

การสื่อสารอัตลักษณ์สู่การเป็นศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม
Identity Communication to the National Artist in the Painting Category of

Visual Arts

เชิด ด้วงไพรี*

Cherd Doungpiree

จิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์**

Titipat Iamniyun

วิทยารท ทอแก้ว**

Wittayathorn Torkaew

Received : December 20, 2017

Revised : February 5, 2018

Accepted : March 30, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. การสื่อสารอัตลักษณ์บุคคล 2. การสื่อสารอัตลักษณ์ผลงาน และ 3. การสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคมของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ แหล่งข้อมูลประกอบด้วย 1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ศิลปินแห่งชาติด้านจิตรกรรม จำนวน 10 คน 2) ผลงานจิตรกรรมของศิลปินแห่งชาติ จำนวน 20 ผลงาน เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ และแบบวิเคราะห์ผลงานจิตรกรรม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารอัตลักษณ์เข้าสู่การเป็นศิลปินแห่งชาติ คือ 1) การสื่อสารอัตลักษณ์บุคคล คือ ศิลปินต้องศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้งก่อนวาดภาพ รัก ขอบวาดภาพ พุดหรือเขียนตามผลงานที่ทำ อารมณ์ดีละเอียดอ่อน แต่งกายมีเอกลักษณ์ สร้างผลงานต่อเนื่องสม่ำเสมอ 2) การสื่อสารอัตลักษณ์ผลงาน คือ ไม่จำกัดขนาด วัสดุ และสี ผลงานเป็นนามธรรม คือ แสดงความรู้สึกออกมาเป็นภาพสัญลักษณ์ ที่มาของความคิดเนื้อหา เป็นความเชื่อเรื่อง ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และพุทธศาสนา หลักการจัดภาพออกนอกกรอบของทฤษฎี รูปทรงในภาพมีการดัดแปลงจากธรรมชาติ ระบายสีเรียบและทิ้งร่องรอย 3) การสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคม คือ สื่อด้วยหนังสือ สิ่งพิมพ์ สุจิตร์ พุดให้สัมภาษณ์ สื่อออนไลน์ การแสดงผลงาน คือ มีสถานที่ ผลงาน สุจิตร์ แสดงผลงานทุกปี เป้าหมายผู้ชมทุกคน ไม่ประเมินผลอย่างเป็นทางการ การเป็นศิลปินแห่งชาติ มีการเสนอผลงานตามเกณฑ์การตัดสินโดยผู้อื่น ผลงานมีเอกลักษณ์เฉพาะของตนเอง มีการแสดงผลงานสู่สังคมต่อเนื่อง สม่ำเสมอ

คำสำคัญ : การสื่อสารอัตลักษณ์ / การเป็นศิลปินแห่งชาติ / สาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม

*นักศึกษาลัทธิสุตตรปรัชญาคุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Doctor of Philosophy Program students Communication Arts Sukhothai Thammathirat Open University

**อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Lecturer in Communication Arts Sukhothai Thammathirat Open University

ABSTRACT

The purpose of this research is to study the identity of national artists in the field of visual arts. 1. Communication of identity, 2. Communication, identity, contribution, 3. Communication, social identity. Qualitative Research The research tools were interviews and analysis of 20 paintings. The data were analyzed by descriptive analysis. The research found that: 1) Identity communication is an artist who needs to study deeply before painting, love to draw, speak or write according to the work done. Good mood Unique costume Make continuous contributions. 2) Communication Identity The work is not limited to material size and color. The abstract work is to express a symbolic image. Source of content ideas It is a belief in nature, the environment, and Buddhism. The shape of the image is adapted from nature. Paint smooth and leave traces.

Keywords : Identity Communication / Being a National Artist / Visual Arts in Painting

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสื่อสารกับอัตลักษณ์ของมนุษย์ เป็นการบอกคนอื่นว่า “เราเป็นใคร” ต่างกับคนอื่นอย่างไร ท้ายที่สุดก็เพื่อบ่งชี้ให้ชัดว่า ในคุณลักษณะทั้งหมดของบุคคลนั้นรวมความแล้วคือใคร เดอ ฟินา (De Fina, A. 2011) ในขณะที่ อิริคสัน (E. Erikson) นิยามว่า “อัตลักษณ์ คือ ความเป็นตัวของตัวเองที่คงตัวเหมือนเดิมและมีลักษณะรวมบางอย่างที่สำคัญร่วมกับคนอื่น” (E. Erikson., et al., quoted in Kanchana Kaewthep, 2011) และ แฮชท์ (M. Hecht) เห็นว่าอัตลักษณ์นั้นมีความเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา (M. Hecht, et al., quoted in Littlejohn, 2009) จึงมีแนวคิดว่าจะอะไรที่คงตัวและอะไรที่เป็นพลวัต สอดคล้องกับงานวิจัยของ Naphaphorn Hongthong (2004) เรื่อง “อัตบุคคลในทัศนะของฉากลากทอง” พบว่ามนุษย์เป็นผู้สร้างตัวตนของตัวเอง จึงกล่าวได้ว่า มนุษย์มีอำนาจที่จะสร้างอัตลักษณ์ตัวเองได้ แล้วบุคคลที่มีความโดดเด่น มีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับในสังคม เขามีอัตลักษณ์อย่างไร ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาศิลปินแห่งชาติว่า เขาเป็นใคร มีอัตลักษณ์รวมอย่างไร สื่อออกสู่สังคมด้วยวิธีไหน

