

กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการวางแผนภาคและเมือง ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

URBAN REVITALIZATION PROCESS THROUGH GRAFFITI



Mr. Napatch Suwannakit

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Urban and Regional Planning in Urban and Regional
Planning

Department of Urban and Regional Planning

FACULTY OF ARCHITECTURE

Chulalongkorn University

Academic Year 2019

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาท ของสตรีทอาร์ต
โดย	นายณพัชร สุวรรณกิจ
สาขาวิชา	การวางแผนภาคและเมือง
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	อาจารย์ ดร.สิริรัตน์ เสรีรัตน์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต

.....	คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจนนัฐิ)	
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	
.....	ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา เจียมณีโชติชัย)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.สิริรัตน์ เสรีรัตน์)	
.....	กรรมการ
(อาจารย์ ดร.พรสรร วิเชียรประดิษฐ์)	
.....	กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพิชชา ไตวิวิชัย)	

6073366425 : MAJOR URBAN AND REGIONAL PLANNING

KEYWORD: Graffiti, Street art, Symbolic economy, Urban revitalization, Public participation, Public space, Identity of city

Napatch Suwannakit : URBAN REVITALIZATION PROCESS THROUGH GRAFFITI. Advisor: SIRIRAT SEREERAT, Ph.D.

This research examines the urban revitalization process with Graffiti as street art within Thai context. Which images of graffiti in Thailand still shows the its degeneration, Meanwhile graffiti is used as a tool for revive the city. Make the city livable and motivate the economy and tourism. Then analyze elements that relate with the process of Graffiti and street art Project. And the public participation within the project from 3 case study areas. There are 3 parts of data for analyze including the area context from walking map, public attitudes and perceptions for graffiti as street art from questionnaire (n=572), details and process of graffiti and street art projects from interview. This research found that people can separate between the graffiti and wall art. They have positive attitudes about graffiti as street art. The results from interview showed the objective and the process from planning, proposing the project to the landowner, inviting the artists and information. The projects have been involved with Government factors, private organizations, non-profits organizations, artists and citizen.

CHULALONGKORN UNIVERSITY

Field of Study: Urban and Regional
Planning

Student's Signature

Academic Year: 2019

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จด้วยดี จากการช่วยเหลือของ อาจารย์ ดร. สิริรัตน์ เสรีรัตน์ ที่กรุณาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ทั้งสละเวลาในการให้คำปรึกษา แนะนำ และช่วยปรับแก้ไขเนื้อหาของวิทยานิพนธ์ อีกทั้งยังมอบหนังสือ วัสดุติดและอุปกรณ์ในการทำวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปริญญ์ เจียรณนิโชติชัย อาจารย์ ดร. พรสวรรค์ วิเชียรประดิษฐ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุพิชชา ไตรวิชัย ที่กรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมให้คำแนะนำในส่วนที่ขาดตกบกพร่อง เพื่อให้วิทยานิพนธ์สมบูรณ์ที่สุด

ขอขอบพระคุณ คุณประธาน โกมลหิรัณย์ และทีมงานกลุ่ม Spray brush ที่สละเวลามาให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 อีกทั้งยังแนะนำศิลปินสตรีทอาร์ตจากทั้ง 3 โครงการมาให้สัมภาษณ์เพิ่มเติม และเชิญชวนมาเยี่ยมชมโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตที่กำลังจัดแสดง

ขอขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร. บุษกร บินทสันต์ และอาจารย์ ดร. สิริธร ศรีชลาคม จากคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่สละเวลามาให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับโครงการ Chula art town และแนะนำช่องทางในการสำรวจและรวบรวมรายละเอียดภายในโครงการ Chula art town

ขอขอบพระคุณ คุณอรสา โตสง่า ตัวแทนจากกลุ่ม Signature of Phuket (SO Phuket) และประชารัฐรักสามัคคีภูเก็ต ที่สละเวลามาให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับโครงการ F.A.T. Phuket อีกทั้งยังให้ข้อมูลในเมืองภูเก็ตที่ไม่สามารถเข้าไปลงพื้นที่เนื่องจากสถานการณ์โควิด - 19

ขอขอบพระคุณ คุณเดเอล ฮอร์แกน (Bigdel) คุณเอกรัฐ นาคอนุเคราะห์ (Asin) คุณณัฐพงษ์ นาคประดิษฐ์ (Misterbows) คุณทิวศักดิ์ ศรีทองดี (Lolay) และคุณมือบอน ศิลปินสตรีทอาร์ตที่สละเวลามาให้สัมภาษณ์ มาแบ่งเปลี่ยนทัศนคติในบทบาทของศิลปิน อีกทั้งยังเชิญชวนศิลปินสตรีทอาร์ตมาให้สัมภาษณ์เพิ่มเติม และเชิญชวนให้มาเยี่ยมชมโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตที่กำลังจัดแสดง

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณคุณแม่ที่สนับสนุนในการเรียนครั้งนี้ พี่ ๆ จากศูนย์ความเป็นเลิศทางการแพทย์โรคมาร์กินสันฯ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ที่คอยให้การสนับสนุนและกำลังใจในการเรียนและการทำวิทยานิพนธ์ สุดท้ายนี้ขอขอบคุณหนังสือการ์ตูนเรื่องโกลเด้นคามูย ที่คอยเป็นจุดมุ่งหมายในการทำวิทยานิพนธ์ หวังว่าหลังจากเสร็จวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ จะได้อ่านมันอย่างสบายใจสักที

สารบัญ

	หน้า
.....	ค
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	17
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	17
1.2 วัตถุประสงค์.....	18
1.3 คำถามและสมมติฐานการวิจัย.....	18
1.4 ระเบียบวิธีวิจัย.....	19
1.5 วิธีและขั้นตอนการวิจัย.....	20
1.6 ขอบเขตการวิจัย.....	21
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	21
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	22
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	24
2.1 กราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต.....	24
2.1.1 นิยาม.....	24
2.1.2 วิวัฒนาการ.....	24

2.1.3 รูปแบบของกราฟพีดี	27
2.1.4 ข้อบังคับทางกฎหมาย	30
2.1.5 กราฟพีดีในการฟื้นฟูเมืองและทำให้เมืองมีชีวิตชีวา	31
2.2 วัฒนธรรมเมือง - เศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์และพื้นที่สาธารณะ	34
2.3 การมีส่วนร่วมของประชาชน	38
2.4 สรุปการทบทวนวรรณกรรม	42
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	43
3.1 รูปแบบการวิจัย	43
3.2 กรอบการวิจัย	43
3.3 ขั้นตอนและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	45
3.3.1 ขั้นตอนการวิจัย มีดังนี้	45
3.4 ขอบเขตการวิจัย	59
บทที่ 4 กราฟพีดีในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายใต้บริบทไทย	61
4.1 ผลการสำรวจโครงการกราฟพีดีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย	61
4.2 ผลการสำรวจความคิดเห็น ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในประเทศไทย	65
4.2.1 ข้อมูลทั่วไป	65
4.2.2 ทักษะคิดและการรับรู้ต่อกราฟพีดีในบทบาทของสตรีทอาร์ต	69
4.2.3 การมีส่วนร่วมในโครงการกราฟพีดีในบทบาทของสตรีทอาร์ต	72
4.2.4 การวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางสถิติ	74
4.3 สรุป	83
บทที่ 5 กรณีศึกษากราฟพีดีในย่านราชเทวี	85
5.1 บริบทพื้นที่ศึกษา	85
5.1.1 บริบททางกายภาพ	85
5.1.2 ข้อมูลจำเพาะของพื้นที่ย่านราชเทวี	86

5.2 การปรากฏขึ้นของกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตภายในย่านราชเทวี.....	87
5.3 โครงการ Meeting of styles Thailand 2018.....	90
5.3.1 ความเป็นมาและรายละเอียดของโครงการ.....	90
5.3.2 การมีส่วนร่วมภายในโครงการ.....	95
5.3.3 อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ.....	97
5.3.4 ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ.....	98
5.4 สรุป.....	99
บทที่ 6 กรณีศึกษากราฟฟิตีในย่านสยาม-จุฬา.....	101
6.1 บริบทพื้นที่ศึกษา.....	101
6.1.1 บริบททางกายภาพ.....	101
6.1.2 ข้อมูลจำเพาะของพื้นที่ย่านสยาม.....	102
6.2 การปรากฏขึ้นของกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตภายในย่านสยาม.....	103
6.3 โครงการ Chula art town.....	106
6.3.1 รายละเอียดและความเป็นมา.....	106
6.3.2 การมีส่วนร่วมภายในโครงการ.....	113
6.3.3 อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ.....	116
6.3.4 ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ.....	117
6.4 สรุป.....	118
บทที่ 7 กรณีศึกษากราฟฟิตีเมืองภูเก็ต.....	120
7.1 บริบทพื้นที่ศึกษา.....	120
7.1.1 บริบททางกายภาพ.....	120
7.1.2 ข้อมูลจำเพาะของพื้นที่เมืองภูเก็ต.....	120
7.2 การปรากฏขึ้นของกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตภายในเมืองภูเก็ต.....	121
7.3 โครงการ F.A.T. Phuket.....	124

7.3.1 รายละเอียดและความเป็นมา	124
7.3.2 การมีส่วนร่วมภายในโครงการ.....	128
7.3.3 อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ.....	131
7.3.4 ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ	132
7.4 สรุป	134
บทที่ 8 ผลการศึกษา	137
8.1 บริบทของพื้นที่ศึกษา.....	137
8.2 การปรากฏขึ้นของกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตภายในกรณีศึกษา.....	138
8.3 โครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตภายในพื้นที่ศึกษา.....	141
8.3.1 โครงการ Meeting of styles Thailand 2018	141
8.3.2 โครงการ Chula art town.....	145
8.3.3 โครงการ F.A.T. Phuket.....	149
8.4 สรุป	153
บทที่ 9 สรุปและข้อเสนอแนะ	159
9.1 อภิปรายผลการวิจัย	159
9.2 ข้อเสนอเชิงนโยบาย.....	163
9.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย	164
9.4 งานวิจัยในอนาคต.....	165
บรรณานุกรม	166
ภาคผนวก	168
ก. แบบสำรวจแผนที่เดินดิน.....	169
ข. แบบสอบถามบุคคลทั่วไป.....	170
ค. แบบสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในพื้นที่ตัวอย่าง	187
ง. ตารางข้อมูลแบบสอบถามบุคคลทั่วไป	188

จ. ตารางข้อมูลทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตของบุคคลทั่วไป	189
ฉ. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติ	192
ช. ตารางผู้ให้สัมภาษณ์โครงการกราฟฟิตีในย่านสยาม	199
ซ. ตารางผู้ให้สัมภาษณ์โครงการกราฟฟิตีในย่านสยาม	205
ฅ. ตารางผู้ให้สัมภาษณ์โครงการกราฟฟิตีในเมืองภูเก็ต	213
ประวัติผู้เขียน	219



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย	62
ตารางที่ 2 ทักษะคิดและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต.....	72
ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ของทักษะคิดและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต.....	75
ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับโครงการ Meeting of styles Thailand 2018	96
ตารางที่ 5 ตารางการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ Meeting of styles Thailand 2018	100
ตารางที่ 6 ตารางวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ Chula art town.....	114
ตารางที่ 7 รายชื่อศิลปินและผลงานในโครงการ Chula art town	115
ตารางที่ 8 รายชื่อศิลปินและผลงานในโครงการ Chula art town (พื้นที่ Lido connect).....	116
ตารางที่ 9 ตารางการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ Chula art town.....	119
ตารางที่ 10 ตารางผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ F.A.T. Phuket.....	130
ตารางที่ 11 ตารางรายชื่อศิลปินและผลงานกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในเมืองภูเก็ต	130
ตารางที่ 12 ตารางการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ F.A.T. Phuket.....	136
ตารางที่ 13 เปรียบเทียบบริบทของพื้นที่ในพื้นที่กรณีศึกษาทั้ง 3 แห่ง.....	138
ตารางที่ 14 การปรากฏของภาพกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในพื้นที่ทั้ง 3 แห่ง.....	139
ตารางที่ 15 การปรากฏของภาพกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในพื้นที่ทั้ง 3 แห่ง (ต่อ)	140
ตารางที่ 16 ตารางผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018.....	144
ตารางที่ 17 ตารางผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 (ต่อ).....	145
ตารางที่ 18 ตารางผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ Chula art town	149
ตารางที่ 19 ตารางผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ F.A.T. Phuket.....	152
ตารางที่ 20 เปรียบเทียบการใช้กราฟฟิตีในแต่ละพื้นที่.....	154

ตารางที่ 21 องค์ประกอบของกระบวนการใช้กราฟฟิตีในการทำให้เมืองมีชีวิตชีวา.....	155
ตารางที่ 22 ขั้นตอนกระบวนการการใช้กราฟฟิตีในการทำให้เมืองมีชีวิตชีวา.....	156
ตารางที่ 23 การมีส่วนร่วมกับโครงการ	157
ตารางที่ 24 ตารางอุปสรรคในโครงการ	158



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 TAKI 183 ไรเตอร์ผู้บุกเบิกการเขียนกราฟฟิตี้.....	25
ภาพที่ 2 พงษ์พล มุกดาสนิท ฉายา MAMAFKA ศิลปินกราฟฟิตี้ชาวไทย	27
ภาพที่ 3 พงษ์พล แต่งรีน ฉายา Alex Face ศิลปินกราฟฟิตี้ชาวไทย.....	27
ภาพที่ 4 การเขียนกราฟฟิตี้แบบ Tag.....	28
ภาพที่ 5 การเขียนกราฟฟิตี้แบบ Piece.....	28
ภาพที่ 6 การเขียนกราฟฟิตี้แบบ Throw up.....	28
ภาพที่ 7 การเขียนกราฟฟิตี้แบบ Character.....	29
ภาพที่ 8 การเขียนกราฟฟิตี้แบบ Production ของ Bigdel กับ Zitok.....	29
ภาพที่ 9 โครงการ Legal walls เมือง Parramatta ประเทศออสเตรเลีย	31
ภาพที่ 10 ภาพปลาวาฬ โครงการ Nuart Festival เมือง Stavanger ประเทศนอร์เวย์	32
ภาพที่ 11 ภาพกราฟฟิตี้ในเมือง Freiimfelde ประเทศเยอรมนี.....	33
ภาพที่ 12 ภาพงานสตรีทอาร์ตที่จอร์จทาวน์ เมืองปีนัง ประเทศมาเลเซีย.....	34
ภาพที่ 13 ภาพงานสตรีทอาร์ตในเมืองโคกกาณะโจ เมืองโยโกฮาม่า ประเทศญี่ปุ่น.....	34
ภาพที่ 14 กราฟฟิตี้เมืองโบโกตา.....	38
ภาพที่ 15 ภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	45
ภาพที่ 16 พื้นที่ราชเทวี เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร	47
ภาพที่ 17 ภาพกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต โครงการ Meeting of styles Thailand 2018 พื้นที่ราชเทวี	47
ภาพที่ 18 พื้นที่สยาม กรุงเทพมหานคร	48
ภาพที่ 19 ภาพกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต โครงการ Chula art town พื้นที่สามย่าน.....	49
ภาพที่ 20 พื้นที่เมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต	50

ภาพที่ 21 ภาพกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต โครงการ F.A.T. Phuket บริเวณถนนคนเดิน จ.ภูเก็ต.....	50
ภาพที่ 22 ภาพขั้นตอนการวิจัย.....	60
ภาพที่ 23 โครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในประเทศไทย.....	64
ภาพที่ 24 โครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในกรุงเทพ.....	65
ภาพที่ 25 สัดส่วนเพศของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
ภาพที่ 26 สัดส่วนอายุของกลุ่มตัวอย่าง.....	67
ภาพที่ 27 สัดส่วนการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง.....	67
ภาพที่ 28 สัดส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง.....	67
ภาพที่ 29 สัดส่วนรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง.....	67
ภาพที่ 30 ภาพที่ใช้ในการทำแบบสอบถามเพื่อสอบถามความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต.....	68
ภาพที่ 31 จำนวนการเลือกภาพกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตของกลุ่มตัวอย่าง.....	68
ภาพที่ 32 ทศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต.....	71
ภาพที่ 33 ประสพการณ์การมีส่วนร่วมในโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต (n=572).....	73
ภาพที่ 34 แผนภูมิแสดงสัดส่วนความสนใจที่จะมีส่วนร่วมในโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต.....	73
ภาพที่ 35 แผนภูมิแสดงความสนใจในการมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต (n=572).....	74
ภาพที่ 36 ภาพสวนเฉลิมหล้าในปัจจุบัน.....	86
ภาพที่ 37 การใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่ย่านราชเทวี.....	87
ภาพที่ 38 ภาพกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในสวนเฉลิมหล้าและชุมชนในย่านราชเทวี.....	88
ภาพที่ 39 จุดกำแพงเก่าข้างสวนเฉลิมหล้าที่นักท่องเที่ยวนิยมถ่ายรูปมากที่สุด.....	89
ภาพที่ 40 ภาพกราฟฟิตีในชุมชนข้างสวนเฉลิมหล้า.....	89
ภาพที่ 41 ภาพประชาสัมพันธ์โครงการ Meeting of Styles Thailand 2018.....	90
ภาพที่ 42 ผังโครงการ Meeting of styles 2018.....	92

ภาพที่ 43 ภาพบรรยากาศภายในโครงการ Meeting of Styles Thailand 2018.....	93
ภาพที่ 44 ภาพผลงานในโครงการ Meeting of Styles Thailand 2018	93
ภาพที่ 45 ภาพผลงานในโครงการ Meeting of Styles Thailand 2018	94
ภาพที่ 46 ภาพงานแถลงข่าวโครงการ Meeting of styles Thailand 2018.....	94
ภาพที่ 47 ภาพรายชื่อศิลปินในโครงการ Meeting of Styles Thailand 2018.....	97
ภาพที่ 48 การใช้ประโยชน์ที่ดินในย่านสยาม.....	103
ภาพที่ 49 ภาพงานกราฟฟิตี้โครงการ BUKRUK ในพื้นที่สยามสแควร์	104
ภาพที่ 50 ภาพงานกราฟฟิตี้ในพื้นที่สวนหลวง	105
ภาพที่ 51 ภาพงานกราฟฟิตี้ในย่านสยาม	105
ภาพที่ 52 ภาพผังโครงการทั้งหมดในโครงการ Chula art town	109
ภาพที่ 53 ภาพผังในบริเวณสยามสแควร์ โครงการ Chula art town	109
ภาพที่ 54 ภาพผังในบริเวณสวนหลวง โครงการ Chula art town.....	110
ภาพที่ 55 ภาพผังในบริเวณสามย่าน โครงการ Chula art town.....	110
ภาพที่ 56 ภาพผังในบริเวณ Lido connect โครงการ Chula art town.....	111
ภาพที่ 57 ภาพกิจกรรมสอนศิลปะโดย Bigdel โครงการ Chula art town	111
ภาพที่ 58 ภาพกิจกรรมสอนศิลปะโดย Bigdel โครงการ Chula art town	112
ภาพที่ 59 ภาพร่าง “Better” ก่อนที่จะลงผลงานจริง โดย Misterbows โครงการ Chula art town	112
ภาพที่ 60 ภาพผลงาน “Better” โดย Misterbows โครงการ Chula art town	113
ภาพที่ 61 การใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่เมืองภูเก็ต	121
ภาพที่ 62 ภาพกราฟฟิตี้ในเมืองภูเก็ต	122
ภาพที่ 63 กราฟฟิตี้ที่โรงแรมสินทวิในเมืองภูเก็ต.....	123
ภาพที่ 64 กราฟฟิตี้ที่ตลาดดาวนทาวน์ในเมืองภูเก็ต	123
ภาพที่ 65 ผลงานกราฟฟิตี้ในโครงการ F.A.T. Phuket.....	126

ภาพที่ 66 ภาพสิ่งโตเหนียน โดย Lolay.....	126
ภาพที่ 67 ภาพสิ่งโตเหนียนโดย Lolay.....	127
ภาพที่ 68 ภาพผลงานกราฟฟิต์ของศิลปิน “มือบอน” สื่อถึงประเพณีเดินเต่าของชาวภูเก็ต	128
ภาพที่ 69 ภาพงานกราฟฟิต์ที่ธนาคารชาร์เตอร์โดย Alex Face ในพื้นที่เมืองภูเก็ต (ก่อนถูกลบ). 131	
ภาพที่ 70 ภาพสิ่งโตเหนียนที่ประสบปัญหาและได้รับการแก้ไขแล้ว	132
ภาพที่ 71 กระบวนการทำงานโครงการ Meeting of styles Thailand 2018	143
ภาพที่ 72 กระบวนการทำงานโครงการ Chula art town.....	147
ภาพที่ 73 กระบวนการโครงการ F.A.T. Phuket	151



บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

กราฟฟิตี (Graffiti) คือการขีดเขียน การพ่นสี หรือการติดสติ๊กเกอร์ตามอาคาร ถนน สิ่งปลูกสร้าง หรือสถานที่ที่ผู้คนสามารถพบเห็นได้เป็นวงกว้างโดยไม่ได้รับอนุญาต ในปี 1960 กราฟฟิตีเป็นวัฒนธรรมนอกระแสที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารสิ่งที่อยู่ในใจ เช่น ทศนคติ ความคิด หรือความรู้สึก มักปรากฏในลักษณะของการเสียดสีสังคม สะท้อนสภาวะปัญหาสังคมในช่วงระยะเวลานั้น ๆ รวมถึงการแสดงความเป็นขบถต่อหน่วยงานรัฐหรือชนชั้นนายทุน กราฟฟิตีมักถูกพบเห็นในพื้นที่เสื่อมโทรม ถูกทิ้งร้าง พื้นที่รอการพัฒนา โดยทั่วไปแล้วกราฟฟิตีเป็นการกระทำผิดกฎหมาย เนื่องจากการขีดเขียนที่ไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ถือครองทรัพย์สิน และส่งผลให้สภาพแวดล้อมอาคารนั้นดูเสื่อมโทรม จึงอาจกล่าวได้ว่ากราฟฟิตีเป็นสัญลักษณ์ของความเสื่อมโทรม อาชญากรรม ความรุนแรง และยาเสพติด

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ในหลายประเทศทั่วโลก กราฟฟิตีได้รับการยอมรับและถูกนำมาใช้ในฐานะของสตรีทอาร์ต¹ มากขึ้น โดยมีเงื่อนไขสำคัญคือกราฟฟิตีดังกล่าวต้องเป็นสิ่งเชิงสร้างสรรค์ (ศิลปะ) และต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ถือครองทรัพย์สิน ซึ่งส่งผลให้กราฟฟิตีถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูเมือง ชุมชน หรือย่านให้น่าอยู่และมีชีวิตชีวาและถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการค้าและการท่องเที่ยวในเวลาต่อมา

แคลร์ ทันนาคลิปฟ์กล่าวว่ากราฟฟิตีหรือศิลปะภาพพ่นสีบนกำแพงนั้นเป็นเครื่องมือสะท้อนประสบการณ์การมีส่วนร่วมของคนเมืองต่อสิ่งแวดล้อมภายในเมือง (Tunncliffe, 2016) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้พบเห็น เป็นภาพจำช่วยให้ผู้สัญจรอ่านพื้นที่ที่ออก เป็นแลนด์มาร์คให้กับพื้นที่นั้น ๆ การจดจำได้จะช่วยสร้างความคุ้นเคยต่อพื้นที่ให้กับคนในพื้นที่ อีกทั้งอาจกล่าวได้ว่า กราฟฟิตีเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของวัฒนธรรม เป็นภาษาภาพที่มีบทบาทในการสร้าง Sense of belonging หรือ Sense of place ให้แก่ชุมชนและเป็นการส่งเสริมระบบเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ทั้งในการสร้างพื้นที่ทางสังคมและการสร้างสัญลักษณ์ (Zukin, 1995) ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic economy) ของซารอน ซูคิน

¹ สตรีทอาร์ต (Street art) คือทัศนศิลป์ไม่เป็นทางการที่ปรากฏขึ้นในสถานที่สาธารณะ มีอีกชื่อหนึ่งคือศิลปะแบบกองโจร (Guerrilla art) (Brooks, 2013)

อาจกล่าวได้ว่ากราฟฟิตีในปัจจุบันนั้นพลิกบทบาทจากเดิมที่เคยเป็นผู้ร้ายของสังคม สู่การเป็นผู้สร้างสรรค์ให้เมืองมีอัตลักษณ์ ชีวิตชีวาและน่าอยู่มากขึ้น ดังเห็นได้จากการที่หลาย ๆ เมืองทั่วโลกได้รับเอากราฟฟิตีในฐานะของสตรีทอาร์ตมาเป็นส่วนหนึ่งของความภาคภูมิใจ เป็นภาพลักษณ์ของเมือง เช่นเดียวกับในประเทศไทย ถึงแม้ว่ากระแสนิยมกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตได้กระจายไปทั่วทั้งในกรุงเทพ และในเมืองใหญ่อื่น ๆ ที่กำลังเผชิญปัญหาพื้นที่ศูนย์กลางเมืองเสื่อมโทรม พื้นที่อาชญากรรม หรือพื้นที่ก่อความไม่สงบ

ในการศึกษาเกี่ยวกับกราฟฟิตีกับการทำให้เมืองมีชีวิตชีวานั้นพบว่ากราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับเมืองหรือชุมชนเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว รวมถึงทำให้เมืองหรือชุมชนนั้นน่าอยู่มากขึ้น อย่างไรก็ตามในการศึกษาเกี่ยวกับกราฟฟิตีในบริบทไทยนั้นมีเพียงเนื้อหาเชิงศิลปะและสุนทรียศาสตร์ ไม่มีการศึกษาเชิงกระบวนการพัฒนาเมืองและชุมชน จึงทำการศึกษาเพื่อทราบถึงองค์ประกอบและกระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

1.2 วัตถุประสงค์

1. ศึกษาปรากฏการณ์การใช้กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองมีชีวิตชีวา
2. วิเคราะห์กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต
3. เสนอแนะเชิงนโยบายในการใช้กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองมีชีวิตชีวา

1.3 คำถามและสมมติฐานการวิจัย

1. ปรากฏการณ์การนำกราฟฟิตีมาใช้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายใต้บริบทไทยนั้นเป็นอย่างไร?

กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตโดยส่วนใหญ่ถูกนำมาใช้ในประเทศไทยเป็นวัฒนธรรมที่ถูกบอกเล่าผ่านภาษาภาพ เป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ที่สร้างพื้นที่และสัญลักษณ์เพื่อดึงดูดการลงทุนและท่องเที่ยว แต่ก็มีหลายพื้นที่ที่ต้องการนำกราฟฟิตีมาใช้เป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูชุมชน เพื่อกำหนดขอบเขตพื้นที่เพื่อเป็นพื้นที่สาธารณะ

2. กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นมีคุณลักษณะแตกต่างจากกราฟฟิตี้ทั่วไปอย่างไร?

กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นมีความงาม มีคุณค่าทางสังคมในเชิงอนุรักษ์ สร้างภาพลักษณ์ความเป็นย่านหรือชุมชน และกระตุ้นความรู้สึกภาคภูมิใจในถิ่นที่อยู่ของผู้อยู่อาศัย ซึ่งต่างจากกราฟฟิตี้ทั่วไปที่โดยมากทำลายภาพลักษณ์อันดีของย่าน

3. กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นมีองค์ประกอบที่และขั้นตอนอย่างไร? และบุคคลหรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นมีใครบ้าง? และแต่ละกลุ่มมีระดับการมีส่วนร่วมอย่างไร?

การใช้กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตเพื่อฟื้นฟูชุมชนนั้นมียุทธศาสตร์ประกอบหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นตัวผลงาน กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ตำแหน่งที่ตั้งของผลงาน ในพื้นที่เมือง บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโครงการ และกฎหมายในเชิงนโยบาย ซึ่งโครงการทำให้เมืองมีชีวิตชีวานั้นเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ เช่น เกิดจากการร่วมมือของประชาชน การริเริ่มของกลุ่มศิลปิน หรือการก่อตั้งจากเจ้าของที่ดิน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากย่านศิลปะในต่างประเทศ ที่มีกระบวนการในเชิงกฎหมาย เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนในชุมชนอย่างการให้ผู้คนมาถ่ายรูป มามีปฏิสัมพันธ์กับงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต หรือการเปิดร้านค้าท่ามกลางงานสตรีทอาร์ตภายในเมือง โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ ได้แก่ 1. ศิลปิน 2. ประชาชน 3. นักลงทุน 4. ภาครัฐ 5. เจ้าของที่ดิน โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้มีบทบาทในการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มที่เป็นผู้ริเริ่มโครงการจะมีระดับการมีส่วนร่วมตั้งแต่การให้ข้อมูล ไปจนถึงร่วมปฏิบัติกับประชาชน

1.4 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical research) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปรากฏการณ์การทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ประกอบด้วยการศึกษาคุณลักษณะของกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต บริบทของพื้นที่กรณีศึกษาต่อกระบวนการจัดทำโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต กระบวนการมีในโครงการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต และการมีส่วนร่วมภายในโครงการ โดยการวิจัยนี้มีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. สำรวจพื้นที่กรณีศึกษาด้วยการสังเกตบริบทโดยรอบ รูปแบบและบทบาทของกราฟฟิตี้ภายในพื้นที่กรณีศึกษา
2. ทำแบบสอบถามทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตกับบุคคลทั่วไป

3. สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในพื้นที่กรณีศึกษา

โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากเครื่องมือการวิจัยในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ แผนที่เดินดิน แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติ และวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

1.5 วิธีและขั้นตอนการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้จะทำการศึกษา โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย นิยามและวิวัฒนาการของศิลปะและวัฒนธรรมกราฟฟิตี้ แนวคิดและกรณีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกราฟฟิตี้และเมือง กฎหมายและอาชญากรรมที่เกี่ยวข้องกับกราฟฟิตี้ นอกจากนี้ยังรวมถึง วรรณกรรมเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ตัวอย่าง
2. สืบค้นโครงการกราฟฟิตี้ที่เกิดขึ้นและเคยเกิดขึ้น ทางข่าว สื่อออนไลน์และออฟไลน์ และคัดเลือกพื้นที่ตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์ที่กำหนด
3. ออกแบบเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสำรวจแผนที่เดินดิน แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์
4. เก็บข้อมูลด้วยการสำรวจภาคสนาม การสังเกต นับจำนวน จุดบันทึก และทำแบบสอบถาม
5. สัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ สอบถามถึงข้อมูลเชิงลึก เช่น ที่มาของโครงการ กระบวนการทำงาน การมีส่วนร่วม ปัญหาและอุปสรรคภายในโครงการ
6. คัดแยกข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูล
7. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต โดยใช้เครื่องมือทางสถิติเพื่อตอบคำถามงานวิจัยและอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นว่าสอดคล้องหรือขัดแย้งกับสมมติฐานงานวิจัยอย่างไร
8. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย เพื่อนำไปสู่การเสนอแนะเชิงนโยบายในการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต และเป็นแนวทางในการวิจัยต่อไป

1.6 ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการทำความเข้าใจกระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของงานศิลปะ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต บริบทของพื้นที่โดยรอบ ผู้คนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการเป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ โดยแยกเป็น 4 ตัวแปรหลัก ดังนี้

1. ผลงานศิลปะ ในการศึกษาคือกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต โดยศึกษาคุณลักษณะทางสุนทรียะ ขนาดของผลงาน และอัตลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปิน
2. ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ ศึกษาการประกอบขึ้นขององค์ประกอบที่ว่าง (Spatial Configuration) ที่เป็นที่ตั้งของงานกราฟฟิตี้ ไม่ว่าจะเป็น ตำแหน่งที่ตั้ง (Location), การวางตัว (Orientation), การกระจายตัว (Distribution), กฎหมายและข้อบังคับ (Law and regulations) เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของผลงานกับอิทธิพลจากบริบทที่นำไปสู่การทำให้เมืองมีชีวิตชีวา
3. ศึกษากลุ่มคนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ ทำการศึกษาจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ศิลปิน เจ้าของสถานที่ ผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ ผู้สัญจร นักท่องเที่ยว ศิลปิน นักลงทุน ภาครัฐและเจ้าของโครงการ โดยทำการศึกษาในเรื่อง แรงจูงใจ ทศนคติต่อผลงานกราฟฟิตี้
4. การมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต

ซึ่งในการศึกษานั้นจะศึกษาองค์ประกอบที่มีผลต่อกระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ได้แก่ กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและบริบทของพื้นที่กรณีศึกษาเท่านั้น จะไม่นับกราฟฟิตี้ทั่วไปที่กระทำขึ้นอย่างผิดกฎหมายและขาดความสวยงาม นอกจากนี้จะไม่เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของการประเมินผลสำเร็จของโครงการที่ต้องระบุตัวชี้วัด

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. แนวทางประยุกต์ใช้กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการฟื้นฟูเมือง
2. แนวทางประยุกต์การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน
3. แนวทางประยุกต์ใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต (Graffiti as street art) หมายถึงการขีดเขียน ฟันสี วาดรูป หรือติดสติ๊กเกอร์บนอาคารหรือสถานที่ที่พบเห็นได้เป็นวงกว้าง มีลักษณะเหมือนกราฟฟิตีทั่วไป แต่ได้รับการอนุญาตจากเจ้าของพื้นที่ กราฟฟิตีแบบนี้จะเป็นงานศิลปะ มีความสวยงาม มีคุณค่าเชิงสุนทรียะ สามารถถูกสร้างโดยศิลปินหรือประชาชน หรือเรียกว่า กราฟฟิตีสร้างสรรค์ (Creative graffiti) ซึ่งมีความหมายเดียวกัน
2. การทำให้เมืองมีชีวิตชีวา (Urban revitalization) หมายถึง การยกระดับหรือทำให้เมืองมีความน่าอยู่ขึ้น ด้วยการกระตุ้นการท่องเที่ยวหรือการสร้างความปลอดภัยในความเป็นเจ้าของแก่คนในชุมชน
3. เศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic economy) หมายถึง วัฒนธรรมในชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างฐานเศรษฐกิจ สร้างภาพลักษณ์ให้แก่เมืองหรือชุมชน เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว (Zukin, 1995)
4. การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง กระบวนการให้บุคคลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจแก้ปัญหาของตนเอง ร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้และความชำนาญร่วมกับองค์กรอย่างเหมาะสม (เกษมสุข, 2554)
5. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) หมายถึง กลุ่มคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับโครงการการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต ซึ่งมีตั้งแต่ผู้ก่อตั้ง ผู้ลงทุน หรือบุคคลทั่วไปที่ได้รับประโยชน์ ประกอบไปด้วยภาครัฐ ศิลปิน ประชาชน นักลงทุน และเจ้าของพื้นที่ ซึ่งคนกลุ่มนี้จะได้ผลประโยชน์หลังจากการทำโครงการดังกล่าว
6. ผู้สัญจร (Visitor) หมายถึง คนที่เดินทางในพื้นที่หรือชุมชน โดยเป็นคนในชุมชนหรือคนนอกพื้นที่ก็ได้ คนกลุ่มนี้จะเป็นคนที่มีปฏิสัมพันธ์กับองค์ประกอบในชุมชน องค์ประกอบนี้หมายถึงกราฟฟิตีในชุมชน
7. ย่านศิลปะ (Art district) หมายถึง พื้นที่หรือย่านที่มีการใช้ศิลปะเป็นตัวกระตุ้นการท่องเที่ยวหรือสร้างความคุ้นเคยให้คนในพื้นที่ มาในรูปแบบของนิทรรศการกลางแจ้ง
8. หน่วยงาน (Institution) หมายถึง กลุ่มคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการภายใต้สังกัด อาจจะเป็นองค์กรเอกชนหรือเป็นรัฐบาลก็ได้

9. อัตลักษณ์ (Identity) หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักและจำได้ ในที่นี้อาจหมายถึงอัตลักษณ์ของศิลปิน กล่าวคือรูปแบบการทำงาน สัญลักษณ์ประจำที่ศิลปินใช้



บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษากระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต ผู้ศึกษาจำเป็นต้องรวบรวมและทำความเข้าใจแนวคิด ทฤษฎีที่เป็นองค์ประกอบของกระบวนการเพื่อเป็นกรอบแนวความคิดและกระบวนการสำหรับการวิจัย ได้แก่

2.1 กราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต

2.1.1 นิยาม

จากพจนานุกรมรากศัพท์ (Etymology dictionary) (SCIOLIST, 2001) คำว่า Graffiti มาจากภาษาอิตาเลียน Graffito ที่เพี้ยนมาจากคำว่า Graphein ในภาษากรีกที่แปลว่าการขีดหรือการขีด ซึ่งคำว่า Graphein นั้นถูกพบบนแผ่นจารึกในซากกำแพงเมืองปอมเปอี ประเทศอิตาลี ปี 1851 สอดคล้องกับคำนิยามของนิโคลัส แกนซ์ที่เขียนไว้ในหนังสือ “Graffiti world” (Ganz, 2004) ว่าวัฒนธรรมกราฟฟิตีนั้นมีมาตั้งแต่สมัยยุคก่อนประวัติศาสตร์แล้ว ถ้าตีความจากนิยามของนิโคลัส แกนซ์บวกกับคำอธิบายของวีระจักรสุเขียนทรมเมธีที่เขียนไว้ในหนังสือ “พัฒนาการแนวคิดและแบบลักษณ์ศิลปะตะวันตกอย่างสังเขป” (วีระจักร, 2557) ว่าแรกเริ่มมนุษย์ในยุคก่อนประวัติศาสตร์ได้สร้างภาพบนผนังถ้ำเพื่อแสดงความเป็นขบถต่อธรรมชาติและสัตว์ใหญ่เพื่อที่จะเอาชีวิตรอดในรูปของการตัดไม้ ข่มนาม และถูกวิวัฒนาการเป็นการเขียนกำแพงเพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น อักษรคูนิฟอร์มของชาวสุเมเรียน อักษรเฮียโรกลีฟิคของชาวอียิปต์ และการนัดพบของชาวกลุ่มน้อย จนได้ซึมซับอิทธิพลทางสังคมจนตกผลึกมาเป็น กราฟฟิตีที่แสดงความเป็นขบถของบุคคลชายขอบ ต่อชนชั้นนายทุนและรัฐบาลในยุคโมเดิร์น

2.1.2 วิวัฒนาการ

โรเจอร์ กาสต์แมนและคณะได้ให้คำนิยามของคำว่า Graffiti จากการศึกษาและการทำภาพยนตร์สารคดีเกี่ยวกับภาพกราฟฟิตีและบุคคลที่สร้างผลงานตามผนังไว้ในหนังสือ Freight Train Graffiti ว่ากราฟฟิตีเป็นวัฒนธรรมนอกกระแสที่เปรียบได้กับสัญลักษณ์ของความเป็นขบถ ศิลปินกราฟฟิตีหรือที่เรียกกันว่า “ไรเตอร์” จะรู้สึกมีความสุข ความ

เพลิตเพลินที่ได้ทำทลายต่ออำนาจของเจ้าหน้าที่รัฐ และหมั่นฝึกฝนการเขียนกำแพงจนชำนาญ ทั้งความสามารถในการเขียนและพฤติกรรมทำทลายต่อเจ้าหน้าที่รัฐ (Gastman, Rowland, & Sattler, 2006) ซึ่งวัฒนธรรมกราฟฟิตี้นั้นมีต้นกำเนิดมาจากเมืองฟิลาเดลเฟีย ประเทศสหรัฐอเมริกา ในปี 1960 ที่ประชาชนผิวสีได้เรียกร้องความเป็นธรรมจากการถูกเหยียดสีผิว จากคนผิวขาวและชนชั้นนายทุนด้วยการเขียนกำแพง รวมไปถึงการสร้างวัฒนธรรมเพลงบลูส์ แจ๊ส และฮิปฮอปเพื่อแสดงความเป็นขบถ จากนั้นวัฒนธรรมกราฟฟิตีก็ได้ถูกเผยแพร่ ในเมืองนิวยอร์กช่วงปลายปี 1960 ถึงต้นปี 1970 โดยไรเตอร์ที่ชื่อ TAKI 183 (แมนฤทธิ์, 2558) ซึ่งเดิม TAKI เป็นพนักงานส่งเอกสาร เขาต้องสัญจรตามถนนและทางรถไฟใต้ดิน เขาจึงมีแรงบันดาลใจในการจารึกชื่อตัวเองตามที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทางรถไฟใต้ดิน สนามบิน นานาชาติเคนเนดี โดยหมายเลข 183 นั้นเป็นหมายเลขของถนนที่เขาอาศัยอยู่ TAKI 183 จึงเป็นจุดเริ่มต้นและแรงบันดาลใจแก่ศิลปินและไรเตอร์คนอื่น ๆ ในการสร้างกราฟฟิตีตาม ที่ต่าง ๆ ในเวลาต่อมา จากนั้นก็มีการแข่งขันกราฟฟิตีตาม ที่ต่าง ๆ ในเมืองจนทำให้ชุมชนของ ศิลปินไรเตอร์มีขนาดใหญ่ขึ้นและกลมเกลียวมากขึ้น วัฒนธรรมกราฟฟิตีจึงแพร่หลายไป หลายทวีปไม่ว่าจะเป็นทวีปยุโรป ทวีปออสเตรเลีย และทวีปเอเชียซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วย เช่นกัน



ภาพที่ 1 TAKI 183 ไรเตอร์ผู้บุกเบิกการเขียนกราฟฟิตี
ที่มา : <http://tanhanij-graffiti.blogspot.com> (2014)

ภาพลักษณ์ของกราฟฟิตีสากลในปัจจุบัน คือเครื่องมือในการสะท้อนประสบการณ์ ของคนเมือง ซึ่งในหลาย ๆ พื้นที่มองว่ากราฟฟิตีในปัจจุบันคือความคิดสร้างสรรค์ คือการ แสดงออกในเชิงเสรีนิยมประชาธิปไตย (Tunnacliffe, 2016) แนวคิดของทัศนคติที่ไม่ สอดคล้องกับแนวคิดของจอร์จ เคลลิ่งกับเจมส์ วิลสันที่มองว่ากราฟฟิตีแสดงถึงความผิดปกติ

ของบุคคลและเป็นการก่ออาชญากรรม (Kelling & Wilson, 1982) ในหลายๆเมืองต่างมีบทบาทของกราฟฟิตี้ที่แตกต่างกัน เช่น การถ่ายทอดประสบการณ์การเดินทางเรือของชาวประมง ด้วยการทำกราฟฟิตี้บนเรือประมงของชาวมอลตา (Muscat, 1999) การถ่ายทอดประสบการณ์ในอดีตของชาวเบอร์ลินผ่านกำแพงเบอร์ลินที่เป็นสัญลักษณ์ของความขัดแย้งของชาวยุโรป (Samutina & Zaporozhets, 2015) แต่ในบางพื้นที่ กราฟฟิตี้ยังถูกมองว่าเป็นอาชญากรรม เป็นการลักลอบทำลายทรัพย์สินสาธารณะและทรัพย์สินส่วนบุคคล และเป็นการแสดงความชั่วร้ายของจิตใจ (Kelling & Wilson, 1982) เช่น การเขียนถ้อยคำหยาบคายตามผนังห้องน้ำหรือที่เรียกว่า “ลาทรินาเลีย” ในสถานีรถไฟใต้ดินเมืองเตหะราน ประเทศอิรัก ทำให้ถูกมองว่าเป็นแหล่งรวมความเก๋กตของประชาชนในอิรัก (Bonjar & Heshmati, 2017)

วัฒนธรรมกราฟฟิตี้บริบทของไทยเกิดในช่วงที่วัฒนธรรมของไทยถูกกลืนกินจากกระแสสังคมบริโภคนิยม วัฒนธรรมไทยถูกลดทอนลง และเกิดวัฒนธรรมย่อยมากมาย (ไชยสิทธิ์, 2560) เดิมทีการเขียนกำแพงของคนไทยนั้นยังไม่นับว่าเป็นกราฟฟิตี้หรือสตรีทอาร์ตแต่อย่างใด เป็นเพียงการเขียนเพื่อกำหนดอาณาเขตของตนเอง หรือเป็นการเขียนข้อความโดยได้รับอิทธิพลกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตจากตะวันตก ทำให้รูปแบบการขีดเขียนบนผนังเปลี่ยนแปลง มีความสร้างสรรค์มากกว่าเป็นเพียงการเขียนข้อความโต้เถียงกัน ในปัจจุบันการทำกราฟฟิตี้ในเมืองไทยนั้นยังเป็นสีเทา คือยังไม่ใช่สิ่งที่ผิดกฎหมาย แต่ก็ยังเป็นสิ่งที่ไม่ได้รับอนุญาตจากรัฐบาลหรือเจ้าของอาคาร ทำให้ศิลปินไรเตอร์ต้องคอยสร้างกราฟฟิตี้อย่างหลบซ่อน เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกจับกุมโดยเจ้าหน้าที่ แต่เมื่อได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากเจ้าของอาคารหรือนักลงทุน ทำให้มีกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตอยู่มากมายทั่วประเทศไทย ศิลปินไรเตอร์หลายคนเองก็มีชื่อเสียงและมีอัตลักษณ์ที่เป็นที่จดจำอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น พงษ์พล มุกดาสนิท (รู้จักในชื่อ MAMAFKA) ที่ได้สร้างภาพแทนตัวเองในชื่อว่า Mr. HellYeah จนเป็นที่รู้จัก หรือ พัชรพล แดงรีน (รู้จักในชื่อ Alex Face) ที่สร้างภาพเด็กใส่ชุดกระต่ายในชื่อน้องมาร์ตีที่สามารถพบเห็นได้แทบทุกที่ในประเทศไทย ซึ่งภาพเหล่านี้สามารถต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าได้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และผลงานสร้างสรรค์ ด้านการสร้างแบรนด์และการตลาด และด้านการสร้างมูลค่าในตัวบุคคลโดยใช้ต้นทุนจากความคิดสร้างสรรค์



ภาพที่ 2 พงษ์พล มุกดาสนิท ฉายา MAMAFAKA ศิลปินกราฟฟิตี้ชาวไทย
ที่มา : เก้า มีนานนท์ The standard (2018)

<https://thestandard.co/remembrance-of-5-years-tum-mamafaka>



ภาพที่ 3 พชรพล แต่งรีน ฉายา Alex Face ศิลปินกราฟฟิตี้ชาวไทย
ที่มา : PhuketHotNews (2016)

<http://phukethotnews.net/news/street-art-mardi>

2.1.3 รูปแบบของกราฟฟิตี้

จากการศึกษาเรื่องพัฒนาการทางรูปแบบของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย พบว่าการเขียนกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตมีรูปแบบการทำงานที่หลากหลาย โดยขึ้นอยู่กับอุปกรณ์ที่ใช้และจำนวนสีที่ปรากฏในกราฟฟิตี้เหล่านั้น ในปัจจุบันมีอุปกรณ์ในการทำกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตที่หลากหลายและทันสมัยมากขึ้นกว่าแค่ปากกามาร์คเกอร์และสเปรย์ ได้แก่ แอร์บรัช สติกเกอร์ สเตนซิล ฯลฯ ซึ่งมีรูปแบบดังนี้ (เต็งยะ, 2558)

1. Tag เป็นการเขียนนามแฝงในรูปแบบลายเซ็นด้วยปากกามาร์คเกอร์หรือสีสเปรย์



ภาพที่ 4 การเขียนกราฟฟิตี้แบบ Tag

ที่มา : PhuketHotNews (2016)

2. Piece มาจากคำว่า Master piece เป็นการเขียนนามแฝงที่มีมิติ ความหนาของตัวอักษร ความลึก สีฉ่ำ ความหนาของการตัดเส้นตัวอักษร นิยมใช้สีสเปรย์ในการทำ



ภาพที่ 5 การเขียนกราฟฟิตี้แบบ Piece

ที่มา : Misterbows (2020)

3. Throw up มีลักษณะคล้าย Piece แต่มีการย่อตัวอักษรให้สั้นลงเพื่อเน้นไปที่ความใหญ่ของตัวอักษรและความรวดเร็วในการทำ มีกระบวนการทำที่รีบเร่ง ใช้สีสเปรย์ที่มีหัวพ่นขนาดใหญ่และจำนวนสีประมาณ 1 - 2 สี



ภาพที่ 6 การเขียนกราฟฟิตี้แบบ Throw up

ที่มา : Throw Ups Graffiti Shop (2018)

4. Character มีลักษณะเป็นรูปภาพที่ควบคู่กับตัวอักษร โดยรูปภาพสามารถหยิบยืมจากหนังสือการ์ตูน แอนิเมชัน หรือออกแบบด้วยตนเอง มีการใช้ทั้งปากกามาร์กเกอร์และสีสเปรย์ มีจำนวนสีที่หลากหลาย งานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตจะพบเห็นรูปแบบกราฟฟิตีนี้มากที่สุด



ภาพที่ 7 การเขียนกราฟฟิตีแบบ Character
ที่มา : Bigdel (2020)

5. Blackbook คือสมุดที่กราฟฟิตีใช้ในการร่างแบบ หรือบันทึกแนวคิดของงาน ใช้ปากกามาร์กเกอร์ตัดเส้นให้คล้ายกับงานจริง Blackbook มีวัฒนธรรมแฝงอีกอย่างคือใช้เป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างศิลปินด้วยกัน

6. Production เป็นการทำงานของศิลปินหลายคนที่ร่วมกันสร้างผลงานบนกำแพงผืนเดียว สามารถผสมผสานระหว่าง Piece กับ Character ตามความถนัดของศิลปิน



ภาพที่ 8 การเขียนกราฟฟิตีแบบ Production ของ Bigdel กับ Zitok
ที่มา : Bkkgraff (2013)

2.1.4 ข้อบังคับทางกฎหมาย

จากการศึกษาของคาเมรอน แมคคอลลีฟ (Mcauliffe, 2012) ที่ทำการศึกษเกี่ยวกับปรากฏการณ์การทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในเมืองซิดนีย์นำไปสู่การศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในประเทศออสเตรเลีย โดยมีกฎหมาย Graffiti vandalism 2016 ที่ได้ประกาศเมื่อวันที่ 12 ตุลาคม ปี 2559 โดยกำหนดความผิดและบทลงโทษในกรณีที่สร้างความเสียหายด้วยกราฟฟิตีหรือกระทำที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมาตรา 5 กล่าวว่าบุคคลที่สร้างความเสียหายแก่ทรัพย์สินด้วยการทำกราฟฟิตีโดยไม่ได้รับการยินยอมจากบุคคลอื่น ฝ่าฝืนปรับ 24,000 ดอลลาร์ และจำคุก 2 ปี กฎหมายมาตรา 6 กล่าวว่าบุคคลต้องไม่ครอบครองสิ่งใดโดยมีเจตนาทำลายหรือทำลายทรัพย์สินด้วยกราฟฟิตี ฝ่าฝืนปรับ 6,000 ดอลลาร์ กฎหมายมาตรา 7 กล่าวว่าบุคคลห้ามขาย “สิ่งที่ใช้ทำกราฟฟิตี” ให้แก่เด็ก ฝ่าฝืนปรับ 6,000 ดอลลาร์ในกรณีที่ทำความผิดครั้งแรก และ 12,000 ดอลลาร์ในกรณีที่ทำความผิดครั้งต่อไป โดยพระราชบัญญัติระบุว่า “สิ่งที่ใช้ทำกราฟฟิตี” หมายถึงกระป๋องสีสเปรย์ ปากกาหรืออุปกรณ์ที่ใกล้เคียงซึ่งมีปลายกว้างกว่า 6 มม. และมีของเหลวที่ไม่ละลายน้ำสามารถทำเครื่องหมายบนพื้นผิวได้ กฎหมายมาตรา 8 กล่าวว่าค่าใช้จ่ายสำหรับทรัพย์สินที่ถูกทำลายด้วยกราฟฟิตี ไม่ว่าจะเป็ทรัพย์สินสาธารณะหรือทรัพย์สินส่วนตัว ศาลพิพากษาให้บุคคลที่กระทำผิดมาตราที่ 5 ดำเนินการแก้ไขเพื่อคืนค่าทรัพย์สินให้แก่เจ้าของหรือจ่ายเงินให้บุคคลอื่นเป็นผู้ดำเนินการแก้ไขเพื่อคืนค่าทรัพย์สิน

ในประเทศไทยนั้นยังไม่มีกฎหมายที่ระบุถึงกราฟฟิตีโดยตรงเหมือนอย่างในออสเตรเลีย ซึ่งกฎหมายที่ใช้กับการทำกราฟฟิตีโดยไม่ได้รับการยินยอมจากเจ้าของอาคารหรือพื้นที่คือพระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 โดยในมาตรา 12 กล่าวว่า ห้ามมิให้ผู้ใดขีด กระจาย ชีด เขียน พ่นสี หรือทำให้ปรากฏด้วยประการใด ๆ ซึ่งข้อความ ภาพ หรือรูปรอยใด ๆ ที่กำแพงที่ติดกับถนน บนถนน ที่ต้นไม้หรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารที่อยู่ติดกับถนนหรืออยู่ในที่สาธารณะ เว้นแต่เป็นการกระทำของราชการส่วนท้องถิ่น ราชการส่วนอื่นหรือรัฐวิสาหกิจหรือของหน่วยงานที่มีอำนาจกระทำได้ หากฝ่าฝืน มีโทษปรับ 5,000 บาท

2.1.5 กราฟฟิตีในการฟื้นฟูเมืองและทำให้เมืองมีชีวิตชีวา

กราฟฟิตีในเมืองนั้นเริ่มต้นด้วยการขีดเขียน พ่นสีตามอาคารร้าง ทางเดิน ทำให้กราฟฟิตีโดยส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่เข้าถึงยาก รกร้าง หรืออับสายตา เป็นแหล่งรวมตัวของคนไร้บ้านและอาชญากรรม แต่เมื่อกราฟฟิตีเข้ามามีบทบาทเชิงสร้างสรรค์และสุนทรียภาพ กราฟฟิตีจึงถูกนับเป็นศิลปะข้างถนนหรือสตรีทอาร์ต (Street art) รูปแบบหนึ่ง (Macdowall & Souza, 2018) และส่งผลให้พื้นที่รกร้างเหล่านั้นได้รับการเข้าถึงที่มากขึ้น ทั้งการเกิดกิจกรรมต่าง ๆ หรือการสัญจร โดยในต่างประเทศมีหลายโครงการที่ใช้กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นเครื่องมือในการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาจนเกิดเป็นเมืองสร้างสรรค์ รูปแบบหนึ่ง ตัวอย่างเช่น การฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตนั้นในประเทศออสเตรเลียซึ่งมีกฎหมายที่เป็นหลักการปฏิบัติเพื่อใช้กราฟฟิตีในเชิงสร้างสรรค์ (Mcauliffe, 2012) ได้แก่ การบังคับใช้กฎหมาย การถอดถอนกราฟฟิตีที่ผิดกฎหมาย และการมีส่วนร่วมของประชาชน ทำให้กราฟฟิตีนั้นมีอิทธิพลต่อเมือง (ได้ทั้งทางบวกและลบ) ทั้งในด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจและด้านสิ่งแวดล้อม ในแต่ละโครงการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตีนั้นใช้หลักการปฏิบัติแตกต่างกัน ตามบริบทของแต่ละย่าน บางย่านที่มองว่ากราฟฟิตีเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย ก็ได้จัดการกราฟฟิตีอย่างเข้มงวด เช่น โครงการ Legal walls ของเมืองซิดนีย์ (Mcauliffe, 2012) ที่ได้สร้างกำแพงแยกออกจากเมืองเพื่อให้ประชาชนได้พ่นสีอย่างอิสระ แต่กลับไม่ประสบความสำเร็จเพราะไม่มีการเข้าถึงที่ทำให้ประชาชนสนใจกำแพงเหล่านั้นเลย จนทำให้กำแพงเหล่านั้นถูกทำลาย ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีเมืองไม่ใช่ต้นไม้ (City is not a tree) ของคริสโตเฟอร์ อเล็กซานเดอร์ (Alexander, 2013) ที่กล่าวถึงการแยกองค์ประกอบบางส่วนในเมืองออกจากกันเพื่อความเรียบร้อยโดยไม่เพิ่มการเข้าถึงที่เหมาะสมจะทำให้โครงการเหล่านั้นไม่ประสบความสำเร็จ



ภาพที่ 9 โครงการ Legal walls เมือง Parramatta ประเทศออสเตรเลีย

ที่มา : Cameron Mcauliffe (2012)

จากกรณีศึกษาการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตของเมืองสตาแวนเกอร์ (Stavanger) ประเทศนอร์เวย์ (บุญมนัสสวัสดิ์, 2018) แต่เดิมนั้นเมืองสตาแวนเกอร์เป็นเมืองท่า ประชาชนส่วนใหญ่ในเมืองทำอาชีพประมง ทำแท่นขุดเจาะน้ำมัน อยู่ต่อเรือ และอุตสาหกรรมปลากะปอง ชีวิตประจำวันของประชาชนโดยมากจะอยู่แต่ในท่าเรือหรือแท่นขุดเจาะน้ำมัน อาคารภายในเมืองจึงมีสภาพทรุดโทรม ไม่ได้รับการดูแล ทางประชาชนจึงยกให้ศิลปินเหล่านี้ได้สร้างสรรค์งานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตตามอาคาร โดยไม่รู้ว่าศิลปินจะถ่ายทอดออกมาอย่างไร แต่อย่างไรก็ตามประชาชนตัดสินใจให้จัดแสดงภาพเป็นเวลา 1 ปี จนกลายเป็นเทศกาล Nuart Festival ที่จะจัดทุกเดือนกันยายนของทุกปี ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวและศิลปินจากที่ต่าง ๆ มารวมกันชมและแสดงผลงานในเทศกาล มีร้านค้า โรงแรมที่รองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น และการถ่ายทอดผลงาน นอกจากนั้นกราฟฟิตี้ยังเป็นการสะท้อนวัฒนธรรมของชุมชนและส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชาวสตาแวนเกอร์ ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดถึงปริมาณของปลาวาฬที่ลดลงจากประเพณีล่าปลาวาฬที่เป็นวัฒนธรรมดั้งเดิม จนทำให้ประชาชนลดกิจกรรมการล่าปลาวาฬ



ภาพที่ 10 ภาพปลาวาฬ โครงการ Nuart Festival เมือง Stavanger ประเทศนอร์เวย์
ที่มา : Rom Levy (2013)

<https://streetartnews.net/2013/09/roa-new-mural-in-stavanger-norway.html>

การฟื้นฟูเมืองที่เสื่อมโทรมด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้น ไม่ใช่เพียงเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวแก่ชุมชนเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นจากอดีต เพราะในหลาย ๆ เมืองเดิมมีภาพลักษณ์ที่เสื่อมโทรม สกปรก เป็นแหล่งซ่องสุมของคนไร้บ้าน และอาชญากรรม ตัวอย่างเช่นโครงการฟื้นฟูไฟร็ิมเฟลเด (Freimfelde) ประเทศเยอรมนี (Gribat, 2017) เดิมเมืองไฟร็ิมเฟลเด เป็นเมืองที่ล่มสลายจากความ

