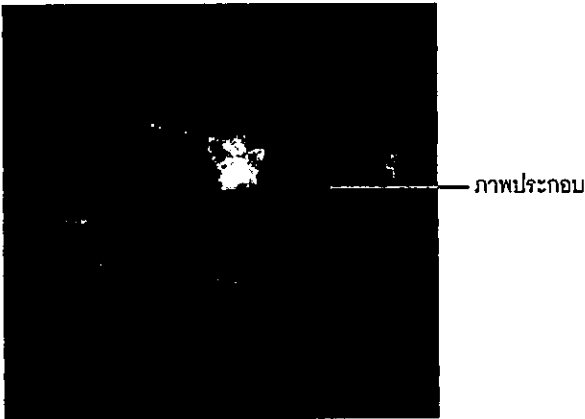


การออกแบบและการสื่อสาร

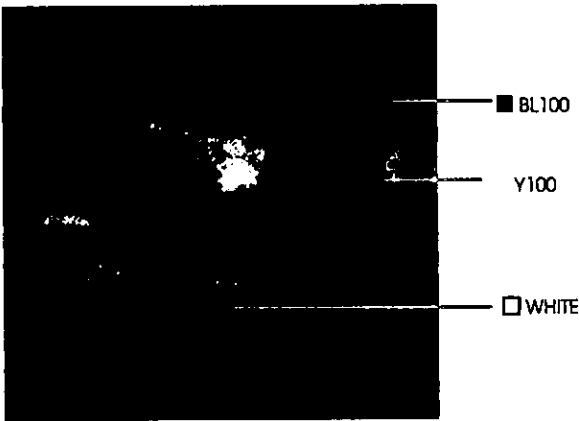


ภาพประกอบ 65 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
ชุดมวยไทย(มวยคู่หมายเลข 4) ในช่วงการพัฒนาผลงาน

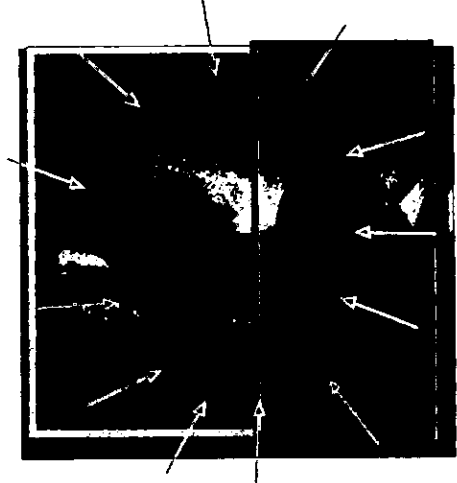
ชุดมวยไทย(มวยคู่หมายเลข 3) ในช่วงการพัฒนาผลงาน
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



ภาพประกอบ 66 ภาพประกอบกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน
ชุดมวยไทย(มวยคู่หมายเลข 3) ในช่วงการพัฒนาผลงาน

แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานชุด มวยไทย

มวยไทยเป็นทั้งกีฬาและศิลปะป้องกันตัวประจำชาติไทย มีความเป็นมายาวนาน เป็นศิลปะป้องกันตัวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความอ่อนไหวผสมผสานความดุคั่น จนใคร ๆ ก็ยำเกรง

ทุกวันนี้มวยไทยได้มีความนิยมจากต่างชาติ มีค่ายมวยไทยในต่างประเทศ มีการแข่งขันจัดมวยไทยในต่างประเทศและมีธุรกิจเกี่ยวกับกีฬาประเภทนี้

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงได้เอามวยไทยมาเป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อชี้ให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากศิลปะป้องกันตัวกลายเป็นศิลปะเพื่อการค้า หรือธุรกิจ ซึ่งเกิดขึ้นท่ามกลางโลกที่ไร้พรมแดนและเชื่อมโยงถึงกัน

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของผลงานภาพนี้ ในช่วงการศึกษาค้นคว้าจะเป็นเนื้อหาที่นำเอาเอกลักษณ์ของการไหว้ครูมวยไทยมานำเสนอส่วนในช่วงการพัฒนาผลงานจะเป็น การต่อสู้มวยไทยมานำเสนอ ความอ่อนช้อยจากการไหว้ครูกับความดุคั่นในการต่อสู้คือความรู้สึกตรงกันข้ามที่เกิดขึ้นในผลงานทั้ง 2 ช่วงของผู้วิจัย

กระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานชุดนี้ ภาพหลักอยู่ที่การนำเอาท่าทางของศิลปะแม่ไม้มวยไทยมานำเสนอ โดยช่วงการศึกษาค้นคว้าจะเป็นภาพของการไหว้ครูที่ดูแล้วนุ่มนวล อ่อนโยน ในขณะที่ช่วงของการพัฒนาผลงานจะเป็นการนำเอาท่าทางที่ดุคั่นในการใช้อาวุธของศิลปะมวยไทย ไม่ว่าจะเป็นการเตะ การต่อย การตีเข้า มานำเสนอ รวมถึงการใช้ภาพกราฟิกที่แสดงถึงการปะทะของอาวุธ แม่ไม้มวยไทยซึ่งทำให้ภาพดูมีเสน่ห์และทันสมัยมากขึ้น ลักษณะของภาพจะเกิดจากการใช้เมดัลกรีนสีเดียว ที่เกิดจากเทคนิคคอมพิวเตอร์

กลวิธีการใช้สี

ในผลงานชุดนี้ ในช่วงการศึกษาค้นคว้าผู้วิจัยได้ใช้สีกรีนบนพื้นผ้าใบตามแนวทางของศิลปินเช่นเดียวกัน ภาพที่เกิดขึ้นจะเป็นภาพของบคมสองมิติ ส่วนในช่วงของการพัฒนาผลงานผู้วิจัยได้ใช้กรรมวิธีการสีซ้อนของชั้นสี โดยใช้แผ่นอะคริลิคซึ่งเป็นวัสดุโปร่งแสง ทำให้มอง

เห็นชั้นสีแต่ละสีได้และเกิดการผสมผสานของชั้นสี แต่ภาพที่ปรากฏออกมาเป็นภาพชอบคมสามมิติและภาพจะเปลี่ยนไปตามมุมมองที่เปลี่ยนไป

ส่วนในช่วงของการพัฒนาผลงานจะมีการใช้สีเดียว แต่จะมีจำนวนชั้นของสีจะมีมากกว่าช่วงแรก เมื่อจัดวางให้เหลื่อม ๆ กัน ซึ่งเกิดเป็นมิติมากขึ้น ดูภาพมีการเคลื่อนไหวมากกว่า ในช่วงของการศึกษาผลงาน สีซึ่งทันสมัย โดดเด่น สะท้อนเนื้อหาที่ทันสมัย สะท้อนบุคลิก กระฉับกระเฉง

การออกแบบและการสื่อสาร

การออกแบบในภาพชุดนี้ ได้ดึงดูดสนใจโดยการใช้เม็ดสีกรีนที่เกิดจากเทคนิคคอมพิวเตอร์ซึ่งนับเป็นอุปกรณ์ทันสมัยที่ได้นำมาสร้างสรรค์งานป๊อปปาร์ชุดนี้ การออกแบบของชั้นสี ในช่วงการพัฒนาผลงาน ทำให้เกิดความโดดเด่นและผลงานมีการเคลื่อนไหว เมื่อเราเปลี่ยนมุมมอง โดยสื่อให้เห็นว่า ในการมองอะไรสักอย่างเราต้องมองให้เกิดมุมมองที่แตกต่าง เพราะมีแง่คิดอีกมากมายที่ยังไม่เคยมอง ในสิ่งเดียวกัน โดยได้สร้างจุดสนใจของภาพซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ผลงานชุดนี้ มีการจัดวางให้เกิดความมีเอกภาพโดยใช้ภาพที่ซ้ำๆกันทำให้เกิดความกลมกลืน

ความสมดุล ในผลงานชุดนี้ได้สร้างความสมดุลโดยการจัดภาพให้สมดุลเท่ากันทั้งซ้ายและขวา

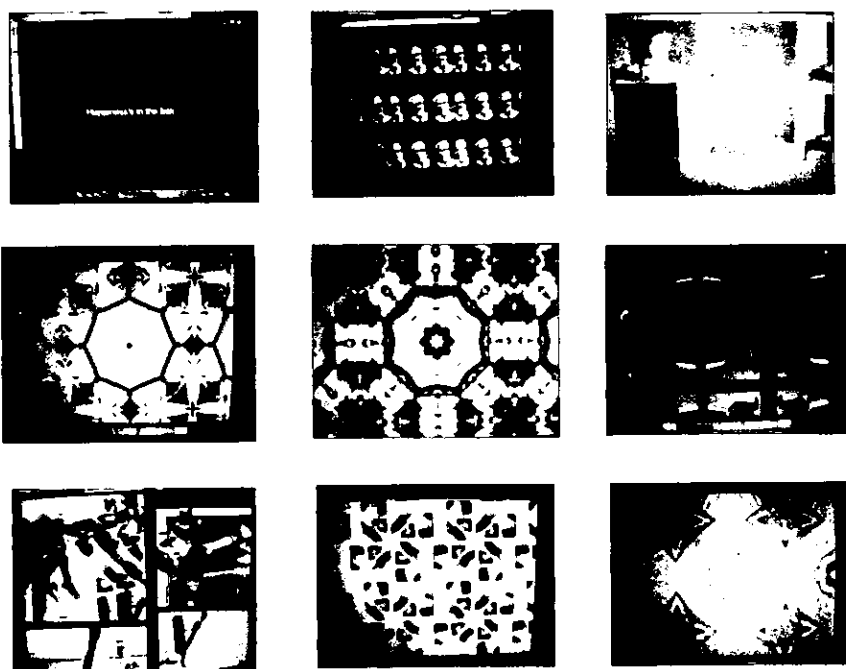
ความมีสัดส่วน ในการจัดภาพได้ให้ความสำคัญของท่าทางมวยไทยโดยเน้นในจุดสำคัญทั้ง 2 ช่วง มีการให้ความสำคัญกับพื้นในการจัดวางภาพในช่วงที่ 1 และให้ความสำคัญกับภาพในส่วนของผลงานช่วงที่ 2

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ในการสร้างสรรค์ผู้วิจัยได้ให้ผลงานเกิดการซ้ำกันในผลงานช่วงที่ 2 มากกว่า ช่วงแรก โดยให้ความสำคัญกับชั้นสีที่มีการวางเหลื่อมล้ำกัน

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหว การใช้น้ำหนักของสีและทิศทางในการไหว้ครูของแม่ไม้มวยไทยในช่วง 1 เป็นการจัดให้เกิดเส้นนำสายตา ในขณะที่ช่วงที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้ท่าทางของแม่ไม้มวยไทยและภาพกราฟิกเป็นการสร้างเส้นนำสายตาที่เกิดขึ้นในผลงาน