กล่าวคือ ศิลปินแห่งชาติ เป็นผู้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะอันทรงคุณค่า และแสดงศักดิ์ศรีของชาติ โดยได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2553, 2553) ทูลเกล้าเพื่อแต่งตั้งเป็นศิลปินแห่งชาติ ตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2528 ถึงปัจจุบัน (2558) มีจำนวน 26 ท่าน เสียชีวิตแล้ว 11 ท่าน ยังมีชีวิตอยู่ 15 ท่าน ศิลปินดังกล่าวได้รับรางวัลระดับเหรียญทองในการประกวดผลงานระดับชาติ และระดับสากลทั้งสิ้น นั่นหมายความว่า เฉพาะตัวบุคคลจะต้องมีคุณสมบัติที่ดี ถือว่าเป็นอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนที่อยู่ในทำนองครองธรรม คือส่วนสำคัญที่ประกอบสร้างเป็นศิลปินแห่งชาติ (Department of Cultural Promotion, 2013) อัตลักษณ์ตัวตนดังกล่าว เช่น ทักษะคติ ประสบการณ์ อายุ เพศ การศึกษา ภาษา พูด-เขียน น้ำเสียง ท่าทาง อารมณ์ การดำเนินชีวิต การแต่งกาย เป็นต้น

สิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา คือ ศิลปินแห่งชาติด้านจิตรกรรม ซึ่งเป็นผู้สร้างศิลปะด้านการวาดภาพพระบารมีเป็นศิลปะที่สัมผัสความงามด้วยตา สร้างเรื่องราวลงในพื้นที่ราบกว้างกับยาว เนื้อหาผลงานสื่อให้เห็นถึงภูมิปัญญาของผู้สร้างสรรค์ และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัว สอดคล้องกับทฤษฎีทางสุนทรียศาสตร์ ระบุถึงความงามที่มนุษย์สร้าง ศิลปินสร้างสื่อสัญลักษณ์ที่เป็นชิ้นงานไว้ให้กับแผ่นดินอันทรงคุณประโยชน์มากมาย เพราะเมื่อผลงานถูกสร้างสรรค์ขึ้น แล้วสื่อสารออกสู่สังคม สามารถบอกได้ว่า ผลงานชิ้นนั้นแสดงให้เห็น

สัญลักษณ์ และเอกลักษณ์ที่เป็นตัวตนของศิลปินเหล่านั้น นั้นหมายความว่าศิลปินได้สื่อสารคุณลักษณะหรือคุณสมบัติต่างๆ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ผ่านตัวผลงานภาพวาด สะท้อนความเป็นตัวตนของศิลปินเอง การสื่อสารผ่านผลงานที่เรียกว่าจิตรกรรม ศิลปินนำเสนอรูปแบบ เนื้อหาของผลงาน ใช้เทคนิคการจัดองค์ประกอบศิลป์ การใช้สี รูปทรง หรือจัดแบบอิสระตามประสบการณ์ของศิลปิน ศิลปินเลือกในการสร้างผลงานให้คงทนอย่างไร ทำให้จึงเรียกได้ว่าเป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ของศิลปินคนนั้น ซึ่งเป็นภาษาชนิดหนึ่งด้วย

สิ่งที่ตามมาคือ แนวคิดการสื่อสารเชิงอวัจนภาษาตามแนวทางของ วินเดน Wilden, A. (1980) ได้ให้นิยามของ อวัจนภาษาว่า การสื่อสาร ซึ่งเนื้อหาสาระที่มนุษย์สื่อสารโดยส่วนใหญ่อยู่ในรูปของการสื่อสารที่ต้องอาศัยสัญลักษณ์ต่างๆ และ Aruneepapha Hometsee (2003) ให้แนวคิดขั้นตอนการเกิด การสื่อสารอวัจนภาษาว่า เป็นการสื่อสารด้วยท่าทาง เสียง และภาษารูปสัญลักษณ์ แทนความหมาย การวิจัยเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ของศิลปินแห่งชาติด้านจิตรกรรม ศิลปินย่อมมีการสื่อสารความเป็นตัวตน และผลงานจิตรกรรมผ่านช่องทางไปตามลักษณะดังกล่าว

จากประเด็นข้างต้น ศิลปินสื่อสารอัตลักษณ์ในการสร้างสรรค์งานจิตรกรรม (painting) อย่างไร ผลงานจิตรกรรมของศิลปินแห่งชาติเกี่ยวข้องกับ ทฤษฎีสัญศาสตร์ หรือ สัญวิทยา (semiotics) ตามแนวคิดของ นักวิชาการ โซซูร์ (Saussure) และเพียร์ซ (Peirce) สอดคล้องกันว่า สัญยะ (sign) คือการศึกษาความหมายที่มากกว่าตัวมันเอง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสื่อสารโดยตรง และสัญญะจะเกิดขึ้นได้นั้นผู้สื่อจะต้องตั้งใจประกอบสร้างขึ้นมา ด้วยบริบทของสังคม วัฒนธรรม กาลเทศะ (Kaewthep, K., 2005) ทฤษฎีสัญวิทยาจะเป็นแนวทางไปสู่คำตอบได้ในประเด็น การสื่อสารอัตลักษณ์บุคคลและผลงานของศิลปินแห่งชาติด้านจิตรกรรม สิ่งสำคัญที่สุด ศิลปินแห่งชาติสื่อสารอัตลักษณ์ตัวตน ผลงานที่มีคุณค่าและคุณประโยชน์นั้น ออกสู่สังคมด้วยวิธีการพูด การพิมพ์ ทางสื่อเทคโนโลยี หรือการแสดงผลงานจิตรกรรมหรือไม่ จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ทางด้านการสื่อสารอัตลักษณ์ของบุคคล ผลงาน และสื่อสารอัตลักษณ์ออกสู่สังคมของศิลปินแห่งชาติ เป็นไปได้ว่า ศิลปินนั้นมีความเป็นตัวตน ทั้งที่คงตัวเหมือนเดิม และมีอัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นใหม่ ย่อมสื่อผ่านช่องทางต่างๆ ออกสู่สังคมเพื่อให้สังคมได้รับรู้