ขีดแย้งของเยอรมนีตะวันออกกับตะวันตก ช่วงปี 1990 ถึง 2010 ประชากรในเมืองลดลงไป 80,000 คน คิดเป็น 25% ของประชากร ภายในเมืองประกอบด้วยอาคารเก่าสไตล์วิลเฮลมิเนียน (Wilhelminian) ประชากรอยู่อาศัยเบาบาง มีโรงฆ่าสัตว์ การค้าประเวณีและอาชญากรรมเล็กน้อย ทั้งเมืองมีอาคารว่างถึง 60% ของพื้นที่เมืองทั้งหมด ก่อนที่อาคารเหล่านี้จะถูกรื้อออกไป โครงการ All You Can Paint (AYCP) ที่เปลี่ยนภาพลักษณ์ของเมือง ร้างให้กลายเป็นแกลลอรี่กลางแจ้ง โดยโครงการเหล่านี้ได้รับการร่วมมือจากประชาชน โรงเรียนอนุบาลและองค์กรประชาสังคมในการสร้างอัตลักษณ์ของอาคารตัวเองผ่านงานจิตรกรรมและกราฟฟิตี้จนทำให้เมืองมีความน่าอยู่และกลับมามีชีวิตชีวาได้อีกครั้ง



ภาพที่ 11 ภาพกราฟฟิตี้ในเมือง Freimfelde ประเทศเยอรมนี
ที่มา : Nina Gribat (2017)

<https://www.metropolitiques.eu/Overcoming-Degradation-Through.html>

กรณีศึกษาในชุมชนจอร์จทาวน์ เมืองปีนัง ประเทศมาเลเซียที่ได้ชื่อว่าเป็นเมืองมรดกทางประวัติศาสตร์จาก UNESCO ทั้งนี้แทนที่จอร์จ ทาวน์จะกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอดนิยามจากมรดกทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมในชุมชน กลับกลายเป็นว่างานสตรีทอาร์ตและประติมากรรมเหล็กเส้นเป็นจุดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมมากกว่า ซึ่งประติมากรรมเหล็กเส้นถูกติดตั้งหลังจากการมีอยู่ของงานสตรีทอาร์ต เนื่องจากงานประติมากรรมเหล็กเส้นมีความคงทนต่อสภาพอากาศและมีอายุการใช้งานที่มากกว่าในขณะที่ฝาผนังในจอร์จทาวน์ก็เริ่มสึกกร่อนลง โดยนำเสนอในรูปแบบการถ่ายเรื่องราวประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของชาวปีนัง อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่างานศิลปะทั้งสองรูปแบบจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก แต่นักท่องเที่ยวกลับสนใจงานสตรีทอาร์ตมากกว่า

งานประติมากรรม ซึ่งเป็นบทเรียนสำคัญในการดูแลรักษางานสตรีทอาร์ตแก่เจ้าของพื้นที่ (Sadatiseyedmahalleh, Rahman, & Abdullah, 2015)



ภาพที่ 12 ภาพงานสตรีทอาร์ตที่จอร์จทาวน์ เมืองปีนัง ประเทศมาเลเซีย
ที่มา : Michael Turtle (2020)

กรณีศึกษาเมืองในโยโกฮาม่า ประเทศญี่ปุ่น พบว่าเมืองโยโกฮาม่ามีนโยบายที่จะพัฒนาเมืองให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ ซึ่งได้นำมาใช้กับย่านโคกานะโจ พื้นที่ที่เป็นย่านการค้า บริการทางเพศ ซึ่งมีช่องมากกว่า 200 แห่ง โดยได้รับการร่วมมือระหว่างทางเมืองโยโกฮาม่า เจ้าหน้าที่ตำรวจ และประชาชนในการกำจัดช่องให้หมดไป โดยในปี 2007 มหาวิทยาลัยโยโกฮาม่าจะจัดโครงการ Kogane-X เพื่อปรับเปลี่ยนช่องเก่าให้กลายเป็นแกลอรีงานศิลปะ โดยได้รับความร่วมมือจากศิลปินและโรงเรียนศิลปะ และได้ต่อยอดเป็นโครงการ Koganecho Bazaar ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คือย่านค้าบริการถูกเปลี่ยนเป็นเมืองศิลปะ ราคาที่ดินในย่านสูงขึ้น คอนโดมิเนียมราคาแพงถูกสร้างเป็นจำนวนมาก (Noda, 2015)



ภาพที่ 13 ภาพงานสตรีทอาร์ตในเมืองโคกานะโจ เมืองโยโกฮาม่า ประเทศญี่ปุ่น
ที่มา : Liar Ben (2015)

2.2 วัฒนธรรมเมือง - เศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์และพื้นที่สาธารณะ

จากหนังสือ The cultures of cities ของซารอน ซุกิน (Zukin, 1995) ได้กล่าวถึง วัฒนธรรมภายในเมือง ว่าวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประชาชนภายในเมืองเป็นสิ่งที่ช่วยเหลือเมืองจาก

ความล้มเหลวหลังยุคอุตสาหกรรม เป็นสิ่งที่สร้างภาพลักษณ์และการจดจำให้แก่เมือง ซึ่งวัฒนธรรมเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาเมืองใหม่หรืออนุรักษ์เมืองในท้องถิ่น เป็นการสร้างแหล่งท่องเที่ยวและข้อได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งในแต่ละเมืองมีวัฒนธรรมแบบพหุ-วัฒนธรรม คือมีวัฒนธรรมที่หลากหลายจากการอพยพและชนกลุ่มน้อย ทำให้เกิดการแข่งขันทะยานและความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่สูงขึ้น ในหลาย ๆ เมืองได้แข่งขันกันสูงขึ้นเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและการลงทุน โดยการสร้างภาพลักษณ์ของเมืองในบทบาทของศูนย์กลางของนวัตกรรมทางวัฒนธรรม ได้แก่ ร้านอาหาร การแสดงที่แปลกใหม่ สถาปัตยกรรม รวมไปถึงการสร้างพื้นที่สาธารณะเพื่อป้องกันการเกิดอาชญากรรมและทำให้น่าอยู่ขึ้น

วัฒนธรรมเป็นตัวขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของเมือง นับแต่ยุค Post-Modern เป็นต้นมา ซึ่ง ชารอน ซูคิน ได้เรียกระบบเศรษฐกิจแบบนี้ว่า เศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic economy) ซึ่งนับเป็นเครื่องมือที่ช่วยพัฒนาสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและนายทุนในการสร้างพื้นที่สาธารณะใหม่ ซึ่งการพัฒนาวัฒนธรรมให้เข้ากับเมืองนั้นขึ้นอยู่กับว่าผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมอย่างไร ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าผู้คนจะรวมเอาปัจจัยต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจดั้งเดิม ที่ดิน แรงงาน และเงินทุนมาผสมผสานกันอย่างไร แต่ก็ขึ้นอยู่กับการควบคุมภาษาสัญลักษณ์ของการจัดการกับสัญลักษณ์หรือการให้สิทธิ์ หรือการควบคุมของพลังสุนทรียภาพนั่นเอง ในการใช้สุนทรียภาพนั้น ซูคินกล่าวว่าเมืองยุคโมเดิร์นเป็นต้นมานั้นเกิดจากองค์ประกอบดังต่อไปนี้ 1. เศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ 2. ผู้ประกอบการสถานที่ 3. การอยู่ร่วมกันของภาพและผลิตภัณฑ์ อย่างแรกคือเมืองมีเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์อยู่เสมอ สองคือเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์จะเกิดขึ้นโดยผู้ประกอบการ สามคือผู้ที่มีส่วนร่วมจะมาในรูปของกิจกรรมการกุศลที่ไม่ได้แสวงหาผลกำไร การสร้างความภาคภูมิใจและความรู้สึกการเป็นเจ้าของร่วมต่อเมือง หรือการสร้างอัตลักษณ์ให้แก่เมือง สิ่งใหม่ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์แสดงถึงการอยู่ร่วมกันของภาพลักษณ์และผลิตภัณฑ์ โดยการจ้างงานในเมืองที่มีสื่อบันเทิงและนันทนาการมีการเติบโตขึ้นสูงมากเป็นหกเท่าของงานดูแลสุขภาพ และทำให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีเพิ่มมากขึ้น เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ความโดดเด่นของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมนั้นเป็นแรงบันดาลใจใหม่ในการเจรจากับความแตกต่าง รูปแบบตามถนนได้วนเวียนไปผ่านสื่อมวลชน โดยเฉพาะแฟชั่น ดนตรี นิตยสาร การเพิ่มขึ้นของเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ของเมืองมีรากฐานมากจากการเปลี่ยนแปลงระยะยาว 2 ประการคือ เศรษฐกิจในเมืองถดถอยลงเมื่อเทียบกับชานเมืองและนอกเมือง และการขยายตัวของภารกิจกำไรทางการเงินเชิงนามธรรมในระยะสั้นอีกด้วย

ในอีกมุมหนึ่ง สถาบันทางวัฒนธรรมได้สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับเมืองอื่น ๆ เพื่อดึงดูดธุรกิจและนักลงทุนเป็นไปได้อย่างวัฒนธรรมเชื่อมโยงและสอดคล้องกับสินค้าแบรนด์เนม วัฒนธรรมสร้างความเป็นไปได้ที่จะทำให้เกิดสินค้าใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น วัฒนธรรมจึงกลายเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนรูปแบบเศรษฐกิจหลังจากช่วงสงคราม ไม่ว่าจะเป็นพิพิธภัณฑ์ ร้านดอกไม้ ร้านอาหารได้สร้างพื้นที่ทางสังคมสำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเชิงธุรกิจ ในปี 1980 พิพิธภัณฑ์ในกรุงนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา มีรายได้จากการเยี่ยมชมที่น้อยมาก เนื่องจากพึ่งพารายได้จากค่าเข้าชมเท่านั้น ทางเจ้าของพิพิธภัณฑ์ศิลปะเมโทรโพลิทันและพิพิธภัณฑ์โมเดิร์นอาร์ตในนิวยอร์กจึงได้ลองเพิ่มบริบทโดยรอบเช่น การปรับปรุงร้านอาหาร การจัดดนตรีแจ๊สในช่วงเย็น ซึ่งได้กลายเป็นสมบัติสาธารณะและสถานที่ท่องเที่ยว โดยทั่วไปพิพิธภัณฑ์จะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานท้องถิ่นหรือองค์กรเอกชน แต่พิพิธภัณฑ์ใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชนมากกว่า เพราะพวกเขาต้องการพื้นที่สาธารณะ ส่งผลให้เงินทุนจากหน่วยงาน ความยืดหยุ่นในการทำกำไรจากกิจกรรมมากขึ้น

การนำเสนอรูปแบบของเมืองนั้นเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งมาในรูปแบบของนิทรรศการ งานเทศกาล สนามกีฬาหรือศูนย์การค้า การสร้างพื้นที่สำหรับเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์นั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดผู้เยี่ยมชม ผู้บริโภค ซึ่งทำให้เปลี่ยนวัฒนธรรมสาธารณะของเมือง โดยการเชื่อมโยงวัฒนธรรมสาธารณะกับวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์มีนัยสำคัญสำหรับอัตลักษณ์และการควบคุมทางสังคม การรวมวัฒนธรรมของกลุ่มทางสังคมนั้นสามารถเป็นได้อย่างประชาธิปไตย สามารถรวมเข้ากันได้ดีกว่าการแยกกลุ่มสังคม ชาติพันธุ์ออกจากกัน และสามารถช่วยในการเจรจาต่อรองกลุ่มเอกลักษณ์ใหม่ๆ วัฒนธรรมสามารถใช้เป็นกรอบในการการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ บางครั้งโรงงานร้างหรือพื้นที่ริมน้ำได้รับการดัดแปลงให้กลายเป็นสถานที่ให้ความบันเทิง แหล่งพานิชยกรรม โดยศิลปินได้เข้ามามีบทบาทในการมีส่วนร่วมและได้รับการว่าจ้างจากหน่วยงานรัฐหรือเอกชน ดังนั้นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์จึงมีระบบการสร้างสองอย่างที่ขนานกัน นั่นคือการสร้างพื้นที่รวมตัวกันลงทุนและการทำกิจกรรมทางวัฒนธรรม กับการสร้างสัญลักษณ์ สร้างอัตลักษณ์ให้แก่เมือง ซึ่งรวมถึงการแลกเปลี่ยนเชิงพาณิชย์และอัตลักษณ์ทางสังคม การสร้างวัฒนธรรมสาธารณะเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบสาธารณะ พื้นที่สำหรับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และสร้างภาพลักษณ์ของเมือง ในปัจจุบันการปรับโครงสร้างทางวัฒนธรรมมีให้เห็นหลักๆอยู่ 3 แบบ

- 1) จากภาพลักษณ์ท้องถิ่นสู่ระดับโลก
- 2) จากหน่วยงานสาธารณะสู่องค์กรเอกชน

3) จากกลุ่มชาติพันธุ์ชุมชนที่มีความหลากหลาย

กลไกสำคัญในการใช้วัฒนธรรมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ให้แก่เมืองนั้นคือการสร้างพื้นที่สาธารณะ ซึ่งการสร้างพื้นที่สาธารณะนั้นมีจุดประสงค์คือการลดพื้นที่สำหรับคนเร่ร่อนและการก่ออาชญากรรมด้วยการดึงดูดผู้ใช้ทั่วไปให้เข้าถึงได้ง่าย มีการปรับโครงสร้างภูมิทัศน์ของสวน มีร้านอาหาร ร้านกาแฟ โดยหลักการพื้นฐานของพื้นที่สาธารณะประกอบไปด้วยการดูแลสาธารณะและการเข้าถึงพื้นที่ที่เปิดกว้าง ทำให้มีสายตาการมองเห็นตลอด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดสายตาฝ้าระว้างของเจน จาคอบ (Jacobs, 1961) และเมืองระดับสายตาของฌาน เกห์ล (Gehl, 2010) ที่ต้องการให้เมืองมีสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้คนมาใช้พื้นที่ มีกิจกรรมและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เกิดสายตาการมองเห็นในเมืองเพื่อลดการเกิดอาชญากรรมในพื้นที่ หนึ่งในอุปสรรคของวัฒนธรรมสาธารณะคือความกลัวจากการถูกทำร้ายร่างกาย และอาชญากรรม ซึ่งอาจจะไม่ปลอดภัยพอสำหรับประชาชนต่อการมีส่วนร่วมในเมือง โดยส่วนใหญ่มาจากความแตกต่างกันทางชาติพันธุ์ ความขัดแย้งระหว่างชนชั้น ดังนั้นการทำพื้นที่สาธารณะก็มีส่วนในการให้คนต่างวัฒนธรรมมาปฏิบัติสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเพื่อสังคมที่เป็นประชาธิปไตย

กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการฟื้นฟูเมืองนั้นเป็นตัวอย่างหนึ่งที่เราได้เห็นชัดในการใช้หลักการของเศรษฐศาสตร์เชิงสัญลักษณ์มาใช้ในการสร้างพื้นที่สาธารณะและภาพลักษณ์ที่ใช้เป็นตัวแทนของพื้นที่สาธารณะดังกล่าว มีหลายๆเมืองที่กราฟฟิตี้กลายเป็นอัตลักษณ์ประจำเมืองกลายเป็นแลนด์มาร์คที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม และศิลปินมาแสดงผลงานของตัวเอง อย่างเช่นเมืองโบโกตา ประเทศโคลัมเบีย เดิมโบโกตามีพื้นที่ที่เป็นสลัมที่เกิดความขัดแย้งเกี่ยวกับการพนันอยู่หลายครั้ง และมีการก่ออาชญากรรมสูง ภายหลังกฎหมายของเมืองโบโกตาได้กำหนดให้กราฟฟิตี้เป็นสิ่งที่อนุโลมให้ทำได้ในพื้นที่ที่กำหนดไว้ โบโกตาจึงเป็นเมืองแห่งกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตที่ได้รับความนิยม มีศิลปินจากหลาย ๆ แห่งรวมถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงเข้ามาแสดงผลงาน จนกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตได้กลายเป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ให้แก่เมืองโบโกตา ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งรวมไปถึงการลดปริมาณอาชญากรรมของเมืองด้วยเช่นกัน



ภาพที่ 14 กราฟฟิตี้เมืองโบโกตา
ที่มา : The curious adventurer (2019)

<https://www.thecuriousadventurer.com/blog/bogota-graffiti-tour>

จากการทบทวนวรรณกรรม การศึกษานี้ นำแนวคิดวัฒนธรรมเมือง (The cultures of cities) ของชารอน ซูคิน มาเป็นกรอบแนวคิดในการสำรวจกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในบริบทของประเทศไทยว่าเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ให้แก่เมืองหรือไม่? กราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตมีข้อดี ข้อเด่นอย่างไรถึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูเมืองหรือทำให้เมืองมีชีวิตชีวาขึ้นมาได้? กราฟฟิตี้มีอิทธิพลต่อและเมืองอย่างไร? สร้างความรู้สึกรูปแบบใดแก่ประชาชนและผู้สัญจร ซึ่งแนวคิดวัฒนธรรมเมืองนั้นจะเป็นกรอบแนวคิดที่จะพิสูจน์บทบาทของกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในบริบทไทย

2.3 การมีส่วนร่วมของประชาชน

จากการศึกษาของคาเมรอน แมคคอลลีฟ (Mcauliffe, 2012) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับปรากฏการณ์การทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในเมืองซิดนีย์ ได้กล่าวว่ากราฟฟิตี้ยังเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายในประเทศออสเตรเลีย มีความเข้มงวดในการเฝ้าระวังไม่ให้มีคนลักลอบพ่นสีตามกำแพงโดยไม่ได้รับอนุญาต แต่ในปัจจุบันกฎหมายในประเทศออสเตรเลียได้ยอมรับกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตมากขึ้น ทำให้ศิลปินสามารถสร้างกราฟฟิตี้บนอาคารที่อนุญาตให้พ่นได้ ภายใต้อาณัติปฏิบัติ 3 ข้อ ได้แก่ 1. การบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมการเกิดกราฟฟิตี้ในพื้นที่และอาคารให้เหมาะสม 2. การถอดถอนกราฟฟิตี้ที่ผิดกฎหมายออกเพื่อความเรียบร้อยของอาคาร 3. การมีส่วนร่วมทางสังคม โดยคาเมรอนได้ทำการศึกษาพื้นที่ศึกษาซึ่งกราฟฟิตี้มีบทบาทแตกต่างกันในแต่ละเมือง เช่น เมือง

พารามัตต้า พื้นที่ทางราชการที่ต้องการแยกกราฟฟิตี้ออกจากเมืองด้วยการสร้างกำแพงเปล่าที่สวนสาธารณะรอบ ๆ เมือง เพื่อให้ประชาชนพ่นสีได้อย่างอิสระ หรือเมอร์ริควิลล์ที่ให้ศิลปินกราฟฟิตีได้สร้างสรรค์ผลงานตามอาคารเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่ร้านค้าริมทางเท้าภายในเมืองโดยมีจุดประสงค์ในการกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษานี้นำไปสู่การใช้เครื่องมือในการวิจัย เพื่อนำไปใช้กับการสำรวจ การสัมภาษณ์ และการสังเกต

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในโครงการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต และโครงการอื่น ๆ พบว่าแต่ละโครงการนั้นเป็นการร่วมมือกันของคนหลายกลุ่มที่เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยส่วนใหญ่เน้นโครงการฟื้นฟูเมืองในรูปแบบต่าง ๆ นั้นจะริเริ่มโดยนักเคลื่อนไหวทางกิจกรรม (Activist) ซึ่งอาจได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรเอกชน ซึ่งโครงการฟื้นฟูเมืองหรือการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นจะมีกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลักๆ เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) อยู่ 5 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ศิลปิน นักลงทุน เจ้าของที่ดิน และประชาชนในพื้นที่และนอกพื้นที่ โดยแต่ละกลุ่มจะมีบทบาทและระดับในการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันในแต่ละโครงการ บางโครงการมีศิลปินเป็นผู้ริเริ่ม บางโครงการเป็นนักลงทุนหรือเจ้าของที่ดินเป็นผู้ก่อตั้งและเปิดให้ศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม

การศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนจากสถาบันพระปกเกล้านี้ได้กล่าวว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นต้องมีเงื่อนไขพื้นฐาน ได้แก่ 1. ต้องมีอิสรภาพในการเข้าร่วม 2. ต้องมีความเสมอภาคในการเข้าร่วม 3. ต้องมีความสามารถเพียงพอที่จะเข้าร่วม และมีระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนอยู่ 6 ระดับดังนี้

ระดับที่ 1 การมีส่วนร่วมในระดับการให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นการให้ข่าวสารแก่ประชาชนเกี่ยวกับโครงการและกิจกรรมของหน่วยงาน เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมน้อยที่สุด แต่เป็นขั้นตอนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมและมีความสำคัญมาก โดยหน่วยงานนั้นต้องนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง ถูกต้อง ทันสมัย และสามารถเข้าถึงได้ โดยรูปแบบการมีส่วนร่วมนี้อยู่ในลักษณะการให้ข้อมูลทางเดียวจากภาครัฐสู่ประชาชนในรูปแบบของการแถลงข่าว การแจกข่าวสาร หรือจัดนิทรรศการ

ระดับที่ 2 การมีส่วนร่วมในระดับการเปิดรับความคิดเห็นจากประชาชน เป็นการเปิดให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น เพื่อเป็นข้อมูลในการประเมินประสิทธิภาพ

ข้อบกพร่องของโครงการได้ชัดเจนขึ้น ด้วยการทำแบบสอบถาม การบรรยายและเปิดให้ผู้ฟัง มาแสดงความคิดเห็น

ระดับที่ 3 การมีส่วนร่วมในระดับการปรึกษาหารือ เป็นการมีส่วนร่วมของ ประชาชนในการเจรจาอย่างเป็นทางการระหว่างหน่วยงานกับประชาชน เพื่อประเมิน ความก้าวหน้าของโครงการ โดยหน่วยงานจัดให้มีกระบวนการรับฟังความคิดเห็นในรูปของ การประชุม การเสวนากลุ่ม

ระดับที่ 4 การมีส่วนร่วมในระดับการวางแผนร่วมกัน เป็นการมีส่วนร่วมที่ผู้วางแผน กับประชาชนมีความรับผิดชอบในการเตรียมโครงการร่วมกัน เหมาะสำหรับการพิจารณา ประเด็นที่ซับซ้อนและมีข้อโต้แย้งมาก เช่น การใช้อินญาโตตุลาการเพื่อแก้ปัญหาข้อขัดแย้ง หรือการเจรจาเพื่อประนีประนอมกัน

ระดับที่ 5 การมีส่วนร่วมในระดับการร่วมปฏิบัติ เป็นการมีส่วนร่วมที่หน่วยงานกับ ประชาชนร่วมมือกันดำเนินโครงการ หรือนำโครงการไปปฏิบัติร่วมกันเพื่อให้บรรลุผลตาม วัตถุประสงค์ที่วางไว้

ระดับที่ 6 การมีส่วนร่วมในระดับการควบคุมโดยประชาชน เป็นระดับสูงสุดของการ มีส่วนร่วมของประชาชน เป็นการมีส่วนร่วมที่ประชาชนมีอำนาจในการสั่งการให้หน่วยงาน ปฏิบัติตาม เช่น การลงประชามติ (อวรณโณ & บุรีกุล, 2548)

การศึกษานี้มีการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) แต่ละกลุ่ม การ วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการระบุบุคคล องค์กรที่มีผลประโยชน์ต่อ นโยบายและแผนการพัฒนา โดยมี 7 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผนกระบวนการวิเคราะห์ เริ่มตั้งแต่การกำหนดเป้าหมายที่ วิเคราะห์อย่างชัดเจน โดยระบุถึงบุคคลและองค์กรที่จะนำข้อมูลและผลการวิเคราะห์ไปใช้ ประโยชน์

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกและกำหนดขอบเขตประเด็นการพัฒนา เพื่อให้สามารถ รวบรวมข้อมูลและสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะวิเคราะห์ได้อย่างตรงประเด็น ขอบเขต ประเด็นการพัฒนาจึงไม่ควรกว้างมากเกินไปที่จะสามารถวิเคราะห์และนำผลการวิเคราะห์ ไปใช้ได้

ขั้นตอนที่ 3 การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จัดทำรายชื่อบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับโครงการพัฒนาในพื้นที่ โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบ่งได้เป็นหลายกลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งคนในชุมชนและคนนอกชุมชน

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างตารางผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละกลุ่ม โดยมีลำดับดังนี้

1. หมายเลขผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อถ่ายต่ออ้างอิงและเปรียบเทียบในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. องค์กรและตำแหน่งของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อทราบถึงระดับอำนาจในการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร
3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก เพื่อคัดแยกบทบาทการมีส่วนได้ส่วนเสียระหว่างเจ้าหน้าที่ในองค์กรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนอื่น ๆ
4. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย แผน และโครงการ เพื่อระบุได้ว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนใดในคัดค้านนโยบาย แผน และโครงการเพียงเพราะเข้าใจข้อมูลคลาดเคลื่อน โดยแบ่งระดับออกได้แก่ มาก ปานกลาง และน้อย
5. จุดยืนเกี่ยวกับนโยบาย เพื่อแสดงว่าผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นด้วย คัดค้าน หรือเป็นกลางกับโครงการ
6. ความเป็นไปได้ในการรวมกลุ่มกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น
7. ทรัพยากร เช่น เงินทุน บุคลากร เทคโนโลยี เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แบ่งออกเป็นสองประเภทคือทรัพยากรที่มีอยู่แล้วกับทรัพยากรที่สามารถใช้ได้เมื่อมีความจำเป็น โดยแบ่งเป็นสามระดับได้แก่ มาก ปานกลาง น้อย
8. อำนาจและอิทธิพล แบ่งระดับออกเป็นมาก ปานกลาง น้อย
9. ความเป็นผู้นำ แบ่งระดับออกเป็นมาก ปานกลาง น้อย (อภิวัฒน์, ม.ป.ป.)

การศึกษานี้ นำแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนและการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการทบทวนวรรณกรรมมาเป็นกรอบแนวคิดในการสำรวจการมีส่วนร่วมในโครงการกราฟฟิตี้และ

สตรีทอาร์ตในบริบทของประเทศไทยว่าในโครงการประกอบด้วยกลุ่มบุคคลหรือหน่วยงานใดบ้าง? แต่ละกลุ่มคนมีบทบาทและหน้าที่อย่างไรในโครงการ? และแต่ละโครงการมีปัญหาหรือความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคนที่มีส่วนร่วมภายในโครงการอย่างไร? ซึ่งแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นจะเป็นกรอบแนวคิดที่จะศึกษาบทบาทและการมีส่วนร่วมของกลุ่มบุคคล หน่วยงานหรือองค์กรในโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในประเทศไทย ความเป็นมาหรือแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นโครงการของผู้ริเริ่ม ไปจนถึงบทบาทการมีส่วนร่วมของแต่ละกลุ่ม

2.4 สรุปการทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ทราบถึงนิยาม วิวัฒนาการ รูปแบบ ความเป็นมาของกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต และกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ตัวอย่างการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในต่างประเทศ แนวคิดวัฒนธรรมเมืองและเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ว่าปรากฏการณ์กราฟฟิตี้ในชุมชนในปัจจุบันสร้างแรงดึงดูดและความสนใจแก่ผู้คนที่เดินผ่านไปให้มีความรู้สึกทางสุนทรียะหรืออยากมีปฏิสัมพันธ์กับภาพบนอาคาร กราฟฟิตี้ถูกใช้ตามหลักการเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ในสร้างพื้นที่สาธารณะและเป็นภาพลักษณ์ให้กับชุมชน รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเป็นการแสดงความรู้สึก ทศนคติ ความคิดเห็นที่มีต่อกราฟฟิตี้กับการสร้างพื้นที่สาธารณะและเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ของคนในชุมชนว่าคนในชุมชนมีความพึงพอใจที่จะให้มีกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ของตนหรือไม่? เพื่อสร้างกรอบการวิจัย ออกแบบและเลือกใช้เครื่องมือในการวิจัย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากประเทศไทยมีเพียงการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับกราฟฟิตี้เฉพาะความสวยงามและแนวคิดทางสุนทรียภาพ ยังไม่มีการวิจัยหรือการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่อยู่ภายใต้บริบททางสังคมไทยในการเป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ในการเป็นภาพจำลองพื้นที่สาธารณะและการมีส่วนร่วมของคนในการใช้กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตเพื่อทำให้เมืองมีชีวิตชีวา จึงเกิดช่องว่างในการวิจัยคือด้วยบริบทของต่างประเทศและประเทศไทยที่มีความแตกต่างกัน จะทำให้กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีความแตกต่างกันไปด้วยหรือไม่? กราฟฟิตี้สามารถเป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ให้แก่ชุมชนได้หรือไม่? และกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของโครงการกราฟฟิตี้ไทยมีรูปแบบที่เหมือนหรือต่างจากต่างประเทศอย่างไร?

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต แนวคิดวัฒนธรรมเมือง และการมีส่วนร่วมของประชาชน นำมาสู่การกำหนดระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

3.1 รูปแบบวิธีวิจัย

3.2 กรอบการวิจัย

3.3 ขั้นตอนและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4 ขอบเขตการวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ (Empirical research) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับปรากฏการณ์การทำให้เมืองน่าอยู่ด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต ประกอบด้วยการศึกษาคุณลักษณะของกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตเมื่อเทียบกับกราฟฟิตีทั่วไป บริบทของพื้นที่กรณีศึกษาต่อกระบวนการจัดทำโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องข้องกับโครงการ และกระบวนการมีส่วนร่วมภายในโครงการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต โดยทำการสำรวจเพื่อคัดเลือกพื้นที่กรณีศึกษา สังเกตบริบทโดยรอบ รูปแบบและบทบาทของกราฟฟิตีภายในพื้นที่กรณีศึกษา การทำแบบสอบถามทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในบุคคลทั่วไป และสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องข้องกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในพื้นที่กรณีศึกษา ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งทำการเก็บข้อมูลจากเครื่องมือการวิจัยในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ แผนที่เดินดิน แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติ และวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

3.2 กรอบการวิจัย

ในแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ของชูคินั้น กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นเป็นวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่งที่น่าเสนอโดยประชาชน ด้วยการถ่ายทอดวัฒนธรรม ทัศนคติ เรื่องราว และประสบการณ์ของชุมชนมาในรูปแบบของภาษาภาพบนอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างภายในพื้นที่ที่สามารถมองเห็นได้ โดยงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีความงาม มีคุณค่าเชิงสุนทรียะ เป็นการสะท้อนภาพลักษณ์ของชุมชนที่ทำให้เมืองมีชีวิตชีวามากขึ้น กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

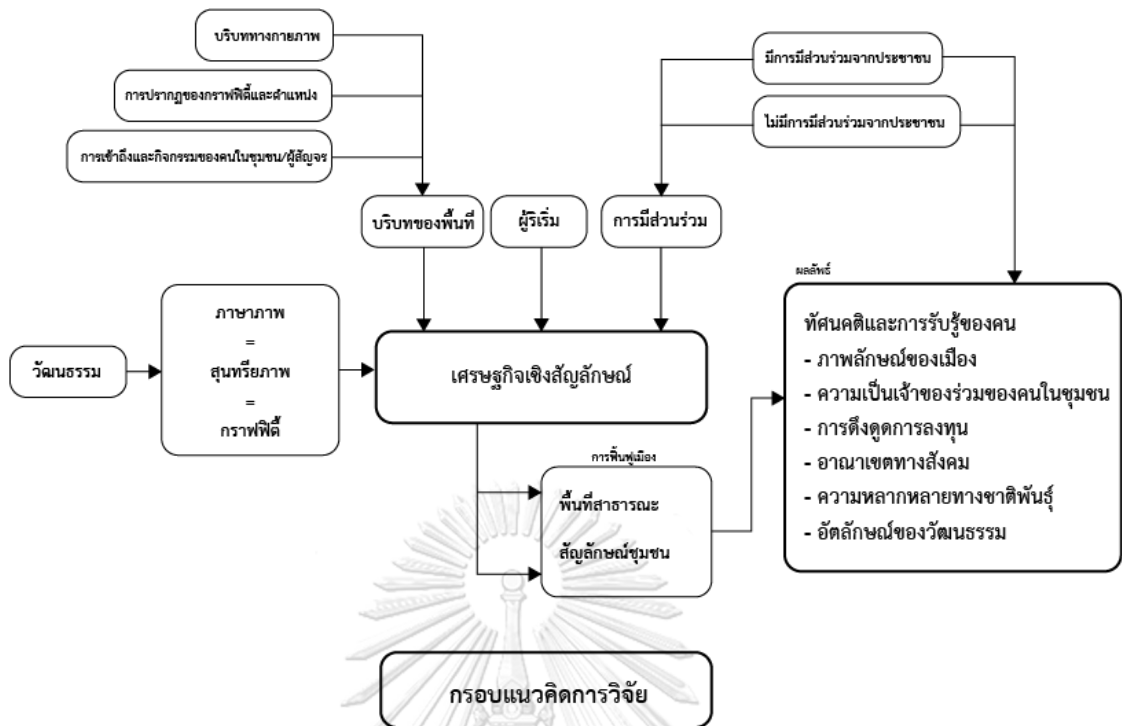
สามารถเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ที่สามารถทำให้เมืองน่าอยู่และกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับเมืองได้มากขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรม การศึกษานี้ใช้แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ (Zukin, 1995) กับการมีส่วนร่วมของประชาชน (อุวรรณโณ และ บุรีกุล, 2548) ในการกำหนดกรอบการวิจัย โดยเริ่มตั้งแต่การสำรวจและคัดเลือกกรณีศึกษา การเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ ทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ การคัดแยกข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อตอบคำถามการวิจัย โดยกรอบการวิจัยมีดังนี้

1) สำรวจบริบทของพื้นที่ต่อการใช้กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ทำการสำรวจบริบททางกายภาพ การปรากฏของภาพกราฟฟิตี้และตำแหน่งของภาพภายในพื้นที่ การเข้าถึงและกิจกรรมของคนในชุมชนและผู้สัญจร เพื่อความสัมพันธ์ว่าบริบทของพื้นที่มีผลต่อเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์อย่างไร โดยเปรียบเทียบบริบทของพื้นที่ที่มีลักษณะแตกต่างกัน 3 พื้นที่

2) สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต เพื่อทราบถึงความเป็นมาของโครงการ ผู้ริเริ่มโครงการ กระบวนการ และการมีส่วนร่วม เพื่อความสัมพันธ์ว่าผู้ริเริ่มกับการมีส่วนร่วมมีผลต่อเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์อย่างไร และการมีส่วนร่วมจากประชาชนในพื้นที่มีความสำคัญต่อโครงการหรือไม่ โดยเปรียบเทียบโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต 3 โครงการ ในพื้นที่ตามข้อ 1)

3) สำรวจทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตจากบุคคลทั่วไป โดยทำการสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเมือง ความเป็นเจ้าของร่วมของคนในชุมชน การดึงดูดการลงทุน อาณาเขตทางสังคม ความหลากหลาย และอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมหากมีกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตปรากฏในชุมชน เพื่อความสัมพันธ์ว่ากระบวนการสร้างเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีผลต่อทัศนคติและรับรู้ของคนอย่างไร



ภาพที่ 15 ภาพกรอบแนวคิดในการวิจัย

เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ

3.3 ขั้นตอนและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ขั้นตอนการวิจัย มีดังนี้

1. **ทบทวนวรรณกรรม** เพื่อกำหนดปัญหา กรอบแนวคิด วิธีและออกแบบเครื่องมือในการวิจัย

2. **การสำรวจและคัดเลือกพื้นที่ตัวอย่าง** สำรวจโครงการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต ทั้งโครงการที่มีอยู่ปัจจุบันและโครงการที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ด้วยการสืบหาจากสื่อออนไลน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และข่าวสารในชุมชนศิลปินกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต

การศึกษานี้ ได้ทำการรวบรวมโครงการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในประเทศไทยเพื่อนำมาเป็นพื้นที่ศึกษาตัวอย่างจากนิตยสาร ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต โดยรวมทั้งโครงการที่มีอยู่ในปัจจุบันและยังเห็นผลงานได้ โครงการที่เคยเกิดขึ้นเมื่อนานมาแล้ว ซึ่งมีทั้งโครงการที่ยังคงเหลือผลงานจากโครงการนั้นและโครงการที่ไม่หลงเหลือ

ผลงานแล้ว โดยรายละเอียดโครงการที่รวบรวมประกอบไปด้วยจังหวัด พื้นที่ที่จัดโครงการ ชื่อโครงการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโครงการ

1) เกณฑ์ในการคัดเลือกกรณีศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรม กระบวนการศึกษา และรวบรวมพื้นที่โครงการ ทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต ทำให้ได้กำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่เพื่อเป็นกรณีศึกษาที่ใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ ได้แก่

1. พื้นที่ดังกล่าวต้องมีกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต
2. กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่นั้นเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน
3. กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่นั้นเป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์แก่เมือง ชุมชน หรือพื้นที่นั้น
4. พื้นที่ดังกล่าวต้องหลงเหลือผลงานกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตที่สามารถนำมาศึกษาได้
5. พื้นที่ดังกล่าวต้องมีกราฟฟิตีที่ถูกจัดขึ้นเพื่อฟื้นฟูหรือกระตุ้นการท่องเที่ยว
6. พื้นที่ดังกล่าวต้องมีโครงการที่มีการมีส่วนร่วมขององค์กร ศิลปิน และประชาชน

2) รายละเอียดพื้นที่ศึกษาโดยสังเขป

จากการสำรวจพื้นที่โครงการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตและกำหนดเกณฑ์ในเลือกกรณีศึกษาเพื่อคัดเลือกพื้นที่ตัวอย่างมาเป็นกรณีศึกษา จนได้กรณีศึกษาทั้งหมด 3 พื้นที่ดังนี้

1. ย่านราชเทวี



ภาพที่ 16 พื้นที่ราชเทวี เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
ที่มา : Google map (เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ)



ภาพที่ 17 ภาพกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต โครงการ Meeting of styles Thailand 2018
พื้นที่ราชเทวี

ที่มา : MGR Online (2018)

<https://mgronline.com/travel/detail/9610000082357>

สาเหตุที่เลือกพื้นที่ราชเทวีคือ ย่านราชเทวีเป็นพื้นที่ที่เคยเสื่อมโทรม เป็นแหล่งทิ้งขยะเนื่องจากไม่ได้รับการดูแล จนทำให้มีการลักลอบพ่นกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตหลายต่อหลายครั้ง จนเป็นที่ทราบกันในหมู่นักศิลปะสตรีทอาร์ตว่าย่านราชเทวีเป็น “แลนด์มาร์คสำหรับนักพ่นกราฟฟิตี้” เป็นพื้นที่ที่มีการเข้าถึงที่มากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวและนักพ่นกราฟฟิตี้ จนทำให้เกิดพื้นที่สาธารณะก็คือสวนเฉลิมหล้า ที่คนในชุมชนมาทำกิจกรรมและพักผ่อนหย่อนใจ ที่สำคัญคือกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตได้กลายเป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic economy) ให้กับพื้นที่นี้ไปแล้วเนื่องจากมีการตั้งกิจกรรมที่เกี่ยวกับกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตอยู่บ่อยครั้ง และเป็นตัวเลือกแรกในการเลือกพื้นที่ทำกิจกรรมเกี่ยวกับกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต

2. ย่านสยาม



ภาพที่ 18 พื้นที่สยาม กรุงเทพมหานคร

ที่มา : Google map (เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ)



ภาพที่ 19 ภาพกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต โครงการ Chula art town พื้นที่สามย่าน
ที่มา : The Standard team (2019)

<https://thestandard.co/chula-art-town/>

สาเหตุที่เลือกพื้นที่นี้เพราะเป็นพื้นที่แรกในประเทศไทยได้รับอิทธิพลกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตจากตะวันตก กราฟฟิตีในยุคแรกจะเกิดขึ้นในพื้นที่ที่ปัจจุบันได้กลายเป็นหอศิลป์วัฒนธรรมกรุงเทพมหานคร และย่านสยามก็เป็นพื้นที่ที่มีทั้งพื้นที่พาณิชย์กรรมขนาดใหญ่ใจกลางเมืองที่มีการนำเสนอผลงานกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตอยู่บ่อยครั้ง ทั้งในรูปแบบเทศกาลกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตระดับนานาชาติอย่าง “BUKRUK” หรือการจ้างศิลปินมาประชาสัมพันธ์ร้านค้าภายในย่าน และย่านชุมชนได้แก่พื้นที่สวนหลวงและพื้นที่สามย่าน ที่เป็นชุมชนโบราณมีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งมีการถ่ายทอดงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายในชุมชน

3. เมืองภูเก็ต



ภาพที่ 20 พื้นที่เมืองภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต

ที่มา : Google map (เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ)



ภาพที่ 21 ภาพกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต โครงการ F.A.T. Phuket บริเวณถนนคนเดิน จ.

ภูเก็ต

ที่มา : JATIEWPAINAI (2018)

<https://www.jatiewpainai.com/2018/09/22/one-day-in-p-h-u-k-e-t>

สาเหตุที่เลือกพื้นที่นี้เพราะเป็นพื้นที่เมืองภูเก็ตเป็นทั้งสถานที่ท่องเที่ยว และเป็นพื้นที่ชุมชนของชาวบ้าน กราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในภูเก็คนั้นมีจุดประสงค์ในการถ่ายทอดเรื่องราว วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้านที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและศาสนาในพื้นที่ภูเก็ต เป็นการสร้างอัตลักษณ์ประจำชุมชนและสร้างความคึกคักให้คนในชุมชน งานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในเมืองภูเก็คนั้นเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มประชาชนในเมืองภูเก็ตที่รวมตัวกันริเริ่มโครงการ เชิญศิลปินมาสร้างผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต โดยได้รับการสนับสนุนจากบริษัทเอกชน

3. การออกแบบเครื่องมือการวิจัย เป็นการออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ในการสำรวจบริบทโดยรอบของพื้นที่กรณีศึกษา การทราบถึงทัศนคติและการรับรู้ของบุคคลต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต รวมถึงรายละเอียดและกระบวนการในการดำเนินโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในพื้นที่กรณีศึกษา จนได้เครื่องมือการวิจัยดังนี้

1) แบบสำรวจแผนที่เดินดิน ใช้สำหรับสำรวจบริบทของพื้นที่กรณีศึกษา โดยสำรวจบริบททางกายภาพ สังเกตการปรากฏของภาพกราฟฟิตี้ ตำแหน่งของภาพ จำนวนภาพกราฟฟิตี้ในพื้นที่ การเข้าถึงและกิจกรรมในพื้นที่ของผู้สัญจรโดยประเด็นมีอยู่ 2 ส่วน ประกอบไปด้วย

ส่วนที่ 1 ตำแหน่งสถานที่ของภาพกราฟฟิตี้ในพื้นที่กรณีศึกษา

ส่วนที่ 2 จำนวนภาพกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตที่ปรากฏอยู่ในตำแหน่งของพื้นที่กรณีศึกษา สังเกตเพิ่มเติมถึงรูปแบบของกราฟฟิตี้

ส่วนที่ 3 จำนวนคนที่สัญจรผ่านตำแหน่งของพื้นที่กรณีศึกษา สังเกตเพิ่มเติมถึงลักษณะของคนที่สัญจร

ส่วนที่ 4 จำนวนคนที่มีปฏิสัมพันธ์กับตำแหน่งของพื้นที่ศึกษา สังเกตเพิ่มเติมถึงกิจกรรมที่มีปฏิสัมพันธ์กับกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในพื้นที่นั้น

ส่วนที่ 5 จำนวนร้านค้าในบริเวณโดยรอบของพื้นที่นั้น สังเกตเพิ่มเติมถึงประเภทร้านค้า กลุ่มคนที่ใช้บริการในร้านนั้น

2) แบบสอบถาม ใช้สำหรับสอบถามทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตี้ ในบทบาทของสตรีทอาร์ตแก่บุคคลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามนี้เป็นบุคคลทั่วไปที่เคยพบเห็นและรับรู้เกี่ยวกับกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย โดยประเด็นคำถามมีอยู่ 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถาม 5 ข้อ และแบบทดสอบความรู้ความเข้าใจในภาพกราฟฟิตี้ 1 ข้อ ซึ่งมีภาพให้เลือก 9 ภาพ โดยมี 1 ภาพที่ไม่ใช่กราฟฟิตี้

ส่วนที่ 2 ทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต มีคำถาม 16 ข้อ เป็นคำถามวัดระดับความเห็นด้วยต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตโดยกำหนดรูปแบบการวัดประมาณค่า (Rating scale) ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความเห็นด้วย
5	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	เห็นด้วย
3	เฉย ๆ
2	ไม่เห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการทำกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต มีคำถาม 4 ข้อ

รวมคำถาม 26 ข้อ ใช้เวลาตอบแบบสอบถามประมาณ 5 – 7 นาที

3) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย โดยสัมภาษณ์ด้วยการนัดพบหรือออนไลน์ตามความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์

ประเด็นคำถามมีอยู่ 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เล่าประสบการณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ 1. บทบาท 2. รายละเอียดโครงการและการมีส่วนร่วม 3. ผลการดำเนินงาน 4. ผลลัพธ์ต่อสังคมเมือง

ส่วนที่ 2 เปรียบเทียบการทำงานกราฟฟิตีในบริบทที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 3 โปรตแสดงความคิดเห็นและบทเรียนที่ได้จากการทำงาน

ด้านนี้

4) เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล การทำแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในประเทศไทย และได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1. สถิติเชิงพรรณนา 2. การวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางสถิติ โดยมีข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ทัศนคติและรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตี และการมีส่วนร่วมในการทำกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต เพื่อให้เข้าใจทัศนคติและความเข้าใจกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในบริบทไทย

5) เครื่องมือวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อทราบถึงบทบาทของผู้มีส่วนร่วมในโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต ประกอบไปด้วย

1. ชื่อของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
2. องค์กรและตำแหน่งของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อทราบถึงระดับอำนาจในการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กร
3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก เพื่อคัดแยกบทบาทการมีส่วนได้ส่วนเสียระหว่างเจ้าหน้าที่ในองค์กรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนอื่น ๆ
4. ทรัพยากรของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่กรณีศึกษาในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องมีระดับการให้ข้อมูลที่ไม่เท่ากัน จึงแบ่งเป็น 2 กลุ่ม

ได้แก่ 1. บุคคลทั่วไปที่รู้จักและพบเห็นกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ตที่ปรากฏในประเทศไทย โดยศึกษาด้วยการทำแบบสอบถาม 2. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในโครงการ ได้แก่ ผู้ริเริ่มโครงการ เจ้าของที่ดิน ศิลปิน และองค์กรเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ตัวอย่างทั้ง 3 แห่ง โดยศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก

1) ขนาดกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ในพื้นที่ที่ศึกษานั้นมีโครงการที่เกี่ยวกับกราฟฟิต์อยู่บ่อยครั้ง ซึ่งในพื้นที่ก็มีคนในชุมชนเป็นจำนวนมาก รวมถึงไม่ได้มีข้อมูลผู้สัญจรในชุมชนที่แน่ชัด การคำนวณจำนวนตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างจึงต้องใช้วิธีการ ดังนี้

1. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากงานวิจัยนี้ไม่ทราบขนาดจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยวิธี การหาขนาดกลุ่มตัวอย่างเมื่อประมาณค่าสัดส่วนประชากรด้วยสูตรของคอแรน (Cochran)

$$\text{สูตร } n = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่าง

p คือ สัดส่วนของประชากรที่สนใจ

Z คือ ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น (Standard normal deviation)

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

แทนค่า p เป็น 0.5 เพราะจะทำให้ค่า $p(1-p)$ มีค่าสูงสุด และกำหนดค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งเป็นค่าคงที่คือ 1.96 และมีระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้คือร้อยละ 5

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของคอแรนนับพบว่า งานวิจัยนี้จะต้องสุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 385 คน ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจริงได้ข้อมูลมา 572 ตัวอย่าง ซึ่งมากกว่าจำนวนข้อมูลขั้นต่ำที่จำเป็น

สำหรับการวิจัย ส่งผลให้ความคาดเคลื่อนในการกำหนดขนาดตัวอย่าง ลดลงเป็นร้อยละ 4.09

2. การสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการวิจัยนี้จัดเก็บข้อมูลในส่วนนี้ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส Covid-19 จึงทำให้ไม่สามารถทำแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างด้วยการพบปะโดยตรงได้ จึงทำการสอบถามผ่านแบบสอบถามออนไลน์ การสุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ร่วมกับการสุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball sampling) โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากบุคคลผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถามมีเกณฑ์การคัดเลือกเข้าและเกณฑ์คัดเลือกออกดังนี้

เกณฑ์การคัดเลือก

1. เป็นชาวไทยที่อาศัยในประเทศไทย
2. มีอายุ 18 ปีขึ้นไป
3. มีความรู้ความเข้าใจในกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในระดับที่สามารถแยกภาพกราฟฟิตีออกได้

เกณฑ์การคัดออก

1. ตอบคำถามไม่ครบ
2. ตอบไม่ตรงกับชุดคำถามปลายเปิด
3. ไม่รู้จักภาพกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

ในการทำแบบสอบถามนี้จะใช้เวลาทำแบบสอบถาม 5 – 7 นาที ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล แบบสอบถามจะประกอบไปด้วยคำถามที่ผู้ตอบจะเป็นคนเลือกคำตอบ คำถามปลายเปิดที่ผู้ตอบสามารถตอบอย่างไรก็ได้ และได้แนบคำชี้แจงให้ผู้ทำแบบสอบถามมีความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมากขึ้นขณะทำแบบสอบถาม

5. การเก็บข้อมูล เก็บข้อมูลด้วยการสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ตัวอย่าง ด้วยการสำรวจภาคสนาม สังเกตและจดบันทึก และการทำแบบสอบถามบุคคลทั่วไปเพื่อทราบถึงทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต เป็นการทำแบบสอบถามแบบออนไลน์โดยเก็บข้อมูลผ่าน Google form

6. การสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์ผู้ริเริ่มโครงการกับบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อโครงการฟื้นฟูเมือง เพื่อทราบถึงขั้นตอนและกระบวนการฟื้นฟูเมือง สิ่งที่เกิดขึ้นภายในกระบวนการ รวมไปถึงผลตอบรับและข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ เพื่อประกอบการอภิปรายและข้อเสนอแนะในงานวิจัย โดยมี 2 กรณี คือ 1. การสัมภาษณ์ผ่านการนัดพบ จะมีการนัดผู้สัมภาษณ์ภายใน 1 เดือน โดยเก็บข้อมูลจากการจดบันทึกและบันทึกเสียง 2. การสัมภาษณ์ทางออนไลน์ จะนัดผู้สัมภาษณ์ภายใน 1 เดือน โดยใช้โปรแกรม Zoom เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ มีการบันทึกเสียงและภาพหากผู้ให้สัมภาษณ์ยินยอม โดยเก็บข้อมูลเป็นความลับในการสัมภาษณ์เชิงลึก มีการสัมภาษณ์บุคคลที่เป็นศิลปินกราฟฟิตี้ที่จะใช้นามปากกาในการทำงาน อาจมีผู้ให้ข้อมูลที่ไม่สะดวกแจ้งชื่อจริง จึงใช้เป็นนามปากกาในการนำเสนอ

ส่วนการสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการฟื้นฟูเมืองในพื้นที่ตัวอย่างนั้น จะทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ไว้ 2 คนต่อ 1 พื้นที่ รวมทั้งสิ้น 6 คน โดยเป็นการสัมภาษณ์ผู้ริเริ่มโครงการโดยตรง ซึ่งทำการติดต่อเพื่อนัดสัมภาษณ์ล่วงหน้าก่อนประมาณ 1 เดือน โดยช่องทางในการสัมภาษณ์สามารถเป็นได้ทั้งการนัดพบเจอโดยตรง หรือนัดพบด้วยช่องทางออนไลน์ตามความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์มีสิทธิ์ถอนตัวออกจากการวิจัยเมื่อไหร่ก็ได้ตามความประสงค์ โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผล อย่่างไรก็ตาม หากไม่ได้เข้าร่วมการสัมภาษณ์จนจบ ให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน หรือสละสิทธิ์ในการสัมภาษณ์ จะทำการตัดบุคคลนั้นออกจากการวิจัย ซึ่งการถอนตัวออกจากการวิจัยจะไม่มีผลกระทบด้านลบใด ๆ ต่อผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการหาบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะได้จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ตัวอย่าง และทำการติดต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการนั้นเพื่อนัดการสัมภาษณ์และขอคำแนะนำกับช่องทางติดต่อบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องคนอื่นเพื่อนัดสัมภาษณ์

7. การคัดแยกข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. คุณลักษณะของกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต คุณค่าทางสุนทรียะ
แนวคิดและ อัตลักษณ์ของศิลปิน
2. บริบทของพื้นที่ที่กรณีศึกษาที่ทำให้เกิดกระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวา
ด้วยกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ความ
เป็นมาของพื้นที่ ประชาชนในชุมชน สภาพเศรษฐกิจ ได้แก่ การใช้ประโยชน์อาคาร
และสภาพแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ วัฒนธรรมในชุมชน กฎหมายและนโยบายที่
เกี่ยวข้อง
3. บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโครงการ ไม่ว่าจะเป็น ผู้ริเริ่มโครงการ ผู้มีส่วน
ได้ส่วนเสีย องค์กรไม่แสวงกำไร คนในชุมชน หรือคนสัญจร
4. กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีท
อาร์ต การใช้กราฟฟิตี้เป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ การใช้กราฟฟิตี้เป็นอัตลักษณ์
ประจำชุมชน
5. ทักษะคิดและการรับรู้ของคน ได้แก่ ภาพลักษณ์ของเมือง ความภูมิใจร่วม
ของคนในชุมชน การเป็นจุดดึงดูดต่อการลงทุน และพื้นที่ทางสังคม และการมีส่วน
ร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของโครงการแต่ละกลุ่ม

8. การวิเคราะห์ข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บทำแบบสำรวจพื้นที่กรณีศึกษา
การทำแบบสอบถามแก่บุคคลทั่วไป และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
กับโครงการ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1) การวิเคราะห์สถิติพรรณนา

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่ออธิบายลักษณะของบุคคลทั่วไปที่เคยพบ
เห็น รู้จักกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในเมืองไทย เพื่อทราบถึงทัศนคติและ
การรับรู้ต่อกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในเมืองไทย โดยแบ่งข้อมูลเป็น 3
หมวด ได้แก่ 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 2. ทัศนคติและการรับรู้
เกี่ยวกับกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต 3. การมีส่วนร่วมในการทำกราฟฟิตี้ใน
บทบาทของสตรีทอาร์ต โดยอธิบายข้อมูลด้วยสัดส่วนประชากร ค่าเฉลี่ย
และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วย ข้อมูลด้านประชากรอย่างเพศ อายุ และการศึกษา ข้อมูลด้านเศรษฐกิจอย่างอาชีพ และรายได้ แล้วข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจต่อกราฟฟิตี้ โดยให้ผู้ทำแบบสอบถามเลือกภาพ 9 ภาพที่กำหนดให้ โดยมีภาพหมายเลข 9 ที่ไม่ใช่ภาพกราฟฟิตี้

2. ข้อมูลด้านทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้น ได้ให้ผู้ทำแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นต่อคำถามที่กำหนดให้ โดยคำถามมีทั้งหมด 16 ข้อ เป็นคำถามวัดระดับความเห็นด้วยต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต มี 5 ระดับคะแนน โดยมีระดับคะแนนเฉลี่ยดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
4.21 – 5.00	ทัศนคติเป็นไปในทางบวกอย่างมาก
3.41 – 4.20	ทัศนคติเป็นไปในทางบวก
2.61 – 3.40	ทัศนคติเป็นไปในทางปานกลาง
1.81 – 2.60	ทัศนคติเป็นไปในทางลบ
1.00 – 1.80	ทัศนคติเป็นไปในทางลบอย่างมาก

3. ข้อมูลด้านการมีส่วนร่วมในการทำกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ได้ให้ผู้ทำแบบสอบถามบอกประสบการณ์ในการทำกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต การมีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต รวมไปถึงความสนใจในการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างต่อโครงการ

2) การวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางสถิติ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต เพื่อเปรียบเทียบและหาความสัมพันธ์

ระหว่างข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกับการรับรู้ต่อกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต ทศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต และการมีส่วนร่วมต่อโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต โดยใช้สถิติทดสอบ Chi – square ของโปรแกรม SPSS ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งเปรียบเทียบข้อมูลด้วยค่าความน่าจะเป็น (P – value) และระดับนัยยะสำคัญทางสถิติ

3) การวิเคราะห์องค์ประกอบและกระบวนการของโครงการกราฟฟิตี

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อหาองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์ต่อโครงการ และกระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต ด้วยการถอดความจากการสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการ วิเคราะห์แผนงานหรือกำหนดการจากผู้ให้สัมภาษณ์

3.4 ขอบเขตการวิจัย

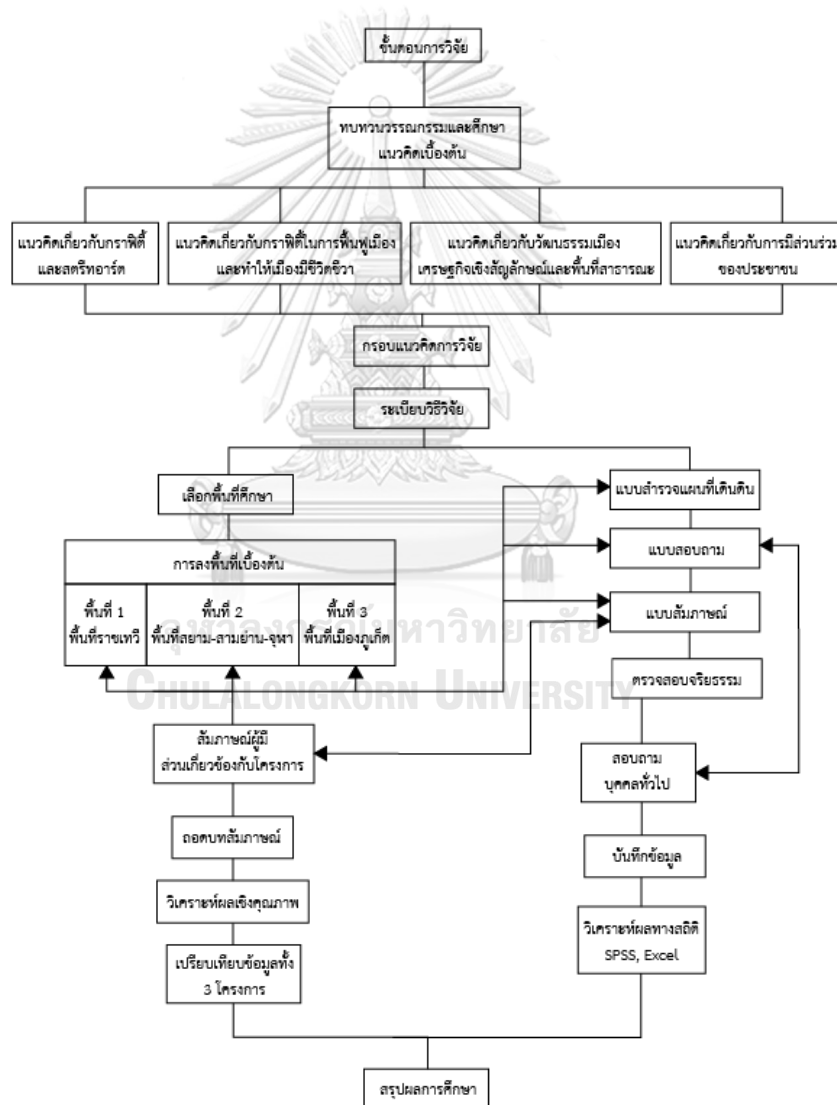
งานวิจัยนี้เป็นการทำความเข้าใจกระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของงานศิลปะ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกราฟฟิตี ตำแหน่งที่ตั้งของงานสัมพันธ์กับบริบทโดยรอบ ผู้คนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง โดยแยกเป็น 4 ตัวแปรหลัก ดังนี้