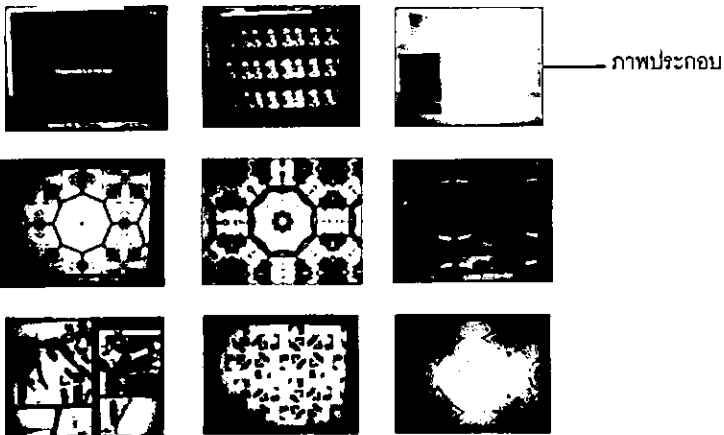
ในส่วนของการสื่อสารผลงานชุดนี้ ผู้วิจัยต้องการสื่อให้เห็นว่าเมื่อเวลาเปลี่ยนแปลงไปคุณค่าหรือความหมายของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เช่นเดียวกับมวยไทยที่เคยเป็นศิลปะป้องกันตัว แต่วันนี้กลายเป็นธุรกิจและศิลปะเพื่อการค้าไปแล้ว

6.ผลงานภาพชุด บุรณการ

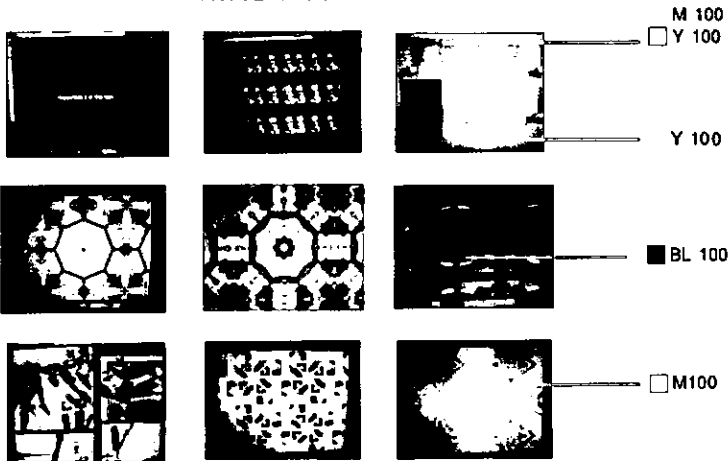


ภาพประกอบ 67 ชุด บุรณการ (ช่วงการพัฒนาผลงาน)

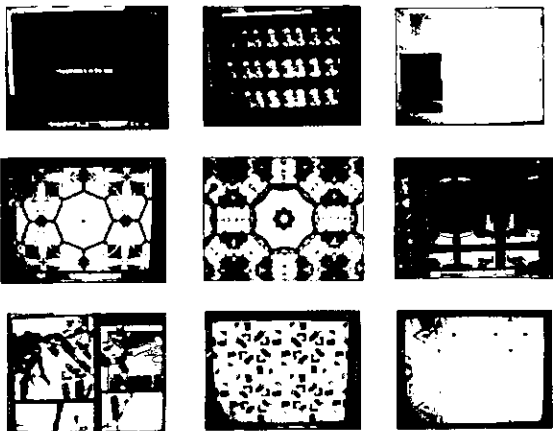
ชุด บุรณาการ (ช่วงการพัฒนาผลงาน)
การใช้ภาพและตัวอักษร



กลวิธีการใช้สี



การออกแบบและการสื่อสาร



แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานชุด บุรณาการ

ผลงานภาพชื่อความสุขสี่เหลี่ยมเป็นการผสมผสานแนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานทั้งหมดตั้งแต่ช่วงการศึกษาผลงานจนถึงช่วงการพัฒนาผลงานของผู้วิจัย

โดยได้แนวความคิดของการชีวิตของผู้คนทุกวันนี้มีความสุขอยู่กับบ้านที่แออัดของสังคมเมือง การใช้ชีวิตที่ซ้ำแล้วซ้ำอีกกับกิจกรรมเดิมๆ ในหนึ่งสัปดาห์ ผู้วิจัยได้นำมาสร้างสรรค์และถ่ายทอดออกมาเป็นผลงานคอมพิวเตอร์กราฟิกที่มีเนื้อหา ซ้ำแล้วซ้ำอีกเหมือนกิจวัตรของผู้คนโดยการใช้กรรมวิธีการทับกันของชั้นสีที่ได้อิทธิพลมาจากการศึกษาผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล

เนื้อหาของภาพ

เนื้อหาของผลงานภาพนี้ จะเป็นเนื้อหาที่นำเอาการซ้ำๆ ของกิจกรรมในหนึ่งสัปดาห์ของคนในสังคมเมืองมานำเสนอส่วนในช่วงการพัฒนาผลงาน

กระบวนการในการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลงานชุดนี้ ภาพหลักอยู่ที่การนำเอากิจกรรมต่างๆ ในผลงานสองช่วงมานำเสนอ โดยจะเป็นภาพของการใช้ชีวิตของผู้คน การบริโภคอาหารสำเร็จรูป การแข่งขันกัน การรับข่าวสารเสนอ รวมถึงการใช้ภาพกราฟิกในงานโฆษณาแล้วแต่แสดงถึงกิจกรรมของคนยุคใหม่ ในยุคคอมพิวเตอร์

กลวิธีการใช้สี

ในผลงานชุดนี้ ผู้วิจัยได้ใช้กรรมวิธีการสีซ้อนของชั้นสี โดยใช้เทคนิคคาไลโดสโคปซึ่งเป็นเทคนิคคอมพิวเตอร์ในโปรแกรมแอปเตอร์เอฟเฟค ทำให้มองเห็นชั้นสีแต่ละสีได้และเกิดการผสมผสานของชั้นสีในการเคลื่อนไหวของแต่ละช่วงเวลาที่แตกต่างกัน แต่ละภาพที่ปรากฏออกมาเป็นภาพขอบคม สีสดใส

การออกแบบและการสื่อสาร

การออกแบบในภาพชุดนี้ ได้ใช้จุดสนใจโดยการใช้เทคนิคคอมพิวเตอร์ซึ่งนับเป็นอุปกรณ์ทันสมัยที่ได้นำมาสร้างสรรค์งานป๊อปปาร์ชุดนี้ การออกแบบของชั้นสี ที่ทำให้เกิดความโดดเด่นและผลงานมีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา โดยสื่อให้เห็นว่า ในการใช้ชีวิตของคน

ยุคนี้แม้แต่มีพื้นที่เล็กน้อยก็สามารถแสวงหาความสุขได้ เช่นกัน ผลงานชุดนี้ผู้วิจัยได้สร้างจุดสนใจของภาพซึ่งแบ่งการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความมีเอกภาพ ผลงานชุดนี้ มีการจัดวางให้เกิดความมีเอกภาพโดยใช้ภาพที่ซ้ำๆกันทำให้เกิดความกลมกลืน

ความสมดุล ในผลงานชุดนี้ได้สร้างความสมดุลโดยการจัดภาพให้สมดุลเท่ากันทั้งซ้ายและขวา

ความมีสัดส่วน ในการจัดภาพได้ให้ความสำคัญของภาพหลัก เน้นเป็นจุดสำคัญ

การใช้รูปแบบที่ซ้ำกัน ในการสร้างสรรค์ผู้วิจัยได้ให้ผลงานเกิดการซ้ำๆกันเพื่อให้ถ่ายทอดตามแนวความคิด

การใช้เส้นนำสายตาให้เกิดลีลาเคลื่อนไหว การใช้น้ำหนักของชั้นสีที่แตกต่างกันทำให้เกิดมิติของภาพและเกิดความเคลื่อนไหวไปสู่จุดนำสายตา

ในส่วนของการสื่อสารผลงานชุดนี้ ผู้วิจัยต้องการสื่อให้เห็นว่าแม้ทุกสิ่งทุกอย่างมีอยู่จำกัดไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเวลา อาหาร การงาน ที่อยู่อาศัยเป็นต้น การใช้ชีวิตของคนยุคนี้อย่างไรก็ยังใช้ชีวิตอย่างมีความสุขเสมอ ซึ่งนับว่าเป็นความสามารถเฉพาะตัวในการปรับตัวเพื่อการอยู่รอดของมนุษย์

สรุปผลการพัฒนาสร้างสรรค์

จากการพัฒนาสร้างสรรค์ผลงาน ผู้วิจัยได้สร้างสรรค์ผลงานทั้งหมดจำนวน 16 ภาพ โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง เพื่อให้เห็นถึงการพัฒนาผลงาน คือ ช่วงการศึกษาผลงาน และช่วงการพัฒนาผลงาน สามารถสรุปผลการพัฒนาสร้างสรรค์ได้ 5 ประเด็น คือ

- 1. แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน
- 2. เนื้อหาของภาพ
- 3. กระบวนการสร้างสรรค์โดยใช้ภาพและตัวอักษร
- 4. กระบวนการสร้างสรรค์โดยกลวิธีการใช้สี
- 5. กระบวนการสร้างสรรค์โดยการออกแบบและการสื่อสาร

โดยผลสรุปแต่ละประเด็นจะนำเสนอในรูปตาราง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

ตาราง 11 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการศึกษาผลงาน

ภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการศึกษาผลงาน	แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน	
	การแข่งขันทางธุรกิจ	การใช้ชีวิตประจำวัน
ผลงานภาพชุดมาม่า		
1. มาม่า 2004/1		✓
ผลงานภาพชุดกระทิงแดง		
2. กระทิงแดงหมายเลข 1	✓	
ผลงานภาพชุดเซเว่น อีเลฟเว่น		
3. เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 1		✓
ผลงานภาพชุดไทยรัฐ		
4. ไทยรัฐ หมายเลข 1		✓
ผลงานภาพชุดมวยไทย		
5. ไหว้ครู	✓	