ผู้วิจัยจำเป็นต้องศึกษา การสื่อสารอัตลักษณ์ดังกล่าว ว่าศิลปินประกอบสร้างตัวตนขึ้นมาหรือไม่อย่างไร และความสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ศิลปินใช้วิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ดังกล่าวแบบใด จึงได้รับการพิจารณาแต่งตั้งเป็นศิลปินแห่งชาติ ซึ่งในรอบปีจะได้รับการคัดเลือกหนึ่งหรือสองคนเท่านั้น และบางปีก็ไม่มีเลย จากที่ได้กล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าการค้นหาคำตอบ เรื่อง การสื่อสารอัตลักษณ์ของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม ประเด็นการสื่อสารอัตลักษณ์บุคคล ผลงาน และอัตลักษณ์ทางสังคมของศิลปินแห่งชาติ มีความจำเป็นอย่างมากสำหรับคำตอบที่ว่า ศิลปินสื่อสารอัตลักษณ์บุคคลซึ่งเป็นตัวศิลปินเองอย่างไร สื่อสารอัตลักษณ์ผลงานแบบไหน และสื่อให้สังคมทราบด้วยกลวิธีใด ซึ่งผู้ใช้ประโยชน์จากการวิจัยจะได้นำองค์ความรู้ที่ได้ไปเป็นแนวทางในการนำข้อค้นพบให้กับศิลปินรุ่นใหม่เพื่อสร้างสรรค์ผลงานคุณภาพด้านจิตรกรรม ในการสื่อสารอัตลักษณ์เข้าสู่การเป็นศิลปินแห่งชาติสาขา

ทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม และเป็นแนวทางในการนำเทคนิควิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคมของศิลปินเป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการคัดเลือกศิลปินแห่งชาติ ให้กับคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม นำเสนอต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังสามารถนำองค์ความรู้เกี่ยวกับข้อค้นพบการสื่อสารอัตลักษณ์บุคคล ผลงาน สังคม สู่สถาบันการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์บุคคลของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม
2. เพื่อศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ผลงานของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม
3. เพื่อศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคมของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิเคราะห์ผลงานจิตรกรรม ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ตามวิธีการดังต่อไปนี้

1. แหล่งข้อมูล

1.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) มีภูมิลำเนา ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ จำนวน 10 คน และมีเกณฑ์คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ 1) มีชีวิตอยู่ในปัจจุบัน 2) สุขภาพร่างกายแข็งแรงมีความพร้อมในการให้ข้อมูล

1.2 ผลงานของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม จำนวน 20 ผลงาน จากศิลปินแห่งชาติ 10 คนๆ ละ 2 ผลงาน แบ่งเป็น 2 ยุค คือยุคก่อนและหลังเป็นศิลปินแห่งชาติ ยุคละ 1 ชิ้น

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เป็นคำถามปลายเปิด (open-ended questions) นำไปใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ 1) ข้อมูลปัจจุบันของผู้ให้สัมภาษณ์ 2) การสื่อสารอัตลักษณ์บุคคลของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ประเภทจิตรกรรม 3) การสื่อสารอัตลักษณ์ผลงานของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม 4) การสื่อสารอัตลักษณ์ด้านสังคมของศิลปินแห่งชาติประเภทจิตรกรรม แบบวิเคราะห์ผลงานจิตรกรรม นำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากผลงานจิตรกรรมของศิลปินแต่ละคนๆ ละ 2 ผลงาน รวม 20 ผลงาน เพื่อศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ด้านผลงานของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ประเภทจิตรกรรม โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ 1) คุณลักษณะทั่วไปของผลงาน 2) เนื้อหาของผลงาน 3) กระบวนการสร้างผลงาน 4) สรุป การสื่อสารอัตลักษณ์ตัวตน และอัตลักษณ์ผลงาน ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่สร้างขึ้นโดยขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ (content validity)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์ เก็บข้อมูล จากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกต การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบวิเคราะห์ผลงานจิตรกรรม เก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยการถ่าย และเก็บภาพผลงานของศิลปินอย่างละเอียด ทั้ง 20 ผลงาน ของศิลปินแห่งชาติ ทั้ง 10 คน พร้อมเอกสารที่ศิลปินใช้อธิบายผลงาน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์

สรุปผลการวิจัย

1. การสื่อสารอัตลักษณ์บุคคลของศิลปินแห่งชาติด้านจิตรกรรม

1.1) ประสบการณ์ เพศ การศึกษา พบว่า ประสบการณ์ของการเป็นศิลปินแห่งชาติ ต้องทำงานจากแรงบันดาลใจไปสู่ความงามไม่มีที่สิ้นสุด ช่วยชาติช่วยสังคมทางด้านศิลปะ เพศไม่มีอุปสรรคต่อการทำงานจิตรกรรม ต้องศึกษาสิ่งต่างๆ อย่างลึกซึ้ง ชนิดเข้าถึงแก่น เพื่อสร้างงานศิลปะ 1.2) ทัศนคติด้านศิลปะ พบว่า

รักศิลปะ และชอบเขียนรูป 1.3) ใช้ภาษาพูดเขียนตามเนื้องานที่ทำ 1.4) การใช้อารมณ์ พบว่า ศิลปินมีอารมณ์ที่ตลกขี้ขลาด ละเอียดอ่อนด้านสุนทรียะ 1.5) การแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ 1.6) การดำเนินชีวิต พบว่า ต้องทำงานต่อเนื่องสม่ำเสมอ

2. การสื่อสารอัตลักษณ์ผลงานของศิลปินแห่งชาติด้านจิตรกรรม

2.1) ผลงานจิตรกรรม ไม่จำกัดขนาด วัสดุ สี 2.2) รูปแบบนามธรรม 2.3) ที่มาของความคิดและเนื้อหา เป็นความเชื่อ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและพุทธศาสนา หลากหลาย 2.4) หลักการจัดวางภาพ ใช้หลักความเหมาะสมนอกกรอบทฤษฎี 2.5) รูปทรง ดัดแปลงจากธรรมชาติ 2.6) วิธีการระบายสีแบบเรียบและทิ้งร่องรอยโทสีไม่กำหนด มาจากเรื่องราวเนื้อหาอารมณ์

3. การสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคมของศิลปินแห่งชาติด้านจิตรกรรม

3.1) การสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคม เป็นสื่อ หนังสือ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ สื่อบัตร การพูดให้สัมภาษณ์ การพูดบรรยาย วิทยุโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ 3.2) การแสดงงานผลงาน มีสถานที่ รูปที่แสดง สื่อบัตร แสดงผลงานทุกปี กลุ่มเป้าหมาย ทุกคน การประเมินใช้สมุดแสดงความคิดเห็น 3.3) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะผลงานต้องสร้างสรรค์ มีสไตล์ของตนเอง ศิลปินมีบุคลิกเฉพาะ ทำงานส่งผลสู่สังคม เป็นศิลปินแห่งชาติได้จากผลงานที่ทำไว้และการนำเสนอจากองค์กรภาครัฐและเอกชน

อภิปรายผลการวิจัย

1. การสื่อสารอัตลักษณ์บุคคลของศิลปินแห่งชาติด้านสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม

1.1 พบว่า ประสบการณ์ของการเป็นศิลปินแห่งชาติ ต้องทำงานหนักจากแรงบันดาลใจไปสู่ความงามไม่มีที่สิ้นสุด ช่วยชาติช่วยสังคมทางด้านศิลปะ แต่ศิลปินแห่งชาติเป็นตอนอายุมากขึ้นไป แต่สิ่งสำคัญคือศิลปินต้องศึกษาสิ่งต่างๆ อย่างลึกซึ้ง ชนิดเข้าถึงแก่น ก่อนที่จะสร้างงานศิลปะ สอดคล้องกับทัศนะของ Kaewthep, K. (2005) ที่พบว่า อัตลักษณ์ไม่ได้ติดตัวเรามาตั้งแต่เกิดทั้งหมด แต่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา (Socially constructed) กล่าวคือ เพศ อายุ เป็นอัตลักษณ์ที่ติดตัว ส่วนประสบการณ์ การศึกษา ถูกประกอบสร้างความภายหลัง และสอดคล้องกับงานของ บรัสเซียร์ Brassieur, C.R. (1999) ศึกษา อัตลักษณ์ความเป็นฝรั่งเศสของกลุ่มคนในกลางหุบเขาแม่น้ำมิสซิสซิปปี พบว่า ประสบการณ์ การศึกษา เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง และอัตลักษณ์ของกลุ่มที่ปฏิบัติมาเหมือนกัน

1.2 การสื่อสารอัตลักษณ์ ด้านทัศนคติต่อศิลปะและต่อมนุษย์ พบว่า ศิลปินมีความรักศิลปะและชอบเขียนรูป จากข้อพิสูจน์เห็นได้ว่า ศิลปะมีความจริง ความดี และความงาม เป็นทัศนคติในทางบวก ซึ่งผู้ทำงานศิลปะรู้สึกเช่นนั้น สอดคล้องกับแนวคิดของ โรเจอร์ (Roger) ได้กล่าวว่า ทัศนคติเป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรต่อคน วัตถุ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ มีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่งๆ (Roger, 1978, quoted in Suraphong Sothanasathien, 1990) และสอดคล้องกับ แบบจำลองการสื่อสาร ของ เดวิด เบอโรโล ที่กล่าวว่า ทัศนคติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นวิธีการที่บุคคลประเมินสิ่งต่างๆ โดยความโน้มเอียงของตนเอง เพื่อให้เข้าถึงหรือหลีกเลี่ยงสิ่งนั้นๆ (David Berlo, 1960) ในทิศทางเดียวกันงานของ Hongthong, N. (2004) ที่ศึกษาอัตบุคคลในทัศนะของฉากลสากอง พบว่า มนุษย์เป็นผู้สร้างตัวตนของตัวเอง เป็นผู้กำหนดคุณค่าและความหมายแก่ตัวเองในสิ่งต่างๆ มนุษย์จึงเป็นนายของตัวเอง

1.3 การสื่อสารอัตลักษณ์ด้าน ภาษาในการพูดการเขียน พบว่า ภาษาพูดหรือภาษาเขียนที่ของศิลปินนั้น คือพูดและเขียนตามเนื้องานที่ทำ ศิลปินส่วนใหญ่ มีการสื่อสารอัตลักษณ์จากภาพวาด การเข้าใจศิลปิน

อาจจะต้องแปลจากภาพเขียน สอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารเชิงอวัจนภาษา ของ กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย ที่กล่าวว่า การสื่อสารเชิงอวัจนภาษา เช่น ภาษารูปภาพ เป็นการใช้อยุทธศาสตร์ภาษาที่ต้องแปล และมีประสบการณ์ในการตีความ (Chokrainsukchai, K., 2007)

1.4 การสื่อสารอัตลักษณ์ด้าน การใช้อารมณ์ พบว่า ศิลปินมีอารมณ์ที่ดีลึกซึ้งซ่อนอยู่ในจิตใจ จะละเอียดอ่อนด้านสุนทรียะ กล่าวคือ ศิลปินแห่งชาติ สร้างงานศิลปะสม่ำเสมอ ย่อมมีอารมณ์สุนทรียะ เป็นอารมณ์ที่ดีที่เกี่ยวกับบริบทของงานที่ทำ สอดคล้องกับ (Kaewthep, K., 2005) ที่กล่าวไว้ว่า อัตลักษณ์ก็ยังเกี่ยวข้องกับ มิติ "ภายใน" ของความเป็นตัวเราทั้งในด้านของอารมณ์ ความรู้สึก เพราะมนุษย์ให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายที่เกี่ยวกับตนเอง กับโลกและปริณพทลของอัตลักษณ์มันซ้อนทับกันอยู่ ซึ่งเป็นระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล

1.5 การสื่อสารอัตลักษณ์ด้าน การแต่งกาย ของศิลปิน พบว่า การแต่งกาย เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองตามความเชื่อ เลือกที่เหมาะสมเฉพาะบุคคล สอดคล้องกับ Satawatin, P. (2003) ที่กล่าวว่า การแต่งกาย (dress) เป็นจุดเริ่มแรกของการเกิดทัศนคติในรูปแบบต่างๆ ของผู้พบเห็น การแต่งกายจะทำให้เรารู้จักคนที่ใส่มากขึ้น สอดคล้องกับ (Witthawet, W. & Wannapok, S., 2009) ซึ่งกล่าวว่า การแต่งกายไม่ได้มีกฎเกณฑ์ตายตัว ให้มีความเหมาะสม สะอาด เรียบร้อย สังคมมีเกณฑ์ต่างกัน ตามกาลเทศะ สมัยนิยม

1.6 การสื่อสารอัตลักษณ์ด้าน การดำเนินชีวิต ของศิลปิน พบว่า ศิลปินแห่งชาติมีการดำเนินชีวิต โดยการทำงานต่อเนื่องสม่ำเสมอ ช่วยเหลือสังคม เพราะเป็นงานที่รักและชอบ สอดคล้องกับ Serirat, S., et al. (2009) กล่าวถึง รูปแบบการดำรงชีวิตในโลกมนุษย์ แสดงออกในรูปของกิจกรรม ความสนใจ ความคิดเห็น สอดคล้องกับทัศนะของ Jaturongkun, A. (2007) ที่กล่าวว่า การดำเนินชีวิตของมนุษย์มีหลักเกณฑ์ เริ่มที่สังคมและวัฒนธรรม เราเรียกว่า แบบของการใช้ชีวิต

2. การสื่อสารอัตลักษณ์ผลงานของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม

2.1 คุณลักษณะทั่วไปของผลงานจิตรกรรม พบว่า ผลงานจิตรกรรม ไม่จำกัดขนาด วัสดุ สี เช่น กระดาษ ผ้า ไม้ ผนัง พลาสติก ฯลฯ สอดคล้องกับ N. Na Paknam (1997) ที่กล่าวว่า จิตรกรรมเป็นการวาดรูป การระบายสี ด้วยดินสอ สีชอล์ก สีฝุ่น สีน้ำ สีน้ำมัน ฯลฯ วัสดุใดก็ได้ถือว่าเป็นจิตรกรรมทั้งสิ้น สอดคล้องกับ (Tangcharoen, W., 2009) ที่กล่าวว่า สุนทรีศาสตร์หลังสมัยใหม่ ศตวรรษที่ 20 ถึง ปัจจุบัน มุ่งเน้นความคิด การรับรู้และการตีความภาพความคิดในสมอง นำเสนอสื่อแสดงออกทางศิลปะที่หลากหลาย มิได้ติดยึดอยู่กับสื่อแสดงออกจากอดีตเท่านั้น

2.2 รูปแบบของผลงานจิตรกรรม พบว่า ศิลปินสร้าง เป็นรูปแบบนามธรรม คือ ผ่านกระบวนการสกัดมาจากของจริง รูปแบบสับสนแปลกเปลี่ยนไป ซึ่งไม่เหมือนจริงที่เห็นตรงหน้า สอดคล้องกับแนวคิดของ (Ketpetch, C., 2013) ที่ว่า รูปแบบนามธรรม เป็นการสร้างสรรค์งานศิลปะที่ไม่มีรูปแบบและเรื่องราวเหมือนจริง ศิลปินที่ถ่ายทอดลงในผลงานการสร้างสรรค์รูปแบบตามความรู้สึก และสอดคล้องกับ (Taothong, S., 1993) ที่กล่าวว่า ศิลปะไร้รูปลักษณ์ หรือศิลปะนามธรรม เป็นศิลปะที่แสดงสุนทรีภาพที่แยกความรู้สึกหรืออารมณ์ออกจากรูปทรงที่เป็นจริง ซึ่งผู้ดูจะรับรู้และซาบซึ้งได้ตามเอกภาพโดยไม่จำเป็นต้องเข้าใจตรงกับผู้สร้างสรรค์

2.3 ที่มาของความคิด พบว่า ที่มาของความคิดและเนื้อหา เป็นความเชื่อ ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและพุทธศาสนา หลากหลาย ศิลปินแห่งชาติมีแรงบันดาลใจ จึงจะมีผลงานขึ้นมาได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ (Tinanon, S., 1998; Taothong, S., 1993; Phuamdee, S., 2003) ที่สรุปได้ว่า ที่มาของความคิดหรือแรงบันดาลใจของศิลปินมาจาก ความจริง ความดี ความงาม ของธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความเชื่อ ถือว่าเป็น

ครู เป็นแรงบันดาลใจที่จะถ่ายทอดความประทับใจจากความรู้สึกภายในผ่านผลงานศิลปะส่วนใหญ่เป็นภาพที่แสดงพลังความคิด

2.5 หลักในการจัดวางภาพ พบว่า ศิลปินจัดตามความเหมาะสม คตินอกทฤษฎี สอดคล้องกับ (Kulpisan, P., 1988) ที่กล่าวว่า การทำงานของศิลปิน ดูเผินๆ ก็เหมือนกับว่าไม่มีหลักเกณฑ์ใดๆ เพราะมุ่งแสดงอารมณ์ และความรู้สึกส่วนตัวมาก แต่ที่จริงแล้วในความรู้สึกที่ปราศจากหลักเกณฑ์นั้นแฝงไว้ด้วยความถูกต้องตามหลักการออกแบบอยู่แล้ว ความมีทักษะและประสบการณ์อันยาวนาน ทำให้ดูเหมือนว่าหลักเกณฑ์นั้นเป็นเรื่องธรรมดา ในทางทัศนศิลป์ไม่ได้แบ่งหลักเกณฑ์เรื่องนี้ไว้ตายตัว และสอดคล้องกับ (Taothong, S., 1993) ที่ว่า หลักในการจัดวางภาพ พิจารณางานศิลปะว่ามีความงาม และความเหมาะสมเพียงใด โครงสร้างทางศิลปะประกอบด้วย ดุลยภาพ (Balance) และหลักการอื่นๆ แต่หลักการเหล่านี้มิได้เป็นกฎเกณฑ์ตายตัว