1. ผลงานศิลปะ ในการศึกษาครั้งนี้คือกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต โดยศึกษาคุณลักษณะทางสุนทรียะ ขนาดของผลงาน และอัตลักษณ์เฉพาะตัวของศิลปิน
2. ตำแหน่งที่ตั้งและบริบทโดยรอบ ศึกษาการประกอบขึ้นขององค์ประกอบที่วาง (Spatial Configuration) ที่เป็นที่ตั้งของงานกราฟฟิตี ไม่ว่าจะเป็น ตำแหน่งที่ตั้ง (Location), การวางตัว (Orientation), การกระจายตัว (Distribution), กฎหมายและข้อบังคับ (Law and regulations) เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของผลงานกับอิทธิพลจากบริบทที่นำไปสู่การทำให้เมืองมีชีวิตชีวา
3. ศึกษากลุ่มคนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ ทำการศึกษาจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ศิลปิน เจ้าของสถานที่ ผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ ผู้สัญจร นักท่องเที่ยว ศิลปิน นักลงทุน ภาครัฐและเจ้าของโครงการ โดยทำการศึกษาในเรื่อง แรงจูงใจ ทศนคติต่อผลงานกราฟฟิตี

4. การมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนใน
โครงการกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

ทั้งนี้ การศึกษานี้ไม่รวมขอบเขตต่อไปนี้

1. กราฟฟิตีทั่วไปที่กระทำขึ้นโดยผิดกฎหมายและขาดคุณค่างานเชิงสุนทรียศาสตร์
2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของการประเมินผลสำเร็จของโครงการที่จำเป็นต้องระบุตัวชี้วัด



ภาพที่ 22 ภาพขั้นตอนการวิจัย

เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ

บทที่ 4 กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายใต้บริบทไทย

จากภาพลักษณ์ของกราฟฟิตี้ที่เป็นเพียงการเขียนข้อความที่แสดงความเป็นของบุคคลชายขอบในประเทศสหรัฐอเมริกา สู่วัฒนธรรมการแสดงออกทางศิลปะผ่านกำแพงและได้ถ่ายทอดไปทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ซึ่งการศึกษากราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายใต้บริบทไทยนั้น เป็นการศึกษากราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่มักจะถูกนำมาใช้ในรูปแบบของแกลอรี เป็นนิทรรศการศิลปะกลางแจ้งให้กับเมือง มีจุดเด่นคือผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตจะมีการเปลี่ยนแปลง ผลงานกราฟฟิตี้ใหม่ ๆ จะเพิ่มจำนวนขึ้นในพื้นที่เดิม หรืออาจจะแทนที่ผลงานเก่า ๆ ที่หมดอายุไป กับอีกรูปแบบหนึ่งคือรูปแบบของการถ่ายทอดวัฒนธรรมชุมชน จะพบมากในพื้นที่ต่างจังหวัด โดยผู้ศึกษาทำการรวบรวมและคัดเลือกพื้นที่ตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษา และทำการสอบถามบุคคลทั่วไปเพื่อทราบถึงทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในเมืองไทย ประกอบไปด้วย

4.1 การสำรวจโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย

4.2 การสำรวจความคิดเห็น ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในประเทศไทย

4.1 ผลการสำรวจโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย

การสำรวจโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตที่ปรากฏในประเทศไทย รวบรวมจากข้อมูลในนิตยสาร ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต ได้รายชื่อโครงการทั้งหมดที่ปรากฏในประเทศไทย ดังตารางที่ 1 โดยโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตปรากฏถูกจัดในกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาคือ เชียงใหม่และภูเก็ตตามลำดับ ซึ่งทั้งสามจังหวัดนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงทำให้งานกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในทั้งสามจังหวัดมีความสวยงามและทันสมัย

โครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในต่างจังหวัดจะเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน เช่น โครงการ F.A.T. Phuket ในภูเก็ต หรือโครงการ Ubon Street Art Project ในจังหวัดอุบลราชธานี หรือเป็นกิจกรรมรณรงค์เพื่อสังคม เช่น โครงการจดหมายลาครู เป็นโครงการที่ถ่ายทอดปัญหาการศึกษาของเด็กนักเรียนที่มีฐานะยากจนต้องออกจากโรงเรียนเพื่อหารายได้มาจุนเจือครอบครัวด้วยงานสตรีทอาร์ตโดยมีทั้งต่างจังหวัดและในกรุงเทพ ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักๆ ของโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในประเทศไทยประกอบด้วยศิลปิน องค์กรเอกชน และหน่วยงานรัฐบาล

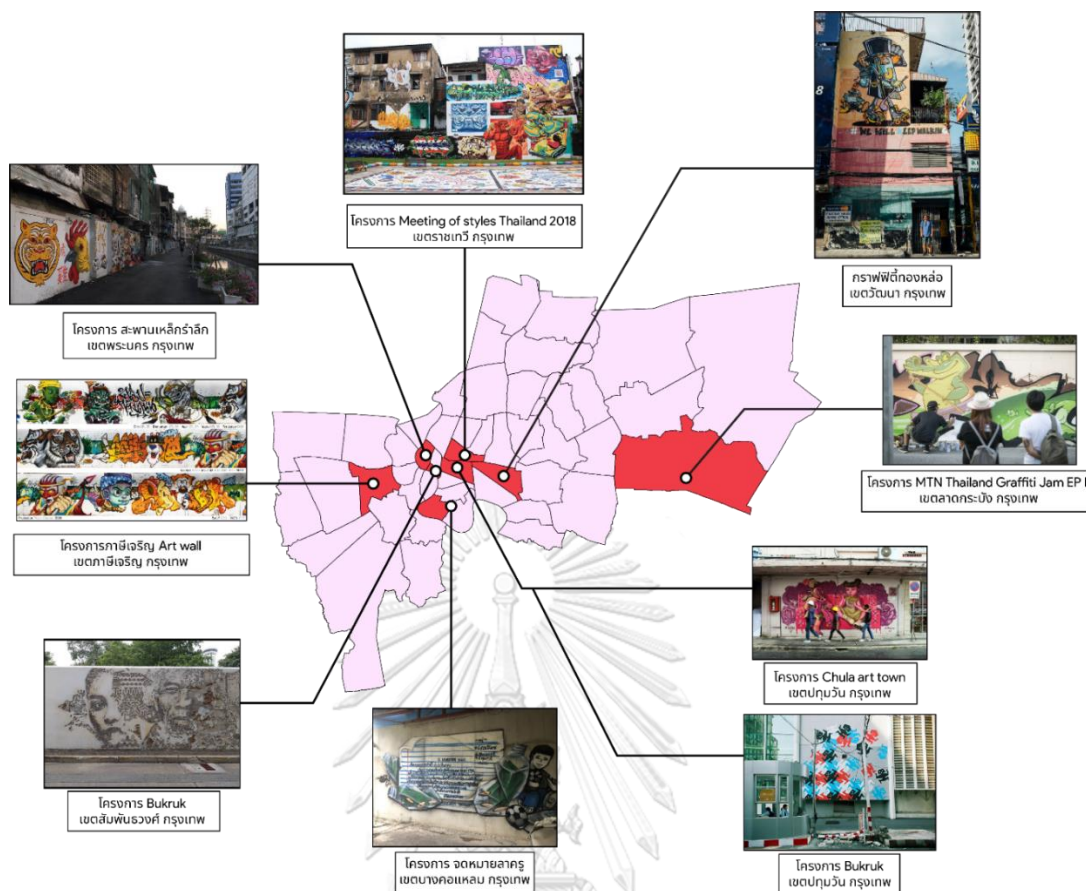
ตารางที่ 1 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย

ชื่อจังหวัด	พื้นที่	โครงการ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	ที่มา
กรุงเทพมหานคร	ราชเทวี	Meeting of styles Thailand 2018	สำนักงานเขต,องค์กรเอกชน, ศิลปิน	Spray Brush
		จดหมายลาครู	องค์กรเอกชน, ศิลปิน	Thai PBS
		เด็กไร้...ได้เรียน	เจ้าหน้าที่รัฐ, ศิลปิน	กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.)
	สาธิตประดิษฐ์ 52	จดหมายลาครู	องค์กรเอกชน, ศิลปิน	Thai PBS
	เจริญกรุง	Bukruk	องค์กรเอกชน, ศิลปิน	BUKRUK
	ตลาดน้อย	Bukruk	องค์กรเอกชน, ศิลปิน	BUKRUK
	สยาม-สามย่าน-จุฬา	Bukruk	องค์กรเอกชน, ศิลปิน	BUKRUK
		ศิลปะสรรค์สยาม	สยามสแควร์	MGR Online
	สะพานเหล็ก	สะพานเหล็กรำลึก	ศิลปิน	Readme.me
	แสนแสบ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	Spray Brush
	ภาษีเจริญ	ภาษีเจริญ Art wall	ศิลปิน	Loop SprayPaint Thailand
	ชุมชนหัวตะเข้	MTN Thailand Graffiti Jam EP II	ศิลปิน, องค์กรเอกชน, ประชาชน	BKKGRAFF
มีกะสัน	Singha Street สิงห์ ปะ หละ	ศิลปิน	BKKGRAFF	
เชียงใหม่	เมืองเชียงใหม่	จริงใจมาร์เก็ต	องค์กรเอกชน, ศิลปิน	กูรูเชียงใหม่
	คูเก่ากลางเวียง	ไม่ระบุ	ศิลปิน	Review Chiangmai
	ถนนมูลเมือง	ไม่ระบุ	ศิลปิน	Wongnai
	ซากตึกถนนแม่โจ้	ไม่ระบุ	ศิลปิน	MThai
	ถนนห้วยแก้ว	Think park	องค์กรเอกชน, ศิลปิน	MThai
	กาดสวนแก้ว	ไม่ระบุ	องค์กรเอกชน, ศิลปิน	MThai
	นิมมานเหมินต์	ไม่ระบุ	องค์กรเอกชน, ศิลปิน	MThai
	ถนนมูลเมือง	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	MThai
	ลัดดาแลนด์	จดหมายลาครู	องค์กรเอกชน, ศิลปิน	Thai PBS
	อำเภอหายยา	Dream space	องค์กรเอกชน, ศิลปิน, ประชาชน	Chiangmai art conversation (C.A.C.)
ถนนวัวลาย	เด็กไร้...ได้เรียน	เจ้าหน้าที่รัฐ, ศิลปิน	กสศ.	
แม่ฮ่องสอน	แหล่งจ่อมกั้น	Street art แห่งเมืองสามหมอก	ไม่ระบุ	Traveloka
ขอนแก่น	ถนนเฉลิมพระเกียรติ	จดหมายลาครู	องค์กรเอกชน, ศิลปิน	Thai PBS
ร้อยเอ็ด	เทศบาลเมืองร้อยเอ็ด	Street art Roi-et	ไม่ระบุ	Street Art Roi-et
สุรินทร์	อนุสาวรีย์พระยาสุรินทรภักดีศรีณรงค์จางวาง	เด็กไร้...ได้เรียน	เจ้าหน้าที่รัฐ, ศิลปิน	กสศ.
อุบลราชธานี	อำเภอเมืองอุบลราชธานี	Ubon Street art project	องค์กรเอกชน, องค์กรไม่แสวงผลกำไร, ศิลปิน	MeetThinks
นครนายก	วิทยาลัยเทคนิคนครนายก	เด็กไร้...ได้เรียน	เจ้าหน้าที่รัฐ, ศิลปิน	กสศ.
นครสวรรค์	โรงปรับปรุงคุณภาพน้ำต้นแม่น้ำเจ้าพระยา	City of paradise	ไม่ระบุ	theTripPacker
นนทบุรี	สะพานมหาเจษฎาบดินทร์	Street art เมืองนนท์	ศิลปิน	Paiduykan
ลพบุรี	การประปาหลวง	Street art ลพบุรี	ศิลปิน, ประชาชน	TAT Lopburi

ตารางที่ 1 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย (ต่อ)

สุโขทัย	สวรรคโลก	Sawankhalok Street art walking street	ไม่ระบุ	Sadoodta
จันทบุรี	ชุมชนริมน้ำจันทบูร	MTN Thailand on tour. Graffiti Jam EP II	ไม่ระบุ	BKKGRAFF
ตาก	แม่สอด	wisdom field	ไม่ระบุ	MGR Online
ประจวบคีรีขันธ์	อุโมงค์หัวหิน	The graffiti factory	ไม่ระบุ	Mike Du Bose
เพชรบุรี	ชุมชนซอยตลาดริมน้ำเพชรบุรี	ไม่ระบุ	ศิลปิน, ประชาชน	ปรัชญนันท์ นิลสุข
ราชบุรี	เมืองราชบุรี	Cat town	ไม่ระบุ	EDT Guide
	ริมน้ำแม่กลอง	ติดศิลป์...บนราชบุรี	ศิลปิน	BKKGRAFF
	บ้านโป่ง	Ban Pong Art Terminal	ศิลปิน	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ตรัง	สี่แยกท่ากลาง	ตรังสวยด้วยโรตารี	ไม่ระบุ	TRANG Street ART
พังงา	เมืองพังงา	Story of the wonderful town	ศิลปิน	Phangnga.go.th
ภูเก็ต	เมืองภูเก็ต	100 of arts	ศิลปิน, ประชาชน	SO Phuket
		F.A.T. Phuket	ศิลปิน, ประชาชน	SO Phuket
		องค์กรไม่แสวงผลกำไร, ศิลปิน, ประชาชน	SO Phuket	
	โรงเรียนดาราศาสตร์	จดหมายลาครู	องค์กรเอกชน, ศิลปิน	Thai PBS
สงขลา	ถนนนางงาม	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	Painaidii
สุราษฎร์ธานี	เกาะพะงัน	MTN Thailand Graffiti Jam EP I	ศิลปิน, องค์กรเอกชน, ประชาชน	BKKGRAFF

โครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในกรุงเทพมหานครนั้นจะกระจุกอยู่ในเขตราชเทวี เขตปทุมวัน เขตสัมพันธวงศ์ และเขตพระนคร ซึ่งอยู่ใจกลางเมืองและเป็นจุดที่มีการสัญจรของนักท่องเที่ยวที่สูง พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่พาณิชย์กรรม โครงการกราฟฟิตีในพื้นที่เหล่านั้นจึงมาในรูปแบบของแกลอรี่กลางแจ้งที่ตั้งดูดีให้คนมาสัญจรในชุมชน ส่วนพื้นที่ในเขตอื่น ๆ ของกรุงเทพฯ เป็นโครงการกราฟฟิตีที่จัดทำเพื่อพัฒนาชุมชน ถ้ายทอดอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ภายในโครงการเป็นที่อยู่อาศัย (ตัวอย่างเช่น เขตลาดกระบัง เขตภาษีเจริญ) ซึ่งพื้นที่ในกรุงเทพมหานครนั้นมีการจัดโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตซ้ำที่เดิมอยู่เป็นจำนวนมาก (มีทั้งการวาดภาพใหม่เพิ่มไปในพื้นที่หรือลบผลงานเก่าออกและวาดใหม่ทับเข้าไป) เช่น เขตราชเทวี เขตสัมพันธวงศ์ และเขตปทุมวัน เป็นต้น



ภาพที่ 24 โครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในกรุงเทพฯ

เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4.2 ผลการสำรวจความคิดเห็น ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในประเทศไทย

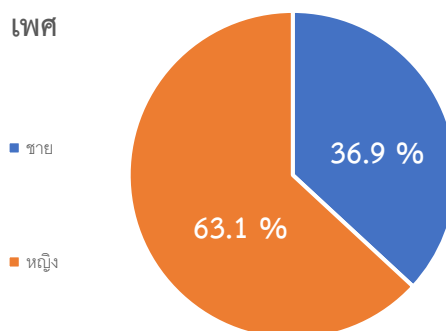
จากการทำแบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะคิดและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้น ได้ทำแบบสอบถามแบบออนไลน์และเผยแพร่แก่กลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนมิถุนายน เพื่อศึกษาความรู้และความเข้าใจต่อภาพกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต ทักษะคิดและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต และการมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตี เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ทางสถิติ โดยมีข้อมูลดังนี้

4.2.1 ข้อมูลทั่วไป

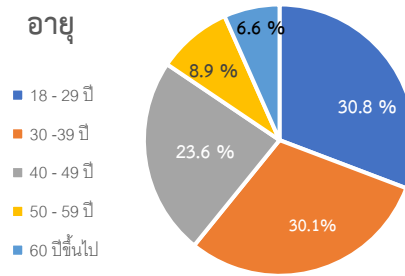
ข้อมูลด้านประชากรจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 572 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีเพศหญิงร้อยละ 63.1 เพศชาย ร้อยละ 36.9 กลุ่มตัวอย่างมีอายุช่วง 18 - 29 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือช่วงอายุ 30 -39 ปี คิดเป็นร้อยละ

30.1 ซึ่งสอดคล้องกับอาชีพที่มีมากที่สุดคือพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือ ค้าขายหรือกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 17.5 บุคคลทั่วไปส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาในช่วงปริญญาตรี ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือปริญญาโท ร้อยละ 36.2 โดยส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 53.8 ดังแสดงในตารางที่ 2

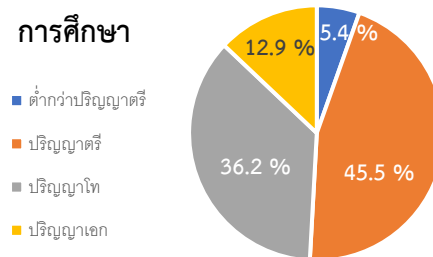
ในแบบสอบถามได้ให้ผู้ทำแบบสอบถามเลือกภาพที่คิดว่าเป็นภาพกราฟฟิตี้จากภาพที่กำหนดให้ เพื่อเป็นการทดสอบความรู้จักและความเข้าใจในภาพกราฟฟิตี้ โดยภาพที่กำหนดให้นี้มีภาพหมายเลข 9 เท่านั้นที่ไม่ใช่ภาพกราฟฟิตี้ ซึ่งผู้ทำแบบสอบถามสามารถเลือกภาพได้มากกว่า 1 ภาพ พบว่าภาพกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตที่ผู้ทำแบบสอบถามเลือกมากที่สุดคือ ภาพหมายเลข 2 คิดเป็นร้อยละ 69.9 รองลงมาได้แก่ภาพหมายเลข 7 คิดเป็นร้อยละ 68.7 ภาพหมายเลข 1 คิดเป็นร้อยละ 68.2 ภาพหมายเลข 3 คิดเป็นร้อยละ 66.1 ภาพหมายเลข 8 คิดเป็นร้อยละ 63.8 ตามลำดับ โดยมีผู้เลือกภาพหมายเลข 9 ซึ่งเป็นภาพที่ไม่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 22.7 โดยจำนวนภาพที่ผู้ทำแบบสอบถามเลือกตอบเฉลี่ยอยู่ที่ 4.85 ภาพ



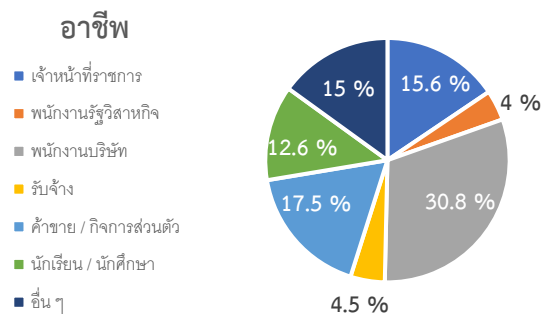
ภาพที่ 25 สัดส่วนเพศของกลุ่มตัวอย่าง



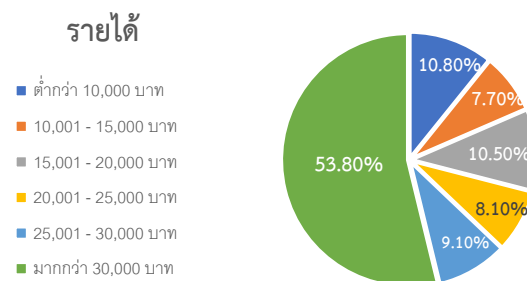
ภาพที่ 26 สัดส่วนอายุของกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 27 สัดส่วนการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง



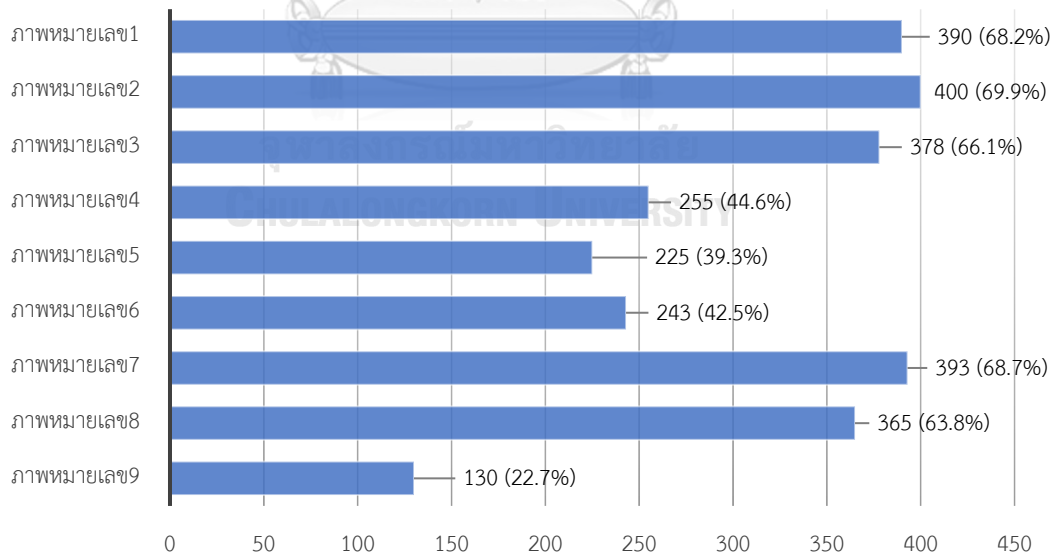
ภาพที่ 28 สัดส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 29 สัดส่วนรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 30 ภาพที่ใช้ในการทำแบบสอบถามเพื่อสอบถามความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต



ภาพที่ 31 จำนวนการเลือกภาพกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตของกลุ่มตัวอย่าง

4.2.2 ทักษะคิดและการรับรู้ต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต

จากการทำแบบสอบถามทักษะคิดและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะคิดและการรับรู้ ดังนี้

1. กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตสามารถทำให้เมืองมีเสน่ห์ขึ้น มีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทักษะคิดเป็นบวก มีคนเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42.3

2. กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เมืองมีเอกลักษณ์ มีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทักษะคิดเป็นบวกอย่างมาก มีคนเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7

3. กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตช่วยให้คนรับรู้และจดจำสถานที่ในชุมชนได้ มีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทักษะคิดเป็นบวกอย่างมาก มีคนเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 51.4

4. กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตช่วยช่วยถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของย่านได้ มีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.24 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทักษะคิดเป็นบวกอย่างมาก มีคนเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 48.8

5. กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เมืองที่เคยทรุดโทรมน่าอยู่ขึ้นโดยไม่ใช้งบมากเกินไปมีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทักษะคิดเป็นบวก มีคนเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.2

6. กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เมืองมีชีวิตชีวา มีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทักษะคิดเป็นบวกอย่างมาก มีคนเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 47.9

7. กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตช่วยแก้ปัญหาชอยเปลี่ยวเนื่องจากความสวยงามและน่าดึงดูดให้คนเดินผ่านมากขึ้นมีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 3.78 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทักษะคิดเป็นบวก มีคนเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.3

8. กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตสามารถเป็นพื้นที่กิจกรรมได้มีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทัศนคติเป็นบวกอย่างมาก มีคนเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 53.3

9. กลุ่มตัวอย่างต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต มีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.31 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทัศนคติเป็นบวกอย่างมาก มีคนเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 54

10. กลุ่มตัวอย่างต้องการที่จะท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมกราฟฟิตีมีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.01 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทัศนคติเป็นบวก มีคนเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 39.9

11. กลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีพื้นที่เพื่อใช้เวลากับกราฟฟิตีได้มากขึ้นมีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทัศนคติเป็นบวก มีคนเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 39.3

12. กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ากราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีส่วนช่วยในการค้าขายให้ดีขึ้นมีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทัศนคติเป็นบวก มีคนเห็นด้วย (ระดับ 4) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 39.9

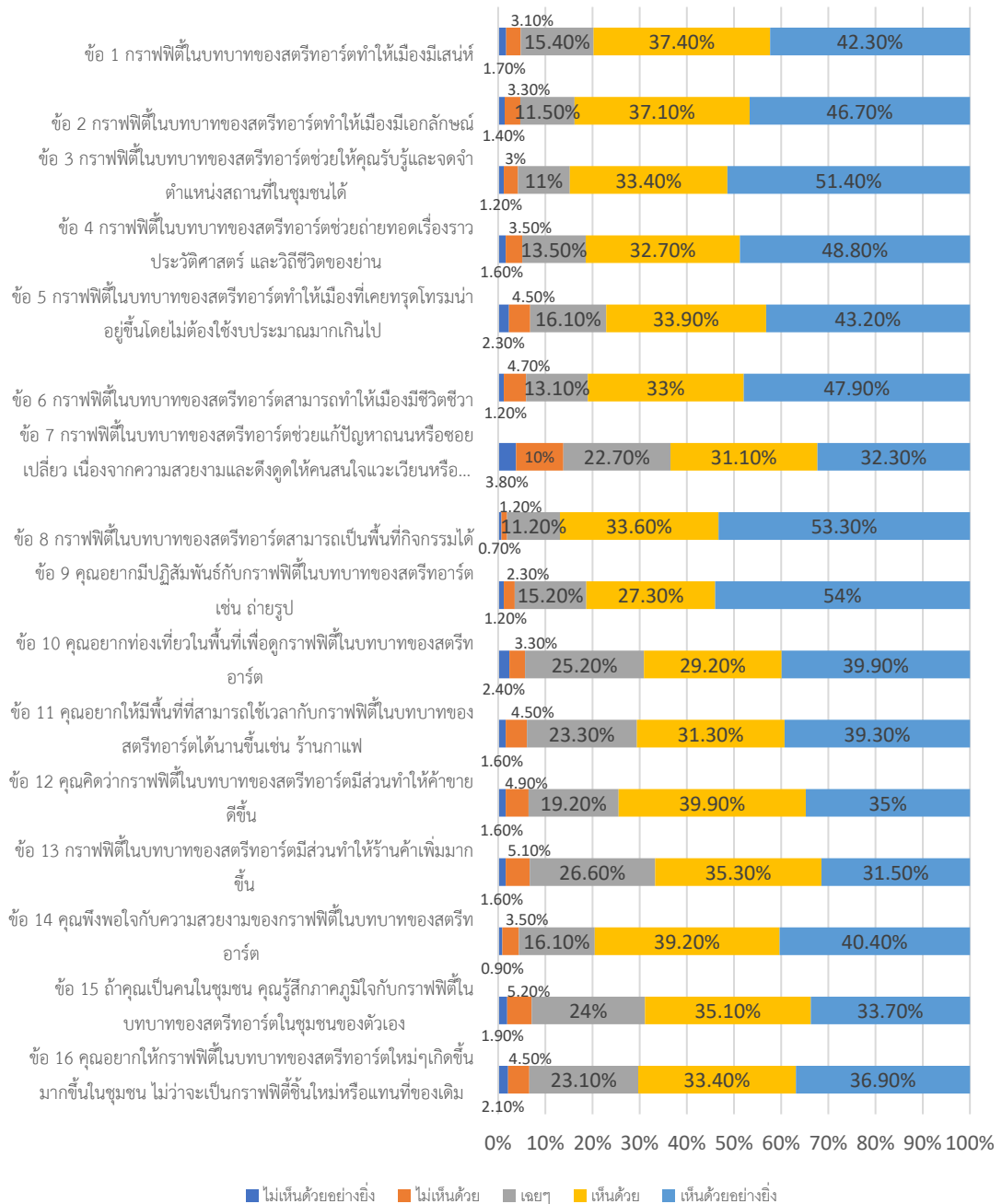
13. กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้มีร้านค้าเพิ่มมากขึ้นมีคะแนนเห็นด้วยเฉลี่ยอยู่ที่ 3.90 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทัศนคติเป็นบวก มีคนเห็นด้วย (ระดับ 4) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 31.5

14. ความพึงพอใจกับความสวยงามของกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย 4.15 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทัศนคติเป็นบวกมีคนพอใจอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.4

15. ภาคภูมิใจกับกราฟฟิตีในชุมชนหากเป็นคนในชุมชน มีคะแนนความภาคภูมิใจเฉลี่ย 3.94 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทัศนคติเป็นบวก มีคนเห็นด้วย (ระดับ 4) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35.1

16. กลุ่มตัวอย่างต้องการให้กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตใหม่ๆเกิดขึ้นในชุมชน มีคะแนนเฉลี่ย 3.98 คะแนน จากคะแนนสูงสุด 5 คะแนน กล่าวคือมีทัศนคติเป็นบวก มีคนเห็นด้วยอย่างยิ่ง (ระดับ 5) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.9

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต



ภาพที่ 32 ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

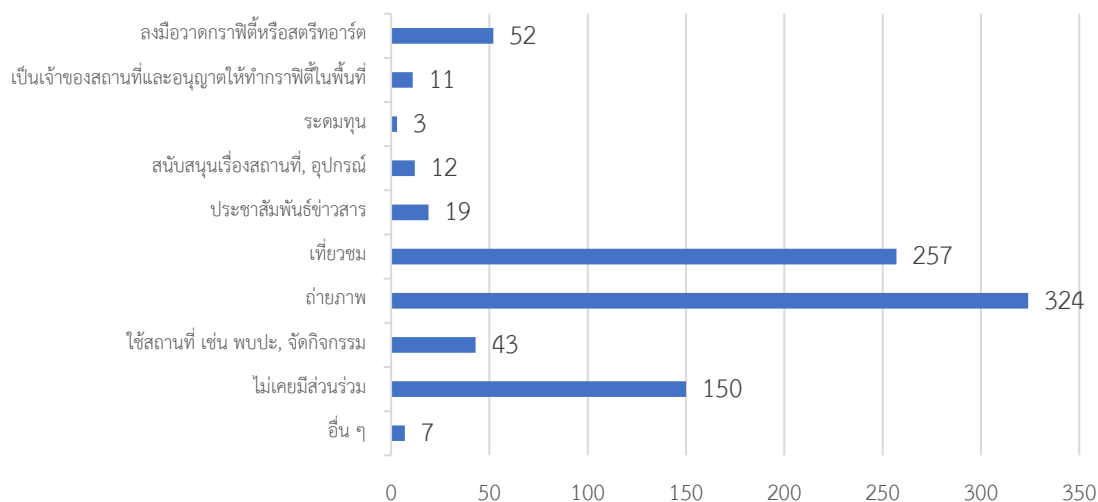
ตารางที่ 2 ทักษะคิดและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

ลำดับ	คำถาม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ทัศนคติ
1	กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เมืองมีเสน่ห์	4.15	4.25	บวก
2	กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เมืองมีเอกลักษณ์	4.24	4.34	บวกอย่างมาก
3	กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตช่วยให้คุณรับรู้และจดจำตำแหน่งสถานที่ในชุมชนได้	4.31	4.40	บวกอย่างมาก
4	กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตช่วยถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของย่าน	4.24	4.34	บวกอย่างมาก
5	กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เมืองที่เคยทรุดโทรมน่าอยู่ขึ้นโดยไม่ต้องใช้งบประมาณมากเกินไป	4.11	4.23	บวก
6	กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตสามารถทำให้เมืองมีชีวิตชีวา	4.22	4.32	บวกอย่างมาก
7	กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตช่วยแก้ปัญหาถนนหรือซอยเปลี่ยวเนื่องจากความสวยงามและดึงดูดให้คนสนใจแวะเวียนหรือเดินผ่านมากขึ้น	3.78	3.95	บวก
8	กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตสามารถเป็นพื้นที่กิจกรรมได้	4.38	4.45	บวกอย่างมาก
9	คุณอยากมีปฏิสัมพันธ์กับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต เช่น ถ่ายรูป	4.31	4.40	บวกอย่างมาก
10	คุณอยากท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อดูกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต	3.7	4.13	บวก
11	คุณอยากให้มีพื้นที่ที่สามารถใช้เวลาไปกับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตได้นานขึ้นเช่น ร้านกาแฟ	4.02	4.14	บวก
12	คุณคิดว่ากราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีส่วนทำให้ค่าขายดีขึ้น	4.03	4.13	บวก
13	กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีส่วนทำให้ร้านค้าเพิ่มมากขึ้น	3.90	4.02	บวก
14	คุณพึงพอใจกับความสวยงามของกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต	4.15	4.24	บวก
15	ถ้าคุณเป็นคนในชุมชน คุณรู้สึกภาคภูมิใจกับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในชุมชนของตัวเอง	3.94	4.06	บวก
16	คุณอยากให้กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตใหม่ๆเกิดขึ้นมากขึ้นในชุมชนไม่ว่าจะเป็นกราฟฟิตีชิ้นใหม่หรือแทนที่ของเดิม	3.98	4.11	บวก

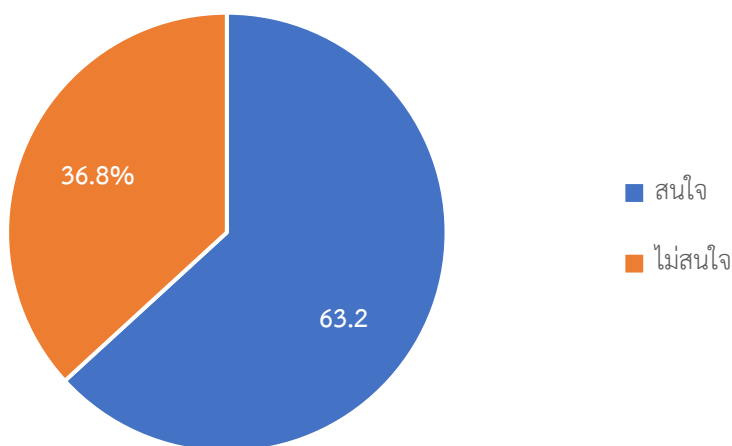
4.2.3 การมีส่วนร่วมในโครงการกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

ส่วนนี้เป็นการสำรวจประสบการณ์ในการทำกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต การมีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต รวมไปถึงความสนใจในการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างต่อโครงการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเคยมีประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมด้วยการถ่ายภาพมากที่สุด นับเป็นร้อยละ 56.64 รองลงมาคือเที่ยวชมกิจกรรมในโครงการ นับเป็นร้อยละ 44.93 โดยมีคนที่ลงมือวาดกราฟฟิตีหรือสตรีทอาร์ตร้อยละ 9.07 ซึ่งกลุ่ม

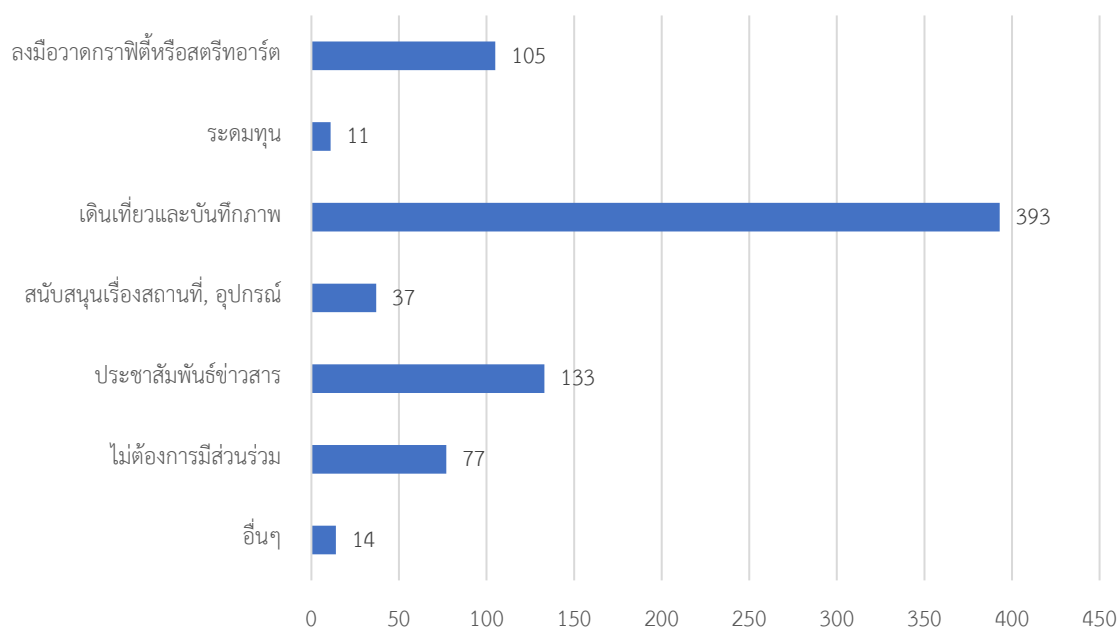
ตัวอย่างมีความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตคิดเป็นร้อยละ 63.2 โดยสนใจที่จะมีส่วนร่วมในการเดินเที่ยวชมและถ่ายภาพมากที่สุด นับเป็นร้อยละ 68.71 รองลงมาคือประชาสัมพันธ์ข่าวสารและลงมือวาดกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตด้วยตัวเอง



ภาพที่ 33 ประสพการณ์การมีส่วนร่วมในโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต (n=572)



ภาพที่ 34 แผนภูมิแสดงสัดส่วนความสนใจที่จะมีส่วนร่วมในโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต



ภาพที่ 35 แผนภูมิแสดงความสนใจในการมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต (n=572)

4.2.4 การวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางสถิติ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต เพื่อเปรียบเทียบและหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต และการมีส่วนร่วมกับโครงการ ซึ่งใช้สถิติทดสอบ Chi – square จากโปรแกรม SPSS ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 2 เพื่อเปรียบเทียบค่าความน่าจะเป็น (P – value) กับนัยยะสำคัญทางสถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน ถ้าค่า P – Value มีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่านัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และปฏิเสธสมมติฐาน H_0 โดยแนบผลการวิเคราะห์จากโปรแกรม SPSS ไว้ที่ภาคผนวก มีผลการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางสถิติดังนี้

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ของทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิต์ในบทบาทของสตรีทอาร์ต

ลำดับ	ความสัมพันธ์	Chi - square	
		Value	P - Value (ความเชื่อมั่น 95%)
1	ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ต กับ เพศ	4.960	0.762
2	ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ต กับ อายุ	60.924	0.002
3	ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ต กับ การศึกษา	35.518	0.061
4	ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ต กับ รายได้	26.856	0.945
5	กราฟฟิต์ในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้ค่าขายดีขึ้น กับ อาชีพ	34.896	0.070
6	กราฟฟิต์ในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้ร้านค้าเพิ่มมากขึ้น กับ อาชีพ	27.869	0.266
7	ประสบการณ์ในการมีส่วนร่วม กับ ความพึงพอใจที่มีต่อกราฟฟิต์ในบทบาทของสตรีทอาร์ต	47.908	0.003
8	ประสบการณ์ในการมีส่วนร่วม กับ ความภาคภูมิใจในชุมชนที่มีกราฟฟิต์ในบทบาทของสตรีทอาร์ต	48.401	0.002
9	ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ต กับ เพศ	7.419	0.006
10	ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ต กับ อายุ	11.330	0.023
11	ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ต กับ การศึกษา	3.752	0.290
12	ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ต กับ อาชีพ	12.621	0.049
13	ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ต กับ รายได้	12.416	0.030

1) ความสัมพันธ์ระหว่างความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ตกับเพศ

กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนเพศชายร้อยละ 36.8 และเพศหญิงร้อยละ 63.2 เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ตกับเพศ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ

H_1 : ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับเพศ

ผลการวิเคราะห์ Chi - square พบว่า มีค่า P - value เท่ากับ 0.762 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงไม่ปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ

2) ความสัมพันธ์ระหว่างความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตกับอายุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 18 -29 ปี และช่วง 30 – 39 ปี เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตกับอายุ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับอายุ

H_1 : ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับอายุ

ผลการวิเคราะห์ Chi - square พบว่า มีค่า P - value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับอายุอย่างมีนัยสำคัญ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

3) ความสัมพันธ์ระหว่างความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตกับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในช่วงปริญญาตรี เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตกับการศึกษา โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับการศึกษา

H_1 : ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ Chi - square พบว่า มีค่า P - value เท่ากับ 0.061 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ความเชื่อมั่น 90% จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับการศึกษาระดับความเชื่อมั่น 90%

4) ความสัมพันธ์ระหว่างความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตกับรายได้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตกับรายได้ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้

H_1 : ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับรายได้

ผลการวิเคราะห์ Chi - square พบว่า มีค่า P - value เท่ากับ 0.945 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงไม่ปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟพีดีและสตรีทอาร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้

5) ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อกราฟพีดีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในมุมมองที่ทำให้ค้าขายดีขึ้นกับอาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทและค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างทัศนคติที่มีต่อกราฟพีดีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในมุมมองที่ทำให้ค้าขายดีขึ้นกับอาชีพ

H_0 : กราฟพีดีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้ค้าขายดีขึ้นไม่มีความสัมพันธ์กับอาชีพ

H_1 : กราฟพีดีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้ค้าขายดีขึ้นมีความสัมพันธ์กับอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ Chi - square พบว่า มีค่า P - value เท่ากับ 0.070 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่มีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 90% จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ กราฟพีดีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้ค้าขายดีขึ้นมีความสัมพันธ์กับอาชีพในระดับความเชื่อมั่น 90%

6) ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในมุมมองที่ทำให้ร้านค้าเพิ่มมากขึ้นกับอาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทและค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างทัศนคติที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในมุมมองที่ทำให้ค้าขายดีขึ้นกับอาชีพ

H_0 : กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้ร้านค้าเพิ่มมากขึ้นไม่มีความสัมพันธ์กับอาชีพ

H_1 : กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้ร้านค้าเพิ่มมากขึ้นมีความสัมพันธ์กับอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ Chi – square พบว่า มีค่า P – value เท่ากับ 0.266 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงไม่นับสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงไม่ปฏิเสธ H_0 นั่นคือ กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้ร้านค้าเพิ่มมากขึ้นไม่มีความสัมพันธ์กับอาชีพ

7) ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมกับการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตกับความพึงพอใจที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมกับการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต คือการถ่ายรูปและเที่ยวชม เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างระหว่างประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมกับการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตกับความพึงพอใจที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : ประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

H_1 : ประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

ผลการวิเคราะห์ Chi – square พบว่า มีค่า P – value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ประสบการณ์ใน

การมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

8) ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตกับความภาคภูมิใจในชุมชนที่มีกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต คือการถ่ายรูปและเที่ยวชม เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างระหว่างประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตกับความภาคภูมิใจในชุมชนที่มีกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต โดยมีสมมติฐานทางสถิติดังต่อไปนี้

H_0 : ประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมไม่มีความสัมพันธ์กับความภาคภูมิใจในชุมชนที่มีกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต

H_1 : ประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์กับความภาคภูมิใจในชุมชนที่มีกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต

ผลการวิเคราะห์ Chi - square พบว่า มีค่า P - value เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมมีความสัมพันธ์กับความภาคภูมิใจในชุมชนที่มีกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

9) ความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตกับเพศ

กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนเพศชายร้อยละ 36.8 และเพศหญิงร้อยละ 63.2 เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตกับเพศ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ

H_1 : ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับเพศ

ผลการวิเคราะห์ Chi - square พบว่า มีค่า P - value เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับเพศ

10) ความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตกับอายุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 18 -29 ปี และช่วง 30 - 39 ปี เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตกับอายุ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับอายุ

H_1 : ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับอายุ

ผลการวิเคราะห์ Chi - square พบว่า มีค่า P - value เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับอายุ

11) ความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตกับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตกับการศึกษา โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับการศึกษา

H_1 : ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ Chi - square พบว่า มีค่า P - value เท่ากับ 0.290 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงไม่ปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับการศึกษา

12) ความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตกับอาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตกับอาชีพ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับอาชีพ

H_1 : ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับอาชีพ

ผลการวิเคราะห์ Chi - square พบว่า มีค่า P - value เท่ากับ 0.049 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับอาชีพ

13) ความสัมพันธ์ระหว่างความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตกับรายได้

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติระหว่างความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตกับรายได้ โดยมีสมมติฐานทางสถิติ ดังต่อไปนี้

H_0 : ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตไม่มีความสัมพันธ์กับ รายได้

H_1 : ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับรายได้

ผลการวิเคราะห์ Chi - square พบว่า มีค่า P - value เท่ากับ 0.030 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับรายได้

14) สรุปลักษณะความสัมพันธ์ของทัศนคติและการรับรู้ของบุคคลทั่วไปกับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

บุคคลทั่วไปมีอายุ การศึกษา และประสบการณ์ที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ที่มีต่อ กราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ บุคคลที่มีความรู้ความเข้าใจในภาพ กราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตเป็นอย่างดีจะอยู่ในช่วงอายุ 18 - 39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และเคยมีประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต โดยไม่เกี่ยวข้องกับเพศ หรือรายได้

ทัศนคติที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในด้านเศรษฐกิจ คือ กราฟฟิตีใน บทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้ค้าขายดีขึ้นกับอาชีพ พบว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ แต่ไม่ได้มีความสัมพันธ์กับการทำให้ร้านค้าเพิ่มมากขึ้น และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างทัศนคติที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตกับประสบการณ์ในการมีส่วนร่วม โครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต พบว่าประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมโครงการกราฟฟิตีใน บทบาทของสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีท อาร์ต และกับความภาคภูมิใจในชุมชนที่มีกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ คือ บุคคลที่เคยมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตจะมีความ พึงพอใจและภาคภูมิใจในกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตที่ตนได้มีส่วนร่วม

บุคคลทั่วไปมีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ที่มีความสัมพันธ์กับความสนใจที่จะมีส่วน ร่วมในโครงการกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ บุคคลที่มี ความสนใจจะมีส่วนร่วมในโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตจะอยู่ในช่วงอายุ 18 - 39 ปี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีรายได้มากกว่า 30,000 บาท

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติพบว่า ทักษะคิดและการรับรู้ที่มีกราฟฟิตี้นั้นในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นมีความสัมพันธ์กับอายุและการศึกษาไปในทางบวก กล่าวคือยิ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปจะเริ่มเห็นคุณค่าของกราฟฟิตี้นั้นในบทบาทของสตรีทอาร์ตมากกว่าคนทั่วไป และจากคำถามความสัมพันธ์ระหว่างกราฟฟิตี้นั้นในบทบาทของสตรีทอาร์ตกับเมืองนั้น พบว่ากราฟฟิตี้นั้นในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีความสัมพันธ์กับเมืองทั้งในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (Mcauliffe, 2012) และเป็นเครื่องพิสูจน์ว่าทักษะคิดของบุคคลทั่วไปต่อกราฟฟิตี้นั้นในบทบาทของสตรีทอาร์ตว่าสามารถเป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ที่สร้างพื้นที่สาธารณะและเป็นสัญลักษณ์ให้กับชุมชนอย่าง (Zukin, 1995) และ (Tunnacliffe, 2016) ได้กล่าวไว้ และมีส่วนในการรับรู้และจดจำพื้นที่ให้กับชุมชนและเพิ่มการเข้าถึงชุมชนได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Alexander, 2013) และ (Gehl, 2010)

4.3 สรุป

จากการสำรวจโครงการกราฟฟิตี้นั้นและสตรีทอาร์ตที่เคยปรากฏและวิเคราะห์เชิงพื้นที่จากที่ตั้งโครงการทั่วประเทศ พบว่าโครงการกราฟฟิตี้นั้นและสตรีทอาร์ตเกิดขึ้นในกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และภูเก็ตซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งผลงานกราฟฟิตี้นั้นและสตรีทอาร์ตในโครงการนั้นมีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกัน ได้แก่ การจัดทำแกลอรีกลางแจ้ง การถ่ายทอดวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชน และการรณรงค์เพื่อสังคม โดยโครงการกราฟฟิตี้นั้นและสตรีทอาร์ตนั้นมีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำโครงการได้แก่ ศิลปิน องค์กรเอกชน และหน่วยงานรัฐบาล (บางโครงการอาจมีประชาชนในชุมชนเข้ามาลงมือสร้างผลงานในโครงการด้วยเช่นกัน)

บุคคลทั่วไปที่รู้จักกราฟฟิตี้นั้นและสตรีทอาร์ตในเมืองไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 18 – 39 ปี มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือนถึงร้อยละ 53.9 จากการให้ผู้ทำแบบสอบถามทำการเลือกภาพที่คิดว่าเป็นภาพกราฟฟิตี้นั้นจากภาพที่กำหนดให้ พบว่าภาพหมายเลข 2 ถูกเลือกมากที่สุด โดยผู้ทำแบบสอบถามจะเลือกภาพเฉลี่ย 4.85 หรือ ประมาณ 5 ภาพด้วยกัน โดยมีคนที่เลือกภาพที่ไม่ถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 22.7 นับว่ามีคนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟฟิตี้นั้นและสตรีทอาร์ตร้อยละ 77.3

ทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตของบุคคลทั่วไปนั้นพบว่า บุคคลส่วนใหญ่มีทัศนคติที่มีต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นไปในทางบวก คือกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นประโยชน์ต่อเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการทำให้เป็นพื้นที่สาธารณะ การเป็นจุดรับรู้และจดจำต่อสถานที่ หรือจุดดึงดูดให้คนมาปฏิสัมพันธ์กัน ที่บุคคลทั่วไปเห็นด้วยมากที่สุด ส่วนกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นประโยชน์ต่อเมืองน้อยที่สุดในทัศนคติของบุคคลทั่วไป ได้แก่ การเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และการแก้ปัญหาขยะเปลี่ยว โดยทัศนคติที่มีต่อคือกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4.09 คะแนน จาก 5 คะแนน กล่าวคือบุคคลทั่วไปมีทัศนคติที่เป็นบวกต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำแบบสอบถามนั้นเคยมีประสบการณ์ในการมีส่วนร่วมับโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต โดยส่วนมากจะมีส่วนร่วมในด้านการถ่ายภาพ เทียวชม ซึ่งมีคนที่ลงมือวาด กราฟฟิตี้หรือสตรีทอาร์ตร้อยละ 9.03 โดยกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตร้อยละ 63.2 ซึ่งสนใจที่จะเดินเที่ยวชม ถ่ายภาพ และลงมือวาดกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นเป็นการวิเคราะห์เบื้องต้นเพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายใต้บริบทไทยในปัจจุบัน และจะเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบและหาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและการรับรู้กับกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตต่อไป

บทที่ 5 กรณีศึกษากราฟฟิตีในย่านราชเทวี

5.1 บริบทพื้นที่ศึกษา

5.1.1 บริบททางกายภาพ

พื้นที่ย่านราชเทวีที่เป็นกรณีศึกษานั้นตั้งอยู่ที่บริเวณสวนเฉลิมหล้าและชุมชนในแขวงถนนเพชรบุรี เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร มีขนาด 1,420 ตารางเมตร ย่านราชเทวีตั้งอยู่ในพื้นที่เมืองชั้นในของกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ แต่เดิมเป็นย่านวังเก่าและสถาปัตยกรรมโบราณ มีสะพานเฉลิมหล้า 56 (หรือรู้จักกันในชื่อ “สะพานหัวช้าง”) อยู่ใกล้เคียง ซึ่งมีการทางพิเศษแห่งประเทศไทยเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดิน ในอดีตเป็นพื้นที่ที่ไม่มีรั้วกัน จึงทำให้มีคนลักลอบทิ้งขยะ เศษวัสดุต่าง ๆ จนทำให้พื้นที่ย่านราชเทวีกลายเป็นพื้นที่เสื่อมโทรมและแหล่งชองสุ่ม จากนั้นก็มีการลักลอบพ่นสีตามอาคารอยู่เป็นประจำ ทำให้เพิ่มความเสื่อมโทรมให้กับพื้นที่เป็นอย่างมาก จนมีศิลปินมาสร้างงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตตามอาคารรอบสวนเฉลิมหล้าอย่างไม่ขาดสาย ทำให้ผลงานของศิลปินเหล่านั้นเริ่มเป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นมากขึ้น (ตัวอย่างเช่น ภาพ Mr. Hellyeah ของ MAMAFKA) และเมื่อเกิดความขัดแย้งอันเนื่องมาจากการบอมบ์ภาพระหว่างกลุ่มศิลปิน (การบอมบ์ภาพ หรือ Bombing หมายถึงวัฒนธรรมการพ่นสีทับงานกราฟฟิตีของศิลปินคนเก่า โดยการบอมบ์ภาพมีข้อตกลงกันในหมู่ศิลปินว่าจะต้องทำผลงานที่ดีกว่าผลงานเดิม ถือเป็นกาให้เกียรติศิลปินเจ้าของภาพที่ถูกพ่นทับ) จนทำให้เกิดกิจกรรมกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตของกลุ่มศิลปินและคนที่ชื่นชอบงานกราฟฟิตี ทำให้พื้นที่ราชเทวีมีความคึกคักและได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น จนถูกบูรณะให้พื้นที่ราชเทวีนี้กลายเป็นสวนเฉลิมหล้าที่เป็นสถานพักผ่อนหย่อนใจของคนในชุมชน และได้รับขนานนามกันในหมู่ศิลปินกราฟฟิตีว่าเป็น “แลนด์มาร์คสำหรับกราฟฟิตีไรเตอร์” เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่คนทั่วไปและศิลปินสามารถพ่นงานกราฟฟิตีได้อย่างอิสระ ไม่เป็นสิ่งผิดกฎหมาย

ทั้งนี้ ในช่วงที่ทำการสำรวจและเนื่องด้วยในสถานการณ์โควิด - 19 ส่งผลให้มีคนเข้ามาใช้พื้นที่ในสวนเฉลิมหล้าน้อยกว่าปกติ และมีมาตรการป้องกันการแพร่เชื้ออย่างการตั้งจุดคัดกรองก่อนเข้าไปใช้สถานที่ โดยคนที่เข้ามาใช้สถานที่ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มา

ถ่ายรูป นั่งอ่านหนังสือ นั่งพักผ่อนหย่อนใจ และคนในชุมชนมาเตะตะกร้อหรือมาออกกำลังกายในพื้นที่ลานกว้างของสวนเฉลิมหล้า

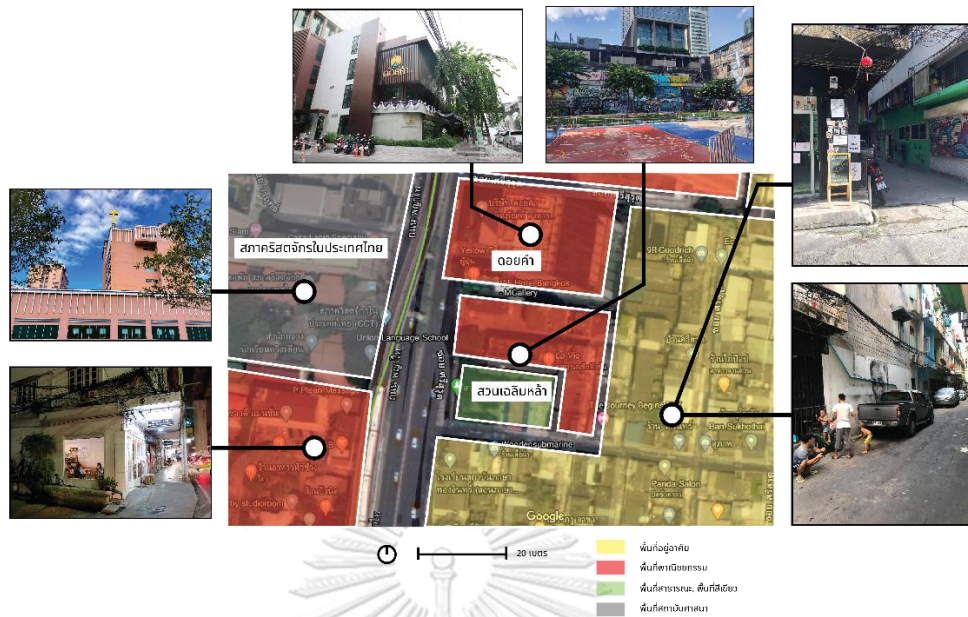


ภาพที่ 36 ภาพสวนเฉลิมหล้าในปัจจุบัน

ที่มา : ณพัชร สุวรรณกิจ (ถ่ายภาพเมื่อเดือนพฤษภาคม 2563)

5.1.2 ข้อมูลจำเพาะของพื้นที่ย่านราชเทวี

การใช้ประโยชน์ที่ดินในย่านราชเทวีประกอบไปด้วยพื้นที่ที่อยู่อาศัยและพื้นที่พาณิชยกรรม โดยมีพื้นที่สาธารณะ (สวนเฉลิมหล้า) เป็นจุดศูนย์กลาง และมีพื้นที่สถาบันศาสนา เป็นโบสถ์คริสต์อยู่ฝั่งตรงข้าม มีถนนสายหลักหลักคือถนนพญาไท มีการขนส่งสาธารณะได้แก่รถโดยสารประจำทางสาย 11, สาย 113, สาย 159, สาย 16, สาย 163A, สาย 172, สาย 177, สาย 29, สาย 34, สาย 36, สาย 50, สาย 529, สาย 54, สาย 542, สาย 79 และสาย 93 และรถไฟฟ้า BTS สายสุขุมวิท สถานีราชเทวี



ภาพที่ 37 การใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่ย่านราชเทวี
เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ

5.2 การปรากฏขึ้นของกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตภายในย่านราชเทวี