ตาราง 12 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ช่วงการพัฒนาผลงาน

ภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน	แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน	
	การแข่งขันทางธุรกิจ	การใช้ชีวิตประจำวัน
ผลงานภาพชุดมาม่า		
6. มาม่า 2004		✓
ผลงานภาพชุดกระทิงแดง		
7. กระทิงแดง หมายเลข 2	✓	
ผลงานภาพชุดเซเว่น อีเลฟเว่น		
8. เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 2		✓
ผลงานภาพชุดไทยรัฐ		
9. ไทยรัฐ หมายเลข 2		✓
ผลงานภาพชุดมวยไทย		
10. มวยตู้หมายเลข 1	✓	
11. มวยตู้หมายเลข 2	✓	
12. มวยตู้หมายเลข 3	✓	
13. มวยตู้หมายเลข 4	✓	
ผลงานภาพชุดบูรณาการ		
14. ความสุขสี่เหลี่ยม		✓

จากตาราง 11 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการศึกษาค้นคว้าของผู้วิจัยพบว่า มีแนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานที่มาจากการแข่งขันทางธุรกิจจำนวน 2 ชุด คิดเป็นร้อยละ 20 และมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานที่มาจากการใช้ชีวิตประจำวัน จำนวน 3 ชุด คิดเป็นร้อยละ 30

ส่วนตาราง 12 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการพัฒนาผลงาน พบว่า มีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานที่มาจากการแข่งขันทางธุรกิจ จำนวน 2 ชุด คิดเป็นร้อยละ 20 และมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานที่มาจากการใช้ชีวิตประจำวัน 4 ชุด คิดเป็นร้อยละ 40

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานของผู้วิจัยช่วงการศึกษาค้นคว้ามีแนวความคิดมาจากการใช้ชีวิตประจำวันมากกว่าแนวคิดที่มาจากการแข่งขันทางธุรกิจ และแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานช่วงการพัฒนาผลงานก็มีแนวคิดจากการใช้ชีวิตประจำวันมากกว่าแนวคิดที่มาจากการแข่งขันทางธุรกิจเช่นเดียวกัน จากข้อสรุปดังกล่าวพบว่า สอดคล้องและสัมพันธ์กับผลการวิเคราะห์ผลงานในประเด็นแนวความคิดของแอนดี้ วอร์ฮอล ซึ่ง

ศิลปินได้แรงบันดาลใจจากวิถีชีวิต สิ่งแวดล้อมรอบตัวที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยเกี่ยวข้องกับผู้คนมากกว่าธุรกิจ

2. เนื้อหาของภาพ

ตาราง 13 เนื้อหาของภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการศึกษาผลงาน

ภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการศึกษาผลงาน	เนื้อหาของภาพ	
	เกี่ยวกับเรื่องบริบท	เกี่ยวกับเรื่องอุปโภค
ผลงานภาพชุดมาม่า		
1. มาม่า 2004/1	✓	
ผลงานภาพชุดกระทิงแดง		
2. กระทิงแดงหมายเลข 1	✓	
ผลงานภาพชุดเซเว่น อีเลฟเว่น		
3. เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 1		✓
ผลงานภาพชุดไทยรัฐ		
4. ไทยรัฐ หมายเลข 1		✓
ผลงานภาพชุดมวยไทย		
5. ไหว้ครู		✓

ตาราง 14 เนื้อหาของภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน

ภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน	เนื้อหาของภาพ	
	เกี่ยวกับเรื่องบริบท	เกี่ยวกับเรื่องอุปโภค
ผลงานภาพชุดมาม่า		
6. มาม่า ออฟเซท	✓	
ผลงานภาพชุดกระทิงแดง		
7. กระทิงแดง หมายเลข 2	✓	
ผลงานภาพชุดเซเว่น อีเลฟเว่น		
8. เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 2		✓
ผลงานภาพชุดไทยรัฐ		
9. ไทยรัฐ หมายเลข 2		✓

ภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน	เนื้อหาของภาพ	
	เกี่ยวกับเรื่องบริบท	เกี่ยวกับเรื่องอุปโลก
ผลงานภาพชุดมวยไทย		
10. มวยตู้หมายเลข 1		
11. มวยตู้หมายเลข 2		✓
12. มวยตู้หมายเลข 3		✓
13. มวยตู้หมายเลข 4		✓
ผลงานภาพชุดบูรณาการ		✓
14. ความสุขสี่เหลี่ยม	✓	

จากตาราง 13 เนื้อหาของภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการศึกษาผลงาน ของผู้วิจัยพบว่า ผลงานมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องการบริบท จำนวน 2 ชุด คิดเป็นร้อยละ 20 และเรื่องการอุปโลกจำนวน 3 ชุด คิดเป็นร้อยละ 30

ส่วนตาราง 14 เนื้อหาของภาพช่วงการพัฒนาผลงานของผู้วิจัย พบว่า ผลงานมีเนื้อหาของภาพเกี่ยวกับการบริบทจำนวน3 ชุด คิดเป็นร้อยละ30 และผลงานมีเนื้อหาของภาพเกี่ยวกับอุปโลกจำนวน 3 ชุด คิดเป็นร้อยละ 30

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า เนื้อหาของภาพในผลงานของผู้วิจัย มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องบริบทและอุปโลกใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในทฤษฎีศิลปะป๊อปอาร์ต ที่ว่า เรื่องราวต่างๆ ที่ปรากฏในงานศิลปะป๊อปอาร์ต จะสะท้อนความเฟื่องฟูของเศรษฐกิจ สะท้อนวัฒนธรรมบริบทนิยม เหมือนเนื้อหาในผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล

3. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยใช้ภาพและตัวอักษร

ตาราง 15 การใช้ภาพและตัวอักษร ในภาพผลงานช่วงการศึกษาค้นคว้า

ภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการศึกษาค้นคว้า	กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน	
	การใช้ภาพ	การใช้ตัวอักษร
ผลงานภาพชุดมาม่า		
1. มาม่า 2004/1	✓	✓
ผลงานภาพชุดกระทิงแดง		
2. กระทิงแดง หมายเลข 1	✓	
ผลงานภาพชุดเซเว่น อีเลฟเว่น		
3. เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 1		✓
ผลงานภาพชุดไทยรัฐ		
4. ไทยรัฐ หมายเลข 1		✓
ผลงานภาพชุดมวยไทย		
5. ไหว้ครู	✓	

ตาราง 16 การใช้ภาพและตัวอักษรในภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน

ภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน	กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน	
	การใช้ภาพ	การใช้ตัวอักษร
ผลงานภาพชุดมาม่า		
6. มาม่า ออฟเซท	✓	✓
ผลงานภาพชุดกระทิงแดง		
7. กระทิงแดง หมายเลข 2	✓	
ผลงานภาพชุดเซเว่น อีเลฟเว่น		
8. เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 2		✓
ผลงานภาพชุดไทยรัฐ		
9. ไทยรัฐ หมายเลข 2		✓
ผลงานภาพชุดมวยไทย		
10. มวยตู้ หมายเลข 1	✓	
11. มวยตู้ หมายเลข 2	✓	
12. มวยตู้ หมายเลข 3	✓	
13. มวยตู้ หมายเลข 4	✓	
ผลงานภาพชุดบูรณาการ		
14. ความสุขสี่เหลี่ยม	✓	✓

จากตาราง 15 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของผู้วิจัย พบว่า ได้สร้างสรรค์ผลงานที่นำเสนอช่วงการศึกษาค้นคว้า มีการใช้ภาพจำนวน 3ชุด คิดเป็นร้อยละ 30 และมีการใช้ตัวอักษร จำนวน 3ชุด คิดเป็นร้อยละ 30

ส่วนตาราง 16 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของผู้วิจัย พบว่า ในการสร้างสรรค์ผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์มีการใช้ภาพ จำนวน 3ชุด คิดเป็นร้อยละ 30ในขณะที่การใช้ตัวอักษร มีจำนวน 4ชุด คิดเป็นร้อยละ 40

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานที่นำเสนอช่วงการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยใช้ภาพผสมผสานกับการใช้ตัวอักษรในสัดส่วนที่เท่ากัน ส่วนในช่วงการพัฒนาผลงานผู้วิจัยใช้ตัวอักษร ภาพมากกว่าการใช้ภาพ

อย่างไรก็ตาม ผลงานของผู้วิจัยทั้ง 2 ช่วง มีการใช้ภาพและตัวอักษรเพื่อสื่อความหมาย ถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกลงในผลงาน ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินป๊อปอาร์ตในแนวทางของแอนดี้ วอร์ฮอล

4. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยกลวิธีการใช้สี

ตาราง 17 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการใช้สี ในภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการศึกษาค้นคว้า

ภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการศึกษาค้นคว้า	กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน	
	ทับกันชั้นเดียว	ทับกันมากกว่า 1 สี
ผลงานภาพชุดมาม่า		✓
1. มาม่า2004/1		
ผลงานภาพชุดกระทิงแดง		✓
2. กระทิงแดงหมายเลข 1	✓	
ผลงานภาพชุดเซเว่น อีเลฟเว่น		✓
3. เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 1	✓	
ผลงานภาพชุดไทยรัฐ		✓
4. ไทยรัฐ หมายเลข 1	✓	
ผลงานภาพชุดมวยไทย		✓
5. ไหว้ครู	✓	

ตาราง 18 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยกลวิธีการใช้สี ในภาพผลงานที่นำเสนอ
ช่วงการพัฒนาผลงาน

ภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน	กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน	
	ทับกันชั้นเดียว	ทับกันมากกว่า 1 สี
ผลงานภาพชุดมาม่า		
6. มาม่า ออฟเซท		✓
ผลงานภาพชุดกระทิงแดง		
7. กระทิงแดง หมายเลข 2		✓
ผลงานภาพชุดเซเว่น อีเลฟเว่น		
8. เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 2		✓
ผลงานภาพชุดไทยรัฐ		
9. ไทยรัฐ หมายเลข 2		✓
ผลงานภาพชุดมวยไทย		
10. มวยตู้หมายเลข 1		✓
11. มวยตู้หมายเลข 2		✓
12. มวยตู้หมายเลข 3		✓
13. มวยตู้หมายเลข 4		✓
ผลงานภาพชุดบูรณาการ		
14. ความสุขสี่เหลี่ยม		

จากตาราง 17 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการใช้สีของผู้วิจัย พบว่า ภาพผลงานที่นำเสนอในช่วงการศึกษาค้นคว้า มีกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานด้วยสีทับกันชั้นเดียว 4 ชุด คิดเป็นร้อยละ 40 การใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี 1 ชุด คิดเป็นร้อยละ 10

ส่วนตาราง 18 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการใช้สีของผู้วิจัย ในภาพผลงานที่นำเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน พบว่า มีกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานด้วยการใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี ทุกชุด โดยคิดเป็นร้อยละ 100