2.6 การสื่อสารอัตลักษณ์ รูปทรงภายในภาพ พบว่า เป็นรูปทรงดัดแปลงจากธรรมชาติ รูปทรงเรขาคณิต รูปทรงอิสระ ซึ่งสอดคล้องกับ (Taothong, S., 1993) ที่ว่า การประกอบกันของรูปทรง ทำได้โดยใช้การนำรูปเรขาคณิต รูปทรงธรรมชาติ และรูปทรงอิสระ (Ketpetch, C., 2013) และสอดคล้องกับแนวคิดการใช้รูปทรงของ (Phichayapiboon, W., 1981) และ (Nimsamer, C., 1991) ที่มีแนวคิดว่า รูปร่างเป็นองค์ประกอบหนึ่งของรูปทรง (Form) ศิลปินจะเขียนรูปร่างและจัดภาพใหม่โดยถ่ายทอดจากธรรมชาติ จากจินตนาการมาเป็นภาพจิตรกรรม ศิลปินจะมองลึกเข้าไปถึงคุณค่าของความงามของรูปร่าง ที่สร้างขึ้นทั้งตามหลักสุนทรียภาพ และรูปทรงให้ความพอใจต่อความรู้สึกสัมผัส เป็นความสุขทางตา พร้อมกันนั้นก็สร้างเนื้อหาให้กับรูปทรงเอง ซึ่งรูปทรง มี 3 ประเภท คือ รูปทรงเรขาคณิต รูปทรงอินทรีย์ และรูปทรงอิสระ

2.7 กระบวนการสร้างผลงาน เรื่อง การใช้สี พบว่า ศิลปินมีวิธีการระบายสีที่เกลี่ยเรียบและแสดงร่องรอยตามเนื้อหา ไม่กำหนดโทนสี มาจากเรื่องราวเนื้อหาอารมณ์ สอดคล้องกับ (Tangcharoen, W., 1997) ที่ว่า วิธีการระบายสี เป็นเทคนิควิธีการสร้างความรู้สึกของศิลปิน ซึ่งจะทำให้ผลงานการระบายสีออกมาในลักษณะต่าง เช่น เกลี่ยเรียบ และแสดงให้เห็นร่องรอย

3. การสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคมของศิลปินแห่งชาติสาขาศิลปินด้านจิตรกรรม

3.1 การสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคมด้านการพูด การพิมพ์ ป้ายโฆษณา สื่อเทคโนโลยีและสื่อใหม่ พบว่า ศิลปินแห่งชาติสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคม เป็นสื่อ หนังสือ สิ่งพิมพ์ต่างๆ สุจิตร์ สอดคล้องกับ Numnon, S. (1996) กล่าวว่า สื่อสิ่งพิมพ์ มีความหมายรวมไปถึงสิ่งพิมพ์ทุกประเภท และ สอดคล้องกับ Saowapak, N. (1999) ที่ว่า สื่อสิ่งพิมพ์ ใช้วัสดุกระดาษพิมพ์ เพื่อแจกจ่ายให้กับผู้อ่านได้คราวละมากๆ เช่น หนังสือ นิตยสาร จุลสาร หนังสือพิมพ์ ใบปลิว แผ่นพับ คู่มือ ฯลฯ การสื่อสารด้วยการพูด เป็นการพูดให้สัมภาษณ์ การพูดบรรยาย พูดทุกช่องทาง สอดคล้องกับแนวคิดของ อรุณีประภา หอมเศรษฐี ที่ว่า เป็นการสื่อความหมายของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เช่น การพูดคุย อภิปราย การประชุมสัมมนา การเรียนการสอน ตลอดจนการติดต่อสื่อสารอื่นๆ ผู้สื่อสารสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อกันได้ (Hom Setthi, A., 1987) พบว่า ศิลปิน สื่อผ่านสื่อเทคโนโลยีและสื่อใหม่ ช่องทางอินเทอร์เน็ต วิทยุโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับ Wittayarat, S. (1999) ที่กล่าวว่า สื่อใหม่ เป็นระบบการสื่อสารหรือเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต บริการระดับ เวิลด์ไวด์เว็บ บริการข้อมูลออนไลน์เชิงพาณิชย์ เป็นต้น ขณะที่ (Kaewthep, K. & Chaikhunphon, N., 2012) มีแนวคิดที่ว่า สื่อใหม่ (New Media) เป็นสื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลายของสื่อในตัวเองและมีความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ เพื่อใช้ส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งเฉพาะบุคคลและ เครือข่ายอื่นๆ

3.2 การสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคมด้านการจัดแสดงผลงานจิตรกรรม พบว่า ศิลปินต้องแสดงผลงานทุกปี มีสถานที่ รูปที่แสดง จำนวนผลงานที่แสดง เฉลี่ย 60-90 ผลงาน-เนื้อหา ศาสนา ความเชื่อ วิถีไทย ธรรมชาติ แบบสากล-ประชาสัมพันธ์ทุกสื่อ-กลุ่มเป้าหมายทุกคน-มีสมุดแสดงความคิดเห็นการชมงาน สอดคล้องกับ แนวคิดของ พงษ์ศักดิ์ ประจุศิลป์ ที่ให้ความหมายของนิทรรศการ คือการแสดงการให้การศึกษาอย่างหนึ่ง ด้วยการแสดงงานให้ชม ซึ่งประกอบด้วยของจริง สิ่งของ ภาพถ่าย และแผนภูมิ สิ่งของต่างๆ ที่จะนำออกมาแสดง ในการจัดเตรียมจะต้องจัดอย่างมีระเบียบเรียบร้อยดูง่ายและคำนึงถึงความแจ่มชัดรวมทั้งก่อให้เกิดความรู้ช่วยให้ผู้ชมเข้าใจข้อมูล โดยใช้ข้อความสั้นๆ อธิบายประกอบ ซึ่งควรจะมีควมน่าสนใจน่าดูน่าชมด้วย (Prajusailp, P., 1992) แต่ไม่สอดคล้องในบางประการ กับแนวคิดทางด้านขั้นตอนในการจัดงานหรือจัดนิทรรศการของ อิศศักดิ์ อัครบรร และวัฒน์ จูฑะวิภาต ที่สรุปว่า ขั้นตอนในการจัดนิทรรศการ จะต้องมีการประเมินผลด้วย (Akaraboworn, T. & Jutawipat, W., 1999) จากการศึกษาหาคำตอบ ศิลปินแห่งชาติ ไม่ประเมินผลการแสดงผลงาน เพราะไม่ได้สร้างสรรค์ผลงานตามความคิดของใคร