พื้นที่ย่านราชเทวีเดิมเป็นย่านที่รวมตึกเก่า เป็นพื้นที่เสื่อมโทรม รกร้าง ทำให้คนมาลักลอบพ่นสีตามอาคารบ่อย ๆ ซึ่งเป็นที่สนใจแก่คนสัญจรเป็นอย่างมาก จนคนเหล่านั้นกลายเป็นศิลปินกราฟฟิตีที่มีชื่อเสียง อย่าง “ตั้ม MAMAFKA” หรือ “Alex Face” และได้เกิดความขัดแย้งกับวัฒนธรรมการบอมบ์ภาพในหมู่ศิลปินด้วยกัน บวกกับพื้นที่ที่ใกล้เคียงเคยเป็นแหล่งรวมงานกราฟฟิตีในอดีต (ปัจจุบันพื้นที่นั้นกลายเป็นหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร) พื้นที่ราชเทวีนี้จึงเป็นชุมชนของเหล่าศิลปินกราฟฟิตีในการแสดงแนวคิด ฝีมือในการสร้างงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต จนเปรียบเสมือนเป็นแกลอรีขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ ที่มีชื่อเสียง มีการจัดกิจกรรมกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต รวมไปถึงกิจกรรมศิลปะต่าง ๆ อยู่บ่อยครั้ง ทั้งกิจกรรมเชิงพาณิชย์และกิจกรรมการกุศล รวมถึงเป็นแลนด์มาร์คที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาเยี่ยมชม ถ่ายรูป ไปจนถึงสร้างงานกราฟฟิตีลงในพื้นที่เหล่านั้น งานกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในย่านราชเทวีนี้ช่วงแรกจะเป็นกราฟฟิตีแบบ Piece และ Throw up ที่เป็นการเขียนนามแฝงด้วยสีสเปรย์ แต่ในปัจจุบันงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ราชเทวีจะเน้นเป็น Character ที่เป็นรูปภาพที่ถ่ายทอดในสิ่งที่ศิลปินอยาก

นำเสนอ ซึ่งถ้ามีกิจกรรมที่เกี่ยวกับกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตจะเป็นงาน Production ที่ผสมผสานระหว่างงาน Piece กับ Character ตามความถนัดของศิลปิน

จากการสำรวจกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายในพื้นที่ราชเทวีในช่วงเดือนพฤษภาคม ปี 2563 พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงในผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ มีงานกราฟฟิตีใหม่ ๆ มาทับผลงานเดิม และอาณาเขตงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตได้กว้างขึ้น ไม่ได้มีแค่กราฟฟิตีในพื้นที่สวนเฉลิมหล้า แต่ได้ขยายไปตามที่พักอาศัยของคนในชุมชน โดยมีผลงานรวมทั้งหมดมากกว่า 150 ชิ้น ภายในพื้นที่มีผลงานที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นงานขนาดใหญ่ งานขนาดเล็ก งานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต หรือแม้แต่งานกราฟฟิตีทั่วไปที่เป็นแค่แผ่นชื่อบ่นกำแพงเฉยๆ ในการสำรวจพื้นที่นี้ได้ทำการสังเกตปริมาณคนที่เข้ามาใช้พื้นที่หรือเดินสัญจรอย่างไรก็ตามภายใต้สถานการณ์โควิด - 19 นี้ ทำให้พื้นที่สวนเฉลิมหล้ามีมาตรการป้องกันและควบคุมพื้นที่ จึงมีปริมาณคนที่มาใช้พื้นที่น้อยกว่าสถานการณ์ปกติ พบว่ามีคนเข้ามาใช้พื้นที่ประมาณ 100 - 150 คนต่อวัน ส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน โดยมีกิจกรรมได้แก่การออกกำลังกายและการนั่งพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนนักท่องเที่ยวก็มาถ่ายรูปกับงานกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต โดยจุดที่นิยมถ่ายรูปมากที่สุดคือกำแพงเก่าข้างสวนเฉลิมหล้าที่มีงานกราฟฟิตีที่หนาแน่น



ภาพที่ 38 ภาพกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในสวนเฉลิมหล้าและชุมชนในย่านราชเทวี
เรียบเรียงโดย ณิชพัชร สุวรรณกิจ (พฤษภาคม 2563)



ภาพที่ 39 จุดกำแพงเก่าข้างสวนเฉลิมหล้าที่นักท่องเที่ยวนิยมถ่ายรูปมากที่สุด
ที่มา : ณพัชร สุวรรณกิจ (เดือนพฤษภาคม 2563)



ภาพที่ 40 ภาพกราฟฟิตี้ในชุมชนข้างสวนเฉลิมหล้า
ที่มา : ณพัชร สุวรรณกิจ (เดือนพฤษภาคม 2563)

5.3 โครงการ Meeting of styles Thailand 2018

5.3.1 ความเป็นมาและรายละเอียดของโครงการ

จากการสัมภาษณ์คุณประธาน โกลมลหิรัณย์² คุณเดเอล ฮอร์แกน (Bigdel)³ และคุณ เอกรัฐ นาคอนุเคราะห์ (Asin)⁴ พบว่าโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 เป็นโครงการสตรีทอาร์ตที่จัดขึ้นในวันที่ 4 – 5 สิงหาคม 2561 ที่สวนเฉลิมหล้า เขตราชเทวี กรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์ในการสร้างเป็นพื้นที่ทางศิลปะให้มีการทำงานสตรีทอาร์ตได้อย่างเปิดเผย เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว และเป็นการนัดพบระหว่างศิลปินสตรีทอาร์ตด้วยกัน ซึ่งมีแนวคิดในงานเกี่ยวกับประเทศไทย คือการนำจุดเด่น สัญลักษณ์ของประเทศไทยมานำเสนอผ่านผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต

โดยโครงการนี้เริ่มจากบริษัท สยามกลการ จำกัด จัดหากลุ่มผู้จัดอย่างกลุ่ม Spray brush ให้จัดทำโครงการที่เกี่ยวกับกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต และกลุ่ม Spray brush เป็นผู้ร่างแผนงาน กำหนดการณ์ต่าง ๆ ออกแบบรูปแบบต่าง ๆ ภายในโครงการเพื่อเสนอกับทางบริษัท สยามกลการ และเจ้าของพื้นที่ที่ได้เลือกไว้ในเรื่องของการดำเนินงาน ภายในโครงการ การคัดเลือกพื้นที่จัดทำโครงการ การหาศิลปินและผู้สนับสนุนในโครงการ และการประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 41 ภาพประชาสัมพันธ์โครงการ Meeting of Styles Thailand 2018

ที่มา : Spray brush (2018)

² ประธาน โกลมลหิรัณย์ ผู้ก่อตั้งกลุ่ม Spray brush เป็นผู้จัดโครงการที่เกี่ยวกับกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต รวบรวมถึงเป็นนักเขียนข่าวสารเกี่ยวกับวงการสตรีทอาร์ต

³ เดเอล ฮอร์แกน หรือ เดล เป็นศิลปินสตรีทอาร์ต ชื่อในวงการคือ Bigdel

⁴ เอกรัฐ นาคอนุเคราะห์ หรือ อ่อง เป็นศิลปินสตรีทอาร์ต ชื่อในวงการคือ Asin

“ก่อนหน้านั้นมีคนเขาก็ลักลอบไปพ่นมาก่อนแล้ว ตั้ง 10 -15 ปีแล้ว งานครั้งนี้จะจัดให้เป็นเปิดเผยมากขึ้น จริงจังมากขึ้น โดยมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่นั้นมากขึ้น ทั้งเวิร์คช็อป สอนงานศิลปะ มีกิจกรรมวาดรูปต่าง ๆ จากลูกค้าที่มาเปิดบูทในโครงการ” (ประธาน โคมลศิริณย์, 2020)

กระบวนการการจัดทำโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 มีขั้นตอนหลัก ๆ อยู่ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผนกระบวนการทำงาน กลุ่ม Spray brush กำหนดรูปแบบกิจกรรมภายในโครงการ และนำเสนอกับบริษัทสยามมอเตอร์

2. การเลือกพื้นที่จัดทำโครงการ กลุ่ม Spray brush ได้สำรวจพื้นที่สำหรับจัดทำโครงการ สักรวจอาคาร สถาปัตยกรรมภายในชุมชนต่าง ๆ เพื่อคัดเลือกพื้นที่ และเสนอให้กับบริษัท สยามกลการ

“โครงการในพื้นที่ราชเทวี เป็นงานในรูปแบบที่เราเป็นคนหาพื้นที่เอง และเรารู้จักกับคนที่เคยทำงานในพื้นที่เหล่านี้มากมาย มันก็เลยเกิดการรวมตัวกัน และเราก็คุยกับสำนักงานเขตราชเทวีว่า เราต้องการจะปรับพื้นที่ตรงนี้ให้เป็นแหล่งงานศิลปะ” (ประธาน โคมลศิริณย์, 2020)

3. การหาศิลปินมาร่วมโครงการ เนื่องจากกลุ่ม Spray brush เป็นกลุ่มผู้จัดทำโครงการกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ตที่เป็นที่รู้จักกันในหมู่คนที่สนใจงานกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ต จึงรู้จักกับศิลปินกราฟฟิต์อย่างมากมาย ในการหาศิลปินนั้นกลุ่ม Spray brush ได้เชิญศิลปินที่รู้จักและมีชื่อเสียงมาร่วมโครงการ และได้ประกาศเปิดรับสมัครศิลปินกราฟฟิต์ทางเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ให้มาร่วมสร้างผลงานกราฟฟิต์ในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายในพื้นที่ราชเทวี เพื่อเปิดโอกาสให้ศิลปินหน้าใหม่มาแสดงผลงานของตัวเอง โดยมีการสัมภาษณ์และดูผลงานของศิลปินก่อนที่จะรับเข้ามาร่วมกิจกรรมในโครงการ

4. การประชาสัมพันธ์ นอกจากการประกาศรับสมัครศิลปินมาร่วมโครงการแล้ว กลุ่ม Spray brush ได้ทำสื่อเพื่อหาผู้สนับสนุนโครงการ โดยมีผู้สนับสนุนเป็นรองเท้า Gold city และสินค้าแฟชั่นยี่ห้ออื่น ๆ จากนั้นทำการประชาสัมพันธ์โครงการ Meeting of styles Thailand 2018 เพื่อให้มีคนมาเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการ โดยมีสื่อมวลชนเข้ามาทำข่าวเกี่ยวกับโครงการนี้ด้วย

ภายในโครงการนั้นทางผู้จัด (ทั้งกลุ่ม Spray brush และบริษัท สยามกลการ จำกัด) ได้กำหนดขอบเขตและโจทย์ในการสร้างผลงานให้แก่ศิลปิน เพื่อควบคุมผลงานให้เป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งโจทย์ในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 คือความเป็นไทย ศิลปินกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตทำการตกลงกันเองในการเลือกตำแหน่งอาคารและแนวคิดในการทำกราฟฟิตี้ โดยหยิบนำสัญลักษณ์ หรือวัฒนธรรมความเป็นไทยมาถ่ายทอดลงบนกำแพงโดยที่ยังคงอัตลักษณ์ของศิลปิน ใช้เวลาในการทำงานประมาณ 1 - 2 วัน ซึ่งทางสำนักงานเขตราชเทวีได้จัดเตรียมอุปกรณ์นั่งร้านแก่ศิลปิน นอกจากนี้ภายในโครงการประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดเวิร์คชอปสอนศิลปะภายในชุมชน การเปิดดนตรี เปิดร้านค้าภายในงาน ให้ผู้เข้าชมสามารถเยี่ยมชมและมีส่วนร่วมกิจกรรมภายในงาน มีการถ่ายทำบรรยากาศภายในโครงการ



ภาพที่ 42 ผังโครงการ Meeting of styles 2018

เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ



ภาพที่ 43 ภาพบรรยากาศภายในโครงการ Meeting of Styles Thailand 2018

ที่มา : ประธาน โคมลศิริณย์ (2018)

<https://www.iameverything.co/contents/graffiti-mos-2018>



ภาพที่ 44 ภาพผลงานในโครงการ Meeting of Styles Thailand 2018

ที่มา : Bigdel (2018)



ภาพที่ 45 ภาพผลงานในโครงการ Meeting of Styles Thailand 2018
ที่มา : Mighty creative (2019)

<https://www.mightycreative1.com/post/meeting-of-styles-2018>



ภาพที่ 46 ภาพงานแถลงข่าวโครงการ Meeting of styles Thailand 2018
ที่มา : สยามรัฐ (2018)

<https://siamrath.co.th/n/43047>

5.3.2 การมีส่วนร่วมภายในโครงการ

โครงการ Meeting of styles Thailand 2018 มีผู้มีส่วนร่วมกับโครงการ ดังนี้

1. กลุ่ม Spray brush ที่เป็นกลุ่มผู้จัดทำโครงการกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีองค์ความรู้ด้านการจัดงานและมีแรงงานเป็นทรัพยากร ทำหน้าที่วางแผนกระบวนการทำงาน สำรวจพื้นที่เพื่อคัดเลือกพื้นที่จัดทำโครงการ ติดต่อหาศิลปินและผู้สนับสนุนโครงการ และดำเนินกิจกรรมในโครงการ มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือแรงงาน

2. บริษัทสยามกลการ เป็นผู้ริเริ่มโครงการ มีองค์ความรู้และงบประมาณเป็นทรัพยากร ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการเรื่องเงินทุนสำหรับโครงการประชาสัมพันธ์โครงการ และดำเนินโครงการ มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือรายจ่าย

3. สำนักงานเขตราชเทวี มีที่ดินและทุนเป็นทรัพยากร เป็นผู้สนับสนุนในการให้ใช้พื้นที่จัดทำโครงการ และสนับสนุนด้านอุปกรณ์นั่งร้านแก่ศิลปินและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่โครงการ โครงการ มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือรายจ่าย

4. ATM Spray, บริษัท ดีเอสเอ สยามเวลา จำกัด, สี Loop, สี TOA และ TVB spray มีองค์ความรู้ด้านอุปกรณ์และทุนเป็นทรัพยากร เป็นผู้สนับสนุนโครงการในด้านอุปกรณ์และสีแก่ศิลปินในการทำกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตภายในโครงการ โครงการ มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือรายจ่าย

5. ศิลปินกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตทั้งชาวไทยและต่างประเทศ มีองค์ความรู้ด้านการสร้างงานศิลปะและการติดต่อกับศิลปินอื่นและแรงงานเป็นทรัพยากร มาร่วมสร้างผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต และประชาสัมพันธ์โครงการกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตนี้ให้เป็นที่รู้จัก โครงการ มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือแรงงาน

6. รองเท้า Gold city และสินค้าแฟชั่นอื่น ๆ ที่เป็นผู้สนับสนุนในการประชาสัมพันธ์โครงการ Meeting of styles Thailand 2018 มีองค์ความรู้ด้าน

การประชาสัมพันธ์และทุนเป็นทรัพยากร โดยจัดเวิร์คชอปและเปิดร้านค้าภายในโครงการ เพื่อให้คนที่มาเยี่ยมชมมามีส่วนร่วมกับการกราฟฟิตีและศิลปะ อีกทั้งยังให้ศิลปินมาร่วมส่งเสริมการขายด้วยการขายสินค้าที่มีผลงานกราฟฟิตีจากศิลปินโครงการ มีส่วนได้คือองค์ความรู้และรายได้ และส่วนเสียคือรายจ่าย

7. ประชาชนในชุมชนราชเทวี มีแรงงานเป็นทรัพยากร มีส่วนร่วมในการรับรู้ถึงโครงการที่กำลังจะเกิดขึ้น และคอยอำนวยความสะดวกแก่ศิลปิน ไม่ว่าจะเป็นน้ำ อาหาร หรือเป็นลูกมือให้กับศิลปิน โครงการ มีส่วนได้คือองค์ความรู้ และส่วนเสียคือแรงงาน

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับโครงการ Meeting of styles Thailand 2018

ประเภทขององค์กร	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ทรัพยากร	ส่วนได้ส่วนเสีย	
				ส่วนได้	ส่วนเสีย
องค์กรอิสระ	กลุ่ม Spray brush	หลัก	องค์ความรู้, แรงงาน	องค์ความรู้, ผลงาน	แรงงาน
ภาครัฐ	สำนักงานเขตราชเทวี	หลัก	ที่ดิน, ที่ดิน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
องค์กรเอกชน	บริษัท สยามกล การ จำกัด	หลัก	องค์ความรู้, งบประมาณ	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	บริษัท ATM Spray จำกัด	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	บริษัท ดีเอสเอ สยามเวลา จำกัด	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	สี Loop	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	TOA และ TVB Spray	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
ศิลปิน	ศิลปินสตรีทอาร์ต	รอง	องค์ความรู้, แรงงาน	องค์ความรู้, ผลงาน, ประสบการณ์	แรงงาน
ร้านค้า	รองเท้า Gold city	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, รายได้	รายจ่าย
ภาคประชาชน	ประชาชนในชุมชนสวนเฉลิมหล้า	รอง	แรงงาน	องค์ความรู้	แรงงาน



ภาพที่ 47 ภาพรายชื่อศิลปินในโครงการ Meeting of Styles Thailand 2018

ที่มา : Spray brush (2018)

5.3.3 อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ

ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในโครงการเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ โดยแบ่งเป็นสองส่วนคือส่วนที่เป็นปัจจัยภายในกับปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายในโครงการได้แก่การจัดพื้นที่สร้างผลงานให้แก่ศิลปิน ซึ่งศิลปินไม่สามารถสร้างผลงานล้ำเขตของศิลปินคนอื่นได้ กับเรื่องของแนวคิดกับรูปแบบการทำงานของศิลปิน ที่ทาง Spray brush ต้องควบคุมให้เป็นไปในทางเดียวกัน “เพราะถ้าหากผลงานกราฟฟิตี้ที่เกิดขึ้นในโครงการมีแนวคิดที่หลุดประเด็นไป พื้นที่กราฟฟิตี้ภายในโครงการนี้จะไม่แตกต่างจากกราฟฟิตี้ที่พบได้ทั่วไป ซึ่งจะไม่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับชุมชน” ซึ่งทางศิลปินไม่พบปัญหาใด ๆ ในการทำงาน อาจมีเพียงความกดดันจากการคิดรูปที่จะวาดบนกำแพง

“โจทย์มันเปิดอิสระให้เรา เราจะทำอะไรก็ได้ มันก็ยากในอีกแบบหนึ่ง อย่างโจทย์คือทำอะไรก็ได้ บางทีการทำอะไรก็ได้คือทำอะไร? อย่างโครงการ Meeting of styles โจทย์มันเปิด และพื้นที่เป็นที่ที่มีใครมาพ่นทับกันอยู่ตลอด โดยส่วนตัวอยากทำให้มันดี ให้มันสวยที่ขึ้น มันก็จะเริ่มยากขึ้นกับเรา” (Asin, 2020)

ส่วนปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรคในการจัดโครงการได้แก่สภาพแวดล้อม สภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยแก่การสร้างผลงานกราฟฟิตีในช่วงเวลานั้น เช่น ฝนตก กับด้วยความที่เป็นพื้นที่ชุมชน กิจกรรมภายในโครงการก็ได้สร้างมลพิษทางเสียงและมลพิษทางกลิ่นให้กับชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งที่นอกเหนือจากการวางแผน อย่างไรก็ตาม ก็ไม่ได้มีผลกระทบที่ร้ายแรงต่อศิลปินหรือทางโครงการ และยังได้รับการช่วยเหลือจากทางสำนักงานเขตราชเทวีในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

5.3.4 ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ

จากเดิมที่พื้นที่ราชเทวีเป็นพื้นที่ที่เป็นแหล่งรวมของเด็กวัยรุ่น เพราะตั้งอยู่ระหว่างพื้นที่ร้านค้าและพาณิชย์กรรมขนาดใหญ่อย่างพื้นที่สยาม กับพื้นที่แหล่งรวมโรงเรียนตัวอย่าง พญาไท ทำให้พื้นที่ราชเทวีมีวัยรุ่นเข้ามาถ่ายรูปเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว แต่พอมีโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 เกิดขึ้นมา ทำให้มีพลวัตทางผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต นั่นคือ มีศิลปินสร้างงานกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตใหม่ ๆ ภายในพื้นที่ราชเทวี รวมไปถึงอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ เป็นตัวกระตุ้นให้กลุ่มวัยรุ่นและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต ภายในพื้นที่อย่างรุนแรง

มีกลุ่มคนที่ติดตามผลงานใหม่ ๆ มากขึ้น มีสื่อและสำนักข่าวเข้ามาประชาสัมพันธ์โครงการ เกิดเป็นพื้นที่สาธารณะที่มีคนเข้ามาใช้พื้นที่เยอะ ทำให้พื้นที่โดยรอบเกิดร้านค้าคนในชุมชนสามารถเอาของมาขายภายในชุมชนได้ กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นที่กิจกรรมภายในโครงการมากขึ้น

“ราชเทวีเป็นแลนด์มาร์คของนักเขียนกราฟฟิตีหรือสตรีทอาร์ตด้วยผลสมกัน เวลาที่มีต่างชาติมาบ้านเราเขาจะมาซื้อสิทธิ์ตรงที่หอศิลป์ ผมมีเยอะมากเพื่อนต่างชาติที่มามีบ้านเราแล้วอยากมาพ่น เขาก็จะทักมาถามทีไหน ทุกคนก็จะรู้ว่าที่นี่ตำรวจไม่จับ ตรงนี้ก็จะมีการพ่นทับไปทับมา และโครงการ Meeting of styles เป็นการล้างหมดเลย ปิดโครงการทั้งหมดและทุกคนพ่นพร้อมกัน” (Bigdel, 2020)

“เดิมทีภาพลักษณ์ของสีสเปรย์ถูกมองเป็นภาพลบ เป็นสัญลักษณ์ของความสกปรกของอาคาร แต่เมื่อประชาชนได้เห็นถึงกระบวนการ ความตั้งใจและความจริงจังในการทำงานที่ไม่ใช่แค่

เพียงจะมาพ่นสีสเปรย์บนกำแพง ประชาชนก็ยอมรับ พอใจ และสนใจในกราฟฟิตี้ในบทบาทของ สตรีทอาร์ต” (Bigdel, 2020)

5.4 สรุป

จากการสำรวจพื้นที่ราชเทวี และสัมภาษณ์คุณประธาน โกมลศิริณย์ ผู้ก่อตั้งกลุ่ม Spray brush ที่เป็นผู้จัดโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 คุณเดอเอล ฮอร์แกน (Bigdel) และ คุณเอกรัฐ นาคอนุเคราะห์ (Asin) ที่เป็นศิลปินภายในโครงการ พบว่าพื้นที่ย่านราชเทวีมีการสัญจรที่สูงทั้งการเดินทาง ทางรถยนต์ และรถไฟฟ้า โดยผู้สัญจรส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ และกลุ่มวัยรุ่น เดิมพื้นที่ราชเทวีเป็นพื้นที่รกร้าง เสื่อมโทรม จึงมีการลักลอบพ่นกราฟฟิตี้อยู่เป็นประจำจนกลายเป็นแลนด์มาร์คสำคัญของเหล่าคนพ่นกราฟฟิตี้ จนถูกปรับสภาพจากพื้นที่เสื่อมโทรม กลายเป็นสวนเฉลิมหล้าที่ให้ประชาชนเข้ามาพักผ่อนหย่อนใจ แต่กราฟฟิตี้ก็ยังไม่หายไปจากพื้นที่นี้ ยังมีการพ่นกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตอยู่เป็นประจำ โครงการ Meeting of styles Thailand 2018 ได้ถูกจัดเข้ามาเพื่อให้พื้นที่ย่านราชเทวีเป็นย่านศิลปะที่มีการพ่นกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต อย่างเปิดเผย โดยเริ่มจากบริษัท สยามกลการ จำกัดกับกลุ่ม Spray brush เป็นผู้จัดโครงการ มีแนวคิดภายในโครงการคือการหยิบอัตลักษณ์ของไทยมานำเสนอผ่านงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของ สตรีทอาร์ต ซึ่งมีขั้นตอนในการจัดทำโครงการตั้งแต่การวางแผนโครงการ การเลือกสถานที่เพื่อจัดทำโครงการ ซึ่งได้ทำการขอใช้สถานที่กับสำนักงานเขตราชเทวี การรับสมัครและเชิญศิลปินให้เข้าร่วมโครงการ การประชาสัมพันธ์ ตามแผนภูมิที่ 19 ซึ่งมีหลายหน่วยงานที่มีส่วนร่วมกับโครงการ ได้แก่ สำนักงานเขตราชเทวีที่สนับสนุนด้านการใช้พื้นที่และจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับโครงการ เหล่าศิลปินที่สร้างงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ร้านค้าและองค์กรเอกชนที่สนับสนุนในด้านการประชาสัมพันธ์โครงการ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และประชาชนที่รับรู้และให้ความสนใจในโครงการ ปัญหาสำคัญในโครงการคือการวางแผน แบ่งพื้นที่ในอาคารให้กับศิลปินในการสร้างผลงานและควบคุมงานให้มีเนื้อหาไปในทางเดียวกัน ซึ่งอาจสร้างความกดดันให้กับศิลปินในการทำงานที่ต้องการจะให้ออกมาดีที่สุดในความสามารถของตัวศิลปิน โดยมีผลลัพธ์ที่ตามมาคือย่านราชเทวีกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในการมาถ่ายรูปกับภาพกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต เป็นพื้นที่สำหรับนักพ่นสีรุ่นใหม่ และสามารถ สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนได้ จากการมีร้านค้ารอบ ๆ พื้นที่

ตารางที่ 5 ตารางการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ Meeting of styles Thailand 2018

ประเภทขององค์กร	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ขั้นตอนกระบวนการในโครงการ	การมีส่วนร่วม
องค์กรอิสระ	กลุ่ม Spray brush	หลัก	การวางแผน	วางแผนขั้นตอนและกระบวนการทำงานทั้งหมด
			เลือกพื้นที่จัดโครงการ	คัดเลือกพื้นที่และเสนอพื้นที่ที่จัดทำกับติดต่อขอใช้พื้นที่กับสำนักงานเขตราชเทวี
			สรรหาศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม	เปิดรับสมัครและเชิญศิลปิน
			ประชาสัมพันธ์โครงการ	นำเสนอด้วยช่องทางออนไลน์ของทางกลุ่ม
ภาครัฐ	สำนักงานเขตราชเทวี	หลัก	เลือกพื้นที่จัดโครงการ	อนุญาตให้ใช้พื้นที่ในการจัดโครงการ
			ลงมือทำและแสดงผลงาน	อำนวยความสะดวกด้วยการติดตั้งนั่งร้านและรถกระเช้าแก่ศิลปิน
องค์กรเอกชน	บริษัท สยามกล การ จำกัด	หลัก	การวางแผน	ตรวจสอบแผนงาน และสนับสนุนด้านทุน
			เลือกพื้นที่จัดโครงการ	คัดเลือกพื้นที่จัดโครงการ
			ประชาสัมพันธ์โครงการ	นำเสนอด้วยสื่อมวลชน
	บริษัท ATM Spray จำกัด บริษัท ดีเอสเอ สยามเวลา จำกัด สี Loop สี TOA และ TVB Spray	รอง	ประชาสัมพันธ์โครงการ	นำเสนอด้วยช่องทางออนไลน์และออฟไลน์
			ลงมือทำและแสดงผลงาน	สนับสนุนด้านสีและอุปกรณ์
			สรรหาศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม	เชิญศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม
ศิลปิน	ศิลปินสตรีทอาร์ต	รอง	ประชาสัมพันธ์โครงการ	นำเสนอด้วยช่องทางออนไลน์
			ลงมือทำและแสดงผลงาน	สร้างผลงานและจัดเวิร์คชอป
			สรรหาศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม	เชิญศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม
ร้านค้า	รองเท้า Gold city	รอง	ประชาสัมพันธ์โครงการ	นำเสนอด้วยช่องทางออนไลน์และออฟไลน์
			ลงมือทำและแสดงผลงาน	เปิดร้านค้าและจัดเวิร์คชอปในโครงการ
ภาคประชาชน	ประชาชนในชุมชนสวนเฉลิมหล้า	รอง	เลือกพื้นที่จัดโครงการ	รับรู้การมีอยู่ของโครงการและอนุญาตให้ใช้สถานที่
			ลงมือทำและแสดงผลงาน	อำนวยความสะดวกแก่ศิลปินในการหาอาหารและน้ำ

บทที่ 6 กรณีศึกษากราฟฟิตีในย่านสยาม-จุฬา

6.1 บริบทพื้นที่ศึกษา

6.1.1 บริบททางกายภาพ

ย่านสยาม อยู่ในแขวงวังใหม่ และแขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร มีขนาด 1,153 ไร่ หรือ 1.8448 ตารางกิโลเมตร โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนตามลักษณะการใช้พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่เขตการศึกษา 595 ไร่ พื้นที่สวนราชการเช่าใช้ 184 ไร่ และพื้นที่เขตพาณิชย์ 374 ไร่ โดยแบ่งพื้นที่ตามชุมชนได้แก่ พื้นที่สยามสแควร์ พื้นที่สวนหลวง และพื้นที่สามย่านมีพื้นที่ข้างเคียงได้แก่ ทิศเหนือติดต่อกับแขวงถนนเพชรบุรี ทิศตะวันออกติดต่อกับแขวงลุมพินี ทิศตะวันตกติดต่อกับแขวงป้อมปราบศัตรูพ่าย และทิศใต้ติดต่อกับแขวงสีพระยา มีสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (PMCU) เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่ดิน เป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญของกรุงเทพมหานครและประเทศไทย เนื่องจากมีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่อย่างสยามพารากอน สยามเซ็นเตอร์ MBK เซ็นเตอร์ และสามย่านมิตรทาวน์ โดยถึงแม้ว่าย่านสยามจะเป็นย่านพาณิชย์กรรมที่มีคนเดินพลุกพล่าน แต่ก็มีจุดที่เป็นจุดอับสายตา เป็นมุมอับหรือของคนที่ทั่วไป รวมถึงอาคารที่กำลังรื้อปรับสภาพ ส่งผลให้มีการลักลอบพ่นสี ซีดเขียน และติดสติ๊กเกอร์ตามมุมอับของพื้นที่ เสาไฟ หรือตามจุดต่าง ๆ กระจายทั้งพื้นที่สยามสแควร์ พื้นที่สวนหลวง และพื้นที่สามย่าน โดยพื้นที่สยามสแควร์จะมีการขีดเขียนและติดสติ๊กเกอร์มากที่สุด ส่วนพื้นที่สามย่านจะมีงานพ่นสีแบบผิดกฎหมายอยู่มาก นอกจากนี้ร้านค้าในพื้นที่สยามสแควร์มีการจ้างศิลปินมาสร้างกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับร้านค้าเหล่านั้น ทำให้มีงานกราฟฟิตีที่สวยงามอยู่เป็นจำนวนมาก

ผู้ใช้งานพื้นที่ในย่านสยามจะแตกต่างกันตามพื้นที่ โดยพื้นที่สยามสแควร์จะเป็นนักท่องเที่ยว พนักงานบริษัท และนิสิตนักศึกษา โดยส่วนใหญ่จะเป็นเด็กไปจนถึงวัยรุ่นตอนปลายที่จะมาท่องเที่ยว ช้อปสินค้าและบริการต่าง ๆ หลังเลิกงาน พื้นที่สวนหลวงจะเป็นคนในชุมชน นิสิตนักศึกษา และพนักงานบริษัทที่เข้ามาเที่ยวชม พักผ่อนหย่อนใจเนื่องจากมีอุทยาน 100 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอยู่ข้าง ๆ พื้นที่สามย่านจะมีทั้งคนในชุมชน

นักท่องเที่ยว พนักงานบริษัท และนิสิตนักศึกษา โดยเข้ามาท่องเที่ยว ทำงานในพื้นที่เป็นหลัก เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่จะเป็นที่อยู่อาศัย และมีร้านค้าภายในชุมชนอยู่เป็นจำนวนมาก

ทั้งนี้ ภายใต้สถานการณ์ถึงแม้ว่าจะอยู่ในสถานการณ์โควิด - 19 ที่มีมาตรการป้องกันและจำนวนคนที่มาท่องเที่ยวน้อยลงแล้ว แต่ในพื้นที่สยามสแควร์ก็ยังคงมีความคึกคักไม่ต่างจากเมื่อก่อนมากนัก ส่วนพื้นที่สวนหลวงและสามย่านมีความสงบหลังจากอยู่ในสถานการณ์โควิด - 19 มีร้านค้าจำนวนมากที่ปิดตัวลง และมีคนเดินในพื้นที่ในปริมาณน้อย

6.1.2 ข้อมูลจำเพาะของพื้นที่ย่านสยาม

การใช้ประโยชน์ที่ดินในย่านสยามประกอบไปด้วยพื้นที่ทางราชการได้แก่พื้นที่เขตการศึกษาและพื้นที่ส่วนราชการเช่าใช้ มีพื้นที่พาณิชย์กรรมได้แก่พื้นที่สยามสแควร์ บางส่วนของพื้นที่สามย่านและพื้นที่สวนหลวง (เช่น สวนหลวงสแควร์ จามจุรีสแควร์ สามย่านมิตรทาวน์ ฯลฯ) และพื้นที่ที่อยู่อาศัยได้แก่พื้นที่ชุมชนในพื้นที่สวนหลวงและพื้นที่สามย่าน มีสนามกีฬาแห่งชาติและอุทยาน 100 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่สาธารณะ มีถนนสายสำคัญได้แก่ ถนนพระราม 1, ถนนพระราม 4, ถนนพญาไท, ถนนอังรีดูนังค์ และถนนบรรทัดทอง มีการขนส่งสาธารณะได้แก่รถโดยสารประจำทาง สาย 11, สาย 16, สาย 21, สาย 25, สาย 27, สาย 29, สาย 34, สาย 36, สาย 36ก, สาย 47, สาย 50, สาย 54, สาย 65, สาย 67, สาย 73, สาย 73ก, สาย 79, สาย 93, สาย 141, สาย 204, และสาย 501 มีเส้นทางรถไฟฟ้า BTS สถานีสยาม และเส้นทางรถไฟฟ้า MRT สถานีสามย่าน นอกจากนี้ยังมีรถโดยสารประจำทางของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยอยู่ 5 สาย คอยให้บริการในพื้นที่



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 ภาพที่ 48 การใช้ประโยชน์ที่ดินในย่านสยาม
 เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ

6.2 การปรากฏขึ้นของกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตภายในย่านสยาม

เดิมทีเป็นพื้นที่ย่านพาณิชย์กรรมใจกลางเมืองที่มีกิจกรรมกราฟฟิตี้จัดอยู่หลายครั้ง เนื่องจากร้านค้าภายในพื้นที่ใช้กราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตเป็นสื่อประชาสัมพันธ์อยู่แล้ว และมีโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่โดดเด่นได้แก่ โครงการ BUKRUK ที่จะจัดเทศกาลงานศิลปะและกราฟฟิตี้ทั่วกรุงเทพ และโครงการ Chula art town ซึ่งเป็นโครงการที่จัดขึ้นเนื่องในโอกาสครบรอบ 36 ปี คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยร่วมมือกันระหว่างคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยกับสำนักงานจัดการทรัพย์สินจุฬาฯ (PMCU) และบริษัทเอกชนอีกหลายแห่ง

เพื่อสร้างผลงานสตรีทอาร์ตในพื้นที่การดูแลของ PMCU ซึ่งพื้นที่นี้มีโครงการที่เกี่ยวกับกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมาจัดตั้งอยู่บ่อยครั้ง และเป็นใจกลางเมืองที่เป็นแหล่งรวมวัยรุ่นที่มีความสนใจในกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมาร่วมถ่ายรูปร่วมกันเป็นประจำ กราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตเหล่านี้

จากการสำรวจย่านสยามนี้ พบว่าพื้นที่นี้ประกอบไปด้วยพื้นที่สตรีทอาร์ตย่อย 3 จุด ได้แก่ บริเวณสยาม สแควร์ บริเวณสามย่าน และบริเวณสวนหลวง และมีพื้นที่ Lido connect เป็นส่วนเพิ่มเติมในโครงการ โดยมีโครงการกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่โดดเด่นภายในพื้นที่ได้แก่โครงการ Chula art town และมีงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตอื่น ๆ ในบริเวณสยาม ซึ่งมาในรูปแบบของการจ้างวานศิลปินให้สร้างผลงานประชาสัมพันธ์ร้านค้าที่เป็นผู้จ้างวาน งานกราฟฟิตีที่ปรากฏในย่านสยามนั้นเป็นรูปแบบ Character คือเป็นรูปภาพที่ไม่ใช่การเขียนนามแฝง รูปภาพทั้งหมดก็จะเป็นการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนและอาคารในพื้นที่ที่ได้สร้างผลงานไว้ โดยโครงการ Chula art town มีกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตอยู่ 36 ภาพ และอีก 12 ภาพในพื้นที่ Lido connect ส่วนภาพกราฟฟิตีที่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ Chula art town มีอยู่มากมาย ทั้งในรูปแบบของสตรีทอาร์ตและการพ่นทั่วไป

อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์โควิด - 19 ร้านค้าหลายแห่งต้องปิดตัวชั่วคราว ปริมาณคนที่มาใช้พื้นที่น้อยกว่าสถานการณ์ปกติ แต่มีความแตกต่างกันตามพื้นที่ โดยพื้นที่ที่ชบเซาที่สุดก็คือพื้นที่สวนหลวง รองลงมาคือพื้นที่สามย่าน และพื้นที่สยามสแควร์

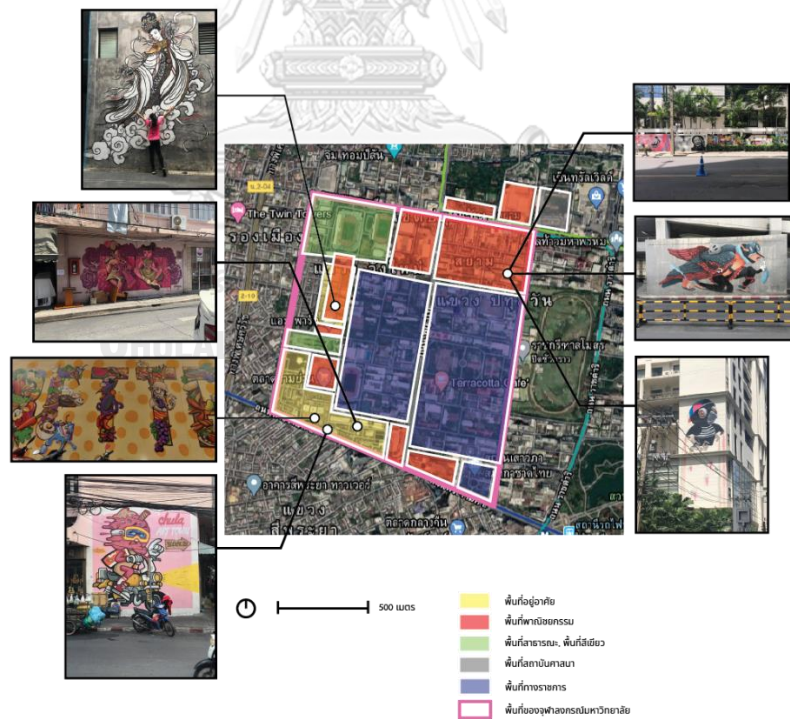


ภาพที่ 49 ภาพงานกราฟฟิตีโครงการ BUKRUK ในพื้นที่สยามสแควร์

ที่มา : ณพัชร สุวรรณกิจ (พฤษภาคม 2563)



ภาพที่ 50 ภาพงานกราฟฟิตีในพื้นที่สวนหลวง
ที่มา : ณพัชร สุวรรณกิจ (เดือนสิงหาคม 2563)



ภาพที่ 51 ภาพงานกราฟฟิตีในย่านสยาม
เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ

6.3 โครงการ Chula art town

6.3.1 รายละเอียดและความเป็นมา

จากการสัมภาษณ์ศาสตราจารย์ ดร.บุษกร บิณฑสันต์⁵ และ อ.ดร.สิริธร ศรีชลาคม⁶ ที่เป็นผู้ริเริ่มและดำเนินโครงการ กับคุณณัฐพงษ์ แก้วประดิษฐ์ (Misterbows)⁷ ที่เป็นศิลปินในโครงการ Chula art town นั้นพบว่าโครงการ Chula art town เป็นจุดเริ่มต้นของโครงการ Art for community (ART4C) ที่เป็นโครงการศิลปะเพื่อชุมชน ซึ่งมาจากการได้เยี่ยมชมงานกราฟฟิตี้จากชุมชนจอร์จ ทาวน์ เมืองปีนัง ประเทศมาเลเซีย โดยนำแนวคิดที่จะสร้างเมืองศิลปะมาเสนอกับสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (PMCU) ในการพัฒนาพื้นที่รอบจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ได้แก่พื้นที่สยามสแควร์ สามย่าน และสวนหลวง) ให้เป็นย่านศิลปะ และเป็นโครงการที่จัดทำเพื่อฉลองครบรอบ 36 ปี คณะศิลปกรรมศาสตร์ โดยมีการรวมตัวกันระหว่างศิลปินกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต ศิษย์เก่าคณะศิลปกรรมศาสตร์ นักศึกษาฝึกงานจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์ในการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่ในชุมชนให้กลายเป็นเมืองศิลปะ

กระบวนการจัดทำโครงการ Chula art town มีขั้นตอน ดังนี้

1. **วางแผนโครงการ** ตั้งแต่การทำเรื่องขอใช้พื้นที่กับทางสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การหาศิลปิน หาผู้สนับสนุนโครงการ กำหนดการทำงานของโครงการ
2. **เลือกพื้นที่จัดทำโครงการ** โดยนำเสนอโครงการกับรองศาสตราจารย์ ดร.วิศณุ ทรัพย์สมพล รองอธิการบดี สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพื่ออนุมัติโครงการและจัดสรรพื้นที่สำหรับโครงการ โดยสำนักงานจัดการทรัพย์สินได้คัดเลือกพื้นที่และพูดคุยกับเจ้าของอาคารเพื่อขออนุญาตใช้พื้นที่จัดทำโครงการ

⁵ ศาสตราจารย์ ดร. บุษกร บิณฑสันต์ คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁶ อ.ดร. สิริธร ศรีชลาคม รองคณบดีฝ่ายกิจการนิสิตคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁷ ณัฐพงษ์ แก้วประดิษฐ์ หรือ โบว์ เป็นศิลปินสตรีทอาร์ต ชื่อในวงการคือ Misterbows (Bows)

“การคัดเลือกพื้นที่ในโครงการ Chula art town นั้นจะเลือกพื้นที่ที่ไม่ติดเรื่องสัญญาและไม่
มีแผนในการทុบ ไม่มีการต่อเติมในระยะเวลาอีก 3 – 4 ปีข้างหน้า และเป็นจุดที่คนสามารถเห็นได้
ไกลที่สุดระหว่างการสัญจร (สามารถขับรถผ่านได้โดยไม่ต้องหันกลับมาองอีก) และหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่
มีรถจอดตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งในแง่ของการแสดงผลงานและการทำงาน โดยใช้เวลา 1 เดือนในการทำ
ผังโครงการ” (สิริธร ศรีชลาคม, 2020)

3. ทาศิลปินสตรีทอาร์ตเข้าร่วมในโครงการ ซึ่งทางบริษัทอุไรเพนท์และสี
ATM ที่มีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตและมี
ช่องทางในการหาศิลปินเป็นผู้จัดทาศิลปิน โดยคัดเลือกศิลปินที่ไม่ทำงานกราฟฟิตี้
ในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการเมือง

“เป็นศิลปินที่มีลักษณะเป็นของตัวเอง มีจุดเด่นเป็นของตัวเอง แต่เราบอกแนวคิดแก่เขา
เราจะบอกแนวคิดว่าเป็นพื้นที่สามย่านนะ แนวคิดของโครงการคือขยายความเป็นพื้นที่ชุมชนโบราณ
มันก็จะภาพลักษณ์เกี่ยวกับชุมชนจีน มีรถแทรกเตอร์ มีอะไรแบบนี้ ที่จะแสดงความเป็นเชียงใหม่”
(สิริธร ศรีชลาคม, 2020)

ศิลปินที่มีรูปแบบการทำงานของตัวเองที่โดดเด่น “โดยทางสี ATM จะช่วย
ปรึกษาในการจับศิลปินเข้ามาทำงานในแต่ละพื้นที่ตามความถนัด เช่น ศิลปินคนนั้น
ถนัดงานบนอาคารสูง ศิลปินคนนี้ถนัดงานออกแบบตัวอักษร ศิลปินคนนี้ทำงานคน
เดียว” เพื่อจัดสรรพื้นที่และช่วงเวลาในการทำงานให้เหมาะสมกับศิลปิน แนวคิด
ของงานกราฟฟิตี้ในโครงการ Chula art town นี้คือให้ถ่ายทอดลักษณะและบริบท
โดยรวมของพื้นที่ที่ได้รับมอบหมายในโครงการเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของพื้นที่นั้น
ๆ แต่อย่างไรก็ตาม ศิลปินไม่สามารถถ่ายทอดหรือประชาสัมพันธ์ให้กับร้านใดร้าน
หนึ่งของพื้นที่นั้น ศิลปินจะต้องทำการศึกษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่ได้รับ ร่าง
แบบและเสนอให้กับทางสำนักงานจัดการทรัพย์สินฯ ในบางจุดที่เป็นกำแพงที่ปัก
อาศัยจะให้เจ้าของอาคารดู เพื่อที่จะได้ลงมือจริงในกระบวนการต่อไป โดยเริ่มสร้าง
ผลงานในเดือนเมษายน ปี 2562

“ตอนที่ทำในพื้นที่สวนหลวงสามย่านค่อนข้างอยู่ในแผนและไม่มีอะไรขยับ ทันทีที่เราทำสาม
ย่านใกล้ๆเสร็จ เราก็จัดแถวแล้วก็ช่วงที่ทำใกล้เสร็จ ลิโด้ก็กำลังจะเสร็จ เนื่องจากคุณคุณพิชัย

เพิ่มทรัพย์หิรัญ (เจ้าของสี่ ATM) เป็นนักดนตรีในค่าย Loveis เขาก็เลยรู้จักกับภ พรชำนิ (เจ้าของ Lido connect และเป็นนักร้องในค่าย Loveis) เขาก็เลยคุยกันเขาขอทำโครงการ Chula art town ในลิโดด้วย” (สิริธร ศรีชลาคม, 2020)

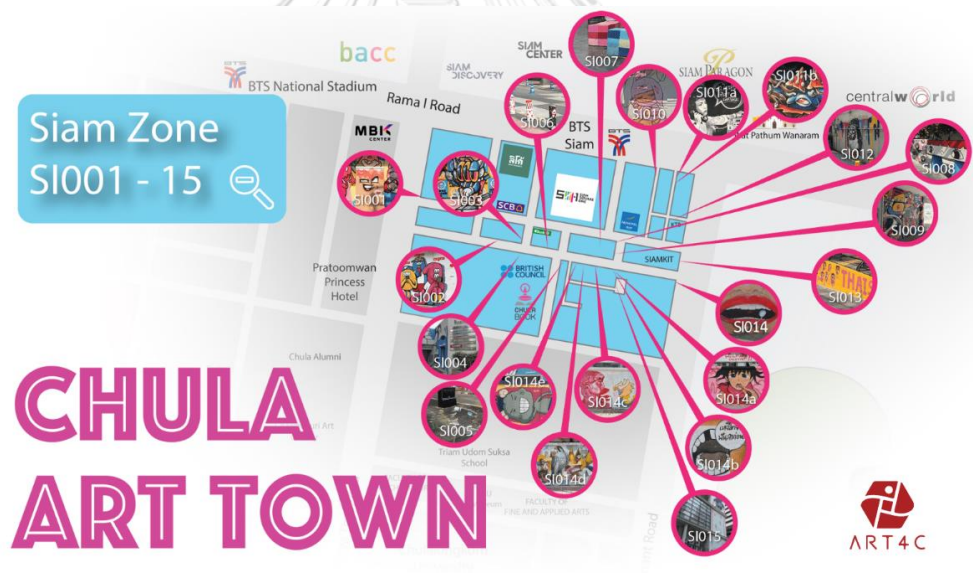
ซึ่งพื้นที่สยามสแควร์จะมีงานของโครงการไม่เยอะ เนื่องจากหลายจุดเป็นพื้นที่ติดสัญญาเช่า จึงไม่มีกำแพงที่ว่างอยู่มาก ซึ่งแต่ละร้านก็มีการจ้างศิลปินมาทำอยู่แล้ว ทำให้สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยต้องพิจารณาเป็น อย่างหนัก

4. ประชาสัมพันธ์ ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการให้แก่คนในย่านสวนหลวงและ สยามย่านทราบ และมีสื่อเข้ามาทำข่าวเกี่ยวกับโครงการ Chula art town

ดำเนินกิจกรรมในโครงการ แจกจ่ายพื้นที่ให้ศิลปินรับผิดชอบ โดยศิลปิน ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับบรรยากาศโดยรอบชุมชน เพื่อให้ทำผลงานได้ตามโจทย์ ที่ทางโครงการกำหนดให้ ซึ่งก็คือบรรยากาศโดยรอบของตำแหน่งที่ศิลปินคนนั้น ได้รับมอบหมาย นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมสอนศิลปะให้แก่ประชาชนในชุมชน จัดเวิร์คชอปให้นิสิตสร้างผลงานกราฟฟิต์ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ที่จัดสรรไว้ ให้ ซึ่งทางศิลปินจะมีการร่างแบบเสนอให้กับเจ้าของอาคารเพื่ออนุมัติให้วาดลงบน อาคารได้ โดยเวลาประมาณ 1 วันในการร่างแบบ และใช้เวลา 1 – 2 วันในการลง ผลงานจริง



ภาพที่ 52 ภาพผังโครงการทั้งหมดในโครงการ Chula art town
ที่มา : ART4C (2563) <https://art4c.org/map>



ภาพที่ 53 ภาพผังในบริเวณสยามสแควร์ โครงการ Chula art town
ที่มา : ART4C (2563) <https://art4c.org/map>



Suan Luang
Zone
SL001 - 6

CHULA ART TOWN

ภาพที่ 54 ภาพผังในบริเวณสวนหลวง โครงการ Chula art town
ที่มา : ART4C (2563) <https://art4c.org/map>

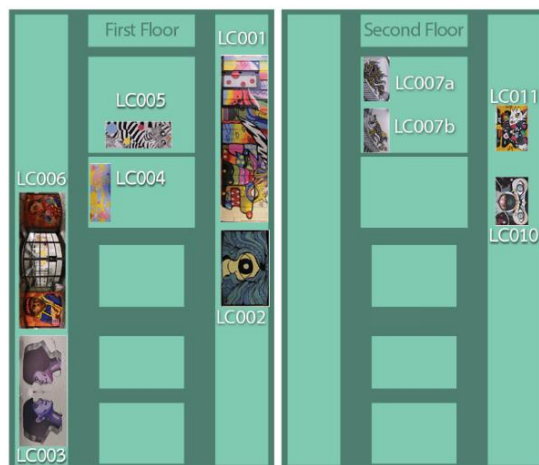


Samyan Zone
SY001 - 8

CHULA ART TOWN

ภาพที่ 55 ภาพผังในบริเวณสามย่าน โครงการ Chula art town
ที่มา : ART4C (2563) <https://art4c.org/map>

Lido Connect
Zone
LC001 - 10



CHULA ART TOWN



ภาพที่ 56 ภาพผังในบริเวณ Lido connect โครงการ Chula art town
ที่มา : ART4C (2563) <https://art4c.org/map>



ภาพที่ 57 ภาพกิจกรรมสอนศิลปะโดย Bigdel โครงการ Chula art town
ที่มา : ART4C (2563) <https://art4c.org>



ภาพที่ 58 ภาพกิจกรรมสอนศิลปะโดย Bigdel โครงการ Chula art town
ที่มา : ART4C (2563) <https://art4c.org>



ภาพที่ 59 ภาพร่าง “Better” ก่อนที่จะลงผลงานจริง โดย Misterbows โครงการ Chula art town
(ที่มา : Misterbows)



ภาพที่ 60 ภาพผลงาน “Better” โดย Misterbows โครงการ Chula art town
ที่มา : ART4C (2563) <https://art4c.org/map>

6.3.2 การมีส่วนร่วมภายในโครงการ

โครงการ Chula art town มีผู้มีส่วนร่วมกับโครงการ ดังนี้

1. คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นภาคการศึกษา มีองค์ความรู้และงบประมาณเป็นทรัพยากร มีบทบาทเป็นผู้ริเริ่มโครงการ ทำหน้าที่วางแผน เลือกพื้นที่จัดทำโครงการ ประชาสัมพันธ์ และดำเนินกิจกรรมภายในโครงการ โครงการ มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือรายจ่าย
2. สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (PMCU) มีองค์ความรู้ในการจัดการพื้นที่ ที่ดิน และทุนเป็นทรัพยากร ทำหน้าที่เป็นผู้จัดสรรพื้นที่ในการจัดทำโครงการ คัดเลือกพื้นที่และเจรจากับเจ้าของอาคารเพื่อขออนุญาตสร้างงานสตรีทอาร์ต โครงการ มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือรายจ่าย
3. บริษัทอุไรพาณิชย์ (ATM Spray) มีองค์ความรู้ด้านสีและอุปกรณ์กับการติดต่อศิลปิน และทุนเป็นทรัพยากร เป็นผู้สนับสนุนในการเชิญศิลปินกราฟฟิตี้และสนับสนุนด้านอุปกรณ์และสีสเปรย์ โครงการ มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือรายจ่าย

4. บริษัททวิมงคลเป็นผู้สนับสนุนในการจัดเตรียมนั่งร้านและรถกระเช้า มีองค์ความรู้ด้านการติดตั้งนั่งร้านและรถกระเช้า และทุนเป็นทรัพยากร มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือรายจ่าย

5. ศิลปินกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตเป็นผู้สร้างผลงานภายในโครงการ เมืองค์ความรู้ด้านศิลปะและแรงงานเป็นทรัพยากร มีส่วนได้คือองค์ความรู้ ผลงานและกประสบการณ์ และส่วนเสียคือรายจ่าย

6. เจ้าของที่ดินและอาคารที่อนุญาตให้ศิลปินสร้างผลงานบนอาคารและแสดงความคิดเห็นต่อแบบร่างก่อนที่จะลงมือจริง มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือรายจ่าย

7. ประชาชนในพื้นที่สวนหลวงและพื้นที่สามย่านที่อำนวยความสะดวกให้แก่ศิลปิน มีแรงงานกับทุนเป็นทรัพยากร มีส่วนได้คือองค์ความรู้และรายได้ และส่วนเสียคือแรงงาน

ตารางที่ 6 ตารางวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ Chula art town

ประเภทขององค์กร	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ทรัพยากร	ส่วนได้ส่วนเสีย	
				ส่วนได้	ส่วนเสีย
ภาคการศึกษา	คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	หลัก	องค์ความรู้, งบประมาณ	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	หลัก	องค์ความรู้, ที่ดิน, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
องค์กรเอกชน	บริษัท อีโรพาณิชย์	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	บริษัท ATM Spray จำกัด	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	บริษัท ทวิมงคล จำกัด	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
ศิลปิน	ศิลปินสตรีทอาร์ต	รอง	องค์ความรู้, แรงงาน	องค์ความรู้, ผลงาน, ประสบการณ์	แรงงาน
ภาคประชาชน	ประชาชนและเจ้าของอาคาร	รอง	แรงงาน, ทุน	องค์ความรู้, รายได้	แรงงาน

ตารางที่ 7 รายชื่อศิลปินและผลงานในโครงการ Chula art town

ลำดับ	หมายเลขผลงาน	ชื่อศิลปิน	ชื่อผลงาน	ตำแหน่ง
1	SI001	Bigdel	ไอศกรีม	พื้นที่สยามสแควร์
2	SI002	An Officer Dies	Happy social club	พื้นที่สยามสแควร์
3	SI003	Benzilla	More fresh air	พื้นที่สยามสแควร์
4	SI004	Goh M	Dog is blue	พื้นที่สยามสแควร์
5	SI005	Imimagemonster	Space Invaders	พื้นที่สยามสแควร์
6	SI006	นิสิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Chula art town	พื้นที่สยามสแควร์
7	SI007	Kanaet	Zebra	พื้นที่สยามสแควร์
8	SI008	Ano	Street art box	พื้นที่สยามสแควร์
9	SI009	Floyd	Stereo active	พื้นที่สยามสแควร์
10	SI010	Alex face	Nong Mardi	พื้นที่สยามสแควร์
11	SI011a	Gobland	10 โมงเช้าที่เก่าเวลาเดิม	พื้นที่สยามสแควร์
12	SI011b	Suzin and Abi original	เห็นสยาม 3 ชนิดรักษาโลก	พื้นที่สยามสแควร์
13	SI012	Dea one	Star wall	พื้นที่สยามสแควร์
14	SI013	Alai	ยิ้มสยาม	พื้นที่สยามสแควร์
15	SI014	Abi	The Oral and Dental Crisis	พื้นที่สยามสแควร์
16	SI014a	ไผ่ ธนสาร และ ทริก แบล็ค ดิล	คุณหมอช่วยด้วย หมายเลข 1	พื้นที่สยามสแควร์
17	SI014b	ไผ่ ธนสาร และ ทริก แบล็ค ดิล	คุณหมอช่วยด้วย หมายเลข 2	พื้นที่สยามสแควร์
18	SI014c	Narate jung	ม้งกรกับเดวิดในคลินิกหมอฟัน	พื้นที่สยามสแควร์
19	SI014d	Ayino	ชีวิตศิลปะเพื่อสยามรุ่งโรจน์	พื้นที่สยามสแควร์
20	SI014e	ไพโรจน์ พิเชษฐเมธากุล และ ศุภ ลักษณ์ ประภาศิริ	สุดยอด	พื้นที่สยามสแควร์
21	SI015	Mue Bon	นกตัวแสบ	พื้นที่สยามสแควร์
22	SL001	Asin	The End of TV	พื้นที่สวนหลวง
23	SL002	Maui	GENERATION	พื้นที่สวนหลวง
24	SL003	Oba yong	ORIGINAL (A NEW BEGINNING)	พื้นที่สวนหลวง
25	SL004	Pakorn BNA	ม้งกร	พื้นที่สวนหลวง
26	SL005	Amon	Goal!	พื้นที่สวนหลวง
27	SL006	Mamacup711	พริ้วไหว	พื้นที่สวนหลวง
28	SY001	ศิษย์เก่า รุ่นที่ 16 คณะศิลปกรรม ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	Refocus: นำกลับมาพิจารณา อีกครั้ง/ ดึงสมาธิกลับมา	พื้นที่สามย่าน
29	SY002	Joker : EB Crew	อุปการจัน	พื้นที่สามย่าน
30	SY003	Nongpop and Jecksbkk	Pink community	พื้นที่สามย่าน
31	SY004	Bigdel	วินมอเตอร์ไซด์	พื้นที่สามย่าน
32	SY005a	Misterbows and สันติ	BETTER	พื้นที่สามย่าน
33	SY005b	Eya Monsta and Abi Original	Every life needs... RUNKIRIN!!	พื้นที่สามย่าน

34	SY006	Bonus TMC	ราชาแห่งสัตว์ป่า	พื้นที่สามย่าน
35	SY007	Workshop Chula art town	Chula art town	พื้นที่สามย่าน
36	SY008	คมกฤษ เลิศวิศวรร	สามย่าน	พื้นที่สามย่าน

ตารางที่ 8 รายชื่อศิลปินและผลงานในโครงการ Chula art town (พื้นที่ Lido connect)

ลำดับ	หมายเลขผลงาน	ชื่อศิลปิน	ชื่อผลงาน	ตำแหน่ง
1	LC001	P7	พัยค์สยาม P7	Lido connect
2	LC002	Gab nicha	Music is for life	Lido connect
3	LC003	Mamablues	Love is hear (here)	Lido connect
4	LC004	Juli Baker and Summer	The creation of rainbow	Lido connect
5	LC005	Pod Moderndog	ไม่เคยเหนื่อยล้ากับ “มาลัย”	Lido connect
6	LC006	Waris	Fresh and Fun	Lido connect
7	LC007a	TRK	มัจฉา หมายเลข 1	Lido connect
8	LC007b	Montemith	มัจฉา หมายเลข 2	Lido connect
9	LC010	NDTM	Owl boy	Lido connect
10	LC011	Jayoto and Nora Noree	แมวกวัก	Lido connect