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการใช้สีของผู้วิจัยในช่วงการศึกษาค้นคว้า มีสัดส่วนของการใช้สีทับกันชั้นเดียวมากกว่าการใช้สีทับกันมากกว่า 1 สี และช่วงการพัฒนาผลงาน พบว่าการใช้สีทับกันมากกว่า 1 สีมากกว่าการใช้สีทับกันชั้นเดียวซึ่งนับเป็น การพัฒนาผลงานป๊อปปาร์ตอีกรูปแบบหนึ่งที่สะท้อนถึงศิลปะป๊อปปาร์ตยุคใหม่

5. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการออกแบบและการสื่อสาร

ตาราง 19 การออกแบบและการสื่อสารในภาพผลงานที่น่าเสนอช่วงการศึกษาผลงาน

ภาพผลงานที่น่าเสนอช่วงการศึกษาค้นคว้า	การออกแบบและการสื่อสาร	
	การสร้างจุดสนใจด้วยภาพ	การสร้างคุณสมบัติด้วยภาพ
ผลงานภาพชุดมาม่า		
1. มาม่า2004/1	✓	✓
ผลงานภาพชุดกระทิงแดง		
2. กระทิงแดงหมายเลข 1	✓	✓
ผลงานภาพชุดเซเว่น อีเลฟเว่น		
3. เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 1	✓	✓
ผลงานภาพชุดไทยรัฐ		
4. ไทยรัฐ หมายเลข 1	✓	✓
ผลงานภาพชุดมวยไทย		
5. ไหว้ครู	✓	✓

ตาราง 20 การออกแบบและการสื่อสารในภาพผลงานที่น่าเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน

ภาพผลงานที่น่าเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน	การออกแบบและการสื่อสาร	
	การสร้างจุดสนใจด้วยภาพ	การสร้างคุณสมบัติด้วยภาพ
ผลงานภาพชุดมาม่า		
6. มาม่า ออฟเซท	✓	✓
ผลงานภาพชุดกระทิงแดง		
7. กระทิงแดง หมายเลข 2	✓	✓
ผลงานภาพชุดเซเว่น อีเลฟเว่น		
8. เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 2	✓	✓
ผลงานภาพชุดไทยรัฐ		
9. ไทยรัฐ หมายเลข 2	✓	✓

ภาพผลงานที่น่าเสนอช่วงการพัฒนาผลงาน	การออกแบบและสื่อสาร	
	การสร้างจุดสนใจด้วยภาพ	การสร้างความสมดุลด้วยภาพ
ผลงานภาพชุดมวยไทย		
10. มวยตู๋หมายเลข 1	✓	✓
11. มวยตู๋หมายเลข 2	✓	✓
12. มวยตู๋หมายเลข 3	✓	✓
13. มวยตู๋หมายเลข 4	✓	✓
ผลงานภาพชุดบูรณาการ		
14. ความสุขสี่เหลี่ยม	✓	✓

จากตาราง 19 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการออกแบบ และการสื่อสารของผู้วิจัย พบว่า ผลงานที่น่าเสนอในช่วงการศึกษาผลงานมีกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบและการสื่อสาร โดยสร้างจุดสนใจด้วยภาพทุกชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และมีการสร้างความสมดุลด้วยภาพทุกชุด คิดเป็นร้อยละ 100

ส่วนตาราง 20 พบว่า ภาพผลงานที่น่าเสนอในช่วงสาร์พัฒนาผลงาน มีกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบและการสื่อสารโดยสร้างจุดสนใจด้วยภาพทุกชุดและคิดเป็นร้อยละ 100 ในการสร้างความสมดุลด้วยภาพ ก็พบว่ามีการสร้างสมดุลด้วยภาพทุกชุด คิดเป็นร้อยละ 100 เช่นกัน

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบและการสื่อสาร ในภาพผลงานที่น่าเสนอช่วงการศึกษาผลงานและในช่วงการพัฒนาผลงานมีความเหมือนกัน ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการงานพหุวิชาชีพ โดยสอดคล้องกับกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของแอนดี้ วอร์ฮอล

บทที่ 5

สรุปและการอภิปรายผล

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ผลงานสร้างสรรค์ของชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี วอร์ฮอล ในประเด็น ดังนี้

1.1 แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

1.2 เนื้อหาของภาพ

1.3 กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

1.3.1 การใช้ภาพและตัวอักษร

1.3.2 กลวิธีการใช้สี

1.3.3 การออกแบบและการสื่อสาร

2. เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาพัฒนาสร้างสรรคงานศิลปะป๊อปอาร์ตที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ โดยนำเอาผลงานโฆษณาและผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในสังคมไทยทั้งในอดีตและปัจจุบันมาสร้างสรรคภายใต้แนวคิดศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี วอร์ฮอล

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงที่มาของแนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน เนื้อหาของภาพและกระบวนการสร้างสรรค์ในผลงานชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี วอร์ฮอล

2. สามารถนำผลงานจากการศึกษาค้นคว้ามาเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างสรรคผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต

3. ผลจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาด้านศิลปะในระดับอุดมศึกษาและการศึกษาค้นคว้าวิจัยทางด้านศิลปะ

ขอบเขตของการวิจัย

ในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี วอร์ฮอล ชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ ที่สร้างสรรค์ขึ้นในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1960-1986 จำนวน 20 ภาพจากผลงานทั้งหมดจำนวน 98 ภาพ ซึ่งแต่ละภาพได้แสดงถึงเรื่องราวยุคสังคมบริโภคนิยมมากที่สุด โดยจัดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพโฆษณา

1. Advertisement. 1960
Synthetic polymer paint on canvas, (182.9x137cm)
2. Dr.Scholl. 1960
Synthetic polymer paint on canvas, (137.177.8cm)
3. Cooking Pot. 1960
Photo-engraving on paper (29.8 x 24.1 cm.)
4. Icebox. 1960
Oil, ink, and pencil on canvas (170.2 x134.9 cm)
5. TV \$199. 1960
Oil on canvas, (158.1 x 125.7 cm)
6. Close Cover Before Striking (Pepsi-Cola) 1962
Synthetic polymer paint and sand paper on canvas, (182.9x137 cm)
7. Yellow CloseCover Before Striking. 1962
Synthetic polymer paint and sand paper on canvas, (40.6x50.8 cm)
8. Blackglame(Judy Garland) from Portforio Ad 1985
Serigraph on board from a portforio of ten, (96.5x96.5 cm)
9. Rebel Without a Cause(James Dean) from Portforio Ad 1985
Serigraph on board from a portforio of ten, (96.5x96.5 cm)
10. Van Heusen (Ronald Reagan)) from Portforio Ad 1985
Serigraph on board from a portforio of ten, (96.5x96.5 cm)

ภาพผลงานที่นำเสนอเกี่ยวกับภาพผลิตภัณฑ์

11. Telephone. 1961
Oil on canvas, (177.2x137.2cm)
12. Campbell,s Soup Can with Ketchup Bottle. 1962
pencil on paper(60x45cm.)
13. Campbell,s Soup Can with can Opener. 1962
Silkscreen ink on synthetic polymer on canvas, (182.9x 132 cm)

14. Big Campbell,s Soup Can 19 c/1962
Synthetic polymer paint and pencil on canvas, (182.9x134.4cm.)
15. Campbell,s Soup Can and Dollar Bills.1962
pencil and watercolor on paper(60x45cm.)
16. 210 Coca-Cola Bottles. 1962
Silkscreen ink on synthetic polymer on canvas, (208x267 cm)
17. Peach Halves. 1960
Synthetic polymer paint on canvas, (177.5 x137.5 cm)
18. Twelve Cadillacs.1962
Silkscreen ink on canvas,(116.8x106.7cm)
19. Seven Cadillacs.1962
Silkscreen ink on canvas,(142x48.2cm)
20. Mercedes -Benz (Model C111Experimental Vehicle,1970.) 1986
Silkscreen ink on synthetic polymer on canvas,(152.5x158 cm)

สรุปผลการศึกษาวิเคราะห์

1. แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

ผลการศึกษาวิเคราะห์สรุปได้ว่า ผลงานสร้างสรรค์ของศิลปินมีความเกี่ยวเนื่องกับบริบททางสังคม เนื่องจากอเมริกาในยุคนั้นเป็นยุคบริโภคนิยม กล่าวคือ ผู้คนใช้ชีวิตอย่างมั่งคั่ง มีความสุขกับการซื้อสินค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย ตลอดจนผู้คนเหล่านั้นล้วนมีอิสระในการแสดงความคิดเห็นในด้านต่างๆ อย่างเต็มที่ สิ่งเหล่านี้ได้กลายเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินผู้นี้

ดังนั้นผลการศึกษาเบื้องต้นจึงสรุปได้ว่า ศิลปินได้รับอิทธิพลมาจากบริบททางสังคมในยุคบริโภคนิยม อันเป็นที่มาของการเชื่อมโยงงานพาณิชย์ศิลป์เข้ามาสังสรรค์ผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตในแนวทางเฉพาะตัวของศิลปิน

จากการศึกษาผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต ชูภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของแอนดี วอร์ฮอล ผู้วิจัยพบว่าแนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินมีแรงบันดาลใจจากการใช้ชีวิตประจำวันมากกว่าการแข่งขันทางธุรกิจ จากข้อสรุปดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กับแนวคิดทฤษฎีของศิลปะป๊อปอาร์ตที่ได้กล่าวไว้ว่าแนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานมีพื้นฐานจากความสวยงามของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในการใช้ชีวิตประจำวันเพราะฉะนั้นสิ่งที่เกิดขึ้นในการใช้ชีวิตประจำวันจึงเป็นแรงบันดาลใจให้แอนดี วอร์ฮอลสร้างสรรค์ผลงานชุดนี้ขึ้นมา

2. เนื้อหาของภาพ

ผลจากการศึกษาวิเคราะห์สรุปได้ว่า เนื้อหาของภาพผลงานของ แอนดี วอร์ฮอล มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องอุปโภคและเรื่องบริโภคซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีศิลปะป๊อปอาร์ต ได้สะท้อนความเฟื่องฟูของเศรษฐกิจ สะท้อนวัฒนธรรมบริโภคนิยมและสะท้อนสภาพสังคม ที่มีการแข่งขันในระบบทุนนิยม

3. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยใช้ภาพและตัวอักษร

ผลจากการศึกษาวิเคราะห์ สรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ ผลงานชุดภาพโฆษณาศิลปินนิยมใช้ตัวอักษรมากกว่าการใช้ภาพ ส่วนกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานชุดภาพผลิตภัณฑ์ พบว่าศิลปิน ได้มีกระบวนการสร้างสรรค์โดยใช้ภาพเพียงอย่างเดียว ซึ่งอย่างไรก็ตาม ทั้งส่วนของการใช้ภาพและตัวอักษรล้วนเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินที่ให้การสื่อความหมาย และถ่ายทอดแนวคิด ตลอดจนอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของศิลปิน

4. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยกลวิธีการใช้สี

ผลจากการศึกษาวิเคราะห์สรุปได้ว่า กลวิธีการใช้สี ศิลปินได้นำเทคนิคการใช้สีงานพิมพ์ระบบออฟเซต (C.M.Y.K.) ที่พบในงานพาณิชย์ศิลป์มาใช้ โดยการสกรีนบนผืนผ้าใบที่ละเอียด ผลงานจึงมีลักษณะเป็นการทับของสีชั้นเดียวและการทับของสีมากกว่าหนึ่งสี ซึ่งมีความสอดคล้องเกี่ยวกับสีที่ปรากฏในงานพาณิชย์ศิลป์ในยุคสังคมบริโภค

5. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานโดยการออกแบบและการสื่อสาร

ผลจากการศึกษาวิเคราะห์สรุปได้ว่า ในการออกแบบและการสื่อสารศิลปินได้นำหลักของการออกแบบและการสื่อสารในการทำงานพาณิชย์ศิลป์ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยการสร้างจุดสนใจด้วยภาพเป็นแนวทางหลักและการสร้างสรรค์ความสมดุลจากภาพ การทำภาพและสีซ้ำๆ กันเป็นจังหวะ การใช้คำพูดและตัวอักษรเพื่อช่วยเน้นจุดสนใจของภาพ ภาพบางภาพมีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง บางภาพใช้สัญลักษณ์หรืองานกราฟฟิคเพื่อการสร้างจุดสนใจ

วิธีการพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานของผู้วิจัย

จากการวิเคราะห์ของ แอนดี วอร์ฮอล ชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์มาพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานของผู้วิจัย โดยผู้วิจัย มีแนวคิดในการสร้างสรรค์มาจากเรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคมบริโภคตามสภาพสังคมไทย เนื้อหาเป็นการแสดงถึงการใช้ชีวิตของคนเมือง เช่น การบริโภคแบบมีสำเร็กรูป การบริโภคเครื่องดื่มชูกำลัง การเปิดรับข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ ตลอดจนการใช้บริการร้านสะดวกซื้อและการกีฬา เป็นต้น โดยแบ่งช่วงการศึกษาเป็น 2 ช่วงคือ ช่วงการศึกษาผลงานและช่วงการพัฒนาผลงาน ซึ่งประกอบด้วยผลงานดังนี้

ช่วงที่ 1 ช่วงการศึกษาผลงาน

1. ผลงานภาพชุด มาม่า

ผลงานชื่อ มาม่า 2004/1 ซิลค์สกรีนบนผืนผ้าใบ

ขนาด 60 x 92 ซม.

2. ผลงานภาพชุด กระทั่งแดง

ผลงานชื่อ กระทั่งแดง หมายเลข 1 ซิลค์สกรีนบนผืนผ้าใบ

ขนาด 50 x 180 ซม.

3. ผลงานภาพชุด เซเว่น อีเลฟเว่น

ผลงานชื่อ เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 1 ซิลค์สกรีนบนผืนผ้าใบ

ขนาด 50 x 180 ซม.

4. ผลงานภาพชุดไทยรัฐ

ผลงานชื่อ ไทยรัฐ หมายเลข 1 ซิลค์สกรีนบนผืนผ้าใบ

ขนาด 60 x 82 ซม.

5. ผลงานภาพชุด มวยไทย

ผลงานชื่อ ไหว้ครู ซิลค์สกรีนบนผืนผ้าใบ

ขนาด 60 x 180 ซม.

ช่วงที่ 2 ช่วงการพัฒนาผลงาน

1. ผลงานภาพชุด มาม่า

ผลงานชื่อ มาม่า ออฟเซท อะครีลิค ขนาด 30 x 30 x 8 ซม.

2. ผลงานภาพชุด กระทั่งแดง

ผลงานชื่อ กระทั่งแดง หมายเลข 2 อะครีลิค ขนาด 30 x 30 x 8 ซม.

3. ผลงานภาพชุด เซเว่น อีเลฟเว่น

ผลงานชื่อ เซเว่น อีเลฟเว่น หมายเลข 2 อะครีลิค ขนาด 30 x 30 x 8 ซม.

4. ผลงานภาพชุด ไทยรัฐ

ผลงานชื่อ ไทยรัฐ หมายเลข 2 อะครีลิค

ขนาด 30 X 42 x 8 ซม.

5. ผลงานภาพชุด มวยไทย

ผลงานชื่อ มวยตู้ หมายเลข 1 อะครีลิค ขนาด 40x 40 x 8 ซม.

ผลงานชื่อ มวยตู้ หมายเลข 2 อะครีลิค ขนาด 40x 40 x 8 ซม.

ผลงานชื่อ มวยตู้ หมายเลข 3 อะครีลิค ขนาด 40x 40 x 8 ซม.

ผลงานชื่อ มวยตู้ หมายเลข 4 อะครีลิค ขนาด 40x 40 x 8 ซม.

6. ผลงานภาพชุด บุรณการ

ผลงานชื่อ ความสุขสี่เหลี่ยม คอมพิวเตอร์กราฟิก 1 นาที

สรุปผลการพัฒนาสร้างสรรค์

เพื่อให้เห็นถึงการพัฒนาของผลงานที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยได้แบ่งการสร้างสรรค์ผลงานเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงการศึกษาผลงานและช่วงการพัฒนาผลงานโดยสรุปได้ 3 ประเด็น คือ

1. แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

ผลจากพัฒนาสร้างสรรค์สรุปได้ว่า แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานของช่วงการศึกษาผลงาน มีแนวความคิดมาจากมาจากการใช้ชีวิตประจำวันมากกว่าแนวคิดจากการแข่งขันทางธุรกิจ และแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานของการพัฒนาผลงานมีแนวคิดมาจากการใช้ชีวิตประจำวันมากกว่าแนวคิดจากการแข่งขันทางธุรกิจเช่นกันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในผลงานป๊อปอาร์ตของ แอนดี วอร์ฮอล

2. เนื้อหาของภาพ

ผลจากการพัฒนาการสร้างสรรค์สรุปได้ว่า เนื้อหาของภาพในผลงานของผู้วิจัยทั้ง 2 ช่วงการศึกษามีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องอุปโภคมากกว่าการบริโภคและแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานของการพัฒนาผลงานมีแนวคิดมาจากทั้ง เรื่องอุปโภคและการบริโภคในสัดส่วนที่เท่ากันซึ่งสอดคล้องกับกับแนวคิดในทฤษฎีศิลปะป๊อปอาร์ตที่ว่า เรื่องราวต่างๆที่ปรากฏในงานศิลปะป๊อปอาร์ตสะท้อนความเฟื่องฟูของเศรษฐกิจ และสะท้อนวัฒนธรรมบริโภคนิยม เหมือนเนื้อหาในผลงานของ แอนดี วอร์ฮอล

3. กระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

การใช้ภาพและตัวอักษร

ผลจากการพัฒนาสร้างสรรค์ สรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานที่นำเสนอช่วงการศึกษาผลงานของผู้วิจัยและในช่วงของการพัฒนาผลงานผู้วิจัย ใช้ภาพผสมผสานกับการใช้ตัวอักษรในการสัดส่วนที่เท่ากัน

กลวิธีการใช้สี

ผลจากการพัฒนาการสร้างสรรค์สรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของผู้วิจัยมีสัดส่วนมีการใช้สีทับกันชั้นเดียวในสัดส่วนมากกว่าการใช้สีทับกันมากกว่าสี ส่วนในช่วงการพัฒนาผลงานพบว่าผลงานได้มีการทับสีหลายชั้นมากขึ้น ซึ่งเป็นผลงานเฉพาะของผู้วิจัยในอีกมิติหนึ่งของผลงานป๊อปอาร์ตที่มีพื้นฐานจาก กลวิธีการใช้สีในงานศิลปะกรีนของแอนดี วอร์ฮอล

การออกแบบและการสื่อสาร

ผลจากการพัฒนาสร้างสรรค์สรุปได้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบและการสื่อสารในผลงานที่นำเสนอในช่วงการศึกษาและการพัฒนาผลงานมีสัดส่วนที่เท่ากัน

คือ การสร้างจุดสนใจด้วยภาพและการสร้างความสมดุลด้วยภาพ ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานของ แอนดี วอร์ฮอล

การอภิปรายผลการศึกษาวิเคราะห์

จากผลการศึกษาวิเคราะห์ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายได้ว่า ผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต ชุดภาพโฆษณาและภาพผลิตภัณฑ์ของ แอนดี วอร์ฮอล เป็นผลงานที่เกิดขึ้นท่ามกลางสังคมบริโภคนิยม ที่ผู้คนสนุกสนานกับการจับจ่ายใช้สอย ท่ามกลางความทันสมัยที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นด้านบริโภค ด้านอุปโภค การโฆษณา ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การแข่งขันทางธุรกิจ ความคิดที่เสรีภาพ ตลอดจนเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่เกิดขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสภาพแวดล้อมของสังคมที่ทำให้เกิดเป็นแรงบันดาลใจของศิลปินป๊อปอาร์ตอย่าง แอนดี วอร์ฮอล การนำเสนอในสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันมาสร้างสรรค์เป็นงานศิลปะ

เนื้อหาของภาพในผลงานสอดคล้องกับแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน เพราะเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคของคนในสังคมเมือง ไม่ว่าจะเป็นของอุปโภค ของบริโภคหรือแม้แต่เรื่องความบันเทิง ชาวสารเป็นต้น

การใช้ภาพศิลปินได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนตัวที่เคยใช้ชีวิต ที่ตนเองสัมผัสมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ภาพ อิทธิพลจากงานพิมพ์ในงานพาณิชย์ศิลป์ได้ถ่ายทอดออกมาเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ในการใช้ภาพและตัวอักษร กลวิธีการใช้สี การออกแบบและการสื่อสาร กระบวนการสร้างสรรค์ทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นผลพวงของยุคสังคมบริโภคนิยมในอเมริกา