3.3 การสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคมด้านความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ พบว่า ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ผลงานต้องสร้างสรรค์มีสไตล์ของตนเอง ศิลปินมีบุคลิกเฉพาะ ทำงานส่งผลสู่สังคม ผลงานเผยแพร่ทางสังคมสม่ำเสมอ เป็นศิลปินแห่งชาติได้จากผลงานที่ทำไว้และการนำเสนอจากองค์กรภาครัฐและเอกชน สามารถนำเสนอได้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับ แนวคิดของ เดอ ฟินา (De Fina, A.) กล่าวถึง การสื่อสารกับอัตลักษณ์ว่า มนุษย์เรานั้นสื่อสารโดยมีเป้าหมายที่จะบอกว่า “เราคือใคร” ในขณะที่เราใช้การสื่อสารบอกคนอื่นว่า “เราเป็นใคร” ท้ายที่สุดก็สื่อสารเพื่อจะบอกว่า “เราเหมือนหรือต่างกับเขาอย่างไร” เดอ ฟินา (De Fina, A. 2011) ในขณะที่แนวคิดของ แชทท์ (M. Hecht) ให้ทัศนะเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ว่ามีความหลากหลายและเคลื่อนย้ายเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา นั่นคือการประกอบสร้างขึ้นมาภายหลังได้ (M. Hecht, et al., 1980, quoted in Littlejohn, 2009)

จากงานวิจัยชิ้นนี้เพื่อให้เห็นภาพองค์ความรู้ใหม่ คือได้การสื่อสารอัตลักษณ์ร่วมทางด้านบุคคล ผลงาน และอัตลักษณ์ทางสังคมของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม ซึ่งเป็นข้อค้นพบที่ได้ศึกษาจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ สังเคราะห์แล้วได้องค์ความรู้ ที่เป็นวิธีการสื่อสารอัตลักษณ์การเข้าสู่การเป็นศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงแบบจำลองการสื่อสารอัตลักษณ์สู่การเป็นศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้

1. ศิลปินที่ทำงานด้านจิตรกรรมในประเทศไทย ควรนำองค์ความรู้หลักจากผลวิจัยการสื่อสารอัตลักษณ์บุคคลของศิลปินแห่งชาติ ด้านทัศนคติ คือ รักขอบวาดรูป ช่วยสังคมช่วยชาติด้านศิลปะ ศึกษาข้อมูลก่อนวาดภาพ ดำเนินชีวิตด้วยการทำงานต่อเนื่องสม่ำเสมอ การสื่อสารอัตลักษณ์ผลงาน ไม่จำกัด อุปกรณ์ ขนาด วัสดุ สี สร้างแรงบันดาลใจและเนื้อหา จากความเชื่อ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมพุทธศาสนา ความเป็นตัวเอง เป็นแบบไทย และสากล วิธีการสร้างสรรค์อาศัยหลักเหมาะสม ออกนอกทฤษฎีเพื่อแสวงหาตัวตน และการสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคมทางด้านการเผยแพร่ ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ทุกชนิดทั้งสื่อเก่าสื่อใหม่ แสดงผลงานทุกปี กลุ่มเป้าหมายทุกคน โดยนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ ในการเข้าสู่การเป็นศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรมต่อไป

2. คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม ควรนำแนวคิดและองค์ความรู้หลักจากผลวิจัย การสื่อสารอัตลักษณ์บุคคลของศิลปินแห่งชาติ โดยอาศัยกรอบพิจารณา ดังนี้ ศิลปินต้องศึกษาข้อมูลอย่างลึกถึงแก่นก่อนการวาดภาพ รักศิลปะและขอบวาดภาพ พุดหรือเขียนตามผลงานที่ทำ อารมณ์ละเอียดอ่อนลึกซึ้ง ทำงานจิตรกรรมอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ การสื่อสารอัตลักษณ์ผลงาน ไม่จำกัด ขนาด อุปกรณ์ วัสดุ และสี พัฒนางานมาจากของจริงที่มีอยู่ เนื้อหาประกอบด้วยความเชื่อ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม พุทธศาสนา เป็นแบบไทย และสากล ออกนอกทฤษฎีเพื่อแสวงหาตัวตน และการสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคม ด้วยการเผยแพร่ ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือ คู่มือ การบรรยายให้ความรู้ ใช้เทคโนโลยีสื่อสารงานศิลปะทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ แสดงผลงานจิตรกรรมเดี่ยว และร่วมแสดงงานทุกองค์กร ทุกปี ต้องประชาสัมพันธ์ทุกสื่อ เพื่อผู้ชมทุกคน มีสมุดแสดงความคิดเห็น ผลงานต้องสร้างสรรค์มีสไตล์ของตนเอง ไปใช้ประกอบเกณฑ์การคัดสรรเชิดชูเกียรติให้เป็นศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม ของศิลปินไทยต่อไป