(ที่มา : <https://art4c.org/map> สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2563)

6.3.3 อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ

อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ Chula art town ประกอบไปด้วยเรื่องของสภาพอากาศที่ไม่สามารถทำงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตบนอาคารได้ ความเสี่ยงของการทำงานกราฟฟิตีบนอาคารสูง

“เพราะว่าตึกเก่านะ ก็ไม่รู้ตัวที่ศิลปินไปยืนชั้นสองอันนั้นยาก ไม่รู้ว่าจะหล่นมาหรือเปล่านั้นมีความเสี่ยง ถึงได้บริษัทนั่งร้านมาก็จริง แต่ตึกสามชั้นที่อยากจะวาดบนชั้นสามก็ไม่กล้าทำ เพราะมีความเก่าของตรงที่มันยื่นออกมา” (สิริธร ศรีชลาคม, 2020)

“จริง ๆ เราเริ่มงานหลังเมษายน หน้าร้อน...สุดท้ายต้องทำงานกลางคืน เพราะว่าไม่สามารถปีนขึ้นนั่งร้านมาจ้องกำแพงสีขาวได้ มันร้อนมาก กำแพงใหญ่ตรงสามย่านนี้ทำกลางคืนหมด ประมาณหกโมงเย็นถึงประมาณตีสาม” (สิริธร ศรีชลาคม, 2020)

และความไม่เข้าใจของคนในชุมชนที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต ซึ่งได้แก้ปัญหาด้วยการพูดคุยกับคนในชุมชน ได้นำเสนอผลงานและกระบวนการในการทำ จนประชาชนเข้าใจและให้การสนับสนุนโครงการ

“อย่างงานของพีเดิล (Bigdel) จริง ๆ เจ้าของตึกเขาปฏิเสธนะตอนแรก เพราะเขาโดนบอมบ์ (การพ่นสีสเปรย์บนอาคาร มักมาในรูปของกราฟฟิตี้ทั่วไปที่สร้างเดือดร้อนแก่เจ้าของอาคาร) เยอะ คือถ้าปิดหน้าร้านเขานี้ละเลยนะ เขาเลยมีแนวคิดในแง่ลบต่อกราฟฟิตี้ค่อนข้างมาก แต่สุดท้ายวันๆ ไปทำ เขาเห็นถึงกระบวนการ เขาเห็นถึงความจริงจัง มีการร่างแบบ มีการตรวจสอบ ถ่ายวิดีโอ ปัญหาที่เลยมีแค่ช่วงวันแรก” (สิริธร ศรีชลาคม, 2020)

ส่วนทางศิลปินนั้น อุปสรรคและปัญหาที่พบเจอในโครงการนั้นเป็นสิ่งที่พบเจออยู่เป็นประจำสำหรับศิลปินกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวย ความกังวลในการเกาะเกาะขวางทางสัญจรของคนแถวนั้น เรื่องกลิ่นและการปลิวของละอองสีสเปรย์ที่อาจสร้างความเดือดร้อนแก่คนหรือทรัพย์สินภายในพื้นที่เหล่านั้น ซึ่งเมื่อเกิดปัญหาทางศิลปินก็ได้แก้ไขในทันที และด้วยความที่ศิลปินมีจำนวนมาก และกระจายทำงานตามจุดต่าง ๆ ในย่านสยาม ส่งผลให้ศิลปินบางคนไม่ค่อยพึงพอใจกับกระบวนการจัดการศิลปินของทีมงานในโครงการมากนัก

6.3.4 ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ

“โครงการ Chula art town ได้เซ็นสัญญาทำ MOU กับบริษัทกูเกิล (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งได้รับการพิจารณาส่งไปที่กูเกิลสำนักงานใหญ่ที่อังกฤษ” ในการนำโครงการ Chula art town มาลงในช่องทาง Google Arts & Culture ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันรวบรวมงานศิลปะจากทั่วโลก โดยนำเสนอในรูปของภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว 360° และมีแผนในการต่อยอดให้โครงการ Chula art town เป็น Day & Night park ที่สามารถเยี่ยมชมได้ 24 ชั่วโมง และจะมีการติดตั้งงานประติมากรรมภายในพื้นที่และติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เป็นมากกว่าแคว้นศิลปะที่นำมาจัดแสดง มีการอบรมมอเตอร์ไซค์รับจ้างในการสัญจรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินชมงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต แต่โครงการนี้ถูกระงับชั่วคราวเนื่องจากสถานการณ์โควิด – 19

“จริง ๆ เรามีอีกโครงการเกิดขึ้น น่าจะเสร็จอีกปีครึ่งหลังจากนี้ แต่อันนั้นจะเป็นประติมากรรมในพื้นที่นี้เหมือนกัน เราได้ทุนจากกระทรวงศึกษา และก็จะเปิดมหาวิทยาลัยที่เป็นมหาวิทยาลัยศิลปะและการออกแบบ แต่อันนั้นจะเป็นประติมากรรม ไม่ได้เป็นสตรีทอาร์ตแล้ว ด้วยความที่เราเป็นคณะศิลปกรรมเราก็เลยพยายามทำหลาย ๆ รูปแบบ” (บุษกร บิณฑสันต์, 2020)

“ข้อสังเกตที่ได้จากการทำโครงการ Chula art town คือชุมชนมีส่วนร่วมจึงจะสำเร็จ ถ้าเราอยู่ ๆ ไปทำอะไรให้เขา มันจะดูเป็นตัวประหลาด เพราะงั้นไม่ว่าจะทำอะไรก็ตามก็ต้องมีการพูดคุย มีการสัมภาษณ์ ทำยังไงก็ได้ให้เขาได้มีโอกาสออกความคิดเห็น” (บุษกร บิณฑสันต์, 2020)

6.4 สรุป

บริเวณย่านสยามเป็นทรัพย์สินของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ประกอบไปด้วยพื้นที่สามตำแหน่งได้แก่ พื้นที่สยามสแควร์ พื้นที่สวนหลวง และพื้นที่สามย่าน ซึ่งพื้นที่สยามสแควร์จะเป็นแหล่งรวมร้านค้าและพาณิชย์ ธรรมชาติใหญ่ ส่วนพื้นที่สามย่านและพื้นที่สวนหลวงเป็นพื้นที่ชุมชน ผู้สัญจรส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นที่มีทั้งนิสิต นักศึกษา และวัยทำงานที่เข้ามาจับจ่ายใช้สอยในพื้นที่ ซึ่งร้านค้าในพื้นที่สยามสแควร์มีการจ้างศิลปินให้ทำงานกราฟฟิตีเพื่อเป็นสื่อการค้าให้กับร้าน และมีโครงการกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่โดดเด่นอย่าง BUKRUK และ Chula art town โดยโครงการ Chula art town เป็นโครงการริเริ่มของโครงการ Art for community (ART4C) ที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างแรงบันดาลใจในศิลปะให้กับคนในชุมชน และเป็นการทดลองครบรอบ 36 ปี คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีขั้นตอนในการทำงานได้แก่ การวางแผนโครงการ การขอใช้พื้นที่จากสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (PMCU) โดยพื้นที่ที่ใช้นั้นเป็นพื้นที่ที่ไม่มีสัญญา ไม่อยู่ในแผนรื้อทุบทั้งภายใน 3 - 4 ปีนี้และมีระยะการมองเห็นที่นานที่สุดในการสัญจร จากนั้นก็ทำการเชิญศิลปินโดยได้รับความร่วมมือจากบริษัท อุไรพาณิชย์และสี ATM ที่นอกจากจะสนับสนุนเรื่องสีแล้วยังเป็นผู้ติดต่อเชิญศิลปินกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมาร่วมโครงการ มีการแถลงข่าวประชาสัมพันธ์โครงการ โดยศิลปินจะต้องถ่ายทอดบริบทโดยรอบของพื้นที่หรืออาคารที่ได้รับมอบหมาย โดยใช้เวลาในการร่างแบบเพื่อเสนอ 1 วัน และทำผลงานจริง 2 วัน ซึ่งเมื่อศิลปินสร้างผลงานเสร็จแล้วจะมีการเก็บรักษาผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นเวลา 3 - 4 ปี ในขณะเดียวกันโครงการ Lido connect ที่อยู่ในพื้นที่สยามสแควร์ก็ปรับปรุงเสร็จพอดี จึงได้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ Chula art town ในเวลาถัดมา โดยปัญหาที่เกิดขึ้นภายในโครงการคือสภาพอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยกับการทำงาน จนต้องทำให้ศิลปินพักงานหรือไม่ก็ต้องทำในเวลากลางวัน การกีดขวางทางจราจร ไปจนถึงความไม่พอใจของเจ้าของอาคารที่มีต่อการพ่นกราฟฟิตีเนื่องจากเคยเป็นผู้เสียหายจากการลักลอบพ่นโดยคนในละแวกนั้น ซึ่งได้ทีมงานจากทางสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นผู้ประสานงาน โดยได้รับความพึงพอใจจากคนในชุมชนเป็นอย่างดี งานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตได้ถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนโดยรอบ เป็นจุดที่ช่วยในการจดจำ

และรับรู้แก่คนที่สัญจร จนตอนนี้ได้รับการพิจารณาจากแพลตฟอร์ม Google Arts & Culture ในการนำเสนองานกราฟฟิตี้ภายในโครงการในรูปแบบของภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว และมีแผนที่จะติดตั้งงานประติมากรรมจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศตามจุดต่าง ๆ ภายในย่าน

ตารางที่ 9 ตารางการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ Chula art town

ประเภทขององค์กร	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ขั้นตอนกระบวนการในโครงการ	การมีส่วนร่วม
ภาคการศึกษา	คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	หลัก	การวางแผน	วางแผนขั้นตอนและกระบวนการทำงานทั้งหมด
			เลือกพื้นที่จัดโครงการ	เสนอโครงการขอใช้พื้นที่ในจุฬาฯ
		หลัก	ประชาสัมพันธ์โครงการ	นำเสนอด้วยข่าว สื่อมวลชน
			ลงมือทำและแสดงผลงาน	ลงมือทำงานศิลปะ และประสานงานใน
องค์กรเอกชน	บริษัท อูไรพาณิชย์ จำกัด	รอง	สรรหาศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม	เชิญศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม
			ประชาสัมพันธ์โครงการ	นำเสนอด้วยช่องทางออนไลน์
		รอง	ลงมือทำและแสดงผลงาน	สนับสนุนด้านสีและอุปกรณ์
			สรรหาศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม	เชิญศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม
ศิลปิน	ศิลปินสตรีทอาร์ต	รอง	สรรหาศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม	เชิญศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม
			ประชาสัมพันธ์โครงการ	นำเสนอด้วยช่องทางออนไลน์
		รอง	ลงมือทำและแสดงผลงาน	สร้างผลงานและสอนศิลปะ
			สรรหาศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม	เชิญศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม
ภาคประชาชน	ประชาชนและเจ้าของอาคาร	รอง	เลือกพื้นที่จัดโครงการ	รับรู้การมีอยู่ของโครงการและอนุญาตให้ใช้สถานที่
			ลงมือทำและแสดงผลงาน	อำนวยความสะดวกแก่ศิลปินในการหาอาหารและน้ำ

บทที่ 7 ทัศนศึกษารูปภาพตีเมืองภูเก็ต

7.1 บริบทพื้นที่ศึกษา

7.1.1 บริบททางกายภาพ

พื้นที่ศึกษาเมืองภูเก็ตตั้งอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต มีขนาด 98.35 ไร่ หรือ 157,364 ตารางเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอข้างเคียง ได้แก่ ทิศเหนือติดต่อกับอำเภอถลางและอำเภอกะทู้ ทิศตะวันออกติดต่อกับอำเภอพังงา ทิศตะวันตกติดต่อกับทะเลอันดามัน ทิศใต้ติดต่อกับทะเลอันดามัน พื้นที่เมืองภูเก็ตอยู่ในเทศบาลเมืองภูเก็ต เป็นสถานที่ร่วมนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเนื่องจากมีชายหาดที่สวยงามติดอันดับโลก และภายในเมืองภูเก็ตนั้นเต็มไปด้วยสถาปัตยกรรมโบราณแบบซิโน – โปรตุเกสที่มีอายุนับร้อยปี และพื้นที่ตลาด ร้านค้า และที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอยู่เป็นจำนวนมาก ในปี 2558 เมืองภูเก็ตเป็นเมืองที่ได้รับเสนอให้เป็นเมืองแห่งอาหารและการท่องเที่ยว (City of gastronomy) จาก UNESCO จากผลผลิตอย่างสับปะรดหรือกุ่มลอบสเตอร์ที่เป็นของขึ้นชื่อของเมืองภูเก็ต นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในภูเก็ตจะเป็นชาวต่างชาติ เนื่องจากภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในภูเก็ตมันดูแพงเกินไปสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเที่ยวชมสถาปัตยกรรมโบราณ เที่ยวชายหาด ทานอาหารทะเลและอาหารท้องถิ่น

7.1.2 ข้อมูลจำเพาะของพื้นที่เมืองภูเก็ต

การใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่เมืองภูเก็ต เป็นพื้นที่พาณิชยกรรมและที่อยู่อาศัยหนาแน่นมากครอบคลุมตั้งแต่ถนนตีบุก ถนนรัชฎา ไปจนถึงถนนกระบี่ พื้นที่พาณิชยกรรมในเมืองภูเก็ตเต็มไปด้วยตลาด ร้านค้าและโรงแรมซึ่งมีตลาดใหญ่ (ถนนคนเดิน) อยู่ใจกลางเมือง มีพื้นที่ที่อยู่อาศัยหนาแน่นปานกลางและพื้นที่สถาบันทางศาสนาอยู่เหนือถนนตีบุกไปจนถึงถนนทุ่งคา มีถนนสายสำคัญได้แก่ ถนนตีบุก ถนนพังงา ถนนถลาง ถนนกระบี่ ถนนเยาวราช ถนนรัชฎา และถนนภูเก็ต มีระบบขนส่งสาธารณะได้แก่ รถตุ๊กตุ๊กและรถสองแถว



ภาพที่ 61 การใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่เมืองภูเก็ต
 เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ

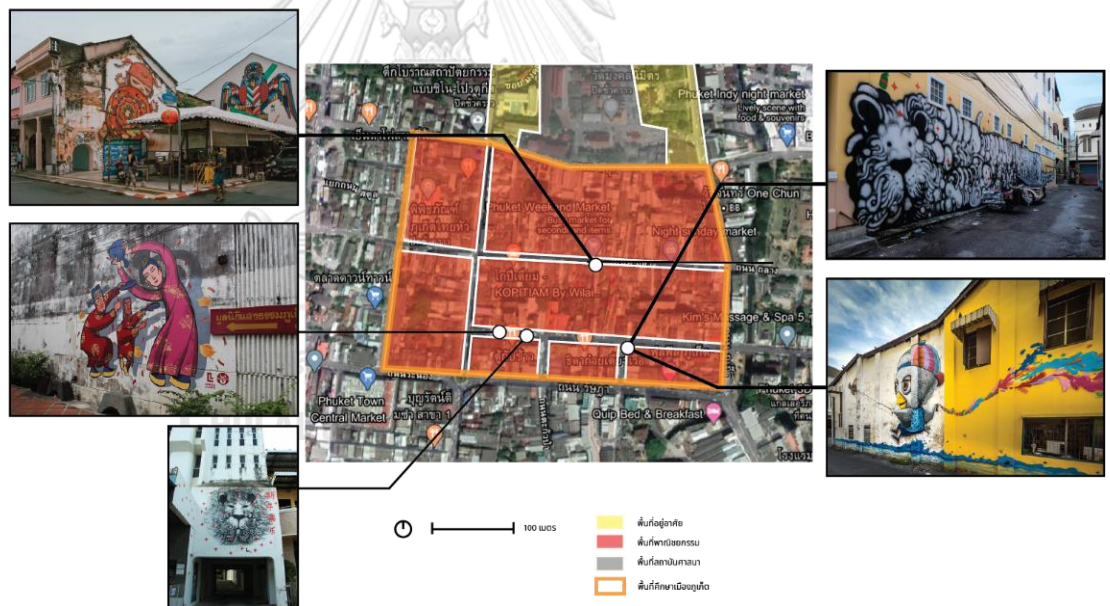
7.2 การปรากฏขึ้นของกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตภายในเมืองภูเก็ต

ด้วยภาพลักษณ์ที่ตั้งศูนย์กลางท่องเที่ยว บรรยากาศที่ติดทะเล สถาปัตยกรรมชิโน - โปรตุเกสที่สวยงามภายในเมือง ยังเป็นสถานที่ที่มีวิถีชีวิตของชาวบ้านเป็นอัตลักษณ์ ทำให้มีกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตกระจายอยู่ทั่วมืองภูเก็ต ซึ่งได้รับการร่วมมือและผลักดันจากกลุ่มศิลปินและกลุ่มประชาชนในภูเก็ต อย่างเช่นกลุ่ม So Phuket ที่ต้องการส่งเสริมให้เมืองภูเก็ตมีความน่าอยู่และน่าท่องเที่ยวมากขึ้น จากการที่เมืองภูเก็ตได้รับรางวัลเมืองแห่งอาหารและการท่องเที่ยว (City of gastronomy) จึงได้ก่อตั้งโครงการ Food art old town Phuket (F.A.T. Phuket) ที่ให้นักท่องเที่ยวเดินตามทางานศิลปะข้างถนนตามจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งศิลปินได้ถ่ายทอดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวภูเก็ตผ่านงานศิลปะ งานกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตภายในชุมชน รูปแบบงานกราฟฟิตี้ในโครงการ F.A.T. Phuket

นั้นเป็น Character ที่เป็นรูปภาพและผสมผสานความเป็นจิตรกรรมฝาผนังถ่ายทอดวัฒนธรรมของชาวภูเก็ต ซึ่งบางจุดมีการทำงานร่วมกันระหว่างหลายศิลปินในพื้นที่เดียวกัน

จากการสำรวจกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายในพื้นที่เมืองภูเก็ต พบว่าพื้นที่ภายในพื้นที่เมืองภูเก็ตเป็นพาณิชยกรรม มีร้านค้าและร้านอาหารอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งผลงานกราฟฟิตี้จะอยู่ตามจุดต่าง ๆ ของพื้นที่ พบมากในพื้นที่ที่เป็นทางแยกของถนนตีบๆ ถนนพังงา และถนนกลาง ซึ่งกราฟฟิตี้ที่เป็นแลนด์มาร์คประจำเมืองมีอยู่ทั้งหมด 11 ชิ้น

แต่เนื่องจากสถานการณ์โควิด - 19 ภูเก็ตเป็นพื้นที่เสี่ยงในการติดเชื้อ จึงปิดเกาะไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมได้ ทำให้ไม่สามารถเข้าไปสำรวจพื้นที่ได้อย่างใกล้ชิด ได้รับข้อมูลข่าวสารจากคนในภูเก็ตเท่านั้น ซึ่งคนในพื้นที่เมืองภูเก็ตจึงเหลือเพียงคนในชุมชนกับแรงงานภายในชุมชน



ภาพที่ 62 ภาพกราฟฟิตี้ในเมืองภูเก็ต
เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ



ภาพที่ 63 กราฟฟิตี้ที่โรงแรมสินทวิในเมืองภูเก็ต

ที่มา : Thailandindy (2016)

<http://thailandindy.com>



ภาพที่ 64 กราฟฟิตี้ที่ตลาดดาวนันทานในเมืองภูเก็ต

ที่มา : Thailandindy (2016)

<http://thailandindy.com>

7.3 โครงการ F.A.T. Phuket

7.3.1 รายละเอียดและความเป็นมา

จากการสัมภาษณ์คุณอรสา โตสง่า⁸ ผู้จัดโครงการ F.A.T. Phuket คุณทวีศักดิ์ ศรีทองดี (Lolay)⁹ และคุณมือบอน¹⁰ที่เป็นศิลปินภายในโครงการ พบว่าโครงการ F.A.T. Phuket มีจุดเริ่มต้นจากความต้องการในการถ่ายทอดภาพลักษณ์ของภูเก็ตใหม่ “เมืองภูเก็ตมันเหมือนมีสองโลกอยู่ในเกาะเดียวกัน คนที่รู้จักภูเก็ตส่วนมากจะเป็นฝรั่งมากกว่า เพราะคนไทยจะรู้สึกว่ามีภูเก็ตแล้วแพง เขาจะรู้จักภูเก็ตในแง่ของการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลที่สวยงามในระดับโลก แต่จริง ๆ ภูเก็ตมันมีอีกส่วนหนึ่งคือวัฒนธรรมซึ่งฝรั่งไม่ค่อยรู้” ภูเก็ตเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรมของคนหลากหลายชาติ ศาสนา นานกว่า 100 ปี ซึ่งทาง SO Phuket ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองภูเก็ตมาทุกทางแล้ว แต่ไม่ได้ผลเนื่องจากนักท่องเที่ยวก็ยังนึกถึงภูเก็ตในแง่ของชายทะเล

“กลุ่มของตลาดใหญ่¹¹จึงรวมตัวกันเพื่อเปิดถนนคนเดินเพื่อที่จะช่วยให้เมืองคึกคักขึ้น ของเรากลุ่ม SO Phuket ก็คิดว่าถ้าเกิดมีตลาดในเมืองแล้ว ในเมืองก็ว่าจะเก๋ไก๋กว่านี้ ก็เลยคิดว่ามันควรจะมียุทธศาสตร์ เพราะช่วงนั้นภูเก็ตได้รับรางวัล *Creative city of gastronomy* จาก UNESCO เราคิดว่าในแง่ของกราฟฟิตี้ เราก็เน้นเป็นส่วนใหญ่คือเรื่องของอาหาร” (อรสา โตสง่า, 2020)

“ซึ่งถ้าสื่อสารด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต อาหารอาจจะไปได้ไกลกว่าแค่จะไปเชิญชวนให้กินอาหารขึ้นชื่อซึ่งไม่ได้ดูน่าสนใจอะไร จึงต้องการใช้กราฟฟิตี้เป็นตัวถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหาร และวิถีชีวิตของชาวภูเก็ต เพื่อสร้างความมีชีวิตชีวาให้กับเมืองภูเก็ตและกระตุ้นการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น” (อรสา โตสง่า, 2020)

โครงการ F.A.T. Phuket มีขั้นตอนการทำงาน ดังนี้

1. **วางแผนโครงการ** กลุ่ม SO Phuket ได้ร่วมมือกับกลุ่มตลาดใหญ่ในการวางแผนการใช้กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นเครื่องมือในการนำเสนอเมือง

⁸ อรสา โตสง่า ตัวแทนกลุ่ม Signature of Phuket (SO Phuket) หรือประชารัฐรักสามัคคีภูเก็ต เป็นกลุ่มประชาชนในเมืองภูเก็ต ที่จัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนเมืองภูเก็ต

⁹ ทวีศักดิ์ ศรีทองดี หรือ โลเล เป็นศิลปิน ชื่อในวงการคือ Lolay

¹⁰ มือบอน (ชื่อในวงการ) ศิลปินสตรีทอาร์ต

¹¹ กลุ่มตลาดใหญ่ คือกลุ่มร้านค้าในเมืองภูเก็ต รวมตัวกันเปิดถนนคนเดินเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อสินค้าและบริการ

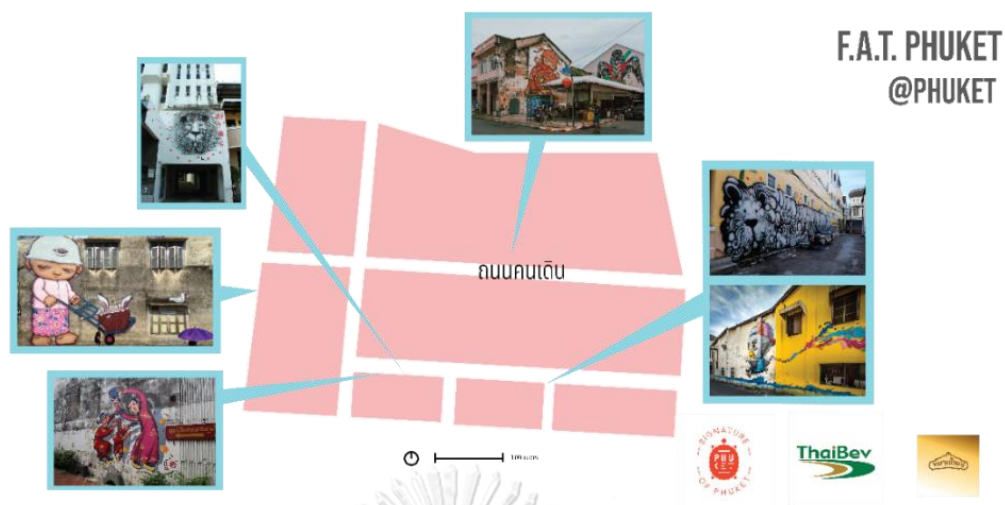
ภูเก็ต โดนเสนอแผนให้แก่บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เพื่อขอเงินในการจัดทำโครงการพัฒนาชุมชนเมืองภูเก็ต

2. **เลือกพื้นที่จัดทำโครงการ** โดยเลือกพื้นที่ที่ผู้สัญจรเดินทางได้มาก โดยมีโรงแรมสินทวี โรงแรมเพ็ญหมื่นเก่า ถนนคนเดิน ที่เอื้อเพื่อสถานที่ในการจัดทำโครงการ

3. **การหาศิลปินที่ทำโครงการ** โดยมีคุณวีระชัย ปราณวีระไพบุลย์ เจ้าของโรงแรม โฟโต้ โฮเต็ล ภูเก็ตเป็นผู้ติดต่อเชิญศิลปินในการสร้างผลงาน ซึ่งศิลปินจะสร้างผลงานหลายชิ้นในแต่ละจุด

4. **ประชาสัมพันธ์ข้อมูล**เกี่ยวกับโครงการให้แก่คนในเมืองภูเก็ตทราบ และมีสื่อเข้ามาทำข่าวเกี่ยวกับโครงการ F.A.T. Phuket

ในการดำเนินโครงการ F.A.T. Phuket นั้นมี 2 รอบ รอบแรกเกิดขึ้นเมื่อปี 2558 เป็นการดำเนินงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตโดยศิลปินมีชื่อเสียง ซึ่งมีทั้งหมด 10 จุดภายในเมืองภูเก็ต ใช้เวลาในการทำงาน 2 – 3 สัปดาห์ โดยศิลปินก็มีรูปแบบการทำงานเป็นของตัวเอง ซึ่งใช้เวลาไม่นานมาก ส่วนรอบที่สองเกิดขึ้นในปี 2561 โดยผู้สร้างผลงานกราฟฟิตี้เป็นชาวภูเก็ตที่ได้ศึกษาทางศิลปะในกรุงเทพฯและกลับมาทำกิจกรรมให้กับบ้านเกิดอีก 10 จุด (เป็นงานศิลปะจุดใหม่ที่ไม่ได้ทับกับผลงานเดิม) โดยใช้เวลาดำเนินการ 2 สัปดาห์ ซึ่งได้ทำการติดต่อกับเจ้าของอาคารในการขออนุญาตให้ทำกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ภายในเมืองภูเก็ต



ภาพที่ 65 ผังงานกราฟฟิตีในโครงการ F.A.T. Phuket
เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ

“กระบวนการทำงานของผม งานของผมมีลักษณะเป็นสเปรย์ สเปรย์สีดำสีเดียวเลย ถ้าจะมีเพิ่มก็อาจมีนิดหน่อยอย่างสีแดง” ซึ่งงานที่ออกมาจะมีลักษณะเป็นภาพขาวดำ โดยขั้นตอนการทำงานของทั้งสองภาพเริ่มจากคุยกับคนในชุมชนก่อนที่จะลงมือวาด “มีการคุยกันว่าจะเป็นอย่างอะไร? แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว ศิลปินแต่ละคนก็ทำตามรูปแบบของตัวเอง” (Lolay, 2020)



ภาพที่ 66 ภาพสิงโตเหนียน โดย Lolay
ที่มา : Bectero.tv (2016)



ภาพที่ 67 ภาพสิงโตเหนียนโดย Lolay
ที่มา : Warinrat Watcharapirak (2016)

“อย่างในเมืองภูเก็ต มันเป็นสถาปัตยกรรมเก่า ๆ พื้นผนังเก่า ๆ ความขัดแย้งของมัน ความที่งานศิลปะจะได้แสดงพลังเต็มของมันมีมากกว่า เพราะว่ามันเหมือนกับเราไปปรับเปลี่ยนพื้นที่ เรากำลังทำให้กับสิ่งที่กำลังจะสลายไป คนลี้มไปกลับมาใช้ชีวิตอีกครั้งหนึ่ง มีเรื่องเล่าอีกครั้งหนึ่ง” (มือบอน, 2020)



ภาพที่ 68 ภาพผลงานกราฟฟิตี้ของศิลปิน “มือบอน” สื่อถึงประเพณีเดินเต่าของชาวภูเก็ต
ที่มา : นายมด (2016)

<https://www.9mot.com/2016/06/phuket-street-art>

7.3.2 การมีส่วนร่วมภายในโครงการ

โครงการ F.A.T. Phuket มีผู้มีส่วนร่วมกับโครงการ ดังนี้

1. กลุ่ม SO Phuket ที่เป็นกลุ่มของประชาชนชาวภูเก็ตเป็นผู้ริเริ่มโครงการ มีองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมในเมืองภูเก็ตและการประสานงานและทุนเป็นทรัพยากร มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือรายจ่าย
2. บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้สนับสนุนด้านเงินทุน มีองค์ความรู้และงบประมาณเป็นทรัพยากร มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือรายจ่าย
3. คุณวีระชัย ปราณวีระไพบูลย์ เจ้าของโรงแรมโฟโต้ โฮเทล ภูเก็ต มีองค์ความรู้ด้านศิลปะและการติดต่อศิลปินและทุนเป็นทรัพยากร เป็นผู้เชิญศิลปินกราฟ

พืดและสตรีทอาร์ตมาร่วมโครงการรวมถึงจัดสรรเรื่องที่พักแก่ศิลปิน มีส่วนได้คือ องค์ความรู้ และส่วนเสียคือรายจ่าย

4. เจ้าของอาคาร (โรงแรมสินทวี ร้านราตหน้าคุณจืด ฯลฯ) มีแรงงานและทุนเป็นทรัพยากร เป็นผู้อนุญาตให้ใช้อาคารในการสร้างงานกราฟพืดในบทบาทของสตรีทอาร์ต มีส่วนได้คือองค์ความรู้และรายได้ และส่วนเสียคือรายจ่าย

5. เทศบาลนครภูเก็ต ที่รับรู้และอนุญาตให้จัดโครงการ มีองค์ความรู้เป็นทรัพยากร มีส่วนได้คือองค์ความรู้และผลงาน และส่วนเสียคือรายจ่าย

6. ศิลปินกราฟพืดที่มาร่วมโครงการ มีองค์ความรู้ด้านศิลปะและแรงงานเป็นทรัพยากร มีส่วนได้คือองค์ความรู้ ผลงานและประสบการณ์ และส่วนเสียคือรายจ่าย

7. กลุ่มตลาดใหญ่ ชาวบ้านในเมืองภูเก็ตที่เปิดถนนคนเดินและร่วมโครงการสตรีทอาร์ตเพื่อสร้างความคึกคักให้กับชุมชน มีองค์ความรู้ในการสนับสนุนศิลปินและทุนเป็นทรัพยากร มีส่วนได้คือองค์ความรู้และรายได้ และส่วนเสียคือรายจ่าย

8. ประชาชนในพื้นที่เมืองภูเก็ตที่ร่วมสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีแรงงานและทุนเป็นทรัพยากร มีส่วนได้คือองค์ความรู้และรายได้ และส่วนเสียคือรายจ่าย

ตารางที่ 10 ตารางผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ F.A.T. Phuket

ประเภทขององค์กร	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ทรัพยากร	ส่วนได้ส่วนเสีย	
				ส่วนได้	ส่วนเสีย
ภาครัฐ	เทศบาลนครภูเก็ต	รอง	องค์ความรู้	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
องค์กรเอกชน	บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด มหาชน	รอง	องค์ความรู้, งบประมาณ	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
องค์กรอิสระ	โรงแรมโฟโต้ไฮเทล	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
ศิลปิน	ศิลปินสตรีทอาร์ต	รอง	องค์ความรู้, แรงงาน	องค์ความรู้, ผลงาน, ประสบการณ์	แรงงาน
ภาคประชาชน	กลุ่ม SO Phuket	หลัก	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	กลุ่มตลาดใหญ่	หลัก	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, รายได้	รายจ่าย
	ประชาชนและเจ้าของอาคาร	รอง	แรงงาน, ทุน	องค์ความรู้, รายได้	แรงงาน

“ทุกคนพร้อมที่จะขยับตัว ทุกคนพร้อมที่จะเบียดเสียดยึดเหยียด มีคนมาส่งข้าว เทศบาลน่ารักมากเอานั่งร้านมาตั้งให้ ใครมีไฟเอาไฟมา สีมัฟมีคนเอามาบริจาคเพิ่ม แกรม Alex face พาลูกเมียมา ในช่วงที่ Alex เขาวาด ก็มีคนพาลูกเมียเขาไปเที่ยว นี้อีกภูเก็ต” (อรสา โตสง่า, 2020)

ตารางที่ 11 ตารางรายชื่อศิลปินและผลงานกราฟฟิต์และสตรีทอาร์ตในเมืองภูเก็ต

ลำดับ	ชื่อศิลปิน	ตำแหน่งของผลงาน	หมายเหตุ
1	Alex Face	ธนาคารชาร์เตอร์ ถนน พังงา	เป็นผลงานแรกของโครงการ แต่ถูกสั่งลบ 1 เดือนหลังจากวาดเสร็จ
2	Alex Face	ตลาดดาวนทาวน์	
3	Alex Face	ปากซอยรมณีย์	
4	รักกิจ	ปากซอยรมณีย์	
5	รักกิจ	โรงแรมสินทวี	
6	P7	โรงแรมสินทวี	
7	Beerpitch	โรงแรมสินทวี	
8	WKChacoal	โรงแรมสินทวี	
9	ไม่ทราบชื่อ	สี่แยกถนนตึก กตัดกับถนนยาวราช	เป็นผลงานของชาวภูเก็ตที่เรียนศิลปะในกรุงเทพฯ
10	มือบอน	ถนนพังงา โรงแรมเพ็ญมินเก่า	
11	Lolay	ถนนพังงา โรงแรมเพ็ญมินเก่า	
12	Lolay	ธนาคารสิริกไทย	
13	Pichitpaidan	ร้านจีนเซ่งหลอง ถนนพังงา	
14	ไม่ทราบชื่อ	ร้านขายงานศิลปะ ซอยประดิษฐ์	
15	Ludmila Letnikova	ศาลเจ้าแสงธรรม ถนนพังงา	เป็นกราฟฟิต์ที่สร้างโดยศิลปินชาวรัสเซีย

7.3.3 อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในโครงการคือเรื่องของความไม่เข้าใจของคนในชุมชนต่อภาพกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต เนื่องจาก Alex Face ได้สร้างผลงานกราฟฟิตี้ที่ผนังอาคารชาร์เตอร์ซึ่งเป็นอาคารทรงซิโนโปรตุกีสที่มีอายุนับร้อยปีเสร็จเป็นชิ้นแรกของโครงการ ทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งไม่พอใจในการที่มีศิลปินมาพ่นสีบนอาคารอนุรักษ์ ซึ่งจากการประชุมกับหน่วยงานของทางภูเก็ตได้ข้อสรุปคือภาพนั้นได้ถูกลบไปเป็นที่เรียบร้อยในวันที่ 9 พฤษภาคม 2559 อย่างไรก็ตาม การที่ภาพดังกล่าวได้ถูกลบไปนั้น ทำให้ประชาชนเกิดการตื่นตัวและให้ความสนใจกับกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตและโครงการ F.A.T. Phuket อย่างต่อเนื่อง และมีปัญหาเกี่ยวกับความไม่พอใจในผลงานของศิลปินเนื่องจากไม่เข้าใจในตัวศิลปิน จึงต้องทำให้มีการแก้ไขเพิ่มเติม



ภาพที่ 69 ภาพงานกราฟฟิตี้ที่ธนาคารชาร์เตอร์โดย Alex Face ในพื้นที่เมืองภูเก็ต (ก่อนถูกลบ)
ที่มา : MGR Online (2016)

<https://mgronline.com/celebonline/detail/9590000037666>

ส่วนอุปสรรคที่อยากหนึ่งคืองานของคุณ Lolay ที่ประชาชนบริเวณร้านราดหน้าคุณจัดได้ ร้องเรียนให้แก้ไขงาน เพราะรูปแบบการทำงานของ Lolay ไม่ตอบสนองความพึงพอใจแก่ประชาชน ในระแวกนั้น และคุณ Lolay ได้กลับกรุงเทพฯไปแล้ว จึงได้ให้ศิลปินคนอื่นมาเพิ่มเติมงานโดยได้รับ อนุญาตจากคุณ Lolay แล้ว

“ทำไปแล้วก็เกิดปัญหาอย่างหนึ่ง ตอนทำไม่เป็นปัญหาอะไร ประมาณว่าเกี่ยวกับความเชื่อ ของเจ้าของอาคารตรงนั้น ตามลักษณะงานของผมนั้นเป็นชาวดำ แล้วเขารู้สึกว่าภาพชาวดำโดยทั่วไป แล้วไม่มีสี ดูไม่ค่อยมีชีวิตอะไรแบบนี้ เขาก็อยากให้ผมไปเติม แต่ว่าในตอนนั้นผมบินกลับไปแล้ว และ แผนการที่จะกลับมาก็ไม่แน่มันนอนที่จะกลับมาได้ ซึ่งในเวลาที่เขาอยากให้งานเสร็จพร้อม ๆ กัน ก็ เลยขออนุญาตให้ผมให้ศิลปินอีกคนเข้าร่วมด้วย และส่งแบบให้เราดู ซึ่งผมก็ชอบเหมือนกัน” (Lolay, 2020)



ภาพที่ 70 ภาพสิงโตเหนียนที่ประสบปัญหาและได้รับการแก้ไขแล้ว

ที่มา : Bectero.tv (2016)

7.3.4 ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ

หลังจากเกิดปัญหาการพ่นสีบนอาคารอนุรักษ์ ทำให้เกิดกระแสกลุ่มแฟนคลับศิลปิน Alex Face มาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมผลงานดังกล่าว ก่อนที่ผลงานจะถูกลบไปในหนึ่งเดือน

ต่อมา อย่างไรก็ตาม “คนที่ให้เราลบตอนนี้กำลังสนุกกับสิ่งที่เราทำ เพราะว่าเขาหาเงินกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในตัวเมืองอย่างมหาศาล เพิ่งได้สติ แต่สายไปแล้วที่ลรูปนั้น” จากที่มีนักท่องเที่ยวมาชมงานกราฟฟิตี้ที่ธนาคารชาร์เตอร์นั้นส่งผลให้ประชาชนมีความตื่นตัวและให้ความสนใจกับกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตมากขึ้น “หลังจากวาดเสร็จ สิ่งที่เราได้คือภูเก็ตหลังจากที่ไม่มีใครมาเที่ยวในเมือง เมืองเจียบเหงาแบบนี้ เราเพิ่มนักท่องเที่ยวได้ 30% ในปีแรก คือทุกคนมาเพื่อที่จะถ่ายภาพฟิตี้ เดินหากราฟฟิตี้ให้ครบ 10 ที่ อะไรแบบนี้” อีกอย่างหนึ่งคือได้ถ่ายทอดวัฒนธรรม

“รูปแต่ละรูปมันคือวัฒนธรรมอะไรของเรา บางรูปพูดถึงเรื่องของการไหว้เทวดา ที่หน้าร้านตู้กับข้าวก็พูดถึงเรื่องกุ้งมังกร พูดถึงเสี่ยหนา (ปิ่นโตแบบจีน) การใส่อาหารของคนสมัยก่อน หรือว่าภาพเต่าแดงเป็นเรื่องของงานผ้อต่อ (ประเพณีหนึ่งของชาวภูเก็ต) มันทำให้เรื่องราวพวกนี้ถูกปลุกกลับขึ้นมาแล้วก็ทำให้คนทั้งประเทศและคนต่างประเทศรู้ว่าวัฒนธรรมของเรามันมีอะไรบ้าง” (อรสา โตสง่า, 2020)

การถ่ายทอดวัฒนธรรมของชาวภูเก็ตผ่านกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในวัฒนธรรมและอาหารของชาวภูเก็ตมากยิ่งขึ้น มากกว่าแค่เที่ยวชมทะเลหรือชายหาด ร้านค้าในชุมชนมีรายได้มากขึ้น สินค้าประจำเมืองภูเก็ตอย่างสับปะรดและกุ้งภูเก็ตลอบสเตอร์ก็ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจนเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของเมืองภูเก็ต ส่วนในมุมมองของศิลปินพบว่าการทำงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีอิทธิพลต่อพื้นที่ชุมชนมากกว่าพื้นที่รกร้าง หรือพื้นที่การค้าเป็นอย่างมาก ด้วยความที่เมืองภูเก็ตเป็นเมืองประวัติศาสตร์ มีอาคารเก่า ๆ ที่เล่าเรื่องราวต่าง ๆ ของชุมชน กำลังจะทรุดโทรม การทำงานศิลปะบนอาคารเหล่านั้นเปรียบเป็นการคืนชีพให้กับอาคารและเป็นการสร้างความคุ้นเคยระหว่างศิลปินกับคนในชุมชน

“เราวาดรูปบนผนังเก่า ๆ ก็วาดรูปบนผนังใหม่ ๆ มันคนละอารมณ์กันครับ คือผนังใหม่ ๆ มันก็เหมือนกับเราสร้างเรื่องราวใหม่ ๆ บนกำแพงนั้น แต่ถ้าเราทำบนผนังเก่า ๆ สถาปัตยกรรมเก่า ๆ รูปแบบเมืองที่เก่า ๆ มันก็เหมือนเราแต่งตัวให้กับคนแก่ เหมือนกำแพงมันกำลังจะตาย มันไม่มีใครสนใจ มันมีเรื่องที่จะเล่า แต่ไม่มีใครสนใจกำแพงนี้ต่อไปแล้ว แต่พอเราเอาภาพวาดเข้าไปใส่กำแพงเก่า ๆ มันก็กลายเป็นว่ากำแพงนั้นก็กลับมามีชีวิต มีคุณค่าให้คนมองอีกครั้งหนึ่ง และการที่คนมามอง

กำแพงนั้น กำแพงก็สามารถเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ของตัวเองได้ด้วยความร่วมมือ” (มีอบอน, 2020)

“ผมก็ไม่ได้เตรียมตัวว่าเราจะได้อะไรกลับมาแน่ แต่ว่าช่วงเวลาที่เรายู่ ส่วนใหญ่เวลาทำงานในลักษณะแบบนี้ เราก็จะเจอผู้คน อยู่ในสภาพแวดล้อมในช่วงเวลาที่เรากำลังไม่เสร็จทันที เรากินอาหารอยู่ตรงนั้น เคี้ยวอาหารมาให้เรา ก็ทำให้เรามีความสัมพันธ์กับคนในชุมชนโดยอัตโนมัติ ผมว่าถ้าผมใช้เวลามากกว่านี้ เช่น วาดสัก 5 วัน ผมก็อาจจะคุ้นเคยกับชุมชนมากขึ้น” (Lolay, 2020)

7.4 สรุป

บริเวณเมืองภูเก็ตนั้นเป็นพื้นที่ติดกับอ่าวพังงาและทะเลอันดามัน มีชายหาดที่สวยงามระดับโลก มีการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นพาณิชย์กรรมที่เต็มไปด้วยร้านค้าและโรงแรม มีการคมนาคมด้วยรถตุ๊กตุ๊กและสองแถว อาคารในเมืองภูเก็ตเป็นอาคารโบราณรูปแบบชิโน - โปรตุเกส เมืองภูเก็ตเป็นแหล่งรวมวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ยาวนานและหลากหลาย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติที่มาเที่ยวชมชายหาดของภูเก็ต โดยงานกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตที่ปรากฏในเมืองภูเก็ตเป็นผลงานจากโครงการ Food Art old town Phuket (F.A.T. Phuket) และโครงการ 100 of arts ที่ทางกลุ่ม Signature of Phuket ได้จัดทำขึ้นมา มีผลงานประมาณ 15 ชิ้นปรากฏอยู่ตามจุดต่าง ๆ ในเมืองภูเก็ต เช่น บริเวณโรงแรมสินทวี ร้านราดหน้าคุณจืด และบริเวณถนนคนเดิน ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาถ่ายรูปและมีปฏิสัมพันธ์กับงานกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตตามจุดต่าง ๆ

จากการสัมภาษณ์คุณอรสา โตสง่า ตัวแทนกลุ่ม Signature of Phuket (SO Phuket) ที่เป็นผู้จัดโครงการ F.A.T. Phuket คุณทวีศักดิ์ ศรีทองดี (Lolay) และคุณมีอบอน ศิลปินที่ร่วมโครงการพบว่าเมืองภูเก็ตมีลักษณะเป็นชุมชนโบราณ มีวัฒนธรรมชิโน - โปรตุเกสที่รวมความหลากหลายทางชาติพันธุ์และศาสนา อย่างไรก็ตามเมืองภูเก็ตยังเป็นที่ยึดจำต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในแง่ของชายหาดที่มีความสวยงามระดับโลก และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่สูง จนทำให้ย่านชุมชนเมืองภูเก็ตขาดสีสัน กลุ่ม SO Phuket จึงจัดตั้งโครงการที่จะทำให้เมืองมีความคึกคักและน่าอยู่ขึ้นโดยร่วมกับกลุ่มของตลาดใหญ่ในการเปิดตลาดและถนนคนเดิน ซึ่งมีการใช้กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นเครื่องมือสร้างความมีชีวิตชีวาให้กับชุมชน โดยวางแผนและเสนอโครงการกับบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เพื่อให้สนับสนุนโครงการด้านเงินทุน เลือกอาคารที่จะสร้างผลงาน การ

เชิญศิลปินมาร่วมโครงการโดยได้รับความร่วมมือจากคุณวีระชัย ปราณวี-ระไพบูลย์ เจ้าของโรงแรม โฟโต้ โฮเต็ล ภูเก็ต เป็นผู้สรรหาและเชิญศิลปิน การประชาสัมพันธ์และดำเนินโครงการ ศิลปินสตรีทอาร์ตจะได้รับโจทย์ในการสร้างผลงาน ซึ่งจะเป็นวัฒนธรรมและประเพณีของชาวภูเก็ต โดยได้รับความสนใจจากคนในชุมชนเป็นอย่างมาก

แต่เมื่อศิลปิน Alex face ได้สร้างผลงานแรกของโครงการ (บริเวณธนาคารชาร์เตอร์เก่า) เสร็จก็เกิดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มประชาชนในภูเก็ตที่ไม่พอใจกับการสร้างงานกราฟฟิตีบนอาคารเก่าภายในชุมชน ซึ่งได้ร้องเรียนกับทางเทศบาลเมืองภูเก็ตให้ดำเนินการ จนทาง Alex face และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องลงงานกราฟฟิตีนั้นออกไป อย่างไรก็ตาม หลังจากความขัดแย้งนี้เกิดขึ้น กลับกระตุ้นความตื่นตัวและความสนใจในกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตให้กับประชาชนในชุมชนและนักท่องเที่ยวมากขึ้น นักท่องเที่ยวต่างมาถ่ายรูปกับงานกราฟฟิตีที่ธนาคารชาร์เตอร์ก่อนที่มันจะถูกลบออกไป ซึ่งส่งผลให้งานสตรีทอาร์ตจุดอื่น ๆ ได้รับความสนใจไปด้วย หลังจากที่โครงการ F.A.T. Phuket เสร็จสิ้นลง พบว่ามีนักท่องเที่ยวเข้ามาที่เมืองภูเก็ตมากขึ้นร้อยละ 30 นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับวัฒนธรรมชุมชนของชาวภูเก็ตมากขึ้น จนทำให้รายได้จากสินค้าในเมืองภูเก็ตสูงขึ้น และสร้างความภาคภูมิใจแก่คนในชุมชน

ตารางที่ 12 ตารางการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ F.A.T. Phuket

ประเภทขององค์กร	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ขั้นตอนกระบวนการในโครงการ	การมีส่วนร่วม
ภาครัฐ	เทศบาลนครภูเก็ต	รอง	เลือกพื้นที่จัดโครงการ	รับรู้และอนุญาตให้จัดโครงการ
องค์กรเอกชน	บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด มหาชน	หลัก	การวางแผน	อนุมัติให้จัดโครงการ พร้อมกับมอบทุนในการจัดทำ
องค์กรอิสระ	โรงแรมโฟโต้โฮเทล	รอง	สรรหาศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม	เชิญศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม
ศิลปิน	ศิลปินสตรีทอาร์ต	รอง	สรรหาศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม	เชิญศิลปินเข้ามามีส่วนร่วม
			ประชาสัมพันธ์โครงการ	นำเสนอด้วยช่องทางออนไลน์
			ลงมือทำและแสดงผลงาน	สร้างผลงานและสอนศิลปะ
ภาคประชาชน	กลุ่ม SO Phuket	หลัก	การวางแผน	เขียนโครงร่างโครงการเพื่อเสนอแก่บริษัทไทยเบฟเวอเรจ
			เลือกพื้นที่จัดโครงการ	ขอใช้อาคารเพื่อจัดทำงานกราฟฟิตี้
			ประชาสัมพันธ์โครงการ	นำเสนอด้วยสื่อในเมืองภูเก็ต
ประชาชนและเจ้าของอาคาร	รอง	รอง	เลือกพื้นที่จัดโครงการ	อนุญาตให้ใช้อาคารในการจัดทำกราฟฟิตี้
			ลงมือทำและแสดงผลงาน	อำนวยความสะดวกด้านอุปกรณ์อาหารและที่พัก

บทที่ 8 ผลการศึกษา

จากการสำรวจพื้นที่ศึกษาและสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ทั้ง 3 พื้นที่ได้แก่ พื้นที่ราชเทวี พื้นที่สยามสแควร์ และพื้นที่เมืองภูเก็ตเพื่อเปรียบเทียบปรากฏการณ์การทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต

8.1 บริบทของพื้นที่ศึกษา

จากการสำรวจบริบททางกายภาพ ประชากร การใช้ประโยชน์ที่ดิน และคมนาคมและการขนส่งของพื้นที่กรณีศึกษาพบว่า ลักษณะโดยรวมของทั้งสามพื้นที่เป็นพาณิชยกรรมที่มีการสัญจรที่เยอะ โดยพื้นที่ย่านราชเทวีเป็นพื้นที่ที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นพื้นที่สาธารณะที่ล้อมด้วยพื้นที่ที่อยู่อาศัยและพื้นที่พาณิชยกรรม มีการขนส่งสาธารณะที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นรถโดยสารประจำทางหรือรถไฟฟ้า BTS เดิมเป็นพื้นที่เสื่อมโทรม เป็นแหล่งทิ้งขยะ มีการลักลอบพ่นสีจนได้รับความสนใจจากผู้สัญจรและในกลุ่มศิลปินกราฟฟิตี้จนได้ชื่อว่าเป็น “แลนด์มาร์คของนักพ่นกราฟฟิตี้” ทำให้มีกิจกรรมเกี่ยวกับกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตอยู่เป็นประจำ ซึ่งพื้นที่ราชเทวีได้รับปรับปรุงให้เป็นสวนเฉลิมหล้าที่ให้คนในชุมชนมาพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งดึงดูดทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวเข้ามาพักผ่อนมาออกกำลังกาย ถ่ายรูป และพ่นกราฟฟิตี้ ย่านสยามมีการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นพื้นที่ราชการ พื้นที่ที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมขนาดใหญ่ มีระบบขนส่งสาธารณะที่มีทั้งรถประจำทาง รถไฟฟ้า BTS และ MRT ไปจนถึงรถประจำทางของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้สัญจรส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่น เป็นนักศึกษาและพนักงานบริษัท ที่เข้ามาท่องเที่ยว จับจ่ายใช้สอย ร้านค้าในย่านสยามมีการจ้างศิลปินเข้ามาสร้างผลงานเชิงพาณิชย์ และพื้นที่เมืองภูเก็ต มีการใช้ประโยชน์ที่ดินเป็นพื้นที่พาณิชยกรรมและมีระบบขนส่งสาธารณะได้แก่ รถตุ๊กตุ๊กและรถสองแถว นักท่องเที่ยวในเมืองภูเก็ตส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวชมชายทะเล ชมอาคารโบราณรูปแบบชิโน - โปรตุเกส มาทานอาหารพื้นเมือง มาจับจ่ายใช้สอยภายในร้านค้าและตลาด เพราะภูเก็ตได้รับเสนอชื่อให้เป็น City of Gastronomy จาก UNESCO

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบบริบทของพื้นที่ในพื้นที่กรณีศึกษาทั้ง 3 แห่ง

บริบทของพื้นที่	ย่านราชเทวี	ย่านสยาม	เมืองภูเก็ต
การใช้ประโยชน์ที่ดิน	พาณิชย์กรรม	พื้นที่ราชการ พาณิชยกรรม และที่อยู่อาศัย	พาณิชย์กรรม
การคมนาคมและการขนส่ง	รถประจำทางและรถไฟฟ้า	รถประจำทางและรถไฟฟ้า	รถประจำทาง
ลักษณะของพื้นที่	พื้นที่เสื่อมโทรม แหล่งทิ้งขยะ	พื้นที่ราชการ พาณิชยกรรม และชุมชน	ชุมชนและร้านค้า
คนที่เข้ามาใช้สถานที่	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติและวัยรุ่น	วัยรุ่น วัยทำงาน และคนในชุมชน	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติและคนในชุมชน
กิจกรรมของคนในพื้นที่	- พักผ่อนหย่อนใจ - เล่นกีฬา - ถ่ายรูป - ฟังกราฟฟิตี้	- ซื้อสินค้าและบริการ - ท่องเที่ยว - ทำงาน - พักผ่อนหย่อนใจ	- ท่องเที่ยว - ซื้อสินค้าและบริการ - ถ่ายรูป

8.2 การปรากฏขึ้นของกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตภายในกรณีศึกษา

จากการศึกษาการนำกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตมาใช้ภายใต้บริบทไทยจากพื้นที่ตัวอย่าง 3 พื้นที่ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต พบว่าในแต่ละพื้นที่ศึกษามีการปรากฏขึ้นของกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตที่แตกต่างกัน

การปรากฏขึ้นของกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในย่านราชเทวีเกิดจากการลักลอบมาพ่นสีตามอาคารของศิลปิน เนื่องจากเดิมนานราชเทวีเป็นพื้นที่รกร้าง เสื่อมโทรม เมื่อมีคนมาลักลอบพ่นเรื่อย ๆ ส่งผลให้ย่านราชเทวีได้รับความสนใจในการเป็นแลนด์มาร์คสำหรับนักเขียนกราฟฟิตี้ จนทำให้งานกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตเพิ่มมากขึ้นอยู่เสมอ และเป็นพื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตโดยเฉพาะ

การปรากฏขึ้นของกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในย่านสยามนั้นเริ่มจากการพ่นสีตามอาคารเพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าในพื้นที่สยามสแควร์ และจากการโครงการ Bukruk ที่เป็นเทศกาลงานสตรีทอาร์ตภายในพื้นที่สยามสแควร์ ส่งผลให้งานกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตได้รับความนิยมในพื้นที่สยามสแควร์

การปรากฏขึ้นของกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในเมืองภูเก็ตนั้นมาจากความต้องการที่จะทำให้ชุมชนเมืองภูเก็ตมีความคึกคักมากยิ่งขึ้น โดยร่วมมือการกลุ่มหลายที่สร้างถนนคนเดินในเมืองภูเก็ตเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว กับการถ่ายทอดวัฒนธรรมชุมชนของชาวภูเก็ตให้แก่นักท่องเที่ยวหรือคนรุ่นใหม่ที่พบเห็น

เมื่อเปรียบเทียบการปรากฏของกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในพื้นที่การศึกษาทั้ง 3 แห่ง พบว่า ย่านราชเทวีมีจำนวนภาพ การเพิ่มจำนวน การกระจายตัวและความเปลี่ยนแปลงของภาพกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตที่มากกว่าพื้นที่อื่น ๆ เนื่องจากย่านราชเทวีเป็นจุดที่มีการเปิดให้พ่นสีอย่างอิสระและไม่ได้เก็บรักษาผลงาน ซึ่งต่างจากย่านสยามและเมืองภูเก็ตที่ภาพกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตจากโครงการ Chula art town และ F.A.T. Phuket มีการเก็บรักษาในระยะเวลาที่ตกลงกับเจ้าของพื้นที่ไว้ รูปแบบงานกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในย่านราชเทวีก็มีความหลากหลายแตกต่างจากย่านสยามและเมืองภูเก็ตที่มีการกำหนดหัวข้ออย่างชัดเจน ทำให้ทั้งสองโครงการมีรูปแบบงานกราฟฟิตีเป็นแบบ Character และ Production ที่ผสมความเป็นจิตรกรรมฝาผนังไปในตัวเพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมหรืออัตลักษณ์ภายในชุมชน

ตารางที่ 14 การปรากฏของภาพกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในพื้นที่ทั้ง 3 แห่ง

การปรากฏของภาพกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต	ย่านราชเทวี	ย่านสยาม	เมืองภูเก็ต
จุดกำเนิดของกราฟฟิตี	การลักลอบพ่นสีตามกำแพงจนได้รับความสนใจ	การใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับร้านค้าในพื้นที่	การถ่ายทอดวัฒนธรรมชุมชน (โครงการ F.A.T. Phuket)
จำนวนภาพกราฟฟิตี	มากกว่า 150 ชิ้น	ไม่เกิน 100 ชิ้น	14 ชิ้น
บริเวณที่มีภาพกราฟฟิตี	สวนเฉลิมหล้าและพื้นที่ชุมชนโดยรอบ	บริเวณสยาม และจุดต่าง ๆ ตามโครงการ Chula art town	บริเวณถนนตีบุก ถนนพังงา และถนนกลาง ตามโครงการ F.A.T. Phuket และ 100 of Arts
รูปแบบของกราฟฟิตีที่ปรากฏ	Tag, Piece, Throw up, Character, Production	Tag, Piece, Character, Production	Character, Production
การเพิ่มจำนวนของภาพกราฟฟิตี	เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ	ไม่เพิ่ม	ไม่เพิ่ม

ตารางที่ 15 การปรากฏของภาพกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในพื้นที่ทั้ง 3 แห่ง (ต่อ)

การกระจายตัวของภาพกราฟฟิตี	มากขึ้น	ไม่กระจาย	ไม่กระจาย
ความเปลี่ยนแปลงของภาพกราฟฟิตีที่ปรากฏ	มากขึ้น	ไม่เปลี่ยน	ไม่เปลี่ยน