ในส่วนของผลงานของผู้วิจัย สามารถอภิปรายได้ว่า จากการแบ่งช่วงการศึกษาผลงานของผู้วิจัยโดยแบ่งเป็นช่วงการศึกษา 2 ช่วงคือการศึกษาผลงานและช่วงการพัฒนาผลงาน ผู้วิจัยได้นำเอาผลจากการศึกษาผลงานของศิลปินมาเป็นแนวคิดในการศึกษา แนวความคิดสร้างสรรค์ เนื้อหาภาพและกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน โดยแนวความคิดในการสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้แรงบันดาลใจจากเรื่องราวในชีวิตประจำวัน การแข่งขันทางธุรกิจ เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับบริโภค การอุปโภค ตลอดจนการใช้กระบวนการสร้างสรรค์ด้วยการใช้ภาพ การใช้ตัวอักษร กลวิธีการใช้สี การออกแบบและการสื่อสาร สิ่งเหล่านี้ถูกถ่ายทอดออกมาเป็น เรื่องราวนี้เกี่ยวกับการใช้ชีวิตของคนเมืองในสภาพสังคมไทย นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำวัสดุสังเคราะห์คืออะครีลิคมาสร้างสรรค์ผลงาน ผลงานจึงออกมาเป็นลักษณะงานป๊อปอาร์ตรูปแบบใหม่ที่มีมิติและผู้วิจัยยังได้นำผลงานที่ศึกษามานำมาบูรณาการด้วยเทคนิคคอมพิวเตอร์ผสมผสานกับเสียงดนตรี ผลงานจึงออกมาจึงมีความเคลื่อนไหวของภาพโดยมีเสียงประกอบ ซึ่งนับเป็นผลงานที่มีการพัฒนาและมีความแตกต่างจากผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี วอร์ฮอล

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการสรุป เปรียบเทียบระหว่างผลงานของผู้วิจัยกับผลงานของแอนดี วอร์ฮอล พบว่า ผลงานศิลปะป๊อปอาร์ตของแอนดี วอร์ฮอล เป็นเพียงผลงานศิลปะกรีนบนผืนผ้าใบ ซึ่งมีการทาบกันสีเดียวและทาบกันหลายสี การทาบของชั้นสีมองเห็นได้ในตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่ง ส่วนผลงานของผู้วิจัยได้มีการพัฒนาผลงานสร้างสรรค์โดยนำจุดเด่นมาพัฒนา คือ การทาบของชั้นสี ผลงานของผู้วิจัยจึงเป็นการทาบของชั้นสีที่มีมิติ 3 มิติ และสามารถมองเห็นทะลุชั้นสีแต่ละสีได้ สีที่เกิดขึ้นในผลงานของผู้วิจัยเป็นสีที่เกิดจากแสงและวัตถุสังเคราะห์โปร่งแสง ทำให้สีนั้นเกิดขึ้นเป็นสีและการผสมสีแต่ละชั้นสีจะเปลี่ยนไปตามมุมมอง ซึ่งลักษณะงานผสมผสานระหว่างงานโมเดิร์นอาร์ตกับงานโพสต์-โมเดิร์นอาร์ต มีทฤษฎีของการเคลื่อนไหว และทฤษฎีเกี่ยวกับแสงสีเข้ามาเกี่ยวข้อง และผลงานพัฒนาชุดบูรณาการของผู้วิจัยเป็นการนำเอาเทคนิคคอมพิวเตอร์และเสียงดนตรีเข้ามาประกอบ ซึ่งเป็นการบูรณาการผลงานทั้งหมดของผู้วิจัยไว้ในผลงานชิ้นนี้

จากการศึกษาวิเคราะห์ผลงานซึ่งได้พัฒนามาเป็นผลงานของผู้วิจัย จึงมีความแตกต่างจากผลงานของแอนดี วอร์ฮอล แต่มีองค์ความรู้ที่พัฒนานี้เกี่ยวข้องกันคือ ที่มาของแนวความคิดสร้างสรรค์ เนื้อหาของภาพและกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน

ในการพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานของผู้วิจัยได้พบข้อดี ข้อเสียและข้อเสนอแนะซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

ข้อดี ในการพัฒนาการสร้างสรรค์ผลงาน ผู้วิจัยได้นำเอาประสบการณ์ที่ผู้วิจัยได้ทำงาน โดยอยู่ในสายงานโฆษณา ซึ่งเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ งานพาณิชย์ศิลป์ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นเหล่านี้ จึงเกื้อหนุนต่อการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะป๊อปอาร์ต

ข้อเสีย ในการพัฒนาสร้างสรรค์ ผู้วิจัยไม่ได้ทำการศึกษาในช่วงเวลาจริงๆ กับผลงานของศิลปิน สิ่งที่ทำได้ คือการเปรียบเทียบสภาพสังคมไทย ในรูปแบบสังคมเมืองที่เกิดขึ้นเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยได้พบประโยชน์ที่น่าพอใจในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ

1. ในการสร้างสรรค์ผลงานควรเลือกศิลปินที่มีผลงานสร้างสรรค์มากพอที่จะเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง
2. ควรตั้งเกณฑ์การวิเคราะห์ให้ชัดเจนก่อนจะทำการศึกษาวิจัย

3. ก่อนศึกษาวิจัย ควรศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีความทันสมัย ตลอดจนการอ้างอิงข้อมูลจากสารสนเทศที่มีความเกี่ยวข้องกับหัวข้อที่จะทำการวิจัยให้มีความทันสมัยมากที่สุด

4. งานศิลปะป๊อปอาร์ต สามารถพัฒนางานโดยการนำเรื่องแสง สี เสียงเข้ามาใช้ และในส่วนของวัสดุก็ไม่จำเป็นต้องใช้เทคนิคการซิลสกรีนบนผืนผ้าใบเท่านั้นแต่ยังสามารถใช้วัสดุที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ คอมพิวเตอร์ หรือวัสดุสังเคราะห์ เช่น อะคริลิกซึ่งเป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติโปร่งแสง ภาพที่ออกมาจึงสามารถมองเห็นทะลุกันได้ เป็นต้น

5. ในการพัฒนาผลงานควรมีความแตกต่าง เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้วิจัย ซึ่งมีพื้นฐานมาจากผลการวิจัย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กอบกมล. (2540). เหตุการณ์สำคัญในศตวรรษที่ 20 . กรุงเทพฯ : ชรจักร.
- กาญจนา มีศิลปวิทย์. (2539) . การจัดการโฆษณา . กรุงเทพฯ : ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา
ฝ่ายเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- _____. (2538). การออกแบบนิเทศศิลป์. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- กัจจกร สุนพงษ์ศรี. (2523). ศิลปะสมัยใหม่. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- _____. (2528). ศิลปะสมัยใหม่. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โกสุม สายใจ. (2537). การออกแบบนิเทศศิลป์ 3. กรุงเทพฯ : โครงการเอกสารตำรา โปรแกรมวิชา
ออกแบบนิเทศศิลป์ โปรแกรมวิชาศิลปกรรม คณะวิชามนุษยศาสตร์และสังคม สถาบัน
ราชภัฏสวนดุสิต.
- _____. (2540). สีและการใช้สี. กรุงเทพฯ : อมรินทร์ พรินตติ้ง แอนด์ พลัสซิ่ง.
- จันทนา ทองประยูร. (2537). ออกแบบและจัดหน้าสิ่งพิมพ์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชลูด นิ่มเสมอ. (2534). องค์ประกอบศิลป์. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ชัยยุทธ รัตตานกุล. (2540). ความคิดสร้างสรรค์ทางทัศนศิลป์. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยและพัฒนา
อาชีวศึกษา 3 หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมอาชีวศึกษา.
- ทองเจือ เขียดทอง. (2542). การออกแบบสัญลักษณ์. กรุงเทพฯ : สิปปประชา.
- ธงชัย สันติวงษ์, และธนาธิป สันติวงษ์. (2541). ทฤษฎีองค์การและการออกแบบ. กรุงเทพฯ :
ไทยวัฒนาพานิช
- พีระพงษ์ กุลพิศาล นิพนธ์ ทวีกาญจน์และทวีเกียรติ ไชยยังยศ. (2534). สุนทรียทางทัศนศิลป์.
กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- มนตรี ยอดบางเตย. (2538). การออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอ เอส พรินตติ้ง เฮ้าส์.
- มาโนช กงกะนันทน์. (2538). ศิลปะการออกแบบ. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- รัชนี นพเกตุ. (2540). จิตวิทยาเพื่อการรับรู้. กรุงเทพฯ : ประกายพริก.
- วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2538). ออกแบบกราฟิค. กรุงเทพฯ : รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- วรพล พรหมกบุตร . (2534). การสื่อสารสัญลักษณ์ : ธรรมชาติ พัฒนาการ ผลกระทบ. กรุงเทพฯ :
อาร์ตไลน์.
- วิบูลย์ ลี้สุวรรณ. (2531). สารความรู้ทางศิลปะ. กรุงเทพฯ : โอ เอส พรินตติ้ง เฮ้าส์.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2531). ออกแบบกราฟิค. กรุงเทพฯ : วิมอล อาร์ต.
- _____. (2535). ศิลปะและความงาม. กรุงเทพฯ : โอ เอส พรินตติ้ง เฮ้าส์.

- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2537). *ออกแบบ 2 มิติ*. กรุงเทพฯ : โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- _____. (2543). *ศิลปะและพื้นที่*. กรุงเทพฯ : สันติศิริการพิมพ์.
- วิรัตน์ พิชญ์ไพบุลย์. (2524). *ความเข้าใจศิลปะ*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ประพันธ์ งามเนตร. (2540). *คู่มือ Graphic Design ออกแบบสิ่งพิมพ์*. กรุงเทพฯ : เดอะคัลเลอร์ บู้คส์.
- สกนธ์ ภู่งามดี. (2545). *ศิลปะเพื่อการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ : วาดศิลป์.
- _____. (2545). *จิตวิทยากับการออกแบบ*. กรุงเทพฯ : วาดศิลป์.
- สงวน รอดบุญ. (2533). *ลัทธิ และสกุลช่างศิลปะตะวันตก*. กรุงเทพฯ : โอ เอส พริ้นติ้งเฮ้าส์.
- สมเกียรติ ตั้งนโม. (2542). *ศิลปะในยุคสื่อสารมวลชน*. เชียงใหม่ : ผลงานวิชาการโครงการผลิตตำรา คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุชาติ เกาทอง. (2536). *หลักการทัศนศิลป์*. กรุงเทพฯ : นำอักษรกราฟิค.
- สวนศรี ศรีแพงพงษ์. (2538). *สุนทรียทางทัศนศิลป์*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *การโฆษณาและส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- _____. (2540). *การโฆษณาเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ : เอ. เอ็น. การพิมพ์.
- ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์. (2539). *การสร้างสรรคและการพัฒนาพฤติกรรมสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อารี สุทธิพันธุ์. (2528). *ศิลปะกับมนุษย์*. กรุงเทพฯ : กระดาษสา.
- _____. (2532). *ทัศนศิลป์และความงาม*. กรุงเทพฯ : แสงศิลป์การพิมพ์.
- _____. (2535). *ศิลปะนิยม*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

อังกฤษ

- Benedikt Taschen (1991). *Pop Art*. Germany : Benedikt Taschen Verlag Gmbh.
- John O'Connor and Benjamin Liu (1996). *Unseen Warhol*. New York : Rizzoli International Publications, Inc.
- Honnet, Jkays. (1998) *Andy Warhol. 1928-1987* Germany : Benedikt Tashen Verlag Gmb H.
- Krausse, Anna C. (1995) *The story of Painting : From ranaissance to the present* Cologne : Konemenn.