3. สถาบันทางการศึกษา สามารถนำความรู้การสื่อสารอัตลักษณ์บุคคล ผลงานและการสื่อสารอัตลักษณ์ทางสังคมของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม ในงานวิจัยนี้ ไปเป็นแนวทางการสร้างหลักสูตรการเรียนการสอน ทางด้านทัศนคติและพฤติกรรม ดังนี้ ให้ผู้เรียนรักและชอบศิลปะ ศึกษาข้อมูลก่อนวาดภาพ ทำงานต่อเนื่องเป็นนิสัย สร้างสรรค์ผลงานไม่จำกัดวัสดุอุปกรณ์ สร้างแรงบันดาลใจจากการศึกษาธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม พุทธศาสนา ความเป็นตัวเอง ยึดหลักหลักเหมาะสม แสวงหาตัวตน และการเผยแพร่ผลงานด้วยสื่อสิ่งพิมพ์ที่หลากหลาย ใช้สื่อเทคโนโลยี ทั้งสื่อเก่า สื่อใหม่ แสดงผลงานทุกปี ให้กับผู้เรียนในสถาบันทางการศึกษาได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาต่อยอดการสื่อสารอัตลักษณ์ผลงานจิตรกรรมของศิลปินแห่งชาติ ด้านการใช้สัญลักษณ์ เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ไปสู่ สัญลักษณ์ (Symbol) แบรินด์ (Brand) ภาพลักษณ์ (Image) ต่อจากผลการวิจัยนี้ ซึ่งเป็นความรู้ ความหมายและคุณค่า กับประโยชน์ที่เกิดต่อสังคมประเทศชาติในการสื่อสารอัตลักษณ์ของศิลปินแห่งชาติสาขาทัศนศิลป์ด้านจิตรกรรม

References

- Akaraboworn, T. (1999). **Exhibitions and exhibitions**. (3 rd ed.). Bangkok : Thai Wattana Panich.
- Berlo, David K. (1960). **The Process Communication**. New York : Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Brassieur, C.R. (1999). **Expressions of French identity in the Mid-Mississippi Valley (Doctoral dissertation)**. A Dissertation presented to the Faculty of the Graduate School University-Columbia.
- Chokrainsukchai, K. (2007). **Language communication Style and use**. Bangkok : Chulalongkorn University.
- Cultural Promotion, Department. (2013). **Cultural Promotion Fund**. [Online]. Available : <http://www.culture.go.th/subculture3/> [2015, June 10].
- De Fina, A. (2011). **Discourse and Identity**. in Discourse Studies, Teun A. Van Dijk (ed) Sage Publications.
- Hongthong, N. (2004). **Attitude in the view of Jacque Lacan**. Master of Arts Thesis College Chiang Mai University.
- Homsetthi, A. (1987). **Introduction to Mass Communication**. (10 th ed.). Bangkok : University Ramkhamhaeng.
- Jaturongkul, A. (2007). **Marketing strategies**. Bangkok : Thammasat University.
- Judavipat, W. (1999). **Art exhibition**. Bangkok : Chulalongkorn University.
- Kaewthep, K. (2005). Theory of content / substance and meaning. **Communication Philosophy and Communication Theory, Unit 6**. Nonthaburi : Sukhothai Thammathirat Open University.
- _____. (2011). Minutes of the study group. New paradigm of Thai education communication. No. 6/2011. Bangkok: Thailand Research Fund (TRF).
- Kaewthep, K. & Khunphon, N. (2012). **New media study guide**. Bangkok : Senior Research Project Fund office Support research.
- Ketpetch, C. (2013). **Aesthetics in visual arts Chom Yut House**. [Online]. Available : http://www.baanjomayut.com/library2/extension4/the_visualaesthetics/08.html [2015, June 10].
- Kulphisan, P. (1988). **Conceptual and artistic perception**. Bangkok : Development of textbooks and academic documents Supervisory unit Department of Teacher Training.
- Littlejohn, S.W. & Foss, K.A. (eds). (2009). **Encyclopedia of Communication Theory**. Sage Publications
- National Cultural Act 2010**. (2010). Government Gazette. Volume 129, Episode 47 A. Page 38-40.
- Nimsamer, C. (1991). **Artistic elements**. Bangkok : Thai Wattana Panich.

- N. Na Paknam. (1997). **Thai mural painting**. Bangkok : Ancient City.
- Numnon, S. (1996). **Meaning and importance of print media In the teaching materials Introduction to print media (Unit 1)**. Nonthaburi : Sukhothai Thammathirat Open University.
- Phuamdee, S. (2003). **Creative painting : an analysis study of painting structure, fome and techniques of Joan Miro's paintings**. Master's degree thesis University of Srinakharinwirot.
- Pichayapiboon, W. (1981). **Understaning art**. Bangkok : O S Printing House.
- Prajusailp, P. (1992). **Design for the exhibition**. Bangkok : S. Siri Printing.
- Saowapak, N. (1999). **Writing for public relations**. Bangkok : Rajabhat Institute Bansomdejchaopraya.
- Satawatin, P. (2003). **Communication arts**. Bangkok : Photo Print.
- Serirat, S., et al. (2009). **Marketing management**. Bangkok : Thammasar.
- Sothasathien, S. (1990). **Social frog communication**. Bangkok : Chulalongkorn University.
- Tangcharoen, W. (1997). **Artpinij**. Bangkok : Love and Lip press.
- _____. (2009). **Aesthetics for life**. Bangkok : Santisiri Printing.
- Taothong, S. (1993). **Principles of visual arts**. (2 nd ed.). Bangkok : Nam Akson Printing House
- Tinanon, S. (1998). Art Aboriginal: There is nothing in the point with the limit. **Journal of Fine Arts**, (2).
- Wilden, A. (1980). **Sytem and structure**. New York : Tavisstock.
- Witthawet, W. & Wannapok, S. (2009). **Buddhism, M.1** (4 th ed.). Bangkok : Aksorncharoentasn.
- Witthayarat, S. (1999). **Introduction to publications**. Bangkok : Phisit Printing.