จากการสัมภาษณ์คุณประธาน โกมลหิรัญ ผู้ก่อตั้งกลุ่ม Spray Brush คุณเดเอล ฮอร์แกน (Bigdel) คุณเอกรัฐ นาคอนุเคราะห์ (Asin) และคุณณัฐพงษ์ แก้วประดิษฐ์ (Misterbows) ที่เป็นศิลปินกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต พบว่ากราฟฟิตียังแสดงถึงภาพลักษณ์ของการสร้างความสกรปรก และการทำความเสียหายให้กับอาคารบ้านเรือน แต่กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นมีความแตกต่าง นั่นคือการจะสร้างผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นต้องมีการพูดคุยกับคนในชุมชนโดยรอบพื้นที่ที่จะทำ เพื่อให้คนในชุมชนเข้าใจ และมีกระบวนการทำงานที่จริงจัง ใสใจ และมีการเตรียมอุปกรณ์ในการสร้างผลงานมากกว่าการทำกราฟฟิตีทั่วไปที่สามารถทำได้เพียงสี่สเปรย์กระป๋องเดียว ตัวผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตของย่านสยาม และเมืองภูเก็ตมีแนวคิดที่อยู่ในขอบเขตเดียวกันคือการถ่ายทอดอัตลักษณ์ วัฒนธรรมของคนในชุมชน ส่วนของย่านราชเทวีไม่ได้ถ่ายทอดวัฒนธรรมของคนในชุมชน แต่เป็นการสร้างภาพลักษณ์ของกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตให้ดูจริงจังและเปิดเผยมากขึ้น ไม่ได้ทำให้คนมองว่ากราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นวัฒนธรรมการกวนเมือง ส่งผลให้ผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทั้งสามโครงการได้รับผลตอบรับที่ดีจากคนในชุมชน ประชาชนในพื้นที่ได้ดูแลรักษาผลงานที่ศิลปินเหล่านั้นได้สร้างไว้ด้วยตัวเอง ประชาชนบางคนก็ติดต่อกับศิลปินเพื่อให้สร้างผลงานบนอาคารของตนเอง และที่สำคัญคือเป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมและมีปฏิสัมพันธ์กับภาพได้ ผิดกับกราฟฟิตีทั่วไปที่จะส่งผลไปในทางลบมากกว่า อย่างไรก็ตามก็ยังมีคนที่ไม่ได้รู้สึกสนใจในกราฟฟิตีทั้งในบทบาทของสตรีทอาร์ตและกราฟฟิตีทั่วไป ซึ่งคนเหล่านี้จะไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับการทำกราฟฟิตีของศิลปิน และยังมีความรู้สึกต่อต้านการพ่นสีตามอาคารอยู่ไม่ว่าจะเป็นการพ่นในทางที่ดีหรือไม่ดีก็ตาม

8.3 โครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในพื้นที่ศึกษา

จากการศึกษาการนำกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตมาใช้ภายใต้บริบทไทยจากพื้นที่ตัวอย่าง 3 พื้นที่ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต พบว่าแต่ละพื้นที่มีการนำกราฟฟิตีมาใช้ดังนี้

8.3.1 โครงการ Meeting of styles Thailand 2018

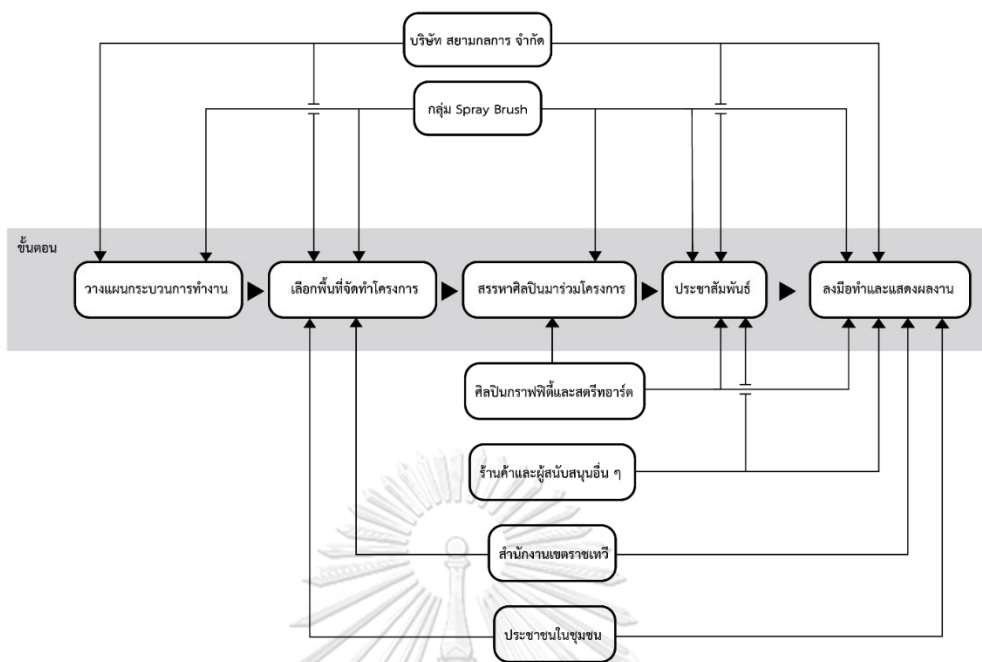
จากการสัมภาษณ์¹²พบว่าการทำกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในโครงการนี้เป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้กับพื้นที่ราชเทวีให้เป็นพื้นที่แห่งกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต มีจุดประสงค์คือการทำให้เป็นแลนด์มาร์คสำหรับการเยี่ยมชมกราฟฟิตีและการพ่นกราฟฟิตี ศิลปินหน้าใหม่ โดยเข้ามาในรูปแบบของแกลอรี่กลางแจ้งที่ใคร ๆ ก็สามารถเข้ามาเยี่ยมชมได้ ซึ่งกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตเหล่านี้ถูกนำมาใช้ถ่ายทอดเรื่องราวในรูปแบบของภาษาภาพ เป็นเศรษฐกิจสัญลักษณ์ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม มีปฏิสัมพันธ์กับกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในพื้นที่ ดึงดูดให้นักลงทุนเข้ามาจัดกิจกรรมภายในพื้นที่ราชเทวี และเป็นพื้นที่สาธารณะที่เปิดโอกาสให้ศิลปินเข้ามาทำกราฟฟิตีได้อย่างเปิดเผย โดยย่านราชเทวีเป็นพื้นที่ที่มีพลวัตกราฟฟิตีที่สูงมาก ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงของภาพกราฟฟิตีอยู่เป็นประจำ เนื่องจากมีศิลปินเข้ามาพ่นกราฟฟิตีที่บางงานเก่า ๆ อยู่เสมอ นอกจากนี้ไม่ได้มีแค่บริเวณสวนเฉลิมหล้าที่เป็นแหล่งรวมกราฟฟิตีที่โดดเด่น ยังมีงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตตามอาคารรอบ ๆ สวนเฉลิมหล้าอยู่เป็นจำนวนมาก และลามไปตรอกชุมชนที่อยู่ด้านหลัง โดยที่ประชาชนในชุมชนก็ดูแลรักษาเป็นอย่างดีและมีความภาคภูมิใจในภาพกราฟฟิตีเหล่านั้น ซึ่งพิสูจน์ได้ว่าพื้นที่ราชเทวีนี้มีการพ่นสีกราฟฟิตีอย่างเปิดเผย คนสามารถสร้างงานกราฟฟิตีทั่วไปหรือกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตได้อย่างอิสระ จากเดิมที่พื้นที่ราชเทวีเป็นพื้นที่เสื่อมโทรม รกร้าง จนตอนนี้ได้กลายเป็นแลนด์มาร์คที่สำคัญสำหรับคนที่สนใจในงานศิลปะหรืองานกราฟฟิตีเหล่านี้ คนในชุมชนก็สามารถสร้างรายได้จากการเปิดร้านค้าหรือเอาของมาขายแก่คนที่สัญจร

1. กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตและการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในย่านราชเทวี

¹² ประธาน โกมลหิรัญย์, เดเอล ฮอร์แกน (Bigdel) และเอกรัฐ นาคอนุเคราะห์ (Asin) ศิลปินสตรีทอาร์ต

จากการสัมภาษณ์คุณประธาน โกมลศิริธัญ ผู้ก่อตั้งกลุ่ม Spray Brush ผู้ริเริ่มโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 พบว่ากระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ราชเทวีนั้นมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญได้แก่ 1) ผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ซึ่งสามารถเป็นได้ทั้งผลงานที่มาจากศิลปินที่มีชื่อเสียงหรือศิลปินสมัครเล่น โดยศิลปินที่มีชื่อเสียงจะมีจุดดึงดูดในผลงานมากกว่าศิลปินสมัครเล่นเพราะด้วยอิทธิพลของสื่อออนไลน์ (ตัวอย่างเช่น ผลงานของ Alex face) 2) ตำแหน่งและบริบทของพื้นที่ในโครงการ ซึ่งพื้นที่ราชเทวีเป็นจุดที่มีคนพบเห็นกราฟฟิตี้ได้เป็นจำนวนมาก ทั้งจากการสัญจรด้วยการเดิน การโดยสารรถยนต์ หรือแม้แต่รถไฟฟ้า นอกจากนี้พื้นที่ราชเทวีเป็นพื้นที่ที่ใครก็สามารถมาพ่นงานกราฟฟิตี้ได้อย่างอิสระ จึงเป็นแลนด์มาร์คที่สำคัญสำหรับคนที่สนใจงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตและทำให้เกิดพลวัตของภาพกราฟฟิตี้ที่สูงกว่าพื้นที่อื่น ๆ 3) หน่วยงานที่เป็นผู้ริเริ่มโครงการ ได้แก่บริษัทสยามกลการที่เป็นองค์กรเอกชนเป็นผู้ริเริ่มและกลุ่ม Spray brush ที่เป็นผู้ดำเนินการโครงการ 4) กฎหมายหรือนโยบายต่าง ๆ ที่มีการอนุญาตหรือกำหนดขอบเขตในการทำโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ซึ่งในกรณีนี้คือได้รับอนุญาตจากสำนักงานเขตราชเทวี 5) การมีส่วนร่วม ซึ่งโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 ได้รับการมีส่วนร่วมจากบุคคลหลายกลุ่ม ตั้งแต่ประชาชน องค์กรเอกชน ไปจนถึงหน่วยงานรัฐ

โครงการ Meeting of styles Thailand 2018 มีขั้นตอนการทำงานโดยเริ่มจากการวางแผนโครงการ ซึ่งกลุ่ม Spray brush จะทำการคัดเลือกสถานที่ในการจัดทำโครงการ และเสนอกับบริษัทสยามกลการให้เป็นผู้ตัดสินใจ จากนั้นทำเรื่องขอใช้สถานที่กับสำนักงานเขตราชเทวี ประกาศเพื่อเปิดรับสมัครศิลปินมาเข้าร่วมโครงการและประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์และสื่อนิตยสาร เพื่อเชิญคนมาร่วมงานและหาผู้สนับสนุนโครงการ และลงมือทำผลงานโดยกลุ่ม Spray brush จะคอยประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ คอยจัดสรรพื้นที่และมอบโจทย์ในการทำงานกราฟฟิตี้แก่ศิลปิน โดยมีการจัดกิจกรรมเวิร์คช็อปสอนศิลปินแก่คนในชุมชนและผู้เข้าร่วมโครงการไปจนถึงการเปิดร้านขายของภายในโครงการจากร้านค้าและผู้สนับสนุน



ภาพที่ 71 กระบวนการทำงานโครงการ Meeting of styles Thailand 2018
 เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ

กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ราชเทวีนั้นผู้มีส่วนร่วมหรือมีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

- 1) บริษัท สยามกลการ จำกัด องค์กรเอกชนที่เป็นผู้ริเริ่มโครงการ มีส่วนในการสนับสนุนโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 ในด้านของเงินทุนสำหรับจัดทำโครงการ
- 2) กลุ่ม Spray brush กลุ่มรับจัดทำโครงการที่เกี่ยวกับกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต ทำหน้าที่เป็นผู้จัดโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 เป็นผู้ประชาสัมพันธ์โครงการและข่าวสารที่เกี่ยวกับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต และเป็นผู้เชิญชวนศิลปินมาร่วมสร้างผลงานในพื้นที่
- 3) สำนักงานเขตราชเทวี มีส่วนในการอนุญาตให้จัดโครงการในพื้นที่ราชเทวี และสนับสนุนในการติดตั้งร้านสำหรับศิลปิน

4) แบรินด์สินค้าต่าง ๆ (เช่น รองเท้า Gold city) ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนด้านเงิน ประชาสัมพันธ์กราฟฟิตี้ และจัดบูตกิจกรรมภายในโครงการ โดยให้ศิลปินมาสร้างผลงานบนสินค้าเพื่อส่งเสริมการขาย

5) ศิลปิน 101 คนทั้งไทยและต่างประเทศที่มาร่วมสร้างผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายในพื้นที่ราชเทวี

6) ประชาชนในพื้นที่ราชเทวี มีบทบาทในการรับรู้และอนุญาตให้จัดทำโครงการ อีกทั้งยังสนับสนุนในด้านอาหาร น้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

ข้อดีของกระบวนการในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 คือทำให้พื้นที่ที่เคยเสื่อมโทรมมีความน่าอยู่และน่าท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้กราฟฟิตี้ที่เคยเป็นอาชญากรรมและสิ่งที่แสดงถึงความสกปรกต่อเมืองกลายเป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์และถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างเปิดเผย โดยย่านราชเทวีเป็นแลนด์มาร์คสำคัญต่อนักวาดกราฟฟิตี้ ทำให้ศิลปินมือสมัครเล่นมาสร้างกราฟฟิตี้บนอาคารเป็นจำนวนมากและมีการจัดโครงการที่เกี่ยวข้องกับกราฟฟิตี้เป็นประจำ ส่งผลให้เกิดพลวัตในกราฟฟิตี้ที่สูง อย่างไรก็ตาม การที่มีคนมาพ่นงานได้อย่างอิสระก็ไม่สามารถควบคุมคุณภาพของงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตได้ อาจส่งผลให้ปริมาณของกราฟฟิตี้ทั่วไปมีมากกว่างานภาพลักษณ์ของสวนเฉลิมพลากลับมาทรุดโทรมได้อีกครั้ง

ตารางที่ 16 ตารางผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018

ประเภทขององค์กร	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ทรัพยากร	ส่วนได้ส่วนเสีย	
				ส่วนได้	ส่วนเสีย
องค์กรอิสระ	กลุ่ม Spray brush	หลัก	องค์ความรู้, แรงงาน	องค์ความรู้, ผลงาน	แรงงาน
ภาครัฐ	สำนักงานเขตราชเทวี	หลัก	ที่ดิน, แรงงาน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
องค์กรเอกชน	บริษัท สยามกลการ จำกัด	หลัก	องค์ความรู้, งบประมาณ	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	บริษัท ATM Spray จำกัด	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย

ตารางที่ 17 ตารางผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 (ต่อ)

	บริษัท ดีเอสเอ สยามวาลา จำกัด	รอง	องค์ความรู้, ทู น	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	สี Loop	รอง	องค์ความรู้, ทู น	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	TOA และ TVB Spray	รอง	องค์ความรู้, ทู น	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
ศิลปิน	ศิลปินสตรีท อาร์ต	รอง	องค์ความรู้, แรงงาน	องค์ความรู้, ผลงาน, ประสบการณ์	แรงงาน
ร้านค้า	รองเท้า Gold city	รอง	องค์ความรู้, ทู น	องค์ความรู้, รายได้	รายจ่าย
ภาคประชาชน	ประชาชนใน ชุมชนสวน เฉลิมหล้า	รอง	แรงงาน	องค์ความรู้	แรงงาน

8.3.2 โครงการ Chula art town

จากการสัมภาษณ์¹³ พบว่าการทำกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในโครงการ Chula art town เป็นการสร้างเครื่องหมายการค้าให้กับย่านสยาม สามย่าน และสวนหลวง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและปรับพื้นที่อับสายตาให้กับพื้นที่สยามสแควร์และ Lido connect ในรูปแบบของแกลอรีและถ่ายทอวัฒนธรรมชุมชนให้กับพื้นที่สามย่านและพื้นที่สวนหลวง ด้วยภาพบนฝาผนัง โดยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในโครงการ Chula art town นั้น นอกจากจะเป็นสื่อในการสร้างการรับรู้และการดึงดูดคนที่สัญจรให้รู้จักตำแหน่งของพื้นที่และมีปฏิสัมพันธ์กับภาพกราฟฟิตี้ที่อยู่ในโครงการแล้ว ยังเป็นการถ่ายทอวัฒนธรรมของชุมชนแก่คนที่สัญจรผ่าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่สวนหลวงและพื้นที่สามย่าน ที่เป็นชุมชนชาวจีนและเป็นเชิงกงเก่า อีกทั้งตามจุดต่าง ๆ ภายในชุมชนก็มีร้านค้าที่โดดเด่นอย่างร้านอาหาร ร้านขายอุปกรณ์กีฬา จึงทำให้ภาพกราฟฟิตี้ในพื้นที่สวนหลวงและพื้นที่สามย่าน จึงเต็มไปด้วยภาพงานที่เกี่ยวกับชุมชนจีน อาหาร และกีฬา ซึ่งแตกต่างจากพื้นที่สยามสแควร์ที่กราฟฟิตี้จะไม่ได้ถ่ายทอวัฒนธรรมชุมชน เนื่องจากเป็นพื้นที่พาณิชย์กรรมขนาดใหญ่

¹³ ศาสตราจารย์ ดร. บุษกร ปิณฑสันต์, อ.ดร. สิริธร ศรีชลาคมและณัฐพงษ์ แก้วประดิษฐ์ (Misterbows)

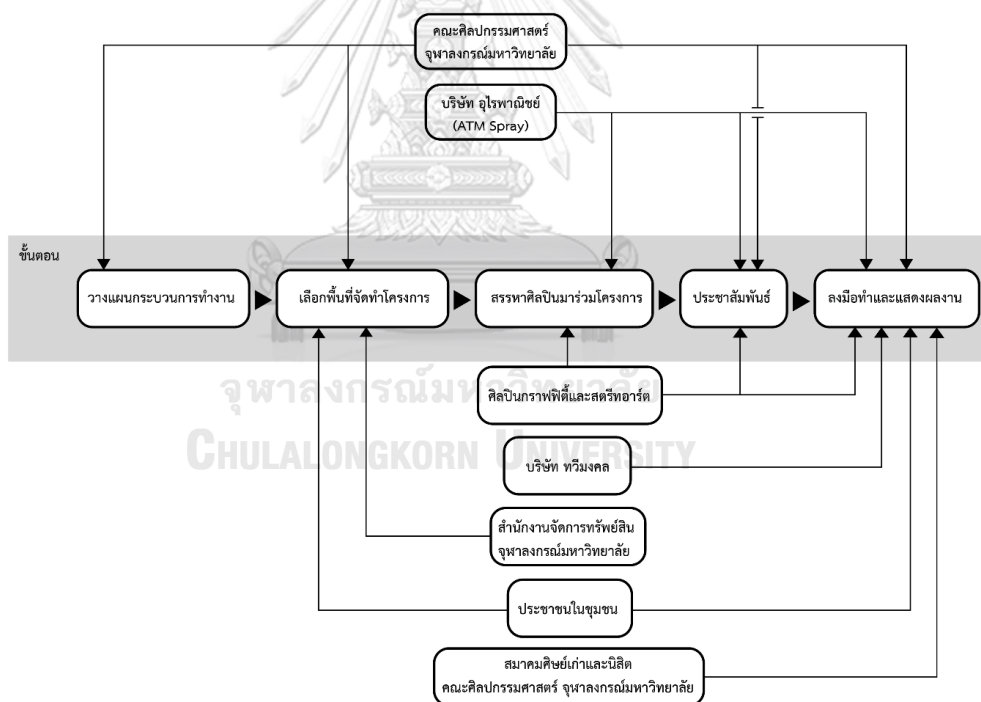
ใหญ่ และมีภาพกราฟฟิตีจากร้านค้าอยู่แล้ว วัตถุประสงค์อีกอย่างหนึ่งของโครงการ Chula art town คือการสร้างแรงบันดาลใจให้แก่คนในชุมชนด้วยศิลปะ เพราะนอกจากการทำงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตตามชุมชนแล้ว ยังมีการจัดกิจกรรมสอนศิลปะให้แก่คนในชุมชน ซึ่งโครงการนี้ได้สร้างความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของภาพกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่ศิลปินสร้างแก่ประชาชนในพื้นที่สยามสแควร์ พื้นที่สวนหลวง และพื้นที่สามย่าน

1. กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตและการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในย่านสยาม

จากการสัมภาษณ์ศาสตราจารย์ดร.บุษกร บิณฑสันต์ และ อ.ดร.สิริธร ศรีชลาคม จากคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่เป็นผู้ริเริ่มและดำเนินการโครงการ Chula art town พบว่ากระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในย่านสยามนั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ 1) กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต ซึ่งมีทั้งผลงานของศิลปินกราฟฟิตีที่มีชื่อเสียง ศิลปินและนิสิตคณะศิลปกรรมศาสตร์ แนวคิดของศิลปินในการนำเสนอผลงาน 2) ตำแหน่งและบริบทของพื้นที่ในโครงการ โดยตำแหน่งในโครงการ Chula art town นั้นจะมี 3 ส่วนได้แก่พื้นที่สยามสแควร์ที่เป็นพาณิชย์กรรม พื้นที่สวนหลวงและพื้นที่สามย่านที่เป็นพื้นที่ชุมชน โดยพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตนั้นจะเป็นพื้นที่ที่ไม่มีติดสัญญา เป็นพื้นที่ที่มีระยะเวลามองเห็นขณะสัญจรได้นานที่สุด และเป็นพื้นที่ที่ไม่มีแผนที่จะทุบหรือต่อเติมในระยะเวลา 3 – 4 ปีข้างหน้า 3) หน่วยงานที่เป็นผู้ริเริ่มโครงการ ได้แก่ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 4) กฎหมายหรือนโยบายต่าง ๆ ที่มีการอนุญาตหรือกำหนดขอบเขตในการทำโครงการกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต ซึ่งในกรณีนี้คือได้รับอนุญาตจากสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 5) การมีส่วนร่วมจากประชาชนและหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนโครงการ

โครงการ Chula art town มีขั้นตอนการทำงานโดยเริ่มจากการวางแผนโครงการซึ่งทางคณะศิลปกรรมศาสตร์ที่นำโดย อ.ดร. สิริธร ศรีชลาคม เป็นผู้วางแผนและจัดการโครงการ ซึ่งเลือกสถานที่ภายในจุฬาฯเพื่อจัดทำโครงการ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ไม่มีติดสัญญาการื้อหรือปรับปรุง โดยทำเรื่องขอใช้สถานที่กับสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การหาผู้สนับสนุนโครงการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเชิญศิลปินซึ่งได้

บริษัทอุไรเพนท์ (สี ATM) เป็นผู้สนับสนุนในด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในโครงการไปจนถึงการเชิญศิลปินเข้าร่วมโครงการ และบริษัททวิมกมลที่สนับสนุนในการติดตั้งอุปกรณ์นั่งร้าน ประชาสัมพันธ์โครงการด้วยการเชิญสื่อมวลชนเข้ามาทำข่าว และลงมือทำผลงาน ซึ่งทางคณะศิลปกรรมศาสตร์คอยประสานงาน จัดสรรพื้นที่และมอบโจทย์ในการทำงานกราฟฟิตีแก่ศิลปินและนิสิตคณะศิลปกรรมศาสตร์ มีการจัดกิจกรรมเวิร์คช็อปสอนศิลปินแก่คนในชุมชนและนิสิตคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อโครงการใกล้เสร็จ ทาง Lido connect ในพื้นที่สยามสแควร์ก็ใกล้เสร็จเช่นกัน บวกกับเจ้าของ Lido connect รู้จักกับเจ้าของบริษัทอุไรเพนท์ (สี ATM) จึงขยายโครงการ Chula art town ไปร่วมกับ Lido connect ด้วยเช่นกัน โดยขั้นตอนแตกต่างกับช่วงแรกของโครงการเพียงแต่ทาง Lido connect จะเป็นผู้จัดพื้นที่แก่ศิลปินเองและไม่มีกิจกรรมเวิร์คช็อปหรือสอนศิลปะแก่คนในชุมชน



ภาพที่ 72 กระบวนการทำงานโครงการ Chula art town

เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ

กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในย่านสยามนั้นมีผู้มีส่วนร่วมหรือมีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

1) บุคลากรและนิสิตคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่เป็นผู้ริเริ่มโครงการ มีส่วนในการสนับสนุนโครงการ Chula art town ในด้านการวางแผน (การเลือกตำแหน่งของงานกราฟฟิตีและการวางแผนกระบวนการในโครงการ) และดำเนินโครงการทั้งการจัดการต่าง ๆ ในโครงการ ไปจนถึงสร้างผลงานที่พื้นที่สยามสแควร์

2) สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้สนับสนุนในด้านการจัดสรรพื้นที่ทำโครงการ Chula art town และเป็นผู้เจรจาขออนุญาตกับเจ้าของอาคารและคนในชุมชนให้ทำกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

3) บริษัท อุไรพาณิชย์ และบริษัท ทีดี ATM ที่เป็นผู้สนับสนุนด้านอุปกรณ์และสี ไปจนถึงการเชิญศิลปินกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตมาร่วมโครงการ Chula art town

4) บริษัท ทวีมงคล เป็นผู้สนับสนุนการติดตั้งนั่งร้าน และการใช้รถยกแก่ศิลปินในการสร้างผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

5) ศิลปินกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตและคณะศิษย์เก่าคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มาร่วมสร้างผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายในพื้นที่สยามสแควร์ พื้นที่สวนหลวง และพื้นที่สามย่าน

6) เจ้าของอาคารที่อนุญาตให้ศิลปินมาสร้างผลงานกราฟฟิตีบนอาคาร

7) Lido connect ที่เข้ามามีส่วนร่วมในโครงการ Chula art town โดยมอบพื้นที่แก่ศิลปิน

8) ประชาชนในพื้นที่สวนหลวงและพื้นที่สามย่านที่คอยสนับสนุนศิลปินในด้านอาหาร น้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวก อีกทั้งยังคอยดูแลรักษาผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่ศิลปินได้ทำเสร็จเรียบร้อยแล้ว

ข้อดีของโครงการ Chula art town คือการสร้างแรงบันดาลใจในศิลปะให้กับคนในชุมชน ด้วยการถ่ายทอดงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต และเป็นการสร้างความภาคภูมิใจของคนในชุมชน ด้วยการร่วมมือกับหลายหน่วยงาน อย่างไรก็ตามการประสานงานระหว่างผู้จัดโครงการกับศิลปินยังทำได้ไม่เต็มที่ เนื่องจากบริบทของพื้นที่ภายในโครงการที่แตกต่างกัน จำนวนศิลปินที่มีมากและกระจายทำงานตามจุดต่าง ๆ ในย่านสยาม ส่งผลให้ศิลปินบางคนไม่ค่อยพึงพอใจกับกระบวนการจัดการศิลปินของทีมงานในโครงการมากนัก

ตารางที่ 18 ตารางผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ Chula art town

ประเภทขององค์กร	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ทรัพยากร	ส่วนได้ส่วนเสีย	
				ส่วนได้	ส่วนเสีย
ภาคการศึกษา	คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	หลัก	องค์ความรู้, งบประมาณ	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	หลัก	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
องค์กรเอกชน	บริษัท อูโรพาคิซ	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	บริษัท ATM Spray จำกัด	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	บริษัท ทวิมงคล จำกัด	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
ศิลปิน	ศิลปินสตรีทอาร์ต	รอง	องค์ความรู้, แรงงาน	องค์ความรู้, ผลงาน, แรงงาน	ประสบการณ์
ภาคประชาชน	ประชาชนและเจ้าของอาคาร	รอง	แรงงาน, ทุน	องค์ความรู้, รายได้	แรงงาน

8.3.3 โครงการ F.A.T. Phuket

จากการสัมภาษณ์¹⁴ พบว่าการทำกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในโครงการ F.A.T. Phuket เป็นการสร้างเครื่องหมายการค้าให้กับชุมชนด้วยการสื่อสารและถ่ายทอดวัฒนธรรม อาหาร และวิถีชีวิตในชุมชนของชาวภูเก็ตแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบงานแสดงภาพกลางแจ้ง มีวัตถุประสงค์ให้เมืองภูเก็ตมีความคึกคักมากยิ่งขึ้น และต้องการเปลี่ยนภาพจำของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศที่มาภูเก็ตเพียงแค่นักท่องเที่ยวทะเล เพราะเมืองภูเก็ตเป็นเมืองโบราณและมีความหลากหลายทั้งศาสนาและวัฒนธรรมชิโน - โปรตุเกสที่เป็น การผสมระหว่างความเป็นจีน มาเลเซียมาบรื้อยปี โดยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์รูปแบบหนึ่งสร้างอัตลักษณ์ให้กับเมืองภูเก็ต ซึ่งผลงานทั้งหมดจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมของชาวภูเก็ตทั้งหมด อย่างเช่น การถ่ายทอดประเพณี ผอ่ต่อในรูปของลายบนภาพเตาแดง วัฒนธรรมการใส่อาหารแบบเสียบหน่า เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รู้จักและสนใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชาวภูเก็ต และกระตุ้น

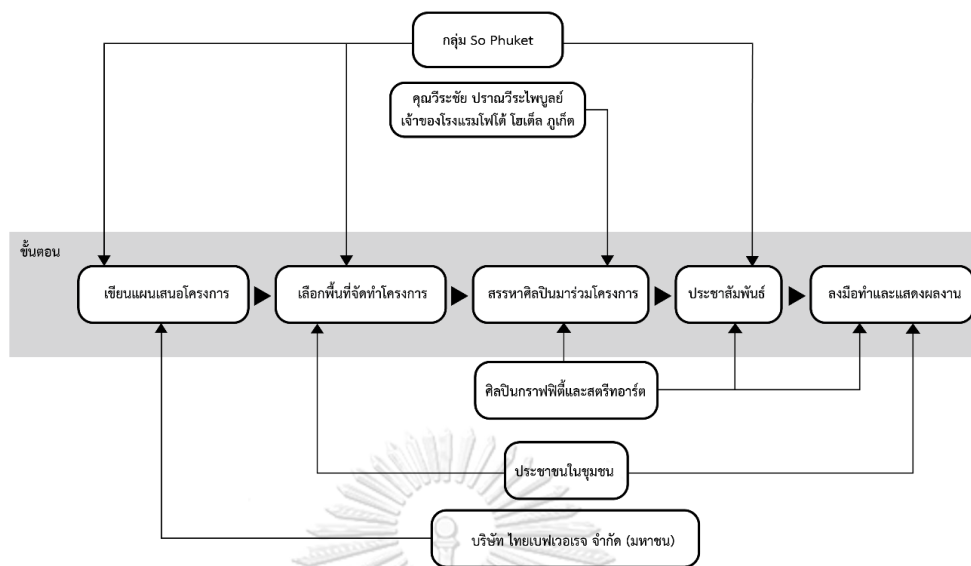
¹⁴ อรสา ไตสง่า, ทวีศักดิ์ ศรีทองดี และมือบอน

เศรษฐกิจกับการท่องเที่ยวในเมืองภูเก็ตให้เติบโตยิ่งขึ้นมากกว่าแค่เที่ยวชมทะเล และสร้างความคึกคักให้กับเมืองภูเก็ต

1. กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตและการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในย่านเมืองภูเก็ต

จากการสัมภาษณ์คุณอรสา โตสง่า ตัวแทนกลุ่ม SO Phuket ในเครือข่ายรัฐรักสามัคคีภูเก็ต ผู้ริเริ่มโครงการ F.A.T. Phuket คุณทวีศักดิ์ ศรีทองดี (Lolay) และคุณมีอบอน พบว่ากระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่เมืองภูเก็คนั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ 1) กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ซึ่งมีทั้งผลงานของศิลปินกราฟฟิตี้ที่มีชื่อเสียง และชาวภูเก็ตที่เรียนศิลปะที่กรุงเทพฯ 2) ตำแหน่งและบริบทของพื้นที่ในโครงการ โดยตำแหน่งในโครงการ F.A.T. Phuket นั้นจะเป็นจุดที่มีคนสัญจรผ่านเป็นจำนวนมาก และได้รับอนุญาตจากเจ้าของอาคารในชุมชน 3) หน่วยงานที่เป็นผู้ริเริ่มโครงการ ได้แก่กลุ่ม SO Phuket ที่เป็นการรวมกลุ่มของกลุ่มประชารัฐรักสามัคคีภูเก็ตกับประชาชนชาวภูเก็ตที่เป็นผู้ริเริ่มและดำเนินโครงการ 4) กฎหมายหรือนโยบายต่าง ๆ ที่มีการอนุญาตหรือกำหนดขอบเขตในการทำโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ซึ่งในกรณีนี้คือได้รับอนุญาตจากหน่วยงานของเมืองภูเก็ต 5) การมีส่วนร่วมจากคนในชุมชน และองค์กรที่สนับสนุนโครงการ F.A.T. Phuket

โดยโครงการ F.A.T. Phuket มีขั้นตอนการทำงานโดยเริ่มจากการวางแผนโครงการทาง SO Phuket จะเขียนโครงร่างเสนอบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ที่เป็นผู้ให้ทุนกับโครงการ จากนั้นเลือกสถานที่ภายในเมืองภูเก็ตเพื่อจัดทำโครงการและทำเรื่องขอใช้สถานที่กับเจ้าของอาคารและพื้นที่ในเมืองภูเก็ตซึ่งได้รับการสนับสนุนจากเจ้าของอาคาร การเชิญศิลปินให้มาร่วมโครงการ การประชาสัมพันธ์โครงการ และลงมือทำโดยกลุ่ม SO Phuket คอยประสานงาน จัดสรรพื้นที่และมอบโจทย์ในการทำงานกราฟฟิตี้แก่ศิลปิน โดยได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกจากประชาชนในเมืองภูเก็ต ทั้งในด้านที่พัก อาหาร อุปกรณ์ ไปจนถึงดูแลญาติของศิลปินขณะที่ศิลปินกำลังลงมือทำผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต



ภาพที่ 73 กระบวนการโครงการ F.A.T. Phuket
เรียบเรียงโดย ณพัชร สุวรรณกิจ

กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่เมืองภูเก็ตนั้นมีผู้มีส่วนร่วมหรือมีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

- 1) กลุ่ม SO Phuket และกลุ่มประชาัฐรักสามัคคีภูเก็ตที่เป็นผู้ริเริ่มและดำเนินโครงการ F.A.T. Phuket
- 2) บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ที่สนับสนุนโครงการ F.A.T. Phuket ในด้านทุน
- 3) เจ้าของอาคารในพื้นที่เมืองภูเก็ต (โรงแรมสินทวิ ร้านคุณจี๊ดราดหน้ายอดผัก ศาลเจ้าแสงธรรม ฯลฯ) ที่มอบสถานที่ให้ศิลปินได้สร้างผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต
- 4) คุณวีระชัย ปรานวีระไพบูลย์ เจ้าของโรงแรมโฟโต้ โฮเต็ล ภูเก็ต ที่เป็นผู้เชิญศิลปินกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

5) ศิลปินกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตและเด็กภูเก็ตที่เรียนศิลปะที่กรุงเทพฯ ที่มาร่วมสร้างผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายในพื้นที่เมืองภูเก็ต

6) ประชาชนในพื้นที่เมืองภูเก็ตที่สนับสนุนในด้านอาหาร น้ำ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสี และการติดตั้งนั่งร้านแก่ศิลปิน

ตารางที่ 19 ตารางผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโครงการ F.A.T. Phuket

ประเภทขององค์กร	กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ทรัพยากร	ส่วนได้ส่วนเสีย	
				ส่วนได้	ส่วนเสีย
ภาครัฐ	เทศบาลนครภูเก็ต	รอง	องค์ความรู้	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
องค์กรเอกชน	บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด มหาชน	รอง	องค์ความรู้, งบประมาณ	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
องค์กรอิสระ	โรงแรมโพลีไฮเทล	รอง	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
ศิลปิน	ศิลปินสตรีทอาร์ต	รอง	องค์ความรู้, แรงงาน	องค์ความรู้, ผลงาน, ประสบการณ์	แรงงาน
ภาคประชาชน	กลุ่ม SO Phuket	หลัก	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, ผลงาน	รายจ่าย
	กลุ่มตลาดใหญ่	หลัก	องค์ความรู้, ทุน	องค์ความรู้, รายได้	รายจ่าย
	ประชาชนและเจ้าของอาคาร	รอง	แรงงาน, ทุน	องค์ความรู้, รายได้	แรงงาน

ข้อดีของโครงการ F.A.T. Phuket คือสร้างความศรัทธาให้กับคนในชุมชนเมืองภูเก็ต ด้วยการถ่ายทอดงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต และเป็นการสร้างความภาคภูมิใจของคนในชุมชน จากการร่วมมือกับหลายหน่วยงาน และได้มีปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างศิลปินกับประชาชนชาวภูเก็ต ที่สำคัญคือช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตามจากปัญหาเรื่องการสร้างงานกราฟฟิตีบนอาคารธนาคารชาร์เตอร์เก่า จนเกิดความขัดแย้งภายในเมืองภูเก็ตจนงานต้องลบออกไปนั้น สะท้อนให้เห็นว่ายังมีความเสี่ยงในการเลือกใช้พื้นที่ทำงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตอยู่เช่นกัน

8.4 สรุป

เมื่อเปรียบเทียบบริบทของพื้นที่ศึกษา การปรากฏขึ้นของกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในพื้นที่ศึกษา และโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายใต้บริบทไทยในพื้นที่ทั้งสามพื้นที่ พบว่า จุดประสงค์หลักในการใช้กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตของทั้งสามพื้นที่คือใช้เป็นสื่อในการถ่ายทอดวัฒนธรรมในรูปแบบแกลลอรี่กลางแจ้ง ซึ่งในย่านสยาม และพื้นที่เมืองภูเก็ตมีการถ่ายทอดวัฒนธรรมของชุมชนและมีขอบเขตของโครงการที่ชัดเจน ในขณะที่ย่านราชเทวีไม่ได้มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมของชุมชนในย่านราชเทวี และขอบเขตของกราฟฟิตี้ก็เริ่มลุกลามไปยังอาคาร พื้นที่ในชุมชนรอบๆสวนเฉลิมหล้า เนื่องจากพื้นที่ราชเทวีเป็นพื้นที่เปิดให้ศิลปินเข้ามาทำงานผลงานกราฟฟิตี้ได้อย่างอิสระผิดกับพื้นที่อื่น ๆ

กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตของทั้งสามโครงการเป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ที่สร้างการรับรู้และแรงดึงดูดแก่คนสัญจรให้รับรู้ตำแหน่งและมีปฏิสัมพันธ์กับภาพเหล่านั้น และเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในชุมชนให้เติบโตมากขึ้น ซึ่งมีพื้นที่ ตัวอย่างเช่น พื้นที่ราชเทวี(กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตได้เปลี่ยนให้พื้นที่ในโครงการกลายเป็นพื้นที่สาธารณะที่ให้คนมาทำกิจกรรมต่าง ๆ อย่างการสร้างผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตได้อย่างอิสระ นอกจากนี้โครงการ Meeting of styles Thailand 2018 และ Chula art town ได้มีการจัดกิจกรรมเวิร์คชอปสอนศิลปะแก่คนในชุมชนและคนที่สัญจรผ่าน เพื่อเป็นสื่อในการสร้างความเป็นเจ้าของร่วมและความภาคภูมิใจให้แก่คนในชุมชน ซึ่งต่างจากเมืองภูเก็ตที่สร้างความภูมิใจผ่านผลงานถ่านทอดวัฒนธรรมในชุมชน ดังนั้นจึงสรุปจากกรณีศึกษาได้ว่ากราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตโดยส่วนใหญ่ถูกนำมาใช้ในประเทศไทยเป็นวัฒนธรรมที่ถูกบอกเล่าผ่านภาษาภาพ เป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ที่สร้างพื้นที่และสัญลักษณ์เพื่อดึงดูดการลงทุนและท่องเที่ยว แต่ก็มีหลายพื้นที่ที่ต้องการนำกราฟฟิตี้มาใช้เป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูชุมชน เพื่อกำหนดขอบเขตพื้นที่เพื่อเป็นพื้นที่สาธารณะ และด้วยความจริงจังในการทำงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่โครงการ ทำให้คนในชุมชนหรือคนผู้สัญจรให้ความสำคัญและสนับสนุนภาพกราฟฟิตี้เหล่านี้ จึงสรุปจากกรณีศึกษาได้ว่ากราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นมีความงาม มีคุณค่าทางสังคมในเชิงอนุรักษ์ สร้างอัตลักษณ์ความเป็นย่านหรือชุมชน และกระตุ้นความรู้สึกภาคภูมิใจในถิ่นที่อยู่ของผู้อยู่อาศัย ซึ่งต่างจากกราฟฟิตี้ทั่วไปที่โดยมากทำลายภาพลักษณ์อันดีของย่าน

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบการใช้กราฟฟิตีในแต่ละพื้นที่

ลักษณะการใช้กราฟฟิตี	ย่านราชเทวี	ย่านสยาม	เมือง ภูเก็ต
การทำให้เป็นแกลอรีกลางแจ้ง	ใช่	ใช่	ใช่
การสร้างแบนด์ให้กับชุมชน	ใช่	ใช่	ใช่
การถ่ายทอดวัฒนธรรมภายในชุมชน	ไม่ใช่	ใช่	ใช่
ขอบเขตของโครงการมีความชัดเจน	ไม่ใช่	ใช่	ใช่
การเปิดพื้นที่ให้มาพ่นสีอย่างอิสระ	ใช่	ไม่ใช่	ไม่ใช่
การเป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์เพื่อดึงดูดคนที่ สัญจรผ่าน	ใช่	ใช่	ใช่
การจัดกิจกรรมเวิร์คช็อป สอนศิลปะแก่คนใน ชุมชน	ใช่	ใช่	ไม่ใช่
การสร้างการรับรู้และจดจำพื้นที่ภายในโครงการ	ใช่	ใช่	ใช่
การเก็บรักษาผลงานกราฟฟิตีให้คงอยู่	ไม่ใช่	ใช่	ใช่
การสร้างความภาคภูมิใจและความเป็นเจ้าของ ภาพกราฟฟิตีให้กับประชาชน	ใช่	ใช่	ใช่

เมื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตของทั้งสามพื้นที่แล้ว พบว่าองค์ประกอบที่ทั้งสามพื้นที่จะมีด้วยกันได้แก่ 1) กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต 2) ตำแหน่งและบริบทของพื้นที่ในโครงการ 3) หน่วยงานที่เป็นผู้ริเริ่มโครงการ 4) กฎหมายหรือนโยบายต่าง ๆ ที่มีการอนุญาตหรือกำหนดขอบเขตในการทำโครงการกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต และ 5) การมีส่วนร่วมจากประชาชน บุคคลและองค์กรต่าง ๆ

ตารางที่ 21 องค์ประกอบของกระบวนการใช้กราฟฟิตีในการทำให้เมืองมีชีวิตชีวา

องค์ประกอบของกระบวนการ การใช้กราฟฟิตีในการทำให้ เมืองมีชีวิตชีวา	ย่านราชเทวี	ย่านสยาม	เมืองภูเก็ต
กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีท อาร์ต	ศิลปินที่มีชื่อเสียง และศิลปินมือ สมัครเล่น	ศิลปินที่มีชื่อเสียง ศิษย์เก่าและนิสิตคณะ ศิลปกรรม	ศิลปินที่มีชื่อเสียง และชาวภูเก็ต
คุณลักษณะของกราฟฟิตีใน บทบาทของสตรีทอาร์ต	ถ่ายทอดตัวตนของ ศิลปินผ่านผลงาน กราฟฟิตี	ถ่ายทอดอัตลักษณ์ ของพื้นที่ผ่านผลงาน กราฟฟิตี หัวข้อ : อัตลักษณ์ของ พื้นที่ที่ได้รับ มอบหมายให้สร้างงาน กราฟฟิตี	ถ่ายทอดอัต ลักษณ์ของพื้นที่ ผ่านผลงานกราฟ ฟิตี หัวข้อ : วัฒนธรรมและวิถี ชีวิตของชาว ภูเก็ต
ตำแหน่งที่ตั้งของผลงาน	จุดแลนด์มาร์ค สำหรับนักเขียน กราฟฟิตี	จุดที่สามารถมองเห็น ได้ไกลที่สุดในการ สัญจรและไม่ติด สัญญา	จุดที่คนสามารถ มองเห็นได้เป็น จำนวนมาก
หน่วยงานที่เป็นผู้ริเริ่ม	บริษัท สยามกลการ จำกัด	คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	กลุ่ม SO Phuket
กฎหมายหรือนโยบายที่ เกี่ยวข้อง	กฎหมายจาก สำนักงานเขตราช เทวี	นโยบายจากสำนักงาน จัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	นโยบายจาก ประชาธิรัฐรัก สามัคคีภูเก็ต
การมีส่วนร่วมโดยประชาชน	มี	มี	มี

ตารางที่ 22 ขั้นตอนกระบวนการการใช้กราฟฟิตีในการทำให้เมืองมีชีวิตชีวา

ขั้นตอนกระบวนการการใช้กราฟฟิตี ในการทำให้เมืองมีชีวิตชีวา	ย่านราชเทวี	ย่านสยาม	เมืองภูเก็ต
การวางแผนโครงการ	กลุ่ม Spray brush เป็น ผู้วางแผนโครงการ	คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	กลุ่ม SO Phuket เขียน โครงร่าง
เลือกพื้นที่จัดทำโครงการ	เสนอพื้นที่บริษัท สยาม กลการ จำกัด และขอใช้ พื้นที่จากสำนักงานเขต ราชเทวี	ขอใช้พื้นที่จากสำนักงาน จัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	ขอใช้พื้นที่จาก เจ้าของอาคาร
หาศิลปินมาร่วมโครงการ	เชิญศิลปินและเปิดรับ สมัคร	เชิญศิลปิน	เชิญศิลปิน
ประชาสัมพันธ์	กลุ่ม Spray brush ร้านค้าและศิลปิน	คณะศิลปกรรมศาสตร์ บริษัทโทรเพนท์และศิลปิน	กลุ่ม SO Phuket และ ศิลปิน
ดำเนินโครงการ	สร้างงานกราฟฟิตีและ จัดเวิร์คชอปสอนศิลปะ	สร้างงานกราฟฟิตีและจัด เวิร์คชอปสอนศิลปะ	สร้างงานกราฟ ฟิตี
ลงมือทำและแสดงผลงาน	ศิลปินทำผลงาน มีการ จัดกิจกรรมต่าง ๆ ภายในโครงการ	ศิลปินทำผลงาน มีการจัด กิจกรรมสอนศิลปะ โดยมี ประชาชนอำนวยความสะดวก สะดวกแก่ศิลปิน	ศิลปินทำผลงาน โดยมีประชาชน อำนวยความสะดวก สะดวกแก่ศิลปิน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เมื่อเปรียบเทียบบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีใน
บทบาทของสตรีทอาร์ตของทั้งสามพื้นที่แล้ว พบว่าบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทั้งสามพื้นที่นั้น
ประกอบไปด้วย 1) หน่วยงานรัฐ ส่วนใหญ่มีบทบาทในการสนับสนุนโครงการด้านการอนุญาตให้ใช้
พื้นที่แก่ผู้จัดทำโครงการ หรือเป็นผู้ริเริ่มโครงการด้วยตัวเอง และมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่
ประชาชนในพื้นที่ 2) นักลงทุน โดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มองค์กรเอกชน มีบทบาทในด้านการเป็นผู้
ริเริ่มโครงการ เป็นผู้วางแผนและจัดทำโครงการ เป็นผู้ประชาสัมพันธ์โครงการและติดต่อศิลปินให้เข้า
ร่วมโครงการ รวมไปถึงการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่โครงการกราฟฟิตีในบทบาท
ของสตรีทอาร์ต 3) ศิลปินกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต มีบทบาทในการสร้างผลงานกราฟฟิตี
ในบทบาทสตรีทอาร์ต 4) เจ้าของอาคารหรือผู้ประกอบการ มีบทบาทในการสนับสนุนให้ศิลปินสร้าง
ผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตบนอาคาร 5) ประชาชน มีบทบาทในการรับรู้ถึงโครงการ

และมีส่วนในการสนับสนุนช่วยเหลือบุคลากรในโครงการ ดังนั้นจึงสรุปจากกรณีศึกษาได้ว่าการใช้กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตเพื่อฟื้นฟูชุมชนนั้นมียุทธศาสตร์ประกอบหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นตัวผลงาน กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ตำแหน่งที่ตั้งของผลงานในพื้นที่เมือง บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโครงการ และกฎหมายในเชิงนโยบาย ซึ่งโครงการทำให้เมืองมีชีวิตชีวานั้นเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ เช่น เกิดจากการร่วมมือของประชาชน การริเริ่มของกลุ่มศิลปิน หรือการก่อตั้งจากเจ้าของที่ดิน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากย่านศิลปะในต่างประเทศ ที่มีกระบวนการในเชิงกฎหมาย เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนในชุมชนอย่างการให้ผู้คนมาถ่ายรูป มามีปฏิสัมพันธ์กับงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต หรือการเปิดร้านค้าท่ามกลางงานสตรีทอาร์ตภายในเมือง โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในโครงการ ได้แก่ 1. ศิลปิน 2. ประชาชน 3. นักลงทุน 4. ภาครัฐ 5. เจ้าของที่ดิน โดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้มีบทบาทในการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกัน ซึ่งกลุ่มที่เป็นผู้ริเริ่มโครงการจะมีระดับการมีส่วนร่วมตั้งแต่การให้ข้อมูลแก่ประชาชน เปิดรับความคิดเห็นจากประชาชน ปรีกษาหารือกับประชาชน วางแผนและปฏิบัติร่วมกันกับประชาชน ประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนที่เป็นเจ้าของอาคารจะเป็นผู้เลือกงานกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตที่ศิลปินร่างแบบและนำเสนอแก่ประชาชน ก่อนจะลงผลงานบนอาคารจริง โดยมีนักลงทุนและองค์กรเอกชนที่คอยประสานงาน สนับสนุนด้านงบประมาณและทุนให้กับโครงการ

ตารางที่ 23 การมีส่วนร่วมกับโครงการ

การมีส่วนร่วมกับโครงการ	ย่านราชเทวี	ย่านสยาม	เมืองภูเก็ต
หน่วยงานรัฐ	สำนักงานเขตราชเทวี	สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	เทศบาลนครภูเก็ต
นักลงทุน	บริษัท สยามกลการ จำกัด	คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด มหาชน
ศิลปิน	ศิลปิน 101 คน	ศิลปินและคณะศิลปกรรม	ศิลปิน 11 คน
เจ้าของอาคารหรือ ผู้ประกอบการ	สำนักงานเขตราชเทวี, รองเท้า Gold city ฯลฯ	สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, บริษัท อูโรฟานิชย์, Lido connect	โรงแรมสินทวี, ร้าน ราดหน้าคุณจี้ด ฯลฯ
ประชาชน	ประชาชนในชุมชนราช เทวีและผู้สัญจร	ประชาชนในพื้นที่สวนหลวง และสามย่านและผู้สัญจร	ประชาชนเมืองภูเก็ต และผู้สัญจร

เมื่อเปรียบเทียบอุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตทั้ง 3 โครงการและได้
 จำแนกอุปสรรคที่เกิดขึ้นโดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่สภาพอากาศ การเตรียมความพร้อมของ
 บุคลากรและอุปกรณ์ ความขัดแย้งภายในโครงการ และอุบัติเหตุ และอุปสรรคอื่น ๆ พบว่าอุปสรรคที่
 เกิดขึ้นในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 ในพื้นที่ย่านราชเทวีนั้นคือสภาพอากาศที่
 ร้อน ความกดดันในการคิดงานจากโจทย์ที่กว้างเกินไป และขอบเขตในการสร้างผลงานของศิลปิน
 ส่วนอุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ Chula art town ในย่านสยามคือสภาพอากาศที่ร้อน บางวันก็มี
 ฝน การติดตั้งนั่งร้านหรือรถกระเช้าในทางสัญจร ความไม่เข้าใจของประชาชนต่อสตรีทอาร์ต ความไม่
 พึงพอใจต่อกระบวนการประสานงานของศิลปิน มีอุบัติเหตุในโครงการที่เกี่ยวกับสีสเปรย์ และ
 อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ F.A.T. Phuket ในเมืองภูเก็ตคือ สภาพอากาศที่ร้อน และความไม่เข้าใจ
 ของประชาชนต่อการทำงานสตรีทอาร์ต

ตารางที่ 24 ตารางอุปสรรคในโครงการ

อุปสรรคที่เกิดขึ้นภายใน โครงการ	ย่านราชเทวี	ย่านสยาม	เมืองภูเก็ต
สภาพอากาศ	1. สภาพอากาศ	1. สภาพอากาศ	1. สภาพอากาศ
การเตรียมความพร้อม	1. ความกดดันของศิลปิน จากโจทย์ที่กว้างเกินไป	1. ความกังวลในการตั้ง นั่งร้านที่ขวางทางจราจร	ไม่มี
ความขัดแย้ง	1. ขอบเขตกำแพงที่ ศิลปินแต่ละคนสามารถ ทำงานได้ 2. ผลงานที่ออกมาต้องมี แนวคิดและรูปแบบไป ทางเดียวกัน	1. ความไม่เข้าใจของ ประชาชนต่อการทำงาน สตรีทอาร์ต 2. ความไม่พอใจของศิลปิน ต่อการจัดการของทีมงาน ในโครงการ	1. ความไม่เข้าใจของ ประชาชนต่อการ ทำงานสตรีทอาร์ต
อุบัติเหตุ	ไม่มี	1. กลิ่นสเปรย์เล็ดลอดเข้า มาในอาคาร 2. ละอองสีสเปรย์เลอะ รถยนต์ที่จอดในบริเวณ	ไม่มี
อื่น ๆ	1. ความเหนื่อยล้าจาก การเดินขึ้น – ลงนั่งร้าน 2. ความกังวลเรื่อง ผลงานที่จะถูกพ่นทับ หลังจากทำเสร็จ	1. ความเสี่ยงในการทำงาน บนอาคารสูง	ไม่มี

บทที่ 9 สรุปและข้อเสนอแนะ

9.1 อภิปรายผลการวิจัย

ปรากฏการณ์การทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย เริ่มมีมากขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ทำให้กราฟฟิตีเหล่านี้เป็นสิ่งที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้น จนกลายเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูเมืองที่เชื่อมโยงโทรมให้น่าอยู่มากขึ้นในรูปแบบของแกลอรี กลางแจ้ง ซึ่งบางชุมชนใช้กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นสื่อในการถ่ายทอดวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชนเพื่อสร้างความภูมิใจแก่คนในชุมชน จึงทำการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย เพื่อทราบถึงรายละเอียดของโครงการ ขั้นตอนและกระบวนการ การมีส่วนร่วม ปัญหาและข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ

กราฟฟิตีทั่วไปนั้นมีภาพลักษณ์ของอาชญากรรมและความเสื่อมโทรม แต่เมื่อกราฟฟิตีถูกนำเข้ามาในบทบาทโดยเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ สุนทรียภาพ และการยอมรับจากคนในชุมชน กราฟฟิตีนั้นจึงกลายเป็นแขนงหนึ่งของศิลปะข้างถนน ซึ่งขัดแย้งกับแนวคิดของ (Kelling & Wilson, 1982) แต่สอดคล้องกับการวิจัยของ (Macdowall & Souza, 2018) อย่างการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นมีจุดประสงค์คือใช้เป็นสื่อในการถ่ายทอดวัฒนธรรมในรูปแบบของภาษาภาพ กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ที่สร้างพื้นที่สาธารณะและภาพลักษณ์ให้แก่เมือง สร้างการรับรู้และแรงดึงดูดแก่คนสัญจรให้รับรู้ตำแหน่งและมีปฏิสัมพันธ์กับภาพเหล่านั้น และเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในชุมชนให้เติบโตมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (Zukin, 1995) และ (Tunnacliffe, 2016) ซึ่งทำให้เกิดพื้นที่สาธารณะในชุมชน และมีองค์ประกอบภายในเมืองที่ช่วยให้เข้าถึงชุมชนได้มากขึ้น ตามแนวคิดของ (Alexander, 2013)

จากการทำแบบสอบถามทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตกับบุคคลทั่วไปพบว่า บุคคลทั่วไปส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18 – 39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในระดับปานกลาง มีทัศนคติต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นไปทางที่ดี ทั้งในด้านสังคม ได้แก่ กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เกิดพื้นที่กิจกรรม ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ทำ

ให้มีรายได้มากขึ้น มีร้านค้าเพิ่มขึ้น และด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กราฟฟิตี้ทำให้เมืองมีเสน่ห์ เกิดการรับรู้และจดจำพื้นที่ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในความสวยงามและความภาคภูมิใจต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตของคนในชุมชน มีบุคคลทั่วไปอยู่ส่วนหนึ่งเคยมีประสบการณ์การมีส่วนร่วมในโครงการที่เกี่ยวกับกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต ซึ่งกิจกรรมที่คนทำมากที่สุดคือถ่ายรูปและเที่ยวชม โดยเกินครึ่งของบุคคลทั่วไปไม่มีความสนใจที่จะมีส่วนร่วมในโครงการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต

จากกรณีศึกษาพบว่าบริบทของพื้นที่ที่เกิดกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตนั้นมีหลายรูปแบบตั้งแต่เป็นพื้นที่เสื่อมโทรม พื้นที่ชุมชน หรือพื้นที่ร้านค้า แต่มีจุดร่วมกันอย่างหนึ่งคือเป็นพื้นที่ที่มีการสัญจรและการเข้าถึงสูง อย่างย่านราชเทวีและย่านสยามที่สามารถเข้าถึงได้ทั้งการเดินทาง รถยนต์ รถประจำทาง และรถไฟฟ้า ซึ่งผู้สัญจรสามารถเป็นได้ทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาใช้พื้นที่ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การพักผ่อนหย่อนใจ การเที่ยวชม จับจ่ายใช้สอย หรือเข้ามาทำงาน หลังจากการมีอยู่ของกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตภายในพื้นที่ ส่งผลให้พื้นที่ที่มีความคึกคักมากขึ้น เป็นจุดแลนด์มาร์คที่ส่งผลให้คนสามารถเข้าถึงและใช้พื้นที่ได้มากยิ่งขึ้นตามแนวคิดของ (Alexander, 2013) อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์โควิด - 19 มีผลกระทบให้การเข้าถึงพื้นที่ลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับสถานการณ์ปกติ แต่พื้นที่กรณีศึกษาก็ยังมีความคึกคักและมีการเข้าถึงที่สูงอยู่เช่นกัน

กระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในบริบทไทยนั้นถูกนำมาใช้เป็นวัฒนธรรมที่บอกเล่าผ่านภาษาภาพ เป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจเชิงสัญลักษณ์ที่สร้างพื้นที่และสัญลักษณ์เพื่อดึงดูดการลงทุนและท่องเที่ยว ในรูปแบบของแกลอรีกลางแจ้งหรือเมืองศิลปะ อย่างไรก็ตามมีหลายพื้นที่ที่ต้องการนำกราฟฟิตี้มาใช้เป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูชุมชน เพื่อกำหนดขอบเขตพื้นที่เพื่อเป็นพื้นที่สาธารณะ ซึ่งภาพกราฟฟิตี้ในการฟื้นฟูชุมชนนั้นจะเป็นการเล่าเรื่องราววัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อให้เมืองน่าอยู่มากขึ้น สำหรับกระบวนการพัฒนาผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นต้องมีการเสนอแบบร่างและพูดคุยคนในชุมชนโดยรอบพื้นที่ เพื่อให้คนในชุมชนเข้าใจและอนุญาตให้ศิลปินลงผลงานจริง นอกจากนี้ยังมีกระบวนการทำงานที่จริงจัง มีกระบวนการที่ชัดเจน และมีการเตรียมอุปกรณ์มากกว่าสี่สเปร์ยกระป๋องเดียว ผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นได้รับผลตอบรับที่ดีจากคนในชุมชนและคนสัญจร ประชาชนในชุมชนมีความภาคภูมิใจร่วมในฐานะที่เป็นเจ้าของชุมชน มีการดูแลรักษาผลงานที่ศิลปินเหล่านั้นได้สร้างไว้เปรียบดั่งเป็นสมบัติของชุมชน หรือส่งเสริมให้เกิดผลงานใหม่ ๆ ที่มีความสวยงามมากกว่าผลงานเดิมในชุมชน ซึ่งผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตใหม่ ๆ เหล่านี้จะกำจัดการกราฟฟิตี้ทั่วไปที่แสดงถึงความเสื่อมโทรมให้กับชุมชนด้วยเช่นกัน

จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการสตรีทอาร์ตในพื้นที่กรณีศึกษา พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ได้แก่ 1) กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ที่มีคุณค่าทางสุนทรียะ มีการถ่ายทอดเรื่องราวและแนวคิดไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมของชุมชน ไม่ใช่กราฟฟิตี้ทั่วไปที่มีแต่ถ้อยคำหยาบคาย อีกทั้งอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ก็มีส่วนช่วยผลักดันคุณค่าของงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต 2) ตำแหน่งและบริบทของพื้นที่ในโครงการ เป็นจุดที่คนจำนวนมากสามารถมองเห็นได้ และเห็นได้นานที่สุดในการสัญจรเดียว 3) หน่วยงานที่เป็นผู้ริเริ่มโครงการ มีตั้งแต่การรวมกลุ่มของศิลปิน องค์กรเอกชน หรือแผนการของเจ้าของพื้นที่และอาคารที่ต้องการปรับพื้นที่ให้มีความคึกคักและน่าอยู่มากขึ้น 4) กฎหมายหรือนโยบายต่าง ๆ ที่มีการอนุญาตหรือกำหนดขอบเขตในการทำโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต และ 5) การมีส่วนร่วมจากบุคคล หน่วยงาน และประชาชน

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตในพื้นที่กรณีศึกษา พบว่าการมีส่วนร่วมนั้นมีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการในโครงการสตรีทอาร์ตในเมืองไทย โดยการมีส่วนร่วมนั้นมีบุคคลที่ีส่วนเกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย 1) หน่วยงานรัฐ ส่วนใหญ่มีบทบาทในการสนับสนุนโครงการด้านการอนุญาตให้ใช้พื้นที่แก่ผู้จัดทำโครงการ หรือเป็นผู้ริเริ่มโครงการด้วยตัวเอง 2) องค์กรเอกชน และองค์กรอิสระ มีบทบาทในด้านการเป็นผู้ริเริ่มโครงการ เป็นผู้วางแผนและจัดทำโครงการ เป็นผู้ประชาสัมพันธ์โครงการและติดต่อศิลปินให้เข้าร่วมโครงการ รวมไปถึงจนถึงการจัดสรรงบประมาณและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่โครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต 3) ศิลปินกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต มีบทบาทในการสร้างผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทสตรีทอาร์ตไปจนถึงเป็นวิทยากรสอนศิลปะให้กับคนในชุมชน 4) เจ้าของอาคารหรือผู้ประกอบการ มีบทบาทในการสนับสนุนให้ศิลปินสร้างผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตบนอาคาร และเป็นผู้ตรวจสอบแบบงานที่ศิลปินเสนอเพื่อที่จะวาดบนอาคารจริง 5) ประชาชน มีบทบาทในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของโครงการ และมีส่วนในการสนับสนุนช่วยเหลือบุคลากรในโครงการ ตั้งแต่วางแผนโครงการ ไปจนถึงการสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

จากการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการในพื้นที่กรณีศึกษา พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นเป็นสิ่งสำคัญต่อโครงการ เพราะจากพื้นที่กรณีศึกษาทั้ง 3 แห่งนี้ล้วนมีพื้นที่ชุมชนอยู่ภายในโครงการ ดังนั้นการจัดทำโครงการที่ขาดความรู้และความร่วมมือจากประชาชนอย่างโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตนั้นจะทำให้มีความแปลกแยกเป็นตัวประหลาด และไม่ใช่อัตลักษณ์ให้กับชุมชน โดยการมีส่วนร่วมกับประชาชนในโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตมีระดับการมีส่วนร่วมดังนี้

ระดับที่ 1 ระดับการให้ข้อมูลข่าวสาร ประชาชนได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตจากผู้จัดโครงการหรือเจ้าของที่ดินที่มีส่วนร่วมกับโครงการ เป็นขั้นตอนพื้นฐานที่

ประชาชนควรได้รับ ซึ่งทั้งสามโครงการนั้นมีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนทั้งหมด กล่าวคือ ประชาชนควรรับรู้ถึงการมีของโครงการกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ของตนเอง

ระดับที่ 2 ระดับการเปิดรับความคิดเห็น ประชาชนในชุมชนสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการได้ กระบวนการที่มีการมีส่วนร่วมระดับนี้ก็คือขั้นตอนที่ศิลปินกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตต้องร่างแบบผลงานนำเสนอแก่ประชาชนก่อนที่จะลงมือจริง ซึ่งประชาชนจะแสดงความคิดเห็นถึงรูปแบบของผลงาน ตำแหน่งที่จัดทำผลงาน ระดับการมีส่วนร่วมนี้จะปรากฏในโครงการ Chula art town และโครงการ F.A.T. Phuket ที่ทำงานในพื้นที่ชุมชน ส่วนโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 ไม่ปรากฏการมีส่วนร่วมในเรื่องของการแสดงความคิดเห็นอย่างชัดเจน อย่างมากมีเพียงแค่พูดคุยกับผู้จัดทำโครงการก่อน

ระดับที่ 3 ระดับการปรึกษาหารือ ประชาชนในชุมชนจะเจรจากับเจ้าของโครงการอย่างเป็นทางการเพื่อประเมินความก้าวหน้าของโครงการ กระบวนการมีส่วนร่วมนี้จะอยู่ในขั้นตอนการประเมินผลตอบรับหลังจากที่ศิลปินทำผลงานกราฟฟิตี้เสร็จเรียบร้อยแล้ว ระดับการมีส่วนร่วมนี้จะปรากฏในโครงการ Chula art town และโครงการ F.A.T. Phuket ที่มีการร้องเรียนจากประชาชนให้แก่ผลงานหลังจากที่ศิลปินทำเสร็จแล้ว

ระดับที่ 4 ระดับการวางแผนร่วมกัน เป็นการมีส่วนร่วมที่ประชาชนและเจ้าของโครงการมีความรับผิดชอบในการเตรียมโครงการร่วมกัน กระบวนการมีส่วนร่วมนี้อยู่ในขั้นตอนการขอใช้อาคารในการทำงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ระดับการมีส่วนร่วมนี้จะปรากฏในโครงการ Chula art town และโครงการ F.A.T. Phuket ที่ต้องขอใช้อาคารในพื้นที่ชุมชนในการทำผลงานศิลปะ

ระดับที่ 5 ระดับการร่วมปฏิบัติ เป็นการมีส่วนร่วมที่เจ้าของโครงการกับประชาชนจะดำเนินโครงการด้วยกัน กระบวนการมีส่วนร่วมนี้อยู่ในขั้นตอนการสร้างผลงานกราฟฟิตี้ของศิลปิน โดยประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งน้ำ อาหาร อุปกรณ์ ไปจนถึงการเป็นลูกมือให้กับศิลปิน นอกจากนี้ยังรวมถึงการดูแลรักษางานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่ศิลปินได้ทำเสร็จแล้ว ระดับการมีส่วนร่วมนี้จะปรากฏในทุกโครงการ

ระดับที่ 6 ระดับการควบคุมโดยประชาชน เป็นการมีส่วนร่วมที่ประชาชนมีอำนาจในการสั่งการ ซึ่งระดับการมีส่วนร่วมนี้ไม่ปรากฏในทุกโครงการ

ในการมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตนั้นต้องมีผู้ริเริ่มโครงการ และทำการพูดคุยกับประชาชน ศิลปิน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อมีส่วนร่วม ถึงแม้ว่าประชาชนอาจไม่ใช่คนที่ลงมือสร้างงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตโดยตรง แต่ก็มีหน้าที่ช่วยเหลือและสนับสนุนโครงการในบทบาทอื่น ๆ ด้วยความสมัครใจจากประชาชนเอง และผลลัพธ์จากการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นส่งผลให้ประชาชนมีความภาคภูมิใจในผลงานกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตที่ศิลปินในโครงการได้จัดทำขึ้นมา มีการดูแลรักษา ใช้ประโยชน์จากงานศิลปะเพื่อเป็นประโยชน์ให้กับชุมชนราวกับว่างานกราฟ

พื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ตเหล่านั้เป็นผลงานของประชาชนเอง ทำให้ชุมชนนั้นมีชีวิตชีวามากกว่าที่เคยเป็นมา มีการเข้าถึงจากผู้สัญจรมากขึ้น

9.2 ข้อเสนอเชิงนโยบาย

การใช้กราฟพื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ตมาเป็นเครื่องมือฟื้นฟูเมืองเป็นทางเลือกที่น่าสนใจในด้านของการพัฒนาเมืองด้วยงบประมาณที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการพัฒนาชุมชนเมืองในรูปแบบอื่น อย่างไรก็ตาม กราฟพื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ตยังถือเป็นสิ่งใหม่ต่อบริบทไทย การใช้กราฟพื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้นเปรียบเหมือนดาบสองคม ด้วยแวมดล้อมต่าง ๆ อย่างเช่น ความไม่เข้าใจที่มีต่อกราฟพื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ตของคนในชุมชน การขาดความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมต่อกราฟพื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ตในชุมชน อาจทำให้กราฟพื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ตไม่แตกต่างจากกราฟพื้ตีทั่วไปในภาพลักษณ์ของอาชญากรรมและความเสื่อมโทรม ซึ่งส่งผลกระทบต่อชุมชน ดังนั้น การใช้กราฟพื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาควรให้ความสำคัญกับ 4 ประเด็น ดังนี้

1. การให้ความรู้ด้านศิลปะและกราฟพื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ตให้แก่คนในชุมชน ให้คนในชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในกราฟพื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ต เพื่อเพิ่มความสนใจและความต้องการที่จะมีส่วนร่วมในโครงการกราฟพื้ตีและสตรีทอาร์ตแก่คนในชุมชน
2. การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนวางแผนหรือลงมือสร้างผลงานกราฟพื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ตด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วมในโครงการมากกว่าแค่รับรู้ถึงโครงการหรือแสดงความคิดเห็น เพื่อสร้างความภาคภูมิใจร่วมแก่คนในชุมชน
3. การเลือกตำแหน่ง เลือกอาคารในการทำกราฟพื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ตที่คนสามารถมองเห็นได้นานที่สุดด้วยการสัญจรเดียว (สามารถขับรถมองงานกราฟพื้ตีได้นานโดยไม่ต้องหันหลังกลับมาองอีกครั้ง) และต้องไม่มีผลกระทบต่อเจ้าของอาคาร เจ้าของพื้นที่หรือคนในชุมชน
4. ผลงานกราฟพื้ตีใบบทบาทของสตรีทอาร์ตต้องมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน มีความสวยงาม แต่ก็ไม่แปลกแยกกับพื้นที่ชุมชนมากเกินไป โดยวิธีที่ให้ประสิทธิภาพที่สุดคือการ

เสนอผลงานให้คนในชุมชนมีส่วนในการให้คำเสนอแนะหรือตัดสินใจเลือกผลงาน เพื่อเป็นการถ่ายทอดภาพลักษณ์ของชุมชนได้ดียิ่งขึ้น

9.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย

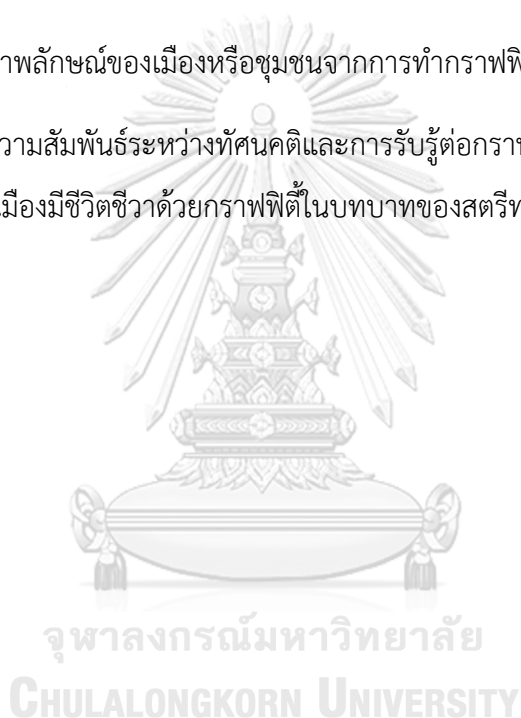
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีแต่มุมมองของกราฟฟิตีในด้านของศิลปะและอาชญากรรม จึงทำให้งานวิจัยนี้เป็นเรื่องใหม่ ผนวกกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในการทำงานวิจัยนี้ ทำให้มีข้อจำกัดหลายด้าน ดังนี้

1. คำว่ากราฟฟิตีเป็นคำที่เฉพาะทางเกินไป ไม่ได้มีทุกคนที่เข้าใจความหมายของคำนี้
2. คำว่ากราฟฟิตีไม่ได้มีการบัญญัติการเขียนที่ชัดเจน ทำให้พบคำว่า “กราฟฟิตี” “กราฟฟิตี” หรือ “กราฟฟิตี” ซึ่งล้วนสื่อถึงสิ่งเดียวกัน แต่อาจทำให้เกิดความสับสนในการเลือกใช้คำ
3. บุคคลทั่วไปมีความเข้าใจในคำว่า “กราฟฟิตี” และ “สตรีทอาร์ต” ที่ไม่ตรงกัน ส่งผลให้เกิดความไม่เข้าใจในหัวข้อของการวิจัย
4. กราฟฟิตีในบริบทไทยยังมีภาพลักษณ์ของอาชญากรรมและความเสื่อมโทรม ทำให้เกิดความกังวลว่าจะมีความเสี่ยงในการวิจัย
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกราฟฟิตีกับเมืองมีน้อยมาก ทำให้ยากต่อการทบทวนวรรณกรรมและการกำหนดระเบียบวิธีวิจัย
6. รูปแบบของงานกราฟฟิตีมีการกระจายตัวที่มาก และมีแนวโน้มที่จะขยายขอบเขตมากยิ่งขึ้นทำให้กำหนดขอบเขตพื้นที่ศึกษาได้ยาก
7. สถานการณ์โควิด-19 ทำให้ไม่สามารถลงพื้นที่เก็บข้อมูลได้อย่างเต็มที่
8. บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตที่ให้การสัมภาษณ์มีบทบาทและหน้าที่ในโครงการที่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สามารถระบุปัจจัยหรือองค์ประกอบที่สำคัญต่อโครงการได้อย่างชัดเจน ต้องวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์

9.4 งานวิจัยในอนาคต

จากงานวิจัยและข้อจำกัดงานวิจัยนี้ ทำให้สามารถต่อยอดงานวิจัยต่อไปเพื่อให้งานวิจัยที่เกี่ยวกับกราฟฟิตีต่อเมืองมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยเสนอประเด็นที่ยังไม่มีโอกาสได้ศึกษา ดังนี้

1. วัฒนธรรมการบอมบ์ภาพกราฟฟิตี (ทั้งกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต) กับพลวัตของภาพกราฟฟิตีในพื้นที่ชุมชน
2. ผลลัพธ์เชิงรูปธรรมของการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต
3. ภาพลักษณ์ของเมืองหรือชุมชนจากการทำกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต
4. ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตกับการทำให้เมืองมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต



บรรณานุกรม

- Alexander, C. (2013). "A City is Not a Tree." The urban design reader: 152-166.
- Bonjar, A. B. and M. R. Heshmati (2017). "Content analysis of men's graffiti in toilets of inner-city terminal in Tehran." An International Peer Reviewed Open Access Journal For Rapid Publication 1(2): 263-271.
- Ganz, N. (2004). Graffiti world Street art from five continents. singapore, C.S.Graphic.
- Gastman, R., et al. (2006). Freight Train Graffiti, Harry N. Abrams Inc.
- Gribat, N. (2017). "Overcoming decline through graffitiM The case of the Open-Space-Gallery in Halle/Saale." Metropolitics.eu 1.
- Kelling, G. L. and J. Q. Wilson (1982). "Broken Windows." The Atlantic Monthly 1: 29-38.
- Macdowall, L. J. and P. d. Souza (2018). "'I' d Double Tap That!!' : street art, graffiti, and Instagram research " Media, Culture & Society 40(1): 3-22.
- Mcauliffe, C. (2012). "Graffiti or Street Art? Negotiating the Moral Geographies of the Creative City." Journal of Urban Affairs 34: 189-206.
- Muscat, J. (1999). "Ship Graffiti - a Comperative study." Journal of Mediterranean studies 9(1): 74-105.
- Samutina, N. and O. Zaporozhets (2015). "Berlin, The city of saturated walls." Laboratorium 7(2): 36-61.

SCIOLIST, T. (2001). "Graffiti Origin and meaning of graffiti by Online Etymology Dictionary." 2019.

Tunnacliffe, C. M. (2016). "The power of urban street art in re-naturing urban imaginations and experiences." DPU Working paper 182: 5-27.

Zukin, S. (1995). The Cultures of Cities, Blackwell Publishers Inc.

เกษมศุข, จ. (2554). การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม. กรุงเทพฯ, : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชาญอาวุธ, โ. (2560). "การศึกษาคุณค่าด้านอัตลักษณ์ของศิลปะข้างถนนเพื่อการสร้างมูลค่าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์." วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 25(49): 247-267.

เตียงะ, แ. (2558). พัฒนาการทางรูปแบบของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย. คณะจิตรกรรมประติมากรรมและภาพพิมพ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุเอียนทรเมธี, ว. (2557). พัฒนาการแนวคิดและแบบลักษณ์ศิลปะตะวันตกอย่างสังเขป, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อยุธยา, บ. ป. ณ. (2018). The 'Street' art effect. A day bulletin, Day Poets Co. Ltd. 567: 28-33.



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ข. แบบสอบถามบุคคลทั่วไป

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้งานอยู่

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้งานอยู่

วัตถุประสงค์

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัยหัวข้อ การทำให้งานมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายใต้บริบทไทย โดยนายณพัชร สุวรรณกิจ นิสิตปริญญาโท คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทั้งนี้แบบสอบถามฉบับนี้ได้ผ่านการตรวจสอบและรับรองโดยอาจารย์ที่ปรึกษา อ.ดร.สิริรัตน์ เสรีรัตน์ เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ข้าพเจ้าจึงขอทำการสอบถาม และขอความอนุเคราะห์นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตี้
3. การมีส่วนร่วมในการทำกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าข้อมูลในแบบสอบถามจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

ผู้ตอบแบบสอบถามนี้เป็นบุคคลทั่วไปที่เคยพบเห็นและรับรู้เกี่ยวกับกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในประเทศไทย จำนวน 500 คน โดยทำแบบสอบถามทางออนไลน์

ประเด็นคำถามมีอยู่ 3 ส่วน ประกอบด้วย

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถาม 6 ข้อ
 ส่วนที่ 2 ทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต มีคำถาม 16 ข้อ
 ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วมในการทำกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต มีคำถาม 4 ข้อ
 รวมคำถาม 26 ข้อ ใช้เวลาตอบแบบสอบถามประมาณ 5 นาที (ตอบโดยเลือกจากคำตอบที่จัดให้)

*จำเป็น

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1 1.1 เพศ *

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

ชาย

หญิง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิด์ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

2 1.2 อายุ *

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- 18 - 29 ปี
- 30 - 39 ปี
- 40 - 49 ปี
- 50 - 59 ปี
- 60 ปีขึ้นไป

3 1.3 การศึกษา *

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ปริญญาตรี
- ปริญญาโท
- ปริญญาเอก
- อื่นๆ: _____

4 1.4 อาชีพ *

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- เจ้าหน้าที่ราชการ
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานบริษัท
- รับจ้าง
- ค้าขาย/กิจการส่วนตัว
- นักเรียน / นักศึกษา
- อื่นๆ: _____

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

5 1.5 รายได้ต่อเดือน *

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

- ไม่เกิน 10,000
- 10,001 - 15,000
- 15,001 - 20,000
- 20,001 - 25,000
- 25,001 - 30,000
- มากกว่า 30,000

คำชี้แจง 1 : กราฟฟิตีคืออะไร?

กราฟฟิตี (Graffiti) คือ การขีดเขียน การพ่นสี หรือการติดสติ๊กเกอร์ตามอาคาร ถนน สิ่งปลูกสร้าง หรือสถานที่ที่ผู้คนสามารถพบเห็นได้โดยไม่ได้รับอนุญาต เช่น กำแพง อาคาร หรือพื้นถนน มักปรากฏในลักษณะของการเสียดสีสังคม การประกาศอาณาเขต หรือสะท้อนสภาวะปัญหาสังคมในช่วงระยะเวลานั้น ๆ กราฟฟิตีมักถูกพบเห็นในพื้นที่เสื่อมโทรม ถูกทิ้งร้าง โดยทั่วไปแล้ว กราฟฟิตีเป็นการกระทำผิดกฎหมาย เนื่องจากเป็นการขีดเขียนที่ไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ถือครองทรัพย์สิน และส่งผลให้สภาพแวดล้อมอาคารนั้นดูเสื่อมโทรม

ตัวอย่าง : ภาพกราฟฟิตีหรือการเขียนกำแพงที่พบได้ทั่วไป (ที่มา Salmon)



8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

6 1.6 กรุณาเลือกภาพที่เป็นกราฟฟิตี (เลือกได้หลายคำตอบ) *

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)



ภาพที่ 1



ภาพที่ 2



ภาพที่ 3



ภาพที่ 4



ภาพที่ 5

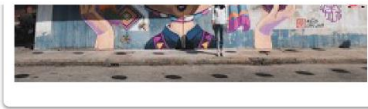


ภาพที่ 6



8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่


 ภาพที่ 7

 ภาพที่ 8

 ภาพที่ 9

คำชี้แจง 2 : กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต เป็นรูปแบบหนึ่งของศิลปะบนกำแพง แตกต่างจากกราฟฟิตีทั่วไป

กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต (Graffiti as street art) หมายถึงการขีดเขียน พ่นสี วาดรูป หรือติดสติ๊กเกอร์บนกำแพง พื้น หรือส่วนต่างๆของอาคารหรือสถานที่ที่พบเห็นได้เป็นวงกว้าง อาจเรียกได้ว่าเป็นภาพวาดบนกำแพง ศิลปะบนกำแพง ภาพวาดบนฝาผนัง แต่ได้รับการอนุญาตจากเจ้าของอาคาร กราฟฟิตีแบบนี้จะเป็นงานศิลปะ มีความสวยงาม มีคุณค่าเชิงสุนทรียะ ซึ่งแตกต่างจากกราฟฟิตีทั่วไปที่เป็นการขีดเขียน พ่นสีในรูปแบบของข้อความคำทอ ประภาศกคคาที่ทำให้ภาพลักษณ์ของผนังดูไม่ดี

2. ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

กรุณาแสดงความคิดเห็นต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตจากภาพต่อไปนี้

โดยมีระดับความคิดเห็นแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 1 คือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 2 คือ ไม่เห็นด้วย
- 3 คือ เฉยๆ
- 4 คือ เห็นด้วย
- 5 คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

ตัวอย่างที่ 1 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตสวนเฉลิมหล้า ราชเทวี (ที่มา <https://www.blockdit.com/posts/5e0f6cec42bae93018f66bd4>)



8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

ตัวอย่างที่ 2 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่สามย่าน โครงการ Chula art town (ที่มา <http://www.pmcu.co.th/?p=16179>)



8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

ตัวอย่างที่ 3 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่เมืองภูเก็ต (ที่มา <https://www.jatiewpainai.com/2018/04/30/10-reasons-to-visit-p-h-u-k-e-t>)



8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

7 2.1 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เมืองมีเสน่ห์ *



กราฟฟิตีทางเดินเมืองลิสบอน ประเทศโปรตุเกส
ที่มา Willperrett

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

8 2.2 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เมืองมีเอกลักษณ์ *



กราฟฟิตีโครงการโคกานะโจ บาซาร์ เมืองโยโกฮาม่า ประเทศญี่ปุ่น
ที่มา <http://koganecho.net/koganecho-bazaar-2016>

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

9 2.3 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตช่วยให้คุณรับรู้และจดจำตำแหน่งสถานที่ในชุมชนได้ *



ภาพกราฟฟิตีเจริญกรุง
ที่มา prinsiri.com/blog

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

- 10 2.4 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตช่วยถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของย่าน *



กราฟฟิตีเมืองภูเก็ต

ที่มา <https://www.phuketemagazine.com/>

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

- 11 2.5 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เมืองที่เคยทรุดโทรมน่าอยู่ขึ้นโดยไม่ต้องใช้งบประมาณมากเกินไป *



กราฟฟิตีริมคลองรอยเอ็ด

ที่มา VoiceTV

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

12 2.6 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตสามารถทำให้เมืองมีชีวิตชีวา *



กราฟฟิตีที่ย่าน Freimfelde เมือง Halle-Saale ประเทศเยอรมัน
ที่มา Nina Gribat

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

13 2.7 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตช่วยแก้ปัญหาถนนหรือซอยเปลี่ยว เนื่องจากความสวยงามและดึงดูดให้คนสนใจแวะเวียนหรือเดินผ่านมากขึ้น *



กราฟฟิตีริมคลองโอง่าง (สะพานเหล็ก)

ที่มา <https://twitter.com/mtmovie/status/823859097921462272>

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

14 2.8 กราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตสามารถเป็นพื้นที่กิจกรรมได้ *



กราฟฟิตี้ในเมืองคาร์คิฟ ประเทศเยอรมนี
ที่มา <https://steemit.com/art/@arnobtogor25>

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

15 2.9 คุณเคยกัมปฏิสัมพันธ์กับกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต เช่น ถ่ายรูป *



กราฟฟิตี้หน้าสถานีทูตโปรตุเกส
ที่มา <https://tcompanion.com/TravellersCompanion/secretcontent/19>

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

16 2.10 คุณอยากท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อดูกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต *



ภาพกราฟฟิตี ซอย จุฬา 48 โครงการ Chula art town
ที่มา <https://thestandard.co/chula-art-town/>

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

17 2.11 คุณอยากให้มีพื้นที่ที่สามารถใช้เวลากับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตได้นานขึ้นเช่นร้านกาแฟ *



Strasbourg France, 2019
ที่มา อ.ดร. สิริรัตน์ เสรีรัตน์

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำในเมืองน่าอยู่

18 2.12 คุณคิดว่ากราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีส่วนทำให้ค้าขายดีขึ้น *



กราฟฟิตีร้านค้าในเมืองโบโกดา
ที่มา thecuriousadventurer

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำในเมืองน่าอยู่

19 2.13 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีส่วนทำให้ร้านค้าเพิ่มมากขึ้น *



wakefield western gate, UK. 2019
ที่มา อ.ดร. สิทธิศน์ เสรีรัตน์

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

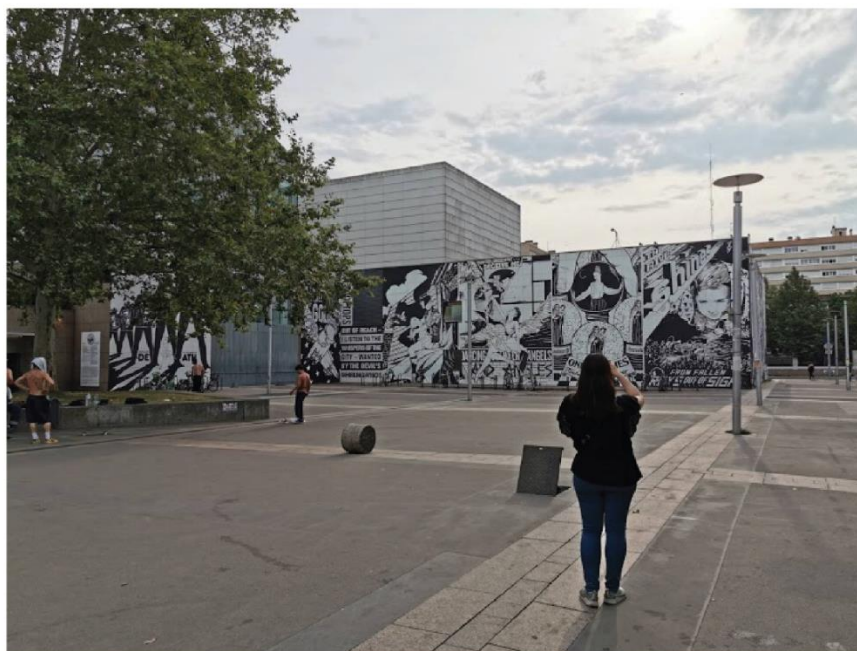
1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

20 2.14 คุณพึงพอใจกับความสวยงามของกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต *



Strasbourg France. 2019
ที่มา อ.ดร. สิริรัตน์ เสรีรัตน์

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

21 2.15 ถ้าคุณเป็นคนในชุมชน คุณรู้สึกภาคภูมิใจกับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในชุมชนของตัวเอง *



กราฟฟิตีริมคลองแสนแสบ

ที่มา <https://www.bloggang.com/m/viewdiary.php?id=rudee&month=01-2019&date=19&group=7&gblog=2>
ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

- 22 2.16 คุณอยากให้กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตใหม่ๆเกิดขึ้นมากขึ้นในชุมชน ไม่ว่าจะป็นกราฟฟิตีชิ้นใหม่หรือแทนที่ของเดิม *



กราฟฟิตีเมืองสตาแวนเกอร์ ประเทศนอร์เวย์
ที่มา Brian Tallman

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งช่อง

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. การมีส่วนร่วมในการทำกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต
กรุณาแสดงความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการทำกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

23 3.1 คุณเคยมีประสบการณ์หรือมีส่วนในการทำงานศิลปะบนกำแพงในรูปแบบไหนบ้าง (เลือกได้หลายคำตอบ) *

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- ลงมือวาดกราฟฟิตีหรือสตรีทอาร์ต
- เป็นเจ้าของสถานที่และอนุญาตให้ทำกราฟฟิตีในพื้นที่
- ระดมทุน
- สนับสนุนเรื่องสถานที่, อุปกรณ์
- ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร
- เทียบชม
- ถ่ายภาพ
- ใช้สถานที่ เช่น พบปะ, จัดกิจกรรม
- ไม่เคยมีส่วนร่วม

อื่นๆ: _____

24 3.2 คุณเคยมีประสบการณ์หรือมีส่วนในการทำงานศิลปะบนกำแพงมากี่ครั้ง *

25 3.3 คุณสนใจที่จะมีส่วนร่วมในโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต *

ทำเครื่องหมายเพียงหนึ่งข้อ

- ใช่
- ไม่ใช่

8/6/2020

ทัศนคติและการรับรู้ต่อกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในการทำให้เมืองน่าอยู่

26 3.4 หากคุณสนใจที่จะมีส่วนร่วม คุณอยากมีส่วนร่วมในรูปแบบใด (เลือกได้หลายคำตอบ) *

(เลือกได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- ลงมือวาดกราฟฟิตี้หรือสตรีทอาร์ต
- ระดมทุน
- เดินเที่ยวและบันทึกภาพ
- สนับสนุนเรื่องสถานที่, อุปกรณ์
- ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร
- ไม่ต้องการมีส่วนร่วม

อื่นๆ: _____

เนื้อหานี้มีได้ถูกสร้างขึ้นหรือรับรองโดย Google

Google ฟอรัม

ค. แบบสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในพื้นที่ตัวอย่าง

การศึกษาการทำให้องค์กรมีชีวิตชีวาด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายใต้บริบทไทย

คำถามประกอบการสัมภาษณ์ เรื่อง กระบวนการฟื้นฟูเมืองด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

ประเด็นคำถามมีอยู่ 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เล่าประสบการณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ก. บทบาท ข. รายละเอียดโครงการและการมีส่วนร่วม ค. ผลการดำเนินงาน ง. ผลลัพธ์ต่อสังคมเมือง

ส่วนที่ 2 เปรียบเทียบการทำงานกราฟฟิตีในบริบทที่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 3 โปรตุเกสแสดงความคิดเห็นและบทเรียนที่ได้จากการทำงานด้านนี้

ถาม 1 ในฐานะที่ท่านเป็นผู้มีประสบการณ์ด้านการจัดทำกราฟฟิตีหรือสตรีทอาร์ตในโครงการการทำให้องค์กรมีชีวิตชีวาหรือทำให้เมืองมีชีวิตชีวา ช่วยบอกเล่าความเป็นมาและประสบการณ์ในการใช้กราฟฟิตีเป็นหนึ่งในเครื่องมือการทำงาน

1.1 บทบาท/หน้าที่/การงานผู้ให้สัมภาษณ์ (Background)

1.2 ชื่อโครงการ.....

1.3 รายละเอียดโครงการ (ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ จำนวนเท่าไร อย่างไร)

- 1) ชื่อโครงการ /ที่ตั้ง
- 2) ความเป็นมา
- 3) เป้าหมาย วัตถุประสงค์ และแนวคิด
- 4) แผน ฝั่ง และแบบ
- 5) ขั้นตอนการดำเนินการ
- 6) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการมีส่วนร่วม (ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ จำนวนเท่าไร อย่างไร)

1.4 ผลการดำเนินการและผลลัพธ์ต่อสังคมเมือง

คำถาม 2 จากประสบการณ์ของท่าน การทำงานกราฟฟิตีในบริบทที่ต่างกันมีความยากง่ายแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร เช่น พื้นที่เมืองเก่า พื้นที่ริ้วทาง พื้นที่พาณิชย์ยกรรม พื้นที่ธุรกิจ พื้นที่อุตสาหกรรม พื้นที่อยู่อาศัยเสื่อมโทรม

คำถาม 3 โปรตุเกสแสดงความคิดเห็นหรือข้อสังเกตที่ท่านได้บทเรียนจากการทำงานในลักษณะนี้

ง. ตารางข้อมูลแบบสอบถามบุคคลทั่วไป

ข้อมูลบุคคลทั่วไป	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	211	36.89
หญิง	361	63.11
รวม	572	100
อายุ		
18 - 29 ปี	176	30.77
30 - 39 ปี	172	30.07
40 - 49 ปี	135	23.60
50 - 59 ปี	51	8.92
60 ปีขึ้นไป	38	6.64
รวม	572	100
การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	31	5.42
ปริญญาตรี	260	45.45
ปริญญาโท	207	36.19
ปริญญาเอก	74	12.94
รวม	572	100
อาชีพ		
เจ้าหน้าที่ราชการ	89	15.56
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	4.02
พนักงานบริษัท	176	30.77
รับจ้าง	26	4.55
ค้าขาย / กิจการส่วนตัว	100	17.48
นักเรียน / นักศึกษา	72	12.59
อื่น ๆ	86	15.03
รวม	572	100
รายได้		
น้อยกว่า 10,000	62	10.84
10,001 - 15,000 บาท	44	7.69
15,001 - 20,000 บาท	60	10.49
20,001 - 25,000 บาท	46	8.04
25,001 - 30,000 บาท	52	9.09
มากกว่า 30,000 บาท	308	53.85
รวม	572	100

จ. ตารางข้อมูลทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตของบุคคลทั่วไป

ข้อมูลทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต	ความถี่	ร้อยละ
ข้อ 1 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เมืองมีเสน่ห์		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	10	1.75
2 (ไม่เห็นด้วย)	18	3.15
3 (เฉยๆ)	88	15.38
4 (เห็นด้วย)	214	37.41
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	242	42.31
ข้อ 2 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เมืองมีเอกลักษณ์		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	8	1.40
2 (ไม่เห็นด้วย)	19	3.32
3 (เฉยๆ)	66	11.54
4 (เห็นด้วย)	212	37.06
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	267	46.68
ข้อ 3 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตช่วยให้คุณรับรู้และจดจำตำแหน่งสถานที่ในชุมชนได้		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	7	1.22
2 (ไม่เห็นด้วย)	17	2.97
3 (เฉยๆ)	63	11.01
4 (เห็นด้วย)	191	33.39
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	294	51.40
ข้อ 4 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตช่วยถ่ายทอดเรื่องราวประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของย่าน		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	9	1.57
2 (ไม่เห็นด้วย)	20	3.50
3 (เฉยๆ)	77	13.46
4 (เห็นด้วย)	187	32.69
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	279	48.78
ข้อ 5 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้เมืองที่เคยทรุดโทรมน่าอยู่ขึ้นโดยไม่ต้องใช้งบประมาณมากเกินไป		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	13	2.27
2 (ไม่เห็นด้วย)	26	4.55
3 (เฉยๆ)	92	16.08
4 (เห็นด้วย)	194	33.92
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	247	43.18
ข้อ 6 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตสามารถทำให้เมืองมีชีวิตชีวา		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	7	1.22
2 (ไม่เห็นด้วย)	27	4.72
3 (เฉยๆ)	75	13.11
4 (เห็นด้วย)	189	33.04
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	274	47.90

ข้อมูลทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต (ต่อ)	ความถี่	ร้อยละ
ข้อ 7 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตช่วยแก้ปัญหาถนนหรือซอยเปลี่ยว เนื่องจากความสวยงามและดึงดูดให้คนสนใจแวะเวียนหรือเดินผ่านมากขึ้น		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	22	3.85
2 (ไม่เห็นด้วย)	57	9.97
3 (เฉยๆ)	130	22.73
4 (เห็นด้วย)	178	31.12
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	185	32.34
ข้อ 8 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตสามารถเป็นพื้นที่กิจกรรมได้		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	4	0.70
2 (ไม่เห็นด้วย)	7	1.22
3 (เฉยๆ)	64	11.19
4 (เห็นด้วย)	192	33.57
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	305	53.32
ข้อ 9 คุณอยากมีปฏิสัมพันธ์กับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต เช่น ถ่ายรูป		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	7	1.22
2 (ไม่เห็นด้วย)	13	2.27
3 (เฉยๆ)	87	15.21
4 (เห็นด้วย)	156	27.27
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	309	54.02
ข้อ 10 คุณอยากท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อดูกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	14	2.45
2 (ไม่เห็นด้วย)	19	3.32
3 (เฉยๆ)	144	25.17
4 (เห็นด้วย)	167	29.20
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	228	39.86
ข้อ 11 คุณอยากให้มีพื้นที่ที่สามารถใช้เวลาไปกับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตได้นานขึ้นเช่น ร้านกาแฟ		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	9	1.57
2 (ไม่เห็นด้วย)	26	4.55
3 (เฉยๆ)	133	23.25
4 (เห็นด้วย)	179	31.29
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	225	39.34
ข้อ 12 คุณคิดว่ากราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีส่วนทำให้ค้าขายดีขึ้น		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	6	1.05
2 (ไม่เห็นด้วย)	28	4.90
3 (เฉยๆ)	110	19.23
4 (เห็นด้วย)	228	39.86
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	200	34.97

ข้อมูลทัศนคติและการรับรู้ที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต (ต่อ)	ความถี่	ร้อยละ
ข้อ 13 กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีส่วนทำให้ร้านค้าเพิ่มมากขึ้น		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	9	1.57
2 (ไม่เห็นด้วย)	29	5.07
3 (เฉยๆ)	152	26.57
4 (เห็นด้วย)	202	35.31
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	180	31.47
ข้อ 14 คุณพึงพอใจกับความสวยงามของกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	5	0.87
2 (ไม่เห็นด้วย)	20	3.50
3 (เฉยๆ)	92	16.08
4 (เห็นด้วย)	224	39.16
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	231	40.38
ข้อ 15 ถ้าคุณเป็นคนในชุมชน คุณรู้สึกภาคภูมิใจกับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในชุมชนของตนเอง		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	11	1.92
2 (ไม่เห็นด้วย)	30	5.24
3 (เฉยๆ)	137	23.95
4 (เห็นด้วย)	201	35.14
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	193	33.74
ข้อ 16 คุณอยากให้กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตใหม่ๆเกิดขึ้นมากขึ้นในชุมชน ไม่ว่าจะเป็กราฟฟิตีชิ้นใหม่หรือแทนที่ของเดิม		
1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	12	2.10
2 (ไม่เห็นด้วย)	26	4.55
3 (เฉยๆ)	132	23.08
4 (เห็นด้วย)	191	33.39
5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)	211	36.89

ฉ. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยเครื่องมือทางสถิติ

1) ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ การรับรู้ที่มีต่อกราฟพีดีและสตรีทอาร์ต

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Gender * Perception	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

Gender * Perception Crosstabulation

Count

		Perception									Total
		.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	
Gender	1.00	1	9	12	39	17	84	11	10	28	211
	2.00	2	20	21	87	26	117	23	19	46	361
Total		3	29	33	126	43	201	34	29	74	572

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.960 ^a	8	.762
Likelihood Ratio	4.991	8	.758
Linear-by-Linear Association	.877	1	.349
N of Valid Cases	572		

a. 2 cells (11.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.11.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.093	.762
N of Valid Cases		572	

2) ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ การรับรู้ที่มีต่อกราฟพีดีและสตรีทอาร์ต

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Age * Perception	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

Age * Perception Crosstabulation

Count

		Perception									Total
		.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	
Age	1.00	1	4	5	36	10	72	12	8	28	176
	2.00	0	6	9	30	12	66	15	10	24	172
	3.00	1	7	9	37	12	42	4	5	18	135
	4.00	0	5	5	14	6	15	2	4	0	51
	5.00	1	7	5	9	3	6	1	2	4	38
Total		3	29	33	126	43	201	34	29	74	572

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	60.924 ^a	32	.002
Likelihood Ratio	62.452	32	.001
Linear-by-Linear Association	26.539	1	.000
N of Valid Cases	572		

a. 16 cells (35.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .20.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.310	.002
N of Valid Cases		572	

3) ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับ การรับรู้ที่มีต่อกราฟพีดีและสตรีทอาร์ต

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Education * Perception	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

Education * Perception Crosstabulation											
Count		Perception									Total
		.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	
Education	.00	1	4	2	11	4	3	0	2	4	31
	1.00	1	16	18	55	15	93	17	9	36	260
	2.00	1	9	9	46	16	81	10	12	23	207
	3.00	0	0	4	14	8	24	7	6	11	74
Total		3	29	33	126	43	201	34	29	74	572

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	35.518 ^a	24	.061
Likelihood Ratio	39.432	24	.025
Linear-by-Linear Association	6.433	1	.011
N of Valid Cases	572		

a. 14 cells (38.9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .16.

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.242	.061
N of Valid Cases		572	

4) ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการรับรู้ที่มีต่อกราฟพีดีและสตรีทอาร์ต

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Income * Perception	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

Income * Perception Crosstabulation											
Count		Perception									Total
		.00	1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	6.00	7.00	8.00	
Income	1.00	0	4	1	14	3	25	2	2	11	62
	2.00	1	3	3	13	3	12	2	2	5	44
	3.00	0	3	6	11	2	23	5	2	8	60
	4.00	0	3	2	7	4	21	3	1	5	46
	5.00	0	4	3	12	4	18	2	5	4	52
	6.00	2	12	18	69	27	102	20	17	41	308
Total		3	29	33	126	43	201	34	29	74	572

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	26.856 ^a	40	.945
Likelihood Ratio	27.653	40	.930
Linear-by-Linear Association	.038	1	.846
N of Valid Cases	572		

a. 31 cells (57.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .23.

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.212	.945
N of Valid Cases		572	

5) ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้ค้าขายดีขึ้น

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Occupation * ค้าขายดีขึ้น	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

Occupation * ค้าขายดีขึ้น Crosstabulation							
Count		ค้าขายดีขึ้น					Total
		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
Occupation	1.00	0	2	10	40	37	89
	2.00	1	1	2	7	12	23
	3.00	3	5	43	69	56	176
	4.00	0	0	5	9	12	26
	5.00	1	11	19	40	29	100
	6.00	0	4	15	23	30	72
	7.00	1	5	16	40	24	86
Total		6	28	110	228	200	572

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	34.896 ^a	24	.070
Likelihood Ratio	35.973	24	.055
Linear-by-Linear Association	4.299	1	.038
N of Valid Cases	572		

a. 14 cells (40.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .24.

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.240	.070
N of Valid Cases		572	

6) ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ กับ กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตทำให้ร้านค้าเพิ่มขึ้น

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Occupation * ร้านค้าเพิ่มขึ้น	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

Occupation * ร้านค้าเพิ่มขึ้น Crosstabulation							
Count		ร้านค้าเพิ่มขึ้น					Total
		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
Occupation	1.00	1	3	20	38	27	89
	2.00	1	0	3	9	10	23
	3.00	5	9	44	59	59	176
	4.00	0	0	10	5	11	26
	5.00	0	10	30	33	27	100
	6.00	1	3	23	21	24	72
	7.00	1	4	22	37	22	86
Total		9	29	152	202	180	572

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27.869 ^a	24	.266
Likelihood Ratio	30.951	24	.155
Linear-by-Linear Association	1.464	1	.226
N of Valid Cases	572		

a. 12 cells (34.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .36.

Symmetric Measures			
		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.216	.266
N of Valid Cases		572	

7) ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการมีส่วนร่วม กับ ความพึงพอใจที่มีต่อกราฟพีดีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ประสบการณ์ * พอใจ	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

ประสบการณ์ * พอใจ Crosstabulation

Count

		พอใจ					Total
		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ประสบการณ์	.00	3	7	35	61	33	139
	1.00	0	7	33	85	101	226
	2.00	1	4	17	56	64	142
	3.00	0	1	5	18	24	48
	4.00	1	1	0	4	8	14
	5.00	0	0	1	0	1	2
	7.00	0	0	1	0	0	1
Total		5	20	92	224	231	572

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	47.908 ^a	24	.003
Likelihood Ratio	47.220	24	.003
Linear-by-Linear Association	11.871	1	.001
N of Valid Cases	572		

a. 20 cells (57.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .01.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.278	.003
N of Valid Cases	572	

8) ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการมีส่วนร่วม กับ ความภาคภูมิใจในชุมชนที่มีกราฟพีดีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
ประสบการณ์ * ภูมิใจ	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

ประสบการณ์ * ภูมิใจ Crosstabulation

Count

		ภูมิใจ					Total
		1.00	2.00	3.00	4.00	5.00	
ประสบการณ์	.00	5	11	44	47	32	139
	1.00	2	12	56	76	80	226
	2.00	1	6	28	53	54	142
	3.00	1	0	6	22	19	48
	4.00	2	0	3	3	6	14
	5.00	0	1	0	0	1	2
	7.00	0	0	0	0	1	1
Total		11	30	137	201	193	572

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	48.401 ^a	24	.002
Likelihood Ratio	42.407	24	.012
Linear-by-Linear Association	11.522	1	.001
N of Valid Cases	572		

a. 20 cells (57.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .02.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	.279	.002
N of Valid Cases	572	

9) ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับ ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีท

อาร์ต

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Gender * สันใจ	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

Gender * สันใจ Crosstabulation

Count

	สันใจ	Total	
		.00	1.00
Gender 1.00	93	118	211
Gender 2.00	118	243	361
Total	211	361	572

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	7.419 ^a	1	.006		
Continuity Correction ^b	6.938	1	.008		
Likelihood Ratio	7.361	1	.007		
Fisher's Exact Test				.007	.004
Linear-by-Linear Association	7.406	1	.006		
N of Valid Cases	572				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 77.83.
b. Computed only for a 2x2 table

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.113	.006
N of Valid Cases		572	

10) ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับ ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีท

อาร์ต

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Age * สันใจ	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

Age * สันใจ Crosstabulation

Count

	สันใจ	Total	
		.00	1.00
Age 1.00	52	124	176
Age 2.00	79	93	172
Age 3.00	48	87	135
Age 4.00	16	35	51
Age 5.00	16	22	38
Total	211	361	572

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	11.330 ^a	4	.023
Likelihood Ratio	11.310	4	.023
Linear-by-Linear Association	.699	1	.403
N of Valid Cases	572		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14.02.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.139	.023
N of Valid Cases		572	

11) ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับ ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Education * สุนัข	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

Education * สุนัข Crosstabulation

Count

		สุนัข		Total
		.00	1.00	
Education	.00	10	21	31
	1.00	97	163	260
	2.00	70	137	207
	3.00	34	40	74
Total		211	361	572

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.752 ^a	3	.290
Likelihood Ratio	3.697	3	.296
Linear-by-Linear Association	.880	1	.348
N of Valid Cases	572		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 11.44.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.081	.290
N of Valid Cases		572	

12) ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับ ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต



Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Occupation * สุนัข	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

Occupation * สุนัข Crosstabulation

Count

		สุนัข		Total
		.00	1.00	
Occupation	1.00	30	59	89
	2.00	7	16	23
	3.00	70	106	176
	4.00	16	10	26
	5.00	41	59	100
	6.00	20	52	72
	7.00	27	59	86
Total		211	361	572

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.621 ^a	6	.049
Likelihood Ratio	12.443	6	.053
Linear-by-Linear Association	.542	1	.462
N of Valid Cases	572		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8.48.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.147	.049
N of Valid Cases		572	

13) ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ กับ ความสนใจที่จะมีส่วนร่วมกับโครงการกราฟฟิตีและ
สตรีทอาร์ต

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Income * สนใจ	572	100.0%	0	0.0%	572	100.0%

Income * สนใจ Crosstabulation

Count

		สนใจ		Total
		.00	1.00	
Income	1.00	18	44	62
	2.00	18	26	44
	3.00	13	47	60
	4.00	16	30	46
	5.00	26	26	52
	6.00	120	188	308
Total		211	361	572

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	12.416 ^a	5	.030
Likelihood Ratio	12.836	5	.025
Linear-by-Linear Association	3.606	1	.058
N of Valid Cases	572		

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 16.23.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.146	.030
N of Valid Cases		572	

ข. ตารางผู้ให้สัมภาษณ์โครงการกราฟฟิตีในย่านสยาม

ผู้ให้สัมภาษณ์	นาย ประชาน โกมลหิรัญย์ ผู้ก่อตั้งกลุ่ม Spray brush
ผู้สัมภาษณ์	นาย ณพัชร สุวรรณกิจ
วันที่	5 มิถุนายน 2563
เวลา	16:00 น.
ระยะเวลา	36 นาที 12 วินาที
สถานที่	W District พระโขนง กรุงเทพฯ

การสัมภาษณ์คุณประชาน โกมลหิรัญย์ เจ้าของกลุ่ม Spray brush

คุณประชาน โกมลหิรัญย์ เป็นผู้ก่อตั้งและเป็นเจ้าของเว็บไซต์ Spray brush เว็บไซต์ของกลุ่มผู้จัดโครงการกราฟฟิตีและเขียนบทความ ข่าวสารเกี่ยวกับกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ตในประเทศไทย ซึ่งเป็นผู้จัดทำโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 โครงการกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายในบริเวณสวนเฉลิมหล้า เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร

1) รายละเอียดในโครงการ

โครงการ Meeting of styles Thailand 2018 เป็นโครงการสตรีทอาร์ตที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างเป็นพื้นที่ทางศิลปะ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว เพิ่มกิจกรรมในพื้นที่ดังกล่าวให้มีคนมาใช้มากขึ้น ซึ่งมีแนวคิดในงานเกี่ยวกับประเทศไทย คือการนำจุดเด่น สัญลักษณ์ของประเทศไทยมานำเสนอผ่านผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต

“ก่อนหน้านั้นมีคนเขาก็ลืกลบไปพันมาก่อนแล้ว ตั้ง 10 -15 ปีแล้ว งานครั้งนี้จะจัดให้เป็นเปิดเผยมากขึ้นจริงจังมากขึ้น โดยมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่นั้นมากขึ้น ทั้งเวิร์คชอป สอนงานศิลปะ มีกิจกรรมวาดรูปต่าง ๆ จากลูกค้าที่มาเปิดบูทในโครงการ”

2) ขั้นตอนกระบวนการในโครงการ

กระบวนการการจัดทำโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 มีขั้นตอนหลักๆอยู่ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผนกระบวนการทำงาน โครงการนี้เริ่มจากบริษัท สยามกลการ จัดหากลุ่มผู้จัดอย่างกลุ่ม Spray brush ให้จัดทำโครงการที่เกี่ยวกับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต และกลุ่ม Spray brush เป็นผู้ร่างแผนงาน กำหนดการณ์ต่าง ๆ ออกแบบรูปแบบต่าง ๆ ภายในโครงการเพื่อเสนอกับทางบริษัท สยามกลการ และเจ้าของพื้นที่ที่ได้เลือกไว้ในเรื่องของการดำเนินงานภายในโครงการ การคัดเลือกพื้นที่จัดทำโครงการ การหาศิลปินและผู้สนับสนุนในโครงการ และการประชาสัมพันธ์

2. การเลือกพื้นที่จัดทำโครงการ กลุ่ม Spray brush ได้เริ่มจากการสำรวจพื้นที่สำหรับจัดทำโครงการสำรวจอาคาร สภาพแวดล้อมภายในชุมชนต่าง ๆ เพื่อคัดเลือกพื้นที่ และเสนอให้กับบริษัท สยามกลการ

“โครงการในพื้นที่ราชเทวี เป็นงานในรูปแบบที่เราเป็นคนหาพื้นที่เอง และเรารู้จักกับคนที่เคยทำงานในพื้นที่เหล่านี้มากมาย มันก็เลยเกิดการรวมตัวกัน และเราก็คุยกับสำนักงานเขตราชเทวีว่าเราต้องการจะปรับพื้นที่ตรงนี้ให้เป็นแหล่งงานศิลปะ”

3. การหาศิลปินมาร่วมโครงการ เนื่องจากกลุ่ม Spray brush เป็นกลุ่มผู้จัดโครงการกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตที่เป็นที่รู้จักกันในหมู่นักที่สนใจงานกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต จึงรู้จักกับศิลปินกราฟฟิตี้อย่างมากมาย ในการหาศิลปินนั้นกลุ่ม Spray brush ได้เชิญศิลปินที่รู้จักและมีชื่อเสียงมาร่วมโครงการ และได้ประกาศเปิดรับสมัครศิลปินกราฟฟิตี้ทางเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ให้มาร่วมสร้างผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายในพื้นที่ราชเทวี เพื่อเปิดโอกาสให้ศิลปินหน้าใหม่มาแสดงผลงานของตนเอง โดยมีการสัมภาษณ์และดูผลงานของศิลปินก่อนที่จะรับเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการ

4. การประชาสัมพันธ์ นอกจากการประกาศรับสมัครศิลปินมาร่วมโครงการแล้ว กลุ่ม Spray brush ได้ทำสื่อเพื่อหาผู้สนับสนุนโครงการ โดยมีผู้สนับสนุนเป็นรองเท้า Gold city และสินค้าแฟชั่นยี่ห้ออื่น ๆ จากนั้นทำการประชาสัมพันธ์โครงการ Meeting of styles Thailand 2018 เพื่อให้มีคนที่มาเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการ โดยมีสื่อมวลชนเข้ามาทำข่าวเกี่ยวกับโครงการนี้ด้วย

5. การดำเนินโครงการ ภายในโครงการนั้นทางผู้จัด (ทั้งกลุ่ม Spray brush และบริษัท สยามกลการ) ได้กำหนดขอบเขตและโจทย์ในการสร้างผลงานให้แก่ศิลปิน เพื่อควบคุมผลงานให้เป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งโจทย์ในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 คือความเป็นไทย ศิลปินกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตทำการตกลงกันเองในการเลือกตำแหน่งอาคารและแนวคิดในการทำกราฟฟิตี้ โดยหยิบนำสัญลักษณ์ หรือวัฒนธรรมความเป็นไทยมาถ่ายทอดลงบนกำแพงโดยที่ยังคงอัตลักษณ์ของศิลปิน ซึ่งทางสำนักงานเขตราชเทวีได้จัดเตรียมอุปกรณ์นั่งร้านแก่ศิลปิน ภายในโครงการประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดเวิร์คช็อปสอนศิลปะภายในชุมชน การเปิดดนตรี เปิดร้านค้าภายในงาน ให้ผู้เข้าชมสามารถเยี่ยมชมและมีส่วนร่วมกิจกรรมภายในงาน มีการถ่ายทำบรรยากาศภายในโครงการ

ผู้ให้สัมภาษณ์	นาย เดอล ฮอร์แกน (นามปากกา Bigdel)
ผู้สัมภาษณ์	นาย ณพัชร สุวรรณกิจ
วันที่	9 มิถุนายน 2563
เวลา	15:00 น.
ระยะเวลา	56 นาที 33 วินาที
สถานที่	ร้านกาแฟสตาร์บัคส์ สาขา สยามสแควร์วัน

การสัมภาษณ์คุณเดอล ฮอร์แกน (Bigdel)

คุณเดเอล ฮอร์แกน มีชื่อเล่นว่า เดล หรือชื่อในวงการว่า Bigdel เป็นศิลปินกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่มีชื่อเสียงและมีผลงานที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ โดยมีบทบาทเป็นศิลปินในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 ในพื้นที่ราชเทวีและ Chula art town

1) รายละเอียดในโครงการ

โครงการ Meeting of styles Thailand 2018 เป็นโครงการสตรีทอาร์ตที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างเป็นพื้นที่ทางศิลปะ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว เพิ่มกิจกรรมในพื้นที่ดังกล่าวให้มีคนมาใช้มากขึ้น ซึ่งมีแนวคิดในงานเกี่ยวกับประเทศไทย คือการนำจุดเด่น สัญลักษณ์ของประเทศไทยมานำเสนอผ่านผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ซึ่งคุณเดเอลรู้จักกันดีกับกลุ่ม Spray brush จึงได้รับการเชิญชวนให้มาร่วมเป็นศิลปินภายในโครงการ

2) ขั้นตอนกระบวนการในโครงการ

เมื่อได้รับการเชิญชวนจากทาง Spray brush ให้มาร่วมโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 คุณเดเอลมีขั้นตอนในการทำงาน ดังนี้

1. รับหัวข้อในการสร้างผลงานกราฟฟิตี้ในโครงการ
2. ปรึกษากับศิลปินท่านอื่น ๆ ในการเลือกพื้นที่สร้างผลงาน และวางแผนในการวาด
3. ร่างแบบก่อนที่จะวาดลงในพื้นที่จริง ซึ่งแนวคิดของผลงานก็คือขนมไทย และผสมกับการเขียนชื่อของตัวศิลปินที่เป็นรูปแบบผลงานประจำตัวศิลปิน
4. สร้างผลงานกราฟฟิตี้บนอาคารที่ทาง Spray brush จัดเตรียมไว้และได้ตกลงกับศิลปินท่านอื่นไว้แล้ว โดยใช้เวลา 2 วันในการสร้างผลงาน