Kynaston McShine (1989) *Andy Warhol*. New York : A Retrospective. Eastern Press, Inc.

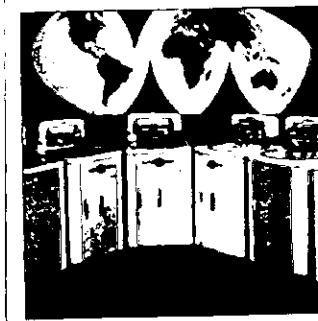
Polly Powell & Lucy Peel (1985) *50's & 60's Style* . London : Apple Press.

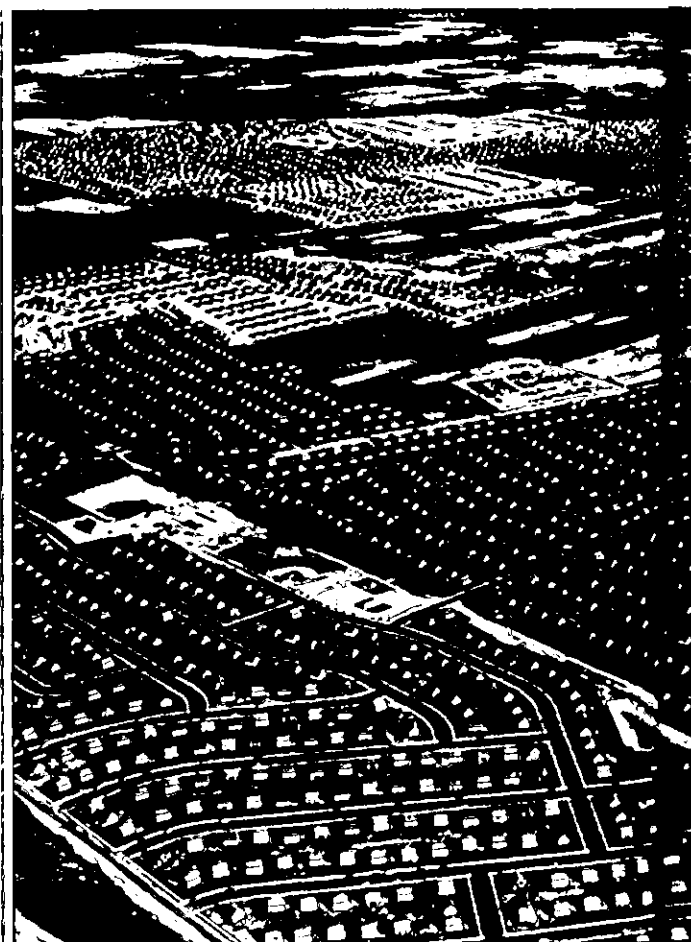
นิตยสาร

ปฏิกม พลัปลลลล. (2546, มลฤนายณ). *Branding in colour The Fusion Strategy*. นลตยสารแบรณดลเอจ.
หน้า 141

ภาคผนวก

ภาพการเปลี่ยนแปลงทางสังคม
ของอเมริกาในยุคบริโภคนิยม

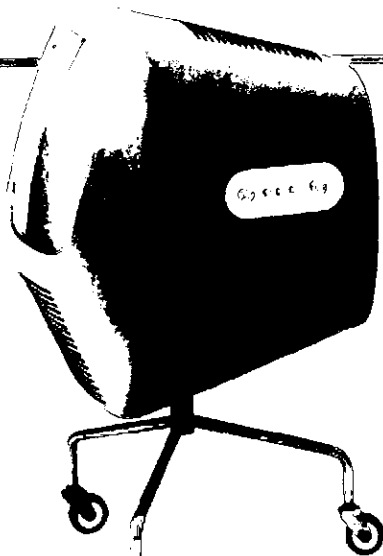




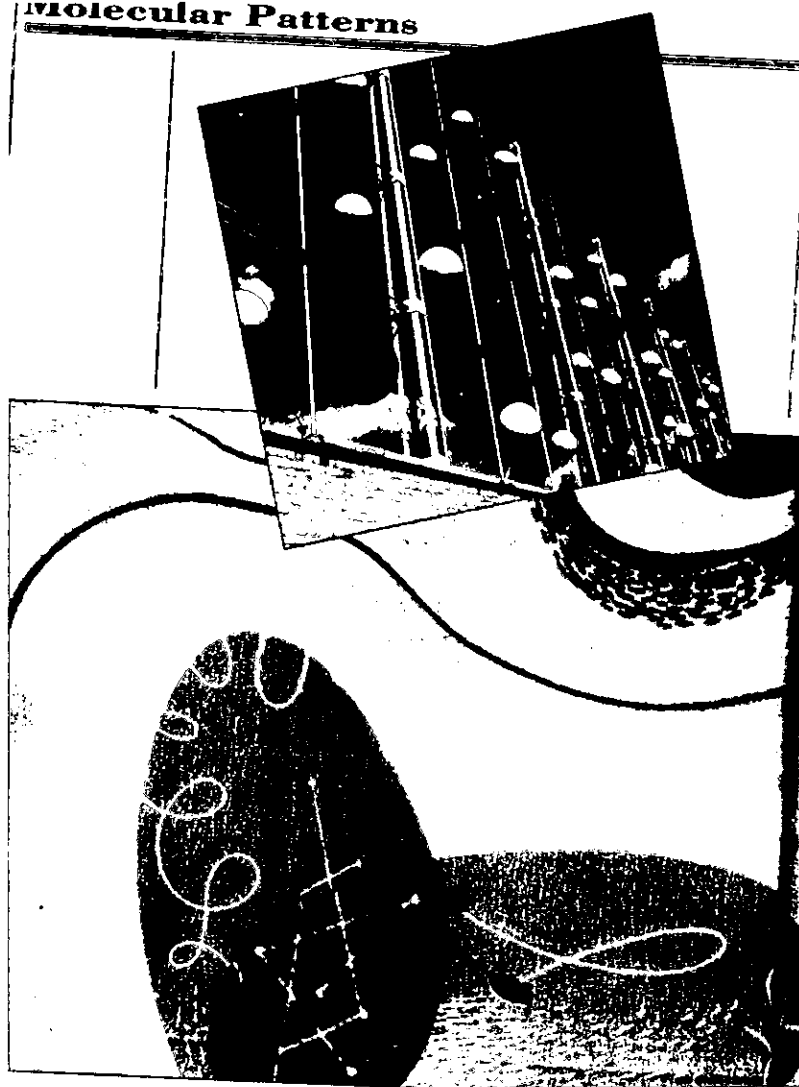
I still can't believe no home
was complete without one.
operation was the most complete
way of relaxing in the 1950s. In
the United States where the
number of people owning sets
was by 1950 more than the
entire One of the most popular
sets in the US was the
amplified Lucite Set in 1950
Lucy

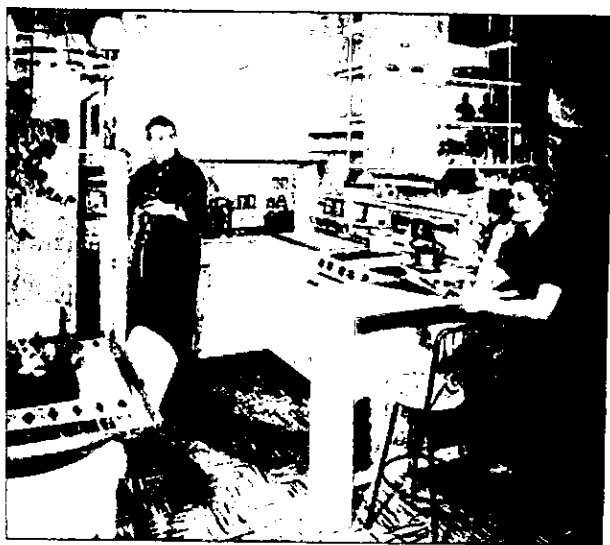
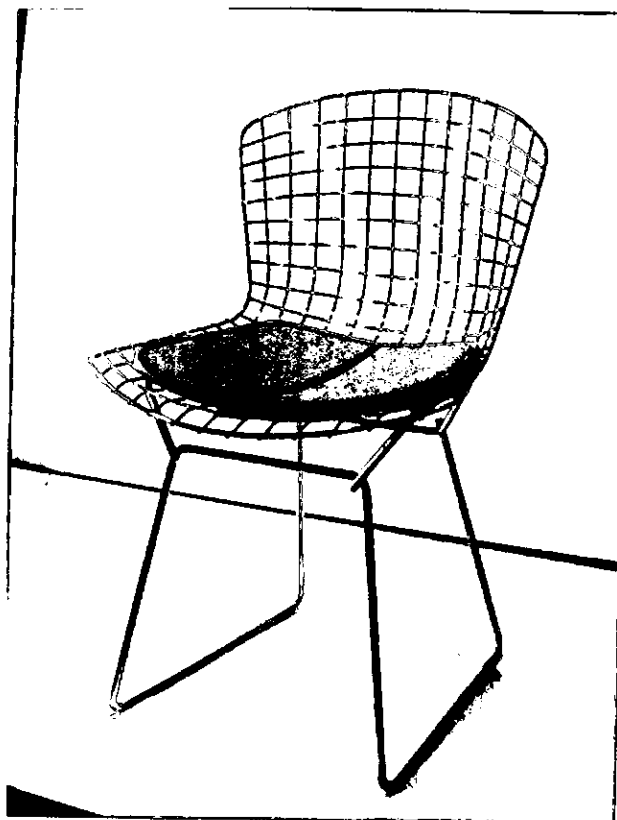
I began listening to the
radio and a lot, but few were
as entertaining as the 1950
Crest set.

I believe the creation of
Crest (Crest) is a 1950 great
achievement in the US in electronic
sets.

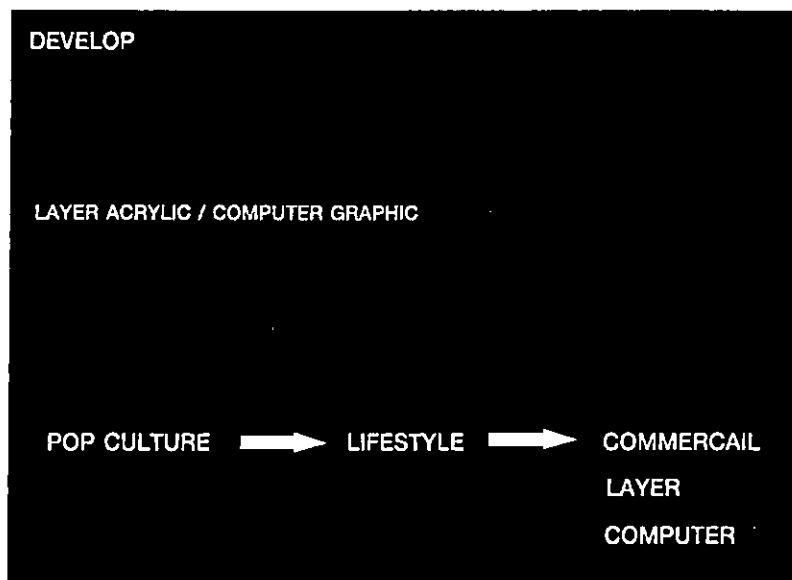
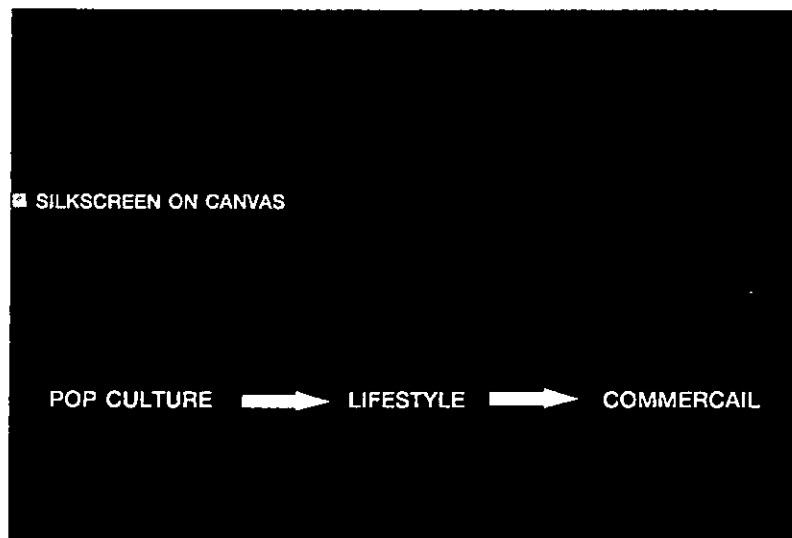
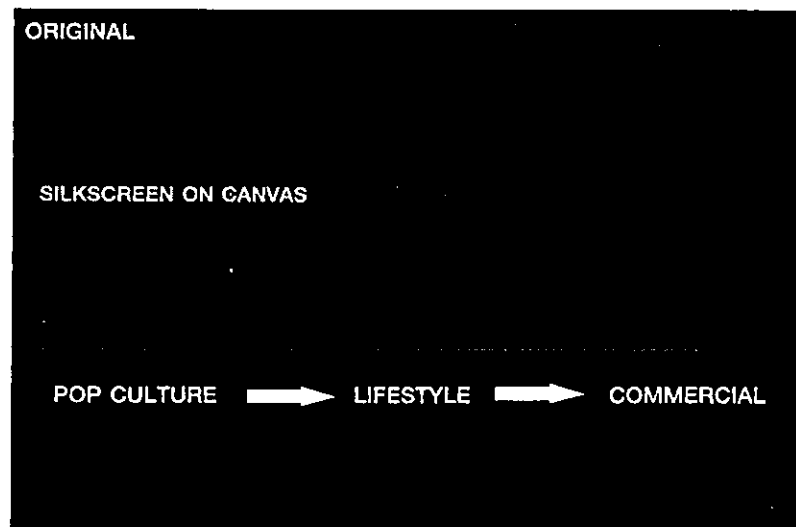


molecular Patterns

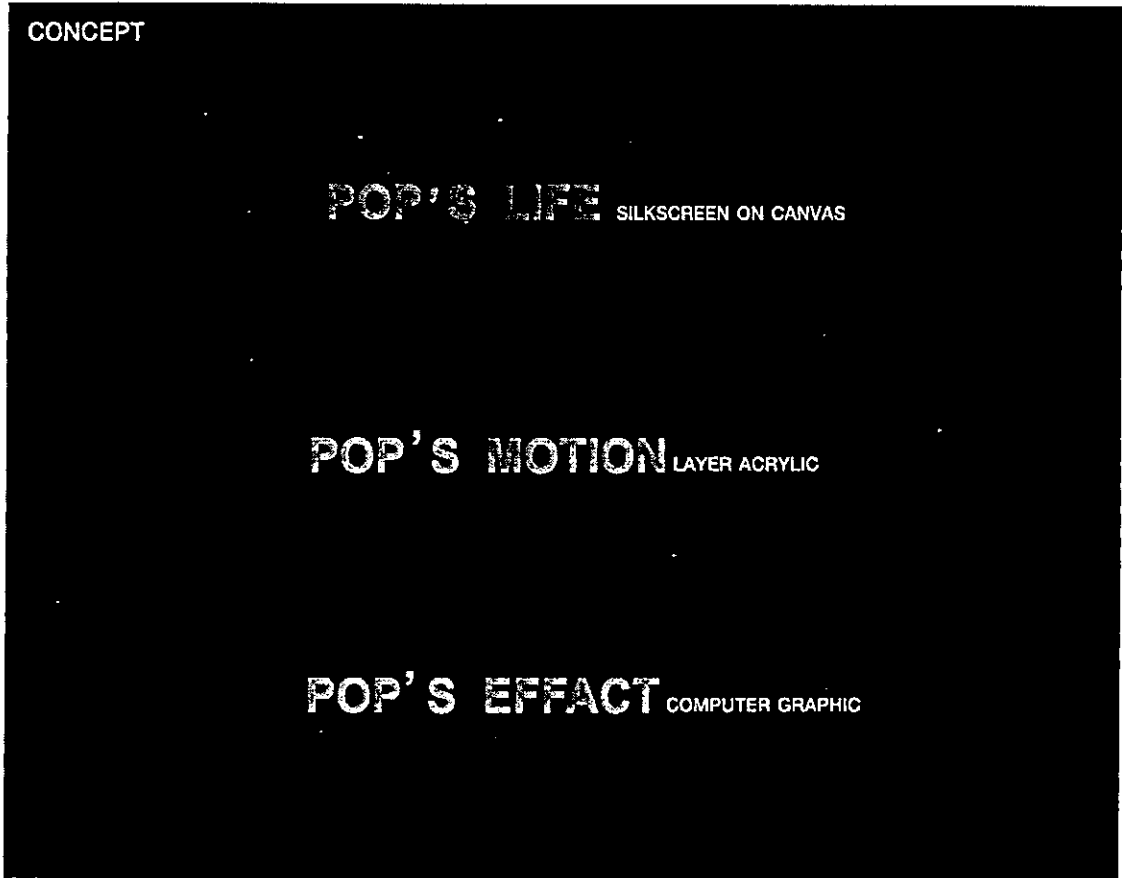




แสดงกระบวนการศึกษาวิจัยของผู้วิจัย



แสดงกระบวนการศึกษาวิจัยของผู้วิจัย



เปรียบเทียบผลจากการการศึกษาวิจัยระหว่างผลงานของแอนดี วอร์ฮอลกับผลงานผู้วิจัย

แนวความคิดสร้างสรรค์ เนื้อหาของภาพ กระบวนการสร้างสรรค์ ■ การใช้ภาพและตัวอักษร ■ การใช้สี ■ การออกแบบและการสื่อสาร	แนวความคิดสร้างสรรค์ เนื้อหาของภาพ กระบวนการสร้างสรรค์ ■ การใช้ภาพและตัวอักษร ■ การใช้สี ■ การออกแบบและการสื่อสาร
SILKSCREEN ON CANVAS	SILKSCREEN ON CANVAS

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายกิตติพันธุ์ ปาลโมกซ์
วันเดือนปีเกิด	31 มีนาคม 2510
สถานที่เกิด	อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	78/215 หมู่บ้าน สวานนท์ ถนนติวานนท์ ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ผู้กำกับศิลป์ (Art Director)
สถานที่ทำงาน	บริษัท เจ วอลเตอร์ ธอมป์สัน จำกัด 591 อาคารยูบีซี 2 ชั้น 20 ซอยสุขุมวิท 33 ถนนสุขุมวิท เขตวัฒนา กรุงเทพฯ

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2528	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนบางกะปิ
พ.ศ. 2532	ปริญญาบัณฑิต (ศศ.บ.) เอกศิลปะ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ. 2547	ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต(ศป.ม.) สาขาทัศนศิลป์ : ศิลปะสมัยใหม่ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผลงานเด่น

พ.ศ. 2541	รางวัลTact Award ผลงานภาพยนตร์โฆษณา ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวดัชมิลล์ ชุด ชาฟารี
พ.ศ. 2542	รางวัลAsian Award (HK.) ผลงานสิ่งพิมพ์โฆษณา ผลิตภัณฑ์โตชิบา ชุด Pig.
พ.ศ. 2543	รางวัลAsian Award (HK.) ผลงานภาพยนตร์โฆษณา ผลิตภัณฑ์ช็อคเคิลท์ ชุด Shoot the rabbit.
พ.ศ. 2544	รางวัลAsian Award (HK.) ผลงานสื่อโฆษณากลางแจ้ง ผลิตภัณฑ์ เชลล์ชุด Speed.

ประวัติผู้วิจัย(ต่อ)

ผลงานเด่น

- พ.ศ. 2546

รางวัลAdFest (Thailand) ผลงานภาพยนตร์โฆษณาผลิตภัณฑ์
ซิคเคิ้ลท ชุด Home, Park, Beach.
- พ.ศ. 2546

รางวัลBAD.Award (Thailand)
ผลงานภาพยนตร์โฆษณาผลิตภัณฑ์ซิคเคิ้ลท
ชุด Home, Park, Beach.
- พ.ศ. 2546

รางวัลNew York Festival (USA.) ผลงานภาพยนตร์โฆษณา
ผลิตภัณฑ์ซิคเคิ้ลท ชุด Home, Park, Beach.
รางวัลClio Award (USA.) ผลงานภาพยนตร์โฆษณาผลิตภัณฑ์
ซิคเคิ้ลท ชุด Home, Park, Beach.
รางวัลD& AD (UK.) ผลงานภาพยนตร์โฆษณาผลิตภัณฑ์
ซิคเคิ้ลท ชุด Home, Park, Beach.
รางวัลCANNES Award 50th (France)
ผลงานภาพยนตร์โฆษณา
ผลิตภัณฑ์ซิคเคิ้ลท ชุด Home, Park, Beach.