3) การมีส่วนร่วมภายในโครงการ

คุณเดเอลได้มาร่วมงานในบทบาทของศิลปิน ก็ได้รับการสนับสนุนจากผู้มีส่วนร่วม ดังนี้

1. กลุ่ม Spray brush ที่เป็นผู้เชิญชวนให้ร่วมโครงการและเป็นผู้ประสานงานภายในโครงการ
2. สำนักงานเขตราชเทวีในการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างนั่งร้าน
3. ศิลปิน มีส่วนช่วยในการวางแผน ร่างแบบผลงาน
4. ATM Spray, บริษัท ดีเอชเอ สยามวาลา จำกัด, สี Loop, สี TOA และ TVB spray เป็นผู้สนับสนุนโครงการในด้านอุปกรณ์และสีแก่ศิลปินในการทำกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต
5. ประชาชนในชุมชนเป็นผู้สนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างอาหารและเครื่องดื่ม และการมีปฏิสัมพันธ์กับศิลปิน

4) อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ

การทำงานในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 ของคุณเดเอลนั้น คุณเดเอลบอกว่าไม่พบอุปสรรคหรือปัญหาใด ๆ ในการทำงาน เพราะได้รับการช่วยเหลือจากทางสำนักงานเขตราชเทวีและคนในชุมชนในการจัดการพื้นที่ การเก็บรักษาผลงานที่ยังทำไม่เสร็จ

5) ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ

ผลตอบรับที่ได้จากการเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 ของคุณเดเอลคือได้รับความเข้าใจที่มีต่อกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตของคนในชุมชน

“เดิมทีภาพลักษณ์ของสีสเปรย์ถูกมองเป็นภาพลบ เป็นสัญลักษณ์ของความสกปรกของอาคาร แต่เมื่อประชาชนได้เห็นถึงกระบวนการ ความตั้งใจและความจริงจังในการทำงานที่ไม่ใช่แค่เพียงจะมาพ่นสีสเปรย์บนกำแพง ประชาชนก็ยอมรับ พอใจ และสนใจในกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต”

“ราชเทวีเป็นแลนด์มาร์คของนักเขียนกราฟฟิตีหรือสตรีทอาร์ตด้วยผสมกัน เวลาที่ต่างชาติมาบ้านเราเขาจะมาซื้อสีตรงที่หอศิลป์ ผมมีเยอะมากเพื่อนต่างชาติที่มาบ้านเราแล้วอยากมาพ่น เขาก็จะทักมาถามที่ไหน ทุกคนก็จะรู้กันว่าที่นี่ตำรวจไม่จับ ตรงนี้ก็จะมีการพ่นทับไปทับมา และโครงการ Meeting of styles เป็นการล้างหมดเลยปิดโครงการทั้งหมดและทุกคนพ่นพร้อมกัน”

ผู้ให้สัมภาษณ์	นาย เอกรัฐ นาคอนุเคราะห์ (นามปากกา Asin)
ผู้สัมภาษณ์	นาย ณพัชร สุวรรณกิจ
วันที่	11 มิถุนายน 2563
เวลา	19:00 น.
ระยะเวลา	23 นาที 56 วินาที
สถานที่	สัมภาษณ์ออนไลน์ด้วยโปรแกรม ZOOM

การสัมภาษณ์คุณ เอกรัฐ นาคอนุเคราะห์ (Asin)

คุณเอกรัฐ นาคอนุเคราะห์ มีชื่อเล่นว่า อ่อง หรือชื่อในวงการว่า Asin เป็นศิลปินกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่มีชื่อเสียงและมีผลงานที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ซึ่งมีไ้เป็นสัญลักษณ์ประจำตัว โดยมีบทบาทเป็นศิลปินในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 ในพื้นที่ราชเทวีและ โครงการ Chula art town

1) รายละเอียดในโครงการ

โครงการ Meeting of styles Thailand 2018 เป็นโครงการสตรีทอาร์ตที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างเป็นพื้นที่ทางศิลปะ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว เพิ่มกิจกรรมในพื้นที่ดังกล่าวให้มีคนมาใช้มากขึ้น ซึ่งมีแนวคิดในงาน

เกี่ยวกับประเทศไทย คือการนำจุดเด่น สัญลักษณ์ของประเทศไทยมานำเสนอผ่านผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต ซึ่งคุณเอกรัฐได้รับการเชิญชวนจากศิลปินในวงการให้มาร่วมเป็นศิลปินภายในโครงการ

2) ขั้นตอนกระบวนการในโครงการ

เมื่อได้รับการเชิญชวนจากศิลปินกราฟฟิตีที่รู้จักกันมาและได้รับโจทย์ในการสร้างผลงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต คุณเอกรัฐก็วาดบนกำแพงที่ทางผู้จัดได้จากเตรียมไว้ให้ที่หน้างาน โดยได้พูดคุยกับศิลปินคนอื่นว่าจะหยิบแนวคิดอะไรในการนำเสนอในโครงการ โดยใช้เวลา 2 วันในการสร้างผลงาน แนวคิดของผลงานก็คือรำไทย โดยผสมกับการวาดรูปไก่ที่เป็นสัญลักษณ์ประจำตัวศิลปิน

3) การมีส่วนร่วมภายในโครงการ

คุณเอกรัฐได้มาร่วมงานในบทบาทของศิลปิน ก็ได้รับการสนับสนุนจากผู้มีส่วนร่วม ดังนี้

1. กลุ่ม Spray brush ที่เป็นผู้เชิญชวนให้ร่วมโครงการและเป็นผู้ประสานงานภายในโครงการ
2. สำนักงานเขตราชเทวี ที่เป็นผู้สนับสนุนในการจัดเตรียมผนังร้าน
3. ศิลปิน มีส่วนช่วยในการปรึกษาเรื่องแนวคิดในการสร้างผลงาน

“ให้ความรู้สึกเหมือนการทำงาน คือเมื่ออยู่หน้างานแล้วคุยกับคนที่พ่นใกล้ๆ ว่ามาพ่นด้วยกันมั๊ย? เป็นแนวคิดนี้มั๊ย? ซึ่งครั้งที่ทำคือกำแพงใหญ่ตรงสะพานหัวช้าง คนที่ทำกำแพงนั้นทั้งหมดต้องคุยกันว่าจะทำเป็นแนวคิดอะไร ก็ต้องไปตามทางเดียวกัน”

4. ATM Spray, บริษัท ดีเอสเอ สยามวาลา จำกัด, สี Loop, สี TOA และ TVB spray เป็นผู้สนับสนุนโครงการในด้านอุปกรณ์และสีแก่ศิลปินในการทำกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต

5. ประชาชนในชุมชนเป็นผู้สนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างอาหารและเครื่องดื่ม และการมีปฏิสัมพันธ์กับศิลปิน

4) อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ

การทำงานในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 อุปสรรคหลัก ๆ ก็คืออากาศร้อน และความเหนื่อยล้าจากการทำงานบนอาคารสูงที่ต้องขึ้นนั่งร้านหลายๆชั้น ต้องปีนขึ้นปีนลง บางทีเล็งไม่ได้ ไม่ชัวร์ก็ต้องลงจากนั่งร้านเพื่อดูและขึ้นไปพ่นใหม่ และด้วยโจทย์ที่เปิดกว้างเกินไป ทำให้สร้างความกดดันแก่ศิลปิน

“โจทย์มันเปิดอิสระให้เรา เราจะทำอะไรก็ได้ มันก็ยากในอีกแบบหนึ่ง อย่างโจทย์คือทำอะไรก็ได้ บางทีการทำอะไรก็ได้คือทำอะไร? อย่างโครงการ Meeting of styles โจทย์มันเปิด และพื้นที่เป็นที่ที่มีใครมาพ่นทับกันอยู่ตลอด โดยส่วนตัวอยากทำให้มันดี ให้มันสวยที่ขึ้น มันก็จะเริ่มยากขึ้นกับเรา”

5) ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ

ข้อสังเกตจากการเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 ของคุณเอกรัฐคือ “มันค่อนข้างอิสระ เหมือนกับการนัดเพื่อนไปเล่น มีการคุยกันหน้างานว่าจะทำกันแบบนี้ ไม่ได้ซีเรียสกันมาก เหมือนรวมกันพ่นสนุกๆ พบเจอกันตามชื่อ Meeting” และด้วยพื้นที่ราชเทวีเป็นพื้นที่ที่มีคนมาพ่นอยู่ตลอดเวลา ทำให้ต้องทำผลงานกราฟฟิตี้ให้ออกมาดีที่สุด เพื่อให้อยู่บนกำแพงได้นานที่สุด



ข. ตารางผู้ให้สัมภาษณ์โครงการกราฟฟิตีในย่านสยาม

ผู้ให้สัมภาษณ์	ศาสตราจารย์ดร.บุษกร บินทสันต์ คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้สัมภาษณ์	นาย ณพัชร สุวรรณกิจ
วันที่	5 มิถุนายน 2563
เวลา	10:00 น.
ระยะเวลา	24 นาที 23 วินาที
สถานที่	สัมภาษณ์ออนไลน์ด้วยโปรแกรม ZOOM

การสัมภาษณ์ศาสตราจารย์ ดร.บุษกร บินทสันต์

ศาสตราจารย์ดร.บุษกร บินทสันต์ คณบดีของคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้ริเริ่มโครงการ Chula art town โครงการย่านศิลปะที่ใช้กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งพื้นที่ในโครงการประกอบไปด้วยพื้นที่สยามแสควร์ และบริเวณสามย่าน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

1) รายละเอียดในโครงการ

“โครงการ Chula art town นั้นมีจุดเริ่มต้นจากการได้เยี่ยมชมงานกราฟฟิตีจากชุมชนจอร์จ ทาวน์ เมืองปีนัง ประเทศมาเลเซีย” โดยนำแนวคิดที่จะสร้างเมืองศิลปะมาเสนอกับสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (PMCU) ในการพัฒนาพื้นที่รอบจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (ได้แก่พื้นที่สยามแสควร์ สามย่าน และสวนหลวง) ให้เป็นย่านศิลปะ และเป็นโครงการที่จัดทำเพื่อฉลองวันครบรอบ 36 ปี คณะศิลปกรรมศาสตร์ โดยมีการรวมตัวกันระหว่างศิลปินกราฟฟิตีและสตรีทอาร์ต ศิษย์เก่าคณะศิลปกรรมศาสตร์ นักศึกษาฝึกงานจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์ในการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่ในชุมชนให้กลายเป็นเมืองศิลปะ

2) ขั้นตอนกระบวนการในโครงการ

กระบวนการจัดทำโครงการ Chula art town มีขั้นตอน ดังนี้

1. วางแผนรูปแบบของโครงการ Chula art town โดยมี อ.ดร.สิริธร ศรีชลาคม เป็นผู้กำกับฝ่ายศิลป์ให้กับโครงการ โดยวางแผนเรื่องกำหนดการภายในโครงการ การเลือกพื้นที่ การหาศิลปินมาสร้างผลงานกราฟฟิตีในแต่ละจุดของพื้นที่สยามแสควร์ พื้นที่สวนหลวง และพื้นที่สามย่าน

2. เลือกพื้นที่จัดทำโครงการ โดยนำเสนอโครงการแก่รองศาสตราจารย์ ดร.วิศณุ ทรัพย์สมพล รองอธิการบดี สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพื่อขอใช้พื้นที่ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในการจัดทำโครงการ และให้ทางสำนักงานได้คัดเลือกพื้นที่เพื่อจะทำงานกราฟฟิตีในโครงการ

3. การคัดเลือกศิลปิน โดยได้รับการสนับสนุนจากบริษัทอูโรเพนท์ (ATM Spray) ที่นอกจากสนับสนุนในด้านอุปกรณ์แล้ว ยังเป็นผู้เชิญศิลปินกราฟฟิตี้ที่มีชื่อเสียงในประเทศไทยมาร่วมโครงการ เนื่องจากบริษัทอูโรเพนท์มีประสบการณ์ในการจัดโครงการเกี่ยวกับกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตเพื่อชุมชนอยู่เป็นประจำ

4. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการให้แก่คนในย่านสวนหลวงและสามย่านทราบ และมีสื่อเข้ามาทำข่าวเกี่ยวกับโครงการ Chula art town

5. ดำเนินกิจกรรมในโครงการ แจกจ่ายพื้นที่ให้ศิลปินรับผิดชอบ โดยศิลปินต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับบรรยากาศโดยรอบชุมชน เพื่อให้ทำผลงานได้ตามโจทย์ที่ทางโครงการกำหนดให้ ซึ่งก็คือบรรยากาศโดยรอบของตำแหน่งที่ศิลปินคนนั้นได้รับมอบหมาย นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมสอนศิลปะให้แก่ประชาชนในชุมชน จัดเวิร์คชอปให้นิสิตสร้างผลงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ที่จัดสรรไว้ให้

3) การมีส่วนร่วมในโครงการ

โครงการ Chula art town มีผู้มีส่วนร่วมกับโครงการ ดังนี้

1. คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีบทบาทเป็นผู้ริเริ่มโครงการ ทำหน้าที่วางแผน เลือกพื้นที่จัดทำโครงการ ประชาสัมพันธ์ และดำเนินกิจกรรมภายในโครงการ
2. สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (PMCU) เป็นผู้จัดสรรพื้นที่ในการจัดทำโครงการ คัดเลือกพื้นที่และเจรจากับเจ้าของอาคารเพื่อขออนุญาตสร้างงานสตรีทอาร์ต
3. บริษัทอูโรพาทนิช (ATM Spray) เป็นผู้สนับสนุนในการเชิญศิลปินกราฟฟิตี้และสนับสนุนด้านอุปกรณ์และสีสเปรย์
4. บริษัททวิมกมลเป็นผู้สนับสนุนในการจัดเตรียมนั่งร้านและรถกระเช้า
5. ศิลปินกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตเป็นผู้สร้างผลงานภายในโครงการ
6. เจ้าของที่ดินและอาคารที่อนุญาตให้ศิลปินสร้างผลงานบนอาคารและแสดงความคิดเห็นต่อแบบร่างก่อนที่จะลงมือจริง
7. ประชาชนในพื้นที่สวนหลวงและพื้นที่สามย่านที่อำนวยความสะดวกให้แก่ศิลปิน

4) อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ

อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ Chula art town ประกอบไปด้วยเรื่องของสภาพอากาศที่ไม่สามารถทำงานกราฟฟิต์ในบทบาทของสตรีทอาร์ตบนอาคารได้ ความเสี่ยงของการทำงานกราฟฟิต์บนอาคารสูง

“เพราะว่าตึกเก่าณะ ก็ไม่รู้ว่ามีตัวที่ศิลปินไปยืนขึ้นสองอันนั้นยาก ไม่รู้ว่าจะหล่นมาหรือเปล่า มันมีความเสี่ยง ถึงได้บริษัทหนึ่งร้านมาก็จริง แต่ตึกสามชั้นที่อยากจะวาดบนชั้นสามก็ไม่กล้าทำ เพราะมีความเก่าของตึกที่มันยื่นออกมา”

และความไม่เข้าใจของคนในชุมชนที่มีต่อกราฟฟิต์ในบทบาทของสตรีทอาร์ต ซึ่งได้แก้ปัญหาด้วยการพูดคุยกับคนในชุมชน ได้นำเสนอผลงานและกระบวนการในการทำ จนประชาชนเข้าใจและให้การสนับสนุนโครงการ

5) ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ

“โครงการ Chula art town ได้เซ็นสัญญาทำ MOU กับบริษัทกุกเกิล ซึ่งได้รับการพิจารณาส่งไปที่กุกเกิล สำนักงานใหญ่ที่อังกฤษ” ในการนำโครงการ Chula art town มาลงในช่องทาง Google Arts & Culture ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันรวบรวมงานศิลปะจากทั่วโลก โดยนำเสนอในรูปแบบของภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว 360° และมีแผนในการต่อยอดให้โครงการ Chula art town เป็น Day & Night park ที่สามารถเยี่ยมชมได้ 24 ชั่วโมง และจะมีการติดตั้งงานประติมากรรมภายในพื้นที่และติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เป็นมากกว่าแคว้นศิลปะที่นำมาจัดแสดง มีการอบรมมอเตอร์ไซค์รับจ้างในการสัญจรเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินชมงานกราฟฟิต์ในบทบาทของสตรีทอาร์ต แต่โครงการนี้ถูกระงับชั่วคราวเนื่องจากสถานการณ์โควิด - 19 อย่างไรก็ตาม

“ข้อสังเกตที่ได้จากการทำโครงการ Chula art town คือชุมชนมีส่วนร่วมจึงจะสำเร็จ ถ้าเราอยู่ ๆ ไปทำอะไรให้เขา มันจะดูเป็นตัวประหลาด เพราะงั้นไม่ว่าจะทำอะไรก็ตามก็ต้องมีการพูดคุย มีการสัมภาษณ์ ทำยังไงก็ได้ให้เขาได้มีโอกาสออกความคิดเห็น”

ผู้ให้สัมภาษณ์	อ.ดร.สิริธร ศรีชลาคม รองคณบดีฝ่ายกิจการนิสิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้สัมภาษณ์	นาย ณพัชร สุวรรณกิจ
วันที่	8 มิถุนายน 2563
เวลา	14:00 น.
ระยะเวลา	29 นาที 2 วินาที
สถานที่	ร้านกาแฟสตาร์บัคส์ สาขา สามย่านมิตรทาวน์

การสัมภาษณ์ อ.ดร.สิริธร ศรีชลาคม

อ.ดร.สิริธร ศรีชลาคม รองคณบดีฝ่ายกิจการนิสิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวกให้กับโครงการ Chula art town ซึ่งพื้นที่ในโครงการประกอบไปด้วยพื้นที่สยามสแควร์

บริเวณสามย่าน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร และพื้นที่ Lido connect ที่เป็นส่วนเพิ่มเติมของโครงการซึ่งอยู่ใกล้เคียงกับพื้นที่สยามสแควร์

1) รายละเอียดในโครงการ

“โครงการ Chula art town เป็นจุดเริ่มต้นของโครงการ Art for community หรือ ART4C ที่จัดบริเวณอาคารชนชาติเก่าในพื้นที่สามย่าน (ซึ่งกลายเป็นร้านกาแฟ Class coffee ในภายหลัง) โดยภายในโครงการจะจัดสอนศิลปะให้กับคนในชุมชน การทำกิจกรรมศิลปะบำบัด และเปิดแกลอรีโดยศิลปินซึ่งศิลปินสามารถติดตั้งได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย แต่ต้องจัดกิจกรรมเพื่อคนในชุมชน โดยได้รับการสนับสนุนกับทาง Class coffee ผนวกกับวันครบรอบ 36 ปี คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย”

โดยมีการรวมตัวกันระหว่างศิลปินกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต นิสิตและศิษย์เก่าคณะศิลปกรรมศาสตร์ “มีวัตถุประสงค์ในการฟื้นฟูและพัฒนาพื้นที่ในชุมชนให้กลายเป็นเมืองศิลปะ สร้างแรงบันดาลใจให้คนในชุมชนด้วยศิลปะด้วยการถ่ายทอดวัฒนธรรมชุมชนในพื้นที่สามย่านและสวนหลวง และปรับปรุงพื้นที่อับสายตา พื้นที่สูญหรือในพื้นที่สยาม”

2) ขั้นตอนกระบวนการในโครงการ

1. วางแผนโครงการ ตั้งแต่การทำเรื่องขอใช้พื้นที่กับทางสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การหาศิลปิน หาผู้สนับสนุนโครงการ กำหนดการการทำงานของโครงการ

2. เลือกพื้นที่จัดทำโครงการ โดยนำเสนอโครงการกับรองศาสตราจารย์ ดร.วิศณุ ทรัพย์สมพล รองอธิการบดี สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเพื่ออนุมัติโครงการและจัดสรรพื้นที่สำหรับโครงการ

“การคัดเลือกพื้นที่ในโครงการ Chula art town นั้นจะเลือกพื้นที่ที่ไม่ติดเรื่องสัญญาและไม่มีแผนในกรทุบ ไม่มีการต่อเติมในระยะเวล่อีก 3 – 4 ปีข้างหน้า และเป็นจุดที่คนสามารถเห็นได้ไกลที่สุดระหว่างการสัญจร (สามารถขับรถผ่านได้โดยไม่ต้องหันกลับมามองอีก) และหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่มีรถจอดตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งในแง่ของการแสดงผลงานและการทำงาน โดยใช้เวลา 1 เดือนในการทำผังโครงการ”

โดยสำนักงานจัดการทรัพย์สินได้คัดเลือกพื้นที่และพูดคุยกับเจ้าของอาคารเพื่อขออนุญาตใช้พื้นที่จัดทำโครงการ

3. หาศิลปินสตรีทอาร์ตเข้าร่วมในโครงการ ซึ่งทางบริษัทโทรเฟนซ์และสี ATM ที่มีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตและมีช่องทางในการหาศิลปินเป็นผู้จัดหาศิลปิน โดยคัดเลือกศิลปินที่ไม่ทำงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการเมือง

“เป็นศิลปินที่มีลักษณะเป็นของตัวเอง มีจุดเด่นเป็นของตัวเอง แต่เราบอกแนวคิดแก่เขา เราจะบอกแนวคิดว่าเป็นพื้นที่สามย่านนะ แนวคิดของโครงการคือขยายความเป็นพื้นที่ชุมชนโบราณ มันก็จะภาพลักษณ์เกี่ยวกับชุมชนจีน มีรถแทรกเตอร์ มีอะไรแบบนี้ ที่จะแสดงความเป็นเชียงใหม่”

รูปแบบการทำงานของตัวเองที่โดดเด่น “โดยทางสี ATM จะช่วยปรึกษาในการจับศิลปินเข้ามาทำงานในแต่ละพื้นที่ตามความถนัด เช่น ศิลปินคนนั้นถนัดงานบนอาคารสูง ศิลปินคนนั้นถนัดงานออกแบบตัวอักษร ศิลปินคนนี้ทำงานคนเดียว” เพื่อจัดสรรพื้นที่และช่วงเวลาในการทำงานให้เหมาะสมกับศิลปิน แนวคิดของงานกราฟฟิตี้ในโครงการ Chula art town นี้คือให้ถ่ายทอดลักษณะและบริบทโดยรวมของพื้นที่ที่ได้รับมอบหมายในโครงการเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ แต่อย่างไรก็ตาม ศิลปินไม่สามารถถ่ายทอดหรือประชาสัมพันธ์ให้กับร้านใดร้านหนึ่งของพื้นที่นั้น ศิลปินจะต้องทำการศึกษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่ได้รับ ร่างแบบและเสนอให้กับทางสำนักงานจัดการทรัพย์สินฯ ในบางจุดที่เป็นกำแพงที่พิกอายจะช่วยให้เจ้าของอาคารดู เพื่อที่จะได้ลงมือจริงในกระบวนการต่อไป โดยเริ่มสร้างผลงานในเดือนเมษายน ปี 2562

“ตอนที่ทำในพื้นที่สวนหลวงสามย่านค่อนข้างอยู่ในแผนและไม่มีอะไรยับยั้ง ทันทึที่เราทำสามย่านใกล้ๆ เสร็จ เราก็จัดแถลงข่าว แล้วก็ช่วงที่ทำใกล้เสร็จ ก็ได้กำลังจะเสร็จ เนื่องจากคุณคุณพิชัย เพิ่มทรัพย์ศิริ (เจ้าของสี ATM) เป็นนักดนตรีในค่าย Loveis เขาก็เลยรู้จักกับภ พชรขำนิ (เจ้าของ Lido connect และเป็นนักร้องในค่าย Loveis) เขาก็เลยคุยกันเขาขอทำโครงการ Chula art town ในลิโดด้วย”

ซึ่งพื้นที่สยามจะมีงานของโครงการไม่เยอะ เนื่องจากหลายจุดเป็นพื้นที่ติดสัญญาเช่า จึงไม่มีกำแพงที่วางอยู่มาก ซึ่งแต่ละร้านก็มีการจ้างศิลปินมาทำอยู่แล้ว ทำให้สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยต้องพิจารณาเป็นอย่างหนัก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

3) การมีส่วนร่วมในโครงการ

โครงการ Chula art town มีผู้มีส่วนร่วมทั้งโครงการ ได้แก่ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นผู้ริเริ่มโครงการ สำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นผู้จัดสรรพื้นที่ในการจัดทำโครงการ บริษัทโทรคมนาคมและสี ATM เป็นผู้สนับสนุนในการเชิญศิลปินกราฟฟิตี้และอุปกรณ์สีสเปรย์ บริษัททวิมงคลเป็นผู้สนับสนุนในการจัดเตรียมผนังร้านและรถกระเช้า มีศิลปินกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต สมาคมศิษย์เก่า รุ่นที่ 16 คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นิสิตปี1 คณะศิลปกรรมศาสตร์เป็นผู้สร้างผลงานภายในโครงการ เจ้าของอาคารในชุมชน ที่อนุญาตให้ศิลปินสร้างผลงานบนอาคารและแสดงความคิดเห็นต่อแบบร่างก่อนที่จะลงมือจริง และประชาชนในชุมชนในการอำนวยความสะดวก โครงการ Lido connect และคณะทันตแพทย์ที่เข้าร่วมเชิญศิลปินและนิสิตคณะศิลปกรรมศาสตร์มาสร้างผลงานในพื้นที่

4) อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ

อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ Chula art town ประกอบไปด้วยเรื่องของสภาพอากาศที่ไม่เอื้อต่อการทำงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตบนอาคาร อย่างเช่น ฝนตกจนต้องพักงานไประยะหนึ่ง หรือแดดที่แรงเกินไปจนศิลปินไม่สามารถทำงานได้ “จริง ๆ เราเริ่มงานหลังเมษายน หนาวร้อน....สุดท้ายต้องทำงานกลางคืน เพราะไม่สามารถปีนขึ้นนั่งร้านมาจ้องกำแพงสีขาวได้ ผนังร้อนมาก กำแพงใหญ่ตรงสามย่านนี้ทำกลางคืนหมด ประมาณหกโมงเย็นถึงประมาณตีสาม” การกีดขวางทางจราจรในชุมชนจากการตั้งนั่งร้าน “ปัญหาหนักๆเลยคือ เรื่องการบริหารจัดการ ในความที่งานมันมีปัญหาเรื่องพื้นที่ สำนักงานจัดการทรัพย์สินจึงต้องจัดการเป็นส่วน ๆ” ปัญหาละอองสีปลิวตามลมจนทำให้รถที่จอดบริเวณนั้นเปื้อน ปัญหากลิ่นสีสเปรย์ที่รุนแรงในพื้นที่ Lido connect เนื่องจากเป็นพื้นที่ปิดและบริเวณรอบ ๆ มีร้านอาหารที่มีเครื่องดูดควัน ทำให้ได้รับผลกระทบจากสีสเปรย์ และ ปัญหาในการเจรจาขออนุญาตทำงานกราฟฟิตีกับประชาชนในชุมชน

“อย่างงานของพีเทล (Bigdel) จริง ๆ เจ้าของตึกเขาปฏิเสธนะตอนแรก เพราะเขาโดนบอมบ์ (การพ่นสีสเปรย์บนอาคาร มักมาในรูปของกราฟฟิตีทั่วไปที่สร้างเดือดร้อนแก่เจ้าของอาคาร) เยอะ คือถ้าปิดหน้าร้านเขาเนี่ยละเลยนะ เขาเลยมีแนวคิดในแง่ลบต่อกราฟฟิตีค่อนข้างมาก แต่สุดท้ายวันที่ไปทำ เขาเห็นถึงกระบวนการ เขาเห็นถึงความจริงจัง มีการร่างแบบ มีการตรวจสอบ ถ้าวิดีโอ ปัญหาที่เลยมีแค่ช่วงวันแรก”

บางพื้นที่มีปัญหาเรื่องการจัดการพื้นที่ก่อนทำโครงการ เพราะเต็มไปด้วยท่อเหล็กที่ฝังอยู่ในกำแพง เศษเหล็กต่าง ๆ โดยพื้นที่สยามจะมีปัญหาเรื่องนี้เยอะที่สุด ซึ่งได้ทางสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมาจัดการ

5) ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ

โครงการ Chula art town ได้รับการพิจารณาจากบริษัทกูเกิล ในการนำโครงการ Chula art town มาลงในช่องทาง Google Arts & Culture ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันรวบรวมงานศิลปะจากทั่วโลก โดยนำเสนอในรูปแบบของภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว 360°

“จริง ๆ เรามีอีกโครงการเกิดขึ้น น่าจะเสร็จอีกปีครึ่งหลังจากนี้ แต่อันนั้นจะเป็นประติมากรรมในพื้นที่นี้เหมือนกัน เราได้ทุนจากกระทรวงศึกษา และก็จะเป็นทุกมหาวิทยาลัยที่เป็นมหาวิทยาลัยศิลปะและการออกแบบ แต่อันนั้นจะเป็นประติมากรรม ไม่ได้เป็นสตรีทอาร์ตแล้ว ด้วยความที่เราเป็นคณะศิลปกรรมเราก็เลยพยายามทำหลาย ๆ รูปแบบ”

และได้รับความพึงพอใจจากประชาชนในชุมชนในโครงการเป็นอย่างมาก เฉพาะอย่างยิ่งคือประชาชนในพื้นที่สามย่าน เนื่องจากพื้นที่ที่นำมาให้ศิลปินสร้างงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตนั้น เป็นพื้นที่ช่องสุ่ม เป็นพื้นที่ที่ขยะและสุมบูหรี เมื่อศิลปินได้สร้างงานกราฟฟิตี้มาและติดตั้งไฟเพื่อแสดงงานตอนกลางคืนแล้วนั้น ส่งผลให้มีการระมัดระวังพื้นที่โดยประชาชนในชุมชน ปริมาณทิ้งขยะมีลดลงจากแต่ก่อน โดยโครงการ Chula art town จะต่อยอดโครงการด้วยการติดตั้งงานประติมากรรมภายในพื้นที่ ซึ่งได้ติดต่อกับทางมหาวิทยาลัยศิลปะทั่วประเทศในการนำผลงานประติมากรรมมาติดตั้งในโครงการ

ผู้ให้สัมภาษณ์	นาย ณัฐพงษ์ แก้วประดิษฐ์ (นามปากกา Misterbows)
ผู้สัมภาษณ์	นาย ณพัชร สุวรรณกิจ
วันที่	6 มิถุนายน 2563
เวลา	20:00 น.
ระยะเวลา	18 นาที 17 วินาที
สถานที่	สัมภาษณ์ออนไลน์ด้วยโปรแกรม ZOOM

การสัมภาษณ์คุณณัฐพงษ์ แก้วประดิษฐ์ (Misterbows)

คุณณัฐพงษ์ แก้วประดิษฐ์ มีชื่อเล่นว่า โบ หรือชื่อในวงการว่า Misterbows เป็นศิลปินกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตที่มีชื่อเสียงและมีผลงานที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ โดยมีบทบาทเป็นศิลปินในโครงการ Meeting of styles Thailand 2018 ในพื้นที่ราชเทวีและโครงการ Chula art town

1) รายละเอียดในโครงการ

คุณณัฐพงษ์ได้รับการเชิญมาเป็นศิลปินในโครงการ Chula art town ซึ่งรายละเอียดโดยรวมของ “โครงการ Chula art town เป็นการพัฒนาพื้นที่ด้วยงานศิลปะ” และใช้ความสามารถของตัวเองมาทำในชุมชน มีวัตถุประสงค์ในการฟื้นฟูชุมชนให้เป็ย่านศิลปะ โดยมีการรวมตัวกันระหว่างศิลปินกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ต ศิลปินศาสตร์ ศิลปกรรมศาสตร์ และสร้างแรงบันดาลใจให้คนในชุมชนด้วยศิลปะ

2) ขั้นตอนกระบวนการในโครงการ

จากที่คุณณัฐพงษ์ได้รับการเชิญจากบริษัท ATM ให้มาเป็นศิลปินในโครงการ Chula art town ซึ่งได้รับมอบหมายให้พื้นที่ที่มหนึ่งในพื้นที่สามย่าน “โดยทำผลงานกับบรรยากาศแถวนั้น กับสิ่งแวดล้อมแถวนั้น จากการทำผู้จัดเขาให้ข้อมูลมาว่าแถวนั้นเป็นแหล่งอาหาร เป็นแหล่งจับจ่ายใช้สอยของชาวบ้านแถวนั้น” คุณณัฐพงษ์ใช้เวลาครึ่งวันในการร่างแบบเพื่อที่จะนำไปลงมือทำจริง โดยต้องเสนอให้กับทางทีมงานในโครงการตรวจสอบ เมื่อได้รับการอนุมัติจากโครงการแล้วก็ลงมือสร้างผลงานจริง โดย

ทำงานร่วมกันกับศิลปินกราฟฟิตี้อีก 1 คน ซึ่งใช้เวลาในการทำงาน 2 วัน วันละ 6 ชั่วโมง (เวลา 13:00 น. ถึง 18:00 น.)

3) การมีส่วนร่วมภายในโครงการ

คุณณัฐพงษ์ได้รับการเชิญชวนให้มาร่วมโครงการ Chula art town จากทีมงานของบริษัทอุไรเพนท์ ในการทำงานนั้นคุณณัฐพงษ์บอกว่า “ทำด้วยตัวเองเลยครับกับรุ่นน้องอีกคนหนึ่ง (คุณสันติ ฐปะ ชื่อในวงการ : สันติ) ส่วนอุปกรณ์ต่าง ๆ นั้น ทั้งสี ทั้งนั่งร้าน บันไดได้ทางจุฬาและอุไรเพนท์เข้ามาช่วยด้วย ทางอุไรก็จะส่งพนักงานของเขา มา ทางจุฬาก็เข้ามาช่วยจัดการเรื่องพื้นที่ มอเตอร์ไซค์ ร้านค้าข้างทางแถวนั้น” เพื่อให้ศิลปินทำงานได้สะดวก และไม่ส่งผลกระทบต่อคนและทรัพย์สินในชุมชนแถวนั้น ซึ่งได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนเป็นอย่างดี

4) อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ

“การทำงานไม่มีปัญหาอะไรครับ อุปสรรคมีเป็นเรื่องปกติอยู่แล้ว เพราะเป็นช่องทางที่คนเขาสัญจรไปมา ตรงนั้น คือมอเตอร์ไซค์ จักรยาน การเดินเข้าในซอยนั้น อาจเป็นที่อยู่อาศัยของคนเหล่านั้นอีกที ผมก็ไม่รู้ว่าข้างในนั้นเป็นยังไง แต่จุดที่ทำแทบจะเป็นทางออกหลัก ผมก็ไปขวางๆ เขาอยู่เหมือนกัน” โดยได้รับการช่วยเหลือจากสำนักงานจัดการทรัพย์สิน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในการจัดการเส้นทางสัญจรไม่ให้มีผลกระทบกับการทำงาน

5) ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ

“เวลาเราไปทำกับชุมชน ชุมชนก็จะทำตามปกติอยู่แล้ว เขาจะขายอะไรก็ขาย เขาจะจอดรถอะไรก็จอด เป็นแบบนี้เหมือนกันทุกที ก็จะต้องคุยกับชุมชนก่อนว่าเราจะทำอะไรตรงนี้ ขอความร่วมมือ ซึ่งส่วนมากก็เป็นไปในทางบวก ทุกคนเขาก็ช่วยเหลือกัน”

“จริง ๆ แล้วต้องอยู่ที่กลุ่มเป้าหมายของผู้ที่เสพงาน บางคนเข้าจะเป็นเยาวชน เป็นนิสิต เป็นวัยรุ่นตอนปลาย เขาก็จะรู้ว่าพ่นแบบนี้มันจะสวยนะ ก็จะมีคำถามบ้างว่าเสร็จหรือยัง? เป็นรูปอะไร? แต่ถ้าเกิดเป็นกลุ่มคนใช้แรงงานหรือคนที่ไม่ได้สนใจ เขาก็แทบจะไม่สนเลยว่าตรงนี้จะเกิดอะไรขึ้น”

โดยผลตอบรับจากตัวคุณณัฐพงษ์นั้นคือมีความพึงพอใจในงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต “มันก็ดีกว่าเป็นกำแพงขาว ๆ” ที่ดูไม่น่าสนใจ และกลายเป็นเพียงแค่อะไหล่แคบ ๆ ที่มีคนมาทิ้งขยะและเดินสัญจรผ่านไปเท่านั้น “เพราะว่าถ้าไปผลิตงานศิลปะ มันก็ทำให้คนเห็น บางคนเห็นแล้วชอบ บางคนอาจจะไม่คิดอะไร เขาอาจจะเห็นว่าเด็กมั่ววาด โครงการอะไรสักอย่างที่ไม่ได้ให้ความสำคัญ แต่คนที่ให้ความสำคัญก็มีอีกมากมาย งานอาจจะเป็นคำตอบของตัวเอง”

ณ. ตารางผู้ให้สัมภาษณ์โครงการกราฟฟิตีในเมืองภูเก็ต

ผู้ให้สัมภาษณ์	นางสาว อรสา โตสง่า ตัวแทนกลุ่ม Signature of Phuket (SO Phuket)
ผู้สัมภาษณ์	นาย ณพัชร สุวรรณกิจ
วันที่	18 มิถุนายน 2563
เวลา	19:00 น.
ระยะเวลา	26 นาที 37 วินาที
สถานที่	สัมภาษณ์ออนไลน์ด้วยโปรแกรม ZOOM

การสัมภาษณ์คุณอรสา โตสง่า

คุณอรสา โตสง่า เป็นผู้ก่อตั้งกลุ่มประชารัฐรักสามัคคีภูเก็ต (ซึ่งกลายเป็นกลุ่ม Signature of Phuket หรือ SO Phuket ทีหลัง) ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) กับกลุ่มเอกชนมาพัฒนาชุมชนเมืองภูเก็ต เป็นผู้ก่อตั้งโครงการกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่เมืองภูเก็ต

1) รายละเอียดในโครงการ

โครงการ F.A.T. Phuket มีจุดเริ่มต้นจากความต้องการในการถ่ายทอดภาพลักษณ์ของภูเก็ตใหม่ “เมืองภูเก็ตมันเหมือนมีสองโลกอยู่ในเกาะเดียวกัน คนที่รู้จักภูเก็ตส่วนมากจะเป็นฝรั่งมากกว่า เพราะคนไทยจะรู้สึกว่ามีภูเก็ตแล้วแพง เขาจะรู้จักภูเก็ตในแง่ของการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายทะเลที่สวยงามในระดับโลก แต่จริง ๆ ภูเก็ตมันมีอีกส่วนหนึ่งคือวัฒนธรรมซึ่งฝรั่งไม่ค่อยรู้” ภูเก็ตเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรมของคนหลากหลายชาติ ศาสนา นานกว่า 100 ปี ซึ่งทาง SO Phuket ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองภูเก็ตมาทุกทางแล้ว แต่ไม่ได้ผลเนื่องจากนักท่องเที่ยวยังไม่ถึงภูเก็ตในแง่ของชายทะเล

“กลุ่มของตลาดใหญ่จึงรวมตัวกันเพื่อเปิดถนนคนเดินเพื่อที่จะช่วยให้เมืองคึกคักขึ้น ของเรากลุ่ม SO Phuket ก็คิดว่าถ้าเกิดมีตลาดในเมืองแล้ว ในเมืองก็น่าจะเก๋ไก๋กว่านี้ ก็เลยคิดว่ามันควรจะมีกราฟฟิตี เพราะว่าช่วงนั้นภูเก็ตได้รับรางวัล Creative city of gastronomy จาก UNESCO เราก็คิดว่าในแง่ของกราฟฟิตี เราก็เน้นเป็นส่วนใหญ่คือเรื่องของอาหาร”

ซึ่งถ้าสื่อสารด้วยกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต อาหารอาจจะไปได้ไกลกว่าแค่จะไปเชิญชวนให้กินอาหารขึ้นชื่อซึ่งไม่ได้ดูน่าสนใจอะไร จึงต้องการใช้กราฟฟิตีเป็นตัวถ่ายทอดวัฒนธรรม อาหาร และวิถีชีวิตของชาวภูเก็ต เพื่อสร้างความมีชีวิตชีวาให้กับเมืองภูเก็ตและกระตุ้นการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น

2) ขั้นตอนกระบวนการในโครงการ

โครงการ F.A.T. Phuket มีขั้นตอนการทำงาน ดังนี้

1. กลุ่ม SO Phuket ได้เขียนแผนเสนอโครงการให้แก่บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เพื่อขอเงินในการจัดทำโครงการพัฒนาชุมชนเมืองภูเก็ต
2. เลือกพื้นที่จัดทำโครงการ โดยเลือกพื้นที่ที่ผู้สัญจรเดินทางได้มาก โดยมีโรงแรมสินทรีที่เอื้อเพื่อสถานที่ในการจัดทำโครงการ
3. การหาศิลปินที่ทำโครงการ โดยมีคุณวีระชัย ปราณวีระไพบุลย์ เจ้าของโรงแรม โฟโต้ โฮเต็ล ภูเก็ตเป็นผู้ติดต่อเชิญศิลปินในการสร้างผลงาน ซึ่งศิลปินจะสร้างผลงานหลายชิ้นในแต่ละจุด
4. ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการให้แก่คนในเมืองภูเก็ตทราบ และมีสื่อเข้ามาทำข่าวเกี่ยวกับโครงการ F.A.T. Phuket
5. ดำเนินโครงการโดยโครงการ F.A.T. Phuket มี 2 รอบ รอบแรกเกิดขึ้นเมื่อปี 2558 เป็นการดำเนินงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตโดยศิลปินมีชื่อเสียง ซึ่งมีทั้งหมด 10 จุดภายในเมืองภูเก็ต ใช้เวลาในการทำงาน 2 – 3 อาทิตย์ ส่วนรอบที่สองเกิดขึ้นในอีก 3 ปีถัดมา โดยผู้สร้างผลงานกราฟฟิตี้เป็นชาวภูเก็ตที่ได้ศึกษาทางศิลปะในกรุงเทพและกลับมาทำกิจกรรมให้กับบ้านเกิดอีก 10 จุด (เป็นงานศิลปะจุดใหม่ที่ไม่ได้ทับกับผลงานเดิม) โดยใช้เวลาดำเนินการ 2 อาทิตย์ ซึ่งได้ทำการติดต่อกับเจ้าของอาคารในการขออนุญาตให้ทำกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ตในพื้นที่ภายในเมืองภูเก็ต

3) การมีส่วนร่วมภายในโครงการ

โครงการนี้ได้มีผู้มีส่วนร่วมได้แก่กลุ่ม SO Phuket ที่เป็นกลุ่มของประชาชนชาวภูเก็ตเป็นผู้ริเริ่มโครงการ มีบริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้สนับสนุนด้านเงินทุน มีคุณวีระชัย ปราณวีระไพบุลย์ เจ้าของโรงแรม โฟโต้ โฮเต็ล ภูเก็ตเป็นผู้เชิญศิลปินกราฟฟิตี้และสตรีทอาร์ตมาร่วมโครงการ ศิลปินกราฟฟิตี้ที่มาร่วมโครงการรวมถึงจัดสรรเรื่องที่พักและอาหารแก่ศิลปิน และประชาชนในพื้นที่เมืองภูเก็ตที่ร่วมสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

“ทุกคนพร้อมที่จะขยับตัว ทุกคนพร้อมที่จะเปียดเสียดยัดเยียด มีคนมาส่งข้าว เทศบาลน่ารักมากเอานั่งร้านมาตั้งให้ ใครมีไฟเอาไฟมา สีไม่พอมีคนเอามาบริจาคเพิ่ม แกรม Alex face พาลูกเมียมา ในช่วงที่ Alex เขาขาด ก็มีคนพาลูกเมียเขาไปเที่ยว นี่คือภูเก็ต”

4) อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ

ปัญหาที่เกิดขึ้นในโครงการคือเรื่องของความไม่เข้าใจของคนในชุมชนต่อภาพกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต เนื่องจาก Alex Face ได้สร้างผลงานกราฟฟิตีที่ผนังธนาคารชาร์เตอร์ซึ่งเป็นอาคารทรงชิโนโปรตุกีสที่มีอายุร้อยปีเสร็จเป็นชิ้นแรกของโครงการ ทำให้ประชาชนส่วนหนึ่งไม่พอใจในการที่มีศิลปินมาพ่นสีบนอาคารอนุรักษ์ ซึ่งจากการประชุมกับหน่วยงานของทางภูเก็ตได้ข้อสรุปคือภาพนั้นได้ถูกลบไปเป็นที่เรียบร้อยในวันที่ 9 พฤษภาคม 2559 อย่างไรก็ตาม การที่ภาพดังกล่าวได้ถูกลบไปนั้น ทำให้ประชาชนเกิดการตื่นตัวและให้ความสนใจกับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตและโครงการ F.A.T. Phuket อย่างต่อเนื่อง

5) ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ

หลังจากเกิดปัญหาการพ่นสีบนอาคารอนุรักษ์ ทำให้เกิดกระแสกลุ่มแฟนคลับศิลปิน Alex Face มาท่องเที่ยวและเยี่ยมชมผลงานดังกล่าว ก่อนที่ผลงานจะถูกลบไปในหนึ่งเดือนต่อมา อย่างไรก็ตาม “คนที่ให้เราลบตอนนี้กำลังสนุกกับสิ่งที่เราทำ เพราะว่าเขาหาเงินกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในตัวเมืองอย่างมหาศาล เพิ่งได้สติ แต่สายไปแล้วที่ลบรูปนั้น” จากที่มีนักท่องเที่ยวมาชมงานกราฟฟิตีที่ธนาคารชาร์เตอร์นั้นส่งผลให้ประชาชนมีความตื่นตัวและให้ความสนใจกับกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตมากขึ้น “หลังจากวาดเสร็จ สิ่งที่เราได้คือภูเก็ตหลังจากที่ไม่มีใครมาเที่ยวในเมือง เมืองเจียบเหงาแบบนี้ เราเพิ่มนักท่องเที่ยวได้ 30% ในปีแรก คือทุกคนมาเพื่อที่จะถ่ายภาพฟิตี เดินหากราฟฟิตีให้ครบ 10 ที่ อะไรแบบนี้” อีกอย่างหนึ่งคือได้ถ่ายทอดวัฒนธรรม

ผู้ให้สัมภาษณ์	นาย ทวีศักดิ์ ศรีทองดี (นามปากกา Lolay)
ผู้สัมภาษณ์	นาย ณพัชร สุวรรณกิจ
วันที่	15 กรกฎาคม 2563
เวลา	13:00 น.
ระยะเวลา	24 นาที 42 วินาที
สถานที่	สัมภาษณ์ออนไลน์ด้วยโปรแกรม ZOOM

การสัมภาษณ์คุณทวีศักดิ์ ศรีทองดี (Lolay)

คุณทวีศักดิ์ ศรีทองดี มีชื่อเล่นว่า โลเล หรือชื่อในวงการว่า Lolay เป็นศิลปินกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตและนักออกแบบที่มีชื่อเสียงและมีผลงานที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ โดยมีบทบาทเป็นศิลปินในโครงการ F.A.T. Phuket

1) รายละเอียดในโครงการ

คุณทวีศักดิ์ได้รับเชิญให้มาเป็นศิลปินในโครงการ F.A.T. Phuket “โดยปกติเราก็ทำงานศิลปะของเราอยู่แล้ว แต่ว่าโครงการนี้เขาก็มีแนวคิดหลักของเขา และเราก็เข้าไปสวมในตำแหน่งที่เขา กำหนดไว้ และเราต้องทำตามแนวคิดของเขาด้วย” โดยได้วาดงาน 2 ชิ้นภายในเมืองภูเก็ต ชิ้นหนึ่งอยู่ที่โรงแรมเพ็ญพินเกล้า บริเวณร้านราดหน้าคุณจืด อีกชิ้นอยู่ตรงธนาคารกสิกรไทย

2) ขั้นตอนกระบวนการในโครงการ

“กระบวนการทำงานของผม งานของผมมีลักษณะเป็นสเปรย์ สเปรย์สีดำสีเดียวเลย ถ้าจะมีเพิ่มก็อาจมีนิดหน่อยอย่างสีแดง” ซึ่งงานที่ออกมาจะมีลักษณะเป็นภาพขาวดำ โดยขั้นตอนการทำงานของทั้งสองภาพเริ่มจากคุยกับคนในชุมชนก่อนที่จะลงมือวาด “มีการคุยกันว่าจะเป็นอย่างไร? แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว ศิลปินแต่ละคนก็ทำตามรูปแบบของตัวเอง” หลังจากนั้นคุณทวีศักดิ์ก็ลงมือวาดงานออกมาโดยมีสองภาพคือรูปหัวสิงโตเหนียนบนอาคารสูงกับสิงโตเหนียนบนกำแพงยาวที่สะท้อนถึงเทศกาลตรุษจีน โดยภาพหัวสิงโตเหนียนใช้เวลา 1 ชั่วโมงในการดำเนินการ ส่วนภาพสิงโตเหนียนใช้เวลาประมาณ 5 – 7 ชั่วโมง เนื่องจากผนังที่วาดไม่ได้พื้นหลังเป็นสีขาวและมีจุดที่เลอะๆ อยู่บ้าง จะใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทาสีพื้นบนผนังประมาณ 10 เมตรก่อนเริ่มวาดด้วยสเปรย์ และไม่มีอุปกรณ์เสริมใด ๆ จึงใช้เวลาไม่นานมาก

3) การมีส่วนร่วมภายในโครงการ

คุณทวีศักดิ์ได้รับการเชิญชวนให้มาร่วมโครงการ F.A.T. Phuket จากคุณวีระชัย ปรานวีระไพบูลย์ เจ้าของโรงแรมโพโตโฮเต็ล ภูเก็ต ในการทำงานนั้นได้รับการสนับสนุนจากเจ้าของร้านราดหน้าคุณจืดและทางผู้จัดในการให้สถานที่วาดงานกราฟฟิตี้ในบทบาทของสตรีทอาร์ต “ส่วนใหญ่แล้ว คนที่จะมาช่วยก็มีทางคนจัดเขาก็สนับสนุนเรื่องสี เรื่องอุปกรณ์ต่าง ๆ หมดเลย รวมไปถึงโรงแรมที่พัก คือเราไป เราก็ไปทำอย่างเดียวเลย” ซึ่งได้รับความสนใจจากคนในชุมชนเป็นอย่างดี “ตอนที่ทำก็สนุกมากเลยครับ เพราะว่าทุกคนก็ชอบ ชอบมาดูและสนใจว่าเราเข้ามาทำอะไร” และได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนศิลปินในการทำงาน

4) อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ

ในการทำงานของคุณทวีศักดิ์ไม่มีปัญหาหรืออุปสรรคใด ๆ เนื่องจากตำแหน่งที่วาดเป็นชอยลิกเข้าไป และตำแหน่งที่เป็นอาคารสูงก็ทำงานในเวลาากลางคืนจึงไม่ได้รับผลกระทบจากแดดหรือลมมากนัก และไม่มีใครมารบกวนมากนัก แต่มีปัญหาเกิดขึ้นหลังจากที่ทำผลงานเสร็จแล้ว

“ทำไปแล้วก็เกิดปัญหาอย่างหนึ่ง ตอนทำไม่เป็นปัญหาอะไร ประมาณว่าเกี่ยวกับความเชื่อของเจ้าของอาคารตรงนั้น ตามลักษณะงานของผมมันเป็นขาวดำ แล้วเขารู้สึกว่าภาพขาวดำโดยทั่วไปแล้วไม่มีสี ดูไม่ค่อยมีชีวิตอะไรแบบนี้ เขาก็อยากให้ผมไปเติม แต่ว่าในตอนนั้นผมบินกลับไปแล้ว และแผนการที่จะกลับมาก็ไม่แน่มั่นอนที่จะ

กลับมาได้ ซึ่งในเวลาที่เขายากให้งานเสร็จพร้อม ๆ กัน ก็เลยขออนุญาตให้ผมให้ศิลปินอีกคนเข้าร่วมด้วย และส่งแบบให้เราดู ซึ่งผมก็ชอบเหมือนกัน”

5) ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ

ผลตอบรับของการทำงานคือได้รับความพึงพอใจจากเจ้าของโครงการและคนในชุมชน “ในแง่ของงานของเรา เมื่อเราวาดเสร็จแล้ว ก็แสดงบน Instagram Facebook คือลงกระบวนการทำงานของเราเล่น ๆ ไม่ได้จริงจัง” ก็ได้ผลตอบรับที่ดีจากสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนข้อสังเกตที่ได้จากการทำงาน

“ผมก็ไม่ได้เตรียมตัวว่าเราจะได้อะไรกลับมานะ แต่ว่าช่วงเวลาที่เราอยู่ ส่วนใหญ่เวลาทำงานในลักษณะแบบนี้ เราก็จะเจอผู้คน อยู่ในสภาพแวดล้อมในช่วงเวลาที่เรากำลังทำไม่เสร็จทันที เรากินอาหารอยู่ตรงนั้น เค้าเอาอาหารมาให้เรา ก็ทำให้เรามีความสัมพันธ์กับคนในชุมชนโดยอัตโนมัติ ผมว่าถ้าผมใช้เวลามากกว่านี้ เช่น วาดสัก 5 วัน ผมก็อาจจะคุ้นเคยกับชุมชนมากขึ้น”

ผู้ให้สัมภาษณ์	มือบอน
ผู้สัมภาษณ์	นาย ณพัชร สุวรรณกิจ
วันที่	16 กรกฎาคม 2563
เวลา	13:00 น.
ระยะเวลา	42 นาที
สถานที่	สัมภาษณ์ออนไลน์ด้วยโปรแกรม ZOOM

การสัมภาษณ์คุณมือบอน

คุณมือบอนเป็นศิลปินกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตและนักออกแบบที่มีชื่อเสียงและมีผลงานที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ โดยมีบทบาทเป็นศิลปินในโครงการ F.A.T. Phuket

1) รายละเอียดในโครงการ

คุณมือบอนได้รับเชิญให้มาเป็นศิลปินในโครงการ F.A.T. Phuket โดยวาดผลงานที่กำแพงร้านราดหน้าคุณจี๊ด (ฝั่งตรงข้ามผลงานของคุณ Lolay)

“เขาก็เกริ่นมาว่าเขากำลังทำโครงการสตรีทอาร์ตที่ภูเก็ต ซึ่งจะทำเกี่ยวกับวัฒนธรรมของภูเก็ต เกี่ยวกับประวัติศาสตร์หรือเรื่องราวของภูเก็ต ซึ่งเขาจะเอามาทำเป็นหนังสือในอนาคต เขาก็เลยอยากเชื่อมโยงระหว่างงานศิลปะของเรากับเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของภูเก็ต”

2) ขั้นตอนกระบวนการในโครงการ

เมื่อคุณมือบอนได้รับเชิญจากคุณวีระชัยในการมีส่วนร่วมกับโครงการ F.A.T. Phuket และได้รับสถานที่ในการทำโครงการที่ทางภูเก็ตจัดหามาให้ โดยมีหัวข้อให้เลือก “เรามีหัวข้อให้เลือกทั้ง 7 หัวข้อ ซึ่งผมจำไม่ได้

เพราะว่ามันมีหลายอย่าง ของผมจะเป็นวัฒนธรรมการวางไข่ของเต่า (ประเพณีเดินเต่า) ผมก็เลยเลือกหัวข้อนั้น” ซึ่งคุณมือบอนได้ร่างแบบเพื่อกำหนดกระบวนการของตัวเอง และขึ้นงานบนกำแพงจริง โดยใช้เวลาในการร่างแบบ 1 วัน และทำผลงานจริง 1 วัน รวมเป็น 2 วัน

3) การมีส่วนร่วมภายในโครงการ

คุณมือบอนได้รับการเชิญชวนให้มาร่วมโครงการ F.A.T. Phuket จากคุณวีระชัย ปรามวีระไพบูลย์ เจ้าของโรงแรมโฟโต้โฮเต็ล ภูเก็ต ในการทำงานนั้นได้รับการสนับสนุนจากเจ้าของร้านราตหน้าคุณจิตและทางผู้จัดโครงการในการให้สถานที่วางงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ต ซึ่งมีเจ้าหน้าที่ราชการภูเก็ตคอยประสานงานให้ และได้รับการใช้รถกระเช้าจากการไฟฟ้า ส่วนประชาชนก็มีความตื่นเต้นและตั้งใจที่มีงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายในชุมชนตัวเอง มีการถ่ายรูปการทำงานและผลงานที่เสร็จสมบูรณ์

4) อุปสรรคที่เกิดขึ้นในโครงการ

ในการทำงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตภายในโครงการ F.A.T. Phuket ไม่ประสบปัญหาในการทำงาน เนื่องจากใช้ระยะเวลาในการทำงานที่สั้น และทำในเวลากลางวันที่จะไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ชาวบ้าน ส่วนคนในชุมชนก็ให้ความสนใจกับงานกราฟฟิตีเป็นอย่างดี มีการถ่ายรูปการทำงานอยู่เป็นประจำ ไม่มีใครร้องเรียนอะไร

5) ผลตอบรับหรือข้อสังเกตที่ได้จากโครงการ

การทำงานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตในเมืองภูเก็ตนั้นเป็นการทำงานกับชุมชนโดยแท้จริง ซึ่งทำให้งานกราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตมีอิทธิพลต่อชุมชนสูงมาก เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่น ๆ

“อย่างในเมืองภูเก็ต มันเป็นสถาปัตยกรรมเก่า ๆ พื้นผนังเก่า ๆ ความขัดแย้งของมัน ความที่งานศิลปะจะได้แสดงพลังเต็มที่มีมากกว่า เพราะว่ามันเหมือนกับเราไปปรับเปลี่ยนพื้นที่ เรากำลังทำกับสิ่งที่กำลังจะสลายไป คนลืมนึกกลับมาใช้ชีวิตอีกครั้งหนึ่ง มีเรื่องเล่าอีกครั้งหนึ่ง”

“เราวาดรูปบนผนังเก่า ๆ ก็วาดรูปบนผนังใหม่ ๆ มันคนละอารมณ์กันครับ คือผนังใหม่ ๆ มันก็เหมือนกับเราสร้างเรื่องราวใหม่ ๆ บนกำแพงนั้น แต่ถ้าเราทำบนผนังเก่า ๆ สถาปัตยกรรมเก่า ๆ รูปแบบเมืองที่เก่า ๆ มันก็เหมือนเราแต่งตัวให้กับคนแก่ เหมือนกำแพงมันกำลังจะตาย มันไม่มีใครสนใจ มันมีเรื่องที่จะเล่า แต่ไม่มีใครสนใจกำแพงนี้ต่อไปแล้ว แต่พอเราเอาภาพวาดเข้าไปใส่กำแพงเก่า ๆ มันก็กลายเป็นว่ากำแพงนั้นก็กลับมาใช้ชีวิต มีคุณค่าให้คนมองอีกครั้งหนึ่ง และการที่คนมามองกำแพงนั้น กำแพงก็สามารถเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ของตัวเองได้ด้วยความร่วมมือสมัย”

ซึ่งต่างจากการทำงานกราฟฟิตีในพื้นที่พาณิชย์กรรมที่กราฟฟิตีในบทบาทของสตรีทอาร์ตเป็นเพียงตัวเสริมให้กับร้านค้า อีกทั้งยังมีป้ายโฆษณาสินค้าต่าง ๆ ทำให้งานกราฟฟิตีมีอิทธิพลต่อพื้นที่การค้าได้น้อย ซึ่งมีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ณพัชร สุวรรณกิจ
วัน เดือน ปี เกิด	30 มิถุนายน 1994
สถานที่เกิด	กรุงเทพ
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี : ภาควิชาเทคโนโลยีศิลปอุตสาหกรรม สาขาศิลปประยุกต์และ การออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY